

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN ARTES PLÁSTICAS, OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO**

**ESTUDIO TÉCNICO PARA LA ELABORACIÓN DE IMAGEN GRÁFICA DE
RUTAS TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE METAPÁN, DEPARTAMENTO DE
SANTA ANA, CASO: “TOUR DE LA PESCA”, 2016**

PRESENTADO POR

PAYÉS BOLAÑOS, JUAN MANUEL ALBERTO	PB04004
RIVAS FERNÁNDEZ, ISMAR ALBERTO	RF08029
UMAÑA RIVERA, RAMÓN ERNESTO	UR06001

**LICENCIADO LUIS EDUARDO GALDÁMEZ CONTRERAS
DOCENTE ASESOR**

**MAESTRO CARLOS ALBERTO QUIJADA FUENTES
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO**

SAN SALVADOR, EL SALVADOR. CIUDAD UNIVERSITARIA, FEBRERO DE 2018

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Rector

Dr. Manuel de Jesús Joya Ábrego
Vice-Rector Académico

Ing. Nelson Bernabé Granados
Vice-Rector Administrativo

Lic. Rafael Humberto Peña Marín
Fiscal General

Maestro Cristóbal Ríos
Secretario General

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

Msc. José Vicente Cuchillas Melara
Decano

Mti. Edgar Nicolás Ayala
Vice-Decano

Msc. Héctor Daniel Carballo Díaz
Secretario

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

Msc. Ligia del Rosario Manzano Martínez
Director de la Escuela de Artes

Msl. Carlos Alberto Quijada Fuentes
Coordinador General del Proceso de Grado

Lic. Luis Eduardo Galdámez Contreras
Docente Asesor

TRIBUNAL CALIFICADOR

Lic. Ever Odir Ramos Portillo
Msl. José Orlando Ángel Estrada
Lic. Luis Eduardo Galdámez Contreras

AGRADECIMIENTOS

A nuestros padres, por su ejemplo, apoyo incondicional y deseos de vernos triunfar.

A nuestra familia y amigos, por ser un sitio al que siempre podemos recurrir.

A la ciudad de Metapán por abrirnos sus puertas y permitirnos conocer gente grandiosa.

A nuestro asesor, Lic. Luis Galdámez, por su paciencia y consejos oportunos.

A la Universidad de El Salvador, por los buenos momentos y todo lo que nos enseñó.

A quienes hayamos olvidado u omitido (sin propósito): nuestra gratitud más sincera.

Esto apenas comienza.

Manuel/Ismar/Ramón

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Índice de figuras y diagramas.....	I
Introducción.....	VI
Presentación.....	VII
Objetivos.....	IX
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MUNICIPIO DE METAPÁN Y EL DISEÑO GRÁFICO.	
1. Antecedentes Y Generalidades Del Diseño Gráfico.....	1
1.1 Diseño Gráfico, Orígenes.....	1
1.1.2 Diseño Gráfico Como Elemento De Comunicación.....	3
1.1.3 El Diseño Gráfico En El Salvador.....	5
1.1.4 El Diseño Y La Relación Con La Imagen Gráfica.....	8
1.2 Generalidades e Historia De Metapán.....	11
1.2.1 Línea de tiempo de la Ciudad de Metapán.....	12
1.2.2 Historia y Generalidades.....	13
1.2.3 Siglo XVI Primera Etapa.....	15
1.2.4 Siglo XIX Segunda Etapa.....	18
1.2.5 Datos Geográficos.....	20
1.2.6 Ubicación y Situación.....	22
1.3 Síntesis.....	24
CAPÍTULO II: ESTUDIO PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA	
2. Estudio para el Diseño de Imagen de una Ruta Turística.....	25
2.1 Panorama del Turismo en El Salvador.....	26
2.2 El Salvador, Grande Como Su Gente.....	30
2.3 Políticas Nacionales y El Desarrollo del Turismo.....	32
2.3.1 Áreas De Intervención Institucional.....	33
2.3.2 Pueblos Vivos.....	34
2.4 Perspectiva del Turismo Actual en Metapán.....	36
2.4.1 Turismo Urbano y Rural.....	38
2.4.2 Oferta Turística Cultural.....	41
2.4.2.1 El Tour De la Pesca.....	42

2.4.2.2 El Tour De la Cal.....	45
2.4.2.3 El Tour de la Leche.....	46
2.5 Oferta Turística Natural.....	47
2.6 Selección para la Imagen Gráfica de la Ruta Turística.....	51
2.7 Síntesis.....	53
CAPÍTULO III: MANUAL DE IMAGEN GRÁFICA PARA LA RUTA TURÍSTICA	
3. Construcción de un manual de Identidad Gráfica.....	54
3.1 El Tour de la Pesca como propuesta de imagen para la ciudad.....	55
3.2 Procesamiento de los instrumentos de investigación.....	57
3.3 Implementación de los elementos del diseño.....	60
3.3.1 Elementos a contextualizar.....	61
3.3.2 Estudio de colores.....	62
3.3.3 Formas y conceptos.....	67
3.3.4 Tipografía, slogans y logotipos.....	71
3.4 .Construcción de la imagen.....	75
3.5 Validación de resultados.....	76
3.6 Usos de la imagen gráfica.....	77
3.7 Manual de imagen para la ruta turística.....	82
3.8 Validación del manual de imagen.....	84
3.8.1 Relevancia del Proyecto.....	86
3.8.2 Factibilidad.....	87
3.9 Síntesis.....	89
ANEXOS	
Conclusiones.....	90
Recomendaciones.....	91
Bibliografía.....	93
Glosario.....	96
Instrumentos de investigación.....	97
Fichas Fotográficas.....	102

ÍNDICE DE FIGURAS Y DIAGRAMAS

Figura 1: Fachada del edificio de la BAUHAUS, Weimar, Alemania. Fuente: Archivo de Bauhaus. Año: 2005.....	2
Figura 2: Logotipo de la compañía de publicidad Mccan -Erikson. Fuente: www.mccan.com. Año: 2014.....	6
Figura 3: Logotipo de la empresa de publicidad ASA POSTERS. Fuente: www.asacolors.com. Año: 2017.....	8
Diagrama 4: Línea de tiempo de la historia de Metapán. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	12
Figura 5: Fotografía del parque de la ciudad de Metapán: Fuente: Archivo LPG. Año: 1929.....	14
Figura 6: Fotografía de las calles de Metapán. Fuente: metapan.com.sv Año: sin fecha.....	16
Diagrama 7: Situación de Metapán en el mapa. Fuente: Proyecto Plan Trifinio. Año: 2015.....	22
Figura 8: Logotipo del Ministerio de Turismo MITUR, El Salvador. Fuente: www.mitur.gob.sv. Año: 2017.....	26
Figura 9: Logotipo del Instituto Salvadoreño de Turismo ISTU, El Salvador. Fuente: www.istu.gob.sv. Año: 2017.....	27
Figura 10: Logotipo de Asociación de Desarrollo Turístico Patas Blancas. Fuente: Oficinas de Patas Blancas. Año: 2017.....	28
Figura 11: Marca País El Salvador Fuente: www.interbrand.com. Año: 2017.....	31
Figura 12: Logotipo de Pueblos Vivos El Salvador. Fuente: Facebook.com/Pueblos Vivos. Año: 2014.....	35

Figura 13: Parque Central de Metapán. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	38
Figura 14: Restos de la fachada de la Iglesia de Ostúa. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	40
Figura 15: Calle de la ciudad de Metapán. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	42
Figura 16: Panorámica del “Tour de la Pesca” Lago de Güija. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	44
Figura 17: “Nasa” Isla para la producción artesanal de peces. Lago de Güija. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	44
Figura 18: Fotografía de los Petrograbados, Isla de Igualtepeque, Lago de Güija. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	45
Figura 19: Proceso de la elaboración de la Cal, Metapán. Fuente: <i>revistadevacacionessv.wordpress.com</i> . Año: 2017.....	46
Figura 20: Recorrido “El Tour de la Leche” Metapán. Fuente: <i>revistadevacacionessv.wordpress.com</i> . Año: 2017.....	48
Figura 21: Playa del Lago de Güija, Metapán. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	49
Figura 22: Pescadores en el Lago de Güija, Metapán. Fuente: Archivo de LPG. Año: 2016.....	50
Figura 23: vista aérea de “El Trifinio”, Cerro “El Imposible”, Metapán. Fuente: Archivo de EDH. Año: 2017.....	52
Figura 24: ‘Focus Group’ para validar resultados. Fuente: Asociación de Desarrollo Turístico Patas Blancas. Año: 2017.....	54
Figura 25: Muestra de Logotipos en vigencia en Metapán. Fuente: Equipo de investigación (búsqueda web) Año: 2017.....	61

Figura 26: Muestras de otros logotipos vigentes fuera de Metapán. Fuente: Equipo de investigación (búsqueda web). Año: 2017.....	62
Figura 27: Fotografía del recorrido “Tour de la Pesca”, Lago de Güija, Metapán. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	64
Figura 28: Pesca en el Lago de Güija, Metapán. Fuente: flickr.com/Marianela Argüello. Año: 2014.....	64
Figura 29: Detalle de los “Petrograbados” en el Lago de Güija. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	64
Figura 30: Producción pesquera en el Lago de Güija. Fuente: lagodegüija.blogspot.com/ Antonio Fuentes. Año: 2016.....	64
Figura 31: Boceto preliminar para el estudio del logotipo. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	70
Figura 32: Boceto preliminar para el estudio del logotipo. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	70
Figura 33: Esquema de interpretación de un petrograbado para el logotipo. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	71
Figura 34: Propuesta de logotipo, primera versión. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	72
Diagrama 35: Propuesta de logotipo, segunda versión. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	72
Diagrama 36: Propuesta de logotipo, tercera versión. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	73
Diagrama 37: Pantone de colores seleccionados para el logotipo. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	75

Diagrama 38: Moodboard con la distribución de colores para el logotipo. Fuente: equipo de investigación. Año: 2017.....	76
Figura 39: Imagen de referencia del Lago de Güija. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	78
Figura 39: Imagen de referencia Ninfas en el Lago de Güija. Fuente: Archivo de LPG. Año: 2017.....	79
Imagen 39: Imagen de referencia Iglesia de Metapán. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	82
Figura 39: Imagen de referencia de Jaguar. Fuente: Furesa. Año: 2017.....	85
Diagrama 40: Muestra de la tipografía a emplear para el logotipo. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	89
Figura 41: Pre visualización del slogan para el recorrido. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	92
Figura 42: Concepto final para el logotipo “El Tour de la Pesca”. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	93
Figura 43: Tarjetas de presentación con fines promocionales. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	94
Figura 44: Afiche promocional para el recorrido. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	96
Figura 45: Hoja volante para promocionar el recorrido. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	97
Figura 46: Propuesta (1) para publicidad en exteriores. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	98
Figura 47: Propuesta (2) para publicidad en exteriores. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	98

Figura 48: Propuesta (1) para señalética integrada al recorrido. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	99
Figura 49: Propuesta (2) para señalética integrada al recorrido. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	99
Figura 50: Propuesta (1) artículos publicitarios. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	102
Figura 51: Propuesta (2) artículos publicitarios. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	101
Figura 52: Reunión para presentar resultado a las personas involucradas en el proyecto. Fuente: Equipo de investigación. Año: 2017.....	102

INTRODUCCIÓN

Este documento es la culminación de un esfuerzo investigativo que se planteó con el propósito de realizar un estudio sobre el turismo, la cultura y los recursos naturales parte de la identidad de la ciudad de Metapán, en el departamento de Santa Ana, con el fin de elaborar un Manual de Identidad Gráfica para un recorrido turístico seleccionado. En conjunto con la Asociación de Desarrollo Turístico “Patás Blancas” y una serie de entidades de carácter público y privado, que una vez se propuso el tema y sus alcances, accedieron a colaborar y así lograr lo anteriormente planteado.

La construcción de dicho estudio se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, partiendo de un método inductivo, lo cual permitió obtener información de primera mano y entrar en el contexto de las necesidades de los operadores turísticos, los comerciantes informales y empresa privada, además de los pescadores y pobladores de la zona.

La investigación se compone de tres capítulos que abordan conceptos claves para la consecución de los objetivos de la investigación, desde la base teórica y los conceptos básicos en relación a la situación actual del sujeto de estudio y la realidad del turismo en el municipio, además se contempló la fundamentación teórica necesaria para elaborar una propuesta de Identidad Gráfica que contuviera los aspectos necesarios para ofrecer una solución e impulso al turismo de la zona.

Al final de este documento, se incluye el Manual de Identidad Gráfica que resultó tras la investigación y la conjunción y aprobación de las propuestas por parte de las partes involucradas y el equipo de investigación. Así mismo se añaden recomendaciones y pautas a seguir para el municipio de Metapán y sus emprendimientos turísticos que pueden beneficiarse de esta investigación.

RESUMEN

ESTUDIO TÉCNICO PARA LA ELABORACIÓN DE IMAGEN GRÁFICA DE RUTAS TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE METAPÁN, DEPARTAMENTO DE SANTA ANA, CASO: “TOUR DE LA PESCA”, 2016

Trabajo de grado presentado por:

Payés Bolaños, Juan Manuel Alberto PB04004, Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

Rivas Fernández, Ismar Alberto RF08029, Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

Umaña Rivera, Ramón Ernesto UR06001, Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

En la presente investigación se desarrollan una serie de valoraciones para determinar cuáles son los elementos característicos del municipio de Metapán, Santa Ana, que siempre se ha identificado como una ciudad productora de ganadería y materiales de construcción, pero que en años recientes ha cobrado protagonismo en el sector turístico, aprovechando sus atractivos naturales y su oferta cultural prehispánica. Esto para luego generar la propuesta de un Manual de Identidad Corporativa que provea al sitio de una Imagen gráfica definida, para sus recorridos turísticos y conseguir posicionarse dentro del rubro.

Se concluye la investigación con la elaboración de un Manual de Identidad Corporativa, que dará los lineamientos necesarios para la correcta utilización del diseño de imagen, de igual manera, mostrar las diferentes aplicaciones de la Identidad propuesta, para generar que más iniciativas turísticas locales puedan seguir el Manual y aplicarlo en otros proyectos similares.

Palabras Clave: Manual de Identidad Corporativa, Imagen Gráfica, Turismo, Diseño.

ABSTRACT

ESTUDIO TÉCNICO PARA LA ELABORACIÓN DE IMAGEN GRÁFICA DE RUTAS TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE METAPÁN, DEPARTAMENTO DE SANTA ANA, CASO: "TOUR DE LA PESCA", 2016

Thesis presented by:

Payés Bolaños, Juan Manuel Alberto PB04004, Bachelor's Degree in Fine Arts, Option Graphic Design, School of Arts, Faculty of Sciences and Humanities, University of El Salvador.

Rivas Fernández, Ismar Alberto RF08029, Bachelor's Degree in Fine Arts, Option Graphic Design, School of Arts, Faculty of Sciences and Humanities, University of El Salvador.

Umaña Rivera, Ramón Ernesto UR06001, Bachelor's Degree in Fine Arts, Option Graphic Design, School of Arts, Faculty of Sciences and Humanities, University of El Salvador.

In the present research a series of valuations to establish which are the most characteristic elements of the City of Metapán, Santa Ana, a place widely known to be a producer of cattle and construction feedstock, although, in recent years it has grown into the tourism sector, making a good use of its natural resources and its pre-Hispanic cultural offer. All of this, to create a Corporate Identity that provides the site of a Branding of its own, for the tours and acquire a position into the business.

The research is concluded with the developing of a Corporate Identity, to offer the line guides necessary for the right usage of the Branding, and with this, generate that more local tourism entrepreneurs can follow the Corporate and apply it on other similar projects.

Keywords: Corporate Identity, Branding, Tourism, Design.

PRESENTACIÓN

La Escuela de Artes de la Facultad de Ciencias y Humanidades, de la Universidad de El Salvador, tiene como visión ser el referente institucional de educación superior de arte y cultura a nivel nacional y centroamericano, dedicado a la creación y la investigación cultural y artística, combinando de manera eficaz y eficiente la formación de estudiantes con pensamientos analíticos, filosóficos, históricos, antropológicos, culturales, artísticos, creativos, etc., desarrollando en los estudiantes destrezas teórico-prácticas que van desde la aplicación de varias ramas del arte con las nuevas tecnologías e integrando estos elementos con los nuevos lenguajes contemporáneos de comunicación.

En la misión es importante forjar profesionales e investigadores de la cultura y el arte, con óptima calidad académica, elevado sentido de la ética y de la pro actividad siendo aplicados en las ramas de especialización de cada profesional, como aspecto fundamental para fortalecer la investigación final son los procesos de grado aplicados por los estudiantes egresados, en tal sentido se presenta el estudio: “ESTUDIO TÉCNICO PARA LA ELABORACIÓN DE IMAGEN GRÁFICA DE RUTAS TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE METAPÁN, DEPARTAMENTO DE SANTA ANA, CASO: “TOUR DE LA PESCA”, 2016”.

Que está compuesto por tres capítulos cuyo objetivo fue diseñar una imagen gráfica para el recorrido turístico “El tour de la Pesca” que contenga los elementos necesarios para aplicar la propuesta de diseño en dicha actividad y otras similares, para lograr posicionar a Metapán dentro del sector turístico, en concordancia con uno de los requisitos de la normativa para optar al grado de Licenciado en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico.

Con este informe final de investigación se da cumplimiento al “Reglamento de la Gestión Académico Administrativa de la Universidad de El Salvador”, en sus tres etapas básicas:

La primera etapa, la planificación de la investigación y el diagnóstico inicial, realizado a través de vistas de campo al municipio de Metapán, Santa Ana, y el acercamiento con los habitantes y comerciantes locales dentro del sector turismo, donde se enmarcó el proyecto, así como la construcción del marco teórico o antecedentes de la investigación. Ambos documentos se incluyen en la primera parte de este informe. El plan de investigación brinda

las orientaciones de cómo abordar el elaborar el proceso investigativo de acuerdo a los principios del método cualitativo inductivo. Además se describen aspectos valorativos del municipio para dar paso al estudio concreto del sujeto de estudio.

La segunda etapa, corresponde a la ejecución de la investigación consistente en la construcción del objeto de estudio, desarrollando trabajo de campo, con el uso de técnicas e instrumentos consistentes en fichas anecdóticas, entrevistas de campo, ficha fotográfica entre otras herramientas que facilitaron su ejecución a partir de lo cual se elaboró este informe final de la investigación.

La tercera parte, exposición y defensa de informe final, consistente en la presentación del producto o resultado de la investigación, así como socialización ante docentes, invitados y tribunal calificador.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Elaborar un estudio técnico que conlleve al diseño y construcción de un manual de imagen gráfica para la ruta turística “Tour de la Pesca” en el municipio de Metapán, Santa Ana, para impulsar su visualización y posicionamiento en la zona y conseguir un desarrollo y promoción en función de la oferta turística nacional.

Objetivos Específicos:

- Investigar la historia del municipio para entender los elementos que caracterizan a la zona y así crear una identidad propia para ser aplicada en el estudio técnico.
- Elaborar un diagnóstico que permita entender la situación actual de la ruta turística para determinar los elementos gráficos necesarios para el análisis del objeto de estudio.
- Documentar adecuadamente el proceso para generar un modo de trabajo uniforme que sirva como base para futuros proyectos de impulso turístico.
- Establecer un diseño de imagen que permita desarrollar un plan de acción apropiado para alcanzar las metas del turismo de la zona.
- Crear un Manual de Imagen que pueda aplicarse a otros sitios y posiblemente a otros sectores comerciales de la zona y demás lugares que lo requieran.

1. ANTECEDENTES Y GENERALIDADES DEL DISEÑO GRÁFICO

Existen incontables maneras de ofrecer una definición; de entre todas, podemos decir que el diseño gráfico como una actividad interdisciplinar, dirigida a la resolución de problemas que combina sensibilidad visual con habilidad y conocimiento principalmente en las áreas de comunicación, tecnología y negocios. Los profesionales del diseño gráfico se especializan en la estructuración y la organización de la información visual con vistas a optimizar la comunicación en sus múltiples manifestaciones y contextos diversos. (Chilvers, 1995)

1.1 DISEÑO GRÁFICO, ORÍGENES

El arte y la necesidad de comunicar son dos términos que han ido siempre de la mano. En función de ello, y adaptándose al contenido y materia de lo que se desea transmitir, la creación de imágenes y símbolos ha alterado la manera como percibimos el mundo. El término Diseño Gráfico surge modernamente cuando en 1919, en la ciudad de Weimar, Alemania se fundó la **BAUHAUS** (casa de la construcción en idioma alemán, imagen 1-1) por iniciativa del arquitecto y diseñador **Walter Gropius** (Santos, 2012).

Puede que existan antecedentes previos a esta fecha, pero se acepta que lo que actualmente se denomina Diseño Gráfico, tuvo un importante repunte durante el periodo recién citado. La Bauhaus sentó las bases normativas y patrones de lo que hoy conocemos como diseño industrial y gráfico; puede decirse que antes de la existencia de la Bauhaus estas dos profesiones no existían como tales y fueron concebidas dentro de esta escuela. Su gran mérito recae sin duda en que esta escuela estableció los fundamentos académicos sobre los cuales se basaría en gran medida una de las tendencias más predominantes de la nueva Arquitectura Moderna, incorporando una nueva estética que abarcaría todos los ámbitos de la vida diaria. Dada su importancia, las obras de la Bauhaus en *Weimar y Dessau* fueron declaradas como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1996. (UNESCO, 1996)

Desde luego, la historia del ser humano recoge varios episodios que de alguna manera estuvieron influenciados por el diseño y específicamente por la imprenta, que en muchos aspectos (el político notablemente) marcaron el rumbo de las sociedades modernas.

Uno de estos episodios refiere a la ciudad de París, Francia, durante el proceso de revolución que sirvió para definir la nueva sociedad durante los convulsionados acontecimientos en un periodo conocido como *La Ilustración*. Igualmente, un acontecimiento relevante fue la Revolución Industrial, la cual impulsó el desarrollo del comercio. En lo que compete directamente al diseño gráfico, *Rowland Hill* crea el sello de correos, se asume la técnica del grabado calcográfico como unidad estilística propia y aparece el billete con el uso del papel moneda (Wolmer, 1932). La publicidad directa empieza a perfilarse como estrategia e instrumento propagador y embellecedor, así surge otro elemento innovador: el uso de la figura femenina como elemento simbólico de atracción.



Imagen 1-1: Fachada actual del edificio de la "BAUHAUS", Weimar, Alemania (2005). Fuente: Bauhaus Archive.

Estos dos ejemplos nos hacen comprender que el Diseño Gráfico, aun en su forma primigenia, tenía como propósito bien definido comunicar ideas y mostrar aquello que

muchas veces no era permitido hablar normalmente. Sin caer en error de relacionar esta profesión artística con un fin necesariamente político, encontramos que el empleo de la tipografía, la fotografía y la ilustración, combinadas de manera apropiada, son capaces de generar un discurso que ha servido para potenciar a las grandes culturas humanas y que ahora en día, con la tecnología y los avances modernos, no ha hecho sino potenciarse y volverse esencial en nuestra sociedad.

1.1.2 DISEÑO GRÁFICO COMO ELEMENTO DE COMUNICACIÓN

Las sociedades modernas están en constante cambio. Y este cambio no podría ser posible sin el diseño gráfico como carburante de las estrategias y la manera como estas modifican el pensamiento. El perfeccionamiento de la publicidad (forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio) trajo consigo un desarrollo en paralelo del diseño gráfico y los medios de comunicación como vía de consumo entre los comerciantes y la población en general.

Las primeras formas comunicativas fueron mediante elementos visuales. Antes de que se desarrollaran capacidades de expresión mediante el lenguaje hablado, los hombres utilizaron su cuerpo para comunicar a los demás: estados de ánimo, deseos e inquietudes a través de ademanes expresiones y signos, que con el tiempo adquirieron la condición de "lenguaje", al convertirse en modelos de comunicación.

En algún momento se volvió necesario no simplemente comunicar una idea, sino transmitir la necesidad de consumir un producto y como éste insumo podría mejorar las condiciones de algún sector de la sociedad. Así, la publicidad, a través del diseño gráfico como vehículo, tuvo que adaptarse a muchos cambios e incluso apelar a nuevos argumentos como la psicología para generar una necesidad de consumo, por medio de un mensaje conciso, enmarcado en un elaborado diseño que fue capaz de llegar a un público mucho más extenso. Según la opinión de algunos investigadores, el cómo se trasmitía el

mensaje llegó a superar al contenido mismo y la importancia de lo que se deseaba transmitir.

Desde que existen productos que comercializar ha existido la necesidad de comunicar su existencia; la forma más común de publicidad era la expresión oral. De este planteamiento, surge la idea que situar al diseño gráfico como elemento vital de la comunicación moderna.

Está claro que uno de los principales objetivos de la publicidad es crear demanda o modificar las tendencias de demanda de un producto, bien o servicio. Entendiendo que la comercialización busca identificar el mercado apropiado para cada producto, la publicidad es la comunicación por la cual la información sobre el producto es transmitida a estos individuos (público objetivo). Los anuncios intentan generalmente encontrar una propuesta única de venta (USP, del inglés *Unique Selling Proposition*) de cualquier producto y comunicarla al usuario. Esto puede tomar la forma de una característica única del producto o de una ventaja percibida. Frente a la competencia creciente dentro del mercado, debido a los crecientes de sustitutivos, cada vez se produce más creación de marca en publicidad. Ésta consiste en comunicar las cualidades que dan una cierta personalidad o reputación a una marca de fábrica, es decir, un valor de marca que la hace diferente a las de su competencia y su objetivo central es vender productos para obtener grandes ganancias.

En todo esto, el diseño gráfico viene a ser, como lo ha venido siendo desde otras épocas, el elemento que permite la creación de campañas publicitarias y diversos elementos específicos. Así, las artes gráficas se emplean actualmente como un medio de difusión publicitaria. Siendo las artes gráficas un importante medio de difusión publicitaria por medio de carteles, envases, cajas, logos e imágenes que no solo se encuentran en el mundo físico sino virtualmente en el Internet y básicamente en cualquier lugar para el que dirigimos nuestra mirada. Hoy en día es fundamental manejar la publicidad en el mundo por la competencia que existe en este, puesto que las nuevas tecnologías requieren de más

y mejores personas que trabajen en este medio incitando la perfección para posicionar una marca, un logo, un partido político o una ideología, de esta forma las artes gráficas cumplen un excelente papel en el mundo de la publicidad.

1.1.3 EL DISEÑO GRÁFICO EN EL SALVADOR

Para lograr un entendimiento adecuado del lugar que ocupa el diseño gráfico en El Salvador, es necesario salir un poco de las fronteras y ubicarlo primero en el contexto de Latinoamérica y su historia en general.

Como punto de partida, tomamos como referente a Colombia, que es uno de los países con mayor tradición histórica en el campo de las artes gráficas, la obra impresa más antigua del país data del siglo XVII. La figura colombiana más relevante es David Consuegra (nacido en 1939), quien fundó un grupo en la Universidad de Bogotá brindando su experiencia y talento. Otros representantes del diseño en Colombia son Marta Granados, Antonio Grass y Dicken Castro (Ortiz, 2016)

Continuando con Suramérica, tenemos el caso de Perú. El verdadero pionero del diseño gráfico moderno es Claude Dieterich (nacido en 1930), quien después de trabajar en París en diversas agencias de publicidad y en el diseño de revistas, se establece en Lima implementando las influencias europeas en el diseño gráfico contemporáneo de América Latina.

El primer periódico editado en Venezuela en 1808 (Ávila, 1941), marca los orígenes de la imprenta en este país, y la iniciativa de mejorar el diseño de los sellos de la Administración de Correos se debió a un grupo de diseñadores y artistas venezolanos en la que mejoró notablemente la calidad del diseño venezolano. Cabe destacar a Gerd Leufert quien se estableció en Caracas y fue autor de 26 sellos para la Administración de Correos y es calificado como el padre del diseño gráfico venezolano. Y M.F. Nedo es el segundo

pionero moderno del diseño venezolano quien inició su larga e intensa colaboración con Gerd Leufert en la agencia de publicidad McCann Erickson (Imagen 1-2).



Imagen 1-2: Slogan de la compañía McCann Erikson.
Fuente: www.mccann.com

En México se establece la tipografía en 1539, (Gravier, 2015) fray Juan de Zumárraga es el autor del primer libro impreso en América, casi doscientos años antes de la famosa Biblia de Gutemberg de América Latina impresa en Argentina. Durante el siglo XVIII se ocuparon básicamente de reproducir imagería religiosa, poco después, la litografía se ocupó también de esos menesteres añadiendo sátiras de costumbres y caricaturas políticas en periódicos similares a los europeos.

Aterrizando ya en El Salvador, es importante mencionar que la evolución de las artes gráficas asociadas con la publicidad pero no únicamente se ha limitado a este aspecto. Al igual que en Latinoamérica, nuestro país se ha servido del Diseño Gráfico para colocar su identidad en gran cantidad de elementos, desde los billetes, la filatelia, las publicaciones oficiales y las editoriales de características periodísticas como las de carácter literario. La calidad ha estado en constante cambio y se ha visto afectado por la tecnología y los medio impresos y de difusión en general (Colorado, 2014).

Los sucesos que han marcado la historia de El Salvador están, de alguna manera, retratados en la historia de la gráfica. El valor estético y la manera de distribuir estas ideas se han visto afectadas, como se mencionó antes, por las posibilidades y los materiales que se han empleado en la historia.

En la actualidad no se puede negar el peso que posee el diseño gráfico en cualquier empresa que busque colocar su producto o servicio. Aunque los estándares modernos dicten que cualquier empresa debe tener un departamento de diseño o publicidad para generar contenido propio, lo cierto es que ahora en día muchas empresas están afiliadas a una empresa de publicidad que se encarga de gestionar el marketing y la imagen de éstas.

Un ejemplo de ello, es el departamento de publicidad que posee la cadena de tiendas **ALMACENES SIMÁN** (Toruño, 2005), que desde el surgimiento del auge de la publicidad ha contado con un equipo propio para hacer frente al grande y variado volumen de necesidades publicitarias.

Hablando ya de empresas dedicadas a la publicidad, citamos el caso de **GRAFICOLOR** (Toruño, 2005), fundada en San Salvador en el año 1995. Esta compañía se ha encargado fundamentalmente de la emisión de impresos tales como: afiches, libros, brochures, calendarios, catálogos y revistas. Y de manera relevante, también abarca servicios de offset y serigrafía.

En 1997, nace la empresa **NEW GRAFIC** (Toruño, 2005), dirigida principalmente al rubro de diseño, pre-prensa y fotomecánica. Al igual que el caso anterior, la distribución de material impreso ha sido la principal razón de ser. Sus servicios se han expandido y modernizado a partir del año 2002.

En el año 1996, surge como competencia en el mercado de las artes gráficas, la empresa **ASA POSTERS** (imagen 1-3). Esta organización es de las pioneras en ostentar una cartera de clientes diversos y que se dedican a ofrecer servicios de publicidad a otras compañías nacionales y del área de Centro América. La especialidad de ellos, son las vallas publicitarias (Toruño, 2005).



Imagen 1-3: ASA POSTERS, El Salvador.
Fuente: www.asacolors.com

Finalmente, es necesario citar a la agencia **ANUNCIE PUBLICIDAD** la cual opera desde hace más de 45 años y es sin duda uno de los referentes en el campo. Dentro de su historial también se cuenta la característica de subcontratar otras empresas para ofrecer sus servicios y de igual manera, ofrecer sus artes a diversas empresas y medios de comunicación. Esta compañía, ha sufrido una marcada evolución, desde los medios tradicionales impresos hasta la inclusión de medios computarizados de edición gráfica (Toruño, 2005).

Existen muchos más ejemplos, pero con los anteriores, citamos los precedentes más importantes de la historia de El Salvador. A diario más profesionales, autodidactas y formados en instituciones, toman un papel cada vez más relevante en el medio publicitario. Actualmente, existe una buena oferta académica de algunas universidades e instituciones privadas que se encargan de formar más diseñadores gráficos.

En una sociedad en constante cambio y con la necesidad de adaptarse a todos las permutaciones generacionales. El Salvador, aunque no posee una historia extensa y muchos sentidos es una sociedad joven y ciertamente atrasada en aspectos tecnológicos y de pensamiento. Para tener un mejor entendimiento del ámbito publicitario y evolución es necesario girar la vista a su capital, San Salvador, para entender este fenómeno y como las nuevas tendencias de a poco van instalándose en la cotidianidad moderna.

1.1.4 EL DISEÑO Y LA RELACIÓN CON LA IMAGEN GRÁFICA

La significación de Imagen Gráfica se puede establecer como la representación a través de imágenes, fotografías e ilustraciones que sirven para describir la idea visual de un concepto. La idea es incorporar conceptos, comportamientos o procesos, con el fin de actuar como "ganchos visuales" que, a partir de la disposición coherente de elementos, ayudan a hacer más comprensivo el mensaje, permitiendo centrar la atención, evocar el tema, crear rutas de interacción para la búsqueda de información, sugerir conceptos e ideas asociadas, y claves para facilitar la comprensión y el análisis de la información, así como su retención y evocación a más largo plazo (Vilardi, 2016).

La representación puede lograrse mediante gráficos estadísticos o planos técnicos, si se trata de datos cuantitativos. En el caso de ideas y conceptos no cuantificables, se pueden mostrar las relaciones entre conceptos mediante esquemas y estructuras apropiadas, y elaborar un diseño gráfico que comunique el mensaje al receptor de una manera efectiva. La imagen visual debe cumplir con las funciones básicas: atraer la atención, mantener la atención, transmitir información, y hacer que la información se recuerde.

Desde tiempos lejanos la necesidad de comunicarse ha hecho que surjan estas preguntas: ¿Quién soy? ¿Quiénes necesitan saberlo? ¿Por qué necesitan saberlo? ¿Cómo van a saber de mí? ¿Cómo quiero que reaccionen?

Individuos, comunidades y organizaciones expresan su individualidad a través de su identidad. Desde las pinturas en cavernas hasta un mensaje digital vía satélite, la humanidad continúa creando una infinita paleta sensorial de expresiones visuales y escritas. La humanidad siempre ha usado símbolos para expresar ferocidad, orgullo, lealtad, propiedad, etc.

Quién soy, quiénes necesitan saberlo, por qué necesitan saberlo, cómo van a saber de mí, cómo quiero que reaccionen. Eso es identidad.

Mientras que la marca le habla a la mente y al corazón de los consumidores, la imagen gráfica de identidad es tangible y apela a los sentidos (Klein, 1999).

Para poder establecer los códigos que comparten el diseño gráfico y el diseño de imagen se abordan brevemente las particularidades y el campo de acción de cada uno. En el diseño gráfico el color se aplica considerando la teoría y psicología del mismo para proyectar el concepto y darle sentido a la propuesta gráfica ya sea bidimensional o tridimensional. Además se toma en cuenta si el diseño será impreso o en formato digital para elegir el sistema de color adecuado.

La imagen gráfica de identidad es la expresión visual y verbal de una marca y engloba cuatro conceptos importantes: expresar, comunicar, sintetizar, visualizar un producto (Klein, 1999).

Existen diferentes tipos de imagen gráfica, regularmente se utiliza "logo" de manera genérica para nombrar a una amplia gama de palabras que se refieren a conceptos totalmente diferentes. Nuestro idioma es tan vasto que designó nombres específicos que vale la pena revisar para que consideremos hacer uso de ellos de forma más apropiada.

Casi cualquier cosa que merezca ser recordada, o identificada, tiene un elemento visual que respalda la memoria de las actividades que representa. En el caso que nos compete, la ciudad de Metapán, ofrece varios elementos a tomar en cuenta para elaborar una imagen que permita identificar el caso de estudio seleccionado. Los aspectos a considerar incluyen, la cultura, la identidad histórica y los colores que involucran el recorrido turístico a tratar.

Encontrar estos detalles que darán vida a este proyecto, es la tarea que se desarrollará durante la investigación que sigue. Y para ello, es necesario ahondar en los temas más puntuales de la ciudad y sus componentes históricos y culturales. Todo esto en concordancia con las personas que habitan el lugar y lo que ellos consideren esencial para su identificación.

1.2 GENERALIDADES E HISTORIA DE METAPÁN

Entender los elementos que componen la identidad cultural de un lugar permite acercarse a la idea de lo que este sitio quiere transmitir verdaderamente. Para poder poner en imágenes esta idea, es preciso tener en cuenta dichos elementos que comprenden la tradición histórica. Más que el presente y los progresos tecnológicos y humanos, lo que verdaderamente habla de una ciudad son los fundamentos del pasado y la cultura que los sustenta. Esta es la historia de la ciudad de Santiago de Metapán.

1.2.1 LÍNEA DE TIEMPO DE LA CIUDAD DE METAPÁN

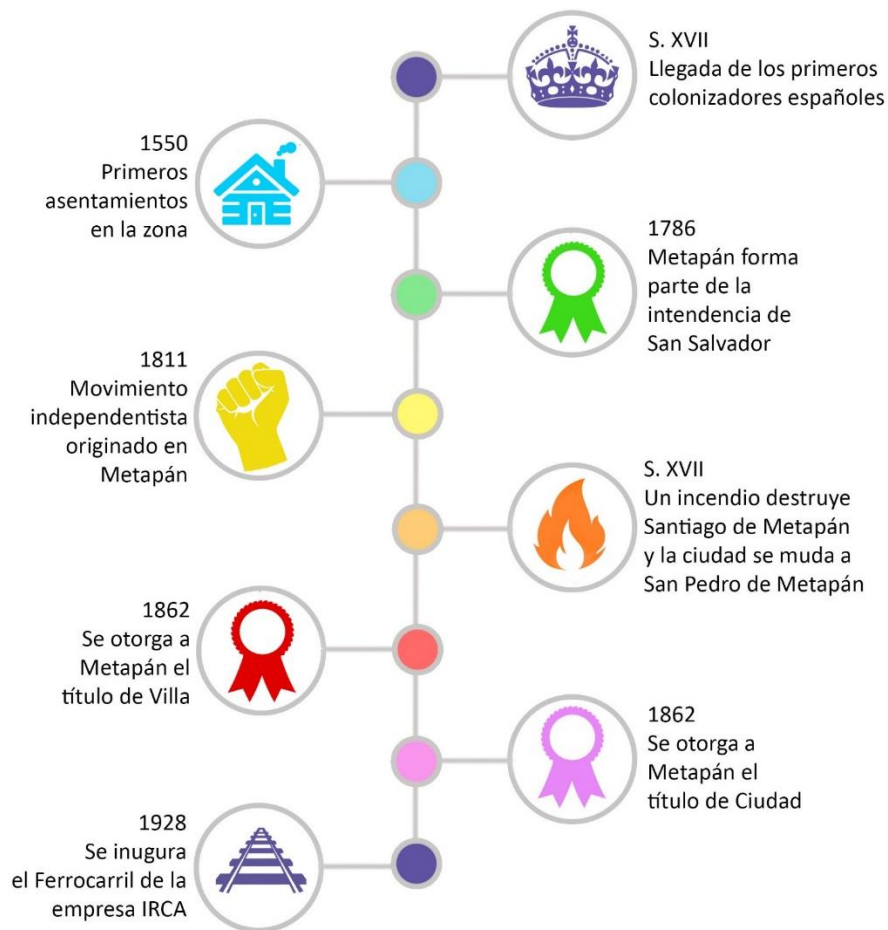


Imagen 1-4: Cronología de los eventos más sobresalientes del desarrollo de Metapán. Diseño: Investigación. Fuente: www.mipueblosugente.com (2017)

1.2.2 HISTORIA Y GENERALIDADES

A la vera del río "San José" se extendía un poblado que ya entonces, antes de la llegada de los españoles en la época colonial, era muy conocido en la región. Probablemente nunca se llegue a saber el verdadero nombre de este lugar, pero ahora se conoce como Metapán, o "Río de Maguey" en Náhuat. Los habitantes originales, Maya-Chortís, desarrollaron su vida al pie del "Cerro Brujo" y el "Lago de Güija" en coexistencia con los Pipiles de la zona occidental de Cuscatlán (Casa de la Cultura, 1994).

Metapán es una antigua población precolombina situada en el núcleo del territorio habitado desde tiempos remotos por tribus Maya-Chortís, tribus que a partir del siglo XIII fueron fuertemente influenciadas por los Yaquis o Pipiles. Cuando aconteció la llegada de los españoles en la temprana mitad del siglo XVI en Metapán, Angue, Ostúa y otros pueblos comprendidos entre el cerro Brujo y el lago de Güija corrían el dialecto "alajuilak", mezcla de los idiomas Chorti y náhuat. Se desconoce el nombre Chorti de esta población, más el que aún conserva, de origen francamente náhuat, proviene de "met", [maguey], y "apan", [río]. De tal suerte, que Metapán significa "río del maguey". *En un informe municipal de Metapán, de 4 de diciembre de 1858*, se lanza la peregrina y festinada etimología de que "Metapán quiere decir, metales tapados", lo cual no pasa de ser una puerilidad o una tornadura de pelo para los incautos. En efecto, Metapán vendría meta, metales, y tapan, tapados, ocultos. En 1550 en los pueblos gemelos de San Pedro y Santiago Metapán había una población de 1,000 habitantes poco más o menos (MOP, 2008).

Los Chortis son un pueblo indígena, de los que todavía se conservan remanentes, pertenecientes a la región de Guatemala y Honduras, y descendientes de la civilización maya cuyo centro cultural y político se situaba en Copán. En la actualidad hay aproximadamente 60,000 chortís, alrededor de 52,000 en el departamento de Chiquimula, Guatemala, y 8,000 en los departamentos de Copán, Ocotepeque, Cortés y

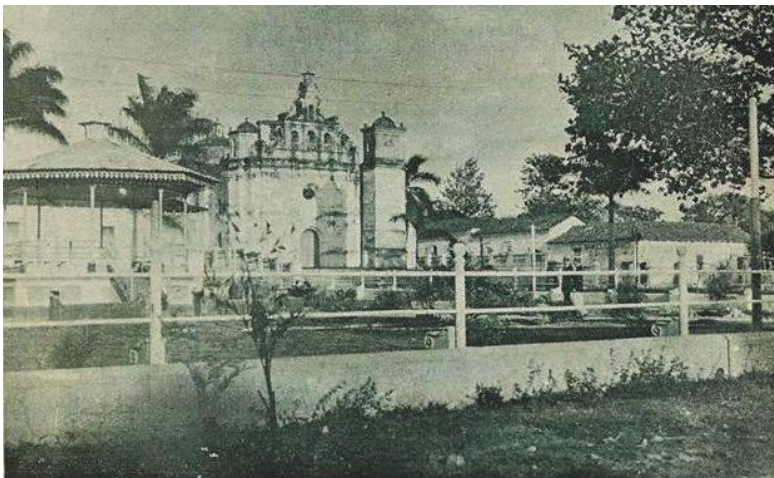


Imagen 1-5: Vista del Parque Central de Metapán (1927)
Fuente: Archivo LPG

Santa Bárbara en el noroeste de Honduras. El idioma chortí, es hablado por la mayoría de los chortís de Guatemala, mientras que es poco hablado en Honduras. Los mayas Chortis fundaron en la época prehispánica dos pueblos gemelos, que durante la colonia los españoles llamaron Santiago Metapán y San Pedro Metapán. Durante el siglo XVII el pueblo de Santiago Metapán fue destruido, sus habitantes se trasladaron a San Pedro Metapán.

Para principios del siglo XVI los chortís se organizaban en una confederación conocida como reino o señorío Payaquí. Durante la conquista española fueron liderados por CopánGalel quien presentó resistencia en la actual Copán Ruinas en Honduras y posteriormente en Citalá, El Salvador, siendo en esta última derrotada con lo cual aceptó la rendición y el catolicismo.

Durante la colonia Metapán perteneció a la Alcaldía Mayor de San Salvador, posteriormente en 1786 fue sede del distrito o partido de Metapán de la Intendencia de San Salvador. En 1811 ocurrió un movimiento independentista en la ciudad.

El poblado de Metapán fue uno de los cuatro que en la Intendencia de San Salvador secundó el heroico Primer Grito de Independencia dado en la ciudad de San Salvador el 5 de Noviembre de 1811, por el Benemérito Padre de la Patria Centroamericana, presbítero

y doctor don José Matías Delgado. En efecto, los días 24, 25 Y26 de noviembre de 1811 los metapanecos se lanzaron contra la dominación tres veces secular de España, acaudillados por el alcalde indio Andrés Flores, Lucas Flores, José Galdámez Miranda, Severino Posada, Marcelo Zepeda, el negro José Agustín Alvarado, Leandro Fajardo y María Madrid, quienes fueron instigados y dirigidos por los españoles criollos Juan de Dios Mayorga, Juan José Escobar y Antonio Hernández. A los amotinados indios y ladinos se unieron las mujeres metapanecas, quienes decían a los timoratos: "Si no tenéis calzones, aquí tenéis nuestras naguas". La insurrección cundió por todo el pueblo, y los amotinados exigieron la supresión de los impuestos de alcabala, tabaco, aguardiente y el llamado " fondo de reserva". Los insurrectos amenazaron con la muerte a los españoles monarquistas o chapetones y apedrearon las casas que ocupaban las fábricas de aguardiente. Asimismo fue apedreada la casa del alcalde español don Jorge Guillén de Ubico, a quien depusieron enseguida, entregando incontinenti a don José Antonio Hernández la vara edilicia, símbolo de autoridad. Otros de los amotinados fueron a las cárceles públicas y pusieron en libertad a los reos. A raíz de este movimiento insurreccional los próceres metapanecos, y señaladamente don Juan de Dios Mayorga, sufrieron graves consecuencias: un largo proceso y la condena consiguiente (Mi pueblo y su gente, 2012).

1.2.3 SIGLO XVI PRIMERA ETAPA

En la segunda mitad del siglo XVII ocurrió la destrucción del pueblo de Santiago Metapán. "Del pueblo de Santiago (o Chiantiago) -dice el informe municipal aludido- no quedan más que las ruinas; su último cura párroco don Bernardo de Avilés y coadjutor don Fernando Cobo de Vargas, fueron los que verificaron la traslación a esta Villa (de Metapán) en el mes de agosto de 1683; ochenta familias eran las únicas que componían esta población". Estas ochenta familias, con un total aproximado de 400 personas, abandonaron sus casas y templos y fueron a radicarse al pueblo de San Pedro Metapán.



Imagen 1-5: Foto de Archivo, calles de Metapán. Sin fecha. Periódico Digital, "El Calero". www.metapan.com.sv

En 1740, según el alcalde mayor de San Salvador don Manuel de Gálvez Corral, "*a veinticinco leguas de la capital se hallan dos pueblos nombrados Santiago y San Pedro 'Metapas', contiguos, y en ambos sesenta y ocho indios (tributarios, unas 390 almas) y doscientos mulatos soldados*", en la jurisdicción de los cuales "había "dos minas de metal de fierro, que sirven a los ingenios de fierro, y se hallan las dichas minas a corta distancia de estos pueblos" (Ramos, 2006) El informe municipal Metapaneco, elaborado por el Fondo de Inversión Social y Desarrollo Local (FISDL), continúa así: "En 1763; esto es, a los veinte años de concluido (el templo), hubo un incendio en que se ardió toda la población, y solamente salvaron de las llamas el templo y la casa de Doña Juana Chávez. El mismo padre Cura (don Francisco Javier) Estrada fue víctima de esta catástrofe, y en su testamento, sobre haber contribuido con la suma de 20,000 pesos para la construcción del templo y perdido tanta plata labrada en el incendio, pues la que se fundió formó una corriente que salió hasta la calle inmediata a la casa parroquial, las alhajas de este metal que dejó a beneficio de sus herederos fue preciso pesarlas a romana". ¡Tal era la fortuna del señor cura! En 1770 Metapán era cabecera del curato de su misma denominación y según refiere el arzobispo don Pedro Cortés y Larraz no tenía pueblos anejos esta parroquia, pero sí muchas haciendas y valles poblados. La población estaba étnicamente distribuida así en el pueblo de Metapán: 15 familias de indios con 41 personas y 86 familias de ladinos con 86 personas. Total: 101 familias con 127 almas. "El pueblo de Metapán -dice monseñor-, que está sitiado en una

llanura hermosísima, muy frondosa y fructífera, aunque a la frente de seis cordilleras de montañas unas sobre otras, y ya las primeras son muy empinadas", ocupaba, agrega, "como una legua de llanura por cualquier diámetro". El curato de Metapán estaba a cargo del presbítero Diego López, de quien dice Su Señoría Ilustrísima que "tiene talento, ha estudiado, pero (de) opiniones relajadas que mejor sería no las tuviera. Es hombre satisfecho y vano", y se auxiliaba del coadjutor presbítero Miguel Portillo, "que parece hombre de poquísimo talento y estudio", pues "apenas sabe leer latín muy mal". Había, además, otros dos eclesiásticos: Pedro Saravia y Pascual Ruiz, este último "tonto en extremo, sin licencias algunas, ni aun de decir misa". El sacerdote señor López dijo a monseñor que "todos los indios que han habitado este terreno, se han muerto unos a otros con hechizos, de que ha resultado tal destrucción, que al presente están reducidos a tres, o cuatro tributarios naturales de este pueblo, los cuales con algunos forasteros agrupados, concurren sin repugnancia a la Iglesia". También dijo el cura Metapán que "no hay medio, ni halla capacidad, para que se establezca escuela de niños", y que "este miserable territorio se compone de gente vagabunda y que por lo general todos se ejercitan, así en los valles, como en el pueblo, en juegos y diversiones agrestes, y de pública voz y fama el vicio de hurtar está en este país muy arraigado". Al crearse la Intendencia de San Salvador el año de 1786 el pueblo de Metapán vino a ser cabecera de uno de los quince partidos en que aquella fue dividida: cabecera del partido de Metapán. El 21 de noviembre de 1803 se hizo cargo de la parroquia de Metapán el presbítero Manuel José Escobar. En junio 1805 se hizo cargo de la Intendencia de San Salvador don Antonio Gutiérrez y Ulloa, quien dictó una oportuna providencia a favor del pueblo de Metapán: *que todas las casas de la población fueran techadas con teja para evitar una nueva desgracia*. El 25 de octubre de 1807 los metapanecos acabaron de renovar y pintar su hermosa iglesia parroquial. En 1807, según el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, el partido de Metapán se componía de 2 pueblos, 9 valles y 55 haciendas con una población total de 4,103 habitantes étnicamente repartidos así: 2,160 ladinos, 1,581 españoles y 462 indígenas. "Goza. -dice Gutiérrez y Ulloa- de temperamento benigno, pero algo vario por la desigualdad de las lluvias, sin poderse atribuir las calenturas intermitentes y erupciones venéreas que padecen

en las Estaciones indistintamente a otras causas que a los desarreglos generales del país, y a las clases de laboreos de sus campos, con particularidad en los beneficios de Minas de hierro de que abunda, cuyo metal comercian, como asimismo el añil, arroz y azúcar, colectando con regularidad para su consumo interior, trigo, frijol, plátanos, raíces y esquilmos". Gobernado el partido de Metapán por dos alcaldes con jurisdicción civil, ordinaria, se le nombró por primera vez teniente de la Real Hacienda el 27 de enero de 1810, nombramiento que interinamente recayó en don Juan Menéndez. Además. De este cargo, había en el partido encargado o comisionado para las rentas de correos, tabaco y aguardiente. En 1810 se fundió la hermosa campana, llamada "Campana del Socorro", cuyo tañido argentino tiene mucha fama en toda la comarca.

1.2.4 SIGLO XIX SEGUNDA ETAPA

El distrito de Metapán quedó incluido el 12 de junio de 1824 en el área del departamento de San Salvador. El 29 de marzo de 1833 esta villa fue ocupada por el general Francisco Morazán, quien pernoctó allí. El día siguiente la evacuó rumbo a Mita. Del 13 de mayo al 21 de octubre de 1833 el distrito de Metapán formó parte del efímero departamento de Tejutla, volviendo después de esta última fecha a su antigua jurisdicción departamental. Por Ley de 22 de mayo de 1835 el distrito de Metapán se segregó del departamento de San Salvador y se incorporó en el de Sonsonate.

Durante la progresiva y liberal administración del ínclito capitán general don Gerardo Barrios y por Acuerdo Legislativo de 11 de febrero de 1862 se otorgó el título de ciudad a la villa de Metapán. El 12 de abril de 1863 fuerzas guatemaltecas, a las órdenes del oscuro oficial Roberto Montero, invadieron y saquearon la ciudad de Metapán. Después de incendiar los archivos municipales y los de la administración de rentas se retiraron a Jutiapa. En 1890, según el geógrafo don Guillermo Dawson, Metapán contaba "con 13,860 habitantes, incluyendo toda su comprensión municipal". Por Decreto Legislativo de 10 de abril de 1894 el municipio de Metapán perdió a favor del de Nueva Concepción, en el departamento de Chalatenango, los cantones de Guachipilín, Apanta y Matazano. Esta

disposición duró poco tiempo, de tal suerte que los expresados cantones retornaron a su antigua jurisdicción. Por Decreto Legislativo de 29 de abril de 1925 los cantones Camulián y Las Pavas se segregaron del municipio de Citalá del departamento de Chalatenango y se incorporaron al municipio de Metapán del Departamento de Santa Ana. Metapán ha ganado mucho con la inauguración en 1928 del ferrocarril internacional (IRCA).

El distrito de Metapán quedó incluido el 12 de junio de 1824 en el área del departamento de San Salvador. El 29 de marzo de 1833 esta villa fue ocupada por el general Francisco Morazán, quien pernoctó allí. El día siguiente la evacuó rumbo a Mita. Del 13 de mayo al 21 de octubre de 1833 el distrito de Metapán formó parte del efímero departamento de Tejutla, volviendo después de esta última fecha a su antigua jurisdicción departamental. Por Ley de 22 de mayo de 1835 el distrito de Metapán se segregó del departamento de San Salvador y se incorporó en el de Sonsonate.

Por Acuerdo Ejecutivo de 19 de febrero de 1845 y contra la voluntad de los vecinos del valle de Montenegro, este poblado fue segregado de la jurisdicción de Metapán y anexado a la del pueblo de Citalá. Oídas las reiteradas protestas de los vecinos de ese valle, por Acuerdo Legislativo de 7 de marzo de 1846 se ordenó que el valle de Montenegro quedaba reincorporado en la jurisdicción de la villa de Metapán.

Durante la progresiva y liberal administración del ínclito capitán general don Gerardo Barrios y por Acuerdo Legislativo de 11 de febrero de 1862 se otorgó el título de ciudad a la villa de Metapán. El 12 de abril de 1863 fuerzas guatemaltecas, a las órdenes del oscuro oficial Roberto Montero, invadieron y saquearon la ciudad de Metapán. Después de incendiar los archivos municipales y los de la administración de rentas se retiraron a Jutiapa.

Actualmente Metapán es una ciudad con alto desarrollo comercial, debido a sus minas de piedra caliza utilizadas para preparar cemento, a su límite con la frontera guatemalteca y a ser una de las ciudades con alto componente industrial; posee una zona moderna y su centro histórico, donde posee casas de estilo colonial, con bellos relieves en

sus paredes, techos y amplios patios; al centro de la ciudad una bonita plaza rodeada por la Alcaldía Municipal, el local destinado al estadio Jorge el "calero" Suárez y su imponente Iglesia colonial de San Pedro Apóstol, que data de 1743, celebran sus fiestas patronales en honor a su mismo patrono del 20 al 29 de junio (Metapán, 2015).

1.2.5 DATOS GEOGRÁFICOS

En Metapán se concentran las mayores altitudes de la región, en torno al macizo de Montecristo ubicado al norte del municipio. Los cerros mayores de 2,000 msnm son: Montecristo (2,418m), Miramundo (2,384m), La Peñona (2,268m), El Brujo (2,140m) y El Seitillal (2,088m). Todos los cerros mayores a 1,000 msnm se ubican en la zona oriental del municipio, y los cerros menores de 1,000 msnm se distribuyen en las demás zonas del municipio especialmente al sur y el norte. Dentro del municipio de Metapán se ubican los cuerpos de agua existentes en la región como son el Lago de Güija, la Laguna de Metapán y otras lagunetas menores. Además dada la dimensión del municipio, también inciden en él varios ríos principales que conforman la red hídrica de la región, entre ellos el río Lempa que demarca el límite municipal con los municipios de La Palma y Santa Rosa Guachipilín. Otros ríos destacados dentro del municipio son: los ríos Angue, Ostúa y Guajoyo afluentes del Lago de Güija; el río Chimalapa, con su afluente San José, que desemboca en la Laguna de Metapán; el río Tahuilapa (con sus afluentes El Rosario y San Miguel Ingenio) que desemboca en el río Lempa.

Metapán pertenece al departamento de Santa Ana. Obtuvo el título de ciudad por decreto legislativo el 11 de Febrero de 1862.

Atendiendo la toponimia, la ciudad lleva el nombre que significa "río del maguey". En un informe municipal de Metapán, de 4 de diciembre de 1858, se lanza la peregrina y festinada etimología de que "Metapán quiere decir, metales tapados", lo cual no pasa de ser una puerilidad o una tornadura de pelo para los incautos. En efecto, Metapán vendría meta, metales, y tapan, tapados, ocultos.

Esta región cuenta con una gran cantidad de fauna silvestre representada por diversas especies de mamíferos, aves y reptiles, insectos y peces. La flora del municipio está constituida por bosques secos tropicales y la convergencia de los ríos Lempa y Guajoyo, cerca del Lago de Güija. Se encuentra además en la región boques húmedos subtropicales en las partes montañosas y un clima fresco en la zona central. Entre ellos sobresale el bosque nebuloso de Montecristo con una elevación máxima de 2418 msnm, el bosque trinacional llamado "Trifinio", compartido por los países de El Salvador, Guatemala y Honduras a los cuales puede accederse visualmente desde su cúspide, así como también puede mencionarse el bosque seco de San Diego.

Metapán es un municipio con una población de 70,000 habitantes, distribuidos en 27,000 habitantes urbanos y 43,000 rurales aproximadamente, según datos regionales correspondientes al año 2009. La extensión territorial es de 668.36 km² distribuidos en 3.36 km² urbanos y 665.36 kms² en el área rural. Cuenta con 227 caseríos.

Metapán se divide en su zona urbana en los Barrios El Calvario, El Centro, Las Flores y San Pedro; en su zona rural cuenta con cantones y caseríos entre los que destacan:

Aldea Zapote, Belén Guijat, El Desague, El Tablón, La C.E.L. Guajoyo, Cuyuiscat, El Brujo, Anguiatu, El Ingenio, El Limo, Casitas, Anguiatú, El Panal, El Shiste, El Playón, El Tablón, El El Cerrón, Matalapa, San Antonio Masahuat, Casitas, San Jerónimo, Ostúa, José Ingenio, Casas de Tejas, CESSA o San Miguelito.

El clima de este municipio es fresco y agradable, perteneciente al tipo de tierra caliente y tierra templada. Su temperatura puede oscilar entre los 35° C en la parte baja y las 4° C en la parte alta.

1.2.6 UBICACIÓN Y SITUACIÓN

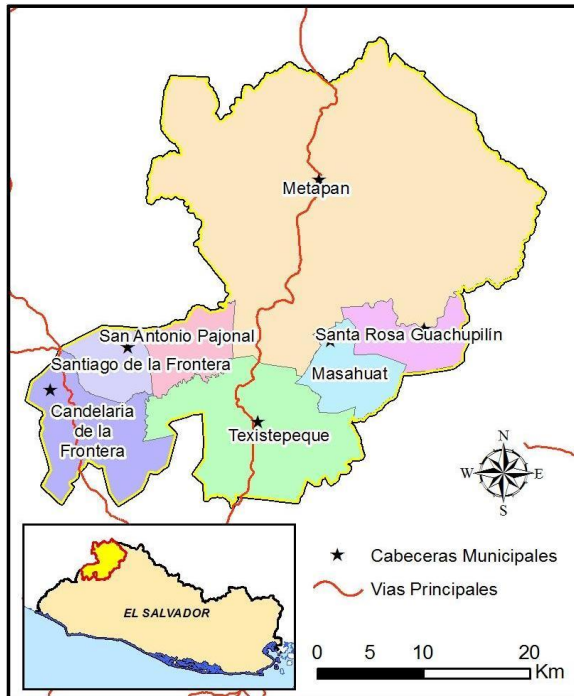


Imagen 1-6: Situación Actual del Municipio de Metapán, Santa Ana y sus alrededores.
Fuente: Proyecto Plan Trifinio www.plantrifinio.int/biblioteca. (2015)

El municipio de Metapán pertenece al departamento de Santa Ana (Imagen 1-6), se encuentra a 117 Km de San Salvador y está limitado por los siguientes municipios: al norte, por la República de Guatemala; al este, por los municipios de Citalá y La Palma; al sur con Agua Caliente (departamento de Chalatenango) y Nueva Concepción (departamento de Chalatenango); y al oeste por la República de Guatemala. El municipio de Metapán es el de mayor tamaño de la Región del Trifinio y uno de los dos más grandes de El Salvador. La cabecera municipal de Metapán está situada en la zona central del territorio municipal, su altitud es 470 metros sobre el nivel del mar y posee centro histórico delimitado por CONCULTURA (entonces entidad encargada de los asuntos culturales de El Salvador). La ciudad de Metapán se encuentra emplazada en un sitio intermedio entre el Lago de Güija (sector más llano de la región) y el macizo de Montecristo (uno de los sectores con mayor altitud de la región), ambos espacios naturales de gran importancia localizados dentro del municipio.

Metapán tiene una extensión territorial de 668.36 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de sesenta mil habitantes y se encuentra a 470 metros de altura sobre el nivel del mar. La ciudad de Metapán, como cabecera del mismo municipio, Cuenta con buenos accesos por carretera con tramos asfaltados y con conexiones a los departamentos de Santa Ana y Chalatenango por la Carreta Longitudinal del Norte. Sirve también como punto de acceso con el vecino País de Guatemala, por la frontera de Anguiatú, siendo sus ciudades vecinas, Esquipulas y Chiquimula.

Para llegar a Metapán debe viajar por la carretera CA-1, al llegar a Santa Ana, continúe sobre la carretera CA-12 que conduce de Santa Ana a la frontera de Anguiatú. Esta carretera lo lleva directo a Metapán; si viaja en autobús debe tomar desde San Salvador, en la Terminal de Occidente, la Ruta 201. Visite Metapán, un bello centro histórico y muchos lugares para hacer turismo a disposición de sus visitantes.

1.3 Síntesis

Como una síntesis de lo tratado en el primer capítulo de este documento, extraemos un breve recorrido por la historia del diseño gráfico a nivel mundial con la fundación de la BAUHAUS, en Alemania, que es considerada como la primera institución encargada de formar y crear contenido artístico aplicado a fines civiles y comerciales.

Algunos elementos fundamentales para entender el desarrollo y la adaptación del arte en un entorno que demandaba su uso más allá de la expresión, hacia la publicidad y la elaboración de marcas y campañas publicitarias que modelaron el consumo y la producción en el siglo XX, y su expansión por Europa y América.

Una vez comprendidos estos aspectos, fue posible hacer un recorrido por los albores de publicidad en El Salvador. Qué empresas fueron las pioneras en la producción artística publicitaria y cuál fue la importancia de estas compañías, además, como funciona la transmisión de un mensaje a través de un anuncio.

Como complemento, y para cerrar el capítulo, se analizó la historia del municipio del cual es objeto nuestro estudio. La ciudad de Metapán, su fundación, desde el período pre-colonial, hasta la llegada de la modernidad y un poco de su actualidad. Esto para conocer su demografía, cultura, recursos naturales e historia en general.

2. ESTUDIO PARA EL DISEÑO DE IMAGEN DE RUTA TURÍSTICA.

El motivo principal del presente capítulo, tiene como eje de acción, el análisis de las características culturales y de identidad local de la ciudad de Metapán, Santa Ana. Asimismo, apoyados por el ejercicio de las diferentes propuestas desarrolladas a nivel institucional, tanto de forma privada como pública, para lograr conformar las herramientas necesarias para conseguir la elaboración de un Manual de Imagen para la Ruta Turística contemplada en esta investigación. La manera de actuar de estas instituciones y estos esfuerzos enfocados en el turismo nacional, permitirán entender qué elementos son imprescindibles para conseguir el realce del turismo en el occidente del país.

La reciente puesta en uso de la Marca País El Salvador, a través de la campaña "El Salvador, grande como su gente" (INTERBRAND, 2017); las instituciones de turismo como CORSATUR, ISTU, la asociación de desarrollo turístico "Patitas Blancas" en Metapán, el apoyo logístico del "Proyecto Trifinio" y la injerencia de pequeñas agrupaciones e individuos interesados en el desarrollo del potencial de la zona, como producto turística, también serán de gran importancia para alimentar la investigación y saber exactamente qué necesidades puede aportar el diseño gráfico para el éxito de los objetivos propuestos.

Analizados ya, en el capítulo anterior, la historia de la ciudad de Metapán y sus generalidades topográficas, arquitectónicas y urbanísticas, es momento de dar un salto hacia una perspectiva más personal: el de sus habitantes y como ellos visualizan el panorama de su lugar de residencia. Sin dejar de lado lo anterior, y en conjunción con lo procesado en este apartado, nos enfocamos en generar una idea concreta de cuál es la mejor manera de abordar la situación de la imagen de una ruta turística para la ciudad. Entender lo que actualmente puede ofrecer Metapán a los potenciales, en el ámbito cultural y medioambiental, es también importante para comprender el objeto de estudio.

Toda esta dinámica de interacción entre organismos estatales y personas naturales, nos proveerán de eso que pretende este capítulo: sintetizar la imagen que los metapanecos tienen de su ciudad y sus encantos propios.

2.1 PANORAMA DEL TURISMO EN EL SALVADOR

El turismo en El Salvador no es algo novedoso, sin embargo, no es ampliamente conocido. Peor para comprender de mejor manera este movimiento, es necesario acudir a las entidades (Imágenes 2-1 y 2.-2) y como estas ejecutan sus acciones para promover el turismo. Igualmente importante, es necesario dejar claro como su estructura y jerarquía permiten el correcto funcionamiento del mismo. Todo esto, claro, orientado a comprender qué necesita Metapán para desarrollar una faceta como destino turístico rentable y con una atractiva oferta para locales y extranjeros. Al final, el resultado que se pretende es crear una imagen turística para potenciar la actividad comercial y cultural.



Imagen 2-1: Logotipo del Ministerio de Turismo y CORSATUR fuente: (www.mitur.gob.sv/)

Las principales entidades encargadas de general esta dinámica son:

- **MITUR (Ministerio de Turismo):** Es un organismo rector en materia turística, creada para velar por el cumplimiento de la política y el Plan Nacional de Turismo, a través

de la inclusión de todos los sectores involucrados, mediante mecanismos que conlleven al desarrollo sostenible y competitivo de la industria turística, impulsando el desarrollo económico y social, que permita generar empleos y que mejore la calidad de vida de la población.

La entidad MITUR, fue creada por medio del Decreto Ejecutivo Numero 1 de fecha, el 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial Número 100, Tomo No. 363, de fecha 1 de Junio de 2004 (Diario Oficial, 2004).



Imagen 2-2: Logotipo: ISTU.

Fuente: (www.istu.gob.sv/)

- **ISTU (Instituto Salvadoreño de Turismo):** Esta entidad Gubernamental se encarga principalmente de gestionar y controlar todas las actividades de los centros turísticos de esparcimiento del país, que existen y que siguen generándose para tal fin.
- **CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo):** Se trata de una dependencia que trabaja conjuntamente con MITUR, para ejecutar el cumplimiento de la política y el Plan Nacional de Turismo, además de gestionar acciones puntuales como la marca país de El Salvador y la iniciativa PUEBLOS VIVOS, que son la parte más visible de los esfuerzos gubernamentales en función del turismo salvadoreño.

- **POLITUR (Policía de Turismo):** Forma parte de la PNC (policía Nacional Civil) y se encarga de brindar seguridad y apoyo logística a nivel nacional en centros de interés turístico de manera exclusiva.

En conjunto con estas autoridades existen también diversas entidades de carácter privado, operados por personas que han buscado fomentar la actividad turística en la ciudad de Metapán. Principalmente, se destaca la Asociación de Desarrollo Turístico "PATAS BLANCAS", que tiene una interesante dinámica dentro de la promoción cultural y el turismo en la zona.

- **PATAS BLANCAS (Asociación de Desarrollo Turístico):** Asociación que su vez, cuenta con varios miembros (comercios y personas civiles) involucrados los cuales buscan que Metapán se convierta en un destino turístico importante en nuestro país y también para los países vecinos. Es un proyecto que trabaja desde hace más de un década en la promoción del turismo a través de sus dos ejes principales, el ecoturismo y la ganadería, aunque su accionar no está limitado a estas actividades. La asociación busca generar más empleo y con esto mejor calidad de vida para los habitantes del municipio de Metapán (Jereda, 2017).



Imagen 2-2. Logotipo: Patas Blancas Fuente:
(www.facebook.com/patasblancas.metapan)

+

- **ADESCOS (Asociación de Desarrollo Comunal):** Esta organización de carácter privado, agrupa a las principales comunidades que tienen acción dentro del comercio de la zona de Metapán. Cada una de ellas, a través de un representante, se encarga de gestionar y distribuir la información en cada grupo. Generalmente, existe una comunidad específica para cada actividad, como la pesca, el comercio de promocionales, la ganadería, la agricultura, según la zona donde se encuentre dicho rubro (Cruz, 2017).

Estas entidades, regidas de manera independiente entre los habitantes de lugar, están además presentes en cada municipio del país. En el caso de Metapán, en años recientes, se ha buscado la participación activa para lograr objetivos comunes. El nivel de involucramiento de las ADESCOS es notable en este sentido.

Cada una de estas organizaciones y las actividades que realizan, muestran de manera clara el interés de genera mejores perspectivas turísticas en Metapán. Involucrados en ello está el gobierno a través de sus dependencias así como también estas instituciones privadas, apoyadas por diversas empresas y entidades que brindan algún apoyo e incluso, aportes económicos para lograr el objetivo.

Algunos de los alcances obtenidos a la fecha y que pueden constatarse en la ciudad son:

- Certificación de Guías y monitores turísticos acreditados internacionalmente.
- Realización festivales culturales, una vez al mes en la plaza central.
- Acercamiento de diversas entidades públicas y privadas al esfuerzo turístico.
- Gestión y rescate de sitios de interés público.

Con lo anterior, la idea de hacer de Metapán un destino turístico rentable parece no solamente posible sino, además necesario en vista de los esfuerzos de los actores participantes en la dinámica de potenciación cultural. Pero para tener una mejor perspectiva de cómo originar adecuadamente la imagen de un sitio, se hace necesario acudir al modelo de promoción nacional con el cual el país cuenta actualmente.

2.2 EL SALVADOR, GRANDE COMO SU GENTE

Para darse a conocer al mercado internacional, al igual que cualquier producto, es necesario contar con un elemento que consolide la visión de nuestro país en relación a como el resto del mundo pueda concebir a nuestro territorio. Con ello en mente y con el objetivo de incrementar su reconocimiento internacional y así atraer la inversión, el turismo y aumentar la exportación, el gobierno El Salvador encargó la creación de la marca-país (imagen 4-2), creada por la consultora de marca internacional INTERBRAND (INTERBRAND, 2017).

Tras las necesarias fases de investigación y análisis, INTERBRAND identificó las oportunidades principales que ayudarían a diferenciar al país en cuanto a inversión, promoción y turismo. "Entendiendo los elementos seleccionados destacaron ciertos atributos que hacen a El Salvador la sede y el centro perfecto para el desarrollo de grandes historias de éxito; historias de emprendimiento, de conciliación, alianzas y grandes relaciones" (Gabelich, 2017).

Siguiendo esta línea estratégica, INTERBRAND desarrolló el concepto e identidad gráfica de la marca. La principal impresión y elemento gráfico del logo es la letra "V", situada en el centro del nombre del país. De esta "V" emerge un caleidoscopio de imágenes que quiere comunicar la infinita variedad de experiencias que pueden vivirse en nuestro país.

El añil ha sido seleccionado como el color principal de la identidad de marca país. Esto debido a que es un tono que mantiene una sólida asociación histórica con El Salvador

y su gente, de la fuerte presencia en su bandera a la inmensidad del Océano Pacífico al "oro azul" de la planta salvadoreña y el tinte, que es uno de los recursos y las exportaciones más importantes del país. Esto según los mismos creadores de la imagen.



*Imagen 2-3: Creación de la Marca País El Salvador, 2016
Fuente: (www.interbrand.com)*

Como cualquier otra, esta imagen consta de elementos puntuales y fácilmente identificables dentro del concepto. Estos son el isotipo, slogan y la tipografía.

Isotipo se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca, ya sea corporativa, institucional o personal. Es el elemento constitutivo de un diseño de identidad, que connota la mayor jerarquía dentro de un proyecto y que a su vez delinea el mapa connotativo para el diseño del logotipo, así como la siguiente aplicación de diseño en las restantes etapas de un proyecto de identidad corporativa, como la aplicación en papelería, vehículos o *merchandising*. La palabra isotipo hace referencia a aquello que es "igual al tipo".

El eslogan es del inglés slogan; (en algunos países hispanohablantes también slogan; en plural, eslóganes o slogans, respectivamente) es un tema publicitario, la frase que

identificara en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda) la expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario resumido y representado en un dicho. También es el complemento de un producto, persona, institución, entre otras, para formar confianza.

La tipografía, según Stanley Morrison, es el "Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente". (*Stanley Morrison, tipógrafo*)

2.3 POLÍTICAS NACIONALES Y EL DESARROLLO DEL TURISMO

Para dar seguimiento al objeto de estudio, es imperante conocer cuáles son las acciones que el gobierno, a través de las dependencias ya mencionadas ejecuta las acciones que perfilan el movimiento turístico nacional. El motivo principal de esto, es entender de qué manera las oportunidades pueden ser viables para la ejecución de los esfuerzos que conlleven la implementación de una imagen turística para la ciudad de Metapán.

Dando un vistazo a la historia reciente del país, el cambio de gobierno, desde hace dos períodos (2009-2014, 2014 –actualidad) al mando del principal partido de oposición ideológica, no ha visto minada en absoluto la intención de promover el turismo a nivel nacional. Más allá de ello, los esfuerzos ciertamente han ocupado un lugar preponderante en la agenda de gobierno. Muestra de esto es el interés de las autoridades en el fomento del eje fundamental que sostiene el desarrollo en lo económico, social y cultural (Turismo, 2014). Esto implica el impulso y la estimulación de proyectos turísticos estratégicos de carácter regional, nacional y local, promoviendo la imagen de nuestro país, principalmente dentro de los municipios y reconociendo en ellos el alto potencial turístico que poseen. En otras palabras, focalizar la atención al turismo desde adentro, en los habitantes mismos del país para desarrollar este rubro.

Así, muchos municipios, tales como Ahuachapán, son ahora ampliamente reconocidos dentro del circuito turístico salvadoreño, para locales y extranjeros. De lo cual, se ha obtenido resultados más que satisfactorios.

Estos esfuerzos pueden sintetizarse en la creación de oficinas de turismo en las principales ciudades de El Salvador. El MITUR, a través de estas oficinas, logra generar una conexión entre los consumidores y los proveedores de turismo, logrando una adecuada gestión y potenciación de la actividad comercial en las zonas. A través de acciones concretas, estas oficinas cumplen diversas funciones que pueden detallarse de manera concreta.

2.3.1 ÁREAS DE INTERVENCIÓN INSTITUCIONAL

Metapán, igual que otros importantes centros generadores de actividad turística, no está exento de estas intervenciones gubernamentales. Y las acciones dirigidas hacia las MYPIMES de carácter turísticos son por demás palpables. Prueba de ello, es el apoyo a diversas asociaciones como la Asociación de Desarrollo Turístico "Patitas Blancas" detallado anteriormente en este documento. Está clara la intervención de dicha asociación para prestar una mejora a las condiciones del panorama turístico local, y desde ahí, se puede partir para entender el interés organismos privados y gubernamentales para fomentar la imagen de Metapán como punto de interés en el mapa de turismo nacional.

En su plan quinquenal de gobierno (2009-2014) el presidente Mauricio Funes, daba cuenta del interés del gobierno en estos sectores:

"...Se presta especial atención a las micro, pequeñas y medianas empresas, sobre todo en las zonas rurales a efecto de contribuir con la creación de nuevas fuentes de empleo e ingresos y al mejoramiento de la calidad de vida de la población salvadoreña. [...] La inclusión y participación social permitirán establecer bases sólidas en el territorio para identificar las modalidades más beneficiosas del turismo." (GOES, 2010)

Actualmente, la alcaldía nupcial de Metapán a través de la oficina de turismo y "Patas Blancas" trabajan en conjunto para potenciar el desarrollo turístico de la ciudad, a través de un grupo integrado por autoridades, particulares y voluntarios, sectores productivos y Asaciones de Desarrollo Comunal (ADESCO) que general asocio en vista de buscar mejorar y obtener financiamiento e ideas innovadoras en el lugar.

En conjunto, estas políticas y participación de los sectores involucrados en hacer y promover el turismo, han dado pruebas visibles de un adecuado funcionamiento. Sin embargo, la participación de terceros, entre ellos universidades y empresas privadas que puedan aportar algo a la causa, se hace necesario. A través de proyectos de servicio social e iniciativas de investigación estudiantes del área de mercado, publicidad y administración pueden aportar con sus conocimientos de manera puntual. Se destaca particularmente la intervención del diseño gráfico, que como se pretende en este documento, brinde una ayuda sustancial mediante la creación de la imagen gráfica de una ruta turística. Sin olvidar que el turismo requiere de un manejo adecuado y eficiente de cada uno de estos recursos para funcionar correctamente.

2.3.2 PUEBLOS VIVOS

La iniciativa PUEBLOS VIVOS, como estrategia transversal del Ministerio de Turismo de la República de El Salvador lanzada en 2009, es el resultado de un acercamiento del gobierno a las municipalidades a nivel turístico. Los encargados de manejar este programa, de manera directa son MITUR y CORSATUR.



Imagen 2-4: Logotipo Proyecto Pueblos Vivos El Salvador (2014)

Fuente: elsalvador.travel

PUEBLOS VIVOS es un programa estratégico en el marco del nuevo concepto de la dirección de desarrollo territorial, donde el sector turístico pasa por el análisis de considerar al territorio como la unidad geográfica y cultural donde convergen las apuestas al desarrollo económico local, por tanto, orienta los servicios del MITUR hacia el fortalecimiento de la oferta de productos y servicios turísticos en los municipios del país. Un Pueblo Vivo, según el MITUR, "es una localidad con vocación turística y con atributos simbólicos, leyendas, historia con manifiesta cotidianeidad que se convierte en un destino turístico atractivo y sostenible en el cual se desarrollan las relaciones económicas y se mejoran los activos económicos, se fortalece la capacidad y la calidad del recurso humano y empresarial del municipio. Se pone al centro de la actividad motor: al municipio y a sus habitantes" (MITUR, 2014).

Aunque recientemente (2016), la modalidad de Pueblos Vivos está migrando al concepto de Circuitos Turísticos, la intención sigue siendo la misma. En total el catálogo registrado por el Ministerio de Turismo, muestra una variedad de 53 circuitos, integrados en los 262 municipios del país, incluyendo destinos de playas, montañas, pueblos históricos, entre otras categorías de la oferta turística nacional. Las opciones para vacacionar y conocer El Salvador están desplegadas en la zona occidental, central, paracentral y oriental, cubriendo así las cuatro áreas del país. El turismo interno ha tenido una autentica evolución en El Salvador. Entre los años 2009 y 2012 se da la fase de sensibilización en los municipios; entre el 2013 y 2014 se inicia la transformación de las localidades; y en el 2015-2016 Pueblos Vivos evoluciona a circuitos turísticos.

En el caso de la ciudad de Metapán, el acercamiento de Pueblos Vivos no ha tenido un impacto de modo tan decisivo como en el caso de otras ciudades como Juayúa e Ilobasco. Sin embargo, la ciudad fronteriza posee tantos atractivos turísticos que en nada desmerecen la atención de las entidades de turismo. Cabe resaltar que en paralelo con este tipo de actividades, el tráfico turístico en Metapán está siendo ampliamente implementado y por lo tanto, el apoyo de una iniciativa como esta, no haría sino lanzar a esta ciudad como

una de las mejores propuestas turísticas dado la diversidad de elementos que tiene para ofrecer. Esto confirma la viabilidad de avocar los esfuerzos necesarios para lograr la atención de las autoridades competentes. Es importante mencionar además, que Pueblos Vivos, aparte de organizar ferias y festivales también dota de aportes económicos y de diversa índole para potenciar a cada municipio participante. Ahí, el diseño gráfico y la imagen de la ciudad como producto, adquiere relevancia para sustentar esta investigación.

2.4. PERSPECTIVA DEL TURISMO ACTUAL EN METAPÁN

Con todo lo anterior, podemos empezar a obtener algunas conclusiones en vista a perfilar la necesidad de crear una imagen turística para las diferentes ofertas que tiene Metapán. Las organizaciones de asocio privado y gubernamentales, tienen presencia en la ciudad. Entre todas trabajan de manera conjunta para lograr seguridad turística, en ámbitos no solamente de protección ciudadana, sino en aspectos tan importantes como sanidad, logística vial y otras de interés al sector turístico.

En la actualidad, existen diversos micro-operadores turísticos que ofrecen muchos recorridos dentro de la ciudad y sus alrededores. Junto con los empresarios de hostelería y gastronomía, estos paquetes turísticos se vuelven atractivos y fáciles de acceder. Entre todos, se conforma una red de entidades que buscan colocar a Metapán en el mapa de los destinos turísticos del país. Pero hay que resaltar que muy pocos de estos recorridos u ofertas turísticas posee una imagen propia o, en todo caso, que resulta visualmente atractiva, y por ende efectiva.



Imagen 2-5: Detalle de la Iglesia de Metapán (Ismar Rivas, 2017)

Haciendo una comparación, Metapán no está al nivel de otros municipios con opciones turísticas más definidas, como la Ruta de las Flores, donde el nivel de organización es mucho mayor y cuenta con mejores prestaciones para los visitantes. Sin embargo, esta investigación y la información que se ha obtenido al respecto, refleja que los habitantes de Metapán se sienten orgullosos de su ciudad y de sus atractivos naturales, por lo tanto, ellos consideran que cuentan con los recursos necesarios para dinamizar el turismo en la zona.

Es necesario aclarar que no es que la oferta turística en Metapán sea inexistente o limitada, simplemente ha sido relegada o no ha tenido la suficiente promoción. Volviendo a fuentes institucionales y a la colaboración de la población (y otros colaboradores externos), es posible destacar que existe en la ciudad cuatro potenciales fuentes turísticas:

- a) Turismo urbano
- b) Turismo rural
- c) Turismo cultural
- d) Turismo natural

Las facilidades que ofrece Metapán, como el fácil acceso por la Carretera Panamericana, la cercana ubicación con otras importantes ciudades como Santa Ana, Sonsonate y San Salvador, la limpieza y sencillez de su dinámica urbana y el enorme esfuerzo que las autoridades policiales están realizando para mantener un ambiente tranquilo y seguro para la recreación y el sano esparcimiento familiar. Esto confirma que Metapán cuenta con los elementos necesarios para ocupar un lugar de importancia dentro de circuito turístico nacional.

Ahora, es momento de hacer un breve repaso por cada uno de los aspectos detallados anteriormente para entender cuál sería la importancia de crear una imagen turística para los diversos recorridos o atractivos turísticos.

2.4.1 TURISMO URBANO Y RURAL

Es un hecho que casi cualquier lugar que tenga un mínimo de habitantes y dinámica comercial capaz de sostener la economía local, tiene por lo menos un sitio de interés cultural o histórico. Incluso muchos lugares construyen, a propósito, atracciones turísticas con el fin de atraer visitantes. La ciudad de Metapán, desde luego, no es la excepción.

Ciertamente, la mayoría de estos atractivos se concentran en áreas urbanas que facilitan el acceso a los advenedizos. Pero también existen diversos lugares que muchas veces, únicamente los lugareños conocen y para acceder a ellos, es necesario seguir por senderos que no necesariamente son amigables con los visitantes. Aunque la ciudad se perfila ahora en día como una ciudad mayormente urbana, todavía cuenta con estos lugares que resultan encantadores y necesario a incluir en cualquier visita al lugar.

En la ciudad, la arquitectura de origen colonial y las características de sus edificaciones domésticas son notables. No es vano, la ciudad recibe el título de "La ciudad de la cal" o "Ciudad Blanca" debido no solamente a la producción de este derivado mineral, sino que a la particularidad del uso de éste dentro de la misma área doméstica. Muchas de

las casas ubicadas cerca del centro, están pintadas, bien con este medio o por lo menos, con pintura blanca para evocar esta particularidad.



Imagen 2-6: Interior Catacumbas de la Iglesia San Pedro Apóstol (Ismar Rivas, 2017)

Metapán cuenta con varias iglesias, entre ellas destaca la erigida en honor a **San Pedro Apóstol** (1743) (véase imagen 7-2) y que data de la época en que la ciudad tenía otro nombre e identidad. Es posible, previa solicitud, realizar un tour por la iglesia y las pasajes que desembocan en las catacumbas que tiene bajo sus cimientos.



Imagen 2-7: Restos de la Iglesia de Ostúa, "La portada", Metapán (Ramón Umaña, 2017)

La iglesia "El Calvario", situada en el barrio del mismo nombre, es también de gran interés, por albergar una imagen centenaria de Cristo crucificado, atribuida al escultor **Quirio Cataño** (Mi pueblo y su gente, 2012), notable escultor portugués traído a la ciudad de Antigua Guatemala (Entonces, Santiago de los Caballeros) para ejecutar la imagen que resguarda el templo de Esquipulas. Se dice que dicha efigie, es una réplica de la expuesta en el vecino país y la leyenda relata además, que se rescató del templo ubicado en la hacienda del pueblo de **Ostúa**, o "Ciudad Olvidada" (como aparece en la imagen 8-2) y de la que ahora se conserva únicamente la fachada, tras las inundaciones que devastaron sus asentamientos.

De igual manera, no puede dejar de mencionarse el edificio de la alcaldía que se encuentra adjunto al Estadio Municipal "Jorge 'Calero' Suárez", frente a la plaza que alberga la torre del reloj que alguna vez fungió como plaza de armas, con un kiosco, recientemente renovado, al igual que su infraestructura total.

En total, las casas antiguas y espléndidamente conservadas, las haciendas que todavía sobreviven a paso del tiempo, los edificios administrativos, los barrios, el cementerio y las iglesias forman un conjunto de lugares dignos de ser visitados y para los cuales, existen muchos tours disponibles con guías certificados.

Muchas de estas edificaciones, como se aprecia en la imagen 9-2, se pueden ver aun en pie debido a los materiales de construcción empleados por los pobladores originarios y la mezcla de estilos traídos del continente europeo, no sin demeritar la creatividad con que sus ocupantes las han decorado. En su mayoría las casas están construidas con adobe, que era una mezcla de barro, zacate y piedra volcánica o arcilla. Un material que ha durado y ha sabido mantenerse y resistir los embates del clima y los movimientos sísmicos, con mejor efectividad que los modernos modos de arquitectura.



Imagen 2-8: Detalle de las construcciones vigentes en la ciudad (Ramón Umaña, 2017)

El estilo no exclusivo de Metapán, sino que es propio de la región e incluso puede observarse en gran parte del continente. Pero ello constituye sin duda un elemento especial a resaltar para el interés de los visitantes.

2.4.2 OFERTA TURÍSTICA CULTURAL

El centro histórico de Metapán cuenta ahora con una diversidad de comercios orientados a facilitar la vida y el consumo de los lugareños. Es notable el crecimiento de la economía local, gracias en gran medida a la ganadería y la agricultura, y por supuesto, la producción de materiales de construcción. Es posible encontrar diversidad de almacenes, hoteles, restaurantes, supermercados y casi cualquier negocio que facilite, igualmente, el tránsito de los turistas.

Se menciona lo anterior, ya que en conjunción con este crecimiento económico, han surgido muchos espacios culturales como cafés, restaurantes temáticos, tiendas de artesanías pequeños comercios dedicados a la atención de los visitantes. En otras palabras, Metapán tiene todas las facilidades de una ciudad moderna, sin perder el encanto de un pueblito acogedor.

Entre los recorridos, que ya se han establecido en el sector, se pueden mencionar el "Tour de la pesca" (Objeto de estudio), "El tour de la cal" y el "Tour de la leche". Como sus

nombres lo indican, cada uno de estos circuitos, tiene como objetivo mostrar el proceso que llevan a cabo las empresas detrás de estas actividades cotidianas, para ofrecer una nueva perspectiva y a la vez, concientizar a los visitantes sobre la manufactura de los productos que sostienen la economía de Metapán.

2.4.2.1 EL TOUR DE LA PESCA

"El tour de la pesca" nació como atractivo hace varios años, pero no se dispone de una fecha concreta, sin embargo, en épocas recientes, se ha popularizado y así, es uno de las actividades más solicitadas por las personas que buscan un poco de actividad física e histórica. El recorrido como tal, es operado de manera privada por un restaurante ubicado en el sector conocido como "Azacualpa" cuyo propietario, en acuerdo con propietarios de lanchas de motor, brinda un recorrido en bote a través del lago de Güija, hasta llegar a la isla de Igualtepeque, donde se pueden apreciar diversas piedras talladas, conocida como la Isla de los petrograbados. En total, es un recorrido de unos cuarenta y cinco minutos de los cuales, aproximadamente veinte se hacen en lancha y los restantes, a través de los senderos de la península. Si bien se le llama "isla", hay que mencionar que de hecho es parte de una porción mayor de tierra, que solamente es visible durante el verano, cuando el nivel del lago ha descendido, permitiendo apreciar la mayoría de las rocas grabadas.



Imagen 2-9: Vista del Lago de Güija, en el recorrido "El Tour de la Pesca" (Manuel Bolaños, 2017)

Además del acercamiento con la arqueología y los vestigios ancestrales, el recorrido (que incluye la presencia de autoridades de la policía de turismo y un guía acreditado) también tiene como objetivo mostrar el proceso de la pesca de las diferentes variedades autóctonas o introducidas para el consumo. En el lago, es posible ver estructuras llamadas "nasas" (detalle en imagen 11-2) que sirven como receptáculos para la pesca y concentración de especies que posteriormente se comercializan en los alrededores del lago e incluso en la ciudad y otros lugares cercanos. Cabe mencionar que si el visitante lo desea, también puede solicitar intentar el deporte de la pesca, ya sea de manera tradicional o con equipo especializado. El consumo no está regulado, pero se recomienda no extraer más de dos ejemplares por persona.



Imagen 2-9. "Nasa" elaborada por pescadores de Güija, Metapán (Manuel Bolaños, 2017)

No se tiene un dato exacto de la cantidad de rocas presentes en el terreno, pero si pueden contarse cerca de 400 tallados con diversos motivos ceremoniales. Se menciona además que existe en el centro de la zona, lo que alguna vez fue un templo ceremonial o montículo sagrado al que no es posible acceder dado lo agreste del terreno y presencia de fauna salvaje que comprometería la seguridad de los visitantes poco experimentados. Existen además, según investigaciones del Museo de Antropología del El Salvador (MUNA) otras rocas grabadas que yacen en las riberas del lago y a las que solo puede llegarse, si el nivel del agua lo permite o bien con equipo de buceo.

El origen de las rocas se calcula dentro del periodo formativo o Preclásico (1500 a.C – 292 d.C) y se cree fueron hechas por los asentamientos de origen maya-chortí, que habitaron la zona. Como puede verse en la imagen 2-10.



Imagen. 2-10. Detalle de los "petrograbados" Isla de Igualtepeque, Guija (Ramón Umaña, 2017)

Según el antropólogo, *Álvaro Sermeño de la Universidad de El Salvador*, el propósito de estas rocas era de origen religioso y muy probablemente su función hay sido la de rendir culto a las divinidades de la cosecha y la vida o bien, según sus palabras "contar una historia que pretendía transmitirse a otros pueblos, es decir, como lo que modernamente consideraríamos un libro" (Sermeño Á. , 2017)

2.4.2.2 EL TOUR DE LA CAL

Mineral sagrado y de gran identidad de los Patas Blancas, pues define su cultura y manera de subsistencia que se remonta a los inicios de este pueblo. El propósito d este recorrido es conocer el proceso artesanal desde la etapa del arrancadero hasta la cocción de la piedra en hornos artesanales, un proceso único en El Salvador. (Veáse imagen 2-11)



Imagen 2-11: Proceso de elaboración de la cal
Fuente:(revistadevacacionessv.wordpress.com)

Este recorrido empieza en las canteras de la zona de San Andrés ubicada a unos 3 km de la ciudad. El acceso es fácil por vía terrestre. Ahí es donde se obtiene la piedra caliza, materia prima de la cual se deriva el producto final. A través de un proceso guiado y muy bien detallado, se le explica al visitante cada uno de los pasos a seguir, desde la extracción de la piedra de las canteras, la pulverización y la preparación con elementos químicos hasta la quema en los hornos artesanales donde, tras varios días de incineración, se obtiene la roca que luego se hidrata y así se consigue la cal que luego se distribuye a todo el municipio y sus alrededores.

La cal, como material, tiene diversos usos. Desde los cultivos, la industria farmacéutica, la construcción, la peletería e incluso la gastronomía. Y es un producto que está arraigado en la colectividad de los habitantes de Metapán y que le brinda identidad a la ciudad.

El Tour de la Cal puede solicitarse en la sede central de la Oficina de Turismo, ubicada en el centro de la ciudad. Un dato curioso es que durante este recorrido, se le explica al visitante el proceso de elaboración de la cal y además todas las tradiciones que encierra este producto. Pues se trata de convivir un momento con los pobladores que trabajan y comparten sus experiencias y los métodos que han heredado desde generaciones anteriores. Ninguna maquinaria pesada se utiliza en este trabajo. Tal cual se muestra en la imagen 13-2, todas las herramientas son artesanales y salvo el transporte en camiones, todo

el esfuerzo es de origen humano. El recorrido tiene una duración aproximada de unas dos horas, pero puede variar según el interés de los turistas en conocer más detalles de los procesos artesanales.

El popular sobrenombre, "patas blancas" con el cual son conocidos los habitantes de Metapán, viene precisamente de acá, pues mientras se camina entre las caleras y los hornos, es imposible no impregnarse del material, tanto los trabajadores como los visitantes.

2.4.2.3 EL TOUR DE LA LECHE

Lo más llamativo de este recorrido es que se realiza a bordo de un tractor que impulsa una calesa techada, desde las afueras de la ciudad, pasando por el centro histórico y hasta culminar en una hacienda propiedad de la familia Morataya, ampliamente conocida por su dedicación a la agricultura y por ser emprendedores de diversos productos de primera necesidad. Este tour se plantea mucho más interactivo que los anteriores y está orientado hacia un propósito más didáctico e incluso lúdico para niños que disfrutan de animación de la mascota del recorrido. Igual que en los anteriores, el propósito es conocer el proceso de elaboración de lácteos desde la crianza y alimentación de las vaquillas, hasta el proceso de ordeño, y posterior pasteurización de los productos lácteos para posteriormente tener una degustación del resultado final. En el interior de la hacienda, se recorre a través de todas las instalaciones oportunamente señalizadas y donde se cuenta con la conducción de un guía autorizado por la empresa de lácteos. La experiencia para los turistas es amplificada por el hecho que ellos pueden interactuar con los animales, alimentarlos y ver de primera mano cual es el método de obtención de la leche.



*Imagen 2-12: Recorrido
"Tour de la Leche",
Metapán. Fuente:
(revistadevacacionessv.
wordpress.com)*

2.5. OFERTA TURÍSTICA NATURAL

Metapán cuenta con una amplia oferta turística en lo referente a lo natural. Aunque a la ciudad se le conoce como la "Ciudad Blanca" o "La Ciudad de la Cal" lo cierto es que es un paraje rodeado de verde.

Como elementos físicos naturales cercanos a la ciudad se destaca especialmente la Laguna de Metapán, al suroeste, pero también su afluente el río Chimalapa, al oeste. Varios cerros de mediana altura (500 - 600 msnm) rodean también la ciudad al oeste y sur. Dentro del propio casco urbano atraviesan el río San José y su afluente el río Las Animas, por el suroeste. Metapán tiene una extensión territorial de 668.36 km², posee una población de 59,004 habitantes según censo del 2007 ocupando el puesto número 24 en población. Entre sus principales atractivos turísticos, destacan:

- **Lago de Güija:**

El lago de Güija es un lago en la región de América Central cuya superficie es compartida por El Salvador y Guatemala. Está ubicado en la frontera noroeste de El Salvador y el este de Guatemala, entre el departamento salvadoreño de Santa Ana y el departamento guatemalteco de Jutiapa, a una altura de 430 msnm. El lago tiene una extensión aproximada de 45 km².



Imagen 15-2: Vista de las playas del Lago de Güija, Metapán (Ramón Umaña, 2017)

Este cuerpo de agua dulce tiene como tributarios a los ríos Ostúa, Angue y Cusmapa. El lago vierte su caudal en el margen derecho del río Lempa por el río Desagüe donde se halla la presa hidroeléctrica del Guajoyo. Dos grandes penínsulas estrechan el lago. En la parte salvadoreña del lago (que tiene aproximadamente 32 km²) están las islas de Teotipa, Cerro de Tule e Iguatepec, donde desde las primeras excavaciones en 1924, se han descubierto numerosas piezas de cerámica precolombina. El lago está rodeado por los volcanes de Mita, San Diego y Cerro Quemado, ahora extintos (Metapán, 2015).

El paisaje que se divisa desde las pequeñas islas que se localizan en el interior del lago, como la de Teotipa, es de un verdor intenso, consecuencia de una abundante vegetación, en la que destacan el Nance, el cedro, el volador, la caoba, el granadillo, el caucho y el chichipince, hábitat idóneo para aves como el quetzal, el ceniztonle y la calandria americana, así como numerosos lagartos, y serpientes como boas y víboras.

- **Laguna de Metapán**

Se encuentra situada al noreste del Lago de Güija, posee una extensión de 16 Km² en época lluviosa y de 14 Km² en época seca, su profundidad promedio durante las lluvias es de 6 m, pero en verano baja a unos 2 m. Está conformado por dos espejos de agua: el primero situado junto al Bosque la Barra tiene una superficie de 10 Km²; y el segundo, con una superficie de 6 Km², se caracteriza por una isla ubicada en el centro, la que es conocida popularmente como La Peñita (Mi pueblo y su gente, 2012).



*Imagen 2-16: Pesca en el
Lago de Güija, Metapán
Fuente:(Archivo, LPG)*

Posee además, playones anegadizos en el sector de Los Pajaritos, así como campos de cultivo. No es de origen volcánico, como lo son generalmente, aunque yace sobre un valle formado por corrientes de lava y se encuentra bordeada por pequeños volcanes. Se observa una cobertura vegetal abierta con especies forestales de Caoba.

- **Cerro el Imposible**

El Imposible es una selva, en partes tropical y en otros sub-tropicales. Ubicada sobre la Sierra de Apaneca Ilamatepeque, posee la mayor biodiversidad en el país, con un bosque maduro, típico de los inicios de Mesoramérica.

En la actualidad, es el único en su género y constituye un patrimonio de los ecosistemas tropicales más amenazados del mundo. Con sus casi 5,000 hectáreas, El Imposible alberga 500 especies de mariposas, 400 especies de árboles, 279 especies de aves y 100 especies de mamíferos. Posee cerca 400 especies de árboles. Dos de ellas son nuevas para la ciencia y exclusivas de esta área natural.

El Parque Nacional El Imposible, abierto al público desde 1997, ofrece al turista: áreas de acampar, un centro de interpretación, senderos interpretativos y convencionales, miradores, guías comunales, un hostel ecológico con energía solar y cómodas cabañas que cuentan con baño, dormitorios y pequeñas terrazas.

El Caserío de San Benito, a orillas del Parque, ofrece comedores donde usted podrá disfrutar de la comida sencilla local y adquirir artesanías elaboradas por los pobladores de la comunidad.

- **El Trifinio**

Este bello bosque nebuloso fue declarado Parque Nacional en 1987. Está ubicado en la ciudad de Metapan, departamento de Santa Ana, a 117 km. de San Salvador.



Imagen 2-17: Vista aérea dentro de la reserva natural "El Trifinio" Fuente: (Archivo, EDH)

El punto más alto del parque está en el cerro Montecristo, a 2400 m.s.n.m, este lugar también es conocido como "El Trifinio", porque, en este lugar convergen las fronteras de los países, Guatemala, Honduras y El Salvador; Es en este lugar donde se encuentra el bosque nebuloso, con temperaturas que rondan entre los 6° y 18° centígrados.

Un casco colonial que data desde 1783 le da la bienvenida al parque; allí se ha cultivado y producido: Añil, hierro y Café. En la actualidad es un centro de interpretación en donde el visitante puede apreciar diferentes objetos antiguos y conocer algunas de las especies animales que habitan en la zona.

Partiendo del casco, los visitantes pueden recorrer los 3 senderos interpretativos y si desean pueden ser acompañados por un guía especializado; el parque posee 3 zonas para acampar, con mesas para "picnic" y dos cabañas familiares. Dentro del parque existen arboles de aproximadamente 700 años de edad, abundan los robles de ámbar y pinares que forman un paisaje impresionante; la vegetación secundaria está compuesta por: Conacastes, copinoles y chapernos, entre otros.

El parque posee un bellissimo jardín conocido como "El Jardín de los 100 años", debido a que en Alemania se descubrió una clase de orquídea que fue vista en El Salvador 100 años después de su descubrimiento. En "el jardín de los cien años" el turista puede disfrutar de más de 70 especies de orquídeas; también se pueden apreciar agapantos, varsobias, hortensias, cartuchos y muchos más. Además, el 70% de las orquídeas hasta hoy descubiertas en El Salvador se hallan ahí.

Para protección de la fauna se restringe, entre los meses de Mayo a octubre, el ascenso al cerro trifinio, ya que es la temporada de reproducción para las especies que allí habitan. Es digno de observarse el "Árbol del Amor" que es una caprichosa formación arbórea que simula un abrazo de afecto (Turismo E. S., 2012).

2.6 CRITERIOS SELECCIÓN PARA LA IMAGEN GRÁFICA.

El entendimiento de todos los elementos y la oferta turística nos lleva a reunir los criterios necesarios para formular la imagen turística que mejor defina la identidad de Metapán, para contenerlo de la mejor manera en las características de una imagen gráfica apropiada.

Cada elemento estudiado fue de vital importancia para la conformación de la imagen gráfica aplicada a un sitio turístico. De esta manera, concluye el capítulo, una vez reunidos los aspectos necesarios para proseguir la investigación.

El recorrido por la ciudad a través de sus postales y sitios de interés nos brinda la idea de lo que la gente identifica como propio para generar la propuesta visual. Los colores, la tipografía y la disposición de dichos elementos, son parte del capítulo siguiente, donde, en conjunción con las autoridades correspondientes y utilizando herramientas de investigación como encuestas, entrevistas y *focus groups*, se le dará forma lo que comprende el objetivo del presente documento.



Imagen 2-18: Focus Group con las entidades involucradas en el proyecto. (Ramón Umaña, 2017)

2.7 Síntesis.

En El Salvador, el turismo se ha convertido en los últimos años en una fuente de ingresos y la principal carta de presentación para muchas ciudades y pueblos, que han sabido explotar los recursos naturales que poseen en su territorio. Existen diversas instituciones gubernamentales que trabajan en paralelo o bien, uniendo esfuerzos con el Ministerio de Turismo (MITUR) y esta dinámica de trabajo ha dado origen muchas otras iniciativas que buscan formar rutas turísticas y llamar la atención sobre estos lugares y lo que tienen que ofrecer al turismo local e internacional.

Muchas campañas publicitarias y creaciones de marcas han hecho de este esfuerzo una realidad cuantificable, y por ello, entender la importancia de este objetivo es la base sobre la cual se fundamenta nuestra investigación. Citando otras iniciativas similares a las que se pretende echar a andar en Metapán, se logró comprender la importancia de contar con una imagen comercial apropiada para los atractivos turísticos del municipio.

Posterior a ellos, es necesario comprender cuales son estos elementos que identifican a la ciudad y la hacen distinguirse entre el resto. Repasando y analizando la cultura y las tradiciones en torno a los principales elementos turísticos con los que cuenta Metapán, se logró identificar y seleccionar un recorrido en concreto para representarlo y tomarlo como modelo para implementar la creación de un marca o imagen comercial para así, en un futuro, lograr que otras atracciones cuenten con este rasgo característico que es más que necesario para que funcione adecuadamente.

3. CONSTRUCCIÓN DE UN MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

Con el análisis del objeto de estudio realizado, se procede a perfilar la arquitectura del manual de identidad gráfica para ser implementada en pro del turismo en la ciudad de Metapán. Para ello, se ha seleccionado uno de los recorridos turísticos más llamativos de la ciudad calera a manera de muestra. A través de este ejemplo, se pretende brindar una muestra de los beneficios que una imagen, elaborada y adecuadamente puesta en práctica, pueden traer a estas iniciativas.

A partir de la síntesis de las reuniones con las autoridades, encargados y gestores turísticos de la ciudad, y luego de conocer de cerca lo que los habitantes esperan de este recorrido, se abre la posibilidad de crear una imagen propicia para resaltar el turismo en la zona. Los instrumentos de investigación, tales como las entrevistas de persona a persona, las encuestas y los *focus groups*, fueron de vital importancia para abordar esta temática. No se puede dejar de lado la idea de la que se ha partido, que es dotar de un emblema reconocido a un sector turístico de la ciudad y por tanto, la opinión de los involucrados es de máxima importancia para la consecución del objetivo trazado. Debido a que hay que respetar la opinión de todos los participantes en la investigación ya que finalmente, es para su uso y beneficio lo que se pretende entregar como resultado final.

Una vez obtenidos dichos datos, se procede a realizar un estudio comparativo con las propuestas que se generaron a partir del proceso de investigación. Se han tomado en cuenta todos aspectos importantes, como los colores, la tipografía y los *slogans* para obtener un conjunto armónico que permita identificar al recorrido turístico seleccionado. Los significados, previamente validados, pasan a formar parte del conjunto que forma la imagen gráfica, para ser utilizada en publicidad comercial, pública y privada, igualmente en señalética y elementos varios para la venta entre los visitantes. El capítulo cierra con un apartado dedicado a ver de cerca los costos y aplicaciones de la puesta en práctica de publicidad y los elementos que componen la identidad gráfica. Cada aspecto ha sido meticulosamente perfilado para lograr que la imagen para el Tour de la Pesca tenga un distintivo único y funcional, y a partir de ello lograr, si resulta conveniente para otros participantes, un uso posterior en otras instancias turísticas.

3.1 EL TOUR DE LA PESCA COMO PROPUESTA DE IMAGEN PARA LA CIUDAD

En los capítulos anteriores se realizó un abordaje en el plano histórico, estableciendo los elementos más significativos que componen la trayectoria en el tiempo de la ciudad de Metapán. Esto ha sido de gran importancia para comprender el carácter que forma la identidad cultural actual de sus habitantes. En concreto, el primer capítulo de este documento trató el tema en su mayor parte del contenido, mientras que en el segundo, se estableció principalmente la actualidad de la ciudad y la oferta turística vigente. Ambos aspectos son importantes para la conclusión de esta investigación, ya que solo entendiendo el pasado, desde el presente, puede proyectarse el futuro, y es ahí mismo donde se pretende llevar a Metapán a través de la explotación de sus encantos naturales e historia.

Lo que se busca, en esta investigación es tomar una muestra de lo que puede hacerse con un recorrido turístico, dotarlo de una imagen propia, estudiar sus alcances y limitaciones y posteriormente, implementarlo si las condiciones lo permiten. En lugar de crear una marca para la ciudad, como es el caso de otras ciudades en El Salvador (Juayúa, Izalco o Ilobasco), acá se pretende partir de lo elemental hacia lo general, proyectando a través un recorrido turístico seleccionado, el potencial de una imagen gráfica que funcione para explotar sus posibilidades comerciales, de cara al turismo sostenible. Desde luego, podemos pensar en el fomento de este rubro no solamente para el turismo interno, sino además y de manera particular al turismo internacional. En el proceso, se pretende dinamizar la economía y así beneficiar a todos los sectores que directa o indirectamente se ven involucrados en la dinámica del turismo.

El proceso creativo, necesario para el desarrollo de este capítulo, requirió la realización de un diagnóstico situacional y un esquema referencial para entender qué era lo que los habitantes, las autoridades y las entidades en torno al sector turismo aspiraban a ver reflejado al momento de plasmar una imagen para un recorrido turístico. Todos los aspectos importantes como la correcta dinámica de trabajo entre las partes, el marco legal y la conservación de la identidad y el patrimonio cultural han sido observados de cerca para garantizar el éxito en la consecución de los objetivos. Todo ello a través de los instrumentos de investigación: encuestas, entrevistas y focus groups, para tener un mejor panorama de la problemática, como se muestra en la imagen 3-1.

Estos acercamientos permitieron, en primer lugar, entender las necesidades a la hora de general la mejor propuesta para la imagen del recorrido y así potenciar su nivel de convocatoria. Asimismo,

el transcurso de la investigación permitió dilucidar cuál, de entre toda la oferta turística vigente, podía resultar mejor para volverlo un prototipo de imagen comercial. Es así que se llegó a la conclusión de tomar el recorrido turístico denominado: El Tour de la Pesca para ejecutar sobre él, los pasos necesarios para realizar un manual de identidad gráfica que incluye:

- **Logotipo:** la parte visible y reconocible del recorrido.
- **Slogan:** la frase gancho para su identificación.
- **Tipografía:** el carácter propio que regirá lo que tenga que ver con él
- **Señalética:** indicaciones para un mejor aprovechamiento del recorrido.
- **Usos en publicidad para exteriores:** propuestas para publicitar internamente la actividad.
- **Artículos promocionales:** algo que los visitantes conserven de su visita.



Imagen 3.1: Reunión de las ADESCOS Fuente: (cortesía Asociación Patas Blancas, 2017)

¿Por qué se seleccionó a este recorrido en particular? En concreto, la decisión surgió después de analizar diversos factores dentro del desarrollo de la investigación. Entre otras cosas, la investigación arrojó algunos datos importantes. Uno de ellos, evidente desde el principio, pero que resultó necesario respaldar, fue que el recorrido turístico no cuenta con ningún tipo de imagen establecida o cualquier otro elemento que lo haga destacar. A pesar de ello, es una actividad que cuenta con bastante demanda y que, contrario a lo que cabría pensar, es muy conocido entre sus habitantes. Esa fue una de las razones que llevaron a seleccionar al "Tour de la Pesca" como el eje sobre el cual se pretende mostrar los alcances de una correcta imagen para potenciar el turismo en la ciudad. A diferencia de los otros recorridos, cabe mencionar, que cuentan con algún tipo de

contenido propio que los hace resaltar entre todos. Y finalmente, para entender los motivos que llevaron a la selección de esta actividad es que entre el resto, ésta es una de las más antiguas y con más contenido histórico y práctico.

Los resultados obtenidos tras la aplicación de los instrumentos de investigación dieron elementos concretos y datos que permitieron la confección de la imagen para el tour. Sin embargo, fue necesario modificar un poco, o de alguna manera orientar más sutilmente los cuestionamientos ya que las personas involucradas, al no ser precisamente empresarios versados ampliamente en el rubro turístico, carecían de los conocimientos para comprender a lo que se pretendía llegar. Esto, lejos de ser un impedimento, y en vista de la buena disposición de los actores participantes, motivó a realización de esta investigación y la selección particular del recorrido.

3.2 PROCESAMIENTO DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Sobre lo anteriormente mencionado se hace referencia en este apartado de manera más concreta. Luego de realizar un sondeo entre las autoridades y agentes involucrados, que principalmente tenía como objetivo acercarse y entender lo ellos tenían que decir sobre el recorrido turístico y lo que de alguna manera querían ver reflejado en un logotipo, parte de lo que compone la imagen.

El hecho de no tener ningún tipo de imagen definida con anterioridad permitió la libertad de crear algo que resultara novedoso y más acorde a un estilo actual. Por otra parte, la falta del mismo, hizo que conjurar cada uno de los elementos necesarios se volviera un proceso meticuloso. Una gran parte de la cuota creativa fue puesta por el equipo de investigación, en tanto que algunos detalles puntuales fueron recogidos de las pláticas con los involucrados en el desarrollo del recorrido. Aunque se tuvieron algunos inconvenientes de carácter técnico, entiéndase esto la falta de capacitación de estas personas durante el abordaje de cierta terminología necesaria para perfilar un resultado, las reuniones arrojaron resultados en una opinión honesta y genuina por parte de las personas que viven de, y alrededor de esta actividad.

Concretamente, se realizaron dos series de entrevistas personalizadas con los principales protagonistas de la actividad turística en Metapán. En una primera instancia para establecer lo que era necesario tener en cuenta para crear el manual de imagen. Posteriormente, se presentaron

algunas propuestas preliminares con base a lo que se había recogido en primera instancia. Se realizaron de igual manera, dos sesiones de **FocusGroup** con representantes de la alcaldía municipal, los encargados de gestionar el turismo, empresarios que operan en los alrededores del Güija, y los pescadores, comerciantes informales y habitantes de las riberas del lago, todos agremiados en las **ADESCOS** de la zona. Finalmente, las encuestas entre los pobladores y algunas personas anteriormente mencionadas, fueron lo que permitió generar el conjunto de datos necesarios para proceder a diseñar la imagen para el recorrido turístico.

Algunas de las síntesis generales que se obtuvieron, a partir de las reuniones con las entidades involucradas son las siguientes:

- a) El lugar requería de una imagen identificativa, para atraer a los visitantes de manera más conveniente. El resto de los elementos de la imagen institucional, eran también necesarios pero primaba sobre todo, una referencia visual de la actividad.
- b) La falta de señalética y en general, artículos que ayuden a los visitantes a tener una mejor experiencia, era también parte de las necesidades primarias.
- c) Se requería de publicidad y conceptos promocionales para que la actividad pudiera proyectarse de modo más satisfactorio.
- d) En general, el diseño debía ser sencillo y debía reflejar los elementos propios del lugar: la pesca, como elemento distintivo e igualmente, los colores y formas debían ir acorde a una paleta específica que pudiera ser fácilmente identificable con la ciudad y su tradición.
- e)

Una vez realizadas las reuniones, y habiendo cumplido su función, los instrumentos de investigación se procedió a evaluar las características que debía llevar, en primera instancia, el logo del recorrido. Haciendo una comparación de elementos conocidos, se partió para identificar colores, formas y tipo de diagramación en general conforme a los siguientes ejemplos.



Imagen 3-2: De izquierda a derecha: Escudo Asociación Deportiva Isidro Metapán (equipo profesional de futbol de la ciudad); Escudo municipal de la ciudad de Metapán; Logotipo de la Asociación de Desarrollo Turístico "Patas Blancas".

Los ejemplos anteriores (imagen 3-2), son muestras de logotipos que son fácilmente identificables entre los pobladores de Metapán, y de ahí, analizando colores y formas se pueden establecer los lineamientos preliminares con qué trabajar.

A continuación (imagen 3-3), se utilizaron otros ejemplos de recorridos o actividades turísticas que actualmente existen en nuestro país, y en otros países para que las personas tuvieran una mejor idea de lo que se pretendía obtener.



Fig. 3.3. De izquierda a derecha: Logotipo de la Asociación de Desarrollo Turístico "Los Nonualcos" de la ciudad de Santiago Nonualco, La Paz, El Salvador; Logotipo del "Tour del Café" de la ciudad de Jayaque, San Salvador, El Salvador; Logotipo "Ruta Turística Gastronómica Yaracuy" estado de Yaracuy, Venezuela.

Con todas las ideas conseguidas a partir de la exposición estos ejemplos permitieron tomar algunos elementos que posteriormente sirvieron como base para la interpretación de la imagen que se buscaba para el recorrido turístico. Si bien las ideas no estaban del todo claras, estas muestras tuvieron un papel importante a la hora de conjuntar los resultados con los obtenidos a través de las encuestas. A partir de este punto, la creación de los elementos finales para la creación de una identidad gráfica podía agruparse y comenzar a realizar una selección más particular y orientada al resultado definitivo.





3.3 IMPLEMENTACIÓN DE LOS ELEMENTOS DENTRO DEL DISEÑO

Para el estudio general de las formas que debían emplearse, ahora que se tenía una idea concreta de lo que se necesitaba representar, se hizo uso principalmente de la observación directa. La fotografía *in situ* y el uso de una bitácora para registrar conversaciones y consultas con expertos, igualmente fue de gran ayuda. Cada elemento que eventualmente se transformaría en el resultado final tuvo que ser validado de alguna manera y especialmente comprendido para saber cómo encajaría dentro del logo.

Para procesar los elementos en cuestión, a partir de los bocetos hechos preliminarmente, se hizo uso de herramientas de manipulación digital como el **Adobe Photoshop** en su versión **CS 6**; El **IllustratorCS5** y el **InDesign CS5**, ambos de la misma compañía distribuidora de software. El perfil de color seleccionado fue el CMYK, en un formato de 300 ppp en soportes estándares y en ocasiones, para completar se agregó el uso de tabletas de ilustración digitales y otros artículos de diseño tradicionales.

Como parte del catálogo de recursos visuales a utilizar, se tomaron en cuenta los siguientes lugares, visualizados en las imágenes 3-4; 3-5; 3-6; 3-7, elementos u objetos propios de la identidad de la ciudad:

3.3.1 ELEMENTOS A CONTEXTUALIZAR

ELEMENTOS A CONTEXTUALIZAR			
	Elemento a destacar	Descripción	Fuente
	LAGO DE GÜIJA	Por ser el principal elemento que define al recorrido, además de un icono de la ciudad conocido local y exteriormente. Fuente de empleo y recreación.	Imagen 3-4: Lago de Güija. Metapán, Santa Ana. Foto: Ismar Rivas (2017)
	LOS PETROGRABADOS	Siendo éstas quizás, el elemento más identificable del lugar y lo que resulta más interesante al momento de destacar el recorrido.	Imagen 3-5: Petrograbados en la Isla de Igualtepeque. Metapán, Santa Ana. Foto: Manuel Bolaños (2017)
	LA PESCA	Ya que esta actividad es la fuente de ingreso de muchas familias e igualmente, su quehacer cotidiano forma parte del recorrido turístico.	Imagen 3-6: Pesca en el Lago de Güija. Metapán, Santa Ana. Foto: flickr.com/ Marianela Argüello (2008)
	LOS PECES	Debido a la importancia que tiene para los pobladores y pescadores locales, y porque también buscaba resaltarse por pedido de los involucrados, la naturaleza del sitio.	Imagen 3-7: Producción pesquera en el Lago de Güija. Metapán, Santa Ana. Foto: lagodegüija.blogspot.com / Antonio Fuentes (2016)

A partir de este breve estudio de campo (Group, 2017), donde además se conoció la manera como estos lugares encajan dentro de la imaginación de los habitantes de la zona, surgieron nuevos elementos de juicio para construir la imagen comercial para el sitio. Se analizaron sus leyendas, tradiciones y costumbres en general, y como estos conviven día a día entre sí. Con esto en mente, la idea era reducir a una expresión simple cada uno de estos detalles para lograr un logotipo que contuviera reflejado cada una de las características y que fuera además, una imagen novedosa y funcional entre los visitantes y locales. El propósito era conseguir una imagen minimalista pero que no dejara de lado el significado para los locales.

3.3.2 ESTUDIO DE COLORES

Los colores forman parte de nuestra vida diaria. Por lo tanto no es extraño que los colores provoquen un efecto emocional diferente en cada espectador. Esta afirmación hace posible concluir que diversos colores, forman parte de un determinado lenguaje cotidiano. En otras palabras, es común hablar de colores cálidos, como el rojo, el amarillo o el naranja, que pueden suscitar distintas reacciones, desde positivas (calidez) o negativas (hostilidad y enfado). O, por el contrario, también solemos hablar de colores fríos, como el verde o el azul, que suelen provocar una sensación de calma pero también tristeza.

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos.

El diseño gráfico, desde luego, es donde mejor se entiende lo anterior. Y por esa razón, la selección de colores para el logotipo de "El Tour de la Pesca" tenía que reflejar exactamente la intención buscada, tanto para los habitantes como para los visitantes a la experiencia turística.

Teniendo esto en cuenta, y ya sabido cuáles serían los colores que mejor encajaban para el logotipo, se hizo necesario establecer con precisión qué tonos serían los usados a partir de ese momento para todo lo referente al objeto de estudio.

Para tener una referencia exacta de los colores seleccionados para dicha tarea, se usan dos nomenclaturas de colores universalmente conocidos. El primero RGB (Red, Green and Blue) que alude a los colores primarios que combinados en porcentajes precisos, obtiene un color específico. Este método se utiliza principalmente para trabajar en pantallas y programas de edición de imagen. La segunda, el CMYK, es igualmente un lenguaje universal y muy propio de los métodos de impresión y distribución física de las imágenes. El modelo CMYK (Imagen 3-14): (siglas de Cyan, Magenta, Yellow y K –negro-) es un modelo de color sustractivo que combina cantidades precisas de los tonos antes mencionados. Ambos sistemas son válidas y se citan aquí para tener una mejor referencia para trabajar los colores al momento de procesar las imágenes y elementos publicitarios.

Los colores seleccionados para el logotipo, y en general, para las aplicaciones correspondientes a éste, son los siguientes:

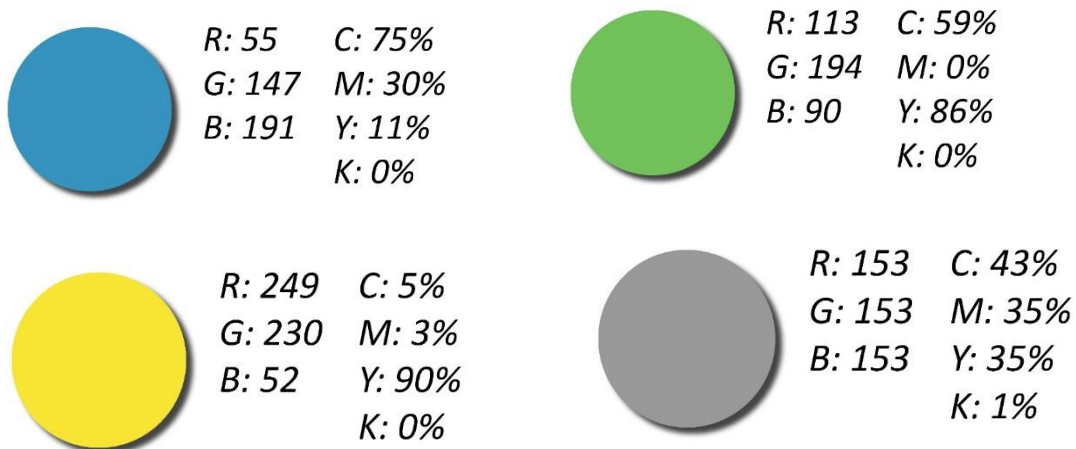


Imagen 3-14: Paleta de colores seleccionados para conformar los elementos dentro del

Los colores seleccionados para la muestra, se corresponden según las características de los elementos más sobresalientes de los alrededores de Güija. El gris de los petrograbados, el azul del

lago, el verde de la ninfa y el amarillo del jaguar. A partir de ellos, se estableció una paleta de colores para trabajar el logo y todas necesidades de imagen.



Imagen 3-15: Moodboard. Aquí se detalla la selección de colores para el logotipo. Manuel Bolaños (2017)

Cabe mencionar además que los colores expuestos anteriormente, son los principales colores a usar en las diferentes aplicaciones y elementos de publicidad. Sin embargo, algunas variaciones y otras tonalidades que generen contraste pueden ser empleadas para completar alguna de las necesidades de la imagen corporativa.

Los colores seleccionados no fueron escogidos al azar y su empleo obedece a un elemento propio de la ciudad e identidad de Metapán (Imagen 3-15). Con esto, se quiso garantizar que visualmente, el logotipo y los artículos promocionales que tengan relación con él, tengan una estrecha vinculación con los habitantes del lugar y que además, no desentonen con el panorama visual que forma parte del diario vivir. A continuación, se detalla y explica mejor la selección.



Azul Guija: Denominado así por el lago que lleva el mismo nombre (imagen 3-16) y que, indiscutiblemente, forma parte de la identidad de la ciudad, siendo sus aguas fuentes de ingreso y diversión para sus habitantes y los visitantes.

Imagen 3-16: Imagen de referencia, Lago de Güija (Ramón Umaña, 2017)



Verde Ninfa: Este color tiene que ver con las flores que habitan gran parte del lago (imagen 3-17) y que si bien, representan una amenaza para su conservación, es otro de los elementos característicos de Metapán. Es también una referencia directa a la vida silvestre que circunda a la ciudad, que florece en abundancia.

Imagen 3-17: Imagen de referencia: Ninfas en la Laguna de Metapán (Archivo LPG)



Gris Metapán: Es de todos conocido el hecho que ciudad posee una gran tradición en la manufactura de materiales de construcción, el cemento principalmente (imagen 3-18). A través de este color, se ha querido rendir homenaje a este detalle. En toda la ciudad, el color blanco y gris es notable, además de formar parte de su identidad.

Imagen 3-18: Imagen de referencia, Arquitectura Metapán (Ismar Rivas, 2017)

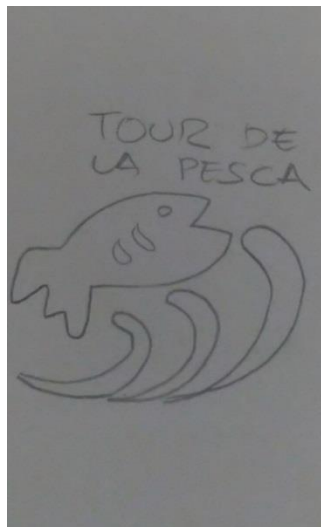
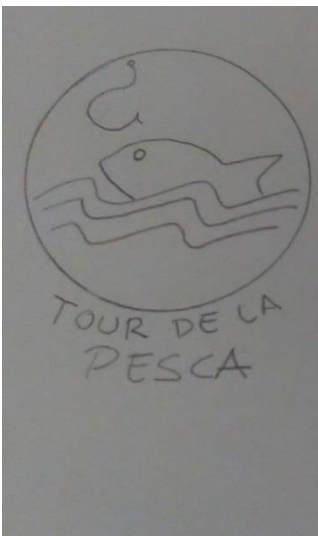


Amarillo Jaguar: Metapán es una ciudad con una biodiversidad bastante amplia. Y uno de los elementos que se repiten dentro de su iconografía el jaguar, como animal sagrado para los pueblos originarios, e incluso como elemento distintivo de su identidad de su actualidad (imagen 3-19). Contemporáneamente no existen estos animales en estado salvaje, pero dada la conexión que posee con la cultura y la historia del municipio, se decidió incluir entre los colores seleccionados.

Imagen. 3-19. Imagen de referencia: Jaguar en cautiverio (Reserva natural FURESA, 2015)

3.3.3 FORMAS Y CONCEPTOS

Solventada la etapa de bocetos (imágenes 3-8 y 3-9), pruebas preliminares y el estudio de los elementos que debían componer el logotipo, se procedió a unificar todo esto en tres propuestas que consolidaran lo más sobresaliente de estos artículos. Las formas básicas fueron descartándose en función de su impacto visual, legibilidad, contraste y armonía.



*Imágenes 3 -8 y 3-9:
Bocetos para el concepto
del logotipo. Pruebas
preliminares. Manuel
Bolaños (2017)*

Los colores, formas y conceptos, obtenidos de la observación directa y del tratamiento de los instrumentos de investigación, fueron reducidos a las siguientes opciones que se detallan más adelante. Los colores usados primordialmente, corresponden a una paleta de tonos fríos o neutrales, y en estos diseños sobresale principalmente el uso de los petrograbados y la pesca, siendo ambos los aspectos más importantes para los habitantes en relación al sitio turístico. El criterio para la decisión final estuvo basado en la experiencia del equipo de investigación, tomando en cuenta el mensaje que buscaba transmitirse respecto al concepto representado.

Predominan los colores azules, grises, verdes y blancos. Cada uno de ellos, al igual que las figuras y el estilo corresponden a un elemento puntual de la ciudad de Metapán. La psicología del color permitió dilucidar además la correcta selección del tono para equilibrar las sensaciones y así, dinamizar el conjunto visual. La selección para la el logotipo final, estuvo basada en las siguientes propuestas visuales.

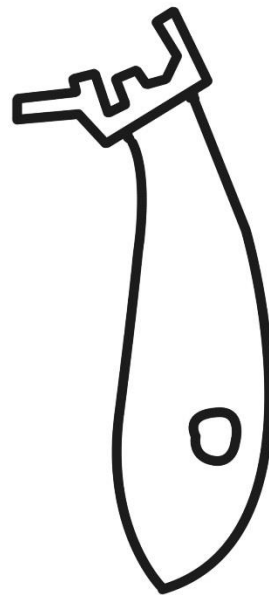


Imagen 3-10: Bosquejo de un petrograbado encontrado en la isla de Igualtepeque, del cual se partió para generar las primeras propuestas de logo. Foto: Ramón Umaña (2017)

Las gráficas para así
formas onduladas y gruesas estuvo ampliamente aceptada, tanto por el equipo como por las personas a las que se mostraron los resultados en su momento. En los siguientes gráficos, (imágenes 3-11; 3-

12; 3-13) se explican de manera clara cada una de las propuestas y sus características más destacables y qué criterios se tomaron en cuenta para determinar o no su viabilidad.



Primera propuesta, donde resaltan los siguientes elementos: Principalmente el lago y sus olas además de los tonos fríos y un anzuelo. Es una propuesta minimalista

Imagen 3-11: Boceto preliminar propuesto para el logotipo a emplear.

Fuente: equipo de investigación



Segunda propuesta, donde resaltan los siguientes elementos: La inclusión del pez sobre las olas, los anzuelos cruzados y una tonalidad neutra en alusión a los petrograbados. Este diseño tiene una orientación más geométrica.

Imagen 3-12: Boceto surgido a partir de elementos más concretos a plasmar.

Fuente: equipo de investigación



Esta tercera propuesta, donde resaltan los siguientes elementos: El pez, las olas y los círculos concéntricos que generan la idea de inclusión y la presencia de todos los aspectos a resaltar en la imagen corporativa. Esta propuesta tiene más coherencia con la idea que se busca transmitir y es un diseño más complejo.

Imagen 3-13: Concepto final de diseño, con los elementos definitivos.

Fuente: equipo de investigación.

Finalmente, el logo seleccionado fue el tercero debido a que reunía los criterios necesarios que podía tener para una mejor representación de la marca que se buscaba representar para el recorrido turístico. Nótese en él los principales elementos que hablan de lo que resulta esencial para la ciudad y el lugar del que se está hablando y por ende, resultó con el que finalmente se trabajaría para el resto del proyecto.

3.3.4 TIPOGRAFÍA, SLOGANS Y LOGOTIPOS

- **TIPOGRAFÍA**

Una buena marca debe contener no solamente un logotipo o imagen que lo identifique, sino también una tipografía que acompañe. Y ésta debe estar, igual que la parte gráfica, plenamente identificada con el lugar o la intención del mensaje que se pretende dar. En el caso de la Isla de Igualtepeque, el sitio donde se concentran los petrograbados, no existe mucha constancia de caracteres escritos, y prácticamente, la grafología originaria de los pueblos Maya - chortí es inexistente. De cualquier manera, ya que la investigación no arrojó los resultados más satisfactorios en este sentido, por consenso general entre las partes involucradas, se decidió recurrir a un tipo de letra de uso comercial libre, que de alguna manera pueda reflejar la idea general del proyecto y esté armonía con el tema. (Imagen 3-17)

La fuente seleccionada fue la siguiente:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Créditos: www.dafont.com

Este tipo de letra fue aceptada por el equipo de trabajo, en acuerdo con las personas allegadas al proyecto. El uso de esta fuente es gratuito, en tanto se reseñe la autoría al respectivo creador.

EL TOUR DE LA PESCA

METAPÁN

Imagen 3-14: Prueba de la tipografía seleccionada para el logotipo

El tipo de letra será usado para representar el nombre del recorrido turístico principalmente, como se aprecia anteriormente. Sin embargo, para cualquier otro uso que se estime conveniente dentro de las instalaciones, o para ser empleada en artículos promocionales y papelería, también puede incluirse como parte de la identidad grafica del sitio.

- **SLOGAN**

Anteriormente se explicó que un *Slogan* es la frase que identifica en un contexto comercial la expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario resumido y representado en una frase que resulta fácil de identificar al público (imagen 3-20). También es el complemento de un producto, persona, institución, entre otras, para formar confianza. Partiendo de esta base, se procedió a generar una serie de propuestas que logran identificar el producto que se está intentando promocionar.

Sabiendo que el recorrido turístico es, primordialmente, una experiencia física y de contenido histórico – cultural, se buscó concretar una frase que reflejara estas características. Algunos de los ejemplos creados para tal propósito fueron:

- “Déjate atrapar por esta historia”
- “Déjate pescar por la aventura”
- “Déjate pescar”

Para el equipo de trabajo era importante señalar dos aspectos básicos que componen el recorrido. Siendo “la pesca” y “la historia” las palabras a buscar resaltar. De las tres propuestas generadas, las dos primeras muestran un pequeño cambio en el tratamiento de la frase. Se conjeturó que la palabra “pescar” y “atrapar” conferirían un significado diferente en ambos casos. Y

por motivos de no repetir el concepto "pesca", se decantó finalmente por usar la primera frase propuesta. Finalmente, se hace la selección oportuna para el slogan: "Déjate atrapar por la aventura" porque alude a un sentido más prometedor, y que a diferencia de la segunda, no deja una idea tan vaga de lo que trata el recorrido. En definitiva, y siempre contando con el aval de las autoridades involucradas, se decidió dejar la frase anteriormente citada, y luego de haber cotejado algunas otras propuestas que surgieron de una serie de ideas entre el equipo de trabajo y los involucrados.

"Déjate atrapar por la aventura"

Imagen. 3-15: Slogan seleccionado para acompañar a los elementos visuales de la imagen

El buen eslogan por lo general debe ser corto, original e impactante. Para conseguirlo, se utilizan todos los recursos estilísticos y literarios adaptados a las necesidades del proyecto: onomatopeya, aliteración, contraste, rima, entre otros recursos. También son muy utilizados los juegos de palabras puesto que obligan a hacer un esfuerzo adicional al oyente que permite fijarlo mejor en su memoria. Estos aspectos fueron tomados en cuenta, por lo tanto, el resultado final se considera satisfactorio. La expectativa es que el visitante al recorrido turístico, además, lo considerará ingenioso, por lo que no suponemos que existirá un rechazo inmediato o posterior. El mayor éxito de un eslogan es que los consumidores lo repitan.

El slogan aprobado será usado como complemento del logotipo, e igualmente se verá reflejado en elementos publicitarios y dentro de las instalaciones para invitar a la gente a participar del recorrido.

La importancia de esta frase radica en la necesidad de crear un elemento de fácil asimilación para, a partir de la reproducción de la misma, lograr que el recorrido turístico tenga una fácil y amplia difusión en las personas que vivan la experiencia que se ofrece y también, como una potencial invitación para las personas que en un futuro tomarán parte de esta actividad.

- **LOGOTIPO**

El logotipo es la parte más visible del todo el proceso (imagen 3-22). Es el elemento que creará impacto en la población y los visitantes, por lo tanto, como carta de presentación, tiene que ser una pieza de fácil asimilación, agradable a la vista y que comunique puntualmente todas las características que el recorrido turístico ofrece.

Luego de todo el proceso de creación, presentación de propuestas y aprobaciones, el resultado final que conjunta los tres elementos en este apartado queda definido de la siguiente manera:



Imagen. 3-16: Concepto final del logotipo con todos sus elementos.

La pieza de arte final muestra la iconografía, junto a la tipografía y el eslogan que acompaña a las imágenes. Todo dispuesto de manera armónica y siguiendo la paleta de colores que

previamente se había seleccionado. Cada uno de los elementos habla de alguna de las características del lugar y las opciones que ofrece.

3.4 CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN

En términos simples, la imagen se compone de un cuadrado de bordes redondeados que encierran un pez en acción de atrapar un anzuelo, entre un conjunto de olas y montañas. Cada uno de los colores seleccionados representa un elemento propio de la identidad del municipio de Metapán. Así, el gris alude al cemento y los materiales de construcción. El verde es parte esencial de la naturaleza, presente en los paisajes montañosos y la biodiversidad que se encuentra alrededor del lago. El azul, desde luego, es el elemento central: presente en el agua, la principal fuente de vida y trabajo de los pobladores del lugar. Finalmente los colores amarillos y rojos son una indicación al clima cálido y la alegría de la gente.

El concepto bajo el cual se manejó la disposición final del logotipo es que todo lo dicho anteriormente está incluido en solo sitio, de ahí que el cuadrado encierre a las figuras centrales. Por otro lado, las formas simples están presentes en muchos de los petrograbados, encontrados en la Isla de Iqualtepeque.

El pez, de color gris para generar contraste, es una aproximación inspirada en los petrograbados presentes a lo largo de la Isla ya mencionada. No fue posible encontrar una figura exacta que correspondiera con la de un pez, así que por esa razón, el resultado final es una interpretación artística a partir de las figuras que sí pudieron ser comparadas.

Las olas, también interpretadas de manera artística, son un elemento que no podía faltar junto al pez, ya que como su nombre lo indica, el recorrido se realiza sobre este elemento.

Se tuvo presente a la hora de crear este concepto cada una de las necesidades del recorrido y de las personas involucradas en el proyecto. La reducción a las formas simples fue otro de los parámetros a tomar en cuenta. Siguiendo las tendencias del diseño contemporáneo, el mensaje que debía comunicarse tenía que ser simple y claro. Con el resultado final obtenido, preliminarmente esto puede ser confirmado dada la aceptación que la propuesta tuvo.

Cabe mencionar además, que el resultado que se observa anteriormente, ha contado con la plena aprobación de las autoridades, pobladores y pescadores que conformaron el equipo de

trabajo con el cual se colaboró para la conclusión de este proyecto. Las modificaciones que se creyeron pertinentes fueron realizadas, hasta llegar a la imagen final que se tiene en este documento.

3.5 VALIDACIÓN DE RESULTADOS

Para poder concluir la parte que tenía que ver con los resultados de la imagen gráfica, una vez se requirió del uso de pruebas que permitieran validar los resultados obtenidos. De esta manera, y ya con la propuesta final del logotipo, la tipografía y el slogan conjuntados todos, se procedió a realizar una ratificación concluyente de los logros conseguidos.

Las autoridades de turismo, los pescadores y trabajadores del lago, representantes de las ADESCOS y otros involucrados en el proyecto fueron citados para presentar el paquete de identidad gráfica.

En conclusión, se puede afirmar que los resultados presentados fueron del agrado de todas las partes, señalando que estos presentaban todos (o la mayoría) de los elementos que se buscaban destacar propios del recorrido turístico. A través de la realización de un último "Focus Group" para validar y escuchar posibles sugerencias, se puede subrayar lo siguiente:

- El recorrido necesitaba un logotipo o imagen que lo representara.
- Los colores adaptados en el logotipo son adecuados y fueron bien aceptados.
- La tipografía está acorde en términos estilísticos y estéticos.
- El slogan funciona y es fácil de recordar, además, es llamativo.

Contando con la plena aprobación del equipo de trabajo, se procedió a un paso final que para todos pareció pertinente. Esto es la validación entre las personas que habitan el municipio.

A través de un simple método de encuesta entre los pobladores, mediante el cual se les preguntó directamente su opinión sobre el paquete de imagen gráfica, se obtuvieron de igual manera resultados satisfactorios. En esta ocasión el instrumento de investigación no necesitó de un documento escrito, pues se consideró que se podía ser más dinámico y preciso con el uso de un par de preguntas sobre tema.

De la mayoría de las personas, pobladores de la ciudad de distintas ocupaciones, se percibió la idea que el logo tiene buena aceptación y por lo tanto, será bienvenido para formar parte del imaginario colectivo de Metapán. Si bien algunas sugerencias fueron planteadas, el equipo de investigación consideró que no era relevante para el proceso realizar modificaciones significativas.

De esta manera y contando el pleno aval de todas las partes involucradas, es que el resultado final puede considerarse un éxito. Creemos que el paquete de imagen gráfica no tendrá problemas para volverse parte y referente de los visitantes al Lago de Güija. Con el pertinente uso de la imagen y la puesta en práctica de una campaña publicitaria, el recorrido denominado "El Tour de la Pesca" finalmente tendrá ese elemento que necesitaba y con esto, se añade una elemento más a la oferta turista actual del municipio de Metapán.

3.6 USOS DE LA IMAGEN GRÁFICA

Una vez establecida, los usos de la imagen deben ser considerados dentro de un plan de trabajo que limite y abarque las necesidades del recorrido. La labor realizada por el equipo de investigación se limita a la presentación de la propuesta de un paquete de imagen institucional. Sobre los usos que se estimen convenientes, tendrá que tratarse en posteriores proyectos que involucren elementos publicitarios y un despliegue logístico que alcance a cubrir las necesidades de difusión de la marca.

- **PAPELERÍA**

Como marca, es necesario darse a conocer en formato impreso, para llegar a un mayor número de personas de manera eficiente. De igual manera, se debe contar con un soporte para expresar más ideas y tener presentarse en situaciones que demanden papelería institucional. A continuación se muestran algunos ejemplos de documentos para tal propósito. Tarjetas de presentación, afiches, hojas volantes, entran en este apartado.

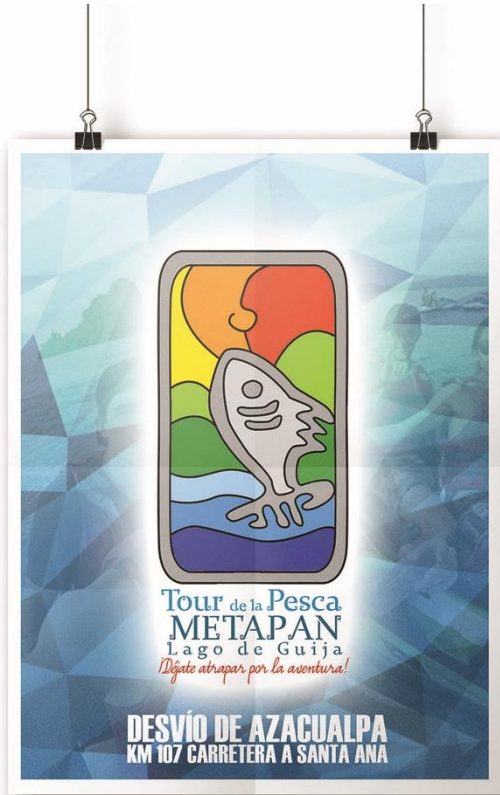


Imagen 3-17: Afiche publicitario para el recorrido turístico.



Imagen 3-18: Brochure, para promoción en la ciudad e información general.

- **SEÑALETICA**

La señalética, un elemento necesario, es sumamente importante para comunicar y señalar de manera correcta las necesidades del recorrido turístico. En esta modalidad, se propone armonizar con el medio ambiente y ofrecer una alternativa ecológica utilizando materiales reciclables que de paso, generen una idea positiva en el espectador. A continuación, dos propuestas a ser implementadas en el recorrido.



Imagen. 3-19. Señalética en el camino que conduce al recorrido. Concepto: Ismar Rivas (2017)



Imagen 3-26: Señalética con indicaciones generales en el inicio del recorrido. Concepto: Ismar Rivas (2017)



Imagen 3-20: Señalética para el interior de las instalaciones del recorrido turístico.

Concepto: Ismar Rivas (2017)

- **ARTÍCULOS PUBLICITARIOS**

Para asegurar el recuerdo de los visitantes y ofrecer un *suvenir* que al mismo tiempo que brinde un objeto utilitario al usuario y sirva de propaganda indirecta, los artículos promocionales son también parte de la oferta de elementos a disposición del público en general. Además, estos artículos contribuyen al sostenimiento de los servicios que se ofrecen dentro del recorrido. Pueden ser usados por el personal a cargo del recorrido, para identificarse. A continuación se muestran un par de ejemplos, entre muchos otros que pueden implementarse.



Imagen 3-21. Camisetas estampadas con el logo, en dos modalidades (deportiva y uso institucional) Concepto: Ramón Umaña



Imagen 3-22: Artículos promocionales diversos. Concepto: Ramón Umaña.

3.7 EL MANUAL DE IMAGEN PARA LA RUTA TURÍSTICA

El documento que sustenta esta investigación es el resultado de la síntesis del estudio realizado durante el periodo de investigación. Como resultado final, se buscó principalmente incluir los puntos más trascendentales para echar a andar la imagen del recorrido. En un lenguaje visual simplificado, buscando el minimalismo para la optimización de las instrucciones y que, a través de ellas, se lograra entender el propósito y los pasos concretos a seguir para logra el resultado que se espera obtener.

Para este instrumento, se utilizó un formato de tamaño estándar de 8.5 x 11 pulgadas, algo que resultara portable, pero a la vez con el tamaño adecuado para visualizar correctamente las instrucciones. Este manual, en su resultado final, no sobrepasa las veinte páginas. Lo que permite una interpretación fácil y que no resulte pesada de procesar, incluso si los interesados en abordarlo no son expertos en la materia del Diseño Gráfico. El estilo y la diagramación, como puede observarse en la imagen 3-23, siguen la temática de los colores referenciados anteriormente en este estudio.

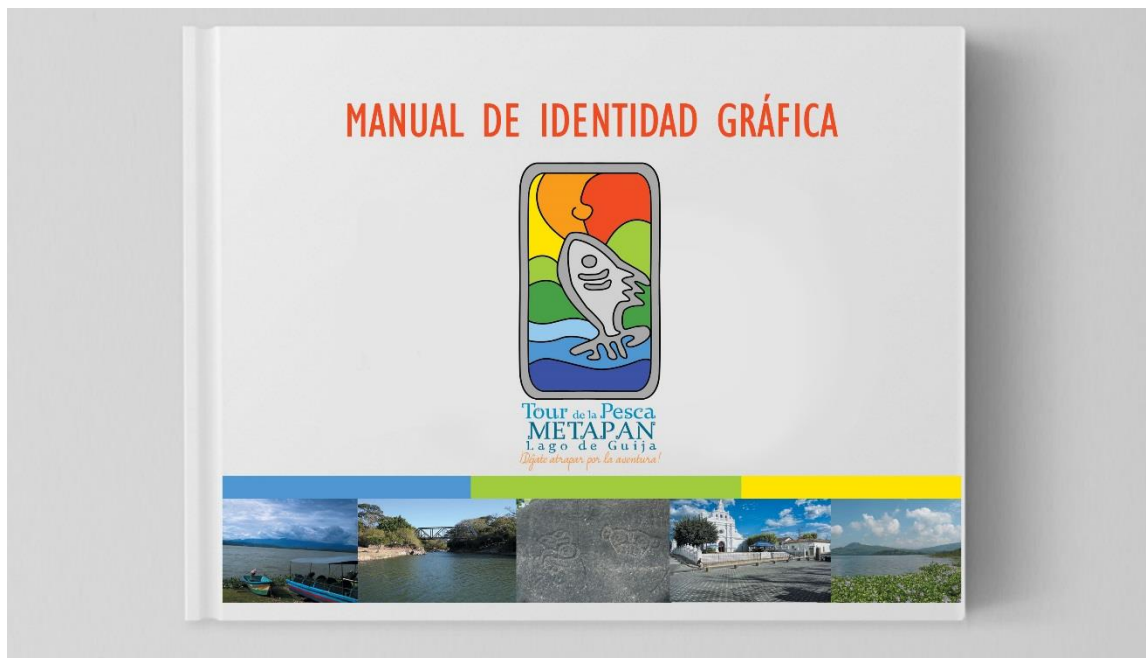


Imagen 3-23: Cubierta del manual de imagen. Concepto: equipo de investigación (2017)

El contenido del manual, se desarrolla comenzando con un el crédito para los autores y el registro de la propiedad intelectual. Seguidamente tenemos un pequeño preámbulo de las funciones del manual y la importancia que tiene para la empresa o emprendimiento que busca identificar. Como cualquier documento de esta naturaleza, el índice señala las secciones en que se divide y su contenido. Estas partes son las siguientes:

ELEMENTOS DE LA IMAGEN

- La marca
- El logotipo
- Paleta de colores principales
- Paleta de colores secundarios
- Retícula
- Tipografía

USO CORRECTO DE LA MARCA

- Uso correcto de la imagen
- Variaciones de color
- Uso incorrecto de la imagen

APLICACIONES DE LA MARCA

- Artículos promocionales
- Glosario

En cuanto a la diagramación, se escogió, como se dijo antes, un estilo minimalista que no sobrecargara la información ni las imágenes para facilitar su lectura. Las secciones están claramente identificadas y sobresalen del resto del texto. Cada página se divide en dos cuadrantes, uno para el texto y otro para la imagen, según requiera la elemento a tratar y los elementos a desplegar. El formato horizontal permite una mejor distribución de la imágenes y el texto (véase imagen 3-24). En cuanto a los materiales utilizados, para dotar al documento de la seriedad que merece, se optó por un encuadernado en un formato de tapa dura para versión definitiva, en papel *couché* para los interiores; y una impresión laser de alta calidad sobre papel bond con un anillado espiral para una versión más simple.



Imagen 3-24: Diseño interior del manual de imagen. Concepto: equipo de investigación (2017)

El último paso es la validación de los resultados, que dará la apropiada conclusión a este documento y la investigación. Como equipo de investigación, nos damos por satisfechos con el resultado. El objetivo, brindar un producto de calidad y utilidad, se ha cumplido según nuestras proyecciones iniciales.

3.8 VALIDACIÓN DEL MANUAL DE IMAGEN

El proceso de elaboración de Manual de Imagen para el recorrido turístico "El Tour de la Pesca" ha requerido un proceso de investigación, recolección de datos y un sinnúmero de pruebas técnicas, mismas que necesitaron la validación para conseguir el objetivo deseado. Estos procedimientos arrojaron los resultados esperados, la imagen del sitio fue aprobada a través de un consenso con las autoridades y las personas involucradas.

En el camino, mejoras y detalles fueron excluidos e implementados según fue solicitado. Esto con el objetivo de mejorar el producto final. Esto nos llevó a concluir que, de ser llevado a la

práctica, la imagen para el recorrido funcionaría efectivamente y tendría la aceptación buscada en el público. Con lo anterior, únicamente restaría concretar el proyecto.

Sin embargo, el propósito de este documento se limita a la presentación de los resultados según los objetivos planteados por el equipo de trabajo. El proceso de implementación, se vuelve un tanto más complicado ya que tomaría más recursos y tiempo para volverlo realidad. Sin embargo, y para recalcar lo anterior, podemos asegurar que el resultado sería un éxito, al menos en primera instancia, que es, conseguir una imagen comercial que defina de manera exacta los elementos que componen el sitio turístico que se busca representar.



Imagen 3-25: Presentación de resultados para la validación del manual de marca. Restaurante Los Remos, Metapán. Ramón Umaña (2017)

La validación del proyecto, por tanto, se concluye con la firme aceptación de los resultados hasta este punto. Estando seguros que, en teoría, ningún aspecto queda fuera y la solidez del producto se confirma tal como está.

El siguiente paso sería elaborar un presupuesto que cubra los gastos, dentro de los cuales debe incluirse:

- El costo de la investigación (viáticos, conocimientos implementados, mano de obra y elaboración de propuestas y la cobertura de la investigación como tal).
- Un bosquejo general de la ubicación y situación de las propuestas (vallas publicitarias, rotulación, señalética y otros necesarios).
- Implementación de las propuestas (un análisis de las mejores alternativas, con respecto al precio y la calidad de terceras personas que hagan posible la manufactura de las mismas).
- Un excedente para gastos imprevistos (ya que no se conocen en su totalidad las contingencias que puedan surgir en el camino con los gastos no planificados).

La idea fue brindar un servicio completo que satisfaga las necesidades del cliente, pero en nuestra experiencia como equipo de trabajo, hemos considerado dejar fuera esta última parte para no exceder la investigación y no caer en un falso planteamiento de gastos. Según nuestra apreciación, la siguiente etapa constituiría un proyecto entero para llevarlo a cabo. De esta manera, y con los resultados obtenidos, nuestro proyecto concluye con la presentación de los resultados que aquí se muestran.

3.8.1 RELEVANCIA DEL PROYECTO

Es bien sabido que un proyecto de tales características, entiéndase por esto, un recorrido turístico que logre llenar las expectativas de lo ofrecido, requiere de un adecuado proceso de mercadeo para difundir la marca entre los usuarios actuales y los potenciales visitantes a los que se pretende llegar en un futuro.

La mayoría, sino la totalidad, de empresas de este tipo, cuentan con una respectiva maquinaria de publicidad, compuesta por los elementos aquí sugeridos e incluso, otros que el camino surja, teniendo en cuenta el tipo de público y la ubicación del recorrido turístico. La cantidad de aspectos a tomar en cuenta, escapan de un planteamiento a primera vista. Lo que sí es seguro,

es que este proyecto, al carecer de una imagen comercial que lo identifique adecuadamente, necesitaba del esfuerzo aquí planteado para resaltar y llegar a más personas.

Algo para tomar en cuenta, si el proyecto se desea echar a andar, es la ubicación del recorrido turístico. Si bien muchas personas conocen el Lago de Güija y la ciudad de Metapán, no todas las personas en el país conocen el recorrido, que en cierto modo, se ha manejado hasta ahora de manera local entre los habitantes y visitantes al sitio.

Metapán es una ciudad en crecimiento, tanto económico como turístico. Esto lo confirman la cantidad de proyectos similares y las entidades involucradas en el accionar que busca dar realce a este tipo de emprendimientos.

Sin embargo, Metapán no es cabecera departamental, y por lo tanto, no resalta del modo que lo haría una ciudad como Santa Ana o la capital San Salvador. Las dos ciudades antes mencionadas, cuentan con infraestructuras y de alguna manera, recursos para potenciar este tipo de actividades. En este sentido, lo que puede jugar en contra de los resultados que se buscan, puede de igual modo potenciarlos, si se aplican adecuadamente los capitales a disposición.

La ciudad cuenta con otras atracciones y recorridos turísticos que son medianamente conocidos por el público en general. Por lo tanto, la propuesta de realizar una imagen comercial para uno de ellos, el "Tour de la Pesca", puede potenciar y animar a otras empresas a buscar los mismos resultados a partir de este documento. Esto fue uno de los objetivos presupuestados desde el principio. Dentro de la ciudad, no existe mayor difusión comercial para estas actividades, por tanto implementar un aparato publicitario puede brindar no solamente los beneficios esperados, sino también impulsar otros sectores involucrados en esta dinámica.

Ser pioneros en algo siempre es positivo. De este modo, la importancia de echar a andar esta propuesta resulta de lo más necesario para la ciudad y sus sectores comerciales.

3.8.2 FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

En el apartado anterior, se estableció que existen limitantes, referidas al espacio y la ubicación geográfica de Metapán. Para ilustrar mejor este punto, se puede mencionar la ausencia de estructuras que soporten los medios gráficos para solventar el proyecto. En el interior de la ciudad no existen (hasta la fecha de la investigación) MUPIS, o vallas publicitarias abiertas al comercio, razón por la cual, no se sugiere su uso para la publicidad exterior.

Las vallas publicitarias colocadas en carretera son de uso privado de las empresas que las emplean y las que puedan estar disponibles para arrendar, no tienen la ubicación más apetecible para lograr los resultados esperados. Algunas de las publicidades exteriores, están elaboradas de manera más tradicional (estructuras de hierro, mantas y carteles artesanales). Estos detalles son necesarios para tomar en cuenta a la hora de implementar la publicidad para el recorrido turístico.

Con todo lo dicho anteriormente, sin embargo, no se desanima la implementación del proyecto. Pero sí, puede que genere algunos gastos que no pueden ser considerados con la información obtenida hasta la fecha. Simplemente, y a manera de precaución, se establecen estas condiciones para ser tomadas en cuenta.

Pero, como también se mencionó anteriormente, ser los primeros en algo es siempre positivo. Y desde nuestra perspectiva como equipo de trabajo, la viabilidad del proyecto no tendría por qué verse afectada a pesar de dichas carencias. Más aún, la necesidad de llevar a cabo lo planteado en el documento, refuerza la necesidad de concretizar la imagen comercial, a través de la inversión en la publicidad en todos los sentidos posibles.

Por ser una ciudad fronteriza, por tener los recursos necesarios, tanto económicos como medio ambientales, por tener un flujo comercial de gran relevancia, por estar a buena distancia de otras ciudad importantes y por tener buenos accesos y prestaciones para recibir visitantes, el proyecto tendría el éxito esperado y no se pone en duda la factibilidad del mismo.

3.9 SÍNTESIS

Consolidar, proponer y validar. El tercer y último capítulo, que compone esta investigación viene a brindar el cierre que requiere la propuesta con que inició la idea de este proyecto. Ya comprendidas las generalidades históricas, los elementos que componen la cultura y la ideología del municipio de Metapán, la etapa final asegura que todo lo anterior esté contenido y sintetizado de manera pertinente en un resultado que pueda ser implementado, para el caso, una manual de identidad corporativa que contiene los elementos necesarios para echar a andar el plan de la marca de un recorrido turístico.

Se extraen, de cada uno de los elementos característicos del municipio y el recorrido turístico seleccionado, los colores y las formas que se integran al resultado final; el logotipo y todos los demás elementos necesarios para crear una identidad propia a través de una marca que sea reconocible y plenamente identificable por los locales, pero además, fácilmente ubicable por el resto de visitantes con los que se busca conseguir más afluencia.

Por supuesto, nada de lo hecho hasta este momento tendría sentido sin validar los resultados. Esto se logró a través del consenso de las partes involucradas con el proyecto, que tras dar su visto bueno, se procedió a recabar la opinión de usuarios seleccionados al azar, entre ellos pobladores de la ciudad, para que dieran su opinión respecto a los resultados ofrecidos.

Por todo lo anterior, la factibilidad de la implementación del proyecto, queda a discreción de las autoridades y personas encargadas del recorrido turístico. Sin embargo, la investigación preveía inicialmente la entrega de los elementos necesarios para aplicar la marca, de manera que la segunda etapa: la realización, deberá proyectarse de manera independiente a este documento.

CONCLUSIONES

Una vez alcanzada la etapa final del proyecto, la validación de los resultados obtenidos y el consenso entre las partes involucradas, es posible reflexionar sobre la labor realizada y concluir los siguientes aspectos:

- 1) Es necesario brindar más apoyo a iniciativas culturales y de turismo, no solamente en el municipio de Metapán, sino en todo el país, ya que muchas de estas actividades son mayormente impulsadas por particulares que si bien cuentan con el apoyo de instituciones de gobierno, muchas veces carecen de los recursos necesarios para sobresalir en la oferta turística nacional.
- 2) En muchos lugares el país, hace falta un exhaustivo trabajo de recolección y preservación de datos históricos y aspectos culturales que permitan establecer estudios posteriores para esta clase de proyectos. La cultura y las tradiciones, muchas veces quedan relegados a una mera cuestión de curiosidad local. El rescate de esta identidad, permite situarnos en el lugar correcto y desde ahí, avanzar como sociedad.
- 3) Cualquier proyecto turístico necesita una correcta difusión de lo que tiene que ofrecer al público a través de una imagen comercial que permita establecer la marca dentro del mercado de ofertas disponibles. Y a ser posible, poner en marcha un esquema publicitario para conseguir llegar a más sectores en el futuro.
- 4) Existen muchos comercios o pequeños emprendimientos que, por omisión o falta de recursos, no cuentan con una asesoría para la imagen de sus marcas o productos. El presente documento deja claro que esta opción puede ser viable en un sentido económico y práctico. Lo cual subraya la importancia de generar estos esfuerzos en favor de optimizar los resultados de una buena marca.

RECOMENDACIONES

Para el recorrido turístico denominado "El Tour de la Pesca" en Metapán, gestionado a través de la Asociación de desarrollo turístico "Patitas Blancas" y las demás entidades agrupadas, encargadas de su funcionamiento:

- 1) Poner en práctica el presente manual para lograr los propósitos establecidos en un principio para la difusión del recorrido turístico. Los resultados obtenidos a partir de esto, permitirán o no, implementar el modelo en otro tipo de actividades afines al turismo y la cultura.
- 2) Buscar el apoyo necesario para hacer una recopilación de datos históricos y en general de la cultura del municipio, que es por demás, rica en detalles y tradiciones para no perder esta información y reflejarla en futuros proyectos de cara al sector turístico y cultura.
- 3) Continuar con la labor que se ha venido haciendo en beneficio del municipio de Metapán y sus alrededores. Impulsar más proyectos que tengan que ver con la cultura y la ecología.

Para la Universidad de El Salvador, representada por el equipo de trabajo que fue conformado para llevar a cabo esta investigación:

- 1) Mostrar interés en promover más proyectos de este tipo y brindar las facilidades necesarias para hacer posible que estas investigaciones prosperen más allá de la documentación y la recopilación de datos.

- 2) Poner a disposición del público este manual para futuras necesidades, dentro de las instalaciones del campus y también para personas y entidades que busquen resultados similares a los propuestos en el presente documento.

- 3) Abrir sus puertas y sus recursos para que futuras investigaciones puedan sustentarse por medio de la utilización de los recursos académicos con los que cuentan actualmente.

BIBLIOGRAFÍA

- Ávila, F. J. (1941). "La Gaceta de Caracas" El primer periódico en Venezuela. *La Gaceta de Caracas*, 3-4.
- Casa de la Cultura, M. (1994). *Monografía de la Ciudad de Metapán*. Metapán: CC Metapán.
- Chilvers, I. (1995). *Diccionario de Arte*. México: Alianza Editorial.
- Colorado, J. A. (2014). *HISTORIA DEL DISEÑO EN EL SALVADOR: EL DISEÑO GRÁFICO COMO PROFESIÓN FORMAL (1978-1988)*. San Salvador: Escuela de Diseño, UJMD.
- Cruz, N. M. (23 de mayo de 2017). Sobre las asociaciones de desarrollo comunal en Metapán. (M. Bolaños, Entrevistador)
- Diario Oficial, E. S. (1 de junio de 2004). Ministerio de Turismo. *Diario Oficial, Tomo 100 N°363*.
- Escuela superiores de diseño. (7 de febrero de 2015). *Escuela superior de diseño*. Obtenido de ESD: www.esd.org.es
- FISDL. (11 de Octubre de 2012). *Fondo de Inversion Social para el Desarrollo Local de El Salvador*. Obtenido de FISDL: www.fisdل.gob.sv
- Gabelich, C. (28 de marzo de 2017). *Interbrand a través de su concepto e identidad visual para la marca El Salvador, trae la estrategia de crecimiento del país a la vida*. Obtenido de [interbrand.com](http://interbrand.com/mx/newsroom/marca-pais-el-salvador-interbrand-trae-la-estrategia-de-crecimiento-del-pais-a-la-vida/): <http://interbrand.com/mx/newsroom/marca-pais-el-salvador-interbrand-trae-la-estrategia-de-crecimiento-del-pais-a-la-vida/>
- GOES. (2010). *Plan Quinquenal de desarrollo GOES (2010-2014)*. San Salvador: Secretaría de comunicaciones.
- Gravier, M. G. (2015). *La tipografía en México: ensayos históricos, Siglos XVI al XIX*. México: Facultad de Artes y Diseño, UNAM.
- Group, F. (20 de agosto de 2017). Elementos que definen la identidad de Güija. (M. Bolaños, Entrevistador)
- INTERBRAND. (28 de marzo de 2017). *Interbrand a través de su concepto e identidad visual para la marca El Salvador, trae la estrategia de crecimiento del país a la vida*. Obtenido de [www.interbrand.com](http://www.interbrand.com/mx/newsroom/marca-pais-el-salvador-interbrand-trae-la-estrategia-de-crecimiento-del-pais-a-la-vida/): <http://www.interbrand.com/mx/newsroom/marca-pais-el-salvador-interbrand-trae-la-estrategia-de-crecimiento-del-pais-a-la-vida/>
- Jereda, M. (4 de abril de 2017). Conformación de Patas Blancas. (M. Bolaños, Entrevistador)
- Klein, N. (1999). *No logo, el poder de las marcas*. Barcelona: Paidós.
- Metapán, A. d. (2015). *"Metapán, ciudad precolombina"*. Metapán: Alcaldía Municipal de Metapán.

- Mi pueblo y su gente, B. (28 de mayo de 2012). *Metapán, Santa Ana*. Obtenido de www.mipueblosugente.com:
<http://www.mipueblosugente.com/apps/blog/show/15538012-metapan-santa-ana>
- MITUR. (2014). *Pueblos Vivos, Estrategia Turística para el Desarrollo Humano*. . San Salvador: Pueblos Vivos.
- MOP, M. D. (2008). *Plan de Desarrollo Territorial para la Region del Trifinio*. San Salvador: MOP.
- Ortiz, R. (2016). *El Diseño Gráfico en América Latina y Algunos Exponentes Reconocidos*. Obtenido de universitarios magazine: <http://universitariosmagazine.com/site/index.php/eventos/el-diseno-grafico-en-america-latina-y-algunos-exponentes-reconocidos>
- Ramos, U. (2006). *Metapán*. San Salvador: Fondo de inversión social y desarrollo local FISDL.
- Salvador, G. d. (2010). *Plan Quinquenal de desarrollo GOES (2010-2014)*. San Salvador: Secretaría de comunicaciones GOES.
- Santos, M. C. (23 de Enero de 2012). *La Bauhaus*. Obtenido de historia-arte: www.historia-arte.com
- Sermeño, A. (27 de Abril de 2017). Interpretacion Antropologica. (M. Bolaños, Entrevistador)
- Sermeño, Á. (23 de agosto de 2017). Perspectiva sobre los Petrograbados en El Salvador. (M. Bolaños, Entrevistador)
- Toruño, R. D. (2005). *Evolución del diseño gráfico impreso en El Salvador*. San Salvador: Universidad de El Salvador.
- Turismo, E. S. (Dirección). (2012). *Reportaje especial Parque Nacional el Trifinio* [Película].
- Turismo, M. d. (2014). *Informe de gestión 2009-2014*. San Salvador: Ministerio de Turismo El Salvador.
- UNESCO. (12 de junio de 1996). *Bauhaus and its Sites in Weimar, Dessau and Bernau*. Obtenido de whc.unesco.org: www.whc.unesco.org
- Vilardi, R. (29 de febrero de 2016). *Desarrolla la imagen corporativa de tu empresa ¡y enamora!* Obtenido de We are marketing: www.wearemarketing.com
- Wolmer, V. (1932). Rowland Hill. En *Post Office Reform, Its Importance and Practicability*. London: Ivor Nicholson and Watson Ltd.

Tesis consultadas:

- Teresa Alba y Lucía Mayoral (2011) El Turismo: Conceptos y definiciones e importancia actual. Escuela Universitaria de turismo de Murcia. Universidad de Murcia. (Murcia, España)
- Lemus Hintz, Lorenzana Bautista y Meza López (2016) Aplicación de identidad gráfica como herramienta de posicionamiento en el mercado artesanal, para la asociación cooperativa de productores agropecuarios y artesanales PATASHCA (ACOPAAP de R.L), Nahuizalco, Sonsonate. Universidad de El Salvador. (San Salvador, El Salvador).
- Guevara Toruño, Ricardo David (2005) Evolución del diseño gráfico impreso en El Salvador. Universidad de El Salvador. (San Salvador, El Salvador)

Sitios web consultados:

- Facebook/Asociación de Desarrollo Turístico Patas Blancas (2017)
<https://www.facebook.com/patasblancas.metapan>
- Plan Trifinio, El Salvador, Guatemala y Honduras (2016-2017)
<http://turismotrifinio.net/>
- Mi Pueblo y su Gente (2017)
<http://www.mipuebloysugente.com/apps/blog/show/15538012-metapan-santa-ana>
- Metapán, Ciudad Blanca (2017)
metapanciudadblanca.blogspot.com/
- MITUR (2017)
<http://www.mitur.gob.sv/>

GLOSARIO

MANUAL DE MARCA

Es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.

.

DISEÑO GRAFICO

El diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. Esta actividad ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas. También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, diseño de comunicación visual o diseño visual.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Un instrumento de investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación, que luego facilita resolver el problema de mercadeo.

PUBLICIDAD

La Publicidad es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad. La publicidad utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, estos son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público en general que es básicos para el comercio en general.

RECORRIDO TURISTICO

Se entiende por ruta turística, aquel recorrido turístico lineal o circular, que consta de un itinerario definido conectado por varios sitios de interés para el visitante. Por lo general, estos atractivos, son los que caracterizan la zona o localidad donde se realiza el recorrido.

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes

Objetivo:

Conocer el punto de vista de las autoridades con respecto a la actualidad del turismo, su impacto y desarrollo en la ciudad de Metapán, departamento de Santa Ana.

Consentimiento informado:

Se agradece, por el tiempo dedicado a responder esta consulta, que forma parte de la investigación para respaldar el Proceso de Grado para la obtención del Título de la Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico.

Su valioso aporte sobre esta área, permitirá que los resultados del presente estudio, hacer una propuesta de artículo para publicación. Motivo por el cual es importante que nos quede grabado, para su análisis, en el caso que Usted no se oponga; sin embargo si en alguna ocasión desea que algún comentario no quede grabado, con todo gusto detenemos la grabación.

Perfil del entrevistado:

Nombre: _____ Firma: _____

Profesión: _____

Entrevistador/a:

Nombre: _____ Firma: _____

Lugar: _____ Fecha: _____

1. ¿Se tienen datos del ingreso de turistas en la ciudad de Metapán?

2. ¿Conoce el impacto que el turismo puede tener para una población?

3. ¿Qué lugar ocupa el turismo en el actual plan de gobierno para la ciudad de Metapán?

4. ¿Existen planes turísticos vigentes en la ciudad de Metapán?

5. ¿Qué iniciativas se han propuesto?

6. ¿Se cuenta con un mapa de los lugares clave para la explotación turística?

7. ¿Existen riesgos para el turista potencial en dichos lugares?

8. ¿Se cuenta con el apoyo de alguna ONG o institución pública para el desarrollo turístico?

9. Como autoridad municipal, ¿están dispuestos a colaborar en la logística de una iniciativa de ruta turística para la ciudad de Metapán?

Entrevista con el Antropólogo Lic. Álvaro Sermeño
Investigador y docente de la Escuela de Artes, Universidad de El Salvador.
Fecha: junio de 2017 (transcripción)



Consentimiento informado:

Se agradece, por el tiempo dedicado a responder esta consulta, que forma parte de la investigación para respaldar el Proceso de Grado para la obtención del Título de la Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico.

Su valioso aporte sobre esta área, permitirá que los resultados del presente estudio, hacer una propuesta de artículo para publicación. Motivo por el cual es importante que nos quede grabado, para su análisis, en el caso que Usted no se opone; sin embargo si en alguna ocasión desea que algún comentario no quede grabado, con todo gusto detenemos la grabación.

Perfil del entrevistado:

Nombre: _____ Firma: _____
Profesión: _____

1. ¿Cuál sería el significado aproximado de los Petrograbados encontrados en Güija?

No existe un significado que haya sido estudiado de manera pertinente, pero se maneja el significado, por muchos autores e investigadores de la región, y otros internacionales, que podría tratarse de un registro, una especie de libro que deja constancia sobre las creencias, los rituales asociados a la fertilidad. Esto, por la presencia de figuras asociadas al agua, a Xipe-Totec y otras similares. Si bien no se puede establecer un dato concreto, si existe este tipo de conjeturas, dada la importancia de los personajes, las figuras antropomórficas y fitomórficas presentes en lo petrograbados.

2. ¿A qué período pertenecen los Petrograbados?

La discusión está entre situar estos vestigios en el período Clásico, Post clásico. Clásico tardío incluso. Exactamente no se sabe la fecha exacta, aunque la evidencia señala este periodo como el más probable.

3. ¿Cuál sería el manejo adecuado para preservar el legado de los Petrograbados?

Hay mucho saqueo y deterioro, respecto a este sitio. Muchas piezas han sido trasladadas de manera ilegal a otros sitios. Bueno, ahí mismo en Metapán, en el centro, se puede apreciar cómo han llevado algunas de las piezas para hacerlas partes de la decoración, como meras curiosidades. Esas piezas están dañadas y no se cuidan como deben. En el Museo de Antropología (MUNA) existen varias piezas de Güija, encontradas en el fondo del lago y los alrededores. Hay muchas iniciativas para tratar de conservar estas piezas, pero hasta la fecha no hay una ley, o un procedimiento, que se encargue de velar por estas piezas. El manejo adecuado, sin duda, sería protegerlas, clasificarlas y ponerlas a disposición de la gente, pero sin alterar su integridad ni su significado.

4. ¿Qué otros sitios similares existen en El Salvador?

El área de Güija, especialmente, se considera importante. Un sitio ceremonial como no existe otro en el país. Por estar ubicado en las inmediaciones del lago. De hecho, se cree que en Centroamérica no existe otro sitio con características similares. Existen, diseminados en el país, otros petrograbados con inscripciones que son muy parecidas entre sí, podrían guardar relación, pero no ha sido posible conectarlos con Güija. Es probable que estén asociados, porque se trata de figuras siempre asociadas a la fertilidad, al agua. Siempre están ubicadas cerca de ríos y en medio de montañas. En el oriente del país, especialmente, hay varios de este tipo.

5. ¿Cuál es la importancia de este sitio, respecto a otros en el territorio?

Como se dijo antes, la importancia radica en la consideración de este sitio como uno de los mejor conservados, esto a pesar del poco cuidado que se tiene del lugar. Más que un sitio arqueológico, un legado histórico, Güija muchas veces es un parque donde la gente puede departir y esto expone la integridad de las piezas. Un sitio como este (Lago de Güija) no existe en el país, por lo tanto, sería uno de los más importantes para el estudio de estas piezas y la cultura Maya-Chortí. En el país, existe mucha riqueza, mucha historia que todavía no se ha descubierto ni estudiado de manera correcta.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
San Salvador, El Salvador.



FOCUS GROUP

PROPÓSITO

La universidad de El Salvador, a través de la Escuela de Artes, conduce la presente investigación para conocer los aspectos más relevantes de la **iconografía y la imagen** coloquial de la ciudad de Metapán, departamento de Santa Ana, para poder condensar una apropiada **identidad gráfica** que refleje el auténtico semblante de la ciudad y sus recursos naturales. Esto con el objetivo lo lograr dotar de un logotipo y los elementos necesarios para elaborar una **marca** en concepto de una ruta turística establecida en la ciudad.

PROCEDIMIENTO

A continuación, se presentan una serie de cuestionamientos que deben ser satisfechos brindando una opinión en conformidad con el sentimiento que estas generen en el participante de este **Focus Group**. De igual manera, posterior a las preguntas por escritos se desarrollará un breve conversatorio para obtener los resultados previstos.

TEMA

ESTUDIO TÉCNICO PARA LA ELABORACIÓN DE IMAGEN GRÁFICA DE RUTAS TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE METAPÁN, DEPARTAMENTO DE SANTA ANA, CASO: "TOUR DE LA PESCA", 2016

CONSENTIMIENTO

El presente documento tiene un carácter investigativo. Los resultados serán analizados por un equipo de investigación conformado por alumnos y docentes de la Universidad de El Salvador para tener un parámetro que permita medir la opinión de los participantes sobre los cuestionamientos planteados. En ningún momento su identidad será divulgada ni vinculada con la investigación o cualquier otro resultado. Estos documentos, mientras la investigación esté vigente serán resguardados de manera segura y una vez hayan servido su propósito, serán descartados para evitar cualquier uso indebido de la información.

*a través de la firma del presente documento usted acepta y manifiesta haber entendido el carácter de esta investigación, además de comprometerse a proporcionar información correcta y que permita concluir un buen resultado al final de la investigación. Así como también, su acuerdo para participar de este **Focus Group**

Firma del participante: _____

Nombre: _____

Fecha: _____

INTRODUCCIÓN

Una imagen gráfica es el resultado de la consolidación de todos los elementos que componen en el imaginario colectivo y propio de cualquier elemento, sitio u organización. La síntesis de dichos elementos, una vez conjuntados en armonía de colores y formas, da como resultado una unidad que representa de manera efectiva y fácil de recordar la marca que se busca promocionar.

El presente cuestionario busca encontrar qué elementos son propios del recorrido turístico denominado "El Tour de la Pesca", en el Lago de Güija, en la ciudad de Metapán.


Concretamente, se busca identificar bajo qué parámetros se puede construir un logotipo, parte de una imagen gráfica, para hacer que dicha actividad pueda consolidarse y promocionarse de manera más fácil y efectiva dentro de la oferta turística con la que actualmente cuenta el país.


PREGUNTAS:


- 1) ¿Qué instituciones privadas o de asocio público participan activamente en el sector turístico de la ciudad de Metapán?**
- 2) ¿Qué papel juega el turismo en el desarrollo local de la ciudad de Metapán?**
- 3) ¿Conoce o ha realizado el recorrido turístico conocido como "El Tour de la Pesca"?**
- 4) ¿Qué detalle del recorrido (o el sitio en general) ha captado más su atención?**
- 5) ¿Considera que un recorrido turístico trae beneficios para una ciudad?**
- 6) ¿Qué resultados podrían esperarse si se implementa y promoció de manera efectiva un recorrido turístico en la ciudad de Metapán?**
- 7) ¿Qué sector de la sociedad se beneficia más con dicho recorrido turístico?**
- 8) ¿Qué elementos visuales relaciona directamente con el recorrido propuesto?**


Nos complace haber contado con su participación en este ejercicio que será de mucha ayuda para nuestra investigación. Los resultados se harán llegar de manera oportuna y se verán reflejados en un producto que satisfaga las necesidades de todas las partes involucradas. Muchas gracias por su tiempo y su opinión


FICHAS FOTOGRÁFICAS


<p>Localización: Parque Central, Metapán.</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 1</p>
		
<p>Referencias:</p> <p>Iglesia Parque Blanco Metapán</p>		
<p>Observaciones: El elemento más característico de la ciudad de Metapán, una de las imágenes más emblemáticas de la ciudad, presente en imaginario colectivo de los habitantes.</p> <p>Créditos: Equipo de Investigación (Ismar Rivas)</p>		


<p>Localización: Catedral San Pedro Apóstol, Metapán.</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 2</p>
		<p>Referencias:</p> <p>Iglesia</p> <p>Catacumba</p> <p>Metapán</p> <p>Turismo</p>
<p>Observaciones: Bajo la Iglesia Central de Metapán, se encuentra un sistema de catacumbas usadas por los primeros pobladores. Se puede acceder a este punto, solo con autorización previamente solicitada.</p>		
<p>Créditos: Equipo de Investigación (Ismar Rivas)</p>		


<p>Localización: Iglesia de Ostúa, Metapán.</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 3</p>
		<p>Referencias:</p> <p>Iglesia</p> <p>Ruinas</p> <p>Metapán</p> <p>Portada</p>
<p>Observaciones: Las ruinas de este templo se hallan en las afueras de la ciudad, pero es parte importante de la identidad de la cultura metapaneca.</p>		
<p>Créditos: Equipo de Investigación (Ramón Umaña)</p>		

<p>Localización: Calle del área urbana de Metapán</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 3</p>
		<p>Referencias: Construcción Metapán Estuco</p>
<p>Observaciones: Algunas de las casas y construcciones más antiguas aún conservan el uso de materiales de construcción de épocas pre-hispánicas.</p>		
<p>Créditos: Equipo de Investigación (Ramón Umaña)</p>		


Localización: Lago de Güija Metapán	Año: 2017	Ficha N° 4
		Referencias: Lago Pesca Metapán Turismo
Observaciones: EL recorrido seleccionado para sustentar la investigación. EL recorrido toma gran parte recorriendo el lago de Güija hasta la Isla de Igualtepeque.		
Créditos: Equipo de Investigación (Manuel Bolaños)		


Localización: Lago de Guija Metapán	Año: 2017	Ficha N° 5
		Referencias: Lago Pesca Metapán Nasa
Observaciones: Nasas: islas artificiales que sirven como criadero de peces. Propiedades privadas para regular la pesca y el consumo en el lago.		
Créditos: Equipo de Investigación (Ismar Rivas)		


<p>Localización: Isla de Igualtepeque, Lago de Güija, Metapán</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 6</p>
		<p>Referencias:</p> <p>Isla</p> <p>Petrograbado</p> <p>Metapán</p> <p>Turismo</p>
<p>Observaciones: La isla de Igualtepeque, solo accesible de manera parcial según la temporada, alberga cientos de petrograbados dejados por antiguas civilizaciones de origen Chortí.</p>		
<p>Créditos: Equipo de Investigación (Ramón Umaña)</p>		

Localización: Lago de Güija Metapán	Año: 2017	Ficha N° 7
		Referencias: Lago Güija Metapán Turismo
Observaciones: Las playas del Lago son usadas tanto por habitantes que practican la pesca, como por los visitantes para conseguir un momento de esparcimiento.		
Créditos: Equipo de Investigación (Ramón Umaña)		

<p>Localización: Oficinas de Patas Blancas Metapán</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 8</p>
		
<p>Referencias:</p> <p>Focus Group</p> <p>Manual de Marca</p> <p>Reunión</p> <p>Validación</p>		
<p>Observaciones:</p> <p>La Asociación de desarrollo Turístico "Patas Blancas" colaboró de manera significativa en la investigación y brindó mucha información para la documentación teórica.</p> <p>Créditos:</p> <p>Cortesía de Patas Blancas</p>		

Localización: Lago de Güija Metapán	Año: 2017	Ficha N° 9
		Referencias: Lago Güija Metapán Turismo
Observaciones: Durante el recorrido del Tour de la Pesca, se puede apreciar el impacto que la naturaleza tiene sobre el paisaje.		
Créditos: Equipo de Investigación (Ismar Rivas)		

<p>Localización: Isla de Igualtepeque Lago de Güija, Metapán</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 10</p>
		<p>Referencias:</p> <p>Lago Güija Petrograbado Turismo</p>
<p>Observaciones: Las inscripciones de los petrograbados todavía no tienen una investigación que define cuál es el significado de que en ellas se ha representado.</p>		
<p>Créditos: Equipo de Investigación (Manuel Bolaños)</p>		

Localización: Lago de Güija Metapán	Año: 2017	Ficha N° 11
		Referencias: Lago Güija Metapán Pesca
Observaciones: La pesca constituye la principal fuente de ingresos para los habitantes de la zona, pero también el turismo ha demostrado ser una alternativa viable para ellos y sus familias.		
Créditos: Equipo de Investigación (Ramón Umaña)		

<p>Localización: Restaurante La Perla de Azacualpa</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 12</p>
		
<p>Referencias:</p> <p>Validación</p> <p>Metapán</p> <p>Reunión</p>		
<p>Observaciones: Reunión con las personas involucradas para comparar datos y obtener impresiones del trabajo realizado en el estudio de campo.</p> <p>Créditos: Equipo de Investigación (Ramón Umaña)</p>		

<p>Localización: Restaurante Los Remos Metapán</p>	<p>Año: 2017</p>	<p>Ficha N° 13</p>
		
<p>Referencias: Validación Metapán Reunión</p>		
<p>Observaciones: Durante una de las etapas de validación de resultados se pudo comprobar la aceptación y el resultado satisfactoria con la propuesta de imagen.</p> <p>Créditos: Equipo de Investigación (Ramón Umaña)</p>		

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



**ESTUDIO TÉCNICO PARA LA ELABORACIÓN DE IMAGEN GRÁFICA DE
RUTAS TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE METAPÁN,
DEPARTAMENTO DE SANTA ANA, CASO: “TOUR DE LA PESCA”, 2016**

PRESENTADO POR

PAYÉS BOLAÑOS, JUAN MANUEL ALBERTO	PB04004
RIVAS FERNÁNDEZ, ISMAR ALBERTO	RF08029
UMAÑA RIVERA, RAMÓN ERNESTO	UR06001

PERFIL DE INVESTIGACIÓN

**LICENCIADO LUIS EDUARDO GALDÁMEZ
DOCENTE ASESOR**

SAN SALVADOR, EL SALVADOR. CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE DE 2016

INDICE

CONTENIDO	PAG.
I. INTRODUCCIÓN	4
4. PROPUESTA DE TEMA	7
4.1 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
4.2 DESCRIPCIÓN DEL TEMA.....	7
4.3 DELIMITACIÓN ESPACIO TEMPORAL.....	8
5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
5.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	8
5.2 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	9
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	10
6. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	12
6.1 OBJETIVOS GENERALES.....	12
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
6.3 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
7. MARCO REFERENCIAL DEL PROBLEMA	14
7.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	14
7.2 DIAGNÓSTICO INICIAL.....	15
7.3 BASES TEORICAS CIENTIFICAS.....	17
7.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	18
8. DISEÑO METODOLÓGICO	20
8.1 EFOQUE, MÉTODO Y TIPO DE ESUTIDO.....	20
8.2 SUJETOS Y OBJETO DE ESTUDIO.....	21
8.3 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS.....	22

8.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	23
8.5 PLAN DE PROCESAMIENTO PARA ANÁLISIS DE DATOS.....	24
9. CAPITULADO TENTATIVO.....	26
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	27
11. ACTIVIDADES Y RECURSOS.....	28
11.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	28
11.2 PRESUPUESTO	29
11.3 RECURSOS HUMANOS.....	30
12. ANEXOS.....	31
12.1 GUÍA DE LA ENTREVISTA.....	32
12.2 FICHA FOTOGRAFICA.....	33

I. INTRODUCCIÓN.

El turismo tiene como propósito principal la realización de viajes a diversas estancias como una actividad que efectúan las personas hacia lugares distintos a su entorno habitual durante un determinado periodo de tiempo, por ocio, comercio u otros motivos (Organización Mundial del Turismo, 2016). Las actividades de recreación y promoción del ocio, surgieron como tal, durante la revolución industrial (S. XIX), cuando comenzó a promoverse la recreación turística como una necesidad de las sociedades modernas. Existen diversas maneras de realizar turismo y prácticamente cada rincón del planeta cuenta con al menos un lugar para explotar sus elementos y riqueza histórica. Y con cada sitio, se originan nuevas maneras de atraer turistas. Definir una línea general para el tema, daría origen una discusión demasiado extensa. Sin embargo, de algo podemos estar seguros: el turismo ha estado presente en cada momento desde que el ser humano aprendió a maravillarse con su entorno.

Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), los destinos más visitados a nivel mundial están en Europa. En América Latina, México es el destino más escogido. El movimiento turístico fluctúa por diversos motivos, sean estos culturales, sociales o económicos. Las guerras y los nuevos descubrimientos también han incidido en este movimiento. El impacto genera consecuencias positivas como negativas. La economía es el principal objetivo a lograr, y la destrucción de la ecología o el entorno sería la circunstancia a evitar en cualquier lugar. Si bien existen entidades gubernamentales y socios privados que se interesan en la inversión de infraestructuras turísticas para capitalizar sus ingresos, también hay condiciones locales y paisajes naturales en muchos territorios.

Concretamente, algo que caracteriza a la región mesoamericana es el legado cultural y arquitectónico, heredado de nuestras culturas originarias

que a través de sus vestigios, nos han brindado desde hace años, la oportunidad de emprender iniciativas turísticas redituables.

El Salvador no es la excepción. El país cuenta con una extensa y bien definida oferta comercial turística para visitar varios sectores ligados a una historia particular y con gran potencial dadas las excelentes condiciones geográficas y climáticas. En contraste, existen además muchos lugares poco conocidos, sea por su ubicación o por la falta de una adecuada promoción.

Sin duda alguna, los lagos y el legado maya son dos de las características más notables dentro de lo que El Salvador tiene que ofrecer de cara al turismo, aunque la competencia contra las playas de la costa del Pacífico es grande.

Como se ha mencionado ya, no siempre se ha sabido aprovechar estos recursos de la mejor manera. El descuido y la falta de información, una vez que estos lugares se visitan, limitan bastante la experiencia para las personas que deciden participar de estas actividades. Esto, sumada a la escasa cultura turística local, deriva en un serio abandono de muchos sitios de interés. La apuesta, como es previsible, se enfoca al sector transnacional.

Según las perspectivas del Ministerio de Turismo de El Salvador (MITUR), se preveía que para el año 2015, el ingreso económico del turismo en nuestro territorio aumentara en un 15%, proveyendo ganancias superiores a \$1, 287,000 (La Prensa Gráfica, 2015). Con tales cifras, es fácil imaginar el interés que el turismo local puede despertar en los sectores comerciales nacionales.

Actualmente, muchos proyectos turísticos están siendo promovidos para inyectar dinamismo en este sector que de a poco ha ido ganando protagonismo en la agenda nacional. Pero el trabajo institucional proveniente

de las entidades a cargo de la promoción turística muchas veces no da abasto para gestionar todos los sitios.

Dado que el turismo como industria no puede ser visto de menos, en aras de optimizar las condiciones y la economía del país, cada vez más se hace necesario buscar la manera de contribuir con este sector para potenciar su actividad y de paso, mejorar la vida de las personas que dependen de ello como sustento para sus familias.

4. PROPUESTA DE TEMA

4.1 Título de la Investigación.

Estudio técnico para la elaboración de imagen gráfica de rutas turísticas en el municipio de Metapán, departamento de Santa Ana, caso: “Tour de la Pesca”, 2016

4.2 Descripción del tema.

El propósito de la investigación establece como resultado la elaboración de un manual de identidad gráfica para la implementación de elementos visuales, partiendo de un estudio técnico que permita potenciar las visitas turísticas guiadas, en sitios de interés general. El primer objetivo es hacer un diagnóstico de las condiciones actuales del lugar seleccionado para la investigación. Dentro del análisis, la principal intención estará enfocada a la señalización y la gráfica en general con las cuales ya cuenta nuestro objeto de estudio. Posteriormente se procederá a elaborar una propuesta que contenga todos los implementos necesarios para dotar al sitio de una mejor calidad visual para permitirle una mayor apertura de cara al sector turístico. Tomando en cuenta variables como la afluencia y el tipo de público, las instalaciones y la clase de información que se brinde en el lugar elegido, se buscará la manera de potenciar el lugar a través de la creación de dichos ítems con el fin de facilitar la comprensión de la experiencia del recorrido y la infraestructura. De esta manera, se plantea hacer las visitas más accesibles, populares y agradables para los visitantes, por medio de una adecuada señalización y guía de cada instancia del trayecto.

El documento que surja como resultado final, quedará a disposición de las autoridades locales de turismo y los administradores del sitio turístico para que su aplicación pueda ser considerada en función de las condiciones con las que ellos cuentan actualmente.

4.3 Delimitación espacio temporal

- Temporal.
Septiembre 2016– abril de 2017
- Espacial.
Tour de la Pesca, Municipio de Metapán, Santa Ana. El Salvador.

5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

5.1 Situación Problemática.

La ciudad de Metapán es una localidad eminentemente comercial. Su ubicación geográfica la sitúa como puerta de acceso de la zona occidental de nuestro país, siendo uno de los accesos fronterizos más populares para ingresar. En adición, en la ciudad se pueden encontrar elementos naturales que brindan una buena oportunidad para hacer turismo. Sin embargo, el conocimiento general acerca de este destino es limitado, y por ende, muy poco visitado.

Por mucho tiempo, la ciudad ha destacado en ciertos aspectos alejados del ámbito recreacional. Metapán es principalmente conocido por su producción de elementos de construcción, tales como la cal y el cemento, y en menor medida por su producción agrícola.

En los últimos años, diversos esfuerzos se han llevado a cabo para realzar el sector turismo en la ciudad. Muchas entidades públicas y privadas han unido su trabajo para hacer de Metapán una opción viable de esparcimiento en el país. El municipio de Metapán cuenta un gran legado histórico cultural, que aunado con sus yacimientos lacustres y su orografía, hacen de este un lugar como pocos en El Salvador.

Uno de estos esfuerzos ha sido dirigido al denominado “Tour de la Pesca”, recorrido de tipo turístico en el área del Lago de Güija y las islas que lo

componen. El recorrido parte de una iniciativa de la comunidad de pescadores, comerciantes y habitantes del área de Azacualpa en colaboración con organizaciones no gubernamentales como la Asociación de Desarrollo Turístico “Patás Blancas” y la dependencia gubernamental denominada “Plan Trifinio”, ambas buscando central sus esfuerzos en el impulso del turismo del sector. Durante esta experiencia es posible no solamente disfrutar del lago en un recorrido en bote, sino además pescar y aprender sobre los pormenores de la conservación y crianza de peces hasta llegar al Cerro de Igualtepeque, o Cerro de la Figuras, donde se pueden apreciar diversas piedras de gran tamaño talladas a mano con figuras antropomórficas, cuyo significado está pendiente de estudio.

Como se ha mencionado previamente, el desconocimiento de la zona es la causa principal por la que Metapán, y concretamente el recorrido antes mencionado, es infrecuentemente visitado. Actualmente existe una buena oferta de recorridos y espacios turísticos a disposición de potenciales visitantes. Pero en la mayoría de ellos, la información que se ofrece es muy poca y al llegar a estos lugares, se puede constatar la ausencia de una correcta señalización que invite a visitarlos. Más aun, dentro de estos sitios, la señalética o la guía turística correctamente capacitada es nula.

Es aquí donde el trabajo de una propuesta de imagen se hace necesario para contribuir al conocimiento y la ampliación del municipio como foco turístico de nuestro país.

5.2 ENUNCIADO del problema.

¿De qué manera la implementación de un estudio técnico para el desarrollo de una imagen gráfica en la ruta turística denominada “El Tour de la Pesca” en el municipio de Metapán, departamento de Santa Ana, podrá generar un proceso de potenciación para el desarrollo de los diferentes sectores turísticos y económicos locales?

5.3 Justificación.

Existen gran cantidad de razones para realizar turismo en el interior de nuestro país. En pocos años de historia, El Salvador ha enfrentado diversos períodos plagados de cambios culturales, sociales y políticos. Esta historia la podemos encontrar prácticamente en cualquier rincón de nuestro territorio, mayormente, olvidada y sin una correcta orientación al respecto. Dos de las características de nuestra nación son, precisamente, nuestra limitada extensión territorial y en contraste, la diversidad de recursos naturales con los que contamos. Desde siempre, los salvadoreños han sabido sacar provecho de ello, haciendo del turismo y la producción agrícola un medio sustentable de vida. Sin embargo, muy pocas personas conocen acerca de estos lugares y aunque existan buen número sitios para enriquecer la historia local, la afluencia de visitantes está por debajo de las expectativas.

Indagar en las causas de esta problemática, hace suponer que muchas veces estas visitas se pueden volver pesadas y muy cargadas de información oral si no se cuenta con una imagen amigable para los visitantes. En otras palabras, es notable como estos sitios no poseen un contenido informativo que sea adecuado y atractivo para el público que los visita. Una posible solución ante esto, sería, dirigir la información de un modo más dinámico que evite la sobrecarga de información brindada por los guías y encargados de estos lugares. Algo que de todas maneras, debería estar contemplado dentro de estos proyectos, como parte de un plan de modernización.

Es aquí donde el planteamiento, o en todo caso la mejora, de los elementos gráficos, para hacerlos atractivos y convenientes para el público al que se desea dirigir, es una necesidad, más que una inversión para la empresa o las personas encargadas de gestionar estos recorridos.

Una problemática común en sitios de interés turístico es la falta de una correcta guía y señalización no solamente para extranjeros, sino

también para personas que no frecuentan de manera regular estos sitios. El resultado de este descuido, es un panorama desolador, poco amigable y carente de información. Para lograr algún tipo de conocimiento sobre el sitio visitado, es necesario recurrir a los lugareños para obtener cierto contexto de la zona. Como es fácil suponer, la falta de experticia en la materia de los locales aporta un conocimiento vago y entrecortado, que no se compagina en absoluto con la información obtenida en los escasos medios de difusión turística. Si a esto le sumamos otros factores, como la inseguridad y el alto coste de vida para nuestro país, conseguimos un enorme desinterés por parte del público en general para visitar estos espacios.

El propósito de esta labor no es concluir u obtener una solución definitiva para la problemática social y económica que aqueja al sector turístico nacional. La investigación proporcionará un conjunto de aportes visuales y una estandarización de la imagen que busque mejorar la visita y el aprendizaje para los visitantes y además, facilitar la labor de los encargados. Si se quiere creer la frase popular, “una imagen vale más que mil palabras”, entonces tenemos un lugar por donde empezar a promover estos sitios de interés. El público buscará siempre las atracciones que le resulten dinámicas y visualmente estimulantes. Si además consideramos dirigir estas renovaciones hacia un sector más apropiado (por ejemplo una audiencia infantil), es posible potenciar el máximo la experiencia turística brindada.

6. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

6.1 Objetivo General.

«Elaborar un estudio técnico que conlleve al diseño y construcción de un manual de imagen gráfica para la ruta turística “Tour de la Pesca” en el municipio de Metapán, Santa Ana, para impulsar su visualización y posicionamiento en la zona y conseguir un desarrollo y promoción en función de la oferta turística nacional».

6.2 Objetivos Específicos.

- Investigar la historia del municipio para entender los elementos que caracterizan a la zona y así crear una identidad propia para ser aplicada en el estudio técnico.

- Elaborar un diagnóstico que permita entender la situación actual de la ruta turística para determinar los elementos gráficos necesarios para el análisis del objeto de estudio.

- Documentar adecuadamente el proceso para generar un modo de trabajo uniforme que sirva como base para futuros proyectos de impulso turístico.

- Establecer un diseño de imagen que permita desarrollar un plan de acción apropiado para alcanzar las metas del turismo de la zona.

- Crear un Manual de Imagen que pueda aplicarse a otros sitios y posiblemente a otros sectores comerciales de la zona y demás lugares que lo requieran.

6.3 Preguntas de Investigación

- ¿De qué manera, realizar una investigación sobre el lugar podría contribuir al estudio técnico que permita dotar de una imagen al sitio de estudio?
- ¿Por qué es necesario mejorar el plan de turismo con el que cuenta el municipio para así, establecer metas y objetivos para el impulso de la industria?
- ¿Cuáles serán los beneficios al sector turístico de la zona, que acarree la documentación y sistematización de la información obtenida en el estudio técnico y su implementación?
- ¿Es posible unificar los conocimientos y datos obtenidos en un manual de imagen que pueda emplearse más de una vez, incluso en otro sector o proyectos futuros afines?
- ¿Qué beneficios traerá al sector comercial local y los encargados del recorrido turístico, la aplicación de una imagen gráfica establecida para dicho propósito?
- ¿De qué manera los visitantes al sitio turístico verán mejorada su experiencia con la implementación de una adecuada señalización, mapas e infografías sobre el recorrido y la zona en general?

7 MARCO REFERENCIAL DEL PROBLEMA

7.1 Antecedentes del problema

La ciudad de Santa Ana, es la segunda en importancia dentro de la república de El Salvador. Ubicada en la zona occidental del país, limita al este con el país de Guatemala y al norte con Honduras, aunque no cuenta con aduanas para el tráfico entre ambos países en este último.

Dentro del departamento de Santa Ana, se encuentra Metapán, segundo de mayor tamaño, después del distrito homónimo y Chalchuapa.

La historia de Metapán remite a la época prehispánica, cuando los habitantes originarios fundaron dos «pueblos gemelos» en la zona. Santiago Metapán y San Pedro Metapán; de los cuales, el primero sería destruido al rededor del S XVII, razón por la cual, sus pobladores se trasladarían al segundo dando origen a la actual Ciudad de Metapán. En algún punto de la historia, la ciudad perteneció a la Alcaldía mayor de San Salvador y posteriormente, en la época pre independentista, fue sede de la Intendencia de San Salvador que administrativamente hablando, comprendía la mayoría del territorio de lo que ahora es El Salvador. Por estas fechas además (1811), un movimiento que buscaba gestar la independencia, sucedió en la localidad.

Después de la independencia, en agosto de 1823, consiguió el título de villa. Desde 1824 perteneció al Departamento de San Salvador, posteriormente en 1835 formó parte del Departamento de Sonsonate y desde 1855 forma parte del Departamento de Santa Ana. El 11 de febrero de 1862 Metapán obtuvo oficialmente la nominación de ciudad.

En cuanto a su origen etimológico, Metapán se constituye de los vocablos en *náhuatl*, Met (maguey) y Apán (río). Resultando como significado: «El río de Maguey».

La ciudad de Metapán posee una extensión territorial de 668.36 km² y se encuentra ubicada a 48 km de la ciudad de Santa Ana y unos 116 km (dos horas) de la capital, San Salvador.

La producción en la ciudad es primordialmente agropecuaria, siendo la agricultura de granos básicos como el café y la caña de azúcar la principal, además del cultivo de frutas cítricas y el ganado vacuno, bovino, porcino y equino como industrias secundarias. Esto sin duda, fomentado por las condiciones climáticas y geográficas de la zona. Paralelo a esto, existe la extracción mineral de insumos como el cobre, el hierro, el plomo, el granito, el mármol y la piedra caliza. Esta última, la más importante del sector comercial.

Situándonos en épocas más actuales, Metapán destaca por su industria cafetalera, azucarera, pesquera y mineral. Aunque también, es la sede una central hidroeléctrica y una zona popular para la apicultura. Pero sin duda, es la industria de lácteos la más conocida actualmente. El comercio interno se ha explotado enormemente, y las exportaciones dentro y fuera del país, sobre todo con la vecina Guatemala, también son una fuente notable de ingresos para el municipio.

Dentro de la ciudad podemos encontrar como principales enclaves turísticos naturales, el Lago de Güija, la Laguna de Metapán, la reserva forestal Montecristo y diversas playas a orillas del Río Lempa. Hablando del sector comercial, el municipio cuenta con gran cantidad de restaurantes, balnearios y una buena oferta de hostelería.

7.2 Diagnóstico Inicial.

Hablar de Metapán es hacer referencia a un destino pocas veces concurrido. La ciudad cuenta con un amplio contenido histórico que queda plasmado en la infraestructura de sus edificios y plazas públicas. Pero sin lugar a dudas, el elemento más notable es la riqueza natural de sus paisajes naturales. El lago de Güija, el segundo de mayor tamaño en el territorio

nacional, cuenta con mucha historia además de servir como fuente de empleo y principal elemento de comercio en el sector.

La necesidad de dirigir la atención a este enclave natural, surge después de conocer el sitio y aprender sobre la importancia que tiene para los habitantes de Metapán.

Existe, vinculado a él, una oferta turística y comercial bastante bien proyectada, pero que lamentablemente no cuenta con la difusión adecuada. A diferencia del Lago de Coatepeque, en el mismo departamento, o el Lago de Ilopango en San Salvador, la capital, muy pocas personas lo visitan ya que no figura dentro de la mayoría de sugerencias turísticas que el país ofrece.

Los sitios de interés en la ciudad giran en torno al lago de Güija mayormente. Siendo principalmente el sector de Azacualpa, el que atrae la atención de los visitantes. En él se concentra un sitio arqueológico poco investigado y notablemente explotado por el vandalismo y el tráfico ilegal de sus “petrograbados” que datan del periodo formativo (2000 a.C) y de los que se conoce muy poco en relación a su interpretación.

El principal proyecto turístico de la zona se denomina “El tour de la pesca”, que ofrece a los visitantes un recorrido en embarcaciones pesqueras que permiten de primera mano conocer el cultivo y la extracción de dicho recurso, hasta llegar al lugar donde se encuentran alrededor de un centenar piedras de origen volcánico grabadas con figuras antropomorfas, de las que como ya se hizo mención, se conoce muy poco.

Entre otras cosas, la ciudad de Metapán constituye una parte importante de la economía del sector, siendo sede de diversos sectores comerciales que producen sus propios ingresos y aportan a nuestro país y las comunidades aledañas.

Por lo tanto, el turismo en la zona, necesita tener mayor difusión y un alcance que esté a la altura de la oferta recreacional que ofrece el municipio.

Por esta razón, es necesario dotar de una correcta imagen para el turismo a través de un manual de imagen bien definido que comprenda señalética, infografías y elementos informativos que hagan posible una difusión general de la zona y sus prestaciones, para permitir promover este tipo de actividades.

7.3 Bases Teóricas Científicas

- **Diseño gráfico:**

Según los autores, *Philip B Meggs y Alston W Purvis*, en su libro «Fundamentos del Diseño Gráfico» [1989] Ed. *Van Nostrand Reinhold*; El término diseñador gráfico fue acuñado por el destacado editor de libros *William Addison Dwiggins*, en 1922, para describir sus actividades como individuo que aporta orden estructural y forma visual a las comunicaciones impresas, esta profesión incipiente recibió un nombre adecuado. (Pág. 04)

Posteriormente, se cita el término (Pág. 22) como un transformador de la actividad humana, notablemente afectado por el desarrollo de nuevas tecnologías informáticas.

- **Turismo:**

En el documento, «Apuntes sobre el turismo» [2012] de la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, España, se afirma que la definición más aceptada sobre la actividad del turismo como *“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”*.

Esto según los investigadores: *Walter Hunziker y Kart Krapf* en el año 1942. (pág. 03).

- **Manual de identidad corporativa:**

El «Diccionario básico de diseño gráfico» –80 términos indispensables– de la autora Teresa Alba, describe el término como: *“La identidad corporativa es la combinación del nombre de marca (naming o identidad verbal) y los códigos de conducta de la misma (o identidad visual)”*. [2016]

- **Estudio técnico:**

“Toda actividad encaminada a lograr un resultado específico. Búsqueda de una solución inteligente a una oportunidad de desarrollo o a la solución de un problema. Asignación de recursos a una oportunidad, para lograr ciertos objetivos o metas. Actividad a la cual se le asignan unos recursos con el propósito de lograr una serie de bienes (productos o servicios)”. Rodrigo Varela, Director Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial, ICESI. [1997]

7.4 Definición de Términos.

MITUR: Dependencia gubernamental del Gobierno de El Salvador, encargada de gestionar y potenciar el sector turístico y comercial. *(Fuente: www.mitur.gob.sv)*

Asociación Turística Patas Blancas: Entidad asociativa de carácter privado que busca la promoción del turismo en la ciudad de Metapán. *(Fuente oficial)*

PROTUR: Iniciativa gubernamental de impulso turístico que forma parte de la Ruta Trinacional de Turismo (RTT), con sede en Metapán, El Salvador y con presencia en Guatemala y Honduras. *(Fuente oficial)*

Petrograbado: Diseños simbólicos grabados en rocas, realizados desgastando su capa superficial. Datan en su mayoría del período Neolítico *(Fuente: Eakensall, Stan and Laurie, Tim, Prehistoric Rock Art of County Durham, Durham Books, 1998)*

Señalética: Área del diseño gráfico encargada de desarrollar una comunicación visual entre el usuario y una institución, a través de imágenes que brinden una guía. (*Fuente: Diccionario de la Lengua Española, RAE 2014*)

Infografía: Es la diagramación de elementos visuales y otros recursos necesarios para adaptar un contenido dirigido a un público específico. (*Fuente: Leturia, Elio (1998): ¿Qué es infografía? - Revista Latina de Comunicación Social, 4*)

Industria pesquera: Sector del comercio enfocado a promover y regular la pesca en un sector determinado, generalmente asociado y de carácter privado. (*Fuente: Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/>*)

8 DISEÑO METODOLOGICO

8.1 Enfoque, método y tipo de estudio.

Tipo de Enfoque: Cualitativo

Las necesidades del proyecto, que ante todo, es un esfuerzo por conocer y entender la situación actual de un sitio turístico, hacen que la selección de un enfoque de tipo cualitativo sea el más indicado para sustentar la investigación.

Un enfoque de tipo cualitativo, tiene como principal eje de funcionamiento la “dispersión” de los datos recabados para que el investigador formule sus propias ideas a partir de los resultados que se van obteniendo (Sampieri, 2014). Es decir, el estudio en su totalidad, tiene como fundamento principal el estudio mismo. De esta manera, el investigador puede entender exactamente el entorno de su investigación a partir de su propia experiencia y arribar a las conclusiones que su propia practica le permita.

Para el caso del “Tour de la Pesca”, el conocimiento obtenido por medio de este enfoque hará posible entender de manera personal la experiencia

del recorrido y las cosas que tiene que ofrecer. Así, entendiendo las necesidades faltantes y cómo se pueden mejorar las prestaciones existentes, el desarrollo de la propuesta visual tendrá resultados más óptimos.

Método: Operacional

Debido a que surge la necesidad de escalonar las fases del proyecto en etapas bien definidas, que permitan generar un control de las mismas, el método operacional, resulta el más idóneo para ejecutar el estudio técnico. Las etapas que comprenden este método son: la formulación y definición del problema, la construcción del modelo, la solución de modelo y finalmente la validación e implementación de resultados deseados.

Tipo de Estudio: Descriptivo

Ya que se trata de un resultado de carácter inminentemente visual, es apropiado seleccionar un tipo de estudio descriptivo, que nos permita explicar la intención del estudio técnico, y como este pretende ampliar y mejorar la experiencia del “Tour de la pesca”, haciendo un compendio de las características que lo comprenden.

8.2 Sujetos y objeto de estudio.

La población sobre que gira la investigación es la perteneciente al municipio de Metapán exclusivamente y entre ellos, aquellos que dirijan sus esfuerzos a la explotación del turismo en sector.

Hablamos de un estudio para generar un resultado especulativo, por ende, los datos que las personas puedan aportar de manera concreta o subjetiva ayudarán a concretar los productos previstos. Por la naturaleza de la investigación es necesario establecer un marco de referencia histórico y la mayor cantidad de datos que puedan brindar una idea clara de las condiciones actuales de la industria en el sector. La información con que ya

se cuente, por parte de iniciativas privadas, también servirá para apoyar el proyecto.

SUJETO

- Ciudad de Metapán, Santa Ana.
- Lago de Güija.
- Comunidad de Azacualpa.
- “Tour de la Pesca”.

OBJETO

- Recorrido turístico en el lago de Güija.
- Turismo.
- Señalética y gráficas.
- Manual de identidad corporativa.

8.3 Categorías de análisis

ELEMENTO DE INVESTIGACIÓN	RECURSOS	PUNTO DE ENFOQUE
DOCUEMENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio técnico • Antecedentes • Gestores culturales 	<ul style="list-style-type: none"> • El pueblo de Metapán • Alcaldía de Metapán • Casa de la Cultura • ADESCOS • ONGS de turismo
	Instituciones consultadas	ASOCIACION DE DESARROLLO CULTURAL PATAS BLANCAS
INVOLUCRADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Pobladores • Organizaciones comunales • Empresa privada 	<ul style="list-style-type: none"> • Población • PROTUR • Artesanos y comerciantes formales • Pescadores y pequeños comerciantes

	Servicios a ofrecer y difundir	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo • Entretenimiento • Cultura • Historia
PROCESOS	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar las condiciones actuales del sector • Estudio técnico para delimitar el proyecto • Diseño Gráfico para maquetar necesidades • Documento final que certifique el proceso 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia e identidad del sitio • Comportamiento del consumidor potencial • Tipografía y elementos gráficos • Presentación de modelos de implementación • Redes Sociales

8.4 Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

Entrevista: Interacción personal con los individuos entendidos en la materia o que puedan aportar algún conocimiento sobre la historia o la actualidad del sector turístico del municipio.

Bitácora: Registro personal de las visitas a los lugares involucrados en la oferta turística de la localidad. Para el caso, se hará empleo de notas escritas, audios grabados y material audiovisual en general.

Sesión fotográfica: Reconocimiento del lugar a través de un trazado en imágenes que hagan posible la delimitación y el entendimiento de la zona para futuras referencias situacionales.

Focus group: Conocer de primera mano la experiencia a través de la perspectiva de los visitantes, permitirá alimentar de ideas y sugerencias que provengan de los mismo usuarios.

8.5 Plan de Procesamiento Para Análisis de Datos.

<p>TEMA: «Estudio técnico para la elaboración de imagen gráfica de rutas turísticas en el municipio de Metapán, departamento de Santa Ana, caso: “Tour de la Pesca”, 2016»</p>				
<p>ENUNCIADO DEL PROBLEMA: ¿De qué manera la implementación de un estudio técnico para el desarrollo de una imagen gráfica en la ruta turística denominada “El Tour de la Pesca” en el municipio de Metapán, departamento de Santa Ana, podrá generar un proceso de potenciación para el desarrollo de los diferentes sectores económicos locales?</p>				
<p>OBJETIVO GENERAL: « Elaborar un estudio técnico que conlleve al diseño y construcción de un manual de imagen gráfica para la ruta turística “Tour de la Pesca” en el municipio de Metapán, Santa Ana, para impulsar su visualización y posicionamiento en la zona para su desarrollo y promoción en función de la oferta turística nacional».</p>				
Objetivos Específicos	Unidades de análisis	Dimensiones	Técnicas a utilizar	Instrumentos a utilizar
Investigar la historia del municipio para entender los elementos que caracterizan a la zona y así crear una identidad propia para ser aplicada en el estudio técnico.	Documentos Entidades encargadas de la historia del municipio	Dimensión social y cultural.	Observación Investigación de campo	Entrevista Revistas Libros

Elaborar un diagnóstico que permita entender la situación actual de la ruta turística para determinar los elementos gráficos necesarios para el análisis del objeto de estudio.	Focus grup Entrevistas Sondeos locales	Dimensión cultural.	Observación Investigación de campo	Entrevista Focus Group
Documentar adecuadamente el proceso para generar un modo de trabajo uniforme que sirva como base para futuros proyectos de impulso turístico.	Bitácora	Dimensión cultural	Investigación de campo Fotografía	Bitácora
Establecer un diseño de imagen que permita desarrollar un plan de acción apropiado para alcanzar las metas del turismo de la zona.	Bitácora Fotografía	Dimensión cultural.	Bitácora Fotografía	Fotografía
Crear un Manual de Imagen que pueda aplicarse a otros sitios y posiblemente a otros sectores comerciales de la zona y demás lugares que lo requieran.	Software de edición de imágenes. Fotografía.	Dimensión cultural.	Herramientas de diseño gráfico Fotografía	Fotografía

9. CAPITULADO TENTATIVO.

CONTENIDO	PRINCIPAL	DESARROLLO
<p>CAPITULO I:</p> <p>ANTECEDENTES HISTORICOS Y CULTURALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Historia y generalidades del diseño gráfico • Historia y antecedentes de Metapán 	<ul style="list-style-type: none"> • Definición del diseño grafico • Historia general del diseño gráfico • Historia del diseño gráfico en El Salvador • Historia de Metapán • Datos de Generales • Actualidad del municipio
<p>CAPÍTULO II:</p> <p>ELEMENTOS DE LA IMAGEN GRAFICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo y comercio • Instituciones encargadas • Oferta turística Actual • Elementos gráficos a considerar • Procesamiento de los elementos gráficos • Propuestas graficas 	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones gubernamentales • Instituciones privadas • Contexto del turismo • Actividades turísticas disponibles • Tipografía y Colores • Logotipos y publicidad • Elementos publicitarios
<p>CAPÍTULO III:</p> <p>DISEÑO DE ELEMENTOS Y PUESTA EN PRÁCTICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los elementos implementados • Validación de resultados • Aplicación de la imagen gráfica • Documentos y respaldo • Catálogos y manual de imagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de investigación y procesamiento de datos • Puesta en práctica y pruebas preliminares • Resultados finales • Comparación de resultados • Campañas publicitarias • Presupuesto • Conclusiones y recomendaciones

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Bibliografía

- **SEMIÓTICA PAR A PRINCIPIANTES** Copley, Paul; Jansz, Litza. Icon Books Ltd, Cambridge, UK 2014.
- **DICCIONARIO BÁSICO DE DISEÑO GRÁFICO** (80 términos indispensables) Alba, Teresa. Madrid NYC Books, 2016
- **LA HISTORIA DEL ARTE** Gombrich, Ernst H. Phaidon Press, 1995
- **EL TURISMO. CONCEPTOS Y DEFINICIONES E IMPORTANCIA ACTUALES** Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, España 2014
- **FUNDAMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO** B Meggs, Philip; W Purvis, Alston Editorial Van Nostrand Reinhold, 1989
- **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION** Sampieri, R, Fernández, C, Baptista, P (2010) Metodología de la investigación (5ta. ed.). D.F., México: McGraw Hill.

Multimedia

- **Organización Mundial del Turismo** www.unwto.org/es
- **La Prensa Gráfica** <http://www.laprensagrafica.com/2014/12/22/mitur-espera-1287-millones-en-ingresos-por-turismo-en-2015>
- **Plan Trifinio** <http://plantrifinio.gob.sv/plan-trifinio-protur-e-instituciones-gubernamentales-fortalecen-mype-de-metapan-y-san-antonio-pajonal/>

11.ACTIVIDADES Y RECURSOS

11.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Control	Septiembre 2016 (Semana 1)	Octubre 2016 (Semana 2)	Noviembre 2016 (Semana 3)	Diciembre 2016 (Semana 4)	Enero 2017 (Semana 5)	Febrero 2017 (Semana 6)	Marzo 2017 (Semana 7)	Abril 2017 (Semana 8)
Asesorías con Lic. Luis Galdámez	P R	X X X X X X	X X X X X X	X X					
1era reunión con coordinador PROTUR	P R	X							
Diagnóstico de Institución y entrevista. Silvia Hernández	P R	X X	X X						
Recopilación de información Sitio Seleccionado	P R	X	X X X						
Visita de campo, Lago de Güija, Metapán	P R		X X X						
Diseño del perfil y correcciones al documento	P R		X X	X					
Entrega perfil de investigación y defensa.	P R			X					

Actividades	Control	Mayo 2017 (Semana 9)	Junio 2017 (Semana 10)	Julio 2017 (Semana 11)	Agosto 2017 (Semana 12)	Septiembre 2017 (Semana 13)	Octubre 2017 (Semana 14)	Noviembre 2017 (Semana 15)	Diciembre 2017 (Semana 16)
Investigación del proyecto	P R	X X X X	X X X X	X X X X	X X X X				
Asesoría con Lic. Galdamez	P R	X	X	X	X	X	X		
Procesamiento de datos obtenidos	P R					X X X X	X X X X		
Presentación de propuestas iniciales	P R							X X	
FOCUS GROUP y validación	P R P							X X	
Entrega de documentos finales	R								X
Defensa del proceso de grado	P R								X

11.2 Presupuesto y Recursos Humanos

RECURSOS MATERIALES Y EQUIPO

Recursos	Cantidad	Costo
Libreta de apuntes	3	\$9.00
Cámara	1	\$2,000
Impresiones	500	\$90.00
Resma de papel	4	\$6.00
Alimentación	6 meses/ 3 personas	\$60
Transporte	6 meses/ 3 personas	\$150
Lapicero	3	\$0.60
Lápiz	6	\$1.50
Sacapuntas	3	\$0.75
Folder	10	\$2.50
Faster	10	\$1.50
Anillado	10	\$10
Empastado	7	\$140
Libreta de dibujo	3	\$9
Memoria USB	3	\$45
computadoras	3	\$2,100
Sacabocado	1	\$5.00
Engrapadora	1	\$5.00
Materiales diversos (imprevistos)		\$100
TOTAL		US\$4,735.85

11.3 RECURSOS HUMANOS

- LIC: Luis Eduardo Galdámez (Asesor)
- Juan Manuel Alberto Payés Bolaños (Investigador)
- Ismar Alberto Rivas Fernández (Investigador)
- Ramón Ernesto Umaña Rivera (Investigador)
- PROTUR Plan Trifinio (Apoyo logístico)
- Asociación de Desarrollo Turístico “Patás Blancas” (Apoyo logístico)

12. ANEXOS.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes

Objetivo:

Conocer el punto de vista de las autoridades con respecto a la actualidad del turismo, su impacto y desarrollo en la ciudad de Metapán, departamento de Santa Ana.

Consentimiento informado:

Se agradece, por el tiempo dedicado a responder esta consulta, que forma parte de la investigación para respaldar el Proceso de Grado para la obtención del Título de la Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico.

Su valioso aporte sobre esta área, permitirá que los resultados del presente estudio, hacer una propuesta de artículo para publicación. Motivo por el cual es importante que nos quede grabado, para su análisis, en el caso que Usted no se opondrá; sin embargo si en alguna ocasión desea que algún comentario no quede grabado, con todo gusto detenemos la grabación.

Perfil del entrevistado:

Nombre: _____ Firma: _____

Profesión: _____

Entrevistador/a:

Nombre: _____ Firma _____

Lugar: _____ Fecha: _____

1. ¿Se tienen datos del ingreso de turistas en la ciudad de Metapán?

2. ¿Conoce el impacto que el turismo puede tener para una población?

3. ¿Qué lugar ocupa el turismo en el actual plan de gobierno para la ciudad de Metapán?

4. ¿Existen planes turísticos vigentes en la ciudad de Metapán?

5. ¿Qué iniciativas se han propuesto?

6. ¿Se cuenta con un mapa de los lugares clave para la explotación turística?

7. ¿Existen riesgos para el turista potencial en dichos lugares?

8. ¿Se cuenta con el apoyo de alguna ONG o institución pública para el desarrollo turístico?

9. Como autoridad municipal, ¿están dispuestos a colaborar en la logística de una iniciativa de ruta turística para la ciudad de Metapán?

12.2 FICHA FOTOGRAFICA



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes

Localización:	Año:	Ficha N°
<div data-bbox="279 958 954 1473" style="border: 1px solid black; width: 423px; height: 230px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;"><p data-bbox="539 1173 699 1205">FOTOGRAFÍA</p></div>		Referencias:
Observaciones:		
Créditos:		

MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA



Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!





Manual de Identidad Gráfica 2018

EL TOUR DE LA PESCA

Proyecto desarrollado por la Universidad de El Salvador,
a través del seminario de proceso de grado 2017

Ciudad Universitaria, San Salvador, El Salvador 2018

Equipo de Investigación:
Payés Bolaños, Juan Manuel Alberto
Rivas Fernández, Ismar Alberto
Umaña Rivera, Ramón Ernesto

concepto / diagramación / fotografía

© Derechos Reservados 2018

No se permite la reproducción ni difusión parcial o total de este
documento sin el consentimiento de los autores.





PRESENTACIÓN

Este documento es el resultado del estudio técnico para la creación de una identidad gráfica en favor del turismo de la ciudad de Metapán, específicamente el recorrido turístico: El Tour de la Pesca en el Lago de Güija.

Con la colaboración de diferentes instituciones privadas y de carácter público, como Asociación de Desarrollo Turístico Patas Blancas, las ADESCOS y Asociaciones de pescadores, se buscó la construcción de la identidad gráfica que sustente las bases para generar la creación y el impulso de proyectos similares al planteado en este proyecto.

El turismo es un eje fundamental de la economía de cualquier país, y El Salvador con ciudades como Metapán y su exuberancia natural e histórica, no son la excepción. Por lo tanto, en espera de que en un futuro próximo, más proyectos de esta índole vean la luz, sirva este documento como un apoyo a dichos esfuerzos turísticos.



SOBRE ESTE DOCUMENTO

El manual de identidad gráfica recoge los elementos constitutivos de la identidad comercial de este recorrido turístico. Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen del Tour de la Pesca, necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

El manual de identidad busca posicionar la marca dentro del mercado de la oferta turística de nuestro país. Pero, de igual manera, pretende ser una guía para la puesta en práctica de otras iniciativas turísticas o que contengan características similares a este proyecto. Todo esto, orientado a generar y consolidar más el rubro turístico.

CONTENIDO

ELEMENTOS DE LA IMAGEN

La marca	4
El logotipo	5
Paleta de colores principales	6
Paleta de colores secundarios	7
La retícula	8
Tipografía de la marca	9

USO CORRECTO DE LA MARCA

Uso correcto de la Imagen	10
Variaciones de color	11
Usos incorrectos de la marca	12

APLICACIONES DE LA MARCA

Artículos promocionales	13
Palabras clave/glosario	16

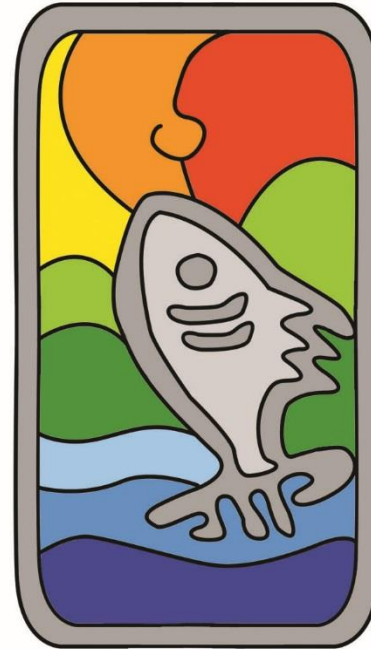
ELEMENTOS DE LA IMAGEN

LA MARCA

El conjunto visual que compone la marca para el recorrido turístico “El Tour de la Pesca” combina un isotipo y un limagotipo que pueden funcionar de manera individual o integrada. El logotipo (combinación de imagotipo y isotipo), está contemplado para promocionales, elementos gráficos e impresos, recursos digitales.

La imagen surge a partir de la inclusión de elementos propios del ecosistema del Lago de Güija. El pez, como tema principal del recorrido. El agua, la montaña y el cielo, todo representado en tonalidades primarias para añadir impacto visual, en formas simplificadas.

A este conjunto, se le puede añadir un slogan que invita a participar de las actividades.



Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!

Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!



IMAGOTIPO

Se compone de figuras compuestas por líneas que representan los elementos presentes en la naturaleza de Metapan, encima de ellos, un pez salta hacia un anzuelo entre las olas del lago de Güija y un atardecer cálido y la vegetación de fondo. Todo esto, encerrado en un marco rectangular para indicar la idea que todo está en un mismo sitio.

EL LOGOTIPO

El nombre del recorrido turístico en la tipografía del diseño, indicando además el lugar donde se lleva a cabo. Bajo él, se encuentra el solgan del recorrido. Todos los colores se corresponden con las tonalidades presentes en el isotipo.

ISOTIPO

Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Güija
¡Déjate atrapar por la aventura!

SLOGAN

Frase "gancho" para invitar a las personas. Sirve de remarcar el propósito del recorrido turístico.

PALETA DE COLORES PRINCIPALES

Los colores principales son los que componen el logotipo en su esencia. y singularidad.
Estos colores son los que más representaran a la marca y cualquier elemento promocional asociado a ella.

VERDE NINFA

#7CC162

R: 113 C: 59%
G: 194 M: 0%
B: 90 Y: 86%
K: 0%

AMARILLO JAGUAR

#FEDF3D

R: 269 C: 5%
G: 230 M: 3%
B: 52 Y: 90%
K: 0%

AZUL GÜIJA

#0095BE

R: 55 C: 75%
G: 147 M: 30%
B: 90 Y: 11%
K: 0%

GRIS PETROGRABADO

#929AA1

R: 153 C: 43%
G: 153 M: 35%
B: 153 Y: 35%
K: 1%

PALETA DE COLORES SECUNDARIOS

Los colores adicionales o secundarios pueden usarse también como complemento, en presencia de los colores principales. No se aconseja usarlos de manera autónoma, pues harían desequilibrar la composición visual.

NARANJA SOL

#F99B1C

R: 249 C: 0%
G: 155 M: 46%
B: 28 Y: 100%
K: 0%

ROJO ATARDECER

#f04c23

R: 240 C: 0%
G: 76 M: 86%
B: 35 Y: 100%
K: 0%

VERDE #3

#96CAED

R: 150 C: 38%
G: 202 M: 8%
B: 237 Y: 0%
K: 0%

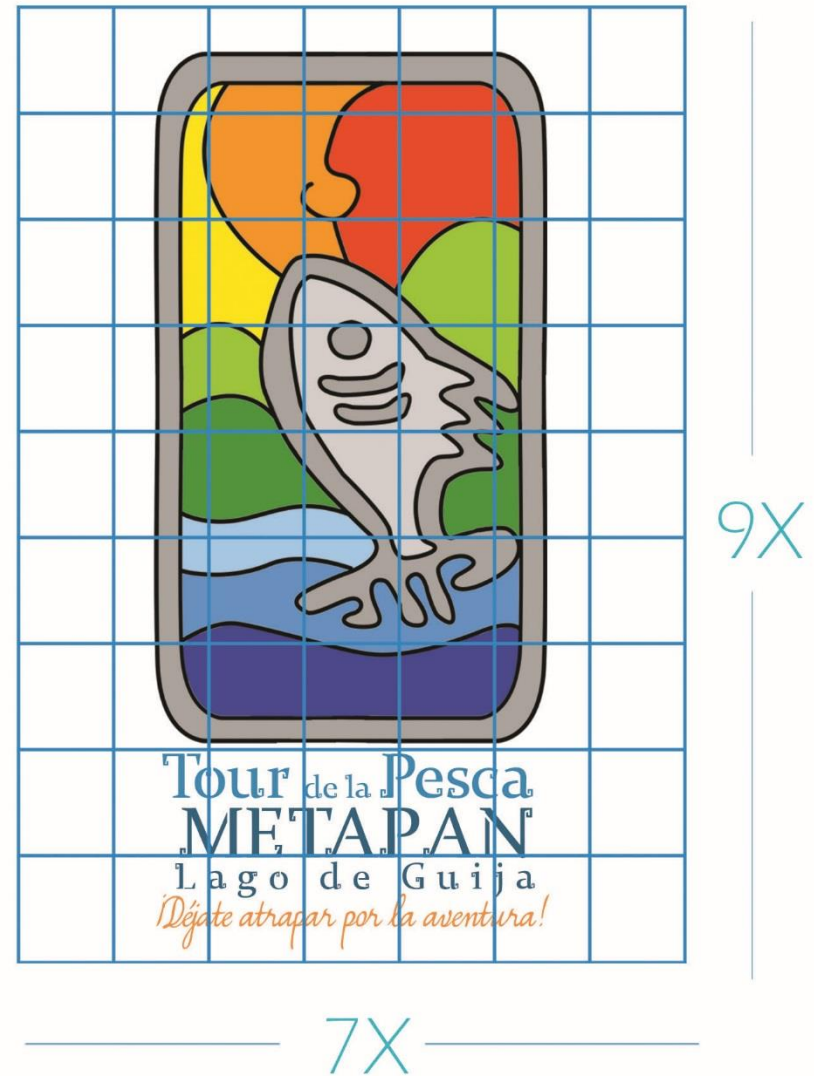
CELESTE #2

#47A046

R: 71 C: 75%
G: 160 M: 13%
B: 70 Y: 100%
K: 2%

LA RETÍCULA

El propósito de la retícula es establecer una medida para el imagotipo, partir de un sistema de medición representado por una X para indicar las unidades de medida a utilizar en posteriores aplicaciones o adaptaciones. Siendo la proporción exacta, 7 x por 9 X. Donde X = 1 cm



MAYAN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!;?%&/()

Simple Snails Ver. 4.0

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!;?%&/()

TIPOGRAFÍA DE LA MARCA

La sugerencia para el uso de la tipografía en la marca es “Mayan” para los títulos principales del recorrido. Y para el slogan “Simple Snails Ver. 4.0”.

Estas tipografías pueden usarse para cualquier necesidad de señalética, rotulación o de carácter promocional.

La sugerencia se extiende para cualquier uso en digital o impreso, según se considere oportuno.

USO CORRECTO DE LA MARCA

USO CORRECTO DE LA MARCA

Como se dijo anteriormente, la imagen funciona tanto si se utiliza solamente el isotipo, el logotipo o la combinación de ambos, es decir, el imagotipo. Además, si así es requerido, puede usarse una versión monocromática, cuando no puedan reproducirse los colores.



LOGOTIPO



IMAGOTIPO

Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!

ISOTIPO



Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!



Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!

VARIACIONES DE COLOR

También pueden variarse los colores según se requiera, pero debe seguirse la misma paleta cromática del diseño original. Esto funciona para el imago tipo o sus componentes.



USOS INCORRECTOS DE LA MARCA

Es necesario hacer un buen uso de la marca. Cualquier uso indebido puede generar confusión o representar el producto de manera inadecuada. Los siguientes ejemplos muestran algunos de los usos incorrectos.

Cambio de colores



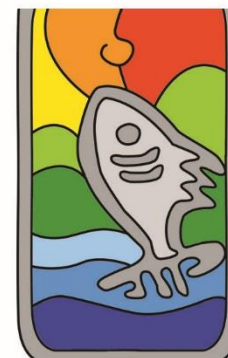
Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!

Cambio de tipografía



Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!

Ocultar elementos



Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija

Deformación del tamaño



Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija

Baja resolución



Tour de la Pesca
METAPAN
Lago de Guija
¡Déjate atrapar por la aventura!

APLICACIONES DE LA MARCA

ARTÍCULOS PROMOCIONALES/TEXTILES

Los estampados para productos textiles, desde camisas, bolsos, gorras y demás artículos pueden ser empleados para promocionar el recorrido y también como parte de los uniformes y distintivos para guías, autoridades y encargados del mismo.



camisa para caballero



camisa para niño



camisa para dama

ARTÍCULOS PROMOCIONALES/SOUVENIRS

Los “souvenirs” o artículos promocionales para la venta en las instalaciones del sitio turístico son importantes para la difusión de la marca y la promoción del recorrido entre los visitantes. Además, aportan ingresos económicos.



taza sublimada



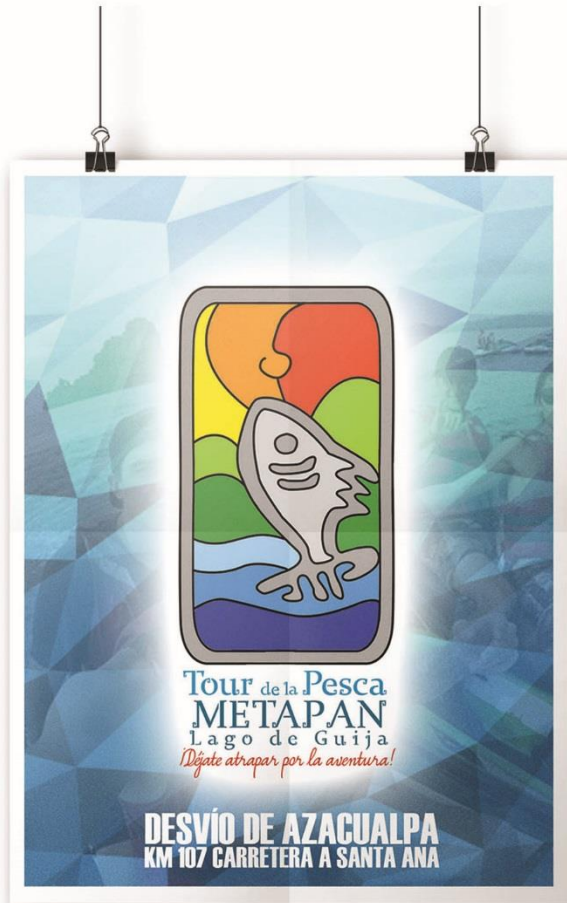
bolígrafo



botella metálica

ARTÍCULOS PROMOCIONALES/IMPRESOS

Algunas aplicaciones para la marca en medios impresos. Tanto para informar sobre el sitio como para hacer publicidad en general.



afiche promocional



brochure informativo

PALABRAS CLAVE/GLOSARIO

LOGOTIPO:

Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.

MARCA:

Nombre comercial, especialmente de un tipo de productos: Está definida por características de color y forma para identificarse.

RECORRIDO TURÍSTICO:

Conjunto de espacios territoriales que forman parte de una misma oferta de bienes y servicios turísticos.

MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA:

El manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución.

DISEÑO GRÁFICO:

Actividad creativa y técnica que consiste en transmitir ideas por medio de imágenes, en especial en libros, carteles y folletos.



