



ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS

LIGRA

BRIEF

Integrantes:

Viviana Morán Andradez
Joselyn Ramírez Pizarro

Paralelo 1

Título:

Reestructuración de marca para el Centro de Desarrollo Social Aplicado (CEDESA) perteneciente a la ESPOL.

RESUMEN

El Centro de Desarrollo Social Aplicado (CEDESA) es uno de los centros de investigación y vínculos de la ESPOL, el cual, presta sus servicios a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH), para que a través de éste realicen sus pasantías comunitarias y labores de voluntariado en las instituciones con las que se tiene convenio.

La idea del proyecto de reestructuración de marca para el CEDESA surgió una vez analizado el identificador actual que se clasifica como un logotipo, por estar conformado de parte iconográfica y tipográfica. La unión de ambas partes no permite que el identificador resista la reducción mínima, además de no dar el valor adecuado a la parte tipográfica, la cual debe ser legible y representar de forma clara a la organización social.

Se estableció mediante una entrevista realizada a la directora del Centro, que se mantendrá el naming del mismo, ya que así es reconocido por las organizaciones nacionales con las que se han firmado convenios hace ya varios años, y es así como se establecieron legalmente.

Para la ejecución del proyecto, se recolectarán datos mediante encuestas que se realizarán al equipo de trabajo de la organización, e involucrados directos, que permitirán saber qué tanto conocen de la marca actual y obtener información que ayudará a crear el nuevo identificador.

Mediante un focus group con las autoridades del CEDESA, conoceremos la percepción que tienen sobre las propuestas que se realizarán y se determinará la más idónea, que refleje de manera efectiva al Centro, en la cual se dará mayor importancia a la parte tipográfica, simplificando el símbolo. Se elegirá la cromática adecuada y se procederá a la elaboración del manual de identidad corporativa, donde quedarán establecidos cada uno de los lineamientos y las aplicaciones gráficas para el uso correcto de la marca.



BRIEF

CONTENIDO

Página

1. Antecedentes	4
2. Público objetivo o target	5
3. Investigación y Metodología del proyecto	6
4. Objetivos del proyecto	7
5. Presentación del producto gráfico	8
6. Cronograma	9
7. Presupuesto	10
8. Resultados esperados	11
9. Conclusiones	12
10. Anexos	13



BRIEF

ANTECEDENTES

En el año 2005 la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la ESPOL, tuvo una participación en la convocatoria a "Proyecto Semilla" que llevó a cabo el Centro de Investigación Científica y Tecnológica (CICYT), en el cual ganó con el proyecto "Centro de Desarrollo Social Aplicado". En marzo del 2007 el Consejo Politécnico aprueba su reglamento certificando al CEDESA como un centro de Investigación y Vínculos con la sociedad.

La ESPOL es una institución educativa de nivel superior reconocida por su excelencia académica y también por los proyectos que patrocina, varios de ellos ligados netamente al servicio de la comunidad. Este es el principal motivo para la creación de los centros de Investigación y Vínculos dentro de la Institución, los cuales se consideran como pilar y fuente fundamental para aquellos estudiantes que requieren o desean ejercer labores comunitarias dentro de los sectores vulnerables en la sociedad.

Pero para poder llevar a cabo labores de ayuda social no es necesario trasladarse fuera de la Institución, es por esto que el CEDESA desarrolla proyectos dentro de la ESPOL, para ofrecer un mayor bienestar a los estudiantes involucrados. Es así como se presenta el proyecto "FAAM (Formación Activa para el Adulto Mayor)", el mismo que está destinado a la enseñanza académica para los adultos mayores. También los proyectos: "CERRO VERDE", "BELDACO" y "SETEDIS", los cuales se comprometen con los sectores rurales y marginales en donde se realiza comercialización de productos para que éstos desarrollen estrategias de mercado y así salir de las condiciones de pobreza.

Es muy importante que toda empresa maneje correctamente su identidad corporativa para que se genere siempre una percepción positiva en la mente de su target. También es conveniente la reestructuración de la marca si lo que se pretende es renovarse sin perder su identidad y prestigio.



BRIEF

PÚBLICO OBJETIVO O TARGET

El público objetivo del presente proyecto son estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, quienes generalmente tienen de 18 a 35 años de edad y en su mayoría pertenecen a la región costa del territorio ecuatoriano.

En la parte de vinculación participan estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas que se encuentran buscando proyectos de vínculos con la colectividad, ya que están próximos a tomar la materia integradora de cada una de las carreras y por ello necesitan completar sus horas de pasantías comunitarias.

La materia libre opción denominada "Desarrollo Social y Voluntariado" que ofrece el CEDESA tiene un público objetivo que son todos los estudiantes de la ESPOL, que desean prestar sus conocimientos a personas de los sectores vulnerables, por medio de distintas fundaciones.

Los estudiantes que participan, tanto en los proyectos de vinculación como en la materia de voluntariado se describen como personas activas, colaboradoras, con mente positiva, dispuestos a ayudar a otras personas y se comprometen verdaderamente con el servicio a la comunidad.



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

Fase 1: Diseño de la Investigación descriptiva.

* **Observación Participante (Encuestas):** En esta fase se realizarán encuestas personales o electrónicas a las personas que trabajan dentro del Centro de Desarrollo Social Aplicado y a un grupo de estudiantes de la materia Desarrollo Social y Voluntariado para obtener datos como: Conocimiento general que poseen acerca del identificador actual, valores que se deben reflejar con la nueva marca, conocer gustos y preferencias, con qué se sienten identificados.

Fase 2: Definición del concepto.

* **Observación No Participante (Pizarras gráficas):** En la que se realiza un análisis del grupo objetivo, la competencia, mediante el uso del Moodboard, Coolboard y Brandboard.

* **4 escenarios:** Técnica que propone el artista gráfico e ilustrador, Javier Jaén, la misma que consiste en la elaboración de diferentes escenarios de conceptualización, que van desde lo más obvio a lo más complejo, que pueden representar a una palabra o un concepto.

Fase 3: Diseño de la Investigación Exploratoria Cualitativa (Focus Group)

Una vez realizadas las propuestas gráficas del nuevo identificador, se analizarán las percepciones de las autoridades del Centro, mediante un grupo de enfoque para conocer cual es la representación visual más acertada o que simbolice mejor al CEDESA y proceder a realizar las aplicaciones gráficas, mediante el manual de marca.



BRIEF

OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Elaborar una propuesta innovadora del identificador gráfico para lograr la recordación del CEDESA dentro y fuera de la ESPOL.

DE DISEÑO

General

Reestructurar la marca actual del CEDESA de manera que cumpla con las características conceptuales para generar identidad gráfica.

Específicos

- * Identificar fortalezas y oportunidades del CEDESA para proyectar una excelente imagen mediante su marca.
- * Crear un manual de normas gráficas para orientar el uso y las aplicaciones del nuevo identificador del CEDESA.
- * Implementar los elementos representativos de identificación, tanto internos como externos, desarrollados durante el proyecto.



BRIEF

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

HOJA MEMBRETADA

Medida: 21 x 29,7 cm.

Material: papel bond de 75 g.

CERTIFICADO

Medida: 14,8 x 21 cm.

Material: cartulina de hilo de 200 g.

CARPETA CORPORATIVA

Medida: 42 x 46 cm. (abierta)

Material: cartulina couché de 225 g.

SOBRE CARTA

Medida: 10 x 23 cm.

Material: papel bond de 150 g.

SOBRE BOLSA

Medida: 23 x 30 cm.

Material: papel bond de 150 g.

STICKER PARA CD

Medida: diámetro 12 cm.

Material: papel adhesivo para cds.

SEÑALÉTICAS

Medida: 10 x 45 cm.

Material: PVC.

BANNER

Medida: 60 x 120 cm.

Material: lona de 13 onz.

AFICHE

Medida: afiche 29,7 x 42 cm

Material: cartulina couché de 150 g.



BRIEF

CRONOGRAMA

DESCRIPCIÓN	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
ETAPA 1: INVESTIGACIÓN																
RECOLECTAR DATOS REFERENTES AL CLIENTE Y AL PROYECTO	■															
DEFINIR TÍTULO, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DEL PROYECTO	■	■														
REALIZAR EL PRESUPUESTO, CRONOGRAMA Y MODELO DE ENCUESTA		■	■	■												
DEFINIR EL TARGET MEDIANTE SELECCIÓN DE VARIABLES			■	■												
REALIZAR ENCUESTAS PARA DETERMINAR INSIGHTS DE LA MARCA			■	■	■											
ETAPA 2: PROCESO DE DISEÑO																
DEFINIR CONCEPTO PARA DESARROLLO DEL NUEVO IDENTIFICADOR					■											
DESARROLLAR PRIMEROS BOCETOS DE IDENTIFICADOR GRÁFICO					■	■	■									
ELABORAR BOCETOS CON MEJOR ELABORADOS						■	■	■								
SELECCIONAR LA PROPUESTA FINAL MEDIANTE FOCUS GROUP								■								
ETAPA 3: DESARROLLO DE MANUAL DE MARCA																
DESARROLLO DE MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA								■	■	■						
DISEÑAR EL BROCHURE DE PROCESOS								■	■	■						
ELABORAR MUCKUPS Y RENDERIZAR									■	■	■					
CORREGIR BRIEF Y BROCHURE										■	■	■				
ELABORAR UNA INFOGRAFÍA QUE RESUMA EL BROCHURE												■	■			
ETAPA 4: FINALIZACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PROYECTO																
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO / EXPOSICIÓN															■	
IMPRIMIR TODOS LOS ENTREGABLES DEL PROYECTO															■	■
DURACIÓN DEL PROYECTO: 16 SEMANAS																



BRIEF

PRESUPUESTO

Proyecto de diseño de identidad corporativa.

		Unitario	Total
Egresos			\$ 5.200,00
Gastos	Costos Fijos		\$ 780,00
	Servicios Básicos	\$120,00	\$ 480,00
	Movilización	\$35,00	\$ 140,00
	Imprevistos	\$40,00	\$ 160,00
	Total Mes 01 a 04		
Diseño	Investigación + desarrollo		\$ 1.500,00
	Definición del Mercado Objetivo	\$ 300,00	\$ 300,00
	Concepto de Identidad Gráfica	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
	Total Mes 01 a 02		
Construcción	Bocetos y pruebas		\$ 860,00
	Diseño de propuestas	\$ 360,00	\$ 360,00
	Digitalización de propuestas	\$ 150,00	\$ 150,00
	Diagramación	\$ 100,00	\$ 100,00
	Propuesta final	\$ 250,00	\$ 250,00
	Total Mes 02 a 03		
Comunicación	Diseño de Piezas Gráficas		\$ 1.700,00
	Rediseño de Identificador	\$ 700,00	\$ 700,00
	Manual de Identidad Gráfica	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
	Total Mes 03 a 04		
Inversión			\$ 200,00
Implementación			\$ 360,00
	Papelería	\$ 120,00	\$ 120,00
	Señalética	\$ 80,00	\$ 80,00
	Camisetas	\$ 60,00	\$ 60,00
	Merchandising	\$ 100,00	\$ 100,00
Total	Egresos + Ingresos Mes 01 a 04		



BRIEF

RESULTADOS ESPERADOS

* Se establece una línea gráfica unificada tanto para material impreso, material promocional y contenido web, que permite al Centro comunicarse de manera eficiente con las instituciones a las que presta su colaboración o ayuda por medio de los estudiantes de ESPOL, dando mayor importancia y realce a su identificador. CEDESA es reconocido a nivel institucional como una entidad seria y responsable que presta sus servicios a la comunidad.

* El personal que labora en CEDESA, tiene a su disposición el manual de marca, que es una guía de cada una de las piezas gráficas, con las que se puede trabajar y manejar de manera adecuada el nuevo identificador. Son ellos mismos quienes velan por el buen uso de la marca tanto a nivel interno como externo.

* Se presenta al final del proyecto lo siguiente:

- * Brief
- * Brochure de procesos
- * Infografía con el resumen del proyecto
- * Manual de marca del CEDESA



BRIEF

CONCLUSIONES

Se cumplió con cada uno de los objetivos de este proyecto una vez que se llegó a la etapa final. Determinamos la clara necesidad del CEDESA en cuanto al ámbito de diseño, siendo éste el principal motivo para el desarrollo de este tema como proyecto de graduación.

El nuevo identificador lo obtuvimos luego de realizar varias pruebas de colores, formas y tipografías, para así poder llegar al punto exacto que estábamos buscando, lograr reflejar mediante él lo que significa el Centro, los objetivos que tiene, las personas a quienes ayuda, todo esto de una manera innovadora, original y creativa sin quitarle el prestigio que se ha ganado hasta orita el CEDESA.

El proceso que se llevó a cabo a lo largo de este proyecto nos permitió de una y otra manera poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante nuestra carrera y se pudo llegar a la solución gráfica que se esperaba mejorando la comunicación visual del Centro.



ANEXOS

ENCUESTA

SEÑORES ENCUESTADOS el cuestionario que va a llenar a continuación nos ayudará a recabar su valiosa información acerca su conocimiento sobre la marca actual de CEDESA y obtener información que ayudará a crear el nuevo identificador. Estamos seguros de que sus respuestas serán imparciales y objetivas, por lo que anticipadamente agradecemos la información proporcionada.

1.- Marque con una X la respuesta.

Género	¿Trabaja en las oficinas de CEDESA?	¿Es estudiante de la materia Desarrollo social y Voluntariado?	¿Conoce el identificador gráfico de CEDESA?
<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> Sí
<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> No

2.- ¿Conoce usted qué significan las siglas CEDESA, seleccione la correcta?

- Centro de Desarrollo Empresarial
- Centro de Desarrollo y Emprendimiento Social Aplicado
- Centro de Desarrollo Social Aplicado

3.- ¿Conoce usted la misión y la visión de CEDESA?

- Sí
- No

4.- ¿Con qué palabras usted relaciona al CEDESA?

- Servicio
- Participación
- Compromiso
- Coordinación
- Responsabilidad
- Integración

Mencione otra



DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS

5.- ¿Al ver el siguiente identificador logra usted leer la parte tipográfica, especialmente la descripción de las siglas CEDESA?



- Mucho
- Medianamente
- Poco
- Muy poco
- Nada

6.- ¿Qué sentimiento, sensación o palabra te transmiten las manos unidas? Seleccione tres de las siguientes opciones



- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Esperanza | <input type="checkbox"/> Esfuerzo colectivo |
| <input type="checkbox"/> Unión | <input type="checkbox"/> Beneficencia |
| <input type="checkbox"/> Compañerismo | <input type="checkbox"/> Vinculación |
| <input type="checkbox"/> Comunidad | <input type="checkbox"/> Solidaridad |

7.- ¿Identificaría a CEDESA, si tuviera otro símbolo en su identificador?

- Sí No

8.- ¿Con qué otra forma o íconos representaría mejor la unión o a la organización?

- Grupo de personas
- Mundo
- Pirámide
- Círculos unidos
- Otra opción (Menciónela)

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

