



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**TÍTULO:  
LICENCIADA EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**AUTORA:  
MARÍA FERNANDA MERCHÁN ESPINOZA**

**DISEÑO Y GESTIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL  
CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL “MELVIN JONES” DEL  
CANTÓN LA LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA  
ELENA.**

**TUTOR:  
Ing. Félix Jaramillo Valle, MGS**

**Guayaquil, Ecuador  
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **MARÍA FERNANDA MERCHÁN ESPINOZA** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **LICENCIADA EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**.

**TUTOR**

\_\_\_\_\_  
**Ing. Félix Jaramillo Valle, MGS**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

\_\_\_\_\_  
**Arq. María Fernanda Compte G.**

**Guayaquil, a los 24 días del mes de Septiembre del año 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **María Fernanda Merchán Espinoza**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **DISEÑO Y GESTIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL "MELVIN JONES' DEL CANTÓN LA LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.** previa a la obtención del Título de **LICENCIADA EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 24 días del mes de Septiembre del año 2015**

**EL AUTOR (A)**

---

**María Fernanda Merchán Espinoza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **María Fernanda Merchán Espinoza**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: DISEÑO Y GESTIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL "MELVIN JONES" DEL CANTÓN LA LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 24 días del mes de Septiembre del año 2015**

**LA AUTORA:**

---

**María Fernanda Merchán Espinoza**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco primero que nada a Dios por darme la fuerza necesaria para no rendirme y seguir caminando con paso fuerte en este proyecto.

A mi madre inmensamente, por ser mi modelo a seguir y fuente de vida e inspiración.

A mi padre porque me ha enseñado que con esfuerzo y dedicación se logran grandes cosas.

A mi hermano, que por su capacidad especial escogí este proyecto, quien me ha enseñado que todos podemos triunfar en esta vida, y merecemos grandes oportunidades.

A mi tutor, que gracias a la vida hoy es un gran amigo y excelente profesor, por apoyarme e inculcarme todas las enseñanzas, y por dedicar su tiempo a la elaboración de este proyecto.

A mis amigos, quienes me han ayudado con su estímulo y huella.

**María Fernanda Merchán Espinoza**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de titulación a mis padres, por brindarme siempre su apoyo y por ser el motor de motivación que impulso a cumplir mi primer gran sueño.

A Dios por ser quien me da la fuerza necesaria para levantarme cada día y seguir adelante.

El resultado de este proyecto esta dedicado también a todos los que quieren cumplir sus sueños, rendirse no esta permitido.

**María Fernanda Merchán Espinoza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**TRIBUNAL DE CALIFICACIÓN**

---

**Ing. Félix Jaramillo Valle, MGS**

## ÍNDICE GENERAL

<b>1</b>	<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1	Antecedentes.....	2
1.2	Planteamiento del problema.....	7
1.3	Justificación del tema.....	7
1.4	Objetivos del proyecto.....	8
1.4.1	Objetivo general.....	8
1.4.2	Objetivos específicos.....	8
1.5	Alcance y Limitaciones.....	9
1.5.1	Alcances.....	9
1.5.2	Limitaciones.....	9
<b>2</b>	<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>10</b>
2.1	Investigación.....	10
2.1.1	Investigación de Campo.....	10
2.1.2	Observación participante.....	16
2.1.3	Investigación Documental.....	19
2.2	Análisis, interpretación y organización de la información.....	20
2.2.1	Método Deductivo.....	20
2.3	Análisis de proyectos similares.....	21
<b>3</b>	<b>Capitulo III: Anteproyecto</b> .....	<b>25</b>
3.1	Definición de criterios de diseño.....	25
3.1.1	Identificador iconográfico-conceptual.....	27
3.1.2	Identificador Tipográfico.....	28
3.1.3	Identificador Cromático.....	30
3.2	Desarrollo de bocetos o artes iniciales.....	33
3.2.1	Proceso de Diseño.....	33
3.2.2	Tipografía.....	38
3.3	Evaluación de artes iniciales.....	41
3.4	Desarrollo de propuesta gráfica inicial.....	46
3.4.1	Papelería.....	46
<b>4</b>	<b>CAPITULO IV: PROYECTO</b> .....	<b>48</b>
4.1	Desarrollo de línea gráfica definitiva.....	48
4.1.1	Estructura.....	48
4.1.2	Construcción y aplicación del logotipo.....	50
4.1.3	Composición Icono- Tipográfico.....	51
4.1.4	Simbología retícula.....	52
4.1.5	Área mínima de invasión.....	53
4.1.6	Uso y aplicaciones.....	54
4.1.7	Positivo – Negro.....	55
4.1.8	Identificador Cromático.....	56

4.1.9	Tipografía .....	57
<b>4.2</b>	<b>Arte final de las piezas gráficas .....</b>	<b>58</b>
4.2.1	Papelería Corporativa .....	58
4.2.2	Hoja membretada.....	59
4.2.3	Sobre Americano .....	60
4.2.4	Tarjetas de Presentación .....	61
4.2.5	Caratula de Cd y porta Cd .....	62
4.2.6	Material P.O.P.....	62
4.2.7	Jarros, Boligrafos, pins, stickers, camisetas .....	63
<b>4.3</b>	<b>Implementación y verificación de las piezas gráficas. ....</b>	<b>65</b>
<b>5</b>	<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>69</b>
5.1	Conclusión .....	69
5.2	Recomendaciones.....	70
<b>6</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>71</b>
<b>7</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>74</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ....	11
Tabla 2. ....	18
Tabla 3. ....	19

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Centro de Educación integral Melvin Jones.....	5
Figura 2. Logotipo Representativo del Centro de Educación integral Melvin Jones .....	6
Figura 3. Calendario del Centro de Educación integral Melvin Jones .....	21
Figura 4. Calendario del Centro de Educación integral Melvin Jones .....	21
Figura 5. Logotipo de la fundación Fasinarm.....	22
Figura 6. Logotipo Unicef .....	23
Figura 7. Bocetos para realizar el patrón del identificador gráfico inicial .....	26
Figura 8. Tipografía Rounded mt Bold .....	28
Figura 9. Tipografía Nossarck Largo.....	29
Figura 10. Tipografía Abadi Condensed Extra Bold.....	29
Figura 11. Colores de la discapacidad.....	32
Figura 12. Colores de la discapacidad.....	32
Figura 13. Primeros bocetos del identificador gráfico para el Centro de Educación Integral Melvin Jones.....	34
Figura 14. Primeros Bocetos para identificador gráfico del Centro de Educación Integral Melvin Jones.....	34
Figura 15. Primeros Bocetos de indentificador gráfico en modulo de traslación .....	35
Figura 16. Bocetos vectorizados de la representación de niños con diferentes capacidades especiales .....	36
Figura 17. Primeras propuestas para el identificador gráfico.....	36
Figura 18. Primera propuesta de identificado gráfico .....	37
Figura 19. Identificador elegido para el Centro de .....	38
Figura 20. Propuestas tipográficas para identificador gráfico .....	39
Figura 21. Modificación tipográfica de las letras J y S .....	40
Figura 22. Opciones tipográficas para identificador gráfico .....	41

Figura 23. Identificador gráfico elegido para el centro de .....	42
Figura 24. Opciones de cromática para focus group .....	42
Figura 25. Gráfico porcentual de resultados .....	43
Figura 26. Opciones tipográficas para eleccion en el focus group .....	43
Figura 27. Gráfico porcentual de resultados para elección.....	44
Figura 28. Opciones de identificador para focus group .....	45
Figura 29. Gráfico porcentual de resultado para elección .....	45
Figura 30. Papelería y material P.O.P .....	47
Figura 31. Opciones para línea gráfica .....	48
Figura 32. Identificador gráfico final .....	49
Figura 33. Valores en CMYK de los colores a .....	49
Figura 34. Tipografía para datos de aplicaciones gráficas .....	50
Figura 35. Composición icono- tipográfico.....	51
Figura 36. Área de seguridad de la distancia del.....	52
Figura 37. Área mínima de invasión del identificador gráfico .....	53
Figura 38. Tamaño mínimo del identificador gráfico .....	54
Figura 39. Identificador en positivo para utilizarlo sobre bases claras.....	55
Figura 40. Identificador en negativo para utilizarlo sobre bases oscuras. ....	55
Figura 41. Valores en CMYK del identificador gráfico .....	56
Figura 42. Tipografía que se utiliza en el identificador gráfico.....	58
Figura 43. Hoja Membretada .....	59
Figura 44. Sobre Americano .....	60
Figura 45. Tarjeta de presentación .....	61
Figura 46. Cd y porta cd.....	62
Figura 48. Chaleco para uniforme.....	64
Figura 49. Pins a cuatro colores .....	64
Figura 50. Montaje hoja membretada .....	65

Figura 51. Montaje tarjeta de presentación.....	65
Figura 52. Montaje sobre americano .....	66
Figura 53. Montaje taza .....	66
Figura 54. Montaje gorra .....	67
Figura 55. Montaje pins.....	67
Figura 56. Montaje Carpeta .....	68

## RESUMEN (ABSTRACT)

De acuerdo con Lesur (2009), en la publicidad las palabras y las imágenes trabajan juntas para comunicar ideas y sentimientos, a su vez le proporcionan a los anuncios efectos y asociaciones diferentes. La imagen ayuda a captar la atención y a empujar a los lectores dentro del cuerpo de la identidad Lesur (2009) afirma que es más probable que la tensión inicial se transforme en interés con la ayuda de una imagen llamativa, ya que esta se ancla más fácilmente en la memoria.

El presente proyecto integra los contenidos aprendidos a lo largo de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria, interrelacionándolos y completándolos, para mostrar la obtención de los objetivos generales.

Este trabajo contempla el desarrollo de la marca del Centro de educación Integral "Melvin Jones" .

La Imagen corporativa es la manera por la cual se transmite, quién es, qué hace y como lo hace. La construcción de una imagen conlleva a una optimización de recursos.

Es por eso que para el desarrollo de la propuesta, se consideró muchos factores relacionados con las diferentes capacidades especial, ya que el identificador gráfico será quienes los represente gráficamente.

**Palabras Claves:** Corporativo, Melvin Jones, Identidad, Capacidades especiales, desing, branding

# CAPÍTULO I

## 1 INTRODUCCIÓN

El Diseño Gráfico según Moreno (2005) se define como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados.

Cuando se habla de Diseño Gráfico se suele asociar a una expresión artística alejada del mundo frío y abstracto de los negocios. Sin embargo, con la globalización y todo lo que esto implica en términos de competencia empresarial y diversificación de los mercados, el diseño gráfico ha adquirido una importancia superlativa en cuanto al éxito o fracaso de una empresa, ya que la imagen de ésta es el primer punto de contacto con el cliente o consumidor y puede ser el último si el diseño no resulta atractivo.

El proyecto : Diseño y Gestión de la Identidad Corporativa del Centro de Educación Integral Melvin Jones para niños, jóvenes y adultos con capacidades especiales desde 10 a 45 años en el cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena, surge debido a la inexistencia de una identidad gráfica.

Es por eso, que a través del presente trabajo de titulación, se busca crear una identidad visual gráfica, un manual corporativo y material P.O.P para el centro de Educación Integral Melvin Jones con el objetivo de que tenga una mejor difusión para la obtención de auspiciantes y colaboradores para el crecimiento del centro.

## **1.1 Antecedentes**

El Ministerio de Educación en el Ecuador (2012), menciona que la educación especial ofrece servicios educativos a personas que presentan necesidades educativas especiales asociadas o no a una discapacidad, brindando educación inicial, educación básica y/o talleres de formación en autonomía funcional, con un enfoque inclusivo, educativo y social. Estas instituciones en el Ecuador están especializadas de acuerdo a la discapacidad que atienden. Esto incluye discapacidades entre: visual, auditiva, sordo-ciegos, discapacidad intelectual, multi-retos y autismo. (Ministerio de Educación del Ecuador, 2012).

Según la misión de las fundaciones consultadas toda organización sin fines de lucro, busca el apoyo de auspiciantes que de una u otra manera aporten capital necesario para su funcionamiento y a la vez personas que se sumen, ayudar en el desarrollo y mantenimiento de la institución, para el cumplimiento de sus objetivos. Hoy en día este proceso de captación de auspiciantes depende directamente de la identidad visual, la capacidad y objetivos planteados por la institución.

En Ecuador existen actualmente fundaciones sin fines de lucro, que aportan con el desarrollo de las personas con capacidades especiales dentro de la sociedad ecuatoriana, entre ellos tenemos:

Fundación El Triángulo, ubicada en la ciudad de Quito cuyo objetivo principal es ser una institución auto sustentable, que cubra el ciclo de vida para niños, jóvenes y adultos con síndrome de down y retardo mental, educables, para alcanzar su independencia y valorar su capacidad adaptativa a través de la felicidad, bajo un esquema sistemático e integral, involucrando a la familia y la sociedad. (Fundación El Triángulo, 2013).

Fundación Fasinarm (Fundación de Asistencia Psicopedagógica para Niños, Adolescentes y Adultos con Discapacidad Intelectual y/o en circunstancias especialmente difíciles), ubicada en la ciudad de Guayaquil, es una fundación privada sin fines de lucro, creada como una respuesta a las necesidades educativas de niños con discapacidad intelectual en Guayaquil, Ecuador. Fue fundada en 1966 para brindar una respuesta solidaria a las necesidades educativas de niños con discapacidad intelectual. (Fasinarm, 2014).

Estas instituciones han pasado por un proceso de adquisición de apoyo de auspiciantes, de reconocimiento público y de envío de algún mensaje de concientización llevado a cabo por medio de los proyectos gráficos publicitarios; a través de campañas transmitidas según sea el público al que va dirigido, realizadas de manera informativa para la comunidad y dándole la opción de poder participar dentro del movimiento social tanto a civiles como a personas jurídicas que deseen ser parte del cumplimiento de los objetivos de la misma. Para esto es necesario que la institución posea una Identidad Gráfica definida que la caracterice, y objetivos bien planteados para el desarrollo óptimo de las piezas graficas.

El Diseño Gráfico, dentro de las organizaciones sin fines de lucro, juega un papel fundamental al momento de hablar de Identidad Gráfica y Procesos Publicitarios, va directamente influenciado desde la base comunicacional que necesita toda organización, obtenida principalmente desde un identificador gráfico acompañado por signos, tipografía, colores y formas, los cuales le dan el factor estético de la propuesta comunicativa, basada en los principios técnicos, que involucran el objetivo de ese proceso comunicacional y la influencia del mismo en los receptores.

El Centro de educación Integral "Melvin Jones" de la Provincia de Santa Elena, sin fines de lucro de derecho privado con objetivos sociales o públicos, legalmente constituido en el número 179 el 8 de Mayo de 1998.

Jorge Saavedra Núñez, entonces presidente del Club de Leones Salinas Central, tomó conciencia de que numerosas familias estaban en situación de vulnerabilidad con hijos discapacitados.

Se presentó entonces una moción con el fin de crear un centro de apoyo para las personas con capacidades especiales. Una vez aceptada la moción, se establecieron contactos con el departamento del Ministerio de Educación de la provincia del Guayas para sensibilizar al personal en cuanto a la problemática de la discapacidad en la región.

Uno de los objetivos era determinar los potenciales de una estructura que pudiera acoger a los futuros beneficiarios del centro, sensibilizar a la población en cuanto a la discapacidad y llamar la atención de los padres sobre la importancia de un acompañamiento educativo de calidad para sus hijos.

Se decide entonces llevar a cabo una enseñanza escolar a pesar de los pocos recursos económicos de las familias. Consciente de la necesidad de asociar a una gran cantidad de actores para su proyecto, el centro organizó un grupo participativo, reuniendo a personas directamente o indirectamente con la discapacidad con el fin de aclarar el programa de actividades que realizar.

Un primer proyecto destinado a apoyar a los niños con problemas de pérdida auditiva se llevó a cabo en el domicilio de uno de los miembros del Club de Leones Salinas Central. Rápidamente, se montaron talleres para los niños con capacidades especiales o enfermedades motrices. En el 2000, el local puesto a disposición por el Club de Leones Salinas Central resultó muy pequeño así que la asociación puso inmediatamente en marcha el proyecto de construcción de una estructura con más espacio para que pudiera acoger a un mayor número de niños.

El centro, inaugurado el 20 de Julio del 2002, ofrece a los niños un acompañamiento escolar, sesiones de terapia y talleres de apoyo al acceso al mundo laboral para jóvenes adultos de 28 niños beneficiarios de las prestaciones del centro en 1995, Melvin Jones acoge hoy en día a 177 niños cotidianamente, a los que se suman visitas más puntuales. El centro pide a los padres de los alumnos una contribución con el fin de que se impliquen en el proceso de educación que se lleva a cabo con sus hijos.

El centro, actualmente dotado de una estructura adaptada a las necesidades de sus usuarios, siempre tuvo como objetivo mejorar los servicios que propone a los niños de los que se ocupa. Pero también le importa transmitir su metodología a la sociedad civil y especialmente a los profesores titulares con sesiones periódicas de formación.



**Figura 1. Centro de Educación Integral Melvin Jones**

Fuente: Elaboración propia.

El Centro de Educación Integral “Melvin Jones” cuenta con una identidad que actualmente no cumple con las necesidades de difusión.



**Figura 2. Logotipo representativo del Centro de Educación integral Melvin Jones en la actualidad**

Fuente: Club de Leones Península de Santa Elena.

Lo que este trabajo desea aportar al centro, es la creación de una identidad gráfica, evaluando los objetivos del Centro de Educación Integral y los requerimientos de un manual, se puede afirmar que se debe partir de la creación de un identificador visual de la organización para proseguir a realizar un manual corporativo, y material P.O.P

Con la investigación de campo se realiza un estudio de la problemática de difusión del centro de Educación integral “Melvin Jones”, con la finalidad de dar realce y apoyo a todas las actividades de difusión del centro integral. El estudio es concebido como una investigación descriptiva del tipo documental y de campo, se aplica la recolección de los datos, a través de entrevistas, libros, fotografías, cuyo resultado es obtener información directa de las personas que trabajan dentro del centro integral, este proceso permitirá conocer y determinar los aspectos positivos y negativos de las necesidades del centro.

## **1.2 Planteamiento del problema**

La problemática es la poca difusión de la labor que se realiza con los niños, jóvenes y adultos con capacidades especiales, que ha debilitado un poco el proceso de reconocimiento del centro y su causa dirigida a mejorar la calidad de vida y oportunidades a las personas con capacidades especiales de la provincia de Santa Elena en el Cantón La Libertad.

El centro de Educación Integral entiende la importancia de la difusión de información para adquirir recursos en las instituciones del sector no lucrativo y reconoce su debilidad en esta parte. En su desconocimiento por la forma correcta de dirigirse al exterior, la Institución cree pertinente empezar a desarrollar e implementar la creación de una herramienta que active la identidad Gráfica, un manual y la aplicación del material P.O.P que contribuyan al cumplimiento de la misión-visión y al crecimiento del centro.

## **1.3 Justificación del tema**

La realización de la identidad Gráfica, creación de un manual corporativo y aplicación en material P.O.P justifica este proyecto ya que a través del desarrollo de herramientas de comunicación se contribuye a el posicionamiento y difusión del centro de Educación integral “Melvin Jones” logrando así que los mensajes comunicacionales se vuelvan un punto primario de referencia y permitan que se creen vínculos fuertes y sostenibles con el público objetivo, auspiciantes y voluntarios para que mediante este se eleve la contribución del trabajo y el aporte al cambio social que se genera por medio de la realización de proyectos establecidos de la provincia de Santa Elena, para lograr así cambios sociales fundamentales.

Este proyecto busca desarrollar herramientas que sirvan como apoyo desde el campo publicitario para el recaudo de recursos, el reconocimiento de la marca y el desarrollo social de la misma en el Cantón La Libertad. Trayendo beneficios no solo para el centro sino también para la población que se vincule a dar el apoyo a las personas con capacidades especiales.

## **1.4 Objetivos del proyecto**

### **1.4.1 Objetivo general.**

Diseñar y gestionar la identidad corporativa del Centro de Educación Integral “Melvin Jones” para niños, adolescentes y adultos con capacidades especiales desde 1 a 45 años en el Cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena utilizando elementos diferenciadores que identifiquen y difundan la labor de la institución para el recaudo de recursos, el reconocimiento de la institución como marca y el desarrollo social de la misma.

### **1.4.2 Objetivos específicos.**

- Recopilar información, mediante entrevista, documentación bibliográfica y observación participante.
- Diseñar una marca o identificador visual que represente al Centro y su labor social.
- Gestionar la aplicación de los elementos más representativos de la marca en material P.O.P.
- Desarrollar el manual corporativo para el correcto uso de los elementos gráficos para la difusión y representación corporativa.

## **1.5 Alcance y Limitaciones**

### **1.5.1 Alcances.**

Utilizando elementos diferenciadores que identifiquen y difundan la labor de la institución como identificador gráfico, material P.O.P, y un manual corporativo para el correcto uso de los elementos gráficos.

Como característica principal la creación de una identidad gráfica, evaluando los objetivos del Centro Integral y los requerimientos, se puede afirmar que se debe partir de la creación de la Identidad Gráfica de la organización para proseguir a realizar un manual, y aplicación en material P.O.P.

### **1.5.2 Limitaciones.**

Dentro de las limitaciones se podría considerar como un obstáculo la no disposición de la información, lo que se deberá solucionar para obtener la información requerida, con un tiempo prudente y evitar este tipo de inconvenientes.

El material que se otorgará al centro de Educación Integral “Melvin Jones “estará ajustado a las limitaciones económicas del centro.

Se toma en cuenta otra limitante en cuanto a las entrevistas, ciertos profesores del centro de Educación Integral no respondieron las entrevistas en su totalidad por falta de tiempo, esto porque muchos se encontraban realizando sus labores dificultando así obtener información importante.

## **CAPÍTULO II**

### **2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 Investigación**

De acuerdo con Navarro (2005) el tipo de investigación vendrá dado por la profundidad que posea la misma, pudiendo así identificarse como: Diseño de investigación de campo y Diseño Documental.

Navarro (2009) define la palabra técnica como el proceso de investigación de los datos y al Instrumento como la herramienta para recolectar dicha información. Esta investigación posee un Diseño de tipo mixto, ya que abarca una investigación de campo, investigación documental y observación participante.

El estudio es concebido como una investigación descriptiva de tipo documental y de campo, en el que se aplico la recolección de los datos, a través de entrevistas, libros, fotografías, cuyo resultado es obtener información directa de las personas que trabajan dentro del centro integral, este proceso permitirá conocer y determinar los aspectos positivos y negativos de las necesidades del centro, los cuales llevaran al rediseño de la imagen grafica, manual corporativo y material pop que se concentró en mayor medida en el centro de educación integral "Melvin Jones". (Ver anexo 5 y 6)

##### **2.1.1 Investigación de Campo**

La investigación de campo es aquella que realiza el autor para obtener información proveniente de fuentes primarias, personas que poseen información necesaria para el desarrollo de los objetivos, sin ser modificados sus datos.

Esta investigación se ejecuta en el centro de Educación Integral “Melvin Jones” y se basa en la realización de entrevistas a personal capacitado del centro entre ellos, profesores, psicólogos, directivos y a profesionales Gráficos. (ver anexo 1,2,3 y 4)

Tomando en cuenta esta teoría, se realizó un estudio de la problemática de la difusión del Centro Integral Melvin Jones, con la finalidad de crear una identidad gráfica, manual corporativo, y material P.O.P para dar el realce y el apoyo a todas las actividades de difusión del centro integral.

### 2.1.1.1 Entrevista.

Se realiza una entrevista en profundidad, la cual es una técnica que permite la obtención de, testimonios directos.

**Tabla 1.**

#### Formato de ficha de entrevista

FICHA DE ENTREVISTA	
Fecha:	Mayo, 2015
Lugar:	Centro de Educación Integral "Melvin Jones"
Personas Observadas:	
Duración	1:30 minutos aproximadamente
Número de participantes	
Moderador:	Estudiante de Gestión Gráfica Publicitaria
Personas que realizaron la entrevista.	Directivos, profesores, padres de familia.
Preguntas:	<p>Pregunta 1 : Cree usted que actualmente existe imagen corporativa del centro educativo Integral "Melvin Jones"son reconocibles?</p> <p>Pregunta 2: Sabe usted que es señalética?</p> <p>Pregunta 3: Cree usted que los niños, jóvenes y adultos tienen dificultades para orientarse en el Centro de Educación Integral "Melvin Jones"?</p> <p>Pregunta 4:Cree usted que es necesario la creación de un sistema señalético adecuado?</p> <p>Pregunta 5: Conoce usted los materiales P.O.P que son utilizados en el Centro de Educación Integral "Melvin Jones "para dar a conocer sus servicios?</p> <p>Pregunta 6: Que elementos cree necesario que deberían ir en material P.O.P que permita al usuario informarse sobre los servicios que ofrece el Centro de Educación Integral "Melvin Jones"?</p> <p>Pregunta 7:Cree usted que se necesita un rediseño del logotipo institucional?</p> <p>Pregunta 8: Le es legible la tipografía utilizada?</p> <p>Pregunta 9: Que colores cree usted que se deba utilizar?</p> <p>Pregunta 10: Que elementos cree usted que se deba utilizar para el rediseño del logotipo?</p> <p>Pregunta 11 : Porque motivo se realizo la creación del centro?</p> <p>Pregunta 12: Que le gustaría que se transmita en el logotipo?</p> <p>Pregunta 13: Que ilustración le gustaría que fuera un identificador gráfico?</p> <p>Pregunta 14: Que tipo de Auspicio le gustaría tener?</p>

Fuente: Elaboración propia

Esta entrevista cuenta con el uso de un instrumento llamado Formato de entrevistas, el cual de acuerdo con Navarro (2009) estará formado por un conjunto de preguntas abiertas que permitirán indagar sobre motivaciones, iniciativas para enriquecer los datos obtenidos mediante la misma.

La entrevista consta de 14 preguntas las cuales se utilizan para identificar las necesidades, debilidades, fortalezas del Centro Educativo Integral “Melvin Jones” así mismo para determinar el mensaje visual que se desea obtener, a quienes, como y con que se lo va a transmitir.(ver anexo 1).

### **Profesionales expertos en el área de diseño, específicamente Imagen Corporativa y Diseño Publicitario.**

El objetivo de la entrevista es para obtener información y consejos sobre el diseño de una identidad corporativa, manual corporativo y campaña publicitaria, existirán imágenes referenciales para las cuales el entrevistado responderá dentro de términos técnicos (ver anexo 3 y 4).

### **Profesionales expertos en el área de psicología.**

Formado con 13 preguntas abiertas que permitirán identificar sobre motivaciones, comportamientos, teorías del color y como actuarían los estudiantes a ciertas imágenes y tipografías. (ver anexo 2).

### **Personal dentro del Centro de Educación integral Melvin Jones**

Para realizar la entrevista se elaboró un modelo que consta de 14 preguntas abiertas, realizadas a profesores, psicólogos y directivos, las cuales permiten diferencias las distintas perspectivas en cuanto a un identificador gráfico del directorio y los profesores dentro del Centro de Educación Integral “Melvin Jones”. (ver anexo 5 y 6).

### ***Conclusiones de entrevista.***

El personal está de acuerdo que no hay suficientes materiales gráficos para una difusión adecuada del centro de educación, un 80% concuerda en un identificador gráfico que represente a las diferentes capacidades especiales, con tonos representativos y el 20% en varios tonos en colores pasteles.

Los profesores que fueron entrevistados colaboraron de excelente manera en el procedimiento, se sintieron muy cómodos al saber que es una actividad en beneficio al cambio del centro de Educación Integral "Melvin Jones".

En la primera pregunta de la entrevista que se realizó a profesores, psicólogos y directivos del Centro de Educación Integral, sobre su actual identidad gráfica, concuerdan que existe una identidad pero que falta desarrollar más el identificador gráfico.

Con respecto a la segunda pregunta, las personas entrevistadas sobre como ubicarse en el centro saben lo que es señalética pero que no se aplica dentro.

En la tercera pregunta sobre la señalética existente, la gran parte de los profesores, y padres de familia concuerda que los niños, jóvenes y adultos tienen dificultades para orientarse en el centro, pero otros profesores en este caso los de terapia física dicen que los alumnos ya saben donde están ubicadas las diferentes áreas.

En la cuarta pregunta, en su totalidad los entrevistados del Centro de Educación Integral, están de acuerdo que debería crearse un sistema señaletico adecuado.

La respuesta de los padres de familia del Centro de Educación Integral, sobre la quinta pregunta, no saben que son materiales P.O.P pero los profesores respondieron cuales son los diferentes materiales que existen actualmente en el centro.

En la sexta pregunta los directivos del Centro de Educación Integral expresaron que los materiales que deberían tener son: carpetas, plumas, vasos para el personal, y algunos profesores de diferentes áreas no cree que es necesario material P.O.P porque consideran un gasto innecesario.

En la séptima pregunta los entrevistados expresaron que estan de acuerdo en la renovación e implementación de una nueva imagen.

Siguiendo la entrevista, con la octava pregunta, 3 profesores manifestaron que están de acuerdo que la tipografía si es legible y el resto de profesores entre ellos psicólogos y padres de familia dice que debería renovarse la tipografía para que sea más legible y moderna.

La pregunta número nueve los padres de familia y profesores contestaron que no les gustaría seguir con el color azul ya que los estudiantes están mas asociados a los colores llamativos y no afectaría en su totalidad a la adaptación del nuevo logotipo y solo la directora del centro y una psicóloga expresa que debería de utilizarse colores pasteles.

La pregunta diez al realizar la entrevistas padres de familia y profesores de terapia de lenguaje, terapia física indican que les gustaría que se implementara identificador de discapacidad. La directora y la psicóloga expresaron que debería implementarse manos o algun identificador que simbolice las diferentes capacidades especiales, algo mas abstracto.

En la pregunta número once, todos los entrevistados concuerdan que el centro fue creado para atender a personas con capacidades especiales sin fines de lucro, basándose en diferentes auspicios logrados.

La pregunta doce los profesores, psicólogos directivos y padres de familia respondieron que les gustaría transmitir en el logotipo: desarrollo, integración, unidad y capacidades especiales.

En la pregunta número trece, el resultado fue que a todos los entrevistados les gustaría un identificador gráfico con capacidades especiales.

La última pregunta de la entrevista realizada solo a la directora del centro ella indico que le gustaría llegar a las empresas grandes para ofrecer los diferentes servicios con los que cuenta el centro.

### **2.1.1.2 Conclusiones Generales**

Para identificar la situación del logo del centro de educación integral se realizó la entrevista con una serie de preguntas, que corroboran el estado del logotipo.

Hubo diferentes comentarios de los entrevistados como: " El logotipo no se entiende, no representa al centro", entre otras respuestas. Se puede concluir que la mayor parte de los entrevistados reconocen que debería haber un cambio respectivo en el logotipo, por uno que identifique y represente lo que el centro quiere dar a conocer.

Para realizar la identidad, se necesita conocer la opinión de algunos estudiantes con respecto a la cromática del logotipo actual, donde se obtuvieron respuestas a favor de que se utilice los colores de las diferentes

capacidades especiales como identificador cromático, ya que ellos se sienten más identificados.

También se quiso conocer qué tipo de logo necesita el centro, según las opiniones obtenidas de los profesores, directivos y padres de familia, lo que manifestaron que se necesita un logotipo que represente más a las diferentes capacidades especiales, otro grupo manifestó que se realice un icono con manos o imágenes que representen a la union. Por tener mayoría en la entrevista se decidió elaborar un logotipo conforme a la información obtenida.

### **2.1.2 Observación participante**

Malinowski y Guasch (1922) exponen que la observación participante es una técnica de recogida de información que consiste en observar a la vez que participamos en las actividades del grupo que se están investigando, requiere una implicación del observador en los acontecimientos que se esta observando.

La observación Participante tanto del Centro de Educación Integral “Melvin Jones” como de los padres de familia que conforman el directorio, permite evidenciar y confirmar aspectos de interés para la elaboración de esta investigación. (ver anexo 11)

Para Corbetta (2007) la observación implica mirar y escuchar y al mismo tiempo el observador participe de ella; el contacto personal entre el sujeto que estudia y el sujeto estudiado, esta interacción puede durar años debido a que el investigador observa y participa en la vida de los sujetos estudiados. Con este tipo de observación, el investigador se adentra en el contexto social, vive el día a día de las personas objeto del estudio, comparte sus preocupaciones, esperanzas y perspectivas del mundo.

Para este tipo de observación se realizaron diferentes visitas al centro de desarrollo integral “Melvin Jones”, las cuales fueron documentadas en grabaciones, videos, fotografías donde se pudo recolectar información muy importante; al observar a los niños, jóvenes y adultos su comportamiento, su desenvolvimiento dentro y fuera del centro al igual que los profesores como guían a los alumnos a un desarrollo emocional. (ver anexo 11y 12).

Se realiza un Focus Group con un máximo de 8 personas seleccionadas entre ellas:

- Directivos del centro de Educación Integral “Melvin Jones”, profesores, padres y administrativos.

- Profesionales expertos en el área de diseño, específicamente Imagen Corporativa y Diseño Publicitario.

- Padres de Familia que conformen la directiva dentro del Centro Educativo Integral.

- Profesionales expertos en el área de psicología.

Se interactúa con el personal capacitado dentro del centro Educativo Integral, se realiza observaciones participativas con los niños, jóvenes y adultos del centro para revisar tipografías, colores que sean agradables para ellos, se analiza colores para la identidad gráfica ya que se deberá escoger colores que no afecten visualmente a las personas que hacen uso del centro educativo. (ver anexo 8,9,10)

Para desarrollar la observación participante, se conto con una pequeña ficha donde se detalla el desarrollo de los niños de acuerdo a las aptitudes y destrezas en general de los jóvenes.

Se pudo observar que ellos reconocen el logotipo actual por su color pero se identifican mas con colores que los represente a ellos dependiendo de su capacidad especial. Su desenvolvimiento como grupo es diferente.

Les llama la atencion las ilustraciones y colores que les estimulan tranquilidad, a otros alegría.

**Tabla 2.**

**Formato de ficha de observación, área de música**

<b>Nombre del centro:</b>	Centro de Educación Integral "Melvin Jones"			
	<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>			
<b>Fecha:</b>	Agosto 5, 2014			
<b>Lugar:</b>	Área de música			
<b>Personas Observadas:</b>	Niños con capacidades especiales (visuales, físicas)			
<b>Observaciones</b>  Pude observar que los niños y jovenes con capacidades especiales en el área de música tienen ciertas dificultades para orientarse a diferentes áreas, tambien que el color azul les da tranquilidad.	<b>Aspectos a observar</b>	<b>Valoración</b>		
		<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>
	Actividades que realizan los jovenes.			
	Tienen facilidad para reconocer el logotipo actual		<b>X</b>	
	Los estudiantes van en grupos a diferentes áreas del Centro	<b>X</b>		
	Como se desvelven de acuerdo a sus capacidades especiales		<b>X</b>	
	El color azul les llama la atención	<b>X</b>		
Los colores pasteles les llaman la atención		<b>X</b>		
	Significado de valoración B= Bueno R=Regular M=medio			

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3.**

**Formato de ficha de observación, área de terapia física**

<b>Nombre del centro:</b>	Centro de Educación Integral "Melvin Jones"			
	<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>			
<b>Fecha:</b>	Diciembre 6, 2014			
<b>Lugar:</b>	Área de Terapia Psicológica			
<b>Personas Observadas:</b>	Niños con capacidades especiales (visuales, físicas)			
<b>Observaciones</b>  Pude observar que los niños y jóvenes con capacidades especiales en el área de terapia psicológica toman el color azul como el color de la tranquilidad, están más identificados con esta cromática.	<b>Aspectos a observar</b>	<b>Valoración</b>		
		<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>
	Actividades que realizan los jóvenes.	x		
	Tienen facilidad para reconocer el logotipo actual		x	
	Los estudiantes van en grupos a diferentes áreas del Centro	x		
	Como se desvelven de acuerdo a sus capacidades especiales		x	
	El color azul les llama la atención	x		
Los colores pasteles les llaman la atención		x		
	Significado de valoración B= Bueno R=Regular M=medio			

Fuente: Elaboración propia

### 2.1.3 Investigación Documental

La investigación documental se define como “una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto mediante el análisis de fuentes de información” (Ávila, 2006, p. 50).

La investigación bibliográfica se basa en la identificación de los temas de estudio ya desarrollados por diferentes autores que permitieron ampliar el desarrollo y conocimiento para realizar el trabajo de titulación y así mismo direccionar hacia el objetivo final, entre ellos tenemos la identidad de Fasinarm, Unicef, y fundalectura que por ser las Fundaciones más importantes del país, son Fundaciones que tienen la responsabilidad de proyectar una imagen que connote la superioridad de cada uno.

## 2.2 Análisis, interpretación y organización de la información.

### 2.2.1 Método Deductivo

El trabajo de investigación parte de que el centro integral Melvin Jones cuenta con una imagen establecida desde sus inicios, por el Club de Leones. Un logotipo de diseño distintivo pero que no aporta una imagen visual sólida y su integración en diferentes aplicaciones es compleja, el logo no fue plasmado como identidad para su utilización. Su logotipo se ha mantenido durante el transcurso de los años. Este se conforma de un triángulo, un círculo, y un cuadrado que significa el cuerpo humano. Los Colores Corporativos son el azul y blanco, donde el azul predomina en el logo tanto tipográfico como iconográfico, dejando el blanco en segundo plano.

Hasta la actualidad el centro educativo integral Melvin Jones no ha implementado una estrategia de comunicación oficial, más que recursos publicitarios básicos y poco trabajados como calendarios, trípticos y la creación de una pagina web.



**Figura 3. Stickers representativos para Centro de Educación Integral Melvin Jones**

Fuente: Club de Leones de la Provincia de Santa Elena.



**Figura 4. Calendario del Centro de Educación integral Melvin Jones**

Fuente: Club de Leones de la Provincia de Santa Elena.

Mediante el proceso investigativo se realizó el análisis de documentos, informes descriptivos, medios impresos, fotos, grabaciones de audio y video. No cuenta con un brief, así que se elaboró la creación de un brief para el correcto desarrollo del tema de estudio. (ver anexo 7)

## 2.3 Análisis de proyectos similares

Toda organización, ya sea con o sin fines de lucros, busca transmitir un mensaje hacía la sociedad en general, a través de su imagen. Esto es parte de la estrategia de comunicación de cada una de éstas. De esta forma se logra crear una identidad corporativa, la cual es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir y facilitar el reconocimiento.

Para el proceso de investigación de éste proyecto se consultaron los siguientes trabajos que tienen relación con el tema de investigación:

Podremos citar entre los principales la identidad de Fasinarm, Unicef, y fundalectura por ser las Fundaciones mas importantes del país.

Norlop quienes son una de las agencias con mayor trayectoria en el Ecuador, realiza un aporte fundamental que es la creación del logotipo para la fundación Fasinarm, que partió de la visión de futuro y de los recursos que se obtuvieron mediante la investigación, desarrollando así una identidad visual creada por el logotipo, sus colores y tipografía.



**Figura 5. Logotipo de la fundación Fasinarm**

Fuente: Elaboración Norlop Ecuador

Este proyecto fue del tipo descriptivo, basado en la investigación documental y de campo, utilizaron la entrevista y la encuestas como instrumento para la recolección de los datos y para el análisis de sus resultados utilizaron la matriz F.O.D.A la cual les permitió evaluar las debilidades, las oportunidades, las fortalezas y las amenazas que posee la Fundación Fasinarm como organización sin fines de lucro.



**Figura 6. Logotipo Unicef**

Fuente: Elaboración Unicef

El logo de la UNICEF está constituido de 4 elementos fundamentales:

- 1) Las ramas de olivo que rodean al globo terráqueo que significan la paz.
- 2) El globo terráqueo, representa las áreas en que la UNICEF desarrolla sus actividades para el bienestar y seguridad de toda la gente del mundo
- 3) La madre y el niño representan el cuidado de los niños para su desarrollo.
- 4) El acrónimo de UNICEF que en inglés significa Fondo de las Naciones Unidas para los Niños, que antes significaba Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para los niños.

También el color azul y blanco que esta presente en el logo es porque esos son los colores oficiales de las Naciones Unidas y están incluidos en todas sus banderas y logos que representan tranquilidad y protección.

Es por ello que la misma aportó a la presente investigación con aspectos fundamentales como la creación de un identificador y desarrollo de sus elementos gráficos.

Mora, María y Toledo Thaide (1998) “La nueva Imagen de Fundalectura” Caracas, Venezuela. Trabajo de Grado realizado en la Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Humanidades y Educación, para optar al título de Licenciadas en Comunicación Social. En este caso las autoras presentan como problema la falta de Identidad Gráfica por parte de la Fundación Fundalectura, fundación en pleno desarrollo, y lo consideraban necesario para su posicionamiento dentro de la comunidad.

Es por ello que la investigación se basa en proponer un rediseño de su logotipo y modificación en el mensaje gráfico.

## Capítulo III

### 3 Anteproyecto

#### 3.1 Definición de criterios de diseño.

Según Costa, el logotipo es el signo verbal porque la marca debe interactuar con la gente y entre ella. Este signo lingüístico de partida se transforma en un signo visual por medio del logotipo, el símbolo o el color, porque la palabra es volátil e inmaterial y la marca necesita estabilizarse, hacerse tangible, fijarse en el espacio visible. En este sentido, lo verbal y lo visual se complementan (Costa, 2004).

Al realizar el logotipo para el Centro de Educación Integral "Melvin Jones" se fundamentó en la necesidad de crear un identificador gráfico que represente a cada una de las capacidades especiales. El identificador gráfico está enfocado a el público objetivo empleando una cromática visual agradable en base a los colores escogidos en el focus group, que son los que representan a cada capacidad especial. (ver anexo,8,9,10)

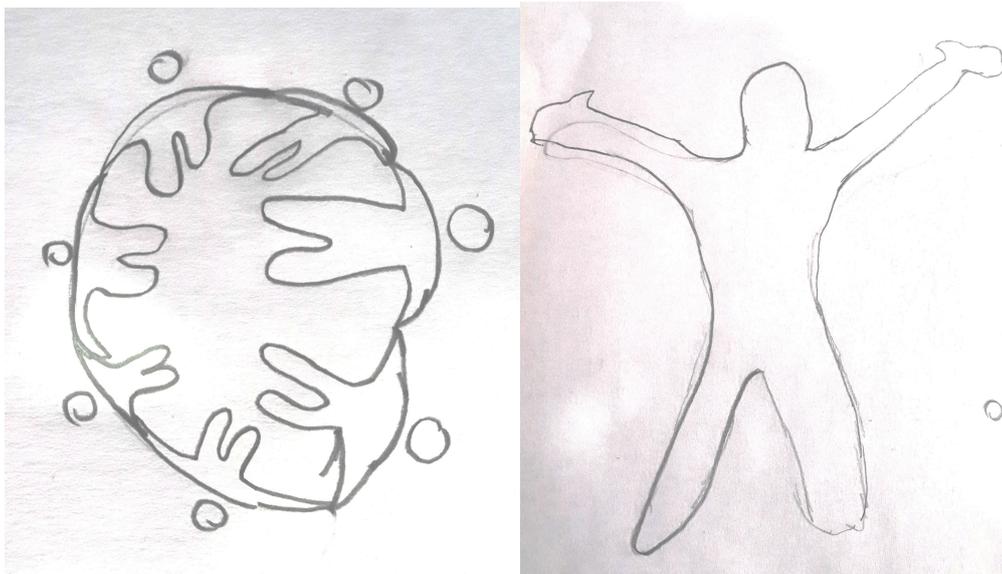
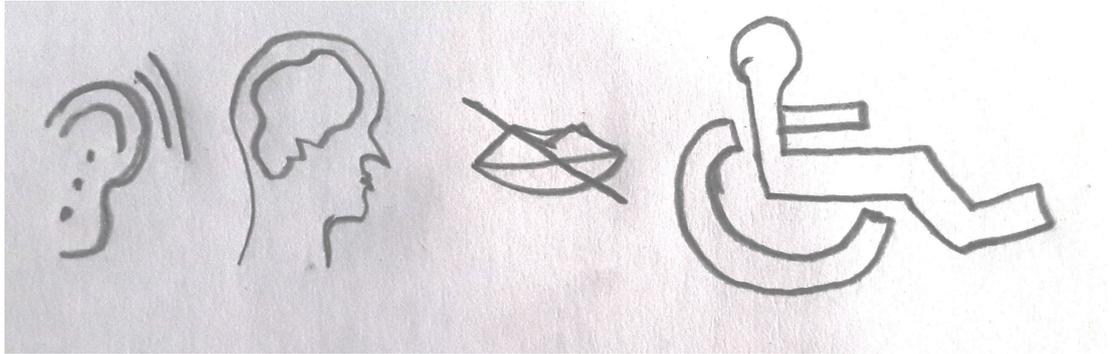
Se tuvo en cuenta la opinión del personal por medio de las entrevistas realizadas donde se le dio a escoger entre varias opciones.

Para diseñar el logotipo, se consideró las opciones con mayor aceptación. A continuación se desarrolló una serie de variantes como bocetos iniciales que se determinaron lo que se quiere obtener para ser digitalizado y llegar crear un logotipo.

Los elementos principales que se usaron son:

- Capacidad mental, psíquica intelectual
- Capacidad auditiva
- Capacidad motriz, física

- Capacidad lenguaje, sensorial
- Silueta Humana
- Unión



**Figura 7. Bocetos para realizar el patrón del identificador gráfico inicial**

Fuente: Elaboración propia

### **3.1.1 Identificador iconográfico-conceptual.**

La construcción del icono, se basa en los diferentes elementos representativos de las capacidades especiales dentro del centro de educación integral, siguiendo una figura gráfica representativa de los humanos como es la silueta corporal. Para Huber (2001) la postura de los brazos alzados, pero abiertos y en horizontal, indica felicidad, bienvenida e invitación al abrazo. Alzar los brazos está considerado como un gesto de comunicación a distancia a fin de ser vistos, ya sea para pedir ayuda, para saludar, rendirse o sencillamente mostrarse victoriosos.

Para representar la unión entre ellos, se tomó como referencia el significado de unión. Según la R.A.E, unión es la concordancia de voluntades o esfuerzos. En este sentido, la unión está vinculada a la solidaridad: *“La unión hace la fuerza”* es una frase popular que refiere al poder que alcanzan las personas cuando trabajan en conjunto para alcanzar un objetivo común, gráficamente se los representó como expresión corporal, las manos entrelazadas.

Se utilizó el proceso de la abstracción que representa un elemento en sentido figurado, también se tomó como uno de los principales criterios de diseño a la BAUHAUS, la llamada Gramática Visual fue uno de los aportes más significantes, los elementos más importantes que la conforman son las formas geométricas: cuadrado, círculo y triángulo, consideradas visualmente como elementales, irreductibles, esenciales, fundacionales y originarios (Abbot, 1994; p.21).

Al conseguir la abstracción adecuada podemos determinar un icono representativo para el centro de educación integral, dándole fuerza, una mejor imagen gráfica que es lo que representa y los servicios que se brinda.

### 3.1.2 Identificador Tipográfico.

Partiendo rasgos del ícono, se buscaron tipografías que complementen de manera impecable el logotipo.

El diseño del logotipo, por su forma y colores, se creó para captar la atención, es por esto que se considero los siguientes criterios:

- Equilibrio
- Legibilidad en pequeños cuerpos y a gran distancias, permitiendo escalar el logo en diferentes tamaños.
- Ajustes tipográficos
- Diferenciación visual y personalidad

La tipografía juega un papel importante dentro del diseño, en busca de legibilidad se propone la elección entre tres opciones tipográficas, siendo estas: arial Rounded mt Bold, Noasarck Largo, Abadi Condensed Extra Bold para remarca el nombre.

Arial rounded mt bold

**ABCDEFGHIJKLMNO P Q**  
**RSTUVWXYZÁÉÍÓÚ**  
**abcdefghijklmnopq**  
**ertuvwxyzáéíóú**  
**&1234567890(\$.,!?)**

*Figura 8. Tipografía Rounded mt Bold*

Fuente: Elaboración propia

Noasarck largo

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZÁÉÍÓÚ  
abcdefghijklmno  
pqrstuvwxyzáéíóú  
&1234567890(\$.,!?)**

*Figura 9. Tipografía Nossarck Largo*

Fuente: Elaboración propia

Abadi Condensed Extra Bold

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZÁÉÍÓÚ  
abcdefghijklmno  
pqrstuvwxyzáéíóú  
&1234567890(\$.,!?)**

*Figura 10. Tipografía Abadi Condensed Extra Bold*

Fuente: Elaboración propia

### **3.1.3 Identificador Cromático**

De acuerdo a las teorías de Johann Wolfgang von Goethe, escritor y también pintor, arquitecto, y diseñador, lo que se ve de un objeto no depende solo de la materia que lo constituye, ni tan sólo de la luz tal como la entendió Newton, sino que depende de una tercera variable que es nuestra percepción de los objetos. Goethe intentó deducir las leyes que rigen la armonía de los colores. Con los efectos fisiológicos, es decir, al modo en que los colores afectan, en tanto, en general, en el aspecto subjetivo de la visión. (Psicología del Color, s.f.)

Eva Heller, socióloga, psicóloga y profesora de teoría de la comunicación y psicología de los colores, luego de realizar una encuesta a 2000 personas demuestra que los colores y los sentimientos están claramente relacionados por asociaciones referidas a las experiencias vividas desde la infancia.

Como dice la teoría de los colores, existen colores primarios, secundarios y terciarios. Los llamados primarios son el rojo, amarillo y azul. Los colores secundarios son aquellos que surgen de la mezcla de dos colores primarios, como el verde, naranja y violeta. Y los colores que surgen de la mezcla de tres primarios se llaman terciarios. (Heller,E.,2004).

Se analizó el efecto que tienen los colores fundamentalmente en los niños y como influyen en sus sentimientos además color por color los efectos psicológicos de los mismos.

#### ***3.1.3.1 La influencia de los colores en los niños.***

Cada color puede causar diferentes reacciones en los niños, en su organismo y en su estado de ánimo. Podría decirse entonces que la correcta elección de los colores puede modificar la conducta del niño. El color rojo, por ejemplo, suele ser recomendado para niños deprimidos. Se cree que este color irradia energía y vitalidad que es percibida por el niño. El color

amarillo claro es recomendado para niños con falta de concentración, al igual que los colores frescos como el azul o verde, ya que transmiten tranquilidad. (La influencia de los colores en los niños, s/f).

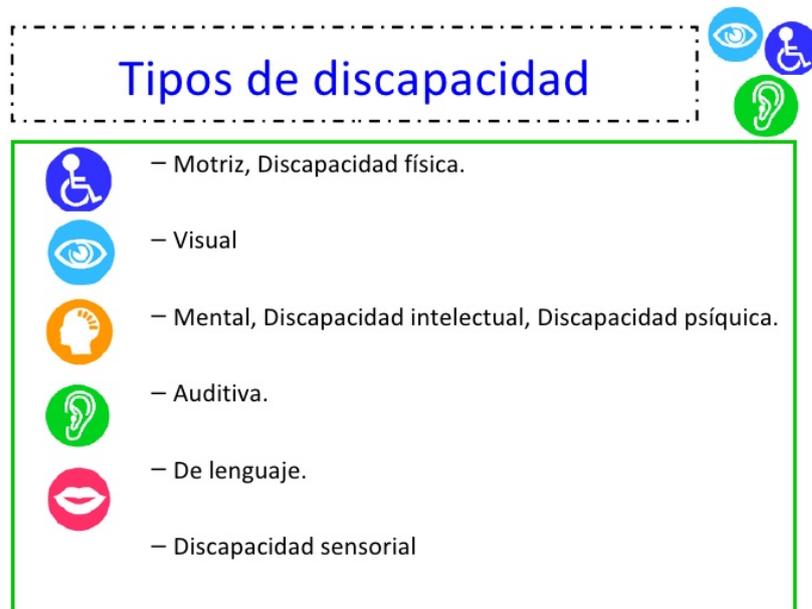
Para aquellos niños que tienen dificultades en la comunicación, o como se dijo anteriormente tienden a estar deprimidos, se utiliza el rojo.

El color naranja deriva de la mezcla del amarillo y el rojo, es utilizado al igual que el rojo, para aumentar la energía y estimular positivamente, se utiliza para niños con problemas de capacidad intelectual, mental y psíquica. (Influencia del color en los niños, 2009).

Según la cultura china, el equilibrio de los colores del arco iris es conveniente durante el crecimiento del niño. Aunque, en el caso de niños con discapacidad motriz, que se relaciona con la coordinación del cuerpo el azul es un color muy recomendado.

Una de las características principales para la realización de un identificador gráfico fueron los colores como elemento expresivo. La aplicación del color se tomo referencia los colores de las diferentes capacidades especiales, valores psicológicos simbólicos y estéticos.

Tomando en cuenta los resultados de las entrevistas realizadas se propuso crear contraste, dando un valor representativo al numero mayor de niños con capacidad especial, los de mayor agrado fueron el amarillo, rojo, verde y azul. Así pues, estos colores sería parte del identificador y sus aplicaciones.



**Figura 11. Colores de la discapacidad**

Fuente: Elaboración propia

**CAPACIDAD INTELECTUAL, MENTAL, PSÍQUICA**  
**C: 1% M: 48% Y: 86% K: 0%**



**CAPACIDAD AUDITIVA**  
**C: 64% M: 0% Y: 100% K: 0%**



**CAPACIDAD DE LENGUAJE**  
**C: 0% M: 95% Y: 81% K: 0%**



**CAPACIDAD MOTRIZ, FÍSICA**  
**C: 86% M: 64% Y: 0% K: 0%**



**Figura 12. Colores de la discapacidad**

Fuente: Elaboración propia

## **3.2 Desarrollo de bocetos o artes iniciales**

En las primeras pruebas para la creación de un identificador gráfico se realizan los respectivos bocetos. (ver fig.7)

Se utilizó métodos para composiciones formales que se basan en la simetría, una de ellas incluye la traslación o cambio de posición, donde se ordenan en repetición, según la forma, el tamaño, la dirección y el color (Wong,1988,pag.10).

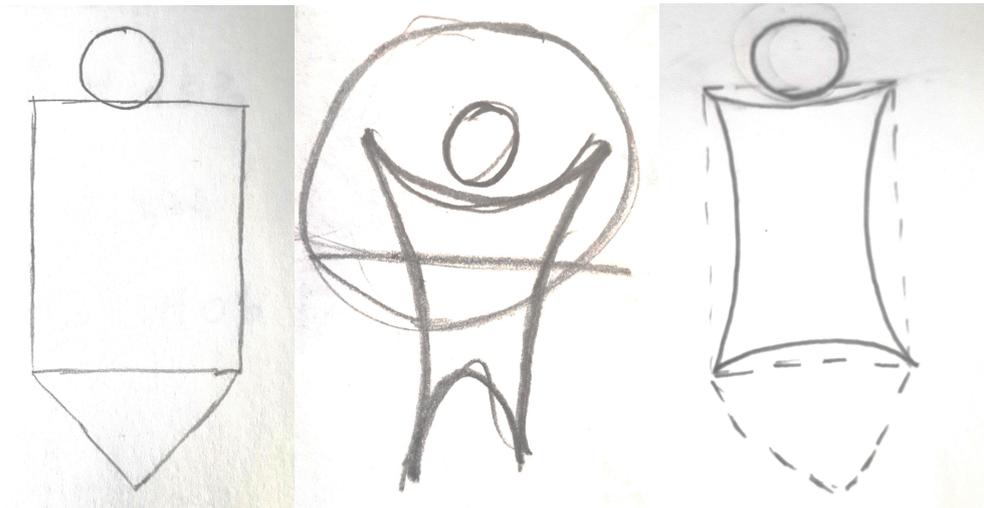
(Wong, 1988) La translación es la repetición de una forma en un diseño, que puede ser verticales, horizontales, diagonales o combinadas.

Para realizar el desarrollo del logotipo se tomo como referencia el modelo de la silueta humana mediante los principales criterios de diseño de la bauhaus.

### **3.2.1 Proceso de Diseño.**

Para el desarrollo de las artes iniciales en referencia a los criterios de acuerdo a las entrevistas realizadas. En las primeras pruebas para la creación de un identificador grafico se realizan los respectivos bocetos en bases a elementos que puedan identificar y transmitir una imagen gráfica representativa. Uno de los primeros pasos para el desarrollo de un identificador fue determinar un icono representativo para el Centro de Educación Integral “Melvin Jones” y pueda identificarse con facilidad.

Se tomó como referencia la silueta humana elaborada a partir de los principios básico de la bahaus: cuadrado, círculo y triángulo, consideradas visualmente como elementales, irreductibles, esenciales, fundacionales y originarios (Abbot, 1994; p.21).



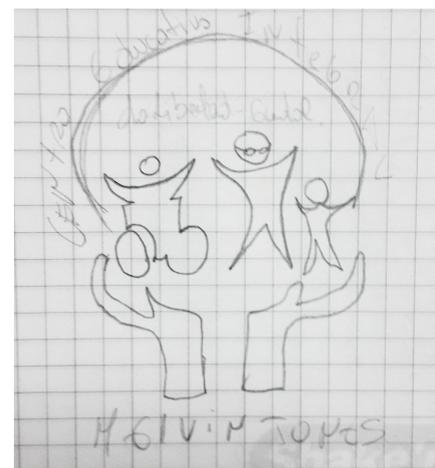
**Figura 13. Primeros bocetos del identificador gráfico para el Centro de Educación Integral Melvín Jones**

Fuente: Elaboración propia

Se crean dos propuestas de identificador gráfico: la primera propuesta (propuesta A) significa los identificadores de las diferentes capacidades especiales dentro del centro y la otra opción (propuesta B) es la representación de niños, jóvenes y adultos.



Propuesta A



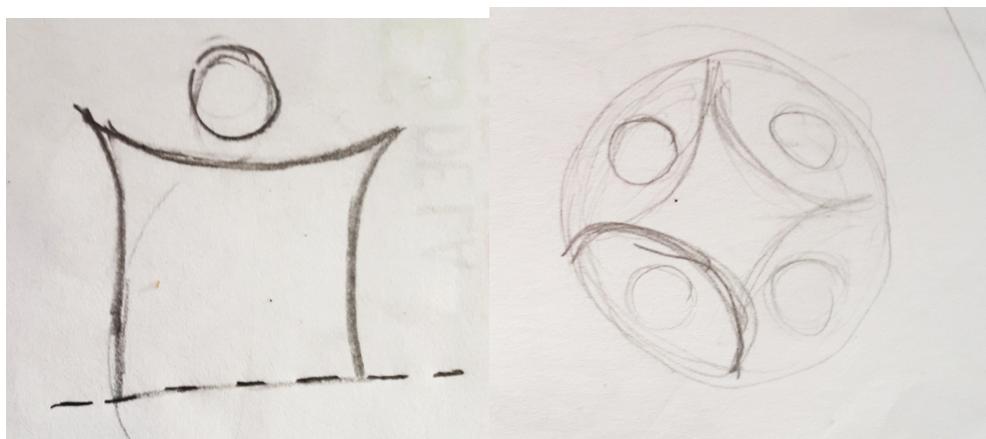
Propuesta B

**Figura 14. Primeros Bocetos para identificador gráfico del Centro de Educación Integral Melvín Jones**

Fuente: Elaboración Propia

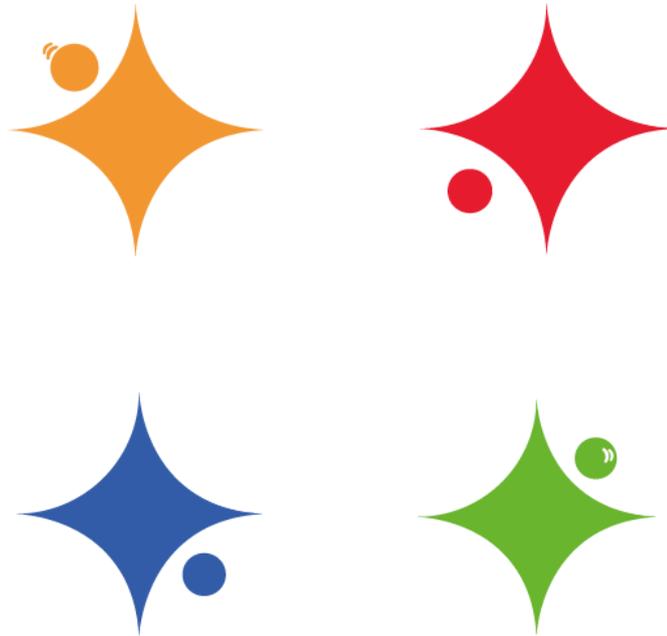
Luego de realizar las primeras propuestas del identificador gráfico, se elabora un análisis detallado de las artes iniciales de acuerdo a las observaciones de los profesionales del diseño como el Ing. Hector Aumala, Lic. Magno Merino, se procede a elaborar los segundos bocetos para las nuevas propuestas de identificador gráfico, se toma en cuenta la silueta humana que tiene como significado principal la representación de los niños jóvenes y adultos, se toma como referencia la mitad de la imagen para ser utilizada con el método de translación.

A continuación se realizó una serie de bocetos que mediante el resultado de la entrevista se pudo denotar lo que se quiere obtener para luego ser digitalizado.



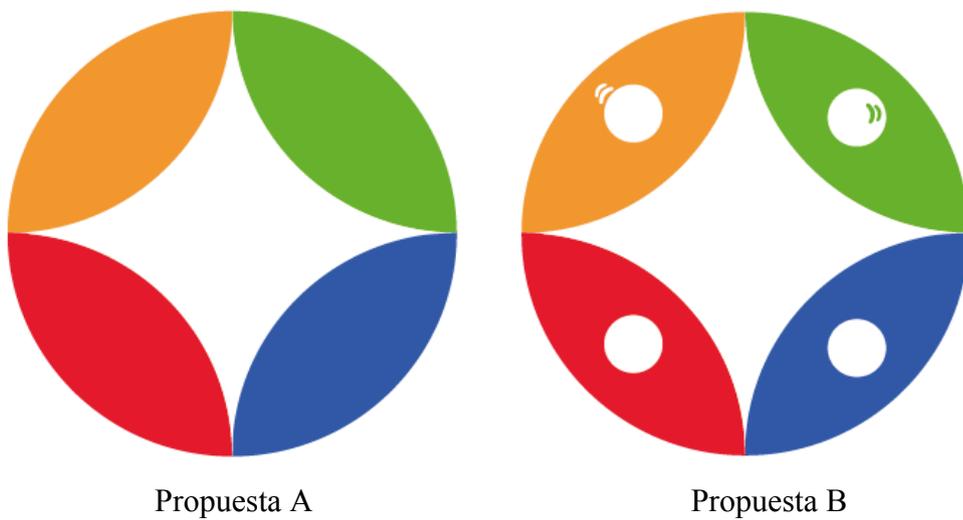
**Figura 15. Primeros Bocetos de indentificador gráfico en modulo de traslación**

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 16. Bocetos vectorizados de la representación de niños con diferentes capacidades especiales**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 17. Primeras propuestas para el identificador gráfico**

Fuente: Elaboración Propia.

La propuesta A, no contó con un elemento (círculos) que denotaba la cabeza humana. Sin embargo al realizar esta variante de logotipo se pudo notar que visualmente no tenía muchos elementos gráficos, esto llevó al resultado que el identificador gráfico tiene una evolución en los elementos unificados, utilizando la técnica de translación, el modulo principal se repite 4 veces, al visualizarlo de cualquier lado es abstractamente una silueta humana, con los brazos abiertos unidos en un abrazo.



**Figura 18. Primera propuesta de identificador gráfico**

Fuente: Elaboración Propia.

Seguido de este avance se procede a realizar una evaluación de criterios de diseño y sugerencias mediante un focus group a diseñadores gráficos. Se miden parámetros en el identificador gráfico. Ver anexo 4

Una vez realizado el focus group, dió como resultado final una nueva propuesta, tomando en cuenta las sugerencias de los expertos del diseño visual.

Los resultados que se obtienen de las propuestas anteriores dan paso a una serie de evaluaciones en la línea gráfica y en los diferentes elementos que la conforman. Al reducir el identificador a menor escala, las líneas que

representaban a dos capacidades especiales se pierden, surge entonces la idea de dar más realce en los diferentes elementos y denotar que representen a niños, jóvenes y adultos con diferentes capacidades especiales, manteniendo los trazos, y eliminando las líneas para una mejor legibilidad.



***Figura 19. Identificador elegido para el Centro de Educación Integral Melvin Jones***

Fuente: Elaboración Propia.

### **3.2.2 Tipografía.**

Se buscó una tipografía que complemente al identificador de manera impecable y legible:



**Figura 20. Propuestas tipográficas para identificador gráfico**

Fuente: Elaboración Propia.

Cuando se comenzó el proyecto definimos que la tipografía sería Noasarck Largo, pero al ver que la letra tenía poca legibilidad en pequeños espacios se realizó la evaluación del focus group, donde se eligió la tipografía Abadi MT Condensed Extra Bold para el primer y segundo texto. La tipografía Abadi MT Condensed Extra Bold es una sans serif cuyo estilo se encuentra entre el humanista Gill Sans y los lineales más rígidos como Monotype Grotisque y Helvetica. Estas características humanistas del Abadi dan un uso y contribuye tanto a su legibilidad como la generosa 'x' de altura.

El tipo de letra cursiva se refiere a la romana, sin embargo, tiene el carácter suficiente para ser utilizado con eficacia de forma independiente. La gama de pesos y anchos disponibles le dan a la tipografía Abadi Condensed extra bold un amplio espectro de aplicaciones gráficas, desde pequeñas cantidades de texto en revistas y periódicos, para mostrar su uso en envases, publicidad e incluso la televisión con seriedad y dinamismo trazos

limpios y elegantes, formas comprimidas y simples que funcionan perfectamente en casi cualquier soporte (impresión o web). (Linotype.com, 2015).



**Figura 21. Modificación tipográfica de las letras J y S**

Fuente: Elaboración Propia.

Se realizó una tercera propuesta del identificador gráfico donde se puede observar que la tipografía Abadi MT Condensed Extra Bold fue modificada ya que algunas letras no cumplían con el parámetro de la caja tipográfica, se procedió a modificar la letra J Y S para una mejor legibilidad ya que en un futuro se quiere tomar en cuenta el nombre del centro "Melvin Jones" como un isologotipo y el segundo texto se lo reemplazo por la tipografía Century Gothic para dar un mayor realce al nombre principal, realizando los cambios respectivos del identificador gráfico se procede a realizar una evaluación de criterios para las diferentes propuestas mediante un focus group a profesores, directivos y padres de familia del centro de educación Integral "Melvin Jones"

Abadi Condensed Extra bold



Abadi Condensed Extra bold modificada y Century Gothic



*Figura 22. Opciones tipográficas para identificador gráfico*

Fuente: Elaboración Propia.

### **3.3 Evaluación de artes iniciales**

Después de distintas evaluaciones, y definir la base iconográfica del identificador gráfico, se inicia la evaluación de este por parte de profesionales del diseño (2), personal del Centro de Educación integral (7) y padres de familia (7). Luego de varios cambios de ubicaciones, de elementos y tipografía se escogió los elementos más relevantes en la construcción del identificador: diagramación, tipografía y color.

Las opciones que se presentan para la diagramación del identificador alternan la posición del ícono con respecto al texto, con el objetivo de seleccionar la que se considera simétrica y legible.



**Figura 23. Identificador gráfico elegido para el centro de Educación Integral Melvin Jones**

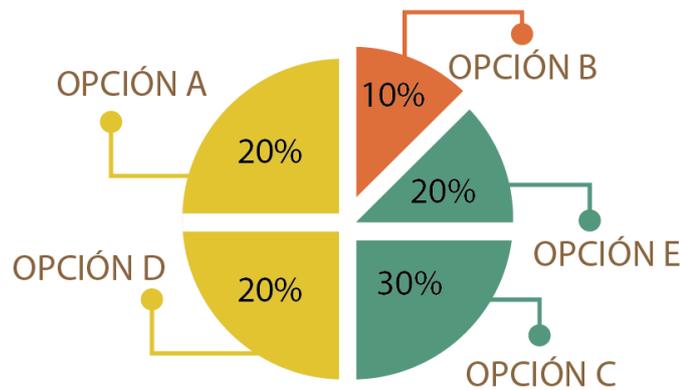
Fuente: Elaboración Propia.

En la primera Pregunta del Focus Group, se elaboraron 5 opciones para la elección de cromática en base a los colores presentes en la propuesta del identificador gráfico, con variantes de color según las entrevistas realizadas, en las que un 20% se inclinó por la opción A, El 20% por la opción B y el otro 20% por la opción C y el otro 30% por la opción E

	Capacidad motriz, física.	<b>OPCIÓN "A"</b> <input type="checkbox"/>
	Capacidad visual.	<b>OPCIÓN "B"</b> <input type="checkbox"/>
	Capacidad mental, psíquica, intelectual.	<b>OPCIÓN "C"</b> <input type="checkbox"/>
	Capacidad auditiva.	<b>OPCIÓN "D"</b> <input type="checkbox"/>
	Capacidad lenguaje, sensorial.	<b>OPCIÓN "E"</b> <input type="checkbox"/>

**Figura 24. Opciones de cromática para focus group**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 25. Gráfico porcentual de resultados para elección de cromática del focus group**

Fuente: Elaboración Propia.

En la segunda pregunta del Focus Group, se elaboraron tres opciones de tipografía, el 50% escogió la opción "A", el 20% la opción "B" y el 30% la opción "

Abadi Condensed

**MELVIN JONES**  
CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL

OPCIÓN "A"

Noasark largo

**MELVIN JONES**  
Centro de Educación Integral

OPCIÓN "B"

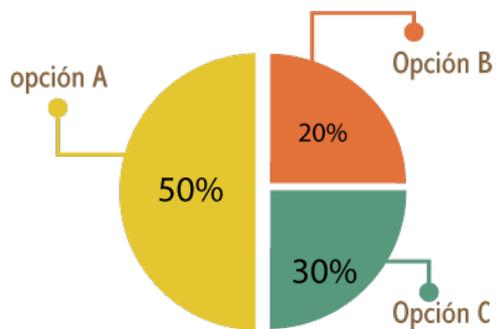
Arial rounded mt bold

**MELVIN JONES**  
Centro de Educación Integral

OPCIÓN "C"

**Figura 26. Opciones tipográficas para elección en el focus group**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 27. Gráfico porcentual de resultados para elección de la tipografía del focus group**

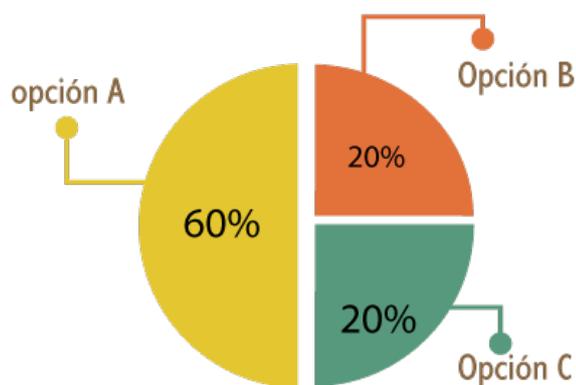
Fuente: Elaboración Propia.

Como último punto se realizó un Focus Group donde se elaboraron tres opciones para escoger el identificador gráfico, dos propuestas más en base a la propuesta existente, el 60% escogió la opción "A", el 20% la opción "B" y el 20% la opción "C".



**Figura 28. Opciones de identificador para focus group**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 29. Gráfico porcentual de resultado para elección del identificador del focus group**

Fuente: Elaboración Propia.

Una vez obtenidos los resultados en base a todo el proceso de diseño se presentó una propuesta final de identificador gráfico para el diseño y gestión de la identidad corporativa del Centro de Educación Integral "Melvin Jones", las cuales fue aceptado de la mejor manera.

### **Conclusiones.**

El levantamiento de la información realizada durante el focus group, permitió identificar los íconos más representativos del Centro de Educación Integral "Melvin Jones", los mismos que fueron base para la construcción de la identidad corporativa. La elección del identificador, cromática y tipografía se enmarcaron dentro de los temas: discapacidad, psicología del color, legibilidad.

## **3.4 Desarrollo de propuesta gráfica inicial**

Según Joan Costa (1999) La Imagen Corporativa va más allá de un simple logotipo o membrete. Es la expresión más concreta y visual de la identidad de una empresa, organismo o institución. En un mercado tan competitivo y cambiante, la imagen es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

### **3.4.1 Papelería.**

En esta primera etapa se elaboraron los elementos corporativos fundamentales para una identidad gráfica utilizando los colores y la jerarquía para la diagramación de las piezas gráficas.

Es por esto que para la línea gráfica del Centro de Educación Integral "Melvin Jones", se manejara el tono oficial en el material impreso: papelería, material P.O.P . El concepto de la línea gráfica surge de los elementos que forman parte del ícono, finalmente para escoger el diseño final se efectuó un

focus group dirigido para los directivos y profesores del Centro (ver anexo 14), para poder escoger el diseño definitivo.



Figura 30. Papelería y material P.O.P

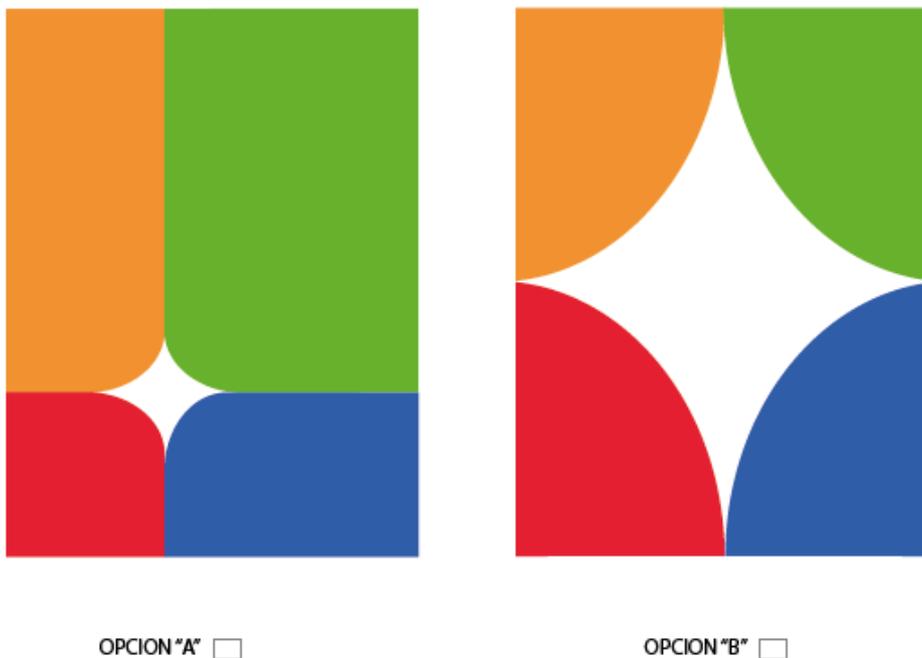
Fuente: Elaboración Propia.

## CAPITULO IV

### 4 PROYECTO

#### 4.1 Desarrollo de línea gráfica definitiva

Después de distintas evaluaciones, con el focus group a directivos del Centro Educativo Integral “Melvin Jones” para línea gráfica definitiva se obtuvo los siguientes resultados:



**Figura 31. Opciones para línea gráfica**

Fuente: Elaboración Propia.

##### 4.1.1 Estructura.

La línea gráfica consta de lo siguiente:

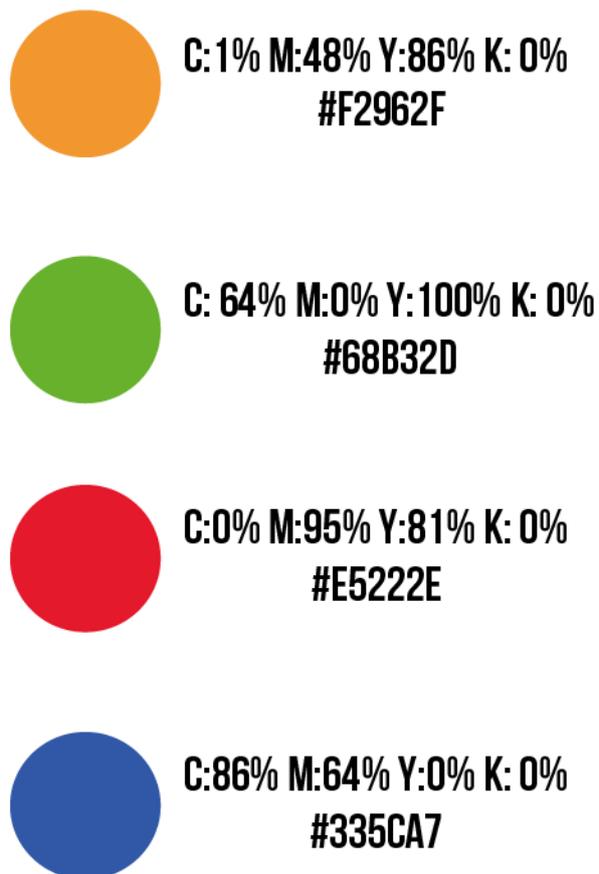
A Logotipo: La propuesta escogida fue la opción A, gracias a su forma permite que el resto de elementos destaque, permitiendo tener espacio prudente para colocar datos de forma clara



**Figura 32. Identificador gráfico final**

Fuente: Elaboración Propia.

B Cromática: gracias a las conclusiones expuestas del focus group los colores predominantes para la elaboración de las piezas son:



**Figura 33. Valores en CMYK de los colores a utilizarse en las aplicaciones gráficas**

Fuente: Elaboración Propia.

D. Datos de Información: se presentan la información del Centro como números de teléfonos, pagina web, dirección, utilizando una tipografía SF New Republic

SF New Republic

ABCDEFGHIJKLMNO P Q  
RSTUVWXYZÁÉÍÓÚ  
abcdefghijklmnopq  
ertuvwxyzáéíóú  
81234567890(\$.,!?)

*Figura 34. Tipografía para datos de aplicaciones gráficas*

Fuente: Elaboración Propia.

## **4.1.2 Construcción y aplicación del logotipo.**

### **4.1.2.1 La marca.**

El Centro de Educación Integral Melvin Jones nace con el único objetivo de atender a niños, niñas y jóvenes de escasos recursos económicos de nuestra provincia de Santa Elena que sufren alguna discapacidad. Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el compromiso, la promesa que hacemos a cada uno de nuestros niños, jóvenes y adultos. Se ha creado para El Centro de Educación Integral “Melvin Jones” una imagen corporativa que contiene todos los valores se quiere expresar a través de su logotipo.

#### **4.1.2.2 El logotipo.**

El identificador gráfico está conformado por el nombre de la institución Centro de Educación Integral "Melvin Jones", elaborado con una tipografía legible, los iconos que representan a los niños, jóvenes y adultos con diferentes capacidades especiales (visual, auditiva, intelectual) representadas en cada color, donde la unión de estos forma una figura de un humano con las manos alzadas en representación que ellos pueden lograr grandes cosas a su vez denota que están unidos en solo abrazo que es señal de protección.

#### **4.1.3 Composición Icono- Tipográfico**

El logotipo se construyó a partir de la tipografía Abadi MT Condensed Extra Bold, en su variante normal, se tuvo en cuenta los niveles de lectura y se modificaron las letras J y S para una mayor legibilidad.

El isologotipo fue creado a partir de la forma circular con sus variantes representando a una capacidad especial diferente.



**Figura 35. Composición icono- tipográfico**

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.1.4 Simbología retícula

Para facilitar la comprensión de cómo está construido el logotipo y proporcionar una herramienta que facilite su manejo y reproducción, a continuación se proporciona una retícula que especifica la relación de sus proporciones.

Cada cuadro simboliza la medida "x" que sirve para referenciar el manejo de los espacios del identificador.



**Figura 36. Área de seguridad de la distancia del identificador gráfico referente a otros elementos**

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.1.5 Área mínima de invasión

Para preservar la integridad de la marca, debe respetarse un área vacía alrededor de la misma.



**Figura 37. Área mínima de invasión del identificador gráfico**

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.1.6 Uso y aplicaciones

El tamaño mínimo de un logotipo está relacionado con la legibilidad que sus componentes permitan.



**Figura 38. Tamaño mínimo del identificador gráfico**

Fuente: Elaboración Propia.

El ancho de 6 cms. y la altura proporcional a dicha medida son los parámetros mínimos estimados, siempre y cuando el proceso de impresión permita una lectura nítida para esta dimensión. El Logotipo azul es el que se utilizará siempre para cualquier publicación externa, tales como papel membretado, sobres, tarjetas personales.

#### 4.1.7 Positivo – Negro

El logotipo en positivo se podrá usar en tarjetas de invitación, sobres manila (sobres amarillos), avisos de prensa, artículos promocionales, documentación administrativa y otros señalados en el Manual de Identidad Corporativa.



*Figura 39. Identificador en positivo para utilizarlo sobre bases claras*

Fuente: Elaboración Propia.

##### 4.1.7.1 Negativo

El logotipo en negativo podrá utilizarse sólo en fondos sólidos oscuros, sobre fotografías o texturas.

Cuando se tenga que usar el logotipo sobre fotografías o texturas, se recomienda crear un fondo claro preferencialmente de color blanco, con la finalidad de no afectar la nitidez del logotipo en su conjunto.



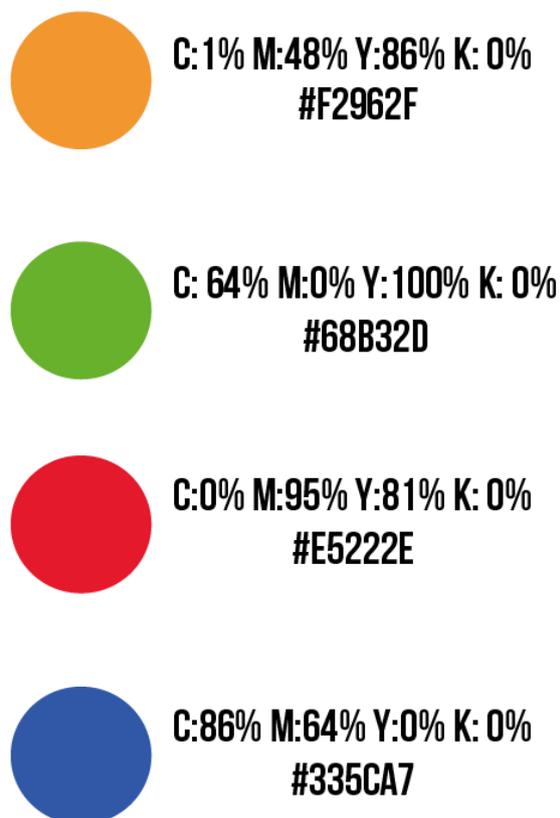
*Figura 40. Identificador en negativo para utilizarlo sobre bases oscuras.*

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.1.8 Identificador Cromático.

Los colores significativos del Centro de Educación integral “Melvin Jones” fueron seleccionados de acuerdo al focus group que dio como resultado los colores representativos de las diferentes capacidades especiales, se propuso crear contraste entre los colores a emplearse.

Lesur (2009) afirma que el color se utiliza para llamar la atención, establecer los estados de ánimo, dar realismo y construir la identidad de marca



**Figura 41. Valores en CMYK del identificador gráfico**

Fuente: Elaboración Propia.

Los colores determinados para un diseño no solo influyen en los aspectos psicológicos y emocionales, también ayudan a realizar los aspectos formales de un proyecto, en el lenguaje del color los signos son cromáticos y constituyen un elemento importante para la comunicación mediática.

Cada color puede causar diferentes reacciones en los niños, en su organismo y en su estado de ánimo. Podría decirse entonces que la correcta elección de los colores puede modificar la conducta del niño. El color rojo, por ejemplo, suele ser recomendado para niños deprimidos. Se cree que este color irradia energía y vitalidad que es percibida por el niño. El color amarillo claro es recomendado para niños con falta de concentración, al igual que los colores frescos como el azul o verde, ya que transmiten tranquilidad. (La influencia de los colores en los niños, s/f).

El color azul es el color de la inteligencia, la sabiduría, la reflexión y la paciencia. Induce al recogimiento, proporciona una sensación de espacio abierto, es el color del cielo y el mar en calma, y así evoca también paz y quietud. Actúa como calmante, sosegando los ánimos e invitando al pensamiento.

#### **4.1.9 Tipografía.**

La tipografía es fundamental para una estructura gráfica como digital por la capacidad de complementar textualmente el significado de la imagen y para complementar la dimensión semántica que es la relación de la imagen con su significado. Es la tipografía Abadi Condensed Extra bold modificada en sus letras J y S y la tipografía Century Gothic que se va a utilizar para el nombre del centro según el focus group realizado.

# MELVIN JONES

## Centro de Educación Integral

*Figura 42. Tipografía que se utiliza en el identificador gráfico*

Fuente: Elaboración Propia.

Es necesario no perder de vista que ante todo una publicación debe ser legible, ya que sólo de esta manera se podrá transmitir el mensaje correctamente. Para lograr una lectura placentera no sólo es importante la organización general del texto y la imagen, sino que la elección tipográfica también es decisiva. Una mala decisión en cuanto a la tipografía (su tamaño, interletraje, interlineado y color) puede producir textos ilegibles. Por el contrario, la decisión correcta dará por resultado un texto de fácil lectura para los receptores. Almirón (2010).

## **4.2 Arte final de las piezas gráficas**

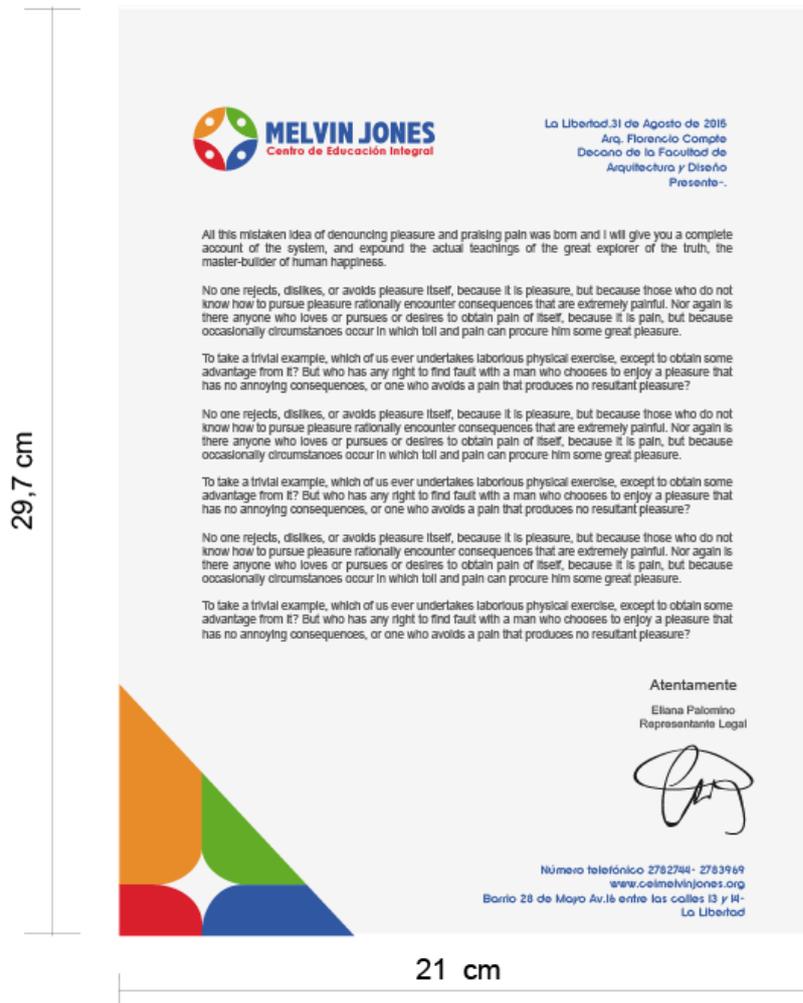
### **4.2.1 Papelería Corporativa**

Es muy importante que la comunicación institucional del Centro de Educación Integral “Melvin Jones” este bien diseñada, porque la primera impresión es fundamental. La papelería, está compuesta de diversas piezas de uso diario, sirven para realizar una presentación o en una reunión ser obesquiadas; ya que, es necesario contar con elementos de Identidad Corporativa, que cumplan con el rol de hacer presencia la marca, dar una imagen de profesionalismo y prolijidad ante los auspiciantes, y personas en general. Si bien dentro de la papelería corporativa pueden entrar muchas piezas, las detalladas a continuación son las mas usadas:

## 4.2.2 Hoja membretada

Estas hojas son una ayuda para todo tipo de comunicación interna y externa del Centro; ya que, llevan el logotipo, los datos informativos y colores corporativos.

Al imprimir la hoja membretada tamaño A4, el isologotipo Institucional debiera ser colocado en la parte superior izquierda. Los datos de la Institución, aparecerán con la tipografía en SF New Republic con un tamaño de 11 pt -y se colocarán en la parte inferior derecha del pie de pagina.



**Figura 43. Hoja Membretada**

Fuente: Elaboración Propia.

### 4.2.3 Sobre Americano

El diseño de sobres es otra pieza importante en la identidad, ya que es la primera imagen del Centro de Educación Integral “Melvin Jones” y sirve para causar una imagen positiva y diferencial, además de la función informativa que tiene.

El sobre americano de 22.5 cm de ancho por 11.5 cm de alto, debe tener el isologotipo del Centro en la parte superior izquierda, los datos de la Institución, aparecerán con la tipografía en SF New Republic con un tamaño de 13 pt y se colocarán en la parte inferior izquierda del pie de pagina.



**Figura 44. Sobre Americano**

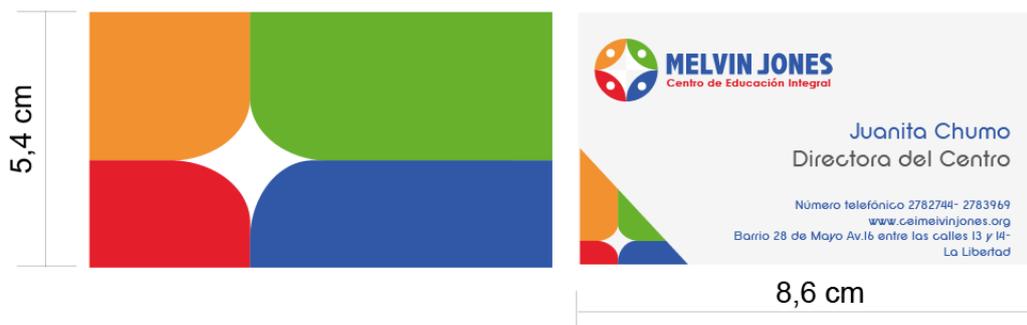
Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.2.4 Tarjetas de Presentación

Las tarjetas de presentación, son una herramienta muy importante para todo servidor público y más aún si ocupa un rango alto; ya que, es una herramienta primordial para la presentación de nuestra empresa o de nuestra imagen corporativa.

La tarjeta mide de 8.6 cm de ancho por 5.4 de alto en la cara frontal encontramos el isologotipo Institucional ubicado en la parte superior izquierda, en el centro los datos del funcionario que aparecerán con la tipografía en SF New Republic con un tamaño de 16 pt, seguido por el cargo con un tamaño de 14 pt, en la parte inferior el diseño cubre 3cm de alto portando los datos del centro de 7.7pt.

En la cara posterior tenemos los colores institucionales de la marca, el mismo que puede ser cambiado a blanco, para ahorrar recursos en el caso de que sean impresas dentro del centro.



**Figura 45. Tarjeta de presentación**

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.2.5 Caratula de Cd y porta Cd

Con esta adquisición el Centro podría enviar presentaciones, videos y demás herramientas que son muy pesadas para hacerlo mediante correo electrónico de una manera mas profesional, contando con el diseño de la imagen corporativa.

La medida del porta CD es de 12.5 cm de ancho por 12.5 de alto en la cara frontal encontramos el isologotipo Institucional, ubicado en el centro con un tamaño de 5,5 cm de ancho por 4,5 cm de alto.



**Figura 46. Cd y porta cd**

Fuente: Elaboración Propia.

#### 4.2.6 Material P.O.P

( Point of Purchase ) Es un mercader silencioso, que se ha ido reconociendo y utilizando cada vez más, especialmente durante la última década. Mientras muchos otros medios se encuentran restringidos, ya sea

por los altos costos o poco alcance, la publicidad P.O.P. no tiene limitaciones de ninguna especie, salvo la del buen gusto. La empresa puede enviar mensajes completos y claros al usuario sobre las características y ventajas de la empresa. Ello puede representar una gran oportunidad para reforzar la marca.

#### **4.2.7 Jarros, Boligrafos, pins, stickers, camisetas**

Son productos Ideales para eventos, casas abiertas o para obsequiar como estímulos de buena conducta de pago, al estar dentro del rango de uso diario, con la entrega de estos productos los usuarios tendrán un mayor contacto con nuestro Isologotipo permitiéndonos tener un mayor rango de aceptación.



**Figura 47. Camisetas para uso diario**

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 48. Chaleco para uniforme**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 49. Pins a cuatro colores**

Fuente: Elaboración Propia.

### 4.3 Implementación y verificación de las piezas gráficas.



**Figura 50. Montaje hoja membretada**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 51. Montaje tarjeta de presentación**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 52. Montaje sobre americano**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 53. Montaje taza**

Fuente: Elaboración Propia.



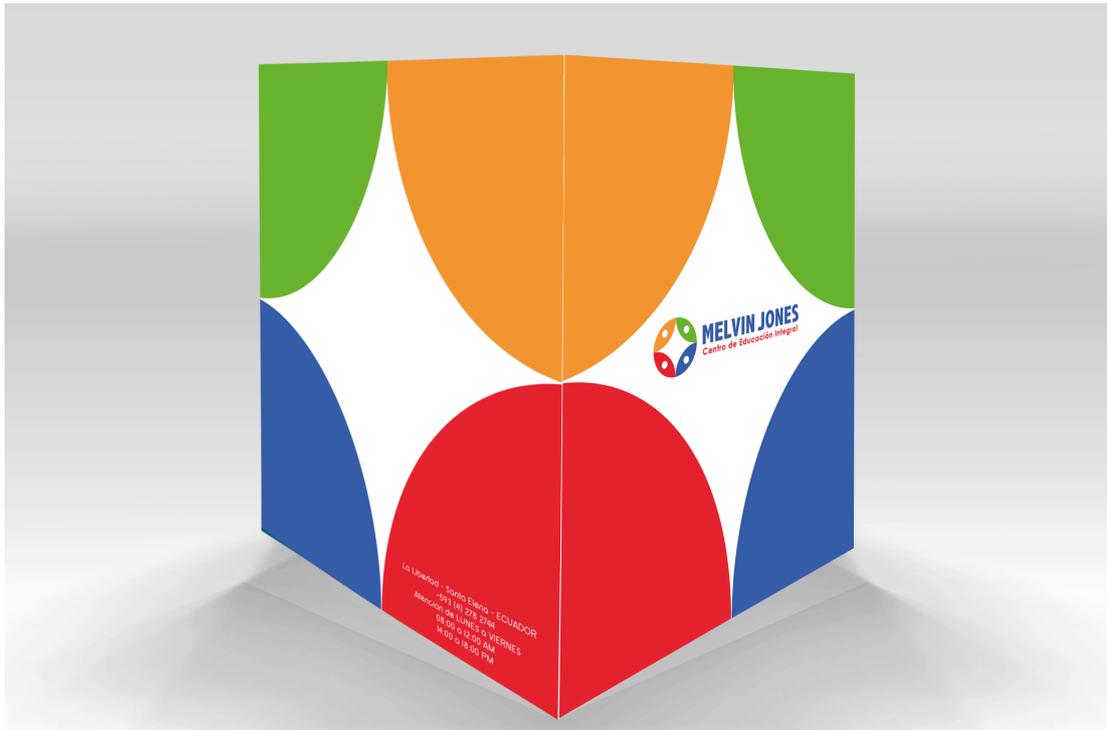
**Figura 54. Montaje gorra**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 55. Montaje pins**

Fuente: Elaboración Propia.



**Figura 56. Montaje Carpeta**

Fuente: Elaboración Propia

## **CAPÍTULO V**

### **5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 Conclusión**

Después de una intensa investigación para el desarrollo del presente trabajo se requirió la búsqueda y el análisis bibliográfico y de campo que fundamenten el proceso de la creación de una identidad corporativa. Se logró el objetivo deseado para el Centro de Educación Integral Melvin Jones. Para el desarrollo de la identidad, se tomó en cuenta criterios de los expertos del diseño, y la diferente información obtenida mediante entrevistas al personal del Centro, y a través de la investigación de campo se pudo observar, que los niños, jóvenes y adultos se sienten identificados con cada color representativo de las diferentes capacidades especiales.

Se creó un manual corporativo que contiene el uso correcto de su línea gráfica, piezas gráficas y material P.OP para evitar posibles inconvenientes al momento de su difusión.

## **5.2 Recomendaciones**

- Se recomienda la difusión del logotipo a través del manual corporativo, para que la identidad sea reconocida por niños, jóvenes y adultos del Centro.
- No alterar o modificar el uso de marca.
- Aplicar todas las normativas que se señalan en el manual de uso correspondiente para facilitar el correcto manejo.
- Hacer uso de la gama cromática en LAB para evitar posibles cambios en los colores de la marca.
- El manual corporativo debe reposar dentro del Centro de Educación Integral y debe ser de fácil acceso para la utilización en aplicaciones

## 6 Bibliografía

Costa, Joan, Imagen Corporativa en el siglo XXI, Ed. La Crujia ediciones.  
1999

Dondis, D. A. (1985). La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual. Barcelona: Editorial G.

Defiición de Indetidad por Joan costa

<http://idengrafcorp.blogspot.com/2012/08/definicion-joan-costa.html>

Definición de manual de identidad- diccionario

[http://diccionario.babylon.com/manual\\_de\\_identidad\\_corporativa/](http://diccionario.babylon.com/manual_de_identidad_corporativa/)

Fundación el Triangulo. Dispobible en

<http://www.fundacioneltriangulo.org/index.php?module=pagemaster&func=viewpub&tid=2&pid=1>

Fundamentos del diseño. Disponible en

<http://es.scribd.com/doc/7449561/Fundamentos-de-Diseno-Grafico-Formas-Basicas#scribd>

Familia tipográfica Abadi condensed extra bold. Disponible en

<http://www.linotype.com/es/1562848/Abadi-family.html?site=details>

Guasch O. Observación Participante; Cuadernos metodológicos No 20,  
Madrid: CIS; 1997

HELLER, EVA. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: Gustavo Gili.

Heller,E.(2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona:Gili.

Huber, C. (2001) La primera impresión. Tu cuerpo habla. (Técnica para interpretar los mensajes no verbales y crear una buena impresión. España. Oceano.

Influencia del color en los niños. (2009). Disponible en

<http://aquilashivi.spaces.live.com/blog/cns!79881C8B4217CA72!2718.entry>

La importancia de los colores en los niños. (s/f).

<http://www.cosasdelainfancia.com/biblioteca-compor12.htm>

La imagen corporativa. Disponible en:

[http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/capriotti\\_la\\_imagen\\_corporativa.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/capriotti_la_imagen_corporativa.pdf)

Lesur, Luis (2009). "Publicidad y Propaganda". Editorial Trillas. Mexico D.F.

Libros de identidad visual, corporativa

<http://www.agapea.com/libros/identidad-visual-corporativa-la-imagen-de-nuestro-tiempo-9788477389545-i.html>

La importancia de los colores en los niños. (s/f). Disponible en

<http://www.cosasdelainfancia.com/biblioteca-compor12.htm>

Lyn, Yun.(s.f). La teoría del color. Disponible en <http://www.scribd.com/doc/6882193/teoria-del-color-segun-el-Maestro-Lin-Yun>

[:http://www.ema.rae.es/drae/?val=union](http://www.ema.rae.es/drae/?val=union)

Malinowski B. Los Argonautas del pacifico occidental. Barcelona: Altaya; 1972.

Manual corporativo por Logtechnology Disponible en:

Logtechnology, (2010) "Manual corporativo". Disponibles en:  
<http://www.logtechnology.com/>

Moreno, L (2005). El diseño grafico

Psicología del color por Wolfgang, Von, Goethe

<http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/sthash.c0emTPJp.dpuf>

Psicología de los colores. (s/f). Disponible en

<http://www.xtec.cat/~aromero8/acuarelas/pscologia.htm>

Pagina oficial Unicef. Disponible en

<http://www.unicef.org/spanish/>

Que es diseño editorial por Alejandra almiron

<http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/disenio-editorial.html>

Segura, Rafael (1999). " Diccionario de publicidad y diseño Gráfico". 3R Editores. Bogotá, Colombia.

Van Ríel, C. (1997): Comunicación Corporativa, Prentice-Hall, Barcelona.

[http://www.fuden.es/FICHEROS\\_ADMINISTRADOR/F\\_METODOLOGICA/obspart1\\_formet\\_39.pdf](http://www.fuden.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/obspart1_formet_39.pdf)

Wong, W. (1988). Principios del diseño en color. Barcelona: Editorial Gili.

Wong, Wuisius (2005). "Fundamentos del Diseño". Barcelona, España

## 7 Anexos

### Anexo 1

#### Entrevista 1

##### ENTREVISTA

Realizada a: Juanita Chumo de Tamayo, Directora del Centro de Educación Integral "Melvin Jones"

#### **Pregunta 1 : Cree usted que actualmente existe imagen corporativa del centro educativo Integral "Melvin Jones" son reconocibles?**

Como Institución sí, somos reconocible ante diferentes organismos tanto de la provincia como fuera, a nivel nacional, con una imagen corporativa que se a venido manejando desde hace 20 años, pero como una figura distintiva propia tenemos un año que se hizo modificaciones, aunque ya es necesario renovar la imagen por que no es muy visible, generalmente se busca algo que impacte pero el impacto lo tenemos a nivel de desarrollo tanto institucional como profesional pero como identidad nos falta.

#### **Pregunta 2: Sabe usted que es señalética?**

Bueno sí, hemos aprendido mucho sobre lo que es señalética, pero es necesario implementar señalética dentro de la institución ya que solo la tenemos en papel.

#### **Pregunta 3: Cree usted que los niños, jóvenes y adultos tienen dificultades para orientarse en el Centro de Educación Integral "Melvin Jones"?**

tenemos en el porcentaje mínimo, los chicos tienen idea de donde están la señalética, pero por ejemplo los baños los caminos ellos lo conocen, pero pensamos que en caso de alguna situación de riesgo sería un caos porque nos hace falta señalización de las salidas.

#### **Pregunta 4: Cree usted que es necesario la creación de un sistema señalético adecuado?**

Claro que sí, es necesario la creación de un sistema señalético dentro de la institución por las normativas que se dan actualmente.

**Pregunta 5: Conoce usted los materiales P.O.P que son utilizados en el Centro de Educación Integral “Melvin Jones “para dar a conocer sus servicios?**

Dentro del Centro Educativo no contamos con ningún material P.O.P, Solo un básico, como trípticos y calendarios.

**Pregunta 6: Que elementos cree necesario que deberían ir en material P.O.P que permita al usuario informarse sobre los servicios que ofrece el Centro de Educación Integral “Melvin Jones”?**

Pienso que nosotros debemos tener , carpetas, de pronto para estímulos del personal, plumas, vasos, para que el personal tenga dentro de su espacio, como ya una institución fortalecida, no es conveniente que cada uno tenga cosas diferentes, porque desestabiliza la imagen de la institución.

**Pregunta 7:Cree usted que se necesita un rediseño del logotipo institucional?**

Si, claro que si, se necesita ya una renovación e implementación de una nueva imagen.

**Pregunta 8: Le es legible la tipografía utilizada?**

Bueno, si se puede visualizar, pero se puede mejorar.

**Pregunta 9: Que colores cree usted que se deba utilizar?**

Personalmente creo que el color azul y blanco es algo muy monótono, con las tendencias actuales se puede implementar colores para que llame la atención tanto de los usuarios como para los niños, como colores pasteles o en un solo tono aplicando la psicología del color en los niños los colores, se puede utilizar los colores con los que cada capacidad especial se vea representada.

**Pregunta 10: Que elementos crees usted que se deba utilizar para el rediseño del logotipo?**

Me gustaría que se implementara las manos, por que el significado de manos implica muchas cosas, manos abiertas, los identificadores de discapacidad, al realizar figuras humanas con diferentes colores estaríamos identificando a las diferentes capacidades intelectuales.

**Pregunta 11 : Porque motivo se realizo la creación del centro?**

bueno porque se vio la necesidad de atender a diferentes personas con capacidad auditiva principalmente, y porque surgió un miembro del club de leones que tenia un hijo con discapacidad auditiva y no había un centro donde ofrezcan atención y educación, entonces se hizo necesario la creación del centro ya que el club de leones su filosofía es servir, se inicio esta obra.

**Pregunta 12: Que le gustaría que se transmita en el logotipo?**

Desarrollo, integración, unidad.

**Pregunta 13: Que ilustración le gustaría que fuera un identificador gráfico?**

Manos, y los identificadores de las diferentes capacidades especiales, o algo que los represente, no necesariamente debe utilizarse el icono de la silla de ruedas, podría ser algo mas abstracto.

**Pregunta 14: Que tipo de Auspicio le gustaría tener?**

Nos interesaría mucho llegar a las empresas grandes para ofrecer servicios de terapia física, todo lo que tenga que ver con el área físico, porque tenemos un equipo completo de terapia física, entonces a nosotros al ofrecer esos servicio podemos tener una retribución para usarlo en educación

## **Anexo 2**

### **Entrevista 2**

#### **ENTREVISTA**

Realizada a: Mariana Medina, Psicóloga en Rehabilitación Educativa del Centro de Educación Integral “Melvin Jones”

**Pregunta 1 : Cree usted que actualmente existe imagen corporativa del centro educativo Integral “Melvin Jones “son reconocibles?**

Si existe pero muy poca.

**Pregunta 2: Sabe usted que es señalética?**

Si, incluso tenemos una señalética básica, de papel en los baños, y en cada aula tenemos unos realizados por los profesores.

**Pregunta 3: Cree usted que los niños, jóvenes y adultos tienen dificultades para orientarse en el Centro de Educación Integral “Melvin Jones”?**

Claro, hay niños que si, depende del grado de discapacidad que tengan, algunos con educación saben donde queda cada aula, y los baños.

**Pregunta 4:Cree usted que es necesario la creación de un sistema señalético adecuado?**

Bueno la señalética que tenemos, no es tan elaborado, no había recursos pero si es necesario la creación de un sistema mas que todo porque somos una institución educativa.

**Pregunta 5: Conoce usted los materiales P.O.P que son utilizados en el Centro de Educación Integral “Melvin Jones “para dar a conocer sus servicios?**

Contamos con calendarios y trípticos elaborados hace algunos años atrás.

**Pregunta 6: Que elementos cree necesario que deberían ir en material P.O.P que permita al usuario informarse sobre los servicios que ofrece el Centro de Educación Integral “Melvin Jones”?**

Se debería contar con plumas, vasos, trípticos para las personas que vienen

de visita al centro y para el personal

**Pregunta 7: Cree usted que se necesita un rediseño del logotipo institucional?**

Si, debería ser mas elaborado y representativo.

**Pregunta 8: Le es legible la tipografía utilizada?**

Se puede visualizar, pero es una tipografía básica.

**Pregunta 9: Que colores cree usted que se deba utilizar?**

Creo que debería implementarse algo mas llamativo que a los niños y al publico les llame la atención.

**Pregunta 10: Que elementos crees usted que se deba utilizar para el rediseño del logotipo?**

Me gustaría que se implementara un distintivo general que represente a todas las capacidades.

**Pregunta 12: Que le gustaría que se transmita en el logotipo?**

Desarrollo, integración, capacidades especiales.

**Pregunta 13: Que ilustración le gustaría que fuera un identificador gráfico?**

Los identificadores de las diferentes capacidades especiales, o siluetas humanas que representen a los niños jóvenes y adultos.

## **Anexo 3**

### **Entrevista 1. Profesionales del diseño**

Realizada a: Ingeniero Hector Aumala Diseñador gráfico de Agencia Magenta

**1. Que piensa usted del logotipo que se tiene como resultado del focus group a directivos, profesores y padres de familia del centro de Educación Integral “Melvin Jones”?**

Bueno, el logotipo esta abstracto tal como se queria el resultado utilizando las tecnicas investigadas, no es necesario colocar una silla de ruedas para representar una discapacidad.

**2. Como usted piensa que debe ser representado el identificador gráfico?**

No deberia ir las ilustraciones de los niños con cuerpo entero, no es necesario.

**3. Usted cree que el color obtenido en los resultados del focus group son los adecuados?**

Basicamente si es el color con los que las personas del centro estan identificados.

**4. Cree usted que la tipografia utilizada es legible?**

Si, si es legible, se ha escogido una buena tipografia que es legible en cualquier tamaño.

**5. Alguna sugerencia en la ilustracion mostrada?**

Juega mas con las diferentes capacidades, trata de representar a los niños jovenes y adultos con características mas simples, no es necesario colocar muchos rasgos de las diferentes capacidades especiales

## **Anexo 4**

### **Entrevista 1. Profesionales del diseño**

Realizada a: Licenciado Magno Merino

**6. Que piensa usted del logotipo que se tiene como resultado del focus group a directivos, profesores y padres de familia del centro de Educación Integral “Melvin Jones”?**

Se ha utilizado las tecnicas, y denota que los personajes estan unidos en un solo abrazo de forma abstracta

**7. Como usted piensa que debe ser representado el identificador gráfico?**

Le falta algo mas, que represente a las diferentes capacidades especiales el las dos colores inferiores.

**8. Usted cree que el color obtenido en los resultados del focus group son los adecuados?**

Si, son colores llamativos.

**9. Cree usted que la tipografia utilizada es legible?**

Si, la mejor opcion es que toda la tipografia utilizada sea la misma.

**10. Alguna sugerencia en la ilustracion mostrada?**

Me parece un logotipo funcional.

## **Anexo 5**

### **Formato de preguntas para entrevistas**

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

ENTREVISTA PARA EL DISEÑO Y GESTIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DEL CENTRO EDUCATIVO “MELVIN JONES”.

Persona entrevistada:.....

1. Cree usted que actualmente existe imagen corporativa del centro educativo Integral “Melvin Jones”son reconocibles?
2. Sabe usted que es señalética?
3. Cree usted que los niños, jóvenes y adultos tienen dificultades para orientarse en el Centro de Educación Integral “Melvin Jones”?
4. Cree usted que es necesario la creación de un sistema señalético adecuado?
5. Conoce usted los materiales P.O.P que son utilizados en el Centro de Educación Integral “Melvin Jones”para dar a conocer sus servicios?
6. Que elementos cree necesario que deberían ir en material P.O.P que permita al usuario informarse sobre los servicios que ofrece el Centro de Educación Integral “Melvin Jones”?
7. Cree usted que se necesita un rediseño del logotipo institucional?
8. Le es legible la tipografía utilizada?
9. Que colores cree usted que se deba utilizar?
10. Que elementos crees usted que se deba utilizar para el rediseño del logotipo?
11. Porque motivo se realizo la creación del centro?
12. Pregunta 12: Que le gustaría que se transmita en el logotipo?
13. Desarrollo, integración, unidad.
14. Que ilustración le gustaría que fuera un identificador gráfico?
15. Que tipo de Auspicio le gustaría tener?

## **Anexo 6**

Formato de preguntas para entrevista

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

ENTREVISTA PARA LA ELECCION DE UN IDENTIFICADOR GRAFICO  
PERSONA ENTREVISTADA.....

1. Cree usted que actualmente existe imagen corporativa del centro educativo Integral “Melvin Jones”son reconocibles?
2. Sabe usted que es señalética?
3. Cree usted que los niños, jóvenes y adultos tienen dificultades para orientarse en el Centro de Educación Integral “Melvin Jones”?
4. Cree usted que es necesario la creación de un sistema señaletico adecuado?
5. Conoce usted los materiales P.O.P que son utilizados en el Centro de Educación Integral “Melvin Jones “para dar a conocer sus servicios?
6. Que elementos cree necesario que deberían ir en material P.O.P que permita al usuario informarse sobre los servicios que ofrece el Centro de Educación Integral “Melvin Jones”?
7. Cree usted que se necesita un rediseño del logotipo institucional?
8. Le es legible la tipografía utilizada?
9. Que colores cree usted que se deba utilizar?
10. Que elementos crees usted que se deba utilizar para el rediseño del logotipo?
11. Que le gustaría que se transmita en el logotipo?
12. Que ilustración le gustaría que fuera un identificador gráfico?

## **Anexo 7**

### **Elaboración de un brief para el Centro Educativo Integral “Melvin Jones”**

Se entrevisto a padres de familia, estudiantes y directiva para conocer su enfoque referente al proyecto, mediante la entrevista se logra construir una propuesta de imagen corporativa.

#### **Razon social- Nombre de la institución**

Centro Educativo Integral Melvin Jones

#### **Segmentación de mercado**

##### **Target**

**Edad:** 10 a 45 años

**Sexo:** Hombres y mujeres

**Clase social:** Baja, media

**Ocupación:** Estudiantes, personas con capacidades especiales, profesionales, no profesionales

#### **Estilo de vida de las personas del segmento:**

Se ha concluido que el segmento objetivo del Centro de Educación Integral Melvin Jones esta conformado por niños jóvenes y adultos cuya edad es desde los 10 a 45 años que pertenecen a una clase social, baja, media cuya ocupación principal es estudiar y desarrollar las actividades automotrices

#### **Análisis de posicionamiento**

Diagnostico de la imagen del Centro de Educativo Integral “Melvin Jones”

**Nivel de conocimiento:** consiste en determinar en que grado las personas conocen la marca, para esto se toma en cuenta las entrevistas realizadas anteriormente.

**Nivel afectivo:** se toma en cuenta los criterios y opiniones de las personas entrevistadas para determinar si la actitud hacia la marca es positiva o negativa.

## Anexo 8

### Formato para Focus Group cromática



#### UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL ENCUESTAS PARA LA ELECCIÓN DE IDENTIFICADOR GRÁFICO

1. De los siguientes colores escoja 4 colores que crea usted que deberían ir representados en el identificador gráfico según el significado de las diferentes capacidades especiales.



Capacidad motriz, física.

**OPCIÓN "A"**



Capacidad visual.

**OPCIÓN "B"**



Capacidad mental, psíquica,  
intelectual.

**OPCIÓN "C"**



Capacidad auditiva.

**OPCIÓN "D"**



Capacidad lenguaje, sensorial.

**OPCIÓN "E"**

## Anexo 9

### Formato para Focus Group Tipografía



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
ENCUESTAS PARA LA ELECCIÓN DE IDENTIFICADOR GRÁFICO

1. Escoja la tipografía más adecuada para el identificador gráfico

Abadi Condensed

**MELVIN JONES**  
**CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL**

OPCIÓN "A"

Noasarck largo

**MELVIN JONES**  
**Centro de Educación Integral**

OPCIÓN "B"

Arial rounded mt bold

**MELVIN JONES**  
**Centro de Educación Integral**

OPCIÓN "C"

## Anexo 10

### Formato para Focus Group Identificador



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
ENCUESTAS PARA LA ELECCIÓN DE IDENTIFICADOR GRÁFICO

1. De las siguientes ilustraciones escoja la opción que usted crea que funcione como identificador gráfico.



**MELVIN JONES**  
CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL

OPCION "A"



**MELVIN JONES**  
CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL

OPCION "B"



**MELVIN JONES**  
CENTRO DE EDUCACIÓN INTEGRAL

OPCION "C"

## Anexo 11

### Ficha de observación

FICHA DE ENTREVISTA	
Fecha:	Mayo, 2015
Lugar:	Centro de Educación Integral "Melvin Jones"
Personas Observadas:	
Duración	1:30 minutos aproximadamente
Número de participantes	
Moderador:	Estudiante de Gestión Gráfica Publicitaria
Personas que realizaron la entrevista.	Directivos, profesores, padres de familia.
Preguntas:	<p>Pregunta 1 : Cree usted que actualmente existe imagen corporativa del centro educativo Integral "Melvin Jones"son reconocibles?</p> <p>Pregunta 2: Sabe usted que es señalética?</p> <p>Pregunta 3: Cree usted que los niños, jóvenes y adultos tienen dificultades para orientarse en el Centro de Educación Integral "Melvin Jones"?</p> <p>Pregunta 4:Cree usted que es necesario la creación de un sistema señaletico adecuado?</p> <p>Pregunta 5: Conoce usted los materiales P.O.P que son utilizados en el Centro de Educación Integral "Melvin Jones "para dar a conocer sus servicios?</p> <p>Pregunta 6: Que elementos cree necesario que deberían ir en material P.O.P que permita al usuario informarse sobre los servicios que ofrece el Centro de Educación Integral "Melvin Jones"?</p> <p>Pregunta 7:Cree usted que se necesita un rediseño del logotipo institucional?</p> <p>Pregunta 8: Le es legible la tipografía utilizada?</p> <p>Pregunta 9: Que colores cree usted que se deba utilizar?</p> <p>Pregunta 10: Que elementos crees usted que se deba utilizar para el rediseño del logotipo?</p> <p>Pregunta 11 : Porque motivo se realizo la creación del centro?</p> <p>Pregunta 12: Que le gustaría que se transmita en el logotipo?</p> <p>Pregunta 13: Que ilustración le gustaría que fuera un identificador gráfico?</p> <p>Pregunta 14: Que tipo de Auspicio le gustaría tener?</p>

Nombre del centro:	Centro de Educación Integral "Melvin Jones"			
	<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>			
Fecha:	Junio 5, 2015			
Lugar:	Área de música			
Personas Observadas:	Niños con capacidades especiales (visuales, físicas)			
<b>Observaciones</b> Pude observar que los niños y jóvenes con capacidades especiales en el área de música tienen ciertas dificultades para orientarse a diferentes áreas, también que el color azul les da tranquilidad.	<b>Aspectos a observar</b>	<b>Valoración</b>		
		<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>
	Actividades que realizan los jóvenes.			
	Tienen facilidad para reconocer el logotipo actual		x	
	Los estudiantes van en grupos a diferentes áreas del Centro	x		
	Como se desvelven de acuerdo a sus capacidades especiales		x	
	El color azul les llama la atención	x		
Los colores pasteles les llaman la atención		x		
	Significado de valoración B= Bueno R=Regular M=medio			

## Anexo 12

### Ficha Técnica de Focus Group a directivos, profesores y padres de familia.

<b>FICHA TÉCNICA DE FOCUS GROUP</b>	
<b>Fecha:</b>	<b>Julio 20, 2015</b>
<b>Lugar:</b>	<b>Centro de Educación Integral "Melvin Jones"</b>
<b>Duración</b>	<b>45 minutos aproximadamente</b>
<b>Número de participantes</b>	<b>7 personas</b>
<b>Moderador:</b>	<b>Estudiante de Gestión Gráfica Publicitaria</b>
<b>Personas que realizaron el Focus Group</b>	<b>Directivos, profesores</b>

<b>FICHA TÉCNICA DE FOCUS GROUP 2</b>	
<b>Fecha:</b>	<b>Agosto 1, 2015</b>
<b>Lugar:</b>	<b>Centro de Educación Integral "Melvin Jones"</b>
<b>Duración</b>	<b>45 minutos aproximadamente</b>
<b>Número de participantes</b>	<b>7 personas</b>
<b>Moderador:</b>	<b>Estudiante de Gestión Gráfica Publicitaria</b>
<b>Personas que realizaron el Focus Group</b>	<b>Padres de Familia</b>

## Anexo 13

### Ficha Técnica de focus group a profesionales del diseño.

<b>FICHA TÉCNICA DE FOCUS GROUP 3</b>	
<b>Fecha:</b>	<b>Agosto 10, 2015</b>
<b>Lugar:</b>	<b>Agencia "Magenta"</b>
<b>Duración</b>	<b>45 minutos aproximadamente</b>
<b>Número de participantes</b>	<b>2 personas</b>
<b>Moderador:</b>	<b>Estudiante de Gestión Gráfica Publicitaria</b>
<b>Personas que realizaron el Focus Group</b>	<b>Profesionales del Diseño</b>

## Anexo 14

### Formato para Focus Group línea gráfica.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

1. Escoja una línea gráfica que crea usted que sea adecuada.



**OPCIÓN "A"**

**OPCIÓN "B"**

**OPCIÓN "C"**

## Anexo 15

### Organigrama

