



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA INGENIERÍA Y APLICADAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO

TÍTULO:

**“PROCEDIMIENTOS DEL DISEÑO COMPUTARIZADO DE
IMÁGENES CORPORATIVAS PARA EL DESARROLLO
COMERCIAL”**

Autores:

Gavilanes Ugsha Johoy Dalto

Valiente Cuchiye Daniel Salomón

TUTOR.

Prof. Tit. Melquiades Mendoza Pérez. Dr.C

La Maná – Ecuador

Enero, 2013



MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
UNIVERSIDAD DE GRANMA
CENTRO DE ESTUDIOS DE CIENCIAS EN LA
EDUCACIÓN SUPERIOR



PROCEDIMIENTOS DEL DISEÑO COMPUTARIZADO DE IMÁGENES
CORPORATIVAS PARA EL DESARROLLO COMERCIAL

Trabajo de diploma para optar por el título de Ingeniero en Diseño Gráfico
Computarizado.

AUTORES: Johoy Dalto Gavilanes Ugsha.
Daniel Salomón Valiente Cuchipe.

Bayamo MN
Enero 2013



**MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
UNIVERSIDAD DE GRANMA
CENTRO DE ESTUDIOS DE
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR**

**PROCEDIMIENTOS DEL DISEÑO COMPUTARIZADO DE IMÁGENES
CORPORATIVAS PARA EL DESARROLLO COMERCIAL**

Trabajo de diploma para optar por el título de Ingeniero en Diseño Gráfico
Computarizado.

AUTORES: Johoy Dalto Gavilanes Ugsha.
Daniel Salomón Valiente Cuchipe.

TUTOR. Prof. Tit. Melquiades Mendoza Pérez. Dr.C

**Bayamo MN
Enero 2013**

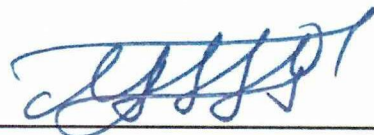


AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

El ministerio de educación superior de la universidad de Granma "Cuba" y el centro de estudios de ciencias en la educación superior designa en calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema **"PROCEDIMIENTOS DEL DISEÑO COMPUTARIZADO DE IMÁGENES CORPORATIVAS PARA EL DESARROLLO COMERCIAL"** de Gavilanes Usgha Johoy Dalto y Valiente Cuchiye Daniel Salomón, postulantes de la Especialidad de Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado, considerando que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal la Validación de trabajo de Diploma que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias de la Ingeniería y Aplicadas de la Universidad Técnica de Cotopaxi admita, para su correspondiente estudio y calificación.

Bayamo MN Enero 2013

Director:



Dr.C. Melquiades Mendoza Pérez Profesor Titular
Tutor



MS-17

UNIVERSIDAD DE GRANMA
ACTA DE DEFENSA DE TRABAJO DE DIPLOMA

Nombre (s) y apellidos del estudiante: Johoy Dalto Gavilanes Ugsha.

De acuerdo con la Resolución Ministerial 210/07 del Ministerio de Educación Superior y la convocatoria librada por el Director del CECES, se constituye el tribunal integrado por:

Presidente: Dr. C. José Sariol Bonilla.

Secretario: Dr. C. Daniel Gardón Carballido.

Vocal: Ing. Luis Angel Ramírez Medel.

Fungiendo como Tutor: Dr. C. Melquiades Mendoza Pérez.

Y como Oponente: Lic. Calixto Guerra González.

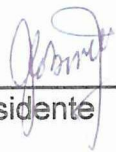
Para evaluar en este acto público el Trabajo de Diploma que tiene por título:

Procedimientos del diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas para el desarrollo comercial.


Una vez escuchada la exposición del estudiante, del Tutor, del Oponente y las preguntas planteadas el tribunal emite la calificación de 5 puntos y formula las siguientes conclusiones y recomendaciones:

La tesis cumple con las normas establecidas, posee rigor científico y novedad científica. La exposición fue excelente y el aspirante demostró dominio del contenido.

Y para que así conste en el expediente académico del mencionado estudiante, se expide y firma la presente acta a los 16 días del mes de enero año 2013.



Presidente



Secretario



Vocal

Ejemplar único para archivar en el expediente académico del estudiante.



MS-17

UNIVERSIDAD DE GRANMA
ACTA DE DEFENSA DE TRABAJO DE DIPLOMA

Nombre (s) y apellidos del estudiante: Daniel Salomón Valiente Cuchiye.

De acuerdo con la Resolución Ministerial 210/07 del Ministerio de Educación Superior y la convocatoria librada por el Director del CECES, se constituye el tribunal integrado por:

Presidente: Dr. C. José Sariol Bonilla.

Secretario: Dr. C. Daniel Gardón Carballido.

Vocal: Ing. Luis Angel Ramírez Medel.

Fungiendo como Tutor: Dr. C. Melquiades Mendoza Pérez.

Y como Oponente: Lic. Calixto Guerra González.

Para evaluar en este acto público el Trabajo de Diploma que tiene por título:

Procedimientos del diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas para el desarrollo comercial.

Una vez escuchada la exposición del estudiante, del Tutor, del Oponente y las preguntas planteadas el tribunal emite la calificación de 5 puntos y formula las siguientes conclusiones y recomendaciones:

La tesis cumple con las normas establecidas, posee rigor científico y novedad científica. La exposición fue excelente y el aspirante demostró dominio del contenido.

Y para que así conste en el expediente académico del mencionado estudiante, se expide y firma la presente acta a los 16 días del mes de enero año 2013.



Presidente



Secretario



Vocal



Ejemplar único para archivar en el expediente académico del estudiante.



Universidad de Granma
Centro de Estudios de Ciencias de la Educación Superior
Félix Varela Morales

Bayamo M. N., 14 de enero de 2013.

DATOS DEL TRABAJO DE DIPLOMA

Título: Procedimiento para el diseño computarizado de imágenes corporativas para el desarrollo comercial.

OPINIÓN DEL TUTOR

Tutor: Dr. C. Melquiades Mendoza Pérez. Profesor Titular de la Universidad de Granma y Director del CECES.

El Trabajo de Diploma que presentan Johoy Dalto Gavilanes Ugsha y Daniel Salomón Valiente Cuchiye aborda una problemática de innegable actualidad "Diseño computarizado de imágenes corporativas para el desarrollo comercial".

Las complejidades de este proceso demandan la necesidad de buscar alternativas para este particular. El trabajo que se presenta responde a esta necesidad con la propuesta de un procedimiento para el diseño computarizado de imágenes corporativas para el desarrollo comercial.

Los autores han demostrado que han alcanzado las habilidades investigativas necesarias para lograr un exitoso desempeño en el campo de la investigación científica, sus resultados se muestran en el Trabajo de Diploma que hoy se presenta, el cual no es una obra perfecta pero si se puede evidenciar en ella que existe una lógica investigativa, que existe un sistema categorial, se muestra un aporte práctico, resultado que se ha logrado sobre la base de un

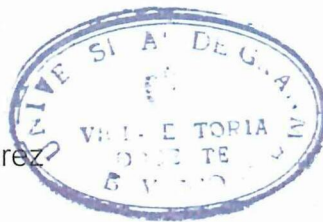
estudio amplio de la literatura concerniente al tema, lo que sin dudas ha ampliado también el horizonte cultural de los autores.

El informe que se presenta en sentido general cumple con las exigencias establecidas para este acto. Se puede observar una adecuada relación entre los elementos que integran el diseño de la investigación, entre el diseño teórico y los capítulos, así como las conclusiones y recomendaciones que se formulan.

No es una obra perfecta, se puede perfeccionar pero es el resultado del esfuerzo, la dedicación de mis representados, por ello solicitamos a este honorable tribunal realice una valoración justa y le otorgue una evaluación que se corresponda con su desempeño integral.



Dr. C. Melquíades Mendoza Pérez



INFORME DE OPONENCIA

Datos del oponente.

Lic. Calixto Guerra González. Asistente.

Profesor investigador del Centro de Estudios en Ciencias de la Educación Superior de la Universidad de Granma, Cuba.

Datos sobre el trabajo de diploma.

Título. Procedimientos del diseño computarizado de imágenes corporativas para el desarrollo comercial.

Autores.

Johoy Dalto Gavilanes Ugsha.

Daniel Salomón Valiente Cuchipe.

Tutor.

Profesor Titular. Melquiades Mendoza Pérez. Dr. C.

La irrupción y el desarrollo fascinante de tecnologías de la información y las comunicaciones, han sido tácitamente aceptadas por las entidades productivas, donde la comunicación humana, relacional y el componente sociológico, que tienen su naturaleza en la organización, ha incorporado el concepto de la noción esencial de identidad, que promueve la construcción de la imagen pública de las entidades productoras, donde intervienen imágenes visuales, elementos icónicos, sígnicos, textuales, simbólicos, figurativos y cromáticos.

Las entidades productoras enfrentan hoy, una cultura de interacción simbólica procedente de la identidad, la comunicación y la imagen, condiciones para que la imagen corporativa sea un hecho inevitable y de primer orden, que recubre y trasciende a todas las realizaciones, producciones y comunicaciones de la entidad productiva, representando la identidad, personalidad, significados propios y exclusivos.

La investigación dirige su atención a los procedimientos de diseño gráfico para crear imágenes corporativas en función de promover el desarrollo comercial de la Hacienda

Agrícola Rancho Ganado en la provincia de Cotopaxi de Ecuador, a partir de la necesidad que tiene dicha entidad productora de elevar la capacidad de atraer, retener, ganar fidelidad y venta cruzada al público consumidor, connotados como novedad, y que a criterio del oponente, resultan viable en la elaboración de diseños gráficos de imagen corporativa computarizada.

Las conclusiones y recomendaciones expresan una adecuada argumentación de la hipótesis y criterios científicos, como expresión del carácter sistémico evidenciado en la correlación que se establece entre el objeto, objetivo, hipótesis y los resultados de la investigación.

La bibliografía científica utilizada es pertinente con el tema investigado, donde el 67,8 % pertenecen al siglo XXI; se plasman cinco anexos que reflejan el uso correcto de la metodología concebida para la elaboración de cada uno de ellos, significando la originalidad y singularidad, que demuestran la necesidad de utilización en el proceso investigativo.

El informe de la investigación, concebido como trabajo de diploma, está estructurado en introducción, dos capítulos, conclusiones, recomendaciones y bibliografía, como elementos fundamentales, de manera, que se da cumplimiento a los requisitos formales normados establecidos en este nivel de sistematicidad y a los objetivos a la cual corresponde la investigación desarrollada.

En el capítulo I, los autores, realizan sistematizan categorías esenciales del diseño gráfico, como objeto de estudio, haciendo referencias y connotando lo relacionado con los pasos que deben tenerse en cuenta para la elaboración de diseño gráfico, por otros autores. Sin embargo, en el capítulo II, se plantean nuevos procedimientos para el diseño gráfico de imágenes corporativas, lo que se solicita a los autores que respondan la siguiente interrogante.

1. De los procedimientos planteados por ustedes para el diseño gráfico de imagen corporativa. ¿Qué elementos los distinguen de los pasos expresados por otros autores referenciados?

En el epígrafe 2.2, se evidencia la aplicación de los procedimientos de diseño gráfico para diseñar imagen corporativa, la cual es plasmada en el manual de identidad corporativa, al respecto se solicita a los autores, que respondan la interrogante siguiente.

2. ¿Cuáles son los elementos gráficos que representan la identidad de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado?

En el manual de identidad corporativa aparece como elemento gráfico a tener en cuenta para la creación de la imagen corporativa, el Clain, al respecto se solicita la responder la interrogante siguiente.

3. ¿Cuáles son las razones que justifican la presencia del Clain como elemento gráfico en el manual de identidad corporativa?

Como resultado de la valoración de factibilidad de los resultados investigativos, se expresa, que existe aceptación de la imagen corporativa, como grafismo que ejemplifica y corrobora la aplicabilidad de los procedimientos, de manera que se solicita a los autores que se responda la siguiente interrogante.

4. ¿Qué importancia tiene para ustedes, desde el punto de vista profesional haber logrado la aceptación de la imagen corporativa por los directivos de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado?

De forma general, la investigación tiene gran importancia para la Hacienda, al posibilitar la comunicación visual, como elemento esencial, para el reconocimiento en el mercado actual que cada día alcanza nuevas fronteras y competitividad desde la imagen corporativa. Presenta una adecuada redacción, cumpliendo con las normas establecidas al respecto.

Fecha de elaboración. 14/1/13

Firma. 





República de Cuba. Ministerio de Educación Superior
Universidad de Granma

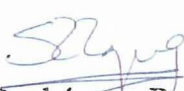


Dirección de Relaciones Internacionales

Bayamo, 15 de febrero de 2013

A quien corresponda:

A través de la presente carta **CERTIFICAMOS** que el estudiante procedente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador **GAVILANES UGSHA JOHOY DALTO**, **CULMINÓ EXITOSAMENTE** su pasantía comprendida entre el 17 de Septiembre de 2012, hasta el 15 de Febrero de 2013 en el **CENTRO DE ESTUDIOS DE CIENCIAS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR** de la Universidad de Granma.


Dr.C. Sergio Rodríguez Rodríguez.
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma



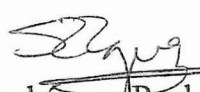


Dirección de Relaciones Internacionales

Bayamo, 15 de febrero de 2013

A quien corresponda:

A través de la presente carta **CERTIFICAMOS** que el estudiante procedente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, **CULMINÓ EXITOSAMENTE** su pasantía comprendida entre el 17 de Septiembre de 2012, hasta el 15 de Febrero de 2013 en el **CENTRO DE ESTUDIOS DE CIENCIAS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR** de la Universidad de Granma.


Dr.C. Sergio Rodríguez Rodríguez.
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma





Dirección de Relaciones Internacionales

Bayamo, 15 de Febrero de 2013

Certificación de Honorabilidad

El Ing. Dis. GAVILANES UGSHA JOHOY DALTO, portador de la cedula de identidad # 050294584-3 a laborado en el **CENTRO DE ESTUDIOS DE CIENCIAS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR** de la Universidad de Granma "CUBA", satisfactoriamente por el lapso 5 meses cumpliendo las labores asignadas en el departamento de Producción de Audio y Video desempeñando las funciones encomendadas con eficiencia y calidad profesional.

El Ing. Dis. GAVILANES UGSHA JOHOY DALTO, puede hacer uso del presente certificado como mejor creyere conveniente dentro de los parámetros legales.

Dr.C. Sergio Rodríguez Rodríguez.
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma





MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
UNIVERSIDAD DE GRANMA

CERTIFICACION

el Ing. Johoy Dalto Gavilanes Ugsha portador de la cedula de ciudadanía 0502945843 a laborado en el centro de estudios de la UNIVERCIDAD DE GRANMA CUBA satisfactoria mente por el lapso de 5 meses cumpliendo las labores asignadas en el departamento de Producción y Diseño Grafico desempeñando las funciones a el encomendadas con eficiencia y calidad profesional.

El Ing. Johoy Dalto Gavilanes Ugsha, puede hacer uso del presente certificado como mejor creyere conveniente dentro de los cánones legales.

Lic. Calixto Guerra Gonzalez
Jefe de Produccion



Melquiades Mendoza Perez
Director del CECS



UNIVERSIDAD DE GRANMA CUBA
CENTRO DE ESTUDIO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR
FÉLIX VARELA Y MORALES



Expide el presente certificado del curso:

Postproducción de Audiobisual

*A favor de: **Gavilanes Ugsha Johoy Dalto**, en atención a que ha satisfecho los requisitos correspondientes al curso desarrollado entre los días 21/01/2013 al 25/01/2013, con un total de 96 horas, alcanzando la calificación de cinco.*

En testimonio de lo cual y para que surta todos los efectos legales procedentes, autoriza y suscribe este certificado en Bayamo MN a los 30 días de Enero de 2013.

Dr.C. Melquiades Mendoza Pérez
Director del CECES





UNIVERSIDAD DE GRANMA CUBA
CENTRO DE ESTUDIO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR
FÉLIX VARELA Y MORALES

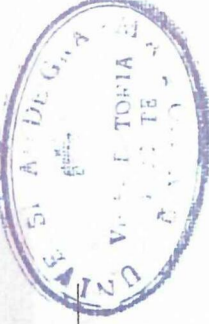


Expide el presente certificado del curso:

Introducción a la Didáctica General

A favor de: Gavilanes Ugsha Johoy Dalto, en atención a que ha satisfecho los requisitos correspondientes al curso desarrollado entre los días 28/01/2013 al 1/02/2013, con un total de 96 horas, alcanzando la calificación de cinco.

En testimonio de lo cual y para que surta todos los efectos legales procedentes, autoriza y suscribe este certificado en Bayamo MN a los 05 días de Febrero de 2013.



Dr.C. Melquiades Mendoza Pérez
Director del CECES



UNIVERSIDAD DE GRANMA CUBA
CENTRO DE ESTUDIO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR
FÉLIX VARELA Y MORALES



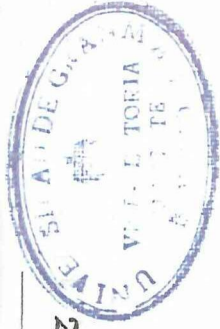
Expide el presente certificado del curso:

Diseño de Programación Web

A favor de: Gavilanes Ugsha Johoy Dalto, en atención a que ha satisfecho los requisitos correspondientes al curso desarrollado entre los días 4/02/2013 al 8/02/2013, con un total de 96 horas, alcanzando la calificación de cinco.

En testimonio de lo cual y para que surta todos los efectos legales procedentes, autoriza y suscribe este certificado en Bayamo MN a los 10 días de Febrero de 2013.

Dr. C. Melquiades Mendoza Pérez
Director del CECES





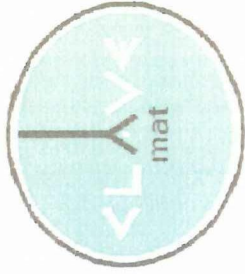
UNIVERSIDAD DE GRANMA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
DEPARTAMENTO DE DERECHO
FILIAL DE LA SOCIEDAD NACIONAL DE LA CRUZ ROJA CUBANA EN GRANMA
DISCIPLINA DE DERECHO DE LA ADMINISTRACIÓN Y EMPRESAS

CERTIFICADO

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso sobre actualización del Derecho Internacional Humanitario, con los especialistas de difusión/ doctrina en DIH, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en Enero de 2013.

.....
Ms. C. Alcides Antúñez Sánchez
Jefe Disciplina. Carrera Derecho.

.....
Dr. Nelson Carracedo Morales
Secretario General. Cruz Roja Cubana. Granma



Certificado de Participación. IV Congreso Cubano de Desarrollo Local. 6-8 marzo 2013

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, participó como ponente en el **II Taller de Cooperación Internacional para el Desarrollo Local (CIDEL 2013)**, celebrado en la Universidad de Granma, Cuba, con la ponencia **“PROCEDIMIENTO PARA EL DISEÑO COMPUTARIZADO DE IMÁGENES CORPORATIVAS PARA EL DESARROLLO COMERCIAL”**.

CIDEL 2013 es una actividad divulgativa del proyecto ALFA III **“Clase virtual de matemática y tutoría”**, financiado por la **Unión Europea**.

Dado en Bayamo, Granma, Cuba a los 8 días de marzo de 2013

Sergio Rodríguez


DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Coordinador de CIDEL 2013 y Coordinador cubano del proyecto Clavemat
Universidad de Granma.
Cuba





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de **“Elementos de Pedagogía”**, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en noviembre de 2012.



DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de **“Informática Aplicada”**, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en noviembre de 2012.


DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de **“Ingles”**, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en octubre de 2012.

S. Rodríguez

DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de “**Metodología de la Investigación Científica**”, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en octubre de 2012.


DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de "EDICIÓN DE AUDIO Y VIDEO", con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en Febrero de 2013.

.....
Dr.C. Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de “DISEÑO DE PUBLICIDAD EN MARKETING”, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en Diciembre de 2012.

Dr.C. Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **GAVILANES USGHA JOHOY DALTO**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de “**APLICACIÓN DE DISEÑO EN MULTIMEDIA**”, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en Enero de 2013.

Dr.C. Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.

Cuba





Certificado de Curso Recibido

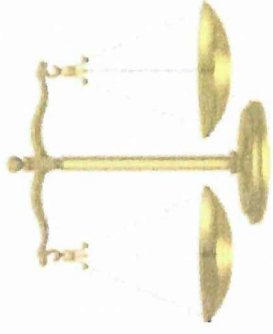
Por este medio se certifica que el estudiante GAVILANES USGHA JOHOY DALTO, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de "SOPORTES DE LA COMUNICACIÓN VISUAL", con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en Noviembre de 2012.

.....
Dr.C. Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba





UNIVERSIDAD DE GRANMA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
DEPARTAMENTO DE DERECHO



Expide el presente Certificado del Curso:

LOS DERECHOS DE AUTOR EN LOS PRODUCTOS ELECTRÓNICOS.

*A favor de: **Gavilanes Ugsha Johoy Dalto**, en atención a que ha satisfecho los requisitos correspondientes al curso desarrollado entre los días 6/01/2012 al 9/01/2013, con un total de 96 horas, alcanzando la calificación de Excelente.*

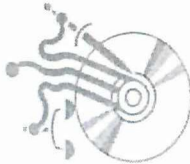
En testimonio de lo cual y para que surta todos los efectos legales procedentes, autoriza y suscribe este certificado en Bayamo MN a los 13 días de Enero de 2013.

MSc. Nora Cedeño Guerra
Profesora del Curso



MSc. Soel Michel Rondón Cabrera
Jefe de Departamento

MSc. Carlos Justo Bruzón Viltres
Decano



LA SOCIEDAD CUBANA DE DERECHO E INFORMÁTICA
DE LA UNION NACIONAL DE JURISTAS DE CUBA

OTORGA EL PRESENTE

CERTIFICADO

Gavilanes Ugocha Johay Dalta

A:

Por su participación en el
TALLER

“El principio de Equivalencia Funcional y la Contratación electrónica. Retos y Oportunidades”

Dado en la ciudad de Bayamo, a los 15 días del mes de diciembre de 2012

Msc. Yarina Amoroso Fernández
Presidenta
Sociedad Cubana de Derecho e Informática

Alexis Ginarte Gato
Presidente JDF-UNJC Granma
Coordinador Del Taller



Universidad de Oriente
Facultad de Derecho

Se le otorga el presente

CERTIFICADO

A: Johoy Dalto Gavilanes Ugsha

**Por su participación
en el Seminario Científico internacional
"TENDENCIAS ACTUALES EN EL CONTROL DEL SECTOR PÚBLICO"**

Dado en Santiago de Cuba, a los 18 días del mes de diciembre de 2012.

Blanca Marchecho
Dra.C. Blanca Marchecho Rey

Decana



Arlín Pérez Duharte
Dra.C. Arlín Pérez Duharte

Vicedecana Inv. y Posgrado

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIVERSIDAD DE GRANMA

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR **FÉLIX VARELA MORALES**

CERTIFICADO

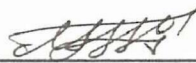
Johoy Dalto Gaviñanes Ugsha

Por haber participado como Ponente Investigador en el Seminario de
PEDAGOGIA desarrollado en el Centro de Estudios en Ciencias de la
Educación Superior el día 03 al 05 de Octubre del 2012.

Dado en Bayamo - Granma (Cuba)



Dr. C. Eva Sánchez García
Coordinadora del Seminario



Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez
Director Del CECES

2012 - 2013



UNIVERSIDAD DE GRANMA
CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR *FÉLIX VARELA MORALES*

Otorga el Presente:

CERTIFICADO

A Johoy Dalto Gavilanes Ugsha
por haber participado y aprobado con calificación final de *EXCELENTE* en el
Taller de *EDUCACION ESPECIAL* con un total de 60 horas, que se inicio del
28 al 30 de noviembre del 2012.

Dr. C. Eva Sánchez García
Coordinadora del Seminario



Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez
Director del CECES

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIVERSIDAD DE GRANMA
CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR *FÉLIX VARELA MORALES*

Otorga el Presente:

CERTIFICADO

Johoy Dalto Gavilanes Ugsha

por haber participado y aprobado con calificación *EXCELENTE* y final en el
Seminario de *DIDÁCTICA* con un total de 60 horas, que se inicio del 01 al
15 de Diciembre del 2012.

Dr. C. Eva Sánchez García
Coordinadora del Seminario



Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez
Director Del CECES

Universidad de Córdoba
España

Universidad de Granma
Cuba



Certificado de participación

Por este medio certificamos que **GAVILANES UGSHA JOHOY DALTO**, de **Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador** participó en el Taller Internacional de Agroecología celebrado en la Universidad de Granma, Cuba, como parte del Proyecto de Cooperación Interuniversitaria "*Formación de grupos expertos en metodologías de investigación y prácticas agroecológicas orientadas hacia el desarrollo de la soberanía alimentaria en la región oriental de Cuba*", financiado por la AECID de España, efectuado el 27 noviembre de 2012.

David Gallar Hernández
Universidad de Córdoba
España

Coordinadores



DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Universidad de Granma
Cuba

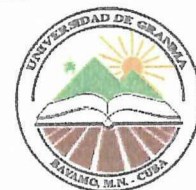
MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIVERSIDAD DE GRANMA

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR *FÉLIX VARELA MORALES*



CERTIFICADO



Johoy Dalto Gavilanes Ugsha

por haber participado como Ponente Investigador en el Taller de AUTISMO desarrollado en el Centro de Estudios en Ciencias de la Educación Superior el día 28 al 30 de noviembre 2012.

Dado en Bayamo - Granma, (Cuba).

Dr. C. Eva Sánchez García
Coordinadora del Taller

Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez
Director Del CECES

2012 - 2013



UNIVERSIDAD DE GRANMA CUBA
CENTRO DE ESTUDIO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR
FÉLIX VARELA Y MORALES



Expide el presente certificado :

A favor de: *Daniel Salomón Valiente Cuchiye*, en atención a la colaboración en el proyecto institucional "Tecnología Educativa en RED digital al servicio de los procesos formativos de profesionales" de la Universidad de Granma, cumpliendo satisfactoriamente con la tarea de Diseñar el logotipo de presentación del canal de Televisión Universitaria.

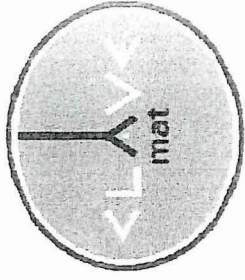
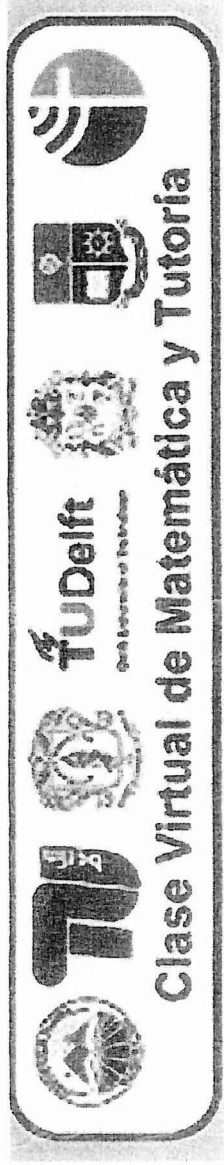
En testimonio de lo cual y para que surta todos los efectos legales procedentes, autoriza y suscribe este certificado en Bayamo MN a los 30 días de Enero de 2013.



Dr.C. Melquiades Mendoza Pérez
Director del CECS



UNIVERSIDAD DE GRANMA




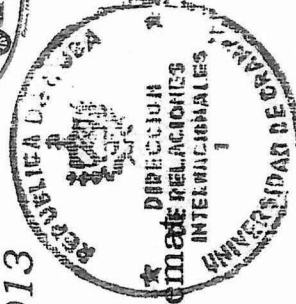
Certificado de Participación. IV Congreso Cubano de Desarrollo Local. 6-8 marzo 2013

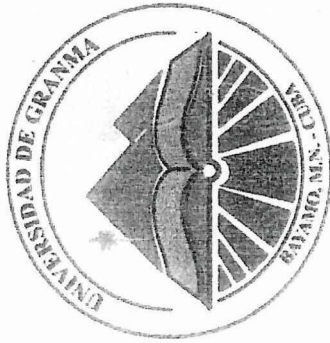
Por este medio se certifica que el estudiante **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, participó como ponente en el **II Taller de Cooperación Internacional para el Desarrollo Local (CIDEL 2013)**, celebrado en la Universidad de Granma, Cuba, con la ponencia **“PROCEDIMIENTOS PARA EL DISEÑO COMPUTARIZADO DE IMÁGENES CORPORATIVAS PARA EL DESARROLLO COMERCIAL”**.

CIDEL 2013 es una actividad divulgativa del proyecto ALFA III **“Clase virtual de matemática y tutoría”**, financiado por la **Unión Europea**.

Dado en Bayamo, Granma, Cuba a los 8 días de marzo de 2013


DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Coordinador de CIDEL 2013 y Coordinador cubano del proyecto Clave
Universidad de Granma.
Cuba





UNIVERSIDAD DE GRANMA CUBA

CENTRO DE ESTUDIO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

FÉLIX VARELA Y MORALES

Expide el presente certificado del curso:

Diseño de Programación Web

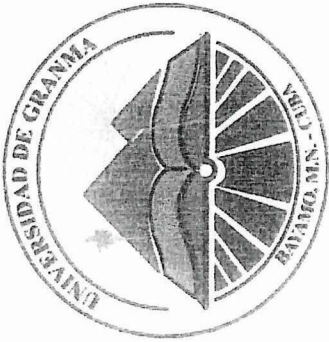
A favor de: Daniel Salomón Valiente Cuchiye, en atención a que ha satisfecho los requisitos correspondientes al curso desarrollado entre los días 4/02/2013 al 8/02/2013, con un total de 96 horas, alcanzando la calificación de cinco.

En testimonio de lo cual y para que surta todos los efectos legales procedentes, autoriza y suscribe este certificado en Bayamo MN a los 10 días de Febrero de 2013.

Dr.C. Melquiades Mendoza Pérez

Director del CECES





UNIVERSIDAD DE GRANMA CUBA

CENTRO DE ESTUDIO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

FÉLIX VARELA Y MORALES



Expede el presente certificado del curso:

Postproducción de Audiobisual

A favor de: Daniel Salomón Valiente Cuchiye, en atención a que ha satisfecho los requisitos correspondientes al curso desarrollado entre los días 21/01/2013 al 25/01/2013, con un total de 96 horas, alcanzando la calificación de cinco.

En testimonio de lo cual y para que surta todos los efectos legales procedentes, autoriza y suscribe este certificado en Bayamo MN a los 30 días de Enero de 2013.


Dr.C. Melquiades Mendoza Pérez

Director del CECES



Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de **“Informática Aplicada”**, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en noviembre de 2012.



DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de **“Elementos de Pedagogía”**, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en noviembre de 2012.


DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba



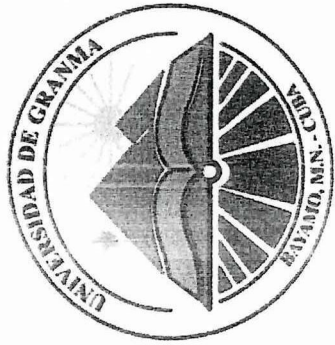


Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de “**Metodología de la Investigación Científica**”, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en octubre de 2012.



DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba



UNIVERSIDAD DE GRANMA CUBA
CENTRO DE ESTUDIO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

FÉLIX VARELA Y MORALES

Expide el presente certificado del curso:

Introducción a la Didáctica General

A favor de: Daniel Salomón Valiente Cuchiye, en atención a que ha satisfecho los requisitos correspondientes al curso desarrollado entre los días 28/01/2013 al 1/02/2013, con un total de 96 horas, alcanzando la calificación de cinco.

En testimonio de lo cual y para que surta todos los efectos legales procedentes, autoriza y suscribe este certificado en Bayamo MN a los 05 días de Febrero de 2013.



Dr.C. Melquiades Mendoza Pérez

Director del CECES




CERTIFICADO


PARTICIPANTE

A: *Daniel Salomón Valiente Cuchiye*
Por haber aprobado con evaluación de: *Excelente*
El curso: *Seguridad Industrial, que inició el 3 de Octubre de 2012*
y finalizó el 10 de enero de 2013, con una duración de 66 h.

Dado en Bayamo, a los 21 días de Enero 2013.


Dr. C. Luis Raúl Paíra Serrano
Decano de la Facultad de Ciencias Técnicas




Ing. Joao Bárzaga Quesada
Profesor

UNIVERSIDAD DE GRANMA



Facultad de Ciencias Técnicas
Departamento de Ciencias Técnicas

Bayamo - Cuba

CERTIFICADO

PARTICIPANTE

A: *Daniel Salomón Valiente Cuchiye*
Por haber aprobado con evaluación de: *Excelente*
El curso: *Ergonomía, que inició el 2 de Octubre de 2012*
y finalizó el *11 de enero de 2013, con una duración de 62 h.*

Dado en Bayamo, a los 21 días de Enero 2013.

Dr. C Luis Raúl Parra Serrano
Decano de la Facultad de Ciencias Técnicas



M.Sc. Roberto Beltrán Reyna
Profesor

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIVERSIDAD DE GRANMA
CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR *FÉLIX VARELA MORALES*



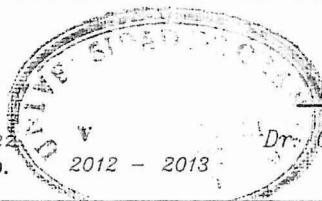
CERTIFICADO



Daniel Salomón Valiente Puchiye

Por haber participado como Ponente Investigador en el Seminario de **EDICIÓN Y VIDEO** desarrollado en el Centro de Estudios en Ciencias de la Educación Superior el día 04 al 07 de Diciembre del 2012.

Lic. Calixto Guerra González
Coordinador del Seminario.



Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez.
Director del CECES

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR


UNIVERSIDAD DE GRANMA


FACULTAD DE CIENCIAS TECNICAS


CERTIFICADO

A quien interese

Por este medio **CERTIFICO** que el estudiante **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso de "**Programación en Java**", Con una duración de 80 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba desde el 29 de Noviembre al 9 de Noviembre del 2012.


MsC. Edel Ángel Rodríguez
Jefe del Departamento


DECANO


Ing. Danner Marante Jacas
Coordinador del Seminario.

2012

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIVERSIDAD DE GRANMA

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR *FÉLIX VARELA MORALES*

CERTIFICADO

Daniel Salomón Valiente Guchipe

*Por haber participado como Ponente Investigador en el Seminario de
PEDAGOGIA desarrollado en el Centro de Estudios en Ciencias de la
Educación Superior el día 03 al 05 de Octubre del 2012.*

Dado en Bayamo - Granma (Cuba)



Dr. C. Eva Sánchez García
Coordinadora del Seminario



Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez
Director Del CECES

2012 - 2013

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIVERSIDAD DE GRANMA

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR *FÉLIX VARELA MORALES*



CERTIFICADO



Daniel Salomón Valiente Cuchi

por haber participado como Ponente Investigador en el Taller de AUTISMO desarrollado en el Centro de Estudios en Ciencias de la Educación Superior el día 28 al 30 de noviembre 2012.

Dado en Bayamo - Granma, (Cuba).

Dr. C. Eva Sánchez García
Coordinadora del Taller



Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez
Director Del CECES

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

UNIVERSIDAD DE GRANMA

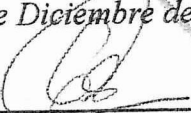
CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR *FÉLIX VARELA MORALES*

Otorga el Presente:

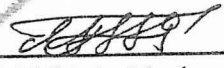
CERTIFICADO

Daniel Salomón Valiente Cuchiye

por haber participado y aprobado con calificación EXCELENTE y final en el Seminario de DIDÁCTICA con un total de 60 horas, que se inicio del 01 al 15 de Diciembre del 2012.


Dr. C. Eva Sánchez García
Coordinadora del Seminario

2012 - 2013


Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez
Director Del CECS



UNIVERSIDAD DE GRANMA

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR *FÉLIX VARELA MORALES*

Otorga el Presente:

CERTIFICADO

A Daniel Salomón Valiente Cuchipe
*por haber participado y aprobado con calificación final de EXCELENTE en el
Taller de EDUCACION ESPECIAL con un total de 60 horas, que se inicio del
28 al 30 de noviembre del 2012.*

Dr. C. Eva Sánchez García
Coordinadora del Seminario



2012 - 2013

Dr. C. Melkiades Mendoza Pérez
Director del CECES

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR


UNIVERSIDAD DE GRANMA

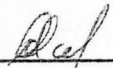
FACULTAD DE CIENCIAS TECNICAS

CERTIFICADO

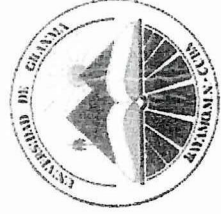
A quien interese

Por este medio **CERTIFICO** que el estudiante **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, de la Universidad Técnica de Gotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso de "HTML Avanzado", con una duración de 80 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba desde el 1 al 12 de Octubre del 2012.


MsC. Edel Ángel Rodríguez
Jefe del Departamento


Ing. Danner Marante Jacas
Coordinador del Seminario.

2012 - 2013



UNIVERSIDAD DE GRANMA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

DEPARTAMENTO DE DERECHO
FILIAL DE LA SOCIEDAD NACIONAL DE LA CRUZ ROJA CUBANA EN GRANMA
DISCIPLINA DE DERECHO DE LA ADMINISTRACIÓN Y EMPRESAS

CERTIFICADO

Por este medio se certifica que el estudiante **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso sobre actualización del Derecho Internacional Humanitario, con los especialistas de difusión/ doctrina en DIH, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en Enero de 2013.

.....
Ms. C. Alcides Antúnez-Sánchez
Jefe Disciplina. Carrera Derecho.



.....
Dr. Nelson Carracedo Morales
Secretario General. Cruz Roja Cubana. Granma





Certificado de Curso Recibido

Por este medio se certifica que el estudiante **DANIEL SALOMÓN VALIENTE CUCHIPE**, de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, culminó exitosamente el curso básico de **"Ingles"**, con una duración de 90 horas, impartido en la Universidad de Granma, Cuba en octubre de 2012.


DrC Sergio Rodríguez Rodríguez
Director de Relaciones Internacionales
Universidad de Granma.
Cuba



PENSAMIENTO

La ciencia no recoge de manera exacta lo que es la realidad sino que proporciona un conocimiento simbólico de la misma, sólo entra en contacto con la realidad a través de los experimentos. Además, algunos descubrimientos asombrosos de la ciencia, no pueden llevarse a cabo porque serían considerados inmorales y sin sentido.

Johoy Dalto Gavilanes U.

DEDICATORIA

Le agradezco a Dios por brindarme la oportunidad y la vida, al ofrecer los medios necesarios para continuar mi formación como profesional en Diseñador Gráfico Computarizado, y siendo un apoyo incondicional para lograrlo ya que sin él no hubiera podido. A mis padres Abel Gavilanes T. y María J. Ugsha V., ya que ellos me ayudaron a lo largo de mi carrera, dándome consejos y apoyándome económicamente, quiero dedicarles este presente documento quien permanentemente me apoyo con su espíritu alentador, contribuyendo incondicionalmente a lograr mis metas y objetivos propuestos y que al pasar el tiempo se ve los resultados de la perseverancia y la constancia del esfuerzo, con su ejemplo de padre perseverante me impulsó a conseguirlo. A mis hermanos que me acompañaron a lo largo del camino, brindándome la fuerza necesaria para continuar en los momentos más difícil dándome ánimo, consejos y orientación, estoy muy agradecido especialmente con mi hermana y mi madre. A Ligia Cano por haberse constituido en un pilar fundamental de apoyo cuando más lo necesitaba, y que superemos las barreras impuestas por el individualismo y así alcanzar la excelencia mediante un equilibrio físico, mental y espiritual, respetando la naturaleza. A nuestros Tutores de la Universidad de Granma, y especialmente al Centro de Estudios de Ciencias de la Educación Superior que desde los rincones más apartados de su Patria, laboran con la materia más valiosa, que es el espíritu confrontador, la personalidad, la formación integral para hacer así a cada uno de sus alumnos, hombres y mujeres de bien.

Johoy Dalto Gavilanes U.

DEDICATORIA

Le dedico primeramente mi Tesis a Dios, el que me ha dado fortaleza para continuar, por guiarme e iluminar mi mente en esta importante etapa de la vida.

De igual forma, a mis queridos Padres, Eloy Porfirio Valiente Iza y María Hermelinda Cuchiipe Timbila, por su confianza y apoyo incondicional en mis años de estudio, a ustedes quienes han sabido formarme con buenos sentimientos y valores, lo cual me ha permitido salir adelante y alcanzar mi anhelada meta.

También agradecer, a mi hermana Maria Elvia valiente por apoyarme económicamente incondicionalmente.

Resumen

La tesis aborda la producción de la imagen corporativa para la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná en la provincia de Cotopaxi de Ecuador, a partir de la creación de un diseño gráfico digital, sobre la base de las insuficiencias que se manifiestan en relación con la identidad de la hacienda como factor importante para el desarrollo comercial. Este diseño gráfico se sustenta en las consideraciones teóricas y prácticas del diseño gráfico computarizado y de la imagen de identidad corporativa asistido por computadora.

En la tesis se presentan los procedimientos que deben tenerse en cuenta para crear el diseño gráfico digital con la intencionalidad de obtener como grafismo la imagen de identidad corporativa, mediante elementos gráficos que denotan y connotan la hacienda.

La investigación asume presupuestos de la investigación cuantitativa y cualitativa, privilegiando la segunda. Entre los métodos teóricos empleados se encuentran: el análisis y síntesis, el método hermenéutico dialéctico, la modelación. Entre los empíricos: la observación, la encuesta, la entrevista, así como la técnica de criterio de especialistas y usuarios, valorando de favorable la aceptación por parte de los usuarios de la imagen de identidad corporativa, que tiene incidencia en el desarrollo comercial.

Introducción	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL ACERCA DEL PROCESO DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO Y DE LAS IMÁGENES CORPORATIVAS COMPUTARIZADAS	4
<i>Epíg. 1.1. Consideraciones teóricas acerca del proceso de diseño y los procedimientos que se utilizan para el diseño gráfico de imágenes corporativas computarizadas.</i>	<i>4</i>
<i>Epíg. 1.2. Caracterización del estado actual del uso de imágenes corporativas computarizadas para el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná, Ecuador.</i>	<i>13</i>
CAPÍTULO II. PROCEDIMIENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO EN IMÁGENES CORPORATIVAS DIGITAL PARA EL DESARROLLO COMERCIAL	18
<i>Epíg. 2.1. Procedimientos para diseñar gráficamente imágenes corporativas digital.</i>	<i>18</i>
<i>Epíg. 2.2. Aplicabilidad de los procedimientos del diseño gráfico de imágenes corporativas digitales para el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado, cantón La Maná de la provincia de Cotopaxi, Ecuador.</i>	<i>22</i>
<i>Epíg. 2.3. Valoración del nivel de factibilidad de las imágenes corporativas para el desarrollo comercial a partir de criterios de usuarios.</i>	<i>36</i>
Conclusiones	
Recomendaciones	
Bibliografía	
Anexos	

Introducción

El impetuoso progreso científico-técnico que tiene lugar hoy en día en las tecnologías de la información y las comunicaciones constituyen herramientas indispensables para el desarrollo de la sociedad donde las representaciones simbólicas se ha convertido en un elemento vital en la interacción comunicativa de la actividad humana.

Este panorama, caracterizado por un complejo proceso de cambios, evidenciados en el desarrollo acelerado de la ciencia y la tecnología, la marcada internacionalización de la economía, la política y las relaciones sociales, donde la imagen ocupa un lugar preponderante en el intercambio comercial entre las naciones, requiere de nuevos procedimientos en su creación, así como de su utilización en las instituciones proveedoras de insumos.

La necesidad de las instituciones proveedoras de productos agrícolas de darse a conocer desde su identidad como en el comercio, donde la imagen corporativa se convierte en un elemento importante para el desarrollo del comercio.

En la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná en Ecuador, existe una estructura de administración que connotan la identidad, así como la comercialización de productos agrícolas, los cuales requieren de una representación icónica que promueva la identificación de los diferentes niveles de administración y de los productos agrícolas que se comercializan.

El proceso tecnológico digital que se lleva a cabo en la producción de nuevas representaciones gráficas de imágenes, presenta insuficiencias que trascienden en el diseño gráfico de imágenes corporativas tales como:

Insuficiente creación de diseños gráficos de imágenes corporativas computarizada que contribuyan al desarrollo del comercio.

Insuficiente comercialización de productos agrícolas promovidos por imágenes corporativas.

Insuficiente reconocimiento de los niveles de administración y de los productos agrícolas que se comercializan en la Hacienda Agrícola Rancho Ganado por imágenes corporativas.

A partir de estas insuficiencias se precisa como **problema científico**: las insuficiencias que manifiesta la Hacienda Agrícola Rancho Ganado respecto al reconocimiento de su identidad y producciones agrícolas, lo que limita el desarrollo comercial.

El **objeto de investigación** es el proceso de diseño gráfico computarizado y el **objetivo** es la elaboración de procedimientos tecnológicos computarizados para el diseño gráfico de imágenes corporativas computarizadas para contribuir al desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi en Ecuador, a través de la aplicación de procedimientos tecnológicos computarizados para diseñar imágenes corporativas. En correspondencia con estas categorías se delimita como **campo de la investigación** el diseño gráfico de imágenes corporativas para el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado, del cantón de la Maná, provincia de Cotopaxi, en Ecuador.

La **hipótesis** plantea que si se aplican procedimientos tecnológicos computarizados que tenga en cuenta la contradicción fundamental que se establece entre la producción y la comercialización de los productos agrícolas puede ser diseñada la imagen corporativa de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná la imagen corporativa de esta entidad proveedora, lo que puede contribuirse al desarrollo comercial de la misma.

Durante el desarrollo de la investigación se cumplieron las tareas siguientes:

1. Determinar las consideraciones teóricas acerca del proceso de diseño computarizado y los procedimientos que se utilizan para el diseño gráfico de imágenes corporativas para el desarrollo comercial.
2. Determinar situación actual que presentan las imágenes corporativas computarizadas para el desarrollo comercial en la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.
3. Modelar los procedimientos tecnológicos para diseñar gráficamente imágenes corporativas computarizadas.
4. Aplicar los procedimientos tecnológicos en el diseño gráfico de imágenes corporativas computarizadas para el desarrollo comercial de la Hacienda

Agrícola Rancho Ganado, cantón. La Maná de la provincia de Cotopaxi, Ecuador.

5. Valorar el nivel de factibilidad que tiene el diseño gráfico de las imágenes corporativas para la identidad y el desarrollo comercial a partir de criterios de usuarios y por consiguiente de los procedimientos.

Los **métodos** utilizados en la investigación fueron los siguientes:

Análisis y síntesis: en el trabajo con la fuente bibliográfica para obtener los fundamentos científicos necesarios y suficientes acerca del proceso de diseño gráfico computarizado y de las imágenes corporativas.

Método de modelación: posibilitó modelar los procedimientos y diseñar las imágenes corporativas representativas de la identidad y comercialización de productos.

El método **hermenéutico dialéctico** para la interpretación y elucidación de las diferentes relaciones que se dan en los procedimientos, así como en las imágenes corporativas para la identidad y comercialización de productos.

La técnica de la **encuesta** para obtener información de la valoración de factibilidad de los usuarios acerca de las imágenes corporativas diseñadas.

La **entrevista** permitió conocer las insuficiencias y el nivel de viabilidad del diseño de imágenes corporativas por los usuarios.

La **observación** se aplicó durante toda la investigación y en el diagnóstico del problema científico.

Del punto de vista práctico el resultado de la investigación tiene una gran significación social pues trasciende en el conocimiento por parte de la comunidad acerca de la estructura, funcionamiento y desarrollo comercial que lleva a cabo la Hacienda Agrícola Rancho Ganado, teniendo repercusión en el desarrollo comercial.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL ACERCA DEL PROCESO DE DISEÑO GRÁFICO COMPUTARIZADO Y DE LAS IMÁGENES CORPORATIVAS COMPUTARIZADAS

Introducción

El presente capítulo está estructurado en dos epígrafes donde el primero aborda desde una posición crítica las consideraciones teóricas acerca del proceso de diseño y los procedimientos que pueden ser utilizados en los diseños gráficos computarizados de imágenes corporativas, y en el segundo epígrafe expone la situación actual las imágenes corporativas computarizadas para el desarrollo comercial en la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.

Epíg. 1.1. Consideraciones teóricas acerca del proceso de diseño y los procedimientos que se utilizan para el diseño gráfico de imágenes corporativas computarizadas.

El diseño ha sido objeto de estudio por la comunidad científica internacional, existiendo diversidad de criterios que han permitido el enriquecimiento de los conocimientos teóricos y prácticos, alcanzando en los últimos tiempos un lugar relevante en el desarrollo económico social de los países que sobre la base del empleo extensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, marcan pautas en las nuevas condiciones que caracterizan al mundo de hoy.

El intercambio económico social entre naciones, personas, instituciones sociales y de comercio está mediado por diseño de identidad, de productos, que se comercializan, aspectos que contribuyen de forma positiva en el perfeccionamiento de las técnicas, procedimientos tecnológicos que se utilizan para conducir el proceso de diseño con el uso de la informática, como herramienta que permite acercarse a lo ideal.

El término diseño desde el punto de vista etimológico tiene sus orígenes en el idioma italiano denominado disegno, que significa dibujo, también designio, signare; lo que significa lo por venir, es decir una visión representada gráficamente del futuro, ya que lo hecho es la obra, y lo que está por hacer es el

proyecto. En el Diccionario de la Real Academia Española se expone que la palabra diseño, es utilizada en la creación de objetos de diversas naturaleza, de ahí la diversidad de empleo de la palabra en los contextos.

Desde el punto de vista del tiempo el diseño como palabra es común utilizarla como proceso de programación, proyección, coordinación, selección y organización de varios factores y elementos que tienen como objetivo realizar objetos que producen comunicación visual, siendo así, entonces el acto de diseñar es una prefiguración, que se ejecuta como proceso previo a la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas, es decir plasmar el pensamiento de la solución en esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en soportes.

Estas referencias semiótica de la palabra diseño ha tenido influencia en la diversidad de definiciones del concepto de diseño aportados por estudiosos de este objeto entre los que se destacan: Gonialei, G. (1986), Ghaddra, M. (1990), Gómez, N.I.y Nassar, P. A. (1997) y Guerrón, B. (2010), los que coinciden en señalar que es una de las artes visuales, haciendo analogías con la pintura, la escultura y la ilustración que hace el cine, también que es una técnica que dota a los productos o servicios de una utilidad y una estética que los haga más atractivos y competitivos en el mercado, y que además resulten fáciles de producir, al coste más bajo posible. Es un enfoque esencialmente de la ingeniería de producto y de mercado.

Desde un punto de vista más pedagógico el diseño es considerado como el proceso creativo de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores técnicos y elementos gráfico-plásticos, con los objetivos de crear objetos o productos de acuerdo a unas especificaciones e integrando en el proyecto los instrumentos de comunicación visual gráfico-plásticos.

A partir de estas referencias el diseño es un proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", de creación, representación de objetos que sirven de comunicación para uso humano y que se presenta como plan final (la imagen o el objeto producido).

En cuanto al arte de diseñar debe tenerse en consideración lo funcional y lo estético, los cuales transitan por etapas investigativas muy importantes tales como: análisis, modelado, ajustes y adaptaciones previas a la producción definitiva del objeto, caracterizándose por la multidisciplinariedad, y desde el

punto de vista de recursos humanos su realización individual o colectiva, la cual adquiere un carácter complejo, dinámico e intrincado, donde se integran requisitos técnicos, sociales y económicos con necesidades biológicas, que causan efectos psicológicos y materiales, la forma, el color, el volumen y el espacio, todo ello interrelacionado, Gestalt, (2012).

Según Flusser, V. (1991), considera que el diseño es el futuro de la humanidad, al estar relacionado con la actividad que emplea un lenguaje similar, con una sintaxis propia, con naturaleza compleja y enteramente vinculado a la producción y al comercio. Sin embargo a diferencia del arte y la arquitectura el proceso de diseño no se basa solo en los proyectistas, ya que tienen gran importancia los productores, los vendedores y el público. de Fusco, R. (2008).

En el proceso de diseño se pone de manifiesto la función del encargo hecho por el cliente o usuario final, ya sea en la creación de objetos funcionales, herramientas ergonómicas, mobiliarios, accesorios útiles, vestimentas, espacios físicos o páginas webs, multimedia, información, señales, mensajes no verbales sígnicas, simbólicos y sistemas, además de ordenar los elementos gráficos e imágenes, clasificar tipologías y crear o modificar tipografías, donde la computadora permite ser más eficiente el proceso de diseño.

Según Maldonado, T. (2012), Franco, Damiano (2006) consideran, que el diseño es una actividad que debe partirse por determinar las prioridades formales de los objetos, donde la forma debe alcanzar un alto nivel estético y evidenciar las significaciones, de tal manera que el proceso de diseño debe satisfacer una necesidad humana Shigley, Joseph E y Mishke, Charles R. (1985).

Según Moholy, N. (1895-1946) al referirse al diseño considera que es una organización de materiales y procesos de la forma más productiva, en un sentido económico, con un balance equilibrado de todos los elementos necesarios para cumplir una función, donde se representa la esencia de los productos y de las instituciones.

El proceso de diseño implica el tránsito por fases tales como: 1. Observar y analizar el medio en el cual se desenvuelve el ser humano, descubriendo alguna necesidad, 2. Planear y proyectar proponiendo un modo de solucionar esta necesidad, por medio de planos y maquetas, tratando de descubrir la posibilidad y viabilidad de las soluciones, 3. Construir y ejecutar llevando a la vida real la idea

inicial, por medio de materiales y procesos productivos y finalmente, 4. La evaluación.

El acto de diseñar es considerado por Maddio, Mariano (2006) como la proyección de nuevas ideas, que al igual que las obras de artes es captado primero por la vista y reflejada en el hombre, por lo tanto, las necesidades particularidades que deben satisfacerse deben estar bien definidas desde el inicio en que se comienza la elaboración del diseño, donde el objeto que se representa queda disponible para una acción eficaz (Bonsiepe, Gui, 2005).

Desde esta perspectiva el diseño puede ser considerado como un proceso del conocimiento multidisciplinario, que implica su aplicación en distintas profesiones, que puede ser estudiado, aprendido y, en consecuencia enseñado; dado que su objetivo está orientado a estructurar y configurar contenidos que permiten ser utilizados para satisfacer necesidades humanas, al igual que las demás ciencias, pues se considera que el proceso de diseño es también una actividad técnica y creativa encaminada a idear un proyecto útil, funcional en el que ocupa un lugar importante el diseño gráfico, el cual consiste en el arte de ordenar y componer elementos de la misma clase para formar un todo, con un sentido o un fin determinado.

Al hablar de diseño gráfico debe tenerse en cuenta que la palabra gráfico es quien califica a la palabra diseño al relacionarla con la producción de objetos visuales, destinados a comunicar mensajes específicos; por tanto al ser considerado como una actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados.

El diseño gráfico, de acuerdo al campo de actuación, se clasifica como dimensional o tridimensional, en dependencia del plano o el espacio donde actúa, y de acuerdo a la aplicación o finalidad; desde el punto de vista pedagógico existen dos grandes grupos: diseño gráfico que integra la edición, la publicidad y la identidad, encontrando su concreción en los proyectos de identidad corporativa de instituciones, comunidad, orientado desde una doble capacidad expresiva y funcional a representar objetos producidos artesanalmente e industrialmente.

Teniendo en cuenta a los problemas de urbanismo y paisajista, económicos, ambientación y decoración de que se ocupa el diseño gráfico se le denomina

diseños de entornos; de manera que el diseño gráfico se refiere a todo tipo de composiciones, planos, dibujos, carteles, portadas de libros, periódicos y revistas, fotografías, proyectos de propagandas, así como se puede hablar de todo tipo de actividad que crea objetos para ser utilizados, recreados y apreciados. A partir de estas consideraciones, el diseño gráfico, es la planificación, realización de objetos y ambientes para uso, estancias, procesos y programas de la actividad humana.

El diseño corporativo ocupa un papel relevante en la clasificación de diseños gráficos; al lograr combinar varios elementos del diseño gráfico moderno en un solo diseño con la intencionalidad de lograr identidad corporativa Behrens, P. (1868-1940), creando el logotipo vinculado a todos los elementos corporativos de la entidad productiva. Por tanto, se considera que el diseño corporativo, es la representación física del concepto, la idea y el conjunto de unidad, encargado de transmitir la visión de una entidad productiva a través de su identidad corporativa y de sus productos.

En la creación de diseño de una identidad corporativa de una entidad productiva se proponen algunos pasos, por estudiosos del tema, entre los cuales se pueden significar los siguientes:

- Como mejorar las funciones y prestaciones a través del diseño y de la estética externa. Crear un diseño, lo más bello y ergonómico posible.
- Que la propia entidad productiva, debe abrirse por sí sola el mercado, no perseguirlo.
- Señalar el nivel de costumbre o adaptación de la identidad que persigue y que debe pretender asentar. El producto, por sí mismo, ya aporta una información.
- La consecución de la imagen que se traslada del producto. El producto tiene su propia imagen y se clasifica en determinados grupos dentro de la sociedad de consumo.

Como señala Behrens, P. (1868-1940) el logotipo ocupa un lugar significativo en el diseño de la identidad corporativa, pues al estar constituido por un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras, etc., que refleje la posición de mercado de la entidad productiva, fundida en un solo bloque para facilitar una composición

tipográfica que se constituye en la firma de la entidad productiva aplicable a toda clase de material impreso o visual, que le permita colocarse visualmente al lado de los competidores como el proveedor más profesional y atractivo de su sector de mercado.

Moles, Abraham (1991) considera que el logotipo sirve para identificar el programa oficial y ser utilizado en todos los actos, actividades y proyectos relacionados con celebraciones, así como en cuantas iniciativas se estimen convenientes a partir en que sea seleccionado y adjudicado, perteneciente a productores autónomos, sociedades, cooperativas, empresas de carácter general y con independencia de la actividad con plena autorización solo con fines informativos e ilustrativos en el propio contexto de la actividad productiva y comercial de la entidad y el soporte y/o en los medios de inclusión del logotipo.

En muchas de la literatura especializada en el tema de diseño de logotipos se aborda de forma general incluyendo los isotipos y los isologotipos, sin tener en cuenta las particularidades de estos últimos, y no considerar el logotipo únicamente tipográfico, que puede ser ya existente o una creada exclusivamente para la ocasión. Pues los isotipos son únicamente con una imagen, carente de toda tipografía y mensaje escrito, que refleja un significado claro a través de un dibujo sin errores conceptuales, que permita, ser recordado cada vez que se observa y asociado inmediatamente a la marca en cuestión sin necesidad de palabras.

Por otra parte el isologotipo, es una combinación de los isotipos y logotipos, donde la imagen es reforzada por la palabra o a la inversa, siendo el más claro en el mensaje a decodificar; la presencia de tipografía en los diseños gráficos alcanza connotación con el uso de la computadora, al poder seleccionar tipo de letras con la intencionalidad que el mensaje se adapte hacia el público al que va dirigido, y así cumplir con su función principal de comunicar de transmitir información.

En un logotipo, la tipografía, es un transmisor denotativo, sin embargo se considera que también tiene elemento connotativo muy fuerte, pues cada palabra elegida tiene una intencionalidad donde cada letra estimula la construcción de ideas distintas en el subconsciente del público, el verbo (las palabras), son signos que encuentran su significado en el idioma que se practica en un contexto, y la

representación sonora (el alfabeto); de manera que las palabras en un logo suele ser el nombre de la entidad productiva y, eventualmente un brandslogan, donde no se presenta a una variedad de interpretaciones; como sí lo hace el ícono.

Desde el punto de vista comunicativo el ícono es considerado como transmisión de un mensaje connotativo a partir de una imagen figurativa que surge por la imprecisión al comunicar el mensaje que la entidad productiva quiere transmitir al público consumidor, producto que el mensaje no es claro y unívoco sino que presenta polisemia (variedad de significado). Es por eso que un procedimiento esencial a tener en cuenta al diseñar este tipo de imagen debe buscarse en que debe transmitirse un mensaje específico, de manera que evite variadas interpretaciones.

La utilización de logotipos en la comercialización es reconocida por la literatura especializada, al considerar que un buen logotipo produce buenas ventas de productos a su atracción y la confianza que inspira en los consumidores, pues al ser un elemento del diseño que representa la entidad de la mejor manera mientras fomenta la compra de sus productos al hacerlo más apetecible y deseado.

Desde el punto de vista tecnológico es considerado la existencia de grupos de productos de diseños entre los que se encuentran las etiquetas, envases, editorial, señalética, cartelería, folletería, tipográfico, de instrumentos de mandos, infografía, material didáctico y de identidad corporativa, en este último se encuentran las marcas y los isologotipos, teniendo como elemento común la presencia de la imagen corporativa, donde se utilizan los mismos procesos y medios de expresión de recursos materiales, la forma y el significado que representa cada signo.

La imagen corporativa según Costa, J. (2001) y González, N. (2006) está siendo utilizada para definir gran cantidad de cosas y fenómenos, lo que ha provocado diversidad de significado, y por consiguiente hace que la imagen sea connotada con sentidos diferentes alcanzando expresiones de imagen gráfica, visual, material, mental, de empresa, de marca, corporativa y global (Costa, 2001).

Autores como Lougovoy y Linon (1972), Jefkins, Frank (1982), Cheli, Enrico (1986), Herbert, (1987), Marion, (1989) y Villafañe, J. y Mínguez, N. (1996) al abordar la tipología de imágenes coinciden en reconocer la imagen corporativa

como uno de los conceptos básicos de la comunicación con trascendencia en el marketing, la publicidad y las relaciones públicas y que la misma está dada por la apreciación que tiene la sociedad acerca de la organización de la entidad, así como la idea global que tienen sus productos, sus actividades y su conducta, es decir no está dada por la cantidad de expresiones sino por la utilización que se hace de ellas.

Por tanto la identidad corporativa es significada como un conjunto de valores y atributos que una entidad posee, que hace que la imagen la represente, la identifique del resto y la coloque en mayor o menor escala, dando a conocer sus propias normas y comportamientos, su cultura a través de los mensajes que emiten a su alrededor. Para la realización del diseño de imagen que represente la identidad corporativa, es necesario trasladar la imagen unitaria a todos los elementos corporativos de la entidad, donde lo importante es diseñar un logotipo representativo para ser reconocida (Braun y Olivetti, 1995).

En la creación de la identidad corporativa existe diversidad de consideraciones en la literatura especializada, coincidiendo en que debe planificarse y estudiar la visión estratégica, transmitir estímulos sensoriales y unas comunicaciones que evoquen a la visión de identidad, el personal interior de diseño, los estudios ajenos del diseño gráfico, los asesores de identidad estratégica, de comunicación y las agencias de publicidad, donde lo más importante es crear una estética de la entidad, que exprese y transmita el carácter de la misma, a través de los elementos más atractivos y característicos que la identifiquen, que definen su marca.

La comunicación visual de la identidad es considerado como un punto que debe tenerse en cuenta para diseñar imágenes de identidad corporativa, denominado también como el Manual corporativo de la entidad, donde se desarrolla el diseño del logotipo, los colores utilizados, el anagrama, la tipografía utilizada, el test de reducción del logotipo, el diseño y la aplicación de todos los elementos corporativos, tarjetas de visita, sobres, papel de carta, CD Roms, etc., es decir todos los elementos que intervienen del nivel interno y externo de la entidad, de manera que la comunicación visual esté vinculada con el diseño gráfico.

El color, su psicología y percepción, el diagrama, la legibilidad son aspectos que se consideran importante en el diseño de imágenes corporativas tanto para la

identidad como en las marcas de productos a comercializar por la entidad, pero de forma integrada a los elementos internos y externos que puedan ser representados a través de logotipo, que permita la decodificación de la estructura, organización, conducta, cultura de la entidad a partir del significado que connotan cada uno de los aspectos.

Acerca de la imagen de una entidad sustentada en la concepción de la imagen ficción, Marston, J. (1873-1972), considera que no hay nada irreal sobre la imagen corporativa porque para la persona, la imagen es la empresa. Si la imagen es verdadera o falsa, es aparte; la persona que la tiene piensa que es verdadera y actuará según ello, consideración que no se comparte totalmente pues la imagen está basada en la noción de la realidad a la vez que es completamente subjetiva, y en el diseño de imágenes corporativa tiene una connotación negativa al ir en contra de los fundamentos, tanto éticos como instrumentales de la comunicación corporativa.

Otra de las concepciones es la imagen-ícono, la cual toma como sustento lo expresado por Moles, A. (1989), Sempere, (1990) quienes consideran que la imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo, que dan la identidad de la marca o de una entidad en todas sus manifestaciones, constituyendo la noción más popular sobre la imagen corporativa. Sin embargo cuando se habla de imagen corporativa no debe referirse a la figura material que representa la entidad (un símbolo o logotipo) o a su recuerdo visual, sino a la imagen global que se genera en el perceptor, es decir la figura material evoca, remite a la identidad cultural de la entidad, pero no constituye su imagen, es un instrumento en poder de organización para intentar influir en la imagen de la entidad, pero no la imagen corporativa.

La imagen-actitud es una concepción que sostiene que la imagen es una presentación mental, concepto o idea que tiene el público de una entidad, marca o producto; representada mentalmente en la memoria colectiva de un estereotipo o conjunto de significado de atributos capaces de influir en los comportamientos y modificarlos (Joan Costa, 2001); significada como construcción forjada por un grupo de individuos, los cuales comparten un proceso común de representación (Marion, 2006).

De lo anterior se infiere insuficiencia en el estudio de la formación de la imagen corporativa, pues los autores se limitan a dar descripciones superficiales, a pesar de reconocer que la imagen corporativa se forma en los receptores, la consideran como una propiedad de la entidad, que debe ser adecuadamente transmitida al público para que ellos la reciban y la adopten como suya, y por consiguiente no revelan los procedimientos que deben tenerse en cuenta para diseñar imágenes corporativas que comuniquen visualmente la identidad y los productos que se comercializan.

Epíg. 1.2. Caracterización del estado actual del uso de imágenes corporativas computarizadas para el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná, Ecuador.

El estado actual del uso de imágenes corporativas computarizadas para el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná es analizado en este epígrafe, al valorar los resultados de los instrumentos aplicados para conocer su utilidad. Se refieren y analizan las encuestas y entrevistas realizadas a la administración y trabajadores de la entidad productiva. El contenido de las encuestas y las entrevistas a la administración y trabajadores de la entidad productiva estuvo determinado por el objetivo de diagnosticar deficiencias en la comercialización de los productos. Su propósito fue conocer la existencia y utilización de imágenes corporativas que permitieran la identificación y comercialización de los productos de esta Hacienda.

La valoración de la situación actual de la existencia y uso de imágenes corporativas diseñadas gráficamente en computadoras en la Hacienda Rancho Ganado del Cantón La Maná en Ecuador, precisó la elaboración y aplicación de una entrevista (anexo No 1) y de una encuesta (anexo No. 2) y una guía de observación (anexo No. 3), realizando una valoración de las opiniones que expresan los trabajadores acerca de los resultados que tiene la comercialización de los productos, en correspondencia con las exigencias del mercado actual.

Resultados de la entrevista realizada a la administración de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná.

Las principales opiniones se sintetizan en:

1. La falta de identificación a través de diseños gráficos que permita conocer los aspectos externos e internos de la estructura de la entidad productiva.
2. Insuficiente divulgación de los productos que se comercializan.
3. La presencia gráfica de los productos que se comercializan no logran conquistar al consumidor en toda su totalidad.
4. Los oficios que se emiten por las estructuras de dirección de la entidad productiva no presentan diseños gráficos que posibilite una pronta identificación.
5. Existe percepción de la necesidad de la existencia de imágenes corporativas computarizadas para dar a conocer la identidad y la comercialización de los productos.
6. La no existencia de logotipos, isotipos e isologotipos diseñados por computadora en la entidad productiva, tanto para la identidad corporativa como para establecer marcas en los productos que se comercializan limitan el desarrollo comercial.

Resultados de la encuesta a trabajadores.

El instrumento se aplicó principalmente a los trabajadores que participan directamente en la obtención de los productos agrícolas, según las pretensiones de esta investigación. El objetivo perseguido fue diagnosticar las insuficiencias que perciben en cuanto a la identidad corporativa y su valoración acerca de las limitaciones que presenta la comercialización de los productos. Tomando en cuenta los criterios expresados, se pudo inferir lo siguiente:

1. Existe una estructura en la entidad productiva que no se conoce en toda su totalidad por el público consumidor, por lo que limita su inserción competitiva en el mercado.
2. Cuando necesitan un oficio emitido por los departamentos de la dirección de administración los mismos carecen de una imagen que les permita reconocer de manera inmediata el nivel de dirección.

3. Los productos que se comercializan no muestran una imagen que les permita competir en el mercado frente a otros productos de otras entidades productivas, y en consecuencia afecta los ingresos económicos, tanto de la entidad como en lo personal.
4. En sentido general los trabajadores asocian que la imagen corporativa es elemento clave para lograr un mayor reconocimiento de la Hacienda Rancho Ganado y de sus producciones con trascendencia a otros mercados nacionales e incluso internacional.

Resultado de la observación de las imágenes que identifican los oficios y productos que se comercializan por la entidad productiva:

Como aspectos esenciales se declara lo siguiente:

1. Los departamentos en que se encuentra estructurada la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná, no cuenta con diseños de imágenes corporativas computarizadas que agilicen su impresión en los oficios que se emiten por cada una de estas instancias de dirección o gerencia.
2. Los productos se comercializan solo por la presencia natural y no por una imagen diseñada estéticamente que le llame la atención al consumidor.
3. No se evidencia la presencia de logotipos globales, ni particulares que transmitan a través de su forma la identificación de la Hacienda y de sus productos.
4. No se evidencian marcas de productos que le den a conocer al público consumidor la imagen del sello de calidad.

Resultados de la entrevista (anexo No. 4) realizada al departamento comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná.

A partir del instrumento aplicado se ha podido conocer criterios acerca de la necesidad de diseñar imágenes corporativas computarizadas para los productos que se comercializan. La investigación en este aspecto se conformó a través de la conversación con los directivos de esta instancia gerencial.

Teniendo en cuenta las respuestas emitidas por el personal entrevistado, se pudo resumir, lo siguiente:

1. Se ha prestado poca atención a la creación y utilización de imágenes corporativas que transmitan la identidad de la Hacienda, así como de los productos que se comercializan.
2. La no existencia de un logotipo particular para comercializar los productos ha limitado la existencia de una marca competente en el mercado, consideración que hacen del por qué no aumenta la demanda por parte del público consumidor.
3. Que los oficios que emiten para avalar las producciones carecen de diseños de imágenes corporativas computarizadas.

Es evidente el desarrollo comercial que presenta actualmente la Hacienda Rancho Agrícola Ganado del cantón La Maná en Ecuador, requiere de la presencia de imágenes corporativas, en sus diversas formas, computarizadas, que den a conocer la identidad y las marcas de los productos que proveen. A juicio de estos autores las imágenes que deben diseñarse gráficamente en computadoras deben estar encaminadas a transmitir la identidad corporativa de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado, tanto en su aspecto externo como internos, así como, las de los productos que se comercializan fundamentalmente y que pueden alcanzar niveles altos de consumo.

Al tener en cuenta los aspectos señalados, se puede concluir a partir de la situación actual de la presencia y utilización de imágenes corporativas en la Hacienda Rancho Ganado, que transmitan su identidad y sus productos de mayor alcance en el mercado, con vista a lograr mayor desarrollo comercial que:

1. Existe insuficiencia en el diseño gráfico de imágenes corporativas, que afectan la identificación y comercialización de los productos, y por consiguiente el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.
2. No existe logotipo global y particular que transmita mensajes acerca de los aspectos externos e internos de la estructura gerencial.
3. Los productos se comercializan con su presencia natural y no por una representación icónica que connote su calidad y competitividad en el mercado nacional y foráneo.

Se conoce que el diseño gráfico de imágenes corporativas computarizadas es un proceso complejo de creación de las relaciones identidad-imagen-comercio. La imagen corporativa será efectiva cuando el público consumidor reconozca la identidad interna y externa de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado y sus productos; y cada departamento utilice en los oficios que emite la presencia gráfica de imagen computarizada, que facilita el intercambio de información, ya sea en formato digital o impreso.

De esta manera se evidencia un deficiente uso de imágenes para la identidad corporativa y para el desarrollo comercial en la Hacienda Rancho Ganado del cantón La Maná en Ecuador, que se reconoce al aplicar los instrumentos en la investigación para establecer las relaciones pertinentes que se dan entre la realidad y la representación de la misma.

CAPÍTULO II. PROCEDIMIENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO EN IMÁGENES CORPORATIVAS DIGITAL PARA EL DESARROLLO COMERCIAL

Introducción

En este capítulo se ofrecen los procedimientos tecnológicos de diseño gráfico en imágenes corporativas digital para el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná en la provincia de Cotopaxi de Ecuador. Los mismos sustentan el manual de diseño gráfico creado con vista a la producción de las imágenes corporativas. Como parte de su implementación se presentan los resultados de la primera fase de introducción consistente en criterios aportados por el usuario, los que permiten ofrecer una valoración de la factibilidad del producto (imagen corporativa), atendiendo a las particularidades de la investigación.

Epíg. 2.1. Procedimientos para diseñar gráficamente imágenes corporativas digital.

El diseño gráfico computarizado intencionado es guiado a través de procedimientos, que desde un enfoque tecnológico, permiten la creación de imágenes corporativas que transmiten la identidad de entidades proveedoras de productos que se comercializan, estos últimos con su representación icónica correspondiente.

Cada procedimiento emana de las fases o etapas por la que transita el proceso de diseño gráfico computarizado. Se define como procedimiento a la forma práctica en que se manifiesta el método tecnológico digital de creación de diseños gráficos, que guía la dirección de las acciones y operaciones inferiores, determinadas por las condiciones a la que hay que atenerse para diseñar imágenes corporativas en computadora.

Se asume que en el proceso de diseño gráfico computarizado se transita por las etapas de: bocetos, gráficos y digital. Cada etapa requiere de procedimientos que conduzcan al objetivo propuesto en cada una de las etapas: selección de

aspectos externos e internos contextualizada, reducción graficada y aplicación digitalizada.

Para poder poner en práctica los procedimientos de diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas es necesario establecer los requisitos que constituyen condiciones indispensables para el proceso de diseño gráfico computarizado, en correspondencia con la relación que se establece entre los rasgos distintivos de la entidad productiva y el significado que denotan y connotan las representaciones icónicas que se diseñan digitalmente.

Procedimiento de selección de aspectos externos e internos contextualizada.

Este procedimiento es la expresión de las acciones y operaciones inferiores necesarias para realizar diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas, sobre la base de la relación entre las características y funciones que tienen los niveles de dirección, la historia de los productos fundamentales que se comercializan en la entidad productiva, que transmiten la identidad y el comercio, como condiciones externas e internas indispensables, en función del proceso de diseño gráfico computarizado para la creación de imágenes corporativas.

La función del referido procedimiento es guiar la dirección a seguir para lograr la sincronización en el diseño gráfico de las imágenes con la estructura, funciones, comercio e historia, que prescribe la identidad corporativa y el comercio de los productos que deben proveer para el público consumidor y las condiciones necesarias para impulsar el desarrollo comercial.

Para poner en práctica el procedimiento mencionado se deben tener en cuenta los requisitos siguientes:

Indagar los aspectos externos e internos sobre la base de la identificación de los rasgos que distinguen la entidad productiva en su devenir histórico.

Conocer las funciones que tienen los niveles de dirección, como aspecto interno y su reconocimiento social y comercial, sobre la base de representaciones icónicas que denotan y connotan en su forma y contenido los significados que se expresan y por consiguiente el sentido social, comercial y personal que alcanzan los

mensajes que se transmiten acerca de la identidad y de los productos que se comercializan.

Seleccionar el volumen de información necesaria y suficiente que den evidencia de la identidad corporativa así como de los productos que se comercializan.

Procedimiento de reducción graficada.

Este procedimiento es la expresión de la dirección de las acciones y operaciones inferiores necesarias para el diseño gráfico computarizado, sobre la base de la relación entre el tipo de: diseño, tipografía, logotipos que conforman la imagen corporativa a la escala o tamaño establecido para cada uno de ellos, sin perder el contenido, el significado y el sentido para lo cual es diseñado.

La función del procedimiento es conducir al acercamiento de las acciones inferiores hacia la elaboración del diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas que denoten y connoten la identidad y la comercialización de los productos de la entidad productora o proveedora. Tal gráfico se expone a través de un boceto que contiene los aspectos externos e internos, así como la modelación en que se representaran cada uno de los productos que se comercializan.

En la puesta en práctica de este procedimiento deben tenerse en cuenta los requisitos siguientes:

Diseñar el boceto del gráfico, en correspondencia con la identidad y la actividad comercial, a partir de la prioridad de los rasgos más significativo de la entidad productiva.

Diseñar la diagramación del gráfico sobre la base de la sincronización del contenido y forma que adoptará la imagen corporativa de la entidad en cuestión, en correspondencia con el desarrollo comercial que necesita alcanzar.

Diseñar el gráfico sobre la base de las escalas y medidas establecidas teniendo en cuenta tipo de gráfico, escala, infografía, isotipo, isologotipo y logotipo, que rigen el modo en que se diseñan los gráficos para imágenes corporativas creadas en computadoras.

Procedimiento aplicación digitalizada.

Tal procedimiento es la expresión de la dirección que sostiene las acciones y operaciones inferiores necesarias para el diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas, sobre la base de la relación que se establece entre la selección de los elementos externos e internos contextualizada y la reducción graficada, como condiciones indispensables en el proceso de diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas.

La función de este procedimiento es guiar la dirección de las acciones inferiores hacia la utilización de programas computarizados que permiten digitalizar el diseño gráfico reducido y expresado en boceto, con una mejor precisión, estética, rapidez, creatividad y formatos que inciden en la percepción, el gusto, el placer, la invitación al conocimiento y al consumo, aspectos importante en el desarrollo comercial contemporáneo.

La puesta en práctica del procedimiento demanda tener en cuenta los requisitos siguientes:

Diseñar gráficamente computarizada las imágenes corporativas de la entidad productiva sobre la base de los signos, tipos de gráficos, tipografía, isotipos, isologotipos y logotipos que representan icónicamente los aspectos externos e internos y los productos comerciales aplicando la diversidad de software de graficación existentes y que se utilizan en la creación, co-creación icónica icástica digital.

Diseñar las imágenes corporativas, sobre la base de la identidad y de los productos que comercializa la entidad productora y/o proveedora en sincronización con los significados de: colores, tipografía. Por tanto, las imágenes corporativas, que se diseñan con la utilización de programas de computación, permiten dar a conocer la identidad y la actividad comercial.

En resumen, los procedimientos de diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas, constituyen acciones y operaciones de carácter práctico de dicho proceso para la identidad y la comercialización de los productos en una entidad productiva y/o proveedora y por consiguiente al desarrollo comercial de la misma.

La promoción de la identidad y de los productos que se comercializan en la entidad productiva y/o proveedora emerge de la comunicación visual que tiene

lugar durante el contacto icónico, donde se produce un primer acercamiento al reconocimiento de la imagen corporativa para explicar desde lo senso-perceptual los aspectos externos, internos y la actividad comercial que la identifican mediante los códigos icónicos, en función de estimular al público a consumir y sentir satisfacción.

Epíg. 2.2. Aplicabilidad de los procedimientos del diseño gráfico de imágenes corporativas digitales para el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado, cantón La Maná de la provincia de Cotopaxi, Ecuador.

Procedimiento de selección de aspectos externos e internos de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.

- ***Aspectos externos. (imagen global)***

La Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná se ubica en la recta de veliz, vía a Latacunga perteneciente a la provincia de Cotopaxi. La misma fue creada desde el año 2000 por la familia Reyes de la Vega con el objetivo de incrementar la crianza de ganado mayor y comercializar los productos que se derivan.

El entorno presenta una geografía de relieve montañoso.

El clima que predomina es nuboso tropical húmedo favorable para la crianza de ganado.

La raza de ganado que predomina en la producción es holstein.

Presencia de recursos hidráulicos disponibles (laguna natural).

Presencia de equipos agrícolas.

- ***Aspectos internos. (Realidad corporativa)***

Estructura en departamentos de: administración financiera, comercial, insumos pecuarios y maquinaria agrícola.

Producciones derivadas de: carne, leche y queso.

Uso de oficios, cartas.

Recursos humanos con la presencia de personal administrativo y personal empleado en la producción.

Procedimiento de reducción graficada y de aplicación.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"

Contenido:

- Logotipo principal
- Variantes del logotipo
- Positivo y Negativo
- Logotipo y Claim
- Escala de reducción
- Opciones de aplicación
- Espacio reservado
- Particiones del logotipo
- Colores corporativos
- Tabla de conversiones de color
- Aplicación de los colores
- Tipografía
- Tipografía secundaria
- Usos incorrectos de la marca
- Aplicaciones sobre fondo gris
- Aplicaciones sobre fondo de color.



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"

Logotipo Principal

Logotipo principal sobre fondo blanco >>



Variante de Logotipo

El logotipo se podrá utilizar con los fondos de los colores corporativos, cambiando el color coincidente con el color de fondo predeterminado, es decir, el blanco >>



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"

Positivo y Negativo

El logotipo no se aplicará en escala de grises. Para imágenes en blanco y negro, el logotipo ira con una pastilla en negro 100% y el logo en blanco 100% y viceversa. >>



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"

Logotipo y Claim



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"

Situación del Claim

Opción >

En español Bajo la marca HARG:, a una distancia equivalente a la mitad del cuerpo del "Icono", y justificado.



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"

Correcto



Hacienda Agrícola Rancho Ganado "Exelencia Nacional"

Incorrecto



Escala de reducción

Para mantener la identidad visual y la correcta legibilidad de la marca existen unos tamaños mínimos.

La marca no se podrá reducir más 45 mm de largo y 15 mm de ancho. Tampoco se admitirá cualquier tipo de achatamiento o estiramiento, o cualquier tipo de deformación que estropeen la imagen de la marca.

Opciones de aplicación

Las disposiciones con las que se aplicará el logotipo serán de manera horizontal, rechazando cualquier otra posición siempre que no sea estrictamente necesario. El logotipo podrá aplicarse en cualquier dirección siempre que se lea de izquierda a derecha y de abajo hacia arriba, pero la marca jamás deberá aplicarse volteada, tanto vertical como horizontalmente.



Espacio reservado

El área de protección de la marca es un espacio de seguridad que le rodea y no debe ser invadida por ningún elemento gráfico. Es importante respetar este margen ya que asegura la óptima visualización de la marca.

Particiones del logotipo

El logotipo no podrá ser dividido por la mitad ni en el sentido vertical ni en el sentido horizontal o de otra manera. En cuanto al claim que acompaña al logotipo nunca se separara de las siglas HARG ni variará su posición.



Colores Corporativos



Hacienda Agrícola Rancho Ganado utiliza un único color el verde vinculado estrechamente a la Hacienda Agrícola y que simboliza la personalidad de la marca. Toda la comunicación empezando por el logo, se basará en este color. Aquí se muestra la aplicación en color cuatricromía. En aplicaciones como el logotipo, se utiliza una trama de color que aporta progreso y diversificación.




Pantone	C Y M K	R G B
 284 PC	91 47 96 13	57 102 57
 Negro	00 00 00 100	26 23 27
 Blanco	00 00 00 00	00 00 00

Tabla de conversión de color

Los colores Pantone y cuatricromía están dentro del sector de las artes gráficas. El color RGB es el standard para cualquier tipo de pantalla. No se debe emplear ningún otro color que no sean los colores corporativos.

Arial Regular

ACDEFGHIJKLMNOPQ
 RSTUVW
 abcdefghijklmñopqr
 stuvwxyz
 123467890

Arial Bold

ACDEFGHIJKLMNOPQ
 RSTUVW
 abcdefghijklmñopqr
 stuvwxyz
 123467890

Arial Italic

ACDEFGHIJKLMNOPQ
 RSTUVW
 abcdefghijklmñopqr
 stuvwxyz
 123467890.

Tipografía

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Arial Bold

HARG, no sólo desea transmitir sus valores a través de formas gráficas y colores, sino también a través de la tipografía. Por este motivo se ha elegido la familia de fuentes Arial para la gráfica en general, y de igual manera esta fuente es la recomendada para las diversas piezas publicitarias.

Myriad Pro Regular

A C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W
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
1 2 3 4 6 7 8 9 0

Myriad Pro Bold

**A C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W
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
1 2 3 4 6 7 8 9 0**

Myriad Pro Italic

*A C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q
R S T U V W
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
1 2 3 4 6 7 8 9 0*

Tipografía

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Myriad Pro Regular

Para el claim utilizaremos la tipografía Myriad Pro Regular la cual también se ha utilizado para el manual en general.

Correcto



5 %



25 %



50 %

Incorrecto



100 %

Usos incorrectos del logotipo

Aplicaciones sobre fondos Grises.

Cuando la marca se aplique sobre fondos negros con un matiz igual o mayor de un 50%, o menores de 10%, los colores corporativos se mantendrán, para darle mayor visibilidad al logotipo. Exceptuando cuando el matiz negro sea de 60% a 100%. Que se optara por la opción en negativo.

Correcto

Marca sobre fondo de color al 20% y 40% de matiz >



Incorrecto

Marca sobre fondo de color al 100% de matiz >



Correcto



Incorrecto



Usos incorrectos del logotipo

Aplicaciones sobre fondos a color.

La marca se aplicará sobre fondos de color de un matiz de igual o menor valor de un matiz del 40%, en el caso de mayor matiz, utilizaremos la variante del logotipo para que la visibilidad de este no se vea afectada.

Usos incorrectos del logotipo

Aplicaciones sobre fotografía.

Cuando el logotipo vaya aplicado sobre una fotografía irá en la versión en negativo, dentro de una pastilla o banda blanca, para que la visibilidad de ésta no se vea afectada.

PAPELERÍA



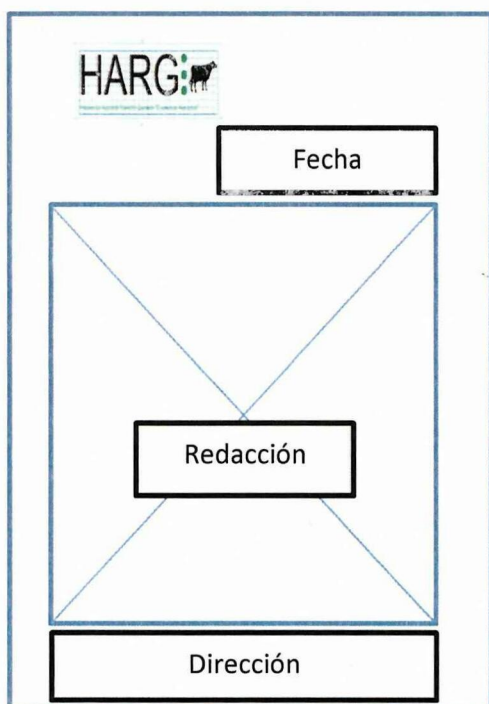
Sello

El sello debe ir siempre a una sola tinta.

El grosor de línea exterior del rectángulo: 0,25. El "Nombre" de 9,5 pts.

El 2do subemisor en la misma fuente en regular mayúsculas de 2,5 pts.

Por último el logo debe estar centrado de la Hacienda debe tener 1,8 cm de ancho por 1,2 cm de alto.



Hoja carta

Hoja carta principal

Margen superior de 1 cm, el izquierdo de 2,5 cm, el derecho de 1,5 cm y el inferior de 1,4 cm.

El logotipo se ha situado a la izquierda superior para darle el primer nivel en cuanto a la distribución de las jerarquías.

Su tamaño no debe ser menor de 2,05 cm de alto por 5,6 cm de ancho, y siempre respetando las proporciones y su construcción gráfica.

Un espacio de 2,75 cm separa la fecha del logotipo.

Está alineada a la izquierda, en fuente Arial regular, tipo título de 12pts. Seguidamente a 1,15 cm, el área de redacción, donde va a ir escrito el contenido de la carta en alineación justificada, Arial regular de 12pts.

Se utilizarán minúsculas y mayúsculas, de necesitar resaltar algún texto.

Se puede utilizar negrita, cursiva y negrita cursiva.

Bloque de texto para la dirección: separada por 1,1 cm del área de redacción y finaliza con el margen inferior.

Está delimitada a los lados por los márgenes izquierdo y derecho, teniendo así, un área de escritura de 0,74 cm de alto y 17,59 cm de ancho.

La dirección se escribe en Arial Regular de 9 pts.

En la segunda (teléfonos y direcciones electrónicas) en Arial Regular de 8 puntos o variable de acuerdo a necesidad.

HARG

Hacienda Agrícola Elmorón Caracas - Estación Agronómica

ADMINISTRACION
DIRECCIÓN DE RELACIONES INTERNACIONALES
Comisión de Apoyo a los Convenios y Programas Internacionales



Prof: Ana carolina Izarra de Dam

Jefe de Departamento de Producción Multimedia
Dirección de Servicios Multimedia
Edif. de Comunicaciones, Primer Piso,
Ext. 3172, e-mail: aizarra@usb.ve

Hacienda A. Gamado R Edif. Biblioteca Central, Nivel Jardín, Valle de Sartenejas, Baruta, Caracas Edo Miranda, Venezuela, 89000
Teléfono: 58 212 9063133 relac-inter@usb.ve www.internacionales.dsm.usb.ve

Sobre

El diseño del sobre se aplica en diferentes tamaños respetando: logotipo, área de reserva y tipografía.

Sobre n° 10

El sobre blanco N°10, tiene una medida de 10,5 cm de alto y 23,8 cm de ancho.

El logotipo y los subemisores tienen las mismas características que las hojas cartas, tamaño del logotipo, tamaño y tipo de fuente y el espaciado entre ellos, lo que cambia es el área de reserva, 1 cm de margen superior y 1,5 cm de margen izquierdo respecto a los bordes de la página.


Se escribe hasta el 3er subemisor.

El bloque de texto es de 2,65 cm de alto por 9,6 cm de ancho y contiene: nombre en Arial regular de 12pts.

Para cargo, dependencia y dirección se tomarán las mismas especificaciones.

El bloque de dirección es de 0,75 cm de alto y 20,8 de ancho, posee las mismas características de texto que la dirección de la hoja carta.

Tiene un solo logo cuyo tamaño y espaciado se muestran en la construcción gráfica, las características para la ubicación de ellos son las mismas especificadas en la hoja carta en coexistencia con logos.



HARG
Hacienda Agrícola Rancho Gamado - Experiencia Nacional


ADMINISTRACIÓN
DIRECCIÓN DE RELACIONES
INTERNACIONALES

Comisión de Apoyo a los Convenios y Programas
Internacionales Ext. 3172, e-mail: aizarra@usb.ve

Prof. Ana Carlina Izarra de Dan

Jefe de Departamento de Producción Multimedia
Dirección de Servicios Multimedia
Edif. de Comunicaciones, Primer Piso,
Ext. 3172, e-mail: aizarra@usb.ve

Hacienda A. Gamado R Edif. Biblioteca Central, Nivel Jardín, Valle de Sartenejas, Baruta, Caracas Edo Miranda, Venezuela, 89000
Teléfono: 58 212 9063133 relac-inter@usb.ve www.internacionales.dam.usb.ve



HARG
Hacienda Agrícola Rancho Gamado - Experiencia Nacional

ADMINISTRACIÓN
DIRECCIÓN DE RELACIONES
INTERNACIONALES

Comisión de Apoyo a los Convenios y Programas
Internacionales Ext. 3172, e-mail: aizarra@usb.ve

Prof. Ana Carlina Izarra de Dan

Jefe de Departamento de Producción Multimedia
Dirección de Servicios Multimedia
Edif. de Comunicaciones, Primer Piso,
Ext. 3172, e-mail: aizarra@usb.ve

Hacienda A. Gamado R Edif. Biblioteca Central, Nivel Jardín, Valle de Sartenejas, Baruta, Caracas Edo Miranda, Venezuela, 89000
Teléfono: 58 212 9063133 relac-inter@usb.ve www.internacionales.dam.usb.ve

Sobre ½ carta

El sobre ½ carta es utilizado para emisiones en hoja carta dobladas en díptico o formatos en media carta como fotos 5"×8".

Tiene por medidas 18 cm de alto y 25 cm de ancho.

Posee las mismas características que el sobre N° 10 en cuanto a tamaño y ubicación del logotipo y subemisores.

El bloque de texto del receptor y la dirección tienen las mismas características de tamaño y tipo de fuente y distribución en el espacio del bloque.

Lo mismo se repite en la coexistencia con otros logos.

Los cambios en sobre ½ carta están especificadas en el ejemplo.

El espacio entre los subemisores y el receptor aumenta a 3,1 cm y el espacio entre el receptor y la dirección es de 6 cm.

Sobre manila carta

El sobre manila tamaño carta, tiene unas dimensiones de 23,3 cm de alto y 30,4 cm de ancho, se utiliza cuando es indispensable que la información tamaño carta no se doble. Las características y la distribución de los elementos son iguales al sobre ½ carta.

Diferencia proporcional en el tamaño del 27% aproximadamente.



El logotipo y los subemisores tienen las mismas características en cuanto a tipo de fuente.

Tamaños de fuente en orden de jerarquía son: 12 pts, 9 pts, 7,5 pts y 7,5 pts.

El área de reserva superior aumenta a 1,3 cm y la izquierda a 1,9 cm respecto a los bordes de la página.

El bloque de texto es de 3,3 cm de alto por 11,75 cm de ancho y tiene las mismas características en cuanto a tipo de fuente y distribución de los elementos: nombre, cargo, dependencia y dirección en 15pts.

El bloque de dirección mide 0,75 cm de alto y 26,6 cm de ancho y posee las mismas características de texto que la dirección de la hoja carta. Texto 11 pts.

Un logo.

Las características para su ubicación son las mismas especificadas en la hoja carta en coexistencia con el logo.

Tarjeta de presentación

La tarjeta de presentación debe ser impresa en una cartulina blanca mate, no menor de 180 gr. De 5,4 cm por 8,6 cm (tamaño del carnet de la Hacienda).

Se recomienda elaborar las tarjetas en fuente Arial regular 12 y establecer una continuidad con el logotipo.



Tarjeta de presentación individual

La tarjeta individual posee el logotipo centrado.

Su tamaño es de 1,16 cm de alto por 3,19 cm de ancho.

La fuente es mayúscula, negrita de 5,7 pts.

En alineación centrada y con 1,04 cm de separación con respecto al logotipo, sigue el nombre de la persona en mayúsculas, negrita y de 8,5 pts. A continuación, a 0,14 cm de distancia, el cargo que desempeña la persona en fuente regular tipo título de 7,5 pts.

A una separación de 1,01 cm, se encuentra el bloque de texto de la dirección, que como se explicó en la hoja carta y sobre, debe ir en dos líneas, la primera es para la dirección física y la segunda para la dirección electrónica en fuente regular tipo título de 6 pts.

Tarjeta de presentación en coexistencia con otros logos

La tarjeta en coexistencia con otros logos posee el logotipo alineado a la izquierda superior con respecto al área de reserva. Su tamaño es de 1,04 cm de alto por 2,9 cm de ancho.

La fuente es mayúscula, negrita de 5,1 pts con el espaciado como ya hemos visto.

A la derecha en alineación con la base del logo y el área de reserva se ha dispuesto el espacio del logo del subemisor de 0,9 cm de alto por 0,9 cm de ancho.

A una distancia de 1,29 cm de separación con respecto al logotipo, sigue el nombre de la persona en mayúsculas negrita de 8,5 pt a 0,14 cm de distancia, el cargo que desempeña la persona en fuente regular tipo título de 7,5 pts.

A una separación de 0,6 cm, se encuentra el bloque de texto de la dirección. Debe ir en cuatro (4) líneas, la primera y la segunda son para la dirección física, la tercera es para los teléfonos y la cuarta para la dirección electrónica. Se debe escribir en fuente regular tipo título de 6 pts.

Epíg. 2.3. Valoración del nivel de factibilidad de las imágenes corporativas para el desarrollo comercial a partir de criterios de usuarios.

En la valoración se emplea la encuesta a usuarios con la finalidad de recoger sus puntos de vistas sobre la factibilidad y pertinencia de las imágenes corporativas de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado en el cantón La Maná de Ecuador diseñada gráficamente en computadora con la utilización de los procedimientos de diseño gráfico computarizados propuestos en la investigación.

Sobre criterios de usuarios de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado en el cantón La Maná.

Para la selección de los usuarios se consideraron 4 directivos responsabilizados con los departamentos con que cuenta la Hacienda y que muestran aspectos externos e internos y que tienen relación con la actividad comercial.

El criterio selectivo tomado en consideración se sustentó en los aspectos siguientes:

1. Nivel de responsabilidad en la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.
2. Relación con la actividad comercial de la Hacienda.
3. Nivel de participación en la elaboración y aprobación de oficios impresos o digitales.

Los usuarios poseen un nivel de conocimiento de la historia, de las funciones, y de la responsabilidad que tienen dentro de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado, así como lo relacionado con la actividad comercial de los productos que proveen, representando los departamentos de finanzas, comercial, gerencia y recursos agrícolas.

Para evaluar el nivel de conocimiento acerca de la identidad y de los productos que se comercializan por la Hacienda Rancho Ganado se propuso una escala del 1 al 5, siendo el 1 el de más bajo valor y el 5 el de más valor.

Tabla No. 1. Conocimiento de la temática dada sus funciones.

1	%	2	%	3	%	4	%	5	%
								4	100

Lectura: Muy Bajo (1), Bajo (2), Medio (3), Alto (4), Muy alto (5)

Los usuarios poseen, como se muestra en la tabla No. 1, un nivel óptimo de conocimiento acerca de la problemática que se investiga, manifestando en que los niveles muy alto están los cuatros directivos lo cual indica que el 100 % de los usuarios están ubicados en un nivel muy alto.

Los datos referenciales muestran que los usuarios cuentan con experiencias suficientes y preparación sobre la identidad y la actividad comercial para valorar certeramente los diseños gráficos computarizados de las imágenes corporativas que transmiten información de la identidad y de los productos que se comercializan por la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná, de Ecuador y así establecer críticas constructivas que pudieran favorecer el perfeccionamiento del diseño gráfico computarizado de las imágenes corporativas para la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná.

Con el fin de obtener científicamente los criterios valorativos de los usuarios sobre la viabilidad y la factibilidad del diseño gráfico computarizado de las imágenes corporativas de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado, se les entregó a cada uno de los directivos seleccionado en la muestra, un material en soporte digital, por

vía E-mail, contentivo de las imágenes corporativas diseñadas con la explicación de los significados de los elementos gráficos, con la precisión de que debían responder las preguntas realizadas en la encuesta que se adjunta (anexo No. 5)

La encuesta se elaboró atendiendo a valorar:

La comprensión por parte de los usuarios de los diseños gráficos computarizados de imágenes que se proponen para la identidad corporativa, por cada departamento de dirección, y las correspondientes a los productos que se comercializan.

La factibilidad de utilización de las imágenes (logotipos, marcas) en la identificación de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado y en la comercialización de los productos.

Las recomendaciones para perfeccionar las propuestas de los diseños gráficos computarizados de las imágenes corporativas.

Los resultados alcanzados fueron:

Al analizar la pregunta de si se evidencia en la imagen corporativa global la identidad de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado, se pudo constatar que el 100 % de los usuarios tomaron la decisión de seleccionar la opción "Totalmente de acuerdo", lo cual refleja que estuvieron de acuerdo con que se aprecia total pertinencia hacia el diseño gráfico computarizado de la imagen corporativa global que identifica la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná.

Aun cuando resulta insuficiente dar razones, reconocen que se toman en cuenta los aspectos externos e internos que se desarrollan en la Hacienda, donde los colores como complemento sintetizan la información acerca de la naturaleza en la relación figurativa-icónica, que denota el contexto como aspecto dominante en la apreciación estética de la imagen corporativa global, pero también, como uno de los más significativos insumos dentro de la argumentación, radica en la utilidad que tiene en la emisión de oficios por los departamentos.

Valoran que las imágenes de la identidad corporativa y de los productos que se comercializan transmiten información necesaria para estimular al público consumidor a reconocer a la Hacienda Agrícola Rancho Ganado y a sus productos que comercializa, y en consecuencia impulsa al desarrollo comercial de la misma.

En relación a la pregunta, que si en las imágenes corporativas específicas para los departamentos se aprecian aspectos que denotan la identidad, vista en las funciones que cumplen en la Hacienda Agrícola Rancho Ganado; el 100 % de los usuarios coinciden en la opción “Totalmente de acuerdo”, expresan que se evidencia en el logotipo los rasgos esenciales de las funciones que tienen cada departamento, a la vez que permite distinguir uno de otro.

Reconocen además que se evidencia la presencia iconos que prevalecen en cada logotipo de los departamentos que se aprecian en la imagen corporativa global, aspecto de alta significación en la identidad corporativa.

En relación con la pregunta de las imágenes diseñadas gráficamente en computadoras para los productos que se comercializan, el 100 %, de los usuarios opinan que constituyen marcas, que dan a conocer al público consumidor la información necesaria y suficiente desde la iconografía y tipografía, que invita a la compra de los productos.

Se significa la presencia de la imagen señalética, y del sello de calidad del producto que se comercializa, imagen, que causa efectos de garantía, confianza en el producto que se consume. Además los colores complementan información acerca de la naturaleza, características del producto que desde el punto de vista psicológico estimula lo afectivo en el consumidor.

En cuanto a la interrogante de si existe una correspondencia entre las figuras-color-identidad corporativa, el 95 % de los usuarios, coincidieron en un 100 % en señalar la opción Totalmente de acuerdo.

Reconocen que los diseños gráficos computarizados de imágenes que representan los productos que se comercializan mantienen una adecuada correspondencia entre los elementos tipográficos, iconos y mensaje que transmiten al consumidor.

Los usuarios consultados asumen que en el desarrollo comercial que necesita alcanzar la Hacienda Agrícola Rancho Ganado resulta de gran importancia los diseños gráficos computarizados de las imágenes corporativas y de los productos que se comercializan, pues con la fuerza de la imagen se transmiten un volumen de información estéticamente atractivo para el público consumidor.

Se les solicitó a los usuarios las sugerencias esenciales para el diseño gráfico computarizado de las imágenes corporativas y de los productos que se comercializan, al respecto recomendaron:

La posibilidad de diseñar marcas para los productos que se comercializan competitivamente en el mercado internacional de manera que permita por esta vía alcanzar nuevos espacios en el desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná de Ecuador.

En resumen, los criterios emitidos por los usuarios permiten valorar de favorable el diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas que tienen una gran significación para impulsar el desarrollo comercial en la hacienda referenciada; el nivel de aceptación es alto, que connota pertinencia y validez, corroborando la hipótesis que direcciona la investigación y por consiguiente el cumplimiento del objetivo.

Conclusiones

De los autores consultados durante el proceso de investigación se pudo constatar el nivel de coincidencia de la relación que tiene la imagen con la identidad de las entidades productivas y/o proveedoras de productos, con gran influencia en la actividad comercial.

Es notorio el estudio de todo lo relacionado con los aspectos externos e internos de una entidad productiva que connoten su identidad visual, el símbolo, la tipografía, isotipos, isologotipos y logotipos, así como las marcas de productos que se comercializan, para el logro de diseños gráficos computarizados de imágenes corporativas.

La construcción de datos teóricos y empíricos demuestra la existencia real del problema científico y revelan categorías esenciales a tener en cuenta en el diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas y de productos que se comercializan en la Hacienda Agrícola Rancho Ganado del cantón La Maná de Ecuador.

Los procedimientos aportan una solución para el diseño gráfico computarizado de imágenes corporativas, afirmación corroborada a partir de la valoración cualitativa obtenida por los instrumentos aplicados, la cual sustenta la factibilidad del uso de las imágenes diseñadas para la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.

Se corroboró el valor de las imágenes corporativas diseñadas gráficamente por computadora, a través del criterio de usuarios, connotándose como viables para impulsar la pertinencia del desarrollo comercial de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.

Recomendaciones

Diseñar y promover nuevas investigaciones que permitan revelar otras aristas (mercado internacional) del proceso de diseño gráfico computarizado a partir de la experiencia científica de esta investigación, los cuales amplíen los elementos encontrados y posibiliten mayores desarrollos epistemológicos y metodológicos en el diseño de imágenes corporativas y ver como inciden en el desarrollo comercial de los productos que se proveen.

Bibliografía

- APARICI, R. (1987) Lectura de imágenes. Madrid. Ediciones de la Torre.
- BERAUD, J. L. (2001) Manual de semiología. Impreso en México. Universidad Autónoma de Sinalca.
- BLÁZQUEZ, N. (1992) Ética y medios de comunicación social. Responsabilidades. Éticas de la imagen. Respuesta teórica a un grave problema práctico. Bib. BAC. Madrid.
- BORRINI, A. (1997) La empresa transparente. Editorial Buenos Aires. México.
- BUSTAMANTE, J. (2005) Dilemas éticos en la sociedad de la información: apuntes para una discusión. En <http://www.argumentos.us.es/bustaman.htm> [Descargado el 24 de abril 2004].
- CARPIO, M. R. (2004) Utilización didáctica de la imagen digital. Disponible en <http://intercentres.cult.gva.es/cefire/46401921/scripts/archivos/tercerasesi%C3%B3n.pdf> [Descargado el 26 de noviembre de 2004].
- CASTELLS, M. (1998) La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. La sociedad red. Madrid. Alianza editorial.
- CEBRIAN, J. (2004) La luz y el color. Disponible en <http://www.luzyelcolor-2.optica/rincondelvago.es> [Descargado 4 de diciembre del 2005].
- CORIA, L. (2012) Aplicación del diseño convencional. www.informaticamilenium.com.mx/paginas/.../preguntas.ht. Descargado 31 de octubre 2012.
- COSTA, J. (2001) Imagen Corporativa en el Siglo XXI. Ediciones La Crujía. Buenos Aires. Argentina.
- ECO U. (2010). Clasificación de signos. Disponible en <http://www.slideshare.net/guest8bbbfd0/clasificacin-de-signos> [Descargado el 3 de abril de 2012].
- FARIAS, CH. y RODRIGUES, F. J. (2007) Leer imágenes: diversos abordajes. En CD-R Pedagogía 2007. 10ma Edición. La Habana. MINED.
- FERRER, E. (1994) El lenguaje de la publicidad. Fondo de Cultura Económica. México.
- FINOL, J. E. (2002) Semiótica del color: Blanco y negro vs. Color en la estructura fotográfica. Disponible en <http://www.avizora.com> [Descargado el 22 de agosto de 2004].

FUENTES, H. C. (2000) El proceso de investigación científica. Santiago de Cuba. CEES "Manuel F. Gran".

GHADDRA, M. (1990) Imagen, diseño y comunicación corporativa. La Habana. Editorial Pablo de la Torriente.

GÓMES, N.I. Y NASSAR, P. A. (1997) Comunicafoo de Pequena Empresa. Editora Globo. Sau Paulo. Brasil. 4ta edición.

GONIALEI, G. (1986) Diseño Gráfico y Comunicación visual. Fada I. Eudeba. Buenos Aires. México.

GUERRÓN, B. (2010) Universidad Israel Investigación del diseño. Curso 5to Diseño Gráfico. Tema Tipografía. En soporte digital.

INSTITUTO DE ARTES VISUALES. [s.f.] "Fundamentos del diseño". Disponible en <http://www.newsartesvisuales.com/funda/FUNDA1.HTM> [Descargado el 20de abril de 2005].

MARQUITOS, (2010) Acontecimientos Sociales. Elementos del Diseño Gráfico. En soporte digital.

MARTÍNEZ, J. (2005) Lógica visual 3. El principio del significado. Disponible en <http://www.juanval.net/significado.htm> [Descargado el 17 de abril de 2006].

MARTÍNEZ, M. Y OTROS (2005) Metodología de la investigación Educacional. Desafíos y polémicas actuales. Editorial Pueblo y Educación. Ciudad de La Habana. Cuba.

MATTEIART, A. (1984) La Publicidad. Edición Paidos. Buenos Aires.

MURILLO, P. (2009) Diseño Gráfico y sus ramas. Quinto Curso: Diseño Gráfico. En soporte digital.

VERON, E. (1995) La semiosis social. Edición Gedisa. Barcelona. España.

VILLAFÁÑE, J. Y MÍNGUEZ, N. (1996) Principios de la teoría general de la imagen. Madrid Paraninfo. Disponible en http://www.unex.es/didactica/tecnología_educativa/imagen03.htm [Descargado el 10 de marzo 2006].

VISOKOLSKIS, S. (2006) Metáfora, icono y abducción en C. S. Peirce. Disponible en <http://www.unav.es/gep/IIPeirceArgentinaVisokolskis.html> [Descargado el 10 de marzo 2006].

Anexos.

Anexo No. 1. Entrevista a la administración.

OBJETIVO: Profundizar en el conocimiento de las causas por la que la Hacienda Agrícola Rancho Ganado no cuenta con imagen corporativa.

1. Existe identificación gráfica de los aspectos organizativos de la Hacienda.
2. ¿Cómo valora usted la divulgación que tienen los productos que se comercializan por la Hacienda?
3. Cuando usted tiene que emitir un oficio desde la administración que dirige se plasma la imagen corporativa que identifica su administración.
4. ¿Qué valoración tiene usted acerca de la necesidad de crear la imagen corporativa de la Hacienda?

Anexo No. 2. Encuesta a empleados de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.

Estimado compañero (a):

A continuación se relacionan preguntas con el propósito de que usted ofrezca sus criterios acerca de la necesidad de reconocimiento de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado por su imagen corporativa. Esperamos que a través de sus respuestas se obtenga información para continuar perfeccionando el trabajo en este sentido.

1. Considera usted que la estructura administrativa de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado es reconocida por el público consumidor de sus productos que comercializa.

____ sí ____ no.

2. Considera usted que el no reconocimiento de la estructura administrativa de la Hacienda Agrícola Agrícola Rancho Ganado, influye en la competitividad en el mercado.

____ sí ____ no.

3. Cuando usted ha solicitado un oficio en algunos de los departamentos administrativos de la hacienda, los mismos contienen logotipos que la identifican.

____ sí ____ no.

4. Los productos que se comercializan por la Hacienda Agrícola Rancho Ganado presentan imágenes que identifican a la misma.

____ sí ____ no.

5. Considera usted necesario que la Hacienda Agrícola Rancho Ganado necesita como elemento clave para lograr su reconocimiento en mercados nacionales e internacional la presencia de su imagen corporativa.

____ sí ____ no.

Anexo No. 3. Guía de observación.

Objetivo. Constatar la presencia de elementos gráficos que conformarán la imagen corporativa.

Aspectos	Sí	No	Observaciones
Presencia de imagen global corporativa.			
Presencia de imagen corporativa en los departamentos de administración.			
Presencia de imágenes en el transporte.			
Presencia de tarjetas de identificación.			
Presencia de señalética.			
Presencia de marcas comerciales en los productos.			
La papelería cuenta con logotipos.			

Anexo No. 4. Entrevista al departamento de administración comercial.

OBJETIVO: Profundizar en el conocimiento de la incidencia que tiene la imagen corporativa en los productos que se comercializan.

1. ¿Cómo valora usted la atención que se le ha prestado por la administración de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado para la creación y utilización de imagen corporativa.
2. ¿Qué criterios tiene usted de la incidencia que tiene la ausencia de logotipos o marcas de la Hacienda para la comercialización de los productos que provee?
3. Los oficios que se emiten desde el departamento de administración que usted dirige cuenta con logotipo que identifican la Hacienda y en particular al departamento.

Anexo No. 5. Encuesta a usuarios.

Compañero (a):

De antemano le estamos agradecidos por haber accedido a contestar esta encuesta, la cual forma parte de las investigaciones realizadas por Johoy Dalto Gavilanes Ugsha y Daniel Salomón Valiente Cuchipecu estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi de Ecuador, en opción al título de Ingeniero en Diseño Gráfico Computarizado, la cual está relacionada con la creación del diseño gráfico digital de la imagen corporativa de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado. Teniendo en cuenta que usted conoce de la necesidad que tiene la hacienda de poseer su imagen corporativa, por lo que puede ser para estos autores de mucha utilidad sus valoraciones, criterios e ideas sobre el diseño gráfico digital y la imagen corporativa producida para la misma. Le solicitamos valorar los aspectos que se relacionan a continuación colocando una equis (x) según las categorías que se proponen.

1. Se evidencia en el logotipo principal la identidad de la Hacienda Agrícola Rancho Ganado.
Totalmente de acuerdo. ____.
De acuerdo. ____.
En desacuerdo. ____.

2. ¿Cómo considera usted que las imágenes de identidad corporativa estimula al público consumidor por los productos que ella provee?
Necesaria. ____.
Poco necesaria. ____.
Innecesaria. ____.

3. En los logotipos correspondientes para los departamentos de administración se evidencia la identidad de la Hacienda.
Totalmente de acuerdo. ____.
De acuerdo. ____.
En desacuerdo. ____.

4. ¿Cómo considera usted la información que transmiten a los usuarios la imagen corporativa diseñada y su incidencia para la comercialización de los productos que provee?

Necesaria. _____.

Poca necesaria. _____.

Innecesaria. _____.

5. ¿Qué criterios tiene usted acerca de la correspondencia entre la figura – identidad corporativa.

Totalmente de acuerdo. _____.

De acuerdo. _____.

En desacuerdo. _____.

6. Sugerencias.

