



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

TEMA:

**REDISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y ELABORACIÓN DEL
MANUAL DE USO DE LA ASOCIACIÓN DE FAMILIAS POR LA
INCLUSIÓN, DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS CON
DISCAPACIDAD INTELECTUAL**

(AFIDAL 321)

AUTOR:

ZÁRATE ZAPATA, RUBÉN DARÍO

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
LICENCIADO EN GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

TUTOR:

LCDO. WASHINGTON DAVID QUINTANA, MGS

Guayaquil, Ecuador

2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Zárate Zapata Rubén Darío**, como requerimiento para la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**.

TUTOR

f. _____

LCDO. WASHINGTON DAVID QUINTANA, MGS

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcdo. Billy Gustavo Soto Chávez, Ms.

Guayaquil, a los 17 días del mes de marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **ZÁRATE ZAPATA RUBÉN DARÍO**

DECLARO QUE:

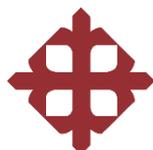
El Trabajo de Titulación, **Rediseño de Identidad Corporativa y Elaboración del Manual de Uso de La Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual (Afidal 321)** previo a la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 17 días del mes de marzo del año 2017

EL AUTOR

f. _____
ZÁRATE ZAPATA, RUBÉN DARÍO



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA

AUTORIZACIÓN

Yo, **ZÁRATE ZAPATA, RUBÉN DARÍO**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la Institución del Trabajo de Titulación, **Rediseño de Identidad Corporativa y Elaboración del Manual de Uso de La Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual (Afidal 321)**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 17 días del mes de marzo del año 2017

EL AUTOR:

f. _____

ZÁRATE ZAPATA RUBÉN DARÍO



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

ING. WILL VERGARA MACIAS, MGS.

OPONENTE

f. _____

LCDO. ROGER RONQUILLO, MS.

DELEGADO

f. _____

LCDA. ANAÍS SÁNCHEZ MOSQUERA, MS.

DELEGADO

URKUND Washington Quintana Morales (washington.quintana)

Documento: [TT RUBEN ZARATE \(AFIDAL321\).docx](#) (D26101693)

Presentado: 2017-03-01 10:03 (-05:00)

Recibido: washington.quintana.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje: TESIS RUBEN ZARATE [Mostrar el mensaje completo](#)

3% de esta aprox. 11 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 3 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
Categoría	Enlace/nombre de archivo
	PIF FINAL.docx
	Proyecto_TvEducativa (Diego Sánchez).docx
	REV14 TESIS NIC 2 Flexografía 2 REV PLAGIO sin cuadros.docx
	FINAL TESIS KARINA SIN IMAGENES.docx
	https://teacherdavidf1.files.wordpress.com/2011/12/libroco...
	http://mexicovivo.org/new/#

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

CAPÍTULO 1

1. GENERALIDADES

1.1 Planteamiento del problema

El Síndrome de Down (SD), también llamado trisomía 21, es la causa más frecuente de retraso mental identificable de origen genético. Se trata de una anomalía cromosómica que tiene una incidencia de 1 por cada 800 nacidos, y que aumenta con la edad materna. Es la cromosopatía más frecuente y mejor conocida. CITATION López\12298 (López, 2005).

AFIDAL 321 es La Asociación de familias por la inclusión, derechos y obligaciones de las personas con discapacidad intelectual y 321, es el número que se usó para asociar la trisomía 21, actualmente la única pieza gráfica que posee es el logotipo (Ver Anexo 1) es evidente que el logotipo con el que cuenta AFIDAL 321, no ha sido diseñado con material gráfico, por lo que su logo no es representativo, los colores no impactan a la vista del ser humano, por ende no transmite emociones a quienes lo observan, finalmente existe una sobrecarga tipográfica que cansa la vista y no facilita la lectura.

Al respecto se pronuncia la Sra. Avilés, vicepresidente de la Asociación Afidal. "su forma no es representativa con la asociación, además le falta 321

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN	13
1.1 Planteamiento del problema	15
1.2 Objetivos del proyecto	17
1.2.1. Objetivo general.....	17
1.2.2. Objetivos específicos:	17
2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	18
2.1. Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación.	20
2.1.1. Recolección de la información sobre la imagen corporativa y relación con el servicio	20
2.1.2. Análisis, interpretación y organización de la información.....	22
2.2. Análisis de proyectos similares	28
3. PROYECTO.....	34
3.1. Criterio de diseño.....	34
3.2. Desarrollo de bocetos o artes iniciales.	44
3.3. Evaluación de artes iniciales.....	47
3.4. Desarrollo de propuesta gráfica inicial.	52
3.5. Desarrollo de línea gráfica definitiva.	55
3.6. Arte final de las piezas gráficas.	58
3.7. Implementación y verificación de las piezas gráficas.....	73
3.8. Producto final.....	75
CAPÍTULO 4.....	86
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
5. BIBLIOGRAFÍA	88
CAPÍTULO 6.....	90
6. ANEXOS.....	90
Anexo 1.....	90

Filosofía Institucional	90
Misión	90
Visión	90
Anexo 2.....	91
Valores.....	91
Anexo 3.....	92
Entrevista a las autoridades de AFIDAL 321	92
Anexo 4.....	94
Entrevista a las autoridades de AFIDAL 321	94
Anexo 5.....	96
Entrevista al profesional Mgs. Gabriel Iñiguez Parra.	96
Objetivo: Obtener orientaciones que permita el rediseño de la identidad corporativa.....	96
Anexo 6.....	97
Anexo 7.....	99
Anexo 8.....	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual. AFIDAL 321.....	21
Figura 2. Imagen pregunta 1, encuesta	24
Figura 3. Imagen pregunta 2, encuesta	24
Figura 4. Imagen pregunta 3, encuesta	25
Figura 5. Imagen pregunta 4, encuesta	25
Figura 6. Imagen pregunta 5, encuesta	26
Figura 7. Fundación México Vivo.....	28
Figura 8. Fundación Cristiana Generación del Reino.....	29
Figura 9. Fundación Crecer.	30
Figura 10. Fundación Nacional del Parkinson	31
Figura 11. Fundación Nacional del Parkinson	32
Figura 12. Fundación Nacional del Parkinson	33
Figura 13. MoodBoard	35
Figura 14. Boceto de los elementos para la representación del logotipo	36
Figura 15. Rueda de color de Johannes Itten.....	38
Figura 16. Monocromático	39
Figura 17. Análogos	39
Figura 18. Alternos adyacentes	40
Figura 19. Complementario diametral.....	40
Figura 20. Doble complementario diametral.....	41
Figura 21. Complementario aproximado.....	41
Figura 22. Doble complementario dividido.....	42
Figura 23. Triada de primarios y secundarios.....	42
Figura 24. Exacromía de terciarios	43
Figura 25. Discordancia	43
Figura 26. Retícula de 0,5 X 0,5 cm	44
Figura 27. Método radial	45
Figura 28. Boceto 1	46
Figura 29. Boceto 2	46
Figura 30. Boceto 3	47
Figura 31. Boceto 1	47
Figura 32. Boceto 3	48
Figura 33. Boceto 2	48
Figura 34. Digitalización de bocetos	49
Figura 35. Boceto seleccionado.....	49
Figura 36. Complementarios diametrales del anaranjado	50
Figura 37. Colores complementarios diametrales aplicados al arte.	51
Figura 38. Evaluación	52
Figura 39. Estilización de la forma	53
Figura 40. Estilización de la forma.....	53
Figura 41. Estilización de la forma.....	54
Figura 42. Propuesta del Imagotipo.....	54
Figura 43. Retícula	55
Figura 44. Área de protección.....	56
Figura 45. Cromática.....	57
Figura 46. Tarjeta de presentación	58
Figura 47. Hoja membretada	59
Figura 48. Sobre carta	60
Figura 49. Sobre bolsa.....	61
Figura 50. Carpeta	62
Figura 51. Estuche de CD.....	63
Figura 52. Facebook	64
Figura 53. Instagram	64
Figura 54. Twitter	65
Figura 55. Banner Roll up	66
Figura 56. Polo.....	67

Figura 57. Bolsa	68
Figura 58. Libreta	69
Figura 59. Bloc de notas	70
Figura 60. Jarro	71
Figura 61. Camiseta	72
Figura 62. Implementación.....	73
Figura 63. Pieza Gráfica	74
Figura 64. Producto final	75
Figura 65. Portada del manual.....	76
Figura 66. Manual Pág. 2-3.....	76
Figura 67. Manual Pág. 4-5.....	77
Figura 68. Manual Pág. 6-7.....	77
Figura 69. Manual Pág. 8-9.....	78
Figura 70. Manual Pág. 10-11	78
Figura 71. Manual Pág. 12-13	79
Figura 72. Manual Pág. 14-15	79
Figura 73. Manual Pág. 16-17	80
Figura 74. Manual Pág. 18-19	80
Figura 75. Manual Pág. 22-23	81
Figura 76. Manual Pág. 24-25	82
Figura 77. Manual Pág. 26-27	82
Figura 78. Manual Pág. 28-29	83
Figura 79. Manual Pág. 30-31	83
Figura 80. Manual Pág. 32-33	84
Figura 81. Manual Pág. 34-35	84
Figura 82. Manual Pág. 36-37	85
Figura 83. Manual Pág. 38-39	85

RESUMEN

En la actualidad se tiene una visión diferente sobre la concepción de la discapacidad, por lo que se exige nuevas formas de comportamiento frente a las personas que poseen algún tipo de discapacidad, respetando las diferencias individuales, brindando igualdad de oportunidades, manteniendo una verdadera inclusión.

El núcleo familiar es el primer espacio en donde se fomentan los valores, y se ponen los cimientos para la aceptación de sí mismo y de los demás valorando las limitaciones que poseemos sin discriminación alguna. Como soporte a estos cambios surge la Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad intelectual (AFIDAL 321), cuyo objetivo es orientar de manera directa a los padres y madres de familia en el trabajo que deben realizar con los hijos, a fin de que puedan ayudarlos a insertarse a la sociedad de manera activa y sin prejuicios.

Sin embargo, esta asociación no posee un logo con una correcta proyección visual por lo que muchos ciudadanos no la identifican como tal quedando prácticamente relegada del servicio que presta; es por esta razón que se rediseña la identidad visual como herramienta de difusión informativa para la asociación. Para el efecto se realizó entrevistas a las personas beneficiarias, aplicando la técnica del grupo focal que es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público.

Al concluir la investigación es necesario diseñar un nuevo identificador gráfico, por lo tanto se requiere de un manual en el que se explica todos los elementos del logo, para su correcta aplicación; esto permite a AFIDAL 321, ser reconocida por los usuarios.

Palabras claves: Discapacidad intelectual, inclusión, rediseño, asociación, identidad visual, identificador gráfico, logo.

ABSTRACT

At present, there is a different view on the conception of disability, so that new forms of behavior are demanded against people who have some kind of disability, respecting individual differences, providing equal opportunities, maintaining a true inclusion.

The family nucleus is the first space where values are fostered, and the foundations are laid for the acceptance of self and others, valuing the limitations we have without any discrimination. Support for these changes is the Association of Families for Inclusion, Rights and Obligations of Persons with Intellectual Disability (AFIDAL 321), whose objective is to directly guide the parents in the work they must do with the Children, so that they can help them to insert themselves into society in an active and unbiased way.

However, this association does not have a logo with a correct visual projection so many citizens do not identify it as such being virtually relegated to the service it provides; It is for this reason that visual identity is redesigned as an information dissemination tool for the association. For this purpose, interviews were conducted with beneficiaries, applying the focus group technique, which is a qualitative technique for studying the opinions or attitudes of an audience.

At the conclusion of the investigation it is necessary to design a new graphic identifier, therefore a manual is required which explains all the elements of the logo, for its correct application; this allows AFIDAL 321 to be recognized by users.

Key words: Intellectual disability, inclusion, redesign, association, visual identity, graphic identifier, logo.

1. INTRODUCCIÓN

En nuestro país, las personas con discapacidad son relegadas en la atención prioritaria que merecen, no se las mira como un problema social, la participación estatal es muy limitada y la empresa privada lo hace sin fines de lucro, por lo tanto, las personas afectadas por estas limitaciones físicas e intelectuales, poco a poco se han agrupado para reclamar sus derechos.

Es así que el estado asume su responsabilidad de una manera más directa empezando por el campo educativo, creando escuelas “especiales” para estudiantes con necesidades educativas especiales asociadas a la discapacidad y a partir de los años 50, el Ecuador, adopta medidas de planificación del desarrollo, en la educación pública, ideada como creadora de riqueza y de estabilidad social.

Pero es en la década del 70, que el Ecuador engrandece su economía gracias al excedente petrolero, lo que permite desarrollar acciones, para brindar apoyo a las personas con discapacidad y de esta manera darle un mejor estilo de vida; de igual forma, surgen organizaciones privadas sin fines de lucro como FEPAPDEM, que es una Organización no gubernamental, constituida legalmente desde 1987.

Esta organización es creada con el apoyo desinteresado de profesionales, padres y madres de familia dispuesto a buscar una equidad en el marco del respeto y armonía, que debe existir entre los seres humanos. Actualmente tiene regionales en las provincias de Azuay, Guayas y Pichincha, cubriendo las demás provincias del Ecuador.

Regional Azuay: Azuay, Cañar, Loja, Zamora Chinchipe, Morona Santiago, Pastaza.

Regional Guayas: Guayas, Manabí, Los Ríos, Santa Elena, El Oro, Galápagos.

Regional Pichincha: Pichincha, Cotopaxi, Carchi Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Imbabura Napo, Francisco Orellana, Sucumbíos, Santo Domingo de los Tsáchilas, Esmeraldas.

En la regional Guayas, partiendo del principio que todo ser humano tiene los mismos derechos independientemente de su condición física e intelectual, surge la Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual (AFIDAL 321), cuyo objetivo es orientar periódicamente de manera directa a los padres y madres de familia en el trabajo que deben realizar con los hijos, a fin de que puedan ayudarlos a insertarse a lo sociedad de manera activa y sin prejuicios.

Actualmente el modelo de desarrollo del Buen Vivir, plasmado en la Constitución del Ecuador 2008, es inclusivo y busca dejar atrás los abusos destinado en mayor grado a las personas con capacidades especiales.

1.1 Planteamiento del problema

El Síndrome de Down (SD), también llamado trisomía 21, es la causa más frecuente de retraso mental identificable de origen genético. Se trata de una anomalía cromosómica que tiene una incidencia de 1 por cada 800 nacidos, y que aumenta con la edad materna. Es la cromosomopatía más frecuente y mejor conocida. (López, 2005).

AFIDAL 321 es La Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual y 321, es el número que se usó para asociar la trisomía 21; actualmente la única pieza gráfica que posee es el logotipo (Ver figura 1), al respecto se pronuncia la Lcda. Beatriz Avilés, Vicepresidenta de la Asociación AFIDAL 321, “su forma no es representativa con la asociación, además le falta 321 (trisomía 21) y sus colores nos representan diferentes etnias, lo que no tiene ningún sentido.”

Tener una imagen implica la existencia de un proceso. Dos rasgos principales sobresalen a primera vista: La duración del proceso, que puede ser más o menos dilatada en el tiempo, en función de la frecuencia de los impactos recibidos y la intensidad psicológica con que la imagen concierne al receptor. (Costa, 2010)

Es evidente que el logotipo con el que cuenta AFIDAL 321, no ha sido diseñado con material gráfico, por lo que su logo no es representativo, los colores no impactan a la vista del ser humano, por ende no trasmite emociones a quienes lo observan, finalmente, existe una sobrecarga tipográfica que cansa la vista y no facilita la lectura.

Lo interesante de un proyecto de rediseño de imagen es que el cliente acuda al diseñador sabiendo que necesita una nueva visión de la marca. El cliente ha tomado la decisión de descartar o remodelar una imagen antigua que probablemente era segura y familiar, porque, con el paso del tiempo ha desarrollado una idea mejor de sus puntos fuertes y débiles, así como una idea más exacta de hacia donde debería ir su negocio. (Fishel, 2000)

Tomando en cuenta lo que comenta Fishel, el aspecto económico es aquello que constituye un impacto dentro de la sociedad, AFIDAL 321 es una asociación sin fines de lucro que además no posee una unidad gráfica entre sus formas de

comunicación como: papelería, publicidad, documentos de presentación, entre otros. Para complementar lo que dice Fishel, es que las exigencias de la sociedad no permiten que un logo pase desapercibido, ya que esto lo distingue y logra un valor dentro de la sociedad, que permite exigir al diseñador un rediseño. Entonces se toma en cuenta la sobrecarga visual que el logotipo presenta, teniendo solo una pieza gráfica, y que faltan elementos que forman parte fundamental de la esencia de la institución.

Cañizares (2012) menciona que ciertos aspectos en el análisis de la identidad gráfica, generan duda e incertidumbre, pues en ocasiones no cumplen con las funciones principales de conocer, reconocer y memorizar al no estar vinculados o socializados.

Sin duda alguna, Cañizares tiene mucha razón, los seres humanos no podemos admirar ni apreciar lo invisible, sino todo lo objetivo, es por ello que un logo debe estar diseñado con características innovadoras, que le inspiren confianza al observador y pueda memorizar con facilidad las características y significado de cada uno de sus elementos.

1.2 Objetivos del Proyecto

1.2.1. Objetivo general

Rediseñar la identidad corporativa de la Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual de Guayaquil, para promover sus servicios

1.2.2. Objetivos específicos:

- Identificar los elementos institucionales que aporten al desarrollo de su identidad.
- Establecer los elementos gráficos que ayuden a la construcción del identificador.
- Diseñar un manual de imagen corporativa que evite el incorrecto uso del identificador gráfico en sus aplicaciones.

2 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo investigativo, centra su investigación en el logotipo de la asociación AFIDAL 321, para ello se ha considerado dividirlo en dos fases:

En la primera se realiza un proceso de investigación descriptiva, utilizando los métodos cuantitativo y cualitativo, los cuales permiten obtener información del objeto de estudio, estableciendo el impacto visual que genera el logo, en su forma, cromática, tipografía y relación existente con la labor de la asociación; para el efecto, se entrevistan a las autoridades de AFIDAL 321, y se encuesta a las familias beneficiarios del servicio que presta la asociación.

Los métodos de investigación cuantitativa y cualitativa, proporcionan respuesta a las preguntas de cómo ocurrió algo y quién estuvo involucrado, además pone a disposición un perfil detallado de un evento, condición o situación.

El método cuantitativo permite señalar, mediante magnitudes numéricas la relación que existe entre el logo y el servicio que presta la organización, para tener una idea más clara entre los elementos de investigación, y cuál es el o los problemas que presenta. Por su parte, el método cualitativo contribuye a predecir el comportamiento de los usuarios. (Sbino, 2007)

Partiendo del método cuantitativo que menciona Sbino, se aplican instrumentos de investigación para recolectar información necesaria tales como la entrevista y las encuestas. La entrevista se aplica a las autoridades de AFIDAL 321, consultando sobre temas generales de la Asociación, para obtener una idea más acertada de los aspectos que forman parte de la misma para que estos puedan ser utilizados en el rediseño del logotipo como: sus valores, y todo lo que refleja la asociación AFIDAL 321, siempre y cuando todos los aspectos que se recolecten tengan criterios de diseño fundamentados.

Silva y Pelachano (1979, 13) definen a la entrevista como "Una relación directa entre personas por vía oral, que plantea objetivos claros y prefijados, al menos por

parte del entrevistador, con una asignación de papeles diferenciales, entre el entrevistador y el entrevistado, lo que supone una relación asimétrica".

La entrevista permite un acercamiento directo con el entrevistado, quien de antemano podría conocer el objetivo de la entrevista y de esa manera se puede recoger información más fidedigna que facilite el Rediseño de Identidad Corporativa y Elaboración del manual de uso de la Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual (Afidal 321).

Para obtener información se aplicó la técnica de grupos focales.

Según Barragán; "los grupos focales son una técnica cualitativa de investigación que consiste en la realización de entrevistas a grupos de 6 a 12 personas, en las cuales el moderador desarrolla de manera flexible un conjunto de temas que tiene que ver con el objeto de estudio". (Jiménez, 2006).

Para la conformación de los grupos focales se buscó el tiempo disponible de todas las familias beneficiarias de la asociación, durante la reunión se formó grupos, a quienes se les dio la libertad para que puedan interactuar de forma abierta, facilitando al investigador recoger la mayor información posible sobre sus expectativas y requerimientos, las mismos que fueron plasmados en el trabajo final de esta investigación.

Por lo tanto, para realizar la entrevista se lo realiza de una manera directa, estableciendo con anterioridad una cita para poder conversar con las funcionarias de la Asociación, para el objeto de investigación que así mismo refuerza la encuesta, verificando los valores y todos los aspectos que asocian con AFIDAL 321.

La encuesta "es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas" (Grasso, 2006:13)

Se encuesta al 100% de las familias beneficiarias; en este caso, la población está constituida por 10 familias lo que permitirá explorar la opinión de cada uno de ellos para corroborar la información obtenida.

Finalmente se realiza el análisis de proyectos que tengan relación con instituciones como AFIDAL 321 con el objetivo de rescatar aspectos que puedan servir como referente para realizar el rediseño del logo y para los criterios de diseño se utilizará la herramienta Moodboards la cual ayudará a encontrar y definir la técnica y cromática, dando como resultado el rediseño de la imagen corporativa.

2.1. Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación.

Como señala Briones (1998), "si el proverbio afirma que el buen planteamiento del problema es la mitad de su solución, también conviene tener presente que el método y las técnicas que tienen que ver con esa solución constituyen la segunda condición básica y, que el investigador debe conocerla en todos sus alcances y limitaciones." Es por ello que para garantizar el presente trabajo investigativo, se procedió a la recolección de información, al análisis e interpretación de la misma.

2.1.1. Recolección de la información sobre la imagen corporativa y relación con el servicio

Para obtener información sobre los clientes de AFIDAL 321, y conocer la opinión que tienen referente al logotipo y la relación de éste con el servicio que presta, se elaboraron entrevistas estructuradas y encuestas cuyas preguntas son cerradas y de opción múltiple.

AFIDAL 321 trabaja con familias que tienen algún miembro con síndrome de down, lo que la Asociación actúa para generar fortalezas en todo su entorno, que a la vez ayude a estos a mejorar su estilo de vida, no solo mejorando la calidad de vida de la persona con discapacidad si no el entorno en el que éste se encuentra.

La función, misión, visión y valores de la asociación, se obtienen de los archivos que reposan en las oficinas de AFIDAL 321. El logo que actualmente tienen la Asociación, se lo presenta a continuación. (Ver Anexo 01 y 02).



Figura 1. Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual. AFIDAL 321.

Fuente: AFIDAL 321.

Afidal 321 está comprometida con las personas que padecen de discapacidad intelectual, las mismas que han sido relegadas por la sociedad, es por ello que, para mejorar la calidad de vida, satisfaciendo las necesidades de sus miembros, cumple las siguientes funciones.

1. Cuidado físico: proveer seguridad, descanso, recuperación
2. Afectividad: proveer cariño, amor, estima.
3. Educación: proveer oportunidades de aprendizaje, socialización, autodefinición.
4. Social: proveer oportunidades de trabajo.

Con las acciones que desarrolla AFIDAL 321, se valora la importancia de las familias que tienen uno o más miembros con discapacidad intelectual, las mismas que hace varias décadas han sido marginadas o desvalorizadas por la sociedad.

2.1.2. Análisis, interpretación y organización de la información.

2.1.2.1 Entrevista

La entrevista se realiza al presidente y vicepresidente de AFIDAL 321, porque son los funcionarios con más tiempo de servicio y por ende están más relacionados con el logotipo y el servicio que presta la Asociación, esto permite tener respuestas más fidedignas, facilitando el rediseño de la identidad corporativa y elaboración del manual de uso, para la asociación objeto de estudio. (Ver Anexo 03 y 04)

Para tener una idea más clara del rediseño del logo, se entrevistó al Mgs. Gabriel Iñiguez Parra, profesor de diseño de la Universidad Técnica de Machala. (Ver Anexo 05)

Análisis de las Entrevistas:

Las preguntas planteadas permiten identificar con facilidad identificar las debilidades que tiene el actual logotipo, a tal punto que las autoridades desconocen el significado del diseño y colores, los mismos que no se identifican con el servicio que brinda la Asociación; es por esta razón, que urge la necesidad del rediseño del logotipo de AFIDAL 321, para que sea más conocida y pueda sumar a un mayor número de personas que padecen del Síndrome de Down y de esta manera mejorar el estilo de vida.

Finalmente hay que destacar, haciendo síntesis de lo que mencionan las personas involucradas en la entrevista; que se considera pertinente el rediseño del logotipo de la Asociación y por tal motivo quienes conforman AFIDAL 321 están dispuestos a colaborar para que este rediseño sea de dominio público y de esta forma se conozca la calidad de servicio que la Asociación brinda.

En primer lugar, se entrevista a la Lcda. Beatriz Avilés, quien cumple las funciones de Presidente de la Asociación, al siguiente día se lo hizo con la Lcda. Tania Rizzo, vicepresidente; los dos funcionarios, contestaron las once preguntas previamente estructuradas, los funcionarios coinciden en que las respuestas dadas sin contradicción alguna, por lo que se concluye lo siguiente:

AFIDAL321, es una Asociación de carácter social y sin fines de lucro.

AFIDAL 321, tiene dentro de sus beneficiarios a personas que sufren de Síndrome de Down, ofreciendo los siguientes servicios: Identificación y valoración de las necesidades de la persona con discapacidad intelectual y su familia, asesoramiento educativo, psicológico, médico, jurídico y sobre prestaciones sociales, los mismos que se difunden a través de redes sociales, avisos de prensa y publicidad.

También manifiestan que están de acuerdo en que se modifiquen los valores corporativos de la Asociación y se lo realice de una forma más detallada, ya que estos no se identifican plenamente con el servicio que ofrecen, además desean contar con un manual de uso de la imagen corporativa, porque desde que fueron creados como asociación no han tenido.

En relación a la entrevista realizada al profesional de diseño gráfico, Mgs. Gabriel Iñiguez Parra se concluye lo siguiente:

En cuanto al color del logo, se recomienda, no utilizar colores con oscuros, ni opacos, ya que éstos no atraen la atención del observador.

En relación a la pregunta, ¿Qué se debe tomar en cuenta para el rediseño de un logo? Es necesario, que se tome en cuenta no solo la posición del diseñador, sino la opinión de quienes son parte de la asociación.

¿Qué tipo de letra debería tener un logo? Es necesario que se apoye con el tipo de letra Sans Serif, ya que con esta creas un efecto de modernidad y trasmite seguridad.

¿Qué tipo de herramientas puedo utilizar para el rediseño del logotipo? Para la realización de un logotipo hay diversidad de herramientas, para conocer más a fondo la Asociación está la herramienta del MoodBoard.

2.2.2.1 Encuesta

La obtención de resultados cuantitativos, se realiza mediante la encuesta a los miembros de las familias beneficiarias, la misma que está diseñada con preguntas que permitan dar pautas que ayuden al rediseño de la identidad gráfica. (Ver Anexo 06).

Análisis de las Encuestas:

La encuesta se realiza de manera presencial a las 10 familias que conforman actualmente AFIDAL 321.

A continuación, se presentan los resultados y análisis de las encuestas.

1.- ¿Cuáles son los servicios que ofrece la asociación?

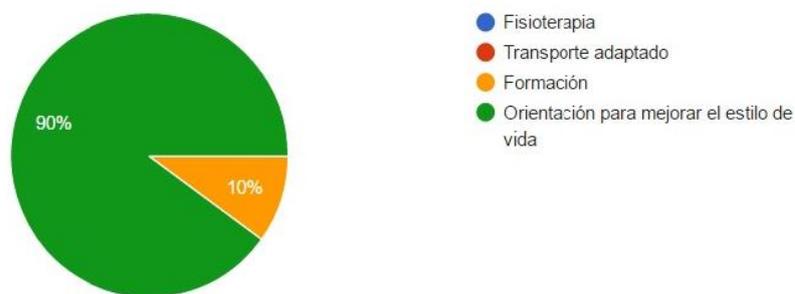


Figura 2. Imagen pregunta 1, encuesta
Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en el pastel, el 90% de las personas encuestadas comentan que los servicios que ofrece la Asociación están ligados a la orientación para mejorar el estilo de vida, mientras que el 10% refiere que ésta ofrece un servicio de formación.

2.- ¿Con cuáles de las siguientes palabras relaciona a la asociación?

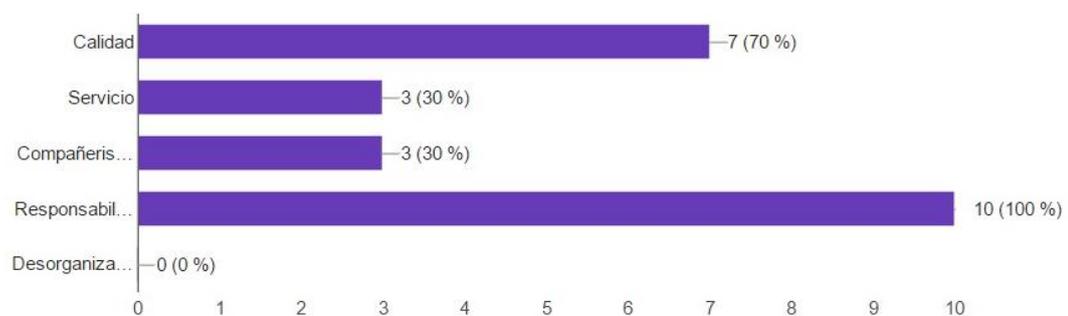


Figura 3. Imagen pregunta 2, encuesta
Fuente: Elaboración propia.

Las personas encuestadas relacionan a la Asociación con la palabra responsabilidad en su totalidad, también la asocian con calidad un 70% de la población total, un 30% comenta que es un servicio, coincidiendo con un 30% también compañerismo.

3.- ¿Conoce la misión de la asociación?

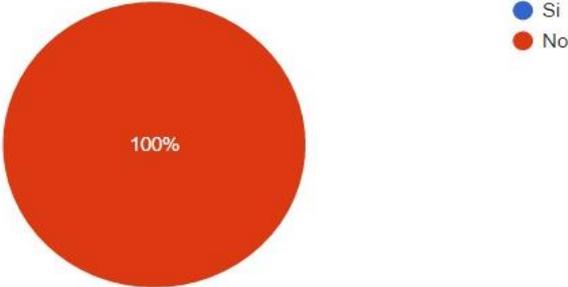


Figura 4. Imagen pregunta 3, encuesta
Fuente: Elaboración propia.

De las personas encuestadas el 100% comenta que no conoce la misión de la empresa.

4.- ¿Conoce la visión de la asociación?

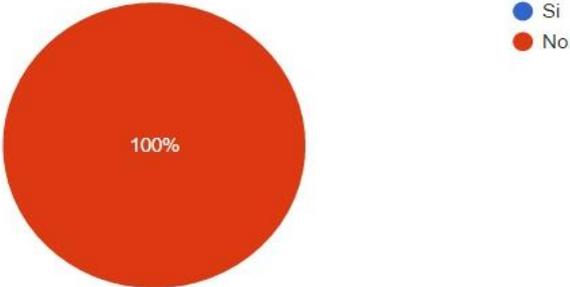


Figura 5. Imagen pregunta 4, encuesta
Fuente: Elaboración propia.

El 100% de las personas encuestada no conoce la visión de la empresa.

5.- ¿Conoce el logotipo de la asociación?

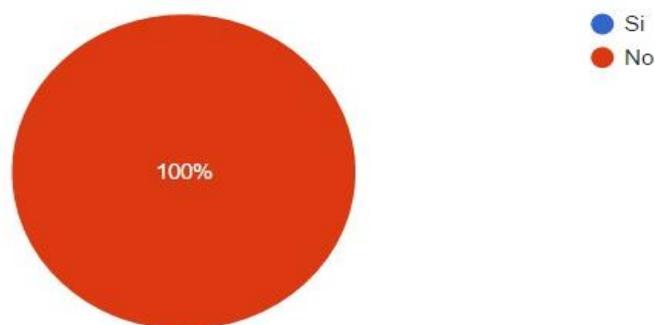


Figura 6. Imagen pregunta 5, encuesta

Fuente: Elaboración propia.

De las personas encuestadas, se ve reflejado que el 100% no conocía el logotipo de la empresa.

Mediante el proceso de las encuestas se refleja que las familias con las que trabaja la Asociación no conocen el logotipo actual, a partir de allí se realiza un Focus Group, donde se muestra el logotipo actual de AFIDAL 321; para lo cual se realizaron talleres de trabajo previamente programados por dos días consecutivos de una hora diaria, de las 10 familias beneficiarias, se conformó cinco grupos, cada uno de ellos compuesto de dos a seis integrantes, quienes analizaron el logotipo actual para que debatieran siguiendo las indicaciones del investigador (Ver Anexo 07).

Cuando se les preguntó que encuentren el significado de actual logo, el debate fue intenso, muchos se inclinaban a decir que representaba a Diversidad de etnias, Grupos familiares con Síndrome de Down, otros simplemente no encontraban significado alguno, sin embargo tenían una idea vaga del significado.

En relación a la pregunta: ¿los colores del logo se relacionan con el servicio que presta la asociación? las respuestas fueron variadas concluyendo que no tenían una idea clara del significado de los colores

Se planteó la pregunta ¿qué les parece el tipo de letra que posee el logotipo actual? esta pregunta se la realizó tomando en cuenta que también se pueden transmitir los

conceptos a través del espacio entre letras, palabras y párrafos; al igual que las preguntas anteriores, ésta tuvo un debate intenso, llegando a la conclusión que si tenían una idea de la importancia de la misma.

Al preguntarles si ¿considera necesario que se rediseñe los valores corporativos de la empresa en una forma más detallada? las respuestas de los grupos fue mayoritaria y no existió mayor objeción, todos manifestaron que sería importante cambiar con un logotipo que en realidad represente a la Asociación de una manera llamativa y que todos conozcan el significado de cada uno de los elementos.

Finalmente se les explicó en qué consistía un manual de identidad corporativa, para luego plantear la pregunta: ¿consideran importante que la asociación cuente con un manual de identidad corporativa? Luego de un minucioso análisis los grupos concluyeron que debe existir un manual para saber el significado de cada uno de los elementos y el significado de colores corporativos.

2.2. Análisis de proyectos similares

El trabajo de titulación realiza una investigación con respecto logos, tipografías y manuales o guías de marcas que se consideran como referencia diferentes proyectos para el desarrollo del logo de AFIDAL 321 y su manual de uso.

2.2.1. Fundación México Vivo

Fundación México Vivo, es una asociación civil, fundada en 2003 en la sede de la ONU en México, conformada por mexicanas y mexicanos, unidos por lazos fraternales y de compromiso con México, ocupados en transformar la situación actual de padecimientos y vulnerabilidad que existe en relación con la sexualidad. (MEXICO VIVO FUNDACION)



Figura 7. Fundación México Vivo.
Fuente: Fundación México Vivo.

En este proyecto se tomará a consideración la técnica visual asimétrica, la misma que sirve debido a la variedad de posiciones que pueden crearse, ofreciendo posibilidades de expresión y permitiendo dar sentido al mensaje gráfico generando un considerable impacto visual.

2.2.2. Fundación Cristiana Generación del Reino

Fundación Cristiana Generación del Reino es una fundación de Colombia, iniciando sus actividades el mes de Julio de 2012 en la ciudad de Barranquilla, que se centra en consolidar principios y valores cristianos en los hogares que se encuentran en situación de vulnerabilidad y pobreza, mejorando su calidad de vida por el amor proveniente de Dios. (issuu, 2013)



Figura 8. Fundación Cristiana Generación del Reino
Fuente: Fundación Cristiana Generación del Reino

En este proyecto se toma a consideración los elementos representativos como la familia y la ayuda o el apoyo que se tiene uno con el otro, los mismo que están representados de manera abstracta; sin embargo, se puede reconocer claramente la idea, además cabe destacar la utilización de su tipografía Sans Serif complementando efectivamente su concepto y sus valores, tomando como referencia para el proyecto.

2.2.3. Fundación Crecer

Fundación Crecer es una organización de la sociedad civil que nace en Argentina, Comodoro Rivadavia en el año 1986 ante la necesidad de un espacio integral para abordar la problemática de la discapacidad. Por medio de servicios, programas y jornadas de capacitación, buscamos hacer efectiva su misión: "Incluir a personas con discapacidad y a niños y niñas con necesidades educativas especiales, y su entorno familiar" (Wingu, n.d.)



Figura 9. Fundación Crecer.
Fuente: Fundación Crecer.

En este proyecto se observa cómo trabajan juntos los dos criterios de diseño tanto lo asimétrico como lo abstracto, donde el balance de los elementos nos da un lenguaje visual con un énfasis cambiante, y lo abstracto como una respuesta directa de la manipulación del elemento visual y con una finalidad en su mensaje. Este lenguaje visual permite una comunicación a través de signos o imágenes para transmitir ideas y pensamientos mostrando elementos de la realidad.

2.2.4. Fundación Nacional del Parkinson

Fundación Nacional del Parkinson ayuda a personas que padecen esta patología a tener una mejor vida, financiando sus tratamientos y formas de vida para disfrutar activamente con sus amigos, familiares, hijos y nietos hasta que haya un mañana sin Parkinson. (Foundation, s.f.)



Figura 10. Fundación Nacional del Parkinson
Fuente: Fundación Nacional del Parkinson

1.1 IMPROPER LOGO USE

In order to maintain its integrity, the NPF logo cannot be altered in any way from what is outlined in these guidelines. The following are examples of the myriad ways the logo should not be used.



Figura 11. Fundación Nacional del Parkinson
Fuente: Fundación Nacional del Parkinson

Del proyecto antes mencionado se toma como referencia su manual de identidad, pues refleja un trabajo de excelente calidad y de fácil lectura, donde muestra información esencial sobre el correcto uso del logo, bajo una apariencia estética lineal en toda su diagramación, utilizando de manera correcta sus espacios bidimensionales mediante criterios de texto bien definidos.

Por último, se utiliza una tipografía Sans Serif lo que hace más legible al momento de su lectura.

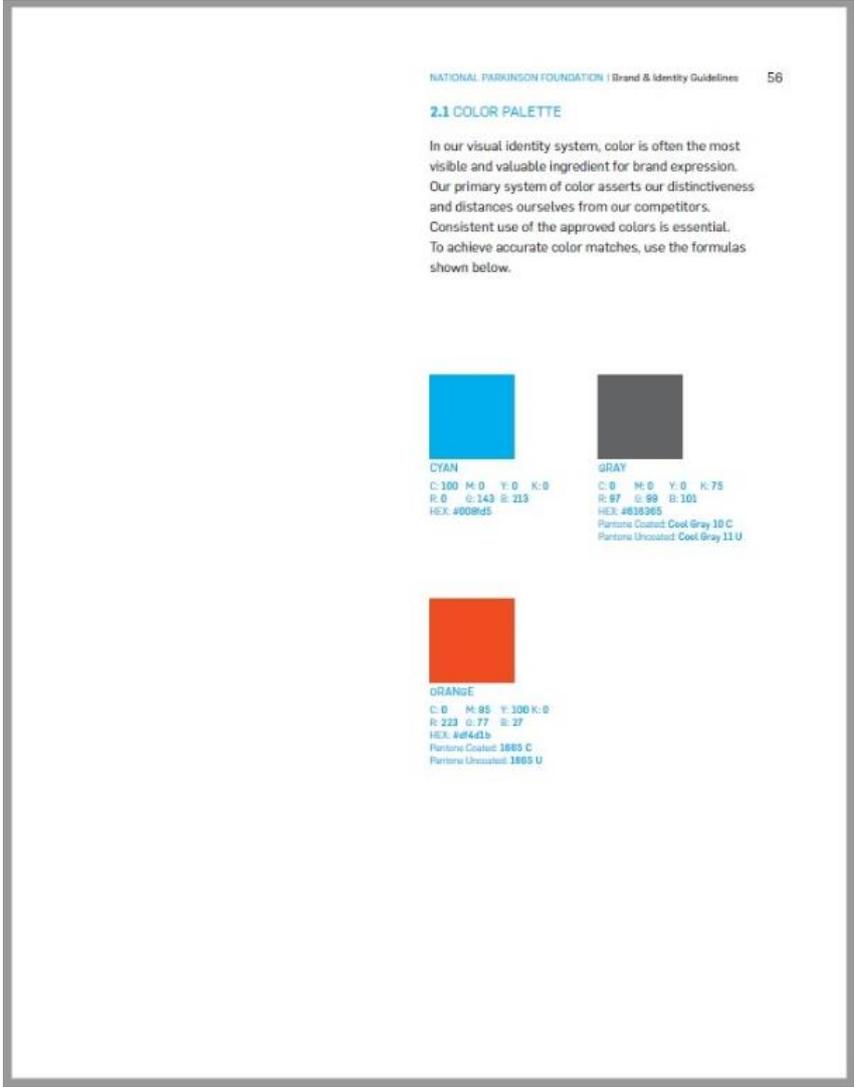


Figura 12. Fundación Nacional del Parkinson
Fuente: Fundación Nacional del Parkinson

3. PROYECTO

3.1. Criterio de diseño

Con la finalidad de que la marca transmita la información recolectada en este proyecto de investigación, a continuación se establecen los criterios de diseño para generar una identidad, que refleje realmente a la asociación AFIDAL 321 , para lo cual se toma a consideración la herramienta MoodBoard, los proyectos similares como las fundaciones: México Vivo, Cristiana Generación del Reino, Crecer y Fundación Nacional del Parkinson, y también se tomará en cuenta los identificadores del logo actual de la Asociación como es la familia.

El MoodBoard ayuda a presentar de manera visual un estado de ánimo, concepto, idea, estilo, tendencia, propuesta, según (Caballero, 2009)

Este instrumento permite conocer más sobre AFIDAL 321, quienes acuden a la asociación, cómo son las personas que forman parte de ella, los elementos con los que se trabajara para definición del identificador gráfico, lo cual ayuda a que las familias se sientan identificadas.

3.1.1. Logo / Ilustración

Con respecto a la creación de logotipo se toma a consideración representar los valores de orientación, equidad y fortaleza (Ver Anexo 02) como elementos de la comunicación visual para el identificador gráfico de la asociación. Al definir estos parámetros se logra un correcto diseño de la marca basada en un concepto.

3.1.2. Técnica y Elementos

A partir de allí los bocetos y variaciones de las ideas se realizan con la técnica de comunicación visual asimétrica.

Una vez que conocemos a la asociación AFIDAL 321, tenemos claro lo que tiene, quiere y desea transmitir, recurrimos a una herramienta para definir los elementos que formarán parte para la creación del logotipo, que es el MoodBoard (collage a lo grande o muro de inspiración).” Esta técnica consiste en recopilar diferentes elementos y construir un collage, que ayude a visualizar el estilo que se desea obtener

El MoodBoard se lo llena de imágenes, fotos, materiales, ideas que definirían perfectamente a nuestro logo, todo esto tendrá que ver con los colores, la tipografía, el tipo de imagen, la esencia, lo que permitió encontrar los elementos visuales únicos y consistentes haciendo referencia a una marca profesional y obteniendo así una visión más amplia para que nuestro logotipo, no se parezca a los demás.



Figura 13. MoodBoard
Fuente: Elaboración Propia

Una vez recopilados las diferentes ideas y definido el camino creativo a seguir, los elementos para la representación visual del logotipo a considerar son trisomía 21 (cromosomas), yin yang y la familia los mismos que nos ayudarán a plasmar la esencia de la asociación AFIDAL 321.

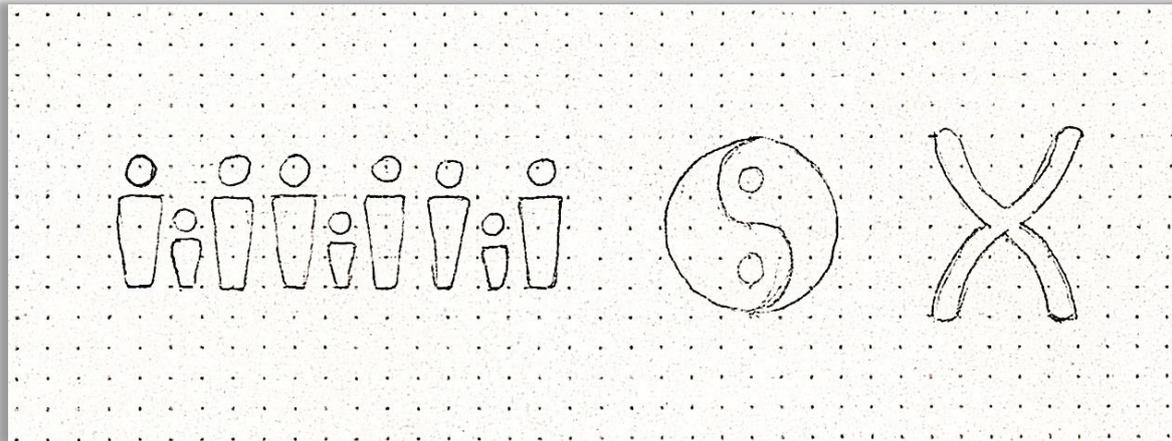


Figura 14. Boceto de los elementos para la representación del logotipo

Fuente: Elaboración propia

Marina, sostienen que un boceto es “Un proceso inteligente comienza en un “estado inicial”, a partir del cual se intenta llegar a un “estado final” o “meta”. El examen de las posibles soluciones para atravesar ese vacío se designa como “búsqueda”, y el conjunto de los posibles caminos a explorar es el “espacio de búsqueda”. (Aranda, 2009)

A partir de allí y haber establecido la técnica asimétrica y sus elementos como son la familia, yin yang y la trisomía 21 (cromosomas), se realiza la creación de los iconos que posteriormente reflejaran el identificador gráfico de la asociación.

3.1.3. Tipografía

Para obtener los máximos resultados de la tipografía, es importante entender primero la terminología y las diferencias entre los tipos de letra. (Ellison, 2008)

Para la elaboración del tipo o la fuente de nuestro logotipo el primer paso que se realiza es identificar la forma tipográfica, lo cual a partir de formas básicas (círculo, cuadrado, triángulo) trabajamos con cada una de las letras que será parte de la morfología o esqueleto básico.

Con este concepto se define la jerarquía donde como prioridad le damos a las letras A-F-I-D-A-L y en segundo aspecto 3-2-1, además se observa que tenemos pocas letras circulares, lo que nos ayuda a saber si queremos partir de tipografías tipo San Serif o no, definiendo el camino a nuestra fuente reflejando la seriedad y seguridad que se quiere reflejar de la asociación AFIDAL 321.

3.1.4. Cromática

“Recibir información sobre los cuerpos que nos rodean y no llegar a comprender la esencia del mensaje cromático es percibir el entorno de manera incompleta, despreciando gran parte de la riqueza cognitiva que, con sólo abrir los ojos nos alcanza... cuando hay luz.” (ALZATE, 2006)

Para la selección de la cromática elegimos varios aspectos que reflejaremos contribuyendo de manera positiva para la Asociación transmitiéndola mediante colores que estimulen calidad energética positiva haciendo referencia con la familia, además de colores que reflejen armonía y seguridad, la misma que la Asociación quiere transmitir para sus familias, con la finalidad de que se sientan seguros con el servicio social que brindan a quienes lo requieran.

Manuel Guzmán en su libro “Teoría y práctica del color” publicado en 2011, presenta 10 tipos de sintaxis del color que lo define como: “Parte de la cromática que se enseña a coordinar y unir los colores para formar estructuras de color, para expresar conceptos.” (M. Guzmán, 2011 p. 41). Las cuáles serán usadas para generar

diferentes organizaciones cromáticas basadas en un círculo, que ayudará a producir nuestras gamas armónicas y acordes cromáticos funcionalmente estructurados para aplicarlas al proceso de creación del logotipo de AFIDAL 321.

Antes de presentar los 10 tipos de sintaxis el círculo cromático para el proceso del logotipo se trabajara con la rueda de color de Johannes Itten basado en doce zonas, compuestos de los colores primarios amarillo, azul y rojo, donde explica: “Coloquemos en un triángulo equilátero los tres colores primarios: el amarillo arriba, el rojo abajo a derecha y el azul abajo izquierda. El triángulo queda inscrito en un círculo en el cual construimos un hexágono. En los triángulos restantes, colocamos las tres mezclas: cada uno de estos colores mixtos está constituido por dos colores primarios. Obtenemos así los colores secundarios siguientes:” (Mínguez, 2011)

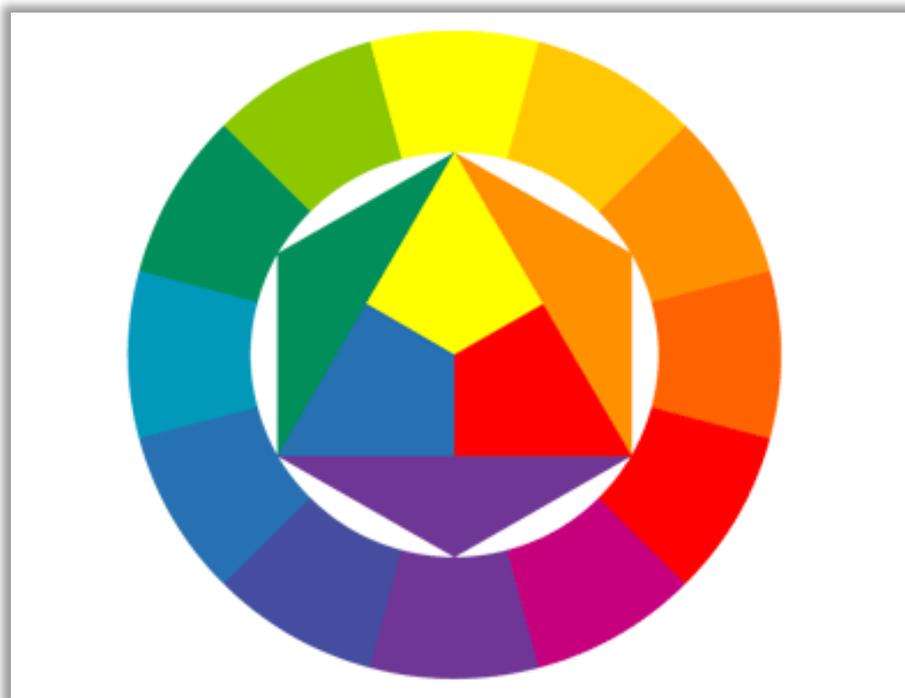


Figura 15. Rueda de color de Johannes Itten
Fuente: (Ivanovic, s.f.)

Monocromático

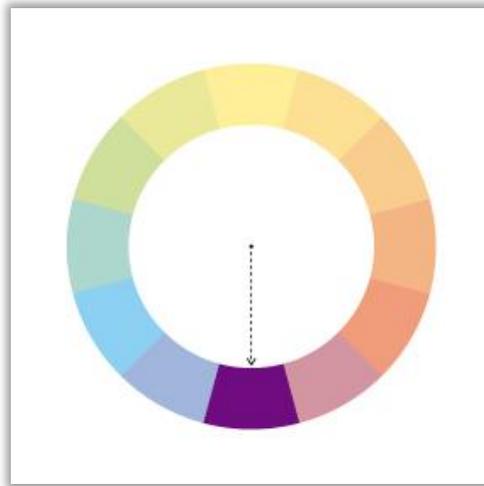


Figura 16. Monocromático
Fuente: Elaboración Propia

Análogos

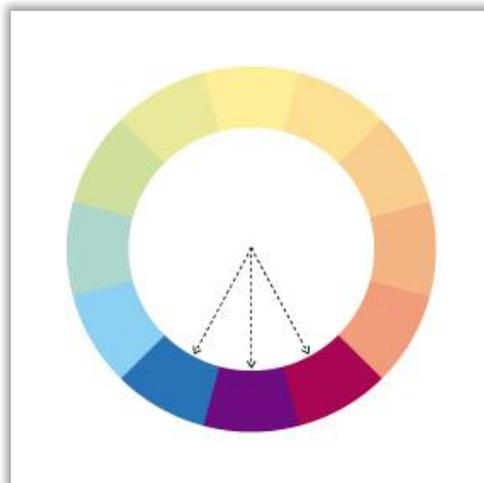


Figura 17. Análogos
Fuente: Elaboración Propia

Alternos adyacentes



Figura 18. Alternos adyacentes
Fuente: Elaboración Propia

Complementario diametral

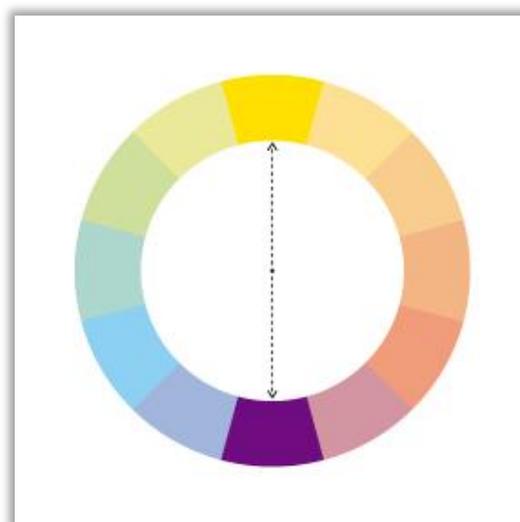


Figura 19. Complementario diametral
Fuente: Elaboración Propia

Doble complementario diametral

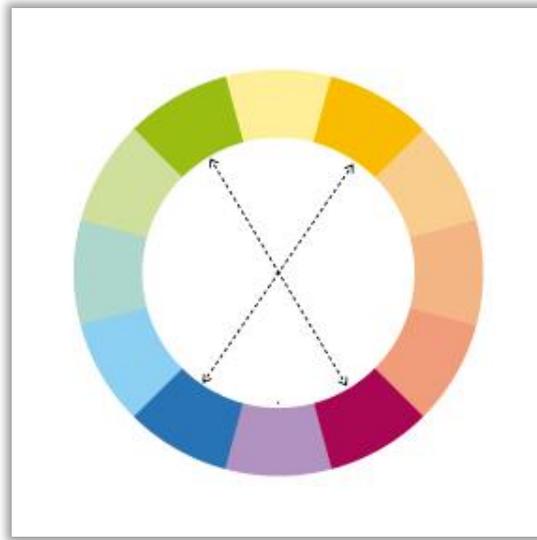


Figura 20. Doble complementario diametral
Fuente: Elaboración Propia

Complementario aproximado

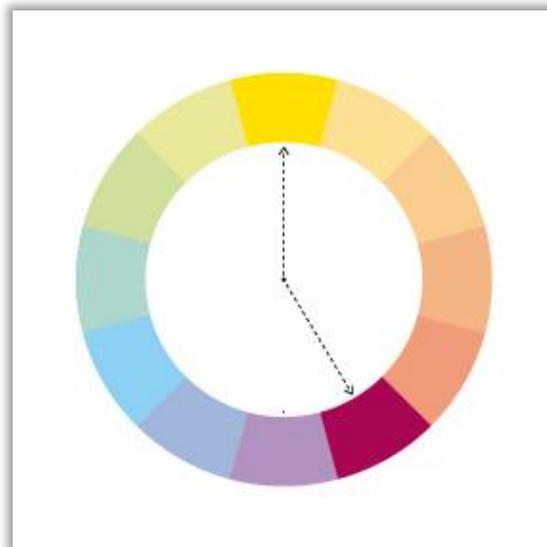


Figura 21. Complementario aproximado
Fuente: Elaboración Propia

Doble complementario dividido

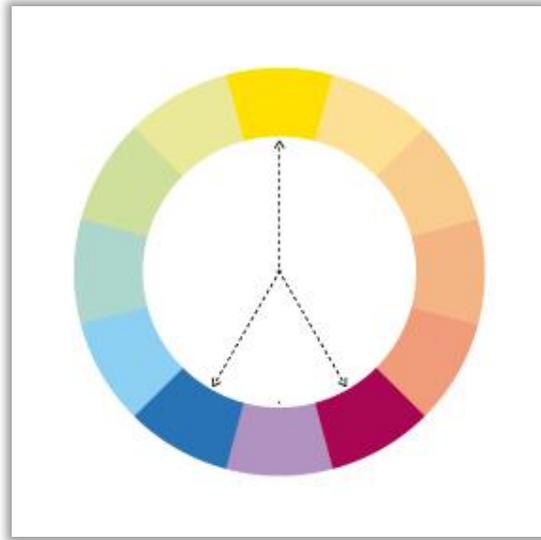


Figura 22. Doble complementario dividido
Fuente: Elaboración Propia

Triada de primarios y secundarios

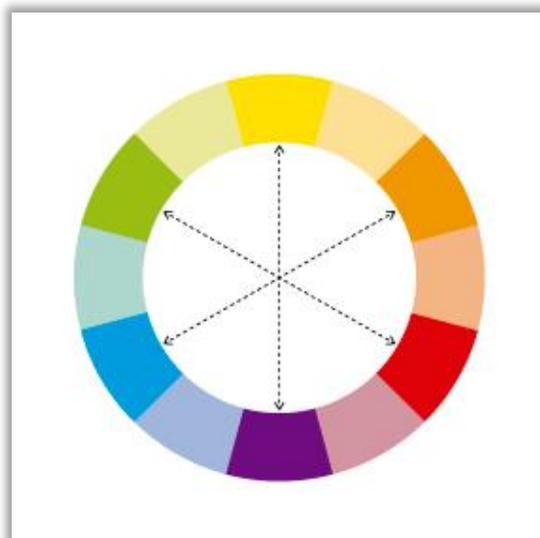


Figura 23. Triada de primarios y secundarios
Fuente: Elaboración Propia

Exacromía de terciarios

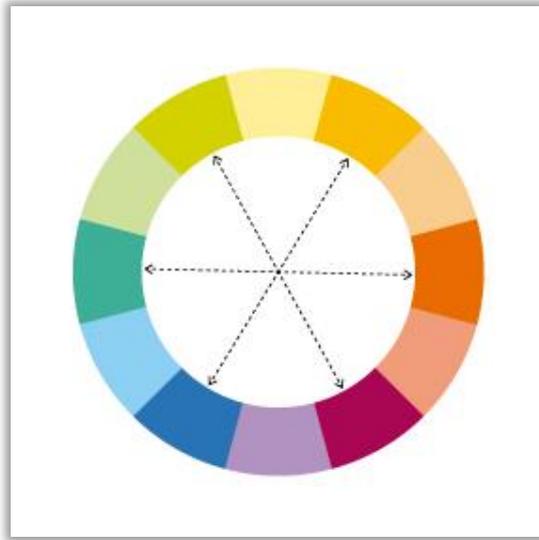


Figura 24. Exacromía de terciarios
Fuente: Elaboración Propia

Discordancia

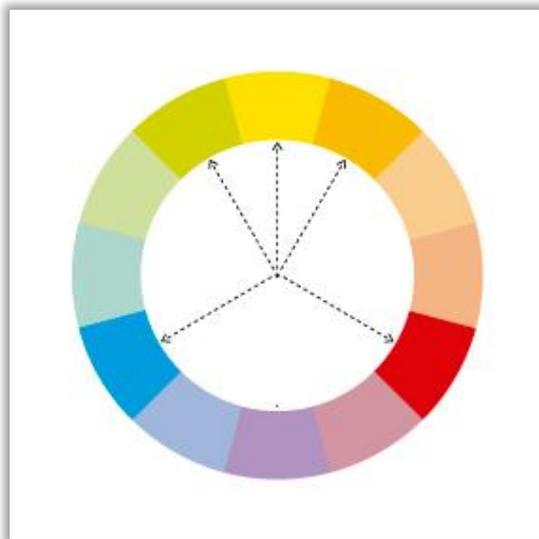


Figura 25. Discordancia
Fuente: Elaboración Propia

3.2. Desarrollo de bocetos o artes iniciales.

Luego de investigar y definir los criterios de diseño que forman parte del logotipo de la asociación, que se refleja en el moodboard, los libros y fuentes bibliográficas, se realizan bocetos iniciales los cuales se los realizará de manera tradicional con papel y lápiz plasmando todo lo que se viene a la mente nutrido de toda la información recolectada, mismos que irán evolucionando hasta llegar al arte final y definir la línea grafica adecuada, con su respectiva cromática y tipografía.

El papel en que se realiza los bocetos está hecho con una retícula en soporte A4 (29,7 x 21 cm) con la cual nos ayuda al momento de bocetar y tener relación espacial correcta para al momento de pasar al proceso de digitalización.

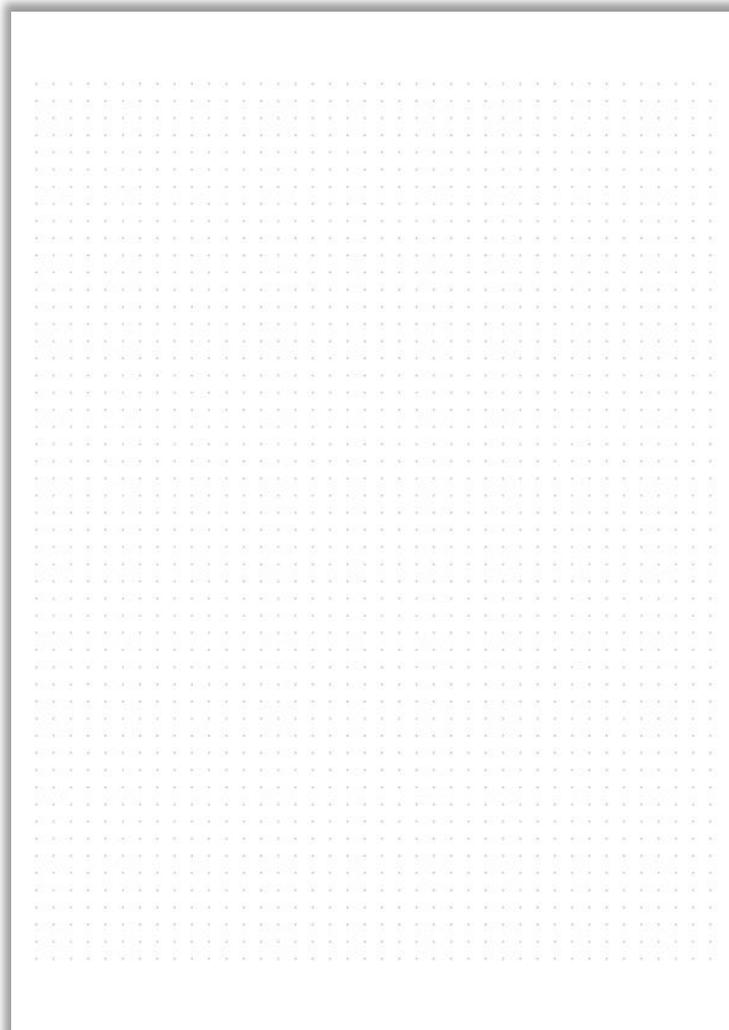


Figura 26. Retícula de 0,5 X 0,5 cm
Fuente: Elaboración Propia

Método radial de AFIDAL 321 en lluvia de ideas, lo que se utiliza para abstraer toda la información de la Asociación y crear el MoodBoard.



Figura 27. Método radial
Fuente: Elaboración Propia

Iconicamente se realiza los primeros trazos que nos lleva a nuestro logotipo final, reflejando la labor de la Asociación que es el de proteger a las familias, obteniendo así una imagen corporativa de alta calidad y rendimiento. Definida por Paul Capriotti "Como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización" (Capriotti, 2013)

Boceto de ideas para el logotipo

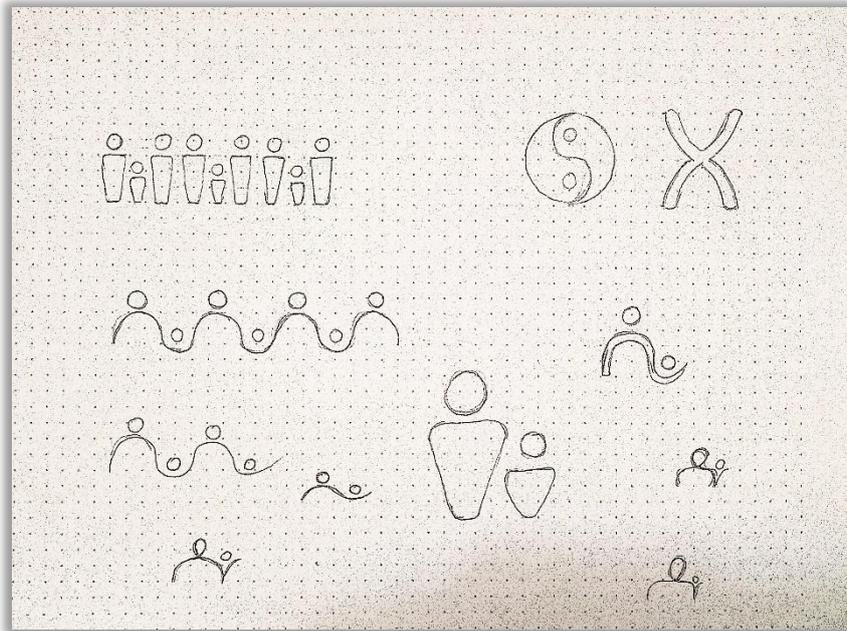


Figura 28. Boceto 1
Fuente: Elaboración Propia

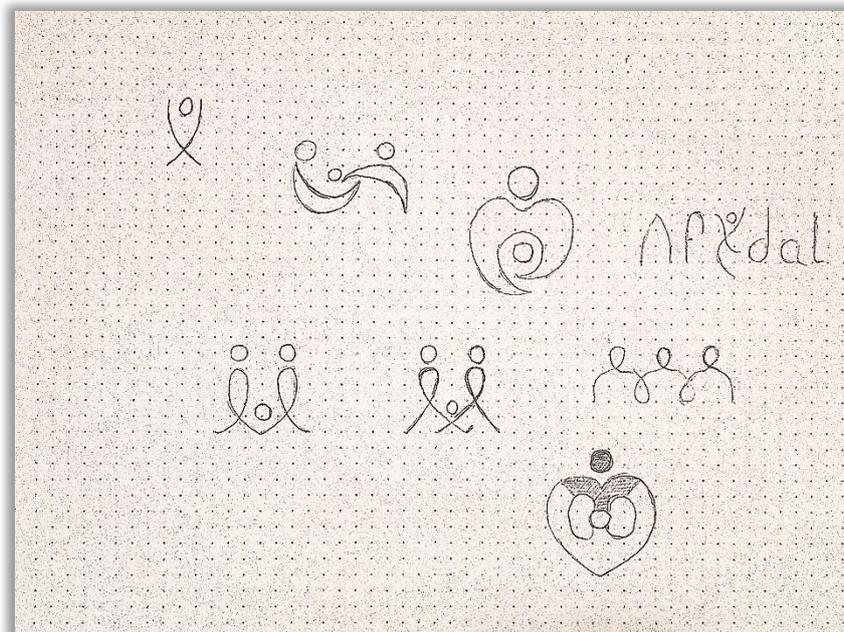


Figura 29. Boceto 2
Fuente: Elaboración Propia

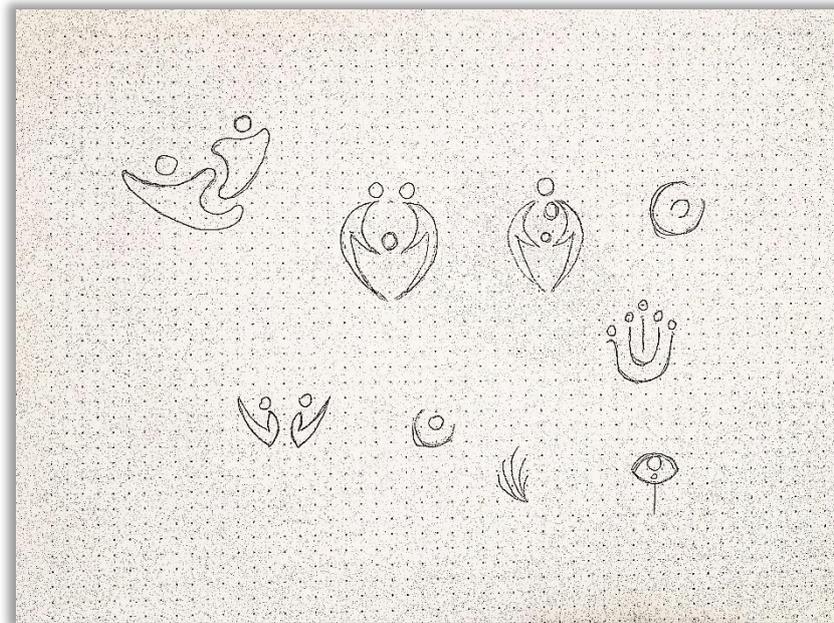


Figura 30. Boceto 3
Fuente: Elaboración Propia

3.3. Evaluación de artes iniciales.

Con los identificadores gráficos definidos, se inicia la evaluación por parte de profesionales de diseño, personal de la Asociación y familias, tomando a consideración sus conocimientos, criterios de diseño y conocimiento de la Asociación.

Propuesta #1: De la Figura 34. Boceto 1 se obtiene la propuesta #1, que refleja la unión del trazo para reflejar los valores y lo que quiere transmitir la asociación.

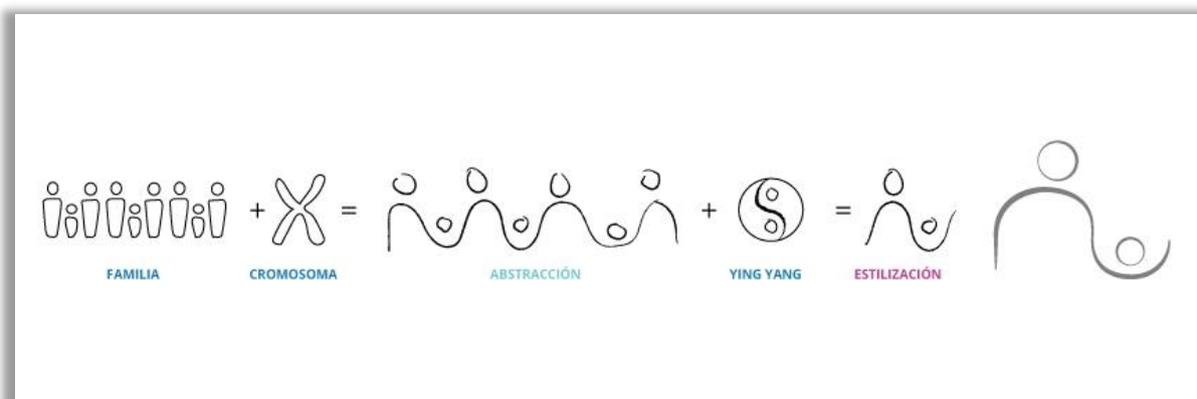


Figura 31. Boceto 1
Fuente: Elaboración Propia

Propuesta #2: De la Figura 35. Boceto 2 se obtiene la propuesta #2, que refleja la manos una sobre otra nos dan la sensación de protección.



Figura 32. Boceto 3
Fuente: Elaboración Propia

Propuesta #3: De la Figura 36. Boceto 3 se obtiene la propuesta #3, que refleja al igual que la primera propuesta la unión de los dos elementos como se observa a la familia entrelazada.

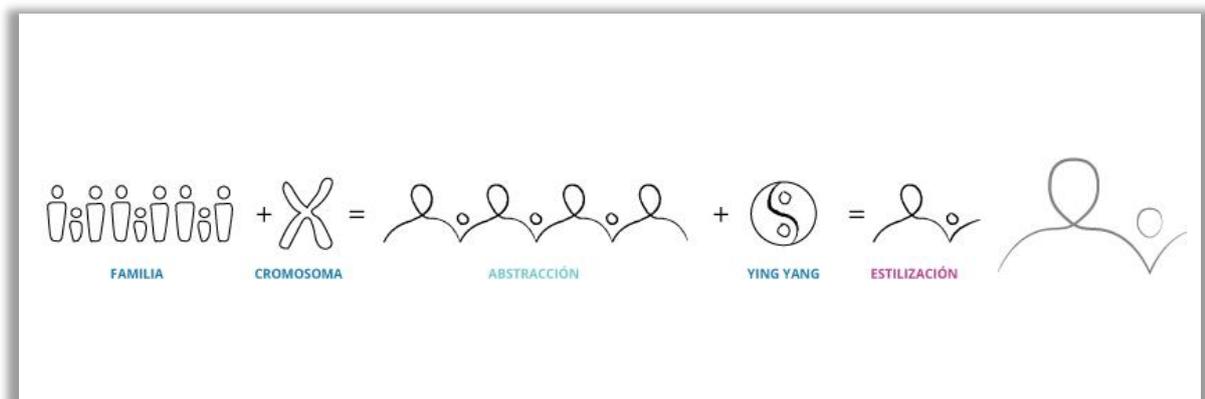


Figura 33. Boceto 2
Fuente: Elaboración Propia

3.3.1. Evaluación del Isotipo

Una vez realizado el proceso, los logos serán evaluados en sus criterios y parámetros, basándose en su legibilidad (que pueda ser leído), pregnancia (color, textura), reproducibilidad (capacidad de poder ser utilizado en diversos soportes), así como por su minimalismo (elementos esenciales), elegancia y sobriedad, con la que se garantiza un trabajo de calidad.



Figura 34. Digitalización de bocetos
Fuente: Elaboración Propia

3.3.2. Evaluación de Logotipo (tipografía).

El texto para la construcción del logo constituye el complemento total, para comunicar efectivamente su concepto y valores, ante ello la elección tipográfica refuerza lo que la asociación transmite.

Bullet	<i>AFIDAL 321</i>
Housegothic	AFIDAL 321
Humanist 521 Light Btv	AFIDAL 321
I Hate Comic Sans	AFIDAL 321
Inkburrow	AFIDAL 321

Figura 35. Boceto seleccionado
Fuente: Elaboración Propia

Para el uso del logotipo se busca una tipografía con características que reflejen nitidez, legibilidad y atractivo, por lo que se propone la elección de tipos San Serif y se escogió una entre cinco opciones: Bullet, Housegothic, Humanist 521 Light Btv, I Hate Comic Sans, Inkburrow (Figura 38), mismas que fueron evaluadas por miembros de AFIDAL 321 y docentes de la UCSG (Anexo 08).

3.3.3. Evaluación de color

A partir de la evaluación del logo seleccionado, se le aplica los colores para el isotipo que está basada en la rueda de color de Johannes Itten y la sintaxis Complementaria diametral de Manuel Guzmán, utilizando al anaranjado como color principal y en relación cromática de los criterios de diseño.

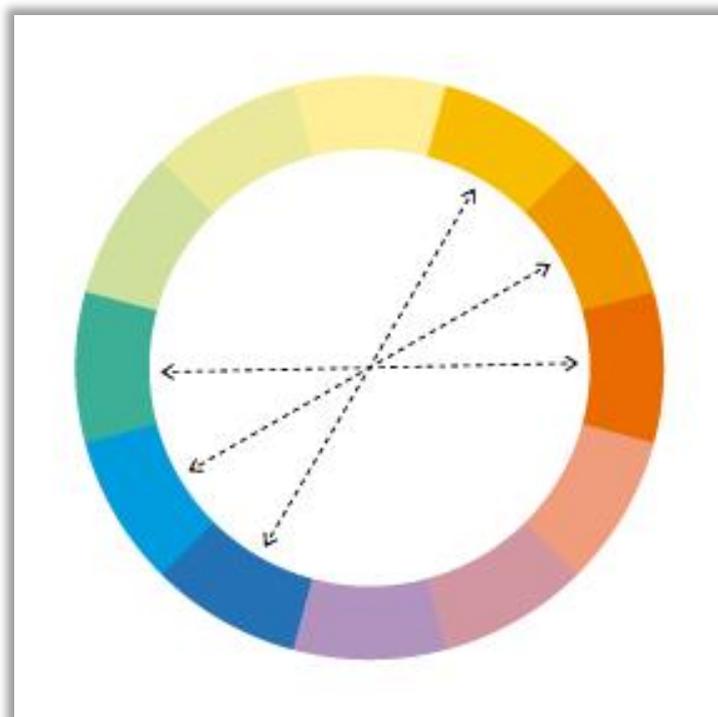


Figura 36. Complementarios diametrales del anaranjado
Fuente: Elaboración Propia

El color anaranjado “Posee una fuerza activa, radiante y expresiva, de carácter estimulante y cualidad dinámica positiva y energética.” (Facio, 2010) Por esta razón el color anaranjado hace referencia a la forma de ser de una persona con síndrome de Down y a lo que quiere reflejar para con la familia la asociación.

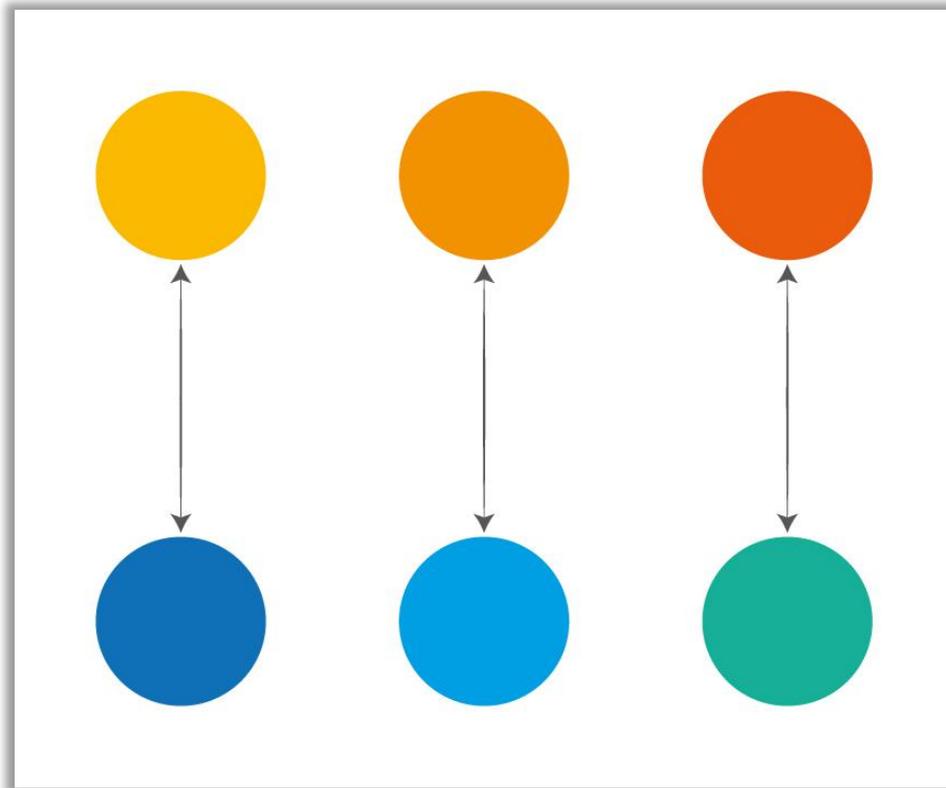


Figura 37. Colores complementarios diametrales aplicados al arte.
Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al color institucional de la Asociación se toma como referencia uno de los 10 tipos de sintaxis del color definidos por Manuel Guzmán, la sintaxis Complementario diametral, para expresar el concepto de la Asociación con gamas armónicas y acordes cromáticos funcionales y estructurados, con el cual las personas sienten relación con respecto a la labor de AFIDAL321.

Después de haber aplicado las muestras de color de la sintaxis complementario diametral con el isotipo (figura 38), se llevó a una evaluación de los colores opuestos en donde se busca el siguiente color que refleje lealtad y fidelidad para ello quedaron tres opciones que se muestra en la figura 37.

La decisión de su cromática se fundamenta en la distinción de sus elementos tanto en su representación conceptual y en los elementos del icono. (Ver Anexo 08)



Figura 38. Evaluación
Fuente: Elaboración Propia

3.4. Desarrollo de propuesta gráfica inicial.

A continuación se muestra la estilización de la forma, del identificador gráfico sobre una retícula, con el fin de garantizar la fidelidad en las proporciones.

Después del estudio que se realiza, se presenta la propuesta del logotipo elegida y con sus respectivos colores corporativos y tipografía determinada para la Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual (Afidal 321).



Figura 39 Estilización de la forma.
Fuente: Elaboración Propia

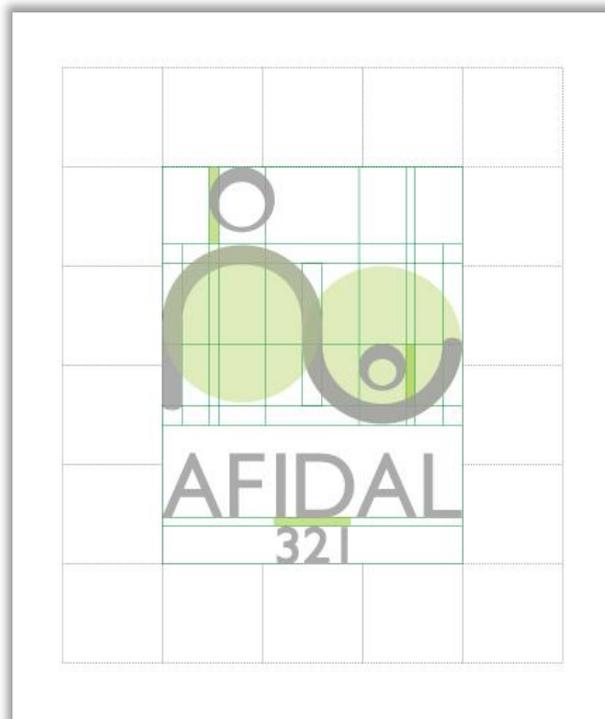


Figura 40. Estilización de la forma.
Fuente: Elaboración Propia



Figura 41. Estilización de la forma.
Fuente: Elaboración Propia



Figura 42. Propuesta del Imagotipo
Fuente: Elaboración Propia

El identificador gráfico se compone de un icono y su logotipo, donde el icono está representado por la familia y la unión que quiere lograr la asociación con sus familias. El logotipo de la familia tipográfica Sans Serif se encuentra alineado al centro y se compone de las iniciales de la asociación AFIDAL y por debajo de ella 321 que refleja a la trisomía 21 para el trabajo de personas con síndrome de down. El color se forma de la sintaxis del color complementario diametral del naranja siendo el naranja un color con dinamismo y el verde agua reflejando a la armonía que brinda la asociación para las familias.

3.5. Desarrollo de línea gráfica definitiva.

3.5.1. Construcción en retícula

Retícula del logotipo proporcionada después de cuadrar y definir todos sus lineamientos y proporciones, por esta retícula se puede reproducir el imagotipo en cualquier soporte, dimensión o aplicación, el tamaño de cada módulo tiene una medida proporcional por x, el cual ayuda a identificar de cuantos módulos está compuesto el tamaño total del imagotipo.

Las dimensiones de la retícula corresponden a 5x de ancho y 6x de alto, de esta manera se asegura la correcta proporción del identificador gráfico.

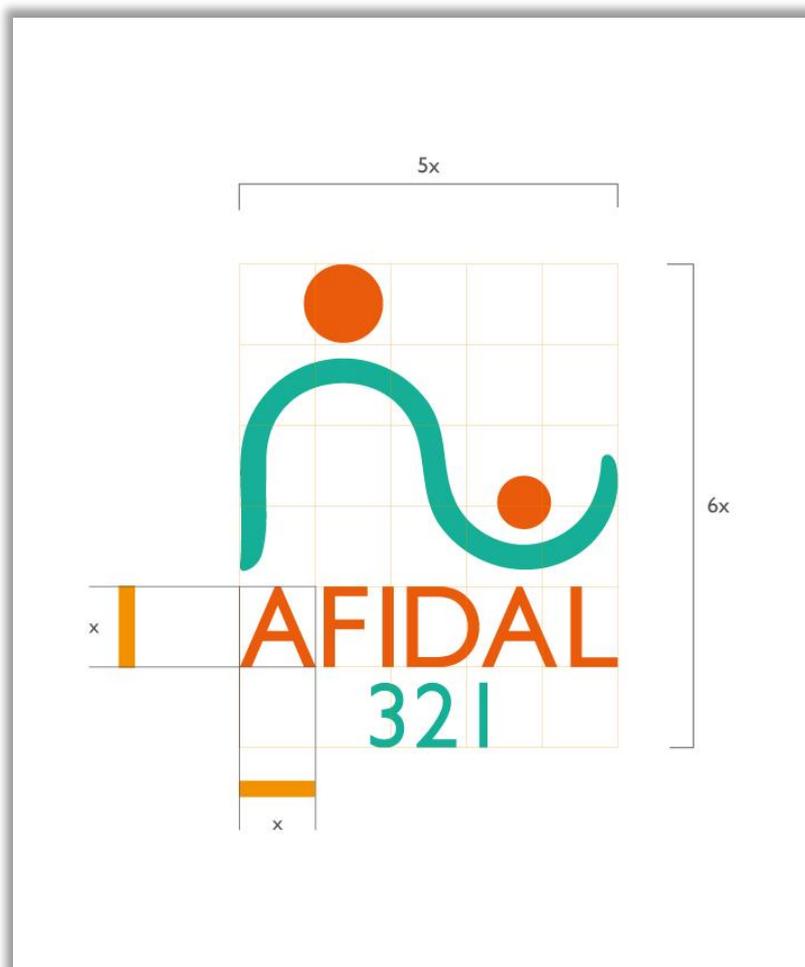


Figura 43. Retícula
Fuente: Elaboración Propia

3.5.2. Área de protección

Una vez creado el identificador gráfico con sus proporciones y lineamientos se establece una zona de protección donde ningún otro elemento se colocara sobre o dentro del logo en toda su área establecida, lo cual se lo ha establecido como x donde $1x = a$ la primera letra del logotipo A

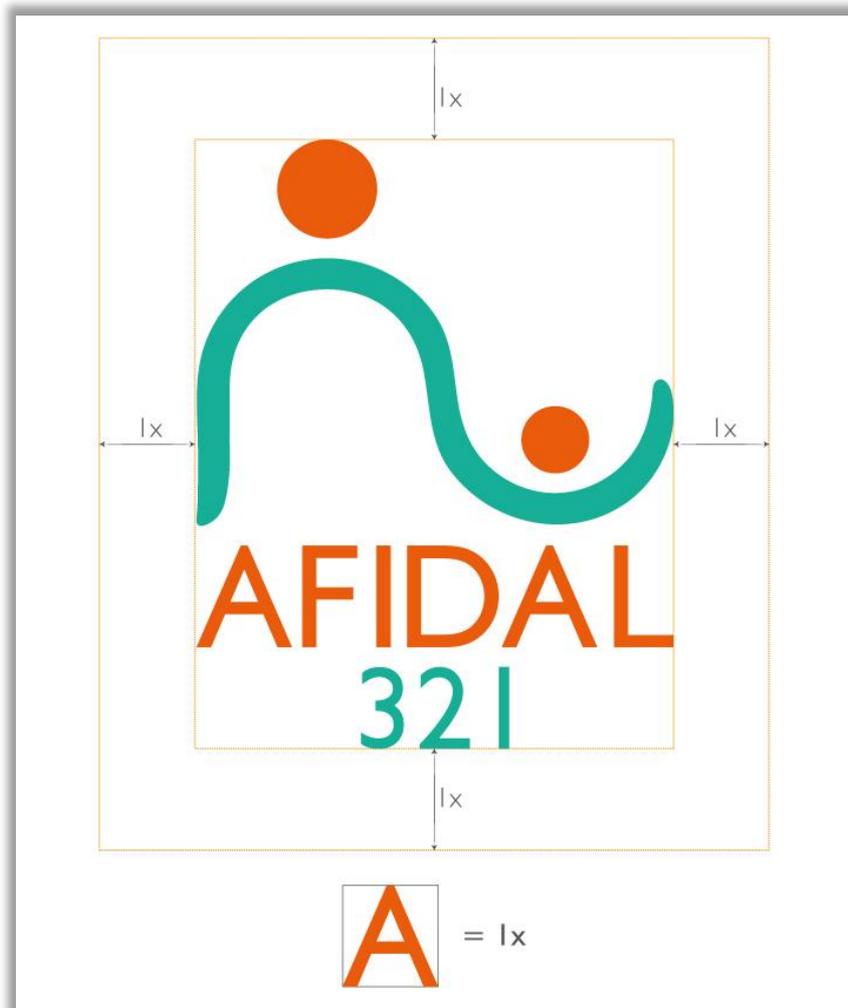


Figura 44. Área de protección
Fuente: Elaboración Propia

Tanto su ancho como su alto, izquierda y derecha se definen $1x$, evitando así que otras marcas o elementos compitan directamente, brindando el espacio suficiente donde el identificador gráfico es identificado de mejor manera y ganando protagonismo.

3.5.3. Cromática

En la figura 49 se detalla los colores institucionales para la identidad gráfica de la asociación AFIDAL 321, en códigos para tintas planas, medios impresos en cuatricromía y para medios digitales tanto RGB, como en hexadecimales (RGB compatible con web que permite obtener uniformidad de colores utilizados en internet).

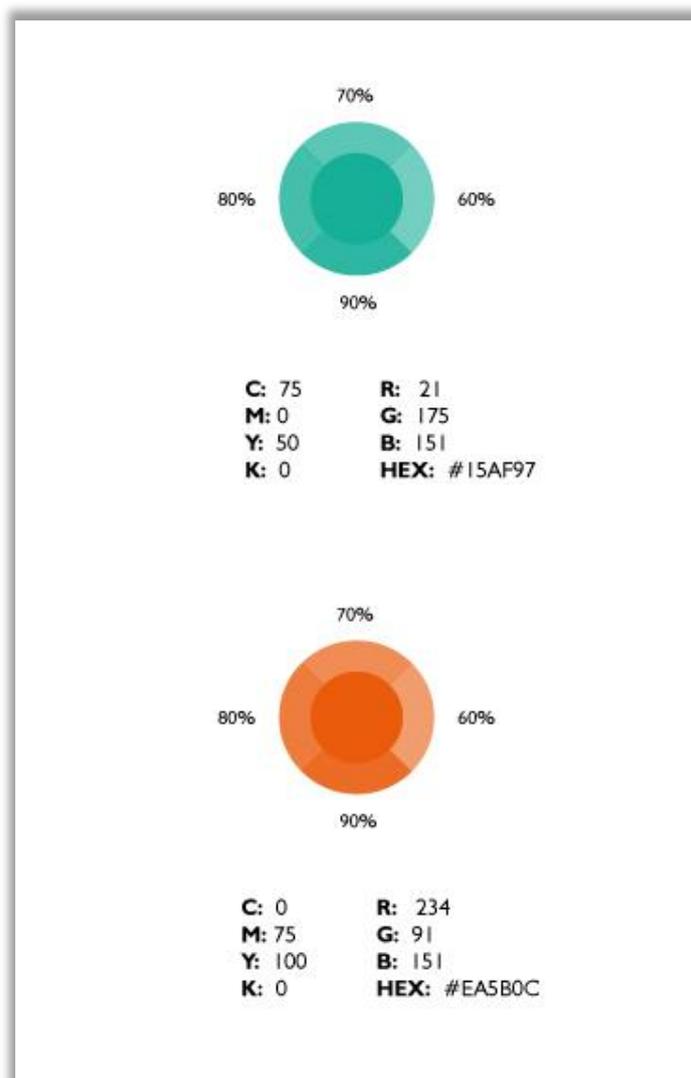


Figura 45. Cromática
Fuente: Elaboración Propia

3.6. Arte final de las piezas gráficas.

Las piezas gráficas son realizadas en base a las necesidades de la asociación y bajo criterios de diseño previamente establecidos.

3.6.1. Tarjeta de presentación

Se realiza dos tarjetas de presentación, uno para la asociación y otro personalizado para los miembros, con nombre cargo y celular del trabajador. En ambos diseños posterior y anterior tienen diseño, se recomienda imprimir en papel couché de 300 gr.



Figura 46. Tarjeta de presentación
Fuente: Elaboración Propia

3.6.2. Hoja membretada

Un modelo que se utiliza para toda la comunicación escrita, dentro y fuera de la Asociación, se recomienda imprimir en papel bond de 75 gr.

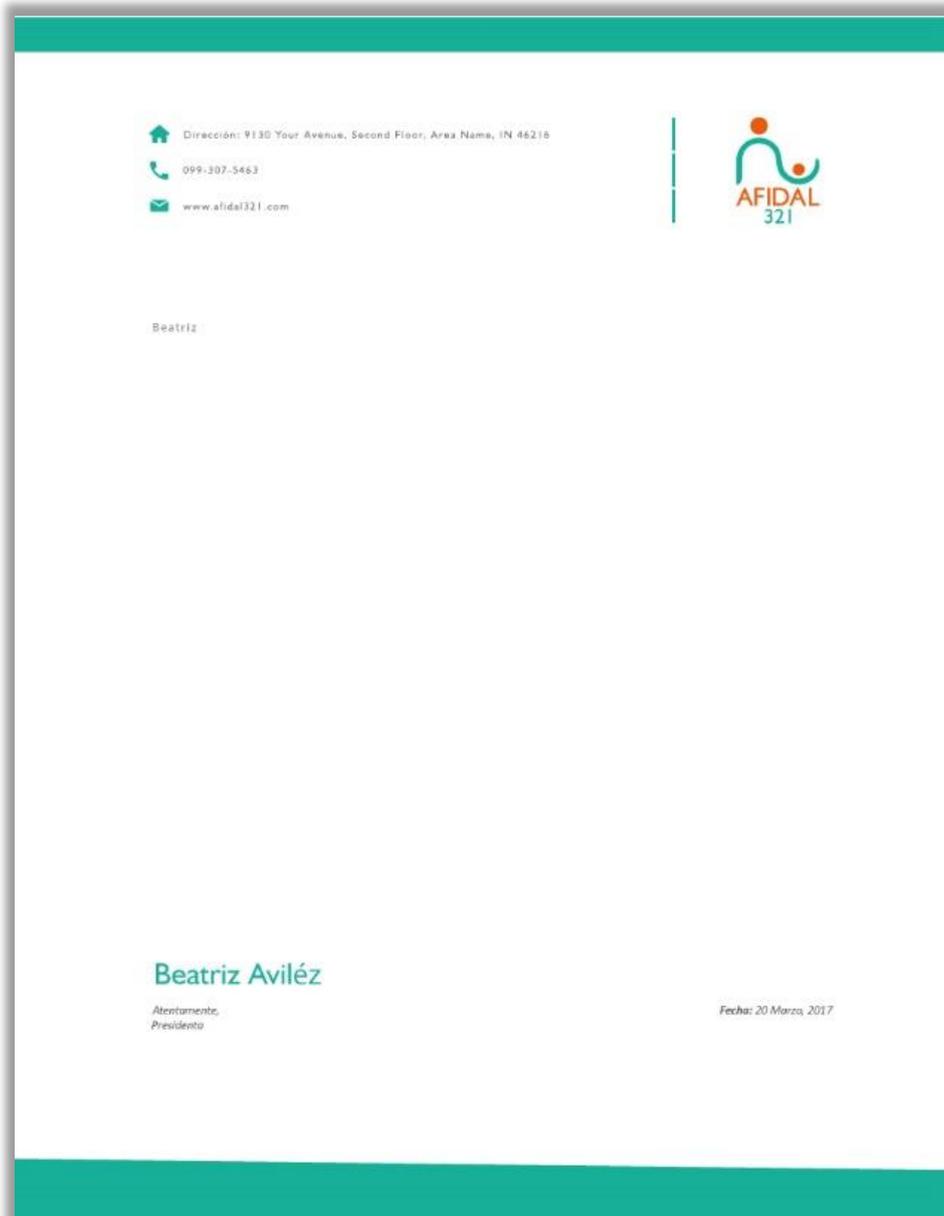


Figura 47. Hoja membretada
Fuente: Elaboración Propia

3.6.3. Sobre carta

Se recomienda imprimir en papel bond de 90 gr.

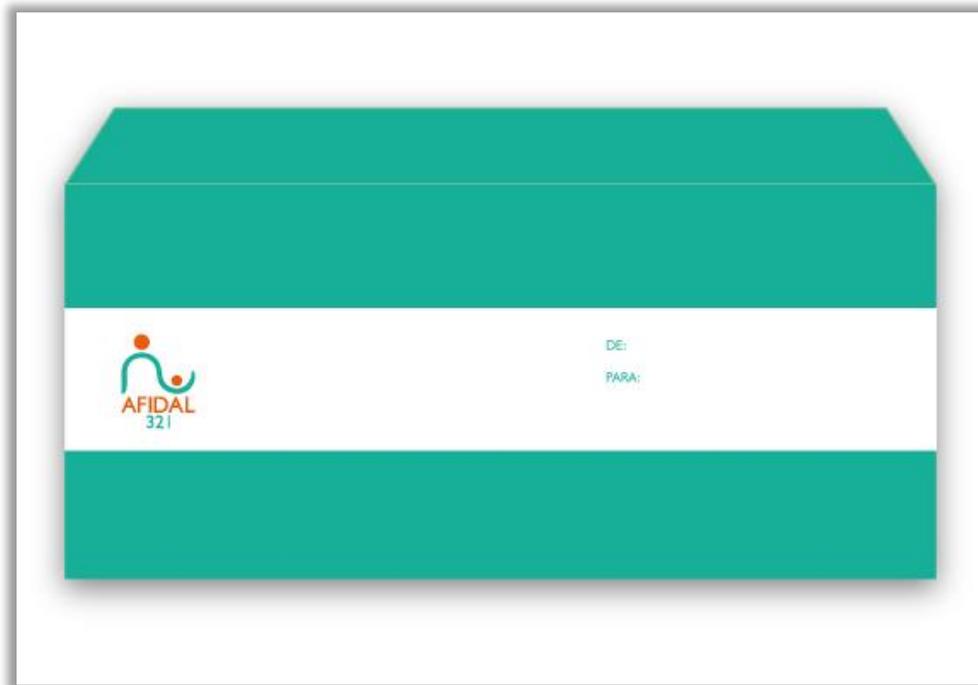


Figura 48. Sobre carta
Fuente: Elaboración Propia

3.6.4. Sobre bolsa

Se recomienda imprimir en papel bond de 120 gr. para aumentar su resistencia



Figura 49. Sobre bolsa
Fuente: Elaboración Propia

3.6.5. Carpeta

La carpeta se diseña con colores representativos del logotipo para que se reconozca y quede impregnada en las mentes del público, la misma que se la debe utilizar para llevar o entregar cualquier tipo de documentación la misma que realiza la Asociación, se recomienda imprimir en papel couché de 300 gr.



Figura 50. Carpeta
Fuente: Elaboración Propia

3.6.6. Estuche de CD

Cualquier CD que sea utilizado o realizado por la asociación debe ser entregado en el estuche institucional, se recomienda imprimir en papel bond de 90 gr.



Figura 51. Estuche de CD
Fuente: Elaboración Propia

3.6.7. Redes Sociales

3.6.7.1. Facebook



Figura 52. Facebook
Fuente: Elaboración Propia

3.6.7.2. Instagram



Figura 53. Instagram
Fuente: Elaboración Propia

3.6.7.3. Twitter



Figura 54. Twitter
Fuente: Elaboración Propia

3.6.8. Banner Roll up

En eventos a realizarse por la asociación, o eventos donde pueda darse a conocer se lleva un banner roll up, como pieza grafica de identificación de AFIDAL 321.



Figura 55. Banner Roll up
Fuente: Elaboración Propia

3.6.9. Uniforme

Lo limitamos a una camiseta polo y el identificador gráfico bordado, debido a las limitaciones económicas que tiene AFIDAL 321.



Figura 56. Polo
Fuente: Elaboración Propia

3.6.10. Material P.O.P.

El Material P.O.P. (o en español PDV “Punto de Venta) es todo aquel artículo promocional que un cliente puede “retener” (ya sea física o “mentalmente”) y que sirve para que la publicidad se vuelva permanente. Técnicamente todo lo que se pueda dejar tu cliente y que le sirva para recordar a tu empresa, es POP. (Branding, 2013)

Este material para Afidal 321 le sirve de ayuda para una introducción o presentación, además de ser una Asociación que no cuenta con el presupuesto para pagar publicidad en TV o prensa, el material P.O.P es muy útil para darse a conocer con la sociedad y consolidar el identificador gráfico.

3.6.10.1. Bolsa



Figura 57. Bolsa
Fuente: Elaboración Propia

3.6.10.2. Libreta

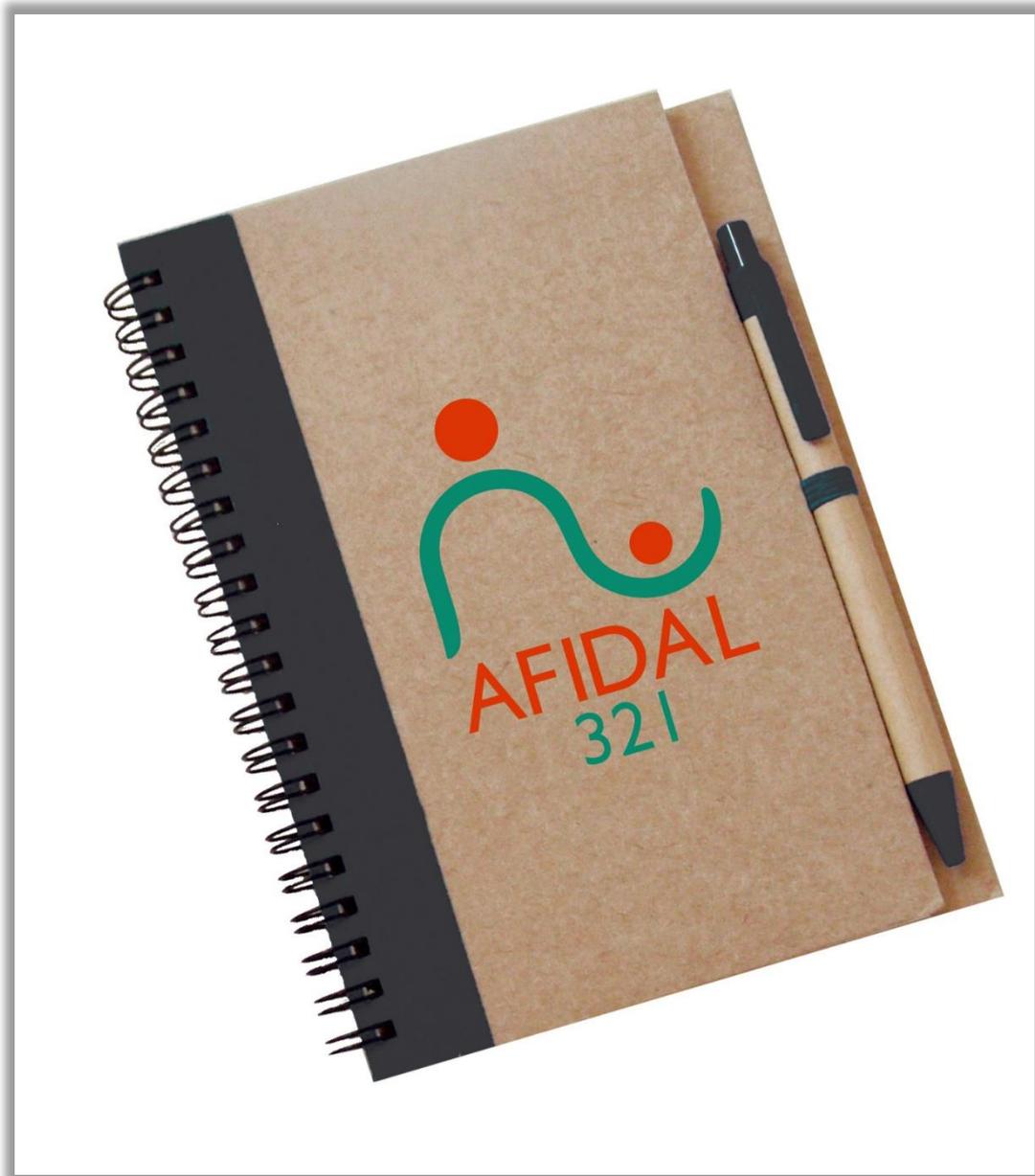


Figura 58. Libreta
Fuente: Elaboración Propia

3.6.10.3. Bloc de notas



Figura 59. Bloc de notas
Fuente: Elaboración Propia

3.6.10.4. Jarro



Figura 60. Jarro
Fuente: Elaboración Propia

3.6.10.5. Camiseta



Figura 61. Camiseta
Fuente: Elaboración Propia

3.7. Implementación y verificación de las piezas gráficas.

3.7.1. Implementación.

Todo el proceso desarrollado en este trabajo de titulación, se presenta al público para comprobar la aceptación que tiene este con el logotipo finalizado y aplicado en distintos soportes (tasa, camiseta, gorra) en sus diferentes usos.



Figura 62. Implementación.

Fuente: Elaboración Propia

3.7.2. Verificación de piezas gráficas.

Todos estos resultados pasaron por un filtro de verificación y aprobación por parte de miembros de AFIDAL 321, docentes, y estudiantes de la facultad de Arquitectura. Con la finalidad de conocer sus referencias en cuanto al resultado aplicado en todo el desarrollo en este proyecto de titulación.



Figura 63. Pieza Gráfica
Fuente: Elaboración Propia

3.8. Producto Final

Para mejorar el proceso aplicativo de la identidad corporativa de la Asociación AFIDAL 321, el producto final es el manual sobre el correcto uso del logotipo.

Este manual contiene información de la imagen corporativa que se desarrolla en el trabajo de titulación, aquí se explica todos los elementos del logo es decir: colores, tamaño, tipo de letra, usos correctos, usos incorrectos, aplicaciones, entre otros, con la finalidad de brindar la información necesaria del logotipo para su correcta aplicación en distintos soportes y usos que se apliquen al mismo, esto permitirá a AFIDAL 321, ser reconocida por los usuarios.

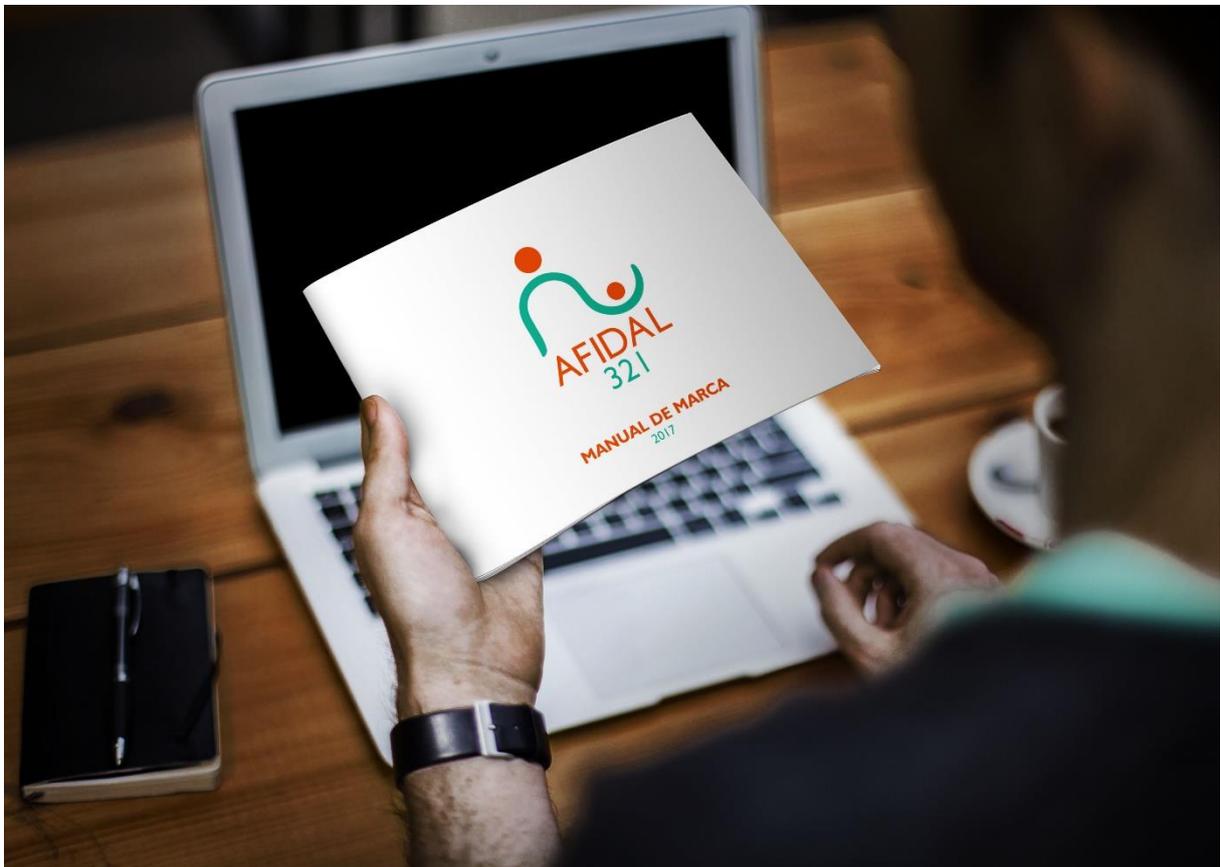


Figura 64. Producto final
Fuente: Elaboración Propia



Figura 65. Portada del manual
Fuente: Elaboración Propia



Figura 66. Manual Pág. 2-3
Fuente: Elaboración Propia



Figura 67. Manual Pág. 4-5
Fuente: Elaboración Propia



Figura 68. Manual Pág. 6-7
Fuente: Elaboración Propia



Figura 69. Manual Pág. 8-9
Fuente: Elaboración Propia



Figura 70. Manual Pág. 10-11
Fuente: Elaboración Propia



Figura 71. Manual Pág. 12-13
Fuente: Elaboración Propia



Figura 72. Manual Pág. 14-15
Fuente: Elaboración Propia



Figura 73. Manual Pág. 16-17
Fuente: Elaboración Propia



Figura 74. Manual Pág. 18-19
Fuente: Elaboración Propia



20-21
Fuente: Elaboración Propia



Figura 75. Manual Pág. 22-23
Fuente: Elaboración Propia



Figura 76. Manual Pág. 24-25
Fuente: Elaboración Propia



Figura 77. Manual Pág. 26-27
Fuente: Elaboración Propia



Figura 78. Manual Pág. 28-29
Fuente: Elaboración Propia



Figura 79. Manual Pág. 30-31
Fuente: Elaboración Propia



Figura 80. Manual Pág. 32-33
Fuente: Elaboración Propia



Figura 81. Manual Pág. 34-35
Fuente: Elaboración Propia



Figura 82. Manual Pág. 36-37
Fuente: Elaboración Propia



Figura 83. Manual Pág. 38-39
Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1 Conclusiones

Una vez concluido el presente trabajo investigativo, se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo del proceso de investigación a la asociación AFIDAL 321

- La organización AFIDAL 321 no es conocida por la ciudadanía, pese a que su labor social es en beneficio de las personas con discapacidad, es por ello que se ha centrado la atención en el rediseño del logo dando un valor de marca a su verdadera identidad corporativa.
- El identificador gráfico rediseñado es coherente con los servicios que brinda AFIDAL 321, generando confianza a los potenciales usuarios.
- Es evidente que el logotipo con el que contaba AFIDAL 321, nunca se lo aplicó a ningún material gráfico, por lo que su logo no es representativo, los colores no impactan a la vista del ser humano, por ende no trasmite emociones a quienes lo observan.

4.2 Recomendaciones

Es importante plantear las siguientes recomendaciones a los directivos de AFIDAL 321

- Implementar la presente identidad gráfica en la organización, ya que mediante el sistema de comunicación se espera que el público se beneficie de los servicios que brinda la Asociación.
- Presentar el identificador gráfico de manera formal a los directivos de la Asociación, para que se genere ese sentido de relación e identificación desde el primer momento.
- Que las autoridades de AFIDAL 321 hagan uso del manual de la imagen corporativa para que se apropien del uso correcto de su aplicación.
- Realizar futuras campañas publicitarias en redes sociales, para generar difusión y posicionamiento del logo, aprovechando el gran alcance y bajo recurso económico empleado en estos medios.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Accion, V. e. (s.f.). *Fundacion Misericordia en Accion*. Obtenido de <http://vidaenaccioncc.org/fundacion-misericordia-en-accion>
- ALZATE, A. G. (diciembre de 2006). *PATRONES DE COLOR*. Obtenido de interpretación visual de los valores cromáticos regionales en Caldas: <https://teacherdavidf1.files.wordpress.com/2011/12/librocolor1.pdf>
- Aranda, S. E. (2009). *El boceto entre el diseño y la abstraccion*. Obtenido de Discrepancias y concordancias en la interpretación gráfica-plástica de la idea: <https://hera.ugr.es/tesisugr/18022467.pdf>
- Branding, M. (9 de Octubre de 2013). *Marketing Branding*. Obtenido de <http://www.marketing-branding.cl/2013/10/09/material-pop-pdv/>
- Briones, G. (1998). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. Trillas.
- Caballero, C. P. (2009). *Repositorio de la Escuela Superior Politécnica del Litoral Artículo de Materia de Graduación*. Obtenido de Propuesta de Diseño para Revalorizar a la Guayabera como Elemento de Identidad Cultural de Guayaquil: <http://www.edcom.espol.edu.ec/sites/edcom.espol.edu.ec/files/proyecto38.pdf>
- Capriotti, P. (febrero de 2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Obtenido de Instituto de Investigación en Relaciones Públicas: <http://ceomediacomunication.com/Libros/Planificaciondelaimagencorporativa.pdf>
- Costa, J. (02 de 2010). *Taller 5A*. Obtenido de <https://taller5a.files.wordpress.com/2010/02/imagen-corporativa-por-joan-costa.pdf>
- Ellison, A. (2008). *Tipografía Digital*. Barcelona: PARRAMON.
- Facio, P. M. (Noviembre de 2010). *EL COLOR*. Obtenido de REVISTA DIGITAL PARA PROFESIONALES DE LA ENSEÑANZA: <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd7546.pdf>
- FEPAPDEM. (s.f.). Obtenido de <http://www.fepapdem.org/>
- Fishel, C. (2000). *Rediseño de la imagen corporativa*. Madrid: GILLI.
- Foundation, N. P. (s.f.). Obtenido de <http://www.parkinson.org/>
- FUNDACION, M. (s.f.). Obtenido de <http://mexicovivo.org/new/#>
- Grasso, L. (2006). "Encuestas: elementos para su diseño y análisis". Argentina: Encuentro Grupo Editor.
- Inclusion, P. (2011). *Plena Inclusion*. Obtenido de Confederación Española de Organizaciones en favor de las Personas con Discapacidad Intelectual - FEAPS: <http://www.plenainclusionmadrid.org/>
- issuu. (26 de junio de 2013). *Fundación Cristiana Generación del Reino*. Obtenido de Portafolio Fundación Cristiana Generación del Reino: https://issuu.com/marcela_amell/docs/portafolio_fundaci__n_pags
- Ivanovic, I. C. (s.f.). *Proyecta color*. Obtenido de <http://www.proyectacolor.cl/teoria-de-los-colores/circulo-cromatico/>

- Jiménez, O. A. (2006). La Recuperación de la Lengua Ancestral de los Yanaconas. En O. A. Jiménez, *La Recuperación de la Lengua Ancestral de los Yanaconas* (pág. 41). La Paz Bolivia: Plural Editores.
- López, M. A. (2005). Junta Directiva de la Asociación Española de Pediatría. *Síndrome de Down (Trisomía 21)*, 37-43. Obtenido de Síndrome de Down (Trisomía 21).
- Mínguez, H. (11 de 2011). *Teoría del Color*. Obtenido de <http://teoriadelcoloruacj.blogspot.com/2011/11/ciculo-cromatico-de-johannes-itenn-1888.html>
- Pedrero, G. L. (2002). *Psicología de la Gestalt*. Obtenido de Teorías sobre El Desarrollo, Módulo I, Diplomado La Globalización de la enseñanza de la Ciencia Naturales en Primaria y Preescolar: http://www.internet.com.uy/arteydif/SEM_UNO/PDF/GESTALT.pdf
- Pelachano, S. y. (1979). *La entrevista*. Valencia: Facultad de Filosofía, Psicología y Ciencias de la Educación.
- Sbino, C. A. (2007). El proceso de investigación. Argentina: LUMEN/HVMANITAS.
- Wingu. (s.f.). *Fundacion crecer*. Obtenido de <https://www.crecerfundacion.org.ar/fundaci-n-crecer>

CAPÍTULO 6

6. ANEXOS

Anexo 1

Filosofía Institucional

Misión

Contribuir a crear una sociedad más justa y solidaria, que promueva la inclusión social de grupos que requieren atención prioritaria, como es el caso de las personas con discapacidad intelectual, específicamente de aquellas con Síndrome de Down, y de esta manera mejorar la calidad de vida.

Visión

AFIDAL 321 pretende sobre la base de la constitución impulsar en las personas con discapacidad intelectual la autonomía, con proyectos de inclusión social innovadores, demostrando solidaridad y ética.

Anexo 2

Valores

Toda la comunidad interna y externa que forma parte de AFIDAL 321 comparten los siguientes valores:

Fortaleza. Renovación de la confianza, sin importar las veces que hemos caído, esto nos ayudara a vencer todos nuestros obstáculos.

Esfuerzo. No esperemos que los retos que nos depara la vida se resuelvan solos, luchar por las cosas es una cualidad positiva que trae como recompensa el desarrollo como persona.

Equidad. La equidad se caracteriza por el uso de la imparcialidad para reconocer el derecho de cada uno, adaptando la regla concreta de lo más justo, mismas condiciones y oportunidades para todas las personas sin distinción.

Solidaridad. El trabajo que desempeñan es porque son conscientes de la necesidad que sufren las personas con discapacidad intelectual, es por ello que se sienten comprometidos con asistencia social y tratamiento psicológico.

Compromiso. Todos los seres humanos son sujetos de los mismos derechos, por lo tanto el trabajo en equipo y el buen clima laboral serán indispensables para conseguirlo.

Orientación. Procura mejorar la calidad de vida de las personas con Síndrome de Down y sus familias.

Transparencia. La manera de actuar estará enmarcada en la integridad y rendición de cuentas a todas las personas que lo requieran

El compromiso. Declaran el compromiso fehaciente que tienen con todas las personas que confían en AFIDAL 321.

Anexo 3

Entrevista a las autoridades de AFIDAL 321

Entrevista a la señora Lcda. Beatriz Avilés, presidente de la Asociación AFIDAL 321.

Objetivo: Obtener información que permita el rediseño de la identidad corporativa y elaboración del manual de uso de la Asociación.

¿Qué tipo de asociación es?

Nuestra agrupación es de carácter social, porque brinda servicio asistencial sin fines de lucro, a todas aquellas familias que tienen dentro de sus miembros personas que sufren del Síndrome de Down

¿A través de que promueve los servicios que ofrece?

Nosotros lo hacemos a través de redes sociales, avisos de prensa, publicidad, es por ello que deseamos un logo que nos identifique con mayor claridad y que impacte a la ciudadanía

¿Considera necesario que se rediseñe los valores corporativos de la asociación en una forma más detallada?

Sí, porque el actual logo no nos identifica con claridad, los colores no son llamativos, pocos lo conocen, y nadie sabe su significado.

¿Cuál es la Misión de la Asociación?

Nuestra misión está centrada a promover una sociedad más justa que promueva la inclusión social de personas con Síndrome de Down, para mejorar la calidad de vida.

¿Cuál es la Visión de la asociación?

Impulsar en las personas con discapacidad intelectual la autonomía, sin infringir las normas establecidas en la Constitución de la República del Ecuador, esto lo hacemos a través de proyectos de inclusión social.

¿Considera importante que la Asociación tenga un manual de uso de la imagen corporativa?

Sí, porque desde que fuimos creados como Asociación no contamos con un manual de uso, y éste es importante porque a través de él podemos ser más específicos ante la ciudadanía sobre nuestro rol y se lo puede hacer a la mayor cantidad posible de ciudadanos.

¿Qué significado tienen para usted los colores del logotipo?

Como le dije anteriormente, no estoy segura de que significa en sí el logo, peor los colores, creo que la gama de colores que tienen es en relación a las diferentes etnias que existen. Es por ello que creo indispensable modificarlo y que se cree el manual de uso para que todos y todas sepamos el porqué del logo

¿El logotipo está impreso en la documentación de la Asociación (¿tarjetas de presentación, cartas, invitaciones, etc.?)

No en ninguno.

¿Qué medios se utilizaría para publicar el logo de la Asociación?

Bueno, lo haríamos por diferentes medios por ejemplo en tarjetas de presentación, oficios, memorándum, hojas volantes, ferias, otros

¿Tiene conocimiento de algún estudio de imagen corporativa realizado en la Asociación?

No se ha realizado ningún estudio de imagen corporativa desde la creación de la Asociación.

Anexo 4

Entrevista a las autoridades de AFIDAL 321

Entrevista a la señora Lcda. Tania Rizzo, vicepresidente de la Asociación AFIDAL 321.

Objetivo: Obtener información que permita el rediseño de la identidad corporativa y elaboración del manual de uso de la asociación.

¿Qué tipo de Asociación es?

La asociación es de carácter humanitario, por ende es sin fines de lucro, brindando apoyo a todos aquellos que lo requieran, en especial a quienes padecen de discapacidad intelectual.

¿A través de qué promueve los servicios que ofrece?

Se lo hace a través de la nueva tecnología de investigación y comunicación y publicidad en la prensa.

¿Considera necesario que se rediseñe los valores corporativos de la Asociación en una forma más detallada?

Sí, porque el actual logotipo no es muy claro, es más, creo que nadie o muy pocos lo conocen, y los colores no llaman la atención.

¿Cuál es la Misión de la Asociación?

Promover la inclusión social de personas con discapacidad intelectual, para insertarles a la sociedad.

¿Cuál es la Visión de la Asociación?

Trabajar con personas que tienen discapacidad intelectual, apegadas siempre al marco constitucional del Ecuador.

¿Considera importante que la asociación tenga un manual de uso de la imagen corporativa?

En realidad, no tenemos un manual de uso y quizá es por esta razón que se desconoce del verdadero significado del logotipo, por lo que creo indispensable que se cuente con un manual de la imagen corporativa.

¿Qué significado tienen para usted los colores del logotipo?

No estoy segura de que significan en sí los colores, creo que los colores significan la diversidad de familias que existen en el país, como no tengo la seguridad, creo imperioso y necesario que se cree el manual de uso de la imagen corporativa.

¿El logotipo está impreso en la documentación de la Asociación (¿tarjetas de presentación, cartas, invitaciones, etc.?)

No.

¿Qué medios se utilizaría para publicar el logo de la Asociación?

Se lo haría a través de todos los documentos que utiliza la Asociación, como pueden ser oficios, memorándum, hojas volantes, otros

¿Tiene conocimiento de algún estudio de imagen corporativa realizado en la asociación?

Nunca se ha realizado un estudio de imagen corporativa.

Anexo 5

Entrevista al profesional Mgs. Gabriel Iñiguez Parra.

Objetivo: Obtener orientaciones que permita el rediseño de la identidad corporativa.

¿Qué colores recomienda para un logotipo?

Debe utilizarse colores que llamen la atención del observador, es por ello que éstos no deben ser brillantes, ni opacos. Los colores brillantes captan la atención del público, pero no son muy apreciados; mientras que los opacos, podrían ser pasados por alto.

¿Qué se debe tomar en cuenta para el rediseño de un logo?

Es necesario, que se tome en cuenta no solo la posición del diseñador, sino la opinión de quienes son parte de la Asociación.

¿Qué tipo de letra debería tener un logo?

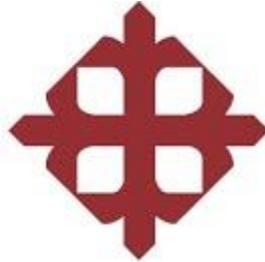
Esto depende de la clase de nombre que tenga tu marca, es necesario que se apoye con el tipo de letra Sans Serif, ya que con ésta, creas un efecto de modernidad y transmites seguridad.

¿Qué tipo de herramientas puedo utilizar para el rediseño del logotipo?

Hay un amplio catálogo online de herramientas que te ayudarán a diseñar el logo para tu empresa, pero te recomiendo que utilices las herramientas MoodBoard, en los que podrás encontrar algo de inspiración.

Anexo 6

Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARQUITECTURA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVO:
REDISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y ELABORACIÓN DEL MANUAL DE USO DE LA
ASOCIACIÓN DE FAMILIAS POR LA INCLUSIÓN, DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS
PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL (AFIDAL 321)

OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Conocer el criterio de las familias, en relación a la identidad corporativa, para establecer los elementos gráficos que ayuden a la reconstrucción del identificador de tal forma que los cambios generen un impacto positivo y persuasivo

INSTRUCCIONES:

1. Los datos serán utilizados exclusivamente para el trabajo académico de titulación
2. Lea detenidamente cada aspecto, antes de marcar la respuesta.
3. No deje ninguna pregunta sin responder, marcando una (X) en el paréntesis correspondiente

¿Cuáles son los servicios que ofrece la Asociación?

Fisioterapia

Transporte adaptado

Formación

Orientación para mejorar el estilo de vida

¿Con cuáles de las siguientes palabras relaciona a la Asociación?

Calidad
Servicio
Compañerismo
Responsabilidad
Desorganización

¿Conoce la Misión de la empresa?

Si
No

¿Conoce la Visión de la empresa?

Si
No

¿Conocía el logotipo de la empresa?



Si
No

Anexo 7

Preguntas del Focus Group

¿Qué significado tiene para usted el actual logotipo?

Las respuestas fueron:

Diversidad de etnias

Grupos familiares con Síndrome de Down

Desconocen

¿Los colores del logo se relacionan con el servicio que presta la asociación?

Respuestas:

Colores de la bandera de la Asociación

Colores con los que se identifica a las personas con Síndrome de Down

Colores no significan nada solo son para llamar la atención

¿Qué les parece el tipo de letra que posee el logotipo actual?

Respuestas

No son muy llamativas

Las letras son muy chillonas

Las letras no motivan a nada

¿Considera necesario que se rediseñe los valores corporativos (elementos del logo) de la empresa?

Sí, porque el actual no es muy significativo y su diseño no llama la atención

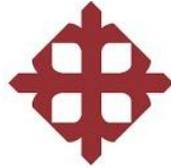
No

¿Considera importante que la Asociación tenga un manual de uso?

Si para que todas las personas conozcan del servicio que brinda la asociación únicamente visualizando el logotipo

Anexo 8

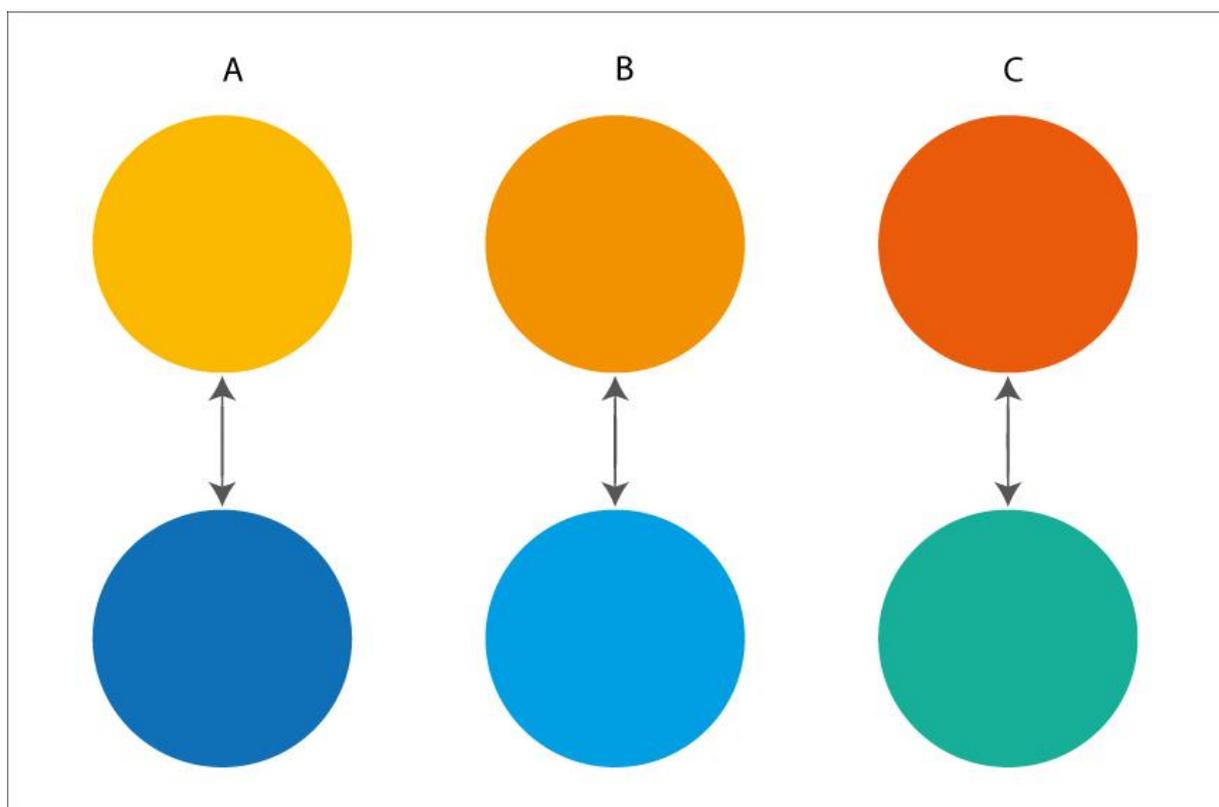
Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria, como método de evaluación presento las siguientes propuestas para el Rediseño de identidad corporativa de la asociación Afidal 321

¿Cuál de las siguientes cromáticas (color) es pertinente para el identificador gráfico que representará a la Asociación Afidal321?



¿De las siguientes tipografías (letras) que observa, seleccione la que será más conveniente para la representación de la imagen de Afidal321?

A

AFIDAL
321

B

AFIDAL
321

C

AFIDAL
321



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Rubén Darío Zárate Zapata**, con C.C: # **0705307718** autor/a del trabajo de titulación: **Rediseño de Identidad Corporativa y Elaboración del Manual de Uso de la Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual (Afidal 321)** previo a la obtención del título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **17 de Marzo de 2017**

f. _____

Nombre: **Rubén Darío Zárate Zapata**

C.C: **0705307718**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Rediseño de Identidad Corporativa y Elaboración del Manual de Uso de la Asociación de Familias por la Inclusión, Derechos y Obligaciones de las Personas con Discapacidad Intelectual (Afidal 321)		
AUTOR	Zárate Zapata, Rubén Darío		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcdo. Quintana Morales, Washington David, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Arquitectura y Diseño		
CARRERA:	Gestión Gráfica Publicitaria		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	17 de Marzo de 2017	No. DE PÁGINAS:	101
ÁREAS TEMÁTICAS:	Diseño Gráfico, Marca, Identidad Visual, Logo		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Discapacidad intelectual, inclusión, rediseño, asociación, identificador gráfico.		

RESUMEN/ABSTRACT:

En la actualidad se tiene una visión diferente sobre la concepción de la discapacidad, por lo que se exige nuevas formas de comportamiento frente a las personas que poseen algún tipo de discapacidad, respetando las diferencias individuales, brindando igualdad de oportunidades, manteniendo una verdadera inclusión.

El núcleo familiar es el primer espacio en donde se fomentan los valores, y se ponen los cimientos para la aceptación de sí mismo y de los demás valorando las limitaciones que poseemos sin discriminación alguna. Como soporte a estos cambios surge AFIDAL 321, cuyo objetivo es orientar de manera directa a los padres y madres de familia en el trabajo que deben realizar con los hijos, a fin de que puedan ayudarlos a insertarse a lo sociedad de manera activa y sin prejuicios.

Sin embargo, esta asociación no posee un logo con una correcta proyección visual por lo que muchos ciudadanos no la identifican como tal quedando prácticamente relegada del servicio que presta; es por esta razón que se rediseña la identidad visual como herramienta de difusión informativa para la asociación. Para el efecto se realizó entrevistas a las personas



beneficiarias, aplicando la técnica del grupo focal que es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público.

Al concluir la investigación es necesario diseñar un nuevo identificador gráfico, por lo tanto se requiere de un manual en el que se explica todos los elementos del logo, para su correcta aplicación; esto permite a AFIDAL 321, ser reconocida por los usuarios.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono: +593- (098 824 5195)	E-mail: rubenzarate22@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Lcdo. Quintana Morales, Washington David, Mgs	
	Teléfono: +593-4-2200864	
	E-mail: washington.quintana@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		