

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TÍTULO:

REDISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL PARA LA FUNDACIÓN
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS “DIVINA MISERICORDIA”
DE LA CIUDAD DE MACHALA

AUTOR:

FARFÁN GONZÁLEZ, JORGE JONATHAN

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO PROFESIONAL DE:**

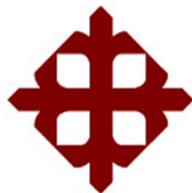
LICENCIADO EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

TUTORA:

SÁNCHEZ ANAÍS

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Jorge Jonathan Farfán González** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**.

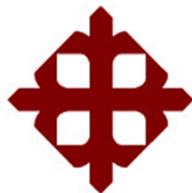
TUTORA:

Lcda. Anais Sánchez, Msc.

DIRECTORA DE LA CARRERA:

Arq. María Fernanda Compte Guerrero, Dra.

Guayaquil, a los 7 del mes de octubre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jorge Jonathan Farfán González

DECLARO QUE:

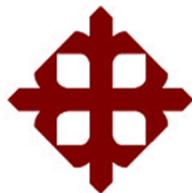
El Trabajo de Titulación Rediseño de identidad visual para la Fundación Albergue para desamparados “Divina Misericordia” de la ciudad de Machala previa a la obtención del Título de Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, 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 7 del mes de octubre del año 2015

AUTOR:

Jorge Jonathan Farfán González



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

AUTORIZACIÓN

Yo, Jorge Jonathan Farfán González

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Rediseño de identidad visual para la Fundación Albergue para desamparados “Divina Misericordia” de la ciudad de Machala, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 7 del mes de octubre del año 2015

AUTOR:

Jorge Jonathan Farfán González

AGRADECIMIENTO

A Dios, por las bendiciones que cada día me otorga.

A mis padres, por ser ese gran ejemplo y modelo a seguir.

A mi familia, por siempre haber creído en mí.

A mi enamorada, por su apoyo incondicional.

A mi tutora por guiarme a través del conocimiento.

Jorge Farfán González

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico a aquellas personas desamparadas que deambulan por las calles y en especial a los pacientes de la Fundación “Divina Misericordia”, para los cuales se busca una sociedad más sensible e incluyente, que ame y ayude a su prójimo.

Jorge Farfán González

REPRESENTANTE DE LA ORGANIZACIÓN

Sra. María del Cisne Loaiza

Directora de la Fundación

(07) 2 790 922 – 0984 488 789

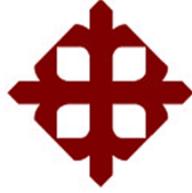
mariadelcisne_1961@hotmail.com

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

**ING. WILL VERGARA, MSC.
PROFESOR DELEGADO**

**ING. FÉLIX JARAMILLO, MSC.
PROFESOR DELEGADO**

**LCDA. YULIANA CORRAL, MSC.
PROFESORA DELEGADA**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

CALIFICACIÓN

Lcda. Anais Sánchez, Msc.

RESUMEN

La discapacidad mental afecta a una población considerable en la ciudad de Machala, la Fundación “Albergue para Desamparados Divina Misericordia” brinda apoyo a personas de la calle que padecen algún problema de salud mental y que viven en extrema pobreza; sin embargo ésta no posee una correcta proyección visual a la sociedad, lo que impide el apoyo por parte de los ciudadanos. Ante esta problemática se plantea rediseñar la identidad visual como herramienta de difusión informativa para la fundación. Por lo tanto, para cumplir este objetivo además de proponer un nuevo identificador gráfico, se desarrolló un sistema básico de comunicación interno y externo, el que cuenta con piezas gráficas como, papelería institucional, brochure, banner roll up, perfiles en redes sociales, junto con el esquema de sus publicaciones, así como otros materiales, con los cuales se pretende contribuir a la difusión y posicionamiento de la marca “Divina Misericordia”.

Palabras claves: Discapacidad mental, pobreza, ayuda, fundación, diseño, marca, identidad visual.

ABSTRACT

Mental disability affects a considerable population in Machala city, foundation “Albergue para Desamparados Divina Misericordia” offers help for people who lives on streets in completely poberty and may have mental diseases, althought this idea does not occupy the correct visual position to the society which prevents the support from citizens all around. There is a proposal to solve this by redesigning the visual identity as a tool of informative diffusion for the foundation. Therefore to accomplish this objetive, in addition of proposing a new graphic indentifier, it developed an internal and external basic system of communication, which has graphic pieces such as, institutional stationery, brochure, banner roll up, social media profiles along with the scheme publications, just like other materials that pretends to contribute the diffusion and positioning to the brand “Divina Misericordia”.

Keywords: Mental discapacity, poberty, help, foundation, design, brand, visual identity.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
RESUMEN.....	X
INTRODUCCIÓN.....	19
CAPÍTULO 1: GENERALIDADES.....	20
1.1. Antecedentes de la fundación	20
1.2. Planteamiento del problema	22
1.3. Justificación del tema	23
1.4. Objetivos del proyecto	24
1.4.1. Objetivo general	24
1.4.2. Objetivos específicos	24
1.5. Alcances y limitaciones	24
1.5.1. Alcances	24
1.5.2. Limitaciones	25
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
2.1. Metodología	26
2.1.1. Investigación documental	27
2.1.1.1. Discapacidad	27
2.1.1.2. Clasificación del tipo de discapacidad	27
2.1.1.3. Discapacidad mental	29
2.1.1.3.1. Un grupo vulnerable	29
2.1.1.3.2. La carga de los trastornos mentales	30
2.1.1.3.3. La carga económica de los trastornos mentales	30

2.1.1.3.4. La brecha entre la carga de los trastornos mentales y los recursos asignados	31
2.1.1.4. Estadísticas en Ecuador	32
2.1.1.5. Ley Orgánica de Discapacidades	34
2.1.1.6. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)	34
2.1.1.7. Secretaría Técnica para la Gestión Inclusiva en Discapacidades	35
2.1.1.7.1. Misión Joaquín Gallegos Lara	36
2.1.2. Entrevista	36
2.1.2.1. Entrevista a la directora de la fundación	36
2.1.2.2. Entrevistas al personal	37
2.1.2.3. Conclusiones	38
2.1.3. Encuestas	38
2.1.3.1. Población	39
2.1.3.2. Muestra	39
2.1.3.3. Resultados	40
2.1.3.4. Conclusiones	43
2.1.4. Análisis de proyectos similares	44
2.1.4.1. Fundación Dones de Misericordia	44
2.1.4.2. Fundación Misericordia en Acción	45
2.1.4.3. Fundación San José para la adopción	45
2.1.4.4. Fundación Adoptar	47
2.1.4.5. Conclusiones	48
CAPÍTULO 3: ANTEPROYECTO	49
3.1. Definición de criterios de diseño	49
3.1.1. Valor de marca	49
3.1.2. Público objetivo	49
3.2. Atractivo visual	50
3.2.1. Color	50
3.2.2. Técnica	53
3.3. Construcción del identificador gráfico	53
3.3.1. Conceptos generales	53

3.3.2.	Iconización	54
3.3.3.	Selección del arte inicial	60
3.4.	Evaluación del arte inicial	61
3.4.1.	Tipografía	61
3.4.2.	Color	62
3.4.3.	Diagramación	62
3.4.4.	Resultados	63
3.5.	Propuesta final	65
CAPÍTULO 4: PROYECTO		67
4.1.	Línea gráfica definitiva	67
4.1.1.	Construcción en retícula	67
4.1.2.	Área de protección	69
4.1.3.	Cromática	70
4.1.4.	Gestión de color	71
4.1.5.	Variantes de aplicación	73
4.1.6.	Escala mínima	76
4.1.7.	Usos incorrectos	77
4.1.8.	Tipografía	80
4.1.9.	Definición de elementos para sistema de comunicación	82
4.2.	Desarrollo de piezas gráficas	84
4.2.1.	Brochure	84
4.2.2.	Tarjeta de presentación	90
4.2.3.	Hoja membretada	92
4.2.4.	Sobre carta	93
4.2.5.	Sobre bolsa	94
4.2.6.	Carpeta	95
4.2.7.	Estuche CD	96
4.2.8.	Sello	97
4.2.9.	Perfil Facebook	98
4.2.10.	Perfil Twitter	99
4.2.11.	Perfil Instagram	100
4.2.12.	Publicaciones Digitales	101

4.2.13. Publicaciones periódico	105
4.2.14. Banner Roll up	106
4.2.15. Uniforme	107
4.2.16. Material P.O.P.	108
4.3. Implementación y verificación de las piezas gráficas	111
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
5.1. Conclusiones	115
5.2. Recomendaciones	116
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	117
ANEXOS.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación del tipo de discapacidad	28
Tabla 2. Desafíos de los grupos vulnerables	29
Tabla 3. Población por condición de discapacidad mental en Ecuador	32
Tabla 4. Población por condición de discapacidad mental en la provincia de EL Oro	33
Tabla 5. Población por condición de discapacidad mental en la ciudad de Machala	33
Tabla 6. Principales causas de mortalidad general (2010)	33
Tabla 7. Lluvia de ideas para el desarrollo del identificador gráfico	54
Tabla 8. Opciones para la tipografía	61
Tabla 9. Opciones para la color.....	62
Tabla 10. Opciones para la diagramación.....	63
Tabla 11. Gestión del color CMYK según el soporte a imprimir.....	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Albergue en sus inicios 1992	20
Figura 2. Inicio de la Fundación, 1998	20
Figura 3. Pacientes compartiendo en la mesa	21
Figura 4. Personal de la fundación.....	21
Figura 5. Actividades de autosustentación.....	22
Figura 6. Pobreza y trastornos mentales.....	31
Figura 7. Trastornos mentales Vs. Recursos	32
Figura 8. Población de Machala, 2010	39
Figura 9. Fórmula para hallar el tamaño máximo de una muestra.....	39
Figura 10. Imagen pregunta 1, encuesta.....	40
Figura 11. Resultados pregunta 1	40
Figura 12. Imagen pregunta 2, encuesta.....	40
Figura 13. Resultados pregunta 2	41
Figura 14. Imagen pregunta 3, encuesta.....	41
Figura 15. Resultados pregunta 3	41
Figura 16. Resultados pregunta 4	42
Figura 17. Resultados pregunta 5	42
Figura 18. Imagen pregunta 6, encuesta.....	43
Figura 19. Resultados pregunta 6	43
Figura 20. Fundación Dones de Misericordia, Colombia.....	44
Figura 21. Fundación Misericordia en Acción, Colombia	45
Figura 22. Fundación San José, Chile	46
Figura 23. Áreas de trabajo de la Fundación San José	46
Figura 24. Aplicación de la marca San José	47
Figura 25. Fundación Adoptar, Argentina.....	47
Figura 26. Círculo cromático	51
Figura 27. Cromática a utilizarse.....	52

Figura 28. Grupo 1, valor Ayuda: manos.....	55
Figura 29. Grupo 2, valor Amor: corazón	56
Figura 30. Grupo 3, valor caridad: mano.....	57
Figura 31. Bocetos seleccionados por su grado de abstracción e interpretación	58
Figura 32. Bocetos seleccionados por su evolución gráfica.....	59
Figura 33. Bocetos seleccionados como propuestas iniciales	60
Figura 34. Ícono del identificador gráfico.....	60
Figura 35. Resultados en la elección de tipografía	64
Figura 36. Resultados en la elección de cromática.....	64
Figura 37. Resultados en la elección de diagramación.....	65
Figura 38. Identificador gráfico de la fundación.....	65
Figura 39. Encuadre del identificador gráfico sobre una retícula	67
Figura 40. Identificador gráfico en base a proporciones con referencia X	68
Figura 41. Área de protección mínima	69
Figura 42. Colores corporativos	70
Figura 43. Valores en modo de color Lab	71
Figura 44. Variantes de aplicación – Colores nativos	73
Figura 45. Variantes de aplicación – Colores corporativos	74
Figura 46. Variantes de aplicación – Colores blanco/negro	75
Figura 47. Variantes de aplicación – Escala de grises.....	75
Figura 48. Escala mínima del identificador gráfico.....	76
Figura 49. Usos incorrectos de cromática del isotipo.....	77
Figura 50. Usos incorrectos de forma del isotipo	78
Figura 51. Usos incorrectos del isotipo sobre fondos.....	79
Figura 52. Tipografía principal.....	80
Figura 53. Tipografía secundaria.....	81
Figura 54. Brochure: Hoja de portada	85
Figura 55. Brochure: Hoja 1	86
Figura 56. Brochure: Hoja 2	87
Figura 57. Brochure: Hoja 3	88
Figura 58. Brochure: Hoja 4	89
Figura 59. Tarjeta de presentación de la fundación	90
Figura 60. Tarjetas de presentación personalizada	91

Figura 61. Hoja membretada.....	92
Figura 62. Sobre carta.....	93
Figura 63. Sobre bolsa.....	94
Figura 64. Carpeta.....	95
Figura 65. Estuche CD.....	96
Figura 66. Sello.....	97
Figura 67. Portada Facebook.....	98
Figura 68. Perfil Facebook.....	98
Figura 69. Portada Twitter.....	99
Figura 70. Perfil Twitter.....	99
Figura 71. Perfil Instagram.....	100
Figura 72. Publicación frecuente Facebook.....	101
Figura 73. Publicación promocional de evento para Facebook.....	102
Figura 74. Publicación frecuente para Twitter.....	103
Figura 75. Publicación promocional de evento para Twitter.....	104
Figura 76. Publicación para periódico.....	105
Figura 77. Banner Roll up.....	106
Figura 78. Uniforme.....	107
Figura 79. Bolsa.....	108
Figura 80. Libreta.....	109
Figura 81. Bloc de notas.....	109
Figura 82. Jarro.....	110
Figura 83. Camiseta.....	110
Figura 84. Papelería básica institucional.....	111
Figura 85. Brochure.....	111
Figura 86. C D.....	112
Figura 87. Periódico.....	112
Figura 88. Facebook.....	113
Figura 89. Twitter.....	113
Figura 90. Instagram.....	114
Figura 91. Camiseta color.....	114

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. FILOSOFÍA INSTITUCIONAL	121
Anexo 2. SERVICIOS QUE PRESTA A LA PRESENTE EL ALBERGUE “DIVINA MISERICORDIA”	123
Anexo 3. FUNCIONES BÁSICAS DEL PERSONAL	124
Anexo 4. LOGOTIPO DE LA FUNDACIÓN	125
Anexo 5. CUESTIONARIO DE ADMISIÓN DE PACIENTES	126
Anexo 6. CROQUIS ACTUALMENTE UTILIZADO POR LA FUNDACIÓN	127
Anexo 7. ENTREVISTA 1	128
Anexo 8. ENTREVISTA 2	130
Anexo 9. ENTREVISTA 3	131
Anexo 10. ENTREVISTA 4	132
Anexo 11. ENTREVISTA 5	133
Anexo 12. MODELO DE ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE MACHALA.....	134

INTRODUCCIÓN

La salud mental puede ser definida como el estado de bienestar en el cual un individuo es consciente de sus propias capacidades, apto para manejar las tensiones normales de la vida, contribuyendo de forma productiva y fructífera a su comunidad. En contraste, la discapacidad se define como un término genérico que abarca deficiencias, limitaciones y restricciones en actividades y participaciones. Existen algunos grupos que son más vulnerables comparados con otros, debido a factores sociales y el ambiente donde se encuentran; los que pueden producir marginación, disminución de los recursos e incluso provocar una mayor vulnerabilidad.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el 2010 refleja que existen 2.536 personas con discapacidad mental en la ciudad de Machala. Para atender a dicho problema existe la Fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia”, cuya labor social es rescatar personas de la calle que padecen algún problema de salud mental y que viven en extrema pobreza, para proporcionarles una vida digna con calidad humana.

Pese al alto compromiso con la ciudadanía machaleña y la importancia de su labor social, la fundación no posee una correcta proyección visual a la sociedad, lo que impide el apoyo por parte de los ciudadanos al no conocer de su existencia. Ante esta problemática la presente investigación propone rediseñar la identidad visual como herramienta de difusión informativa para la Fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia”.

CAPÍTULO 1

Generalidades

1.1. Antecedentes de la fundación

En agosto de 1992, en el barrio Urdesa Este de la ciudad de Machala, es fundado el Albergue “Virgen de Guadalupe” (Ver Figura 1); hasta 1997, cuando el Grupo de Coordinación de la Gran Asamblea de la Renovación Carismática Católica, se une a ellos para formar la organización Asilo para desamparados “Nuestra Señora de la Merced” de la Arquidiócesis de Machala, nombre no fue aceptado por su homología con otro existente, es así, que el 8 de julio de 1998 inicia su vida jurídica la que hoy conocemos como FUNDACIÓN ALBERGUE PARA DESAMPARADOS “DIVINA MISERICORDIA” en el barrio Florida Sector 6, al sur de la ciudad (Fundación Divina Misericordia, s.f.). (Ver Figura 2)



Figura 1. Albergue en sus inicios 1992
Copyright s.f. por Fundación Divina Misericordia.



Figura 2. Inicio de la Fundación, 1998
Copyright s.f. por Fundación Divina Misericordia.

Desde su fundación ha sido una Organización No Gubernamental (ONG), comprometida con la ayuda a personas desamparadas que padecen discapacidad mental, en condiciones de extrema pobreza que han sido rescatadas de las calles de la urbe para proporcionarles mejores condiciones de vida (Ver Anexo 1). Dentro de los servicios que presta a sus pacientes están: alojamiento, alimentación, vestuario, medicación, atención médico-psiquiátrica, terapias tanto físicas como espirituales. (Ver Anexo 2)

La salud mental se define como un estado de bienestar en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades, puede

afrontar las tensiones normales de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad. (Organización Mundial de la Salud, 2013)

La fundación tiene la capacidad de alojar a 25 pacientes (Ver Figura 3). En la actualidad se trabaja en la ampliación de su infraestructura con el fin de duplicar su cabida. Para controlar la operatividad de la fundación cuenta con nueve personas, entre: una administradora, una auxiliar administrativa, un psiquiatra (voluntario), tres auxiliares de enfermería, dos auxiliares de servicio y una encargada de la cocina. (Ver Figura 4) (Ver Anexo 3)



Figura 3. Pacientes compartiendo en la mesa
Copyright s.f. por Fundación Divina Misericordia.



Figura 4. Personal de la fundación
Copyright s.f. por Fundación Divina Misericordia.

Como actividades de autosustento económico, cuenta con un Plan Padrino, donde, cualquier persona puede realizar donaciones económicas periódicas; además se dedican a la venta de postres, tortas, bocaditos, artesanías, monigotes, entre otros. De igual manera realizan todo tipo de eventos (bingos, rifas, cenas solidarias, comidas criollas, etc.) con el fin de recolectar fondos, que permitan su subsistencia. (Ver Figura 5)



Figura 5. Actividades de autosustentación
Copyright s.f. por Fundación Divina Misericordia.

Debido a los cambios de nombres y ubicación que ha experimentado la fundación no se ha logrado proyectar visualmente la marca con la importancia que si lo hace su actividad en beneficio de la ciudadanía.

1.2. Planteamiento del problema

“La ayuda al necesitado ha estado siempre en nuestros corazones, es un don que se lo lleva dentro, como un mandato de Dios, sin embargo esa pequeña chispa no se enciende hasta sentir en carne propia determinada necesidad” (Fundación Divina Misericordia, s.f.).

Pese al alto compromiso con la ciudadanía machaleña y la importancia de su labor social la fundación no posee una correcta proyección visual a la sociedad.

"La identidad visual u oral permite a las organizaciones proyectarse a sus públicos con mayor claridad pues poseen elementos tangibles e intangibles que las convierten en algo incomparable y aceptable para los requerimientos de la comunidad interesada" (Núñez, 2003, p.82).

La única pieza gráfica que posee es el logotipo (Ver Anexo 4), pero este no logra identificar ni interna, ni externamente, la esencia de la fundación. Al respecto la directora de la fundación manifestó que, “fue realizada por su presidente con ayuda de un amigo arquitecto, porque necesitaban un distintivo de manera urgente” (Loaiza, 2015).

El aspecto económico, constituye un gran limitante para la fundación, al no contar con una fuente constante de ingresos basan su financiamiento en las donaciones ya sea, de personas naturales, jurídicas u organismos

internacionales, las que pueden ser: económicas, alimenticias, medicas, así como, de enseres e insumos.

1.3. Justificación del tema

La propuesta del trabajo de titulación tiene como meta crear una identidad visual propia para la fundación como su herramienta de difusión, con el fin de que personas y empresas conozcan y se identifiquen con la marca, generando una conexión entre la fundación y su público. Jiménez & Calderón (2004) declara que, “una identidad clara y elaborada facilita el proceso de posicionamiento de la marca en los mercados” (p. 84).

La creación de la identidad visual de la fundación incluye el rediseño de su identificador gráfico, para lo cual Chaves y Belluccia (2008) declaran que, “si el cambio de la identificación institucional es realmente necesario, solo hay tres causas posibles: la organización ya no es la misma, los identificadores anteriores eran malos o los directivos se están equivocando” (p. 27-28).

En nuestro contexto, entendemos por identificador corporativo o marca gráfica el signo visual de cualquier tipo (logotipo, símbolo, monograma, mascota, etcétera) cuya función específica sea la de individualizar a una entidad. La función primordial del identificador gráfico es exactamente la misma que la del nombre propio. El identificador verbal constituye una suerte de sinónimo visual del nombre. Un identificador no verbal abstracto o icónico cumple la misma función que los respectivos nombres y sus respectivos logotipos. (Chaves & Belluccia, 2008, p.15)

Además se establece un sistema comunicacional interno y externo que ayude a la difusión y establecimiento del nuevo identificador gráfico. Ramos Padilla (1991) se refiere a comunicación organizacional citando a Zelko y Dance, como: “Un fenómeno interdependiente entre la comunicación interna

(ascendente, descendente y horizontal) y la comunicación externa (relaciones, públicas, ventas y publicidad)” (p. 16).

1.4. Objetivos del proyecto

1.4.1. Objetivo general

Rediseñar la identidad visual como herramienta de difusión informativa para la Fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia” de la ciudad de Machala.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar el entorno de la fundación con relación a su público objetivo con la finalidad de establecer criterios de diseño.
- Plantear una propuesta visual actual para que sea coherente con la identidad de la fundación y su importante labor.
- Establecer un sistema básico de comunicación interno y externo que ayude a la difusión y establecimiento del nuevo identificador gráfico.

1.5. Alcances y limitaciones

1.5.1. Alcances

El presente trabajo de titulación busca construir:

Una identidad visual propia para la Fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia”, mediante, el rediseño de su identificador gráfico y su adaptación al sistema comunicacional interno y externo.

Dentro de la comunicación interna están los medios informativos que se emplean en la organización, como: papelería corporativa básica, uniformes..., mientras que en comunicación externa se enmarca: brochure, banners, rollups, perfiles en redes sociales..., en sí elementos que permiten establecer una distinción única e inconfundible de la organización frente a otras.

1.5.2. Limitaciones

El presente trabajo de titulación tiene las siguientes limitaciones:

1. La única pieza gráfica que utiliza es un logotipo que no proyecta una identidad coherente con la filosofía de la fundación. (Ver Anexo 4)
2. La ciudadanía no reconoce visualmente a la fundación, ni a su ubicación geográfica, debido al crecimiento exponencial y un tanto desordenado del municipio ha generado que muchas calles no céntricas de la ciudad carezcan de nombres, como le sucede a la organización, que está ubicada en una zona donde las calles aún no son nombradas. (Ver Anexo 6)
3. La fundación cuenta con bajo presupuesto, por lo que el proyecto debe optimizar recursos, pero sin sacrificar el objetivo general.
4. La actual capacidad de la fundación es reducida, por lo que se busca únicamente el reconocimiento de la organización y la captación de donantes, no así de nuevos pacientes, ya que, este proceso el personal administrativo y logístico de la fundación lo realiza de manera personal (Ver Anexo 5).

CAPÍTULO 2

Metodología de la investigación

2.1. Metodología

Para la realización del presente trabajo se combinan dos métodos de investigación, el cuantitativo y el cualitativo.

El enfoque objetivo de la investigación cuantitativa, se hace indispensable para conocer el nivel de reconocimiento de la marca actual de la fundación ante su público objetivo, así como información correspondiente a cromática y formas que ellos relacionan con la labor de la organización. Esta información debe ser medible y precisa, para su posterior análisis y presentación en números y porcentajes.

Por otro lado de la investigación cualitativa se hace uso para, recopilar datos correspondientes a la fundación, principalmente sobre su labor, para así encontrar su esencia. Al ser información de índole verbal interviene su enfoque subjetivo para la interpretación de la misma, además se centra más en el conteo y la clasificación de las características y cualidades encontradas.

De este modo, se utiliza herramientas para recolección de datos como; la investigación documental, la entrevista, la encuesta y el análisis de proyectos similares.

Para Ávila (2006) la investigación documental es “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” (p. 50). Esta información se obtiene de fuentes fiables como, documentos y material bibliográfico tanto de, investigadores, medios de comunicación e instituciones para saber sobre su labor, entendiendo el problema de los pacientes con los cuales trabaja.

“Una entrevista es una pieza de la interacción social, en la cual una persona responde a otra una serie de preguntas sobre un tópico específico, en sí representa una interacción cara a cara entre dos o más personas” (Ávila, 2006, p. 55). Es así que la entrevista representa otra importante técnica de recolección de la información, principalmente de qué significa la fundación para su público interno.

Buscando datos sobre, el posicionamiento y conocimiento de la fundación en su público objetivo se utiliza la encuesta, la cual Garza (2007) explica que, “se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados y dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones actitudes” (p. 275).

Por último el análisis de proyectos similares se realiza con el fin de encontrar puntos buenos sobre como organizaciones con labor similar están llevando su imagen para tenerlo en cuenta al momento de rediseñar el identificador gráfico de la fundación, pero siempre diferenciándose.

2.1.1. Investigación documental

2.1.1.1. Discapacidad

“La Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIF) define la discapacidad como un término genérico que abarca deficiencias, limitaciones de la actividad y restricciones a la participación” (OMS, 2006, p.25).

Para la OMS (2011), la cantidad de personas con algún tipo de discapacidad es cada vez mayor, y se debe al envejecimiento de la población y al alza de problemas crónicos de salud que están ligados a las discapacidades, como diabetes, enfermedades cardiovasculares y trastornos mentales (p.8).

La discapacidad afecta de manera desproporcionada a las poblaciones vulnerables. Los resultados de la Encuesta Mundial de Salud reflejada en el Resumen del Informe Mundial sobre la Discapacidad (OMS, 2011) indican que la prevalencia de la discapacidad es mayor en los países de ingresos bajos que en los países de ingresos más elevados. Las personas en el quintil más pobre, las mujeres y los ancianos también presentan una mayor prevalencia de la discapacidad (p.8).

2.1.1.2. Clasificación del tipo de discapacidad

La clasificación dada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, s.f.), está formado por cuatro grandes grupos de discapacidad y un grupo adicional, de las claves especiales; cada uno con sus respectivos subgrupos (Ver Tabla 1):

Tabla 1

Clasificación del tipo de discapacidad

GRUPO	Tipo
Grupo 1	
Discapacidades sensoriales y de la comunicación	• Discapacidades para hablar
	• Discapacidades para ver
	• Discapacidades para oír
	• Discapacidades de la comunicación y comprensión del lenguaje
	• Insuficientemente especificadas del grupo discapacidades sensoriales y de la comunicación
Grupo 2	
Discapacidades motrices	• Discapacidades de las extremidades inferiores, tronco, cuello y cabeza
	• Discapacidades de las extremidades superiores
	• Insuficientemente especificadas del grupo discapacidades motrices
Grupo 3	
Discapacidades mentales	• Discapacidades intelectuales
	• Discapacidades conductuales y otras mentales
	• Insuficientemente especificadas del grupo discapacidades mentales
Grupo 4	
Discapacidades múltiples y otras	• Discapacidades múltiples
	• Otro tipo de discapacidades
	• Insuficientemente especificadas del grupo discapacidades múltiples y otras
Grupo 9	
Claves especiales	• Tipo de discapacidad no especificada
	• Descripciones que no corresponden al concepto de discapacidad
	• No sabe subgrupo
	• No especificado general

Nota. Recuperada de Clasificación de tipo de discapacidad. Copyright s.f. por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

2.1.1.3. Discapacidad mental

“Discapacidad mental” no es sinónimo de “trastorno mental”, pero incluye a las personas con trastornos mentales asegura la OMS (2006, p.25). Existen casos donde siguen teniendo discapacidad a pesar de recuperarse del trastorno mental; también hay individuos que al sufrir un trastorno mental como consecuencia tendrán discapacidades.

Además la misma organización (2006) especifica que, “discapacidad se refiere directamente a la percepción inmediata de las personas sobre su propia vida, su entorno, y sus necesidades y limitaciones (Bertolote y Sartorius, 1996)” (p.25). Además, el término “discapacidad mental” no cuenta con la aprobación de muchos grupos de usuarios de servicios de salud mental, y prefieren el término “discapacidad psicosocial”.

2.1.1.3.1. Un grupo vulnerable

Unos grupos tienen mayor vulnerabilidad que otros. Esto es resultado de factores tanto sociales, como del ambiente donde se encuentren. Además en el informe sobre salud mental y desarrollo (OMS, 2010) explica que este grupo comparte desafíos relacionados con su nivel social y económico, apoyo social y condiciones de vida, incluyendo (Ver Tabla 2):

Tabla 2

Desafíos de los grupos vulnerables

Según su nivel social y económico, apoyo social y condiciones de vida
• Estigma y discriminación
• Violencia y abuso
• Restricciones en el ejercicio de sus derechos civiles y políticos
• Exclusión de participar plenamente en la sociedad
• Acceso reducido a los servicios de salud y sociales
• Acceso reducido a los servicios de ayuda en emergencias
• Falta de oportunidades educativas
• Exclusión de las oportunidades de empleo y generación de ingresos
• Mayor discapacidad y muerte prematura

Nota. Recuperada de Informe sobre salud mental y desarrollo. Copyright 2010 por la Organización Mundial de la Salud.

Conforme transcurre el tiempo, puede generarse un incremento de la marginación, la reducción de sus recursos, hasta el extremo de que dicha vulnerabilidad sea aún mayor, la cual no se la debe confundir con algún tipo de discapacidad, ni mucho menos, se los debe considerar víctimas.

2.1.1.3.2. La carga de los trastornos mentales

Según una publicación del Departamento de Salud Mental y Abuso de Sustancias (OMS, 2004) existen grandes posibilidades de que el número de personas con algún tipo de trastorno mental aumente con el envejecimiento de la población, y sus diversos conflictos sociales. Esta progresiva carga figura un inmenso costo cuando se toca el tema del sufrimiento, discapacidad y miseria. Además en su mayoría debe afrontar a la negativa educación y empleo, así como, seguros de salud y sistemas de vivienda.

Todo esto, conforma una carga realmente importante para la familia, ya que, todos sus miembros son los cuidadores más cercanos y quienes brindan apoyo emocional y financiero. Según la OMS (2004), " una de cada cuatro familias tiene por lo menos un miembro afectado por un trastorno mental o conductual" (p.4).

En la misma publicación podemos encontrar que, no solo la persona con el trastorno mental es la afectada, sino su familia también recibe la discriminación y estigma de toda la sociedad, lo que genera aislamiento y la no participación en cualquier tipo de actividad social.

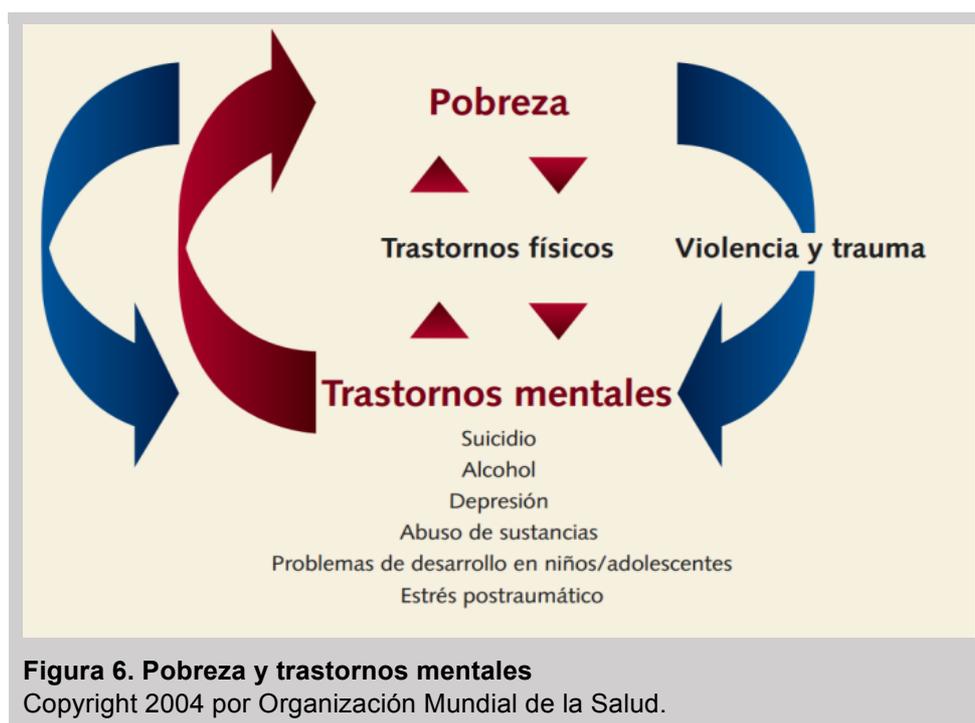
2.1.1.3.3. La carga económica de los trastornos mentales

Los trastornos mentales resultan una gran cantidad de costos en personas, hogares, empleadores, en sí la sociedad. Por lo tanto dichos costos no resultan los mismos en todos los tipos de trastorno mental, y tampoco lo son en todos los países. La OMS (2004) nos dice que, "según los precios vigentes en 1990, los problemas de salud mental fueron responsables por el 2,5% del Producto Nacional Bruto (PNB) en los EE.UU. (Rice et al., 1990)" (p.15)

Además se puede decir que, hablar de los trastornos mentales es hablar de pobreza, ya que inseguridad, un bajo nivel educacional, vivienda

inadecuada y subnutrición han sido reconocidos por la OMS (2004) como factores asociados con los “trastornos mentales comunes”.

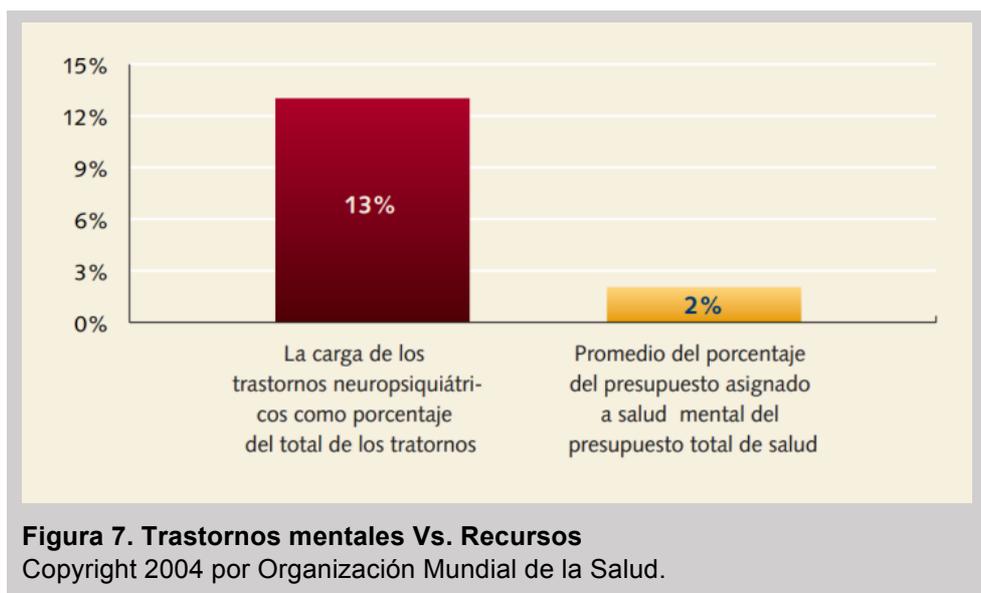
Así también, la OMS (2004) declara que, "existe evidencia científica que la depresión prevalece de 1,5 a 2 veces más entre las personas de bajos ingresos de la población" (p.25). Por ello se considera que los trastornos mentales contribuyen a la pobreza, del mismo modo que la pobreza es considerada un gran determinante de los trastornos mentales, tal como se demuestra en la Figura 6.



2.1.1.3.4. La brecha entre la carga de los trastornos mentales y los recursos asignados

En el documento “Invertir” en Salud Mental de la OMS se especifica que a pesar de que los trastornos mentales reaccionan muy bien ante la medicación y la correcta intervención psicosocial, resulta que muy pocos afectados reciben algún tipo de tratamiento, por más básico que sea.

La relación entre la carga de los trastornos mentales y los recursos económicos asignados es totalmente inadecuada. Según la OMS (2004) "los trastornos mentales y de la conducta constituyen el 13% de la carga global de la enfermedad; sin embargo, en promedio, el presupuesto para salud mental de los países es sólo el 2% de los gastos totales en salud" (p.38) (Ver Figura 7).



2.1.1.4. Estadísticas en Ecuador

El último CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA (CPV) realizado en 2010 en Ecuador por el INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC, 2010) refleja que en Ecuador existen 295.577 personas con algún tipo de discapacidad mental (Ver Tabla 3), de las cuales 6.212 se encuentran en la provincia de El Oro (Ver Tabla 4), a su vez se localiza 2.536 personas con discapacidad mental en la ciudad de Machala (Ver Tabla 5).

Tabla 3

Población por condición de discapacidad mental en Ecuador

ÁREA	Discapacidad Mental (enfermedades psiquiátricas, locura)		
	Si	Se ignora	Total
URBANO	74.132	113.580	187.712
RURAL	44.159	63.706	107.865
Total	118.291	177.286	295.577

Nota. Recuperada de Censo de Población y Vivienda. Copyright 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Tabla 4

Población por condición de discapacidad mental en la provincia de EL Oro

ÁREA	Discapacidad Mental (enfermedades psiquiátricas, locura)		
	Si	Se ignora	Total
URBANO	1.925	2.946	4.871
RURAL	568	773	1.341
Total	2.493	3.719	6.212

Nota. Recuperada de Censo de Población y Vivienda. Copyright 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Tabla 5

Población por condición de discapacidad mental en la ciudad de Machala

ÁREA	Discapacidad Mental (enfermedades psiquiátricas, locura)		
	Si	Se ignora	Total
URBANO	910	1.496	2.406
RURAL	42	88	130
Total	952	1.584	2.536

Nota. Recuperada de Censo de Población y Vivienda. Copyright 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Además el mismo instituto presenta datos sobre las principales causas de mortalidad, en una tasa de mortandad por 100000 habitantes (ver Tabla 6), donde la demencia y la enfermedad de Alzheimer representa la cuarta causa de muerte en el Ecuador (INEC, 2010, p.48).

Tabla 6

Principales causas de mortalidad general (2010)

Causas de muerte	Número	Porcentaje	Tasa
Diabetes mellitus	4455	7,15%	29,18
Enfermedades hipertensivas	4381	7,03%	28,70
Enfermedades cerebrovasculares	3930	6,31%	25,74
Demencia y enfermedad de Alzheimer	3895	6,25%	25,51
Accidentes de transporte terrestre	3351	5,38%	21,95
Influenza y neumonía	3067	4,92%	20,09

Agresiones (homicidios)	2106	3,38	13,79
Enfermedades isquémicas del corazón	2014	3,23%	13,19
Cirrosis y otras enfermedades del hígado	1997	3,21%	13,08
Enfermedades inmunoprevenibles	1971	3,16%	12,01
Enfermedades del sistema urinario	1756	2,82%	11,50

Nota. Hombres y mujeres de Ecuador en cifras III. Copyright 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

2.1.1.5. Ley Orgánica de Discapacidades

En Ecuador desde 2012 existe la “LEY ORGÁNICA DE DISCAPACIDADES cuyo objetivo es “asegurar la prevención, detección oportuna, habilitación y rehabilitación de la discapacidad y garantizar la plena vigencia, difusión y ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad, establecidos en la Constitución de la República”.

En el TÍTULO I: PRINCIPIOS Y DISPOSICIONES FUNDAMENTALES, CAPÍTULO SEGUNDO: DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD, en su SECCIÓN SEGUNDA: DE LA SALUD, en el Artículo 19.- El Estado garantiza el derecho a la salud, mientras que en el Artículo 23.- Procura la disponibilidad y distribución oportuna y permanente de medicamentos e insumos requeridos para su atención.

En el mismo CAPÍTULO, SECCIÓN SEXTA: DE LA VIVIENDA, Artículo 56.- Derecho a la vivienda, declara que todos los discapacitados tienen derecho a una vivienda digna y de acuerdo a sus necesidades, para que le permita obtener un grado mayor de autonomía.

2.1.1.6. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)

El Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV, 2013) tiene como principal reto mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos. Para ello, todos los esfuerzos están dirigidos al progresivo cumplimiento de los derechos, ya sea en, educación, salud, empleo y vivienda, además de la reducción de la inequidad social y la ampliación de las capacidades humanas en un contexto participativo y de mayor cohesión social.

El objetivo 2 habla sobre el reconocimiento de los derechos de todos mediante la consolidación de políticas que no generen exclusión y fomenten la

convivencia social. Avanzando hacia la igualdad, mediante una vida digna, con acceso a salud, educación, protección social y atención especializada.

Dentro de las Políticas y lineamientos estratégicos de este objetivo destacan, el 2.2. “Garantizar la igualdad real en el acceso a servicios de salud y educación de calidad a personas y grupos que requieren especial consideración, por la persistencia de desigualdades, exclusión y discriminación”; el 2.5. “Fomentar la inclusión y cohesión social, la convivencia pacífica y la cultura de paz, erradicando toda forma de discriminación y violencia”; y en especial el 2.6. “Garantizar la protección especial universal y de calidad, durante el ciclo de vida, a personas en situación de vulneración de derechos”.

Además el objetivo 3 hace referencia a mejorar la calidad de vida de la población, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social. En el cual, sobresalen las siguientes políticas y lineamientos: 3.2. “Ampliar los servicios de prevención y promoción de la salud para mejorar las condiciones y los hábitos de vida de las persona”; 3.3. “Garantizar la prestación universal y gratuita de los servicios de atención integral de salud”; 3.8. “Propiciar condiciones adecuadas para el acceso a un hábitat seguro e incluyen”; y, 3.9. “Garantizar el acceso a una vivienda adecuada, segura y digna”.

2.1.1.7. Secretaría Técnica para la Gestión Inclusiva en Discapacidades

En 2015 mediante decreto ejecutivo, la Secretaria Técnica de Discapacidades pasó a ser la Secretaría Técnica para la Gestión Inclusiva en Discapacidades. Entre sus principales funciones, constan: coordinar la implementación operativa de la política pública en el campo de las discapacidades así como desarrollar y ejecutar políticas, planes, programas y proyectos orientados a la atención de discapacitados, enfocados en la inclusión participativa, productiva y la accesibilidad universal.

2.1.1.7.1. Misión Joaquín Gallegos Lara

Misión creada posteriormente a la Misión Manuela Espejo para identificar casos más severos, es decir, aquellos donde las personas con discapacidad intelectual, física o con multi-discapacidades, viven en condiciones de extrema pobreza, y en gran cantidad de ocasiones son abandonados por sus familias en largas jornadas.

Es así que 14.479 personas son beneficiarias, esta ayuda consiste en la entrega de una ayuda económica de 240 dólares americanos a un familiar, cuidador o persona que se haga responsable del cuidado del beneficiario. También se entrega medicinas, capacitación en áreas como salud, higiene, rehabilitación, nutrición, derechos y autoestima y se compromete además a cumplir con un seguimiento permanente por parte del Seguro Social Campesino y el Ministerio de Salud, en coordinación con la Vicepresidencia de la República.

2.1.2. Entrevista

2.1.2.1. Entrevista a la directora de la fundación

La entrevista a la Directora de la fundación, la señora María del Cisne Loiza se realiza vía correo electrónico debido a la poca disposición de tiempo como consecuencia del cargo que desempeña; esto implica ser muy concreto en el contenido y número de preguntas que se realiza. Se elige a la directora como parte de los entrevistados por ser la persona que mejor conoce la labor de la fundación, sus fortalezas y debilidades.

Dentro de la entrevista (Ver Anexo 7) la Sra. María del Cisne Loiza define la palabra Divina Misericordia como, una total confianza y abandono en Dios, refugiarse en su amor y protección. Por ello le resulta fácil identificar el problema del logotipo actual, que, no llega a las personas, no interpretan el verdadero significado, lo que realmente es y hace la fundación. Además asegura que para muchos machaleños la organización no existimos o saben muy poco de su labor.

Por esta razón lo que verdaderamente se desea proyectar –de manera clara y directa- es un mensaje de servicio y ayuda a las personas más necesitadas, aquellos por los que nadie más se preocupan. Esto le interesa

hacerlo mediante la utilización iconográfica de unas manos porque en todo momento la fundación trata de dar y ayudar, pero al mismo tiempo recibir ayuda externa, además son las manos las que cuidan y protegen a cada uno de los pacientes, haciendo que sientan un amor de hogar. Cabe destacar que, con la cromática si se siente identificada, ya que el celeste lo relaciona con el cielo, donde está Dios, que es el más claro ejemplo de amor al prójimo; pero también supo aclarar que este color no interfiere con el ambiente de los pacientes, porque a ellos se les debe tener un entorno tranquilo.

Por último la Directora considera indispensables para el desarrollo de la labor de su fundación las siguientes piezas gráficas: publicidad en banner y roll-up, tarjetas de presentación, hojas membretadas, carpetas y sobres.

2.1.2.2. Entrevistas al personal

Para la entrevista al personal que labora en la fundación se toma como muestra al 50%, lo que corresponde a cuatro personas. A pesar de la dinámica y el ritmo ajetreado de sus labores al cuidado permanente de los pacientes, se los considera para las entrevistas por ser quienes están en contacto directo con ellos y conocer de manera muy directa la labor que se realiza en la fundación. Es así que, se realiza de manera personal pocas preguntas, esperando respuestas directas y concretas.

Dentro de los entrevistados están: Liliana Castillo, asistente administrativa (Ver Anexo 8); Karla Vergara, enfermera (Ver Anexo 9); Karina Velazco, guardia (Ver Anexo 10); y, Adrián Quevedo, mensajero (Ver Anexo 11).

Sobre el significado de la fundación para los entrevistados, es ayuda, principalmente para los pacientes, al ser personas que no tienen nada, ni a nadie en el mundo, necesitan amor y cuidados, en sí obras de corazón; pero también ha sido de ayuda para ellos, no solo por ser su lugar de trabajo si no, porque los ayuda a crecer como personas, y les demuestra lo mucho que se puede hacer por el prójimo, reflejando las buenas costumbres con las que han sido educados.

Del mismo modo, la labor de la fundación la simplifican en una sola palabra, AYUDA, pero una ayuda fundamentada en el AMOR, ya que, muchas

fundaciones pueden brindar ayuda, pero los pacientes de Divina Misericordia lo que realmente necesitan es amor y hacerlos sentir –para muchos de ellos por primera vez- que ese es su hogar.

Con respecto al logotipo actual de la fundación, todos dicen sentirse identificados con él, pero esta afirmación queda desmentida al no poderlo siquiera identificarlo o describirlo.

Para finalizar todos encuentran idóneo representar Divina Misericordia con el mismo Jesús de la Divina Misericordia, ya sean utilizando sus manos (que es lo más expresivo de la imagen) o su rostro (si se desea ser muy descriptivo).

2.1.2.3. Conclusiones

Luego de haber analizado e interpretado las entrevistas, se puede concluir que:

- Su labor diaria es en constante actividad y no disponen de tiempo libre, ya que el cuidado que brindan a sus pacientes es permanente. Por lo que el identificador gráfico debe denotar esa dinámica.
- Los pacientes son tratados con mucho cariño y paciencia, tal cual fueran unos niños. Siendo el amor un valor muy cultivado dentro de la fundación.
- La directora se inclina por lo abstracto, mientras que el resto del personal prefiere lo representativo; pero todos tienen una misma idea sobre la esencia de la organización.

2.1.3. Encuestas

La obtención de resultados cuantitativos, se realiza mediante una encuesta (Ver Anexo 12) que refleje el conocimiento de la ciudadanía machaleña sobre el actual logotipo de la fundación, y al mismo tiempo dé pautas de cómo diseñar y establecer la nueva marca.

La encuesta se realiza de manera virtual, para así llegar a personas de distintos puntos de nuestra población establecida.

2.1.3.1. Población

Debido a que se necesita el reconocimiento de la fundación por parte de los machaleños, la población que se investiga está constituida por todos los ciudadanos que residen en la ciudad de Machala.

2.1.3.2. Muestra

La población que se estudia está conformada por 245 972 individuos, según datos oficiales del último Censo de Población y Vivienda realizado en 2010 (ver Figura 8).



Según Grima (2011), en aquellos casos donde la población es igual o mayor a 10 000, el tamaño máximo de la muestra equivale a 385, como un valor constante. Esto resulta cuando el tamaño de muestra (cuya variable es N) tiende al infinito. (Ver Figura 9)

$$\lim_{N \rightarrow \infty} \frac{N \cdot (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,0025 \cdot (N-1) + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 384,16...$$

Figura 9. Fórmula para hallar el tamaño máximo de una muestra
Copyright 2011 por Grima, P.

De esta manera, para obtener resultados confiables es necesario una muestra de 385 personas, con el nivel de confianza de 95% y el error en 5%.

2.1.3.3. Resultados

A continuación se presentan los resultados de la encuesta y el análisis de los resultados de cada pregunta:

1.- Seleccione el correcto isotipo de la fundación.

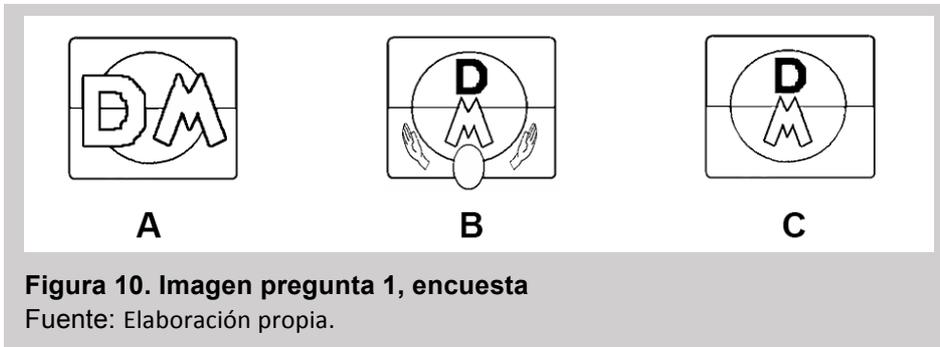


Figura 10. Imagen pregunta 1, encuesta
Fuente: Elaboración propia.

El 47% de los encuestados reconoció el logotipo actual de la fundación, pero sin embargo un 44% lo confunde. Lo que evidencia, que el logotipo no está bien posicionado y quizás muchos lo reconocieron solo por intuición.

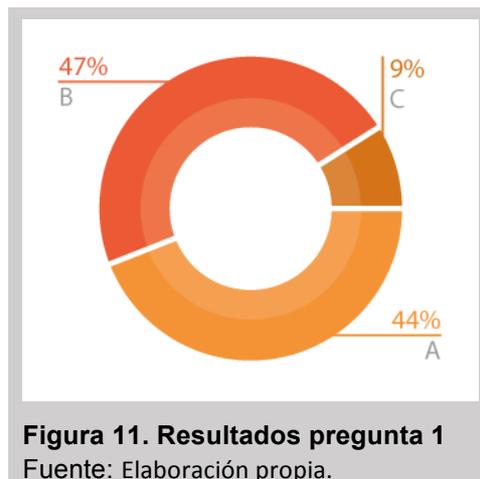


Figura 11. Resultados pregunta 1
Fuente: Elaboración propia.

2.- Seleccione la correcta ubicación del texto en el isotipo de la fundación.

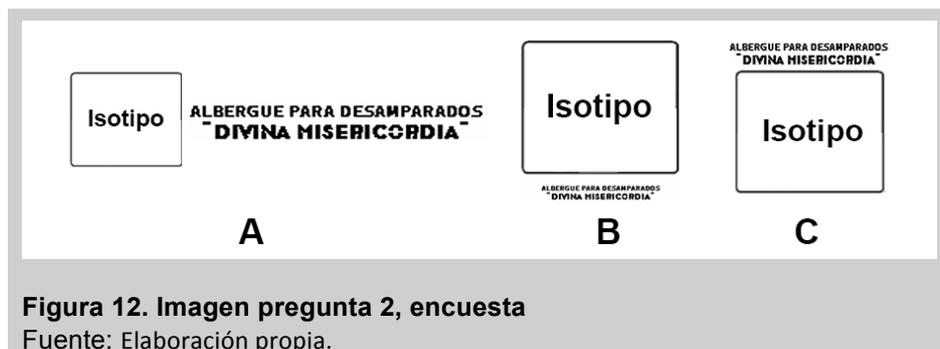
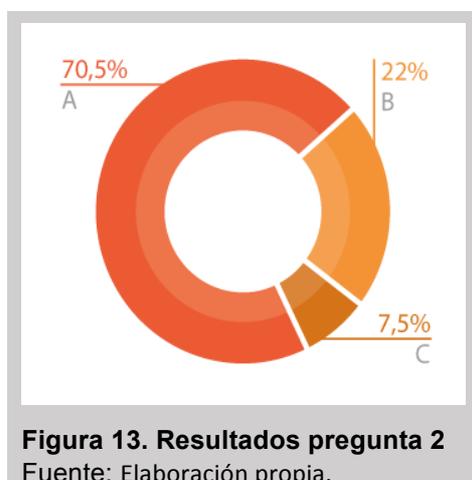
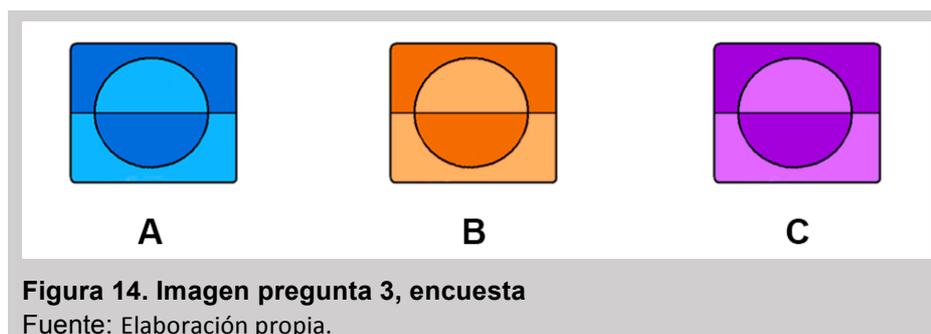


Figura 12. Imagen pregunta 2, encuesta
Fuente: Elaboración propia.

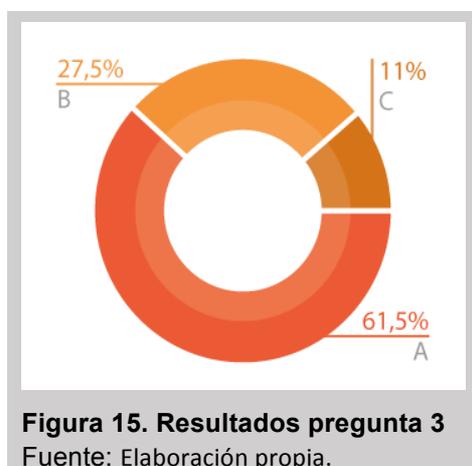
El 70.5% de los encuestados seleccionaron al texto en la parte derecha del isotipo, sin embargo la correcta ubicación que es en la parte inferior, tan solo obtuvo un 44%.



3.- Seleccione el correcto color del isotipo de la fundación.

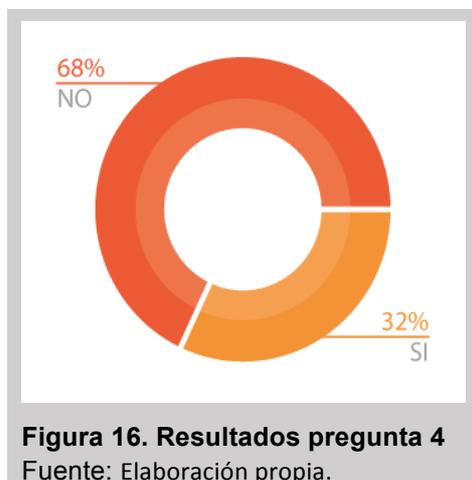


La mayoría de los encuestados reconocieron los colores reales del isotipo, es decir un 61.5%, lo que se puede interpretar como que los tonos celestes si son relacionados con la labor de la fundación.



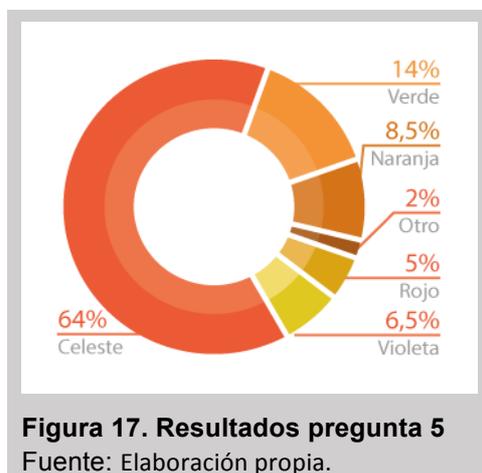
4.- ¿Conoce la ubicación geográfica de la fundación?

El desconocimiento de la dirección exacta de la fundación es grande, es así que el 68% de los encuestados no la conoce, reflejando un serio problema que afecta a la fundación.



5.- Seleccione el color que usted crea que represente la labor de la fundación

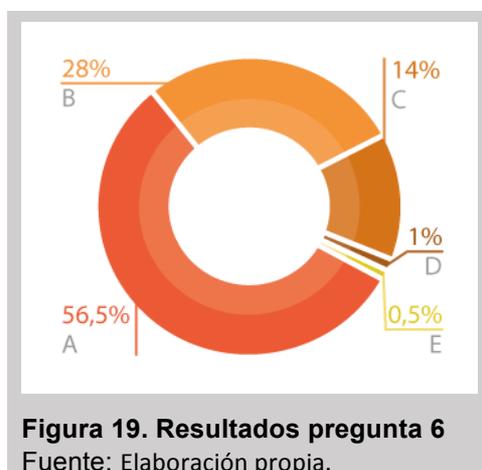
Según los encuestados, la labor de la fundación se representa mediante el color celeste (64%), seguido del verde (14%), naranja (8.5%), violeta (6.5%) y rojo (5%). El celeste es sustentado por su relación con el cielo y lo celestial.



6.- **Seleccione la figura con la que representaría a la fundación.**



Según los encuestados, la fundación se representa de muy buena manera utilizando unas manos (56.5%), porque lo relacionan con la ayuda y la colaboración; seguido está un corazón (28%) y una casa u hogar (14%).



2.1.3.4. Conclusiones

Después de haber analizado y tabulado las respuestas de las encuestas, se puede concluir que:

- El logotipo actual no está posicionado, a tal punto que ni su diagramación la pueden identificar.
- Lo único que reconocen plenamente es su cromática, lo que también puede ser intuición por la labor que desempeña la fundación.
- Muy pocos conocen su ubicación geográfica, es más, muchos supieron de la existencia de esta organización gracias a la encuesta.

- Los encuestados encuentran relación entre el color celeste y la figura de unas manos con la labor de la Fundación, elementos a tomar en cuenta para la realización de la nueva marca, por su afinidad con la población.

2.1.4. Análisis de proyectos similares

2.1.4.1. Fundación Dones de Misericordia

Es una institución sin fin de lucro y de beneficio social comunitario, creada en Cartagena, Colombia el 2 de agosto de 2005 con el fin de ofrecer calidad de vida a todo aquel que se encuentre en situación de abandono y su objetivo principal es brindar atención integral a adultos mayores, cubriendo sus necesidades cotidianas ya sean, físicas, económicas, sanitarias, culturales o espirituales. (Fundación Dones de Misericordia, 2015)



Figura 20. Fundación Dones de Misericordia, Colombia
Copyright 2015 por Fundación Dones de Misericordia.

La marca de esta fundación utiliza formas lineales (Ver Figura 20), que según la encuesta realizada, los machaleños la asocian con ayuda como, las manos y una casa (Ver Figura 19), pero las convierte en un todo utilizando las leyes de la Gestalt, donde Wertheimer junto con Koffka y Köler declaran que “ciertos elementos del campo perceptivo forman la figura mientras que otros forman el fondo, y cómo se agrupan los elementos de la figura” (Añaños, 2008). La ley que se encuentra es Figura y Fondo, que es, “donde la figura puede verse como fondo y viceversa, o representar dos imágenes distintas simultáneamente (Pereiro, 2007). En sí, el concepto es muy bueno al representar como una mano caritativa puede brindar un hogar para quien lo necesita. Además la cromática es igual a la elegida en la encuesta (Ver Figura 17), lo que indica que su aplicación si es factible.

2.1.4.2. Fundación Misericordia en Acción

Durante 17 años esta institución ha atendido a niños y adolescentes en situaciones de vulnerabilidad de la ciudad de Bogotá y toda Colombia, brindándoles atención integral a través de la creación de escenarios de protección y el desarrollo de acciones que permitan la garantía de sus derechos. Su visión, es establecer una estructura que otorgue las condiciones básicas para que cada niño y adolescente, junto con sus Familias, se conviertan en sujetos de influencia positiva para la sociedad. (Vida en Acción Iglesia Cruzada Cristiana, 2015)



El principio Gestalt de Similitud –“los estímulos más semejantes tienden a percibirse como formando parte de un mismo objeto” (Albusac, et al., 2006)- es notorio en esta marca al agrupar tres elementos que poseen cualidades similares, como forma y tamaño, y a pesar de la diferencia de color lo percibimos como una misma, que en este caso es la formación de la letra “M”. El concepto también es interesante, al connotar que si trabajamos juntos y unidos podemos lograr grandes cosas, como ayudar a los más necesitados.

2.1.4.3. Fundación San José para la adopción

La Fundación San José para la Adopción, es una institución privada, sin fines de lucro que trabaja con los tres protagonistas del proceso adoptivo: mujeres en conflicto con su embarazo, niños y padres adoptivos. Para ello

cuentan con cuatro áreas: Mujer Embarazada, Niños, Matrimonios Postulantes y Familia Adoptiva. (Ver Figura 23)



Hasta la actualidad, ha podido acoger a más de 6.000 mujeres en conflicto con su embarazo y a 1.985 niños. Al mismo tiempo, se han entregado 1.267 niños en adopción, contribuyendo a formar 903 nuevas familias. (Fundación San José, 2015)



La aplicación de la Marca San José en el resto de piezas gráficas, está gestionada de muy buena manera, al mantener la estructura básica de su forma, resultando sencillo reconocer, ya sea su iconografía o cualquier tipo de publicación. (Ver Figura 24)



Figura 24. Aplicación de la marca San José
Copyright 2015 por Fundación San José.

2.1.4.4. Fundación Adoptar

Es una ONG de Argentina, que se dedica a las siguientes temáticas:

- Protección y difusión de la convención Internacional de los Derechos del niño.
- Dirección y asesoramiento sobre búsqueda de orígenes biológicos.
- Asesoramiento sobre la adopción de niños, niñas y adolescentes.
- Lucha contra la explotación comercial y sexual de niños, niñas y adolescentes. (Cabrera, 2014)



Figura 25. Fundación Adoptar, Argentina
Copyright 2014 por Cabrera, Stefania.

El génesis de esta Marca se plantea desde elementos muy representativos para su fundación, como una familia con papá, mamá e hijo, un hogar y la letra "A" de adoptar, los mismos que están trabajados bajo el principio Gestalt de Figura y Fondo, donde podemos reconocer claramente el

concepto deseado. Además la cromática, que utiliza un solo tono con algunas variantes, resulta interesante, ya que la marca actual de Divina Misericordia está así, y los encuestados lo supieron reconocer plenamente. (Ver Figura 24)

2.1.4.5. Conclusiones

Luego de haber revisado proyectos similares que guardan relación en su labor, al atender a grupos vulnerables y brindarles protección, se puede concluir que:

- Figuras icónicas, como manos, son indispensables para plasmar y transmitir e interpretar su labor.
- Formas lineales, ayudan con el estilo minimalista.
- Leyes de la Gestalt, como Figura/Fondo y similitud son muy utilizadas.
- Denotación de letras principales de su nombre en el ícono del representador gráfico.
- Cromática, muy relacionada a las tonalidades frías, en especial al celeste y verde.
- Concepto, se lo connota de manera muy fácil y rápida.
- Aplicación en iconografía complementaria u otras piezas gráficas, debe mantener la estructura básica de la forma del representador gráfico.

Estas marcas son tomadas en cuenta para el desarrollo de este proyecto porque permiten conocer cómo otras fundaciones han generado sus marcas y cómo las están utilizando.

CAPÍTULO 3

Anteproyecto

3.1. Definición de criterios de diseño

3.1.1. Valor de marca

La fundación Albergue para desamparados “Divina Misericordia” es una institución que centra su labor en la AYUDA a personas desamparadas que sufren de alguna discapacidad mental, en condiciones de extrema pobreza. Divina Misericordia es la única organización de la ciudad de Machala que los acoge para proporcionarles mejores condiciones de vida, sin pedir nada a cambio.

Toda esta labor se realiza con base en el AMOR en Dios, reflejada en el amor hacia el prójimo, este amor según Escuela Trascendental Alas del Alma “es el principio que crea y sustenta las relaciones humanas con dignidad y profundidad” (2003). Además cuando, “se trata de un amor desinteresado que surge por el mero deseo de darse a los demás sin pretender nada a cambio” (Definicion.de, 2015) se trata de CARIDAD, valor de suma importancia para su funcionamiento como, en su labor.

3.1.2. Público objetivo

Para analizar el público objetivo, formado por los habitantes de la ciudad de Machala, en el proyecto se definen sus características para poder identificarlos posteriormente, ya que a pesar de que se quiere posicionar la marca en toda la población, existe un especial enfoque en la clase social media alta, por estar en mejores condiciones para realizar donaciones a la fundación.

Entre las principales características, está su nivel educativo, siendo en su mayoría de instrucción universitaria, por lo tanto su capacidad de asimilar y apreciar un mensaje abstraído es mayor, y lo prefiere por sobre algo descriptivo.

Otra característica de la clase social media alta a tomar en cuenta son sus gustos o preferencias, hacia lo estético y refinado, dando gran importancia a la cultura y ciencia, por esto lo elegante, simple, sencillo y limpio llama su

atención, es así que para el diseño de la marca es necesario utilizar un estilo minimalista, con formas estilizadas.

Las personas de clase social media alta cuentan con sus propias empresas o son ejecutivos de nivel medio, por ello la marca debe transmitir rápidamente lo que la fundación hace, y al mismo tiempo apelar a sus sentimientos, ya que ellos no cuentan con mucho tiempo como para recibir gran cantidad de información.

Con respecto a la cromática se define que debe ser sobria y armónica para relacionar el mensaje con la clase social media alta, reflejando la estabilidad y seriedad de la fundación, esto se realiza con una gama de colores análogos al celeste, color que es plenamente identificado con Divina Misericordia (Ver Figura 15).

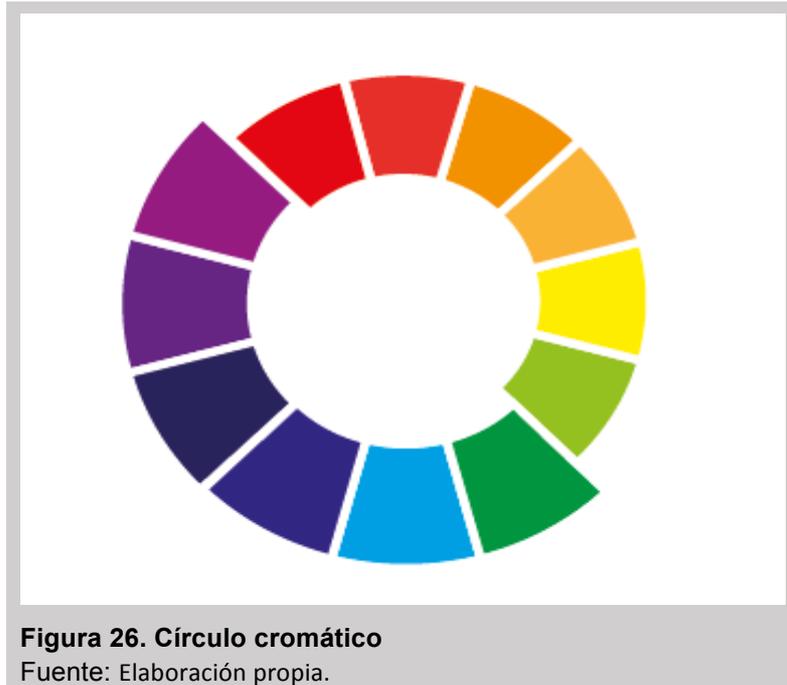
Por último, tomando en cuenta el sentido ético y religioso de este grupo social se apela a sus valores tanto éticos como morales, para que se sienta identificado con la fundación y sea su primera opción al momento de desear realizar alguna buena obra social.

3.2. Atractivo visual

Con la finalidad de que la marca transmita de manera idónea la información al público objetivo, a continuación se establecen los elementos de la comunicación visual presentes en el identificador gráfico de la fundación. Al definir estas características se logra un correcto diseño de la marca basada en su concepto y pensada para su público tanto interno como externo.

3.2.1. Color

Los colores principales que se utilizan son la gama de colores fríos (Ver Figura 26) y el blanco como recurso de contraste cromático e impacto del vacío en el identificador gráfico.



Sergio Ricupero (2007) en Diseño Gráfico en el aula trata sobre la psicología del color y el efecto que produce en los individuos, es así que para este autor el azul es tranquilo y simboliza profundidad, la placidez que provoca no es igual a la del verde, se lo asocia con el cielo, el mar y el aire. Además expresa confianza, armonía, afecto, amistad, amor. Del mismo modo, el verde, es tranquilo y sedante, pero con una calma indiferente, es decir que no transmite ni alegría ni tristeza, ya que evoca a la naturaleza y su frescor. Al ser el resultado armónico entre azul (cielo) y amarillo (sol), es el color de la esperanza; por ello expresa naturaleza, deseo, descanso, equilibrio. Mientras que el violeta, expresa cierto misterio, melancolía e introversión; pero es majestuoso, el color de la lucidez, templanza y reflexión. Si se lo deriva al lila, pierde ese potencial y evoca un mundo mágico y fantástico.



De la cromática seleccionada (Ver Figura 27) se utiliza para el identificador gráfico la gama de azules y violetas, ya que el azul abarca al celeste que, además de formar parte del logotipo actual de la fundación y ser reconocido plenamente (Ver Figura 15), es con el cuál las personas sienten relación con respecto a la labor de “Divina Misericordia” (Ver Figura 17). Del mismo modo se hace necesario la utilización del color violeta, por haber realizado abstracción de Divina Misericordia, no se quiere perder el concepto espiritual de la labor altruista de la fundación.

Cabe recalcar que, a pesar de ser una fundación de servicio y ayuda social se limita el uso de colores cálidos dentro de la cromática institucional, es más se adhiere al verde, por ser un color que no altera el ambiente de los pacientes, brindando relajación, aportando paz, calma y sosiego, ideal para personas con los problemas mentales que atiende la fundación (Ver anexo 7, pregunta 5).

3.2.2. Técnica

La herramienta principal para plasmar la esencia de la fundación en su marca es la ilustración. “Según Jeanette Collins: La Ilustración, a diferencia de la pintura, siempre debe realizar una función concreta: siempre debe tener una razón para existir” (Dalley, 1992, p.6). Además María Ruiz (1991) define a la ilustración como, “el factor icónico que complementa al texto” (p. 21).

A través de esta, se crea íconos, que es simplificar mensajes, tanto de unas manos (56,5%) como un corazón (28%), ya que son las figuras que las personas relacionan con la fundación (Ver Figura 19). Dichos iconos deben estar relacionados según las leyes de la Gestalt, es especial la de Fondo y Forma, para darle un estilo sencillo pero elegante, utilizando la abstracción – que es quedarse con el carácter funcional y eliminar detalles descriptivos- para así llegar al público meta, que aprecia lo funcional pero la estética será fundamental.

3.3. Construcción del identificador gráfico

El proceso de construcción del identificador gráfico de la fundación “Divina Misericordia” se realiza con el principal objetivo de establecer un vínculo entre el público objetivo con la fundación, así como su difusión y posicionamiento. Para Chaves y Belluccia (2008) un identificador gráfico no debe cargar con la responsabilidad publicitaria, una marca diseñada con el carácter estable, duradero, equilibrado propio de su discurso estratégico institucional, no tendrá problema de convivir en un anuncio publicitario por más agresivo o informal que sea (p. 22-25).

Este proceso ayuda a definir las características principales que se plasman en el identificador gráfico, para luego aplicarlo en cada pieza gráfica que se necesite en los sistemas comunicacionales internos y externos.

3.3.1. Conceptos generales

Para iniciar este proceso se determina palabras claves que describan la labor de la fundación, es este caso se escogen valores y sus representaciones gráficas. A partir de estas se realiza una lluvia (Ver Tabla 7) de ideas que faciliten la creación de diferentes soluciones gráficas. De este listado se

escogen las palabras que, resulten de mayor posibilidad de ser representado gráficamente identificando a la fundación.

El diseño de signos identificadores de alta calidad opera en un sentido estrictamente inverso: no adapta el mensaje al estilo sino el estilo al mensaje. Detecta el tipo de retórica gráfica más adecuada a la identidad de la institución concreta y la aplica al diseño de sus signos. (Chaves & Belluccia, 2008, p.15)

Tabla 7

Lluvia de ideas para el desarrollo del identificador gráfico

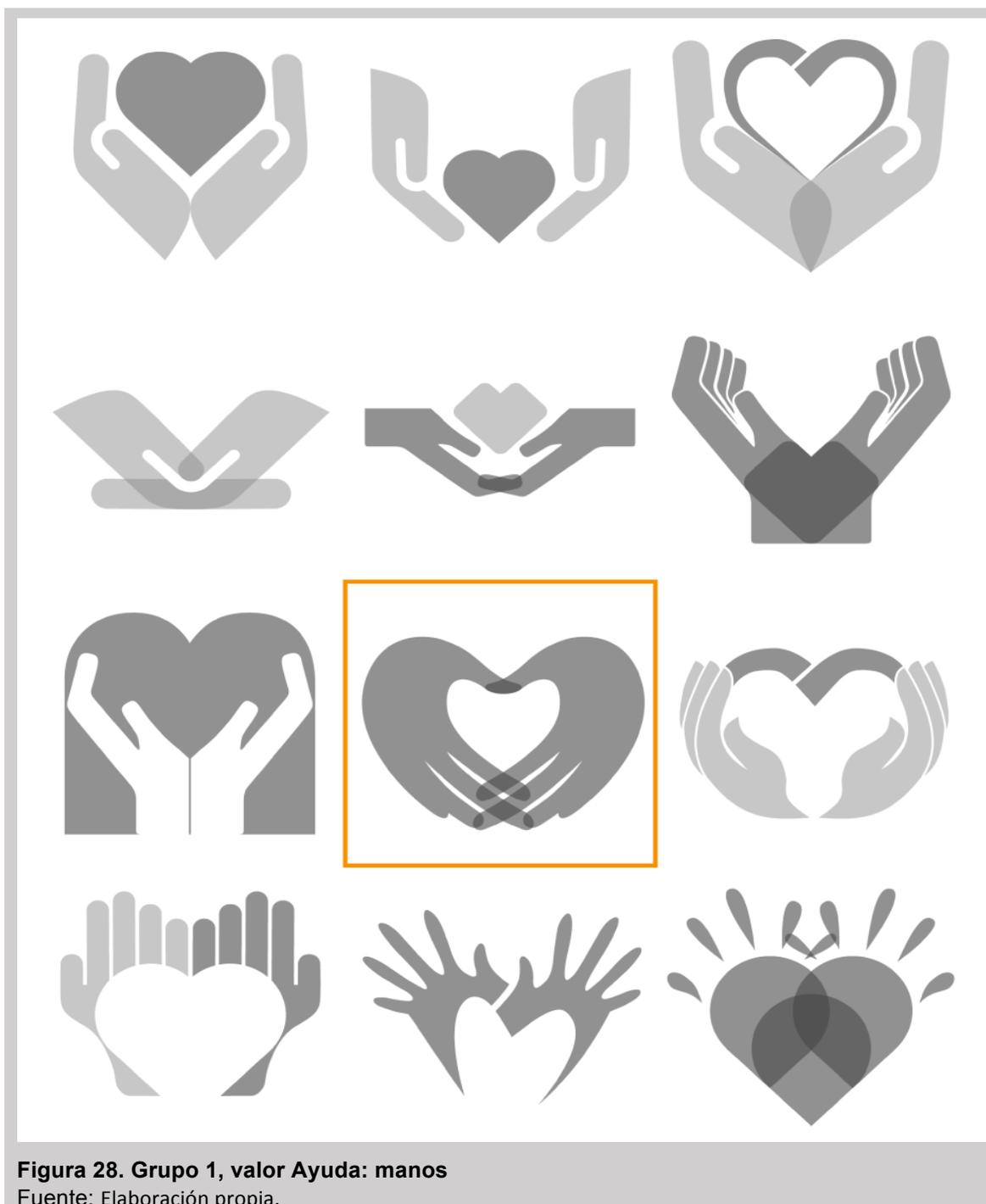
CONCEPTO	REPRESENTACIÓN
Ayuda	Manos abiertas
Amor	Corazón
Caridad	Mano extendida
Bondad	Mano tomando un corazón
Solidaridad	Varias manos tomándose las unas con las otras
Generosidad	Una mano con algo en ella
Espiritualidad	Una paloma
Servicio	Una mano sobre otra
Colaboración	Varias manos juntas
Compasión	Dos mano tomando un corazón
Voluntad	Mano extendida
Sencillez	Un corazón lineal
Desprendimiento	Dos manos con algo en ella

Nota. Fuente: Elaboración propia.

3.3.2. Iconización

Para Joan Costa (2003) la iconización empieza con la máxima fidelidad de una imagen o forma hasta llegar a la abstracción (p. 57). El mismo autor se refiere al proceso de abstracción citando a Giedion, como: “El medio más importante para organizar la excesiva diversidad de objetos que se presentan a nuestra percepción, nuestra imaginación y también a nuestro pensamiento” (Costa, 1989, p. 143).

De la lluvia de ideas (Ver Tabla 7) se utiliza toda la información, pero agrupadas en sus tres valores de la marca: ayuda –manos- (Ver Figura 28), amor –corazón- (Ver Figura 29) y caridad –mano- (Ver Figura 30); para ser representadas gráficamente de manera icónica y obtener una gráfica corporativa de alto rendimiento, definida por Chaves y Belluccia (2008) como, “aquella que da respuesta satisfactoria y completa a esas condiciones de identificación objetivas y particulares de cada caso en concreto” (p. 39).



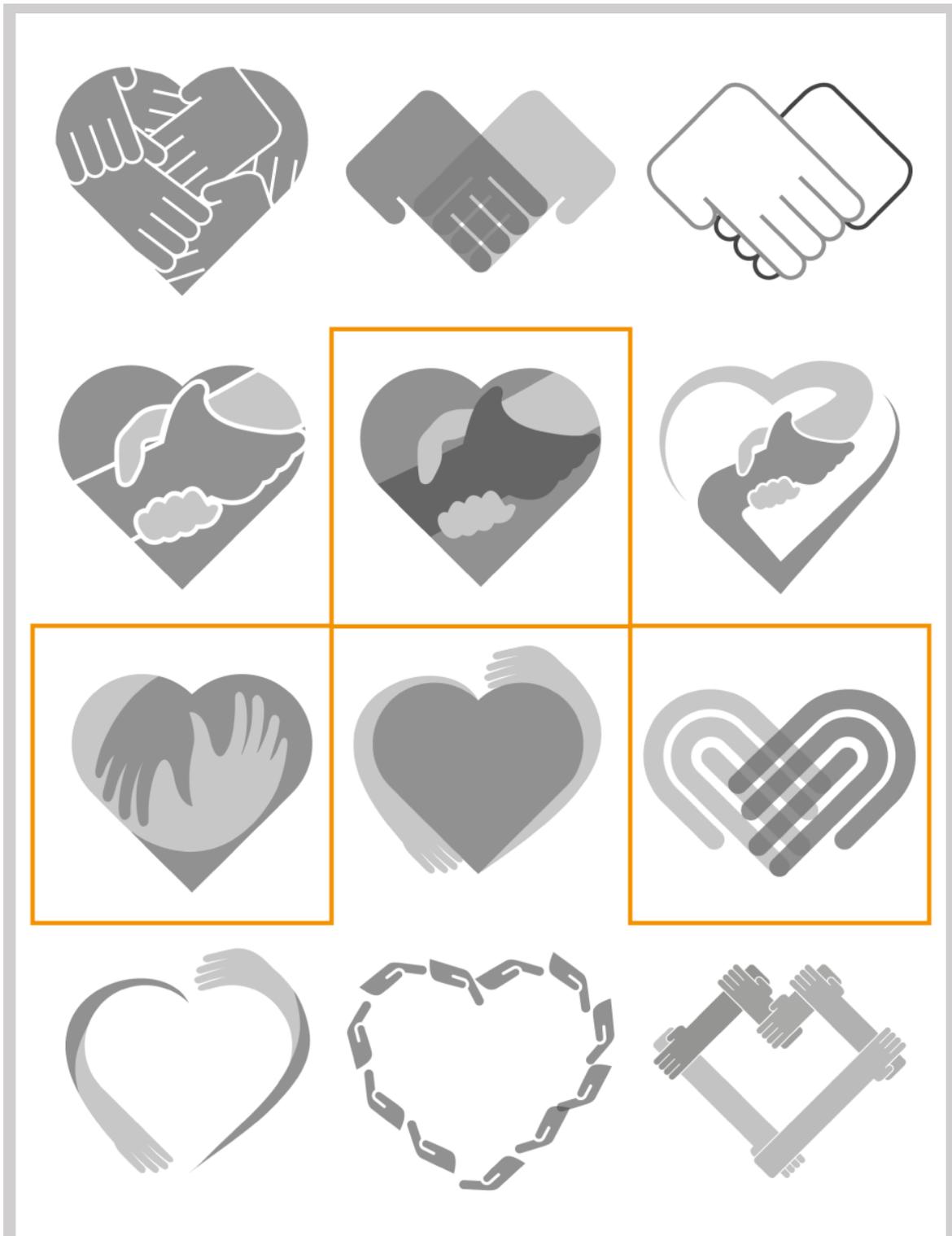
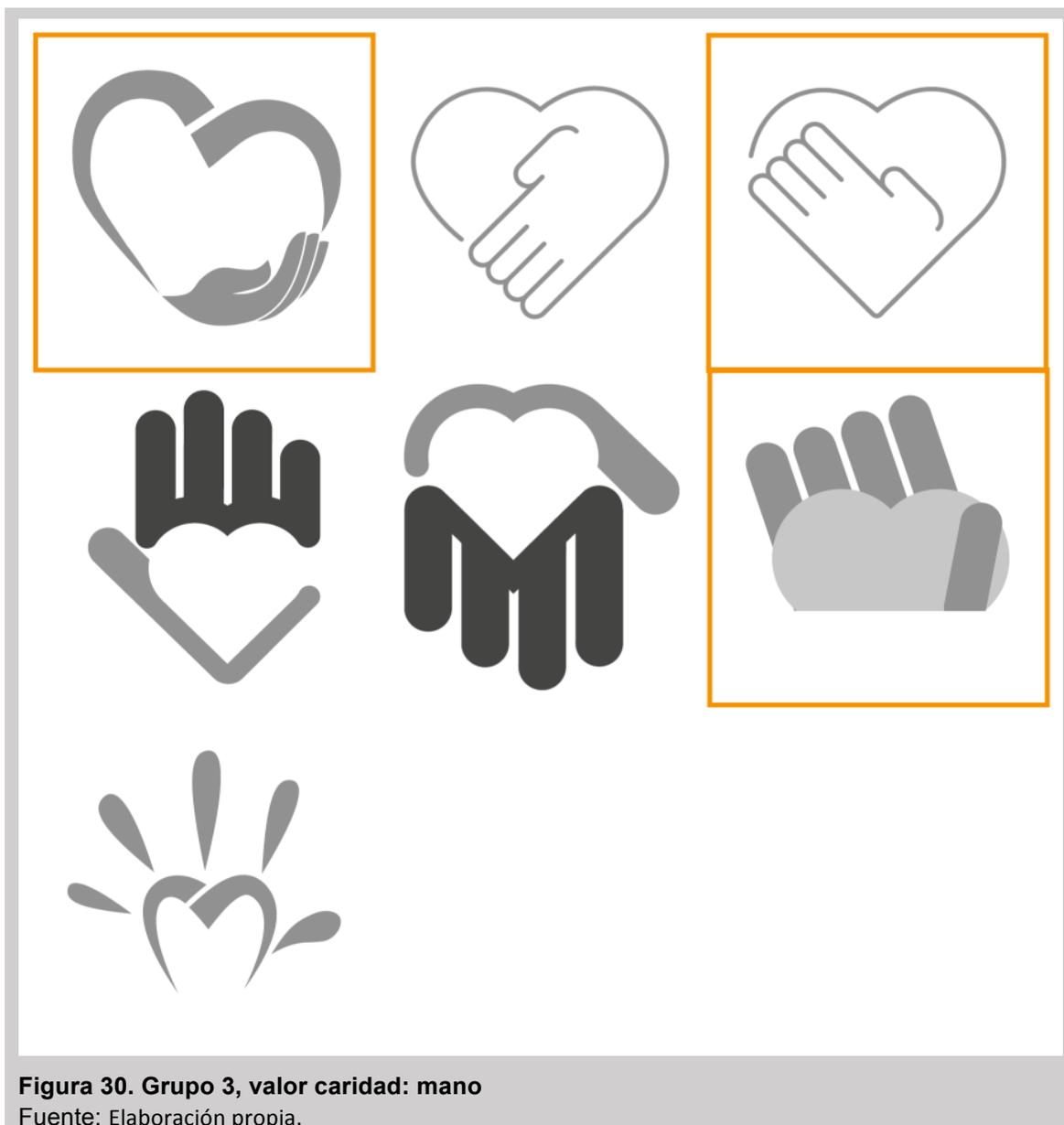


Figura 29. Grupo 2, valor Amor: corazón

Fuente: Elaboración propia.



Para Chaves y Belluccia (2008) establecen parámetros para considerar a un identificador gráfico de alto rendimiento, uno de ellos, la compatibilidad semántica, que define a los contenidos semánticos de un identificador como, la referencia directa y necesaria a la identificación de la organización y ésta, simplificada a su actividad económica. Además aclaran como única condicionante que, el signo no debe referenciar significados opuestos con a su identidad corporativa (p.46-47). De este modo se realiza un nuevo filtro en base a su nivel de abstracción e interpretación con respecto a su compatibilidad semántica.



Figura 31. Bocetos seleccionados por su grado de abstracción e interpretación
 Fuente: Elaboración propia.

Otros parámetros a considerar son: la reproducibilidad, para lo cual el identificador gráfico debe plasmarse sin problemas en distintos tipos de soportes materiales; muy relacionada pero diferente, la legibilidad, que es netamente perceptual e indica el nivel de reconocimiento visual de sus rasgos esenciales, pero depende de las condiciones de lectura a las que esté sometido; así también se considera, la inteligibilidad, claridad de decodificar su sentido por parte del público; y desde luego, la pregnancia, capacidad de una forma de ser recordada y grabada en la memoria del lector. (Chaves y Belluccia, 2008, p.51-54). Tomando en cuenta estos parámetros, se determina el siguiente filtro, siendo la evolución gráfica de los identificadores gráficos.



Para los mismos autores “la creatividad del diseño no reside, por lo tanto, en la mera originalidad de la forma del signo sino en la respuesta satisfactoria a todas las múltiples exigencias objetivas del caso en concreto” (2008, p. 40); de este modo se selecciona tres propuestas como iniciales.



Figura 33. Bocetos seleccionados como propuestas iniciales

Fuente: Elaboración propia.

3.3.3. Selección del arte inicial

Al concluir la iconización, se elige el ícono que cumpla los parámetros anteriormente mencionados y sea la opción más idónea para el identificador gráfico. Al ser analizados y expuestos tanto criterios como parámetros para el diseño de los bocetos iniciales (Ver Figura 33), los profesionales del diseño (12) deciden la utilización del segundo boceto, basándose en su inteligibilidad, pregnancia, reproducibilidad y legibilidad, así como por su minimalismo, elegancia y sobriedad, con la que resulta muy atractivo para su público objetivo.

Además se realiza cambios basados en su semántica y como resultado del focus group, formando así el ícono del identificador gráfico (Ver Figura 34).



Figura 34. Ícono del identificador gráfico

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Evaluación del arte inicial

Con el ícono del identificador gráfico definido, se inicia la evaluación por parte de profesionales del diseño (10), personal de la fundación (5) y representantes del público objetivo (5). La ponderación en el resultado, para cada grupo es de 50%, 30% y 20% respectivamente. Y se la considera así en relación al aporte que realiza a la investigación, ya sea, por sus conocimientos y criterios de diseño; conocimiento de la fundación y por su condición de público objetivo.

La tipografía, color y diagramación son las características más importantes al momento de diseñar el identificador gráfico, por ello son evaluados de manera independiente.

3.4.1. Tipografía

El texto constituye el complemento ideal del ícono, para comunicar efectivamente su concepto y sus valores, ante ello la elección tipográfica debe reforzar lo que el ícono transmite (Ver Tabla 8).

Tabla 8

Opciones para la tipografía



Opción 3

albergue para desamparados
DIVINA MISERICORDIA

Nota. Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. Color

El identificador gráfico solo utiliza colores violetas y azules en diferentes tonalidades (Figura 27). La decisión por determinada alternativa de su cromática se fundamenta en el grado de distinción de los elementos del ícono, así como de su representación conceptual (Ver Tabla 9).

Tabla 9

Opciones para el color

Opción 1	Opción 2	Opción 3
		

Nota. Fuente: Elaboración propia.

3.4.3. Diagramación

En la diagramación del identificador gráfico se presenta la forma horizontal, ya que en vertical se pierde legibilidad al ser reducido, por su gran cantidad de tipografía. En cada opción se alterna proporciones y alineaciones, con el fin de seleccionar, la que se considere legible, equilibrada y pregnante (Ver Tabla 10).

Tabla 10

Opciones para la diagramación

Opción 1

Opción 2

Opción 3


Nota. Fuente: Elaboración propia.

3.4.4. Resultados

Según la ponderación establecida a cada grupo, se obtienen los resultados y se define al identificador gráfico de la Fundación Albergue para desamparados “Divina Misericordia”.

La opción tipográfica escogida fue la primera, Amatraca Grotesque, de la familia tipográfica sans serif, de trazos rectilíneos y curvilíneos, pero con modificaciones en las terminales superiores, para que sean curvas y la letra “R”, por tener características específicas que podría generar ruido. Además la primera línea es con tipografía Century Gothic y en caja alta (Ver Figura 35).

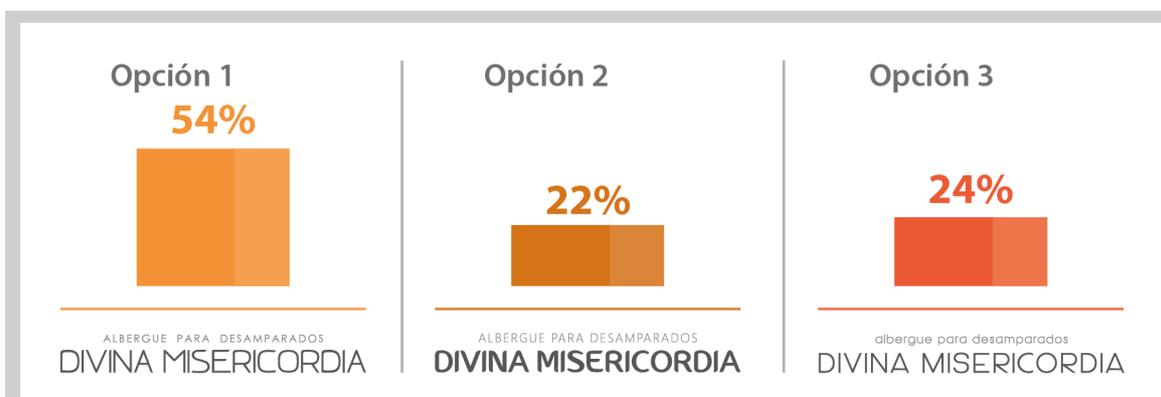


Figura 35. Resultados en la elección de tipografía

Fuente: Elaboración propia.

En relación a la cromática del identificador gráfico, la opción 3 fue elegida por los consultados. Esta se caracteriza por tener tonalidades más oscuras, resaltando su institucionalidad (Ver Figura 36).

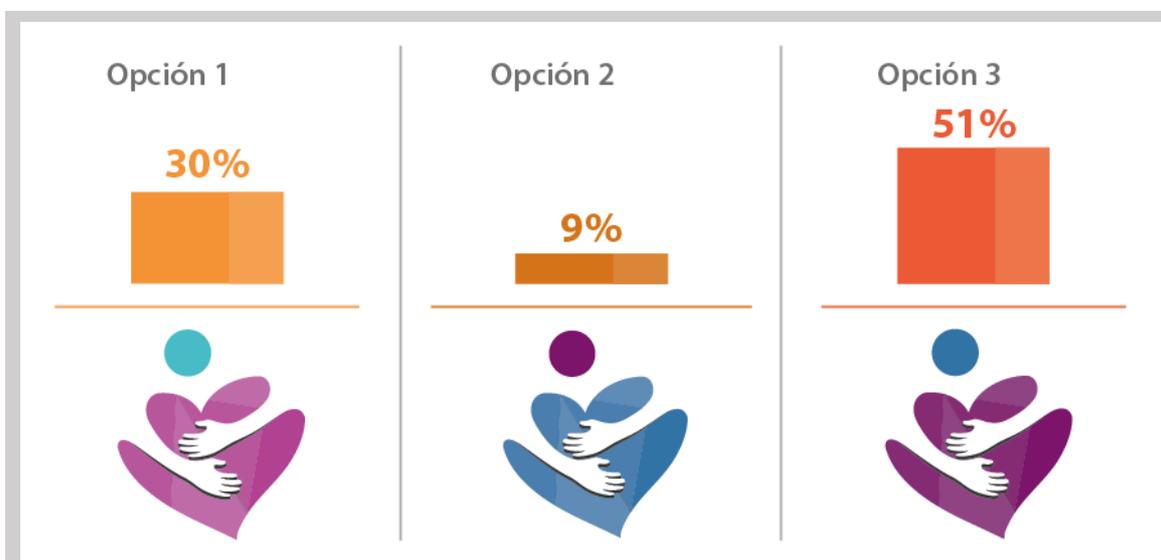


Figura 36. Resultados en la elección de cromática

Fuente: Elaboración propia.

La diagramación seleccionada por los encuestados fue la opción 2, por ser la más legible, equilibrada y organizada. Además permite que el texto sea legible hasta en pequeñas dimensiones (Ver Figura 37).

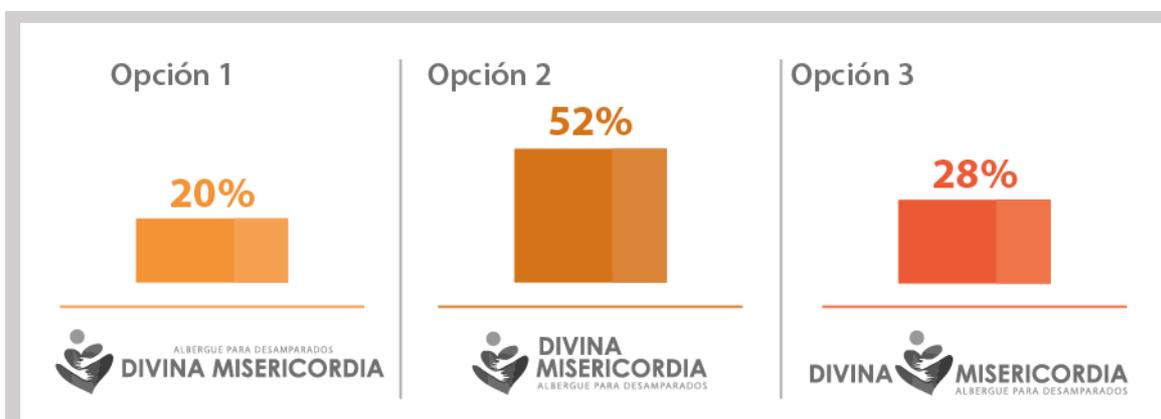


Figura 37. Resultados en la elección de diagramación

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Propuesta final

Terminada la evaluación realizada tanto en color, tipografía como diagramación, se elige la siguiente propuesta (Ver Figura 38) para ser el identificador gráfico de la fundación albergue para desamparados “Divina Misericordia”, buscando así ser una herramienta de difusión informativa en la ciudad de Machala.



Figura 38. Identificador gráfico de la fundación

Fuente: Elaboración propia.

El identificador gráfico definitivo está compuesto por: un isotipo icónico – diseñado en base a una imagen que representa un referente del mundo real o imaginario- y un logotipo tipográfico retocado –donde el nombre se escribe con una tipografía regular y se realizan arreglos particulares para aumentar su singularidad-, esto basado en la clasificación morfológica de los signos marcarios primarios de Chaves y Belluccia (2008, p. 33.34.)

El isotipo denota una persona –representa a la fundación- abrazando un corazón –que representa al paciente-, lo cual connota el cuidado desinteresado y lleno de amor hacia un corazón necesitado, lastimado y frágil –por ello la fragmentación-, otorgándoles más que un refugio, un hogar. Además las manos tienen un tamaño desproporcionado por ser las manos protectoras que cuidan de los pacientes.

El logotipo se visualiza en un solo bloque, con las palabras “albergue para desamparados” aumentado el tracking para quedar del mismo ancho que “Misericordia”. La tipografía seleccionada refleja la seriedad de la fundación pero también brinda estilo minimalista, aumenta así su estética; además la legibilidad es buena y permite reducir hasta pequeñas dimensiones.

CAPÍTULO 4

Proyecto

4.1. Línea gráfica definitiva

4.1.1. Construcción en retícula

A continuación se muestra la construcción y encuadramiento de los elementos del identificador gráfico sobre una trama modular, llamada retícula, con el propósito de garantizar la fidelidad en la proporciones. El módulo se define como un cuadrado de medida X (Ver Figura 39).



Klanten, Mischler & Bilz (2009) declaran como regla general que, “todos los signos deben ser proporcionados, y para esto se usa una retícula. Es necesario definir con precisión todos los elementos de un logo y las proporciones entre ellos” (p. 40).

Para la perfecta reproducción del identificador gráfico de la fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia” se recomienda el uso de los medios digitales a partir del original presentado en este trabajo.

Si por razones de superficie o tamaño resulta imposible la reproducción digital se debe hacer uso de la retícula; teniendo en cuenta que el identificador gráfico se encuadra en 31x9 módulos (Ver Figura 40), se debe aplicar regla de tres para su ampliación.



Figura 40. Identificador gráfico en base a proporciones con referencia X
Fuente: Elaboración propia.

Cabe recalcar que, por ningún motivo se podrá alterar las proporciones de ninguno de los elementos del identificar gráfico.

4.1.2. Área de protección

“Una vez creado el logo, hay que definir una zona de protección. La zona de protección garantiza que ningún otro elemento de diseño se colocará sobre el logo o el área circundante” (Klanten, Mischler, & Bilz, 2009, p. 40).

El identificador gráfico siempre debe contar con un margen de protección mínimo, el que corresponde al tamaño del elemento circular del identificador gráfico, que se define como X (Ver Figura 41).



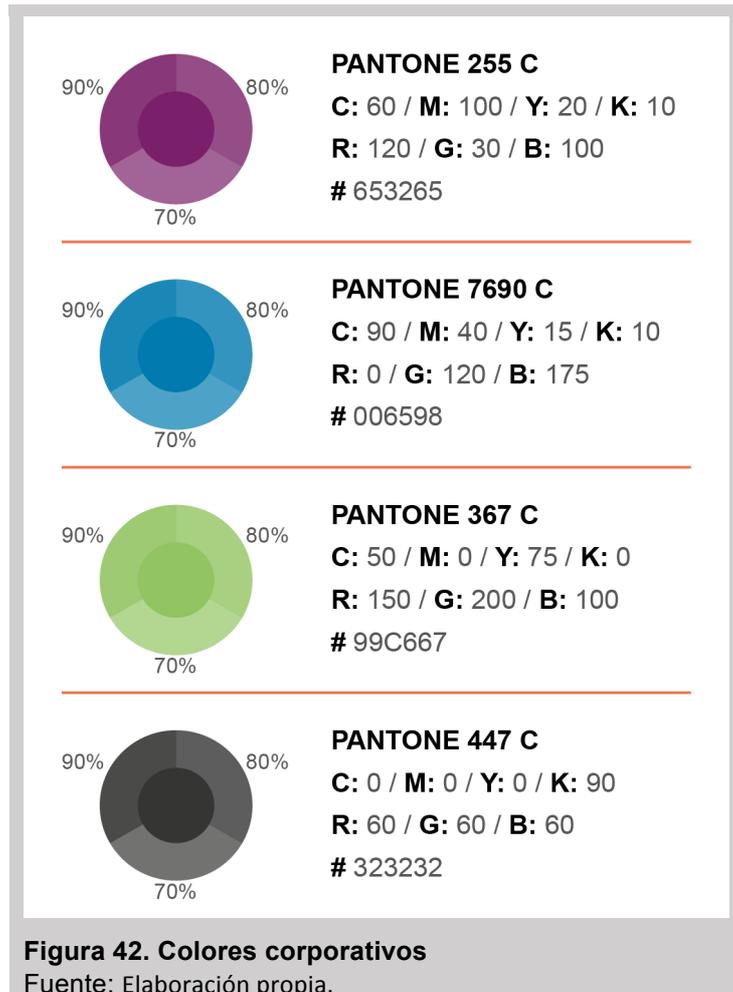
Figura 41. Área de protección mínima

Fuente: Elaboración propia.

A lo ancho se designa 2X a cada lado, mientras que a lo alto se define 4X, ya que al ser una isologotipo muy horizontal se debe evitar que otras marcas sean colocadas en la parte superior y compitan directamente, por ello se busca conseguir una estructura un poco más cuadrada, que brinde suficiente espacio vacío, dónde el identificador gráfico pueda ser percibido de mejor manera y gane protagonismo.

4.1.3. Cromática

En la Figura 42 se detalla los colores institucionales para la identidad gráfica de la fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia”, en códigos para tintas planas, medios impresos en cuatricromía y para medios digitales tanto en RGB, como en hexadecimales (RGB compatible con web que permite obtener uniformidad de colores utilizados en internet).



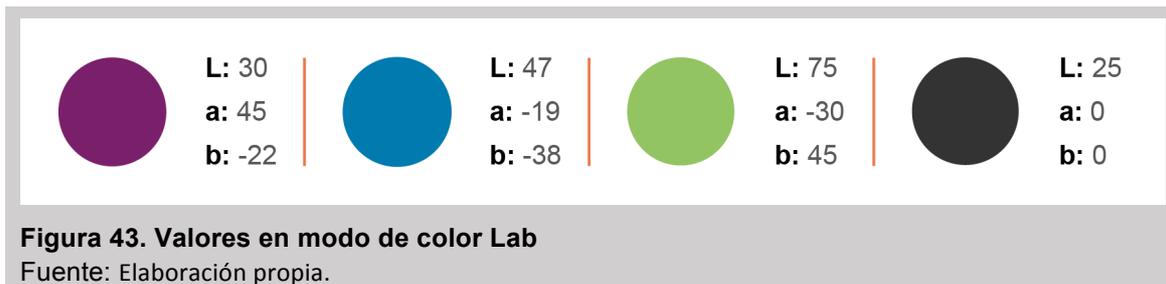
En ninguno de los casos es factible la utilización de colores que causen inconsistencias en la identidad.

4.1.4. Gestión de color

Para asegurar que no exista alteración de la cromática al momento de la impresión se procede a representarlo en modo de color Lab (Ver Figura 43), esto permitirá que el color sea impreso lo más parecido posible independientemente del tipo de soporte que se utilice.

El modelo de color Lab se basa en la capacidad de percepción del hombre, y está formado por un componente de claridad (Luminosidad) y dos parámetros cromáticos: el componente “a” (del verde al rojo) y el componente “b” (del azul al amarillo).

(Borges, Hirt, & Wulf, 2000, p. 339)



Además en la Tabla 11 se especifica el perfil básico de color que se debe tener en cuenta según el soporte donde se vaya a imprimir, así como los porcentajes CMYK de cada uno de ellos.

Tabla 11

Gestión del color CMYK según el soporte a imprimir

MATERIAL	PERFIL DE COLOR	COLORES			
					
Papel Bond Papel mate Cartulina mate	Uncoated	C: 50 M: 100 Y: 30 K: 5	C: 90 M: 35 Y: 15 K: 0	C: 40 M: 5 Y: 80 K: 0	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 90
Papel Couché Papel Satinado Papel Fotográfico	Coated	C: 65 M: 100 Y: 35 K: 0	C: 90 M: 45 Y: 20 K: 0	C: 40 M: 5 Y: 75 K: 0	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 90
Papel periódico	Newspaper	C: 50 M: 100 Y: 30 K: 20	C: 100 M: 50 Y: 20 K: 0	C: 45 M: 5 Y: 85 K: 0	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 90

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que existen algunas máquinas de impresión con perfiles de color propios, en esos casos es la imprenta la encargada de realizar la correcta conversión del perfil de color.

Además se recomienda tener cuidado especial en aquellas impresiones con el identificador gráfico a escala mínima, ya que en algunos casos, dependiendo el soporte y la técnica utilizada, puede perderse el estilo fraccionado del violeta; si esto llega a suceder se debe aumentar su diferencia entre tonos.

4.1.5. Variantes de aplicación

En los casos donde el identificador gráfico necesite ser aplicado sobre fondos de colores, es necesario analizar qué variación es la adecuada tomando en cuenta su legibilidad y leibilidad.

Por lo tanto, se define los fondos autorizados para la aplicación del isologotipo en sus colores nativos sobre blanco y gris, pero solo hasta el 15% (Ver Figura 44).



Para el uso sobre fondo con los colores corporativos se debe modificar el identificador gráfico, cambiando su tonalidad a blanco y quitando la fragmentación, con la finalidad de resaltarlo (Ver Figura 45).



DIVINA
MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

Fondo violeta institucional



DIVINA
MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

Fondo celeste institucional



DIVINA
MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

Fondo verde institucional



DIVINA
MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

Fondo gris institucional

Figura 45. Variantes de aplicación – Colores corporativos
Fuente: Elaboración propia.

Tanto la versión es Blanco/Negro (Ver Figura 46) como la de en escala de grises (Ver Figura 47) se hacen necesarias para aquellos casos donde no resulta posible utilizar más de una tinta, ya sea por motivos económicos o funcionales.

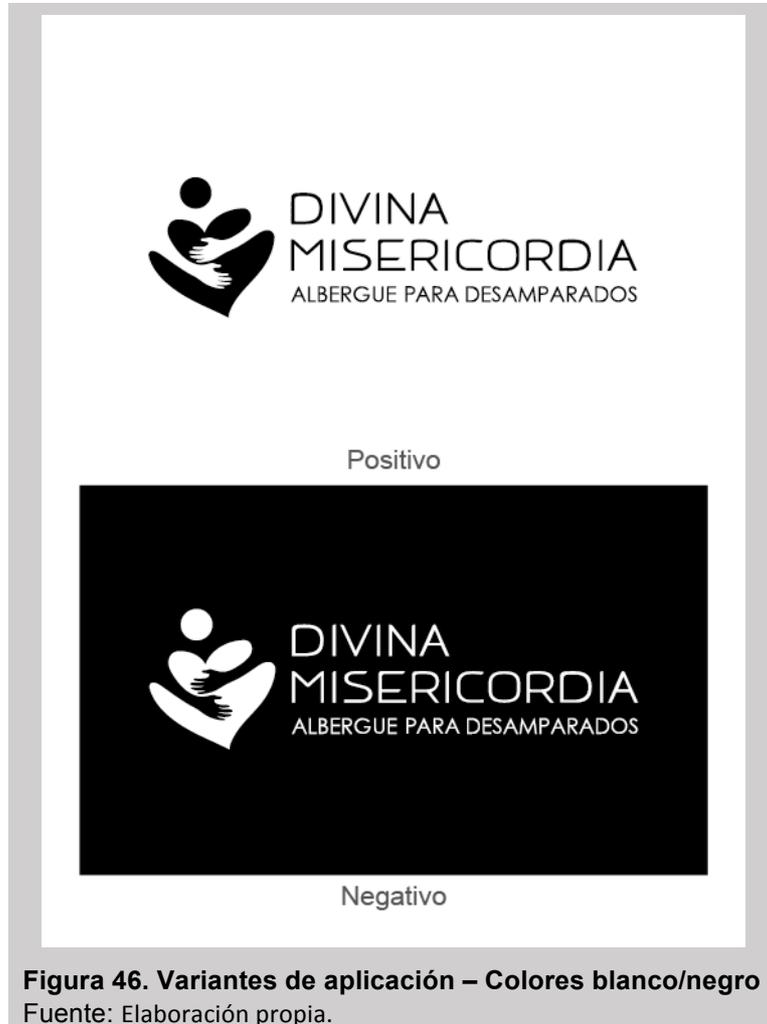


Figura 46. Variantes de aplicación – Colores blanco/negro
Fuente: Elaboración propia.



Figura 47. Variantes de aplicación – Escala de grises
Fuente: Elaboración propia.

4.1.6. Escala mínima

Para garantizar la correcta legibilidad de los elementos que forman el identificador gráfico, se establece en la Figura 48 los tamaños mínimos permitidos tanto para impresiones como para digital.



Figura 48. Escala mínima del identificador gráfico
Fuente: Elaboración propia.

El hecho de estandarizar la reducción mínima, no implica que no sea factible utilizar otros tamaños, proporcionalmente adecuados al medio en donde se aplique, al soporte y a la técnica utilizada.

4.1.7. Usos incorrectos

De acuerdo a situaciones particulares la imagen de la fundación puede verse afectada por usos incorrectos. No aplicar por ningún motivo la identidad gráfica en ninguna de las formas especificadas en las Figuras 49, 50 Y 51.





No deformar horizontalmente



No deformar verticalmente



No deformar en 45°



No utilizar el logotipo solo



No sustraer ningún elemento



No alterar el orden de los elementos

Figura 50. Usos incorrectos de forma del isotipo
Fuente: Elaboración propia.



No sobre colores existentes en el identificador



No sobre gradientes



No sobre colores muy saturados

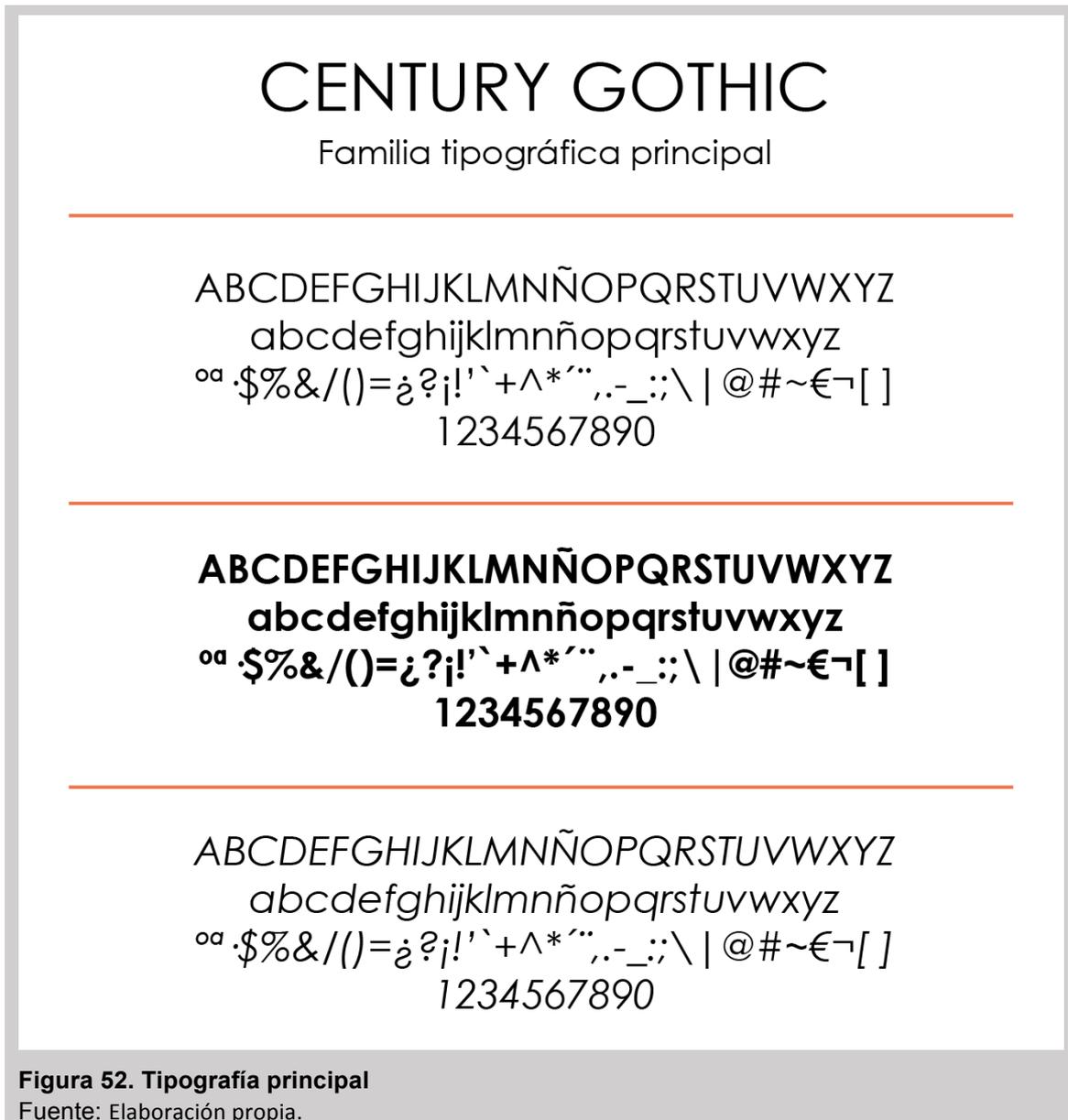


No sobre imágenes

Figura 51. Usos incorrectos del isotipo sobre fondos
Fuente: Elaboración propia.

4.1.8. Tipografía

La familia tipográfica Amatraca grotesque es de uso exclusivo del identificador gráfico. Por ellos se procede a especificar la familia tipográfica principal -utilizada para las piezas gráficas- (Ver Figura 52) y la familia tipográfica secundaria –utilizada para la comunicación interna y externa, como textos tanto administrativos como informativos- (Ver Figura 53).



VERDANA

Familia tipográfica secundaria

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
o a . \$ % & / () = ¿ ? ! ' ` + ^ * ' " , . - _ : ; \ | @ # ~ € ¬ []
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
o a . \$ % & / () = ¿ ? ! ' ` + ^ * ' " , . - _ : ; \ | @ # ~ € ¬ []
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*o a . \$ % & / () = ¿ ? ! ' ` + ^ * ' " , . - _ : ; \ | @ # ~ € ¬ []*
1234567890

Figura 53. Tipografía secundaria

Fuente: Elaboración propia.

4.1.9. Definición de elementos para sistema de comunicación

A continuación se procede a especificar todos los elementos a utilizar dentro del sistema de comunicación interno y externo (Ver Tabla 10), detallando la cantidad, dimensiones y contenido:

Tabla 10

Elementos del sistema de comunicación

PIEZA	INFORMACIÓN	CANT modelos	DIMENSIONES
Brochure	Información a transmitir, acompañada de información sobre la fundación.	5	A4 – 29,7 cm x 21 cm
Tarjeta de presentación	Identificador gráfico acompañado de información de contacto.	2	8,5 cm x 5,5 cm
Hoja membretada	Identificador gráfico acompañado de información de contacto.	1	A4 – 29,7 cm x 21 cm
Sobre carta	Identificador gráfico acompañado de información de contacto.	1	11 cm x 22 cm
Sobre bolsa	Identificador gráfico acompañado de información de contacto.	1	B4 – 25,7 cm x 36,4 cm
Carpeta	Identificador gráfico acompañado de información de contacto.	1	Para hojas A4 47 cm x 32 cm Con solapa interna
Estuche CD	Identificador gráfico acompañado de información de contacto.	1	12,5 cm x 12,5 cm
Sello	Identificador gráfico.	1	2 cm x 6 cm
Perfil Facebook	Identificador gráfico.	2	1200 px x 1200 px 1200 px x 444 px

Perfil twitter	Identificador gráfico.	2	1024 px x 1024 px 1500 px x 500 px
Perfil Instagram	Identificador gráfico	1	612 px x 612 px
Publicaciones digitales	Imagen e información a transmitir, acompañada de información sobre la fundación.	6	1200 px x 1200 px 1024 px x 512 px 612 px x 612 px
Publicación periódico	Imagen e información a transmitir, acompañada de información sobre la fundación.	1	¼ página - 12,5 cm x 16 cm -
Roll-up	Imagen e información del evento que se está realizando, acompañada de información sobre la fundación.	1	80 x 200m
Uniforme	Identificador gráfico.	1	Medidas estándar
P.O.P.	Material de apoyo publicitario y promocional con imagen de la fundación.	1	Bolsa – Libreta – Bloc de notas – Jarro – Camiseta

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.2. Desarrollo de piezas gráficas

Las piezas gráficas son realizadas según las necesidades de la fundación y bajo los criterios de diseño previamente establecidos.

4.2.1. Brochure

Está compuesto por una hoja de portada y cuatro hojas informativas, las que deben ser presentadas dentro de la carpeta institucional. En ellas está todo lo que es Divina Misericordia, quiénes son, qué realizan y cómo lo realizan, así como otros datos importantes sobre ellos. Se recomienda imprimir en papel couché mate.



DIVINA MISERICORDIA

ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

“La ayuda al necesitado ha estado siempre en nuestros corazones, es un don que se lo lleva dentro, como un mandato de Dios, sin embargo esa pequeña chispa no se enciende hasta sentir en carne propia determinada necesidad.”

Figura 54. Brochure: Hoja de portada

Fuente: Elaboración propia.

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una **Organización No Gubernamental** formada por laicos que, nos hemos comprometido a brindar ayuda a **personas desamparadas que padecen discapacidad por enfermedades mentales**, en condiciones de extrema pobreza, las que han sido rescatadas de las calles de nuestra ciudad para proporcionarles una vida digna con calidad humana, mediante una atención profesional y personalizada, en procura de que **recuperen su amor propio y autoestima** con miras a reinsertarlos en la sociedad y en su núcleo familiar.



MISIÓN

Brindar acogida, alimentación, vestuario, atención médico-siquiátrica permanente, terapias-físicas, psicológica y espirituales, a personas en estado de indigencia, a los más pobres de entre los pobres con el más alto nivel de calidad y calidez descubriendo que en cada uno de ellos se manifiesta el rostro vivo de Jesucristo, siendo esta la motivación principal que anima el trabajo constante tanto de directivos, personal, y voluntariado comprometido.



VISIÓN

Ser un centro evangelizador donde los laicos comprometidos podamos vivenciar el mensaje de Cristo, practicando el amor, la solidaridad, y una entrega constante por rescatar a nuestros hermanos desamparados que viven en condiciones precarias y de completo abandono. Ser líder de una organización ágil, innovadora, transparente y autosustentable, dirigida por un dinámico voluntariado de alto nivel participativo, tendiente a prestar ayuda solidaria a la población de nuestra colectividad, tanto en el campo médico como en el social.

Figura 55. Brochure: Hoja 1

Fuente: Elaboración propia.

NUESTRA LABOR

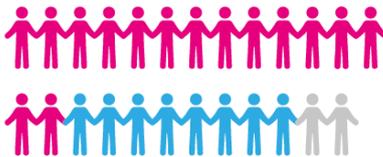


Nuestro albergue pasó a ser un centro de sanación integral, que busca tanto la sanación física, psicológica, psiquiátrica como la sanación interior.

En los años que lleva nuestro centro, se ha alcanzado la estabilidad y mejoría tanto física como emocional de casi todos sus pacientes, a través del trato humano y personalizado, brindado por parte de sus directivos, personal administrativo y su voluntariado. Además se ha logrado que recobren su autoestima y ganas de vivir, se ha podido reinsertar a muchos de ellos en su núcleo familiar; a pesar de nuestras limitaciones, no existe la palabra imposible, porque hemos descubierto que las enfermedades del alma, producto del abandono, frustraciones, desolaciones e injusticias, "solo el amor lo cura".

CAPACIDAD

25
pacientes



METAS



Dar atención a un número mayor de pacientes

Para ello se está mejorando su infraestructura para duplicar su capacidad actual.



Orientar al voluntariado hacia la misión

Con un mayor número de pacientes se necesitará, más personas colaborando con la fundación.



Reintegrar un mayor número de pacientes a la sociedad

Cabe resaltar que en todos los casos no es factible

Figura 56. Brochure: Hoja 2

Fuente: Elaboración propia.

SERVICIOS

PACIENTES



Rescatarlos de las calles



Alojamiento



Alimentación



Atención médica



Terapias físicas



Terapias espirituales



Atención permanente



Reinserción en la sociedad

VOLUNTARIADO



Seminarios



Charlas



Grupos de oración



Preparación a la misión



Asistencia espiritual



Participación en actividades de autogestión



Participación en actividades programadas



Atención personalizada a pacientes

Figura 57. Brochure: Hoja 3

Fuente: Elaboración propia.

FINANCIAMIENTO

DONACIONES



Alimentos



Medicina



Ropa



Dinero

MICROEMPRESA



Venta de
postres



Venta de
comida



Venta de artesanías
y origamis



Organización
de eventos

OTROS



Plan padrino



Donaciones de
personas jurídicas



Aportes de
organismos
internacionales

“Permítanos seguir sirviendo, sea parte de esta noble causa, déjenos ser sus manos para continuar cerrando heridas del alma, del tiempo, del desamor, las injusticias y el abandono”



Cuenta de ahorros Banco del Pacífico: **1012318205**
Nombre: **Albergue para desamparados Divina Misericordia**

23 años
sanando
corazones

Figura 58. Brochure: Hoja 4

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2. Tarjeta de presentación

Se realiza dos modelos de tarjetas de presentación, uno para la fundación (Ver Figura 59) y otro personalizado, con nombre, cargo y celular del trabajador (Ver Figura 60). En ambos casos el diseño es por anverso y reverso. Se sugiere su impresión en couché de 300 gr.



Figura 59. Tarjeta de presentación de la fundación

Fuente: Elaboración propia.



Figura 60. Tarjetas de presentación personalizada
Fuente: Elaboración propia.

4.2.3. Hoja membretada

Un solo modelo que debe ser utilizado para todo tipo de comunicación escrita, tanto interna como externa.



DIVINA MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

Machala, 24 de septiembre de 2015

FARFÁN ESTRUCTURAS METÁLICAS
Sr. Jorge Farfán B.
GERENTE PROPIETARIO
Ciudad,

Estimado Sr. Farfán:

Nos dirigimos a usted de la manera más respetuosa y a la vez nos presentamos.

Somos una Organización No Gubernamental comprometidos a brindar ayuda a personas desamparadas que padecen discapacidad por enfermedades mentales, en condiciones de extrema pobreza, las que han sido rescatadas de las calles de nuestra ciudad para proporcionarles una vida digna con calidad humana.

La presente tiene por objeto solicitar de su colaboración para poder continuar con nuestra importante labor. Sabemos de su interés por la ayuda social, por lo que estamos seguros de contar con su apoyo.

Adjunto a esta carta información necesaria de cómo convertirse en un socio colaborador. De esta manera permitirá que nuestros pacientes puedan seguir siendo parte de un hogar.

Por último queremos pedirle que asuma el compromiso de difundir esta nota entre sus amigos y allegados. Estos angelitos a los que llamamos pacientes esperan una respuesta de su parte. No podemos fallarles.

Atentamente,



María del Cisne Loaiza
Directora

Florida sector 6 09 84 488 789 - 09 87 389 887 (07) 2 790 922 divina.misericordia.ec@gmail.com

Figura 61. Hoja membretada
Fuente: Elaboración propia.

4.2.4. Sobre carta

Se recomienda imprimir en papel bond de 90 gr.



Figura 62. Sobre carta

Fuente: Elaboración propia.

4.2.5. Sobre bolsa

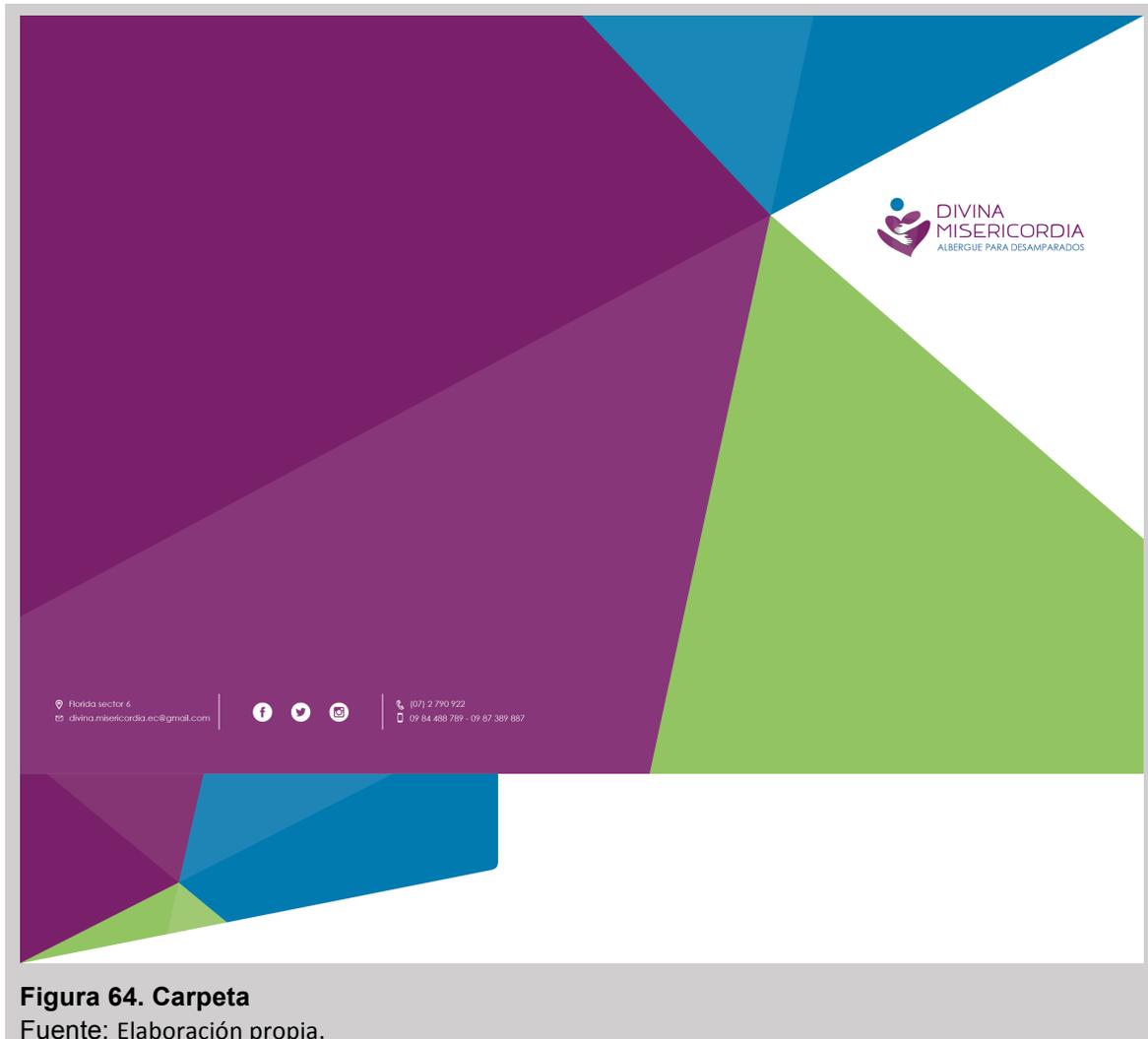
Con la finalidad de aumentar su resistencia se sugiere imprimir en papel bond de 120 gr.



Figura 63. Sobre bolsa
Fuente: Elaboración propia.

4.2.6. Carpeta

La carpeta se diseña con colores fuertes para que sea reconocida y memorable, y se la debe utilizar para llevar o entregar todo tipo de documentos de la fundación. Se recomienda imprimir en couché de 300 gr.



4.2.7. Estuche CD

Todo CD utilizado por la fundación debe ser entregado y/o transportado en el estuche institucional, que es impreso en papel bond de hasta 90 gr.



Figura 65. Estuche CD

Fuente: Elaboración propia.

4.2.8. Sello



Figura 66. Sello

Fuente: Elaboración propia.

4.2.9. Perfil Facebook



Figura 67. Portada Facebook

Fuente: Elaboración propia.

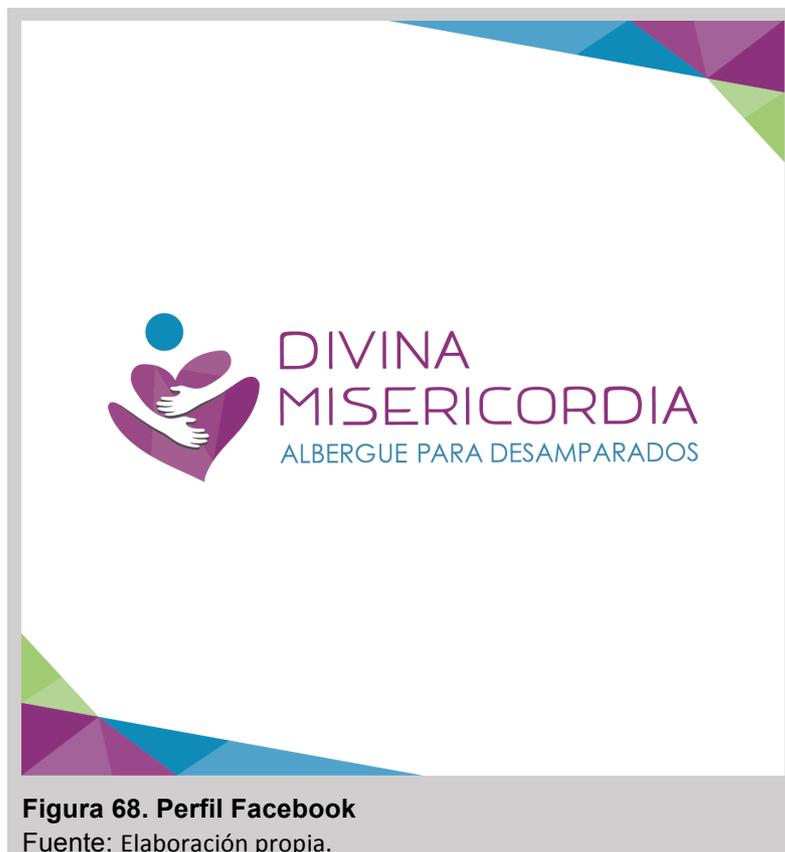
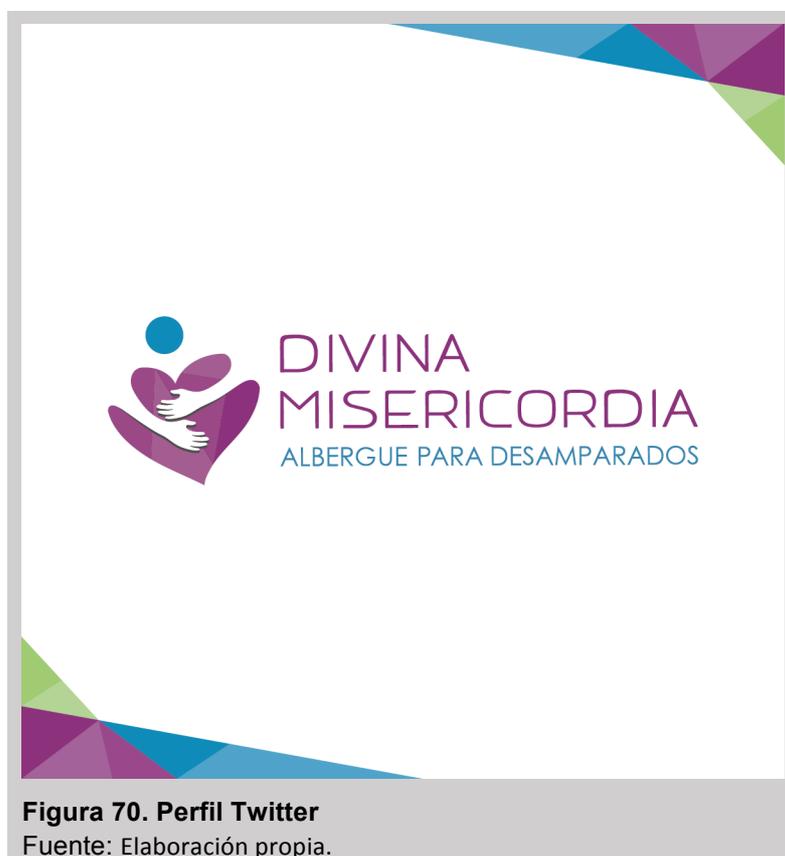


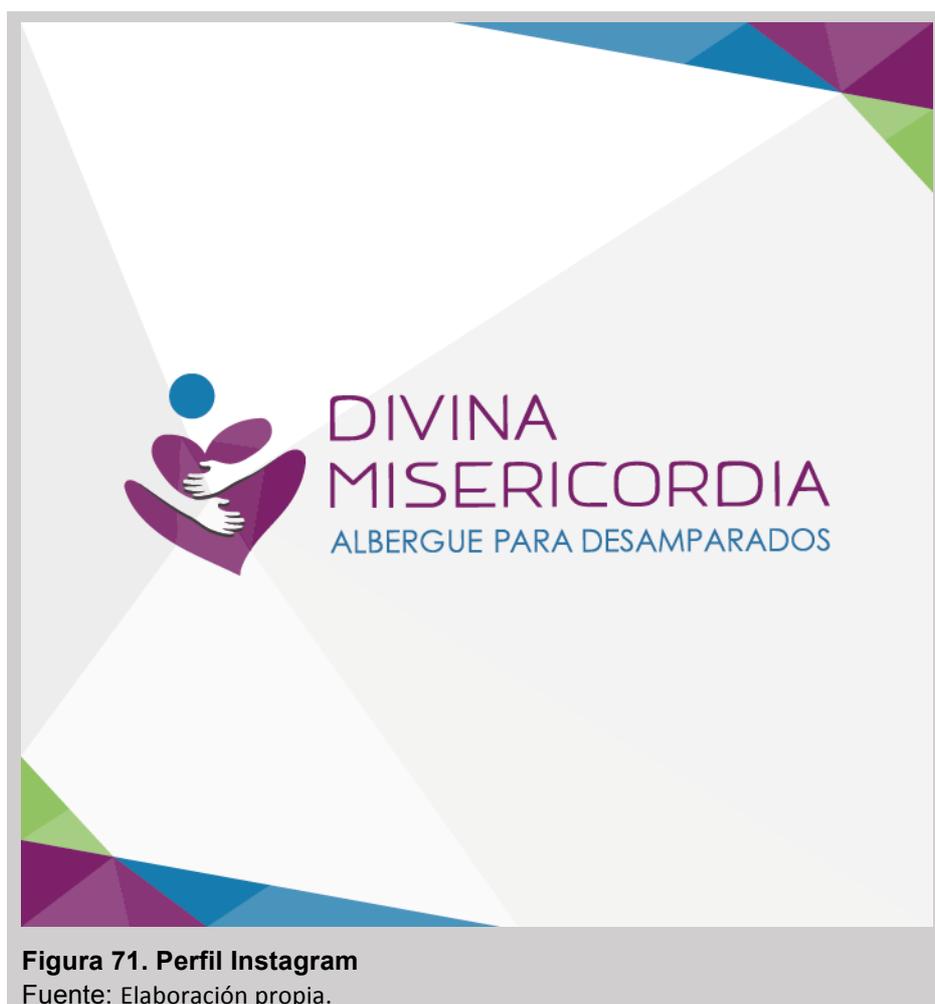
Figura 68. Perfil Facebook

Fuente: Elaboración propia.

4.2.10. Perfil Twitter



4.2.11. Perfil Instagram



4.2.12. Publicaciones Digitales

Para publicaciones en redes sociales se plantea de dos tipos, unas para publicaciones frecuentes, dónde llevará algún versículo bíblico que hable sobre ayudar al prójimo acompañado de una imagen que refuerce ese concepto; el otro tipo de publicaciones se utiliza para promocionar eventos que realice la fundación. En todos los casos de debe incluir un hashtag, el identificador gráfico e información de contacto de la fundación.



Bienaventurado
aquel que es generoso
con el pobre
Proverbios 14:21



Florida sector 6
(07) 2 790 922
09 84 488 789 - 09 87 389 887
divina.misericordia.ec@gmail.com

Síguenos:



Figura 72. Publicación frecuente Facebook
Fuente: Elaboración propia.

20-27
septiembre

CÁMARA DE
INDUSTRIAS
DE EL ORO
Av. Palmeras y 13ava Sur

Stand 15

Cafetería,
heladería y repostería

#UnSaborParaElAlma

 DIVINA
MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

📍 Florida sector 6
☎ (07) 2 790 922
📠 09 84 488 789 - 09 87 389 887
✉ divina.misericordia.ec@gmail.com

Síguenos:



Figura 73. Publicación promocional de evento para Facebook
Fuente: Elaboración propia.

En el caso de Twitter, se debe tomar en cuenta que en la línea de tiempo, solo permite ver la imagen en una proporción 2:1 alineada al centro, por ello se debe presentar siempre la información más relevante para que invite a abrir la imagen y que puedan leer todo su contenido.

#AyudanosAyudar



Bienaventurado
aquel que es generoso
con el pobre

Proverbios 14:21



DIVINA
MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

📍 Florida sector 6
☎ (07) 2 790 922
☎ 09 84 488 789 - 09 87 389 887
✉ divina.misericordia.ec@gmail.com

Síguenos:



Figura 74. Publicación frecuente para Twitter

Fuente: Elaboración propia.

20-27
septiembre

CÁMARA DE
INDUSTRIAS
DE EL ORO
Av. Palmeras y 13ava Sur

Stand 15

Cafetería,
heladería y repostería

#UnSaborParaElAlma

DIVINA
MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

Florida sector 6
(07) 2 790 922
09 84 488 789 - 09 87 389 887
divina.misericordia.ec@gmail.com

Síguenos:



Figura 75. Publicación promocional de evento para Twitter

Fuente: Elaboración propia.

Para Instagram se puede utilizar la misma publicación de Facebook, cambiando su tamaño a 710 px x 710 px.

4.2.13. Publicaciones periódico

En los casos donde haya la oportunidad de publicar en periódicos, se recomienda hacerlo para promocionar algún evento a realizarse.

20-27
septiembre

CÁMARA DE
INDUSTRIAS
DE EL ORO
Av. Palmeras y 13ava Sur

Stand 15

Cafetería, heladería
y repostería

 DIVINA
MISERICORDIA
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

📍 Florida sector 6
☎️ (07) 2 790 922
📞 09 84 488 789 - 09 87 389 887
✉️ divina.misericordia.ec@gmail.com

Síguenos:



Figura 76. Publicación para periódico

Fuente: Elaboración propia.

4.2.14. Banner Roll up

En los eventos a realizarse, se debe llevar un banner roll up, como pieza gráfica de identificación de la fundación.

 **DIVINA MISERICORDIA**
ALBERGUE PARA DESAMPARADOS

“LA AYUDA AL NECESITADO HA ESTADO SIEMPRE EN NUESTROS CORAZONES, ES UN DON QUE SE LO LLEVA DENTRO, COMO UN MANDATO DE DIOS, SIN EMBARGO ESA PEQUEÑA CHISPA NO SE ENCIENDE HASTA SENTIR EN CARNE PROPIA DETERMINADA NECESIDAD”

📍 Florida sector 6
☎ (07) 2 790 922
☎ 09 84 488 789 - 09 87 389 887
✉ divina.misericordia.ec@gmail.com

Síguenos:



Figura 77. Banner Roll up
Fuente: Elaboración propia.

4.2.15. Uniforme

El uniforme se limita a una camiseta con cuello y el identificador gráfico bordado, esto debido a que existen limitantes económicas.



Figura 78. Uniforme

Fuente: Elaboración propia.

4.2.16. Material P.O.P.



Figura 79. Bolsa

Fuente: Elaboración propia.



Figura 80. Libreta
Fuente: Elaboración propia.



Figura 81. Bloc de notas
Fuente: Elaboración propia.



Figura 82. Jarro

Fuente: Elaboración propia.



Figura 83. Camiseta

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Implementación y verificación de las piezas gráficas



Figura 84. Papelería básica institucional
Fuente: Elaboración propia.



Figura 85. Brochure
Fuente: Elaboración propia.



Figura 86. CD

Fuente: Elaboración propia.



Figura 87. Periódico

Fuente: Elaboración propia.

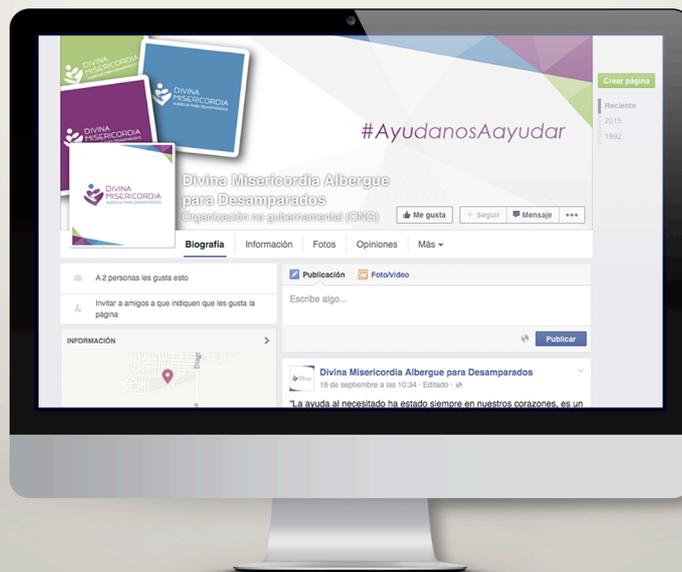


Figura 88. Facebook

Fuente: Elaboración propia.

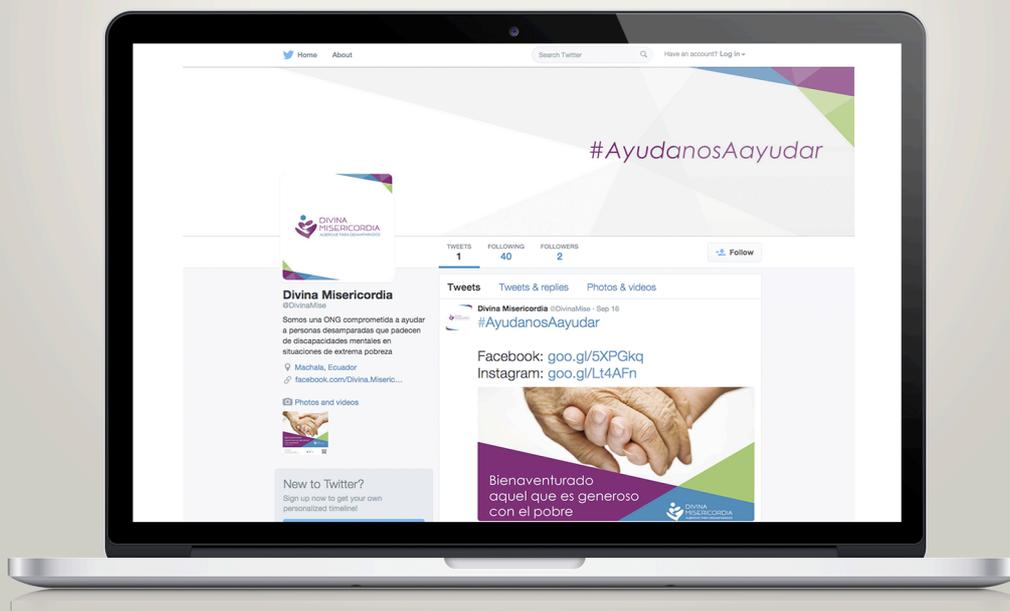


Figura 89. Twitter

Fuente: Elaboración propia.

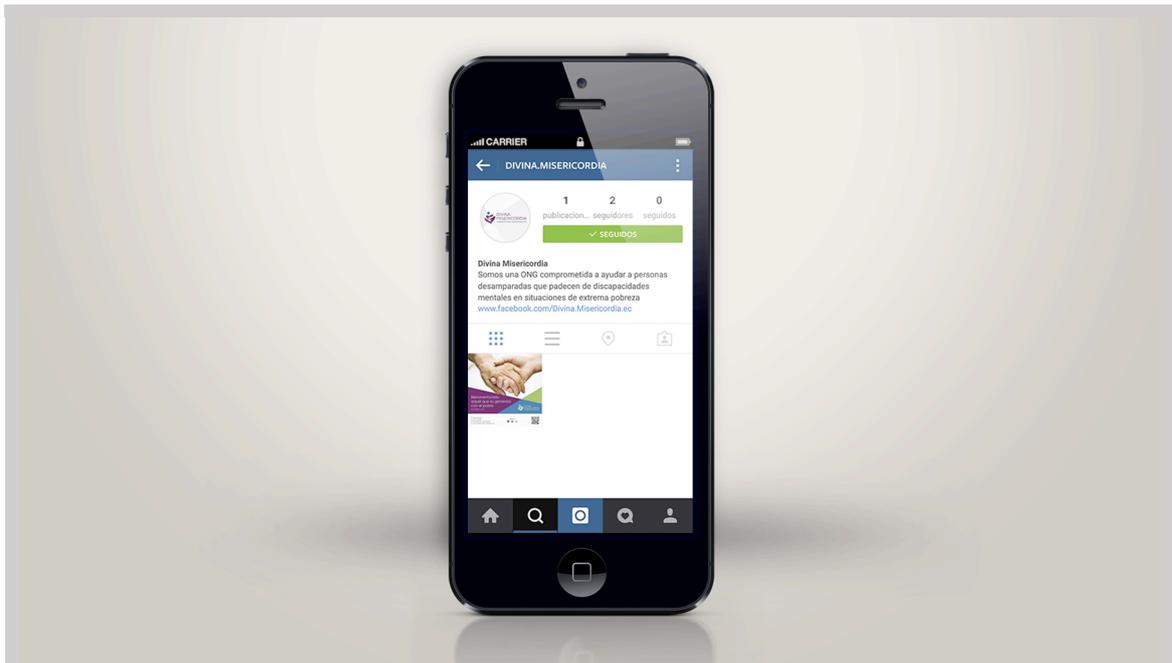


Figura 90. Instagram
Fuente: Elaboración propia.



Figura 91. Camiseta color
Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 5

Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

Luego de realizar la identidad gráfica básica de la Fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia”, se concluye que:

- La Fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia” no es conocida por la comunidad machaleña, sin embargo su obra social es de gran importancia para esta población, es por ello que los criterios de diseños se orientan a reflejar sus valores de marca y brindar un atractivo visual, pensando en su público objetivo.
- Al ser coherente el identificador gráfico con la labor de la fundación permite desarrollar una línea gráfica adecuada que genere confianza y sirva de referente tanto para el sistema de comunicación, como para futuras campañas publicitarias.
- El sistema de comunicación interno y externo correctamente gestionado se convierte en una herramienta de difusión informativa entre los habitantes de la ciudad de Machala, contribuyendo así al posicionamiento de la marca, en especial en su público meta.

5.2. Recomendaciones

Al finalizar el presente proyecto, se recomienda:

- Implementar la presente identidad gráfica en la organización, ya que mediante el sistema de comunicación se espera que el público se involucre de manera directa con la fundación, optando por algún método de ayuda con los que cuenta la organización.
- Presentar el identificador gráfico de manera formal al personal que labora en la fundación, para que se genere ese sentido de relación e identificación desde el primer momento.
- Gestionar la inclusión de la fundación dentro de Google Maps para aumentar su presencia en la web y permitir a los interesados encontrar su ubicación geográfica de manera sencilla y confiable.
- Realizar futuras campañas publicitarias en redes sociales, para generar difusión y posicionamiento de la marca, aprovechando el gran alcance y bajo recurso económico empleado en este medio.

Este es el primer paso para posicionar a la Fundación Albergue para Desamparados “Divina Misericordia” dentro de la ciudad de Machala y en un futuro de la provincia y del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albusac, J., Arroba, F., Belanche, J., Conty, A., Domínguez, R., Fernández, J., . . . Vayá, G. (2006). *Tecnologías libres para síntesis de imagen digital tridimensional*. Ciudad Real: Lulu.com. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=JSO9SOEy0SkC&pg=PA70&dq=leyes+de+la+percepci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0CCAQ6AEwAGoVChMIpJnXjID4xglVCqQeCh1FxQbx#v=onepage&q=leyes%20de%20la%20percepci%C3%B3n&f=false>

Añaños, E. (2008). *Psicología y comunicación publicitaria*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

Ávila Baray, H. L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Cuauhtemoc: Edumet.

Borges, M., Hirt, T., & Wulf, A. (2000). *Gran libro Adobe In Design 1.5*. Barcelona: Marcombo.

Cabrera, S. (2014). *Rediseño de Imagen de Marca: Fundación Adoptar. (Tesis inédita)*. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/detalle_tp.php?id_docente=80216&id_blog=21701

Chaves, N., & Belluccia, R. (2008). *La marca corporativa: gestión técnica del diseño de signos identificatorios institucionales*. Buenos Aires: Paidós.

Costa, J. (1989). *Imagen Global*. Barcelona: CEAC.

Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Medellín: Universidad De Medellín.

Dalley, T. (1992). *Guía completa de ilustración y diseño: técnicas y materiales*. Madrid: Hermann Blume ediciones.

Definicion.de. (2015). *Definición de caridad*. Obtenido de Definicion.de Sitio Web: <http://definicion.de/caridad/>

- Escuela Trascendental Alas del Alma. (2003). *Valores humanos para compartir: Amor*. Obtenido de Angel de la guarda Sitio Web:
<http://www.angeldelaguarda.com.ar/valores/amor.htm>
- Fundación Divina Misericordia. (s.f.). *Reseña Histórica y Estado actual de la fundación: Documentación propia*. Machala.
- Fundación Dones de Misericordia. (2015). *Quiénes somos*. Obtenido de Fundación Dones de Misericordia Sitio Web:
<http://donesdemisericordia.org/sample-page-2/>
- Fundación San José. (2015). *Quiénes somos*. Obtenido de Fundación San José Sitio Web: <http://www.fundacionsanjose.cl/inicio/nosotros/>
- Garza Mercado, A. (2007). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades*. México, D. F.: El Colegio de Mexico AC.
- Gobierno Nacional del Ecuador. (2012). *Ley Orgánica de Discapacidades*. Obtenido de Consejo Nacional para la igualdad de Discapacidades Sitio Web: http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/ley_organica_discapacidades.pdf
- Gobierno Nacional del Ecuador. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Obtenido de Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo : <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- Grima, P. (2011). *La certeza absoluta y otras ficciones: los secretos de la estadística*. Barcelona: RBA Libros.
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2010). *Hombres y mujeres del Ecuador en cifras III*. Obtenido de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf

- INEGI. (s.f.). *Clasificación de tipo de discapacidad*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática Sitio Web: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/aspectosmetodologicos/clasificadoresycatalogos/doc/clasificacion_de_tipo_de_discapacidad.pdf
- Jiménez Zarzo, A. I., & Calderón García, H. (2004). *Dirección de productos y marcas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Klanten, R., Mischler, M., & Bilz, S. (2009). *Pequeño sabelotodo: el sentido común para diseñadores*. S. L.: Index Book.
- Loaiza, M. d. (18 de Mayo de 2015). Antecedentes de la fundación. (J. Farfán González, Entrevistador)
- Núñez Montero, I. (2003). *Relaciones Públicas*. Santiago: RIL editores.
- Organización Mundial de la Salud. (2004). *Invertir en salud mental*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud Sitio Web: <http://whqlibdoc.who.int/publications/2004/9243562576.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (2006). *Manual de recursos sobre salud mental, derechos humanos y legislación de la OMS*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud Sitio Web: http://www.who.int/mental_health/policy/legislation/WHO_Resource_Book_MH_LEG_Spanish.pdf?ua=1
- Organización Mundial de la Salud. (2010). *Informe sobre salud mental y desarrollo*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud Sitio Web: http://www.who.int/mental_health/policy/mhtargeting/es/
- Organización Mundial de la Salud. (2011). *Informe mundial sobre la discapacidad*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud Sitio Web: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/es/
- Organización Mundial de la Salud. (Diciembre de 2013). *Salud mental: un estado de bienestar*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud Sitio Web: http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/es/

- Pereiro, G. (2007). *La evolución es creatividad: El pensamiento circular*. Buenos Aires: Kier.
- Ramos Padilla, C. G. (1991). *La comunicación: un punto de vista organizacional*. México: Trillas.
- Ricupero, S. A. (2007). *Diseño Gráfico en el aula: guía de trabajos practicos*. Buenos Aires: Nokubo.
- Ruiz Llamas, M. G. (1991). *Ilustración gráfica en periódicos y revistas de Murcia (1920-1950)*. . Murcia: EDITUM.
- Vida en Acción Iglesia Cruzada Cristiana. (2015). *Fundación Misericordia en Acción*. Obtenido de Vida en Acción Iglesia Cruzada Cristiana Sitio Web: <http://vidaenaccionicc.org/fundacion-misericordia-en-accion/>

ANEXOS

Anexo 1.

FILOSOFÍA INSTITUCIONAL

QUIÉNES SOMOS

Somos una ONG sin fines de lucro formada por laicos que sintiendo el llamado de Jesús nos hemos comprometido, a brindar ayuda a personas desamparadas que padecen discapacidad por enfermedades mentales, en condiciones de extrema pobreza, las que han sido rescatadas de las calles de nuestra ciudad para proporcionarles una vida digna con calidad humana, reconociendo en cada uno de ellos el rostro de Jesús vivo. Mediante una atención profesional y personalizada, en procura de que recuperen su amor propio y autoestima con miras a reinsertarlos en la sociedad y en su núcleo familiar, lo que se ha logrado a través de la dotación de: alojamiento, alimentación, atención médico – psiquiátrica, terapias físicas, psicológica y espirituales, y suministro de medicina especializada diaria.

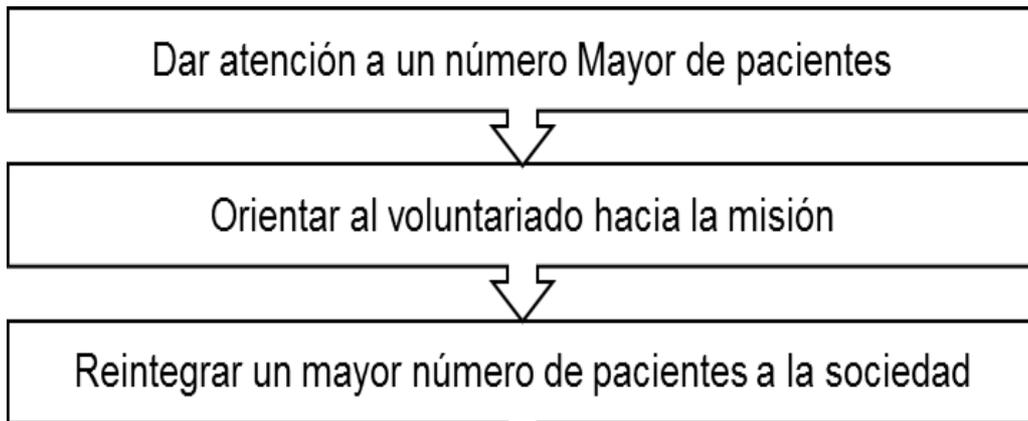
MISIÓN

Brindar acogida, alimentación, vestuario, atención médico-siquiátrica permanente, terapias-físicas, psicológica y espirituales, a personas en estado de indigencia, a los más pobres de entre los pobres con el más alto nivel de calidad y calidez descubriendo que en cada uno de ellos se manifiesta el rostro vivo de Jesucristo, siendo esta la motivación principal que anima el trabajo constante tanto de directivos, personal, y voluntariado comprometido.

VISIÓN

Ser un centro evangelizador donde los laicos comprometidos podamos vivenciar el mensaje de Cristo, practicando el amor, la solidaridad, y una entrega constante por rescatar a nuestros hermanos desamparados que viven en condiciones precarias y de completo abandono. Ser líder de una organización ágil, innovadora, transparente y autosustentable, dirigida por un dinámico voluntariado de alto nivel participativo, tendiente a prestar ayuda solidaria a la población de nuestra colectividad, tanto en el campo médico como en el social.

METAS:



Anexo 2.

SERVICIOS QUE PRESTA A LA PRESENTE EL ALBERGUE “DIVINA MISERICORDIA”

- Alojamiento
- Alimentación
- Vestuario
- Dotación de Medicamentos
- Atención médico siquiátrica periódica
- Terapias físicas, recreativas, ocupacionales
- Terapias espirituales
- Cuidados permanentes de sus internos (a través del voluntariado y personal de planta)
- Evangelización
- Conferencia de motivación, liderazgo y auto estima
- Formación de voluntariado (misionero)

Anexo 3

FUNCIONES BÁSICAS DEL PERSONAL

ADMINISTRADOR (1): Alojamiento, vestuario, alimentación, supervisa trabajo de personal, velar por el bienestar de los internos, encargado de terapias ocupacionales.

AUXILIAR ADMINISTRATIVO (1): Iguales funciones que administrador.

PSIQUIATRA (1): Atención y control (físico mental) de internos.

AUXILIARES DE ENFERMERIA (3): Suministro de medicina, alimentación, vestuario, cuidados permanentes.

AUXILIARES SERVICIO (2): Limpieza, guardianía, mantenimiento instalaciones, entre otros.

COCINERA (1): Preparación de alimentos.

Anexo 4

LOGOTIPO DE LA FUNDACIÓN



Anexo 5

CUESTIONARIO DE ADMISIÓN DE PACIENTES

CUESTIONARIO DE ADMISION PACIENTES							
CONDICIONES	SI	NO	SI/NO	VALORACION (0 - 5)	RANGO DE INTERES	LIMITANTE	OBSEVACIONES
ES PERSONA DESAMPARADA					(4 - 5)	DEBE SER ALTA	
TIENE PROBLEMAS MENTALES					(0 - 3)	DEBE SER MEDIA	QUE LA PODAMOS ATENDER
TIENE SOLO PROBLEMAS PSICOLOGICOS					0	NO SE LO PUEDE ADMITIR	
RECIBE INGRESOS (MONTE PIO, JUBILACION)					(0 -3)	NO ES LIMITANTE PARA RECIBIRLO	
NECESITA ATENCION PERSONALIZADA					(0 -2)	DEBE SER BAJA	SE DESENVUELVE CON UN POCO DE AYUDA
ES INDEPENDIENTE					(0 -3)	DEBE SER MEDIA	
ES DE EXTREMA POBREZA					(4 -5)	DEBE SER ALTA	
PRESENTA OTRO TIPO DE ENFERMEDADES CLINICAS					(0 -3)	DEBE SER MEDIA	TRATABLES Y MANEJABLES
SU ENFERMEDAD CLINICA ES TRATABLE					(0 -3)	DEBE SER MEDIA	
TIENE FANATISMO RELIGIOSO					(0 -2)	DEBE SER BAJA	QUE NO DESASTEBILICE AL RESTO DE PACIENTES
ES MANEJABLE					(4 -5)	DEBE SER ALTA	
POSEE DEPENDENCIA (ALCOHOL O DROGAS)					0	NO SE LO PUEDE ADMITIR	
PRESENTA MANIAS SEXUALES					0	NO SE LO PUEDE ADMITIR	
TIENE ENFERMEDADES INFECCION CONTAGIOSAS TERMINALES					0	NO SE LO PUEDE ADMITIR	
POSEE ENFERMEDADES TERMINALES					0	NO SE LO PUEDE ADMITIR	
SE ENCUENTRA EN ESTADO DE GESTACION					0	NO SE LO PUEDE ADMITIR	
TIENE CONDUCTA SUICIDA					0	NO SE LO PUEDE ADMITIR	
ES DE LA TERCERA EDAD					(4 - 5)	DEBE SER ALTA	NO INFLUYE SI NO ES DE LA TERCERTA EDAD
ES MAYOR DE EDAD					(4-5)	DEBE SER ALTA	
EL LABERGUE CUENTA CON CAPACIDAD ECONOMICA PARA ATENDERLO					5	SI NO ES CINCO NO SE LO PUEDE ADMITIR	
EL ABERGUE CUENTA CON ESTADO FISICO PARA ATENDERLO					5	SI NO ES CINCO NO SE LO PUEDE ADMITIR	
TIENE COMPORTAMIENTO PSICOPATAS TRATABLES					(0 -2)	DEBE SER BAJA	
PODRA ADAPTARSE EN EL CENTRO					5	SI NO ES CINCO NO SE LO PUEDE ADMITIR	
ESTAMOS EN CAPACIDAD DE ATENDERLO					5	SI NO ES CINCO NO SE LO PUEDE ADMITIR	
SE LO PUEDE ATENDER PROFESIONALMENTE					5	SI NO ES CINCO NO SE LO PUEDE ADMITIR	
TIENE CONDUCTA AGRESIVA TRATABLE					(0 -3)	DEBE SER MEDIA	
ES DOWN					5	SI NO ES CINCO NO SE LO PUEDE ADMITIR	

CROQUIS ACTUALMENTE UTILIZADO POR LA FUNDACIÓN

ALBERGUE "DIVINA MISERICORDIA"



Anexo 7

ENTREVISTA 1

Sra. María del Cisne Loaiza - Directora de la fundación

1. ¿Cuál es el significado para usted, de Divina Misericordia?

Para mí la palabra “Divina Misericordia”, significa total confianza y abandono en Dios, refugiarnos en su amor y protección, y que sea la voluntad de Él por sobre la nuestra.

2. ¿Cuál cree que es la principal deficiencia de su logo tipo actual?

El actual logotipo con el que contamos en la fundación no llega a las personas, no interpretan el verdadero significado, lo que realmente es y hace nuestra organización. Para muchos machaleños no existimos o saben muy poco de nuestra labor.

3. ¿Cuál es el mensaje que desea proyectar la fundación?

Nosotros como una fundación con una labor de tal importancia necesitamos transmitir de manera clara y directa un mensaje de que servimos y ayudamos a las personas más necesitadas, aquellos por los que nadie más ve.

4. ¿Con qué figura(s) cree que se identifica la fundación? ¿Por qué?

La figura o representación idónea para presentar a la fundación Divina Misericordia son las manos, porque en todo momento tratamos de dar y ayudar, pero al mismo tiempo recibir ayuda externa, además son las manos las que cuidan y protegen a cada uno de nuestros pacientes, haciendo que sientan un hogar.

5. ¿Qué color(es) cree usted que representa(n) a la fundación? ¿Por qué?

El color actual me agrada, siento que el celeste está muy bien, lo relaciono al cielo, que es donde está el Señor, nuestra inspiración de amor al prójimo.

También este color no interfiere con el ambiente de los pacientes, porque a ellos se les debe tener un ambiente tranquilo que les refleje quietud y paz.

6. ¿Qué piezas gráficas considera indispensables para el desarrollo de la labor de su fundación?

A pesar de no tener unas instalaciones extensas el cuerpo de bomberos, nos exige tener señalética muy básica.

Cuando realizamos actividades de venta de comida o repostería se hace necesaria la publicidad en vallas, más que todo con nuestro nombre, para que nos identifiquen.

Las hojas volantes hemos estado utilizando, pero bien sencillas en papel bond y a blanco y negro por cuestión de costos.

Las tarjetas de presentación, hojas membretadas, carpetas, sobres, en fin, son indispensables para el trabajo que se realiza en cuestiones de gestión.

Anexo 8

ENTREVISTA 2

Liliana Castillo – Asistente administrativa

1. ¿Qué significa la fundación para usted?

Para mí es una ayuda tanto para la ciudadanía como para todos los que laboramos aquí adentro, la fundación es algo que tiene que ver las buenas costumbres que nuestros padres nos han inculcado con el pasar de los días, resaltando principalmente el amor y el respeto al prójimo.

2. Describa en una palabra, LA LABOR de la fundación

Amor, es lo que se puede apreciar y sentir en cada una de las acciones que realizamos por nuestros pacientes.

3. Se siente identificado con el actual logotipo de la fundación

SI / NO / NO CONOCE LOGO

4. ¿Podría describir al logotipo?

Solo recuerdo que es celeste.

5. ¿Con qué imagen representaría Divina Misericordia?

Con la imagen del señor de la Divina Misericordia, por ser Él quién nos enseñó y nos profesó el amor por el prójimo.

Anexo 9

ENTREVISTA 3

Karla Vergara – Enfermera

1. ¿Qué significa la fundación para usted?

Es un lugar donde se realizan obras de corazón, porque aquí hay gente necesitada, que necesitan el calor el cariño el afecto, ya que son como unos ángeles y se ve en ellos la cara de Dios porque son personas que no saben nada. Aquí yo les doy el cuidado, los atiendo, les ayudo; y aquí la Divina Misericordia lo que vive es de la caridad, no hay ayuda del gobierno, solo de personas caritativas de buen corazón que vienen a ayudarnos.

2. Describa en una palabra, LA LABOR de la fundación

En sí aquí todo ayudamos, colaboramos, servimos en lo que más podemos, en sí la labor aquí es ayudarlos a ellos.

3. Se siente identificado con el actual logotipo de la fundación

SI / NO / NO CONOCE LOGO

4. ¿Identifica plenamente a este logotipo?

Casi no mucho, porque no llevo mucho tiempo.

5. Entonces, ¿Sabe cuál es?

No.

6. ¿Con qué imagen representaría Divina Misericordia?

Con la imagen de la cara de nuestro Señor Jesús

Anexo 10

ENTREVISTA 4

Karina Velazco – Guardia

1. ¿Qué significa la fundación para usted?

Significa mucho para mí porque me ha dado una oportunidad de trabajo, y también me ha ayudado a crecer como persona al ver a la gente que vive aquí, que recogen de la calle. Todos no nos damos cuenta que hay personas que necesitan de nuestro amor, siempre han sido rechazados; todo esto me ha enseñado a crecer como persona.

2. Describa en una palabra, LA LABOR de la fundación

La fundación hace un trabajo grande, específicamente AYUDA a las personas, en sí hace una labor grande porque ayuda hasta a los trabajadores, en la parte espiritual.

3. Se siente identificado con el actual logotipo de la fundación

SI / NO / NO CONOCE LOGO

4. ¿Por qué?

Porque en el logotipo se ven las manos misericordiosas que ayudan a todas personas.

5. ¿Identifica plenamente a este logotipo?

Si, son unas manos y algo como una hostia, o algo así ahí a lado.

6. ¿Con qué imagen representaría Divina Misericordia?

Con las manos de Dios porque son misericordiosas. Pero en sí me imagino a Jesús cuando atendió a los leprosos, siendo personas que todos los trataban como que no servían.

ENTREVISTA 5

Adrián Quevedo – Mensajero

1. ¿Qué significa la fundación para usted?

Es una gran ayuda para todas las personas que trabajamos aquí, por permitirnos tener nuestra fuente de ingresos así como darnos esa oportunidad de servir y ayudar a los más necesitados. Pero la ayuda principalmente es para los pacientes que se encuentran aquí, porque no existe nadie más que vele por ellos.

2. Describa en una palabra, LA LABOR de la fundación

Como bondad, pero siempre con amor, porque amor es lo único que no se puede comprar y que los pacientes necesitan día a día.

3. Se siente identificado con el actual logotipo de la fundación

. SI / NO / NO CONOCE LOGO

4. ¿Podría describir al logotipo?

O sea, como le digo, la verdad no sé cuál es.

5. ¿Con qué imagen representaría Divina Misericordia?

El rostro de Jesús, porque cuando lo vemos, sabemos que Él hace cosas buenas por todos nosotros.

Anexo 12

MODELO DE ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE MACHALA

Encuesta 001

Fundación albergue para desamparados "Divina Misericordia"

Es una Organización No Gubernamental (ONG), ubicada en la ciudad de Machala, comprometida con la ayuda a personas desamparadas que padecen discapacidad mental, en condiciones de extrema pobreza que han sido rescatadas de las calles de la urbe para proporcionarles mejores condiciones de vida. Dentro de los servicios que presta a sus pacientes están: alojamiento, alimentación, vestuario, medicación, atención médico-psiquiátrica, terapias tanto físicas como espirituales.

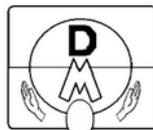
*Obligatorio

1.- Seleccione el correcto isotipo de la fundación *

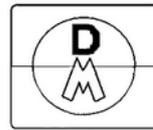
- A
- B
- C



A



B



C

2.- Seleccione la correcta ubicación del texto en el isotipo de la fundación *

- A
- B
- C



A



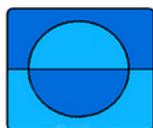
B



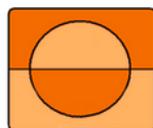
C

3.- Seleccione el correcto color del isotipo de la fundación *

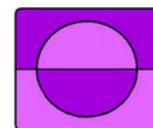
- A
- B
- C



A



B



C

4.- ¿Conoce la ubicación geográfica de la fundación? *

Dirección

- SI
- NO

5.- Seleccione el color que usted crea que represente la labor de la fundación. *

- Rojo
- Violeta
- Celeste
- Verde
- Naranja
- Otros:

¿Por qué?

6.- Seleccione la figura con la que usted representaría a la fundación *

- A
- B
- C
- D
- Otros:



A



B



C



D

¿Por qué?

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

100 %: ¡Lo lograste!