

BRIEF

Título:

El desarrollo de un proyecto innovador. Identidad corporativa de Vinculación con la Sociedad.



RESUMEN

Para el proyecto se investigó los principales problemas que afectan a la Unidad de Vinculación con la Sociedad y su desarrollo como una unidad sólida, mediante la técnica de la entrevista a expertos, se pudo conocer de la falta de colaboración y desconocimiento por parte de los estudiantes hacia la unidad.

Mediante la recopilación de información de fuentes primarias se pudo determinar que la falta de una imagen corporativa hace más difícil el reconocimiento de esta unidad dentro y fuera de ESPOL, por lo que solo un nombre tan largo genera confusión y no permite la recordación del mismo.

Se investigó también las principales características que diferencia a la UVS de sus competidores primarios, y es que basan sus métodos y sistemas de trabajo en un apoyo en conjunto con las instituciones que representan, es decir las personas saben con certeza de que universidad están recibiendo la ayuda.

Se obtuvo como conclusión que los estudiantes necesitan conocer más a fondo cuáles son los objetivos de UVS, por el momento los estudiantes politécnicos tiene posicionado en la mente a la Unidad de Vinculación con la Sociedad como una carga adicional y una obligación innecesaria para obtener el título universitario.



CONTENIDO

Página

1. Antecedentes

*(características del proyecto y de la organización,
qué es o qué hace)*

2. Público objetivo o target

3. Investigación y Metodología del proyecto

4. Objetivos del proyecto

(comunicación y de diseño)

5. Cronograma

6. Presupuesto

7. Resultados esperados

8. Conclusiones



BRIEF

ANTECEDENTES

Vinculación con la Sociedad, es una unidad sin fines de lucro perteneciente a la ESPOL, tiene 9 años desde su fundación, anterior a esto se llamaban Vínculos con la Colectividad. Las principales actividades que realiza la Unidad están dirigidas básicamente a la ayuda y colaboración hacia las personas que componen la sociedad menos afortunada de ciertos sectores de la ciudad de Guayaquil. El único propósito de vínculos es brindarles una ayuda moral y material (en lo que esté al alcance) para poder suplir en algo las necesidades de estos sectores vulnerables que componen niños, adulto y ancianos en su mayoría.

En la actualidad no se tiene una cifra exacta de miembros disponibles para las actividades, pero se calcula alrededor de cincuenta personas, aparte de los estudiantes que por obligación de sus carreras y como requisito para las pasantías deben cumplir horas de colaboración con la unidad.

La unidad está dirigida por la Ing. Denisse Rodríguez, y es ella junto a otras personas que se encargan de distribuir las actividades que se hacen eventualmente entre los estudiantes y las personas o grupos sociales escogidos para la ayuda.

LA UVS no es una unidad con fines de lucro, por lo que debe rendir cuentas permanentemente a ESPOL, y son ellos los que proveen de los recursos básicos para las actividades, también cuentan con un apoyo esporádico de dos empresas privadas de Guayaquil, el objetivo de Vinculación con la sociedad es ampliar el campo de ayuda en la ciudad, pero esperan la colaboración de más estudiantes.



BRIEF

PÚBLICO OBJETIVO

- Perfil del consumidor

Estudiantes ESPOL

Perfil demográfico: Jóvenes de entre 17 y 28 años de edad, hombres y mujeres, en su mayoría ecuatorianos residentes en Guayaquil, de estrato social medio, medio alto, alto que cursan del segundo semestre de universidad en adelante.

Perfil psicográfico: Cuentan con poco tiempo para actividades fuera de la universidad, en sus tiempos libres practican deporte, realizan trabajos extras o van a sus ciudades de origen. Un gran porcentaje son jóvenes introvertidos pero muy creativos e inteligentes.

Perfil conductual: Consumen productos asociados a la tecnología, ciencia, artes o deportes, algo que ayude a mejorar sus aptitudes y progreso profesional.

Personas beneficiadas del servicio

Perfil demográfico: Todas las personas niños, jóvenes, adultos, ancianos sin discriminación de sexo o condición social que vivan en la ciudad de Guayaquil.

Perfil psicográfico: Personas de bajos recursos, con una vida diaria de pocas oportunidades, pero con ganas de participar en programas relacionados a la labor social, el aprendizaje, descubrimiento y motivadas a pasar un momento de felicidad.

Perfil conductual: Consumen productos de primera necesidad sin gastos excesivos en su gran mayoría.



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

- Investigación primaria

Entrevista a la Ing. Denisse Rodríguez, directora de la Unidad de Vinculación con la Sociedad.

Tema del proyecto: Imagen corporativa de la unidad de vinculación con la sociedad

1. ¿La unidad de vinculación con la sociedad es una institución con o sin fines de lucro?

Es una empresa sin fines de lucro perteneciente a la ESPOL, y recibimos un poco de ayuda de un par de empresas privadas.

2. ¿En qué consiste la ayuda de las empresas y en que colabora ESPOL?

Empresas como Toni nos colabora con bebidas o algún souvenir para los beneficiarios, y ESPOL nos presta las instalaciones más el transporte. Como es una institución pública, la ESPOL está obligada a colaborar con algún tipo de beneficio tangible para la sociedad.

3. ¿Tienen definido la misión, visión y valores de la unidad?, ¿tienen definido un BRIEF?

Prácticamente son los mismos estatutos de ESPOL y no contamos con un brief.

4. ¿Cuántos años de trayectoria tiene la Unidad de Vinculación con la Sociedad?

Aproximadamente nueve años desde Peñas.

5. ¿Cuánto personal y voluntarios cuentan ustedes para realizar algún tipo de evento?

La verdad no tenemos definido, en realidad no somos muchos, a los estudiantes no les interesa colaborar, ahora



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

como hay un reglamento que los obliga a realizar horas de ayuda comunitaria para poderse graduar, es que tenemos una cantidad que nos permite movernos en algún evento social.

6. ¿Cuál creen ustedes que sea la principal razón para que los estudiantes no quieran colaborar?

Los estudiantes ven a la unidad de vinculación con la sociedad como una carga adicional y sin ningún beneficio, además que la mayoría de estudiantes desconoce la existencia de la unidad, nos gustaría que la ayuda sea por voluntad propia más no por obligación.

7. ¿Cómo quieren que los vean los estudiantes de ESPOL?

Queremos que nos vean como una oportunidad de colaboración, de progreso social, sabemos que ellos tienen buenas intenciones pero les falta motivación.

8. ¿Cómo quieren que los vean las personas ajenas a ESPOL?

Como una ayuda, un grupo de personas que buscan motivarlos y sobre todo personas iguales a ellos, que las oportunidades son para todos.

9. Describa a la unidad en tres palabras

Compromiso, equipo y agilidad.

10. ¿Cuál creen ustedes que es su principal competencia?

Como no es un negocio o empresa con fines de lucro no vemos como competencia a instituciones que quieren ayudar a la sociedad, más bien nos emociona saber que cada día hay más gente interesada en ayudar, pero para los directivos, ESPOL representa siempre una competencia,



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

y se podría decir que las universidades con una unidad parecida se representa como una posible competencia en la carrera de quién ayuda más o quién es mejor.

Entrevista a Juan Caguana estudiante de diseño gráfico y publicitario en EDCOM – ESPOL

Motivo de la entrevista: Imagen corporativa de la unidad de vinculación con la sociedad y su experiencia asistiendo a la Unidad de Vinculación con la Sociedad.

¿Cuánto tiempo estuviste de voluntario en la Unidad de Vinculación con la Sociedad?

Estuvo desde el 2010 al 2013 en la unidad de Vinculación con la Sociedad.

¿Sabes algo sobre el cambio de nombre de la Unidad de Vínculos con la Colectividad a Unidad de Vinculación con la Sociedad?

Ellos cambiaron de nombre a vinculación con la sociedad para poder hacerlo más global, porque que tenían antes daba a entender que lo que hacían solo era dentro de ESPOL.

¿Cómo te enteraste sobre la Unidad de Vinculación con la Sociedad?

Un amigo le conto y le conversó sobre su agradable experiencia ahí.

¿Cómo crees que debe de mostrarse la Unidad de Vinculación con la Sociedad?

La Unidad de Vinculación con la Sociedad tienen que



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

mostrase de tal manera que ayude a la sociedad.

¿Cuáles son las actividades que realiza la Unidad de Vinculación con la Sociedad?

Traer fundaciones, ayudar a la gente, traer personas de escasos recursos al cine foro ESPOL para que ellas puedan recibir una programación cultural, dar clases, hacer dinámicas, sembrar árboles, entre otras.

¿Ves a la Unidad de Vinculación con la Sociedad como una carga adicional a las obligaciones estudiantiles?

No, porque te dan flexibilidad de tiempo.

¿Qué satisfacción recibiste a cambio al haber sido parte de la Unidad de Vinculación con la Sociedad?

La experiencia que uno recibe es la ver felicidad en el rostro de las otras personas y sobre todo poder compartirla. Y no se puede olvidar que ayudar te ayuda a madurar.

¿Qué se te viene a la mente cuando escuchas las palabras "vinculación con la sociedad"?

Un nexo entre el que ayuda y el que recibe.

¿Por qué cree que los estudiantes no quieren colaborar con la unidad?

Muchos no conocen el valor de colaborar, solo quieren algo a cambio. Las personas desinteresadas son las que les gusta ayudar.

¿En qué aspecto cree que debería mejorar la Unidad de Vinculación con la Sociedad?

Deberían darle libertad y entusiasmo al estudiante para que se integre a la Unidad e Vinculación con la Sociedad y que se comprometa sin ser obligado. También debemos tener en cuenta que esto nos ayuda a que sean constantes.



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

- Investigación secundaria

Benchmarking: Investigamos a otras universidades, sus redes sociales, páginas web, blogs, fotografías, y si cuentan con una unidad similar a la de vinculación con la sociedad, para poder formular nuestra estrategia de diseño.

- Competencia:

Universidad Casa Grande: Tiene alianza con la Fundación Cecilia Rivadeneira.

Universidad Santa María: Fomenta el Reciclaje.

Universidad Católica Santiago de Guayaquil: Fomenta las Becas Estudiantiles.

Universidad Politécnica Salesiana: Fomenta la prácticas y/o Pasantías Pre-profesionales.

Universidad Católica Santiago de Guayaquil – Servicios a la comunidad

<http://www2.ucsg.edu.ec/vin-informacion-general.html>

Universidad Santa María – Vinculo con la comunidad

<http://www.usm.edu.ec/index.php/nuestrosconvenios/vinculo-comunidad>

Universidad Salesiana – Vinculación con la sociedad

<http://www.ups.edu.ec/web/guest/vinculacion-con-la-sociedad>



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

- Análisis FODA:

Fortalezas:

- Apoyo por parte de ESPOL.

Oportunidades:

- Cooperación interinstitucional.
- Más presupuesto por parte del gobierno.
- Aumentar el prestigio de la ESPOL.
- Gran cantidad de estudiantes disponibles para colaborar.

Debilidades:

- Poco presupuesto.
- Falta de colaboración por parte de los estudiantes de ESPOL.
- Falta de recurso material.

Amenazas:

- Universidad Casa Grande.
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil
- Municipio de Guayaquil.

- Metodología del proyecto:

Para la construcción de la identidad corporativa de UVS, se realizó un trabajo basado en dos conceptos concretos, que fueron simplificados en la frase: la integración se logra en equipo.

Estos conceptos se obtuvieron a raíz de una entrevista realizada a la Ing. Denisse Rodríguez - Dir. de la UVS- la cual nos mencionó que para Espol es muy importante la integración de sus actividades para el beneficio de la sociedad. Además del trabajo en equipo que se realiza dentro y fuera de la universidad, con motivos de cumplir con labores comunitarias.



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

Brainstorming

El principal problema a resolver era la falta de colaboración de los estudiantes con la unidad de vínculos, a pesar de los diferentes sistemas de inclusión en trabajos con la colectividad en la ciudad de Guayaquil.

En la parte del concepto creativo se usó la técnica del brainstorming, que ayudó a expandir el campo de ideas para el proyecto, lo que se buscó fué crear una imagen que permita comunicar los valores de la Unidad de Vinculación con la Sociedad.

Mapas Mentales

Para la elaboración y construcción de los elementos gráficos que conforman la UVS, se realizó una investigación previa de cuáles serían los objetos, palabras y elementos que mejor se asocien con los valores de esta unidad.

Se usaron los mapas mentales como metodología de diseño y planeación. Esto nos sirvió para conseguir poder tener una iniciativa para poder sacar nuevas ideas.

Dentro del mapa mental se hicieron diferentes analogías, relacionando temas como por ejemplo: el fútbol y un matrimonio, el fútbol significa diversidad y encuentro, significa integración, y trabajo en equipo.

En un matrimonio se necesita compromiso de las dos partes, además de confianza y apoyo mutuo en momentos difíciles.

Naming del Concepto Creativo

- La integración se la logra en equipo.

El concepto que se que propuso comunica integración y se basa en la integración en equipo de las personas a la hora de resolver un problema.



BRIEF

Referencias libros

Chávez, Norberto. (Año 2000). Imagen corporativa. Madrid, España. Gustavo Gili.

Trochut, Alex. (Año 2011). More is More. Barcelona, España. Index Box.

Kotler, Philip. (Año 2013). Marketing 3.0. Chicago, Estados Unidos. LID

Kleon, Austin. (Año 2012). Steal Like an Artist. Ohio, Estados Unidos. Workman

Airey, David. (Año 2010). Logo design and love. Irlanda del Norte. New Riders

OBJETIVOS DEL PROYECTO

- **Problemas:**

- La falta de apoyo del estudiante para la Unidad de Vinculación con la Sociedad evita que se pueden ayudar a más personas por el limitado recurso humano.
- No poseen una identidad corporativa y por consecuencia no tienen presencia en medios publicitarios.

- **Objetivos del proyecto**

• **Objetivo general**

- Realizar un proyecto de identidad corporativa, que mejore la percepción que tienen los estudiantes de ESPOL y personas en general hacia la Unidad de Vinculación con la Sociedad.

• **Objetivos específicos**

- Comunicar a través de una identidad corporativa, los valores de Vinculación con la Sociedad a los estudiantes de ESPOL.
- Por medio de una identidad corporativa definir una imagen conceptual para implementarla en medios de comunicación digital.
- Lograr que los estudiantes de ESPOL y personas en general puedan identificar fácilmente la Unidad de Vinculación de la Sociedad.



BRIEF

PRESUPUESTO

Presupuesto para el desarrollo del proyecto		
	Precio unitario	Precio final
Investigación		
Definición del problema	\$ 120,00	\$ 120,00
Documentación	\$ 150,00	\$ 150,00
Informe final	\$ 200,00	\$ 200,00
Proceso del diseño		
Concepto creativo	\$ 500,00	\$ 500,00
Identidad corporativa (logotipo y manual)	\$ 700,00	\$ 700,00
Prototipos e impresiones previas	\$ 200,00	\$ 200,00
Impresiones finales		
Brochure	\$ 100,00	\$ 100,00
Infografía	\$ 100,00	\$ 100,00
Gigantografías	\$ 200,00	\$ 200,00
Manual de Marca	\$ 400,00	\$ 400,00
Manejo de Redes sociales	\$ 350,00	\$ 350,00
Diseño e implementación de Página Web	\$ 500,00	\$ 500,00
UVS 2015	Subtotal	\$ 3.520,00
	Total	\$ 3.520,00



BRIEF

CRONOGRAMA

Actividades	Año 2015											
	Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre	
	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas	Semanas	
Etapla 1. Búsqueda de información	11 al 18 al 25 al 1 al 58 al 1	15 al 19 22 al 1	13 al 20 al 27 al 3 al 10 al 17 al 24 al 7 al 14 al 21 al 25 28 al									
Definición del problema												
Investigación y Documentación												
Documentación final												
Etapla 2. Proceso del diseño												
Concepto creativo												
Prototipo de diseño												
diseño final												
Etapla 3. Aplicación y presentación												
Revisión final												
Impresión de gráfica												
Presentación Final												

