

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN COMPUTACIÓN
PROYECTO DE GRADUACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN DISEÑO GRÁFICO Y
PUBLICITARIO

TEMA

CAMBIO DE IMAGEN
BOLOCENTRO 2000

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

AUTORES:

DIÓGENES JOSÉ SAVERIO BORJA
ÁNGELA MAGDALENA NÚÑEZ UNDA

DIRECTOR

DG. RUBÉN RODRÍGUEZ

AÑO

2003



AGRADECIMIENTO

A mis padres, por el apoyo que me dan de todas las formas posibles, sin ellos ninguna de las cosas que me propongo en mi vida se podrían realizar. También agradezco a todos mis compañeros de la Universidad, por la comprensión, paciencia y compañerismo que existe entre todos. Pero el mayor de los agradecimientos es a Dios, por regalarme los buenos momentos y por hacerme fuerte cuando las cosas están mal.

Diógenes Saverio Borja



AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi compañero Diógenes Saverio, por toda su colaboración en la realización de este Proyecto.

A mi familia le agradezco por aquellos consejos que me dieron en todo momento. A mi madre por saberme comprender; a mi padre por saberme guiar; y a mis hermanos por ser también parte de mis decisiones que hasta ahora han sido de gran satisfacción en mi vida.

¡Muchas gracias familia!

Ángela Núñez Unda



DEDICATORIA

Este trabajo quiero dedicarlo a mis padres, porque nunca me han dado la espalda en lo que quiero hacer, siempre me dan ánimo para seguir adelante.

Diógenes Saverio Borja





DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi futuro esposo Andreas Krampe. Pude contar de la calidez y el apoyo de él, porque estuvo en los mejores momentos y también en los peores, por darme ánimos de seguir adelante y alcanzar mi meta.
Su amor lo significa todo.

Ángela Núñez Unda

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en esta Tesis de grado nos corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma al **PROTCOM** (*Programa de Tecnología en computación y Diseño Gráfico*) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

(Reglamentos de Exámenes y Títulos Profesionales de la ESPOL).



FIRMA DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE GRADUACIÓN



DG. RUBÉN RODRÍGUEZ





AUTOR DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

A handwritten signature in black ink, appearing to be "DSB", written over a horizontal line.

DIÓGENES SAVERIO BORJA

AUTORA DE PROYECTO DE GRADUACIÓN



ÁNGELA NÚÑEZ UNDA



TABLA DE CONTENIDO



• CAPÍTULO 1

Propuesta

1.1 Antecedentes	1
1.2 Misión y Visión.....	2
1.3 Solución Propuesta.....	3

• CAPÍTULO 2

Identidad Corporativa

2.1 Marca y colores representativos.....	1
2.1.1 Grafimetría.....	2
2.1.2 Gama Cromática.....	3
2.1.3 Gama Monocromática.....	4
2.1.4 Tipografía.....	5
2.1.4.1 Tipografía de la marca.....	5
2.1.4.2 Tipografía de papelería.....	6
2.1.5 Aplicaciones e la Marca.....	7
2.1.5.1 Uso y Combinaciones de la Marca.....	8
2.1.5.2 Uso incorrecto de la marca.....	9
2.2 Papelería.....	10
2.2.1 Hoja membreteada.....	11
2.2.1.1 Hoja membreteada (opción 2).....	12
2.2.1.2 Hoja membreteada (opción 3).....	13
2.2.2 Hoja de informativo.....	14
2.2.3 Línea de Juego.....	15
2.2.4 Sobre Manila.....	16
2.2.5 Carpeta.....	17
2.3 Diseño de Elementos Publicitarios.....	18
2.3.1 Afiche.....	19
2.3.2 Valla.....	20
2.3.3 Merchandising.....	21
2.3.3.1 Adhesivo.....	22
2.3.3.2 Antiestresante.....	23
2.3.3.3 Cenicero.....	24

2.3.3.4 Encendedor.....	25
2.3.3.5 Estandarte.....	26
2.3.3.6 Gorra.....	27
2.3.3.7 Llavero.....	28
2.3.3.8 Notitas.....	29
2.3.3.9 Pin.....	30
2.3.3.10 Plato.....	31
2.3.3.11 Bolígrafo.....	32
2.3.3.12 Taza.....	33
2.3.4 Anuncio de prensa escrita.....	34
2.3.4.1 Revista.....	35
2.3.4.2 Periódico.....	36
2.3.5 Brochure (Tríptico).....	37
2.3.6 Volante.....	38
2.4 Tarjeta de Presentación.....	39
2.5 Credencial de personal.....	40
2.6 Credencial para clientes frecuentes.....	41
2.7 Señalética y Señalización.....	42
2.7.1 Señalética.....	43
2.7.2 Señalización.....	44
2.8 Página Web.....	45
2.8.1 Página Principal.....	46
2.8.2 ¿Quiénes Somos?.....	47
2.8.3 Liga de Clasificados.....	48
2.8.4 Fotos.....	49
2.8.5 Jugadores.....	50
2.8.6 Eventos.....	51
2.8.7 Contáctenos.....	52
2.9 Uniformes.....	53

• GLOSARIO





CAPÍTULO I

PROPUESTA



1.1 ANTECEDENTES

Bolocentro 2000 (Razón Social: Rodiginai S.A.) funciona en la ciudad de Guayaquil hace 19 años, con el privilegio y la responsabilidad de ser el único centro de bolos abierto al público en la ciudad de Guayaquil.

En todo este tiempo, Bolocentro 2000 ha servido de acogida a una serie eventos nacionales e internacionales, dando también una mano al deporte en el Ecuador.

La ventaja de ser los únicos en la ciudad de Guayaquil, se ha dejado a un lado, al demostrar al cliente el mejor servicio y atención, transformándonos en icono en la ciudad.



1.2 MISIÓN Y VISIÓN

Bolocentro 2000 tiene como misión ser la mejor opción de diversión, con un horario asequible de Lunes a Domingos y además de ser el único en la ciudad de Guayaquil, y contar con un staff de técnicos y personal calificado para suplir las necesidades de nuestros clientes.

Como resultado de la misión, Bolocentro 2000 obtendrá la visión que tanto anhela, que es el dar satisfacción total y en todo momento a nuestros clientes.



1.3 SOLUCIÓN PROPUESTA

Una nueva imagen implica nuevos clientes, fidelidad de los clientes fijos y estabilidad corporativa. En este tiempo las tendencias han variado, Bolocentro 2000 no se puede quedar atrás y por eso optó por esta nueva propuesta más dinámica con el fin de suplir esta época de transición que vive la ciudad d Guayaquil por la regeneración urbana. A continuación presentamos el contenido de nuestra propuesta.

- " Creación del diseño de la marca
- " Cambio de los colores representativos de la empresa.
- " Diseño de papelería
- " Diseño de elementos publicitarios
- " Diseño de credencial de personal
- " Diseño de carnets para clientes frecuentes.
- " Diseño de tarjetas de presentación para Gerente y Presidente



CAPÍTULO II

IDENTIDAD CORPORATIVA



2.1 MARCA Y COLORES REPRESENTATIVOS

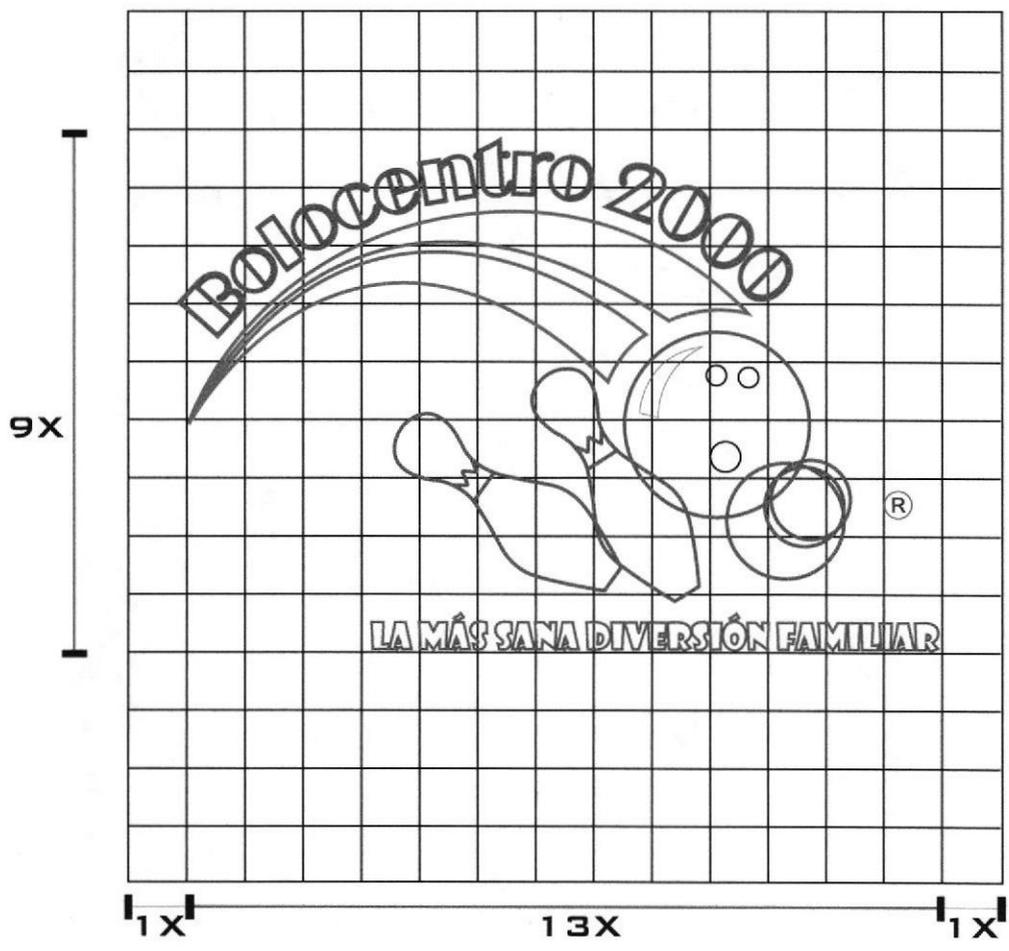
Esta marca fue elaborada con la finalidad que el cliente visualice directamente la actividad que realiza Bolocentro 2000. Las dos franjas rojas simbolizan el recorrido de la bola, además simula un movimiento bidimensional. El color azul de la bola contrasta complementariamente con el rojo y este contraste ayuda a incentivar la diversión.

El eslogan "La más sana diversión familiar", no solo es dirigido para la familia en sí, también queremos explicar que Bolocentro 2000 es una gran familia y que nuestros clientes pueden ser parte de ella, además la unión familiar es algo que nuestro medio poco a poco desaparece.

En resumen los colores son parecidos a los colores de la bandera de los Estados Unidos de América, ya que en este país es donde más se ha desarrollado el deporte, además por tendencias del medio se conoce que estos colores llaman mucho la atención a nuestra gente.



2.1.1 GRAFIMETRÍA DE LA MARCA



2.1.2 GAMA CROMÁTICA



LA MÁS SANA DIVERSIÓN FAMILIAR



Pantone 204-1 CVS
25%

Cian: 25%
Magenta: 15%
Yellow: 0%
Black: 2.5%

Red: 186
Green: 192
Blue: 218



Pantone 204-1 CVS

Cian: 100%
Magenta: 60%
Yellow: 0%
Black: 10%

Red: 11
Green: 58
Blue: 139



Cian: 0%
Magenta: 100%
Yellow: 100%
Black: 0%

Red: 255
Green: 0
Blue: 0

2.1.3 GAMA MONOCROMÁTICA



LA MÁS SANA DIVERSIÓN FAMILIAR



Cian: 0%
Magenta: 0%
Yellow: 0%
Black: 1000%

Red: 0
Green: 0
Blue: 0



2.1.4 TIPOGRAFÍA

2.1.4.1 TIPOGRAFÍA DE LA MARCA

Debido a la importancia de la marca en el concepto de Bolocentro 2000, el logotipo debe complementar el simbolismo de esta. Por ende, su constitución es esencial para influenciar al grupo objetivo en captar su verdadero significado.

La tipografía escogida para la nueva marca de Bolocentro 2000 (Broadway) connota informalidad, dinamismo y debido a que es bold crea un efecto de fuerza y estabilidad.

En el slogan se utilizó una tipografía que connota fuerza y visualmente comunica sobriedad en el texto que la contenga.

BROADWAY

Aa Bb Cc CHch Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Llll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Rrrr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

SHOWCARD GOTHIC

A B C CH D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R R R S T U V W Y Z.
1 2 3 4 5 6 7 8 9



2.1.4.2 TIPOGRAFÍA DE LA PAPELERIA

ARIAL BLACK

**A a B b C c CHch D d E e F f G g H h I i J j K k L l LLll
M m N n Ñ ñ O o P p Q q R r RRrr S s T t U u V v W w X x
Y y Z z.**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MYRIAD

Aa Bb Cc CHch Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll LLll Mm Nn Ññ Oo Pp Q
q Rr RRrr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

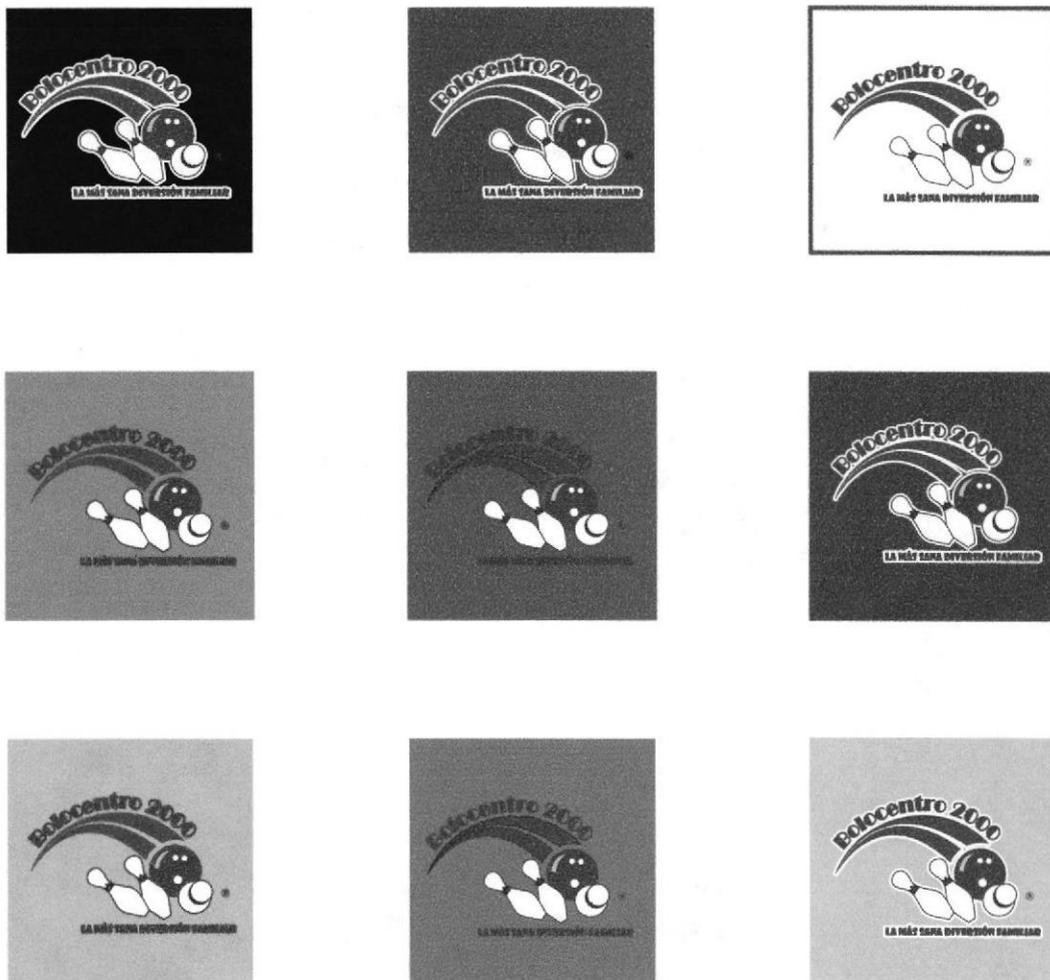


2.1.5 APLICACIONES DE LA MARCA

La marca está dividida en Iconotipo, Logotipo y slogan. Se puede utilizar el iconotipo sin tener que utilizar el logotipo para fondos de papelería y variar su tono. En ciertos casos el slogan se omite para mejor visualización.



2.1.5.1 USO Y COMBINACIONES DE LA MARCA



Nota: En las superficies de color oscuro se utilizará un stroke de color blanco

2.1.5.2 USO INCORRECTO DE LA MARCA



La más sana diversión familiar

Cambio de tipografía



LA MÁS SANA DIVERSIÓN FAMILIAR

Estiramiento o recogimiento



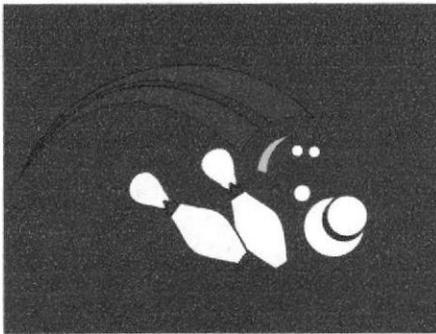
LA MÁS SANA DIVERSIÓN FAMILIAR

Cambio de color



LA MÁS SANA DIVERSIÓN FAMILIAR

Cambio de lugar de los elemento gráficos



Uso de la marca en fondo de color similar al de la marca sin Stroke Blanco



Uso de la marca en fondo de color no permitido



2.2 PAPELERÍA

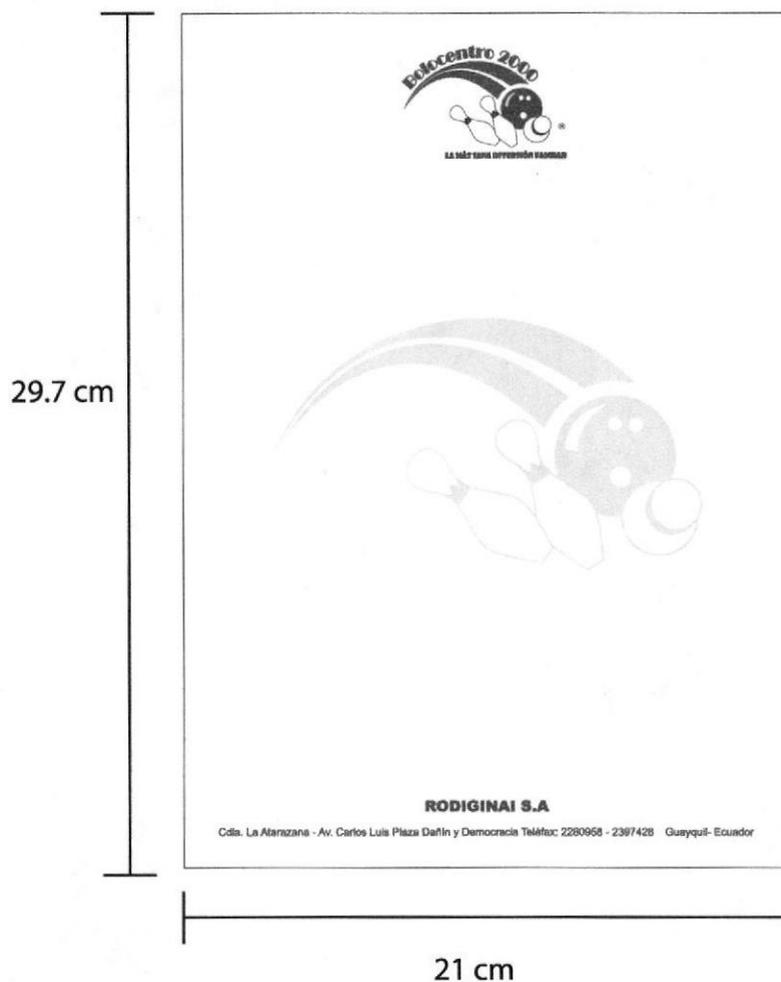
Es muy importante la papelería de una empresa debido a que esta refleja la imagen de la misma. Por ende es muy importante tener cuidado y ser responsables en llevar un buen balance entre colores y diagramación.

La composición de la papelería consiste en: Hoja membreteada, sobre, Hoja de Informativo, líneas de juego, sobre manila y carpeta; los mismos que poseen los colores corporativos dando uniformidad y estabilidad en la imagen corporativa.

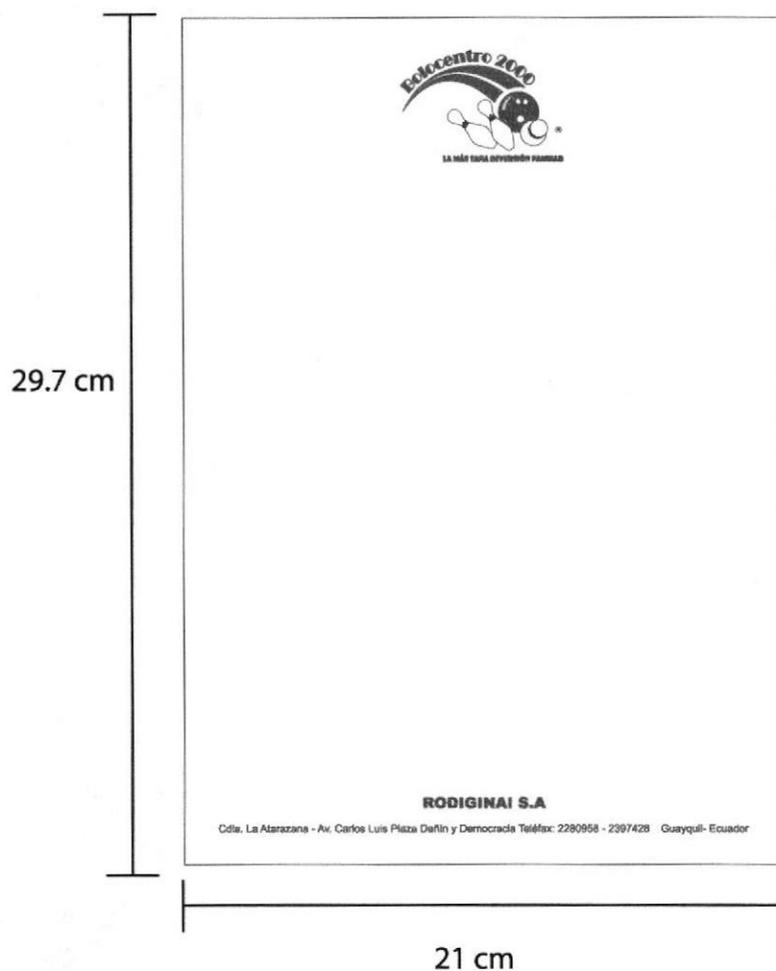


2.2.1 HOJA MEMBRETEADA

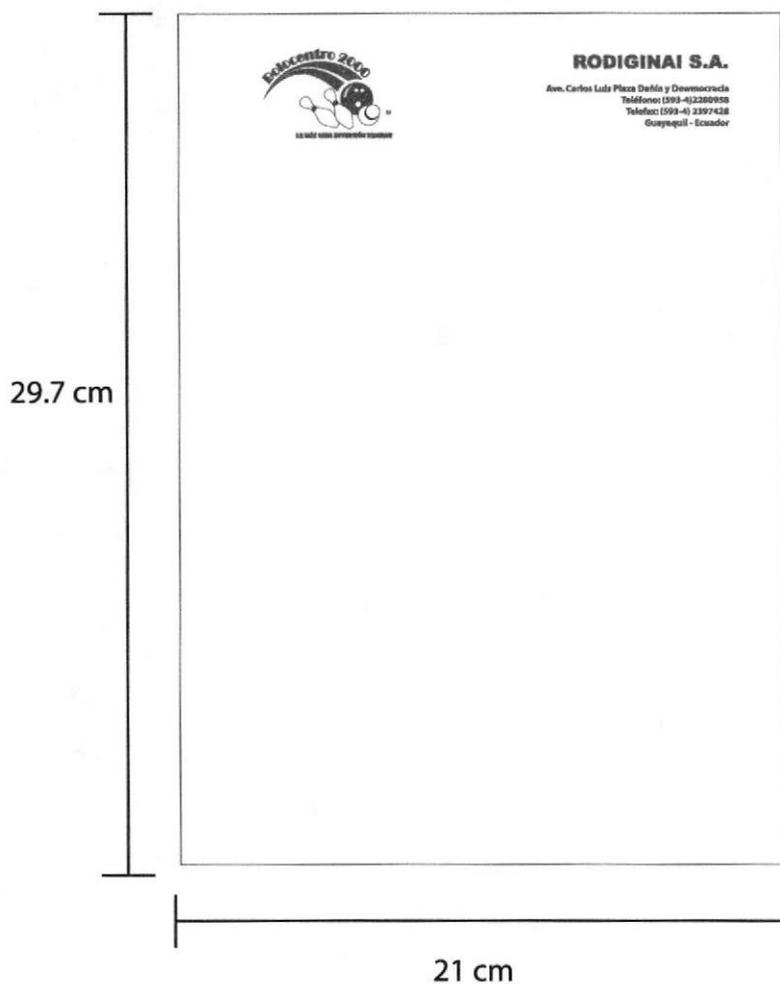
Esta hoja será utilizada para los documentos legales y formales de la empresa, tal como memorandum, nombramiento, comunicados a otras empresas, actas de finiquito, etc. De acuerdo a a la ocasión Bolocentro 2000 utilizará cualquiera de estos tres tipos de diseño de hoja.



2.2.1.1 HOJA MEMBRETEADA (Opción 2)

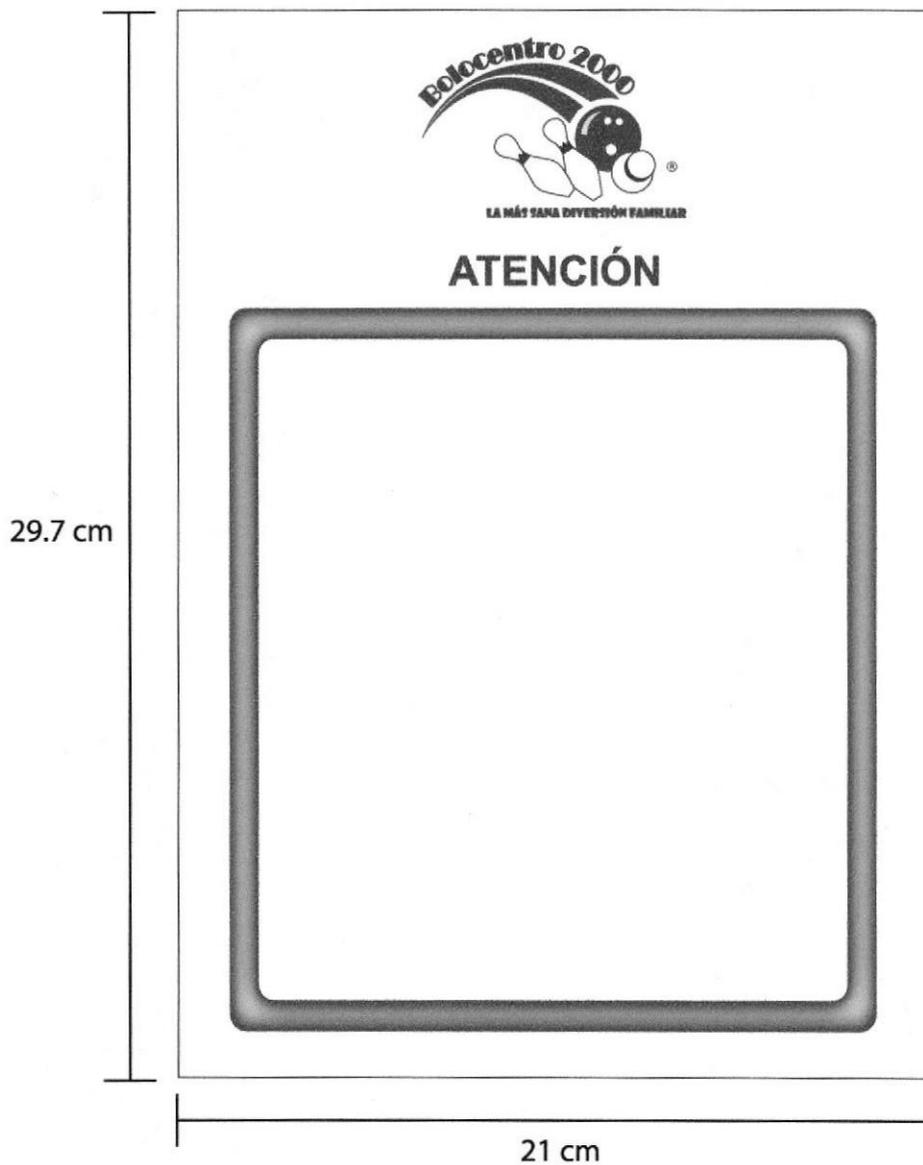


2.2.1.2 HOJA MEMBRETEADA (Opción 3)



2.2.2 HOJA DE INFORMATIVO

La hoja de informativo es muy necesaria para las labores y eventos que desarrolla la empresa. Los jugadores generalmente buscan toda la información sobre un evento a realizarse, costo, fecha, condiciones, etc. Pues esta hoja será lo que el cliente verá en cartelera para informarse.



2.2.3 LÍNEA DE JUEGO

La nueva propuesta de la línea de juego, a diferencia de la que Bolocentro 2000 tenía hasta el momento, es más limpia visualmente, es creada para que se utilice lo necesario. Una innovación es la creación de una parte desprendible ya que en anteriores ocasiones las personas han querido llevarse el puntaje jugado y lo que se ha hecho es romper la hoja para que Bolocentro 2000 pueda llevar la contabilidad que está en la parte de abajo.

Pues con la parte desprendible se podrá mantener el orden en la imagen.

35 cm



LINEA DE JUEGO

A nombre de: _____

NOMBRE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	PUNT.
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											

Notas: En cuanto termine todos los juegos en la misma sesión. Escriba a diez más los dos últimos dígitos siguientes.
 Nota: En cuanto termine todos los juegos en la segunda sesión. Escriba a diez más el tercer dígito siguiente.

Ejemplo:

104	100	04	04	104	100	04	04	04	04	04	04	04
18	27	54	74	87	89	104	104	104	104	104	104	104
04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
90	89	90	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

LINEAS _____ X _____ = _____

IMPUESTO _%_____

TOTAL _____

MEDIDOR _____

PARTIDA _____

FINAL _____

JUEGOS _____

PISTA No.

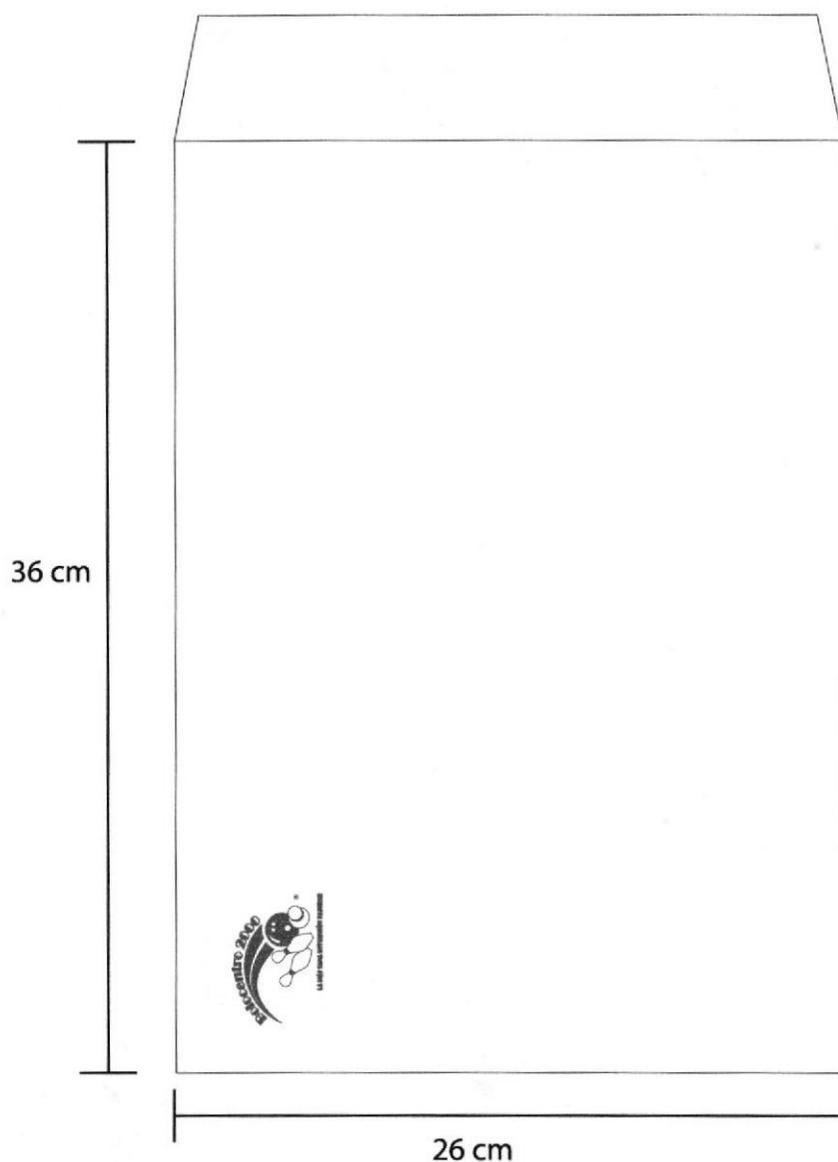
25 cm



2.2.4 SOBRE MANILA

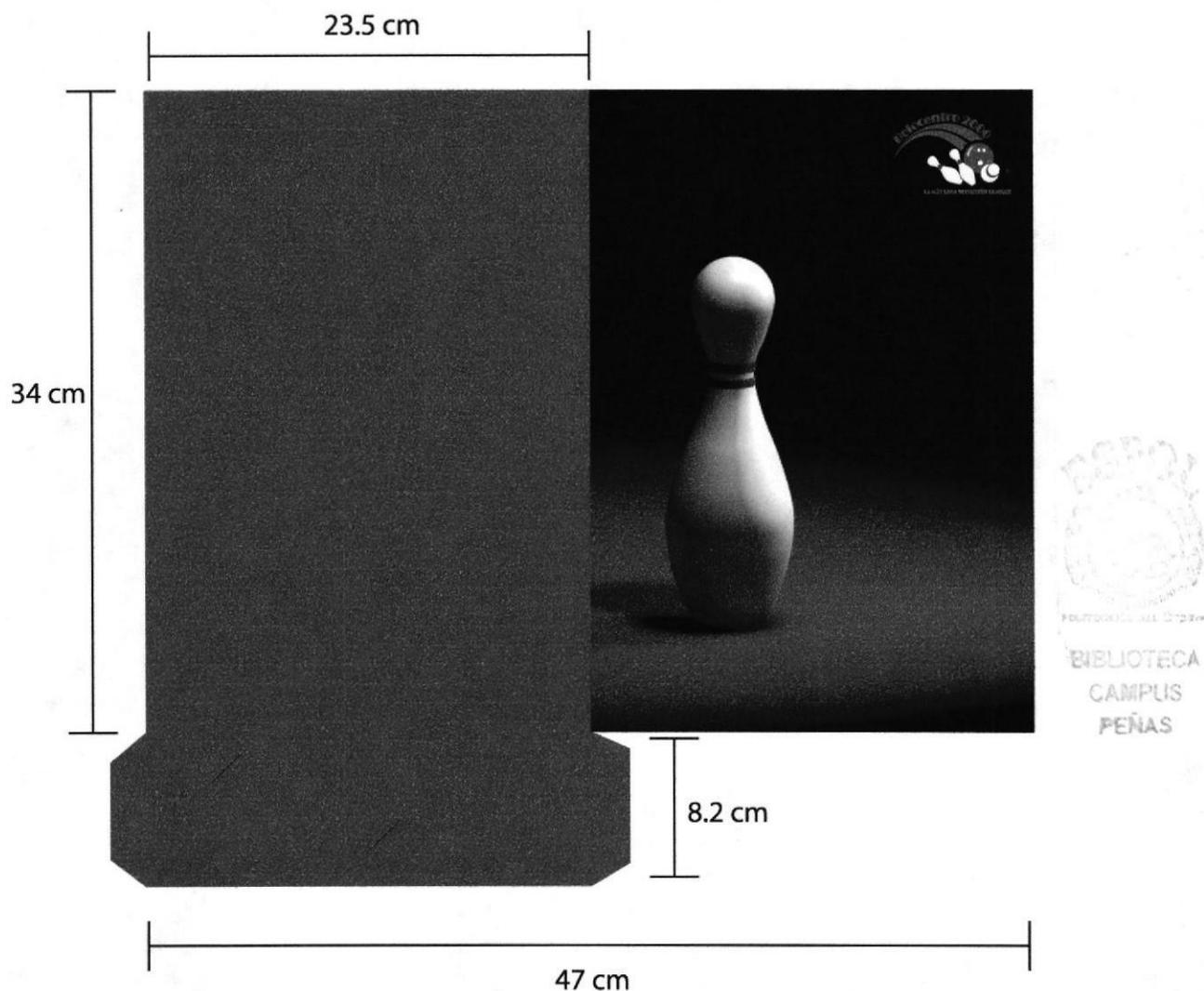
Se utilizará sobres manilas blancos para poder mantener bien el contraste de la Marca que estará ubicada en la esquina.

Este sobre servirá para enviar documentos, cintas de video, discos, etc.



2.2.5 CARPETA

No se podía olvidar la herramienta para mantener en orden los documentos, como lo es la carpeta. Bolocentro 2000 tendrá una papelería completa y la carpeta también estará presente, por supuesto se visualizarán los colores corporativos y la marca en ella.



2.3 DISEÑO DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS

Los elementos publicitarios son muy relevantes para el conocimiento del lugar. A pesar que Bolocentro 2000 es muy conocido por ser el único centro de bolos de Guayaquil, es bueno que haga conocer las actividades que realiza para el juego de los bolos, por medio de imágenes de alto y bajo nivel de iconocidad los presentamos al público.

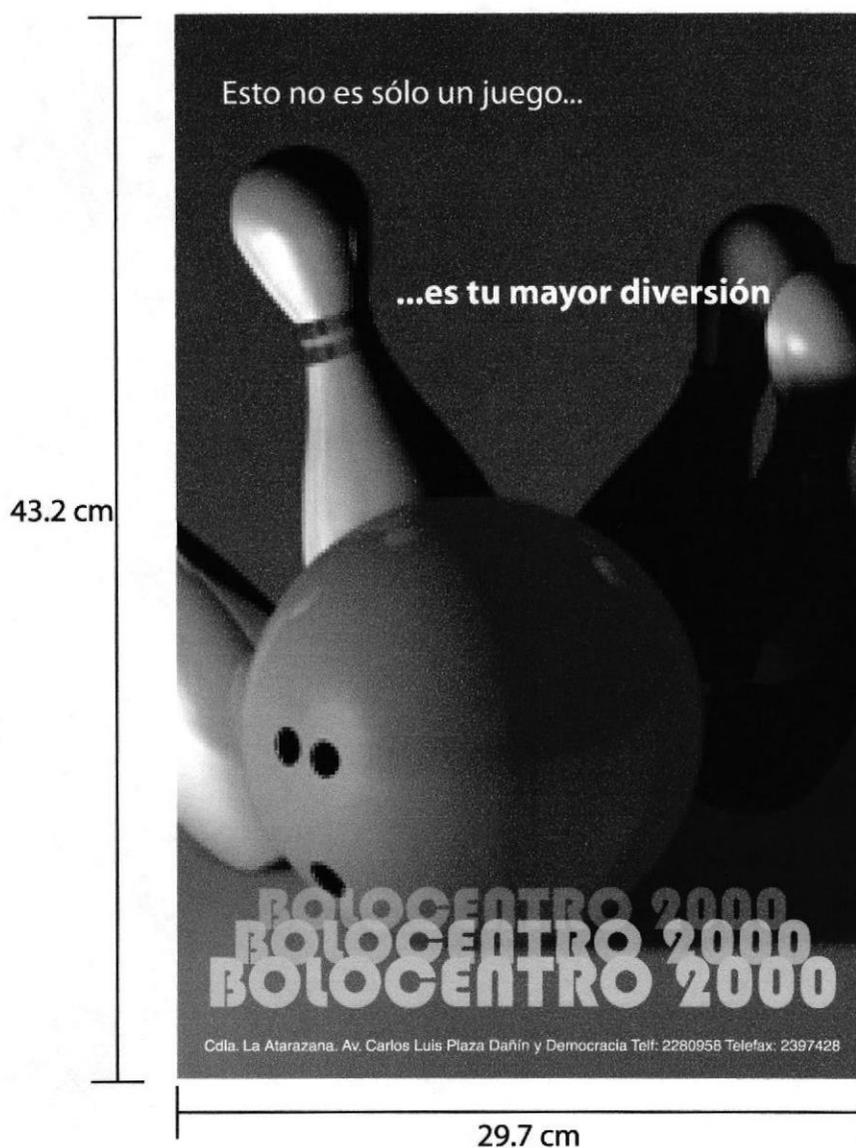
Los elementos publicitarios que presentamos son: Afiche, Valla, Merchandising, anuncio en prensa escrita (revista y periódico), brochure (tríptico) y volante.



2.3.1 AFICHE

El afiche servirá para publicarlo en lugares exteriores y no dar a conocer sino recordar a las personas esta alternativa de jugar bolos.

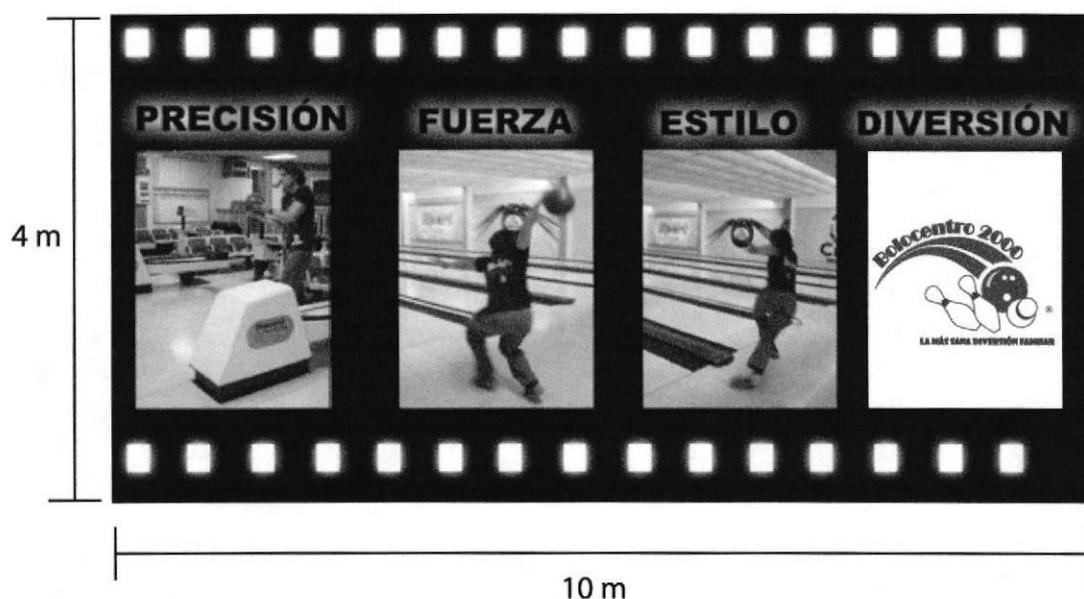
Los colores a utilizar en este afiche son los colores azul de la empresa y el color negro que juntos crean una imagen que rompe esquemas y por la forma tridimensional llama la atención.



2.3.2 VALLA

El contenido de la valla será netamente visual, no contiene mucho texto, esta limitada a expresar cada imagen con una sola palabra, la misma que tiene como función comunicar su significado. El tema de la valla es que nuestros clientes se sientan como en una película, que sin importar la larga trayectoria, Bolocentro 2000 a lo largo de los años sigue brindando satisfacción, diversión y deleite a sus clientes.

Contar con una buena ubicación para obtener el éxito con esta forma de publicidad, es indispensable.



2.3.3 MERCHANDISING

Con la idea de que nuestra gente se identifique con la empresa, por medio de diferentes elementos que utilizamos a diario, hemos elegido los siguientes elementos como propuesta para que se aplique la marca de Bolocentro 2000, son: Adhesivo, antiestresante, cenicero, encendedor, estandarte, gorra, llavero, notitas, pin, plato, bolígrafo, taza.

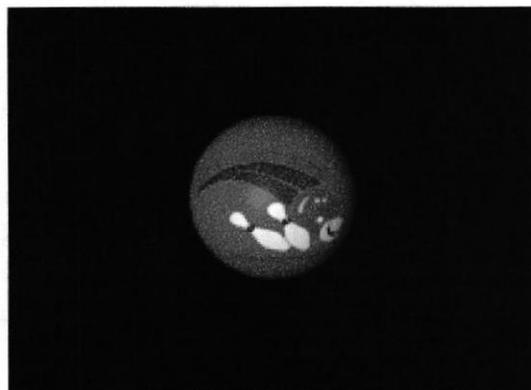


2.3.3.1 ADHESIVO

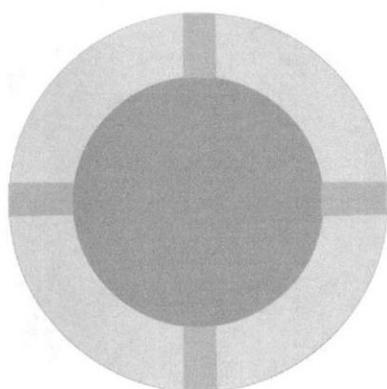
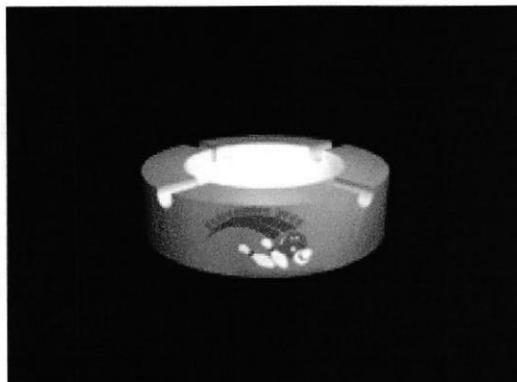


BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

2.3.3.2 ANTIESTRESANTE



2.3.3.3 CENICERO



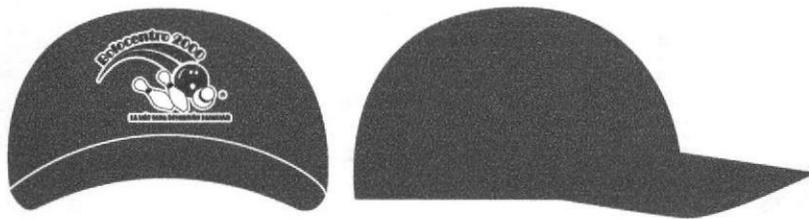
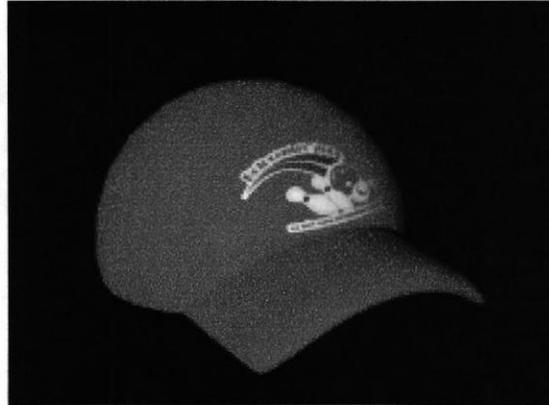
2.3.3.4 ENCENDEDOR



2.3.3.5 ESTANDARTE



2.3.3.6 GORRA



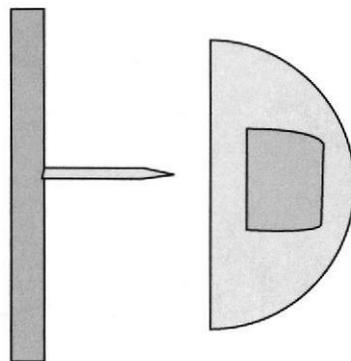
2.3.3.7 LLAVERO



2.3.3.8 NOTITAS



2.3.3.9 PIN



2.3.3.10 PLATO



2.3.3.11 BOLÍGRAFO



2.3.3.12 TAZA



2.3.4 ANUNCIO DE PRENSA ESCRITA

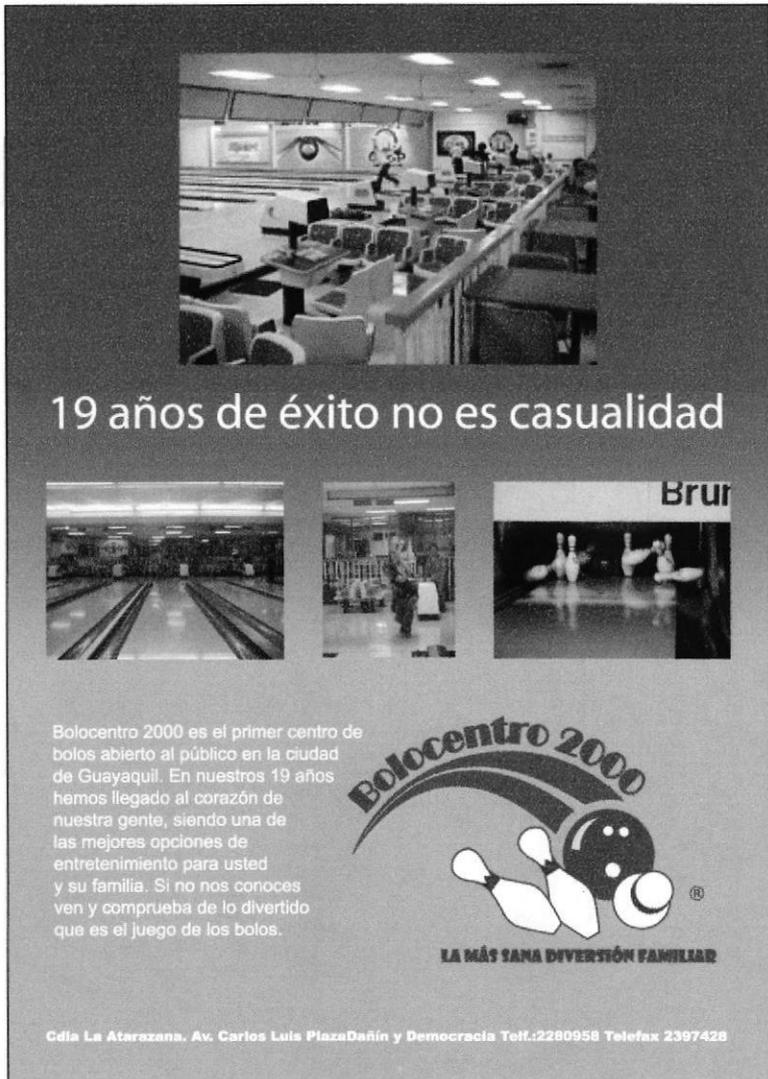
Es muy importante el anuncio que se vaya a dar de Bolocentro 2000, más que nada ahora que se hará la presentación de la nueva imagen. Las presentaciones serán en revista y periódico.



2.3.4.1 REVISTA

En el anuncio de revista recordamos los 19 años de funcionamiento de Bolocentro 2000, está compuesto de una foto principal actual a color y tres fotos de color sepia, estas últimas denotan una idea de antigüedad y tradición, a parte un pequeño párrafo que resume los años de funcionamiento.

29.7 cm



19 años de éxito no es casualidad

Bolocentro 2000 es el primer centro de bolos abierto al público en la ciudad de Guayaquil. En nuestros 19 años hemos llegado al corazón de nuestra gente, siendo una de las mejores opciones de entretenimiento para usted y su familia. Si no nos conoces ven y comprueba de lo divertido que es el juego de los bolos.

Bolocentro 2000
LA MÁS SANA DIVERTIÓN FAMILIAR

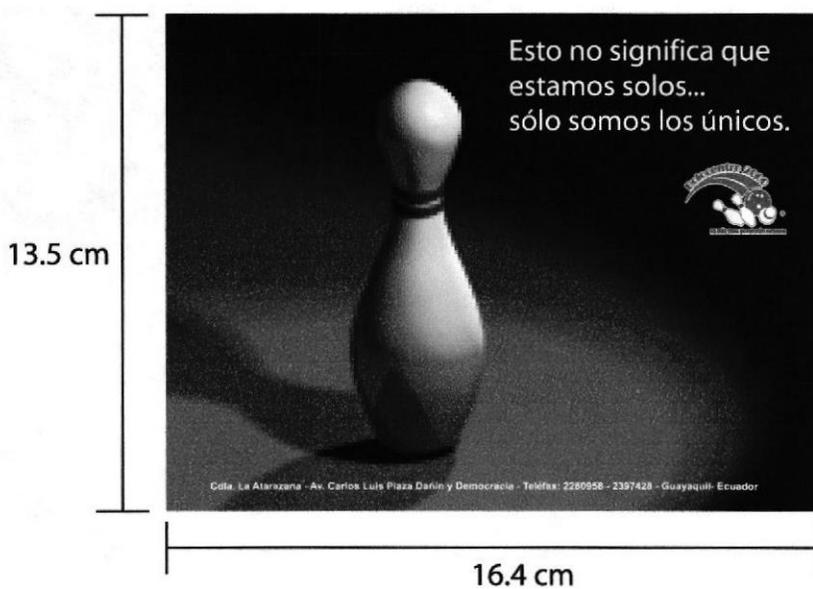
Cdla La Atarazana, Av. Carlos Luis PlazaDañin y Democracia Telf.:2280958 Telefax 2387428

21 cm

BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

2.3.4.2 PERIÓDICO

El periódico es el mejor medio para vender una idea, un gran porcentaje de personas lo lee. En el anuncio citamos la idea de ser los únicos en la ciudad, expresada en una imagen muy llamativa. Aquí presentamos dos opciones.



2.3.5 BROCHURE (TRÍPTICO)

El tríptico contiene información e imágenes del establecimiento. La diagramación se ha realizado de tal forma que el ojo lea sin ningún problema, debido a que en cada carátula se ha establecido y dividido por colores de fondo; y la cromática fue escogida con el fin de captar la atención a jóvenes y adultos, por ser de gama de colores complementarios.

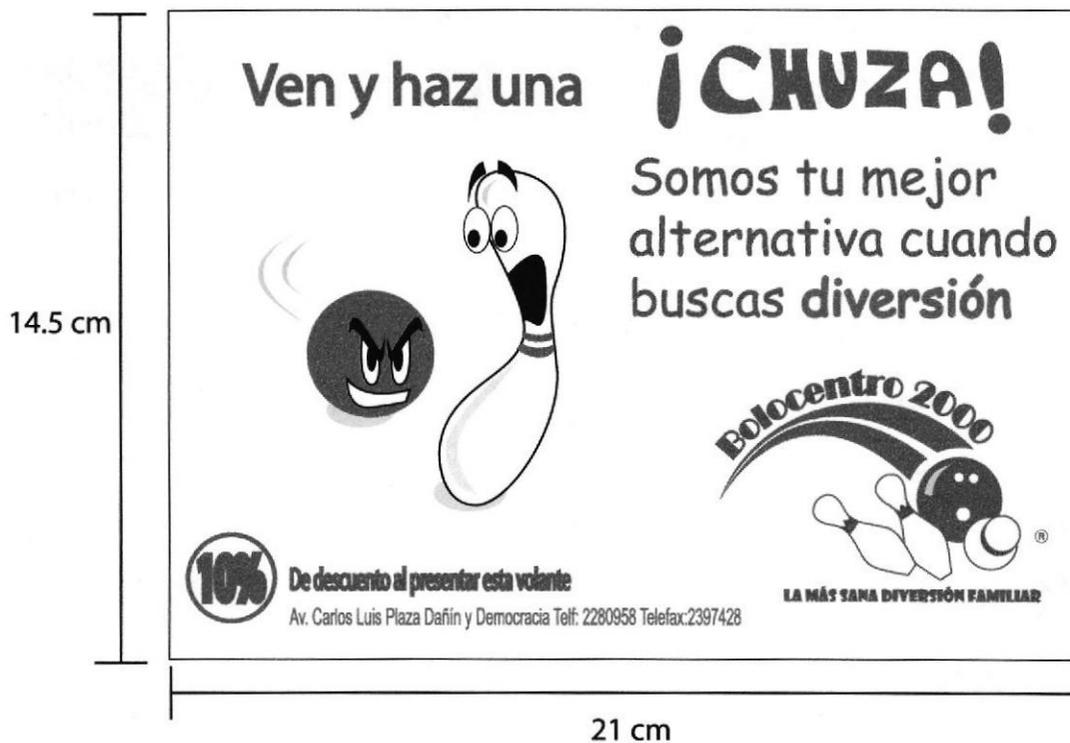
21 cm



29.7 cm

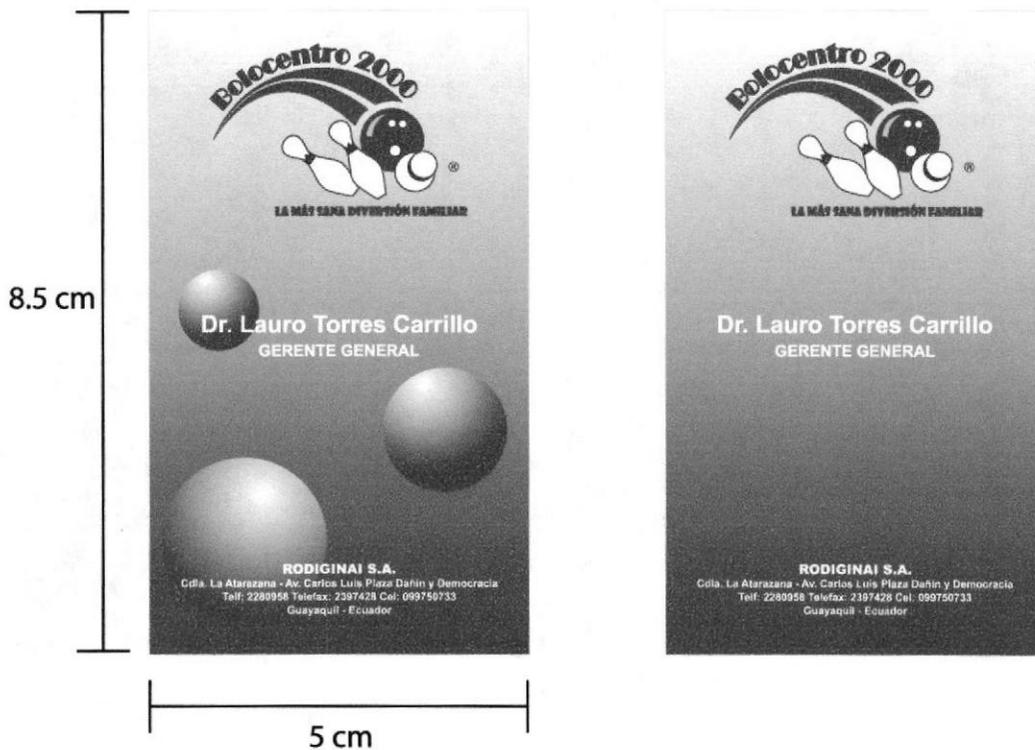
2.3.6 VOLANTE

Está diseñada con colores primarios, fuertes y con bastantes dibujos, con la finalidad de llamar la atención del usuario de primera vista, un kamikaze, este está destinado a ser desechado pero con el objetivo que el usuario capte lo que se le quiere informar.



2.4 TARJETA DE PRESENTACIÓN

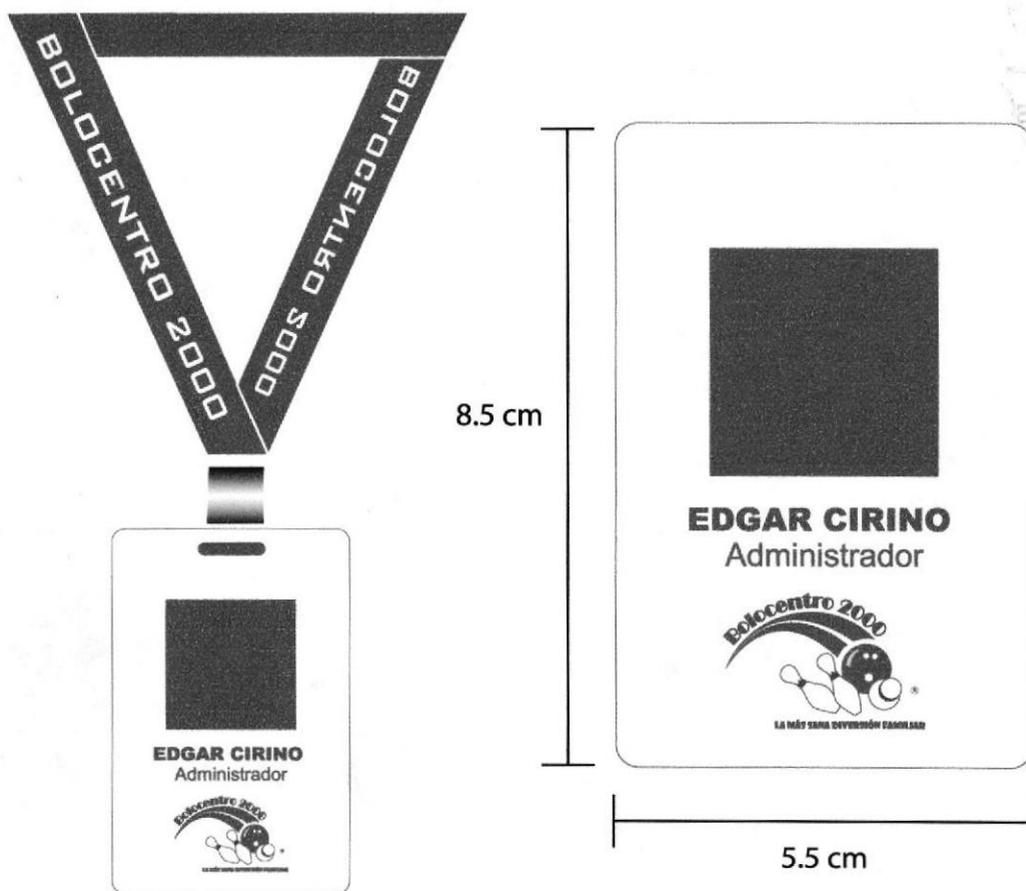
La tarjeta de presentación contiene una cromática cuya gama fría, específicamente el color azul, funciona de fondo, realza la marca y el nombre del poseedor de la misma. Su posición vertical hace que la tarjeta sea mas ergonómica al momento de ser utilizada, adicionalmente también nos ayuda para que contenga mayor información de una manera ordenada y de fácil lectura.



2.5 CREDENCIAL DE PERSONAL

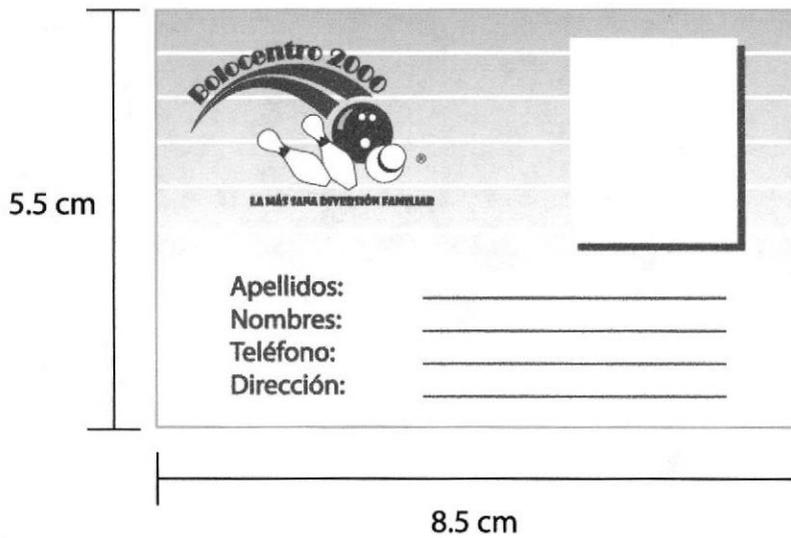
Esta credencial tiene un fondo blanco para que sea legible el nombre y la foto de la persona que está atendiendo, ya que el cliente merece la mejor atención es una forma de que se sienta mas seguro y en más confianza.

La credencial será llevada con un collar de tela y con un clip.



2.6 CREDENCIAL PARA CLIENTES FRECUENTES

¿Cómo Bolocentro 2000 da apoyo a jugadores y clientes frecuentes? Bolocentro 2000 piensa en todo y por medio de esta credencial los jugadores de la liga de clasificados reciben un descuento por cada línea de juego. Además de esto podrás identificarte como miembro de la familia bolichera.



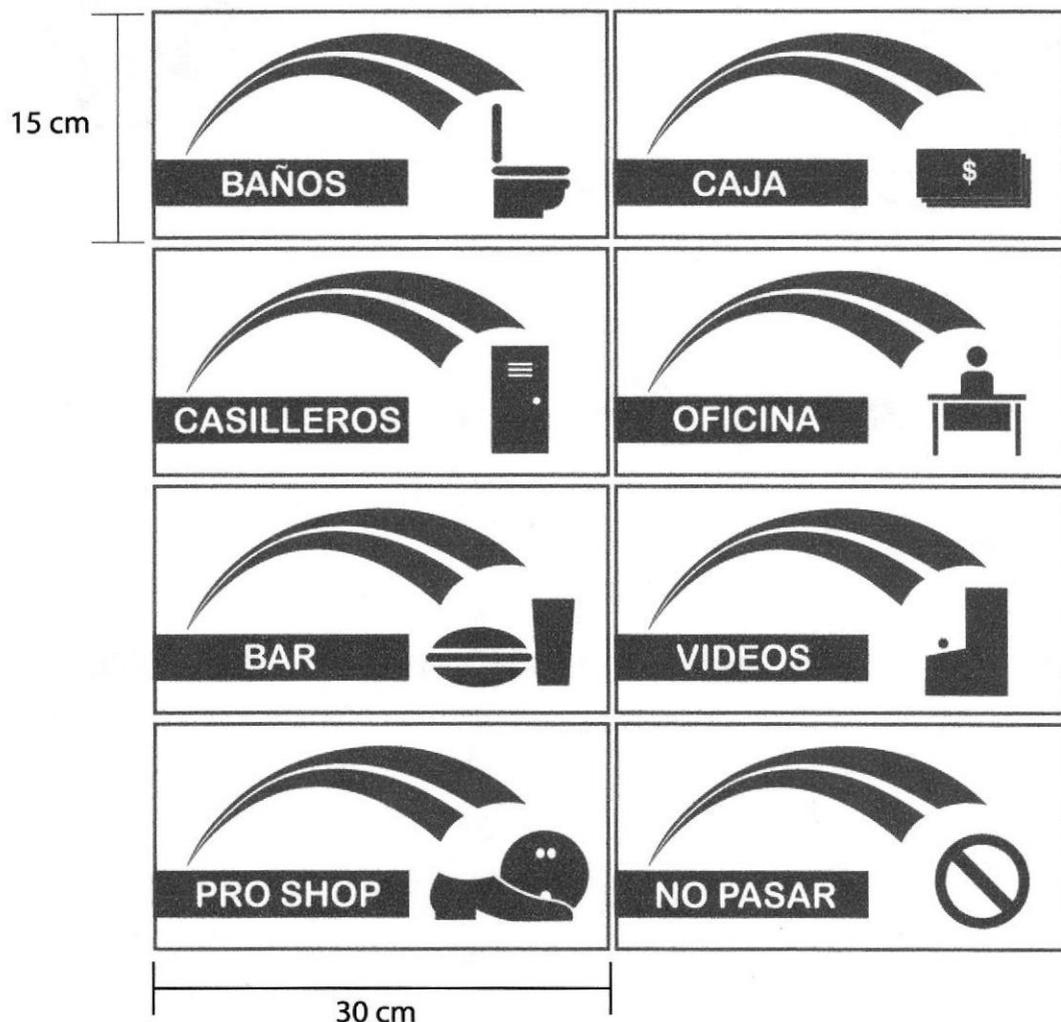
2.7 SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN

Esto servirá como guía interior y exteriormente, hemos utilizado bastante contraste para despertar la atención de la persona.



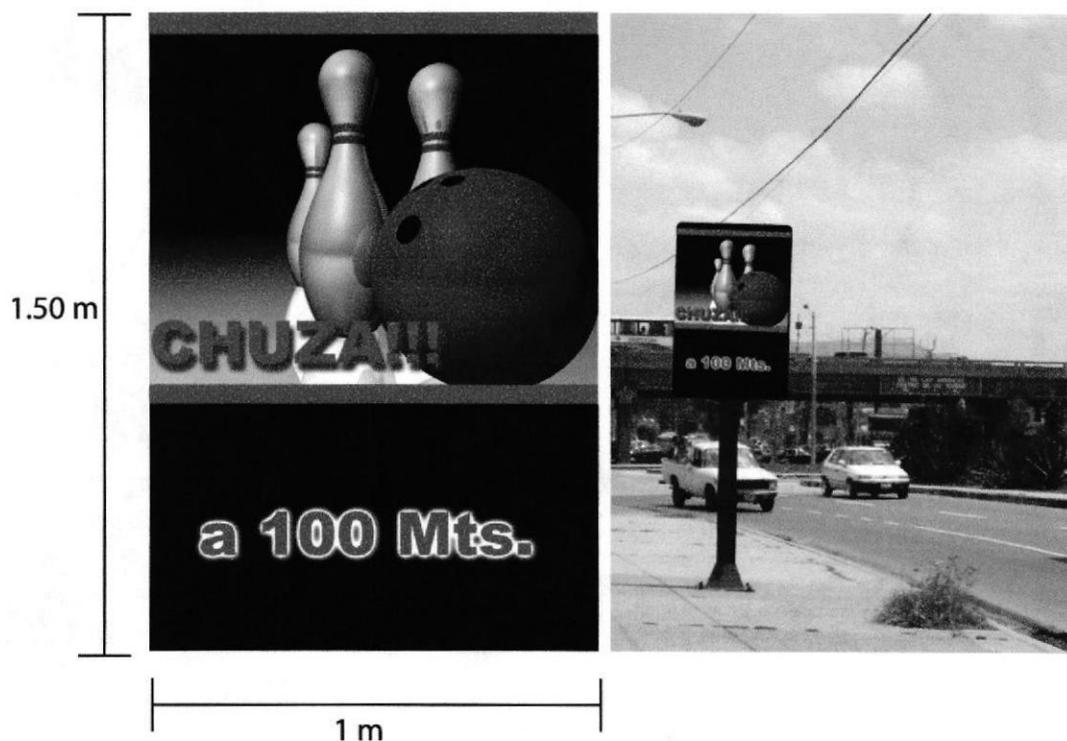
2.7.1 SEÑALÉTICA

Generalmente es bueno utilizar la marca en los elementos de la identidad corporativa, esta vez utilizamos exactamente los mismos colores, de parte iconográfica, las dos barras de color rojo. El texto es de color blanco contrastando con un rectángulo azul para facilitar la visualización, también hemos utilizado imágenes con un nivel de iconocidad medio, para que la gente no solo se lleve de referencia el texto.



2.7.2 SEÑALIZACIÓN

Es indispensable guiar al público que desee visitarnos, por este motivo hemos diseñado anuncios indicando los metros que faltan para llegar a Bolocentro 2000. Los mismos contienen una imagen la cual posee una estructura tridimensional y además gama cromática llamativa.



2.8 PÁGINA WEB

Los tiempos cambian, ahora estamos en la época de la tecnología. Bolocentro 2000 no se quedó atrás y por eso es que ha optado por tener una página Web.

Esta página está compuesta por: Página Principal, ¿Quiénes Somos?, Liga de Clasificados, Fotos, Jugadores, Eventos y Contáctenos.



2.8.1 PÁGINA PRINCIPAL

Es la página de introducción, se puede ver las últimas novedades que presenta Bolocentro 2000 y el deporte e los bolos.



- [Página Principal](#)
- [¿Quiénes Somos?](#)
- [Lista de Clasificados](#)
- [Fotos](#)
- [Jugadores](#)
- [Eventos](#)
- [Contactarnos](#)

BIENVENIDOS



LA MÁS BUENA ASOCIACIÓN BOLICHERA

Bolocentro 2000 en esta página presenta a nuestros estimados clientes toda la información necesaria sobre precios, productos, eventos, en fin todo tipo de dudas que nosotros queremos aclarar para que usted se sienta informado.

Al mismo tiempo presentamos a todas las personas que conforman nuestra familia bolichera, la cual esperamos que usted llegue a perfeccionar.

ULTIMAS NOTICIAS

El Sr. Lázaro Torres Carrillo fue el campeón de el mes de Junio del 2000. Con un puntaje de 2340 derrotó a Ricardo Amón el cual jugó 2245. Con esto Lázaro se adjudica como campeón del mes por segunda vez en este año. A parte se alista para representar a Ecuador en los Juegos Panamericanos.

PREPARATIVOS PARA EL NACIONAL

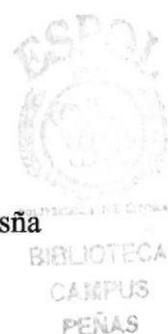
La selección del Chuva se prepara en Bolocentro 2000 para el Nacional que se jugará en el mes de Noviembre. Entre los jugadores que se espera una excelente actuación están Ricardo Amón, Lázaro Torres y Bruno Saldari, estos dos últimos les dieron el año pasado a la provincia 3 y 2 medallas de Oro respectivamente.

EL TORNEO INTERCOMUNAL ES LA UNA REALIDAD

Llevar a la traza del año una Noche de juegos sociocultural de bolos es una realidad. En la presentación 14 ciudades pertenecientes de la ciudad de Cuenca, Bolocentro 2000 compendia esta idea con la finalidad de incentivar este deporte en nuestros jóvenes para que el deporte crezca en sus ciudades.

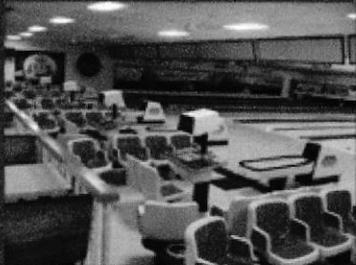
2.8.2 ¿QUIÉNES SOMOS?

Presenta en pocos párrafos lo que es Bolocentro 2000 para a gente y una pequeña resña histórica de lo que ha realizado.



- [Página Principal](#)
- [¿Quiénes Somos?](#)
- [Liga de Clasificados](#)
- [Fotos](#)
- [Jugadores](#)
- [Eventos](#)
- [Contáctanos](#)

¿Quiénes somos?

Bolocentro 2000 es la primera bolera abierta al público en la ciudad de Guayaquil. Posee 14 pistas, es la bolera con mayor número de pistas en todo el Ecuador hasta la actualidad.

Nuestra bolera comenzó a funcionar en 1984 y de ahí se han realizado muchos eventos como Sudamericanos, Bolivarianos, Panamericanos, Selectivos, Torneos Provinciales y todos los Campeonatos Nacionales cuando son en la provincia del Guayas.

Con esto queremos decir que Bolocentro 2000, a parte de ser una de las mejores opciones para divertirse en la ciudad de Guayaquil, apoya al deporte y a nuestra juventud sana.

Con la finalidad de seguir incentivando el deporte y la diversión Bolocentro 2000 ha creado la Liga de Clasificados, este es un evento que se realiza todos los Lunes, esta es la mejor forma para unirnos todos como familia bolchera.

Como anécdotas Bolocentro 2000 tiene algunas como haber participado en las primeras medallas juveniles del Ecuador, también el primer 300 en Ecuador hecho por el venezolano José "El Chino" Lander, record mundial de ternas 836 hechos por una terna venezolana, en fin muchas que demuestran que Bolocentro 2000 ha estado ahí marcando historia durante 19 años.



2.8.3 LIGA DE CLASIFICADOS

Es uno de los eventos más importantes que realiza Bolocentro 2000, en esta página se podrá saber sobre equipos, fechas, jugadores, etc. Además haciendo un click en el nombre de los equipos presentados podrás acceder a una página con los integrantes del equipo señalado

- [Página Principal](#)
- [¿Quiénes Somos?](#)
- [Liga de Clasificados](#)
- [Fotos](#)
- [Jugadores](#)
- [Eventos](#)
- [Contactanos](#)

Liga de Clasificados

EQUIPOS

Tampico	Checo Ecu	Joyeria Marthita	Black Power	Kavolo
Rasquin Balls	Ooso	Onix	Liceo Italiano	Los Intrepidos

ULTIMOS RESULTADOS
SIGUIENTE FECHA

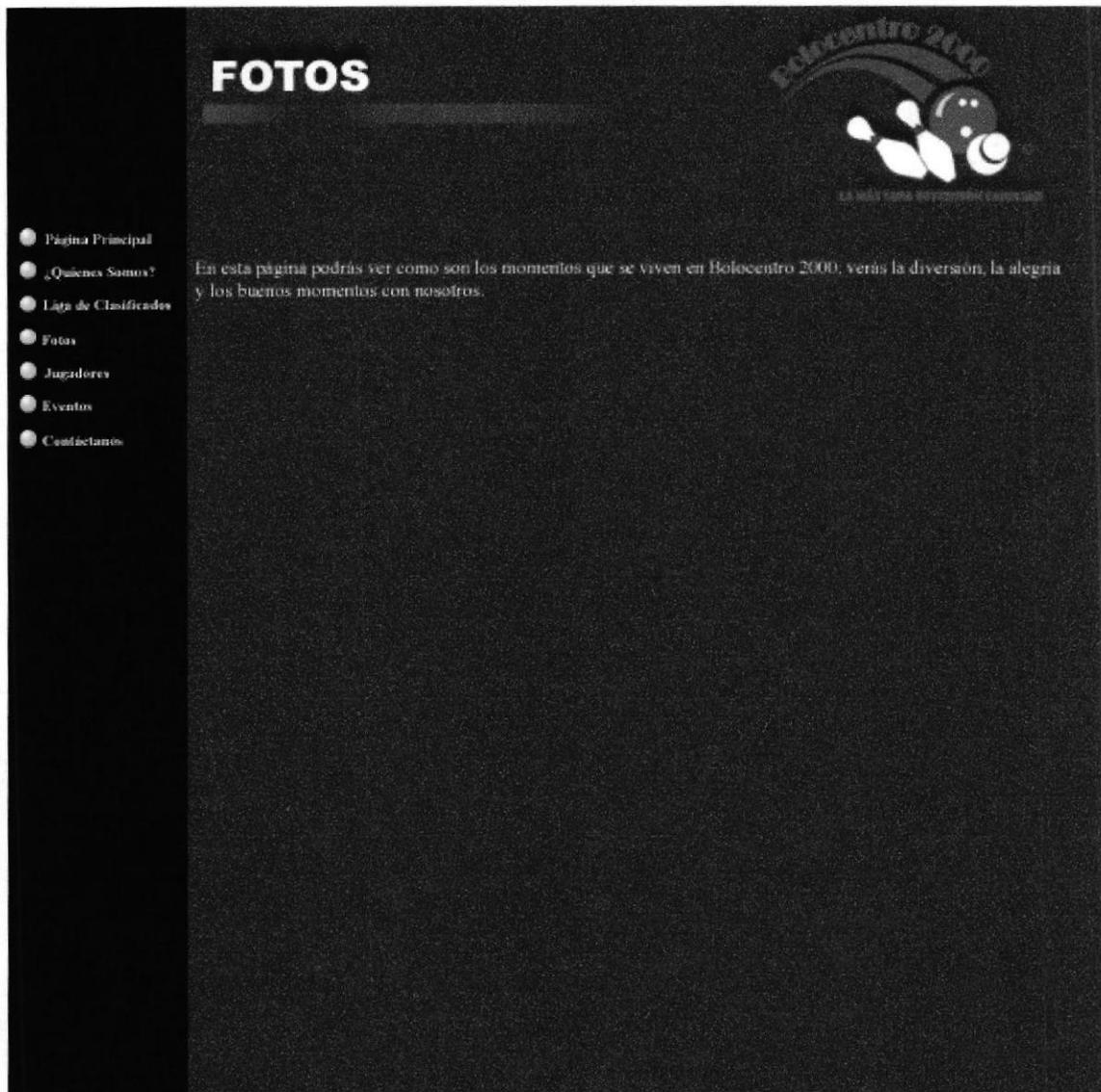
TABLA DE POSICIONES

Numero	Equipo	Ptos	Pines	Posición
1	Tampico			
2	Checo Ecu			
3	Joyeria Marthita			
4	Black Power			
5	Kavolo			
6	Rasquin Balls			
7	Ooso			
8	Onix			
9	Liceo Italiano			
10	Los Intrepidos			

2.8.4 FOTOS



Este espacio es para que el cliente conozca un poco más del buen ambiente que se vive en Bolocentro 2000 por medio de imágenes.





UNIVERSIDAD DE PEÑAS

BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

2.8.5 JUGADORES

Se presenta todos los jugadores pertenecientes a la familia bolichera de Bolocentro 2000, su foto y la categoría de juego de cada uno de ellos.

Jugadores

Figura 1.23.4

	Laura Tizera Categoría: Primera		José Santibañez Categoría: Segunda
	Luis Mancera Categoría: Primera		Gonzalo Yáñez Categoría: Segunda
	Diego Sánchez Categoría: Primera		Gonzalo Yáñez Categoría: Segunda
	Pedro Mesa Categoría: Primera		Miguel Moreno Categoría: Segunda
	Roberto Ariza Categoría: Primera		Luis Castro Categoría: Segunda
	Oscar Hidalgo Categoría: Primera		David Wong Categoría: Segunda
	Carlos Ruiz Categoría: Primera		Carlos Julio Méndez Categoría: Segunda

2.8.6 EVENTOS

Muestra los eventos a realizarse en los siguientes días o meses.



- [Página Principal](#)
- [¿Quiénes Somos?](#)
- [Liga de Clasificados](#)
- [Fotos](#)
- [Jugadores](#)
- [Eventos](#)
- [Contáctanos](#)

EVENTOS



Bolocentro 2000 tiene una serie de eventos, torneos oficiales y no oficiales. Entre los más importantes eventos que se han realizado están: Juvenil Sudamericano 1995, Juegos Odesur 1998 y Juegos Bolivarianos 2001. A continuación presentamos los eventos que normalmente se cumplen en Bolocentro 2000:

SELECTIVO NACIONAL (Sede Guayaquil)
Este evento se realiza a principios de año, aquí participan los mejores jugadores del país de guayas, Pichincha y Azuay para ganar el cupo que los hará pertenecer a la pre-Selección ecuatoriana de Bolas. Clasifican un grupo de ocho personas.

RANKING PROVINCIAL (Guayaquil)
Este torneo es oficial y se realiza cada mes, cuenta para tener un promedio anual. Aquí cualquier persona puede participar, la única condición es que el jugador tiene que federarse a un club, en el Guayas contamos con tres: C.S. Emelec, Barcelona S.C. y Huracán. Normalmente es un requisito participar en el Ranking para poder acceder a la Selección Nacional de Bolas.

LIGA DE CLASIFICADOS
Torneo que es realizado por el Comité Organizador de Bolocentro 2000 (RODIGINAL) el cual se lleva a cabo todos los Lunes a las 20h00. Cualquiera puede participar en este evento. Las únicas condiciones en cumplir con los pagos por cada fecha y pertenecer a un equipo de ocho personas. Juegan cinco en cancha, se disputan 7 puntos, en tres líneas, 2 puntos por línea y 1 por el acumulado total. El equipo juega lo sumado más el handicap.
¿Qué es el Handicap? Es una cantidad de pines que se le asigna a cada jugador y esto ayuda a compensar el nivel de juego entre todos para la competencia.

TORNEOS INTERNOS
Estos torneos realiza Bolocentro 2000 con la finalidad de unir e incrementar nuestra familia bolichera. Los eventos que más se realizan al año son: Torneo de Pareja, Torneo Fundación de Guayaquil y de Fin de Año.

2.8.7 CONTÁCTENOS

Esta página es para que el usuario pueda mandar un correo electrónico a Bolocentro 2000, para sugerencias, quejas, dudas, etc.



2.9 UNIFORMES DE PERSONAL

Nos hemos basado en los colores corporativos para realizar esta nueva propuesta en uniformes.

Su estructura es tipo sport, compuesta por una camiseta, una gorra y debe ser utilizado con un pantalón de mezclilla color negro, dando así una imagen de actividad y al mismo tiempo de seriedad.



GLOSARIO DE TÉRMINOS

Bidimensional	Que tiene dos dimensiones altura y anchura.
Brochure	Publicación de pequeñas dimensiones y de poca extensión.
Connotar	Sugerir una palabra, frase, imagen o discurso, un significado añadido y distinto al suyo propio, literal y estricto.
Denotar	Presentar un significado primario y básico, común a los hablantes por estar ausentes e subjetividad.
Iconotipo	Símbolo que mantiene una relación de semejanza con el objeto que representa.
Logotipo	Distintivo o emblema formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, marca o producto.
Slogan	Fórmula o frase breve con un fin publicitario o propagandístico, generalmente aguda y fácil de recordar.
Tridimensional	Se dice lo que se desarrolla en tres dimensiones espaciales de altura, anchura y profundidad.
Tríptico	Pintura, grabado, o relieve en tres hojas, unidas de tal modo que los laterales pueden doblarse sobre la del centro.

