



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

TESIS DE GRADO

TEMA:

“DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIRLA EN LA COLECTIVIDAD, DURANTE EL PERIODO 2014-2015 ”

Tesis presentada previa a la obtención del título de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado

Autores:

Betancourt Guachamin Johanna de los Angeles
Rodríguez Panchi Mery Alexandra

Director:

Ing. Sánchez Oviedo Fernando Israel

Asesor Metodológico:

M.A. Bolívar Vaca

Latacunga – Ecuador
Noviembre – 2014



FORMULARIO DE LA APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi y por la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas; por cuanto, las postulantes:

- Betancourt Guachamin Johanna de los Angeles
- Rodríguez Panchi Mery Alexandra

Con la tesis, cuyo título es **“DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIRLA EN LA COLECTIVIDAD, DURANTE EL PERIODO 2014-2015”**

Han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al **Acto de Defensa de Tesis** en la fecha y hora señalada.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 21 de Noviembre del 2014

Para constancia firman:

.....
Arq. Enrique Lanas L. Mg.C
PRESIDENTE

.....
M.A. Bolívar Ricardo Vaca Peñaherrera
MIEMBRO

.....
Ing. Sergio Chango
OPOSITOR

.....
Ing. Fernando Israel Sánchez Oviedo
TUTOR



AUTORÍA

Todos los contenidos plasmados en la presente Tesis de Grado cuyo tema es:

“DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIRLA EN LA COLECTIVIDAD, DURANTE EL PERIODO 2014-2015 ”, son de absoluta y exclusiva responsabilidad de las autoras, egresadas Betancourt Guachamin Johanna de los Angeles y Rodríguez Panchi Mery Alexandra.

.....
Betancourt Guachamin Johanna de los Angeles
CI: 050361684-9

.....
Rodríguez Panchi Mery Alexandra.
CI: 050333925-1



AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

HONORABLE CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

De mi consideración:

Cumpliendo con lo estipulado en el Reglamento del Curso Profesional de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Capítulo V, (Art. 9 literal f), me permito informar que las postulantes **Betancourt Guachamin Johanna de los Angeles y Rodríguez Panchi Mery Alexandra**, han desarrollado su Tesis de Grado de acuerdo al planteamiento formulado en el Anteproyecto de Tesis con el tema: **“DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIRLA EN LA COLECTIVIDAD, DURANTE EL PERIODO 2014-2015”**, cumpliendo sus objetivos respectivos.

En virtud de lo antes expuesto, considero que la presente Tesis de Grado se encuentra habilitada para presentarse al acto de defensa.

Latacunga, 21 de Noviembre del 2014

.....
Ing. Fernando Israel Sánchez Oviedo
CI. 050239922-3
DIRECTOR DE TESIS



AVAL DE ASESOR DE TESIS

HONORABLE CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

De mi consideración:

Cumpliendo con lo estipulado en el Reglamento del Curso Profesional de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Capítulo V, (Art. 9 literal f), me permito informar que las postulantes **Betancourt Guachamin Johanna de los Angeles / Rodríguez Panchi Mery Alexandra**, han desarrollado su Tesis de Grado de acuerdo al planteamiento formulado en el Anteproyecto de Tesis con el tema: **“DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIRLA EN LA COLECTIVIDAD, DURANTE EL PERIODO 2014-2015”**, cumpliendo sus objetivos respectivos.

En virtud de lo antes expuesto, considero que la presente Tesis de Grado se encuentra habilitada para presentarse al acto de defensa.

Latacunga, 21 de Noviembre del 2014

.....
M.A. Bolívar Ricardo Vaca Peñaherrera
C.C. 050086756-9
ASESOR METODOLÓGICO DE LA TESIS



AVAL DE IMPLEMENTACIÓN

HONORABLE CONSEJO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

De mi consideración:

Cumpliendo con lo estipulado en el Reglamento del Curso Profesional de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Capítulo V, (Art. 9 literal f), me permito informar que las postulantes **Betancourt Guachamin Johanna de los Angeles / Rodríguez Panchi Mery Alexandra**, han desarrollado su Tesis de Grado de acuerdo al planteamiento formulado en el Anteproyecto de Tesis con el tema: **“DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIRLA EN LA COLECTIVIDAD, DURANTE EL PERIODO 2014-2015”**, proyecto de tesis que ha sido implementado en la Universidad desde el área que dirijo.

En virtud de lo antes expuesto, considero que la presente Tesis de Grado se encuentra habilitada para presentarse al acto de defensa.

Latacunga, 21 de Noviembre del 2014

.....
Mónica Marcela Freyle Matiz
C.C. 175394214-1
Directora de Relaciones Públicas



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecerle a Dios por haberme bendecido para cumplir un sueño tan anhelado.

A mis padres Guadalupe y Aurelio por haberme dado la oportunidad de formarme como profesional ya que han sido mi ejemplo y que gracias a ellos puedo llegar a cumplir mi meta, por haber inculcado en mis valores de sabiduría y responsabilidad y por hacer de mí una persona mejor cada día, por estar conmigo en los buenos y malos momentos y entenderme en cada uno de ellos.

A mis hermanos Byron, Pau, Henry por ser parte de mi vida y estar conmigo siempre en cada paso dado siempre he contado con su apoyo incondicional. A Wilo por llenar mi vida de alegría y amor cuando más lo he necesitado.

A toda mi familia por haberme dado la fuerza y apoyo para cumplir este sueño.

Mis profundos agradecimientos al Ing. Fernando Sánchez y al Arq. Enrique Lanás por sus esfuerzos, dedicación, sabia orientación, paciencia, y motivación

Johanna Betancourt





AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a Dios, que por sus infinitas bendiciones puedo alcanzar esta meta tan anhelada.

Gracias mis amados padres Norma y Carlos pues ustedes han sido mi ejemplo a seguir, mil gracias por sus sabios consejos, enseñanzas y sobre todo su confianza.

A mis queridos hermanos Jenny y Javier que son mi inspiración para superarme cada día.

A mí angelito querido que ha estado junto a mí en este largo periodo apoyándome y brindándome su cariño.

Agradezco de todo corazón al Arq. Enrique Lanas y al Ing. Fernando Sánchez por su paciencia en este largo camino.

Mery Alexandra



DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida y enseñarme que con humildad, paciencia, responsabilidad cada sueño se puede cumplir.

A mis padres por creer en mí siempre por brindarme su apoyo incondicional, con sus sabios consejos fueron siempre mi inspiración en cada paso que daba por estar siempre a mi lado y entenderme.

A mis hermanos que con su apoyo y compañía siempre estuvieron conmigo compartiendo buenos y malos momentos pero sé que siempre puedo contar con ustedes.

A mi novio quien me apoyo y motivo para continuar y compartió conmigo alegrías y penas.

Johanna Betancourt



DEDICATORIA

Con todo cariño dedico este esfuerzo a Dios por brindarme las más grandes alegrías y permitirme llegar a alcanzar mis metas.

Sobre todo a mis amados padres Norma y Carlos por ser el pilar fundamental en mi vida, por confiar en mí y alentarme en este largo trayecto de mi vida. Gracias por su lucha incondicional que logro hacer de mí una mejor persona

Se lo dedico también a mis queridos hermanos, familiares y a mi angelito adorado por su infinita paciencia, su compañía y por darme ánimo para seguir.

Mery Alexandra



INDICE GENERAL

CARATULA:	I
FORMULARIO DE LA APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	II
AUTORÍA.....	III
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS	IV
AVAL DE ASESOR DE TESIS	V
AVAL DE IMPLEMENTACIÓN.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
DEDICATORIA	IX
DEDICATORIA.....	X
ÍNDICE DE CONTENIDOS	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XVIII
RESUMEN.....	XIX
ABSTRACT.....	XX
AVAL DE TRADUCCIÓN	XXI
INTRODUCCIÓN	XXII



ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I.....	1
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
1.1 Diseño.....	1
1.2 Diseño gráfico.....	2
1.2.1 Ámbitos de Aplicación de Diseño Gráfico	3
1.3 Fundamentos del diseño.....	3
1.4 Manual de identidad visual	6
1.4.1 Elementos Básicos de la Identidad.	7
1.4.2 Maquetación.....	8
1.4.3 Retícula.....	8
1.4.4 Elementos de Retícula.....	9
1.5 Diseño de identidad.....	11
1.6 La identidad corporativa.....	11
1.7 Imagen corporativa.....	12
1.8 Imagen global	13
1.9 Tipografía.....	13
1.9.1 Anatomía de la Letra.....	14
1.9.2 Familias Tipográficas.....	15
1.9.3 Variables en el Diseño de Tipos.	15
1.10 Color.....	17
1.10.1 Atributos de Color.....	17
1.10.2 Modalidad De Color	18
1.11 Análisis de la Universidad Técnica de Cotopaxi.....	18
MISIÓN.....	18



UNIDADES ACADÉMICAS:	19
CAPITULO II.....	35
2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	35
2.1 Antecedentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi.....	35
2.1.1 Misión.....	36
2.1.2 Visión.....	36
2.2 Métodos de investigación a ser utilizados.....	36
2.3 Cálculo de la población y muestra.....	37
2.3.1 Población.....	37
2.3.2 Muestra.....	38
2.4 Operacionalización de variables.....	40
2.4.1 Variables e Indicadores.....	40
2.5 Análisis e interpretación de resultados.....	41
2.5.1 Análisis de las entrevistas realizadas a los Coordinadores de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	41
2.5.2 Análisis de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi.	42
2.6 Verificación de la Hipótesis.....	51
CAPITULO III.....	53
3. DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	53
3.1 Presentación.....	53
3.1.1 Justificación.....	54
3.2 Objetivos.....	55
3.2.1 Objetivo General.....	55



3.2.2	Objetivos Específicos.....	55
3.3	Factibilidad.....	55
3.4	Desarrollo de la propuesta.....	56
3.4.1	Proceso De Bocetaje.....	56
3.4.2	Ilustración o digitalización.....	57
3.4.3	Concepción gráfica.....	58
3.4.3.1	Concepción gráfica del logotipo de la Universidad Técnica de Coto.....	58
3.4.3.2	Concepción gráfica del logotipo de diseño gráfico computarizado.....	59
3.4.4	Tipografía.....	60
3.4.5	Pantones.....	61
3.4.6	Construcción del Logotipo.....	62
3.4.7	Área de Reserva.....	63
3.4.8	Tamaño Minino.....	64
3.4.9	Cromática.....	65
3.4.10	Usos no autorizados.....	66
3.4.11	Fondos no Autorizados.....	67
3.4.12	Papelería.....	67
3.4.13	Promocionales.....	74
3.4.14	Aplicación Digital.....	76
3.4.15	Aplicación De La Marca.....	78
3.4.16	Periódico Universitario.....	79
	CONCLUSIONES.....	81
	RECOMENDACIONES.....	82
	GLOSARIO.....	83
	ANEXOS.....	86



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA # 2: POBLACIÓN AUTORIDADES.....	38
TABLA # 3: INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTA	41
TABLA # 4: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N.-1	42
TABLA # 5: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 2	43
TABLA # 6: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 3	44
TABLA # 7: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N°4	45
TABLA # 8: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 5	46
TABLA # 9: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 6	47
TABLA # 10: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 7	48
TABLA # 11: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 8	49
TABLA # 12: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 9	50



ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA # 1: ANATOMÍA DE LA LETRA.....	14
FIGURA # 2: BOCETOS.....	56
FIGURA # 3: BOCETOS.....	57
FIGURA # 4: ILUSTRACIÓN DE LOGOTIPO UTC.....	57
FIGURA # 5: ILUSTRACIÓN DE LOGOTIPO DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO.....	58
FIGURA # 6: PANTONE DE COLOR UTC.....	61
FIGURA # 7: PANTONE DE COLOR DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO	61
FIGURA # 8: CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA UTC.....	62
FIGURA # 9: CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA.....	62
FIGURA # 10: ÁREA DE RESERVA O SEGURIDAD.....	63
FIGURA # 11: ÁREA DE RESERVA O SEGURIDAD.....	63
FIGURA # 12: TAMAÑO MÍNIMO UTC.....	64
FIGURA # 13: TAMAÑO MÍNIMO.....	64
FIGURA # 14: CROMÁTICA.....	65
FIGURA # 15: CROMÁTICA.....	65
FIGURA # 16: USOS NO AUTORIZADOS (TIPOGRAFÍA, PROPORCIÓN).....	66
FIGURA # 17: USOS NO AUTORIZADOS (TIPOGRAFÍA, PROPORCIÓN).....	66
FIGURA # 18: FONDOS NO AUTORIZADOS.....	67
FIGURA # 19: FONDOS NO AUTORIZADOS.....	67
FIGURA # 20: CARPETA UTC.....	68
FIGURA # 21: CARPETA DISEÑOGRÁFICO.....	68

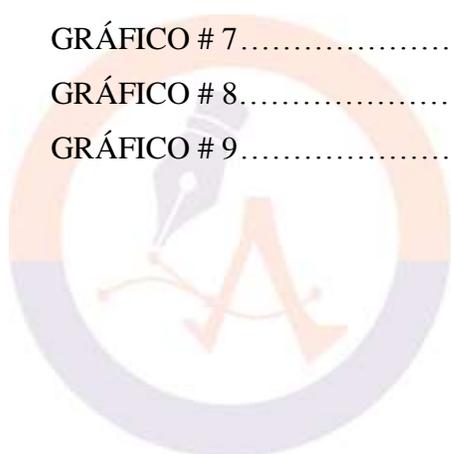


FIGURA # 22: HOJA MEMBRETADA EXTERNA UTC.....	69
FIGURA # 23: HOJA MEMBRETADA EXTERNA DISEÑO GRÁFICO.....	69
FIGURA # 24: HOJA MEMBRETADA INTERNA.....	70
FIGURA # 25: HOJA MEMBRETADA INTERNA.....	70
FIGURA # 26: SOBRE DE OFICIO DISEÑO.....	71
FIGURA # 27: SOBRE DE OFICIO UTC.....	71
FIGURA # 28: SOBRE DE MANILA UTC.....	71
FIGURA # 29: SOBRE DE MANILA DISEÑO GRÁFICO.....	72
FIGURA # 30: CARNET DISEÑO GRÁFICO.....	72
FIGURA # 31: TARJETA DE PRESENTACIÓN.....	73
FIGURA # 32: TARJETA DE PRESENTACIÓN.....	73
FIGURA # 33: CREDENCIALES.....	74
FIGURA # 34: MATERIAL P.O.P.....	75
FIGURA # 35: SOUVENIRS.....	75
FIGURA # 36: SOUVENIRS PARA EVENTOS.....	76
FIGURA # 37: CARATULA.....	76
FIGURA # 38: PLANTILLAS.....	77
FIGURA # 39: WALLPAPER.....	77
FIGURA # 40: WALLPAPER.....	77
FIGURA # 41: WALLPAPER.....	78
FIGURA # 42: ADHESIVOS PARA VEHÍCULOS.....	78
FIGURA # 43: VALLAS.....	79
FIGURA # 44: MALLA DE PERIÓDICO UTC.....	80



ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1.....	42
GRÁFICO # 2.....	43
GRÁFICO # 3.....	44
GRÁFICO # 4.....	45
GRÁFICO # 5.....	46
GRÁFICO # 6.....	47
GRÁFICO # 7.....	48
GRÁFICO # 8.....	49
GRÁFICO # 9.....	50



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado



RESUMEN

TEMA:

“DISEÑO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIRLA EN LA COLECTIVIDAD, DURANTE EL PERÍODO 2014-2015”.

AUTORES:

BETANCOURT GUACHAMIN JOHANNA DE LOS ANGELES
RODRÍGUEZ PANCHI MERY ALEXANDRA

RESUMEN

El presente trabajo concibe el Diseño de la identidad corporativa de las carreras profesionales de la Universidad Técnica de Cotopaxi mediante la elaboración de un manual corporativo para cada unidad académica, conservando la imagen institucional para difundirla en la colectividad. El mismo que será capaz de satisfacer la necesidad de identificación de una manera visual efectiva para lograr que las carreras se puedan diferenciar. Para ello se aplicó la observación directa y encuestas que permitieron la recopilación de información para determinar las principales características y elementos que se utilizaron para la ilustración de los logotipos de cada carrera de la Institución. El proyecto se llevó a cabo favorablemente en la Universidad Técnica de Cotopaxi, ya que se ha conseguido una amplia aceptación en los estudiantes y autoridades. La tesis cuenta con un marco referencial, marco teórico y metodología, así como los resultados obtenidos para la investigación realizada. El diseño que se propone tiene como finalidad el uso adecuado de la imagen, la implementación de los manuales están realizados con el motivo principal de que los estudiantes y autoridades se identifiquen con la institución y esta a su vez pueda organizarse correctamente. Durante el desarrollo del proyecto se citó temas de gran importancia en el Diseño Gráfico tales como: tipografía, cromática, usos correctos e incorrectos del logotipo, reducción mínima, papelería, promocionales, y aplicación digital. Es importante resaltar que los objetivos planteados en el proyecto fueron alcanzados en su totalidad.

Palabras Claves:

Diseño Gráfico, Identidad Corporativa, Manual de Identidad Corporativa



ABSTRACT

TOPIC:

“COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY CAREERS’ CORPORATE IDENTITY DESIGN THROUGH A DEVELOPMENT MANUAL FOR EACH ACADEMIC UNIT, FOR KEEPING THE INSTITUTIONAL IMAGE IN ORDER TO SPREAD IT , DURING THE PERIOD 2014-2015”.

AUTORES:

BETANCOURT GUACHAMIN JOHANNA DE LOS ANGELES
RODRIGUEZ PANCHI MERY ALEXANDRA

ABSTRACT

The present research conceived “Cotopaxi Technical University careers’ corporate identity design through a development manual for each academic unit, for keeping the institutional image in order to spread it. The same will be able to meet the need of identification of an effective visual way, this will let that the races can be differentiated. For this direct observation and surveys was applied which allowed the information collection to determine the main characteristics and elements used for logos illustration of each race of the institution. The project was carried out positively at Cotopaxi Technical University. It has achieved wide acceptance in students and authorities. The investigation offers a framework, theoretical framework and methodology. The proposed design is intended proper use of the image, implementation manuals are made with the main reason why students and authorities identified with the institution and this in turn can be organized properly. During project development issues of great importance are cited in Graphic Design such as typography, color, correct and incorrect uses of the logo, minimum reduction, stationery, promotional, and digital application. It is important to note that the project objectives were met in full.

Keywords:

Graphic design, Corporate Identity, Corporate Identity Manual

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de docente del centro cultural de idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Yo **Mgs. Amparo Romero** con **C.I. 050136918-5 CERTIFICO** que he realizado la respectiva revisión del Abstrac; con el tema: “Diseño de la Identidad Corporativa de las carreras profesionales de la Universidad Técnica de Cotopaxi mediante la elaboración de un Manual Corporativo para cada Unidad Académica, conservando la Imagen Institucional para difundirla en la colectividad, durante el periodo 2014 – 2015” y sus autoras son:

Las Srtas. Betancourt Guachamin Johanna de los Angeles con C.I. 050361684-9 Y Rodríguez Panchi Mery Alexandra con C.I. 050333925-1, egresadas de la especialización de la Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado, con su Tutor de tesis Ing. Fernando Sánchez.

Latacunga, 21 de Noviembre del 2014

.....
Mgs. Amparo Romero
C.C. 050136918-5
Docente C.C.I

INTRODUCCIÓN

La Universidad Técnica de Cotopaxi está ubicada en la provincia de Cotopaxi, ciudad Latacunga siendo uno de los iconos más representativos de la ciudad. Y el presente tema busca solucionar el problema que actualmente se origina en la universidad, que es “La carencia de identificación que los estudiantes tienen para diferenciarse por carreras dentro de la institución. La importancia de esta investigación se estableció principalmente en el diseño de la Identidad Corporativa de las carreras profesionales de la Universidad Técnica de Cotopaxi, mediante la elaboración de un manual corporativo para cada unidad académica, guiándose en la imagen institucional.

Es importante indicar que la Universidad Técnica de Cotopaxi se caracteriza por generar profesionales de alta calidad que brindan a la sociedad sus conocimientos tanto teóricos como prácticos de acuerdo a la carrera a la que pertenecen, por lo que es indispensable que la identidad corporativa de la Institución sea de fácil acceso para que los estudiantes y autoridades puedan conocerlas normas de uso, aplicaciones, soportes gráficos publicitarios y de esta manera todos puedan informarse y a la vez conocer la carrera a la que pertenecen.

La identidad corporativa de la Universidad Técnica de Cotopaxi está formada por el conjunto de características, valores y creencias con las que la Institución se auto identifica y se auto diferencia de las otras, en la actualidad, es de vital importancia que todo establecimiento posea identidad e imagen corporativa que las represente ya que se logra que la universidad se diferencie de las demás, tenga personalidad propia, y genere reputación y prestigio.

El objetivo de esta investigación es demostrar que la imagen institucional constituya una representación mental a través de los elementos visuales como son: los logotipos realizados para cada carrera. El principal propósito de una adecuada identidad

corporativa es utilizar correctamente la imagen institucional respetando las normas establecidas en el manual corporativo de la Universidad.

Se logró conseguir la representación visual de la Institución, incluyendo logotipo (para cada carrera), diseño, tipografía y colores para reflejar la filosofía y valores de la Universidad Técnica de Cotopaxi y a la vez, para ayudar a entender la estructura de la organización y a que los estudiantes y autoridades se sientan parte de la misma. Para la realización del presente tema se utilizó dos métodos de investigación como: el método hipotético – deductivo y el método descriptivo los cuales permitieron alcanzar los objetivos propuestos.

En el CAPITULO I se detalló conceptos y definiciones sobre los principales temas de identidad corporativa como: diseño, diseño gráfico, retícula, maquetación, y también toda la información de cada carrera para conocer claramente la actividad que desempeña cada una.

En el CAPITULO II se realizó la interpretación de resultados obtenidos a partir de la encuesta y entrevista realizada a los estudiantes y autoridades de la Institución, dando como resultado que es necesario la aplicación del presente tema de tesis por la clara necesidad que cada carrera tiene de identificarse.

En el CAPITULO III se explica el procedimiento seguido para elaborar cada manual de identidad corporativa para lo cual primero debemos diferenciar claramente los

conceptos entre imagen corporativa que es la (estrategia) y publicidad que es la (táctica). Es por ello que la estrategia de comunicación visual busca el desarrollo de aspectos que favorezcan la identificación y diferenciación de cada carrera, permitiéndonos fortalecer la imagen institucional.

CAPITULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Diseño

WONG Wucius,(2005; pág.41) Manifiesta que: “El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor.

En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia “algo” ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese “algo” sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser solo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.”

Siendo así que el diseño es el proceso creativo que está enfocado a proyectar de una forma innovadora objetos estéticos y útiles para la sociedad. El diseño puede considerarse como la expresión visual de una idea, ayudando a crear soluciones.

Es una práctica en la que se determinan formas, ideas, proyectos, pensamientos dirigidos a dar respuesta concreta a una necesidad, además es una actividad

importante que combina creatividad y técnicas para dar soluciones a un tema o problemática.

El diseño tiene varias ramas pero en este caso nombraremos tres: la edición, la publicidad y la identidad las cuales están encaminadas a dar un determinado mensaje y estarán incluidas en la presente tesis por su importancia.

1.2 Diseño gráfico

PERALTA Rómulo, (2006; pág.06) dice que: “El diseño gráfico ha ido cobrando, paulatinamente, mayor relevancia en el campo de la comunicación de las ideas convirtiéndose hoy en un verdadero poder de persuasión, ya que su objetivo es influir en el modo de pensar de las personas, inducir al consumo y crear expectativas, se mueve entre la ambigüedad de la realidad, la ficción y la ética.”

Según (SAMARA Timothy, 2008; pág. 06,07), manifiesta que: “El diseñador gráfico es un comunicador: toma una idea y le forma visual para que otros la entiendan, expresa y organiza en un mensaje unificado sirviéndose de imágenes, símbolos, colores y materiales tangibles, como una página impresa, e intangibles, como los píxeles de un ordenador o la luz en un video. Los diseñadores gráficos realizan esta labor para una empresa u otra organización con el fin de ayudarlas a llevar su mensaje al público con ello provocar en este una respuesta determinada.”

El diseño gráfico es una actividad que está orientada a diseñar y dirigir proyectos de comunicación visual a través de la imagen creativa, es el proceso de seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales enfocados a comunicar mensajes específicos, la función principal del diseño gráfico es transmitir información a través de composiciones gráficas.

1.2.1 Ámbitos de Aplicación de Diseño Gráfico

Según (TONA PARERA, 2005; pág.5 y 6), manifiesta: “El producto del Diseño Gráfico se aplica en la actualidad a diversos ámbitos de la vida humana, que debemos diferenciar al tener cierto grado de especialización que los caracteriza y distingue: Edición, Publicidad, Imagen Corporativa y Audiovisuales. Edición, tanto por lo que respecta a la realización de libros, revistas o periódicos, como por lo que hace referencia al diseño de los elementos gráficos en general”

El diseño gráfico se aplica actualmente en todo el mundo publicitario, encontrándolo empleado en diferentes medios como en el diseño de páginas web e interfaces digitales, el diseño editorial donde se realizan volantes, periódicos, revistas, señalética, etc.

1.3 Fundamentos del diseño

WONG Wucius, (2005; pág.42, 43, 44) Manifiesta que:

Elementos del diseño.- En realidad, los elementos están muy relacionados entre sí y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general. Tomados por separado, pueden parecer bastante abstractos, pero reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño.

Se distinguen cuatro grupos de elementos:

Elementos conceptuales.- Los elementos conceptuales no son visibles. No existen de hecho, sino que parecen estar presentes. Por ejemplo, creemos que hay un punto en el ángulo de cierta forma, que hay una línea en el contorno de un objeto, que hay planos que envuelven un volumen y que un volumen ocupa un espacio.

Estos puntos, líneas, planos y volúmenes no están realmente allí; si lo están ya no son conceptuales.

- a) **Punto.** Un punto indica posición. No tiene largo ni ancho. No ocupa una zona del espacio. Es el principio y el fin de una línea, y es donde dos líneas se encuentran o se cruzan.
- b) **Línea.** Cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea. La línea tiene largo, pero no ancho. Tiene posición y dirección. Está limitada por puntos. Forma los bordes de un plano.
- c) **Plano.** El recorrido de una línea en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un plano. Un plano tiene largo y ancho, pero no grosor. Tiene posición y dirección. Está limitado por líneas. Define los límites extremos de un volumen.
- d) **Volumen.** El recorrido de un plano en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un volumen. Tiene una posición en el espacio y está limitado por planos. En un diseño bi-dimensional, el volumen es ilusorio.

Elementos visuales.- Cuando dibujamos un objeto en un papel, empleamos una línea visible para representar una línea conceptual. La línea visible tiene no solo largo, sino también ancho. Su color y su textura quedan determinados por sus materiales que usamos y por la forma en que los usamos.

Así, cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen la forma, medida, color y textura. Los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos.

- a) **Forma.** Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.
- b) **Medida.** Todas las formas tienen un tamaño.
- c) **Color.** Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color.
- d) **Textura.** La textura se refiere a las cercanías en las superficies de una forma.

Elementos de relación.- Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos, como la dirección y la posición; otros pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad.

- a) **Dirección.** La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.
- b) **Posición.** La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o la estructura del diseño.
- c) **Espacio.** La forma de cualquier tamaño por pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio puede estar ocupado o vacío.
- d) **Gravedad.** La sensación de gravedad no es visual sino psicológica.

Elementos prácticos.- Los elementos prácticos subyacen en contenido y el alcance de un diseño. Están más allá del alcance de este libro, pero quisiera mencionarlos aquí:

- a) **Representación.** Cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza, o del mundo hecho por el ser humano, es representativa. La representación puede ser realista, estilizada o semiabstracta.
- b) **Significado.** El significado se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.
- c) **Función.** La función se hace presente cuando un diseño debe servir un determinado propósito.

El marco de referencia.- Los mencionados elementos existen normalmente dentro de límites que denominados "marco de referencia". Esta referencia señala los límites exteriores de un diseño y define la zona dentro de la cual funcionan juntos los elementos creados y los espacios que se han dejado en blanco.

Los elementos del diseño son esenciales para producir objetos visuales que transmitan información determinada. Cada uno de los elementos es fundamental para obtener un diseño de excelencia, ya sea visual, conceptual, de relación, o práctico.

Todos los elementos visuales constituyen un objetivo en el lenguaje visual, produciendo un trabajo llamado diseño.

1.4 Manual de identidad visual

Localizado en: VALLS Miquel, IVACE, (2006) En línea:

http://diseny.ivace.es/index.php?option=com_content&task=view&id=81&Itemid=85

La necesidad de poseer signos de identidad que proyecten a las empresas frente al mercado, personalizando las acciones e identificando la gestión, ha dado paso al desarrollo de una disciplina muy especializada. Ésta es el fruto de una mezcla de investigación, de estrategia y de diseño que se denomina Identidad Corporativa, traducción literal del término Corporate Identity y que de una forma más libre equivaldría al proceso de dotar a una empresa de una personalidad visible, generando lo que se denomina Programa de Identidad Visual Corporativa, Podríamos definir el Programa de Identidad Visual como un conjunto unitario de instrucciones ordenadas para llevar a cabo un proyecto, previamente estructurado y con el objetivo principal de crear la imagen de una empresa o institución y que se materializa visualmente en un Manual de Identidad Visual.

El manual de identidades una guía donde se diseñan las líneas maestras de la imagen, además permite normalizar el manejo de la imagen gráfica y se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes publicitarios tanto para utilizarlos internamente como externamente.

Dentro del manual se describen los signos gráficos seleccionados para mostrar su imagen y todas sus posibles variaciones, también se explican los usos permitidos mediante la

utilización de ejemplos, además también se explican los usos incorrectos de aplicación del logotipo.

Es una guía que sirve para orientar tanto a estudiantes como a las autoridades a dar un buen uso de la imagen institucional, ya que bien utilizado podemos lograr posicionarnos en la mente de todos.

1.4.1 Elementos Básicos de la Identidad.

1.4.1.1 Aplicaciones de la Marca.

El primer apartado está compuesto de la marca y sus esquemas de configuración, las distintas versiones de la misma, su representación en color y monocromo, versiones en positivo y negativo, colores de la misma y sus equivalencias para distintos sistemas, las tipografías o tipos de letra que utilizaremos en las comunicaciones, texturas y otros elementos gráficos básicos que forman parte de la identidad. La utilización de estos códigos garantiza la uniformidad de la marca y aporta al usuario unas directrices concretas.

El segundo apartado comprende todo el conjunto de soportes portadores de la marca y que son constantes y no forman parte de una campaña o una acción publicitaria, como son la papelería de uso comercial y administrativo (tarjetas, sobres, cartas etc.), el parque móvil, la identificación y señalización de instalaciones, el vestuario del personal, objetos promocionales, arquitectura web y publicaciones de uso interno.

Es el nombre que se da para la identificación de lo que se desee promocionar la manera más efectiva puede ser a través del uso de un logotipo. La marca debe ser fácil de pronunciar, fácil de reconocer, fácil de recordar, corto, distintivo. La marca es de gran importancia para la institución ya que permite promocionar y dar publicidad mediante el uso del logotipo.

1.4.2 Maquetación

DABNER David, (2005; pág. 16), manifiesta que: “El termino maquetación indica la forma de organizar los distintos materiales que componen el contenido de un diseño. El objetivo es tanto presentar información de forma lógica y coherente como hacer resaltar los elementos importantes. El uso de una cuadrícula y elementos estilísticamente coherentes también ayuda a que el espectador absorba la información de forma visualmente agradable”

- ✓ **Limpio y estructurado.** El espacio en blanco y alrededor de las cajas de texto facilita al ojo el recorrido por la información.
- ✓ **Autoritario.** El texto justificado da a la información sensación de seriedad.

Composición de una página, se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales nos ayudan a definir el área sobre la que desarrollaremos el trabajo y la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, maquetar un diseño, consiste en dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, imágenes, textos etc.

Todo trabajo de maquetación debe ser realizado mediante el uso de una guía para conseguir una estructura y tamaños fijos, para lo cual se utiliza la retícula que es la base donde se colocan los elementos gráficos con la finalidad de que el diseño tenga estética y orden, es muy importante en el estilo y creatividad de periódicos, revistas, libros etc. Se utiliza una rejilla base que sirve para delimitar los márgenes del área y donde se coloca el texto y las imágenes, nos ayuda a realizar una excelente edición.

1.4.3 Retícula

Según (SAMARA Timothy, 2004; pág. 22), manifiesta que: “Cualquier diseño implica la resolución de una serie de problemas tanto a nivel visual como a nivel organizativo. Imágenes y símbolos, campos de texto, titulares, tablas de datos: todo ello debe reunirse

con el fin de comunicar. Una retícula es simplemente una forma de presentar juntas todas esas piezas. Las retículas pueden ser flexibles y orgánicas, o bien rigurosas y mecánicas.

Los beneficios que reporta trabajar con una retícula son sencillos: claridad, eficacia, economía y continuidad.

Más que nada, una retícula aporta a la maquetación un orden sistematizado, distinguiendo los diversos tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido.”

1.4.4 Elementos de Retícula

Según (SAMARA Timothy, 2004; pág. 23, 24,25), manifiesta que: “Los elementos de la retícula son:

Los márgenes.- Son los espacios negativos entre el borde del formato y el contenido que rodean y definen la zona “viva” en la que pueden disponerse la tipografía y las imágenes. Las proporciones de los márgenes requieren una consideración profunda, ya que contribuyen a establecer la tensión general dentro de la composición. Los márgenes pueden utilizarse para dirigir la atención, pueden servir como espacio de descanso para el ojo, o bien pueden contener a determinada información secundaria.

Líneas de flujo.- Son alineaciones que rompen el espacio dividiéndolo en bandas horizontales. Estas líneas guían al ojo a través del formato y pueden utilizarse para imponer paradas adicionales y crear puntos de inicio para el texto o las imágenes.

Zonas espaciales.- Son grupos de módulos que, en su conjunto, forman campos claramente identificables. Puede asignarse un papel específico a cada campo para mostrar información; por ejemplo, un campo alargado horizontal puede reservarse para imágenes, y el campo situado debajo de este puede reservarse para una serie de columnas de texto.

Los marcadores.- Son indicaciones de posición para texto subordinado o repetido a lo largo del documento, como los folios explicativos, los títulos de sección, los números de página o cualquier otro elemento que ocupe una única posición en una maqueta.

Los módulos.- Son unidades individuales de espacio que están separados por intervalos regulares que, cuando se repiten en el formato de la página, crean columnas y filas.

Las columnas.- Son alineaciones verticales de tipografía que crean divisiones horizontales entre los márgenes.

Puede haber un número cualquiera de columnas; a veces todas tienen la misma anchura y, a veces, tienen anchuras diferentes en función de su información específica. ”

La retícula es un elemento constituido por líneas que nos permite tener una base sobre la que podemos trabajar y donde podemos aplicar los elementos con los que estamos trabajando como por ejemplo imágenes, cuadros de texto, etc. Nos ayuda a definir el documento para conseguir, un orden y estética.

La retícula hace que la lectura se realice con mayor rapidez, también que se visualicen los contenidos a una distancia considerable y que de esta manera podamos retener con facilidad en nuestra memoria la información que estamos recibiendo.

Cualquier diseño implica la solución de una serie de problemas tanto visuales como de organización, imágenes, símbolos, texto gracias a la retícula se puede presentar junto a todos estos elementos.

1.5 Diseño de identidad

COSTA Joan, (1994, pág.20) expresa que: “Sea cual sea la clase de información que las empresas transmitan—utilitaria, cultural, didáctica o persuasiva -, los mensajes incluyen

sistemáticamente, unos signos de identidad. Son la “firma” del emisor: el editor de un libro que imprime su marca en él; el patrocinador de un catálogo utilitario que inscribe en el su nombre; la institución promotora de una campaña cívica que firma los mensajes de la misma. También las otras de diseño incorporan los signos de identidad del fabricante, o del arquitecto, en las obras que producen: objeto industrial, producto de uso, edificio público, etc. Es la función del marcaje de la identidad. El producto ostenta y vehicula su “marca” de procedencia o de autor-imagen de marca”

El diseño de identidad corporativa debe transmitir personalidad y carácter. El diseño de identidad corporativa es muy importante para una organización ya que consiste en plasmar visualmente todo el trabajo que realiza la empresa, procurando comunicar a través de los diferentes medios y soportes los contenidos esenciales que son atribuibles a la empresa.

En pocas palabras el diseño de identidad es el reflejo de la empresa que se lo hace a través de la creación gráfica de un concepto.

1.6 La identidad corporativa

COSTA Joan, (1994, pág.21) manifiesta que: “La práctica del diseño de identidad propiamente dicho o sea como técnica y como estatuto profesional se inicia de hecho con la reinención, por tercera vez, de la marca. La primera vez por los antiguos artesanos anteriores a Cristo; la segunda por las corporaciones medievales, y la tercera, por el industrialismo del siglo XIX.

El diseño de la identidad ya no se limita a la marca, y pasa así a constituir una disciplina más compleja y más completa en la que intervendrán de manera decisiva, el management, la investigación.”

Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización y contribuye con múltiples beneficios para que la organización siga creciendo.

La identidad corporativa es la puerta principal de toda organización, es decir es el reflejo de la empresa o institución. Por esta razón la identidad corporativa se la manifiesta a través del concepto gráfico que la empresa considere. Analizando con profesionales las mejores opciones para una buena presentación.

1.7 Imagen corporativa

Según (ROSELLI MIRALIS, 1991; pág. 41) manifiesta que: “A principios de los años cincuenta mi oficina tenía muchos clientes y trabajaba en distintas áreas del diseño: símbolos y logotipos publicaciones e impresión, exposiciones y exhibiciones, además de diseño y embalaje de productos. De hecho nuestra oficina trabajaba en cualquier encargo de diseño concebible. Llegados a este punto, empecé a plantear a mis asociados si no sería más interesante y más oportuno trabajar para menos clientes, pero responsabilizarse de todas sus actividades en el aspecto visual.”

La imagen corporativa es la representación visual de una organización. Una imagen corporativa acertada ayudara a mantener a la organización en un buen concepto.

Se la usa en campañas publicitarias para dar a conocer el trabajo que la organización brinda. Cabe mencionar que la imagen corporativa debe ser consistente para el posicionamiento de una organización.

1.8 Imagen global

Según: (COSTA Joan, 1994; pág. 22) manifiesta que: “Imagen, culminando en el sentido de “representación mental”. Global, en tanto que el resultado de la coordinación de las diferentes aplicaciones del diseño – y no solo el grafismo – bajo un criterio integrador y a través de todos los medios de expresión. La imagen global es función del diseño total.”

La imagen global hace referencia a toda la empresa o entidad, tiene siempre el sentido de imagen mental, de representación memorial.

El mecanismo esencial es el de percepción, asociaciones, imagen mental y de reacciones, es decir, todo aquello a lo que el público asocia con la empresa lo que se ve junto, lo que se repite, lo que el cerebro percibe y organiza como coherente.

Por eso la idea de construir la imagen global, que es más que la simple marca o que la identidad corporativa, corresponde la idea de diseño total.

1.9 Tipografía

MARSHALL Lindsey - MEACHEM Lester (2012; pág.8) dice que: “Las letras se desarrollaron como medio alternativo de comunicación frente a la palabra hablada. Inicialmente, esta comunicación visual tenía lugar mediante pictogramas, que utilizaban una imagen para representar un objeto e ideogramas, que expresaban significados más complejos, acciones.

Estos símbolos evolucionaron de forma gradual- y de distintos modos dentro de cada cultura y sociedad- hacia las letras que hoy nos resultan familiares. En un primer momento las letras las realizaban a mano los escribas, pero, con el aumento de la población y la necesidad de una comunicación más compleja se desarrollaron medios mecánicos de producción de la palabra escrita. El grabado en madera y las planchas xilográficas se emplearon ampliamente cuando había que comunicar un mensaje a muchas personas como sucedía, por ejemplo, con los libros de grabado religiosos que utilizaban los clérigos”

1.9.1 Anatomía de la Letra

DABNER David, (2005; pág.40) manifiesta que: “Con frecuencia se pasa por alto la importancia del tipo de letra en un diseño, pero elegir entre una lista de fuentes a la que se tiene acceso exige especial cuidado y considerable comprensión visual. Antes de empezar a

Sin embargo dentro de las formas establecidas existen muchas posibilidades de variación estructural.

Fuente.- En sentido estricto una fuente es un conjunto de caracteres en un cuerpo y en un estilo; por ejemplo, la Garamond cursiva de 12 puntos. Una familia es un grupo de fuentes relacionadas, con diferentes estilos y cuerpos; por ejemplo, la Garamond redonda, cursiva y negrita en los cuerpos de 8, 10,12 y 14 puntos. No obstante la mayoría de los tipógrafos utilizan los términos “fuente”, “familia”, “tipografía” indistintamente.

Modulación.- El eje a partir del cual se dibuja la letra; la modulación puede ser vertical u oblicua.

Remates o serifas.- Las líneas cortas que están al final de los trazos verticales y horizontales. La forma y el tamaño de los remates pueden variar considerablemente.

Cartela.- Las formas curvas que unen los trazos verticales y horizontales. La Caslon tienen unas cartelas moderadas la serifa no tiene cartelas.

Peso.- El color general de una tipografía. Una fuente suele tener por lo menos tres pesos: fina, regular y negrita (light, médium, bold). Entre los pesos adicionales se encuentran las siguientes book, la semibold, black y extra black. A las letras de peso medio o regular pueden llamárseles también romanas o normales.

Altura x.- La altura de la x minúscula; por lo general está entre el 50% y el 60% de altura de las mayúsculas.

Contraste.- La diferencia entre el grosor de los trazos verticales y horizontales.

La tipografía es un elemento fundamental en el diseño, pues esta es la forma gráfica de transmitir un mensaje. A través de la tipografía podemos realizar diferentes diseños. Cada

tipografía tiene diversas estructuras como la fuente, los remates y serifas, su peso visual o su altura también su contraste.

La variación estructural de una fuente tipográfica puede afectar la legibilidad, una tipografía puede abarcar diferentes estilos alterando su estructura sin embargo se debe de tener en cuenta que para diseñar es necesaria una tipografía que tenga una buena legibilidad.

La tipografía permite que el diseñador tenga la oportunidad de combinar las diversas fuentes tipográficas, experimentando con una infinidad de diseños en los tipos de letra.

1.10 Color

WONG Wucius, (1999; pág. 149) menciona que: “Cualquier color simple o combinación de colores puede tener un significado simbólico, transmitir un mensaje, atraer la atención, evocar emociones o mostrar un talante especial. Un diseñador debe comprender lo que los colores pueden hacer o expresar a fin de usarlos de forma efectiva en la comunicación, la decoración o para cualquier finalidad especial.”

1.10.1 Atributos de Color

DABNER David, (2005; pág.26) manifiesta que:

Tono, luminosidad, saturación.

Un color puro, como el rojo o el azul, se conoce como el tono, que es el nombre genérico del color. Un único tono tiene muchas variaciones de color puro, en una gradación que va desde el claro al oscuro.

El termino para describir esta gradación es “luminosidad”.

En los ordenadores, la gama de luminosidad o gama tonal se expresa en porcentajes, de tal manera que el 10% será una versión muy pálida de un tono, y el 90%, casi todo su valor.

Cuando un color se utiliza sin porcentaje tonal se dice que es un color “sólido”. En último

lugar, un único tono también varía según su intensidad. Esto se conoce como “saturación”, croma o intensidad. La saturación de un tono va desde intensidad total a baja, o desde tono intenso a gris. Otros términos significativos utilizados en diseño están asociados con el empleo de los colores en combinación. Un instrumento que puede ser de gran ayuda es un círculo cromático que muestra todo el espectro de colores, desde el rojo hasta el violeta

1.10.2 Modalidad De Color

MODALIDAD RGB.- La modalidad RGB está directamente relacionada con la forma en que la visualización de pantalla se compone con las luces de los colores primarios rojo (R), verde (G) y azul (B). Dando el 100% de porcentaje a cada uno de los tres luces de color primario se producirá el blanco; dando 0% a cada una se producirá el negro, y dando 50% de valor a cada una se producirá un gris medio.

MODALIDAD CMYK.- La creación de colores en la modalidad RGB involucra el proceso aditivo de mezcla de colores. Trabajar en la modalidad CMYK es un parecido a trabajar con pigmentos e involucra un proceso sustractivo como el relacionado con la impresión comercial.

Las cuatro barras del mezclador de colores representa las cuatro tintas de proceso: cian, amarillo, magenta y negro.

El color es una percepción visual que busca atraer la atención del espectador, tiene el poder de generar sentimientos y emociones en las personas, el color contiene muchas variaciones tonales y cromáticas. Se extiende desde los colores claros hasta los oscuros como el blanco y negro, los colores cálidos y fríos como el rojo y el azul.

1.11 Análisis de la Universidad Técnica de Cotopaxi

Localizado en (Cotopaxi, 19 de Octubre de 2013) [en línea]:<http://www.utc.edu.ec>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

MISIÓN

La Universidad Técnica de Cotopaxi, forma profesionales humanistas con pensamiento crítico y responsabilidad social, de alto nivel académico, científico y tecnológico con liderazgo y emprendimiento, sobre la base de los principios de solidaridad, justicia, equidad y libertad; genera y difunde el conocimiento, la ciencia, el arte y la cultura a través de la investigación científica y la vinculación con la sociedad para contribuir a la transformación económica-social del país.

VISIÓN

Será un referente regional y nacional en la formación, innovación y diversificación de profesionales acorde al desarrollo del pensamiento, la ciencia, la tecnología, la investigación y la vinculación en función de la demanda académica y las necesidades del desarrollo local, regional y del país.

UNIDADES ACADÉMICAS:

Unidad Académica De Ciencias Administrativas Y Humanísticas (U.A. CCAAHH)

Lic. Rocío Peralvo M. Sc. - Directora Académica

La Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas tiene carreras que se refieren a la Administración, en las cuales se fomenta la gestión y economía, a través de la elaboración, análisis e interpretación de las ciencias administrativas, para ser utilizada como herramienta en la toma de decisiones administrativas y financieras, con conocimiento y ética profesional.

Las carreras Humanísticas se relacionan a la comprensión del hombre y la mujer ya sea en sus aspectos sociales educativos, comunicacionales y del derecho, se interesan especialmente en reflexionar sobre las conductas del ser humano, para describirlas, explicarlas y en otros casos buscar soluciones a sus problemáticas.

MISIÓN

Es una unidad académica que contribuye a satisfacer las necesidades sociales de formación profesional en las áreas administrativa y humanística, a través de una oferta académica con pensamiento crítico, democrático, solidario y una adecuada articulación de la docencia, investigación y vinculación con la colectividad, que responden a las necesidades sociales, económicas y productivas de la provincia y del país.

VISIÓN

Unidad académica con un alto nivel científico, investigativo, técnico y profundamente humanista, fundamentada en innovaciones curriculares y trabajo inter y multidisciplinario, que se concretan en proyectos investigativos, comunitarios y de prestación de servicios, como aporte al desarrollo local, regional y nacional, con personal académico de excelencia que desarrollen la docencia, investigación y vinculación con la colectividad, con un compromiso social y una infraestructura en correspondencia a su población estudiantil.

OBJETIVOS

Formar profesionales con un perfil científico, técnico, social y humanista, en todas las carreras ofertadas por la unidad académica.

Desarrollar la investigación científica y tecnológica, en la búsqueda de nuevos conocimientos en cada una de las carreras de la Unidad Académica.

Potenciar las actividades de vinculación con la sociedad, a través de programas que fortalezcan la solidaridad, la interculturalidad y lo multiétnico.

Desarrollar un sistema integrado de gestión de la unidad académica que permita fortalecer la cultura de planificación y evaluación de las carreras, bajo el principio de la rendición social de cuentas.

CARRERAS:

INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

MISIÓN

La Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría forma profesionales integrales con alto nivel académico científico y humanístico para contribuir a la solución de los problemas relacionados con la gestión contable financiera de las organizaciones y necesidades de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

La Carrera de Contabilidad y Auditoría conlleva un liderazgo en los sistemas contables tributarios y de verificación de información, apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como la transparencia, objetividad, respeto, identidad, libertad, democracia y compromiso social en organizaciones públicas o privadas para contribuir a la transformación de la sociedad.

INGENIERÍA COMERCIAL

MISIÓN

La Carrera de Ingeniería Comercial forma profesionales integrales con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de problemas relacionados con la gestión de procesos administrativo – financieros de las organizaciones, de las necesidades del sistema productivo y de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

La Carrera de Ingeniería Comercial será líder en el diseño, planificación y evaluación organizacional, proyectos de emprendimiento y desarrollo de liderazgo, apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: transparencia, respeto, identidad, libertad, democracia, compromiso social en el sector productivo y económico para contribuir a la transformación de la sociedad.

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MISIÓN

La carrera de Comunicación Social forma profesionales integrales en comunicación con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de los problemas relacionados con la práctica comunicativa crítica, interpretativa, participativa e investigativa en instituciones públicas o privadas y necesidades de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

La carrera de Comunicación Social conlleva un liderazgo en el diseño, desarrollo y evaluación de productos comunicativos apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y

tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: respeto, identidad, libertad, transparencia, objetividad, democracia y compromiso social para fomentar proyectos comunicativos innovadores en medios públicos o privados y contribuyan a la transformación de la sociedad.

LICENCIATURA EN CULTURA FÍSICA

MISIÓN

La Carrera de Cultura Física forma profesionales integrales en docencia con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de los problemas relacionados con la enseñanza–aprendizaje de la práctica deportiva y necesidades del sistema educativo y de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

La Carrera de Cultura Física conlleva un liderazgo en el proceso educativo de la educación física, deportes y recreación apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: respeto, identidad, libertad, democracia y compromiso social para fomentar proyectos educativos innovadores que garanticen la calidad académica en el sistema educativo nacional y contribuyan a la transformación de la sociedad.

LICENCIATURA EN EDUCACIÓN PARVULARIA

MISIÓN

La Carrera de Educación Parvularia forma profesionales integrales en docencia con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de los

problemas relacionados con la enseñanza-aprendizaje en la formación parvularia e inicial y necesidades del sistema educativo y de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

La Carrera de Educación Parvularia conlleva un liderazgo en el proceso educativo parvulario e inicial apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: respeto, identidad, libertad, democracia y compromiso social para fomentar proyectos educativos innovadores que garanticen la calidad académica en el sistema educativo nacional y contribuyan a la transformación de la sociedad.

LICENCIATURA EN INGLÉS

MISIÓN

La carrera de INGLÉS forma profesionales integrales en docencia con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de los problemas relacionados con la enseñanza-aprendizaje de la práctica comunicativa del idioma Inglés y necesidades del sistema educativo y de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

La carrera de INGLÉS conlleva un liderazgo en el proceso educativo del idioma extranjero Inglés apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: respeto a la identidad,

libertad, democracia y compromiso social para fomentar proyectos educativos, innovadores que garanticen la calidad académica en el sistema educativo nacional y contribuyan a la transformación de la sociedad.

LICENCIATURA EN EDUCACIÓN BÁSICA

MISIÓN

La Carrera de Educación Básica forma profesionales en docencia con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de los problemas relacionados con la enseñanza – aprendizaje de la Educación General Básica y necesidades del sistema educativo y de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

La carrera de Educación Básica conlleva un liderazgo en el proceso educativo integral apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: respeto, identidad, libertad, democracia y compromiso social para fomentar proyectos educativos innovadores que garanticen la calidad académica en el sistema educativo nacional y contribuyan a la transformación de la sociedad.

LICENCIATURA EN SECRETARIADO EJECUTIVO GERENCIAL

MISIÓN

La carrera de Secretariado Ejecutivo Gerencial forma profesionales integrales con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de los

problemas relacionados con la ejecución de decisiones y lineamientos gerenciales apoyada en el uso de las tecnologías de la comunicación e información en las empresas públicas o privadas y necesidades de la sociedad ecuatoriana.

VISIÓN

La carrera de Secretariado Ejecutivo Gerencial conlleva un liderazgo en la asistencia gerencial, apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: transparencia, respeto, identidad, libertad, democracia y compromiso social en las organizaciones para contribuir a la transformación de la sociedad.

Unidad Académica De Ciencias De La Ingeniería Y Aplicadas (U.A.CIYA)

Lic. Hugo Armas. Ms.C. - Director UA. CIYA.

MISIÓN

Formar profesionales creativos, críticos y humanistas que utilizan el conocimiento científico y técnico, mediante la promoción y ejecución de actividades de investigación y aplicaciones tecnológicas para contribuir en la solución de los problemas de la sociedad.

VISIÓN

Una Unidad Académica con un alto nivel científico, investigativo, técnico y profundamente humanista, generadora de tecnologías, con trabajos inter y multidisciplinario, que se concretan en proyectos investigativos, productivos,

comunitarios y de prestación de servicios, a través de convenios con instituciones públicas y privadas, locales, nacionales e internacionales con una administración democrática, horizontal, vinculada con la sociedad.

INGENIERÍA EN INFORMÁTICA Y EN SISTEMAS DIGITALES

MISIÓN

La Carrera de Ingeniería en Informática y Sistemas Computacionales, forma profesionales con sólidos conocimientos en las ciencias de la computación, la ingeniería de software y redes de información, por medio de la síntesis de los saberes humanísticos tecnológicos y científicos, que contribuyan a aplicar la tecnología de la información y comunicación, como parte del desarrollo social y económico de la provincia y del país.

VISIÓN

En el año 2015 la Carrera de Ingeniería en Informática y Sistemas Computacionales lidera los procesos de formación profesional en el desarrollo de tecnologías de última generación, que le permite alcanzar un sólido reconocimiento social.

INGENIERÍA EN DISEÑO GRAFICO.

MISIÓN

Somos una carrera formadora de profesionales con criterio humanista, que desarrolla destrezas en los ámbitos: creativos, técnicos y metodológicos; capaces de diseñar, planear, organizar, dirigir y proyectar soluciones para satisfacer las necesidades de

comunicación visual, mediante mensajes útiles para la vida y el bienestar social, generando estética gráfica para la provincia y el país.

VISIÓN

En el 2015 seremos una carrera que ejecute proyectos para solucionar problemas gráficos del entorno social; competitivo y con liderazgo institucional. Dispondremos de personal docente capacitado, contenidos curriculares actualizados permanentemente; laboratorios y software de acuerdo a las innovaciones científicas y tecnológicas.

INGENIERÍA ELÉCTRICA

MISIÓN

Formar profesionales integrales en ciencias de la ingeniería para satisfacer las demandas del sector eléctrico, mediante la aplicación de conocimientos científicos, prácticos con profundos valores sociales.

VISIÓN

En el año 2015 seremos una carrera acreditada, dispondremos de una planta docente que cuenta con títulos profesionales de cuarto nivel y amplia experiencia en el área eléctrica; con infraestructura y laboratorios para la ejecución de las actividades teórico-prácticas; fortaleciendo los convenios para pasantías y prácticas pre profesionales a nivel nacional e internacional, lo que nos permitirá mantener una transferencia de conocimientos bidireccional con la sociedad.

INGENIERÍA INDUSTRIAL

MISIÓN

Formar de manera integral profesionales en Ingeniería Industrial, con habilidades, actitudes y valores para diseñar, planificar, organizar, dirigir y optimizar sistemas operativos y administrativos en empresas públicas y privadas; nacionales o extranjeras. Con una marcada formación humanista que les proporcione sentido a sus actos y compromisos con la comunidad.

VISIÓN

En el 2015 seremos una carrera líder en la formación de profesionales en Ingeniería Industrial, comprometida con el desarrollo integral y productivo de la región y el país. Contaremos con un sistema de administración académico eficiente y eficaz, con infraestructura adecuada para el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje e investigación.

INGENIERÍA ELECTROMECAÁNICA

MISIÓN

La Carrera de Ingeniería Electromecánica, forma profesionales con un alto nivel técnico – humanista, capaces de diseñar, construir, implementar y mantener máquinas y sistemas eléctricos, electrónicos y mecánicos para satisfacer las demandas del sector productivo de las medianas y grandes industrias del país, a través de una formación académica de calidad.

VISIÓN

En el 2015 seremos una Carrera acreditada y líder a nivel nacional, con excelencia académica y formación integral, con profesionales críticos, solidarios y

comprometidos con el cambio social; dotada de infraestructura física acorde con el avance científico tecnológico, capaz de dar solución a las demandas productivas, industriales y sociales del país, en un marco de cooperación nacional e internacional, lo que nos permitirá mantener una transferencia de conocimientos bidireccional con la sociedad.

Unidad Académica De Ciencias Agropecuarias Y Recursos Naturales
(U.A. CAREN)

Dr. Enrique Estupiñán. M. Sc. - Director UA.CAREN.

La Universidad Técnica de Cotopaxi, en su afán de responder a las exigencias de una eficiente formación profesional en este caso concreto en el campo de las Ciencias Agrícolas, Veterinaria, Ambientales y de Ecoturismo, mediante la vinculación del proceso enseñanza aprendizaje al proceso productivo, se adquirieron dos haciendas: La denominada Florícola Salache Bajo y la Santa Bárbara de Salache, donde actualmente funcionan los predios universitarios, en la actualidad existe un incremento en la demanda de elementos de aprendizaje, en el proceso de formación profesional.

MISIÓN

Formar profesionales en las diferentes carreras que se ofertan en la Unidad.

Mediante las actividades que realizan profesores y estudiantes, existe la dedicación a la investigación.

Mediante las actividades que realizan los estamentos universitarios, existe la vinculación con el sector externo y la sociedad, a través de la secretaría universitaria, convenios interinstitucionales, con sectores productivos y comunidades.

Formar y preparar profesionales, con conocimientos científicos, técnicos y solidarios con la sociedad en base de un perfil profesional integral.

VISIÓN

Ofertar carreras que estén acordes con el diagnóstico de la Región Central y con el buen vivir de la sociedad ecuatoriana.

En cuanto al sistema de estudios ofertar carreras semipresenciales.

Trabajar para la acreditación de las carreras.

Equipar los laboratorios.

Dotar de la infraestructura más adecuada.

Incrementar la población estudiantil.

OBJETIVOS

La acreditación de las carreras en base del trabajo de todos los estamentos universitarios, buscando siempre la excelencia académica, en base de las partes sustantivas de nuestra Alma Matter, cuya oferta profesional, prevalece, en el campo ocupacional.

INGENIERÍA AGRONÓMICA

MISIÓN

Formar ingenieros agrónomos humanistas, críticos y proactivos; sobre la base de una formación científico – tecnológica y práctica; que adopten estrategias amigables con el ambiente y rescaten las culturas ancestrales en pos de mejorar la seguridad alimentaria y la gestión agro productiva del país.

VISIÓN

En el 2015, Ingeniería Agronómica es una carrera acreditada, líder en la en la formación integral de ingenieros agrónomos y reconocida como promotora del desarrollo agrícola del país. Fortalece sus actividades investigativas y participa activamente en proyectos de vinculación con la sociedad. Para ello dispone de un currículo actualizado, de infraestructura física y tecnológica adecuada y de personal docente altamente calificado.

INGENIERÍA AGROINDUSTRIAL

MISIÓN

Formar profesionales con capacidad crítica, reflexiva, humanista y ética profesional; con sólidos conocimientos científicos y tecnológicos en el campo agroindustrial para la elaboración de productos con valor agregado; contribuyendo en la búsqueda de soluciones sostenibles y sustentables a los diferentes problema existentes en la agroindustria sobre la base de la Investigación Científica orientada a elevar el bienestar de la comunidad, convirtiéndose en un factor de cambio para lograr una sociedad justa y equitativa.

VISIÓN

En el año 2015 ser una carrera acreditada líder a nivel nacional en la formación integral de profesionales del sector agroindustrial, reconocida como promotora del desarrollo de la provincia y la región; integrando la investigación, la docencia, la vinculación y el respeto al medio ambiente.

Disponer de infraestructura suficiente y adecuada con laboratorios de alta tecnología que permita el interaprendizaje, producción, prestación de servicios y un personal docente altamente capacitado.

INGENIERÍA EN MEDIO AMBIENTE

MISIÓN

La Carrera de Ingeniería de Medio Ambiente, forma y capacita profesionales, humanistas, de alto nivel académico, científico y tecnológico, como respuesta a la demanda social y al deterioro ambiental, para que sean partícipes en la búsqueda de soluciones sobre la base de los principios de solidaridad, justicia, equidad y libertad, orientada a elevar el nivel tecnológico, científico, cultural y mantener el equilibrio del ambiente, para el bienestar social y económico del país.

VISIÓN

Ser una Carrera acreditada, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, líder a nivel nacional, en la formación y capacitación de profesionales, humanistas, de alto nivel académico, científico y tecnológico comprometidos con el cambio social; en la ejecución de proyectos de gestión ambiental y el manejo sustentable de los recursos naturales, que aporten a la solución de los problemas ambientales en la provincia, la región y el país, en un marco de alianzas estratégicas nacionales e internacionales, que cuente con infraestructura adecuada, laboratorios de alta tecnología y personal docente altamente calificado, que le permita alcanzar el reconocimiento de la sociedad.

INGENIERÍA EN ECOTURISMO

MISIÓN

Formar profesionales integrales, humanistas y emprendedores, de la más alta calidad académica; que participen en la búsqueda de soluciones de los diferentes problemas socio-culturales, ambientales y turísticos del país; sobre la base del desarrollo de la ciencia y la técnica, de la investigación científica y la vinculación con la sociedad para mejorar el buen vivir de la población.

VISIÓN

En el 2015 la Carrera de Ingeniería en Ecoturismo es acreditada y reconocida como promotora del desarrollo turístico provincial, regional y nacional; ejerce liderazgo en la formación integral de profesionales que aportan con soluciones a la problemática del turismo. Para ello dispone de infraestructura física y tecnológica adecuada, de laboratorios de alta tecnología y de personal docente de excelencia.

MEDICINA VETERINARIA

MISIÓN

Formar profesionales con un amplio compromiso social, científico y tecnológico, de excelencia académica y capaces de contribuir a mejorar el nivel socio-económico, convirtiéndose en un ente de cambio que contribuya al desarrollo zootécnico, de la medicina y la salud pública, ejecutando actividades académicas de calidad sobre la base de una investigación científica, vinculada a la colectividad, como respuesta a la demanda del sistema agropecuario local, regional y nacional.

VISIÓN

Para el 2015 ser una Carrera acreditada y reconocida a nivel local, nacional e internacional, en la formación de profesionales integrales, acorde con el avance científico-tecnológico y humanístico, involucrados con la realidad nacional en el campo pecuario, médico y de salud pública, para lo cual contará con docentes, infraestructura y equipos médicos de tecnología de punta insertados a proyectos de producción pecuaria en ejecución y en constante accionar en el campo de la investigación y vinculación con la colectividad.

CAPITULO II

2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.1 Antecedentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

En Cotopaxi el anhelado sueño de tener una institución de Educación Superior se alcanza el 24 de enero de 1995. Las fuerzas vivas de la provincia lo hacen posible, después de innumerables gestiones y teniendo como antecedente la Extensión que creó la Universidad Técnica del Norte.

El local de la UNE-C fue la primera morada administrativa; luego las instalaciones del colegio Luis Fernando Ruiz que acogió a los entusiastas universitarios; posteriormente el Instituto Agropecuario Simón Rodríguez, fue el escenario de las actividades académicas: para finalmente instalarnos en casa propia, merced a la adecuación de un edificio a medio construir que estaba destinado a ser Centro de Rehabilitación

Social. En la actualidad son cinco hectáreas las que forman el campus y 82 las del Centro Experimentación, Investigación y Producción Salache. Hemos definido con claridad la postura institucional ante los dilemas internacionales y locales; somos una entidad que por principio defiende la autodeterminación de los pueblos, respetuosos de la equidad de género.

2.1.1 Misión

La Universidad Técnica de Cotopaxi, forma profesionales humanistas con pensamiento crítico y responsabilidad social, de alto nivel académico, científico y tecnológico con liderazgo y emprendimiento, sobre la base de los principios de solidaridad, justicia, equidad y libertad; genera y difunde el conocimiento, la ciencia, el arte y la cultura a través de la investigación científica y la vinculación con la sociedad para contribuir a la transformación económica-social del país.

2.1.2 Visión

Será un referente regional y nacional en la formación, innovación y diversificación de profesionales acorde al desarrollo del pensamiento, la ciencia, la tecnología, la investigación y la vinculación en función de la demanda académica y las necesidades del desarrollo local, regional y del país.

2.2 Métodos de investigación a ser utilizados

Método Hipotético-Deductivo.-Utilizaremos el método hipotético-deductivo por la factibilidad que tendremos en el procedimiento dentro de la práctica científica. Valiéndonos de varios pasos esenciales como: observación de la investigación sobre la identidad corporativa de la institución, y deducir consecuencias o proposiciones elementales.

Método Descriptivo.- Consiste en realizar una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, lo más detallada y exhaustiva posible de la realidad que se encuentra dentro de lo referente a identidad corporativa. Por tanto se trata de un método cuya finalidad es obtener y presentar, con el máximo rigor o exactitud posible, la información sobre la Identidad Corporativa y todo lo referente al presente tema.

2.3 Cálculo de la población y muestra

2.3.1 Población

TABLA # 1: POBLACIÓN ESTUDIANTES

UNIDAD	CARRERA	POBLACIÓN	MUESTRA
CAREN	AGROINDUSTRIAL	172	5
	AGRONÓMICA	207	6
	ECOTURISMO	180	6
	MEDIO AMBIENTE	319	10
	VETERINARIA	287	9
	Total alumnos CAREN:	1171	36
	COMERCIAL	402	12
CCAAHH	COMUNICACIÓN SOCIAL	149	5
	CONTABILIDAD	645	20
	CULTURA FÍSICA	67	2
	EDUCACIÓN BÁSICA	521	16
CCAAHH	INGLES	76	2
	PARVULARIA	271	8
	SECRETARIADO	95	3
	Total alumnos CCAAHH:	2226	68
CIYA	DISEÑO GRAFICO	254	8
	ELÉCTRICA	226	7
	ELECTROMECAÁNICA	428	13
	INDUSTRIAL	162	5
	SISTEMAS	448	14
	Total alumnos CIYA:	1518	47
	Total alumnos UTC:	4915	151

TABLA # 2: POBLACIÓN AUTORIDADES

Autoridades	Nº
Rector	1
Vicerrector	1
Director Académico CIYA	1
Director Académico CCAAHH	1
Director Académico CAREN	1
Coordinadores de Carreras	18
TOTAL:	23

FUENTE: Estadística UTC

ELABORADO: Por Autoras

2.3.2 *Muestra*

Considerando que el número de estudiantes excede de 100, es necesario determinar el tamaño de la muestra, para obtener nuestra muestra se aplica la siguiente fórmula.

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \left(\frac{E}{K}\right)^2 + PQ}$$

n = Tamaño de la muestra

PQ = Coeficiente de muestreo

N = Población

E = Error Admisible

K = Constante de corrección paramétrica.

Muestra estudiantes

$$n = ?$$

$$PQ = (0,25)$$

$$N = 4915$$

$$E = 8\%$$

$$K = 2$$

Aplicar formula

$$n = \frac{(0,25).4915}{(4915 - 1) \left(\frac{0,08}{2}\right)^2 + (0,25)}$$

$$n = \frac{1228,75}{(4914)(0,0016) + (0,25)}$$

$$n = \frac{1228,75}{(7,8624) + (0,25)}$$

$$n = \frac{1228,75}{8,1124}$$

$$n = 151,46$$

$$n = 151$$

2.4 Operacionalización de variables

HIPÓTESIS

Si se logra diseñar la Identidad Corporativa de las carreras profesionales de la Universidad Técnica de Cotopaxi entonces, se podrá difundirlas en la colectividad institucional, local, regional y nacional.

2.4.1 Variables e Indicadores

2.4.1.1 Variable Independiente

Diseño de la Identidad Corporativa de las carreras profesionales de la UTC

2.4.1.2 Indicadores

- Características
- Diseño
- Color

2.4.1.3 Variable Dependiente

Difusión en la colectividad local, regional y nacional.

2.4.1.4 Indicadores

- Accesibilidad al manual corporativo de la Universidad Técnica de Cotopaxi
- Colaboración de las autoridades de la institución en ayuda para publicidad

2.5 Análisis e interpretación de resultados

2.5.1 Análisis de las entrevistas realizadas a los Coordinadores de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Las entrevistas fueron realizadas a todos los coordinadores de cada carrera de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

TABLA # 3: INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTA

PREGUNTAS	INTERPRETACIÓN
1.- ¿Qué elementos gráficos son los más representativos de su carrera?	-Los coordinadores consideran que los gráficos más representativos de su carrera son esenciales en el uso de su logotipo, pues de esta manera se reconocerán y distinguirán de las demás carreras.
2.- ¿Cuál es la actividad principal a la que se dedica la carrera?	-La Universidad Técnica de Cotopaxi ofrece carreras profesionales con alto nivel académico, y cada carrera está enfocada a contribuir con la solución de problemas de la sociedad en el ámbito laboral y humano.
3.- ¿Considera usted que el logotipo de su carrera debe conservar los colores institucionales?	-Los coordinadores están de acuerdo a que se conserve los colores institucionales en su logotipo ya que será un beneficio para que la Universidad fortalezca la imagen institucional.
4.- ¿En qué elementos debería constar el logotipo de su carrera?	-Los coordinadores consideran que el logotipo debería ser utilizado en todos los soportes publicitarios como: afiches, ropa, llaveros, bolígrafos, vallas, etc.

FUENTE: Entrevista aplicada a los coordinadores de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

ELABORADO POR: Autoras

2.5.2 *Análisis de las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi.*

1.- ¿Cree usted que su carrera posee Identidad Corporativa?

TABLA # 4: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N.-1

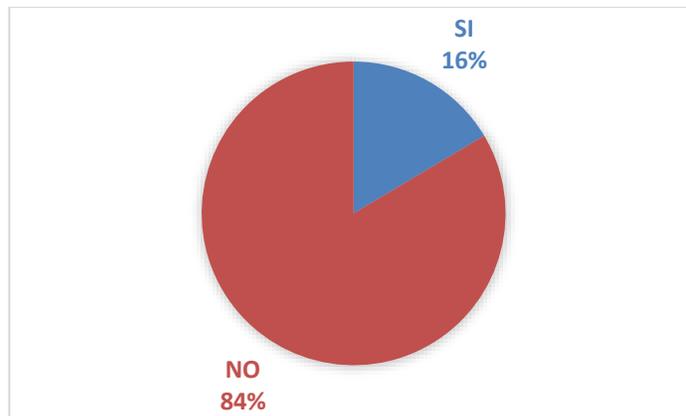
OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	27	16%
NO	124	84%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC.

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 1

ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 1



FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC.

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 16% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo en que su carrera posee identidad corporativa, mientras que el 84% piensan que no tienen

identidad corporativa. Lo que nos muestra que la mayoría de los estudiantes tienen la necesidad de poseer identidad corporativa para su carrera.

2.- ¿Cree usted que es favorable para su carrera, tener un logotipo que lo diferencie de las demás carreras?

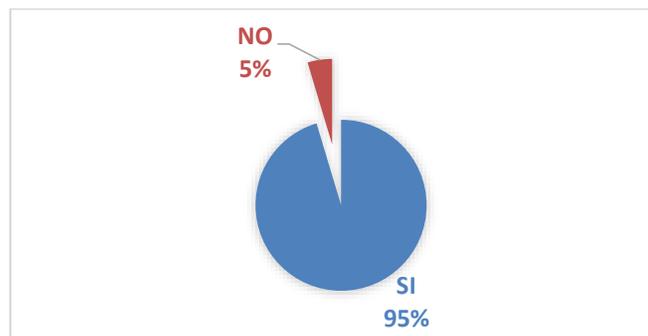
TABLA # 5: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 2

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	144	95%
NO	7	5%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 2



ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 2

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 95% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo en que es favorable para su carrera, tener un logotipo que lo diferencie de las demás carreras, mientras que el 5% piensan que no es favorable poseer un logotipo para su carrera.

3.- ¿Opina usted que el uso de los colores institucionales (rojo, azul) dentro del logotipo de su carrera, fortalecerá el vínculo con el logotipo de la Universidad?

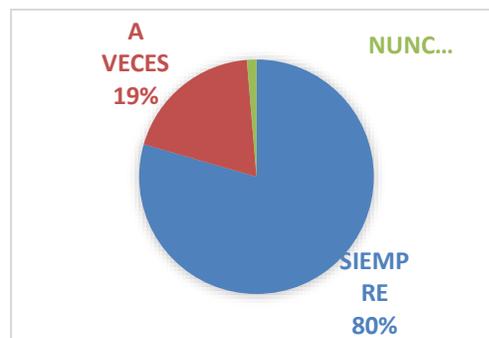
TABLA # 6: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 3

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	120	80%
A VECES	29	19%
NUNCA	2	1%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 3



ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 3

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 80% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo con que el uso de los colores institucionales (rojo, azul) dentro del logotipo de su carrera, siempre fortalecerá el vínculo con el logotipo de la Universidad, mientras que el 19% piensan que a veces es favorable utilizar los colores institucionales dentro del logotipo de su

carrera, y por otro lado el 1% de los estudiantes piensan que nunca será factible utilizar los colores institucionales

4.- ¿Qué beneficios considera usted que tendrá la elaboración de un manual de identidad corporativa para su carrera?

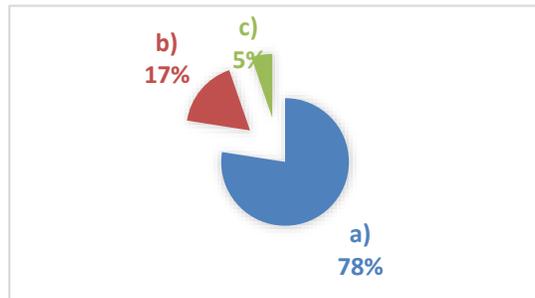
TABLA # 7: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N°4

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
a) Contribuirá favorablemente a mejorar la imagen de la carrera.	117	78%
b) Sera útil para la diferenciación de cada carrera	26	17%
c) Fortalecerá el correcto uso del logotipo.	8	5%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 4: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 4



FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC.

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 78% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo con que la elaboración de un manual de identidad corporativa contribuirá favorablemente a mejorar la imagen de la carrera, mientras que el 17% piensan que será útil para la

diferenciación de cada carrera, y por otro lado el 5% de los estudiantes piensan que fortalecerá el correcto uso del logotipo.

5.- ¿Cree usted que un logotipo representativo para su carrera, dará realce a la identificación de la misma?

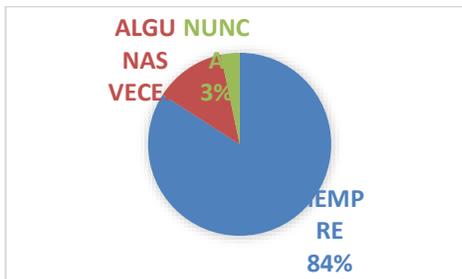
TABLA # 8: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 5

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	127	84%
ALGUNAS VECES	19	13%
NUNCA	5	3%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 5



ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N °5

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 84% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo con que un logotipo representativo para su carrera, dará realce a la identificación de la misma, mientras que el 13% piensan que algunas veces se dará realce a la identificación de

la carrera, y por otro lado el 3% de los estudiantes piensan que nunca será factible utilizar un logotipo representativo que de realce a la misma .

6.- ¿Considera usted que al poseer un Manual de Identidad Corporativa para su carrera, se dé un correcto uso al logotipo?

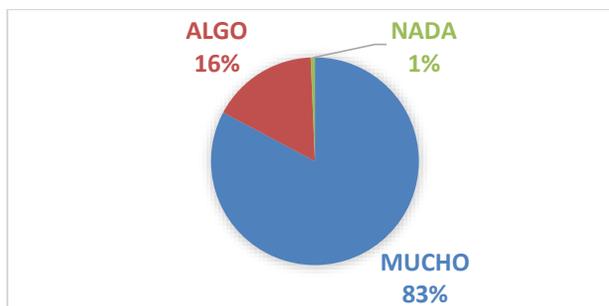
TABLA # 9: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 6

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
MUCHO	125	83%
ALGO	25	16%
NADA	1	1%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 6



ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N °6

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de laUTC

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 83% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo con que al poseer un Manual de Identidad Corporativa para su carrera, se dé un correcto uso al logotipo, mientras que el 16% piensan que es algo factible dar un correcto uso del

logotipo por medio de un Manual Corporativo, y por otro lado el 1% de los estudiantes piensan que no será factible dar un uso correcto al logotipo.

7.- ¿Cree usted que para la aplicación del logotipo de su carrera se deba respetar las normativas de uso establecidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi?

TABLA # 10: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 7

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	116	77%
FRECUENTEMENTE	27	18%
RARA VEZ	8	5%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 7



ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N °7

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 77% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo con que, siempre para la aplicación del logotipo de su carrera se debe respetar las normativas de uso establecidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi mientras que el 18%

piensan que frecuentemente se debe respetar las normativas de uso establecidas , y por otro lado el 5% de los estudiantes piensan que rara vez se debe respetar las normas.

8.- ¿Está usted de acuerdo a que el Manual de Identidad Corporativa de su carrera deba ser de fácil acceso para los estudiantes?

TABLA # 11: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 8

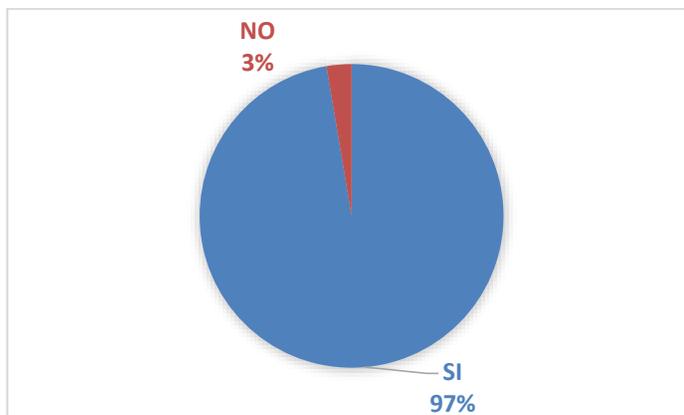
OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	147	97%
NO	4	3%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 8

ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 8



FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de laUTC

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 97% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo, con que el Manual de Identidad Corporativa de su carrera deba ser de fácil acceso para los

estudiantes mientras que el 3% no están de acuerdo a que el Manual de Identidad Corporativa sea de fácil acceso.

9.- ¿Cree usted que el Manual de Identidad Corporativa ayudara a que los estudiantes conozcan la correcta aplicación del logotipo en los diferentes medios publicitarios?

TABLA # 12: ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 9

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	125	83%
TAL VEZ	24	16%
NUNCA	2	1%
TOTAL	151	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO # 9



ANÁLISIS Y RESULTADOS, PREGUNTA N° 9

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes de la UTC

ELABORADO POR: Autoras

INTERPRETACIÓN:

Los datos obtenidos con la aplicación de la encuesta demuestran que del total de la muestra, el 83% de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi están de acuerdo con que siempre el manual de identidad corporativa ayudara a que los estudiantes conozcan la correcta aplicación del logotipo en los diferentes medios publicitarios, mientras que el 16% piensan que tal vez un manual de identidad sea de ayuda para la aplicación del

logotipo en medios publicitarios, y por otro lado el 1% de los estudiantes piensan que nunca será de ayuda un manual de identidad.

2.6 Verificación de la Hipótesis

HIPÓTESIS

Se trabajó con la siguiente hipótesis:

“Si se logra diseñar la Identidad Corporativa de las carreras profesionales de la Universidad Técnica de Cotopaxi entonces, se podrá difundirlas en la colectividad institucional, local, regional y nacional.”

Según el análisis de los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes de las 18 carreras de la Universidad Técnica de Cotopaxi y las entrevistas realizadas a los coordinadores, se concluye que es factible el diseño de identidad corporativa mediante la elaboración de un manual corporativo para cada unidad académica, conservando la imagen institucional.

Es importante dar a conocer que la pregunta más relevante en la encuesta fue: “¿Cree usted que es favorable para su carrera, tener un logotipo que lo diferencie de las demás carreras?”

Obteniendo como resultado que el 95% de estudiantes encuestados están de acuerdo que es favorable poseer un logotipo para su carrera, mientras que un 5% piensan que no es favorable tener un logotipo para su carrera, siendo este un porcentaje mínimo.

Demostrando de esta manera que el diseño de identidad corporativa para las carreras profesionales de la Universidad Técnica de Cotopaxi es de gran necesidad y por ende se verifica la hipótesis.

Adicionalmente, se pudo determinar a través de las encuestas que el manual corporativo de las carreras de la UTC debe ser de fácil acceso, tanto para los estudiantes como para las demás personas vinculadas con la universidad, ya que los estudiantes y los coordinadores lo solicitan así, además esto ayudará a mejorar la imagen corporativa de la institución.

CAPITULO III

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

TITULO : “DISEÑO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL”

3.1 Presentación

La presente propuesta está dirigida a fortalecer la imagen de la institución, planteando la identidad corporativa como un conjunto de valores y atributos que la Universidad Técnica de Cotopaxi posee.

Cada carrera posee personalidad propia derivada de la institución, es por ello que se debe identificar mediante su principal característica o rasgo y se cree indispensable como solución a este problema la implementación de la identidad corporativa de cada carrera para mejorar su reconocimiento ante la comunidad utecina.

La Universidad Técnica de Cotopaxi define con claridad su identidad corporativa y es así que a través de esta se pretende resolver el problema que se suscita en las carreras de la misma, puesto que se tomara como guía primordial el modelo del Manual Corporativo de la Institución.



Para la investigación de este tema es importante recalcar que existen proyectos de tesis similares, es por ello que se tomara como referencia la información adquirida en la biblioteca de la Institución la cual nos facilita consultar las tesis similares al presente contenido.

3.1.1 Justificación

En la actualidad las universidades son muy competitivas en el ámbito académico dentro de su ramo y cada vez adoptan por utilizar nuevas estrategias de identificación por lo que la propuesta de identidad corporativa de las Unidades académicas e identidad visual de cada carrera de la Universidad Técnica de Cotopaxi conservando la imagen visual de la institución para difundir su presentación, ante la comunidad universitaria ayudara sustancialmente a mejorar la apariencia de la Institución.

Lo importante de aportar con el diseño de la identidad, es que la institución será reconocida dentro y fuera de la ciudad, lo que le ayudará a identificarse y difundirse de mejor manera teniendo en cuenta que actualmente la imagen corporativa es una herramienta indispensable que permite a las instituciones obtener una opinión favorable de parte del público al que está dirigido logrando así proyectar una imagen sólida y de prestigio, es decir que sea distinta de las demás.

Siendo la Universidad Técnica de Cotopaxi una reconocida institución de nivel superior es muy importante que se pueda identificar de la mejor manera para todos sus beneficiarios tales como autoridades, docentes, Estudiantes y colectividad.

Se considera que existe la factibilidad necesaria para la realización de la investigación porque se cuenta con la colaboración de personas involucradas en la carrera de diseño gráfico, tutor de tesis y asesor de la misma.



3.2 Objetivos

3.2.1 *Objetivo General*

- ✓ Diseñar la imagen institucional mediante la elaboración de un manual corporativo para cada unidad académica, basado en el manual de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

3.2.2 *Objetivos Específicos*

- ✓ Elaborar bocetos para dar inicio al proceso de ilustración gráfica de los logotipos de las carreras de la Universidad Técnica de Cotopaxi.
- ✓ Definir mediante la digitalización, el logotipo final que será expuesto en el manual de identidad corporativa.
- ✓ Determinar el uso correcto de los logotipos para el adecuado manejo de la imagen corporativa.
- ✓ Diseñar la papelería, souvenirs, material P.O.P y aplicaciones digitales con el fin de presentar los logotipos en sus diferentes soportes publicitarios.

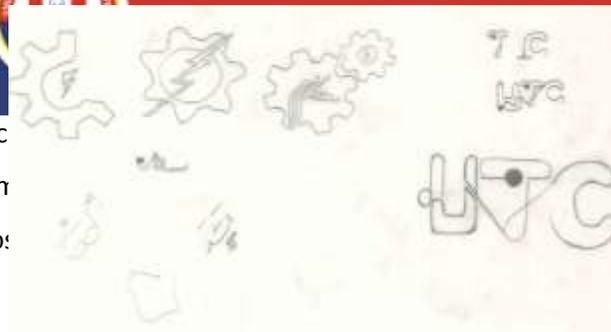
3.3 Factibilidad

La imagen institucional está destinada a satisfacer las necesidades de identificación de los estudiantes de la Universidad mediante la elaboración de un manual corporativo para cada unidad académica, basado en la identidad corporativa de la institución debido a que cada carrera no posee ningún elemento gráfico representativo es factible desarrollar la presente propuesta ya que existe predisposición, disponibilidad e interés por parte de las investigadoras para elaborar la identidad corporativa de la institución.

De acuerdo a que disponemos de los recursos humanos, técnicos y tecnológicos es factible la implementación de la imagen para todas las carreras profesionales de la universidad,



contamos con el c
también disponen
determinar las po:



cto se realice,
e nos permitió

Debido a que la Universidad Técnica de Cotacachi no posee ningún logotipo representativo que de realce a la identificación de cada carrera es muy necesaria la implementación de la identidad corporativa ya que lograremos fortalecer la imagen institucional.

Dentro del manual de identidad corporativa se detalla el uso adecuado que se le debe dar al logotipo como en la papelería y soportes publicitarios fortaleciendo así la imagen institucional.

3.4 Desarrollo de la propuesta

3.4.1 *Proceso De Bocetaje*

El bocetaje es un proceso que está dentro del diseño, conocido también como lluvia de ideas. Un boceto o esbozo es un dibujo hecho de forma representativa que no se preocupa de los detalles o terminaciones. Es decir, es un apunte gráfico realizado a mano alzada y para su elaboración solo se necesita de un lápiz, un borrador y una hoja. Este proceso es útil y necesario para el desarrollo de esta propuesta.

FIGURA # 2: BOCETOS

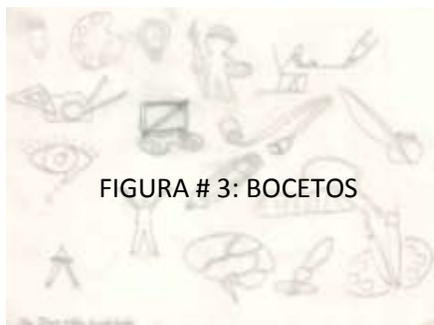


FIGURA # 3: BOCETOS

FUENTE: Autores
ELABORADO: Por Autores

3.4.2 Ilustración o digitalización

La ilustración de los logotipos se lo hace a través del uso de programas digitales que captan la idea principal realizada a mano. A continuación se presenta la digitalización del logotipo de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

A demás se adjunta la digitalización del logotipo de la carrera de Diseño Gráfico Computarizado. Cabe mencionar que los logotipos restantes se los presentara en su





FIGURA # 5: ILUSTRACIÓN DE LOGOTIPO Diseño Gráfico Computarizado

FUENTE: Autoras

ELABORADO: Por Autoras

3.4.3 Concepción grafica

3.4.3.1 Concepción gráfica del logotipo de la Universidad Técnica de Cotopaxi

El Escudo de la UTC es de forma circular, dos anillos de color oro forman una bordura que reproduce los colores de la bandera de la provincia de Cotopaxi (gules y azur); en la parte superior de la bordura en letras mayúsculas de color plata el nombre de la universidad (UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI); en la parte inferior de la bordura en letras mayúsculas de menor tamaño que las del nombre de la Universidad y en el mismo color plata se ubicara el nombre de la ciudad sede y el país (LATACUNGA – ECUADOR).

El centro del escudo es de color blanco, en su punto de honor contendrá el logotipo institucional que está compuesto por un estilizado volcán Cotopaxi con su penacho de plata y sus faldas de color azur con su borde en negro, el mismo que está



acompañado por las siglas de la Universidad (UTC) con una gran U en gules con borde en plata y las letras en TC en plata; bajo estas se ubica en letras purpura la fecha de creación institucional (24 - 01 - 1995), finalmente en la parte inferior del corazón del escudo y siguiendo la redondez de la bordura en letras de color purpura se ubicará el lema institucional (POR LA VINCULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CON EL PUEBLO).

3.4.3.2 *Concepción gráfica del logotipo de diseño gráfico computarizado.*

El logotipo fue diseñado como un elemento de Identidad gráfica para representar a la carrera de Diseño Gráfico Computarizado, y está compuesto por signos representativos del trabajo que ejecuta el diseñador gráfico computarizado y se lo expone de la siguiente manera:



elemento de Identidad gráfica para Diseño Gráfico Computarizado, y está representativos del trabajo que ejecuta

Lápiz Digital: Esta ilustración, enfoca la habilidad que tiene el diseñador para interpretar sus ideas a través de un lápiz, concibiendo y proyectando comunicaciones visuales eficaces. Es un medio por el cual el diseñador puede dejar fluir ideas y expresiones con ilustraciones digitales con unos trazos precisos realizando vectores. En la actualidad la tecnología es de gran utilidad para el diseñador gráfico y con la ayuda de un lápiz digital genera ideas graficas con estilo.



unos trazos precisos realizando vectores. En la actualidad la

-Una imagen vectorial en forma de la letra A: se utilizó una letra A porque es el soporte esencial de un diseñador gráfico y se encuentra fundamentada en la evolución que se ha dado con el paso de tiempo desde el arte tradicional donde se aplicaba estilización sin ser digitalizada y actualmente se utiliza el arte digital donde tecnológicamente se encuentra evolucionando ya que los diseñadores



utilizan imágenes digitales formadas por composiciones y viendo la letra A en inversa representa los vectores que se usan para conseguir una estética funcional para los diseños, cada uno de ellos definidos por distintos atributos.

3.4.4 Tipografía

3.4.4.1 Tipografía De Marca

La tipografía principal asociada al logotipo en aplicaciones corporativas, papelería y señalización es ITC Franklin Gothic Std.

Es una tipografía moderna, de palo seco, de diseño moderno y de gran legibilidad.

ITC Franklin Gothic Std.

Caja Alta

A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-K-L-M-N-Ñ-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X-Y-Z

Caja Baja

a-b-c-d-e-f-g-h-i-j-k-l-m-n-ñ-o-p-q-r-s-t-u-v-w-x-y-z

Números

1-2-3-4-5-6-7-8-9-0

Signos y Símbolos

!-”-#-\$-%-&-/(-)-=-?-j”-*[-];-:-.

3.4.4.2 Tipografía Auxiliar

La tipografía auxiliar está asociada al logotipo en sus aplicaciones corporativas, papelería y señalización y es Franklin Gothic Book.

Franklin Gothic Book.

Caja Alta

A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-K-L-M-N-Ñ-O-P-Q-R-S-T-U-V-W-X-Y-Z

Caja Baja

a-b-c-d-e-f-g-h-i-j-k-l-m-n-ñ-o-p-q-r-s-t-u-v-w-x-y-z

Números

1-2-3-4-5-6-7-8-9-0

Signos y Símbolos



!-"#\$-%&-/(-)=?-?-"-*[-];;-.

3.4.5 Pantones

Rojo: Es un color que simboliza el poder, vitalidad y ambición que da la sensación de sentirse en un ambiente cálido.

Azul: Simboliza la autoridad y que asocia seriedad, honestidad.

Amarillo: Es un color la parte intelectual alegría.

constancia, confianza es un color conocimiento y cálido, se asocia con de la mente y la



FIGURA # 6: PANTONE DE COLOR UTC



FIGURA # 7: PANTONE DE COLOR Diseño Gráfico Computarizado



FUENTE: Autoras
 ELABORADO: Por Autoras

3.4.6 Construcción del Logotipo

A continuación se muestra la construcción de cada uno de los elementos que forman el logotipo sobre una retícula cada módulo esta denominado con X, que es una proporción de la retícula.

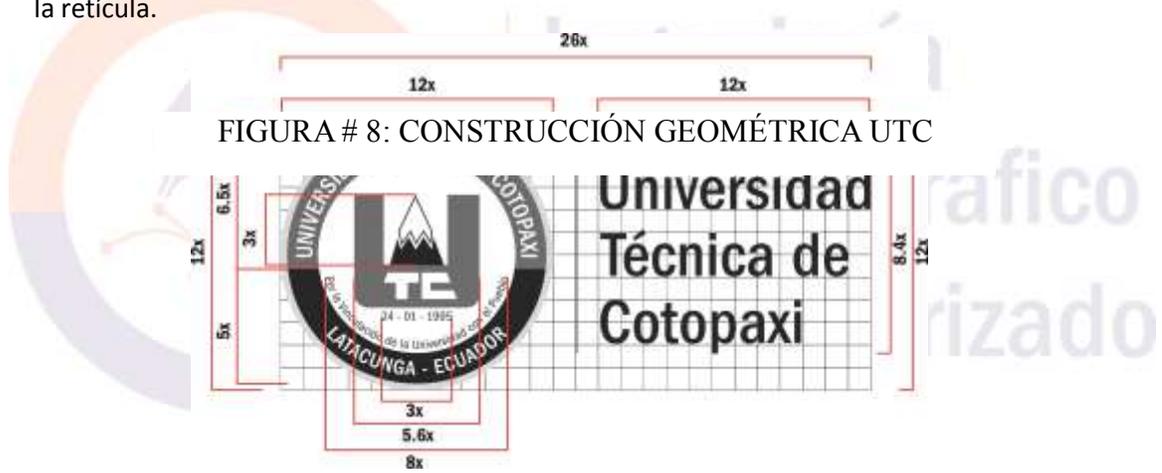
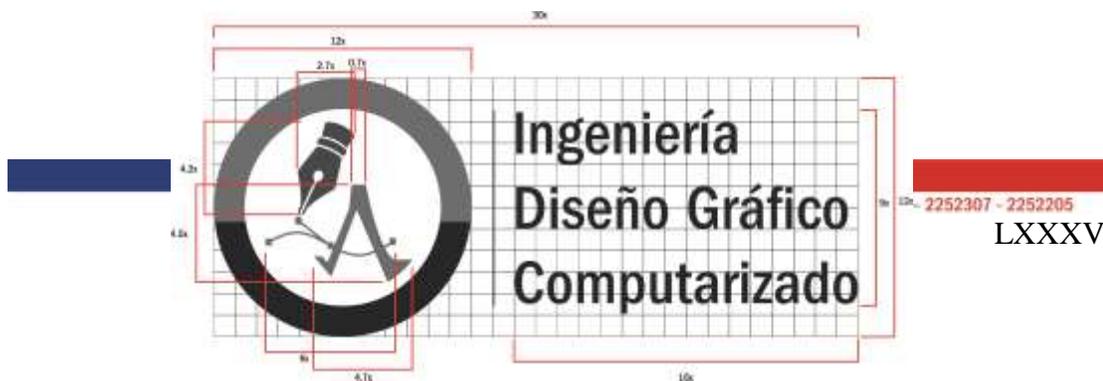


FIGURA # 8: CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA UTC

FUENTE: Autoras

ELABORADO:
 Por Autoras

FIGURA # 9: CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA





FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

3.4.7 Área de Reserva

El área de reserva es el espacio imaginario que se encuentra alrededor del logotipo, es de color blanco ya que puede ser utilizado sobre colores no corporativos para que no afecte su legibilidad, hay que tener en cuenta que dentro de este espacio de protección no se debe ocupar ninguna otra imagen o logo.

FIGURA # 10: ÁREA DE RESERVA O SEGURIDAD



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

FIGURA # 11: ÁREA DE RESERVA O SEGURIDAD



FUENTE: Autoras
 ELABORADO: Por Autoras

3.4.8 Tamaño Mínimo

El tamaño mínimo de reducción del logotipo es para indicar la proporción adecuada para la lectura, dentro de la construcción grafica la reducción mínima es de 6.5cm de ancho x 3cm alto, el tamaño no puede ser menor a la indicada.

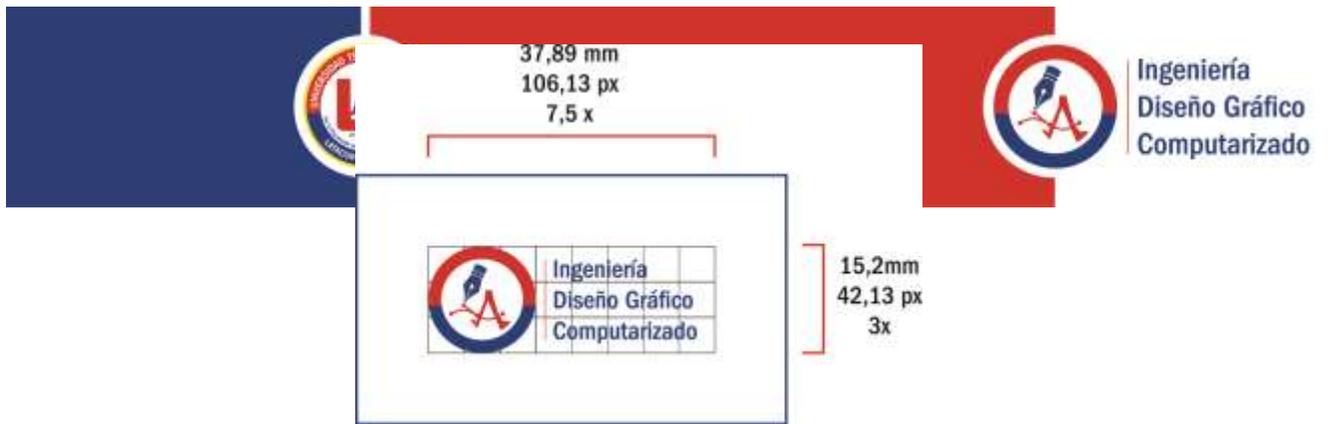
FIGURA # 12: TAMAÑO MÍNIMO UTC



FUENTE: Autoras
 ELABORADO: Por Autoras

FIGURA # 13: TAMAÑO MÍNIMO

Diseño Grafico



FUENTE: Autoras
 ELABORADO: Por Autoras

3.4.9 Cromática

La cromática del manual de Identidad Corporativa complementan las formas de significación del diseño y mantiene coherencia y uniformidad en la creación del diseño, se han establecido los colores de la Universidad Técnica de Cotopaxi, los mismos que han identificado a la Institución a través de su historia (rojo, azul y amarillo).

FIGURA # 14: CROMÁTICA



FIGURA # 15: CROMÁTICA



FUENTE: Autoras
 ELABORADO: Por Autoras

3.4.10 Usos no autorizados

No se permite ningún tipo de alteración cromática sobre los fondos que se coloque el logotipo, ni variaciones de retícula, tamaño, proporción, tipografía.

FIGURA # 16: USOS NO AUTORIZADOS (tipografía, proporción)



FIGURA # 17: USOS NO AUTORIZADOS (tipografía, proporción)





FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras



3.4.11 *Fondos no Autorizados*

FIGURA

FIGURA # 19: FONDOS NO AUTORIZADOS



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

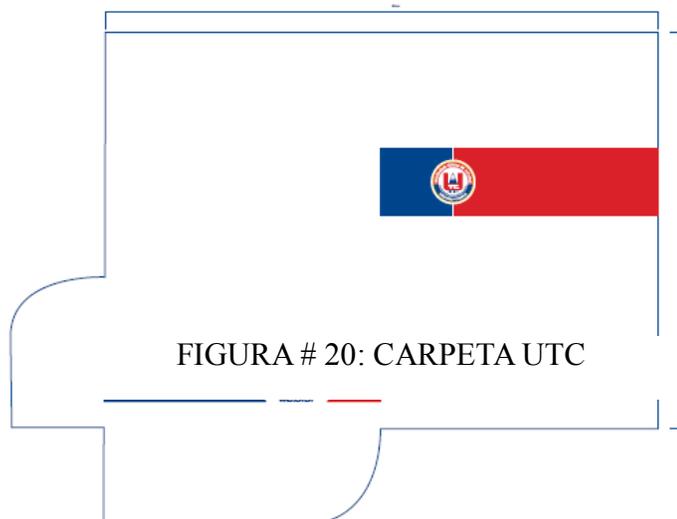
3.4.12 Papelería

La principal finalidad de incorporar la papelería es la de unificar la Identidad corporativa en la comunidad Universitaria como por ejemplo direcciones, departamentos, coordinaciones, etc. fortaleciendo de esta manera la imagen de la Universidad.

3.4.12.1 Carpeta

El logotipo institucional sin su tipografía quedará entre la franja azul y rojo al lado izquierdo.

En las
las
de la
su logotipo
franja roja al
derecho.

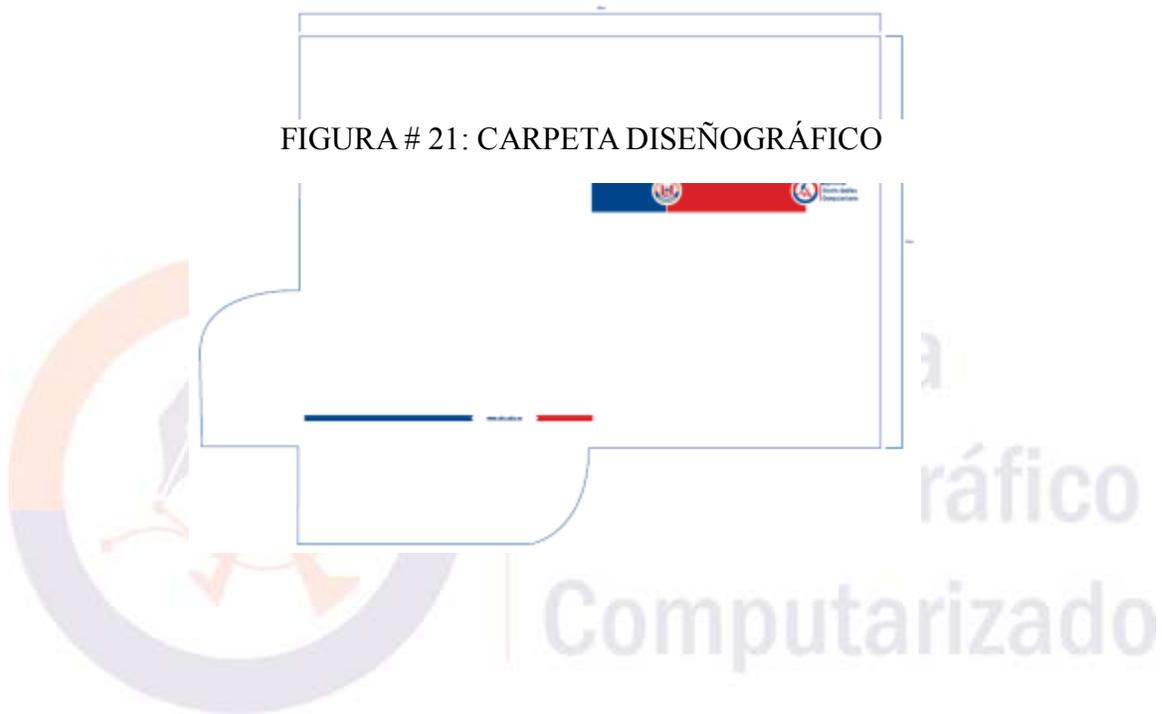


carpetas de
dependencias
universidad,
estará en la
extremo

FIGURA # 20: CARPETA UTC



FIGURA # 21: CARPETA DISEÑOGRÁFICO



FUENTE: Autoras

ELABORADO: Por Autoras

3.4.12.2 *Hoja Membretada Externa*

En la hoja membretada externa el logotipo institucional sin su tipografía quedará entre la franja azul y rojo al lado izquierdo, y en la parte derecha se colocará el nombre de la dependencia a la que pertenece la hoja membretada externa.

En las hojas membretadas externas el logotipo de las diferentes dependencias de la universidad estará en la franja roja al extremo derecho. En el centro de la hoja membretada se colocará el logotipo en marca de agua con opacidad de 8%.



Ingeniería
Diseño Gráfico

FIGURA # 22: HOJA MEMBRETADA
EXTERNA UTC

FIGURA # 23: HOJA MEMBRETADA
EXTERNA DISEÑO GRÁFICO



FUENTE: Autoras
Elaborado: Por Autoras

3.4.12.3 Hoja Membretada Interna

El logotipo institucional quedará al lado izquierdo y al extremo derecho se colocará el nombre de la dependencia a la que pertenece la hoja.

En las hojas membretadas internas de las dependencias de la universidad, su logotipo estará al lado del logotipo institucional. En el centro de la hoja membretada se colocará el logotipo en marca de agua con opacidad de 8%.

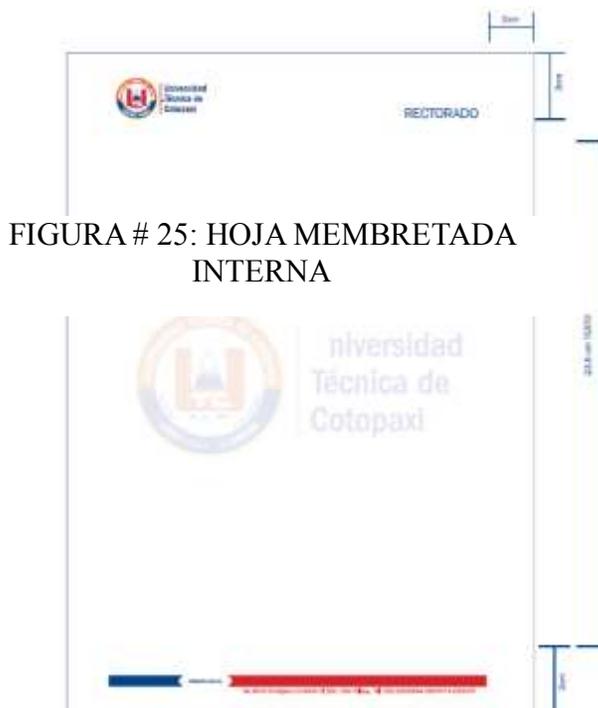


FIGURA # 25: HOJA MEMBRETADA INTERNA



FIGURA # 24: HOJA MEMBRETADA INTERNA



3.4.12.4 Sobre De Oficio

El sobre de oficio se lo realizo conservando la identidad corporativa de la institución es un

FIGURA # 27: SOBRE DE OFICIO UTC
documentos de una manera personal.

FIGURA # 26: SOBRE DE OFICIO DISEÑO
GRÁFICO



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

3.4.12.5 Sobre De Manila

Son soportes diseñados para contener documentos grandes que son muy útiles dentro de la institución.

FIGURA # 28: SOBRE DE MANILA UTC

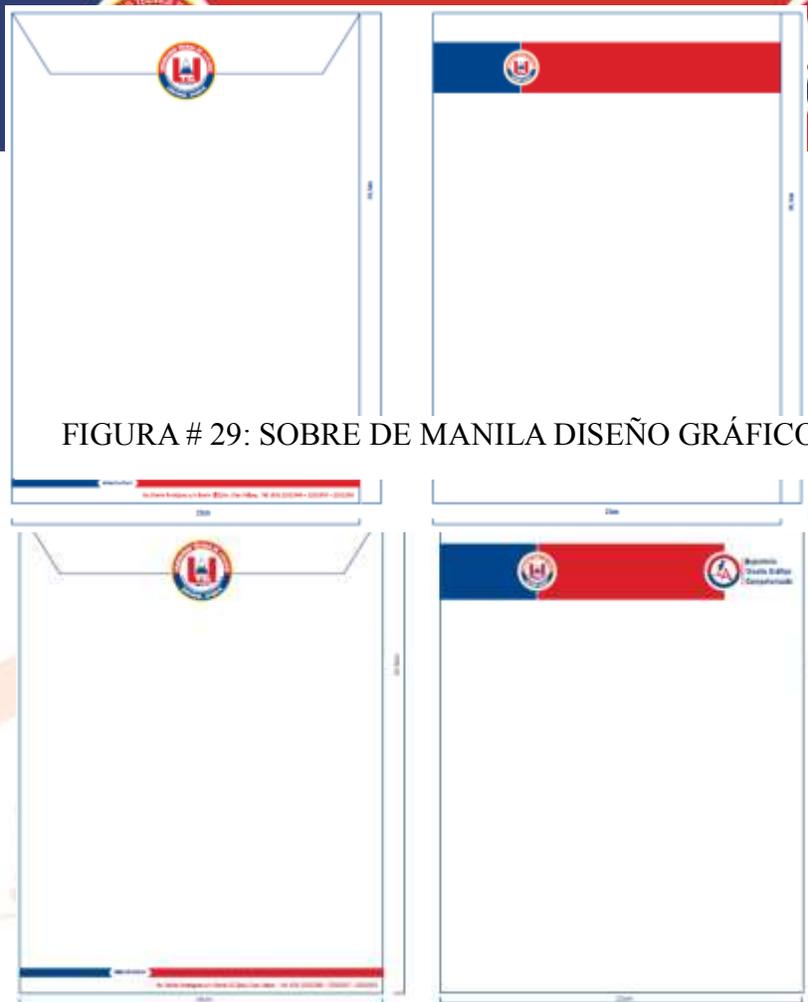


FIGURA # 29: SOBRE DE MANILA DISEÑO GRÁFICO

FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

3.4.12.6 *Carnet Estudiantil*

Es un documento que se lo realizo con el fin de hacer que cada estudiante pueda ser identificado ya que se conserva la imagen institucional a la vez se lo puede diferenciar de las demás carreras.

FIGURA # 30: CARNET DISEÑO GRÁFICO



FOTOGRAFÍA: Ing. Fernando Sánchez
 DISEÑO ELABORADO: Por Autora

3.4.12.7 Tarjeta De Presentación

Son documentos donde se recogen los principales datos de una persona y sirve como símbolo representativo, se realizó para que docentes, funcionarios, empleados puedan identificarse ya que se conserva la identidad corporativa.



FIGURA # 31: TARJETA DE PRESENTACIÓN

FIGURA #

3.4.12.8 Credenciales

Son documentos donde se recogen los principales datos de un trabajador de la Universidad y sirve como símbolo identificativo.

Cabe recalcar que el objetivo principal de la credencial es personalizar las credenciales conservando la identidad corporativa de la Institución.

FIGURA # 33: CREDENCIALES



3.4.13 Promocionales

Son los elementos gráficos publicitarios en los que se aplica el logotipo para transmitir mensajes publicitarios.

3.4.13.1 Material P.O.P

El material P.O.P. es un soporte grafico publicitario que se utiliza para comercializar el logotipo.





FIGURA # 34: MATERIAL P.O.P



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

3.4.13.2 Souvenirs

FIGURA # 35: SOUVENIRS



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado

3.4.13.3 *Souvenirs para eventos especiales*

FIGURA # 36: SOUVENIRS PARA EVENTOS



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado

3.4.14 Aplicación Digital

3.4.14.1 Diseño De Caratula

FIGURA # 37: CARATULA



FUENTE FOTOGRAFÍA: Ing. Fernando Sánchez
DISEÑO ELABORADO: Por Autoras

3.4.14.2 Diseño de Plantilla

FIGURA # 38: PLANTILLAS



FUENTE FOTOGRAFÍA: Ing. Fernando Sánchez
DISEÑO ELABORADO: Por Autoras

3.4.14.3 Wallpapers

FIGURA # 39: WALLPAPER



FIGURA # 40: WALLPAPER



FIGURA # 41:

WALLPAPER



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado

FUENTE FOTOGRAFÍA: Ing. Fernando Sánchez
DISEÑO ELABORADO: Por Autoras

3.4.15 Aplicación De La Marca



3.4.15.1 Adhesivos Para Vehículos

FIGURA # 42: ADHESIVOS PARA VEHÍCULOS



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

3.4.15.2 *Vallas Publicitarias*

Toda valla publicitaria podrá ser editada según el concepto gráfico que se le considere dar, pero se tendrá en cuenta que el logotipo deberá mantenerse según las normativas ya

esta
bleci
das
en
este
man
ual,
com
o
por
eje
mpl
o el
área
de
rese
rva,
colo
res y
prop
orci
ones.



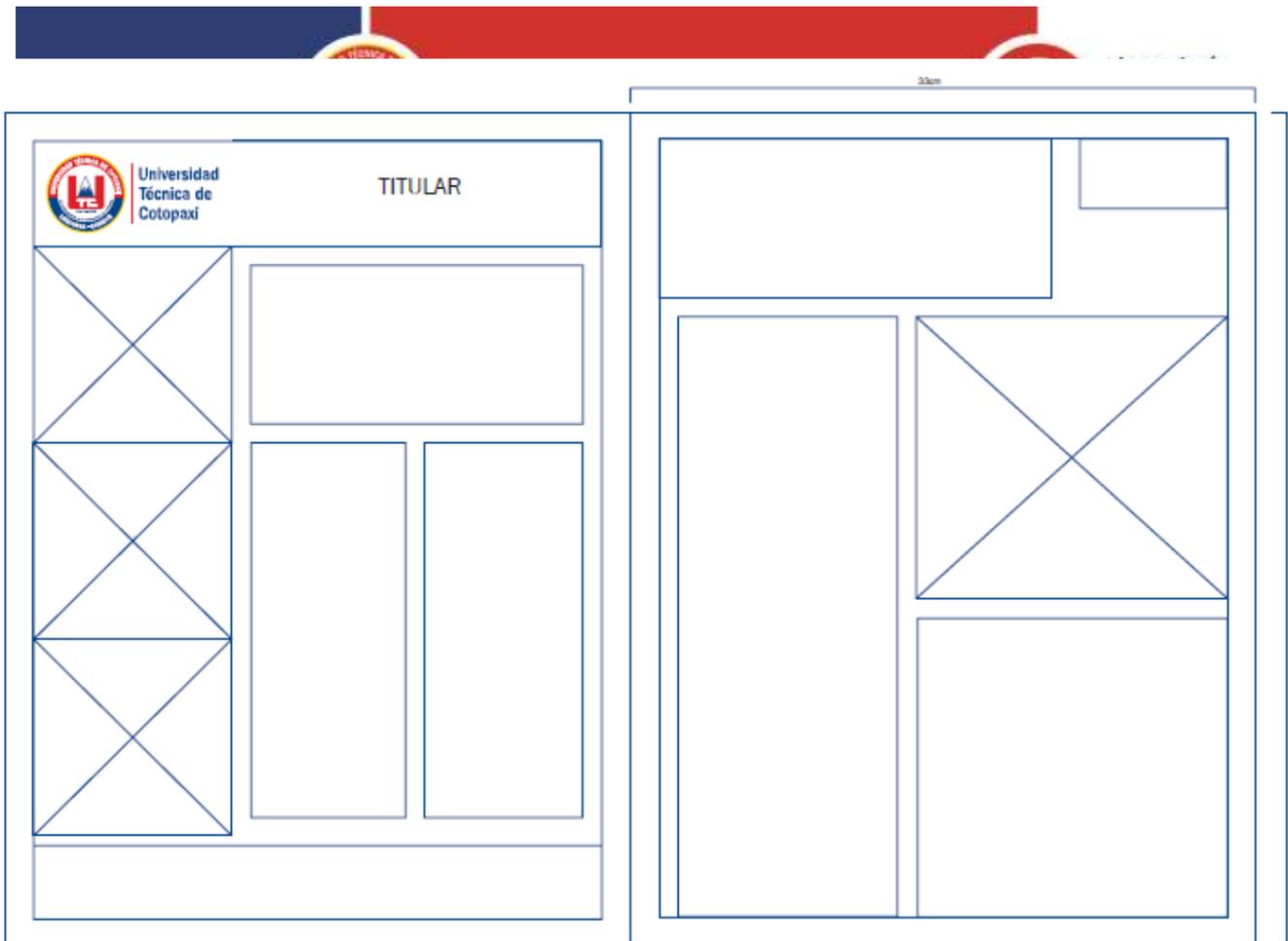
FIGURA # 43: VALLAS



3.4.16 *Periódico Universitario*

La malla del periódico universitario podrá ser editada según se considere necesario, pero se tendrá en cuenta que el logotipo deberá mantenerse según las normativas ya establecidas en este manual, como por ejemplo el área de reserva, colores y proporciones.

FIGURA # 44: MALLA DE PERIÓDICO UTC



FUENTE: Autoras
 ELABORADO: Por Autoras

Computarizado



CONCLUSIONES

Al concluir con la elaboración de la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Cotopaxi a través de la creación de un manual corporativo para cada unidad académica podemos concluir que:

- ✓ Con la información obtenida, se enfocó directamente en el principio básico de lo que será la identidad corporativa de las carreras de la Universidad Técnica de Cotopaxi.
- ✓ Se determina el proceso con el cual se realizó la identidad corporativa de la Universidad Técnica de Cotopaxi, definiendo de esta manera las normativas de uso de las aplicaciones de los logotipos para las carreras de la Institución.
- ✓ Para desarrollar el presente trabajo se implementó todos los conocimientos adquiridos en las aulas de clase correspondiente a la carrera de diseño gráfico.
- ✓ La presente tesis ayudara a los estudiantes que se diferencien por carreras, a través del uso del logotipo y su respectivo manual corporativo.



RECOMENDACIONES

La presente trabajo es un principio para fomentar la unificación de los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi y las recomendaciones son:

- ✓ Usar de manera correcta la imagen corporativa de cada carrera de la Universidad Técnica de Cotopaxi, planteada en el presente manual.
- ✓ Respetar las normas planteadas en los manuales corporativos realizados, sin alterarlos de ninguna manera, puesto que esto afectaría de manera radical el trabajo culminado.
- ✓ Se recomienda que este proyecto sirva como fundamento para los estudiantes que realicen trabajos de identidad corporativa.
- ✓ Se recomienda que los manuales de identidad corporativa sean de fácil acceso, tanto para docentes como para estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi.



GLOSARIO

Boceto: Es un dibujo esquemático y rápido que engloba las características de una idea.

CMYK: siglas en inglés que son Cyan, Magenta, Yellow y Black colores utilizados para impresiones.

Digitalización: Es el proceso de convertir una imagen en papel en un gráfico digital.

Ilustración: Es la acción y el efecto de dibujar o adornar.

Identidad corporativa: Es la manifestación física de la marca que hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. La identidad corporativa está relacionada directamente con atributos de la empresa.

Jerarquía: es un orden de elementos de acuerdo a su valor. Se trata de la gradación, categoría u otro tópico que permita desarrollar un sistema de clasificación.

Logotipo: Es un elemento gráfico que identifica a una entidad ya sea pública o privada y lo que distingue a una marca.

Manual: Es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una entidad. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.

Marca: Una marca es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de un signo para la identificación de un producto.

Retícula: Conjunto de líneas y elementos base en la cual podemos aplicar nuestro trabajo.

RGB: Siglas de Red, Green y Blue, que en el idioma español significa rojo, verde, azul, es utilizado para trabajos digitales.

Vector: Es una imagen digital formada por objetos geométricos independiente.

Tono: Es una de las propiedades o cualidades fundamentales en la propiedad de un color.

Saturación: En la teoría del color, la saturación o pureza es la intensidad de un matiz específico. Se basa en la pureza del color entre más saturado más claro es el color

BIBLIOGRAFÍA.

Bibliografía Citada.



Carlos, ROMERO Juan. 2012.*Historia del Diseño Gráfico.* s.l. : II facultad de Diseño Arquitectura y Artes UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, 2012. pág. 06.

CHAVES Norberto. 2006."*Imagen Corporativa*"*Teoría y Metodología de la Identificación Institucional.* Barcelona : Editorial Gustavo Gili, 2006.

CHAVES, Norberto. 2008.*La imagen Corporativa.* Barcelona : Gustavo Gili S.A, 2008. Pag:15-43-45-53.

COSTA Joan. 3a Edicion,abril 1994.*Imagen Global.* Barcelona : Ceac S.A, 3a Edicion,abril 1994.

Eva, HELLER. 2005.*Psicología del Color Como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón.* s.l. : Gustavo Gili, 2005. págs. 23,53,85,155. ISBN: 84-252-1977-9.

FEED, Rss. 2014.*Diseño Gráfico.* [<http://www.slideshare.net/Paul01234/diseo-grfico-y-sus-ramas>] s.l. : LinkedIn Corporation , 2014. [en línea].

Gordon , Bob. 2009.*1000 fuentes tipográficas.* Barcelona España : Imprenta Tipográfica, 2009.

Joan, COSTA.*IDENTIDAD CORPORATIVA.* s.l. : TRILLAS. págs. 42,43,80,86.

—. **1994.***Imagen Global.* 3a. s.l. : Ceac,S.A, 1994. págs. 20,21,22. ISBN: 84-329-5611-2.

Lester, MARSHALL Lindsey y MEACHEM. 2012.*Como utilizar la tipografía.* s.l. : BLUME, 2012. págs. 08,22,31. ISBN: 978-84-9801-632-1.

MARCOS, Álvaro. 2007.*Claves del Diseño.* Barcelona : Gustavo Gili S.A, 2007. Pag: 07.

MUNARI, Bruno. 1985.*Diseño y Comunicación Visual.* Barcelona : Gustavo Gili S.A, 1985. Pag.82.

ROSELLI MIRALIS, Eugeni. 1991.*Manual de Imagen Corporativa.* Barcelona : Gustavo Gili S.A, 1991. Pag. 41..

Timothy, SAMARA. 2008.*Los Elementos del Diseño Manual de Estilo para diseñadores Gráficos.* Barcelona : Gustavo Gili, 2008. págs. 06,07. ISBN: 978-84-252-2224-5.

TONA PARERA, Daniel. 2005.*Diseño Gráfico y Comunicación.* Madrid - España : PEARSON EDUCACIÓN S.A, 2005. Pag. 5-6.

WONG, Wucius. 1995.*Fundamentos del Diseño.* Barcelona : Gustavo Gili S.A, 1995.

Wucius, WONG. 2005.*Fundamentos del Diseño.* s.l. : Gustavo Gili, 2005. pág. 41. ISBN 84-252-1643-5.



Bibliografía electrónica.

Localizado en: VALLS Miquel, IVACE, (2006) En línea:

http://disseny.ivace.es/index.php?option=com_content&task=view&id=81&Itemid=85

Localizado en (Cotopaxi, 19 de Octubre de 2013) [en línea]:<http://www.utc.edu.ec>

Cotopaxi, Universidad Técnica de. 19 de Octubre de 2013. *Dirección de Servicion Informaticos*. [[http://www.utc.edu.ec/.](http://www.utc.edu.ec/)] 19 de Octubre de 2013.

Direccion de servicios informaticos. 2013. Universidad Técnica de Cotopaxi. [En línea] 2013. [Citado el: 19 de Octubre de 2013.] [http://www.utc.edu.ec/.](http://www.utc.edu.ec/)

Kalimera. 2008. *El ingrediente secreto*. España , Portugal : Red Publishing, 2008.

—. 2008. promopress. [En línea] 2008. [Citado el: 20 de Octubre de 2013.]

PRESS, Word. 2008-2014. *Diseño*. [Localizado en : [htt://definición.de/diseño/](http://definición.de/diseño/)] s.l. : Copyright, 2008-2014. [en línea].

PUBLISHER, Cubic. version 2.1.4. *Identidad Visual Corporativa*. [<http://www.e02.es/cubic/ap/cubic.php/doc/Identidad-Visual>] version 2.1.4. [en línea].

ANEXOS

CAREN (Anexo #1)



Ingeniería
Agronómica



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado



Ingeniería
Agroindustrial



Ingeniería
Medio Ambiente



Medicina
Veterinaria



Ingeniería
Ecoturismo

FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras



CCAAHH (Anexo # 2)



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado



Licenciatura
Inglés



Ingeniería
Contabilidad Y
Auditoria



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras



Licenciatura
Cultura Física



Licenciatura
Educación Básica



Licenciatura
Comunicación Social

CIYA (Anexo # 3)



Licenciatura
Parvularia



Licenciatura
Secretariado
Ejecutivo Gerencial



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado



Ingeniería
Informática Y Sistemas
Computacionales



Ingeniería
Electromecánica



Ingeniería
Industrial



Ingeniería
Eléctrica



FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

ENCUESTA (Anexo # 4)

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

ENCUESTA

La presente encuesta es para desarrollar la identidad corporativa de las Unidades Académicas de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

LEA CUIDADOSAMENTE Y SUBRAYE SU RESPUESTA

1.- ¿Cree usted que su carrera posee Identidad Corporativa?

SI

NO

2.- ¿Cree usted que es favorable para su carrera, tener un logotipo que lo diferencie de las demás carreras?

SI

NO

3.- ¿Opina usted que el uso de los colores institucionales (rojo, azul) dentro del logotipo de su carrera, fortalecerá el vínculo con el logotipo de la Universidad?

SIEMPRE

A VECES

NUNCA



4.- ¿Qué beneficios considera usted que tendrá la elaboración de un manual de identidad corporativa para su carrera?

a) Contribuirá favorablemente a mejorar la imagen de la carrera.

b) Sera útil para la diferenciación de cada carrera

c) Fortalecerá el correcto uso del logotipo.

5.- ¿Cree usted que un logotipo representativo para su carrera, dará realce a la identificación de la misma?

SIEMPRE

ALGUNAS VECES

NUNCA

6.- ¿Considera usted que al poseer un Manual de Identidad Corporativa para su carrera, se dé un correcto uso al logotipo?

MUCHO

ALGO

NADA

7.- ¿Cree usted que para la aplicación del logotipo de su carrera se deba respetar las normativas de uso establecidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi?

SIEMPRE

FRECUENTEMENTE

RARA VEZ

8.- ¿Está usted de acuerdo a que el Manual de Identidad Corporativa de su carrera deba ser de fácil acceso para los estudiantes?

SI

NO

9.- ¿Cree usted que el Manual de Identidad Corporativa ayudara a que los estudiantes conozcan la correcta aplicación del logotipo en los diferentes medios publicitarios?

SIEMPRE

TAL VEZ

NUNCA

FUENTE: Autoras

ELABORADO: Por Autoras



ENTREVISTA (Anexo # 5)

TEMA: “DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA DE LAS CARRERAS PROFESIONALES DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL CORPORATIVO PARA CADA UNIDAD ACADÉMICA, CONSERVANDO LA IMAGEN INSTITUCIONAL PARA DIFUNDIRLA EN LA COLECTIVIDAD, DURANTE EL PERIODO 2014-2015”

PREGUNTAS	RESPUESTAS/ INTERPRETACIÓN
1.- ¿Qué elementos gráficos son los más representativos de su carrera?	
2.- ¿Cuál es la actividad principal a la que se dedica la carrera?	
3.- ¿Considera usted que el logotipo de su carrera debe conservar los colores institucionales?	



4.- ¿En qué elementos debería constar el logotipo de su carrera?

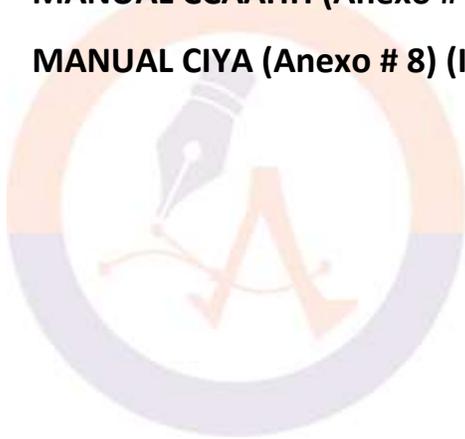
FUENTE: Autoras
ELABORADO: Por Autoras

MANUAL UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI (Anexo # 5) (Digital)

MANUAL CAREN (Anexo # 6) (Impreso)

MANUAL CCAAHH (Anexo # 7) (Impreso)

MANUAL CIYA (Anexo # 8) (Impreso)



Ingeniería
Diseño Gráfico
Computarizado