



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA Y SEÑALÉTICA
DE LA AGENCIA ÁGUILA DESIGN PARA MEJORAR LA PERTENECÍA Y
RELACIÓN CON SU PÚBLICO INTERNO Y EXTERNO EN QUITO SECTOR
COTOCOLLAO.

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el
título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: Hipólito Salomón Calderón Anrrango

Tutor: Ing. Laura Graciela Cajamarca Bravo

Octubre 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Hipólito Salomón Calderón Anrrango estudiante de la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Superior Cordillera. Declaro que la investigación es completamente original, autentica y personal, que se han citado las fuentes correspondientes respetando las disposiciones legales de los derechos de autor las conclusiones, ideas y resultados que se han obtenido son de mi absoluta responsabilidad.

Hipólito Salomón Calderón Anrrango

C.C.: 1720806155

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Hipólito Salomón Calderón Anrrango** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No.1720806155 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **DISEÑO Y FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA Y SEÑALÉTICA**

DE LA AGENCIA ÁGUILA DESIGN PARA MEJORAR LA PERTENECÍA Y RELACIÓN CON SU PÚBLICO INTERNO Y EXTERNO EN QUITO SECTOR COTOCOLLAO con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____

NOMBRE Hipólito Salomón Calderón Anrrango

CÉDULA 1720806155

Quito, 21 de agosto de 2017

AGRADECIMIENTO

En estas líneas quiero expresar mis más profundos y sinceros agradecimientos a todas las personas que me han apoyado a lo largo de la realización de este proyecto quiero mencionar al Ing. Santiago Vallejo quien ha sabido brindarme toda su confianza y apoyo, a mis padres Lucila Anrrango y Rodrigo Calderón quienes han sabido darme esa fuerza para luchar por cada cosa que me preponga siendo mi soporte día con día. A toda mi familia y amigos por la ayuda prestada no solo en este momento si no siempre que han podido por lo que estaré siempre agradecido.

Es justo mencionar a la Ing. Laura Cajamarca quien ha mostrado su profesionalismo su compromiso ayudando a que el desarrollo de mi proyecto tenga el resultado esperado y en general a todos los profesores que he tenido a lo largo de estos años de estar en la Institución gracias a ellos he adquirido muchos conocimientos y destrezas que me servirán a lo largo de mi vida profesional.

A todos ellos, muchas gracias.

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi proyecto de una forma muy especial a mis padres quienes con tanto esfuerzo y lucha constante me han apoyado en todo este tiempo brindándome aliento que hoy se ve reflejado en la culminación de mi proyecto de graduación, dedico a todas las personas que de una u otra manera me han sabido ayudar desinteresadamente a poder cumplir esta meta

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE.....	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	iii
DEDICATORIA	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I	1
1. Antecedentes.....	1
1.01. Contexto.....	1
1.01.02. Palabras clave (Unidades de estudio)	3
1.02. Justificación del Problema	4
CAPÍTULO II.....	7
2. Análisis de Involucrados.....	7
2.01. Mapeo de los Involucrados	7
2.02. Matriz de Análisis de Involucración	8
CAPÍTULO III.....	10

3. Problemas y Objetivos	10
3.01. Árbol de Problemas	10
3.02. Árbol de Objetivos.....	11
CAPÍTULO IV	12
4. Análisis de Alternativas	12
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	12
4.01.01. Tamaño del Proyecto	13
4.01.02. Localización del Proyecto.....	14
4.01.03. Análisis Ambiental	14
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos	16
4.03. Diagrama de Estrategias	17
4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico	18
4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores	18
4.04.02. Selección de Indicadores	23
4.04.03. Medios de Verificación.....	27
4.04.04 Supuestos	33
4.04.05. Matriz de Marco Lógico (MML)	36
CAPÍTULO V	41
5. Propuesta.....	41
5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta.....	41

5.01.02. Marco Teórico.....	44
5.01.02.01. Composición	44
5.01.02.02. Tipografía.....	45
5.01.02.03. Color	46
5.01.02.04. Diseño de imagen corporativa	48
5.02.01. Metodología (Materiales y Métodos)	49
5.02.02. Resultados	51
5.02.02.01. Encuesta	51
5.02.02.01.01. Modelo de encuesta	52
5.02.02.01.02. Tabulación de encuestas	54
5.03. Formulación del Proceso de Aplicación	64
CAPÍTULO VI	80
Aspectos Administrativos	80
6.01. Recursos.....	80
6.01.01. Técnicos – Tecnológico	80
6.01.02. Humano.....	80
6.01.03. Económico	81
6.02. Presupuesto	81
6.02.01. Gastos Operativos	81
6.03. Cronograma	82

CAPÍTULO VII	84
Conclusiones y Recomendaciones	84
7.01. Conclusiones	84
7.02. Recomendaciones	85
Bibliografía	87
Anexos	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de Fuerzas T	6
Tabla 2: Matriz de análisis y selección de involucrados	8
Tabla 3: Análisis de impacto de los Objetivos	16
Tabla 4: Revisión de los Criterios para los Indicadores	19
Tabla 5: Selección de Indicadores	24
Tabla 6: Medios de Verificación	29
Tabla 7: Supuestos	35
Tabla 8: Matriz de Marco Lógico	39
Tabla 9: Tabulación Pregunta uno	56
Tabla 10: Tabulación Pregunta dos	57
Tabla 11: Tabulación Pregunta tres	58
Tabla 12: Tabulación Pregunta cuatro	59
Tabla 13: Tabulación Pregunta cinco	60
Tabla 14: Tabulación Pregunta seis	61
Tabla 15: Tabulación Pregunta siete	62
Tabla 16: Tabulación Pregunta ocho	63
Tabla 17: Tabulación Pregunta nueve	64
Tabla 18: Tabulación Pregunta diez	65

Tabla 19: Gastos Operativos	82
Tabla 20: Gastos Aplicados al Proyecto	82
Tabla 21: Cronograma de Actividades	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Involucrados	7
Figura 1: Árbol de Problemas	10
Figura 3: Árbol de Objetivos	11
Figura 4: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones	12
Figura 5: Tamaño del Proyecto	13
Figura 6: Localización del Proyecto	14
Figura 7: Diagrama de Estrategias	18
Figura 8: Pregunta Uno	56
Figura 9: Pregunta Dos	57
Figura 10: Pregunta Tres	58
Figura 11: Pregunta Cuatro	59
Figura 12: Pregunta Cinco	60
Figura 13: Pregunta Seis	61
Figura 14: Pregunta Siete	62
Figura 15: Pregunta Ocho.....	63
Figura 16: Pregunta Nueve	64
Figura 17: Pregunta Diez	65

Figura 18: Logo “ÁguilaDesign”	66
Figura 19: Isologotipo de ÁguilaDesign.....	69
Figura 20: Símbolo de ÁguilaDesign	69
Figura 21: Partes del logotipo	70
Figura 22: Complemento textual de ÁguilaDesign	70
Figura 23: Publicidad de Facebook	72
Figura 24: Página de ÁguilaDesign	73
Figura 25: Logotipo “ÁguilaDesign	74

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto responde al poco manejo de identidad gráfica junto con el desconocimiento de la señalética para mejorar la pertenencia entre los clientes como trabajadores de una pequeña o media empresa. Este problema radica en que las personas que quieren emprender cualquier tipo de negocio no contratan o es poco utilizado el servicio de un diseñador gráfico pues lo creen poco necesario. El problema es importante ya que el manejo de la identidad gráfica o corporativa es la carta de presentación de cualquier empresa dándose así a conocer con sus futuros clientes mejorando su posicionamiento en el mercado y el sentido de pertenencia entre sus trabajadores.

El diseño gráfico busca dar soluciones gráficas que van más allá de colores y letras si no buscar una armonía entre todos los elementos que comprenden una composición dando un sin fin de ideas creativas que pueden estar impregnadas en la marca o logotipo de un producto o servicio, los cuales tienen o depende del correcto uso de estos para lograr el impacto deseado con sus deferentes clientes para ello se propone el uso de medios impresos como manuales del uso correcto del logotipo o marca ya que a través de ellos se dará mejor información y se creara una sólida identidad que se verá reflejada entre sus diferentes públicos.

ABSTRACT

This project responds to the little management of graphic identity along with the lack of awareness of signage to improve membership among clients as workers of a small or medium business. This problem is that people who want to undertake any type of business do not hire or are not used the service of a graphic designer because they believe it is not necessary. The problem is important because the management of the graphic or corporate identity is the letter of presentation of any company thus becoming acquainted with its future clients improving its positioning in the market and the sense of belonging among its workers.

Graphic Design seeks to give graphical solutions that go beyond colors and letters if not seek a harmony between all elements that comprise a composition giving an endless creative ideas that may be impregnated in the brand or logo of a product or service, those who have or depend on the correct use of these to achieve the desired impact with their customers deferents to this is proposed different printed media as manuals of the correct use of the logo or brand because through them will give better information and create a solid identity that will be reflected among their different audiences.

INTRODUCCIÓN

El problema de la investigación tiene una gran importancia con el diseño corporativo ya que abarca desde pequeñas artes gráficas hasta estrategias publicitarias de grandes empresas reconocidas, cuando se habla de identidad corporativa, gráfica o visual se refiere al nombre de la empresa, producto, marca o servicio. Es importante decir que al tener una buena identidad corporativa bien definida esto ayuda al crecimiento de una empresa mejorando también la posición en el mercado.

El diseño de señaléticas y diagramación de medios impresos tales como manuales corporativos buscan ser una alternativa para mejorar el emprendimiento de pequeñas, medianas y grandes empresas, junto con la correcta ubicación de las señalizaciones que aporten organización dentro de la empresa.

La idea principal se basa en hacer lo que otros medios impresos no han logrado esto es, el realce de la identidad gráfica y visual mejorando la pertenencia entre sus públicos internos y externos fidelizando a futuros clientes. Uno de los desafíos que podría presentar el proyecto es el límite de tiempo, que se tiene para la recopilación de información con una posible dificultad del financiamiento económico para la culminación del mismo,

El diseño gráfico tiene un impacto social positivo en las personas por la intervención al manejar colores, letras, figuras e imágenes, que al acoplarse crean una composición y son el reflejo de una idea creativa que puede ser dirigida para el uso de una marca o logotipo.

El nuevo diseño del logotipo de ÁguilaDesign no es solo la identidad de la agencia si no que muestra sensaciones, emociones y valores que identifican a la empresa de otras. Considerando que esto afecta de una forma positiva a clientes como trabajadores

Se pretende que, mediante la investigación del proyecto crear una identidad como también un compromiso por parte de los trabajadores donde se vea reflejado el sentido de pertenecía que va desde su profesionalismo hasta sus valores como personas alcanzando objetivos en común y se fidelice aún más tanto a clientes fijos como nuevos.

El proyecto consta de siete capítulos donde el primero identifica el problema central junto con su justificación y contexto, el segundo hace referencia a los involucrados y como es su intervención en el proyecto, el tercero muestra los objetivos que se deben plantear, el cuarto ubica la localización, tamaño del proyecto creando estrategias con la construcción del marco lógico, capítulo cinco crea la propuesta, de herramientas y soluciones al problema plateado, capítulo seis habla sobre los recursos técnicos y tecnológicos y su financiamiento para llevar a cabo la investigación y por último el capítulo siete se ve las recomendación y conclusiones que se espera del proyecto en estudio.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.01. Contexto

Actualmente en el Ecuador la publicidad es la información o anuncio de un nuevo producto o servicio, compartiendo información de precios, y nuevos puntos de venta, o simplemente recordando y reforzando la imagen de una marca, todo tiene que ver con transmitir un mensaje. Desde tiempos pasados, la publicidad ha sido de gran ayuda en el mundo de los negocios, al promover una sana competencia entre empresas el objetivo principal de la publicidad es dar a conocer un estilo o diseño partiendo desde un evento, una nueva línea de producto o una campaña política los cuales pueden tomar la forma de anuncios impresos, radio, televisión y ahora también las redes sociales (Publicidad, 2017).

ÁguilaDesign se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Quito en el sector de Cotocollao donde hay mucha afluencia de comercio de pequeñas medianas y grandes empresas, es ahí que nace la idea de ofrecer un nuevo concepto de servicio global de impresión digital y tradicional, administrando una amplia gama de opciones gráficas ya que son una empresa joven que trabaja en equipo.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



La agencia se crea teniendo una necesidad propia de superación profesional con un gran interés de plasmar en la memoria de sus clientes su marca, como también sus servicios profesionales de diseño y publicidad, busca ser así una empresa donde exista un buen ambiente laboral entre sus trabajadores quienes la conforman, pero sin dejar a un lado a sus clientes quienes en gran medida son una fuente vital de crecimiento de la agencia.

ÁguilaDesign busca inmiscuir en un ámbito social donde el diseño gráfico aún sigue siendo poco valorado a raíz de eso aún existe una gran cantidad de comercios que no contratan los servicios de una agencia de diseño pues lo creen poco necesario es así, que nace la idea de fortalecer la imagen gráfica y señalética partiendo dentro de la misma empresa, donde se ha perdido el interés por cuidar el área corporativa, con el proyecto se propone el re-estudio del logotipo logrando un realce de la marca con el aumento de una señalética que esté acorde con la ubicación de los diferentes departamentos que tenga la empresa y este de la mano con el buen ambiente laboral.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en el sector Cotacollao.



1.01.01. Tema de tesis

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la Agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en Quito sector Cotocollao.

1.01.02. Palabras clave (Unidades de estudio)

Fortalecimiento

Identidad Gráfica

Publico interno

Publico externo

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

1.02. Justificación del Problema

El propósito de la presente investigación busca fortalecer, mejorar la identidad gráfica y señalética de la agencia de diseño ÁguilaDesign contribuyendo así al valor de pertenencia entre su público interno y externo.

El diseño gráfico es pertinente dentro de las problemáticas urbanas y sociales donde se ven afectadas las agencias de diseño por ese motivo se ha tomado en cuenta a la agencia ÁguilaDesign donde se quiere dar un realce de identidad gráfica junto con la creación de su señalética, gracias al conocimiento adquirido del investigador en diseño que busca dar propuestas gráficas que muestren el uso adecuado del logotipo y estén a la par de las necesidades y servicios de la empresa contribuyendo al crecimiento de la misma.

La elaboración del proyecto va a tener un impacto sumamente positivo hacia la empresa teniendo como resultado inmediato el rediseño del logo "ÁguilaDesign" que debe expresar los sentimiento, valores y emociones de la misma, dando paso a la creación de la señalética la cual aportara organización y un mejor ambiente laboral que a futuro mejorara el posicionamiento de la empresa y hará frente a la realidad en donde se vive y a la exigencia de las nuevas competencias en el ámbito profesional.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Mediante el desarrollo del proyecto se beneficiará a la empresa con el aumento de trabajo, recursos económicos y de clientes a quienes se les debe dar un buen trato por parte de su público interno ya que son estos, los trabajadores quienes estarán a gusto de pertenecer a una empresa seria y responsable, dando así un sentido de pertenencia que será transmitido a su público externo creando vínculos de confianza y fidelización a sus clientes.

Con esto el proyecto trata de alinearse a unos de los sistemas establecidos que es El Plan Nacional para el Buen Vivir de donde se desprende el Objetivo N°10 Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva que dice “En donde se define la forma en la que se produce y hacia dónde va a estar destinada dicha producción uno de sus ejes principales es fortalecer la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014).

Este proyecto se vincula con dicho objetivo ya que la intención del mismo es buscar mediante el aporte del diseño gráfico al desarrollo económico popular de micro, pequeñas y medianas empresas con asesoría dirigida al posicionamiento de nuevas marcas o productos impulsando así al incremento de la economía del país y mejorando la calidad de vida de los ciudadanos.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

1.03. Definición del Problema Central (Matriz T)

Tabla 1: Análisis de las fuerzas T de la Identidad Gráfica y señalética para fortalecer la relación y pertenencia de sus públicos.

Análisis de las Fuerzas T					
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Perdida de la identidad gráfica y señalética con una mala relación entre sus públicos internos y externos	No hay un buen manejo de la identidad gráfica y señalética para fortalecer la relación y pertenencia entre sus públicos internos y externos				Se ha creado un manejo adecuado de la identidad gráfica y señalética fortaleciendo la relación y pertenencia entre sus diferentes públicos
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Información adecuada sobre el diseño corporativo y señalética	4	5	4	5	Pérdida de clientes
Apoyo y asesoramiento de profesionales del diseño	3	4	4	4	Bajo posicionamiento de la empresa
Manejo de un adecuado trato entre cliente con personal	3	4	5	4	Bajos ingresos económicos para la agencia
Desarrollo del proyecto acorde con la información y soluciones correctas	4	5	5	4	Presupuesto limitado para ejecución del proyecto

En la tabla que antecede encontramos la siguiente nomenclatura: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que nos muestra el impacto actual y a donde va a cambiar una vez que hayamos ejecutado el proyecto.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en el sector Cotacollao.

CAPÍTULO II

2. Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de los Involucrados

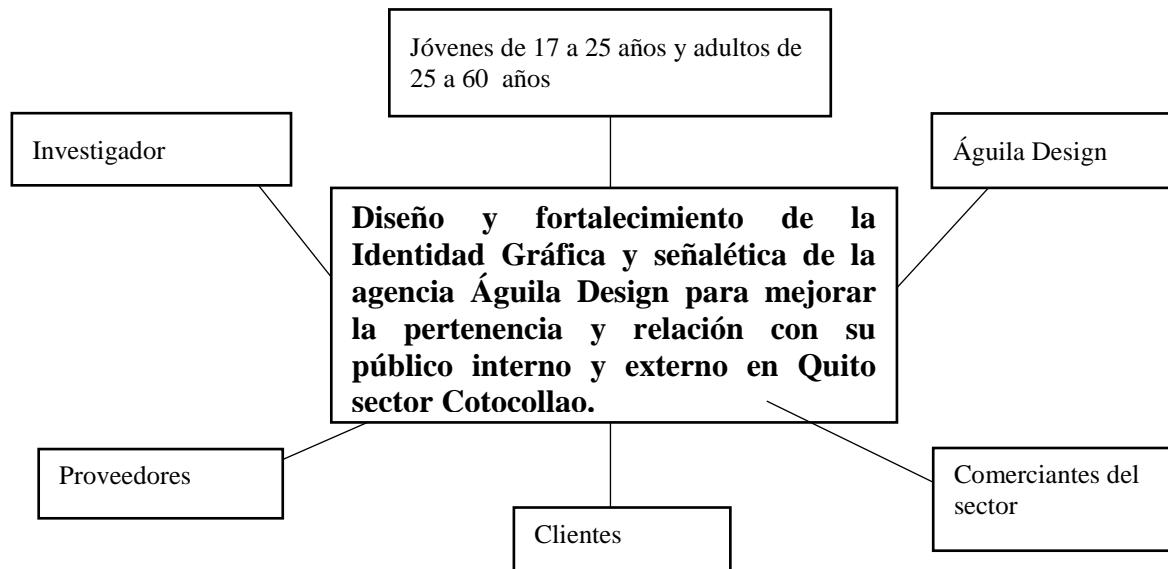


Figura 2: Mapa de involucrados sobre la Identidad Gráfica y señalética para fortalecer la relación y pertenencia de sus públicos.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en Quito sector Cotocollao.

2.02. Matriz de Análisis de Involucración

Tabla 2: Análisis de involucrados la Identidad Gráfica y señalética para fortalecer la relación y pertenencia de sus públicos.

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
Águila Design	Mejorar la identidad grafica de la empresa.	Escasa información.	(RM): Instalaciones, edificios, oficinas, herramientas. (RH): habilidades, experiencias, ideas.	Generar un mejor posicionamiento de la empresa.	Incumplimiento en la meta del proyecto.
Comerciantes del Sector	Conocer nuevas técnicas de emprendimiento con ayuda del diseño gráfico.	Desconocimiento de información.	(RI): Organizativo: Humanos, habilidades, experiencia (RM): Instalaciones, edificios, oficinas.	Desarrollo de nuevas ideas gráficas.	Desinterés y poca aceptación.
Clientes	Tener un buen servicio al cliente con un producto que esté acorde con las exigencias requeridas.	Poca aceptación con la empresa.	Recursos Administrativos: planeación, dirección, y control.	Generar nuevas comunicaciones gráficas y anuncios de nuevos servicios.	No generar confianza entre los clientes con la empresa.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotacollao.

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflicto potencial
Proveedores	Aumento en la petición materiales.	Poco material requerido por la empresa.	(RT): productos. (RM): herramientas (RH): posibilidad de desarrollo.	Informar de cambios en la empresa para garantizar el servicio recibido.	Desconformidad con el manejo de la empresa.
Grupo Objetivo	Transmitir información publicitaria sobre los diferentes servicios y productos.	Escasa información.	Recursos Humanos.	Ampliar la difusión de la nueva imagen mediante redes sociales.	Poca aceptación y desinterés por conocer la empresa.
Investigador	Diseñar y fortalecer la identidad gráfica junto con el sentido de pertenencia de sus públicos (I)y(E).	Limitado presupuesto y escaso material visual.	Recursos Intangibles: Organizativos Recursos Materiales: Instalaciones Recursos Humanos.	Fortalecer la identidad gráfica mediante el uso de un manual de logotipo.	Rechazo del proyecto y desinterés en la meta del mismo por parte de la empresa.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

CAPÍTULO III

3. Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

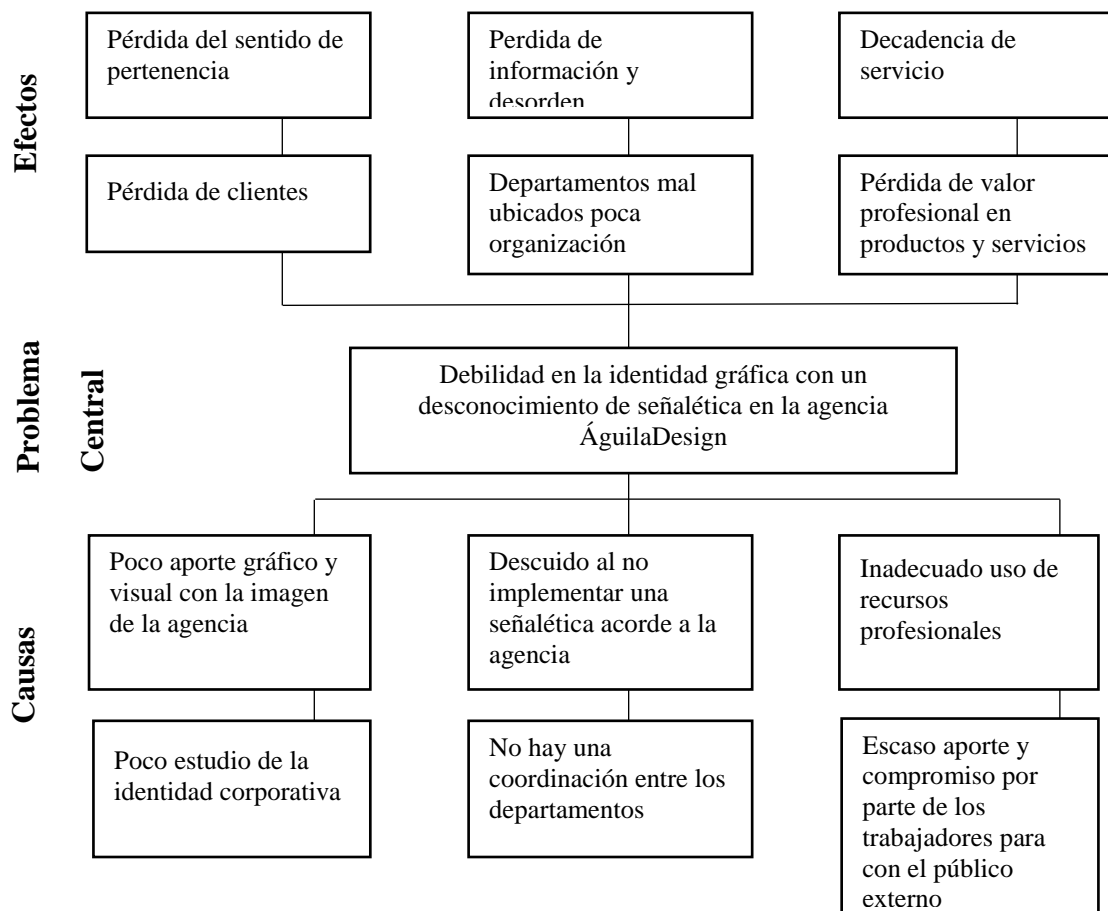


Figura 3: Árbol de Problemas

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

3.02. Árbol de Objetivos

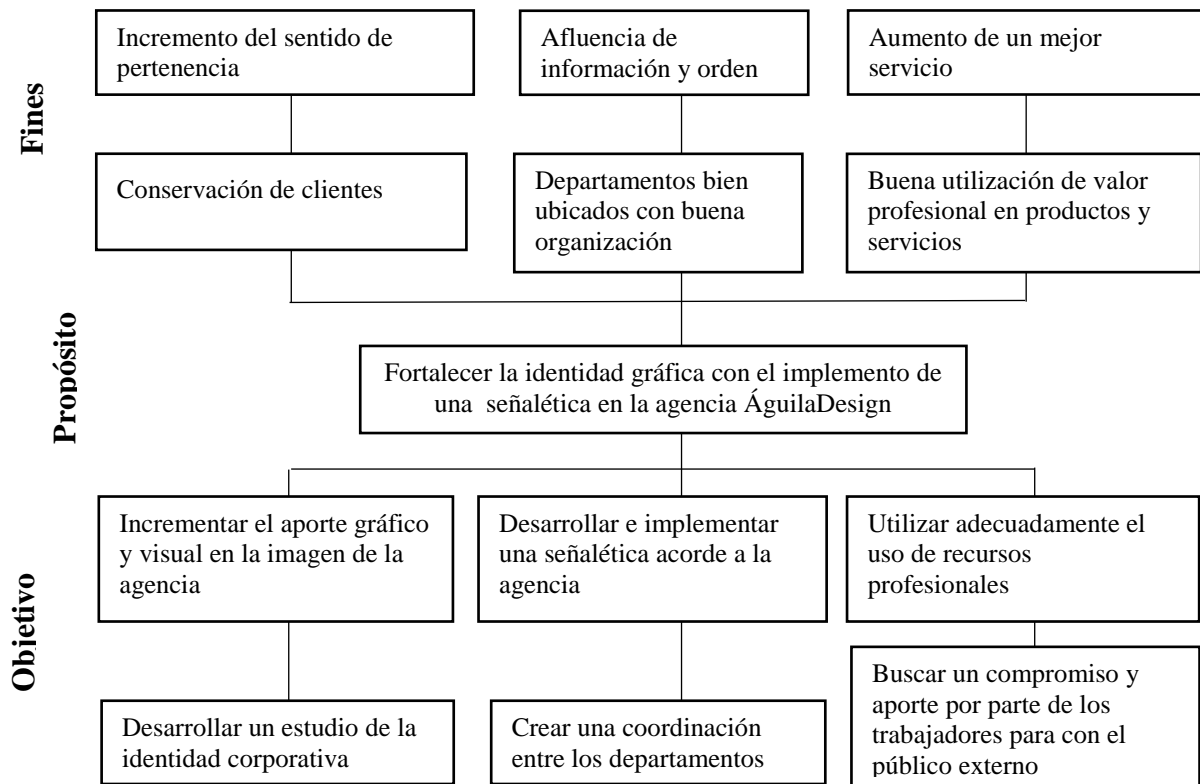


Figura 4: Árbol de Objetivos

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

CAPÍTULO IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

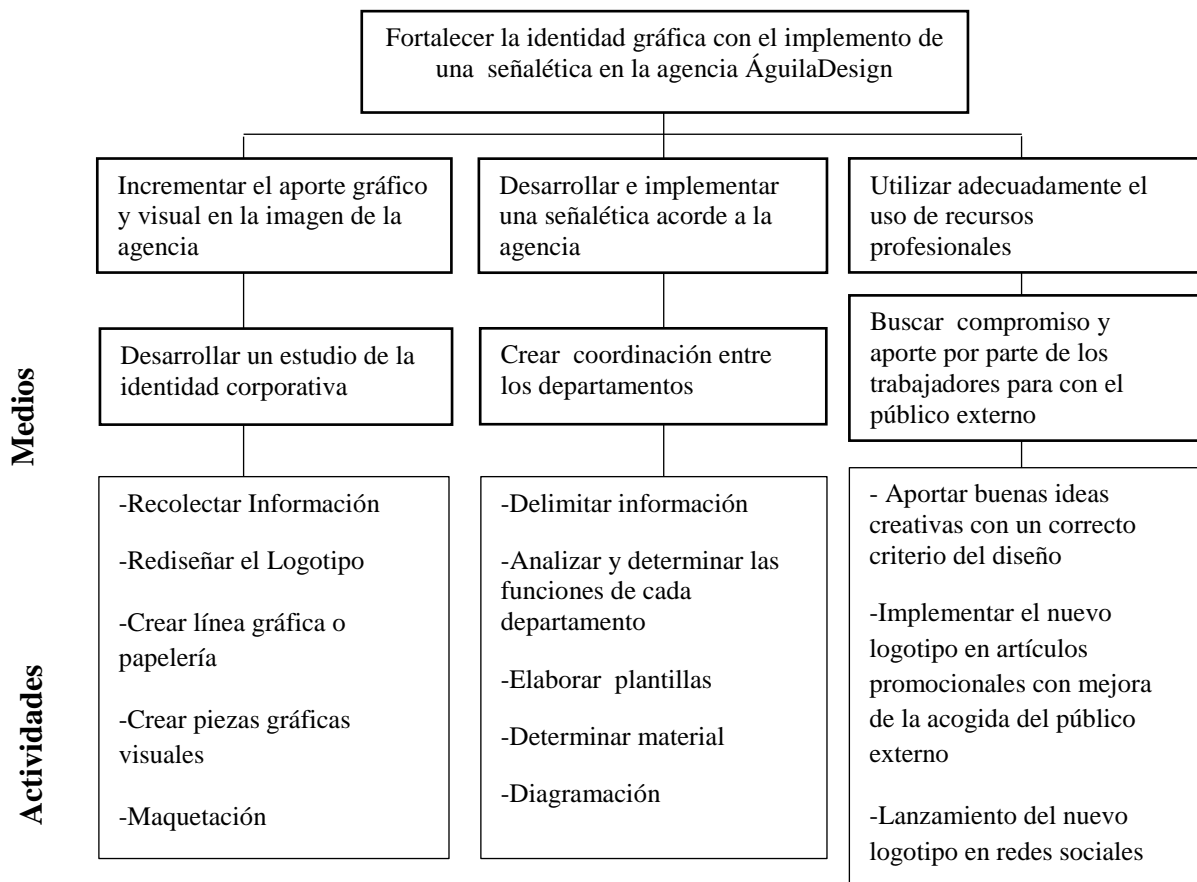


Figura 5: Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4.01.01. Tamaño del Proyecto

1000	50
TAMAÑO DEL UNIVERSO	HETEROGENEIDAD %
Número de personas que componen la población a	Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el
5	95
MARGEN DE ERROR %	NIVEL DE CONFIANZA %
Menor margen de error requiere mayor muestra.	Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%
278	
MUESTRA	
Personas a encuestar	

Figura 5: Tamaño del Proyecto

Fuente: www.netquest.com

Si se encuesta a 278 personas, el 95% de las veces el dato real que se busca estará en el intervalo $\pm 5\%$ respecto al dato que se observa en la encuesta.

De acuerdo a la interpretación del investigador sobre la muestra este será el proceso para seleccionar un conjunto de individuos que determinen qué porcentaje conocen y cual no, a la agencia ÁguilaDesign y si es importante una buena identidad corporativa, con el fin de estudiarlos y poder identificar opiniones sobre el proyecto a realizar.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4.01.02. Localización del Proyecto

El proyecto se encuentra ubicado en Ecuador en la provincia de Pichincha cantón Quito sector Cotocollao al Nororiente del volcán Pichincha.

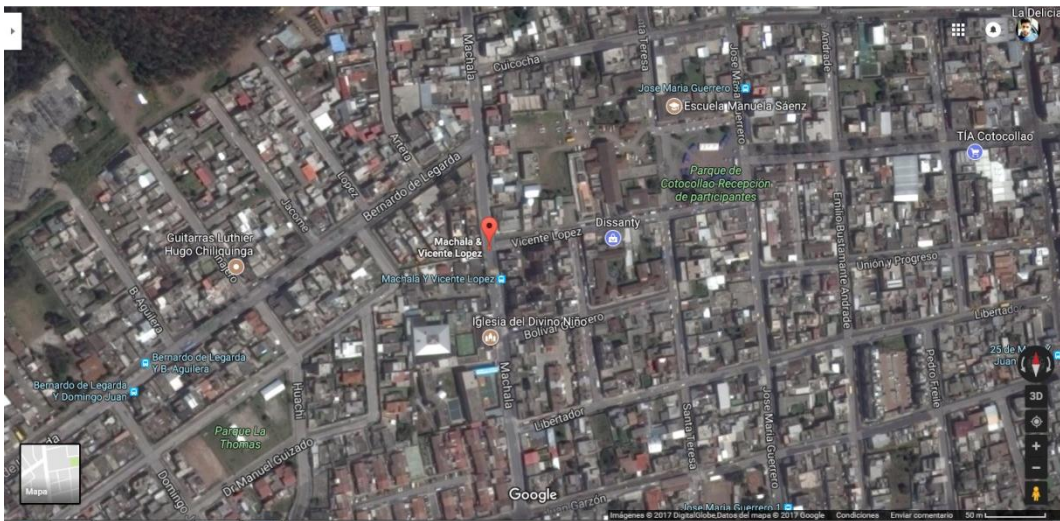


Figura 6: Localización del Proyecto

Fuente: GoogleMaps (<https://www.google.com.ec/maps>)

4.01.03. Análisis Ambiental

El impacto ambiental es la diferencia entre cómo estará el ambiente con la incorporación de una acción o un proyectos y como estará sin ninguna acción o ningún proyecto (Vazquez, 2013).

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



4.01.03.01. Impacto Positivo.

Para la realización del proyecto se ha tomado en cuenta varios aspectos al momento de presentar bocetos o propuestas que serán en papel bond el cual una vez utilizado puede ser reciclado para volver a ser reutilizados convenientemente, las tintas usualmente contienen disolvente, esto quiere decir que son fracciones de petróleo de alto punto de ebullición y dañinas para el medio ambiente por lo que no serán utilizadas en el proyecto, en cambio se utilizará tintas a base de aceites vegetales los cuales son biodegradables, por lo que los materiales a usar en el proyecto impreso serán de un aporte positivo al medio ambiente al trabajar con materiales reciclables y biodegradables

4.01.03.02. Impacto Negativo.

El impacto negativo que tendrá el proyecto será que modificará de una manera adversa al medio ambiente, ya que se contribuirá a la tala de árboles y extracción de pigmentos que organizaciones industriales realizan a diario y se desarrollan en los sectores papeleros y gráficos cuales tienen un gran coste medioambiental al momento de incinerar residuos de material inservible teniendo un impacto negativo en el medio ambiente.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3: Impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto sobre el Propósito	Fact. Técnica	Fact. Financiera	Fact. Social	Fact. Política	T.	Cat.
Incrementar el aporte gráfico y visual en la imagen de la agencia	5	4	3	5	4	21	Alta
Desarrollar un estudio de la identidad corporativa	5	4	3	4	4	20	Media
Desarrollar e implementar una señalética acorde a la agencia	5	4	3	5	4	21	Alta
Crear una coordinación entre los departamentos	4	4	2	5	4	19	Media
Utilizar adecuadamente el uso de recursos profesionales	4	4	2	4	3	17	Media
Buscar un compromiso y aporte por parte de los trabajadores para con el público externo	4	3	2	4	3	16	Media

Alta= 21-25 Media= 16-20 Baja= 15-0

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4.03. Diagrama de Estrategias

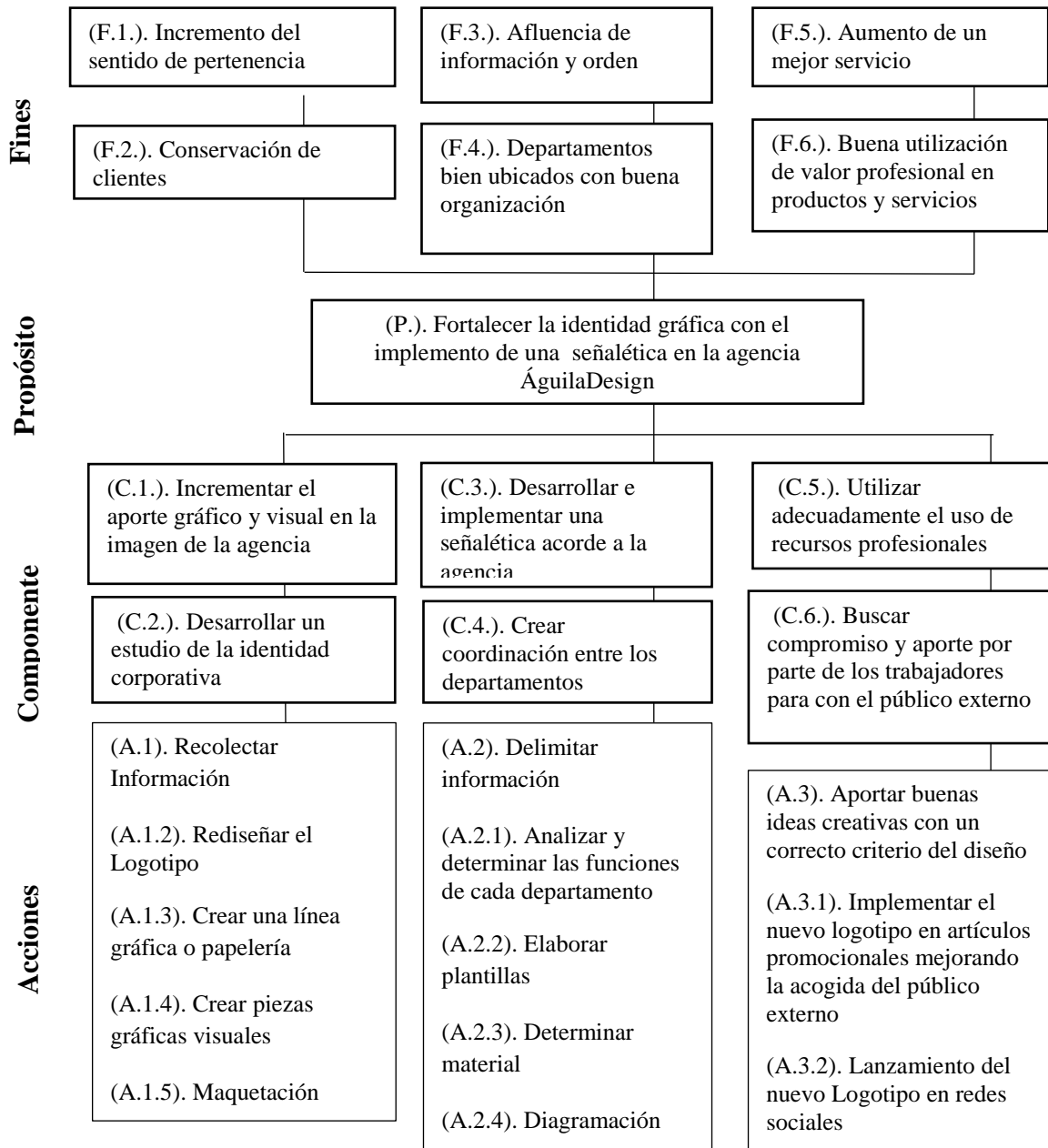


Figura 7: Diagrama de Estrategias

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

El marco lógico es una metodología desarrollada para la planificación de la gestión de proyectos orientado por objetivos que facilita el proceso de conceptualización, diseño y evaluación de proyectos (Ortegon, Pacheco, & Prieto, 2015).

4.04.01. Revisión de los Criterios para Indicadores

Tabla 4: Revisión de los Criterios para Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	G. Social
Fines	(F.1.). Incremento del sentido de pertenencia.	Se incrementará el sentido de pertenencia en un 50%.	3	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(F.2.). Conservación de clientes.	Aumentar su fidelidad en un 80%.	278	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(F.3.). Afluencia de información y orden.	Un incremento al manejar información con un adecuado orden de un 60%.	6	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	(F.4.). Departamentos bien ubicados con buena organización.	Mejorar la organización de los diferentes departamentos en un 80%.	6	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(F.5.). Aumento de un mejor servicio.	Mejorar el trato al cliente en un 50%.	278	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(F.6.). Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Aumento de la aplicación de criterios de diseño en productos y servicios en un 50%.	6	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
Propósito	(P.). Fortalecer la Identidad Gráfica con el implemento de una señalética en la agencia ÁguilaDesign.	Fortalecer la identidad gráfica implementando una señalética acorde a la agencia en un 90%.	6	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
Componentes	(C.1.). Incrementar el aporte gráfico y visual en la imagen de la agencia.	Aumento de la gráfica visual de la agencia en un 80%.	6	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(C.2.). Desarrollar un estudio de la identidad corporativa.	Implementar un estudio de la identidad corporativa de un 90%.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	(C.3). Desarrollar e implementar una señalética acorde a la agencia.	Incrementar una señalética que cumpla con todas la funciones de ubicación en un 90%.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(C.4). Crear coordinación entre los departamentos.	Aumentar la coordinación de los diferentes departamentos en un 80%.	6	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(C.5). Utilizar adecuadamente el uso de recursos profesionales.	Mejorar el uso de los recursos y servicios de los profesionales de la agencia en un 80%.	3	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(C.6). Buscar compromiso y aporte por parte de los trabajadores para con el público externo.	Aumentar el compromiso en los trabajadores junto con su predisposición con el público externo en un 90%.	278	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
Actividades	(A.1). Recolectar Información.	Implementar información requerida.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(A.1.2). Rediseñar el Logotipo.	Rediseñar el logotipo sin alterar drásticamente la imagen.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

(A.1.3). Crear una línea gráfica o papelería.	Diseñar la papelería gráfica impulsando la identidad de la agencia.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
(A.1.4). Crear piezas gráficas visuales.	Diseñar los soportes gráficos acoplándose al producto y servicio de la empresa.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
(A.1.5). Maquetación.	Diseñar y organizar el manual del uso del logo.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
(A.2). Delimitar información.	Buscar información detallada y sobre el tema específico que se quiere.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
(A.2.1). Analizar y determinar las funciones de cada departamento.	Realzar las funciones de cada departamento.	6	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
(A.2.2). Elaborar plantillas.	Diseñar plantillas que presten un futuro uso.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
(A.2.3). Determinar	Determinar el material que se va a utilizar en el	1	Excelente	6 meses	Quito sector	Medio

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia *Águila Design* para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	material.	proceso.				Cotocollao	
	(A.2.4). Diagramación.	Diagramar los contenidos visuales correctamente.	1	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(A.3). Aportar buenas ideas creativas con un correcto criterio del diseño.	Aumentar el nivel de diseño en los productos publicitarios.	3	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(A.3.1). Implementar el nuevo logotipo en artículos promocionales mejorando la acogida del público externo.	Utilizar el nuevo logotipo en productos que llamen la atención a nuevos clientes.	278	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio
	(A.3.2). Lanzamiento del nuevo Logotipo en redes sociales.	Manejar el nuevo logotipo en todas las redes sociales de la agencia.	278	Excelente	6 meses	Quito sector Cotocollao	Medio

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4.04.02. Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificadores de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidades	(F.1.). Incremento del sentido de pertenencia.	Se incrementará el sentido de pertenencia en un 50%.	X	X		X	X	4	Alto
	(F.2.). Conservación de clientes.	Aumentar su fidelidad en un 80%.	X	X		X		3	Media
	(F.3.). Afluencia de información y orden.	Un incremento al manejar información con un adecuado orden de un 60%.	X	X	X	X		4	Alto
	(F.4.). Departamentos bien ubicados con buena organización.	Mejorar la organización de los diferentes departamentos en un 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(F.5.). Aumento de un mejor servicio.	Mejorar el trato al cliente en un 50%.	X	X		X	X	4	Alto

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	(F.6.). Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Aumento de la aplicación de criterios de diseño en productos y servicios en un 50%.	X	X	X	X	X	5	Alto
Propósito	(P.). Fortalecer la Identidad Gráfica con el implemento de una señalética en la agencia ÁguilaDesign.	Fortalecer la identidad gráfica implementando una señalética acorde a la agencia en un 90%.	X	X	X	X	X	5	Alto
Componentes	(C.1.). Incrementar el aporte gráfico y visual en la imagen de la agencia.	Aumento de la gráfica visual de la agencia en un 80%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(C.2.). Desarrollar un estudio de la identidad corporativa.	Implementar un estudio de la identidad corporativa de un 90%.	X	X		X	X	4	Alto
	(C.3.). Desarrollar e implementar una señalética acorde a la agencia.	Incrementar una señalética que cumpla con todas la funciones de ubicación en un 90%.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(C.4.). Crear coordinación entre los departamentos.	Aumentar la coordinación de los diferentes departamentos en un 80%.	X	X		X	X	4	Alto

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	(C.5). Utilizar adecuadamente el uso de recursos profesionales.	Mejorar el uso de los recursos y servicios de los profesionales de la agencia en un 80%.	X	X		X	X	4	Alto
	(C.6). Buscar compromiso y aporte por parte de los trabajadores para con el público externo.	Aumentar el compromiso en los trabajadores junto con su predisposición con el público externo en un 90%.	X	X		X	X	4	Alto
Actividades	(A.1). Recolectar Información.	Implementar información requerida.	X	X		X	X	4	Alto
	(A.1.2). Rediseñar el Logotipo.	Rediseñar el logotipo sin alterar drásticamente la imagen.	X	X		X	X	4	Alto
	(A.1.3). Crear una línea gráfica o papelería.	Diseñar la papelería gráfica impulsando la identidad de la agencia.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A.1.4). Crear piezas gráficas visuales.	Diseñar los soportes gráficos acoplándose al producto y servicio de la empresa.	X	X		X	X	4	Alto

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

(A.1.5). Maquetación.	Diseñar y organizar el manual del uso del logo.	X	X		X	X	4	Alto
(A.2). Delimitar información.	Buscar información detallada y sobre el tema específico que se quiere.	X	X		X	X	4	Alto
(A.2.1). Analizar y determinar las funciones de cada departamento.	Realzar las funciones de cada departamento.	X	X		X	X	4	Alto
(A.2.2). Elaborar plantillas.	Diseñar plantillas que presten un futuro uso.	X	X		X	X	4	Alto
(A.2.3). Determinar material.	Determinar el material que se va a utilizar en el proceso.	X	X	X	X	X	5	Alto
(A.2.4). Diagramación.	Diagramar los contenidos visuales correctamente.	X	X		X	X	4	Alto
(A.3). Aportar buenas ideas creativas con un correcto criterio del diseño.	Aumentar el nivel de diseño en los productos publicitarios.	X	X		X	X	4	Alto

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	(A.3.1). Implementar el nuevo logotipo en artículos promocionales mejorando la acogida del público externo.	Utilizar el nuevo logotipo en productos que llamen la atención a nuevos clientes.	X	X	X	X	X	5	Alto
	(A.3.2). Lanzamiento del nuevo Logotipo en redes sociales.	Manejar el nuevo logotipo en todas las redes sociales de la agencia.	X	X	X	X	X	5	Alto

En la clasificación de indicadores se marcó según la siguiente nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio. Por otro lado para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja.

4.04.03. Medios de Verificación

Tabla 6: Medios de verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de Inf.	M. de Recolección	M. de Análisis	F. de R.	Resp.
Fines	(F.1.). Incremento del sentido de pertenencia.	Se incrementará el sentido de pertenencia en un 50%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	(F.2.). Conservación de clientes.	Aumentar su fidelidad en un 80%.	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	(F.3.). Afluencia de información y orden.	Un incremento al manejar información con un adecuado orden de un 60%.	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	(F.4.). Departamentos bien ubicados con buena organización.	Mejorar la organización de los diferentes departamentos en un 80%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	(F.5.). Aumento de un mejor servicio.	Mejorar el trato al cliente en un 50%.	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	(F.6.). Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Aumento de la aplicación de criterios de diseño en productos y servicios en un 50%.	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
Propósito	(P.). Fortalecer la Identidad Gráfica con el implemento de una señalética en la agencia ÁguilaDesign.	Fortalecer la identidad gráfica implementando una señalética acorde a la agencia en un 90%.	Primaria	Visita de Campo	Cualitativa	6 meses	Investigador

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Componentes	(C.1). Incrementar el aporte gráfico y visual en la imagen de la agencia.	Aumento de la gráfica visual de la agencia en un 80%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	(C.2). Desarrollar un estudio de la identidad corporativa.	Implementar un estudio de la identidad corporativa de un 90%.	Secundaria	Documentación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	(C.3). Desarrollar e implementar una señalética acorde a la agencia.	Incrementar una señalética que cumpla con todas las funciones de ubicación en un 90%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	(C.4). Crear coordinación entre los departamentos.	Aumentar la coordinación de los diferentes departamentos en un 80%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	(C.5). Utilizar adecuadamente el uso de recursos profesionales.	Mejorar el uso de los recursos y servicios de los profesionales de la agencia en un 80%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en el sector Cotacollao.

	(C.6.). Buscar compromiso y aporte por parte de los trabajadores para con el público externo.	Aumentar el compromiso en los trabajadores junto con su predisposición con el público externo en un 90%.	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
Actividades	(A.1). Recolectar Información.	Implementar información requerida.	Secundario	Documentación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	(A.1.2). Rediseñar el Logotipo.	Rediseñar el logotipo sin alterar drásticamente la imagen.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 meses	Investigador
	(A.1.3). Crear una línea gráfica o papelería.	Diseñar la papelería gráfica impulsando la identidad de la agencia.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 meses	Investigador
	(A.1.4). Crear piezas gráficas visuales.	Diseñar los soportes gráficos acoplándose al producto y servicio de la empresa.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 meses	Investigador

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotacollao.

(A.1.5). Maquetación.	Diseñar y organizar el manual del uso del logo.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 meses	Investigador
(A.2). Delimitar información.	Buscar información detallada y sobre el tema específico que se quiere.	Secundaria	Encuesta	Cuantitativo	3 meses	Investigador
(A.2.1). Analizar y determinar las funciones de cada departamento.	Realzar las funciones de cada departamento.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	3 meses	Investigador
(A.2.2). Elaborar plantillas.	Diseñar plantillas que presten un futuro uso.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 meses	Investigador
(A.2.3). Determinar material.	Determinar el material que se va a utilizar en el proceso.	Secundaria	Observación	Cualitativo	1 meses	Investigador
(A.2.4). Diagramación	Diagramar los contenidos visuales correctamente.	Primaria	Encuesta	Cuantitativo	1 meses	Investigador

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotacollao.

	(A.3). Aportar buenas ideas creativas con un correcto criterio del diseño.	Aumentar el nivel de diseño en los productos publicitarios.	Secundaria	Documentación	Cualitativo	3 meses	Investigador
	(A.3.1). Implementar el nuevo logotipo en artículos promocionales mejorando la acogida del público externo.	Utilizar el nuevo logotipo en productos que llamen la atención a nuevos clientes.	Primaria	Documentación	Cualitativo	6 meses	Investigador
	(A.3.2). Lanzamiento del nuevo Logotipo en redes sociales.	Manejar el nuevo logotipo en todas las redes sociales de la agencia.	Primaria	Documentación	Cualitativo	6 meses	Investigador

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4.04.04 Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidades	(F.1). Incremento del sentido de pertenencia.	Insuficiente sentido de pertenencia.		X	X		
	(F.2). Conservación de clientes.	Pérdida de los clientes.	X	X	X		
	(F.3.). Afluencia de información y orden.	Insuficiente información y poca orden.	X		X		X
	(F.4.). Departamentos bien ubicados con buena organización.	Desacuerdo entre los departamentos.	X	X	X		X
	(F.5.). Aumento de un mejor servicio.	Insuficiente servicio de los trabajadores.	X	X	X		
	(F.6.). Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Mala presentación en los productos y servicios decadencia de profesionales.	X	X	X		X
Propósito	(P.). Fortalecer la Identidad Gráfica con el implemento de una señalética en la agencia ÁguilaDesign.	Pérdida de la identidad con una mala señalética.	X	X	X		X
	(C.1.). Incrementar el aporte gráfico y visual en la imagen de la agencia.	Poco impacto visual de la imagen de agencia.		X	X		X

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	(C.2.). Desarrollar un estudio de la identidad corporativa.	Escasa información para hacer el estudio.	X	X	X		X
	(C.3.). Desarrollar e implementar una señalética acorde a la agencia.	No lograr desarrollar una buena señalética que cumpla las funciones para la agencia.	X		X		X
	(C.4.). Crear coordinación entre los departamentos.	No encontrar una coordinación adecuada con los departamentos.	X	X	X	X	X
	(C.5.). Utilizar adecuadamente el uso de recursos profesionales.	Insuficiente apoyo de los recursos profesionales.		X	X		X
	(C.6.). Buscar compromiso y aporte por parte de los trabajadores para con el público externo.	Escaso interés por parte de los trabajadores y hacia con el público externo.		X	X		X
Actividades	(A.1). Recolectar Información.	No encontrar adecuada información.			X		X
	(A.1.2). Rediseñar el Logotipo.	Logotipo sin un impacto visual para las personas.		X	X		X

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	(A.1.3). Crear una línea gráfica o papelería.	Papelería sin mantener la identidad de la empresa.			X	X	X
	(A.1.4). Crear piezas gráficas visuales.	Piezas gráficas sin transmitir información.		X	X		X
	(A.1.5). Maquetación.	Mal manejo de criterios de estudio.		X	X		X
	(A.2). Delimitar información.	Información no acorde a la requerida.		X	X		X
	(A.2.1). Analizar y determinar las funciones de cada departamento.	No tener colaboración de los departamentos.	X	X	X		X
	(A.2.2). Elaborar plantillas.	Diseño de plantillas mal elaboradas.		X	X		X
	(A.2.3). Determinar material.	No encontrar material adecuado para el uso del mismo.	X	X	X	X	X
	(A.2.4). Diagramación.	Mal manejo de los espacios y mala ubicación visual.		X	X		X
	(A.3). Aportar buenas ideas creativas con un correcto criterio del diseño.	Insuficiente aporte creativo.		X	X		X
	(A.3.1). Implementar el nuevo logotipo	No obtener una buena acogida del nuevo					

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	en artículos promocionales mejorando la acogida del público externo.	logotipo por parte del público externo.	X	X	X		X
	(A.3.2). Lanzamiento del nuevo Logotipo en redes sociales.	No establecer el nuevo logotipo en las redes sociales.	X	X	X		X

4.04.05. Matriz de Marco Lógico (MML)

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Fines	(F.1.). Incremento del sentido de pertenencia.	Se incrementará el sentido de pertenencia.	Primaria Observación Cualitativa	Insuficiente sentido de pertenencia.
	(F.2.). Conservación de clientes.	Aumentar su fidelidad.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Pérdida de los clientes.
	(F.3.). Afluencia de información y orden.	Un incremento al manejar información con un adecuado orden.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Insuficiente información y poca orden.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	(F.4.). Departamentos bien ubicados con buena organización.	Mejorar la organización de los diferentes departamentos.	Primaria Observación Cualitativa	Desacuerdo entre los departamentos.
	(F.5.). Aumento de un mejor servicio.	Mejorar el trato al cliente.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Insuficiente servicio de los trabajadores.
	(F.6.). Buena utilización de valor profesional en productos y servicios.	Aumento de la aplicación de criterios de diseño en productos y servicios.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Mala presentación en los productos y servicios decadencia de profesionales.
Propósito	(P.). Fortalecer la Identidad Gráfica con el implemento de una señalética en la agencia ÁguilaDesign.	Fortalecer la identidad gráfica implementando una señalética acorde a la agencia.	Primaria Visita de Campo Cualitativa	Pérdida de la identidad con una mala señalética.
Componentes	(C.1.). Incrementar el aporte gráfico y visual en la imagen de la agencia.	Aumento de la gráfica visual de la agencia.	Primaria Observación Cualitativa	Poco impacto visual de la imagen de agencia.
	(C.2.). Desarrollar un estudio de la identidad corporativa.	Implementar un estudio de la identidad corporativa.	Secundaria Documentación Cualitativa	Escasa información para hacer el estudio.
	(C.3.). Desarrollar e implementar una señalética acorde a la agencia.	Incrementar una señalética que cumpla con todas la funciones de ubicación.	Primaria Observación Cualitativa	No lograr desarrollar una buena señalética que cumpla las funciones para la agencia.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

	(C.4.). Crear coordinación entre los departamentos.	Aumentar la coordinación de los diferentes departamentos.	Primaria Observación Cualitativa	No encontrar una coordinación adecuada con los departamentos.
	(C.5.). Utilizar adecuadamente el uso de recursos profesionales.	Mejorar el uso de los recursos y servicios de los profesionales de la agencia.	Primaria Observación Cualitativa	Insuficiente apoyo de los recursos profesionales.
	(C.6.). Buscar compromiso y aporte por parte de los trabajadores para con el público externo.	Aumentar el compromiso en los trabajadores junto con su predisposición con el público externo.	Primaria Observación Cualitativa	Escaso interés por parte de los trabajadores y hacía con el público externo.
Actividades	(A.1). Recolectar Información.	Implementar información requerida.	Secundaria Documentación Cualitativa	No encontrar adecuada información.
	(A.1.2). Rediseñar el Logotipo.	Rediseñar el logotipo sin alterar drásticamente la imagen.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Logotipo sin un impacto visual para las personas.
	(A.1.3). Crear una línea gráfica o papelería.	Diseñar la papelería gráfica impulsando la identidad de la agencia.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Papelería sin mantener la identidad de la empresa.
	(A.1.4). Crear piezas gráficas visuales.	Diseñar los soportes gráficos acoplándose al producto y servicio de la empresa.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Piezas gráficas sin transmitir información.
	(A.1.5). Maquetación.	Diseñar y organizar el manual del uso del logo.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Mal manejo de criterios de estudio.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

(A.2). Delimitar información.	Buscar información detallada y sobre el tema específico que se quiere.	Secundaria Encuesta Cuantitativa	Información no acorde a la requerida.
(A.2.1). Analizar y determinar las funciones de cada departamento.	Realzar las funciones de cada departamento.	Primaria Encuesta Cuantitativa	No tener colaboración de los departamentos.
(A.2.2). Elaborar plantillas.	Diseñar plantillas que presten un futuro uso.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Diseño de plantillas mal elaboradas.
(A.2.3). Determinar material.	Determinar el material que se va a utilizar en el proceso.	Secundaria Observación Cualitativa	No encontrar material adecuado para el uso del mismo.
(A.2.4). Diagramación.	Diagramar los contenidos visuales correctamente.	Primaria Encuesta Cuantitativa	Mal manejo de los espacios y mala ubicación visual.
(A.3). Aportar buenas ideas creativas con un correcto criterio del diseño.	Aumentar el nivel de diseño en los productos publicitarios.	Secundaria Documentación Cualitativo	Insuficiente aporte creativo.
(A.3.1). Implementar el nuevo logotipo en artículos promocionales mejorando la acogida del público externo.	Utilizar el nuevo logotipo en productos que llamen la atención a nuevos clientes.	Primaria Documentación Cualitativo	No obtener una buena acogida del nuevo logotipo por parte del público externo.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



	(A.3.2). Lanzamiento del nuevo Logotipo en redes sociales.	Manejar el nuevo logotipo en todas las redes sociales de la agencia.	Primaria Documentación Cualitativo	No establecer el nuevo logotipo en la redes sociales.
--	---	--	--	---

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila
Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito
sector Cotocollao.

CAPÍTULO V

5. Propuesta

5.01. Antecedentes de la Herramienta y Perfil de la Propuesta

5.01.01. La Imagen

El término “imagen” puede considerarse desde dos acepciones, fundamentales, provenientes de los conceptos **icon** e **imago**, respectivamente. La primera de las nociones se refiere al aspecto visual: decimos que una imagen es icónica cuando posee un alto grado de realismo, de visualidad. La segunda alude a la imagen mental: una representación imaginaria y memorial, de características abstractas (Ibáñez, s.f.). Entonces imagen es la fusión de dos aspectos visuales, que pueden ser reales como imaginarios, vistos desde cualquier punto de vista personal que en conjunto crean una composición.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

5.01.02. Imagen Corporativa

Es la manera por la cual transmite, quién es, qué es, qué hace y como lo hace. Es la personalidad de la empresa, lo que la simboliza, dicha imagen tiene que estar impresa en todas partes que involucren a la empresa para darle cuerpo, para repetir su imagen y posicionar está en su mercado (Páez, 2001).

Si se habla de imagen corporativa quiere decir que es todo lo que rodea a la empresa y a la forma que tengan las personas de captar el mensaje que se quiere transmitir hacia sus diferentes clientes, dejando una huella en ellos que haga su continuo retorno y uso de los servicios de la empresa.

5.01.03. Identidad Corporativa

Capriotti (2013) afirma. "Es la personalidad de la organización, lo que ella es y pretende ser. Es su ser histórico, ético y de comportamiento. Es lo que la hace individual, y la distingue y diferencia de las demás" (p.29).

La identidad corporativa hace referencia a lo que la empresa comunica a sus públicos, partiendo de lo que es. Sin embargo, la imagen corporativa se configura posteriormente, ya que como se ha explicado, se relaciona con los que los públicos perciben y pasa a formar parte de su pensamiento, haciendo que exista diferencias entre

las distintas compañías y marcas existentes en el mercado. Es un término, por tanto, relacionado a su vez con el del posicionamiento (Sánchez & Pintado, 2009).

Según Sáenz & Gonzales (2005) considero. “Por otra parte la identidad podría considerarse también como el resultado de un fenómeno precepto-cognitivo que nos permite diferenciar las sensaciones o conjunto de sensaciones que percibimos y englobarlas en unidades de significado y sentido”(p.56).

5.01.04. Manual de Identidad Corporativa

El manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público. El manual describe los signos gráficos escogidos por la compañía para mostrar su imagen así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. En el mismo, se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones. También se incluyen los colores y las tipografías corporativas (Cubillos, 2012). El manual de una empresa siempre debe estar presente ya que dé el dependerá el uso del logotipo en las diferentes piezas gráficas que se desee

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

trabajar, por lo que básicamente es un guía que unifica conceptos y normas de uso de imagen.

5.01.05. Señalética

Es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo es la técnica que organiza y regula estas relaciones (Costa, 1987). La función de la señalética es ayudar a los individuos a identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos en un entorno definido. En cierta manera, la señalética debe estar muy relacionada con la semiología, que es la disciplina que estudia el signo, destacando la interpretación sobre el significado (Mikiwaka, 2015)

5.01.02. Marco Teórico

5.01.02.01. Composición

Una de las partes más importantes y decisivas a la hora de crear un nuevo proyecto de diseño gráfico es el estudio de la composición. Esto es, la disposición de los distintos elementos dentro del espacio visual de manera equilibrada y ordenada, con el fin de transmitir un mensaje al público objetivo. El éxito de un proyecto gráfico reside fundamentalmente en una composición perfecta que sea capaz de transmitir una idea de manera sencilla y directa (Bielsa).

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



Hay que tener claro desde un primer momento qué elementos vamos a incluir, y de qué manera vamos a combinarlos para crear una estructura compositiva armónica. Dentro de la composición entran en juego aspectos como el tamaño, las texturas, colores, pesos. Cada uno de ellos debe estar en concordancia y dispuestos de manera equilibrada (Bielsa).

Por consiguiente la composición es más que la correcta distribución o disposición de todos los elementos visuales que incluiremos en un diseño de una forma equilibrada

5.01.02.02. Tipografía

La finalidad de toda composición gráfica es transmitir un mensaje concreto. Para ello, el diseñador se vale de dos herramientas principales: las imágenes y los textos. Las imágenes aportan un aspecto visual muy importante a toda composición. Estos son capaces de transmitir por sí solos un mensaje de forma adecuada sin embargo, el medio de transmisión de ideas por excelencia es la palabra escrita. La esencia del buen diseño gráfico consiste en comunicar ideas por medio de la palabra escrita, combinada a menudo con dibujos o con fotografías (Ciberaula)

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en el sector Cotacollao.

5.01.02.03. Color

En el diseño, el color es muy subjetivo. Lo que produce una reacción en una persona puede provocar una muy distinta en otra. A veces esto se debe a las preferencias personales, otras debido a factores culturales. La teoría del color es una ciencia que trata de estudiar cómo afecta los colores a la personas en grupo o de forma individual las diferencias culturales que existen, también aportan al significado de un color, lo que en un país puede significar felicidad en otro significa tristeza. El uso del color define la personalidad y el carácter de un diseñador a la hora de trabajar ya que debe saber emplearlos correctamente para obtener el resultado o impacto que se espera (**Santa Maria, 2014**).

Gracias a la importancia de saber que los colores son una parte fundamental al momento de plasmar una idea se ha tomado en cuenta los siguientes colores:



El rojo es un color muy caliente, se le asocia con el fuego, violencia y la guerra. También se le relaciona con el amor y la pasión.



El naranja es un color vibrante y energético el naranja puede representar cambio y movimiento en general.



Se suele considerar al amarillo como el color cálido más brillante y energético. Se le asocia con la felicidad y el sol.



Se le usa extensivamente para representar calma y responsabilidad. Azules claros pueden ser refrescantes y amistosos.



Esa asociado con la creatividad e imaginación también.



El color gris es generalmente conservador y formal, pero también puede ser moderno (Santa Maria, 2014).

5.01.02.04. Diseño de imagen corporativa

El diseño de imagen corporativa es el proceso de creación de una marca y su conversión a un formato gráfico para proyectar visualmente dicha marca y la de la empresa. Es un proceso muy importante y clave para hacer que una marca sea reconocible y duradera (GALERNA)

5.02. Descripción de la Herramienta

Morrison (2012) dice que “Adobe Photoshop es uno de los programas más famosos de Adobe, enfocado principalmente al tratamiento de imágenes digitales, pero que abarca desde la manipulación fotográfica hasta la pintura digital pasando por el diseño web, edición de videos”.

Adobe Illustrator es una aplicación informática dedicada al dibujo vectorial y al diseño de elementos gráficos casi para cualquier tipo de soporte y dispositivo, pudiendo ser usado tanto en diseño editorial, dibujo profesional, maquetación web, gráficos para móviles, interfaces web, o diseños cinematográficos (Carretero, 2014).

Adobe InDesign es la aplicación número uno a nivel mundial para diseño editorial. Con esta aplicación que es casi el estándar de la industria podemos realizar desde proyectos sencillos como puede ser un flyer a color, blanco y negro, con texto,

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

imágenes etc., hasta creaciones más complejas tales como revistas, libros convencionales y electrónicos, periódicos entre otras muchas publicaciones (Romero, 2015).

5.02.01. Metodología (Materiales y Métodos)

Diseño: El diseño del experimento a utilizar nos ayudará a determinar si hay un impacto positivo dentro de los públicos internos y externos es aquel que bajo el mismo conjunto de condiciones iniciales, puede presentar resultados diferentes, es decir, no se puede predecir o reproducir el resultado exacto de cada experiencia particular.

Población: La población a la cual se busca recopilar datos por medio una encuesta, la encuesta a realizar es de 278 personas, el 95% de las veces el dato real que se busca estará en el intervalo $\pm 5\%$ respecto al dato que se observa en la encuesta.

Entorno: Es importante saber dónde se realizará la encuesta que determine las preguntas, en este caso para conocer si las personas tienen conocimiento de la agencia de diseño la cual está ubicada en Quito en el sector de Cotacollao y de la importancia de tener una buena identidad corporativa

Intervenciones: Una encuesta es una técnica o método de recolección de información en donde se interroga a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información, principalmente trabajaremos con un prototipo de encuesta diseñada con Adobe Illustrator en formato A4 y con una tipografía Times New Roman para que el

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en Quito sector Cotacollao.

encuestado pueda entender las preguntas, que serán relacionadas con el tema persuadiendo a las personas encuestadas.

Análisis Estadístico: Tomando en cuenta los objetivos principales que conlleva el proyecto como son: Diseñar y fortalecer la identidad grafica junto con la señalética mejorando así el sentido de potencia de sus públicos externos e internos

Establecimiento de los Objetivos de la Encuesta: Se fija los objetivos antes mencionado y se los relacionarlos claramente el fin al que se quiere llegar.

Determinación de la Población o Universo a Estudiar: Establecido los objetivos y teniendo claro la finalidad de la encuesta, se analiza la población a la cual se realizará las preguntas.

Diseño del Cuestionario: Establecido los objetivos y teniendo claro la finalidad de la encuesta, se procede a diseñar el cuestionario necesario de la encuesta.

Cálculo de la Muestra: La encuesta a realizar como antes mencionamos es de 278 personas, la muestra es el número de personas representativo de la población al que se va a encuestar y, por tanto, el número de encuestas que se va a realizar.

Contabilización y Procesamiento de la Información: Realizada la encuesta se recolecta la información de una manera ordenada donde pueda ser fácilmente analizada.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Análisis de la Información: Recolectada la información, se procede a analizarla e interpretarla, y a obtener las conclusiones correspondientes.

5.02.02. Resultados

5.02.02.01. Encuesta

El objetivo de las siguientes preguntas busca conocer si las personas saben de la importancia de manejar una buena identidad corporativa ya sea de una empresa o la marca de un producto si esto afecta el sentido de pertenencia de sus diferentes públicos

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotacollao.



5.02.02.01.01. Modelo de encuesta

INSTITUTO SUPERIOR CORDILLERA

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre la importancia de tener una buena identidad gráfica y señalética para cualquier empresa, marca o producto ya que con esto se mejora el sentido de pertenencia entre sus públicos ya sean estos trabajadores y clientes.

Marque con una X la respuesta

ENCUESTA

1.- ¿Usted sabe a qué se dedica o que servicio realiza una agencia de Diseño Gráfico?

___SI

___NO

2.- ¿Tiene algún conocimiento sobre identidad gráfica de alguna empresa, marca o producto en general?

___SI

___NO

3.- ¿Tiene idea de la importancia que tiene la creación de un logotipo para cualquier marca, empresa producto o servicio?

___SI

___NO

4.- ¿Conoce de algún producto, servicio, marca o empresa que necesite la creación y fortalecimiento de su logotipo?

___SI

___NO

5.- ¿Usted cree que el Diseño Gráfico es útil para el emprendimiento de una pequeña o media empresa?

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



___SI

___NO

6.- ¿Considera que el mantener una buena identidad gráfica en una empresa junto con el buen trato por parte de los trabajadores aporta a la fidelización de los clientes?

___SI

___NO

7.- ¿Considera usted que el uso de una señalética demuestra organización?

___SI

___NO

8.- ¿Cree que las agencias de diseño y publicidad deben poner más interés en cuidar su imagen gráfica?

___SI

___NO

9.- ¿Usted ha necesitado de algún servicio de una agencia de diseño gráfico?

___SI

___NO

10.- ¿Conoce o a escuchado hablar de la agencia ÁguilaDesign?

___SI

___NO

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

5.02.02.01.02. Tabulación de encuestas

1.- ¿Usted sabe a qué se dedica o que servicio realiza una agencia de Diseño Gráfico?

Tabla 9: Pregunta uno

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	25	9
No	253	91
Total	278	100

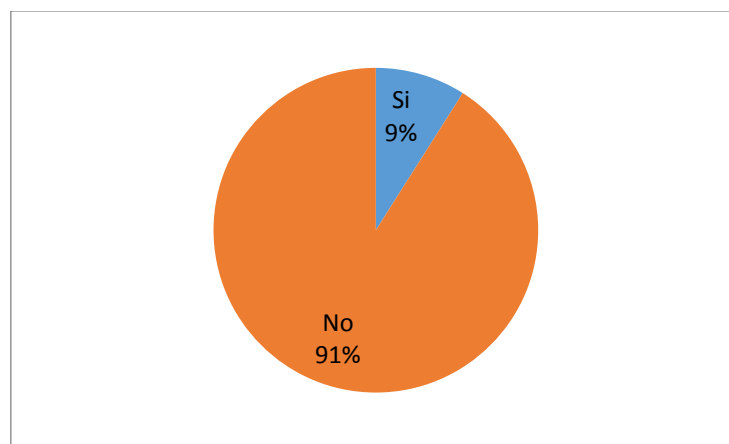


Figura 8: Pregunta uno

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 9% de las personas tiene algún conocimiento sobre a qué se dedica una agencia de diseño, mientras que el 91% no tiene conocimiento.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

2.- ¿Tiene algún conocimiento sobre identidad gráfica de alguna empresa, marca o producto en general?

Tabla 10: Pregunta dos

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	20	11
No	258	89
Total	278	100

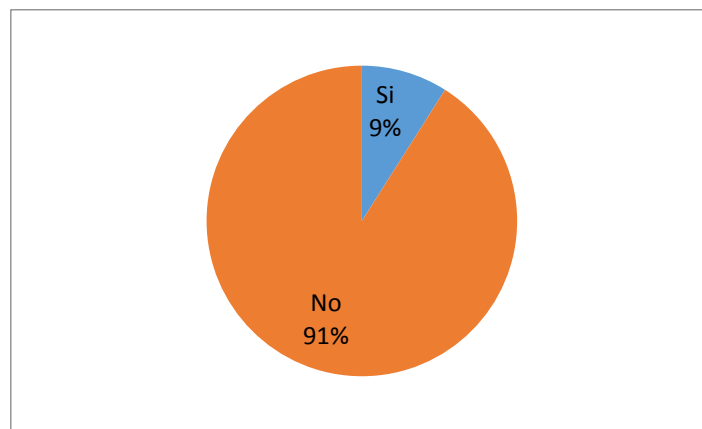


Figura 9: Pregunta dos

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 11% de las personas tiene alguna idea sobre identidad gráfica de alguna, empresa, marca o producto en general, mientras que el 89% no tiene conocimiento.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

3.- ¿Tiene idea de la importancia que tiene la creación de un logotipo para cualquier marca, empresa producto o servicio?

Tabla 11: Pregunta tres

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	95	34
No	183	66
Total	278	100

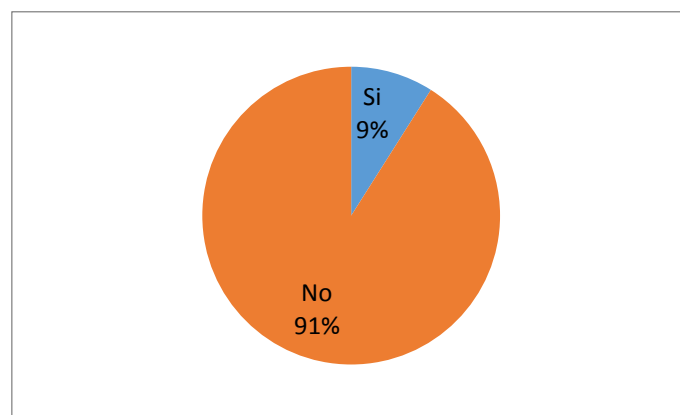


Figura 10: Pregunta tres

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 34% de las personas sabe de la importancia que debe tener un logotipo para promover alguna marca, empresa producto o servicio mientras, que el 66% no está consciente del valor que tiene un logotipo.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4.- ¿Conoce de algún producto, servicio, marca o empresa que necesite la creación y fortalecimiento de su logotipo?

Tabla 12: Pregunta cuatro

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	5	2
No	273	98
Total	278	100

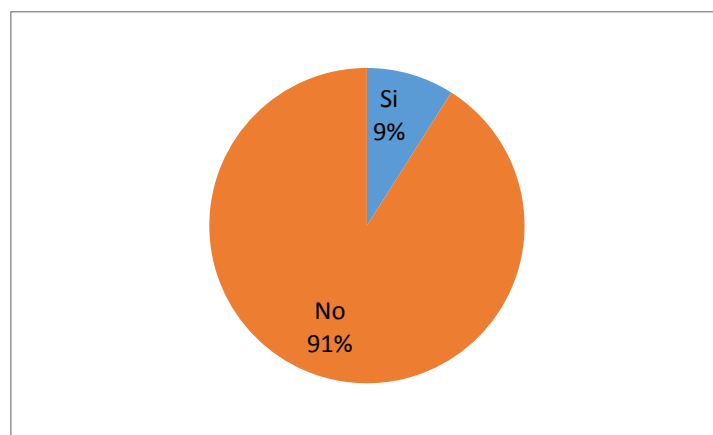


Figura 11: Pregunta cuatro

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 2% de las personas conocen de la existencia de algún negocio que necesite asesoramiento de logotipo mientras, que el 98% desconoce que empresas pueden necesitar asesoría.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

5.- ¿Usted cree que el Diseño Gráfico es útil para el emprendimiento de una pequeña o media empresa?

Tabla 13: Pregunta cinco

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	115	41
No	163	59
Total	278	100

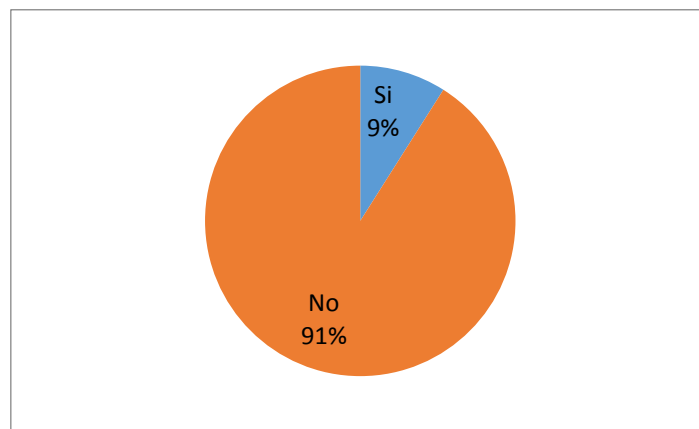


Figura 12: Pregunta cinco

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 41% de personas cree que es necesario la utilización del diseño gráfico como ayuda para el crecimiento de una pequeña o mediana empresa mientras, que el 59% no cree que sea necesario utilizar el diseño gráfico.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

6.- ¿Considera que el mantener una buena identidad gráfica en una empresa junto con el buen trato por parte de los trabajadores aporta a la fidelización de los clientes?

Tabla 14: Pregunta seis

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	180	65
No	98	35
Total	278	100

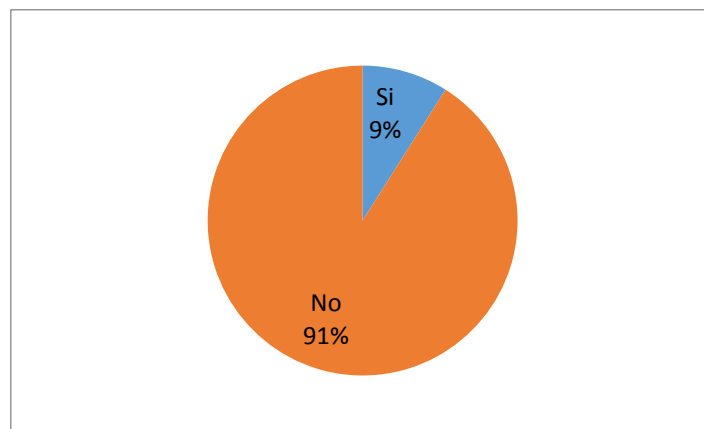


Figura 13: Pregunta seis

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 65% de las personas considera que el mantener una buena identidad gráfica junto con el buen trato por parte de los trabajadores ayuda a que se conserve a clientes mientras, que el 35% no considera necesario mantener una buena imagen.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

7.- ¿Considera usted que el uso de una señalética demuestra organización?

Tabla 15: Pregunta siete

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	200	72
No	78	28
Total	278	100

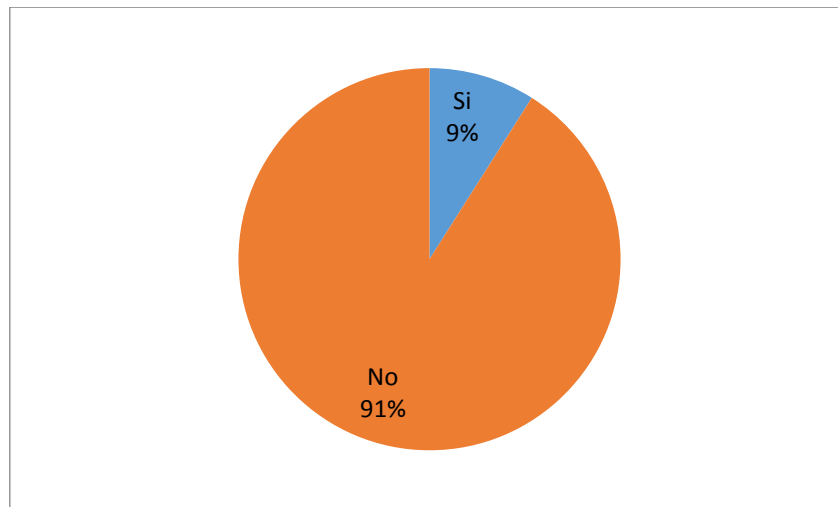


Figura 14: Pregunta siete

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 72% de las personas acepta que la señalética muestra organización en una empresa mientras, que el 28% no está de acuerdo.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

8.- ¿Cree que las agencias de diseño y publicidad deben poner más interés en cuidar su imagen gráfica?

Tabla 16: Pregunta ocho

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	250	90
No	28	10
Total	278	100

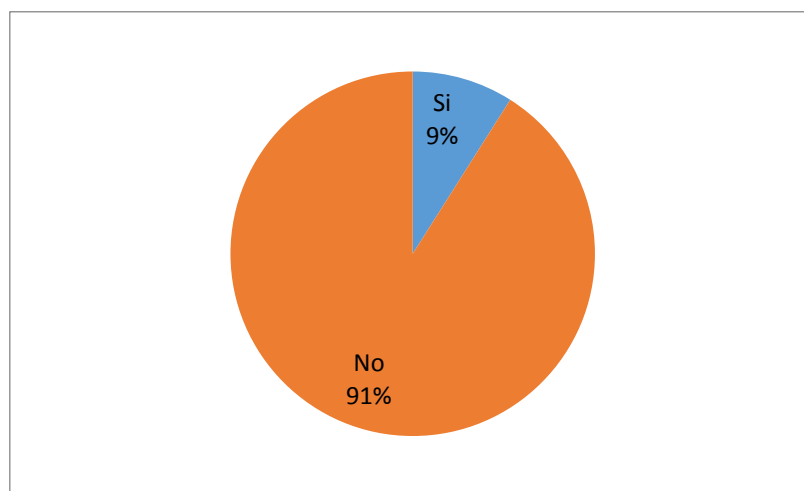


Figura 15: Pregunta ocho

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 90% de las personas si están de acuerdo con que la agencias diseño del ejemplo de mantener una buena imagen gráfica mientras, que el 10% no cree necesario.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

9.- ¿Usted ha necesitado de algún servicio de una agencia de diseño gráfico?

Tabla 17: Pregunta nueve

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	100	36
No	178	64
Total	278	100

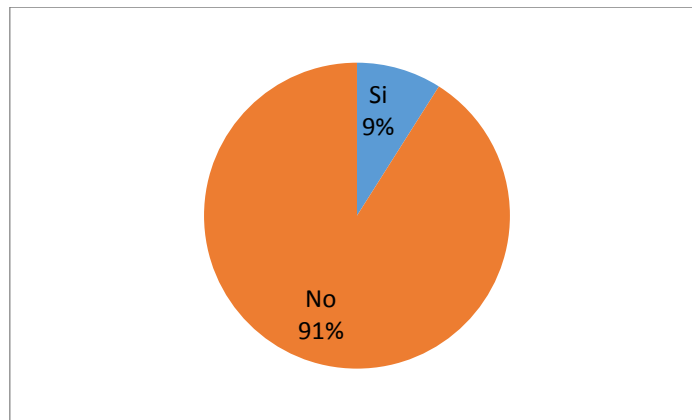


Figura 16: Pregunta nueve

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 36% de las personas si a utilizado algún servicio de una agencia de diseño mientras, que el 64% no ha tenido oportunidad de adquirir algún servicio.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

10.- ¿Conoce o a escuchado hablar de la agencia ÁguilaDesign?

Tabla 18: Pregunta diez

Variable	Respuesta	Porcentaje%
Si	10	4
No	268	96
Total	278	100

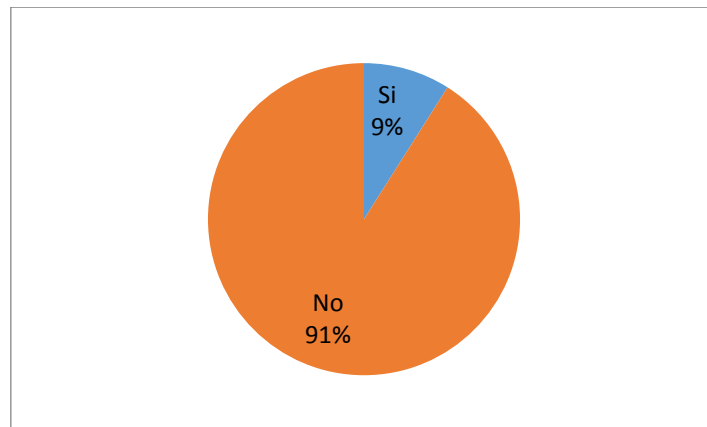


Figura 17: Pregunta diez

Análisis:

La encuesta que se realizó muestra que el 4% de las personas si conoce o a escuchado hablar de la agencia ÁguilaDesign mientras, que el 96% no la conoce aún.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

5.03. Formulación del Proceso de Aplicación

El rediseño de la imagen corporativa ayuda a actualizar la presentación visual de la empresa y transmitir una imagen de modernidad, dinamismo e innovación. Estos valores son fundamentales para atraer nuevos clientes y para fidelizar a los que ya se tiene. Además, el rediseño de imagen corporativa ofrece una oportunidad única para darse a conocer en los medios locales ya que esto aportara la difusión a potenciales clientes (Bahassi).

5.03.01 Planificación



Figura 18: Logo "ÁguilaDesign"

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Análisis Interno

El principal objetivo de este análisis de Identidad, imagen y comunicación corporativa es observar el proceso que cumple la identidad de la empresa en un mercado estratégico.

Reseña de la Agencia:

La agencia ÁguilaDesign se creó hace cinco años teniendo como fundadores el Ing. Santiago Vallejo con el apoyo de sus padres Sr. Milton Vallejo y Sra. Carmen Aguilar siendo así un negocio familiar donde después de varias ideas se toma el nombre Águila Design que nace por el apellido materno Aguilar que se deriva de la palabra águila nombre que se le da a un ave, depredadora de gran tamaño robusta la cual llena de aceptación al saber, que esta ave es fuerte y nunca se da por vencido ante sus presas y toman como símbolo para la empresa. La cual busca desde ese tiempo ser parte de un mundo competitivo del diseño gráfico interviniendo en el área de rotulación e impresión de gigantografías.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en el sector Cotacollao.

FILOSOFÍA

MISIÓN

Brindar a nuestros clientes las diferentes alternativas en comunicación gráfica, colaborando para desarrollar y fortalecer la imagen de su empresa, sus productos y servicios.

Ofrecemos un servicio de valor agregado y personalizado, trabajamos en equipo, dando lo mejor de nosotros y sintiéndonos orgullosos por nuestra tarea.

VISIÓN.

Convertirnos en la primera opción de nuestros clientes a la hora de elegir un servicio gráfico. Lograr permanencia y crecimiento en el mercado.

VALORES

Nos comprometemos con nuestros clientes, proveedores y equipo de trabajo a escuchar los requerimientos y solicitudes planteadas, presentando soluciones rápidas.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

IDENTIDAD CORPORATIVA



Figura 19: Isologotipo de ÁguilaDesign.

Es un ISOLOGOTIPO: El texto e ícono se encuentran agrupados no funcionan uno sin el otro

Su símbolo es el águila en representación a su grandeza y perseverancia ante cualquier situación.



Figura 20: Símbolo de ÁguilaDesign.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en el sector Cotacollao.



Figura 21: Partes del logotipo

ÁGUILA relacionado con el apellido materno AGUILAR

DESIGN palabra en inglés traducida a español es Diseño

Publicidad y diseño

Figura 22: Complemento textual de ÁguilaDesign

Completo de refuerzo con el isologotipo

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en el sector Cotacollao.

Estudio tipográfico

La tipografía de ÁguilaDesign es Century Gothic regular

ABCEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789.:-*!'?_@"&\$

Se usa para identificación del logotipo y slogans para sus ofertas.

Estudio del Color

Colores base:



(PANTONE #3A5A89)



(PANTONE # 5394C5)



(PANTONE # 797C7E)

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Es el conjunto de todas las acciones comunicativas que presenta la empresa.

Su publicidad



Figura 23: Publicidad de Facebook

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Página web



Figura 24: Página de ÁguilaDesign

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

5.03.02 Desarrollo

Presentación Nuevo Logotipo



Figura 25: Logotipo "ÁguilaDesign"

Tipo de Rediseño que aplica

Branding es la estrategia que se utiliza para conseguir lo que quiere reflejar acerca de una marca y el mensaje que se da para el usuario, el rebranding no es otra cosa que una actualización de ese mensaje, generalmente dirigida a cambiar de target o a ampliarlo, aunque se puede deber a otros factores (Maldon)

En el proyecto se aplica un rebranding o rediseño del logotipo de ÁguilaDesign durante su comienzo no se prestó la suficiente atención a su imagen corporativa, es importante mencionar que la marca puede presentar cambios para buscar un nuevo posicionamiento o a su vez una nueva estrategia creativa.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Full Color



Figura 26: Positivo y Negativo

Escala de Grises



Figura 27: Escala de Grises

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Positivo y Negativo



Figura 28: Positivo y Negativo

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Modos Color

AZUL

El azul es uno de los colores primarios existen unas 110 tonalidades de éste e incluso más, es un color atemporal razón por la cual no pasa de moda.

Es el color de la confianza, simpatía y la amistad valores que se alcanzan con el tiempo y que se basan en la reciprocidad

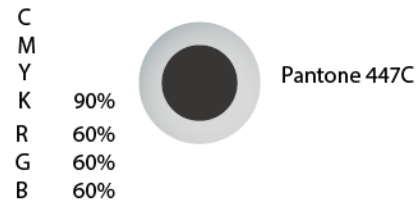
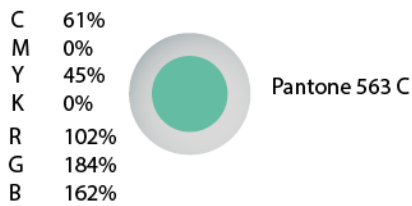
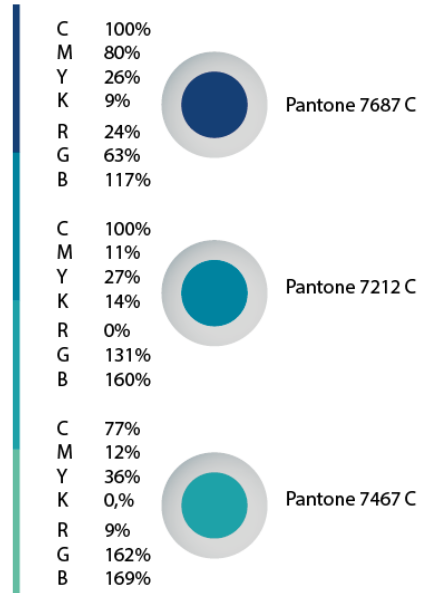


Figura 29: Modos de color

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Disposiciones Correctas e Incorrectas



Figura 30: Disposiciones correctas

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



Figura 31: Disposiciones incorrectas



Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Señalética



Figura 32: Señalética 1

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



Figura 33: Señalética 2

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

La función principal de los recursos es el proceso de recolectar nuevo conocimiento como lo es la investigación, es de suma importancia. Su finalidad es la obtención de información acerca del objeto y del problema de investigación.

6.01.01. Técnicos – Tecnológico

Un recurso tecnológico, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. El proyecto ha tenido como ayuda adicional el uso de plataformas de búsqueda que han facilitado la tarea de realizar manuales corporativos, así como el uso de máquinas que brindan una calidad de impresión con acabados de calidad para medios impresos (Pérez & Merino, 2013)

6.01.02. Humano

La investigación y la información obtenida tuvieron éxito gracias a la colaboración proporcionada por el gerente Ing. Santiago Vallejo de la agencia ÁguilaDesign. quien aportó con conocimientos de estudio e información necesaria que ayudó para que el proyecto siga adelante.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

6.01.03. Económico

Está representado por todos los gastos que el investigador ha realizado hasta obtener el producto que se entregará para la revisión y aprobación del mismo.

6.02. Presupuesto

6.02.01. Gastos Operativos

Tabla 19: Gastos Operativos

	Valor		Financiación			
	Valor Unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	Total
1. Bibliografía						
a) Textos.						
b) Fotocopias.	0,05	100			Hipólito Calderón	5.00
c) Internet.	1.00	30 horas			Hipólito Calderón	30.00
3. Viajes y viáticos						
a) Pasajes.	1.00	12 horas			Hipólito Calderón	12.00
c) Impresión.	0.10	150			Hipólito Calderón	15.00
d) Empastes.	2.50	2			Hipólito Calderón	5.00

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla 20: Gastos Aplicados al Proyecto

	Valor		Financiación			
	Valor unitario	Cantidad	Universidad	Empresa	Estudiante	T.
1. Bibliografía						
a) Textos.						
b) Fotocopias.						
c) Internet.	1	40			Hipólito Calderón	40,00
c) Impresión.	25	300			Hipólito Calderón	75,00
d) Empastes.	10	2			Hipólito Calderón	20,00
Otros... (Planos, Fotografías...).	45	2			Hipólito Calderón	90,00

6.03. Cronograma

Tabla 21: Cronograma de actividades

N°	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados
			MES	Semana			
1	Entrega del material para iniciar el proyecto	Hipólito Calderón	Mayo	X			Obtener información necesaria.
2	Revisión del Contexto y justificación	Hipólito Calderón	Mayo		X		Colocar las circunstancias que rodean la situación
3	Capítulo 1: Corregir Contexto y justificación	Hipólito Calderón	Mayo			X	Especificar con mayor exactitud la justificación y contexto.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

4	Capítulo 1 y 2 corregir	Hipólito Calderón	Mayo				X	Concretar de una simple y clara
5	Revisión Causas y efectos	Hipólito Calderón	Junio	X				Realizar un ejercicio para determinar los orígenes de la problemática
6	Revisión Capítulo 3 y 4	Hipólito Calderón	Junio			X		Nos va a permitir definir de manera organizada el problema central
7	Revisión Capítulo 4	Hipólito Calderón	Junio				X	Tratamos de colocar las actividades para cumplir con los objetivos junto con el tamaño del proyecto su localización
8	Revisión Capítulo 4 terminado y capítulo 5 avanzado	Hipólito Calderón	Julio	X				Verificamos el impacto de los objetivos y realizamos el diagrama de estrategias
9	Revisión Capítulo 4 terminado y capítulo 5 avanzado logotipo y señalética	Hipólito Calderón	Julio			X		Construcción del marco lógico para la planificación, diseño, ejecución, del proyecto avances de la propuesta gráfica
10	Revisión Capítulo 5 finalizar encuestas	Hipólito Calderón	Julio				X	Revisión de estudios previos a nuestra tesis junto con conceptos y teorías que ayuden a nuestra investigación
11	Revisión encuestas Formulación Procesos Capítulo 6	Hipólito Calderón	Julio				X	Culminación de encuestas y manejo de todos los gastos realizados para la elaboración de la tesis

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

Como resultado del trabajo realizado se puede decir que, el diseño gráfico en nuestro país está evolucionando y mejorando cada día junto con profesionales que buscan innovar con nuevas ideas o métodos creativos que ayuden a dar soluciones a los diferentes retos que se presenten.

- Se ha tomado en cuenta la importancia de mejorar el aporte gráfico y visual de agencia ya que manejar colores primarios dan movimiento y vida al logotipo logrando un impacto visual en sus clientes.
- Por otro lado el hacer un estudio de identidad corporativa dio a conocer la importancia que tiene la imagen dentro de una empresa hacia con los clientes ya que refleja la razón de ser de una empresa

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



- La señalética en una parte muy importante al momento de realizar el proyecto ya que tiene como meta principal organizar y dar información con respecto a cómo están ubicados los diferentes departamentos de la empresa.
- Al utilizar los recursos profesionales quiere decir que se ha utilizado para este proyecto conocimientos adquiridos por el investigador no solo en diseño si no en investigación que pudieron dar origen a la culminación de la problemática planteada dando soluciones oportunas.
- El intentar mejorar la pertenencia y la relación de sus públicos externos e internos se concluye en no solo buscar un aspecto visual o gráfico sino también en la relación entre trabajadores así como una buena armonía con los que dirigen a la agencia y buscar tanto como trabajadores como sus clientes sienta una confianza en la agencia donde pueden ver realizadas sus ideas junto con un buen entorno de trabajo.

7.02. Recomendaciones

Al haber realizado el presente manual se ha buscado plasmar la idea creativa que sirva como referente tanto como para el estudiante así como para la agencia de diseño, que sabrá utilizar el material corporativo para su crecimiento y funcionamiento.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenencia y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.



-
- Revisar periódicamente el manual de uso del logotipo junto con su señalética, para asegurar su correcta aplicación continua y analizar cada propuesta de cambio sugerida por cada uno de los miembros de la agencia.
 - Dar a conocer por medio de un despliegue total el contenido del manual a todos y cada uno de los miembros que conforman la agencia ÁguilaDesign.
 - Proveer de una copia completa del manual que este a la total disposición de cada departamento para que sea fuente de consulta y se respeten todos los lineamientos para su correcto uso del logotipo.
 - Que el presente proyecto de investigación sea el punto de partida de una mejora dentro de la agencia, enfocando al manual como herramientas vital, y de soporte para mejorar calidad de servicio de la empresa.

Diseño y Fortalecimiento de la Identidad Gráfica y Señalética de la agencia Águila Design para mejorar la pertenecía y relación con su público interno y externo en quito sector Cotocollao.

Bibliografía

- Bahassi. (s.f.). *Bahassi*. Obtenido de Rediseño de imagen corporativa:
<http://bahassi.com/servicios/disenio-imagen-corporativa-valencia/redisenio-imagen-corporativa/>
- Bielsa, M. (s.f.). *mique*. Obtenido de Que es composición diseño gráfico:
<http://www.mique.es/que-es-composicion-disenio-grafico/>
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Málaga, España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.
- Carretero, A. (27 de Agosto de 2014). *creativosonline*. Obtenido de Adobe Illustrator: Que es y para que sirve: <https://www.creativosonline.org/blog/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>
- Ciberaula. (s.f.). *Ciberaula*. Obtenido de Tipografía diseño gráfico:
http://www.ciberaula.com/articulo/tipografia_disenio_grafico
- Costa, J. (1987). *Señalética*. Barcelona: CEAC.
- Cubillos, C. (23 de Julio de 2012). *slideshare*. Obtenido de Manual de identidad corporativa: <https://es.slideshare.net/CUBILLOS4366/manual-de-identidad-corporativa-13732998>
- GALERNA. (s.f.). *galernaestudio*. Obtenido de DISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA: <http://galernaestudio.com/disenio-grafico/imagen-corporativa/>

Ibáñez, G. (s.f.). *Omagen Corporativa*.

Maldon. (s.f.). *Maldon*. Obtenido de que es el rebranding:

<https://www.maldon.es/blog/que-es-el-rebranding/>

Mikiwaka. (18 de Junio de 2015). *somoswaka*. Obtenido de Tips de Diseño:

<https://www.somoswaka.com/blog/2015/06/que-es-la-senaletica/>

Morrison, M. (20 de Marzo de 2012). *manuelmorrison*. Obtenido de Tutoriales, recursos y técnicas de diseño web y gráfico:

<http://manuelmorrison.com/blog/que-es-photoshop/>

Ortegón, E., Pacheco, J. F., & Prieto, A. (2015). *Metodología del marco lógico para la palmificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Santiago de Chile: ISSN.

Páez, J. A. (14 de Octubre de 2001). *Imagen Corporativa*. Obtenido de logotipo, tipografía e identidad: <https://www.gestiopolis.com/imagen-corporativa-logotipo-tipografia-e-identidad/>

Pérez, J., & Merino, M. (2013). *definicion*. Obtenido de Recursos Tecnológicos: <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>

Publicidad, I. d. (29 de Agosto de 2017). *Importancia*. Obtenido de Importancia una guía de ayuda: <https://www.importancia.org/publicidad.php>

- Romero, E. (2 de Febrero de 2015). *inesem*. Obtenido de ¿Qué es Indesign y para qué sirve?: <https://revistadigital.inesem.es/disen-y-artes-graficas/que-es-indesign-y-para-que-sirve/>
- Sáenz, M., & Gonzales, M. (2005). *Identidad Corporativa Claves de la Comunicación Empresarial*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Sánchez, J., & Pintado, T. (2009). *Imagen Corporativa Influencia en la gestión empresarial*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Santa Maria, F. (13 de Mayo de 2014). *staffcreativa*. Obtenido de Diseño Gráfico : <http://www.staffcreativa.pe/blog/teoria-del-color-disenadores/>
- Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2014). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Quito: Semplades.
- Vazquez, C. (11 de Diciembre de 2013). *slideshare*. Obtenido de Analisis ambiental: https://es.slideshare.net/carlosvazquezvazquez7/analisis-ambiental-29117817?qid=68fa4123-4b9a-4986-90ca-425360f7bfe8&v=&b=&from_search=2

Anexos

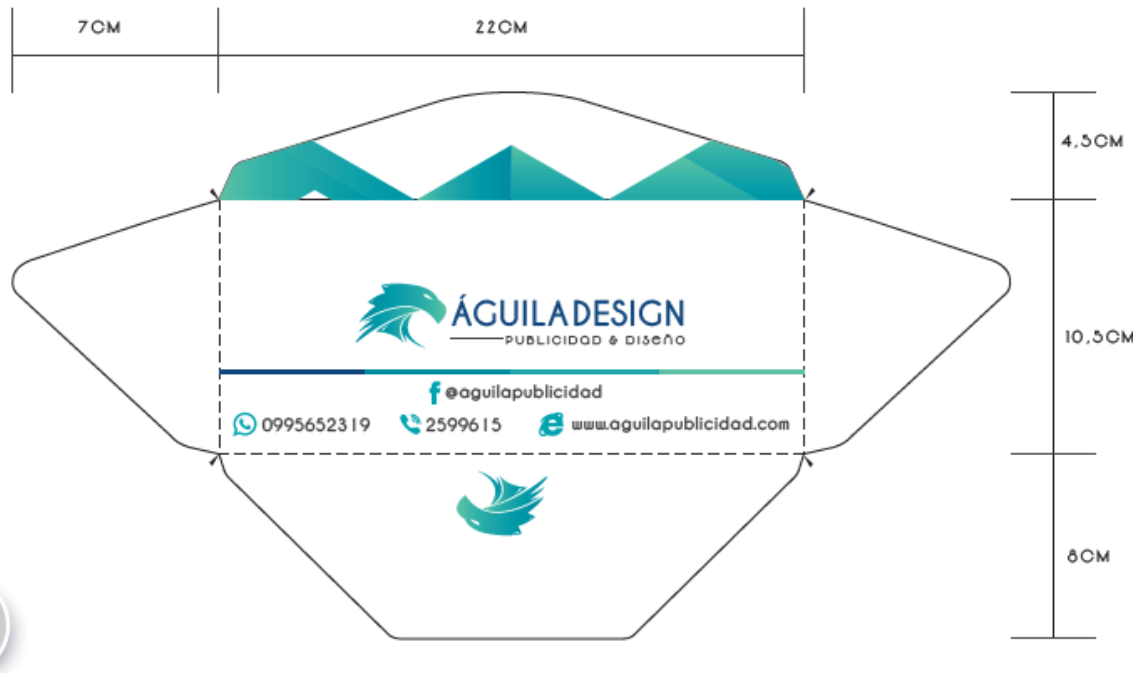
PAPELERIA



Tarjeta de presentación



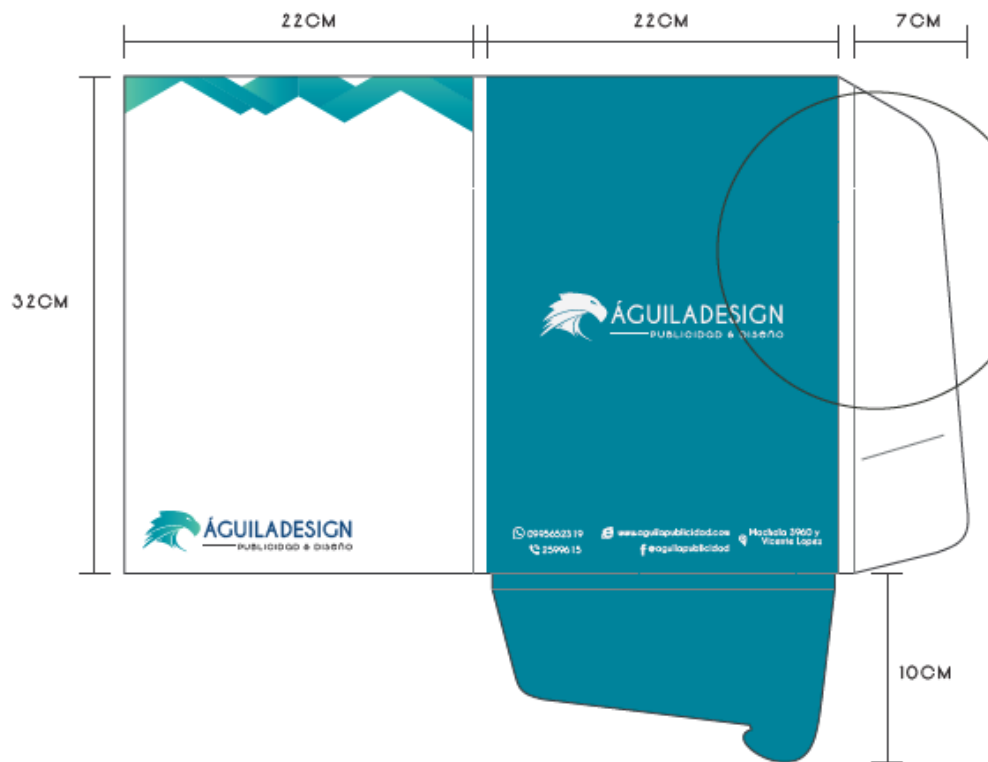
Carné Institucional



Sobre Corporativo



Hojas Membretadas



Carpeta Corporativa



CD

MATERIAL P.O.P



UNIFORMES



SEÑALIZACIÓN



SOPORTE
CINTRA
MATERIAL
Vinil laminado para
exterior

Presentación Manual Corporativo

