



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS**

**UNIDAD ACADÉMICA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

**TESIS DE GRADO:**

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE IDENTIFICADORES VISUALES  
PARA MATERIALES DIDÁCTICOS IMPRESOS**

**PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE:  
DISEÑADORA GRÁFICO**

**AUTORA**

**ROMINA MELISSE SÁNCHEZ ROBINZON**

**ASESOR**

**JOSÉ LUIS ROMERO NAZARENO**

**ESMERALDAS, 2018**

## **TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

Trabajo de estudio de caso aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de DISEÑADORA GRÁFICO.

---

**Presidente del tribunal de Graduación**

---

**Lector 1: Mgt. Marmolejo Cueva Melba Cristina**

---

**Lector 2: Mgt. Mendoza Burbano Eslendy Yirabel**

---

**Director de Escuela: Mgt. Puente Holguin Washington**

---

**Director de Tesis: Mgt. Romero Nazareno José Luis**

**Esmeraldas, 2018**

## **AUTORÍA**

Yo, ROMINA MELISSE SÁNCHEZ ROBINZON, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de esa investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

---

**Romina Melisse Sánchez Robinzon**

**C.I. 0850053802**

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le agradezco a Dios por haberme ayudado maravillosamente en cada paso de esta investigación, facilitando y abriendo caminos, y sobre todo por haberme inspirado.

A mi asesor el Lcdo. Romero Nazareno José Luis Mgt. y a mis lectoras la Lcda. Marmolejo Cueva Melba Cristina Mgt. y a la Lcda. Mendoza Burbano Eslendy Yirabel Mgt. gracias por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento. Han hecho fácil lo difícil. Ha sido un privilegio poder contar con su guía y ayuda.

A los docentes David Puente, Nuria Rey, Sabrina Marcillo, Luis Lluilema quienes fueron un pilar esencial al brindarme sus conocimientos y sugerencias.

A mis padres, Venus Robinzon y Guillermo Sánchez, que gracias a sus consejos y palabras de aliento me han ayudado a crecer como persona y a luchar por lo que quiero, gracias por enseñarme valores que me han ayudado a llegar a una gran meta, a su amor y el sacrificio enorme que han hecho para que pueda culminar mis estudios.

A mi hija, que ha sido un motivo fundamental para terminar esta meta, siendo un ejemplo de constancia y esfuerzo para ella, también porque es quién ha sentido mi ausencia durante mi trayectoria universitaria, y aun así logré ganarme su amor en los valiosos momentos que compartimos, y esas notas de te quiero que me daba mientras estaba en casa, que me hacían esmerar para poder cumplir este sueño.

A mi esposo, por el apoyo, comprensión, y confianza que me ha dado en momentos difíciles.

Al plantel educativo Sagrado Corazón, que brindó la información necesaria y los instrumentos adecuados para poder culminar esta investigación.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a mis padres quienes supieron guiarme por el buen camino, me dieron fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se me presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento, porque gracias a ellos soy lo que soy.

A todas las personas que me ayudaron y me dijeron que no me dé por vencida y terminara esta tesis, y a toda mi familia que es lo mejor y maravilloso que Dios me ha dado.

# ÍNDICE

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN .....	ii
AUTORÍA.....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
INTRODUCCIÓN .....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	13
JUSTIFICACIÓN .....	14
OBJETIVOS .....	15
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO.....	16
1.1. Bases Teóricas Científicas .....	16
1.1.1. Concepto del Identificador Visual.....	16
1.1.2. Branding en el Identificador Visual .....	18
1.1.3. Estructura de los Identificadores Visuales .....	20
1.1.4. Color.....	23
1.1.5. Blanco y Negro .....	26
1.1.6. Propiedades del Color .....	27
1.1.6.1 Versiones Cromáticas y Color .....	28
1.1.7. Grilla Constructiva o Retícula.....	29
1.1.7.1. Cinco Dimensiones para Crear un Gran Identificador Visual.....	31
1.1.8. Tipografía.....	31
1.1.8.1. Clasificación de las Familias Tipográficas.....	32
1.1.9. Usos no Permitidos .....	33
1.1.9.1 Elementos compositivos de un Identificador Visual.....	34
1.1.9.2. Parámetros para Evaluar la Calidad Gráfica de un Identificador Visual.....	36
1.1.10. Material Didáctico.....	38
1.2. Antecedentes .....	40
1.3. Marco Legal .....	42
CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS.....	43
2.1. Tipo de estudio.....	44
2.2. Definición conceptual y operacionalización de las variables.....	44
2.3. Métodos.....	47
2.4. Técnicas e instrumentos .....	48
2.5. Análisis de datos .....	52

CAPÍTULO III: RESULTADOS .....	65
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN .....	68
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.....	70
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES .....	71
CAPÍTULO VII: REFERENCIAS .....	72
CAPÍTULO VII: ANEXOS .....	77

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Psicología del color para aplicar en marcas .....	24
Tabla 2: Variables .....	46
Tabla 3: Evaluadores egresados .....	51
Tabla 4: Evaluadores docentes .....	51
Tabla 5: Criterios de selección del naming .....	53
Tabla 6: Características que presentan las tipografías .....	54
Tabla 7: Características que presentan los logos.....	55
Tabla 8: Cantidad de colores empleados.....	56
Tabla 9: Resultados comparativos globales .....	65

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Tipo de estructuras de marcas .....	23
Figura 2: Aplicación de marca a color y en negro .....	27
Figura 3: Circulo cromático y clasificación del color .....	28
Figura 4: Aplicación de la retícula .....	30
Figura 5: Clasificación de las familias tipográficas .....	33
Figura 6: Composiciones formales.....	36
Figura 7: Composiciones informales .....	36
Figura 8: Análisis de resultado del identificador visual libertad de ser .....	57
Figura 9: Resultado del análisis del identificador visual 144 pictogramas .....	58
Figura 10: Resultado del análisis del identificador visual mi primer libro 3D .....	59
Figura 11: Resultado del análisis del identificador visual música canto y armonía.....	60
Figura 12: Resultado del análisis del identificador visual saber amar .....	61
Figura 13: Resultado del análisis del identificador visual maravilloso. com. plus .....	62
Figura 14: Resultado del análisis del identificador visual educación cultural y artística.....	63
Figura 15: Resultado del análisis del identificador visual estudios sociales .....	64

## LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1: Solicitud formal permiso Sagrado Corazón .....	77
Anexo 2: Aprobación del instrumento .....	78
Anexo 3: Certificado de validación del instrumento.....	79
Anexo 4: Informe de validación del instrumento.....	80
Anexo 5: Certificado de validación.....	81
Anexo 6: Lista de cotejo de criterios de selección del naming .....	82
Anexo 7: Lista de cotejo de características de la tipografía .....	83
Anexo 8: Lista de cotejo de la tipología que presentan los logos .....	83
Anexo 9: Lista de cotejo de la cantidad de colores empleados .....	84
Anexo 10: Ficha de observación.....	84
Anexo 11: Instrumento aplicado .....	85
Anexo 12: Instrumento aplicado .....	85
Anexo 13: Instrumento aplicado .....	86
Anexo 14: Instrumento aplicado .....	87
Anexo 15: Instrumento aplicado .....	87
Anexo 16: Instrumento aplicado .....	88
Anexo 17: Instrumento aplicado .....	88
Anexo 18: Material didáctico.....	88
Anexo 19: Material didáctico.....	88
Anexo 20: Material didáctico.....	89
Anexo 21:Material didáctico.....	89
Anexo 22:Material didáctico.....	90
Anexo 23::Material didáctico.....	90
Anexo 24:Material didáctico.....	91
Anexo 25: Material didáctico.....	91
Anexo 26: Material didáctico.....	92
Anexo 27: Material didáctico.....	93

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito analizar los elementos compositivos de los identificadores visuales de los materiales didácticos impresos que utilizan los docentes de la unidad educativa Sagrado Corazón para la enseñanza primaria. Los métodos y técnicas se desprendieron del enfoque de investigación cualitativo y cuantitativo. El estudio fue de tipo descriptivo, en relación a la estructura y composición de identificadores visuales de los materiales didácticos impresos, y a su vez identificar sus elementos compositivos a través de una lista de cotejo.

La finalidad de realizar este proyecto de investigación fue evaluar los elementos compositivos de los distintivos que tenían un grupo de materiales didácticos previamente seleccionados, a través de una lista de cotejo con un enfoque visual, e ítems relacionados a la construcción compositiva de los elementos de un identificador visual, para establecer si dichos identificadores utilizados en materiales didácticos utilizados por los docentes de la Unidad educativa Sagrado Corazón cumplen o no con los estándares establecidos de diseño de marca, y asimismo para que futuros diseñadores tomen en consideración estos aspectos importantes en sus futuras creaciones de identidad corporativa.

El proceso de investigación se realizó con una ficha de observación seleccionando un grupo de materiales didácticos disponibles de la Unidad Educativa Sagrado Corazón, de los cuales se procedió analizar los elementos de los identificadores visuales que estos tenían tales como; Namig, Color, Tipografía y logo, a un grupo de expertos en conocimientos de Diseño Gráfico, para luego realizar un análisis con los datos recopilados, obteniendo como resultado que no todos los componentes de diseño de dichos identificadores analizados cumplieron con los elementos compositivos requeridos para el diseño de marca, también se evidenció que la mayoría de estos utilizaban tipografías de tipo palo seco y alegóricas.

**PALABRAS CLAVE:** identificador visual, material didáctico, análisis, expertos, docentes.

## ABSTRACT

The present investigation had as intention analyze the elements compositivos of the visual identifiers of the didactic printed materials that there use the teachers of the educational unit Sacred Heart for the elementary education. The methods and technologies parted with the qualitative and quantitative approach of investigation. The study was of descriptive type, in relation to the structure and composition of visual identifiers of the didactic printed materials, and in turn to identify his elements compositivos across a list of check.

The purpose of realizing this project of investigation was to evaluate the elements compositivos of the badges that had a group the materials didactic before selected, across a list of check with a visual focusing, and articles related to the construction compositiva of the elements of a visual identifier, to establish if the above mentioned identifiers used in didactic materials used by the teachers of the educational Unit Sacred Heart expire or not with the standards established of design of brand, and likewise in order that future designers take in consideration these important aspects in his future creations of corporate identity.

The process of investigation was realized by a card of observation selecting a group of didactic available materials of the Educational Unit Sacred Heart, from which one came to analyze the elements of the visual identifiers that these had such as; Namig, Color, Typography and logo, to a group of experts in knowledge of Graphical Design, then to realize an analysis with the compiled information, obtaining as result that not all the components of design of the above mentioned analyzed identifiers fulfilled with the elements compositivos needed for the design of brand, also demonstrated that the majority of these typographies of type were using dry stick and allegoric.

**KEY WORDS:** visual identifier, didactic material, analysis, experts, teachers.

## **INTRODUCCIÓN**

### **PRESENTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN**

El análisis comparativo es un tema que permite valorar la calidad compositiva de los identificadores visuales, desde los elementos formales y compositivos que estas tendrán, de igual manera la armonía de los colores que llevará y el tipo de letra a emplear.

Es necesario contar con estos elementos compositivos para poder transmitir correctamente la imagen de un producto o servicio. Por ello el diseñador gráfico encargado de realizarla debe conocer procesos en la construcción de identificadores visuales para llevar a cabo el diseño del ícono y composición del identificador visual para no transmitir un mensaje diferente del que se quiere proyectar.

Los materiales didácticos son un medio impreso, digital o audiovisual diseñado con la intención de facilitar la enseñanza y el aprendizaje del estudiante, por lo general suelen ser utilizados en los planteles educativos, porque ayuda al docente en el desarrollo y la presentación de su contenido, además de influir en el desarrollo de habilidades y conocimientos de los estudiantes.

La investigación consistió en identificar los elementos compositivos de identificadores visuales impregnados en materiales didácticos impresos de la Unidad educativa Sagrado Corazón, para estudiar la relación existente entre el uso y no uso de los procesos de construcción de los identificadores visuales.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Los materiales didácticos son los recursos tanto impresos como digitales, que los docentes emplean como complemento para su método de enseñanza, generalmente se los utilizan en los primeros años de educación del estudiante porque es la etapa que los formará y ayudará a desenvolverse en los años superiores, por lo que su uso se hace indispensable en esta primera etapa de formación. Existen materiales didácticos de tipo impreso (libros) que cuentan con una portada que lleva un identificador visual. Los identificadores visuales son los signos que permitirán diferenciarse de la competencia y es utilizado para promocionarse, vender y sobre todo hacerse conocer, por tal razón que verificar si estos cuentan o no con los elementos compositivos que forman a un identificador visual, permitirá conocer si dichos identificadores están desarrollados bajo criterios compositivos del diseño de marcas.

Unidad educativa Sagrado Corazón el uso de los materiales didácticos es una herramienta primordial en la enseñanza y aprendizaje para niños y niñas de primero a cuarto año de educación básica porque mejora su desempeño y les permite adquirir conocimientos, por lo que es sustancial que el docente utilice estos recursos en cada una de las asignaturas brindadas por el mismo.

Hoy en día, los identificadores visuales son utilizados con más frecuencia en el mercado comercial y su motivo principal es lograr ser distinguidos y que las personas los elijan, pero algunos de estos identificadores no tienen en cuenta que la parte visual es un aspecto importante para lograr ser recordados y diferenciados.

En las bases teóricas planteadas se toman conocimientos específicos en cuanto a composición de elementos formales y parámetros de calidad en el desarrollo de identificadores visuales, y métodos de evaluación que sirvieron como guía para realizar el proceso investigativo y así poder cumplir con el objetivo general, de la misma manera, las bases legales parten de la Constitución de la República del Ecuador, La ley Orgánica de defensa del consumidor ecuatoriana nombrando apartados que favorecen al proceso de investigación.

## JUSTIFICACIÓN

La presente investigación sobre el análisis comparativo de identificadores visuales para materiales didácticos impresos es un tema significativo, puesto que los materiales didácticos proporcionan información y guían el aprendizaje, es decir, aportan una base concreta para el pensamiento y contribuyen en el aumento de los significados. Es por esto que se pretende analizar los elementos compositivos de identificadores utilizados en materiales didácticos empleados por docentes de la Unidad educativa Sagrado Corazón, a razón, que se hace uso de estos instrumentos recurridamente y de cierta forma cada uno suele tener un nombre o símbolo que los identifique, para así establecer si estos nombres o símbolos empleados en dichos materiales cumplen o no con los estándares establecidos de diseño de marca, este análisis se realizará bajo teorías de distintos autores previamente investigados aplicando un instrumento que permita realizar el análisis comparativo.

Los identificadores visuales son esenciales para diferenciar los materiales didácticos, por ende, es importante conocer de conceptos de diseño relacionados con la forma, composición, equilibrio, proporción, y demás temas que favorezcan en la elaboración de marcas funcionales. Para la obtención de resultados, el instrumento está orientado a los objetivos propuestos y diseñado para conocer el estado en cuanto a gráfica de los identificadores visuales en los materiales didácticos de la Unidad Educativa Sagrado Corazón de la ciudad de Esmeraldas, para la enseñanza en la educación primaria.

Un identificador visual de calidad depende también de varios aspectos tales como: cromática, legibilidad tipográfica, elección correcta de los elementos gráficos, entre otros, por lo que esta investigación permite realizar un análisis comparativo desde la perspectiva del diseño gráfico. A demás de realizar un aporte de posibles mejoras para dichos identificadores analizados, con el fin de incentivar a futuros diseñadores a no cometer los mismos errores y que realicen sus trabajos con profesionalidad y calidad.

## **OBJETIVOS**

### **General**

Analizar los elementos compositivos en los identificadores visuales para materiales didácticos impresos mediante un estudio comparativo.

### **Específicos**

- Examinar los diferentes materiales didácticos para medios impresos disponibles en la Unidad Fiscomisional Sagrado Corazón de la ciudad de Esmeraldas mediante una ficha de observación.
- Identificar los elementos formales que componen los identificadores visuales de estos materiales impresos a través de una lista de cotejo.
- Describir la estructura y composición de identificadores visuales de los materiales didácticos impresos.

## **CAPITULO I: MARCO TEÓRICO**

En esta sección se describen las bases teóricas sobre el identificador visual, branding, color, tipografía, retícula, elementos compositivos, parámetros de calidad, material didáctico, así mismo los antecedentes, determinados por los estudios realizados sobre marcas, material didáctico y análisis de marcas.

### **1.1. Bases Teóricas Científicas**

Para el desarrollo del proyecto se requiere argumentar teóricamente seis puntos estratégicos que se manejan en el trabajo investigativo, que son: identificadores visuales, color, grilla constructiva, tipografía, parámetros de calidad y materiales didácticos.

#### **1.1.1. Concepto del Identificador Visual**

La definición del identificador visual según Arias, Garcés y Henríquez (2012) hace alusión a la señal que permite al espectador y al ciudadano identificar, reconocer y recrear, explicando el origen de la misma, proporcionando confianza, voluntad e innovación frente a los retos que se presenten en un futuro (p. 33), del mismo modo Bassat (2006) refiere al identificador visual como un signo distintivo, en donde su función principal es diferenciar a los productos o servicios de una empresa con la de sus competidores (pp. 24 - 25).

Independientemente de los conceptos mencionados por los investigadores, el identificador visual es un signo que permitirá diferenciarse de la competencia, ya sea

ofreciendo un producto o brindando un servicio, generando confianza y seguridad a los futuros clientes.

Es necesario poder distinguir entre ellas, mediante la investigación realizada por Bassat (como se citó en Haro, 2016, p. 10) el cual menciona que el identificador visual único paraguas es la que tiene un solo nombre y es utilizada para distintos productos.

Esta puede ser una estrategia de gran ventaja ya que todas las acciones comunicacionales trascienden en gran beneficio para la empresa porque le facilita la presentación de nuevos productos y permite rebajar los costos de distribución, de esta manera todos los productos se identifican con la empresa o institución consiguiendo una imagen corporativa compacta.

Las empresas que ofrecen una variedad en cuanto a productos optan por el uso de identificadores visuales individuales designando un nombre a cada uno de ellos, el inconveniente del uso de este método reincide, en que no es posible asociar el nombre de la empresa que los fabrica, y sustentar todas esas marcas resulta costoso. En el futuro se prevé la combinación del identificador visual único e individual para solventar la falta de conocimiento de la empresa y abaratar costos de la patente de estas (Cassisi, 2006, pp. 1 - 2).

En otras palabras, el identificador visual de carácter individual no es más que el nombre que se le designa a cada producto independientemente uno del otro, mientras que el identificador visual único como su nombre lo dice es un solo nombre que va destinado a todos los bienes, la combinación de ambas genera el identificador visual mixto.

Brevemente el identificador visual se ha convertido en algo primordial en el mercado y se vuelve cada vez más competitiva. En ese mismo sentido a medida que se involucra en la estrategia de marketing ha cambiado su carácter y función en el ámbito comercial dentro de un mundo atroz y de competencia (González, Rodríguez y García, 2016, pp. 22 - 25).

Cabe agregar que debido a la existencia de muchos productos iguales o de muy similares características estos luchan por ser elegidos por los consumidores, la marca ya no debe solo de distinguir el bien o producto al que están representado, sino que esta debe hacerse deseable por encima de las otras, un identificador visual resulta fundamental en el uso de la estrategia de marketing, porque esta representa y distingue al producto haciendo posible que esta pueda competir y ser elegida por los futuros clientes.

### **1.1.2. Branding en el Identificador Visual**

El término branding puede definir varias cosas, entre ellas el márketing general de un producto hasta la creación de un nombre o diseño de un logotipo, en la actualidad el branding forma una parte muy importante en la vida cotidiana, y este afecta cada vez a más sectores y sociedades occidentales, generando el aumento de competencias por conquistar el mercado, este ya no refiere solo a crear una identidad, ya sea un logotipo, y aspecto tangible para un identificador visual, si no que este busca conectar a nivel emocional con el consumidor, y esto lo consigue a través del eslogan. (Davis, 2010, pp. 12 - 13).

De modo que, el branding ayuda a definir la posición de un negocio, producto o servicio en su mercado y entre sus posibles competidores, además de formular una estrategia de marca que le sirva al negocio y pueda definir una relación con los clientes y los valores del identificador visual, consiguiendo el posicionamiento y logrando ser recordada.

El identificador visual se ve relacionado con las actividades de la empresa debido a que si este se ve afectado de cualquier manera, la compañía también sufre, pero si el identificador visual es fuerte, potenciará el valor del negocio, por lo que la creación de esta debe considerar varios aspectos para que pueda ser percibida de mejor manera, empezando desde la selección del naming o nombre de la creación de un identificador

visual, esta es la base primordial en toda su construcción, es la palabra que forma la identidad verbal que transmitirá en pocas letras los valores y beneficios, por lo que debe ser sencillo, fácil de pronunciar y debe sonar bien en voz alta. (Ontiveros, 2012, pp. 149 -150)

En otras palabras, el nombre es lo que designa cualquier realidad concreta o abstracta que permitirá ser distinguirla o diferenciarla de otra, es la parte inicial para crear una identidad del identificador visual, por lo que su elección debe ser elegida meticulosamente.

El nombre que se vaya a utilizar debe tener significado y aportar un valor al identificador visual, procurando que al pronunciarlo se sepa de manera inmediata de que trata el negocio, servicio u producto y cuál es el beneficio directo que brinda a los consumidores, evitando el síndrome 2.0 que se deduce a la acumulación excesiva y compulsiva de contenidos y descargas que por lo general son inservibles, en este caso se asocia a nombres de identificadores visuales que se salten letras o palabras como si pareciesen disléxicos como el término Flickr, esto no es funcional en la vida real, a las personas le gusta saber cómo se pronuncia una palabra sin la necesidad de tener que investigarlo antes, es por esto que los consumidores potenciales deben tener la facilidad de poder encontrarnos en cualquier medio, para así poder recomendarnos con sus conocidos, no es recomendable utilizar iniciales identificadores visuales sin embargo marcas como IBM, HSBC, o 3M han conseguido posicionar sus nombres en base a las siglas, pero en realidad estas son poco atractivas y difíciles de recordar. Mientras se inicie con un pequeño negocio o servicio y no se cuente con una compañía internacional, es mejor confiar en nombres que sean interesantes para el público objetivo, (Ferro, 2011, pp. 51 - 59).

O lo que es lo mismo, si se piensa construir un identificador visual a largo plazo, se debe de investigar si no existe o si se parece alguna de la competencia o compañías que sean conocidas, también se debe ratificar que esta pueda ser registrada.

El mercado comercial es uno de los principales motivos por lo que se busca sobresalir o lograr se distinguirlas para que las personas nos elijan. (Villafuerte, Gómez, Haro,

2012) afirman que. “un identificador visual sólido es un poderoso medio de diferenciación y que la diferenciación es una fuente de ventajas competitivas” (p. 146).

Cabe agregar que el uso de estrategias de Branding genera confianza, seguridad y distinción en los identificadores visuales y potencializa su posicionamiento en el público objetivo.

### **1.1.3. Estructura de los Identificadores Visuales**

La estructura del identificador visual, también se conoce como la arquitectura de la misma, esta estructura no siempre influye en el cliente para la selección de un identificador visual, pero si su estructura es coherente puede beneficiar a los identificadores visuales individuales, porque permite ver con claridad lo que está representando. (Davis, 2010, pp. 40 - 41)

En lo que se refiere a, si la estructura del identificador visual es coherente y comunica esta puede llegar a competir no solo con la competencia, si no, también con los identificadores visuales de su misma familia.

Los identificadores visuales se pueden agrupar por familias mediante una estructura de jerarquía, que les permita a los dueños identificar las oportunidades de mercado que se presenten y así poder extenderse, si es necesario, basándose en otros recursos publicitarios, dentro de esta familia forma parte la marca corporativa.

Esta incluye aspectos que se relacionan a la relación social o empresarial del negocio, a su vez, la marca paraguas se caracteriza por reunir varios productos o servicios con el mismo nombre en diferentes mercados, por otra parte, la marca individual no tiene ningún vínculo con las demás marcas es totalmente independiente, en esta familia las variantes de marcas son las desviaciones de un producto o servicio en torno a una marca principal, para estas se le añade un atributo adicional a la marca original, un claro ejemplo de esto sería Coca-Cola Zero. (García, 2005, pp. 24 - 30).

Con referencia a lo anterior, las familias de los identificadores visuales muestran que estos no salen de la nada, para llegar a formar una de ellas se debe de investigar meticulosamente, además de diseñar una estrategia para ellas, con la finalidad de meterlas en el mercado. Los identificadores visuales tienen varios tipos de representación gráfica los cuales son:

- **El logotipo** se refiere a la representación visual de un identificador visual expresado a través de una tipografía.
- **El isotipo** es la representación gráfica de un identificador visual interpretado por un símbolo, sin tener la necesidad de requerir el recurso verbal, estos símbolos se dividen en seis: Monograma, Anagrama, Sigla, Inicial, Firma y Pictograma.
  - **En el monograma** se usan varias letras o iniciales extraídas del propio nombre del identificador visual, generando un símbolo unitario y a la vez propio, un ejemplo de esto sería la marca CHANEL o LG.
  - **El anagrama** es la unión de letras o sílabas del logotipo, por lo general se la utiliza para nombres de los identificadores visuales que tienen a ser muy largos, un ejemplo de este tipo de marca es KFC o FedEx, la Sigla suele confundirse con las anteriores pero la diferencia es que no tiene articulación fonética, sino que debe deletrearse cada una de las letras para referirse al identificador visual y un claro ejemplo de esto es el identificador visual de IBM, el inicial solo representa la primera letra del identificador como síntesis de la misma, este método es presuroso a la hora de identificar dicha entidad un ejemplo es Facebook y Mcdonalds, la Firma se diferencia del logotipo por presentar los caracteres de manera autografiada, esta unifica la personalidad única que tiene el autor o sus productos, un ejemplo de este tipo sería Walt Disney o Kellogg's.

- **El pictograma** es el símbolo que representa al identificador visual y los valores que asocian a la misma, actualmente son muy efectivos por el alto nivel de pregnancia que logra conseguir, un ejemplo seria Apple o Twitter.
- **El imagotipo** es la unión del logotipo y el isotipo con el que se distingue el identificador visual.
- **El isologo** es la representación visual en la que se fusionan el logotipo y el isotipo creando un conjunto indivisible. (Castro,2016, pp. 5 - 6)

De manera que, estos tipos de representación de los identificadores visuales facilitan la identificación de los elementos compositivos al momento de realizar un diseño de una identidad de marca.

Tal como se ha mencionado, la creación de un identificador visual requiere de un proceso meticuloso y a la vez progresivo que variará dependiendo del medio de comunicación para el que vaya a ser utilizado. Considerando que la elección del nombre que esta llevará es uno de los aspectos más importantes de considerar al inicio de la construcción de la misma. (Dika, 2017)

Así que, partiendo de este momento resultará fácil poder llamar a cada representación del identificador visual por su respectivo nombre, de hecho, el nombre es un el elemento de vital importancia en el diseño de un identificador visual, porque es el punto de partida, y es lo que definirá la personalidad que se quiere proyectar, por eso debe ser concisa, recordando que es la que nos representará en la trayectoria de nuestro bien o servicio.



Figura 1: Tipo de estructuras de marcas

#### 1.1.4. Color

Según Ferro (2011), asegura que el hombre se ha encargado de proporcionar un significado para cada color, estos varían según la cultura, religión y época. El color es el responsable de manifestar emociones por medio de nuestros sentidos de forma clara, son los causantes de provocar emociones espontaneas.

Es muy importante utilizar los colores adecuados al momento de crear un identificador visual porque será la personalidad del producto o servicio generando una sensación diferente.

Hoy en día la humanidad reconoce un identificador visual por el alto grado de posicionamiento que adquiere gracias a un color en específico o por las variaciones y combinaciones que se utilizan de acuerdo con las especificaciones que se den en el respectivo manual de identificador visual, no es debido alterar los colores establecidos por cuenta propia, es recomendable seguir las instrucciones de los diseñadores/as. (pp. 1 - 3).

Según se ha visto los colores generan emociones que son captados a través de nuestros sentidos, por ello es sustancial en la creación de un identificador visual conocer la implementación de los colores ya que estos formaran parte del servicio o producto que se brindará.

Tabla 1: Psicología del color para aplicar en marcas

---

Color	Emociones
Rojo	Dinamismo Calidez Agresividad Pasión Energía Peligro
Azul	Profesionalidad Serenidad Integridad Sinceridad Calma Infinito
Verde	Naturaleza Ética Crecimiento

	Frescura
	Serenidad
	Orgánico
Amarillo	Calidez
	Amabilidad
	Positividad
	Estimulante
	Alegría
	Luminosidad
Púrpura	Lujo
	Realeza
	Sabiduría
	Dignidad
	Misterio
	Espiritualidad
Rosa	Diversión
	Presumido
	Inocencia
	Femenino
	Delicadeza
	Romántico
Marrón	Masculino
	Rural
	Natural
	Tierra

Blanco

Simplicidad

Rústico

Pureza

Limpio

Sencillez

Ingenuidad

Nobleza

Suavidad

Negro

Poder

Sofisticación

Prestigio

Valor

Muerte

---

**Fuente:** La armonía en el color nuevas tendencias, 1994

### 1.1.5. Blanco y Negro

Son contrastes considerados como medios de expresión fuertes, por lo que son tonalidades opuestas, el blanco se considera como la ausencia del color, mientras que el negro resulta ser la combinación de todos los colores, si estos se aplican en el degradado del color, se encuentran las escalas de grises.

El claro-oscuro se compone por el blanco y negro generando el tono gris. Es necesario la existencia de los colores puros, por eso es posible encontrar dentro de esta clasificación el tono más negro como el terciopelo negro y el tono más blanco que resulta ser el sulfato de barita, existiendo así un negro máximo y un blanco máximo.

El grado del gris depende de la agudeza del ojo de cada individuo. La combinación de cualquier color con el tono gris puede ocasionar que se convierta en un color complementario. (Itten, 1992, pp. 37 - 38). Cabe decir que si el diseño de un identificador visual funciona en blanco y negro también lo hará en cualquiera de las distintas escalas cromáticas.

Significa entonces, que el blanco es la ausencia del color y el negro resulta ser la combinación de todos los colores, partiendo de estos dos tonos se da el claro- oscuro apareciendo la tonalidad gris, pero se debe tener cuidado al combinar este tono con otros colores porque se perdería el gris convirtiéndose en un tono complementario.



Figura 2: Aplicación de marca a color y en negro

### 1.1.6. Propiedades del Color

El color afecta de cierta forma nuestras vidas, de modo que este es físico y podemos verlo además de recibir información de este lenguaje despertando nuestros sentimientos, esto se puede dar porque se puede comunicar ideas a través del color sin la necesidad de recurrir al lenguaje oral o escrito.

Dentro de las propiedades del color se encuentra el círculo cromático se lo conoce como un diafragma bidimensional y ordenado, este se compone de doce segmentos que contiene a los colores primarios, secundarios y terciarios, además de sus tintes y matrices específicos, siendo el rojo, amarillo y azul los primarios, el violeta, verde y

naranja forma los secundarios, y el naranja rojizo, el naranja amarillento, violeta azulado y violeta rojizo terciarios que no son más que el resultado de la combinación de los colores primarios y secundarios.

El círculo permite que el usuario visualice de una manera práctica la secuencia de armonía y equilibrio en el color. La saturación que es el mayor nivel de luz y oscuridad que tiene el tono de color, y el brillo consiste en la percepción visual que este tenga. (Itten, 1992, pp. 30 - 32).

A manera de resumen final con la mezcla de colores se puede confeccionar las tres escalas básicas de colores, claro oscuro, saturación y escala de grises, el color es capaz de transmitir sensaciones mediante un lenguaje visual sin la necesidad de un texto que lo acompañe, por esto su elección es muy significativa, y se puede facilitar mediante el uso del círculo cromático.

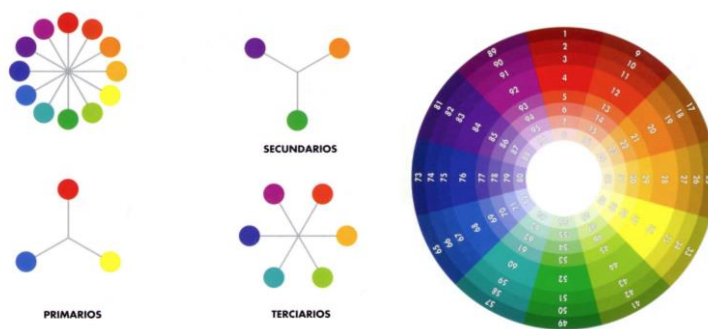


Figura 3: Círculo cromático y clasificación del color

**Fuente:** La armonía en el color nuevas tendencias, 1994

### 1.1.6.1 Versiones Cromáticas y Color

El color o identidad cromática puede considerarse como parte fundamental en la creación de identidad del identificador visual. Por lo que este es capaz de introducir connotaciones al sistema gráfico durante el desarrollo de una identidad, el uso y la elección de un determinado color debe ser el resultado de un meticuloso estudio a razón de que estos transmiten valores psicológicos y decisivos.

Los consumidores al momento de realizar la compra de un nuevo producto toman su decisión basada en la actitud que tengan respecto al color, y esto porque las personas tienden a identificarse con ciertos colores, y esto es lo que se utiliza para diferenciar un identificador visual, pudiendo establecer un estado de ánimo, u a su vez una institución específica lo más importante de ella, además de distinguir su identificador visual de la competencia. (Llopis, 2015, pp. 43 - 44)

Por lo tanto, la cromática es un factor importante para la diferenciación formal de un identificador visual, sustentar los colores elegidos que son utilizados en la identidad de la misma, considerando la psicología del color, es evidente entonces, que el color y su combinación logran despertar ciertas respuestas emocionales, este resulta ser simple y complejo porque significa distintas cosas para diferentes personas.

#### **1.1.7. Grilla Constructiva o Retícula**

El proceso de diseño de un identificador visual debe estar basada en la sustentación de una retícula constructiva que determine el porqué de cada uno de sus elementos.

Según Ricupero (2007) afirma: durante el desarrollo de la información gráfica ya sea afiches, paneles o editorial, están sujetos a un sistema reticular que aportan orden y claridad a la información, ya que esta es la base donde se asientan todos los elementos gráficos. (p. 77) es decir, que la utilización de este sistema se entiende como orden y claridad. Resulta oportuno mencionar que cada destinatario y cada uso que tendrá esta variará su tamaño, longitud de la línea entre otros, por lo tanto, se deben considerar ciertos aspectos como:

- **El espacio de respeto** se debe señalar el tamaño del espacio en blanco alrededor del identificador visual mediante una medida proporcional (X o Y) en este caso sería la zona de protección y área de seguridad, no necesariamente deben de ser exactas, pero si deben estar en (cm) para poder aplicarlas en distintos tamaños.

- **El tamaño mínimo** se debe fijar la reproducción mínima que tendrá el identificador visual, a través de una medida exacta llevada en milímetros, señalando la dimensión más representativa y fácil de usar, considerando el ancho y el alto de este, teniendo en cuenta que solo se reproducirá en ese tamaño sin considerar tamaños intermedios.

Si es de fijar a tamaños imperceptibles, en la versión de color o blanco y negro se pueden comprender los tamaños de la siguiente manera: si la diferencia que se da entre ambas es muy reducido es aconsejable fijar un tamaño estándar para las dos.

El identificador visual debe de ser mostrado en una cuadrícula o retícula constructiva que justifique la elaboración de la misma, e indicar el tamaño mayor y menor que tendrá esta reducción. (Pintado y Sánchez, 2013, p. 205)

Con referencia a lo anterior esta se debe ser previamente decidida con un criterio claro basándose en la idea general y posteriormente siendo usada para diseñar, una grilla o retícula es un instrumento que permite organizar el espacio que tienen los elementos de una pieza gráfica, permitiendo de este modo dar legibilidad y funcionalidad a la composición.

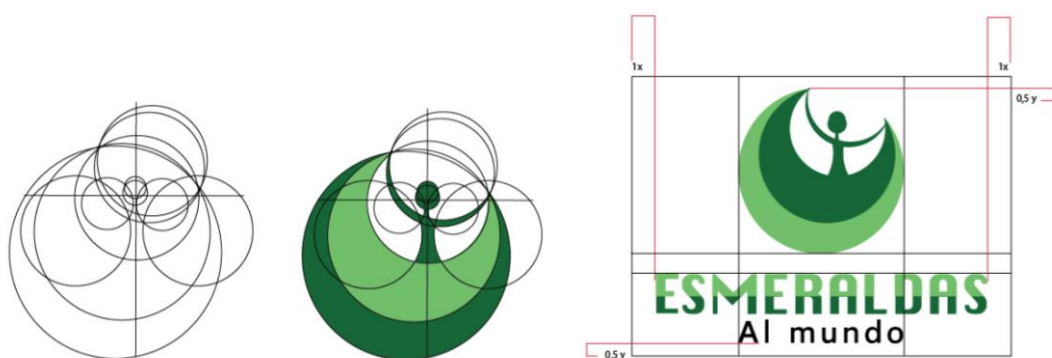


Figura 4: Aplicación de la retícula

### **1.1.7.1. Cinco Dimensiones para Crear un Gran Identificador Visual**

El crear un gran identificador visual requiere de tiempo y una investigación previa a su realización por lo que esta debe cumplir ciertas dimensiones. Esta debe plantear uno o más beneficios que sean clave como por ejemplo VOLVO sugiere seguridad y APPLE amigabilidad para el usuario, además de traer a la mente ciertas características del producto, ya sea del color o su diseño, si se consideraría al identificador visual como una persona se visualizaría sus características, Apple tendría veinte años e IBM sesenta, se debe aludir algo relacionado al sistema de valores que tiene la compañía: si es innovadora, muestra interés por el cliente, o es socialmente consienten y referirse a una imagen preestablecida de los usuarios si son jóvenes, entusiastas o maduros. (Klotler, 2008, p.96)

En el orden de las ideas anteriores, un gran identificador visual evoca imágenes, expectativas y promesas de desempeño, las dimensiones a considerar son los beneficios que transmitirá el identificador visual, las características visuales que la relacionen con el producto, así mismo la trayectoria de los años que esta tendrá o ya tiene, también se debe relacionar al identificador visual con valores de la asociación y finalmente definir el tipo de público al que será dirigido.

### **1.1.8. Tipografía**

Según Hernández (2013), la tipografía transporta un lenguaje gráfico, la letra escrita es un signo semiótico que significa la representación gráfica, puede tomar diferentes

formas, mientras que su significado fundamental lingüístico se mantendrá invariable (p. 38).

Lo que quiere decir, las formas representadas gráficamente como la letra u oración de un mensaje, va más allá del significado gramático, esta proporciona a cada diseño de una identidad específica, la tipografía pasa de ser una simple escritura, a convertirse en un arte que es capaz de dar a cada diseño un significado diferente.

Los caracteres pueden transmitir no sólo información textual, sino también múltiples emociones y sensaciones a través de su forma, la elección de un tipo de letra nunca es arbitraria y requiere un ejercicio de reflexión que siempre tiene en su punto de mira al lector-receptor y los conceptos e ideas que se le quieren transmitir. (McLeanl, 1993, pp .44 - 47)

A la hora de crear un logotipo es primordial tener en cuenta la tipografía que se va a utilizar. Gracias a la tecnología, los comunicadores visuales (diseñadoras/es gráficos) tienen acceso a las diferentes empresas que se encargan de crear una fuente específica que refleje la identidad deseada para el producto o servicio.

Uno de los elementos que acompaña al identificador visual es el “eslogan” considerado una táctica de marketing que contiene un método y objetivos, para posicionar el nombre en el mercado. También es utilizado como refuerzo o explicación del logotipo, por ejemplo: “Banco del Pacífico” ...Un banco, banco, “McDonald’s...Me encanta, “KFC” Para chuparse los dedos. (Ferro, 2011, pp. 53 - 54)

Hecha la observación anterior, se puede decir que, las letras además de difundir información son capaces de inducir emociones a través de sus formas, por lo que esta predomina en la realización de un identificador visual, debido al efecto que puede ocasionar.

#### **1.1.8.1. Clasificación de las Familias Tipográficas**

Dentro de las familias tipográficas se encuentran algunas que tienen aspectos y características muy similares, es por esa razón que se ha buscado en clasificarlas para poder distinguirlas, aunque cada vez se crean y rediseñan modelos de tipografías para generar nuevas propuestas con distintas formas, tamaños y texturas, por lo que clasificarlas no ha dado un sistema definitivo para su clasificación, pero de todas las nuevas propuestas que aparecen, estas por lo general se basan en las principales familias tipográficas, en este caso serían:

**Con remate o serifas** este tipo de tipografía presentan pequeños trazos en sus astas verticales y horizontales, en este caso se encuentra variedad en cuanto al grosor o forma del trazo de sus astas, por ese motivo se las clasifica en diferentes familias, ya sea, en Romanas antiguas, De bloque serif o egipcias, Romanas modernas o didonas.

**Sin remate, lineales, sans-serif o de palo seco** se caracterizan porque no tienen remates o serifas en sus trazos terminales, sus rasgos suelen tener poca variación, por lo general suelen variar en su altura y tienen una menor inclinación en los trazos. (Alberich,Gomez,Ferrer, 2013, pp. 56 - 58)



Figura 5: Clasificación de las familias tipográficas

**Fuente:** Conceptos básicos del diseño gráfico – Universitat Oberta de Catalunya

### 1.1.9. Usos no Permitidos

No solo las personas que desean promocionarse utilizan identificadores visuales o quienes la registran. De hecho, los grandes ingresos de las empresas titulares de

identificadores visuales renombrados, son fruto de contratos con licencia y merchandising, el uso adecuado para un identificador visual es asegurar su efectividad, percepción y legibilidad. Es necesario utilizar la opción más simple y clara.

Los parámetros a tener en cuenta son: alto contraste con el fondo y respetar las áreas de seguridad, no se debe modificar o alterar los identificadores visuales, se debe evitar colocar el logo en un contenedor, no es recomendable alterar las proporciones entre

isotipo y logotipo, de ningún modo utilizar fondos que pongan en duda la legibilidad del identificador visual, no aplicar el identificador visual sobre fotografías, mucho menos agregar efectos especiales, ni utilizar colores no incluidos en la paleta primaria.

No utilizar un solo color en la versión positiva, ni distorsionar el identificador visual al escalar. (Costa, 2006, pp. 17 - 34)

Significa entonces, que no se debe alterar el orden o la composición de los elementos que esta tenga porque esta ocasionaría una incorrecta lectura y comprensión de las mismas, no se debe realizar ningún tipo de modificación que pueda perjudicar la legibilidad del identificador visual.

### **1.1.9.1 Elementos compositivos de un Identificador Visual**

Desde el principio del diseño se mencionan parámetros que se deben considerar en una composición formal que se crea a partir de simples conceptos matemáticos como traslación, rotación, reflexión y dilatación, mientras que las composiciones informales se realizan tomando en consideración la gravedad, el contraste, el ritmo y el centro de interés.

**La traslación** es la que permite cambiar de posición es la repetición de una forma en un diseño estas pueden ser verticales, horizontales, diagonales o una combinación de ellas.

**La rotación** de una forma permite el cambio de una dirección en la mayoría de los casos produce un cambio de posición, de tal manera que estas no quedan superpuestas.

**La reflexión** de una forma puede obtener como resultado una simetría bilateral o la que sería una imagen de espejo de la forma original.

**La dilatación** el efecto que produce la dilatación modifica los tamaños de las formas, esta puede ser utilizada para dar efectos de hacia adelante o hacia atrás, las formas más pequeñas dan la sensación de estar lejos y las formas mayores parecen estar más cercanas.

**La gravedad** en este aspecto el diseñador puede manipular el modo en que los pesos sean percibidos ya sea con formas grandes entre otras más pequeñas estas tienden a parecer más pesadas o fondos oscuros sobre fondos blancos.

**El contraste** es la comparación de elementos distintos ayudando a identificar las formas permitiendo aumentar la variedad de una composición por lo que el contraste no solo refiere al color, forma, tamaño y textura, sino que también involucra a la posición, dirección, movimientos espaciales y la cantidad de forma utilizadas.

**El ritmo** se genera mediante la manipulación de los elementos y el espacio entre ellos, los espacios anchos y estrechos que estos tengan sugieren la velocidad del movimiento.

**El centro de interés** es el área donde todos los elementos se originan, cesan o interrelacionan, en una composición formal no incluye este dentro de interés si se trabaja desde una retícula, un centro de interés puede encontrarse en cualquier parte de un diseño debido a que este tiende hacer que el diseño sea estático en su centro geométrico, pero si este se sitúa en uno de los cuatro ángulos de un cuadrado o rectángulo la distribución desigual de esto puede romper el equilibrio. (Wong, 2006, pp. 11 - 18)

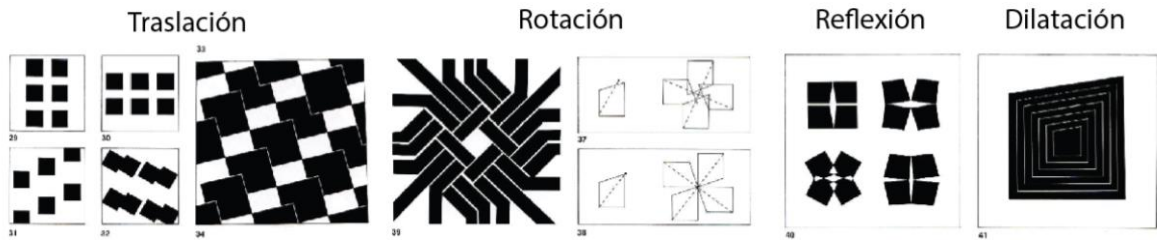


Figura 6: Composiciones formales

**Fuente:** Principios del diseño en el color, 2006

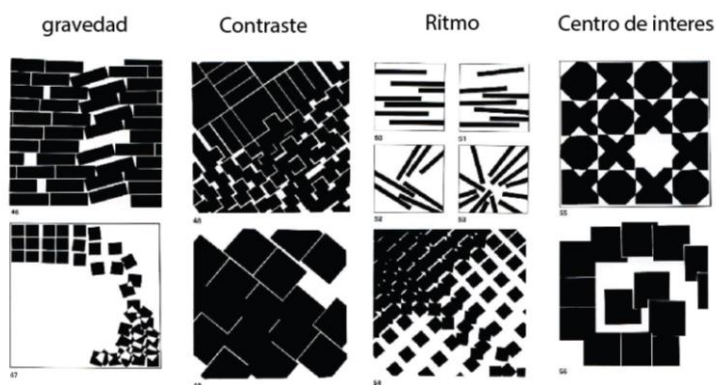


Figura 7: Composiciones informales

**Fuente:** Principios del diseño en el color, 2006

### 1.1.9.2. Parámetros para Evaluar la Calidad Gráfica de un Identificador Visual

Para dar una respuesta eficaz durante la construcción de un identificador visual, es necesario descubrir los parámetros que permitan considerar por separado cada rendimiento de los diferentes signos, dado que estos tienen una función técnica.

- **La calidad gráfica genérica** dentro de estos parámetros se selecciona un lenguaje preciso para casos específicos, después de la segmentación.

- **El ajuste tipológico** refiere a que cada signo cuenta con posibilidad y limitaciones, determinando su adecuación o viceversa, generando confianza.
- **El concepto que genera confianza** inscribe al signo y describe su personalidad, representando la idea empresarial.
- **La compatibilidad semántica** se verifica la adecuada ubicación de signos, basada en el soporte
- **Las suficiencias de los signos son** suficientes no solo cuando alcanzan para cubrir las necesidades, sino cuando además no sobran. Cada elemento es importante y suficiente.
- **Las versatilidades** deben ser los diseños atendiendo a un rendimiento, debe confirmar la existencia monolítica de la marca.
- **La vigencia** tiene que ser creada con un lenguaje útil y de carácter universal.
- **La reproducibilidad** es el tipo de soporte material pertinente planteará sus propias condiciones de reproducción. Que siempre pueda quedar fijado con calidad.
- **La legibilidad** indica el grado de reconocibilidad visual de los rasgos esenciales del signo. Sus valores óptimos dependen de las condiciones particulares de lectura a que este sometido el signo concreto.
- **La inteligibilidad** es la Capacidad que tiene un signo para ser comprendido en las condiciones normales de lectura, y es un parámetro aplicable tanto a las formas abstractas como a las figurativas.
- **La pregnancia** es la capacidad que tiene la forma del signo para ser recordada (memoria gráfica).

- **La vocatividad** es la Capacidad del signo para atraer la mirada (llamar la atención)
- **La singularidad** debe asignar a un elemento que individualice al sujeto para distinguirse de los demás competidores.
- **La declinabilidad** Se lo conoce como clonabilidad, en este parámetro se debe reconocer el código y que sea factible para reproducir más adelante. (Chaves, 2003, pp. 39 - 41) Según como se ha citado estos permitirán una construcción técnica en el desarrollo de marca.

Lo anterior significa que, hay que garantizar que el identificador visual adquiera esos parámetros que le darán altos estándares de calidad, y le permitirán comunicarse bien.

#### **1.1.10. Material Didáctico**

Son todos los elementos útiles o estrategias que el maestro utiliza como soporte, complemento o ayuda para su método de enseñanza. Díaz (1999) afirma que, todos los materiales didácticos pueden variar y diferenciarse en función a los objetivos que se pretendan conseguir y de los contenidos de enseñanza (pp. 105 - 106).

En otras palabras, estos pueden presentar diversas funciones, como proveer información, ser una guía en el proceso de aprendizaje o ejercitación de habilidades atribuyendo relación para la expresión y creatividad.

Después de lo anterior expuesto, es importante formar al docente en el empleo de materiales educativos, porque potencia la voluntad del maestro y el alumno, permite un aprendizaje cooperativo permitiendo que los alumnos acudan a diferentes opciones de investigación y el docente se convierta en una guía. (Bello, 2003, pp. 253 - 254)

Brevemente estos permiten transmitir de una manera más simple y entretenida el mensaje, uno de estos son los libros didácticos que se realizan a partir de la transmisión de conocimientos, y se van adaptando de acuerdo al tema del usuario, donde este evoluciona con el desarrollo físico y mental de quien lo usa, por lo que en los libros infantiles predomina la presencia de las imágenes y gráficos ante la existencia del texto.

En efecto el libro infantil pretende fijar imágenes que sean concretas en la memoria visual del niño, de esta manera pasa de ser un juguete a un instrumento de lectura, estos se clasifican de la siguiente manera:

- **Los libros con imágenes con textos breves** son relatos vinculados a las ilustraciones.
- **El libro de imagen sin texto** son los de acción lineal mínima
- **El libro documental o de divulgación** son los didácticos, ilustraciones o fotografías con o sin texto.
- **Los cuentos ilustrados** son los que llevan imágenes y poco texto.
- **Los de poesías, adivinanzas, canciones o juegos de palabras**
- **El libro juego** son los libros animados o pop up, tridimensionales o musicales, libros de hacer (para dibujar, colorear o recortar). (Rivera,2013, pp. 38 - 39)

Cabe decir que, además del contenido que estos lleven, la estética y la presentación gráfica se deben considerar mucho antes de que salgan al mercado.

Es decir, los materiales didácticos son todos los recursos que el maestro utiliza para facilitar su método de enseñanza, pero, los más utilizados son los libros debido a que los niños tienen mejor aprendizaje a través de la observación.

## **1.2. Antecedentes**

La marca es un símbolo vital para la identificación, intercambio y la toma de decisión al momento del consumo. Según Martínez (2011), es un signo gráfico que hace referencia a quien se envía el mensaje, cuya función sea identificar al emisor, debe de cumplir una función diferenciadora para que el receptor sea seducido por la misma. Para que una marca sea efectiva y funcional debe ser sintética, pregnante, clara, original, potente y adaptable, debe conseguir un vínculo emotivo con el receptor dando credibilidad, en ese mismo sentido Galeano (2001), cree que es más que un nombre, símbolo o diseño, es la misión y el resultado de un producto, evolucionando en el sentido definido por el posicionamiento de la misma.

Sánchez (como se citó en González, 2010), piensa que los recursos didácticos son todos aquellos que de cierta forma ayudan a todos los formadores en su método de enseñanza, mientras que Paredes (1998), menciona que son aquellos documentos que codifican la información de forma textual, combinando las representaciones de los íconos y cuyo soporte es el papel, la estructura de los contenidos puede variar y esto los diferencia uno de otros por lo que se los clasifica como: libros de texto, libros de consulta ya sean enciclopedia, diccionarios, atlas, manual y anuario, también están los cuadernos de ejercicio como: las fichas de trabajo, libros ilustrados entre ellos, el libro de imágenes, cuentos con imágenes, los folletos, las publicaciones periódicas y comics.

El proceso de creación de marca y su aplicación en el sector mobiliario español por María Palenzuela González como requisito para tener un Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, La investigación es un estudio del proceso que requiere la creación de una marca, con la finalidad de comprobar si la teoría del proceso de creación es aplicado de alguna manera en la práctica, el estudio es pensado como una investigación de campo mixto y experimental, su investigación se concentró en el sector del

mobiliario español, la recolección de los datos, se realizó a través de unas tablas con diferentes parámetros evaluables en las etapas que determinó para la creación de una marca, que fue gran utilidad para realizar su análisis comparativo de dos marcas que era parte del mobiliario español, el análisis de los resultados permitió extraer conclusiones acerca de las tendencias que seguía el sector mobiliario español en lo que refería al proceso de creación de una marca, y a partir de allí se pudo concluir que existió una relación de semejanza entre las aportaciones teóricas que se estudiaba y las descritas por los autores y la realidad de la identidad de marca que se estudiaban. (Palenzuela, 2016, pp. 4 - 38)

Esta investigación ayudó en la comprensión de los procesos que se deben ser considerados al momento de evaluar la creación de marca, con la finalidad de establecer correlaciones entre la teoría y la práctica mediante un análisis comparativo.

También se consultó el trabajo de grado que, en el 2016, fue presentado por Rafael Castro, como requisito para optar el título de Magister en Comunicación Organizacional, que se cita en la facultad de Comunicación Social Instituto de Investigación y Posgrados de la Universidad Central del Ecuador titulado Análisis de los signos gráficos de identidad realizados por el gobierno ecuatoriano en el periodo comprendido entre el 2009 y el 2015.

Este trabajo establece, desde un diseño de campo, a través de la modalidad investigación descriptiva y correlacional además de la entrevista y un análisis documental de los signos identitarios de las instituciones del gobierno ecuatoriano, de esta manera pudo evidenciar que los procesos de construcción de los gráficos estaban ligados al discurso político del régimen. (Castro, 2016, pp. 1 - 103)

El estudio conduce y orienta esta investigación porque hace invitación a profundizar en otros campos de diseño de relacionados con la marca que pueden ser investigados, ya sea la relación entre gráficas de marcas y la relación entre interculturalidad y diseño gráfico, lo cual favorece la reflexión de todos los conocimientos construidos en esta investigación.

### **1.3. Marco Legal**

El trabajo de investigación es sustentado en la base a la Constitución de la República del Ecuador sección primera, sobre Educación en el artículo trescientos cuarenta y tres indicando que:

El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potenciales individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente.

El sistema nacional de educación integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades. (2008, p. 160)

Siendo el diseño de identificador visual considerado como un servicio dentro de los parámetros que indica la ley, la investigación realizada aportará a la supresión de elaboración de marcas realizadas por personas empíricas, con el objetivo de promover el uso de parámetros de calidad en la construcción de las mismas.

La ley Orgánica de defensa del consumidor ecuatoriana, con registro oficial suplemento 116, menciona en el artículo dieciocho, que:

Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas

de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento (2011, p. 6).

Siendo el servicio profesional uno de los parámetros mencionados por la ley Orgánica de defensa del consumidor, la investigación aportará a la mejora en cuanto a la elaboración de identificadores visuales, motivando a los diseñadores a mejorar sus diseños de las mismas.

Es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometiendo estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas (2011, p. 8)

Esta información promoverá el desarrollo a la construcción de marcas ofreciendo un servicio de calidad, tal como lo estableció la ley Orgánica de defensa del consumidor.

## **CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS**

En este capítulo se describen los procedimientos, experiencias y resultados que se obtuvieron durante el proceso de esta investigación con la finalidad de cumplir el objetivo general.

Como primer paso se realizó una ficha de observación para examinar los diferentes materiales didácticos impresos que utilizan los docentes del plantel fiscomisional Sagrado Corazón para la enseñanza en la educación primaria, se observó los materiales didácticos con la finalidad de reconocer los que contaban con identificadores visuales y así proceder al segundo paso que consistió en una lista de cotejo para identificar los elementos formales que componen los identificadores visuales de dichos materiales.

El proceso de recolección de datos se enfocó en un estudio mixto con orientación cualitativa y cuantitativa porque se obtuvieron datos numéricos y la apreciación de

diferentes expertos que evaluaron una serie de indicadores que fueron redactados una vez realizada la observación de los materiales didácticos. Para realizar dicho proceso se desarrolló un instrumento que al igual que los otros fueron validados por un grupo de expertos, quienes hicieron las respectivas observaciones y verificación de correcciones.

## **2.1. Tipo de estudio**

El enfoque de esta investigación es de tipo descriptiva – cualitativa, basándose en observar, interactuar y describir las características de los identificadores visuales de un grupo de materiales didácticos impresos, utilizados por docentes de la Unidad Educativa Sagrado Corazón de la ciudad de Esmeraldas para la enseñanza en la educación primaria, se utilizó una lista de cotejo para valorar la estructura compositiva de los identificadores visuales y medir su funcionalidad.

## **2.2. Definición conceptual y operacionalización de las variables**

El proceso de esta investigación se realizó desde los lugares de trabajo de los evaluadores, y en las instalaciones de la PUCE, analizando los diferentes identificadores visuales de los diferentes materiales didácticos que utiliza la escuela Sagrado Corazón previamente seleccionados, que se entregó a cada uno de los expertos en diseño gráfico.

La población es un conjunto de individuos que conviven bajo un mismo espacio y tiempo, al que se refiere nuestra pregunta de estudio o razón que lleva concluir algo. (Lanza, 1991, pp. 65 - 72)

En otras palabras, la población es un grupo de personas con características o necesidades similares que viven en un mismo lugar, el cual se relacionan en una inconformidad en común que debe ser investigado.

Por otra parte, la muestra es una parte representativa de una población, donde las características deben representarse en ella, lo más exactamente posible luego de estudiarlos. (Balestrini, 2006, p. 142)

La muestra es la selección de un conjunto de personas con la finalidad de estudiarlos para poder determinar las posibles inferencias que estos procedan.

Con referencia a la población seleccionada, se debe mencionar que no fue amplia, lo que no requirió la aplicación de una fórmula para aplicar la muestra, de modo que el tipo de muestra que se utilizó fue el de tipo no probabilístico por conveniencia, entonces, La población seleccionada fueron diez expertos en el área de diseño siendo dos docentes de la Escuela de Diseño Gráfico de la PUCE, y ocho egresados de la misma, con el objetivo de recopilar datos en base a conocimientos de construcción de un identificador visual.

Durante la elaboración de esta investigación se planteó como variable a la construcción del identificador visual, siendo este el aspecto a evaluar dentro de la lista de cotejo, con cada uno de los diferentes identificadores visuales analizar.

Tabla 2: Variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
<b>Construcción del identificador Visual</b>	El identificador Visual es un signo distintivo, en donde su función es diferenciar a los productos, servicios de una empresa con la de sus competidores. (Bassat,2006, pp.24-25)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comparar la teoría de los autores</li> <li>• Observar y seleccionar los materiales didácticos</li> <li>• Analizar los identificadores visuales de los materiales didácticos seleccionados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiar sobre la construcción de un identificador visual</li> <li>• Estudiar los diferentes tipos de materiales didácticos</li> <li>• Estudiar las características de los identificadores visuales aplicados en los materiales didácticos utilizados en la educación primaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección del namig</li> <li>• Características que presentan las tipografías</li> <li>• Tipología que presentan los logos</li> </ul>

## 2.3. Métodos

Balestrini (2006), define al proyecto de tesis como “un documento escrito representado en perspectiva, que está referido al plan o estrategia que se ha delimitado y se propone alcanzar” (p. 2), de modo que, esta investigación se relaciona con los siguientes tipos de investigación descriptiva, observación y de medida cuantitativa y cualitativa, proporcionando un análisis estadístico de las diferentes apreciaciones de los / las evaluadores ante los distintos identificadores visuales presentados analizar, y a su vez poder diagnosticar si dichos identificadores están o no están diseñados bajo los estándares de calidad que se investigó con anterioridad.

- **Descriptiva**

Maldonado (2015, p.36), define:

---

La investigación descriptiva describe fenómenos en una circunstancia temporal y geográfica determinada, con el fin de describir o estimar promedios u parámetros con intervalos de confianza.

Se aplicó este método para describir mediante la observación las características de un grupo de identificadores visuales que están en ocho materiales didácticos seleccionados de la escuela Sagrado Corazón.

- **Según la medida**

El enfoque cualitativo, utiliza la recolección de datos sin tomar en consideración la medición numérica con la finalidad de descubrir o armonizar preguntas en el proceso de interpretación, mientras que, el enfoque cuantitativo, utiliza la recolección de datos para poder probar hipótesis, basándose en la medición numérica y análisis estadísticos, para así poder establecer patrones de un comportamiento en particular y poder probar teorías. (Según Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pp. 8 - 9)

De manera que, considerando el enfoque analítico que tienen otras investigaciones, se aplicó la metodología mixta, con la finalidad de recopilar datos descriptivos y analíticos de los diferentes expertos en el área de diseño gráfico, asimismo se pudo procesar los datos recopilados de manera estadística que calcularon si los identificadores visuales seleccionados están bajo los estándares de composición previamente estudiado.

## **2.4. Técnicas e instrumentos**

Un instrumento de recolección de datos investigación definido por Pérez (2016), es cualquier recurso que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos que está estudiando, y así, poder recolectar información (p .13).

Mediante la recolección de datos de esta investigación se podrá observar las principales causas del problema.

- **La observación**

En esta investigación se aplicó la técnica de observación que según Sánchez (2014), menciona que la observación estudia los aspectos más significativos de los objetos, hechos o personas donde se desarrollan normalmente, esta permite la comprensión de la verdadera realidad del fenómeno (p. 192 - 195).

Por eso, es necesario mencionar que al aplicar esta técnica se obtiene la intersubjetividad, esta nos lleva a tener criterios propios basados en los conocimientos y experiencias que se ha vivido con el pasar del tiempo, para este método se realizó una ficha de observación, el cual se aplicó a los materiales que se encontraban disponibles en la Unidad educativa Sagrado Corazón para la selección de los materiales didácticos, por ese motivo también se creó una lista de cotejo que tiene un enfoque visual, sobre aspectos relacionados en cuanto a la construcción del identificador visual, este se aplicó a expertos en Diseño Gráfico realizando su análisis en las instalaciones de la PUCE.

- **Lista de cotejo**

Consiste en un listado de aspectos a evaluar, que permite determinar la ausencia o presencia de un determinado rasgo, conducta, capacidades entre otros, este se caracteriza por ser dicotómica, en si refiere a que solo se puede aplicar dos características para evaluar ya sea el de si, no, bueno, malo, satisfecho, insatisfecho entre otros. (Pérez, 2016, p.15)

Este instrumento se aplicó a los materiales didácticos, con la ayuda de los expertos, quienes ayudaron a evaluar los diferentes identificadores de los materiales didácticos previamente seleccionados, los parámetros que se desarrollaron en la lista de cotejo son de enfoque completamente visual, los cuales se desarrollaron basados en la teoría de construcción de marca de Chavez, Bassat, Ferro y Ricupero, determinando si los identificadores analizar están bajo estos estándares de construcción gráfica. (Ver anexo 10)

- **Estructura de la Lista de cotejo**

Los ítems fueron clasificados por cuatro categorías, siendo: **Criterios de selección del naming o nombre, Características que presentan las tipografías, Tipología que presentan los logos, análisis de los colores empleados**, esto fue con la intención de facilitar el análisis a los expertos en Diseño Gráfico.

- **Valoración de la escala aplicada**

Para la construcción de este instrumento se elaboró una escala estándar donde le permitió evaluar al experto /a en diseño si estos identificadores tenían o no tenían ciertos aspectos de los cuales se consideró en la lista de ítems, la valoración de esto solo fue de **SI** y **NO**, además de una opción para las observaciones sugeridas por ello para realizar un mejor análisis.

- **Evaluadores**

En la selección de los evaluadores se consideró a un pequeño grupo de profesionales en el área de diseño gráfico, el motivo por el que se seleccionó a estos expertos fue porque son profesionales que están ejerciendo su carrera en la ciudad de Esmeraldas, por lo que, localizarlos no fue un gran problema y facilitó el desarrollo de la aplicación del instrumento.

Tabla 3: Evaluadores egresados

---

<b>Cantidad</b>	<b>Nombres de los expertos en Diseño Gráfico Graduados</b>
1	Julio Albuja
2	Gabriela Castro
3	Cindy Quinto
4	Jessica Garcés
5	Susana Romo
6	Gabriela Murillo
7	Gabriela Sánchez
8	Jean Pierre Intriago

---

Tabla 4: Evaluadores docentes

---

<b>Cantidad</b>	<b>Nombres de los expertos en Diseño Gráfico Docentes</b>
9	Alan Palacios
10	Luis LLuilema

---

El desarrollo de esta lista de cotejo permitió obtener varias apreciaciones de enfoque visual, no solo se les realizó a graduados de la PUCE, a su vez también participaron docentes que influyeron en la formación profesional de los estudiantes ahora profesionales.

## **2.5. Análisis de datos**

El instrumento fue aplicado de manera directa con la población previamente seleccionada, y los identificadores visuales escogidos, para realizar este procedimiento se les entregó una lista de cotejo y unas fotocopias de las portadas de los materiales didácticos ya antes escogidos mediante la ficha de observación. Una vez aplicado el instrumento se procedió a realizar un análisis de los datos obtenidos evidenciando la percepción de cada uno de los evaluadores, se pudo evidenciar que cada experto tuvo diferentes apreciaciones en cuanto a los elementos de los identificadores visuales, no todos coincidieron con las características de los de los identificadores visuales analizados, e incluso la lista de cotejo tuvo un ítem donde cada uno pudo dar sus diferentes observaciones en cuanto a la composición de dichos identificadores, esto permitió obtener un resultado más fundamentado.

A continuación, se procede a mostrar tablas de análisis de cada una de las categorías analizadas, lo que nos lleva a los datos cualitativos, y para llevar este resultado a datos cuantitativos se muestran los resultados tabulados en Excel con el porcentaje que presentan cada uno de los ítems analizados.

- **Análisis comparativo**

Esta tabla ofrece información sobre la relación que tiene nombre del identificador visual con el contenido del material didáctico, en cuanto a la selección de nombres de los

distintos identificadores visuales, no todos los identificadores visuales han seguido la estrategia del nombre simbólico asociado, en este caso el producto. Maravilloso.com, Educación y cultura artística, Mi primer libro 3D, Libertad de ser y Música canto y armonía son los que relacionan su nombre a su contenido, por lo que estos si cumplen con uno de los parámetros principales al momento de diseñar un identificador visual, mientras que los identificadores de Estudios sociales, 144 pictogramas, Saber amar según este análisis no tienen relación, según las observaciones que realizaron algunos de los expertos esto se da por motivo del diseño de la portada en complemento con el identificador visual, ya que los elementos empleados para dichos diseños no se relacionaban al contenido del producto y el identificador visual no jugaba el papel principal en cuando a diseño, el protagonista de dichos productos eran las imágenes e ilustraciones empleadas para este diseño y no el identificador como tal.

Tabla 5: Criterios de selección del naming

Identificadores visuales de los siguientes materiales didácticos	Nombres con contenido simbólico asociado		Palabras sin significado		Acrónimos siglas	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Maravilloso.com	9	1	4	6	1
Estudios sociales	3	7	1	9	1	9
Educación y cultura artística	7	3	1	9	1	9
144 pictogramas	5	5	1	9	1	9
Mi primer libro 3D	6	4	1	9	3	7
Saber amar	2	8	2	8	1	9
Música canto y armonía	9	1	1	9	1	9
Libertad de ser	6	4	1	9	1	9

La siguiente tabla aporta información sobre el empleo de una o varias tipografías, en este caso todos los identificadores visuales presentan la clasificación empleada por los conceptos básicos de diseño, sin embargo lo que se puede apreciar, que la tipografía más utilizada para este tipo de materiales didácticos es la de tipo palo seco y alegórico, según las observaciones realizadas por algunos de los expertos mencionan que estos tipos de tipografía son más utilizados debido a las características que estas presentan, además que al modificarlas sus rasgos y en cuanto al grosor que se le pueda aplicar no dificultan su lectura y llaman la atención de los niños.

Tabla 6: Características que presentan las tipografías

Identificadores visuales de los siguientes materiales didácticos	Con serifa		Palo seco		Gótico		Manuscrita		Alegórico	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Maravilloso.com	2	8	9	1	1	9	1	9	1	9
Estudios sociales	1	9	9	1	1	9	1	9	1	9
Educación y cultura artística	1	9	8	2	1	9	1	9	3	7
144 pictogramas	1	9	3	7	1	9	1	9	6	4
Mi primer libro 3D	9	1	1	9	1	9	3	7	4	6
Saber amar	2	8	6	4	1	9	1	9	2	8
Música canto y armonía	2	8	6	4	1	9	1	9	7	3
Libertad de ser	3	7	7	3	1	9	1	9	3	7

En cuanto a la elección del logo, se puede apreciar que en su gran mayoría optan por utilizar un logotipo que no es más que solo un nombre sin la necesidad de icono, pero no hay que dejar de lado las observaciones que se presentaron en cuanto a esta estrategia empleada en estos identificadores visuales, en ciertos casos el uso de logotipo solo era aplicado con una tipografía ya existente de una familia en específico, por lo que resulto obvio que no se le había realizado ninguna modificación a la misma, y no cumplió con el proceso de diseño para estos identificadores, en otros casos la tipografía

contaba con relleno en la tipografía y el borde de la misma, esto afecta a su estética visual, del mismo modo se pudo notar que en ciertos casos utilizaron demasiado texto y elementos que no tenían relación con la composición que se estuvo observando, sin obviar palabras que estaban de más que no se encontró significado o relación al contenido ni en la ubicación de esta. Se podría decir que, si se utiliza alguna tipografía de una familia existente, por derechos del autor de esta misma se debe realizar algún tipo de modificación, así tendría algo personal y se podría registrar sin ningún tipo de problema a futuro, o lo que se sugiere, optar por crear una tipografía desde cero.

Tabla 7: Características que presentan los logos

Identificadores visuales de los siguientes materiales didácticos	Isotipo		Logotipo		Imagotipo		Isologo	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Maravilloso.com	3	7	6	4	3	7	1	9
Estudios sociales	1	9	7	3	1	9	1	9
Educación y cultura artística	1	9	9	1	1	9	1	9
144 pictogramas	1	9	4	6	2	8	1	9
Mi primer libro 3D	1	9	6	4	1	9	1	9
Saber amar	1	9	4	6	1	9	1	9
Música canto y armonía	1	9	8	2	1	9	1	9
Libertad de ser	1	9	3	7	1	9	1	9

La tabla ofrece una apreciación de la cantidad de colores empleados en los identificadores visuales analizados, de esta manera se puede apreciar si estos identificadores visuales cumplen la cantidad de colores máximo que se debe utilizar en diseño de marca, en este aspecto analizar la mayor parte de estos identificadores cumple con el régimen establecido en cuanto a la cantidad de colores a utilizar, a excepción de uno este caso el de Educación y cultura artística y Música canto y armonía, por la cantidad de elementos que estos presentan utilizaron más colores de los

que se recomienda utilizar, sabiendo que el límite es de cuatro y es recomendable utilizar de dos a tres colores máximos, pero en estos dos identificadores contaban de cinco hasta seis colores según las observaciones de los expertos en el tema. En otras palabras, la aplicación del color de los identificadores visuales no debe exceder a seis colores, a excepción que se justifique el porqué de cada color y siempre y cuando genere armonía a la composición.

Tabla 8: Cantidad de colores empleados

<b>Identificadores visuales de los siguientes materiales didácticos</b>	Monótono		Duotono		Tricromía		Cuatricromía	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Maravilloso.com	1	9	1	9	3	7	2	8
Estudios sociales	9	1	1	9	1	9	1	9
Educación y cultura artística	1	9	1	9	3	7	5	6
144 pictogramas	1	9	1	9	2	8	6	6
Mi primer libro 3D	1	9	9	1	1	9	1	9
Saber amar	7	3	1	9	1	9	1	9
Música canto y armonía	1	9	4	6	1	9	3	7
Libertad de ser	1	9	8	2	1	9	2	8

En esta parte se muestran los resultados tabulados en porcentajes de apreciación, logrando ver cuántos estuvieron de acuerdo y cuantos no lo estuvieron con cada una de las categorías establecidas para analizar los identificadores visuales seleccionados. También se puede apreciar que el gran porcentaje utilizó de dos a tres colores, lo que resulta bueno, porque indica que los autores de dichos identificadores tienen algo de conocimiento respecto a la cantidad de colores que se deben emplear, no se puede asegurar que fueron profesionales que los realizaron, pero claro está, que tuvieron que

leer o investigar acerca del tema de diseño en marcas para poder realizarlos, aportando un valor significativo al contenido de esta investigación.

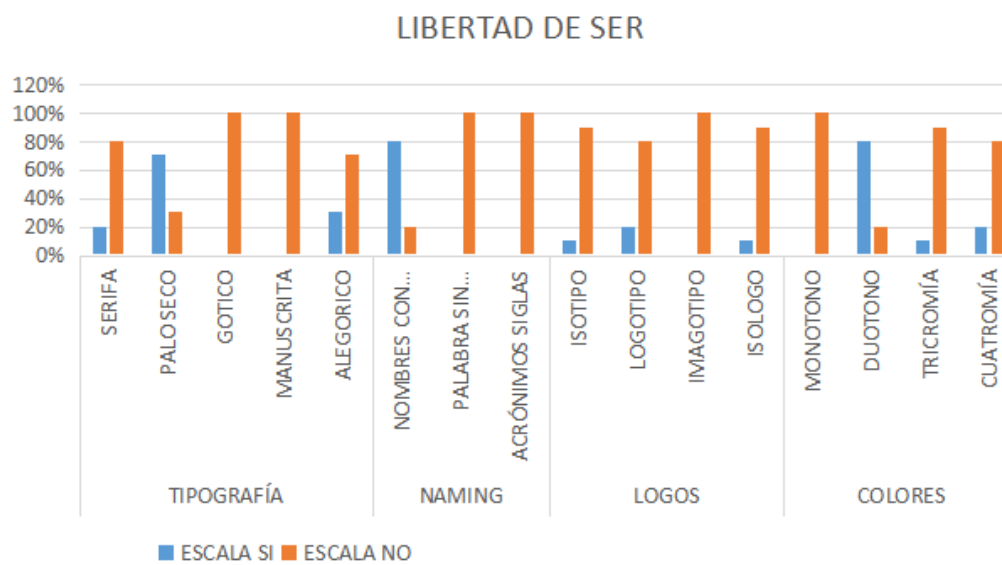


Figura 8: Análisis de resultado del identificador visual libertad de ser

En este caso se trata de libertad de ser, un libro utilizado en la asignatura de religión, en cuanto a la tipografía que seleccionada para describir este identificador el 80% estuvo de acuerdo que si era palo seco, en lo que refiere al naming o nombre, el 80% lo asocio al contenido del libro, para definir o asociar a que tipología tuvo el logo de este identificador visual, solo el 20% reaccionó de manera positiva en lo que era el logotipo, mientras que el 80% no lo estuvo, según los comentarios realizados por los expertos esto se dio, debido a que, el número que hacía referencia el nivel del libro generaba algo de confusión al estar tan cerca y llevar un trazo del mismo color del identificador visual por lo que muchos pudieron relacionarlo como parte del mismo, en el color un 80%

afirmó que era duotono o que solo tenía dos colores. Lo más importante es, que este identificador respeta algunos aspectos de construcción de marca, sea que este haya o no tenidos conocimientos del mismo, pero se podría mejorar el diseño sin necesidad de cambiarlo completamente, basándose en los contenidos que aporta esta investigación.

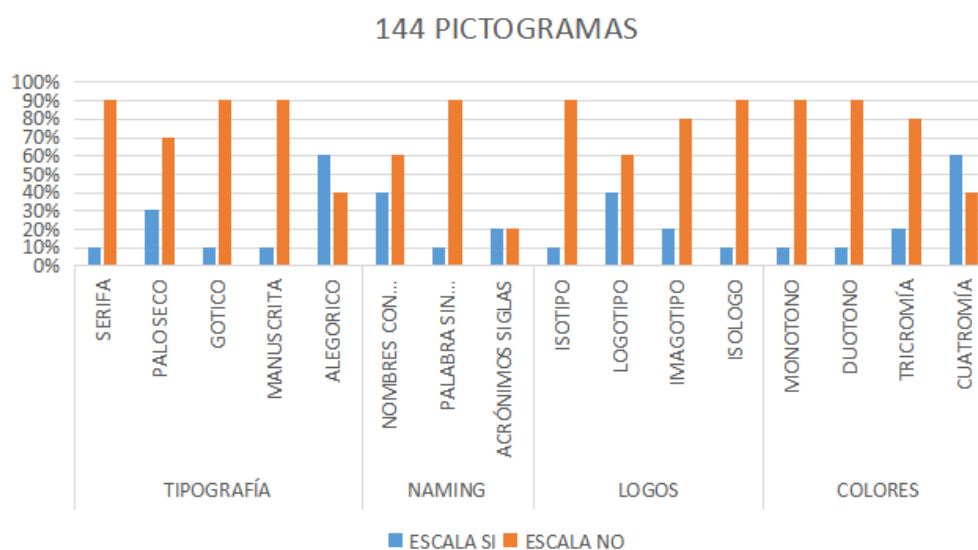


Figura 9: Resultado del análisis del identificador visual 144 pictogramas

Continuando con los resultados, el 60% relaciono a la tipografía del libro 144 pictogramas con el tipo alegórica, y el 40% relacionó el nombre con el contenido, aunque no está demás mencionar las observaciones que tuvieron algunos expertos, donde mencionan que el nombre no lo relacionan al contenido porque solo se ha utilizado una familia tipográfica a la cual no se le ha realizado ninguna modificación, además que se utilizó relleno en el centro y trazo, algo que no les resulto agradable visualmente y lo de pictogramas no se reflejaba en el identificador visual, en relación al logo un 40% lo relaciono a un logotipo a razón que este tenía una forma en el donde del nombre y generaba algo de con función al no relacionar la funcionalidad de ese

elemento en la composición, y un 60% manifestó estar de acuerdo a que este contaba con cuatricromía (cuatro colores). Hay que destacar, que en este caso se debería hacer un rediseño del identificador, viendo los puntos previamente analizados, puesto que, en su mayor parte no estuvieron de acuerdo con la composición de este, si se cambiase el diseño aplicando los temas previamente investigados, se crearía una propuesta más desarrollada y funcional.

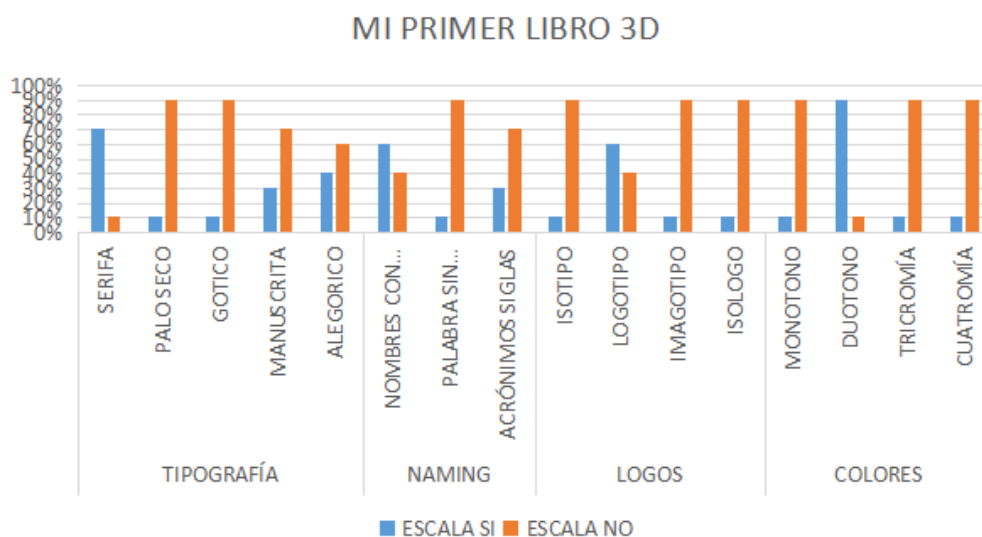


Figura 10: Resultado del análisis del identificador visual mi primer libro 3D

En relación con el texto: mi primer libro 3D el 70% mantuvo que era con serifa, mientras que en el naming el 50% lo relacionó con el contenido del libro, la única observación que los expertos realizaron a este identificador visual era que este cuenta con mucho texto, el 50% enunció que era logotipo y el 90% ratificó que era duotono o dos colores. El único inconveniente analizado, se representa en el nombre, puesto que resulta algo largo, en este caso hubiese resultado más factible crear un ícono que

representara lo del libro 3D, así se podría simplificar el nombre del libro o utilizar solo siglas para que fuese más fácil de recordar.

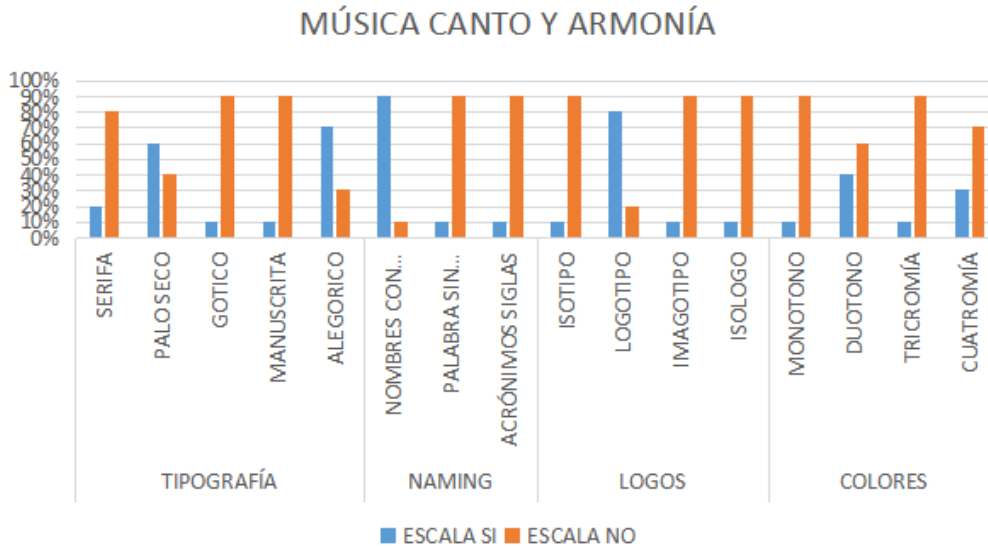


Figura 11: Resultado del análisis del identificador visual música canto y armonía

Siendo el identificador del libro música canto y armonía, el 70% relacionó su tipografía con el tipo alegórica, además de que el 90% relacionó el nombre con el contenido del libro, el 80% estuvo de acuerdo que era logotipo y un 30% sí lo asoció a dos colores (duotono), en vista de la cantidad de elementos que este tenía generaba algo de controversia en cuanto esta categoría sin obviar que a pesar de tener relación el nombre con el contenido, este resulta muy largo para ser un identificador visual. De nuevo se puede apreciar que resulta algo largo el nombre de este identificador, por lo que se podría decir que uno de los problemas con más frecuencia que se están analizando es la selección del nombre, un aspecto principal e importante a tomar a consideración en el desarrollo de una marca porque si se falla desde el inicio no se puede terminar de una manera positiva al finalizar el diseño.

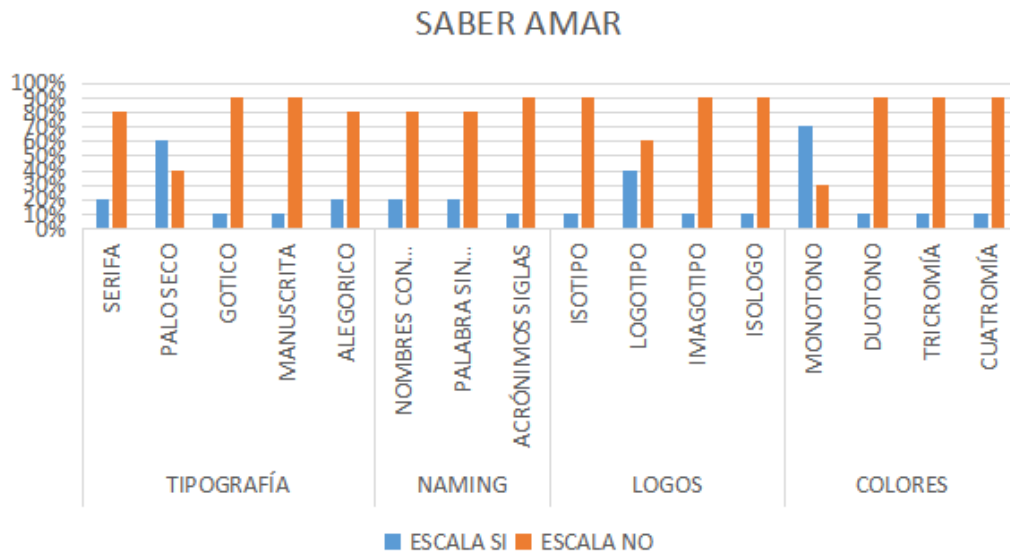


Figura 12: Resultado del análisis del identificador visual saber amar

El 60% mencionó que el nombre de este identificador visual se asociaba la tipografía con tipo palo seco, y un 10% relacionó el libro al contenido, se debe aclarar que este libro es utilizado en la clase de religión, en el caso del logo el 30% si estuvo de acuerdo que era logotipo, y un 70% lo relacionó a monotono. En este no se encontró mucho inconveniente en cuanto al desarrollo compositivo del mismo, si observamos meticulosamente el diseño y analizamos el contenido del mismo se lo puede relacionar perfectamente, el cierto grado de confusión que se generó en este análisis se debió a que el contenido de este libro no tiene relación en la asignatura que es utilizado, pero si nos basamos en cuanto a diseño y composición del mismo se puede decir que es un diseño profesional.

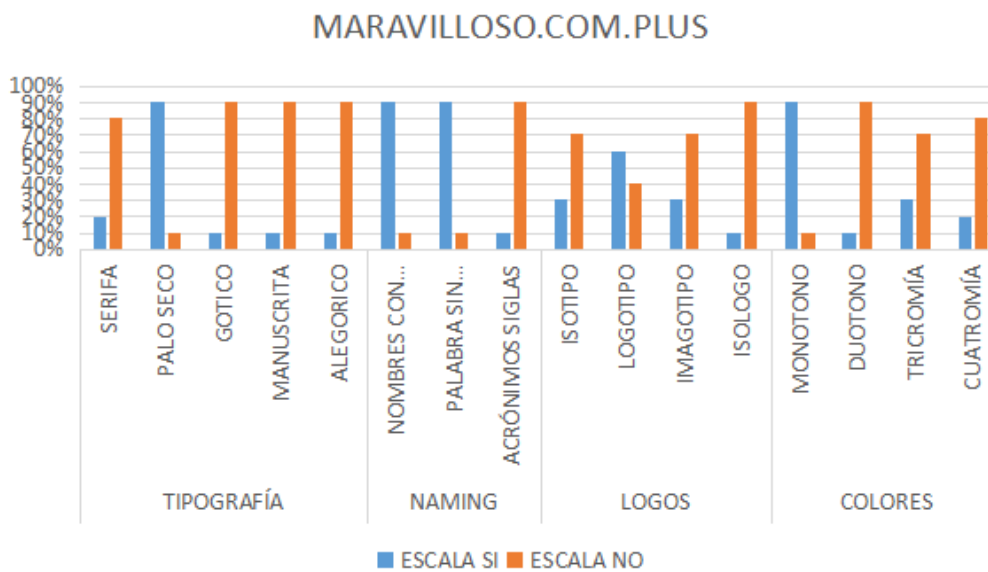


Figura 13: Resultado del análisis del identificador visual maravilloso. com. plus

En el caso del identificador visual del texto maravilloso.com.plus, el 90% relacionó la tipografía con tipo palo seco, y un 90% con el nombre asociado al contenido, sin obviar que un 90% también lo relacionó con palabras sin significado, según los comentarios esto se debe al PLUS que forma parte del nombre, en las observaciones mencionaron que si ya estaba el COM, el plus estaba de más, a esto no le encontraban significado o relación, en cuanto al logo el 70% refiere que es logotipo, y un 90% asoció el color a monotono. Una vez más se puede analizar claramente el inconveniente con la selección del nombre, es indispensable mencionar que mientras más corto, simple, y fácil de pronunciar sea el nombre a utilizar, será funcional siempre y cuando se lo elija a conciencia y tenga sentido y relación con el tema que se esté o vaya a tratar, porque caso contrario se tendría el mismo inconveniente.

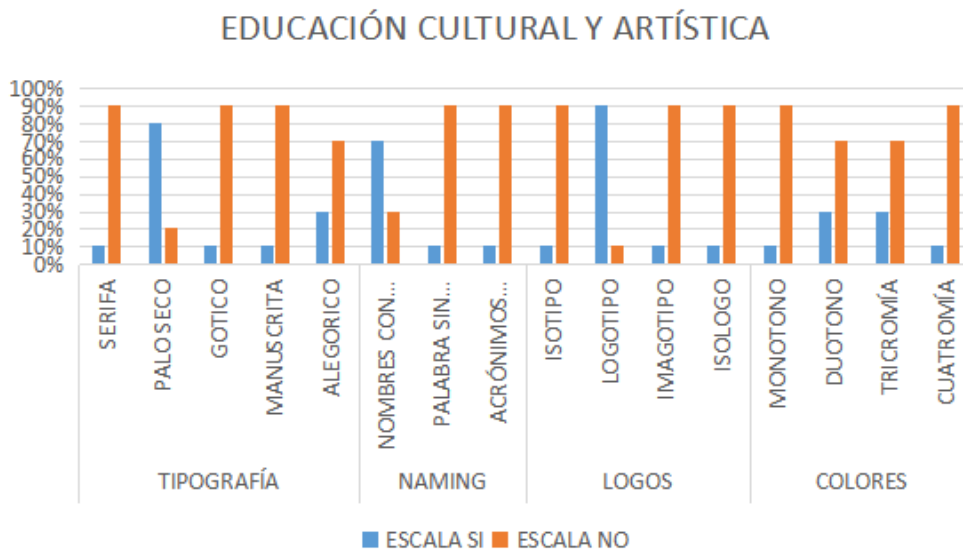


Figura 14: Resultado del análisis del identificador visual educación cultural y artística

Un 80% estuvo de acuerdo a que este identificador visual tenía una tipografía tipo palo seco, el 70% relacionó el nombre con el contenido y un 90% a logotipo, mientras que un 30% lo relacionó a duotono y otro 30% a tricromía debido a que este tenía detalles que implicaban más de un color, en unas observaciones se mencionaba que posiblemente este tenga cuatro colores pero si esta se llevara a blanco y negro solo se verían tres, otra observación fue que esta portada tenía dos nombres los cuales creaba cierta confusión al momento de ver cuál era el identificador visual a analizar. A diferencia de los otros identificadores analizados, este presenta inconvenientes en el nombre y la cantidad de colores empleados, haciendo referencia al color, se debe agregar, que si se quiere saber si una marca es funcional o no en cuanto a la cantidad de colores empleados esta se debe llevar de color a negativo y si es funcional en blanco y negro será funcional a color.

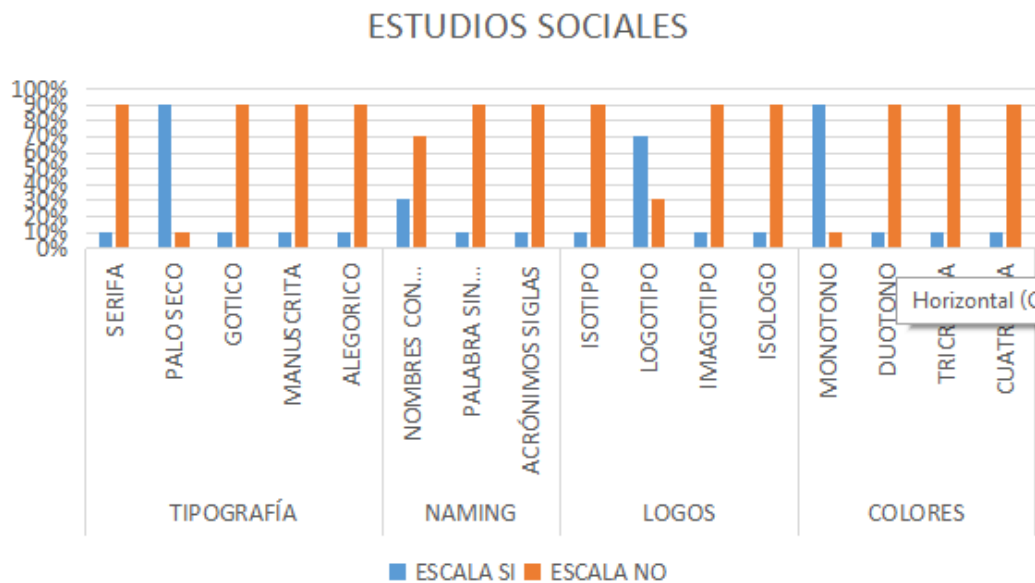


Figura 15: Resultado del análisis del identificador visual estudios sociales

El 90% relacionó que el identificador de estudios sociales tenía tipografía de tipo palo seco, y un 20% asoció el nombre con relación al contenido, según los comentarios de los expertos esto se da porque el nombre tiene una tipografía de una familia en común a la cual no le realizaron ningún tipo de modificación, mientras que un 70% lo relacionó con un logotipo, en cuanto al color un 90% lo asoció al monótono o un color. En este análisis, claro está que el problema relacionado se debió al uso de una fuente tipográfica ya existente, a la cual no se le realizó ningún tipo de modificación, esto resulta algo inconveniente, porque el hecho de ser un logotipo, no quiere decir que se debe utilizar un tipo de fuente ya existente y cambiarle el color, no tendría sentido, no se está diseñando ni se está aportando al diseño, además que se no se estaría respetando los derechos del autor de dicha fuente tipográfica, con esto no se quiere decir que no se debe utilizar fuentes ya existentes, solo que, si se emplean se deben realizar modificaciones a la misma y darle un toque personal y convertirla en un identificador visual.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS

Para una apreciación más sencilla de todos los datos obtenidos mediante la lista de cotejo, la cual se realizó un grupo de profesionales de la Carrera de diseño Gráfico y a docentes de la PUCE, se consideró presentar dicha información a través de la tabla que sigue a continuación, para así recopilar información de una manera más simple y poder realizar conclusiones respecto a si los identificadores visuales analizados cumplen o no cumplen los estándares de calidad en cuanto a construcción de un identificador visual, además de los resultados de los diferentes ítem realizados en la lista de cotejo mostrados en porcentajes aplicando así el método cualitativo y cuantitativo de esta investigación.

Tabla 9: Resultados comparativos globales

Identificadores visuales	Resultados
Maravilloso.com	Nombre con contenido simbólico asociado
	Palabra sin significado asociado
	Tipografía legible palo seco
	Mucho texto
	Solo logotipo
	Visibilidad y apreciación del logotipo
	Sombra aplicada en logotipo
	Cuatro colores utilizados en el logotipo
	Nombre con contenido simbólico asociado
	Tipografía legible palo seco
Estudios sociales	Tipografía sin modificación
	Solo logotipo

Educación y cultura artística	<p>Visibilidad y apreciación del logotipo</p> <p>Un color utilizado de relleno en el logotipo</p> <p>Nombre con contenido simbólico asociado</p> <p>Tipografía legible palo seco</p> <p>Cinco colores utilizados</p> <p>No cuenta con nombre con contenido simbólico asociado.</p>
144 pictogramas	<p>Tipografía alegórica bold</p> <p>Texto sin modificar</p> <p>Logotipo no legible</p> <p>Seis colores empleados</p> <p>Dos tonos de sombra aplicada en logotipo</p> <p>Nombre con contenido simbólico asociado</p> <p>Tipografía alegórica</p>
Mi primer libro 3D	<p>Dos familias tipográficas empleadas</p> <p>Solo logotipo</p> <p>Visibilidad y apreciación del logotipo</p> <p>Dos colores</p> <p>Relleno de color en texto y trazo</p> <p>Nombre con contenido simbólico asociado</p> <p>Tipografía legible palo seco</p>
Saber amar	<p>Solo logotipo</p> <p>Visibilidad y apreciación del logotipo</p> <p>Un color utilizado de relleno en el logotipo</p> <p>Nombre con contenido simbólico asociado</p> <p>Tipografía legible alegórico</p> <p>Mucho texto</p>
Música canto y armonía	<p>Solo logotipo</p> <p>Visibilidad y apreciación del logotipo</p> <p>Dos colores utilizados</p> <p>Relleno de color en texto y trazo</p> <p>Nombre con contenido simbólico asociado</p> <p>Tipografía legible palo seco</p>
Libertad de ser	<p>Solo logotipo</p> <p>Visibilidad y apreciación del logotipo</p> <p>Dos colores utilizados</p>

De acuerdo a los resultados analizados, se puede decir que la mayor parte de los identificadores visuales contaban con una tipografía legible de tipo palo seco y alegórica, solo dos identificadores utilizaron mucho texto, lo que es bueno considerando que el nombre debe de ser corto para poder recordarlo, también se pudo verificar que casi todos los identificadores se los consideró como tipografía y en el caso de la cantidad de colores empleados solo dos excedieron el límite de colores a utilizar.

## **CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN**

Esta investigación se desarrolló con el propósito de examinar los diferentes materiales didácticos que se encontraban disponibles en la Unidad Fisco misional Sagrado Corazón de la ciudad de Esmeraldas, se debe mencionar que la Lcda. Dayana Navira C. el Ldo. Andrés Morán Villamarín, el Msc. Geovanny Plaza Estupiñan, y la Lcda. Mariía S. profesores de dicha escuela cuentan con poco material didáctico de tipo impreso, pero esto no los limita a elaborar y desarrollar los materiales didácticos que ellos ven conveniente para la enseñanza, la mayor parte de materiales didácticos eran artesanales, es por eso que para la elección de los materiales que se utilizarían para realizar esta investigación se realizó una ficha de observación, para luego seleccionar un grupo de ellos y así poder identificar los elementos formales que componen los identificadores de dichos materiales, es por esa razón, se desarrolló una lista de cotejo que contenía ítems con referencia a construcción de un identificador visual, logrando así describir y analizar la estructura y composición de estos identificadores. Dentro de esta lista de cotejo se lo clasifíco en cuatro categorías siendo estas; Criterios de selección del naming, Características que presentan las tipografías, Tipología que presentan los logos, colores empleados, y partiendo de estas categorías se realizó un análisis según los resultados obtenidos.

### **Análisis de los ítems según la categoría**

- **Análisis de los criterios de selección del naming**

En los análisis obtenidos de esta categoría se logró demostrar los resultados de una manera cualitativa, razón que me permitió establecer que en su mayor parte los identificadores visuales, sus nombres tenían relación con el contenido, a su vez, que este tuviera relación no significa que estaba elegido correctamente, debido a que estos presentaban mucho texto, lo que no es recomendable utilizar para el desarrollo o aplicación de un identificador visual.

- **Análisis de las características que presentan las tipografías**

En esta categoría, manifestó, que la mayor parte de los identificadores visuales analizados optan por el estilo de tipografía palo seco y alegórico, lo que resulta muy interesante, debido a que estos tipos de letras se prestan para una manipulación o modificación amigable a la hora de realizar una nueva propuesta partiendo de estas tipografías.

- **Análisis de la tipología que presentan los logos**

En cuanto al logotipo, se pudo evidenciar que en algunos de los identificadores visuales predominaba la palabra y tenía una gran visibilidad muy conveniente para el tipo de material didáctico que lo tenía, también se dio esto por la tipografía utilizada que permitió en ciertos casos destacar de los demás elementos que componían las portadas donde se encontraban los identificadores, mientras que otros excedían del uso de utilización del grosor del trazo que hacía que se viera poco estético visualmente, además de las sombras oscuras que se utilizó en otros identificadores.

- **Análisis de los colores empleados**

En este punto se identificó el uso de colores claros de la gama de los primarios y secundarios en la gran parte de los identificadores visuales, por lo general el blanco y amarillo se encontraba con frecuencia, en cuanto al color se puede decir que no hubo mucho inconveniente con ciertas excepciones.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES**

Durante el proceso de esta investigación se logró analizar distintos materiales didácticos, de los cuales una pequeña parte de estos sirvió para realizar el análisis a los identificadores visuales que estos tenían, mediante una serie de ítems basados en teorías de construcción y diseño de identificadores visuales, aplicándolos en una lista de cotejo que le permitía a los expertos de Diseño Gráfico dar su apreciación visual de cada una de ellas, demostrando que no todos los identificadores visuales empleados en los materiales didácticos de la escuela Sagrado Corazón cumplen con los elementos formales de composición. De la misma manera se evidenció que no todos los expertos estuvieron de acuerdo con la selección del nombre aun teniendo esta relación con el contenido del material didáctico, además de la cantidad excesiva de los colores utilizados.

El aplicar correctamente los elementos compositivos que requiere el desarrollo de un identificador visual, logrará que el trabajo de un Diseñador Gráfico sea diferenciado de los diseñadores empíricos, además que un identificador bien desarrollado logrará que sea agradable visualmente y satisfactorio para el cliente, en este proyecto también se demostró que realizar una lista de cotejo con un enfoque visual, permitió la apreciación y aporte de criterios importantes de los expertos, que a simple vista no se ven, de la misma manera comprobó que el identificador empleado en dichos materiales no cumple la función de diferenciarlo de su competencia, por motivo que este no en todos jugaba el papel de diferenciar, si no, de ser parte de un elemento para complementar el diseño de la portada.

Finalmente, se fundamenta que el identificador visual es el signo que permitirá diferenciarse de la competencia ya que esta es la que generará confianza y seguridad a los posibles clientes, es por este motivo que el identificador visual debe ser quién sobresalga de los demás elementos, y se le debe dar la misma importancia y valor sin importar a que vaya ser destinada, y más aún si se sabe que se aplicará a materiales

didácticos un recurso que es utilizado con frecuencia para la enseñanza de los niños, y según las teorías estudiadas de este material didáctico es un recurso que siempre va estar presente.

## **CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES**

Se recomienda no utilizar nombres tan largos, porque esto no favorece al diseño del identificador y no se logra el objetivo principal que es ser recordados. La importancia de seleccionar un nombre correctamente es porque de ahí parte la creatividad para crear o modificar tipografías para transmitir las sensaciones del nombre, si bien se demostró que para este tipo de materiales didácticos se emplean solo logotipos, se recomienda también ser más conceptuales con las formas de las tipografías, pero teniendo en consideración de no perder la legibilidad.

No utilizar sombreados en la tipografía, esto no es funcional y no es agradable visualmente si se habla de logotipos.

Se recomienda a los futuros profesionales de diseño gráfico que elaboren sus identificadores visuales bajo los estándares de calidad compositiva de marca, recordando que muy aparte de ser solo un diseño, es su curriculum laboral para futuros trabajos.

## CAPÍTULO VII: REFERENCIAS

Arias, C., Tapia, G., y Garcés, V. (2012). *Estudio sobre la creación de una marca en la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/21455>

Alberich, J., Gómez, D., y Ferrer, A. (2013). *Conceptos básicos del diseño gráfico*. Universidad Oberta de Catalunya. Recuperado de: <file:///E:/Maestria%20CCEE/Conceptos%20b%C3%A1sicos%20de%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico.pdf>

Bassat, L. (2001). *El libro rojo de la publicidad* (R.H.S.A). Recuperado de [http://luisbassat.com/pdf/El\\_Libro\\_Rojo\\_de\\_las\\_Marcas.pdf](http://luisbassat.com/pdf/El_Libro_Rojo_de_las_Marcas.pdf)

Bello, A. (2003). *Materiales educativos procesos y resultados*. Recuperado de [https://books.google.es/books?id=KG3I5RaTwO4C&pg=PA252&dq=materiales%20didacticos%20para%20el%20aprendizaje&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwidrMGft4\\_VAhVE4iYKHRYCBZQQ6AEINjAD#v=onepage&q=materiales%20didacticos%20para%20el%20aprendizaje&f=false](https://books.google.es/books?id=KG3I5RaTwO4C&pg=PA252&dq=materiales%20didacticos%20para%20el%20aprendizaje&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwidrMGft4_VAhVE4iYKHRYCBZQQ6AEINjAD#v=onepage&q=materiales%20didacticos%20para%20el%20aprendizaje&f=false)

Bride, M. (1994). *La armonía en el color nuevas tendencias*, Nueva York: FinalCopy.

Balestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigación*. Recuperado de [https://issuu.com/sonia\\_duarte/docs/como-se-elabora-el-proyecto-de-inve](https://issuu.com/sonia_duarte/docs/como-se-elabora-el-proyecto-de-inve)

Cassisi, L. (2006). *Marca y marca y marca gráfica*. Recuperado de [http://www.tallercfilpe.com.ar/2013/images/stories/taller2/lecturas/luciano\\_cassisi\\_marca\\_y\\_marca\\_grafica.pdf](http://www.tallercfilpe.com.ar/2013/images/stories/taller2/lecturas/luciano_cassisi_marca_y_marca_grafica.pdf)

- Costa, J. (2006). *La imagen de la marca*. Recuperado de  
<http://www.utntyh.com/alumnos/wp-content/uploads/2013/09/Costa.pdf>
- Chaves, N. (2003). *La marca corporativa*. Recuperado de  
[https://www.academia.edu/8831354/La\\_marca\\_corporativa\\_Norberto\\_Chaves](https://www.academia.edu/8831354/La_marca_corporativa_Norberto_Chaves)
- Castro, G. (2016). *Factores que influyen en el rediseño de la identidad de marca de una empresa, caso: Acqua Capri* (Trabajo de titulación previo a la obtención del título de diseñadora gráfico). PUCESE, Esmeraldas
- Castro, R. (2016). *Análisis de los signos gráficos de identidad realizados por el gobierno ecuatoriano realizados en el periodo entre el 2009 y el 2015*. Universidad Central del Ecuador, Quito
- Davis, M. (2010). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Tomás Ubach.
- Díaz, J. (1999). *La enseñanza y aprendizaje de habilidades y destrezas motrices básicas*. Recuperado de  
[https://books.google.es/books?id=Qv-KHmPxxkG8C&pg=PA106&dq=materiales%20didacticos%20para%20el%20aprendizaje&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwidrMGft4\\_VAhVE4iYKHRYCBZQQ6AEIKjAB#v=onepage&q=materiales%20didacticos%20para%20el%20aprendizaje&f=false](https://books.google.es/books?id=Qv-KHmPxxkG8C&pg=PA106&dq=materiales%20didacticos%20para%20el%20aprendizaje&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwidrMGft4_VAhVE4iYKHRYCBZQQ6AEIKjAB#v=onepage&q=materiales%20didacticos%20para%20el%20aprendizaje&f=false)
- Dika. (2017). *¿Anagrama, Isotipo, Isologo?* Recuperado de  
<https://www.dikaestudio.com/anagrama-isotipo-isologo-significados/>
- Ferro, X. (2011). *Creación de la marca*. Recuperado de  
<http://www.ekosnegocios.com/marcas/material/pdfcapitulos/2.pdf>
- Gonzales, B., Rodríguez García, y C, T. (2016). *Imagen de marca y product placement*. Recuperado de  
[http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=s9clDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT20&dq=marca+concepto&ots=\\_16DikxJlj&sig=8\\_7-XkvIB5fUx6DY6DOQBN1FVA#v=onepage&q=marca20%20concepto&f=false](http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=s9clDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT20&dq=marca+concepto&ots=_16DikxJlj&sig=8_7-XkvIB5fUx6DY6DOQBN1FVA#v=onepage&q=marca20%20concepto&f=false)
- Galeano, J. (2001). *Construcción y desarrollo de marcas "Un modelo teórico para*

*empresas que operan en Colombia"*. Recuperado de

[http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/481/1/Galeano\\_Chica\\_Julian\\_2001%20file%201.pdf](http://ridum.umanizales.edu.co:8080/jspui/bitstream/6789/481/1/Galeano_Chica_Julian_2001%20file%201.pdf)

Gonzales, C. (2016). *Diseño de una herramienta didáctica que incentive la*

*cultura de ahorro y el emprendimiento en los niños de 7 a 11 años del Centro del Muchacho Trabajador (CMT)*. Recuperado de

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/12055>

García, M. (2005). *Arquitectura de marcas*. Recuperado de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=VTxjOx9F0bkC&oi=fnd&pg=PA9&dq=construccion+de+marca+joan+costa+libro&ots=xUxlgN8ANE&sig=d-mlgWlUgJM6Tx19vIJoTxjn1dw#v=onepage&q=construccion%20de%20marca%20joan%20costa%20libro&f=false>

Hernández, B. (2013). *El papel simbólico de la tipografía en el diseño de logotipos: el caso de Audi*. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/html/297/29732391004/>

Haro, M. (2016). *Construcción de valores emocionales en marcas ecuatorianas*.

Recuperado de

<http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5367/1/UDLA-EC-TPU-2016-16.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*.

Recuperado de

[https://issuu.com/dintom/docs/sampieri\\_metodologia\\_de\\_la\\_investig](https://issuu.com/dintom/docs/sampieri_metodologia_de_la_investig)

Itten, J. (1992). *Arte del color*. Recuperado de

<http://wiki.ead.pucv.cl/images/3/33/El-Arte-Del-Color-Johannes-Itten.pdf>

Klotler, P. (2008). *Las preguntas más frecuentes sobre el marketing*. Recuperado de

[https://books.google.es/books?id=9SdB\\_M6x\\_ugC&pg=PA88&dq=construccion%20de%20la%20marca&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJyfu3oI\\_VAhVLOSyKHxPTCRwQ6AEISjAH#v=onepage&q=construccion%20de%20la%20marca&f=false](https://books.google.es/books?id=9SdB_M6x_ugC&pg=PA88&dq=construccion%20de%20la%20marca&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJyfu3oI_VAhVLOSyKHxPTCRwQ6AEISjAH#v=onepage&q=construccion%20de%20la%20marca&f=false)

Llopis, E. (2015). *Crear la marca global*. Recuperado de

<https://books.google.es/books?id=IhSnCwAAQBAJ&pg=PT225&dq=CROMATICA EN LA MARCA&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjkkY73-Y7VAhUDMyYKHxZvDooQ6AEIMzAD#v=onepage&q=CROMATICA EN LA MARCA&f=false>

Lanza, R. (1991). *La población y el crecimiento económico de Cantabria y el antiguo régimen*. Recuperado de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=z8D-JNVLDQcC&oi=fnd&pg=PA11&dq=libro+de+poblacion&ots=Ko33gfVROP&sig=2JIFuibOcEUKrhBPQhh7vgcsViA#v=onepage&q=libro%20de%20poblacion&f=false>

McLean, R. (1993). *Manual de tipografía*. Recuperado de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MHLfZMobAPoC&oi=fnd&pg=PA7&dq=la+tipografia&ots=bWc4Dq5h4v&sig=EZM-n31u-lrWUcPc9fgbr8kQRRc#v=onepage&q=la%20tipografia&f=false>

Martínez, M. (2011). *Creación de un portafolio gráfico de marcas*

*representativas a nivel mundial, nacional y local*. Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1055/1/88T00008.pdf>

Ontiveros, D. (2012). *La comunicación de las marcas*. Recuperado de

[http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/publicaciones/LIBRO\\_Comunicacin.pdf#page=150](http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/publicaciones/LIBRO_Comunicacin.pdf#page=150)

Pintado, T., y Sánchez, J. (2013). *Imagen corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. Recuperado de

<https://books.google.es/books?id=x98cgeMFA30C&pg=PA205&dq=reticula%20constructiva%20de%20la%20marca&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiO1om9g4>

\_VAhXD7iYKHb0MA2IQwUIKDAA#v=onpage&q=reticula%20constructiv  
a%20de%20la%20marca&f=false

Paredes, J. (1998). *Análisis etnográfico de los usos de recursos y materiales didácticos en educación primaria. Estudio de los casos de dos centros.* Recuperado de

<http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/5/S5016101.pdf>

Palenzuela, M. (2016). *El proceso de creación de marca y su aplicación en el sector mobiliario español.* Recuperado de

<http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/18160/1/TFG-N.468.pdf>

Ricupero, S. (2007). *Diseño Gráfico en el aula.* Recuperado de

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=\\_COd0A-85lcC&oi=fnd&pg=PA9&dq=ricupero++definicion+color&ots=D-cGyJOzK-&sig=Pv6iybvnxqfgtJT5upjSqq26QkE#v=onpage&q=ricupero definicion color&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=_COd0A-85lcC&oi=fnd&pg=PA9&dq=ricupero++definicion+color&ots=D-cGyJOzK-&sig=Pv6iybvnxqfgtJT5upjSqq26QkE#v=onpage&q=ricupero definicion color&f=false)

Rosero, V. (2012). *Construcción de identidad de marca para la empresa BRAND SPORT ORIGINALS S.A en la ciudad de Cali a partir de 2010.* Recuperado de

<https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/3339/1/TCP01074.pdf>

Villafuerte, A., G. y Haro, T. (2012). *El concepto de valor de marca aplicado a los signos de calidad con indicación geográfica.* Recuperado el 16 de Julio de 2017, de

[http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/TECNOLOGICAS\\_20/Industrias\\_de\\_la\\_alimentacion/53.pdf](http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/TECNOLOGICAS_20/Industrias_de_la_alimentacion/53.pdf)

Rivera, A. (2013). *Diseño de material didáctico para estimulación viso motriz y cognitiva para el centro de desarrollo infantil comunitario del San Bartolomé, Provincia de Cotopaxi.* Recuperado de

<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/5>

Sánchez, R. (2014). *Enseñar a investigar.* Recuperado de

[https://issuu.com/gibelino/docs/ensenar-a-investigar\\_una\\_did\\_\\_ctica](https://issuu.com/gibelino/docs/ensenar-a-investigar_una_did__ctica)

Wong,W.(2006).*Principios del diseño en color*. Zamora 45,Barcelona:Gustavo Gili.

## **CAPÍTULO VII: ANEXOS**

Anexo 1: Solicitud formal permiso Sagrado Corazón

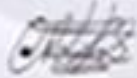
Esmeraldas, 10 de Noviembre del 2017

Mca. Walter Estupíñan Villacís  
Rector del colegio Sagrado Corazón  
De mi consideración.

Yo, Romina Melissa Sánchez Robinzon estudiante de la carrera de Diseño gráfico de la FUCE sede Esmeraldas, me dirijo a ud para pedir su colaboración con unas fotografías de los materiales didácticos impresos que su institución utiliza para la enseñanza en la educación primaria, que me ayudará en el proceso investigativo de mi tesis con el tema denominado: "ANÁLISIS COMPARATIVOS DE IDENTIFICADORES PARA MATERIALES DIDÁCTICOS IMPRESOS"; para obtener el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Agradecida con su colaboración me despido esperando tenga un excelente día.

Atentamente

  
Romina Melissa Sánchez  
Estudiante



*Lic. Soledad Tamayo*  
*Lic. Wilma Ortiz*  
*Franz Casanova Inocencio*  
*El Mariscal División*  
*Unibanco en H. de*  
*Integración*  
*15/11/17*

Esmeraldas 28 noviembre 2017

### INFORME

Una vez que se han revisado los instrumentos: Ficha de observación y Lista de cotejo destinados a la investigación denominada "Análisis comparativo de Identificadores Visuales para materiales didácticos impresos" de la estudiante Romina Sánchez, certifico que se han realizado las sugerencias del caso y los instrumentos son aptos para su implementación.

La Estudiante puede hacer uso del presente documento como aval en la revisión del mismo.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "M.C. Melba Cristina Marmolejo".

M.C. Melba Cristina Marmolejo  
Docente Evaluadora

### CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Yo, David Puente Holguin certifico que:

la ficha de observación para examinar los materiales didácticos impresos del proceso de enseñanza aprendizaje de la unidad educativa sagrado corazón cumple con parámetros necesarios para el cumplimiento del objetivo específico.

Así mismo, la lista de cotejo planteada para identificar los elementos formales de los identificadores visuales de los materiales didácticos contiene los componentes para obtener los resultados requeridos.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "David Puente", is written above the printed name.

Dr. David Puente, Mgt.

Docente PUCESE

Esmeraldas, 27 de Noviembre del 2017

Lcdo. Washington David Puente Holguin Mgt.  
Docente de la Carrera de Diseño Gráfico de la PUCESE

De mi consideración,

Yo, Romina Melisse Sánchez Robinzon estudiante de la carrera de Diseño gráfico de la PUCE sede Esmeraldas, me dirijo a Ud. para pedir su colaboración con una prueba piloto que me ayudará en el proceso investigativo denominado: "ANÁLISIS COMPARATIVOS DE IDENTIFICADORES VISUALES PARA MATERIALES DIDÁCTICOS IMPRESOS"; para obtener información referente a los parámetros de calidad de los identificadores visuales de un grupo de materiales didácticos impresos, se aplicará una ficha de observación para examinar los diferentes materiales y una lista de cotejo para identificar los elementos formales que componen los identificadores visuales de estos materiales impresos.

La lista de cotejo consta de cuatro categorías y cada una con indicadores que están redactados con enfoque visual, para realizar el proceso de instrumento tendrá como tiempo máximo de 30 minutos distribuidos de la siguiente manera: 15 minutos para interactuar con las fotografías de los identificadores visuales de los materiales didácticos seleccionados y 15 minutos para calificar de acuerdo a los indicadores; la escala de opciones de respuesta tiene el siguiente valor:

ESCALA DE ESTIMACIÓN	
SI	NO

Agradecida con su colaboración me despido esperando tenga un excelente día.

Atentamente

  
Romina Melisse Sánchez  
Estudiante

Esmeraldas, 28 de Noviembre del 2017

**Mgt. José Luis Romero**  
**DOCENTE ASESOR DE TESIS**

Por medio de la presente yo Diana Sabrina Marcillo Murillo, evaluadora del Instrumento de valoración para el trabajo investigativo titulado: **"Análisis Comparativo de Identificadores Visuales para materiales didácticos Impresos"**, después de haber revisado los cambios sugeridos, **APRUEBO** el instrumento realizado por la estudiante Romina Sánchez Robinzon.

Atentamente.

  
Mgt. Sabrina Marcillo.

LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN EL NOMBRE DE UN IDENTIFICADOR VISUAL

CATEGORÍA	ASPECTOS e INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
I. CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL NAMING	LI Nombres con contenido simbólico asociado			
	LII Palabras sin significado			
	LIII Acrónimos siglas			
NOMBRE DEL EVALUADOR:		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO:		
FECHA DE EVALUACIÓN:		FIRMA DEL EVALUADOR:		

Anexo 7: Lista de cotejo de características de la tipografía

LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN LA TIPOGRAFÍA DE UN IDENTIFICADOR VISUAL

CATEGORÍA	ASPECTOS e INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
II. CARACTERÍSTICAS QUE PRESENTAN LAS TIPOGRAFÍAS	LI Con <i>serifa</i>			
	LII Palo seco			
	LIII <i>Gótica</i>			
	LIV Manuscrita			
	LV <i>Allegro</i>			
NOMBRE DEL EVALUADOR:		NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO:		
FECHA DE EVALUACIÓN:		FIRMA DEL EVALUADOR:		

Anexo 8: Lista de cotejo de la tipología que presentan los logos

LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN UN IDENTIFICADOR VISUAL

CATEGORÍA	ASPECTOS + INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
EL TIPOLOGÍA QUE PRESENTAN LOS LOGOS	ELI <i>Isotipo</i>			
	ELII <i>Logotipo</i>			
	ELIII <i>Isotipografía</i>			
	ELIV <i>Isotipo</i>			

NOMBRE DEL EVALUADOR:	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO:
FECHA DE EVALUACIÓN:	FIRMA DEL EVALUADOR:

Anexo 9: Lista de cotejo de la cantidad de colores empleados

LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN EL COLOR DE UN IDENTIFICADOR VISUAL

CATEGORÍA	ASPECTOS + INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
IV. ANÁLISIS DE LOS COLORES EMPLEADOS	IV.I <i>Monocromía</i>			
	IV.II <i>Dicotomía</i>			
	IV.III <i>Tricromía</i>			
	IV.IV <i>Contracción</i>			

NOMBRE DEL EVALUADOR:	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO:
FECHA DE EVALUACIÓN:	FIRMA DEL EVALUADOR:

Anexo 10: Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA EXAMINAR LOS MATERIALES DIDÁCTICOS IMPRESOS DISPONIBLES PARA LA INVESTIGACIÓN

INDICACIONES	VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN
Marque con una (x) el indicador que considere pertinente.	SI	Si posee un identificador visual que identifique al material didáctico
	NO	No Posee un identificador visual que identifique al material didáctico

N	MATERIALES DIDÁCTICOS	POSEE IDENTIFICADOR VISUAL		OBSERVACIONES
		SI	NO	
I	Libro de tareas			
II	Libro de lectura			
III	Libro de música			
IV	Libro de manualidades			
V	Libro de juegos			
VI	Materiales didácticos elaborados manualmente			

La Ficha de observación permitió la observación y selección de los diferentes materiales didácticos con los que trabajan los docentes en la escuela Sagrado Corazón, y a los que se le realizaría el análisis.

Anexo 11: Instrumento aplicado

FICHA DE OBSERVACIÓN PARA EXAMINAR LOS MATERIALES DIDÁCTICOS IMPRESOS DISPONIBLES PARA LA INVESTIGACIÓN

INDICACIONES	VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN
Marque con una (x) el indicador que considere pertinente.	SI	Si posee un identificador visual que identifique al material didáctico
	NO	No Posee un identificador visual que identifique al material didáctico

N	MATERIALES DIDÁCTICOS	POSEE IDENTIFICADOR VISUAL		OBSERVACIONES
		SI	NO	
I	Libro de tareas	X		
II	Libro de lectura		X	
III	Libro de música	X		
IV	Libro de manualidades		X	se agregaron imágenes de acuerdo a los materiales que se manejan.
V	Libro de juegos	X		
VI	Materiales didácticos elaborados manualmente		X	el libro de juegos elaborados manualmente no tiene un espacio de identificación.

FECHA DE EVALUACIÓN: 28/11/2012

Anexo 12: Instrumento aplicado

**LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN LA TIPOGRAFÍA DE UN IDENTIFICADOR VISUAL**

CATEGORÍA	ASPECTOS + INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
I. CARACTERÍSTICAS QUE PRESENTAN LAS TIPOGRAFÍAS	LI. Con serifa	2		
	LI. Párrafo			
	LII. Gótico			
	LIV. Manuscrita			
	LIV. Alegórico			

NOMBRE DEL EVALUADOR: Isaura Pineda P.      NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO: Imprescindible  
 FECHA DE EVALUACIÓN: 10/01/18      FIRMA DEL EVALUADOR: [Firma]

Anexo 13: Instrumento aplicado

**LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN LA TIPOGRAFÍA DE UN IDENTIFICADOR VISUAL**

CATEGORÍA	ASPECTOS + INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
I. CARACTERÍSTICAS QUE PRESENTAN LAS TIPOGRAFÍAS	LI. Resaltamiento mediante uso de colores		X	
	LI. Resaltamiento mediante uso de fuentes		X	
	LI. Resaltamiento por medio de tamaño		X	

NOMBRE DEL EVALUADOR: [Firma]      NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO: [Firma]  
 FECHA DE EVALUACIÓN: [Firma]      FIRMA DEL EVALUADOR: [Firma]

Anexo 14: Instrumento aplicado

**LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN LA TIPOGRAFÍA DE UN IDENTIFICADOR VISUAL**

CATEGORÍA	ASPECTOS o INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
I. CARACTERÍSTICAS QUE PRESENTAN LAS TIPOGRAFÍAS	I.I Con serifa		X	
	I.II Palo seco	✓		
	I.III Gotico		X	
	I.IV Manuscrita		X	
	I.V Alegorico		X	

NOMBRE DEL EVALUADOR: <i>Ben Pablos</i>	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO: <i>Y&amp;V Estudio</i>
FECHA DE EVALUACIÓN: <i>10-ene-2018</i>	FIRMA DEL EVALUADOR: <i>[Firma]</i>

Anexo 15: Instrumento aplicado

**LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN EL NOMBRE DE UN IDENTIFICADOR VISUAL**

CATEGORÍA	ASPECTOS o INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
II. CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL NAMING	I.I Nombres con contenido simbólico asociado	✓		<i>Mejores texto</i>
	I.II Palabras sin significado			
	I.III Acrónimos siglas			

NOMBRE DEL EVALUADOR: <i>Luis Holman</i>	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO:
FECHA DE EVALUACIÓN: <i>10/01/2018</i>	FIRMA DEL EVALUADOR: <i>[Firma]</i>

Anexo 16: Instrumento aplicado

**LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN LA TIPOGRAFÍA DE UN IDENTIFICADOR VISUAL**

CATEGORÍA	ASPECTOS e INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
I. CARACTERÍSTICAS QUE PRESENTAN LAS TIPOGRAFÍAS	LI Con serifa		X	No se identifican a simple vista en imagen
	LII Palo seco	X		
	LIII Gotico		X	
	LIV Manuscrita		X	
	LV Alegorico		X	

NOMBRE DEL EVALUADOR: *Jessica Govea Lopez* NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO: *El Estelón S.A*  
 ECHA DE EVALUACIÓN: *09-01-2013* FIRMA DEL EVALUADOR: *[Firma]*

Anexo 17: Instrumento aplicado

**LISTA DE COTEJO SOBRE PARÁMETROS A CONSIDERAR EN LA TIPOGRAFÍA DE UN IDENTIFICADOR VISUAL**

CATEGORÍA	ASPECTOS e INDICADORES	ESCALA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
I. CARACTERÍSTICAS QUE PRESENTAN LAS TIPOGRAFÍAS	LI Con serifa		X	No se identifican a simple vista en imagen
	LII Palo seco	X		
	LIII Gotico		X	
	LIV Manuscrita		X	
	LV Alegorico		X	

NOMBRE DEL EVALUADOR: *Jessica Govea Lopez* NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN DE TRABAJO: *El Estelón S.A*  
 ECHA DE EVALUACIÓN: *09-01-2013* FIRMA DEL EVALUADOR: *[Firma]*

Anexo 18: Material didáctico

Anexo 19: Material didáctico



Anexo 20: Material didáctico



Anexo 21: Material didáctico



Anexo 22:Material didáctico



Anexo 23::Material didáctico





Anexo 26: Material didáctico



