



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

**Gestión Gráfica Publicitaria**

**TEMA:**

Rediseño de identidad corporativa y normativas de uso del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo” de la ciudad de Guayaquil

**AUTOR:**

Soriano Arbito Jorge André

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria

**TUTOR:**

Lcda. Anaís Sánchez, Ms.

**Guayaquil, Ecuador**

2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

**Gestión Gráfica Publicitaria**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Jorge André Soriano Arbito** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**.

**TUTOR:**

---

**Lcda. Anaís Sánchez, Ms.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA:**

---

**Lcdo. Billy Gustavo Soto Chávez, Ms.**

Guayaquil, a los 14 días del mes de marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

**Gestión Gráfica Publicitaria**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Jorge André Soriano Arbito**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Rediseño de identidad corporativa del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo”** de la ciudad de Guayaquil; previo a la obtención del Título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente, este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los días 14 del mes de marzo del año 2017.**

**AUTOR:**

---

**Jorge André Soriano Arbito**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Facultad de Arquitectura y Diseño**  
**Gestión Gráfica Publicitaria**

## **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Jorge André Soriano Arbito**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Rediseño de identidad corporativa y normativas de uso del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo” de la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 14 días del mes de marzo del año 2017.**

**AUTOR:**

---

**Jorge André Soriano Arbito**

# REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND interface. On the left, a document summary is shown:

- Documento:** [TESIS SORIANO.docx](#) (D25980552)
- Presentado:** 2017-02-23 16:17 (-05:00)
- Recibido:** siana20cris.ucs@analysis.orkund.com
- Mensaje:** TESIS SORIANO [Mostrar el mensaje completo](#)

The message content indicates that 3% of approximately 12 pages of long documents are composed of text from 2 sources.

On the right, the 'Lista de fuentes' (List of sources) panel is visible, showing a table with columns for 'Categoría' and 'Enlace/nombre de a'. The sources listed include:

- Documento Tesis -
- TESIS BARAHONA
- URKUND TESIS ALCI
- Documento a Entre

At the bottom of the interface, there are navigation icons and a status bar showing '0 Advertencias.' and a 'Reiniciar' button.

se enfoca a mejorar la calidad de vida del adulto mayor.

El Centro Gerontológico Municipal a pesar de llevar 15 años de funcionamiento, a conservado su imagen sin ningún cambio, la misma que no contiene una solidez visual, por este motivo se decidió iniciar un proceso de investigación aplicando varias

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo agradecer a mis padres, por haberme apoyado de principio a fin en las diferentes etapas de mi preparación académica, y por haber confiado en mi al tomar la decisión de estudiar esta carrera universitaria.

A mis compañeros de universidad que siempre me han brindado apoyo, junto a mi tutora Anaís Sánchez que siempre me impulsa a mejorar y dar lo mejor de mí.

**Jorge André Soriano Arbito**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a todas aquella/os adultas mayores que necesitan optar por un mejor estilo de vida, de bienestar e intergeneracionalidad, y a todo el personal del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo” que confiaron en mí para realizar una propuesta de cambio, que seguramente marcará la diferencia y traerá consigo grandes beneficios.

**Jorge André Soriano Arbito.**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Facultad de Arquitectura y Diseño**

**Gestión Gráfica Publicitaria**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcda. Katerine Naranjo**

Profesor Delegado 1

---

**Ing. Félix Jaramillo, Ms.**

Profesor Delegado 2

---

**Lcdo. Billy Soto, Ms.**

Profesor Oponente





UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## **CALIFICACIÓN**

---

**Lcda. Anaís Sánchez, Ms.**

# ÍNDICE GENERAL

<b>1.Introducción</b> .....	1
1.2 Planteamiento del problema .....	2
1.3 Objetivos .....	3
1.3.1 Objetivo General: .....	3
1.3.2 Objetivos Específicos: .....	4
<b>2.0 Metodología de la investigación</b> .....	4
2.1 Investigación Documental .....	5
2.1.1. Recolección de información .....	5
2.1.2 Objetivos generales del Centro Gerontológico .....	6
2.1.3 Objetivos específicos .....	6
2.2 Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación .....	7
2.2.3 Etapa Exploratoria .....	7
2.2.4 Encuestas .....	8
2.2.5 Análisis .....	9
2.2.6 Conclusión encuestas .....	10
2.3 Entrevista .....	11
2.3.1 Análisis de entrevistas .....	11
2.4 Etapa descriptiva .....	11
2.4.1 Entrevista .....	11
2.4.2 Análisis de entrevista .....	12
2.5 Análisis de casos similares .....	12
2.5.1 Proyecto 1 .....	12
2.5.2 Proyecto 2 .....	14
2.5.5 Proyecto 3 .....	15
<b>3 Anteproyecto</b> .....	18

3.1 Definición de criterios de diseño.....	18
3.1.1 Criterios de Diseño.....	18
3.1.2 Legibilidad.....	18
3.1.3 Transmitir los valores.....	19
3.1.4 Variantes Cromáticas.....	19
3.1.5 Crear un tono de voz.....	20
3.2 Desarrollo de bocetos o artes iniciales.....	21
3.2.1 Propuesta 1.....	22
3.2.2 Propuesta 2.....	25
3.2.3 Propuesta 3.....	28
3.3. Evaluación de artes iniciales.....	30
3.3.1. Propuesta final.....	33
<b>4 Proyecto.....</b>	<b>34</b>
4.1 Línea gráfica definitiva.....	34
4.1.1 Retícula de construcción.....	34
4.1.2. Área de protección.....	35
4.1.3. Cromática.....	35
4.1.4. Aplicaciones especiales.....	37
4.1.5. Tamaño mínimo de reproducción.....	38
4.1.6. Usos incorrectos.....	38
4.1.7. Tipografía.....	39
4.1.8. Definición de aplicaciones.....	41
4.2 Diseño de piezas gráficas.....	42
4.2.1 Aplicaciones.....	43
4.2.2 Tarjetas de presentación.....	44
4.2.3 Tarjetas de identificación.....	45
4.2.4 Calendario.....	46

4.2.5 Roll up .....	46
4.2.6 Cuaderno .....	48
4.2.7 Tríptico .....	48
4.2.8 Facebook fan page .....	49
4.2.9 Cuenta de Twitter .....	50
4.2.10 Cuenta de Youtube .....	50
4.2.11 Afiche Billboard .....	51
4.2.12 Van / expreso .....	51
4.2.13 Material P.O.P .....	52
4.3 Implementación y verificación .....	58
4.3.1 Perfiles de impresión.....	60
4.3.2 Implementación.....	60
<b>Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>62</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>63</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>65</b>

## ÍNDICE DE TABLAS DE CONTENIDO

Tabla 1: Definición de aplicaciones.....	41, 42
--	--------

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Pregunta 1.....	9
Gráfico 2: Pregunta 2.....	10

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Identificador gráfico actual del Centro .....	3
Figura 2. Identificador Asilo de Ancianos.....	13
Figura 3. Identificador gráfico Maysumak.....	14
Figura 4. Aplicaciones Maysumak .....	15
Figura 5. Identificador gráfico Alborada Gerontología .....	16
Figura 6. Aplicaciones Alborada Gerontología .....	17
Figura 7. Tipografía Palo Seco Monserrat .....	19
Figura 8. Cromática para adultos mayores.....	20
Figura 9. Cromática establecida .....	20
Figura 10. Brainstorming .....	21
Figura 11. Bocetos propuesta 1.....	22
Figura 12. Bocetos propuesta 1.....	23
Figura 13. Bocetos propuesta 1.....	23
Figura 14. Unión de elementos propuesta 1.....	24
Figura 15. Arte final propuesta 1.....	24
Figura 16. Bocetos propuesta 2.....	25
Figura 17. Unión de elementos propuesta 2.....	26
Figura 18. Boceto final propuesta 2.....	26
Figura 19. Unión de elementos propuesta 2.....	27
Figura 20. Arte final propuesta 2.....	27
Figura 21. Bocetos propuesta 3.....	28
Figura 22. Unión de elementos propuesta 3.....	28
Figura 23. Arte final propuesta 3.....	29
Figura 24. Evaluación de isotipo.....	30

Figura 25. Evaluación del logotipo.....	31
Figura 26. Evaluación de diagramación.....	32
Figura 27. Identificador gráfica elegido.....	33
Figura 28. Construcción Imagotipo .....	34
Figura 29. Área de protección .....	35
Figura 30. Colores primarios .....	36
Figura 31. Colores secundarios.....	36
Figura 32. Aplicaciones especiales sobre fondos grises y blancos .....	37
Figura 33. Aplicaciones especiales sobre fondos de colores de la marca	37
Figura 34. Tamaños mínimos del identificador gráfico .....	38
Figura 35. Usos incorrectos del identificador gráfico .....	39
Figura 36. Tipografía .....	39
Figura 37. Familia tipográfica.....	40
Figura 38. Mostrador .....	43
Figura 39. Aplicaciones .....	43
Figura 40. Aplicaciones .....	44
Figura 41. Tarjetas de presentación .....	44
Figura 42. Papelería .....	45
Figura 43. Tarjetas de identificación .....	45
Figura 44. Calendario .....	46
Figura 45. Roll up .....	46
Figura 46. Roll up .....	47
Figura 47. Roll up .....	47
Figura 48. Cuaderno.....	48
Figura 49. Tríptico tiro.....	48



Figura 50. Tríptico retiro .....	49
Figura 51. Facebook.....	49
Figura 52. Twitter.....	50
Figura 53. Youtube .....	50
Figura 54. Afiche Billboard.....	51
Figura 55. Van / Expreso .....	51
Figura 56. Bolsa.....	52
Figura 57. Pines.....	53
Figura 58. Camisetas adultas mayores .....	53
Figura 59. Jarros.....	54
Figura 60. Termos .....	54
Figura 61. Pulseras.....	55
Figura 62. Pulseras.....	55
Figura 63. Globos .....	56
Figura 64. Globos .....	56
Figura 65. Gorra .....	57
Figura 66. Camiseta polo.....	57
Figura 67. Líneas de corte.....	58
Figura 68. Línea de corte.....	59
Figura 69. Líneas de corte.....	59
Figura 70. Implementación .....	60
Figura 71. Implementación .....	61
Figura 72. Implementación .....	61

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación se enmarca dentro de las áreas de imagen corporativa, creación de marcas, y publicidad. La unión de estos 3 campos, permitió el rediseño de identidad corporativa del Centro Gerontológico Municipal "Dr. Arsenio De La Torre Marcillo" el rediseño comprende las siguientes etapas partiendo de la identificación de los valores de la marca, seguimos con la investigación que se lleva a cabo en dos etapas: investigación exploratoria y descriptiva donde se utilizaron herramientas como las encuestas y las entrevistas con la finalidad de reforzar el planteamiento del problema y delimitar los errores en la parte gráfica, para definir los criterios de diseño. La investigación además es importante porque permite obtener el punto de vista por parte del personal de trabajo del Centro Gerontológico e incluso de los adultos mayores, de cómo quisieran su rediseño de identidad, como resultado se plantea las propuestas para el rediseño del identificador gráfico para finalmente establecer un manual corporativo que delimite los usos correctos.

**Palabras claves:** Imagen corporativa, rediseño de marca, imagotipo, Centro Gerontológico, manual de marca, marcas.

The present titling work is relationate within the areas of brand guideline, brand creation, and advertising. The union of these 3 fields, allowed the corporate Identity redesign of the Gerontological Center "Dr. Arsenio De La Torre Marcillo", the redesign includes the following stages, starting with the identification of the values of the brand, then with the research that carries out in two stages: exploratory and descriptive research using tools such as surveys and Interviews, with the purpose of reinforcing the problem statement and delimiting the mistakes in the graphical part, to define the design criteria. The research is also important because it allows to obtain the point of view on the part of the work staff of the Gerontological Center and even of the older adults, on how they would like their redesign of the identity, as a result the proposals for the redesign of the brand are finally Establish by a brand guideline that delineates the correct uses.

**Keywords:** Corporate image, Rebranding, Imagotype, Gerontological Center, Brand guideline, brands.

## **1.Introducción**

El presente trabajo de titulación, propone el rediseño de la identidad corporativa, con el fin de recuperar los valores y reforzar la comunicación visual del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo”, que se enfoca a mejorar la calidad de vida del adulto mayor.

El Centro Gerontológico Municipal a pesar de llevar 15 años de funcionamiento, ha conservado su imagen sin ningún cambio, la misma que no contiene una solidez visual, por este motivo se decidió iniciar un proceso de investigación aplicando varias técnicas investigativas.

La investigación exploratoria, documental y descriptiva que proporciona recursos que ayudan a los criterios, la gráfica y sus respectivas aplicaciones y así poder resolver la mala selección de colores, y la pérdida de los valores del Centro Gerontológico Municipal.

El nuevo identificador representa los valores de intergeneracionalidad y bienestar, el mismo que consta de un manual de identidad para que se aplique correctamente, la marca en ciertas aplicaciones y materiales para su buena difusión.

## 1.1 Antecedentes

### 1.2 Planteamiento del problema

El Centro Gerontológico Dr. Arsenio de la Torre Marcillo, se inauguró en el año 2007, con fondos de la M.I. Municipalidad de Guayaquil, bajo la administración de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Fue concebido como un espacio lúdico para adultos mayores, donde puedan disfrutar dignamente de su vejez, y dilatar el inicio de los procesos degenerativos propios de la edad, fortaleciendo las relaciones del adulto mayor con su entorno (Villao,2007, p. 1).

Los servicios que presta el Centro Gerontológico están divididos en 4 áreas: física, psicológica, ocupacional y recreativa, donde los adultos mayores realizan múltiples actividades como: gerontogimnasia, baile terapia, talleres psicológicos, desarrollo del pensamiento, talleres de emprendimiento laboral, origami, ajedrez, y paseos dentro y fuera de la ciudad, entre otras.

El Centro Gerontológico funciona desde hace 10 años con un identificador gráfico, establecido desde sus inicios y una gama de colores para su representación. **(Ver imagen 1)** La identidad gráfica del Centro Gerontológico no fue propuesta en base a una investigación, por tanto mantienen un identificador y gama de colores que no los representa, siendo este su principal problema, ya que sus usuarios no logran reconocerlo y su proyección gráfica no es la adecuada.



**Figura 1.** *Identificador gráfico actual del Centro del Centro Gerontológico Municipal*

**Fuente:** Facebook del Centro Gerontológico

En 2013, Slade-Brooking informa que “Es vital que su marca o marcas sean revisadas con regularidad para garantizar que siguen los valores actuales de la empresa” (p. 62).

Debido a los problemas de ser reconocido y proyectar correctamente sus valores, nace la necesidad de llevar a cabo este proyecto de titulación, para rediseñar la identidad del Centro Gerontológico Municipal.

## **1.3 Objetivos**

### **1.3.1 Objetivo General:**

Rediseñar la Identidad Corporativa del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo” de la ciudad de Guayaquil, logrando la correcta proyección de sus actividades y definir sus normativas de uso.

### **1.3.2 Objetivos Específicos:**

- \* Lograr la identificación del grupo de trabajo del Centro Gerontológico Municipal, a través de los correctos valores establecidos.
- \* Posicionar el Centro Gerontológico Municipal, mediante el rediseño del identificador gráfico, para la correcta comunicación externa de sus actividades.
- \* Mejorar los procesos internos y externos de comunicación a través de las normativas de uso de un manual de identidad corporativa.

## **2.0 Metodología de la investigación**

La metodología a utilizar es una investigación científica, la misma que consta de un enfoque mixto, es decir una combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo que se lleva a cabo en tres instancias.

La etapa documental consta de toda la investigación bibliográfica sobre autores y proyectos similares de la identidad corporativa, la exploratoria son las encuestas y entrevistas que se hacen para definir mejor el planteamiento del problema y la descriptiva son entrevistas que sirvieran en la parte gráfica y en criterios de diseño para lograr saber lo que desean.

## **2.1 Investigación Documental**

### **2.1.1. Recolección de información**

El Centro Gerontológico Municipal, es un espacio de atención ambulatoria que trabaja sobre todo con adultos mayores autovalentes, es decir, aquellos mayores que son capaces de realizar actividades básicas que son funcionales para su autocuidado (comer, vestirse, desplazarse, asearse, bañarse y continencia) y las actividades secundarias (cocinar, limpiar, realizar tareas o trabajo fuera de casa o salir de la ciudad) (Villao,2007, p. 5).

#### **VISIÓN:**

Somos un Centro sin fines de lucro, modelo en la prevención, mantenimiento y desarrollo de las capacidades bio-psico-sociales y espirituales del adulto mayor del cantón Guayaquil, desde una visión de derechos y un enfoque gerontológico social que les garanticen la calidad de vida (Villao,2007, p. 4).

Nuestro compromiso con la sociedad es el manejo racional de recursos, la responsabilidad social con las generaciones y el medio ambiente desde una visión sistémica. (Villao,2007, p. 4).

## **MISIÓN:**

Damos atención especializada al Adulto Mayor autovalente, de cualquier origen étnico, credo, religioso o nivel socio-económico; con preferencia de aquellos, cuya situación económica y socio familiar, limite o imposibilite su cuidado diario, a través de programas que incluyan métodos y técnicas de calidad, en el mantenimiento y prevención del deterioro de su estado bio-psico-social y espiritual (Villao,2007, p. 3).

### **2.1.2 Objetivos generales del Centro Gerontológico**

-Incrementar los niveles de bienestar de los y las adultos mayores del cantón Guayaquil, a través de la presentación de un servicio integral de atención, prevención y promoción para este grupo poblacional. (Villao, 2007, p. 3).

-Aportar al proceso de derechos de los adultos mayores del cantón Guayaquil, desde un ejercicio de la responsabilidad social dentro del desarrollo del país. (Villao, 2007, p. 3).

### **2.1.3 Objetivos específicos**

-Brindar una atención integral, eficaz y de calidad, al adulto mayor que participa en el Centro gerontológico, así como retardar su deterioro psicofísico y prevenir la aparición de enfermedades o discapacidades. (Villao, 2007, p. 3).



-Generar espacios de participación, recreación y relacionamiento del adulto mayor del centro con su entorno. (Villao, 2007, p. 3).

-Favorecer el desarrollo personal y espiritual del adulto mayor que participa en el centro. (Villao, 2007, p. 3).

-Promover la valoración y la inclusión del adulto mayor en su espacio familiar. (Villao, 2007, p. 3).

-Desarrollar una cultura local que respete la dignidad de los adultos mayores, y valore su presencia en las familias y localidades. (Villao, 2007, p. 3).

-Fortalecer la formación y capacitación de profesionales/voluntarios especializados en adultos mayores, así como la articulación de las organizaciones sociales y públicas que les atienden. (Villao, 2007, p. 3).

## **2.2 Descripción del proceso seguido en la etapa de investigación**

### **2.2.3 Etapa Exploratoria**

Esta etapa utiliza herramientas como las encuestas y entrevistas; para descubrir qué problemas se encuentran en la parte gráfica del Centro Gerontológico, saber si los adultos mayores reconocen su isologotipo y si se sienten identificados o no.

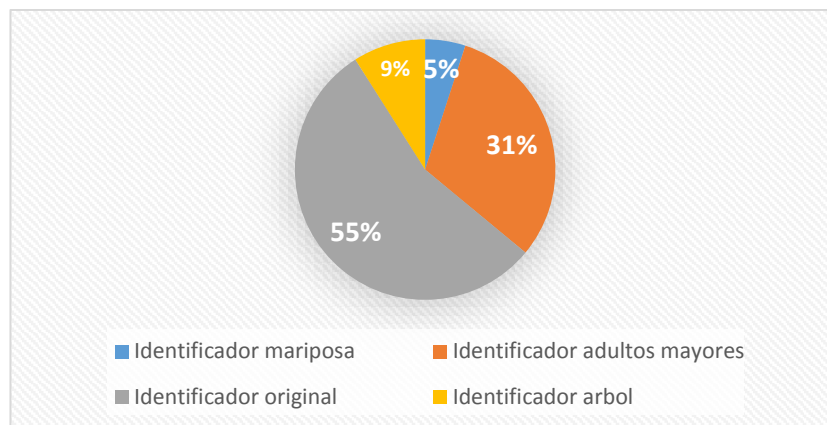
## 2.2.4 Encuestas

Las encuestas son dos preguntas de tipo cerrada hechas a los adultos mayores del Centro Gerontológico, debido a que su atención y concentración se vuelve escasa al ver tantas preguntas y así poder determinar si reconocen su isologotipo y si se sienten identificados.

El Centro Gerontológico consta de 700 adultos mayores registrados, este valor es el número de nuestro universo, los cuales están divididos en tres grupos 3A, B1 Y B2, según la psicóloga Shirley Villao, son 400 adultos mayores en el grupo A (los más participativos), de los cuales se tomó la mitad y del B1 que son 200. Según Malhotra (2008) informa que: "Cuando la población es menor a 1000, se encuesta el 50%" Es decir nuestra muestra son 100 adultos mayores, que se lograron encuestar en 2 días durante las actividades de 09H00 a 12h00 y de 14h00 a 15h00.

## 2.2.5 Análisis

**Pregunta 1: Reconoce usted ¿Cuál es el logotipo del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio de la Torre Marcillo”?**

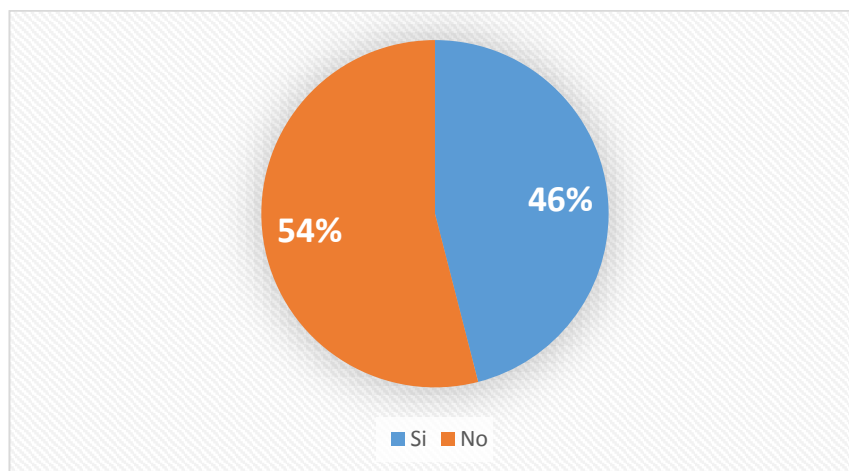


**Gráfico 1.** Pregunta 1.

**Fuente:** *Elaboración propia*

Mediante esta pregunta se establece que el 55% de adultos mayores, del Centro Gerontológico sí logra seleccionar, cuál es su identificador gráfico original, el 31% lo confunde con una imagen de adultos mayores, el 9% con un árbol, y el 5% con la imagen de una mariposa (**Ver anexo 1**).

## ¿Se siente identificado con el logotipo del Centro Gerontológico Municipal?



**Gráfico 2.** Preguntar 2.

**Fuente:** *Elaboración propia*

En este gráfico podemos observar que el 54% contesta que no se sienten identificados con el isologotipo actual, y el 46% contestan que sí se sienten identificados, es decir por que les gusta y se sienten identificados con la imagen del adulto mayor **(Ver anexo 2)**.

### **2.2.6 Conclusión encuestas**

Con las encuestas se logra determinar que la mayoría de adultos mayores encuestados, sí tienen conocimientos sobre su identificador gráfico actual, pero no se sienten identificados, porque no les parece que es un isologotipo que muestre la realidad, lo determinaron como un isologotipo ficticio, ya que ellos no siempre se los ve corriendo, y como punto importante se expresaban de que no se ve si son adultos mayores o no, por lo tanto el Centro Gerontológico sí necesita un rediseño de identidad. **(Ver anexo 3)**

## **2.3 Entrevista**

La entrevista consta de 9 preguntas y se realiza a las autoridades que actualmente laboran en el Centro Gerontológico; Psicóloga Clínica Shirley Villao y la encargada del área social Susana Rivadeneira, quienes se mantienen trabajando más de 5 años (**Ver anexo 4**).

### **2.3.1 Análisis de entrevistas**

Los resultados determinaron que el identificador gráfico, no proyecta lo que es el Centro Gerontológico, porque tiene problemas en su gráfica, no denota los valores y la silueta no proyecta si son adultos mayores u otro tipo de persona.

En ciertas implementaciones o piezas gráficas la silueta da a mostrar que son personas inválidas.

## **2.4 Etapa descriptiva**

La etapa descriptiva, consiste en realizar una entrevista a las autoridades del Centro Gerontológico Municipal, para saber aspectos que desean cambiar de la gráfica y así poder reforzar criterios de diseño.

### **2.4.1 Entrevista**

La entrevista; en esta etapa se efectúan 7 preguntas, se entrevista a la psicóloga clínica Shirley Villao y la encargada del área social, Susana

Rivadeneira, esta entrevista se realiza en el Centro Gerontológico, en la semana del 8 al 11 de noviembre **(Ver anexo 5,6 )**.

## **2.4.2 Análisis de entrevista**

Según los resultados de las entrevistas, se determina que Shirley Villao y Susana Mosquera, quieren implementar colores más formales como el azul, agregar un nuevo valor (intergeneracionalidad) y que el identificador sea simple y represente a la institución.

Asumiendo esta información este trabajo de tritulación, se encuentra en el camino correcto, que es necesario implementar el rediseño de identidad del Centro Gerontológico.

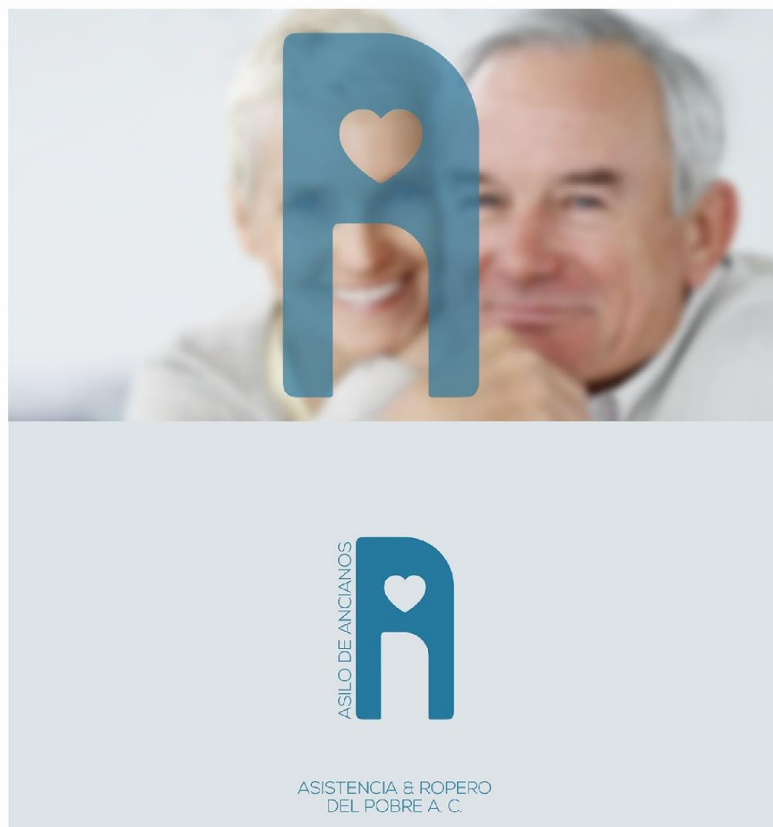
## **2.5 Análisis de casos similares**

En la búsqueda de casos similares sobre este proyecto, se encuentra que hubo escasa información sobre el rediseño de identificadores gráficos sobre centros Gerontológicos **(Ver análisis general, anexo 7)**

### **2.5.1 Proyecto 1**

El asilo de ancianos “Asistencia y Roperero del pobre A.C.” se encarga del cuidado y la confianza dado al adulto mayor, promoviendo valores como respeto y confianza en sí mismo. (Estudio de Diseño AS, 2016)

Tomado el proyecto como objeto de análisis por la manera de representar a un adulto mayor en su identificador, ya que hace alusión a que este comienza a encorvarse. Sus valores de cuidado y confianza lo vemos en la gráfica del corazón.



**Figura 2.** *Identificador Asilo de Ancianos*

**Fuente:** Behance

Lo que tomo de esta investigación para aplicar en el identificador gráfico, es la figuración del adulto mayor de forma abstracta y la representación de valores, que en este caso son bienestar e intergeneracionalidad.

## 2.5.2 Proyecto 2

Maysumak es un “centro asistencial compuesto por un equipo de profesionales y medios técnicos para una completa atención socio-sanitaria y rehabilitadora asegurando el completo bienestar del residente” (Perkapita, 2014).

Este proyecto es sujeto de estudio, por la manera en que utiliza el concepto de un árbol para representar el bienestar del adulto mayor, y los valores que esta residencia quiere proyectar a su público objetivo.



**Figura 3.** Identificador gráfico Maysumak

**Fuente:** Behance





**Figura 4.** Aplicaciones Maysumak

**Fuente:** Behance

Lo que tomo de este proyecto, es rescatar la forma abstracta de un árbol para representar los valores del Centro Gerontológico Municipal y mostrar en las publicaciones a los adultos mayores, en un buen estado de ánimo y bienestar.

### **2.5.5 Proyecto 3**

La Alborada, es un centro clínico que presta servicios integrales con una alta calidad humanizada, buscando así ofrecer un excelente servicio a la población. Sus servicios están enfocados a la población de mayor edad brindándoles servicios especializados médicos, neurológicas y cuidado

personal, para que puedan vivir y disfrutar plenamente una calidad de vida (Marqueate VDB, 2015).

Este proyecto es sujeto de estudio, por la manera de como crea una voz y un tono a sus publicaciones, logrando así que la fundación no solo sea reconocida por su identificador gráfico sino también por sus publicaciones o cualquier tipo de material publicitario.



**Figura 5.** *Identificador gráfico Alborada Gerontología*

**Fuente:** Behance



**Figura 6.** Aplicaciones Alborada Gerontología

**Fuente:** Behance

Lo que aplico de este proyecto en mi trabajo es la técnica de darle un tono de voz a las publicaciones o piezas publicitarias, para que el público no solo la reconozca por el identificador gráfico, sino solo con ver una publicación identifique, que es del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo”.

### **3 Anteproyecto**

#### **3.1 Definición de criterios de diseño**

##### **3.1.1 Criterios de Diseño**

Tomando en cuenta las características gráficas, utilizadas por los Centros Gerontológicos y por instituciones arraigadas a fundaciones, se pudo definir la elección tipográfica, cromática, estilo gráfico, valores y tono comunicacional para el desarrollo de las propuestas que mantendrán una similitud comunicacional, con los casos estudiados y con la investigación previa que se hizo.

##### **3.1.2 Legibilidad**

Para el desarrollo de las propuestas se utilizarán tipografías palo seco, ya que en los casos similares la utilizan frecuentemente, para la mejor observación del adulto mayor, según Dabner (2005) afirma que: “Son ideales para reducciones por su estructura monolineal y fundamentales para comunicar modernidad, actualidad, sencillez y claridad” **(Ver figura 7)**.



**Figura 7.** *Tipografía Palo Seco Monserrat*

**Fuente:** Adobe Type

### **3.1.3 Transmitir los valores**

El diseño del identificador gráfico, se basa en representar los valores: bienestar e intergeneracionalidad, utilizando la síntesis gráfica de un adulto mayor, obteniendo una forma circular que muestra un elemento protector de manera simple.

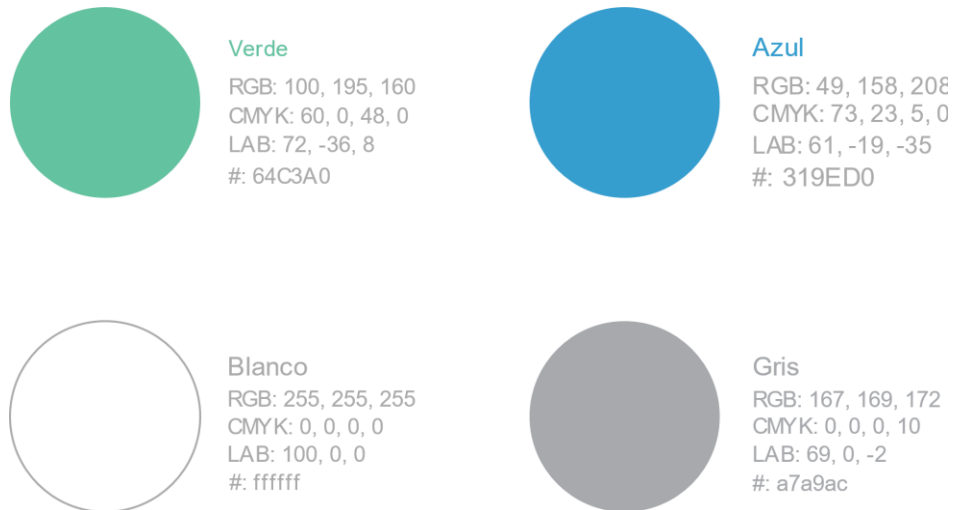
### **3.1.4 Variantes Cromáticas**

Se utiliza dos variantes cromáticas para realizar las propuestas: azul y verde. Allen (2007) afirma que: “El color azul muestra seguridad, calma y honestidad mientras que el color verde muestra orgánico, cuidadoso, fresco y crecimiento”. Se plantea estos colores debidos al manejo de los casos similares, para denotar el buen trato del adulto mayor y el bienestar (Ver figura 14).



**Figura 8.** Cromática para adultos mayores

**Fuente:** Libro Sensación, significado y aplicación del color



**Figura 9.** Cromática establecida

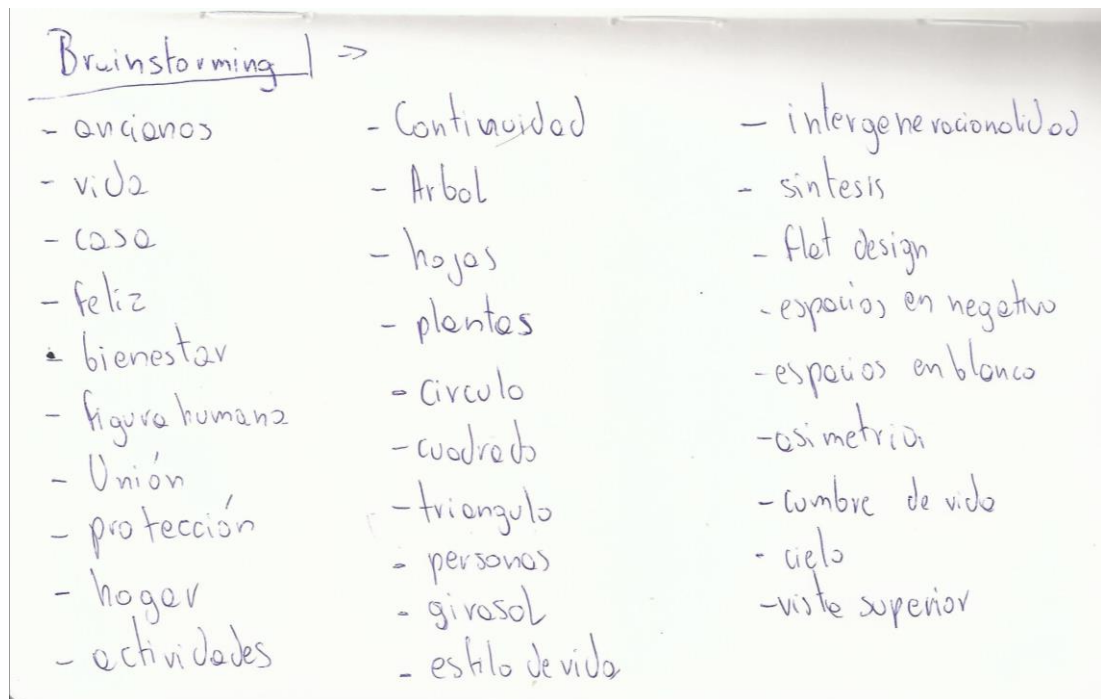
**Fuente:** Libro Sensación, significado y aplicación del color

### 3.1.5 Crear un tono de voz

Para lograr mejor comunicación en sus publicaciones, se utiliza un filtro de los colores primarios de la marca en las fotos, permitiéndolo dar un tono de voz a las publicaciones para que la audiencia pueda reconocer al Centro Gerontológico no solo por su identificador, sino también por sus publicaciones.

### 3.2 Desarrollo de bocetos o artes iniciales

Con toda la información recopilada, se empieza a realizar los primeros bocetos.

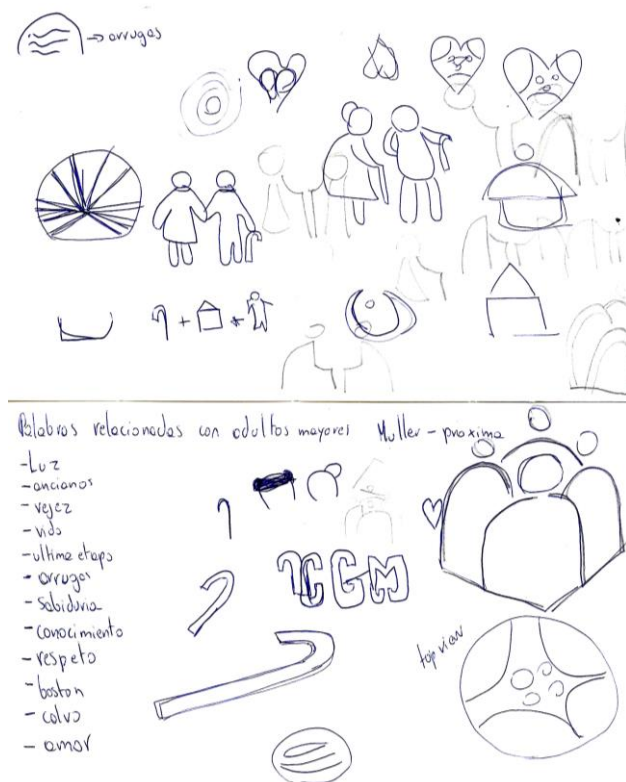


**Figura 10.** Brainstorming

**Fuente:** Elaboración propia

Se empieza a realizar una lluvia de ideas, para llegar a saber con que elementos, valores, actividades se utilizarían para la realización de las propuestas como: casa, ancianos, bastones, hogar, bienestar, árbol hojas, cumbre de vida, espacios en negativo y protección (Ver figura 15).

### 3.2.1 Propuesta 1

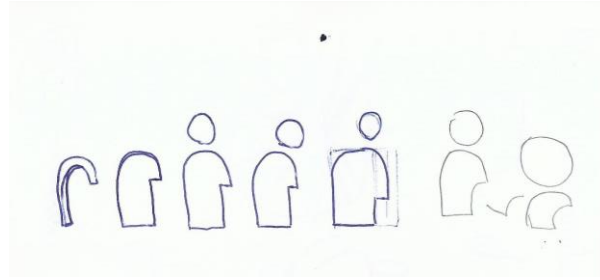


**Figura 11.** Bocetos propuesta 1

**Fuente:** Elaboración propia

En primer lugar, se diseña a los adultos mayores como representación abstracta de la figura humana, como se identificó en el análisis de las entrevistas (**Ver anexo5,6**) Shirley Villao, dice el problema era que no se identifican si son adultos mayores, por lo que para solucionar ese problema, se fueron tomando elementos representativos de los adultos mayores, como el bastón, los adultos mayores, y la unión entre ellos.

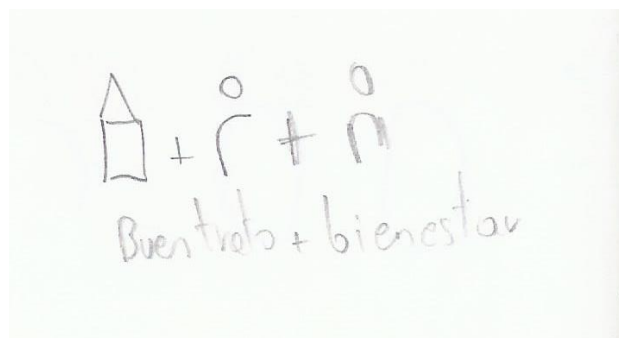




**Figura 12.** Bocetos propuesta 1

**Fuente:** Elaboración propia

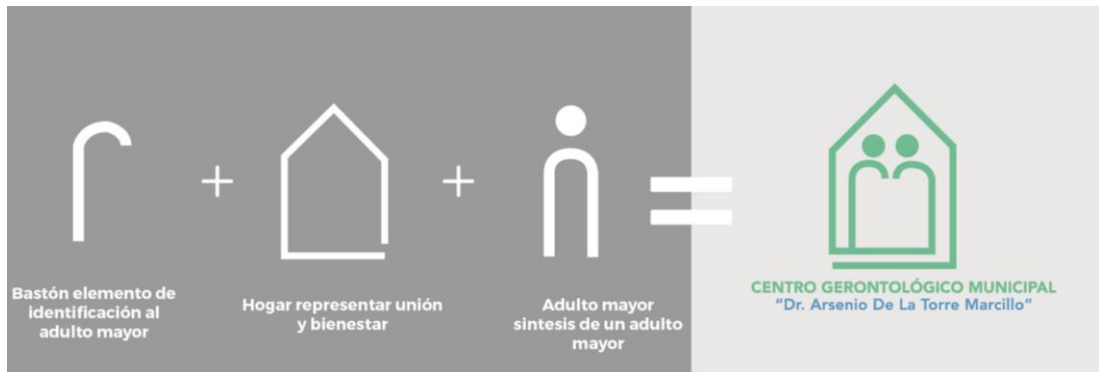
Se utilizó la forma circular del bastón para representar la forma del adulto mayor, logrando tener una unión de elementos entre el adulto mayor, el hogar como Centro Gerontológico y el adulto mayor.



**Figura 13.** Bocetos propuesta 1

**Fuente:** Elaboración propia

Finalmente, el último boceto se digitaliza, estiliza y perfecciona. Además se aplican los colores nuevos representativos del Centro Gerontológico Municipal, de acuerdo a los resultados de las investigaciones. Todo esto tomando en cuenta la cromática y el tipo de letra palo seco, junto al sustento del caso similar 1 ( **Ver figura 2** )



**Figura 14.** Unión de elementos propuesta 1

**Fuente:** elaboración propia

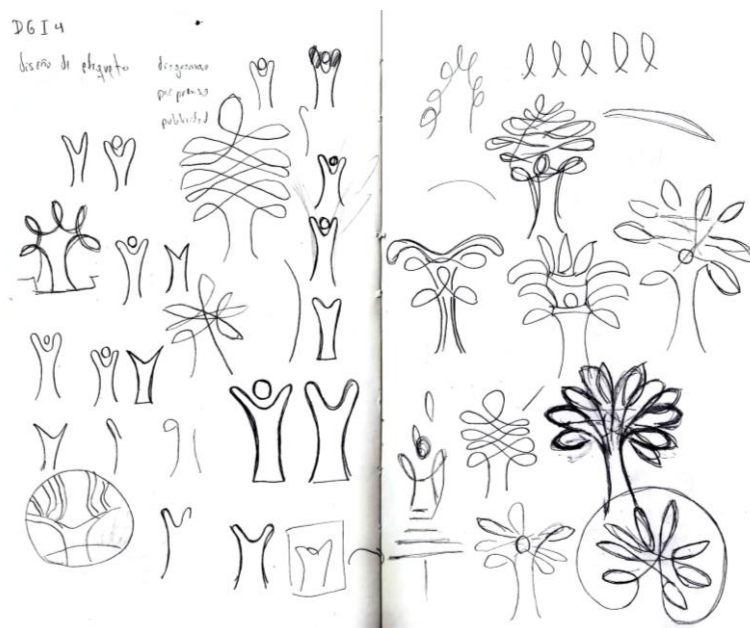


**Figura 15.** Arte final propuesta 1

**Fuente:** Elaboración propia

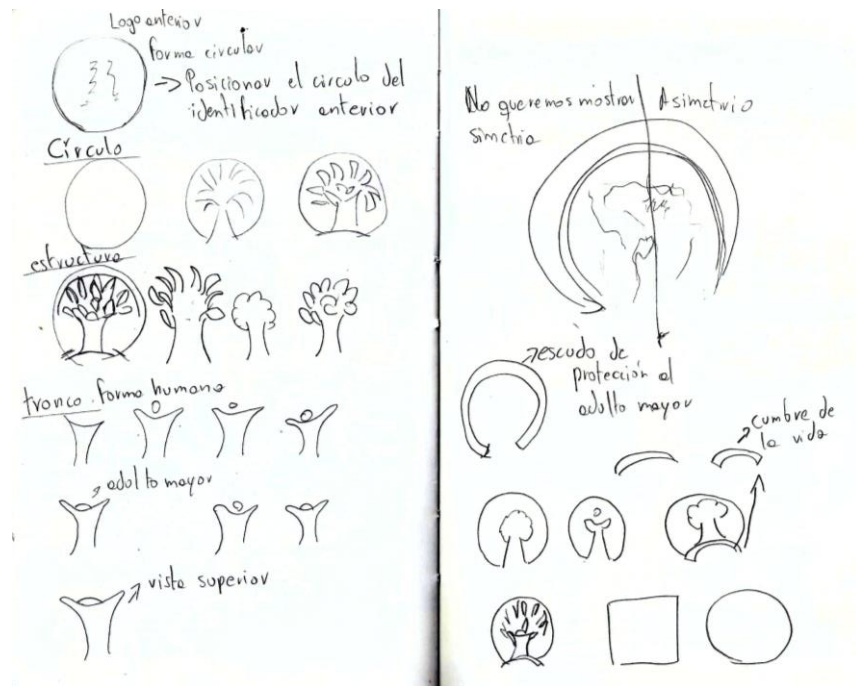
### 3.2.2 Propuesta 2

Esta propuesta, se centra en la idea del concepto de un árbol, que mientras más tiempo tenga y aunque no rinda frutos, aún sigue estando en pie y con vida, reemplazando el tronco con la representación de un adulto mayor, en estado de plenitud y alcanzando el bienestar sobre la cumbre más alta.



**Figura 16.** Bocetos propuesta 2

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 17.** Unión de elementos propuesta 2

**Fuente:** elaboración propia

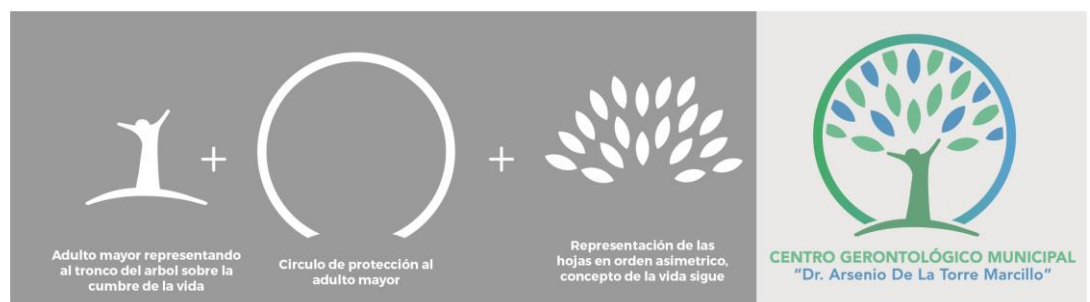
La estrategia en esta propuesta fue mantener la forma circular del identificador gráfico anterior (**Ver Anexo 3**), que ahora se lo utiliza para representar la protección dada al adulto mayor.



**Figura 18.** Boceto final propuesta 2

**Fuente:** Elaboración propia

Finalmente, el boceto dos se digitaliza, estiliza y perfecciona. Además se aplican los colores nuevos representativos del Centro Gerontológico Municipal, de acuerdo a los resultados de las investigaciones. Todo esto tomando en cuenta la cromática y el tipo de letra palo seco y el estilo gráfico de espacios en blancos basándonos en el caso similar número 2 y 5. **(Ver figura 5,10)**



**Figura 19.** Unión de elementos propuesta 2

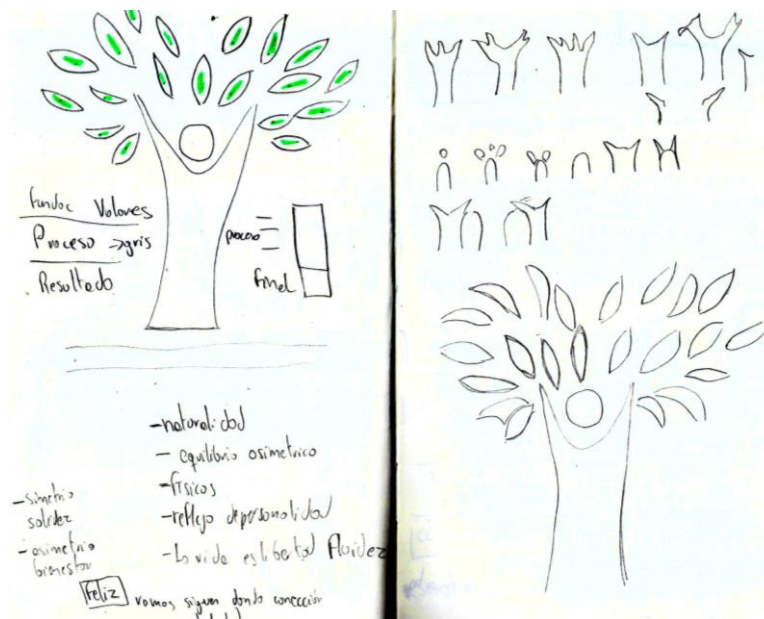
**Fuente:** elaboración propia



**Figura 20.** Arte final propuesta 2

**Fuente:** Elaboración propia

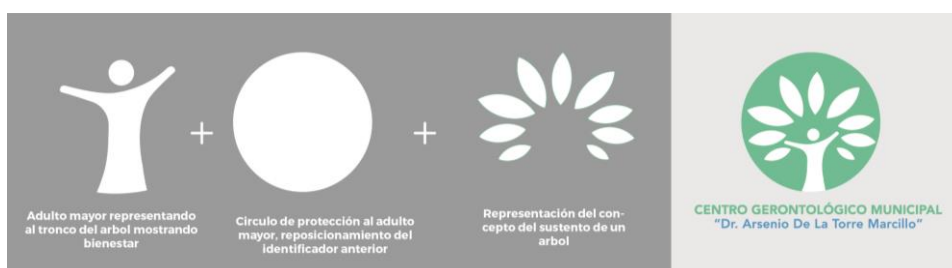
### 3.2.3 Propuesta 3



**Figura 21.** Bocetos propuesta 3

Fuente: Elaboración propia

En esta propuesta, se utiliza los elementos del concepto del árbol y el adulto mayor, representándolo como el tronco, pero se opta por una idea un poco más libre y arraigada como un identificador gráfico de una fundación, que el público en general logre identificar los valores y la vez que es un adulto mayor.



**Figura 22.** Unión de elementos propuesta 3

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, el último boceto se digitaliza, estiliza y perfecciona. Además se aplican los colores nuevos representativos del Centro Gerontológico Municipal, utilizando el elemento del círculo como protección al adulto mayor y que muestre los valores de bienestar e intergeneracionalidad, sustento en el caso similar 2. **(Ver figura 2)**



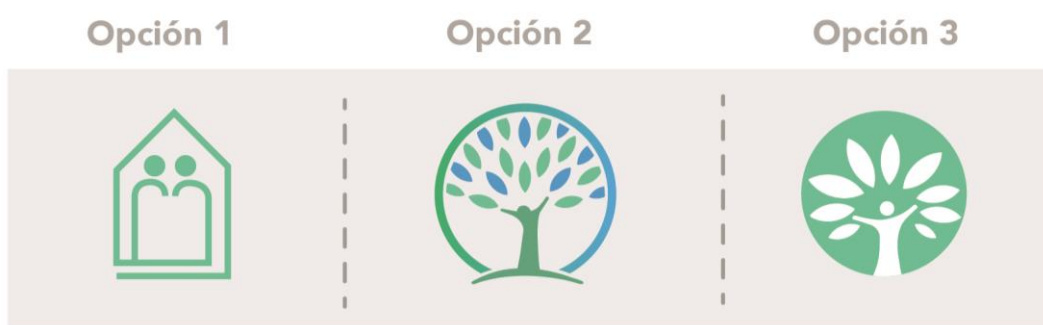
**Figura 23.** Arte final propuesta 3

**Fuente:** elaboración propia

### 3.3. Evaluación de artes iniciales

En la evaluación de artes iniciales, las propuestas realizadas fueron evaluadas por docentes de la carrera de Gestión Gráfica Publicitaria, estudiantes de ciclos avanzados y diseñadores independientes que se encuentran trabajando como freelance, luego a las autoridades del Centro Gerontológico para llegar a la mejor elección de propuesta de identificador gráfico que representará al Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo”.

#### Evaluación de isotipo



**Figura 24.** Evaluación de isotipo

**Fuente:** Elaboración propia

En la evaluación del isotipo del Centro Gerontológico Municipal, nos dicen que la opción más cercana al concepto es la opción 2, ya que representa mucho más los valores de bienestar e intergeneracionalidad, incluso los profesores comentaron que esos eran los colores adecuados, logrando así reflejar un estado de calma.



La opción 2, llega más al concepto de Centro Gerontológico pero no denota los valores y la opción 3 la estructura gráfica no es la más adecuada.

## Evaluación de logotipo

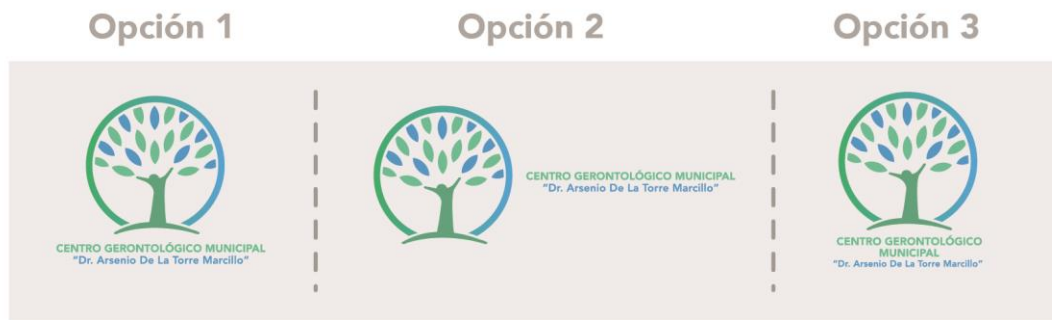


**Figura 25.** Evaluación del logotipo

**Fuente:** Elaboración propia

Las 3 opciones del logotipo son familias palo seco, pero la más adecuada para el Centro Gerontológico y según el criterio de los profesores es la opción 1 "tipografía Monserrett".

## Evaluación de diagramación



**Figura 26.** Evaluación de diagramación

**Fuente:** Elaboración propia

En la diagramación fue elegida como la más idónea la opción número 1, que muestra una mejor proporción, siendo adecuada para el isotipo y el logotipo.

### 3.3.1. Propuesta final

El identificador gráfico, está conformado por el nombre del Centro Gerontológico Municipal, elaborado con tipografías de palo seco y terminaciones redondeadas. Su isotipo es la representación de un adulto mayor reflejando plenitud de vida sobre una cumbre, logrando reflejar el bienestar que brinda el Centro Gerontológico Municipal, pero la estrategia de rediseño fue mantener la forma circular del identificador anterior, porque se encontraba posicionado por mucho tiempo (Figura 28).

Luego de la evaluación de las artes se determinó que la propuesta 2, es la que comunica eficazmente la personalidad y valores del Centro Gerontológico Municipal. Luego de esto, se continuará con el desarrollo de la propuesta gráfica, para la papelería, piezas gráficas y materiales pop; pero antes, se tomará en cuenta las siguientes restricciones y parámetros de diseño.



**Figura 27.** Identificador gráfica elegido

**Fuente:** Elaboración propia

## 4 Proyecto

### 4.1 Línea gráfica definitiva

#### 4.1.1 Retícula de construcción

La construcción del imago tipo es una representación gráfica sobre una retícula que establece la relación entre las distintas partes que lo componen. La base para el trazado es la dimensión "x" que conforma la medida del elemento más estructurado que es la "O" del logotipo, en este caso está conformada la retícula por 22 módulos verticales y 26 horizontales.

La retícula de construcción que acompaña a la imagen del Centro Gerontológico Municipal "Dr. Arsenio De la Torre Marcillo", logra mantener correctamente la altura y el largo de sus componentes gráficos.



**Figura 28.** Construcción Imago tipo

**Fuente:** Elaboración propia

### 4.1.2. Área de protección

La marca deberá tener mayor área de seguridad laterales que verticales para lograr que no interfieran elementos en su espacio visual, obteniendo 4x en espacios verticales y 9 x en horizontales, siendo el módulo X el espacio de repetición.

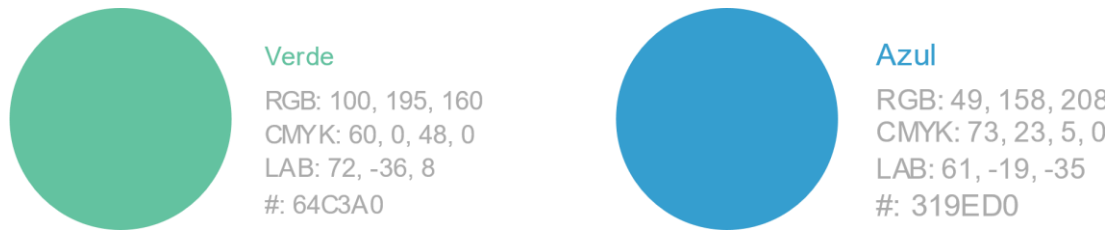


**Figura 29.** Área de protección

Fuente: Elaboración propia

### 4.1.3. Cromática

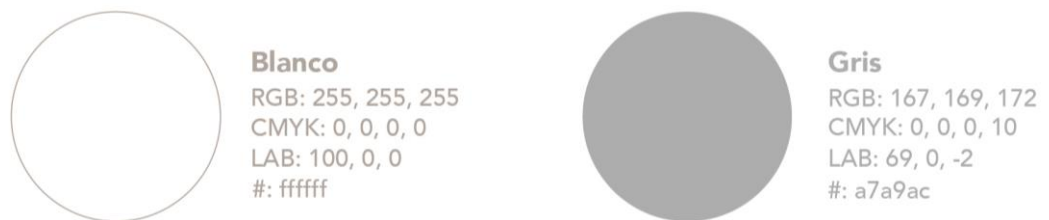
El Centro Gerontológico Municipal considera el uso de los colores principales, para representar los valores establecidos de bienestar e intergeneracionalidad. Los códigos y números de los colores están determinados para el uso en digital o impreso.



**Figura 30.** Colores primarios

**Fuente:** elaboración propia

La paleta gráfica del Centro Gerontológico, está constituida por 2 colores primarios y 2 colores secundarios, los primeros son el azul y verde, según Allen (2007) afirma que: “El color azul muestra seguridad, calma, honestidad; mientras que el color verde muestra orgánico, cuidadoso, fresco y crecimiento”.



**Figura 31.** Colores secundarios

**Fuente:** Elaboración propia

Con los colores blanco y gris, se logra contrastar en las piezas gráficas y así poder darle más seriedad a la identidad corporativa.

#### 4.1.4. Aplicaciones especiales

El identificador gráfico se aplica en color blanco, sobre fondos negros o grises de 100% 50% y 25%, en fondo blanco también está permitido utilizar el imagotipo en negro.



**Figura 32.** Aplicaciones especiales sobre fondos grises y blancos

**Figura:** Elaboración propia

Sin embargo, este identificador gráfico también se lo utiliza en fondo de la gama de colores de la identidad gráfica, permitiendo utilizarlo en blanco sobre fondos verdes, o azules.



**Figura 33.** Aplicaciones especiales sobre fondos de colores de la marca

**Fuente:** Elaboración propia

### 4.1.5. Tamaño mínimo de reproducción

Este se refiere al tamaño más pequeño, en el que se puede reproducir el imagotipo y sus elementos garantizando su legibilidad. Para asegurar una lectura clara y correcta de la marca se ha establecido un tamaño mínimo de reducción, la misma que no será producida de forma inferior a lo establecido.



**Figura 34.** *Tamaños mínimos del identificador gráfico*

**Fuente:** Elaboración propia

### 4.1.6. Usos incorrectos

A continuación se presenta diversos fondos que no están permitidos al aplicar el imagotipo, como también la mala transformación de estiramiento del isotipo y logotipo.





**Figura 35.** Usos incorrectos del identificador gráfico

**Fuente:** elaboración propia

#### 4.1.7. Tipografía

Para el Centro Gerontológico Municipal se ha seleccionado y modificado una tipografía que complemente su identidad de marca. Es una tipografía fácil de lectura y legible.



**Figura 36.** Tipografía

**Fuente:** Elaboración propia

Esta tipografía debe ser utilizada para títulos, subtítulos, copys y textos en todas las piezas gráficas, que se diseñen para la marca, para el manual de marca se utilizó la tipografía Avenir Next y sus variaciones tipográficas.

Aa

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz  
0 123456789

Tipografía: Monserrat regular  
Uso: Logotipo, cuerpo de texto

Aa

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz  
0 123456789

Tipografía: Avenir medium  
Uso: Manual, Cuerpo de texto

Aa

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz  
0 123456789

Tipografía: Monserrat Bold  
Uso: Logotipo, títulos

Aa

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz  
0 123456789

Tipografía: Avenir black  
Uso: Manual, títulos

**Figura 37.** Familia tipográfica

**Fuente:** elaboración propia

Según Dabner (2005) afirma que: “Son ideales para reducciones por su estructura monolineal y fundamentales para comunicar modernidad, actualidad, sencillez y claridad”.

#### 4.1.8. Definición de aplicaciones

En este trabajo de titulación se detallan, las diferentes aplicaciones que servirán para la difusión de información del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De la Torre Marcillo”, logrando establecer sus formatos.

Pieza	Uso	Formato
Hoja membretada	Mandados internos y externos	A4 - Papel bond (75 gr.)
Tarjeta de presentación	Información de datos a visitantes, datos personales	Horizontal 5x9 Cm. - Cartulina Couché brillante (300 gr.)
Sobre americano	Uso con hoja membretada	22 x 12 cm - Papel (Bond 90 gr.)
Carpeta	Uso para documentar hojas membretadas entre otros	Cartulina couché Mate Abierta 48x33 cm Cerrada 23x32 cm
Trípticos	Uso para difundir las actividades del Centro	31x20 cm . - Papel couché brillante (300 gr.)
Volante	Uso para difundir la nueva imagen del Centro	21x10 cm . - Pape couché brillante (100 gr.)

Estuche de CD	Uso de identificación del Centro	13 cm x 13 cm .- Cartulina couche mate (150 gr.)
Indumentaria	Uso de identificación del Centro	13 cm x 13 cm .- Cartulina couche mate (150 gr.)
Portadas en Facebook, Twitter y Youtube	Formato estandar para presentación de marca en cada red social	Facebook 851x315 px. Twitter 1500x500 Youube 2560x1440
Fotos de perfil en Facebook, Twitter y Youtube	Formato estandar para la imagen de perfil en las redes sociales	Facebook 200x200 px. Twitter 400x400 Youube 100x100
Roll Up	Uso para promoción en eventos de la marca	90x200 cm. - Lona mate (510 gr.)
Expreso	Uso de transporte a los adultos mayores para realizar actividades	Vinil adhesivo para vehiculos
Material P.O.P	Uso para reforzar la identidad de la marca para lograr diferenciarse	Camisetas, bolsos, pines, jarro, gorra, tomatodo, pulseras , globos

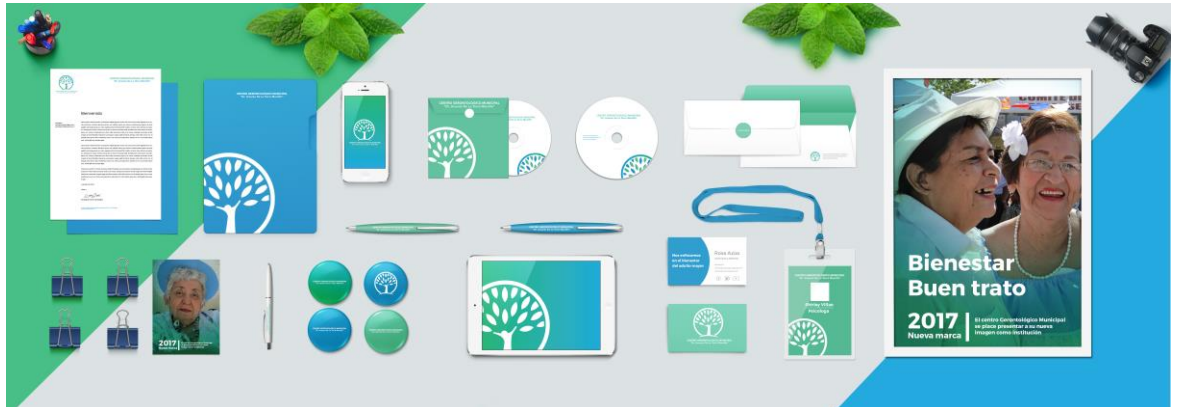
**Tabla 1:** Definición de aplicaciones.

**Fuente:** Elaboración propia.

## 4.2 Diseño de piezas gráficas

A continuación, se presentan las distintas piezas gráficas que forman parte de la identidad visual del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo”. Se considera el criterio de legibilidad para su correcta proyección.

## 4.2.1 Aplicaciones



**Figura 38.** Mostrador

Fuente: Elaboración propia



**Figura 39.** Aplicaciones

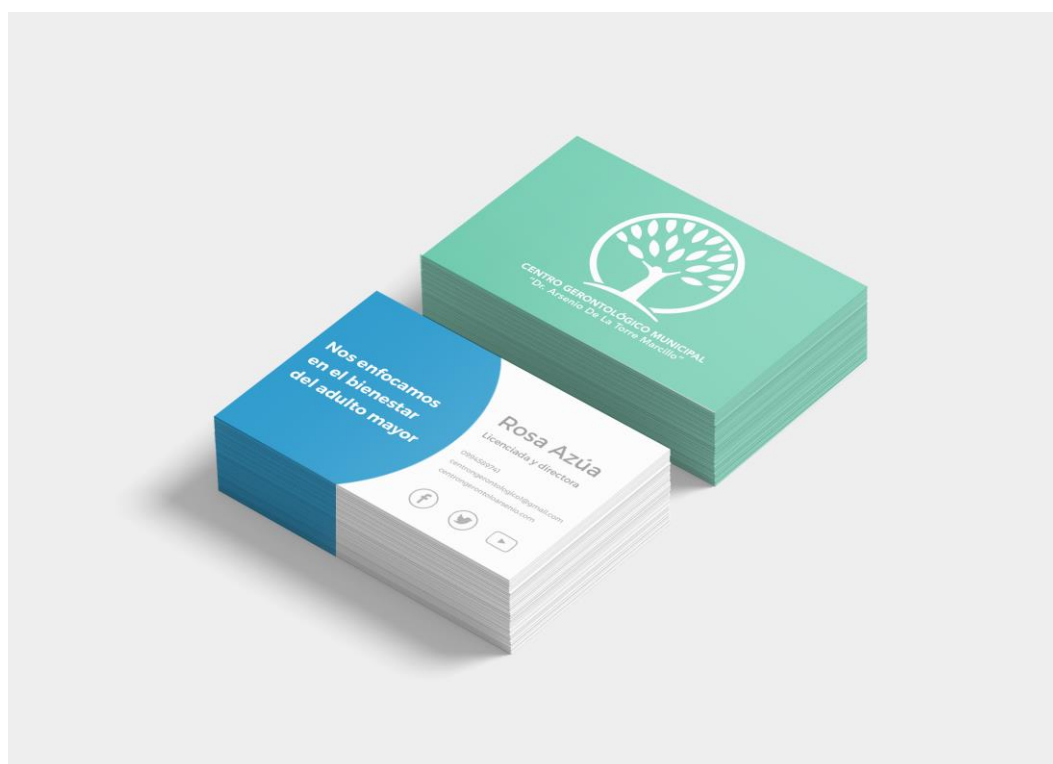
Fuente: Elaboración propia



**Figura 40.** Aplicaciones

**Fuente:** elaboración propia

## 4.2.2 Tarjetas de presentación



**Figura 41.** Tarjetas de presentación

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 42. Papelería**

Fuente: Elaboración propia

### 4.2.3 Tarjetas de identificación



**Figura 43. Tarjetas de identificación**

Fuente: Elaboración propia

## 4.2.4 Calendario



*Figura 44. Calendario*

Fuente: Elaboración propia

## 4.2.5 Roll up



*Figura 45. Roll up*

Fuente: Elaboración propia





**Figura 46.** Roll up

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 47.** Roll up

**Fuente:** Elaboración propia

## 4.2.6 Cuaderno



**Figura 48.** Cuaderno

Fuente: Elaboración propia

## 4.2.7 Tríptico



**Figura 49.** Tríptico tiro

Fuente: Elaboración propia



**Figura 50.** Tríptico retiro

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.8 Facebook fan page



**Figura 51.** Facebook

Fuente: Elaboración propia

## 4.2.9 Cuenta de Twitter



Figura 52. Twitter

Fuente: Elaboración propia

## 4.2.10 Cuenta de Youtube

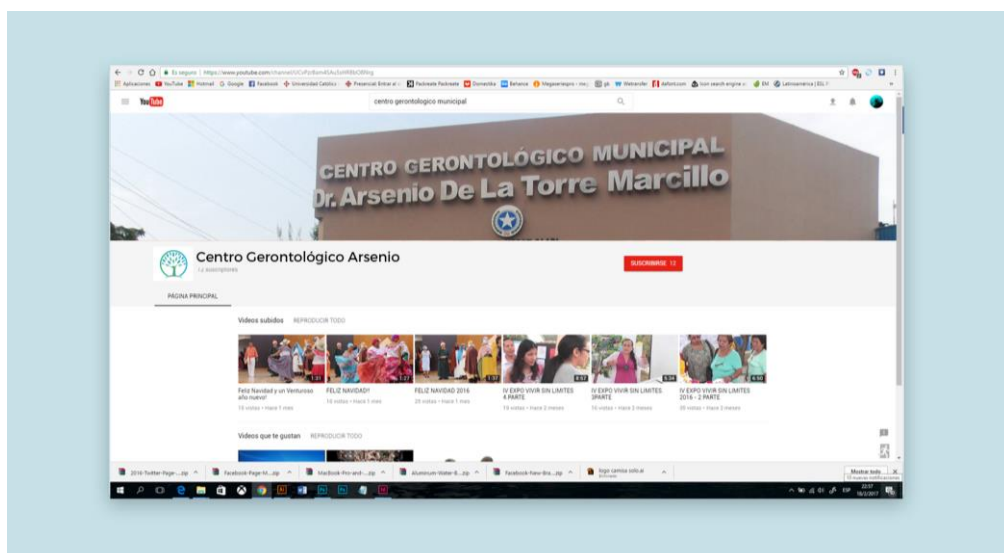


Figura 53. Youtube

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.11 Afiche Billboard



*Figura 54. Afiche Billboard*

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.12 Van / expreso



*Figura 55. Van / Expreso*

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.13 Material P.O.P

Finalmente, el material P.O.P. (por la siglas de 'point of purchase', literalmente 'punto de compra' en inglés) tiene la utilidad de reforzar la identidad visual del Centro Gerontológico Municipal, por ello se diseña una camiseta, un bolso, una gorra, un jarro, un marcapáginas y un pin (Figura 68, 69, 70, 71, 72 y 73).



**Figura 56.** Bolsa

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 57.** Pines

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 58.** Camisetas adultas mayores

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 59. Jarros**

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 60. Termos**

**Fuente:** Elaboración propia





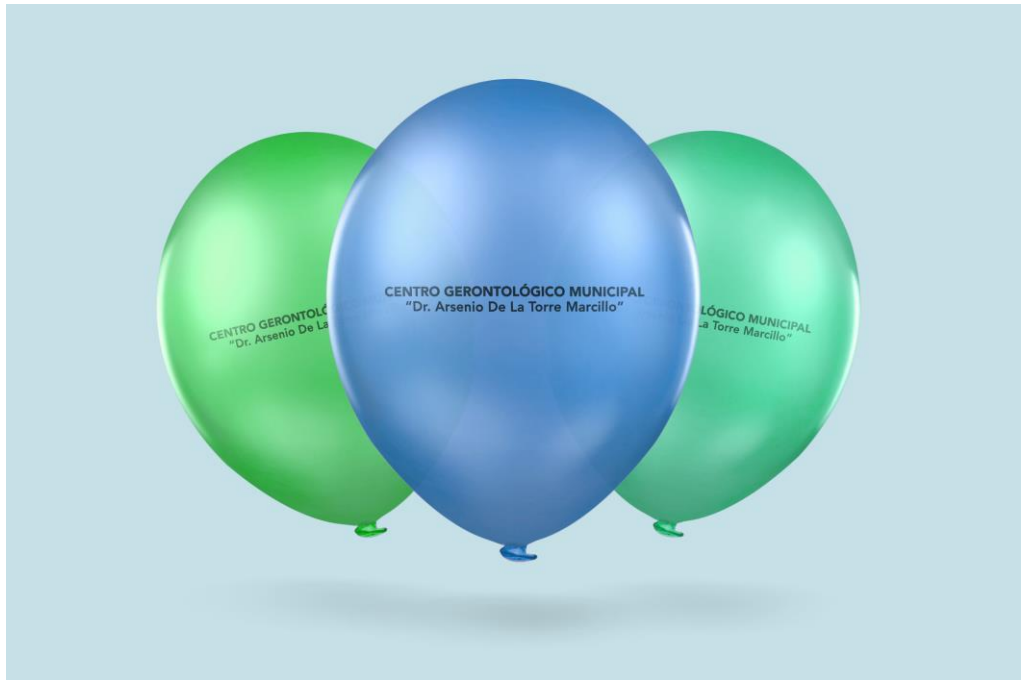
**Figura 61.** Pulseras

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 62.** Pulseras

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 63. Globos**

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 64. Globos**

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 65.** Gorra

**Fuente:** Elaboración propia

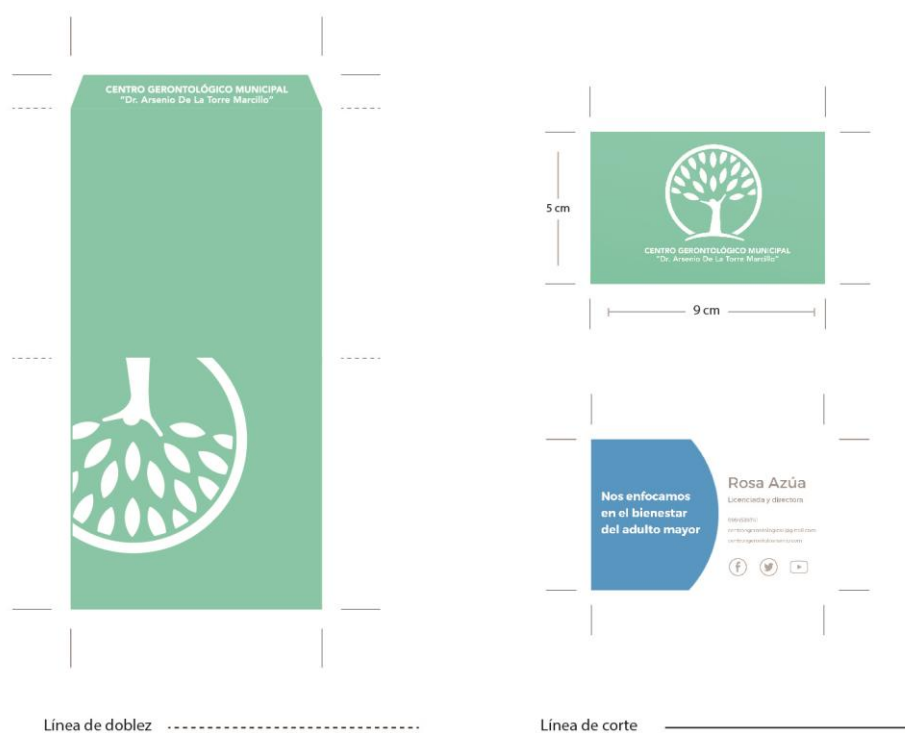


**Figura 66.** Camiseta polo

**Fuente:** Elaboración propia

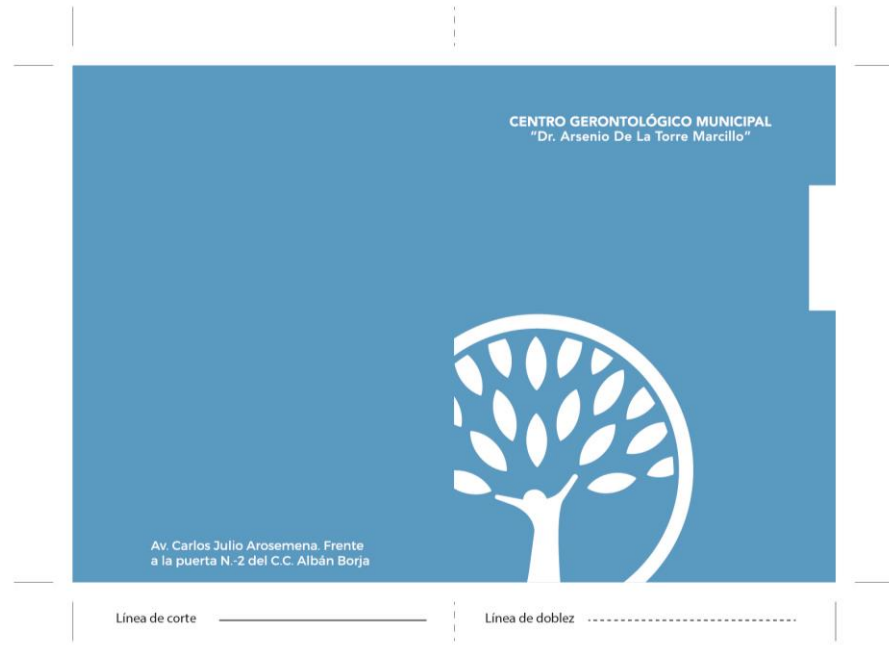
### 4.3 Implementación y verificación

Para la correcta implementación, se establece las líneas de corte para las aplicaciones para la correcta impresión.



**Figura 67.** Líneas de corte

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 68. Línea de corte**

Fuente: Elaboración propia



**Figura 69. Líneas de corte**

Fuente: elaboración propia

### 4.3.1 Perfiles de impresión

Para la correcta impresión del color se determina los siguientes perfiles de color en diverso programa de impresión:

**Configuración:** North American General Purpose

**RGB:** sRGBIEC61966-2.1

**CMYK:** U.S. Web Coated (SWOP) V2

### 4.3.2 Implementación

A continuación se demuestra la funcionalidad de la nueva identidad visual del Centro gerontológico.



**Figura 70.** Implementación

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 71. Implementación**

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 72. Implementación**

**Fuente:** Elaboración propia

## **Conclusiones y Recomendaciones**

Ya realizado el rediseño de la identidad corporativa del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo” de la ciudad de Guayaquil, se obtienen las siguientes conclusiones:

En el campo de imagen corporativa es muy extenso, en la que se pueden aplicar varias técnicas, como diseñador, pero es importante reflejar lo primordial, que son los valores de marca.

Para el desarrollo de propuestas gráficas se recomienda no trabajar de manera solitaria, sino siempre escuchar la más mínima idea del personal de trabajo del Centro Gerontológico, ya que es un grupo de trabajo muy crítico al momento de observar propuestas de diseño.

Pero se obtuvo la conclusión que se utiliza tonos muy bajos de los colores para representar correctamente sus valores de marca, y se recomienda a personas que vayan a trabajar en la parte gráfica del Centro Gerontológico, seguir las instrucciones del manual y utilizar la gama de colores establecidas.

Dar un buen asesoramiento a la persona que vaya a diseñar futuras piezas gráficas, Realizando un chequeo en la parte gráfica cada 2 años del Centro Gerontológico para asegurar si se siguen reflejando sus valores de marca, y establecer un periodo de tiempo para realizar cambios en las fotografías utilizadas en las piezas gráficas.



## Bibliografía

Allen, K. (15 de Enero de 2017). *entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/269009>

Ardilla, L. (1 de Mayo de 2015). *Behance*. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/25850949/Gerontovida->

Aula informativa. (27 de Marzo de 2016). *Aulainformativa*. Obtenido de <http://blog.aulaformativa.com/disenio-de-logos-que-hacen-uso-de-los-espacios-negativos/>

Barinboim, R. (16 de noviembre de 2014). *behance*. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/21352909/Branding-PIES>

Centro Asistencial Gerontológico “Dr. Publio Vargas Pazzos”. (s.f.). *beneficienciamanabita*. Obtenido de <http://www.beneficienciamanabita.com>

Clasificados. (23 de Marzo de 2014). *clasificados*. Obtenido de <http://co.clasificados.com/centro-gerontologico-mi-hogar-102932>

Clavijo, M. (6 de Noviembre de 2013). *behance*. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/11959067/Identidad-Visual-Fundacion-Neumologica-Colombiana>

Creativa, P. C. (22 de Septiembre de 2014). *Behance*. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/19958641/Maysumak-Branding>

grupoamma. (07 de Julio de 2015). *amma*. Obtenido de <https://www.amma.es/>

Marketan. (11 de Diciembre de 2013). *laprestampa*. Obtenido de <https://laprestampa.wordpress.com/2013/12/11/caracteristicas-palo-seco/>

Martinez, H. (15 de noviembre de 2016). *behance*. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/13874897/APAM-DIF>

Mastrangelo, P. (22 de Septiembre de 2013). *Cultier*. Obtenido de <http://www.cultier.es/tibor-kalman-el-perverso-optimista/>

Matt W. Moore, A. P. (16 de Diciembre de 2010). *Sensación significado y aplicación del color*. Santiago de Chile: LFNT. Obtenido de [https://issuu.com/cla.arias/docs/sensaci\\_n\\_-\\_significado\\_y\\_aplicaci\\_n\\_del\\_color\\_fin](https://issuu.com/cla.arias/docs/sensaci_n_-_significado_y_aplicaci_n_del_color_fin)

Pizarro, N. (17 de Marzo de 2015). *Ida*. Obtenido de <https://www.ida.cl/blog/disenio/4-coordenadas-fundamentales-usabilidad-adultos-mayores/>

S, A. (30 de Mayo de 2016). *Behance*. Obtenido de <https://www.behance.net/gallery/37759917/R>

Santamaria, S. (02 de Noviembre de 2012). *usmpdg4.blogspot*. Obtenido de <http://usmpdg4.blogspot.com/2012/11/la-sintesis-grafica.html>

Selkagrpahicdesign. (18 de Mayo de 2016). *Selkagrpahicdesign*. Obtenido de <http://selkagrpahicdesign.com/tipografia-sensaciones/>

Ubaldo, I. (Abril de 2014). *PixelCreativo*. Obtenido de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2016/04/paul-rand.html?m=0>

Vectoralia. (20 de Agosto de 2005). *Vectoralia*. Obtenido de [http://vectoralia.com/manual/html/armonias\\_de\\_color.html](http://vectoralia.com/manual/html/armonias_de_color.html)

Wirrkala. (13 de Marzo de 2010). *Yahoo*. Obtenido de <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100624213558AAKu2pM>

## ANEXOS

### ANEXO 1 ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Arquitectura y Diseño

Tema: Rediseño de identidad corporativa y normativas de uso del Centro Gerontológico municipal "Dr. Arsenio De La Torre Marcillo" de la ciudad de Guayaquil

Encuesta – Contestar la siguiente encuesta encerrando la respuesta en un círculo

Edad: \_\_\_\_\_

Género: \_\_\_\_\_

1. Reconoce usted ¿Cuál es el logotipo del Centro Gerontológico Municipal "Dr. Arsenio De La Torre Marcillo"?



2. ¿Se siente identificado con el logotipo del Centro Gerontológico Municipal?

SÍ  
NO

## **ANEXO 2**

### **MODELO DE PREGUNTA PARA ENTREVISTA**

Nombre:

Profesión:

Edad:

#### **Etapa exploratoria**

1. ¿Desde cuándo usted trabaja en la fundación?
2. ¿Desde cuándo la fundación ha tenido este identificador gráfico (logo) actual?
3. ¿Usted está de acuerdo con la proyección de su identificador gráfico?
4. ¿Los valores de la institución se ven reflejados en su identificador?
5. ¿Está de acuerdo con los colores establecidos para la fundación?
6. ¿Sabe que significa el identificador gráfico de la fundación?
7. ¿Quién fue el encargado de diseñar el identificador gráfico de la fundación?
8. ¿Cuál cree que son los problemas en la parte gráfica de la fundación?
9. ¿Usted como parte de este equipo que piensa que está mal en el identificador gráfico?

#### **Etapa descriptiva**

10. ¿El identificador en qué soportes o papelería lo utilizan?
11. ¿Cómo debería proyectarse gráficamente?
12. ¿Qué valores desearían que la fundación refleje?
13. ¿Cómo aplica su profesión en la fundación?
14. ¿Cuál cree usted que es la función principal de la fundación?

15. ¿Cuáles son valores misión y visión que promueve la fundación?

16. ¿Qué quieren reflejar con las actividades de la fundación?

### **ANEXO 3**

#### **TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA A SHIRLEY VILLOO**

Buenos días mi nombre es Jorge Soriano soy el encargado de entrevistarla, para obtener la información del Centro Gerontológico

**¿Cuál es su Nombre?**

Mi nombre es Shirley Villao Bravo

**¿Su profesión?**

Soy psicóloga Clínica

**Edad:** 29 años

**¿Desde cuándo usted trabaja en el Centro Gerontológico?**

Hace como 5 años y medio.

**¿Cómo aplica su profesión en el Centro Gerontológico?**

Bueno en sí, yo cumpla la función de asistente técnico, que valida, todo lo que es la coordinación, todo lo que es programaciones y tanto de personal técnico del centro y personal técnico de los clubes, control de las pasantías y lo que es el manejo de las tesis de los estudiantes de las universidades.

**¿Cuál cree usted que es la función principal del Centro Gerontológico?**

La función principal bueno, en sí es una de las que cumpliendo con lo que está en la constitución, es crear un espacio para los adultos mayores sin ningún costo y más que todo lo que es la restitución de los derechos del adulto mayor.

**¿Cuáles son los valores, misión y visión que promueve el Centro Gerontológico?**

La visión, es dirigir una población de adultos mayores autovalentes, en la cual se da una atención especializada e integral, puede prevenir lo que es el deterioro bio psico social y espiritual del adulto mayor e incluir a la familia en los programas.

Y la visión, es un centro que se maneja la prevención y el mantenimiento de desarrollar las capacidades bio psico sociales del adulto mayor y obviamente se garantiza la calidad del servicio, específicamente los valores no he encontrado en los archivos del centro, sino que lo manejan como principios que es la calidad del servicio, la equidad, inclusión y la integralidad.

**¿Qué quieren reflejar con las actividades del Centro Gerontológico?**

Un adulto mayor activo con un estilo de vida saludable.

**¿Desde cuándo el Centro Gerontológico ha tenido este identificador gráfico (logo) actual?**

Bueno, creo que, desde sus inicios, Casi agosto del 2007.

**¿Usted está de acuerdo con la proyección de su identificador gráfico?**

Bueno, realmente no me gusta, creo que se puede, o sea no representa en sí todos los servicios que oferta el centro y a quien va dirigido incluso.

**¿Los valores del Centro Gerontológico se ven reflejados en su identificador?**

No se los ven reflejados

**¿Está de acuerdo con los colores establecidos para el Centro Gerontológico?**

Bueno la realidad los colores no, porque ya con lo que se ha trabajado con los pasantes de gestión gráfica, de algunos de diseño y con otras empresas de diseño, es demasiado complicado jugar con los colores y que combine con toda la línea gráfica, que se maneja; entonces eso se hace muy difícil se hace general una invitación por el estilo, porque ese naranja y ese amarillo es muy difícil de combinar.

**¿Sabe qué significa el identificador gráfico del Centro Gerontológico?**

Tengo entendido que son dos personas mayores que están en movimiento, es lo que refleja, se los ve que están activos.

**¿Quién fue el encargado de diseñar el identificador gráfico del Centro Gerontológico?**

No lo conozco.

### **¿El identificador en qué soportes o papelería lo utilizan?**

En todo banner de oficios, trípticos, hasta roll ups, lonas, por lo general va en todo, entonces también hace al utilizar el naranja, también es muy difícil ponerlo en otra imagen, porque se maneja en todo lo que es papelería

### **¿Cuál cree que son los problemas en la parte gráfica del Centro Gerontológico?**

El logo en sí, lo que no me gusta es que parece que tuvieran cortadas las piernas, como que están cojos, entonces talvez en el momento de usarlo en un tríptico, por la nitidez es al 100% se ve diferente se ve que está en movimiento, pero talvez en materiales impresos de aquí o algo se ve como que está cortado las piernas o algo, por eso no se visualiza a través del logo el servicio que es dirigido hacia qué población, porque pareciera que es para personas con una discapacidad, que en este caso no entrar, porque nosotros trabajamos con adultos mayores autovalentes.

### **¿Cómo debería proyectarse gráficamente?**

Bueno en sombras o degradados no, talvez una imagen fija o un juego de letras, las personas están como siluetas, eso no se ve bien, más aún si trabajamos con personas mayores, debe ser algo de bastante visual y que sea completo, para que la persona pueda identificarlo y apropiarlo, porque esto estamparlo en una camiseta no se ve bien.

### **¿Qué valores desearían que el Centro Gerontológico refleje?**

Todo lo que es el buen trato hacia al adulto mayor, tanto como de el mismo hacia su comunidad y la sociedad y la familia.



**¿Usted como parte de este equipo qué piensa que está mal en el identificador gráfico?**

Cambiar los colores, la imagen, realmente, la letra no me es indiferente, pero de ahí si hasta el mismo círculo, es bastante complicado jugar con el logo en sí hasta por la forma los colores.

## **ANEXO 4**

### **TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA A SUSANA MOSQUERA**

Buenos días Mi nombre es Jorge Soriano y soy el encargado de realizar la entrevista para obtener información sobre el centro gerontológico municipal

**Nombre:** Susana Mosquera

Estoy a cargo del área de promoción y área social del Centro Gerontológico

**Edad** 37

**¿Desde cuándo usted trabaja en la fundación?**

Ya tengo aquí aproximadamente 6 años, bueno inicié en los clubes y luego vine a trabajar acá, a lo que es el centro.

**¿Cómo aplica su profesión en el Centro Gerontológico?**

Bueno acá en el área de promoción y área social es un trabajo, mancomunado que se realiza con todas las áreas, promovemos lo que son actividades y estilos de vida saludables del adulto mayor, se colabora en la

parte de administración con asistente técnico, planificaciones se realizan determinados programas que beneficien al adulto mayor,

**¿Cuál cree usted que es la función principal del Centro Gerontológico?**

Es promover estilos de vida saludable en el adulto mayor, específicamente en adultos mayores autovalentes, nuestra modalidad es grupal no individual, con un equipo técnico en donde enfocamos todas estas áreas que creemos que son verdaderamente son necesarias e indispensables para el adulto mayor, desde el punto de vista bio psico social espiritual.

**¿Cuáles son valores misión y visión que promueve el Centro Gerontológico?**

Visión, es un centro sin fines de lucro tratamos de mantener lo que es la prevención y el mantenimiento del desarrollo de las capacidades del adulto mayor, la misión damos atención especializada a adultos mayores autovalentes de cualquier origen étnico, que a través de programas que incluyen métodos y técnicas de calidad.

**¿Qué quieren reflejar con las actividades del Centro Gerontológico?**

Con estas actividades es que tratamos con este modelo de prevenir mantener el desarrollo de las capacidades del adulto mayor, sabemos que con los años se van perdiendo muchas capacidades, pero tratamos de mantenerlas, de prevenir.

**¿Desde cuándo la fundación ha tenido este identificador gráfico (logo) actual?**

Bueno desde que yo entre lo he visto, no he visto ningún cambio desde que yo ingrese aquí al centro esta este tipo de identificador gráfico.

**¿Usted está de acuerdo con la proyección de su identificador gráfico?**

La verdad no me agrada mucho lo que proyecta, porque no veo que proyecte lo que yo quisiera que proyectara, veo simplemente una pareja de adultos mayores y bueno refleja si que están activos, pero parece que deben reflejar otras cosas y solo son siluetas, y como que no se qué tipo de rasgo étnico es, porque tú puedes ver un hombre o una mujer, pero no sabes si es un adulto mayor.

**¿Los valores de la institución se ven reflejados en su identificador?**

No creo, los valores son algunos que tiene el centro, promueve la inclusión la integralidad la equidad, la calidad del servicio pero no veo que lo refleje

**¿Está de acuerdo con los colores establecidos para el Centro Gerontológico?**

Debería de cambiarse, de actualizarse los tonos

**¿Sabe qué significa el identificador gráfico del Centro Gerontológico?**

Representa aparentemente lo que se visualiza, es que son autovalentes, es una pareja nada más de siluetas.

**¿Quién fue el encargado de diseñar el identificador gráfico del Centro Gerontológico?**

No se, lo desconozco.

**¿El identificador en qué soportes o papelería lo utilizan?**

Bueno, lo he visto como marcos de agua en nuestras aplicaciones, yo lo utilizo en los informes, en cartas, en los sobres también los he visto, toda la folletería que nosotros implementamos, trípticos, dípticos de difusión y no solo de aquí del centro, sino también de los clubes, recuerda que somos centro y clubes también.

**¿Cuál cree que son los problemas en la parte gráfica del Centro Gerontológico?**

Bueno para mí , no contamos con diseñadores, no tenemos un departamento de diseño, marketing, nada de eso no tenemos quien nos lo maneje, por algo trabajamos con ustedes que son los pasantes que vienen acá, de diversas universidades no son solo de la católica, pero más son ustedes que están en la parte de diseño, y ustedes han sido los que nos han estado apoyando, porque nosotros no tenemos conocimientos de acrobat o programas de adobe, nosotras somos nulas y a veces solo hacemos copy paste, buscamos en google y ya, pero en realidad lo hacemos de manera empírica, a veces terminamos realizando diseños empíricamente, pero por algo es la ayuda de ustedes también.

### **¿Cómo debería proyectarse gráficamente?**

No quisiera que fuese silueta, porque ya te digo la silueta a mí no me refleja al adulto mayor puede ser cualquier tipo de persona o pareja, que este allí, pero no me refleja lo que representa el centro gerontológico.

### **¿Qué valores desearían que el Centro Gerontológico refleje?**

Me gustaría este tema del buen trato, me gustaría que se reflejara aquello de el buen trato en el adulto mayor, partiendo desde lo individual a la familia y a la sociedad, me gustaría que se reflejara aquello, no solamente que proyecten otras personas que dan un buen trato a ellos, sino que ellos también den u buen trato, también me gustaría la intergeneracionalidad, porque el adulto mayor no está solo, está rodeado de la familia, recuerda que en la familia estamos en diversos grupos hetareos y tenemos que estar inmersos en una sociedad de diversas generaciones, eso también me gustaría que se proyecte la intergeneracionalidad.

### **¿Usted como parte de este equipo qué piensa que está mal en el identificador gráfico?**

Los colores, que refleje lo que el buen trato y la intergeneracionalidad, no sé como lo harías, pero ese es tu trabajo o ese es el trabajo de los diseñadores, que refleje aquello, porque una institución tiene que, es un identificador como tu lo dices un logo identifica a una institución y yo creo que es lo que sin palabra tiene que decir lo que es tal institución.

No me gustaría que se refleje un logo animado y a veces nosotros hemos caído en el error en las actividades que hemos tenido, hemos hecho adultos mayores muy animados muy gráficos y creo que se vería un poco más

personalizado que se vea la realidad del adulto mayor, que se vea su rostro como es, que se vean reales, con el 3D talvez, pero que se refleje al adulto mayor de manera intergeneracional.

### **¿Qué deseería que implemente en la parte gráfica de la fundación?**

Colores nuevos a mi criterio lo veo el azul, lo veo elegante, pero claro no solo azul, tendría que ser diversos tonos, que visualice no en silueta el adulto mayor sino su rostro real con sus arrugas con sus canas, que se lo vea así activo, autovalente, un adulto mayor alegre, porque a veces vemos un adulto mayor que esté enfermo, como que ya esté en los últimos días de su vida o que verdaderamente, tú solo ves un adulto mayor que solo está tomando medicina yendo a hospitales, hay otro adulto mayor que es el que tratamos de demostrar a cargo, por medio de esta metodología trata de la prevención, el mantener las capacidades del adulto mayor, que todavía puede escribir, que lee, que maneje un sudoku, una sopa de letras, que hace ejercicio, que come bien, que come saludable, que toma su medicina pero está con sus 5 sentidos bien puestos, y muchos ánimos de verdaderamente seguir y de querer aprender cosas nuevas.

# ANEXO 5

## ANÁLISIS DE IDENTIFICADORES GRÁFICOS

### MOOD BOARD

### PROYECTOS SIMILARES

Entre ellos entran Centro Gerontológicos, Asilos y campañas para adultos mayores para la obtención de criterios de diseño





**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Soriano Arbito, Jorge André** con C.C: # **0941658981** autor/a del trabajo de titulación: **Rediseño de identidad corporativa y normativas de uso del Centro Gerontológico Municipal “Dr. Arsenio De La Torre Marcillo” de la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **14 de marzo de 2017**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Soriano Arbito, Jorge André**

C.C: **0941658981**



## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Rediseño de identidad corporativa y normativas de uso del Centro Gerontológico Municipal "Dr. Arsenio De La Torre Marcillo" de la ciudad de Guayaquil		
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>Soriano Arbito, Jorge André</b>		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Sánchez Mosquera , Fernanda Anaís</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	<b>Facultad De Arquitectura y Diseño</b>		
<b>CARRERA:</b>	<b>Gestión Gráfica Publicitaria</b>		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	<b>Licenciado en Gestión Gráfica Publicitaria</b>		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>14 de marzo de 2017</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>80</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Imagen corporativa, Rediseño de marca, Publicidad</b>		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Imagen corporativa, rediseño de marca, imago tipo, Centro Gerontológico, manual de marca, marcas.		

#### RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

El presente trabajo de titulación se enmarca dentro de las áreas de imagen corporativa, creación de marcas, y publicidad. La unión de estos 3 campos, permitió el rediseño de identidad corporativa del Centro Gerontológico Municipal "Dr. Arsenio De La Torre Marcillo" el rediseño comprende las siguientes etapas partiendo de la identificación de los valores de la marca, seguimos con la investigación que se lleva a cabo en dos etapas: investigación exploratoria y descriptiva donde se utilizaron herramientas como las encuestas y las entrevistas con la finalidad de reforzar el planteamiento del problema y delimitar los errores en la parte gráfica, para definir los criterios de diseño. La investigación además es importante porque permite obtener el punto de vista por parte del personal de trabajo del Centro Gerontológico e incluso de los adultos mayores, de cómo quisieran su rediseño de identidad, como resultado se plantea las propuestas para el rediseño del identificador gráfico para finalmente establecer un manual corporativo que delimite los usos correctos.

The present titling work is relationate within the areas of brand guideline, brand creation, and advertising. The union of these 3 fields, allowed the corporate Identity redesign of the Gerontological Center "Dr. Arsenio De La Torre Marcillo", the redesign includes the following stages, starting with the identification of the values of the brand, then with the research that carries out in two stages: exploratory and descriptive research using tools such as surveys and Interviews, with the purpose of reinforcing the problem statement and delimiting the mistakes in the graphical part, to define the design criteria. The research is also important because it allows to obtain the point of view on the part of the work staff of the Gerontological Center and even of the older adults, on how they would like their redesign of the identity, as a result the proposals for the redesign of the brand are finally Establish by a brand guideline that delineates the correct uses.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-2387431	<b>E-mail:</b> Jorge_andre182@hotmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Lcdo. Washington Quintana, Mgs.	
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2200864	
	<b>E-mail:</b> washington.quintana@cu.ucsg.edu.ec	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>		
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>		
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>		
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		