



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
APLICACIÓN

“APLICACIÓN DE DISEÑO GRÁFICO E INDUSTRIAL PARA LA PROPUESTA DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y SEÑALÉTICA PARA LA IMAGEN DEL PARQUE DE SANTA CLARA UBICADO EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI PROVINCIA DE PICHINCHA.”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de Licenciado en Diseño Gráfico e Industrial.

Profesor Guía:
Fernanda Arias Castillo

Autor:
Danilo Fabian Rodríguez Rojas

Año:
2013

CERTIFICACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“DECLARO HABER DIRIGIDO ESTE TRABAJO A TRAVÉS DE REUNIONES PERIÓDICAS CON EL ESTUDIANTE, ORIENTANDO SUS CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS PARA UN SUFICIENTE DESARROLLO DEL TEMA TOMANDO EN CUENTA LA GUÍA DE TRABAJOS DE TITULACIÓN CORRESPONDIENTE.”

.....

Fernanda Arias Castillo

MASTER

C.I.171640002-1

CERTIFICACIÓN DEL AUTOR

“DECLARO QUE ESTE TRABAJO ES ORIGINAL, DE MI AUTORÍA, QUE SE HAN CITADO LAS FUENTES CORRESPONDIENTES Y QUE EN SU EJECUCIÓN SE RESPETARON LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE PROTEGEN LOS DERECHOS DE AUTOR VIGENTES Y NORMAS A.P.A”

.....
Danilo Fabián Rodríguez Rojas

C.I.1721208567

Nº Matrícula 106548

AGRADECIMIENTOS

Cuando hay dificultades en la vida la capacidad que existe en nosotros de superarlas es indispensable para seguir adelante en este camino llamado vida. Gracias y mil gracias a Dios porque fue la fe que me mantuvo constante y a mi familia especialmente a una persona que es como mi segundo padre Ing. Patricio Rodríguez. A mis profesores por tener la paciencia de día a día impartir el conocimiento. Un agradecimiento especial a mi guía del proyecto que fue importante en el desarrollo del mismo y a Edwin Troya por la ayuda brindada en toda la carrera.

RESUMEN

El presente proyecto es el resultado de varios estudios realizados para promover el diseño de una Imagen Corporativa y Señalética para el parque de Santa Clara, ubicado en la provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui al suroeste de la ciudad de Quito.

La imagen corporativa que se aplicará será la apropiada con las características e información tomadas del sector, esto ayudará a que la gente identifique el parque como identidad del cantón Rumiñahui.

La señalética desarrollará sistemas comunicativos visuales, sintetizando un conjunto de símbolos, cumpliendo con la función de guiar, orientar y organizar dentro de un espacio a una persona o un conjunto a su vez, planteando dilemas de comportamiento y procedimientos dentro del parque Santa Clara. Se creará un sistema de señalización para una mejor movilidad de las personas dentro del mismo acorde con los requerimientos del Municipio y acorde con todo el estudio realizado dentro del mismo. Además de la función, el sistema señalético es parte de la imagen corporativa de un micro entorno puesto que no solo refuerza la identidad general del sector sino que conceptualiza y transmite los ideales del mismo mediante signos que dan referencia de las riquezas que posee el parque.

El desarrollo de este proyecto se encuentra plasmado teóricamente, este es el intermediario que guiará a las personas a verificar el proceso seguido, justifica los medios conceptuales y visuales aplicados para la obtención del producto final. Se adjunta el manual de uso de la marca y señalética aplicado en el Parque de Santa Clara, teniendo como objeto el informar explícitamente la estructuración de la señalética, refiriendo también a los materiales, dimensiones, cromática, instalación y beneficios que traerá al cantón.

Como parte fundamental e innovadora de este proyecto se propone la elaboración del manual corporativo y señalético en base a un módulo obteniendo estructuras en todas las áreas de diseño tanto en la marca como en las señales ubicadas dentro del parque.

ABSTRACT

This project is the result of several studies to promote a corporate design and signage for the park in Santa Clara, located in the province of Pichincha, Canton Rumiñahui southwest of the city of Quito.

The corporate image that will be applied will be appropriate to the characteristics and information taken from the area; this will help people identify the park Canton Rumiñahui.

The signage will develop visual communication systems, synthesizing a set of symbols, fulfilling the role of guide, direct and organize within a space of a person or group in turn, pose dilemmas of behavior and procedures within the Santa Clara Park. This creates a signaling system for a better mobility of people within the same line with the requirements of the Municipality and according to all within the same study. Besides the function, the system is part señalético corporate image of a micro environment since not only reinforces the identity of the sector but conceptualized and conveys the ideals of material by reference signs that give the wealth that owns the park.

The development of this project is reflected theoretically, this is the intermediary that lead people to verify the process followed, justifies the conceptual and visual media applied to obtain the final product. Attached is the manual use of the brand and signage applied in the Santa Clara Park, aiming explicitly informing the structuring of signage, alluding also to the materials, dimensions, color, installation and benefits it will bring to the country.

A fundamental part of this innovative project proposes the development of the corporate manual and señalético based on a module structure obtaining in all areas of the brand both in design and in the signs located within the park.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Formulación del Problema y Justificación	2
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
CAPITULO I	4
1.1 Espacio Público	4
1.1.1 Importancia del Espacio Público	5
1.2 Parques del Distrito Metropolitano	6
1.2.1.1 Parque Guanguiltagua	6
1.2.1.2 Parque Itchimbía	9
1.2.1.3 Parque La Armenia	10
1.2.1.4 Parque Cusqungo	11
1.2.1.5 Parque La Carolina	13
1.3 Cantón Rumiñahui	14
1.3.1. Superficie	15
1.3.2. Límites	14
1.3.3. Clima	15
1.3.4. División Política	15
1.3.5. Fiestas del Cantón	16
1.3.6. Monumentos	17
1.4 Proyecto Parque Santa Clara	18
CAPITULO II	19
2.1 El Diseño	19
2.1.1. Etapas del Proceso creativo del diseño	19
2.1.2. Tipos de Diseño	20
2.1.3 Diseño Gráfico	21
2.1.3.1 Definición de Diseño Gráfico	21
2.1.4 El Diseñador	21

2.2	Identidad e Imagen Corporativa	22
2.2.1.	Definición de Identidad	22
2.2.2	Diseño de Identidad	25
2.2.3.	Metodología del Diseño de programas de Identidad	26
2.2.4.	Definición de Imagen Corporativa.....	28
2.2.4.1	Estructura de la Imagen Corporativa	29
2.3.4.2	Funciones de la Imagen Corporativa	30
CAPITULO III	31
3.1	Diseño Industrial	31
3.2	Señalética	32
3.2.1.	Definición	32
3.3	Normativas Generales para la señalización	34
3.3.1.	Normativas Señaléticas del Ministerio de Turismo	34
3.3.2.	Normativas Señaléticas del Municipio de Quito	42
CAPITULO IV	45
4.1	Metodología	45
4.1.1.	Técnicas de Investigación.....	46
4.1.1.1	Observación.....	46
4.1.1.2	Documentación.....	46
4.1.1.3	Diálogo.....	47
4.1.2.	Estimado de Parámetros	47
4.1.3.	Elaboración de los Instrumentos de la Investigación	49
4.1.3.1	Encuestas	49
CAPITULO V	52
5.1	Manual Corporativo de la Marca	52
5.1.1.	Logotipo.....	52
5.1.1.1	Propuesta inicial	52
5.1.1.2	Evolucion del Isotipo	53
5.1.1.3	Estructura	55
5.1.1.4	Tipografía.....	56

5.1.1.5 Cromática	56
5.1.1.6.Usos Incorrectos	69
5.1.1.7 Aplicaciones y Reducciones	70
5.1.2 Papelería Corporativa	72
5.1.2.1 Tarjeta de Presentación	72
5.1.2.2 Hoja Membretada	73
5.1.2.3 Sobre	75
5.1.2.4 Carpeta Corporativa.....	76
5.1.2.5 Portada Cd.....	78
5.1.3. Papelería Tributaria	80
5.1.3.1 Factura.....	80
5.1.3.2 Nota de Venta	81
5.1.3.3 Promocionales	82
5.1.3.4 Vestimenta.....	82
5.1.3.5Credenciales Corporativo	84
5.1.3.6Sellos corporativos.....	86
5.1.3.7Material P.O.P	87
5.1.3.8Multimedios.....	89
5.2 Manual Señalético.....	91
5.2.1 Introducción	91
5.2.2 Silueta Antropométrica	91
5.2.3 Estructura del Pictograma.....	94
5.2.4 Pictograma.....	95
5.2.5Flechas	102
5.2.6 Pictograma de prohibición	103
5.2.7 Instalación.....	104
5.2.7.1Pictograma de Poste.....	104
5.2.7.2Valle de Bienvenida	105
5.2.7.3Panel Direccional.....	106
5.2.7.4 Panel Ubicación	107
5.2.7.5 Panel de Información	109

Referencias	113
Anexos	105

INTRODUCCIÓN

El mundo de hoy en día se caracteriza por rápidos y complejos cambios, estos cambios les plantea a los agentes humanos, comunitarios y empresariales problemas que afectan a sus medios de desarrollo los cuales generan impacto en la sociedad sea en corto o largo plazo. Formulando propuestas y llegar a un producto final.

La publicidad, el diseño y el marketing son herramientas que están planteando alternativas para mejorar e innovar la imagen de las empresas, sociedades, comunidades, etc. Un estudio sobre las necesidades de Imagen Corporativa y Señalética del Parque Santa Clara revelará que esta le permitirá proyectarse a niveles turísticos de mayor alcance, verificando que el trabajo propuesto no será un gasto sino una inversión que a largo plazo generará utilidades.

La investigación actual que se logra sobre señalética revela que los caminos por recorrer son extensos para alcanzar grandes objetivos. Se buscará implementar ideas en un medio social que facilite la superación de las comunidades dentro de un entorno.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Los parques como destino turístico ayudará a la comunidad y a los gobiernos locales que los administran a desarrollar un eje económico importante para todo el país, cada espacio verde dentro de la ciudad constituye un asentamiento urbano. Resultan importantes espacios para el descanso y entretenimiento de las personas que lo visitan, desde el punto de vista ecológico es un medio importante para la conservación ambiental.

El incesante crecimiento de las industrias hoteleras, turísticas o de concentración masiva y espacios públicos como parques, ha ido a la par con la publicidad y el diseño, por tanto estos sitios por medio de sus representantes (Municipios, Gobiernos locales, Empresas, etc.), recurren a personal especializado y capacitado en estas áreas buscando una manera directa de relacionarse con el público en general e imprimir un valor agregado a sus servicios, captando la atención del público objetivo mediante el manejo de una identidad Corporativa y señalética generando organizadores internos dentro de estos ambientes.

Un ejemplo de estos casos es el Parque Santa Clara, que ahora se amplía como uno de los tantos proyectos municipales que se ejecutan en el cantón RUMIÑAHUI. El parque se ubica a un costado de la avenida Luis Cordero, en el Barrio La Paz frente al monumento al Maíz. Es un proyecto que busca una fuente de esparcimiento dentro del Cantón con el objetivo que la gente interactúe con este espacio verde dentro de la urbe.

En la actualidad el parque no posee una imagen que lo proyecte como recurso turístico a promoverse en el cantón, sus amplios espacios han dejado diversos vacíos informativos dentro de los visitantes, puesto que no cuenta con medios señaléticos organizacionales o armónicos que guíen y ubiquen al visitante.

Como parte del fundamento conceptual, el presente proyecto tratará temas tales como: comunicación, diseño gráfico, diseño industrial y diseño de

señalética. Estos conceptos son la base para la elaboración de la propuesta, que tiene como objetivo beneficiar a los habitantes. Presentando un producto elaborado con técnicas que el diseñador conoce, buscando equilibrio con la imagen que el parque Santa Clara desea transmitir y la idea que desea generar en las personas que lo visitan.

La importancia de la presente investigación justifica la necesidad de generar una propuesta innovadora que impulse el desarrollo Turístico del cantón y sea una guía para otros proyectos que brinden beneficio a sus habitantes.

OBJETIVO GENERAL

Identificar las técnicas del diseño integral, aplicables a una propuesta de Identidad Corporativa y Señalética para la imagen del Parque Santa Clara ubicado en el cantón Rumiñahui Provincia de Pichincha.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conceptualizar los fundamentos de diseño y la comunicación visual mediante la aplicación de metodologías teóricas-prácticas.
2. Identificar los problemas y necesidades actuales del Parque con respecto a imagen y señalética.
3. Identificar una estrategia de Diseño Gráfico y técnicas de Diseño Industrial aplicables al proyecto de diseño de Imagen Corporativa y Señalética para el parque Santa Clara.
4. Crear una propuesta de Diseño Gráfico e Industrial que solucione los problemas actuales del Parque.

CAPITULO I

1.1 Espacio Público

Sabiendo que los espacios públicos es el lugar de esparcimiento, goce, disfrute, recreación, circulación destinada al uso de la comunidad en general de forma gratuita, y de libre acceso, se puede concluir que estos espacios garantizan el pleno desarrollo como seres humanos.

Tabla 1. Tabla de conceptos y diferenciación del espacio.

Espacio Público	Espacio Privado
<p>Sitios donde la comunidad se relaciona como por ejemplo: plazas, calles, veredas, ciclo vías. Canchas deportivas, espacios verdes, parques, escenarios culturales, piscinas, entre otros.</p>	<p>Sitio restringido que se ejerce por dominio de propiedad y que la comunidad no tiene fácil acceso como por ejemplo: viviendas, oficinas, fábricas.</p>

Nota: Se conceptualizó la información de espacio público en base a la fuente sobre espacios públicos. Adaptado de (Buitrón, R y Gallegos P. 2005, pp 11).

“El espacio público se lo relaciona como la convivencia de actividades culturales y recreación que el ser humano encuentra para poder interrelacionarse y no caer en un individualismo que afecta a la sociedad como conjunto. Es por esto que el espacio público no se relaciona solamente con su espacio físico” (Buitrón, R y Gallegos P. 2005, pp. 11)

1.1.1 Importancia del Espacio Público

Una condición para la buena formación ciudadana es la recreación, descanso, y disfrute del tiempo libre en sitios que son considerados espacios para el desarrollo de estas actividades.

Tabla 2. Tabla de conceptos y diferenciación del espacio.

Dimensión Social	La comunicación entre la gente de la ciudad, se desarrolla mediante actividades con la comunidad.
Dimensión cultural	Las expresiones culturales en un espacio público se las desarrolla mediante el arte, la música, el teatro entre otros.
Dimensión Política	El espacio público es un escenario para expresiones y acciones de lucha dentro de la ciudad, ejerciendo la libre expresión.
Dimensión Ambiental	En este tiempo donde la contaminación ambiental y visual es un problema para la salud de las personas el espacio público es una salida para estas preocupaciones.
Dimensión Física	Infraestructura que mediante a su diseño cumple con requerimientos de las personas. Para el buen desarrollo de su vida social.

Nota: Se analizó aspectos fundamentales sobre espacio público.

Adaptado de: (Buitrón, R y Gallegos P. 2005, pp 11).

1.2 Parques del Distrito Metropolitano de Quito

A lo largo de toda la ciudad se puede encontrar “pulmones”, ubicados para el sano esparcimiento de quiteños y visitantes. Los parques de Quito se han convertido en espacios donde se reúnen los capitalinos a caminar, pasear a sus mascotas, volar las cometas y practicar deportes, entre otros.

1.2.1.1 Parque Guangüiltagua

Ubicación:

“El parque Guangüiltagua o más conocido Parque Metropolitano entre los ciudadanos de Quito, está ubicado en la Zona Norte del distrito metropolitano entre las calles Guangüiltagua, Arroyo Delgado y Ana Luisa. Posee una extensión de 557 Ha.”

(Empresa Pública Metropolitana Quito. Recuperado [Http://www.quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta/parques](http://www.quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta/parques))

Atractivos:

Entre los atractivos que podemos encontrar en el parque es la gimnasia para adultos mayores, senderos ecológicos, un vivero forestal, donde se realiza la producción de varias especies nativas y exóticas. Uno de los mayores atractivos es la fauna que existe dentro del parque como la gran variedad de especies de colibríes.



Figura 1. Logo Parque Guangüiltagua.
Fotografía: Danilo Rodríguez



Figura 2. Señal de Dirección, Parque Guanguiltagua.



Figura 3. Señal de Dirección, Parqueadero.



Figura 4. Señal de Dirección, Parquero.



Figura 5. Logotipo Parque Itchimbia.

La señalética de dirección como flechas no poseen unidad gráfica como se observa en la:

FIGURA 1.4 el tipo de señal es diferente al de la FIGURA 1.2

1.2.1.2 Parque Itchimbía

Ubicación:

Ubicado en la cima y las laderas de la loma del Itchimbía. Sector La Tola.

Atractivos:

El centro cultural Itchimbía es el mayor atractivo turístico del Parque ya que cuenta con una infraestructura única en vidrio en el país. Dentro del centro se realizan expresiones de arte y de música como el Quito Fest organizado cada año por el municipio y varias empresas privadas.



Figura 6. Panel de Ubicación

La señalización en el panel informativo es de una estructura de metal, permite que las personas que lo ven tengan una dirección y puedan caminar por los diferentes sitios dentro del lugar.



Figura 7. Señal dentro del parque Itchimbía.

1.2.1.3 Parque La Armenia

Ubicación:

Al Sur Oeste de la ciudad de Quito, Valle de los Chillos.

Atractivos:

EL parque posee un lugar especial para que los adultos mayores realicen gimnasia, se ubican al aire libre según las necesidades, juegos infantiles, ciclo vía, parqueadero para 350 vehículos aproximadamente

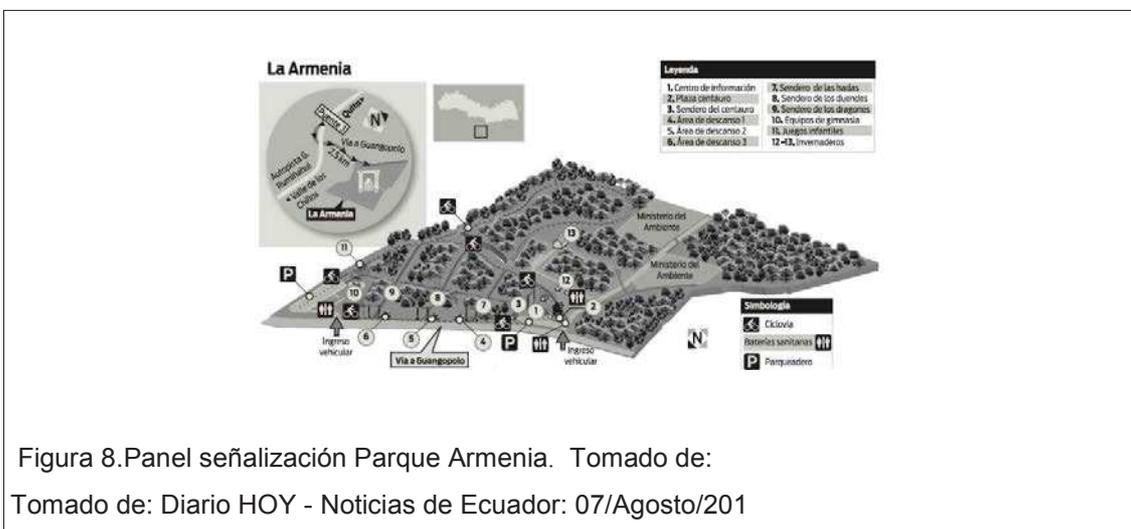


Figura 8. Panel señalización Parque Armenia. Tomado de:
Tomado de: Diario HOY - Noticias de Ecuador: 07/Agosto/201

1.2.1.4 Parque Cuscungo

Ubicación:

Ubicado en el barrio Primero de Mayo, sector San José de Monjas, en la vía al Valle de Los Chillos.

Atractivos:

Entre los atractivos turísticos que posee el Parque está el circuito biosaludables instalados dentro del parque y un mirador para las personas que lo visiten.



Figura 9. Plazoleta de las Raíces.



Figura10. Logotipo Parque Cuscungo.



Figura11. Banner Parque Cuscungo.



Figura12. Panel Informativo.

1.2.1.5 Parque La Carolina

Ubicación:

El parque la carolina se ubica en las avenidas Eloy Alfaro, Shyris, Amazonas y Naciones Unidas. Este parque es el más amplio dentro de la ciudad y uno de los parques urbanos más grandes de América del Sur.

Atractivos:

Tabla 3. Tabla de distribución de atractivos turísticos.

Parque Náutico	Paseos en bote de pedal o en una bicicleta. Dentro de la laguna central
Jardín Botánico	Posee un Orquideario y distintos lugares simulando climas, de la zona andina del país.
Avión de Fantasía	Se realizan eventos infantiles como actos de títeres.
Museo Ecuatoriano de Ciencias	Museo donde se realizan muestras botánicas, paleontológicas y minerales del país.

Nota: El centro de exposiciones Quito es un lugar que el parque brinda para toda la gente de la ciudad. Se ubica en la avenida Amazonas a las afueras del parque. Empresa Pública Metropolitana Quito. Recuperado de:

<http://www.quito.com.ec/index.php/explora-y-disfruta/parques>)

1.3 Cantón Rumiñahui

Es el cantón que da relevancia turística en la provincia de Pichincha, por todos los lugares que posee como por ejemplo: Cascadas, Ríos, Paisajes, donde el turista local y extranjero puede visitar. Cuenta con una infraestructura turística amplia, los visitantes pueden hacer de su estadía más placentera en sitios como hosterías y hoteles para su comodidad.

1.3.1 Superficie

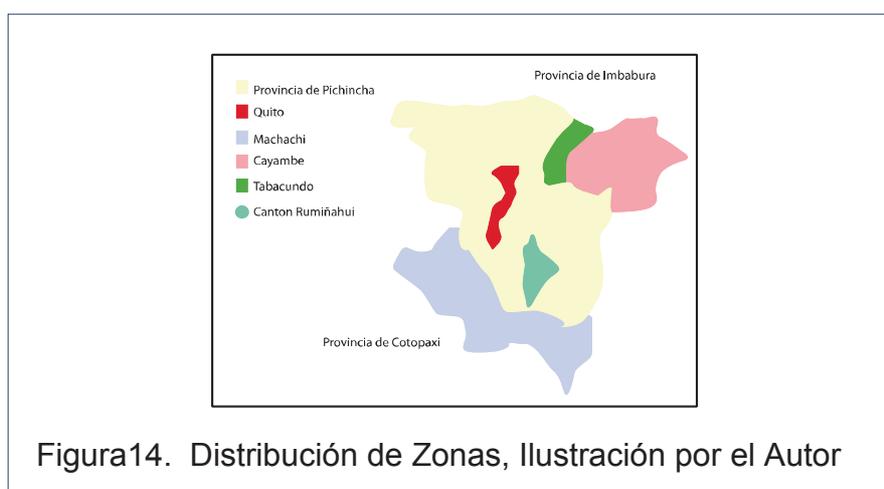
La superficie total del Cantón Rumiñahui es de 134.15 km².

1.3.2 Límites

Tabla 4. Tabla de Límites del Cantón Rumiñahui.

NORTE	SUR	ESTE	OESTE
Cantón Quito	Cantón Mejía	Cantón Quito	Cantón Quito

Nota: El Cantón se ubica en el Sur-Oeste de la provincia de Pichincha.
(Tomado del Archivo digital dado por el Municipio de Sangolquí.)



1.3.3 Clima

Varía entre los 8° C y 26° C

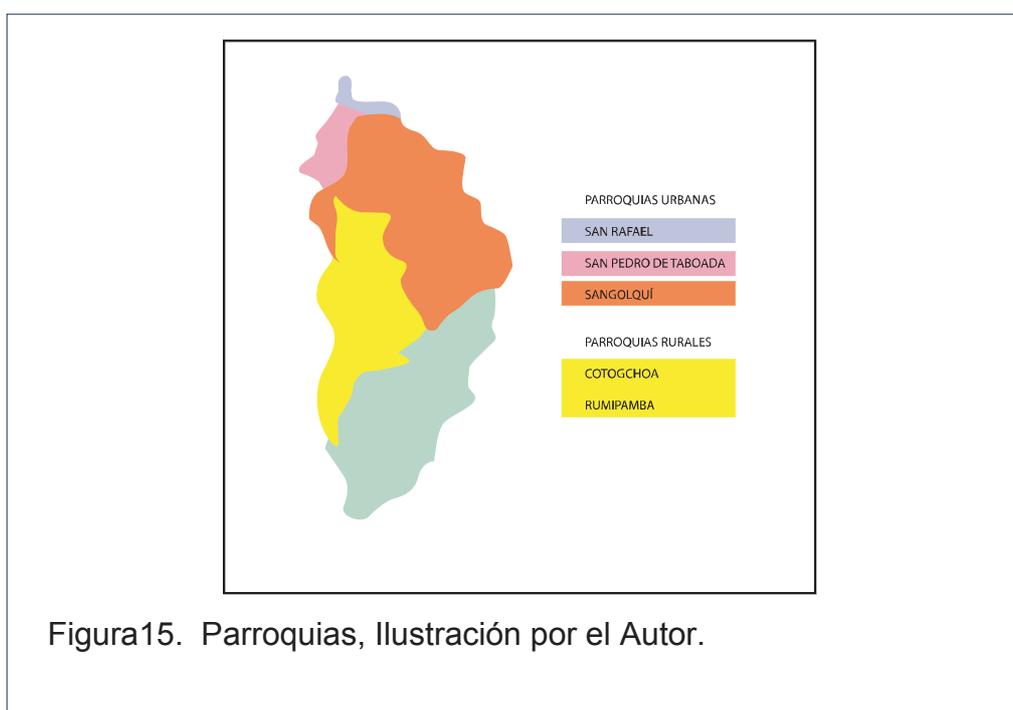
1.3.4 División Política

Tabla 5. Tabla de Límites del Cantón Rumiñahui.

Urbanas	Rurales
Sangolquí	Cotogchoa
San Pedro de Taboada	Rumipamba
San Rafael	

Nota: División en parroquias del cantón Rumiñahui.

(Tomado del Archivo digital dado por el Municipio de Sangolquí.)



1.3.5 Fiestas del Cantón

Tabla 6. Tabla de información turística.

De Cantonización	Del Maíz y del Turismo
31 de mayo	5 septiembre
<ul style="list-style-type: none"> • Desfile Cívico Militar • Sesión Solemne • Posta Chasqui Kuna-Huanicuri • Cabalgata Identidad Rumiñahui 	Toros populares, exposiciones culturales y gastronómicas

Nota: Fiestas que se realizan durante todo el año y ayudan al turismo para el cantón (Tomado del Archivo digital dado por el Municipio de Sangolquí.)



1.3.6 Monumentos del Cantón Rumiñahui.

- **Tabla 7.** Monumentos dentro del cantón Rumiñahui.

Monumento al Maíz	Monumento al Colibrí
Ubicado en el redondel de la Av. Luis Cordero y Av. Abdón Calderón.	Ubicado en el redondel sector Pintag
El autor de la obra, es el escultor Gonzalo Endara Crown basa su obra en la fertilidad que tienen las tierras para la cosecha. Cada pepa de maíz representa los diferentes colores que poseían la vestimenta de los antepasados basado en la historia del Cantón	El autor de la obra, es el escultor Gonzalo Endara Crown basa su obra en el resplandor por los lugares turísticos del lugar. La escultura es un colibrí con sus alas desplegadas representa la gran variedad de aves que hay en la zona.

(Tomado del Archivo digital dado por el Municipio de Sangolquí.)



1.4 Proyecto Parque Santa Clara



Figura 18. (Periódico, El valle/16 de octubre del 2011. p 8)

Dentro del área de planificación en conjunto con el área de turismo del Municipio del Cantón Rumiñahui, se construye un espacio verde con el objetivo de dar mejores sitios de esparcimiento dentro de la zona de los chillos. El parque Santa Clara es un espacio público que se ejecuta dentro de los tantos proyectos municipales. Será un parque urbano creado con una nueva concepción de lo que significa el esparcimiento familiar deportivo y actividades necesarias para el buen vivir de la ciudadanía.

“Habrá espacios para niños, jóvenes, y adultos mayores. El nuevo parque se ubica a un costado de la avenida Luis Cordero. Ocupará alrededor de 14 hectáreas, con una longitud de 1.390 metros. Inicia en la calle Mercado, junto al puente del barrio La Paz y termina en la avenida Píntag, frente al monumento al Maíz. Se proyectan diversas áreas recreativas con características especiales para la práctica del skateboarding, torre de escalada, canchas deportivas.” (Recuperado: 16 de Octubre de 2011, Santa Clara: Un nuevo concepto de Esparcimiento. El Valle y su gente. p 8.)

CAPITULO II

2.1 El Diseño

“El diseño es un proceso que proyecta mensajes con la finalidad de comunicar”
(ver anexo 13).

“Es un proceso en el que se deben tener en cuenta muchas variables e impedimentos, que o bien conocen ya los diseñadores o los que van descubriendo a través de la actividad de diseño. (...) Pero una de las características de las profesiones artísticas, y en concreto de la del maestro, es su impredecibilidad.” (Estebaranz, 1999, p.212).

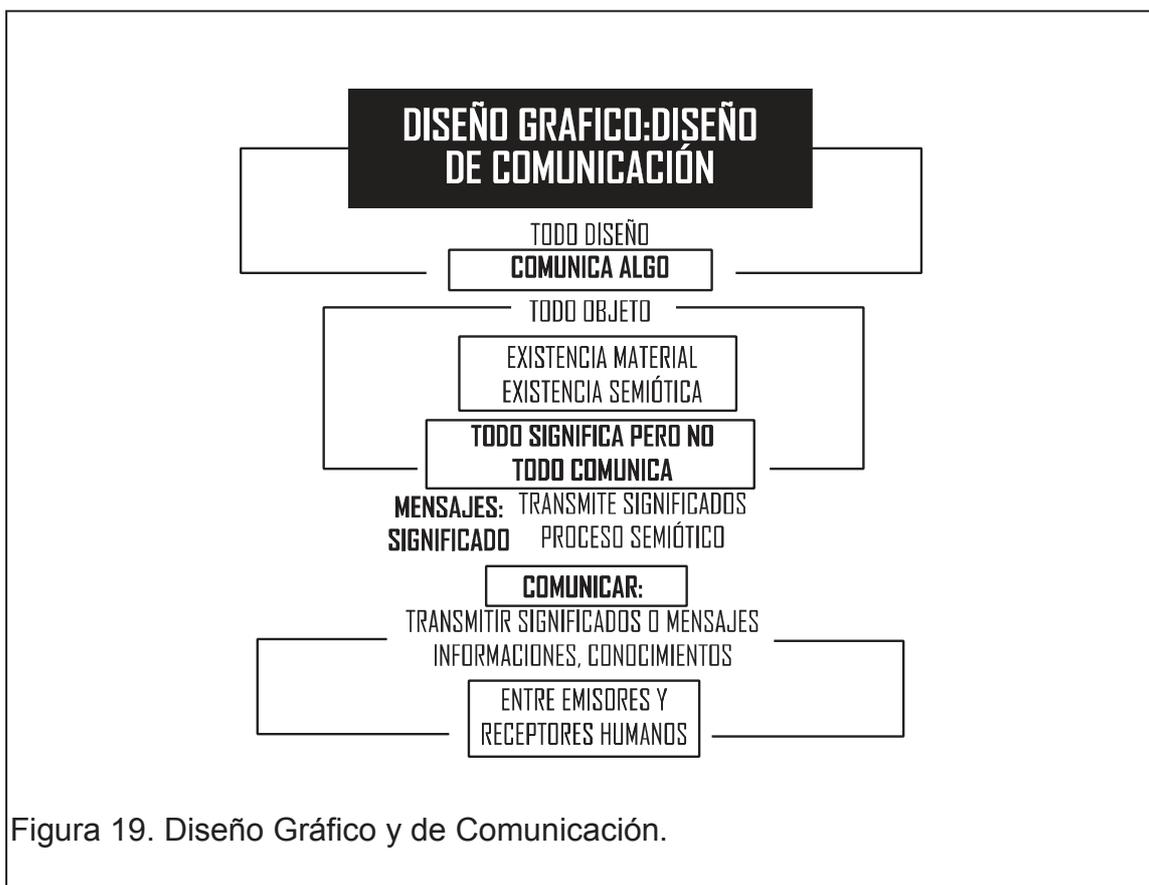
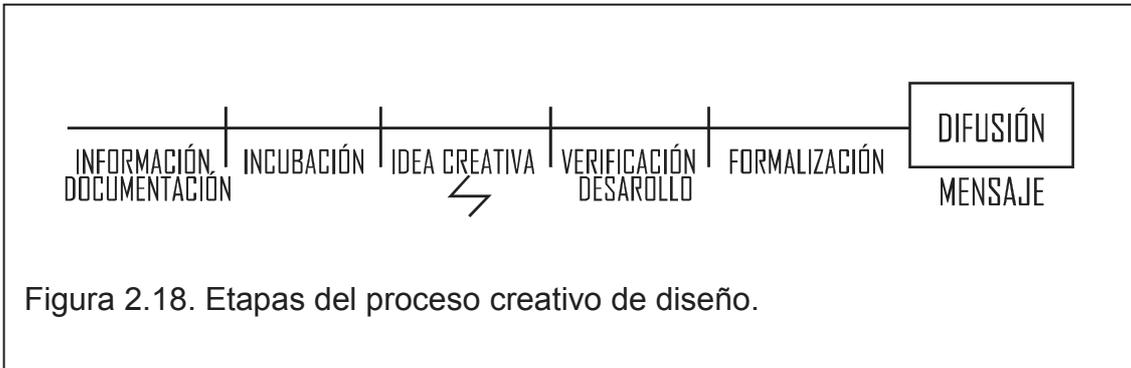


Figura 19. Diseño Gráfico y de Comunicación.

2.1.1 Etapas del proceso creativo de diseño:

El diseño no es el producto o mensaje, es el proceso que conduce a la obtención del producto o mensaje, incluye un performance que es igual al

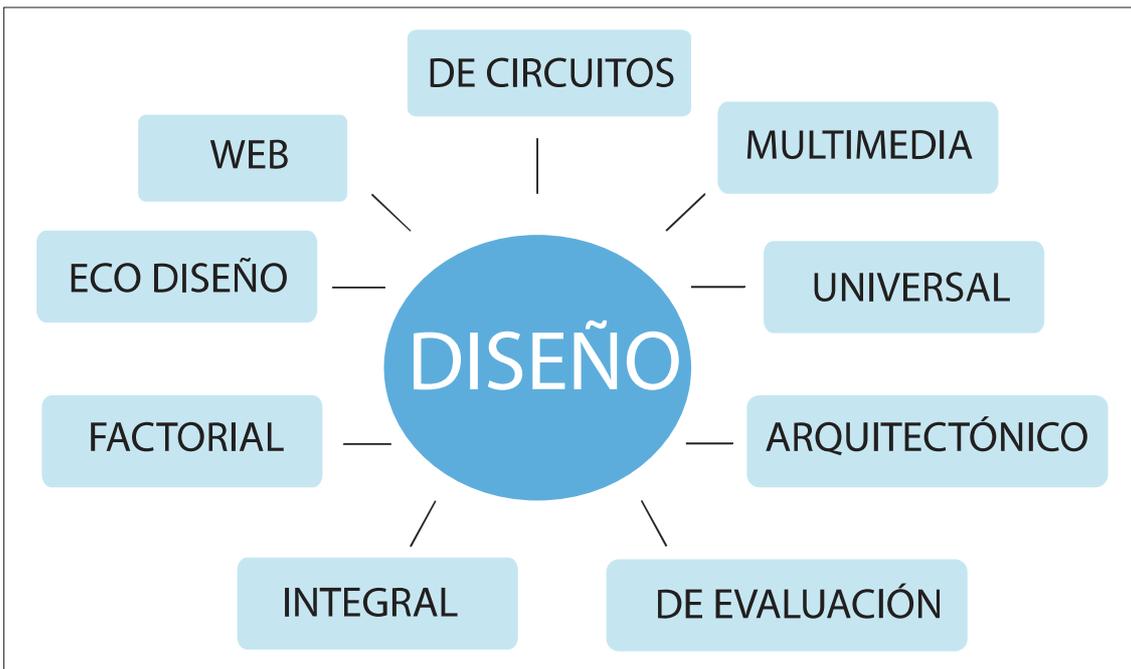
proyecto. Es una expresión planificada de un propósito basado en el proceso iterativo que es: regresar al inicio del proceso o alternativamente a las etapas intermedias hasta conseguir la consistencia de la solución. (Ver Anexo 14).



2.1.2 Tipos de Diseño

El campo del diseño es ilimitado, es parte de la industria, comercio, cultura, educación, marketing, comunicación visual, audiovisual, envases, embalajes, investigación y departamentos de comunicación.

FRASCARA sustenta, la ramificación de diferentes tipos de diseño de acuerdo a su aplicación, como a continuación se manifiesta:



Cada uno de estos tipos de diseño guardan características específicas dentro de sus área de aplicación y de la misma manera engloban diversos otros tipos de diseño en base de sus necesidades.

2.1.3 Diseño Gráfico

2.1.3.1 Definición de Diseño Gráfico

Todo diseño es parte de un modelo de códigos, formas y géneros ya existentes que constituyen toda la red del lenguaje visual, y está expuesto a una constante evolución.

“En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que este algo sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser solo estética si no también funcional mientras refleje o guíe el gusto de su época.”(Wong, 2002, p.40)

2.1.4 El Diseñador

El diseñador es el eslabón entre el emisor (que puede ser un individuo, una empresa o una institución, con unas necesidades de comunicación) y un público más o menos amplio. Se trata de crear, elegir, organizar y disponer toda la información para la visualización de textos, gráficos, sonido e, incluso, el espacio en blanco empleado para comunicar un mensaje.

El diseñador es el enlace que da forma visual a la comunicación, dotándolo de atractivo estético y funcionalidad buscando que la utilización que el hombre haga de los objetos sea lo más sencillo y fácil posible.

“En la profesión de diseñador el saber pensar es lo que establece la diferencia con la simple habilidad técnica. Es la diferencia entre ser diseñador y ser un

profesional gráfico. Es la diferencia entre manipular habilidosamente el color y la forma, la letra y el espacio, y estar capacitado para desarrollar estrategias de comunicación interpretando las necesidades de la sociedad.” (Piazza, 2006, p.11)

Se puede concluir que el diseñador gráfico es el profesional que se capacitó para crear comunicaciones visuales, donde el valor estético y estructural toma un eje importante en su desarrollo.

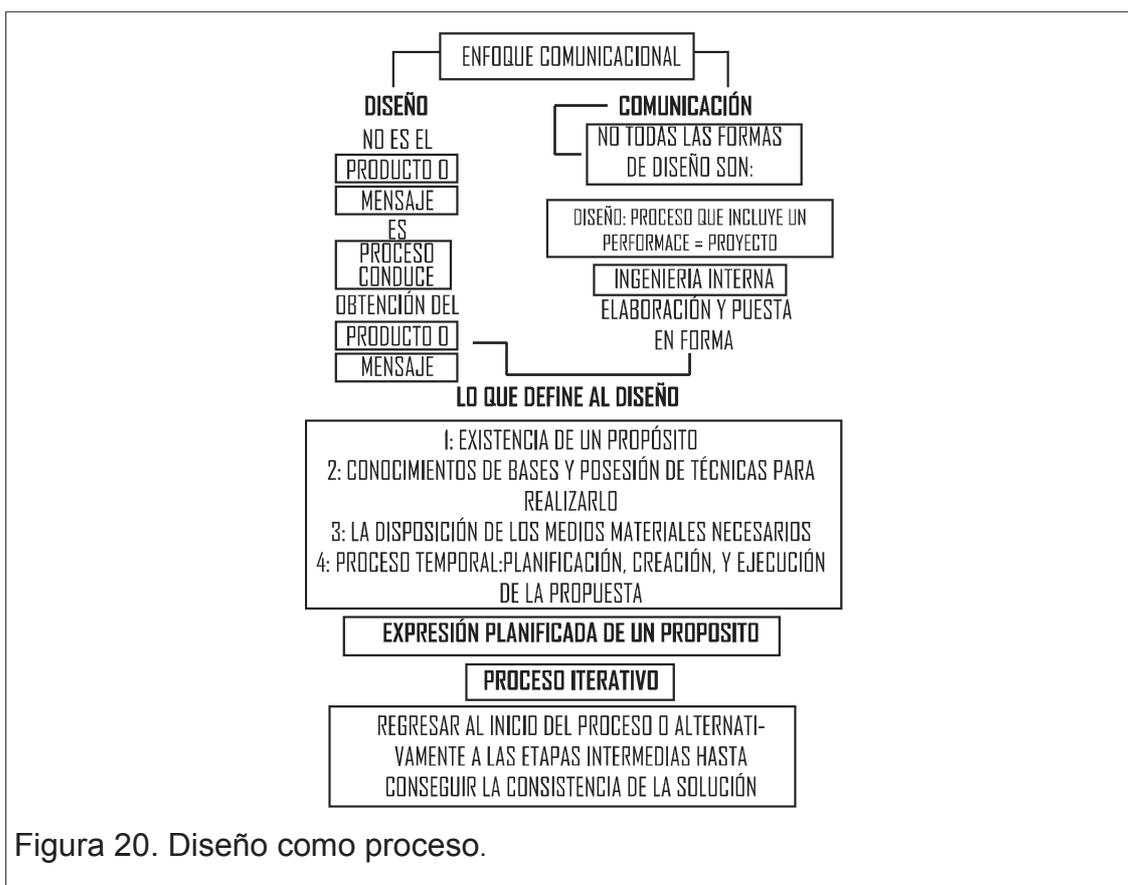


Figura 20. Diseño como proceso.

2.2 Identidad e Imagen Corporativa

2.2.1 Definición de Identidad

La identidad corporativa es un instrumento fundamental en la estrategia de la empresa y de su competitividad. Los diferentes conceptos que se tiene sobre la identidad corporativa en donde se lo vincula con los programas de diseño gráfico.

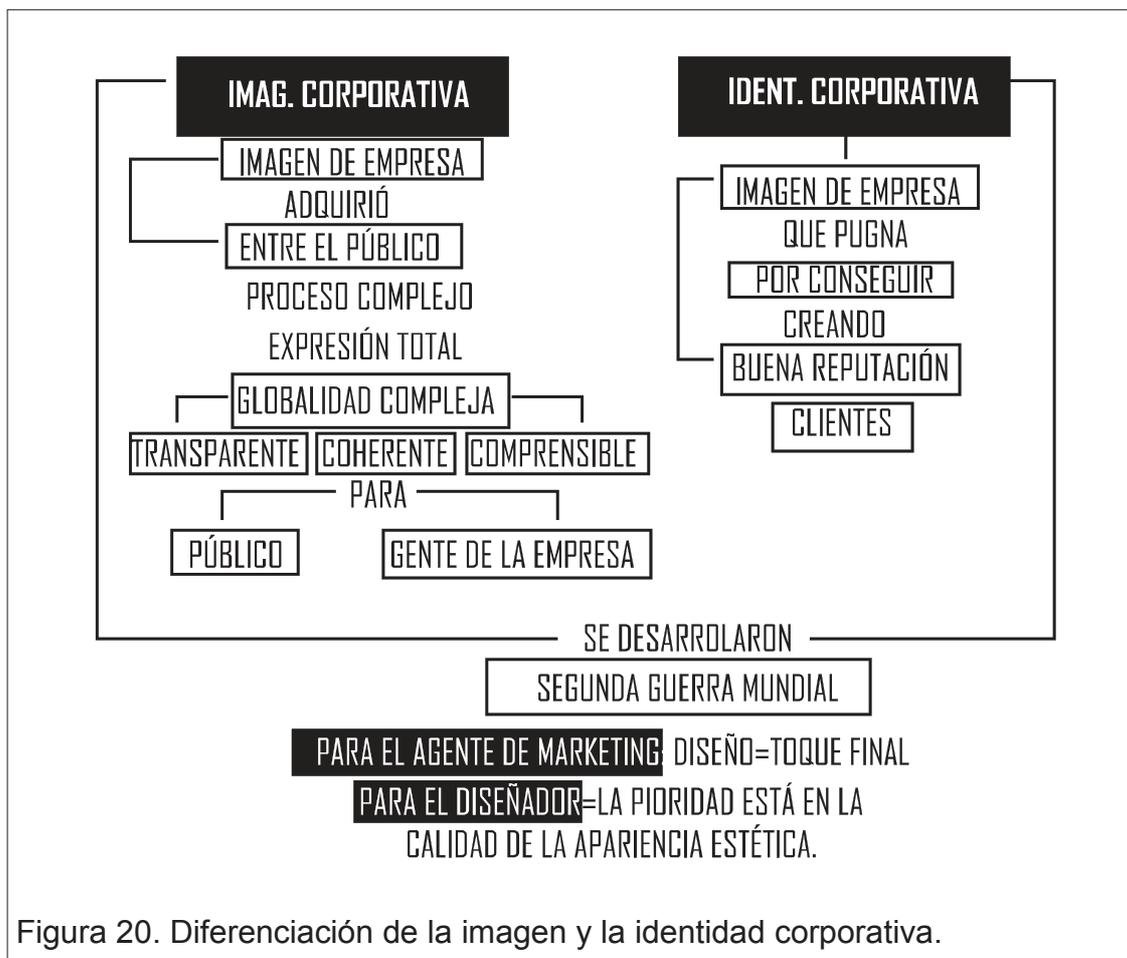


Figura 20. Diferenciación de la imagen y la identidad corporativa.

La identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir, facilitar el reconocimiento y la recordación a una empresa u organización de las demás. (Costa, 1997, p.15)

El componente principal de la identidad de una empresa es el distintivo con el cual se hace conocer. Bajo este principio la identidad para las empresas contiene cuatro parámetros que el autor Joan COSTA manifiesta a continuación:

- ¿Quién es?
- ¿Qué hace?
- ¿Cómo lo hace?
- ¿Cómo lo comunica?

Estos cuatro parámetros permitirán encontrar la imagen real de la empresa. Así lo plantea COSTA:

“No hay imagen sin identidad, pues la primera es un reflejo de la segunda que siempre la precede. Tampoco hay identidad sin los elementos sensibles que la concretan en la percepción del público. Por eso, comunicar, expresar la identidad por todos los recursos posibles, es constituir la imagen” (Costa, 1997, p.16)

Tabla 8. Expresiones de Identidad.

Identidad cultural	Se conforma por: Misión, Visión y valores y define la conducta de la empresa.
Identidad Verbal	Conformada por el nombre de la empresa que es un signo lingüístico.
Identidad Visual	Abarca las producciones, posesiones, manifestaciones y comunicaciones de la empresa.
Identidad Objetual	Permite que el público reconozca sus objetos tanto por su forma, estilo y estética.
Identidad Ambiental	Parte del ambiente que el público vive y forma parte de la imagen global de la empresa.
Identidad Comunicacional	Mensajes que intentan informar, convencer o seducir al público.

Nota: Para la expresión de la identidad o la construcción de la imagen se recomienda estos seis factores (Costa, 1997, p.15)

Estos ejemplos de identidad son los que van formando la idea general de la empresa, se refiere a los valor intangibles que las personas pueden manifestar

al momento de ser parte de la atención de las empresas. Están dirigidos a cubrir aspectos muy elevados de la complacencia del usuario de manera psicológica.

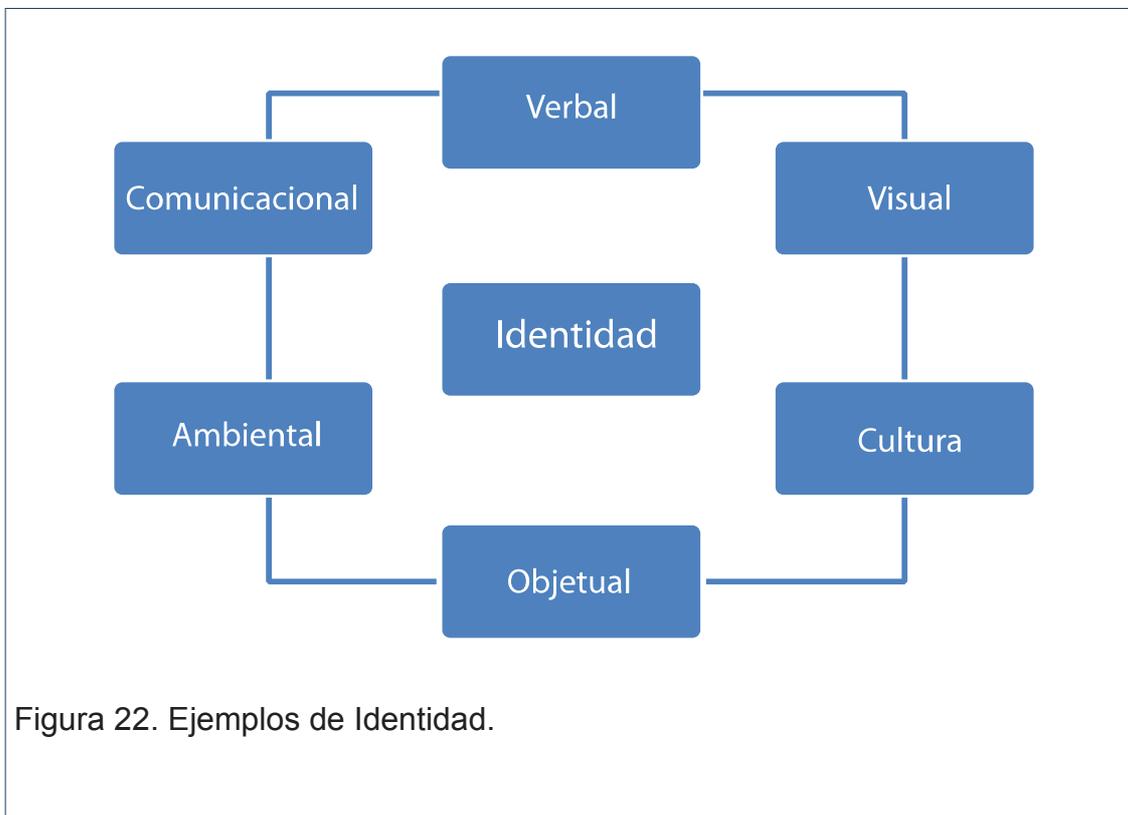


Figura 22. Ejemplos de Identidad.

2.2.2 Diseño de Identidad

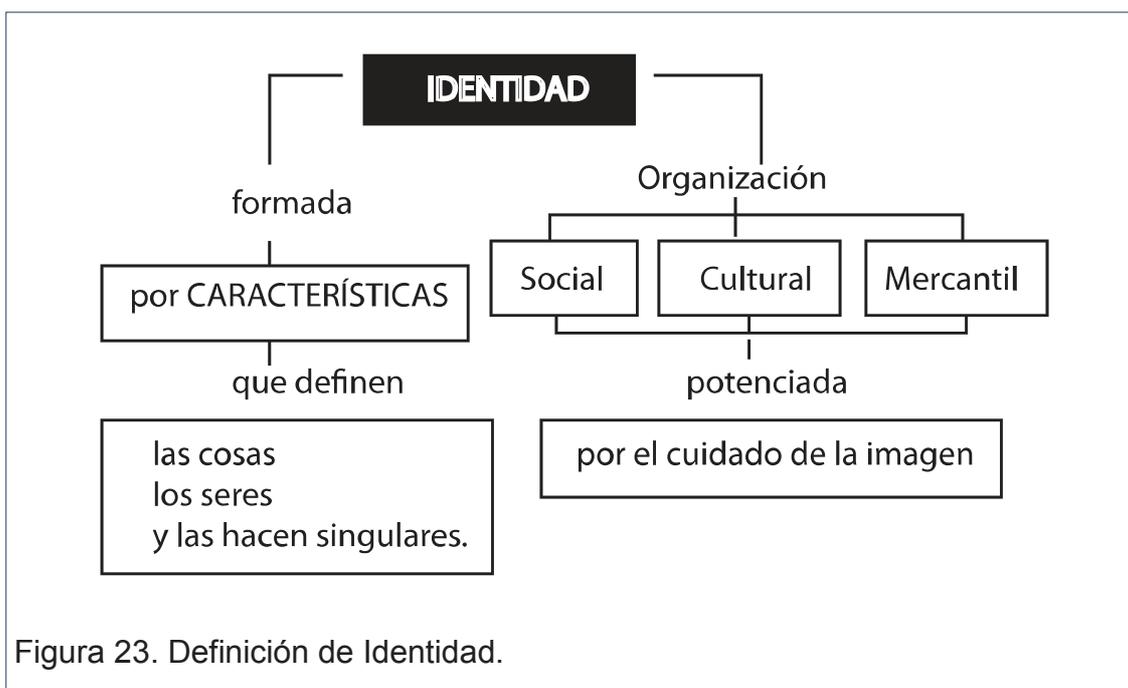


Figura 23. Definición de Identidad.

“Cada cosa esta dotada de unos factores que le son propios y gracias a los cuales las distinguimos y somos capaces de almacenarlas en la memoria. Estos signos de identidad característicos de la cosa, individuo o entidad los hacen, por tanto, reconocibles.”(Vega, 1998, p.1)

2.2.3 Metodología del Diseño de programas de Identidad

Para elabora una metodología del diseño para un programa de identidad corporativa, el diseñador deberá tomar en cuenta cuatro aspectos importantes para su elaboración.

Un programa de identidad corporativa es un sistema de signos que conlleva un código combinatorio y un conjunto de criterios que son estructurantes de la propia identidad. Ello implica la formalización de una normativa precisa para la aplicación del programa en los muy diferentes soportes de comunicación.”
(Costa, 1987, p.80)

Desarrollo de identidad:

- Planificación estratégica y logística del conjunto del trabajo.
- Desarrollo del plan
- Trabajo Gráfico
- Programa Normativo y explicativo.

El diseñador deberá organizar un conjunto de tareas donde la creatividad deberá ir de la mano con la lógica. En donde al diseñar la identidad se lo hace a través de los signos que la designan y de los símbolos que la representan, aplicándolos en el sistema y especificando las reglas para ello.

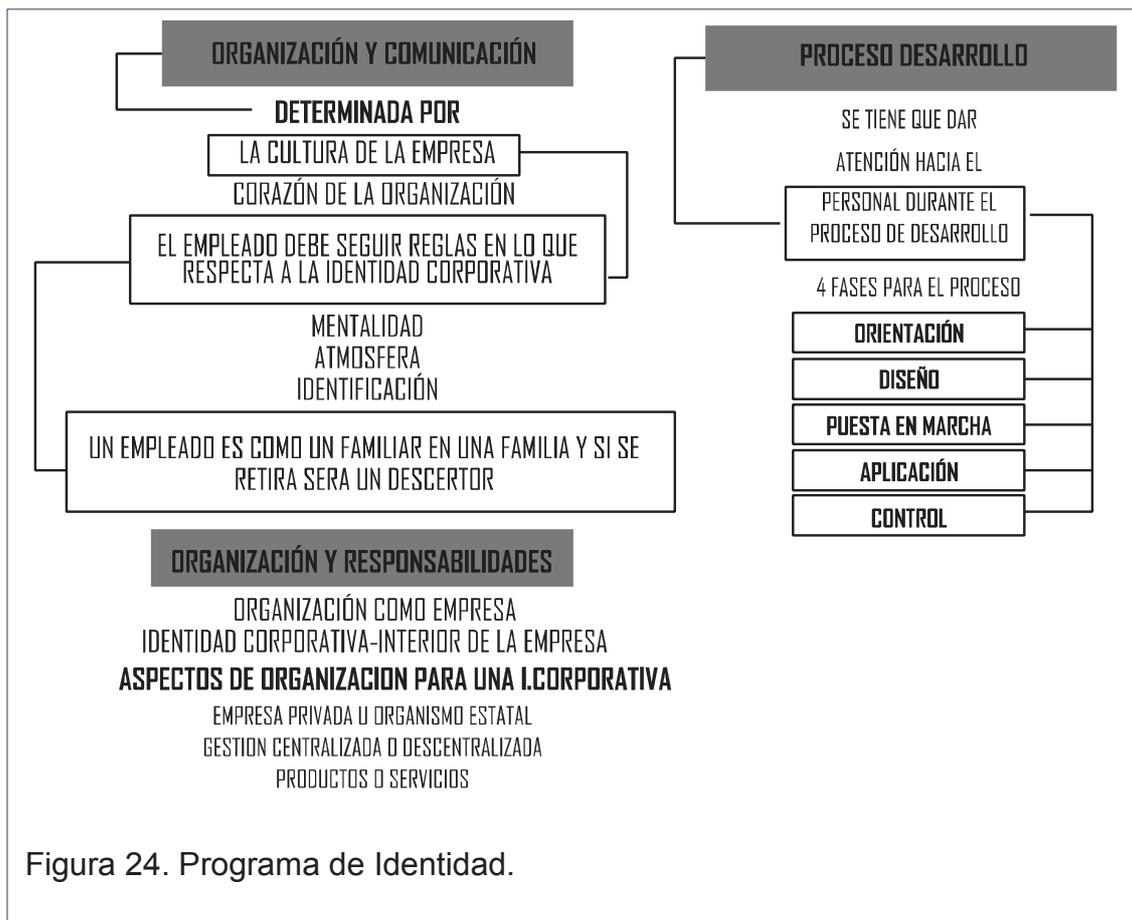


Figura 24. Programa de Identidad.

Los pasos para diseñar un programa de identidad están divididos en dos partes fundamentales que son la planificación y el diseño gráfico. Además el autor COSTA sostiene que para la planificación son necesarios dos subgrupos que son la organización y la elaboración:

- Organización: para la organización se debe obtener toda la información necesaria, seguidamente se designara los equipos de trabajo y finalmente el esquema del proceso del trabajo.
- Elaboración: para la elaboración se debe analizar la información obtenida, así también el cálculo del tiempo y costos, para que así se redacte un informe al cliente, condiciones técnicas y la redacción del manual de identidad corporativa.(Ver anexo 16).

2.2.4 Definición de Imagen Corporativa

Para solventar una idea de imagen se tiene que sostener previamente que ha tenido una serie de confusiones y mal asociaciones dentro del mercado como lo manifiesta el autor DONDIS, la imagen trata de expresar ideas que dentro de su momento de fijación genere la percepción, experiencia e interpretación por el público.

Diferentes autores:

- “La imagen persistente es el fenómeno visual fisiológico que ocurre cuando el ojo humano se ha fijado durante cierto tiempo sobre una información visual cualquiera”. (Dondis, 2012, p.53)
- “En la actualidad es realmente difícil definir qué es la imagen corporativa, puesto que prácticamente todo lo que rodea a una empresa o a un producto puede hacer referencia a su imagen. Un problema de la compañía, un nuevo lanzamiento, un público objetivo diferente... pueden hacer variar la imagen que se tiene de las misma.” (Sánchez y pintado, 2009, p.20)
- “Definimos la imagen corporativa como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización”. (Caproti, 1999, p.22)



Figura 24. Definición de Imagen Corporativa.

2.2.4.1 Estructura de la Imagen Corporativa

Esta medida estructural también se sustenta dentro de dos factores que lo hacen necesario: Estructuración mental de la organización, “son atributos o rasgos que se atribuyen a una empresa”. Se los manifiesta como valores conductuales que los agentes internos desean transmitir a sus públicos referenciales. Y la estructuración que forman los públicos, son las bases o recursos humanos existentes dentro de las organizaciones, personas que desarrollan roles determinados interpretando y refiriendo a la empresa de manera particular.

Finalmente hay que señalar que todos los componentes relacionados a una empresa generan imagen corporativa, de tal forma que cada uno de estos elementos influye el uno sobre el otro, por tanto se debe buscar la coherencia entre ellas para generar una comunicación eficiente.(Ver anexo17).

2.2.4.2 Funciones de la Imagen Corporativa

COSTA dice que una buena política de comunicaciones y de imagen dará como resultado la optimización de su potencial global.

Funciones principales según el autor COSTA:

- 1) Destacar la verdadera identidad de la empresa.
- 2) Transmitir notoriedad y prestigio.
- 3) Reflejar la auténtica importancia y dimensión de la empresa.
- 4) Reducir el número de mensajes involuntarios.
- 5) Atraer la predisposición del mercado de capitales.
- 6) Mejorar la actitud y el rendimiento del personal.
- 7) Mejorar la calidad de los directivos futuros.
- 8) Lanzar nuevos servicios o productos.
- 9) Adquirir nuevos mercados
- 10) Relanzar las ventas
- 11) Reforzar el rendimiento de la publicidad
- 12) Optimizar el potencial comercial
- 13) Conseguir una opinión pública favorable
- 14) Reflejar la evolución de la empresa
- 15) Organizar el futuro

CAPITULO III

3.1 Diseño Industrial

Se define como la disciplina orientada a la creación y desarrollo de productos de uso industrial (pudiendo ser producidos en serie y gran escala). Siendo esta una actividad más del diseño, efectiviza la creatividad y la inventiva.

“El diseño ha pasado de ser considerado como una función poco más que estética a formar parte integral del proceso conceptual y productivo de muchas empresas. En este proceso confluyen especialistas de diferentes áreas de la empresa, de campos tan diversos como el marketing, la ingeniería o los sistemas de información. El diseño no consiste, por tanto, en una actividad puntual y aislada, sino en un conjunto de actividades que pueden y deben gestionarse con metodologías sistemáticas, haciendo uso de las oportunidades que ofrece el entorno en cuanto a tecnología y capacidad creativa.” (Carballo, 2007, p.4)

Gracias al aporte del diseño, el hombre ha podido evolucionar y satisfacer sus bastas necesidades. El diseño siempre supone plasmar el pensamiento mediante bocetos gráficos y esquemas que pueden ser trazados en varios soportes.

“La mayoría de los productos que se encuentran en el mercado tienen formas estéticas atractivas. En el momento que se quiere entrar a competir con un producto de igual calidad, precio similar y que presta una misma función, juega un papel muy importante la Forma o diseño del producto.” (Plata, 2008, p.11)

Según el Autor Bernd Löbach define el Diseño industrial:

“Por diseño industrial se puede entender toda actividad que tiende a transformar en un producto industrial de posible fabricación las ideas para la satisfacción de determinadas necesidades de un grupo.” (Löbach, 1981, p.14).

3.2 Señalética

3.1.1 Definición

Las imágenes constituyen un medio de entendimiento indispensable para comunicar de manera visual complejos materiales, hasta el grado de que ya existen grandes y útiles sistemas con reconocimiento universal. Por ello, es importante mencionar que los sistemas visuales en las áreas de concentración masiva turística resultan imprescindibles para la identificación, localización y orientación tanto de áreas ecológicas recreativas como de servicios.

La señalética es parte de un lenguaje visual compuesto por símbolos, íconos, y signos gráficos, este lenguaje visual es llamado “Comunicación visual”. El diseño de un sistema Señalético hace necesario conocer primeramente la definición y conceptualización de la señalética, sus finalidades y características, para de esta forma fundamentar de manera correcta la propuesta.

“Señalética es una disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos en los lugares donde se prestan servicios.” (Costa, 2005, p.99)

La señalética no tiene nada que ver con la señalización urbana y vial, que es un problema resuelto (aunque no siempre bien resuelto), desde el punto de vista del diseño, y homologado internacionalmente por medio de convenios entre países, para el control del tráfico y la seguridad vial. Por el contrario, y tal como he definido en otro lugar, señalética es una parte de la nueva ciencia de la comunicación ambiental que tiene por objeto hacer inteligibles los espacios de acción de los individuos, sobre todo en el mundo de los servicios y donde cada caso y cada espacio es diferente.

- **Tabla 9.** Características de la Señalética.

• Regula flujos de humanos y motorizados en el espacio exterior.
• Sistema determinante de conductas.
• El sistema es universal y esta creado como tal.
• Las señales preexisten a los problemas itinerarios.
• Las señales son materialmente organizadas, homologadas y se encuentran disponibles.
• Aporta al entorno factores de uniformidad. No influye en la imagen del entorno.
• Identifica, regula y facilita los servicios requeridos por los individuos.
• Los sistemas señaléticos son creados o adaptados en cada caso particular.
• Utiliza códigos de lectura conocidos por los usuarios estos no necesariamente tienen que ser universales, pueden ser locales.
• Las señales son unificadas y producidas especialmente.
• Se atiende a las características del entorno.
• Refuerza la imagen pública o de marca

Nota: Para poder construir una señalética es conveniente que se realice un estudio dentro del entorno, se podría modificar elementos propios del sistema pero no universales en el lenguaje propio de la señalética. Tomado de: (Costa, 2005, Pág. 104.)

3.3 Normativas Generales para la señalización

3.3.1 Normativas Señaléticas del Ministerio de Turismo

Las décadas de desarrollo de esta ciencia han logrado perfeccionar adicionalmente un sistema de códigos cromáticos de efectividad comprobada, hasta llegar a la aceptación mundial del mismo; y el Ecuador no es la excepción, por ello, ha sido incorporado al sistema nacional de la normativa INEN.

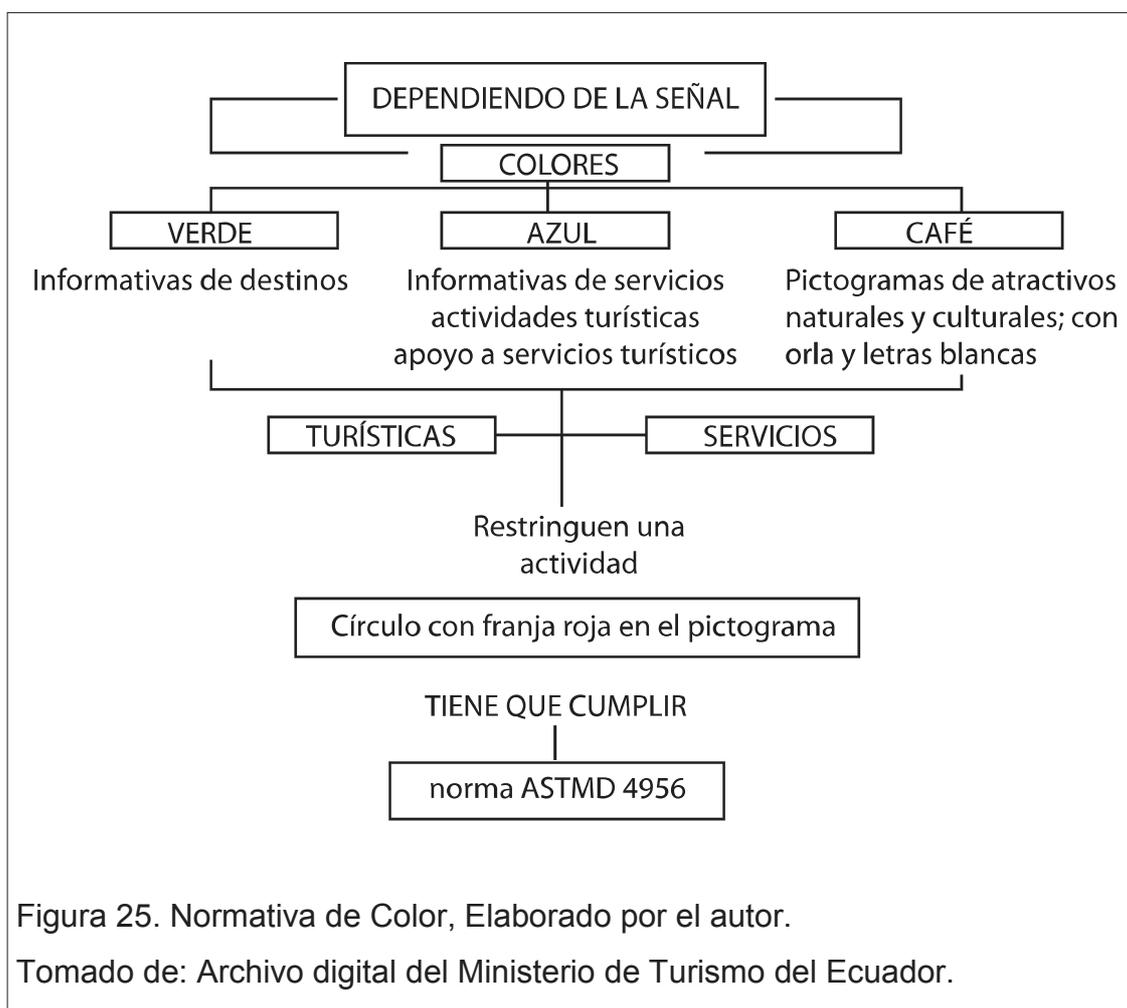


Figura 25. Normativa de Color, Elaborado por el autor.

Tomado de: Archivo digital del Ministerio de Turismo del Ecuador.

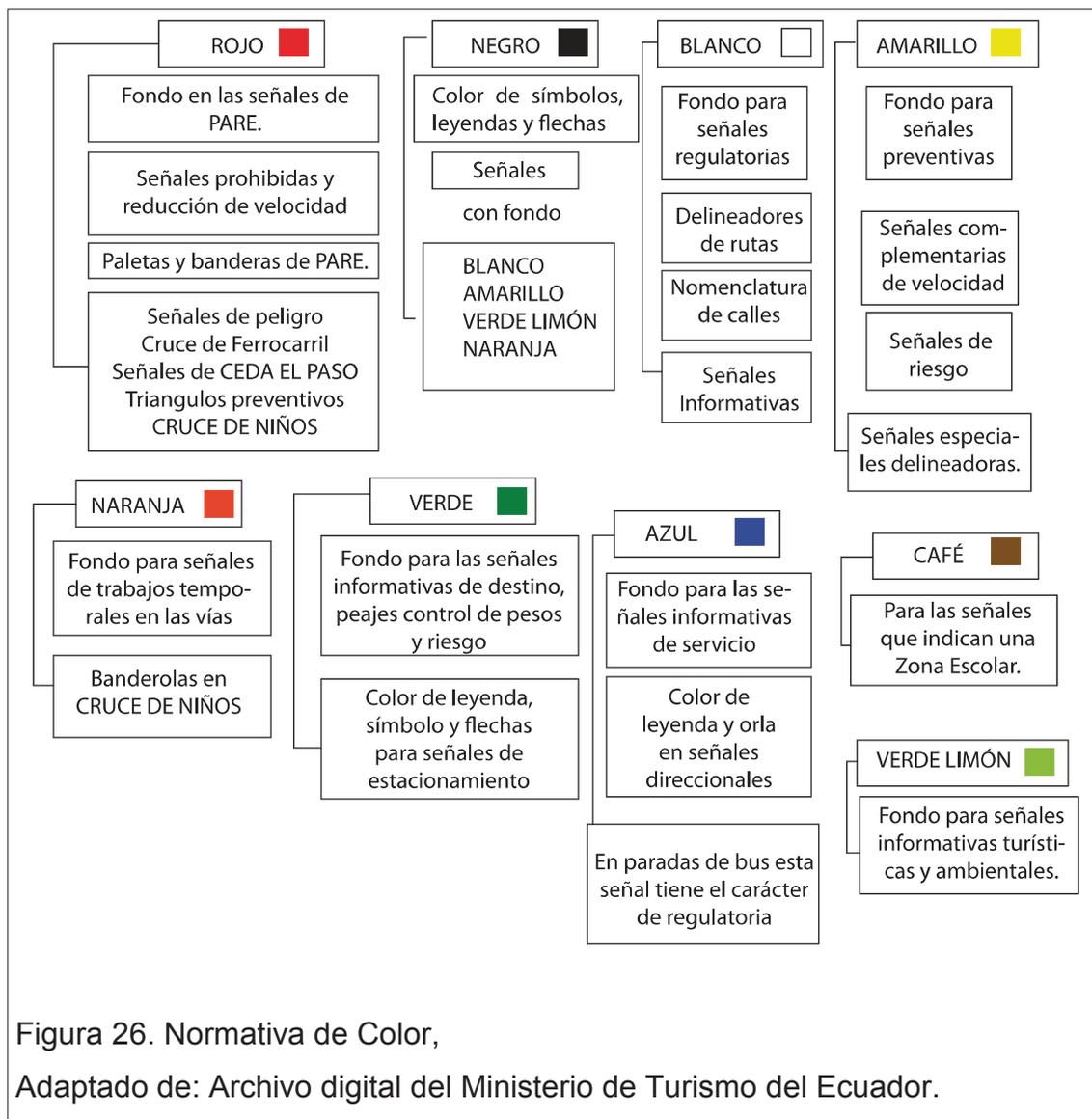
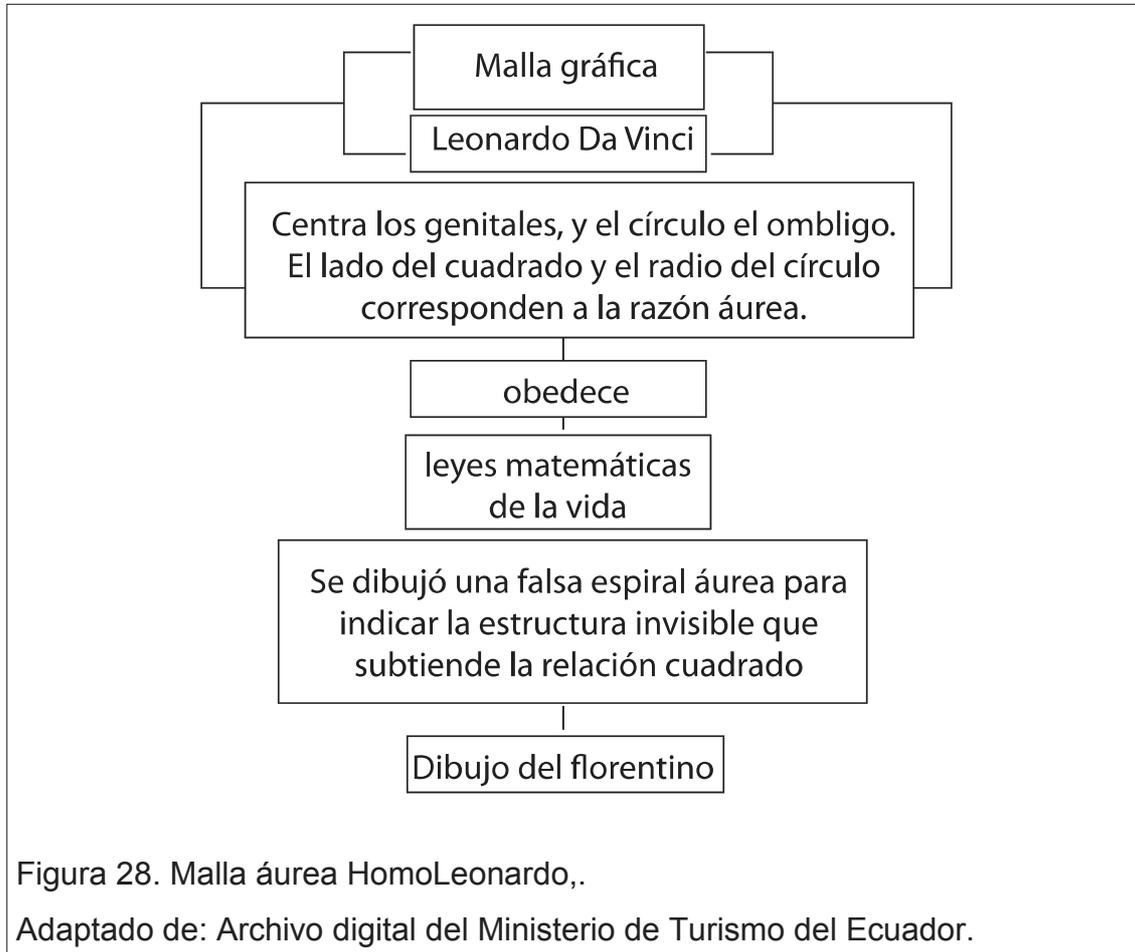


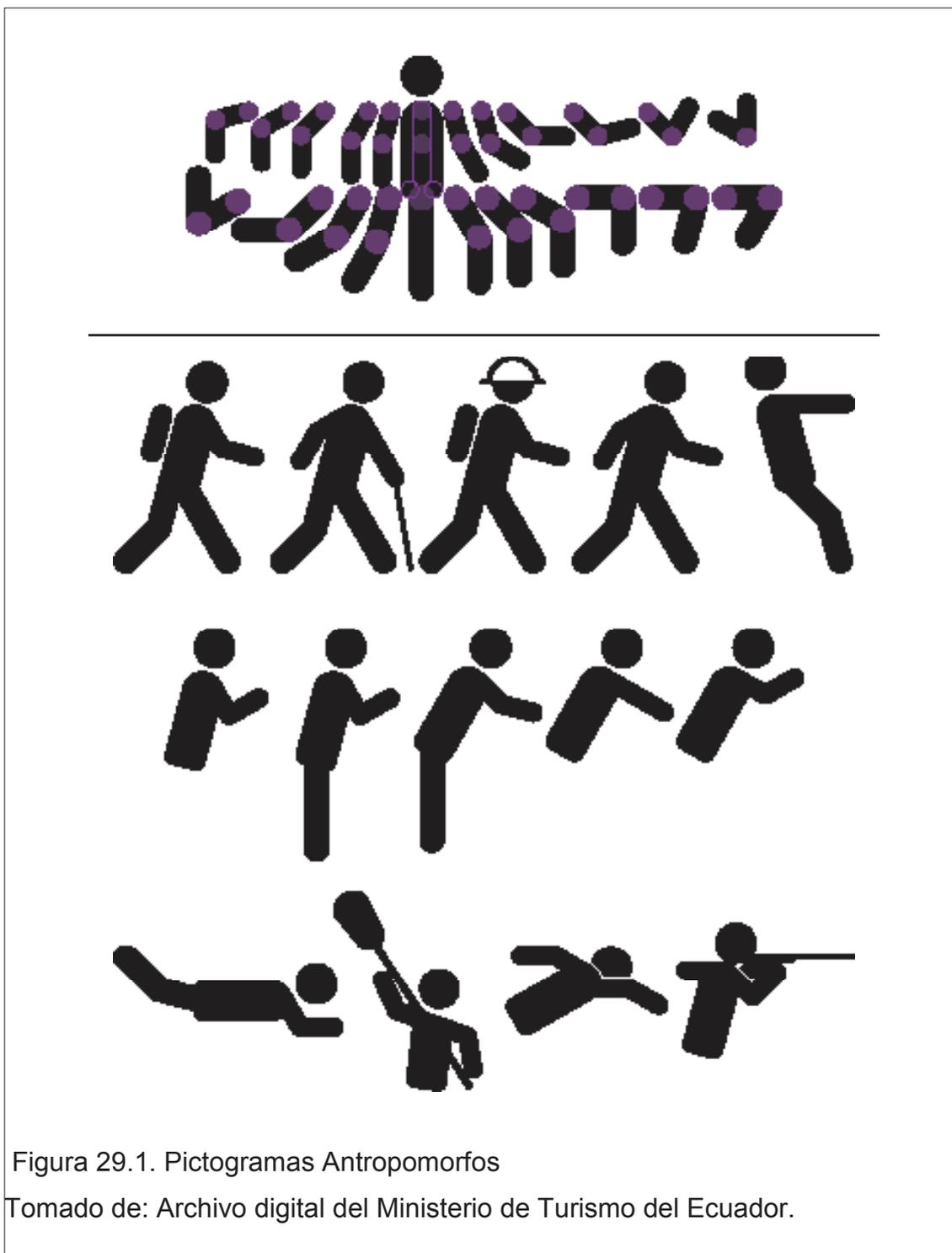
Tabla 10. Estudio de la Silueta Antropomorfa (Homo Leonardo)

<ul style="list-style-type: none"> • En este dibujo Leonardo innova en la técnica del dibujo
<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de formas
<ul style="list-style-type: none"> • Investigación
<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta personal de interpretación
<ul style="list-style-type: none"> • Incorporando la sección de oro en la relación de los dos centros de las dos Figuras euclídeanas

Esta figura no nos provee de una ventana; fue dibujada a lápiz y tinta (35 x 25 cms.) en un pequeño papel de cuaderno, y sin márgenes métricos adicionales descritos.







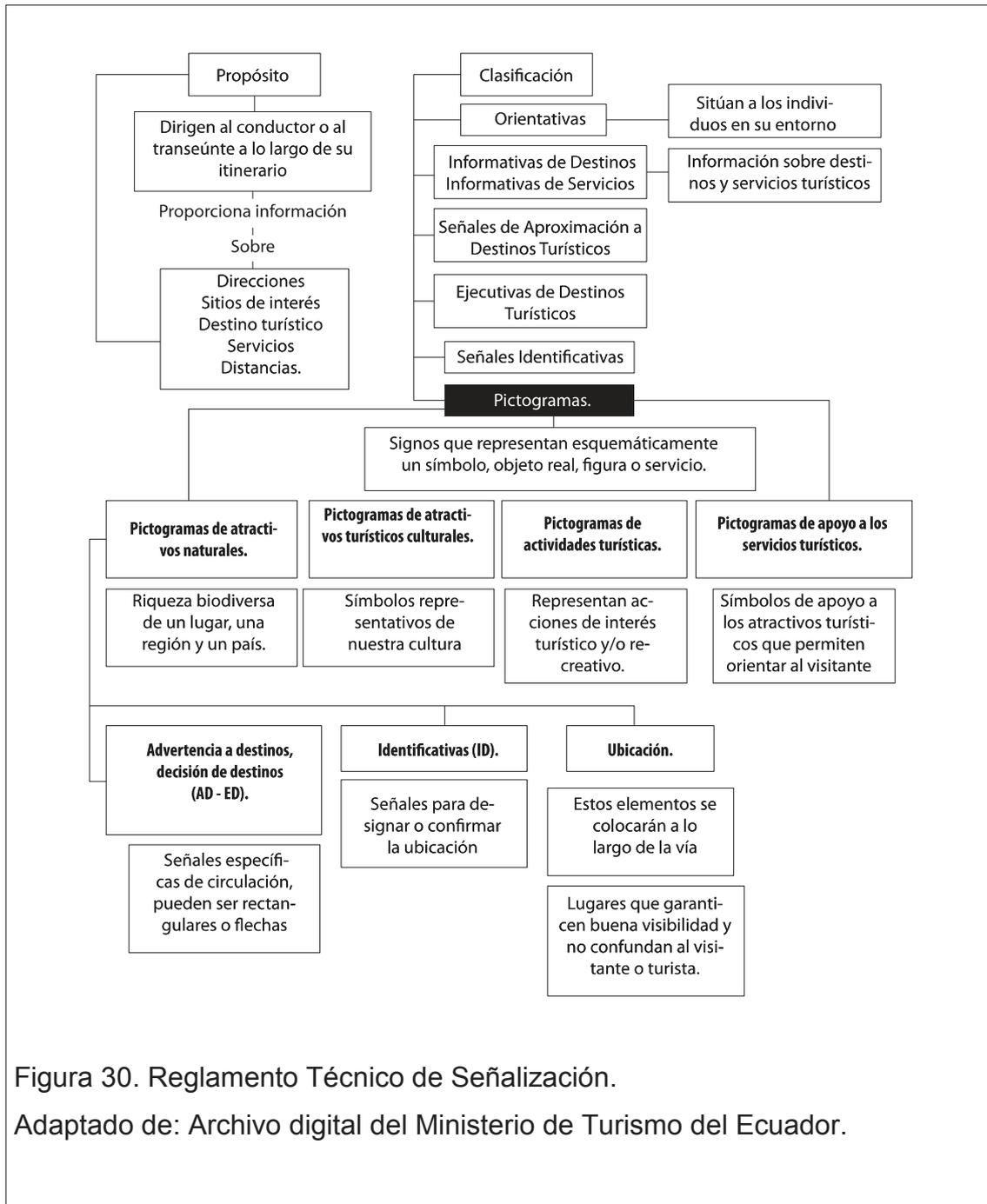


Figura 30. Reglamento Técnico de Señalización.

Adaptado de: Archivo digital del Ministerio de Turismo del Ecuador.

Tabla 11. Normativa Técnica de Aplicación.

<p>1. El Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1,3 y 4. Establece los parámetros y normativas que se aplicarán y que se encuentran vigentes en el territorio nacional.</p>
<p>2. Se debe prever la instalación de señalización encaminada a brindar facilidades a las personas con discapacidad en el país. Y cumplir con el RTE INEN 042 Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico.</p>

Nota: Se deberá solicitar al Ministerio de Turismo la conceptualización y desarrollo de algún pictograma, quien deberá poner a consideración del INEN para su respectiva aprobación. Tomado de: Manual de Señalización Turístico, Archivo digital del Ministerio de Turismo. Quito, Ecuador.

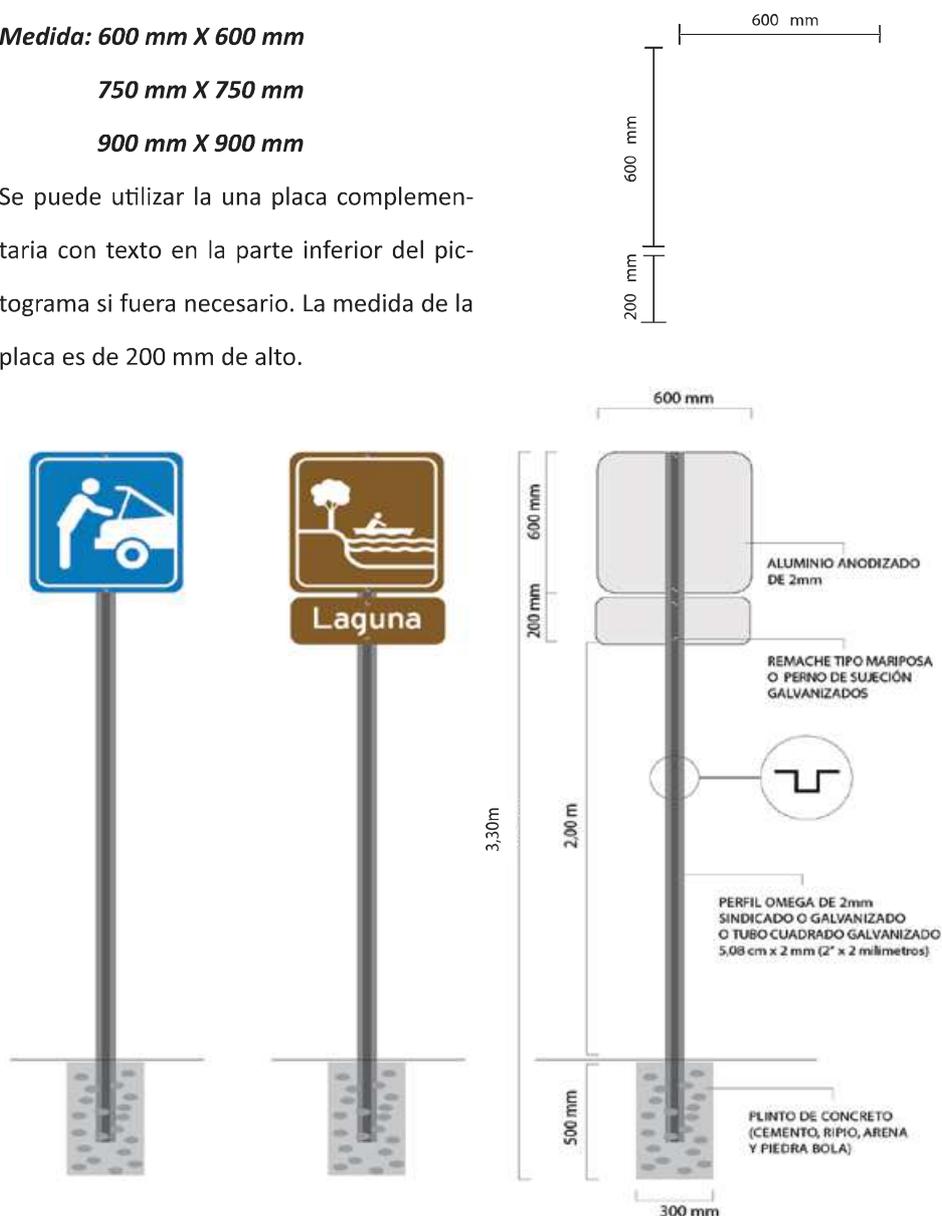
Pictograma con poste

Medida: 600 mm X 600 mm

750 mm X 750 mm

900 mm X 900 mm

Se puede utilizar la una placa complementaria con texto en la parte inferior del pictograma si fuera necesario. La medida de la placa es de 200 mm de alto.



Para el caso de los otros letreros de mayor tamaño se utilizaran dos tubos galvanizados, uno a cada lado de la señal. En tubo cuadrado de 50,8 mm x 2 mm de espesor, de mínimo 3,00 m. de longitud.

- Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2,00 m los tubos

Nota: Deben cumplir con la norma NTE INEN 2415 Tubos de Acero al carbono soldados para aplicaciones estructurales y usos generales. Requisitos.

Figura 31. Reglamento Técnico de Señalización.

Tomado de: Archivo digital del Ministerio de Turismo del Ecuador.

3.3.2 Normativas Señaléticas del Municipio de Quito

Tabla 11. Requisitos para la autorización de la publicidad exterior

<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
<ul style="list-style-type: none"> • Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar
<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño del elemento cumple con la normativa;
<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano respecto de que la publicidad a ser instalada no afecta proyecto municipal alguno
<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico favorable de la Administración Zonal respectiva de que la publicidad a instalarse se ajusta al máximo de dimensiones permitidas por la ordenanza y cumple con la distancia mínima entre vallas, entre carteleras o entre vallas y carteleras publicitarias,
<ul style="list-style-type: none"> • Informe de la Administración Zonal, de las garantías que debe rendir el administrado por el cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, fenecido el término de la licencia o por haberse dispuesto su revocatoria;
<ul style="list-style-type: none"> • Forma de pago o compensación de la regalía por el uso del espacio público, garantía por cumplimiento de las obligaciones adquiridas y seguro por daños a terceros;
<ul style="list-style-type: none"> • El compromiso de mantenimiento del área de implantación y el área circundante en el radio de seis metros y el desmontaje de la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario al vencimiento del plazo del permiso o de su revocatoria;
<ul style="list-style-type: none"> • La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

Tomado de:Manual de la Ordenanza Metropolitana 0186 de la Publicidad Exterior. Quito, Ecuador.

Tabla 12. Instalación de señalización informativa de tránsito o turística.

<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito
<ul style="list-style-type: none"> • Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño de la publicidad cumple con la normativa;
<ul style="list-style-type: none"> • Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano, que la información a ser instalada no afecta ningún proyecto municipal;
<ul style="list-style-type: none"> • La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

Nota: Para la instalación de señalización informativa turística, se deberá solicitar al Municipio los requisitos mencionados en las tablas anteriores. Tomado de: Manual de la Ordenanza Metropolitana 0186 de la Publicidad Exterior. Quito, Ecuador.

Art. II. 244 / Prohibiciones Generales

- Ruido y desorden público.
- Bebidas alcohólicas, tabacos.
- Señalización de tránsito.

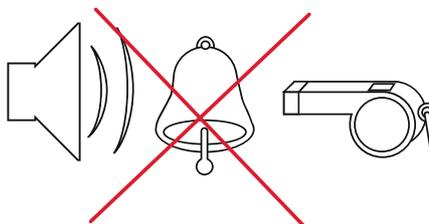
Se prohíbe con carácter general:

1.- La publicidad exterior que por sus características o efectos sea susceptible de producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público;



Se prohíbe con carácter general:

6.- La publicidad exterior fija y móvil a través de dispositivos sonoros tales como campanas, parlantes, altavoces, silbatos, sirenas y otros similares;



Se prohíbe con carácter general:

5.- La publicidad de bebidas alcohólicas, de tabaco y toda aquella que contravenga lo dispuesto en el Reglamento a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;



Se prohíbe con carácter general:

7.- La señalización de tránsito que contenga publicidad;



Figura 32. Prohibiciones Generales.

Tomado de: Archivo digital del Manual de la Ordenanza Metropolitana 0186 de la Publicidad Exterior. Quito, Ecuador.

CAPITULO IV

4.1 Metodología

Previo a la elaboración del proyecto se recolectó información en el Municipio del Cantón Rumiñahui, en el área de planificación y turismo, se analizó e investigó acerca de las necesidades del parque Santa Clara.

Se identificó la situación actual y las falencias de diseño a través de la observación e investigación de campo en el parque Santa Clara, Municipio de Quito, parques de la ciudad. Se obtuvo imágenes fotográficas de toda la superficie del parque de Santa Clara y sus alrededores para registrar falencias existentes.



Figura 33. Centro de gestión de la Movilidad del Municipio de Quito.



Figura 33. Gerencia de Espacio Público del Municipio de Quito. Fotografía Tomada por Autor.

4.1.1 Técnicas de Investigación:

4.1.1.1 Observación

Se usará la observación estructurada y se organizará toda la información recolectada en tablas de registro. La observación será indirecta ya que se obtendrá conclusiones luego de analizar antecedentes y fuentes ya determinadas dentro del estudio.

4.1.1.2 Documentación

Para el desarrollo del proyecto en el marco teórico de esta investigación se realizó búsquedas bibliográficas sobre los temas necesitados en la biblioteca

del cantón Rumiñahui, búsquedas adicionales en páginas web y documentos proporcionados por el Municipio de Quito.

4.1.1.3 Diálogo

Se utilizó el dialogo para obtener información adicional a la bibliografía. Se aplicó el diálogo a turistas, pobladores del sector y miembros del municipio encargados en el área de planificación del Municipio del Cantón Rumiñahui.

4.1.2 Estimación de Parámetros

La población determinada para la ejecución del proyecto de identidad corporativa y señalética para el Parque de Santa Clara son los pobladores del sector y el target que manejamos en todo el proyecto del parque. (Personas que asisten al Programa Sesenta y Piquito del Municipio, skaters o patinadores del parque La Carolina, escaladores de la concentración deportiva de Pichincha). Por ende, esta es la población con la que se llevaría a cabo ésta investigación.

Se utilizará un enfoque cualitativo ya que se realizarán entrevistas a los actores de influencia mencionados anteriormente.

La fórmula utilizada es la de población homogénea ya que la característica principal es que los individuos de la población sean los turistas y ciudadanos sin importar otras características específicas de cada uno como el sexo o su clase social.

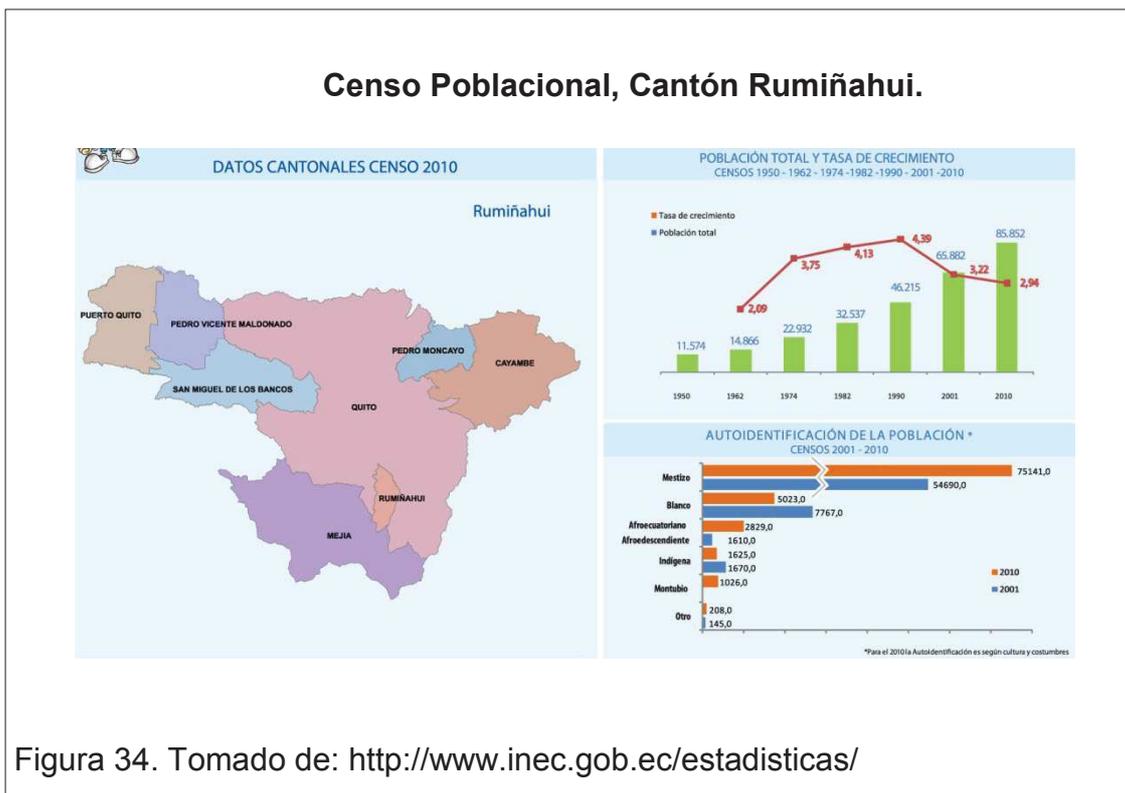


Figura 34. Tomado de: <http://www.inec.gov.ec/estadisticas/>

Según el censo realizado en el año 2010 por el INEC en el Cantón Rumiñahui existen 85.852 habitantes y en el sector del Barrio Santa Clara hay 4.234 habitantes. Para calcular la muestra de la población escogida se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{4.234}{0,0036(4.233) + 1}$$

$$n = \frac{4.234}{1,0152388}$$

$$n = 473 \text{ ENCUESTAS}$$

Redondeando los datos nos indica que el número de encuestas que se deberán realizar es de 473 dentro del área de estudio especificada anteriormente.

4.1.3 Elaboración de los Instrumentos de la Investigación

4.1.3.1 Encuestas (Formato)

PARQUE SANTA CLARA

NOMBRE.....

1. ¿Conoce la ubicación del parque Santa Clara?

SI

NO

2. ¿La primera idea que se le viene al escuchar del parque de Santa Clara?

.....

3. A nivel de identidad ¿Qué cree usted que es lo más representativo en el Cantón Rumiñahui?

Choclo

Colibrí

Otros:

.....

4. ¿Cuál cree usted que son los colores representativos del Cantón?

AMARRILLO

NARANJA

ROJO

MORADO

AZUL VERDE **5. ¿Conoce el LOGOTIPO del cantón Rumiñahui?**SI NO **6. ¿Cree usted que con un LOGOTIPO del parque SANTA CLARA resaltaría la imagen de todo el Cantón?**SI NO

Porque.....

.....

7. ¿Qué actividades conoce usted del Cantón?

Actividades Culturales

Actividades Gastronómicas

Deportes extremos

Fiestas

8. ¿Recomienda al parque como atractivo turístico?SI NO

Porque.....

.....

9. ¿Qué tipo de turismo cree usted que es el más importante en el Cantón?Deportivo Gastronómico Aventura Cultura Ecológico

10. ¿Qué cantidad de atractivos turísticos conoce que existe en el Cantón?

- Muchos
- Suficientes
- Pocos

11. ¿Conoce algún tipo de señalización existente en el parque SANTA CLARA?

- SI
- NO

12. ¿Qué considera usted que hace falta en el parque?

.....

.....

CAPITULO V

5.1 Manual Corporativo de la Marca

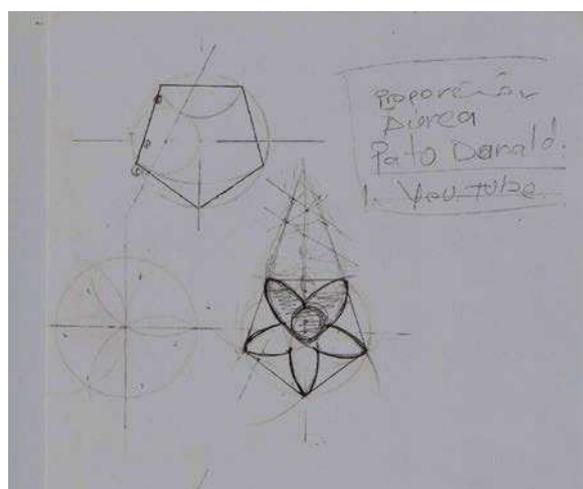
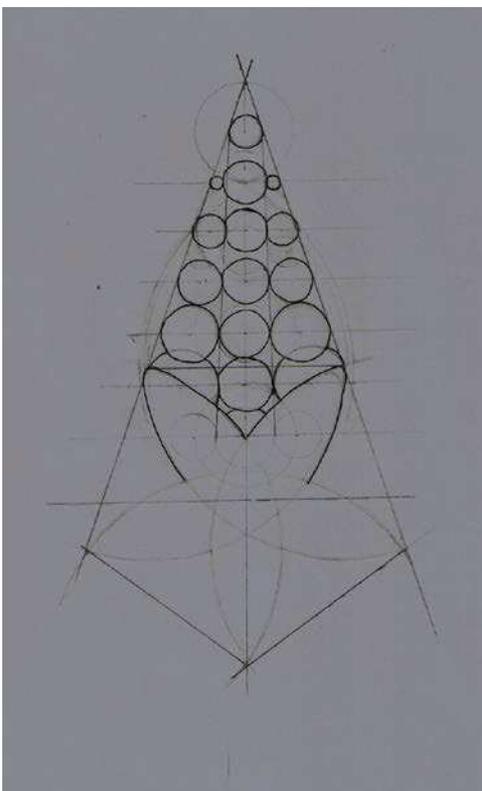
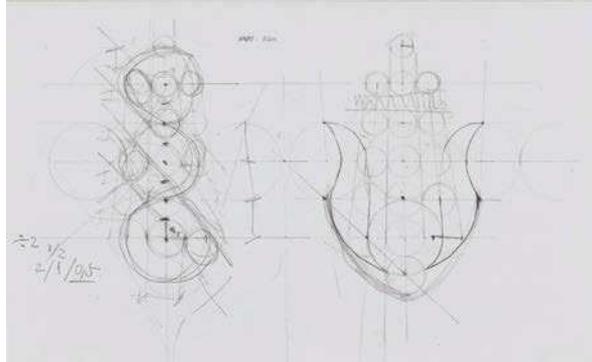
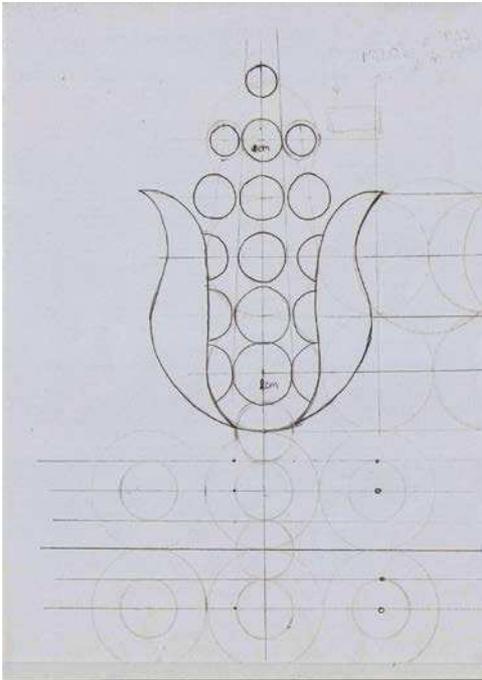
5.1.1 Logotipo

5.1.1.1 Propuesta Inicial



Al inicio del proceso se presentó varias alternativas de diseño en la marca para la imagen del parque en base al conocimiento como diseñador.

5.1.1.2 Evolución del Isotipo



Estructura MODULAR en base al pentágono y distribución de los elementos de cada uno del isotipo. De acuerdo a las tres imágenes en la parte superior.

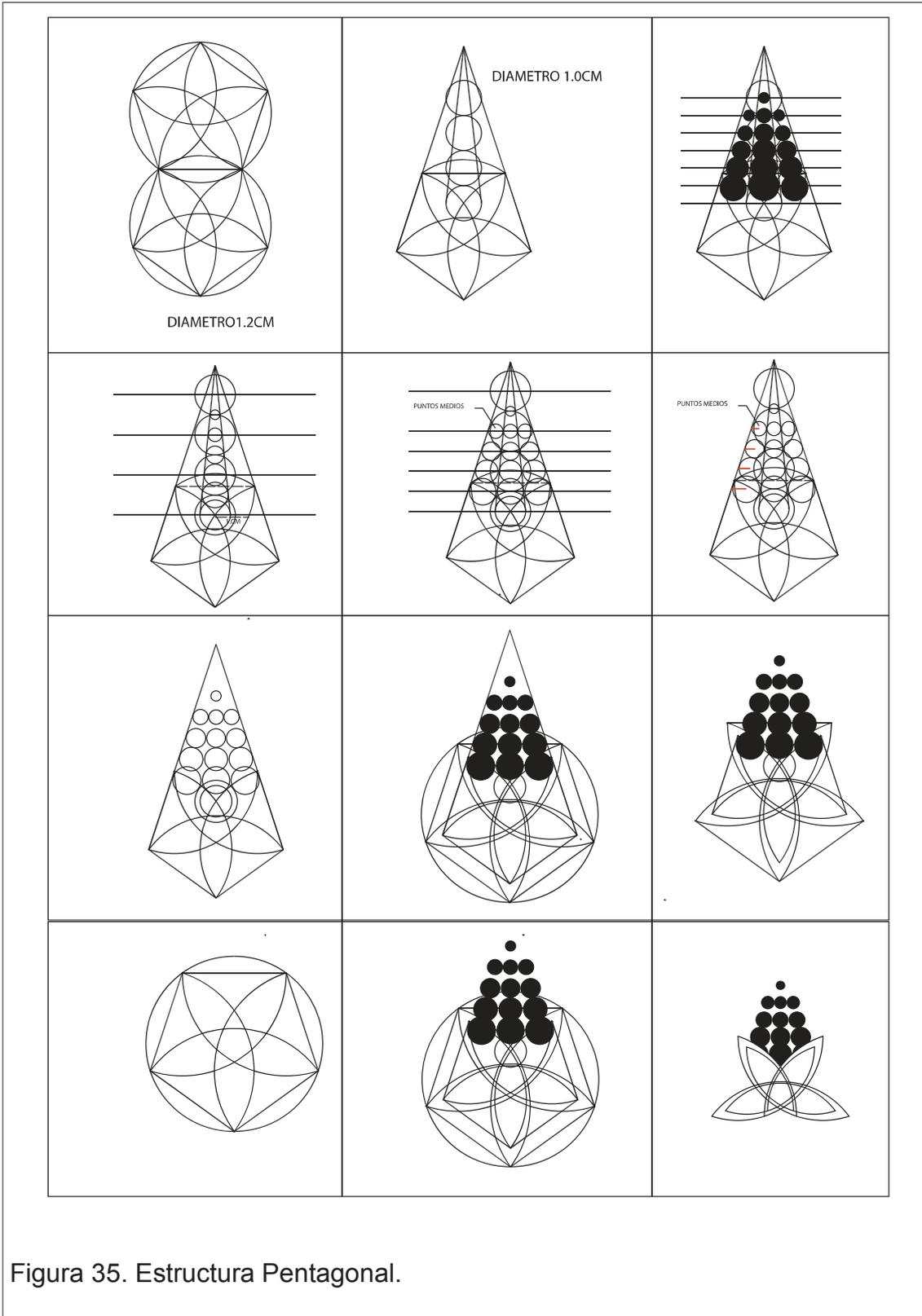
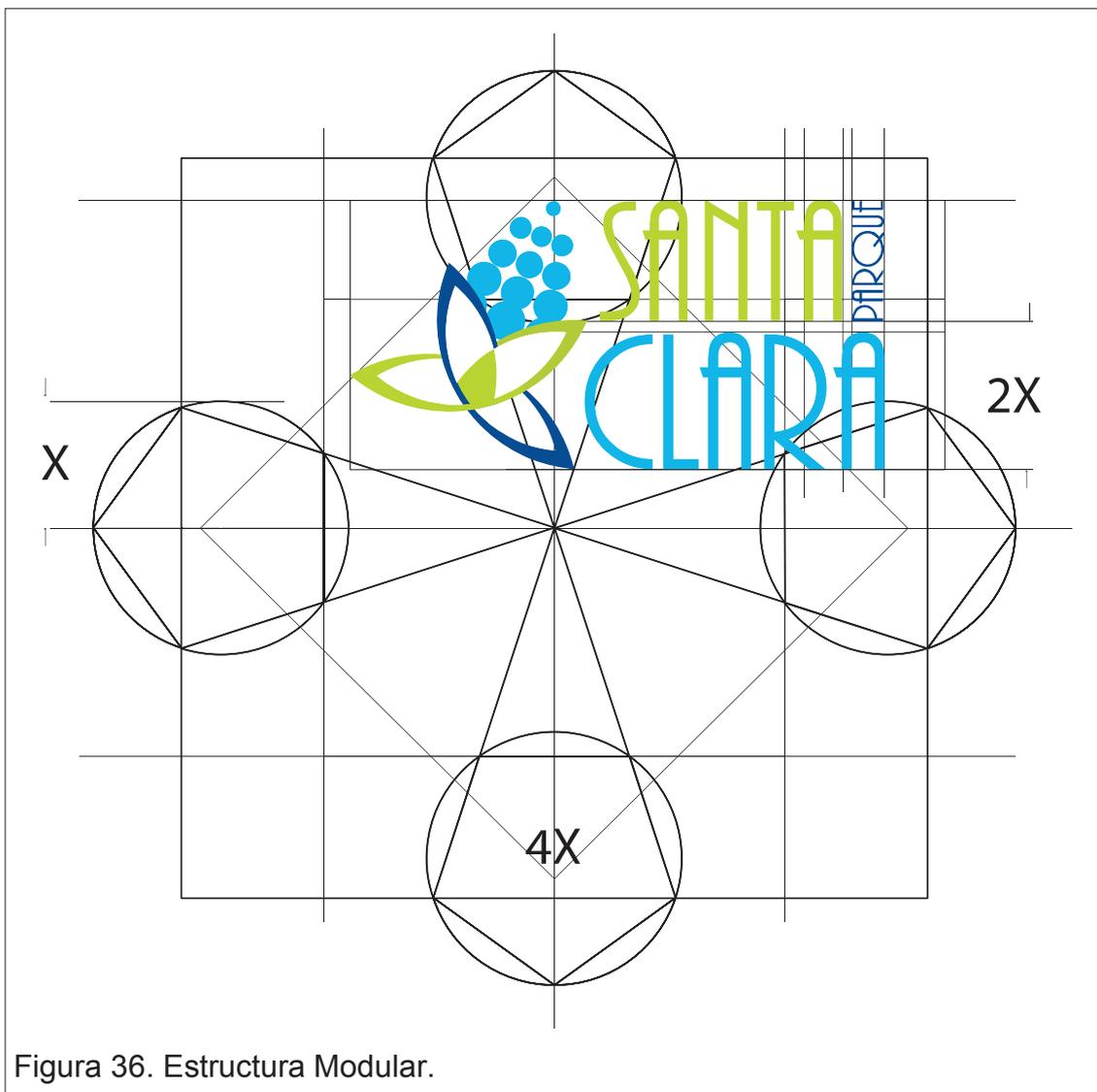


Figura 35. Estructura Pentagonal.

5.1.1.3 Estructura

La estructura está compuesta por módulos partiendo del círculo y sus puntos pentagonales alrededor del centro del módulo principal donde X es el radio del círculo de diámetro 4 cm. Líneas verticales que ayudan a distribuir espacios entre el isotipo y la tipografía.



5.1.1.4 Tipografía

Se eligió la tipografía AIR BONNIE por su claridad, modernidad y buena legibilidad. La tipografía se utiliza en el módulo principal a través de líneas horizontales y verticales respectivamente, dando espacios a las letras y separándola del isotipo.



5.1.1.5 Cromática:

El proceso en el cuál se eligió la cromática fue de selección en base al target del proyecto. (El target que se tomó en cuenta en base fue por datos proporcionados por el Municipio del Cantón Rumiñahui y tomando en cuenta las mayores atracciones que tendrá el parque de Santa Clara).

Se realizó una encuesta para conocer el gusto y apreciación en el logotipo del Parque.

- Personas que asisten al Programa Sesenta y Piquito del Municipio
- Skaters o patinadores del Parque La Carolina
- Escaladores de la Concentración Deportiva de Pichincha.

Análisis de los Actores de Influencia

- Personas del programa sesenta y piquito
(Grupo La armenia y San José del Valle)

El parque contará con un área de circuitos biosaludables dirigido a personas de la tercera edad, es muy importante saber datos relacionados con este target.

- Deportistas que practiquen la escalinata

El parque contará con una torre de escalinata para los deportistas que practiquen este tipo de deporte.

- Deportistas Extremos (Skaters)

También contará con una pista de Skate para la práctica de este deporte extremo



Figura 38. Programa Sesenta y Piquito del Municipio de Quito,

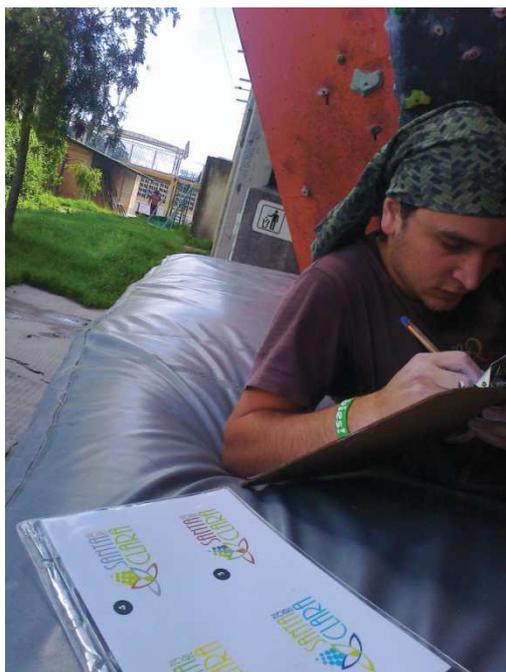


Figura 39. Concentración de la Provincia de Pichincha (Escalada)



Figura 40. Pista Skate (Parque La Carolina)

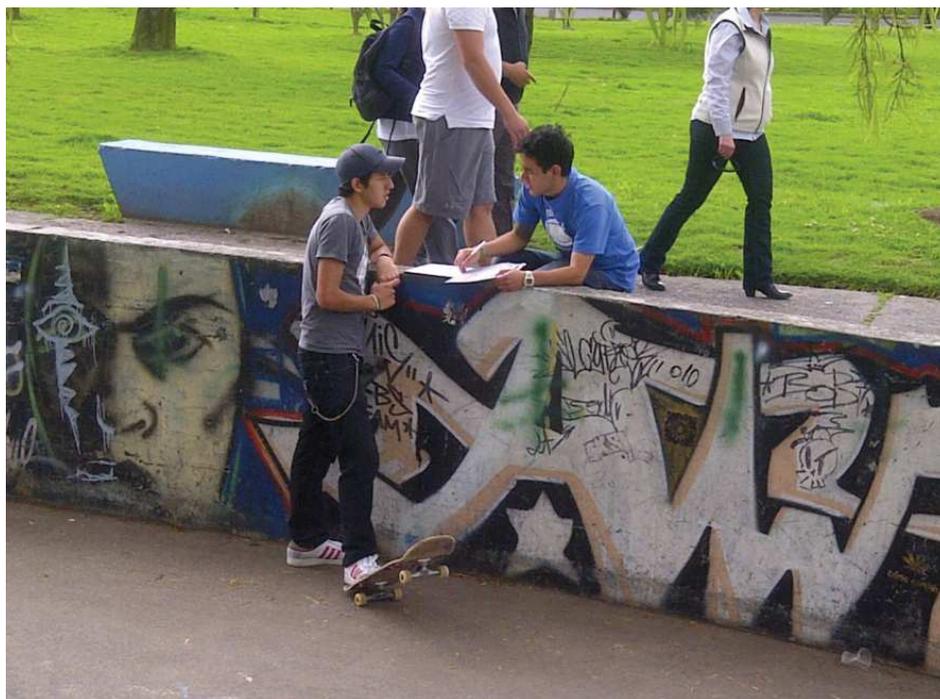


Figura 41. Pista Skate (Parque La Carolina)

En base a un criterio como diseñador vi la necesidad de realizar una encuesta dentro y fuera del parque en base a la afinidad que las personas poseen en el logotipo planteado. El target al que se realizó las encuestas fueron personas a las cuales el proyecto va dirigido y la gran mayoría será los que visiten el Parque.

ENCUESTA LOGOTIPO:

Encuestas: Skaters (Pista Parque La Carolina)

1



2



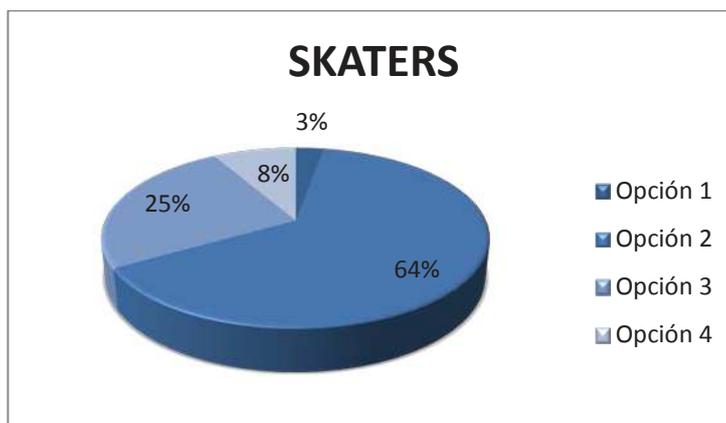
3



4



ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
OPCION 1	1	3%
OPCION 2	23	64%
OPCION 3	9	25%
OPCION 4	3	8%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	50	100%



Resultados encuesta (Parque la Carolina)

	NOMBRE	ALTERNATIVA
1.	Sebastián Amagua	# 2
2.	Ricardo Cárdenas	# 2
3.	Nelson Durán	# 3
4.	Arnaldo Pérez	# 3
5.	Patricio Delgado 11600817-0	# 2
6.	Jorge Sión	# 2
7.	Victor Hugo Jiménez	# 3
8.	Juan Díaz	# 2
9.	Jefferson López	# 2
10.	Leonardo Beltrán	# 4
11.	Alex Figueroa	# 2
12.	Ney Portilla	# 2
13.	David López	# 2
14.	JOSE TOSI	# 3
15.	Fernanda Quiro	# 2
16.	RICHARD SAINZ	# 2
17.	Marco Pazmiño	# 2
18.	Patricia Cardenas	# 2
19.	Carlos Galva	# 1
20.	César Valencia	# 4
21.	JUAN ULANA	# 2
22.	PATRICK NOLVO	# 2
23.	PAULINA ROMAS	# 2
24.	Kathia Burgos	# 2
25.	Andrés Venter	# 3
26.	Elizabeth Sae	# 2
27.	Jason Seirano	# 4
28.	JUAN DE LA TORRE	# 2
29.	Walter Echeverría	# 2
30.	TOMMY YANKE	# 2
31.	ARIOS SANDOVAL	# 2
32.	GABRIELA CARRERO	# 2
33.	Michelle Borbon	# 2
34.	Andrés Pinoso	# 2
35.	Diego Guárdaras	# 2
36.	Meli Quiroz	# 3
37.	Oli Quiroz	# 3
38.	Karina	# 3
39.	Maria Carrera	# 3
40.	Giuliano Orzoste	# 2
45.	Javier Arteaga	# 2
46.	Isabel León	# 2
47.	Alex Vera	# 2
48.	Edison Alba	# 2
49.	XAVIER FERRER	# 2
50.	PAULINA RODRIGUEZ	# 2

ENCUESTA LOGOTIPO:

Encuestas: Escaladores (Torre Escalada)

1



2



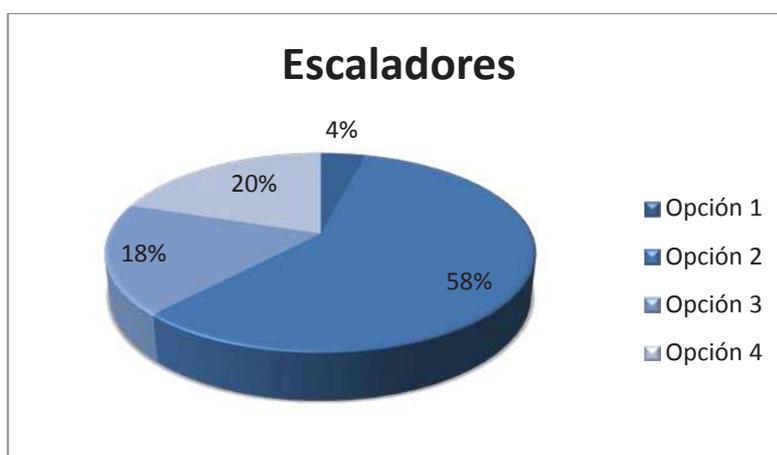
3



4



ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
OPCION 1	2	4%
OPCION 2	29	58%
OPCION 3	9	18%
OPCION 4	10	20%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	50	100%



Resultados encuesta (Torre de escalada)

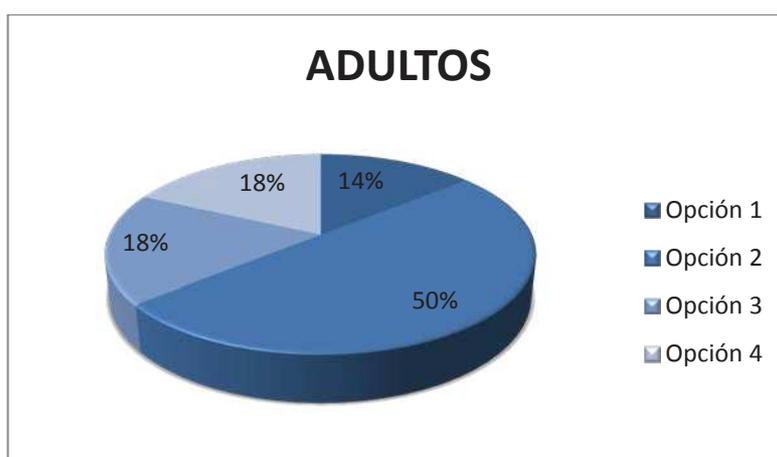
	NOMBRE	ALTERNATIVA
1.	Pomy Vega S	2 / 1
2.	Rispa Cadena	2 / 1
3.	Sebas Anz	4 / 1
4.	Edson Anz	2 / 1
5.	Carolina Hidalgo R	4 / 1
6.	ZODRIGO MINOZ	2 / 1
7.	Edson Duran	3 / 1
8.	KENAN JAMUEDRA	4 / 1
9.	WALTER ANZO	3 / 1
10.	LEONARDO JIMENEZ	1 / 1
11.	PAUL FLORE	2 / 1
12.	GABRIELA GULLASAMIN	2 / 1
13.	Alvaro Anz	4 / 1
14.	GILBERTO JIMENEZ	1-3 / 1
15.	MARIA JEHOFA	3 / 1
16.	GABRIEL SIMBANA	1 / 1
17.	Diana Beatriz	2 / 1
18.	Betsy Mamallacta	3 / 1
19.	Ines Guerrero	2 / 1
20.	Maggali Morán	2 / 1
21.	Teresa Ornela	2 / 1
22.	LOURDES CHASIPANTA	3 / 1
23.	Pamela Guiza	2 / 1
24.	Frika Diaz	2 / 1
25.	NORITA ATANCURI	2 / 1
26.	TILDA ATANCURI	1 / 1
27.	LUCRENA DE TOAPANIA	2 / 1
28.	VINICIA PACHACAMA	2 / 1
29.	ALEXANDRA CHANGO	3 / 1
30.	ANTONIO CARON	4 / 1
31.	Transito Surtexi	3 / 1
32.	Julis Oña	2 / 1
33.	Nelson Suarez	2 / 1
34.	Galía Barra	3 / 1
35.	David Navarro	3 / 1
36.	Yuma Pinto	2 / 1
37.	CATHERINE SOSA	2 / 1
38.	ALEXANDRA LEMA	2 / 1
39.	MAYRA FABARA	2 / 1
40.	WALTER TOBAR	2 / 1
41.	VIRGINIA VALLEJO	1 / 1
42.	MARHA LOPEZ	1 / 1
43.	CIARA MERA	1 / 1
44.	SANDRA ALVAREZ	4 / 1
45.	GEORJA JARAMILLO	4 / 1
46.	ESPERANZA DIXE	4 / 1
47.	GAULA GURITA	2 / 1
48.	INDIA ROJERO	2 / 1
49.	LARA PATRINO	2 / 1
	(15) ANZO	4 / 1

ENCUESTA LOGOTIPO:

Encuestas: Adultos (Sesenta y Piquito)



ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
OPCION 1	7	14%
OPCION 2	25	49%
OPCION 3	9	18%
OPCION 4	9	19%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	50	100%



Resultados encuesta (Programa sesenta y piquito)

	NOMBRE	ALTERNATIVA
1.	LUCIA ROSERO	2.
2.	LAURA PALMIÑO	2.
3.	VIRGINIA VALLEJO	1.
4.	LUIS ANTO	4.
5.	ROSITA VACA.	2.
6.	SANDRA ALVAREZ	4.
7.	GUADIA JARAMILLO	4.
8.	SEGUNDO ADIAS	2.
9.	BERTA GUSEÑO	2.
10.	REBECA ALDAN	2.
11.	ALICIA VIUACIS	2.
12.	MARCIA NARVAEZ	2.
13.	MARINA JAMINA	2.
14.	MARTHA LOPEZ	1.
15.	ESPERANZA DIXE	4.
16.	MARCO JARAMILLO	2.
17.	ANIBAL PEDEL	4.
18.	CLARA MENA	1.
19.	GRILDA GORTA.	2.
20.	LUCI DE AJALA.	2.
21.		
22.		
23.		
24.		
25.		
26.		
27.		
28.		
29.		
30.		
31.		
32.		
33.		
34.		
35.		
36.		
37.		
38.		
39.		
40.		
41.		
42.		
43.		
44.		
45.		
46.		
47.		
48.		
49.		

Análisis de la cromática:

- Una vez obtenido el módulo y la estructura se realizaron movimientos en todas las posiciones alrededor del círculo cromático. (*Imagen 1*)
- Se eligieron 4 opciones de color en base al estudio realizado. Posteriormente se encuestó el target mencionado en el capítulo IV, para saber cuál respondía a los resultados. (*Imagen 2*)

Imagen 1

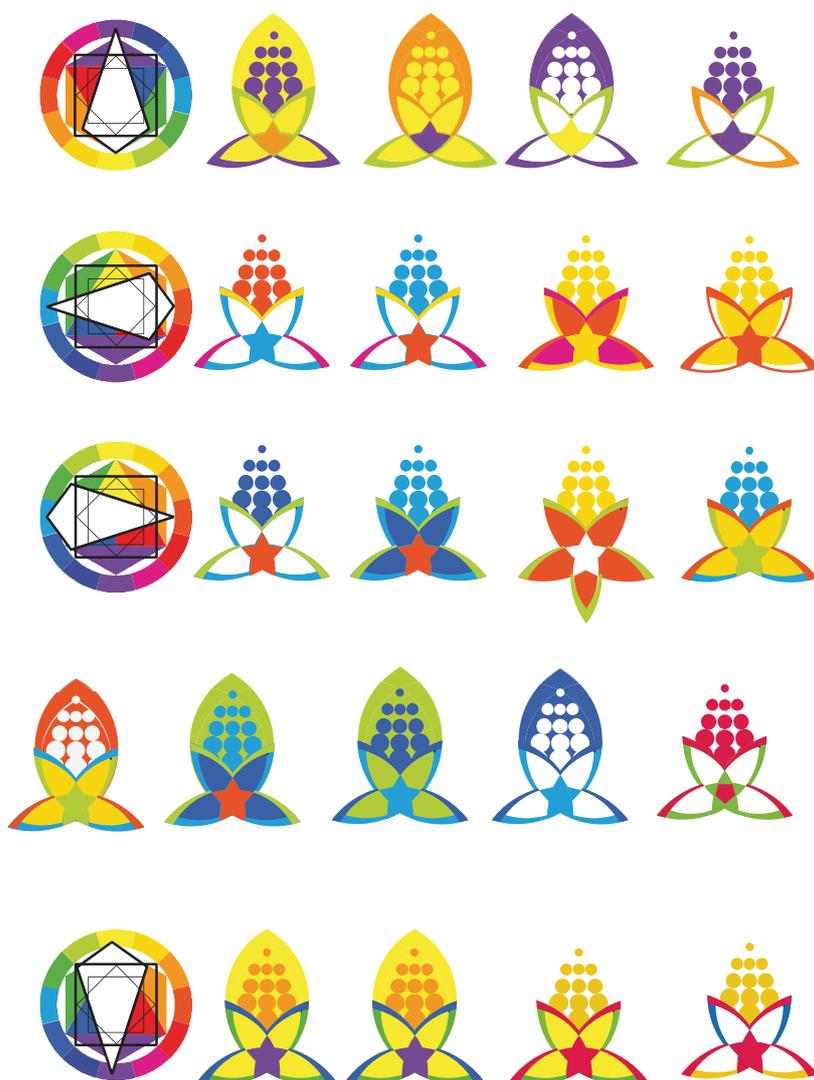


Imagen 1: Estructura en base al Módulo superpuesto al círculo cromático

Imagen 2



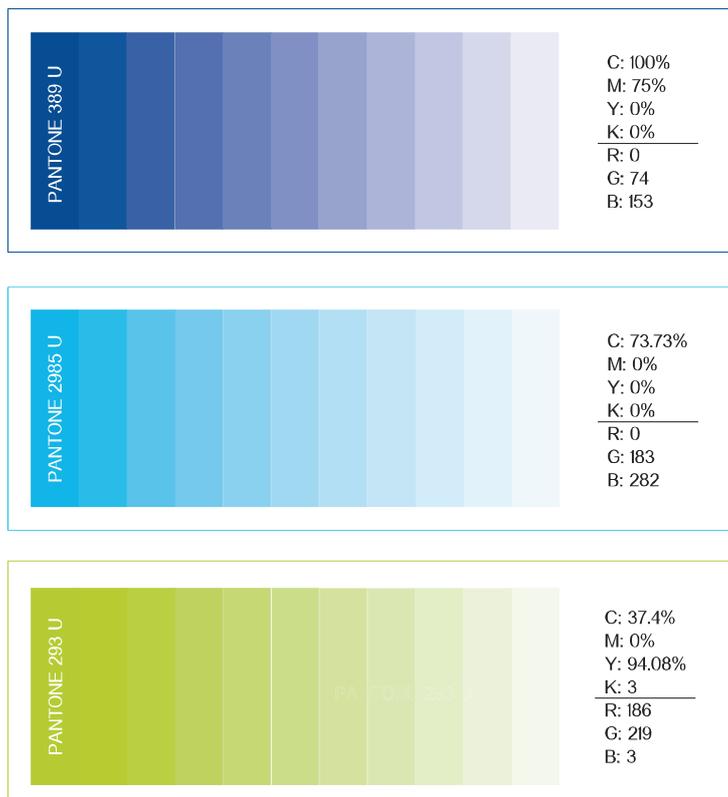
Logo Final (opción2):

Los colores principales son las tonalidades del azul fusionando el concepto del Parque Santa Clara con la vitalidad que ofrecerá el mismo. El color denota salud, vida, fuerza, naturaleza.



Figura 42. Resultado Final Logotipo

Pantones Seleccionados:



- Logotipo en b/n es única y obligatoria solo para impresión de piezas para papelería tributaria.

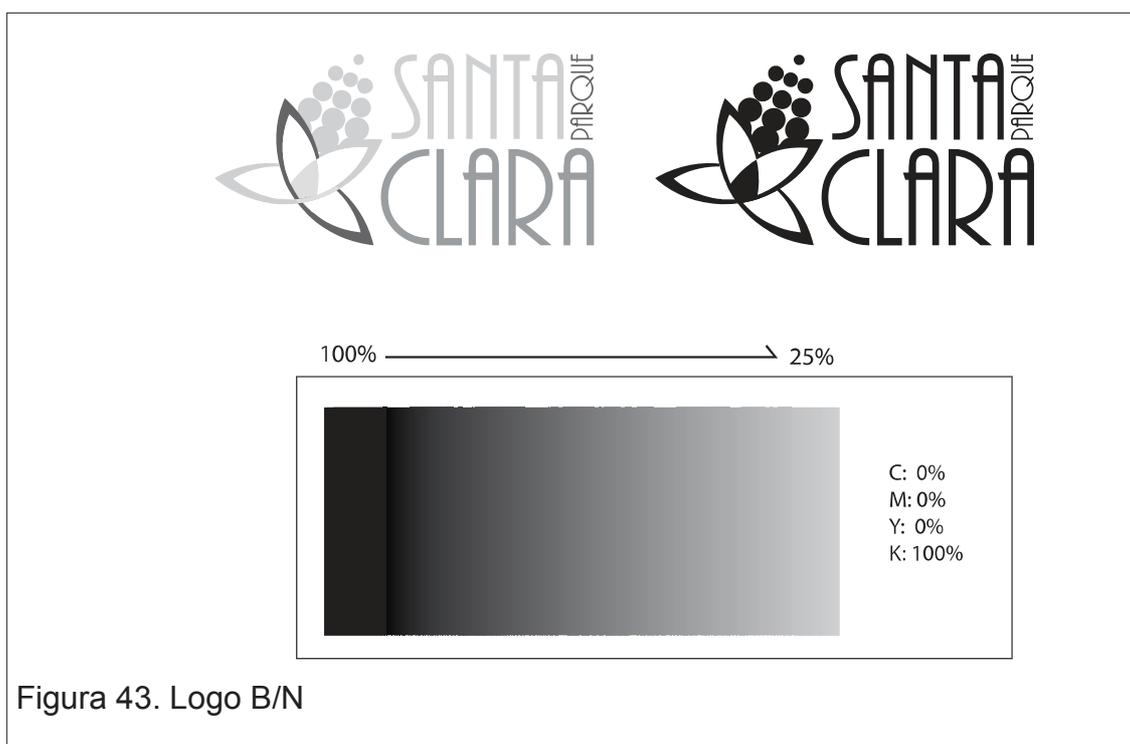


Figura 43. Logo B/N

5.1.1.6 Usos Incorrectos:

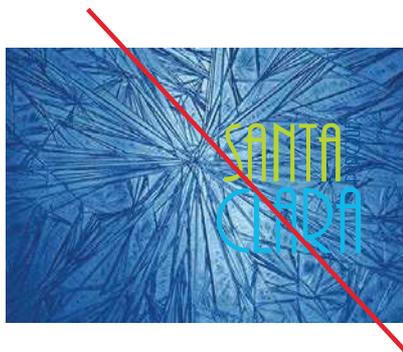
- a) No se debe aplicar en fondo negro, ni sobre alguna tonalidad sin el respectivo fondo blanco.



- b) No se debe aplicar el logotipo en stroke ya que pierde legibilidad



- c) No se debe colocar el logotipo sobre texturas ya que se pierde en el fondo y no hay legibilidad.



d) No se debe reducir el tamaño del isotipo arbitrariamente.



e) No se debe reducir el tamaño de letra ya que se pierde simetría y su estructura se altera.



f) No se utilizará el logo en fondos que no tengan contraste de color



5.1.1.7 Aplicaciones y Reducciones:

El tamaño del logo se puede ampliar siempre y cuando se respete las proporciones y la estructura modular del logo, el tamaño mínimo al que se puede reducir es de:



10%

Parches de color y etiquetas:



20%

Boletos de Entrada:



30%

Tarjetas de Presentación:



40%

Carpetas, Hojas a4:



5.1.2 Papelería Corporativa:

Para todas las piezas de la papelería corporativa son hechas en base del módulo estructural en base al pentágono (página 68). Los elementos serán distribuidos a la medida y espacio que ocupe cada pieza respectivamente.

5.1.2.1 Tarjeta de Presentación:



En esta pieza se utilizará como tipografía principal para nombre y cargo MYRIAD PRO regular de tamaño 10 pts. El teléfono será de tamaño 12. Se imprimirá solo el tiro para darle más realce al logotipo. Esc.100%

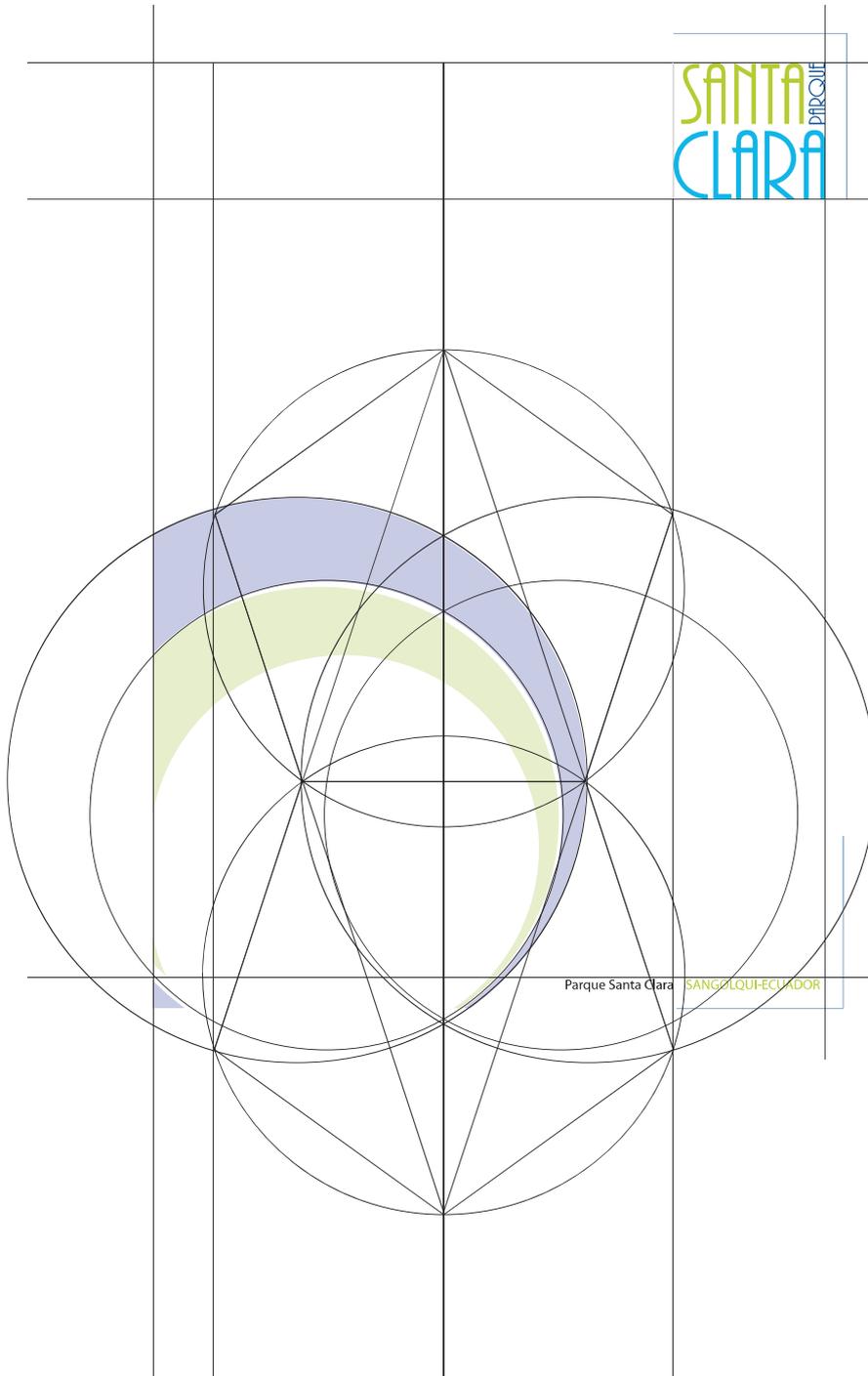


5.1.2.2 Hoja Membretada:

En esta pieza se utilizará la tipografía principal en dirección MYRIAD PRO regular de tamaño 12. Se respetará los márgenes que se ubican en toda la hoja sin imprimirse las líneas de guía.

Esc.: 40%

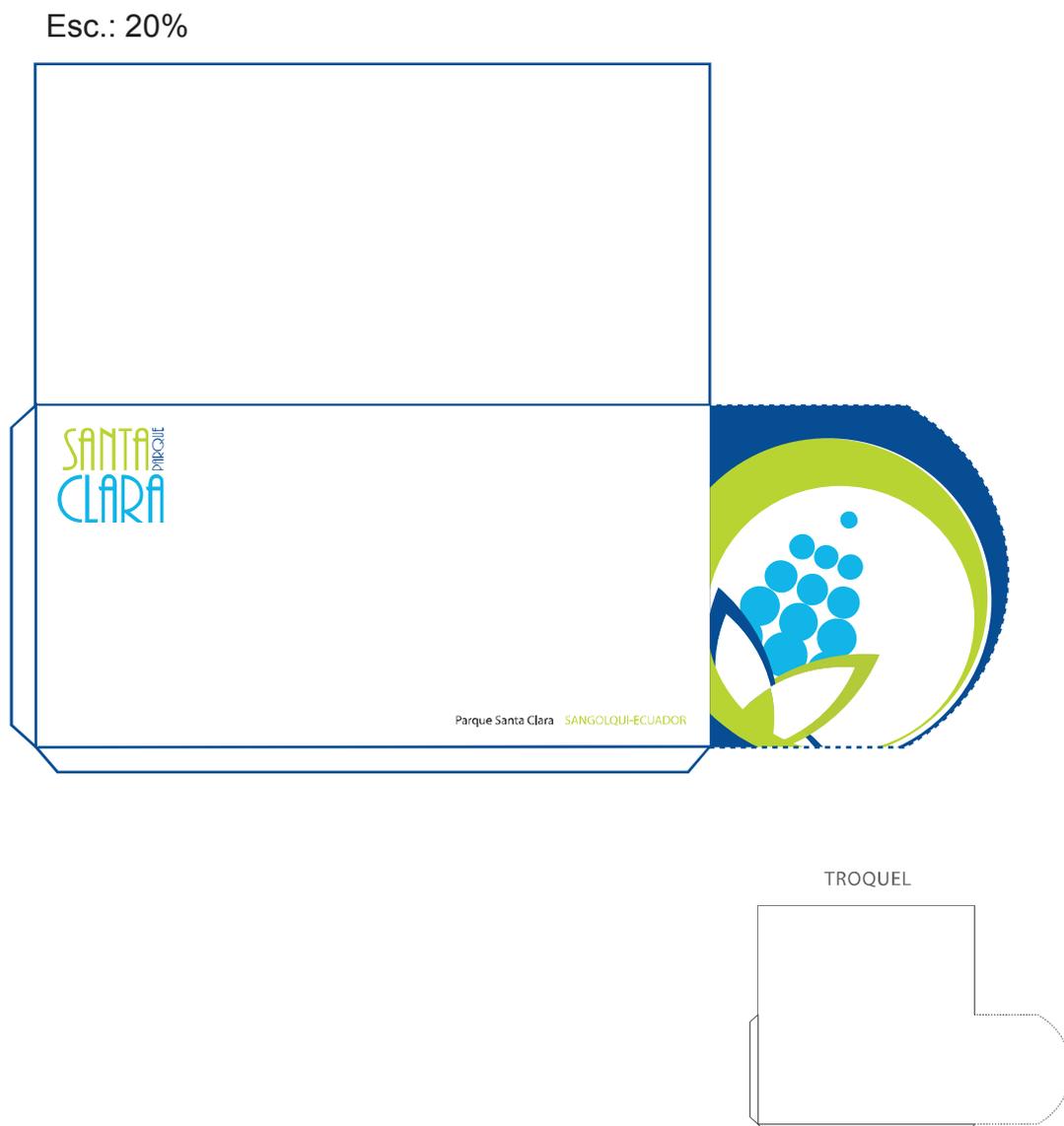
Estructura en base al Módulo Principal





5.1.2.3 Sobre:

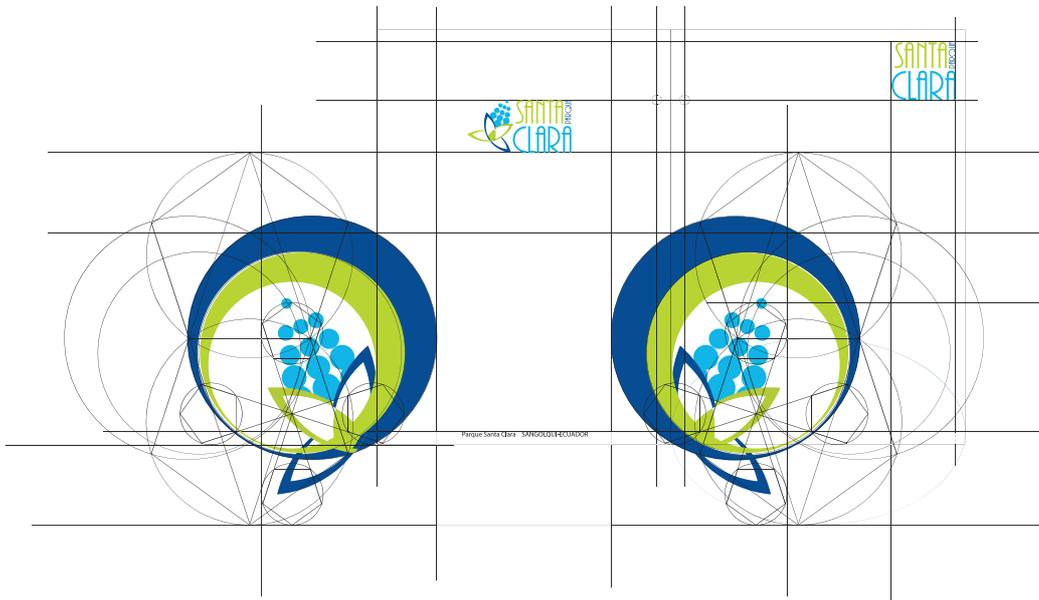
En esta pieza se utilizará como tipografía principal para el nombre del parque y ubicación: MYRIAD PRO regular de tamaño 12. En el cierre se utilizará una forma circular con troquel. Su medida es de 225 x 115 mm.



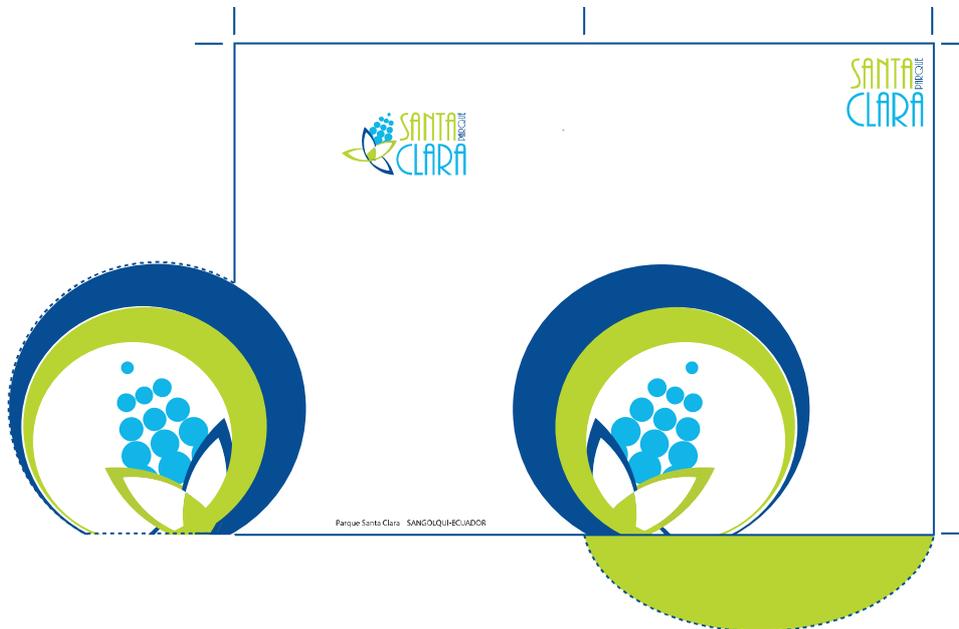
5.1.2.4 Carpeta Corporativa:

El diseño de este elemento, se basa en la multifuncionalidad, distribuyendo espacios, y para poder guardar hojas A4 membretadas. La medida es de: 32 x 46 cm partiendo del interior de la carpeta, posee un troquel en la parte inferior izquierda.

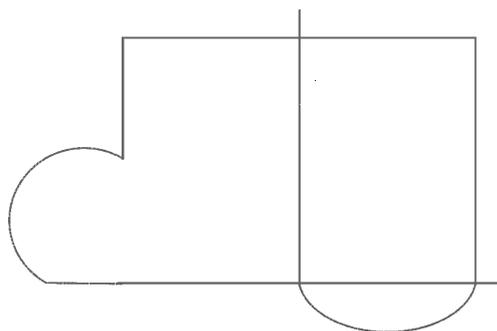
Estructura en base al Módulo Principal



Esc.: 10%:



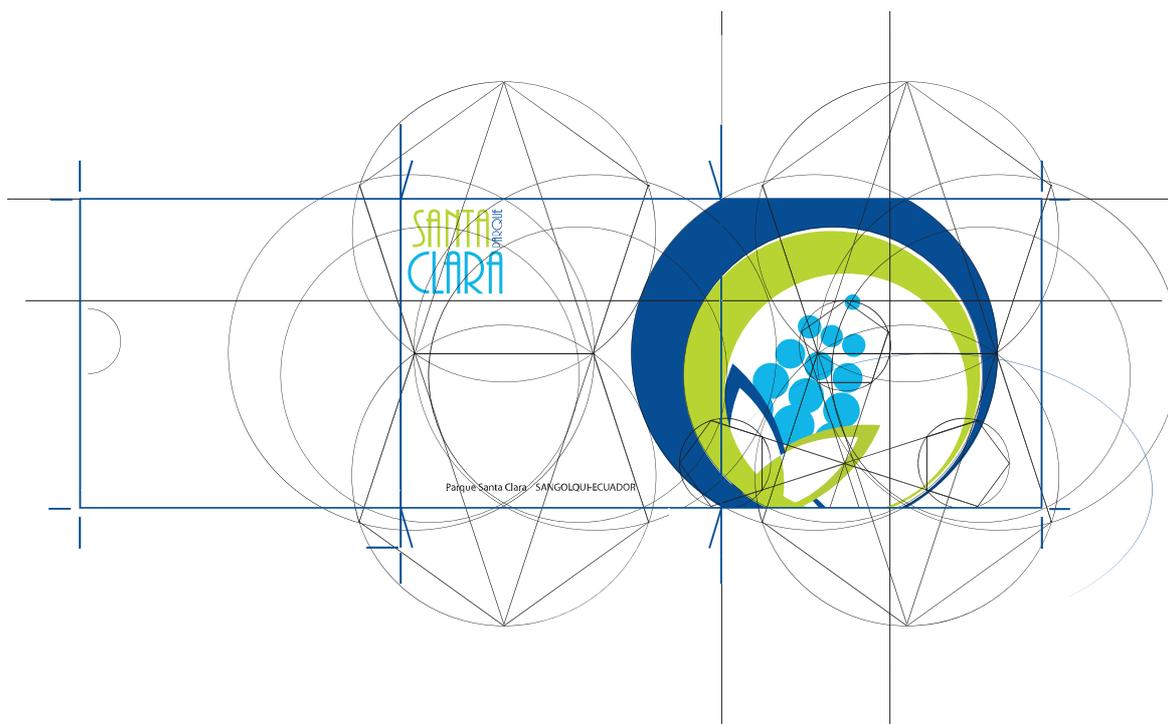
TROQUEL



5.1.2.5 Portada de CD:

En esta pieza se utilizará el logo en la parte derecha con un troquel para que pueda tener cierre en su borde y que se puede ingresar el CD. Su tamaño es de 39 cm x 12.7 cm. Se utiliza para llevar el CD de una forma segura y que no tenga algún tipo de daño interno.

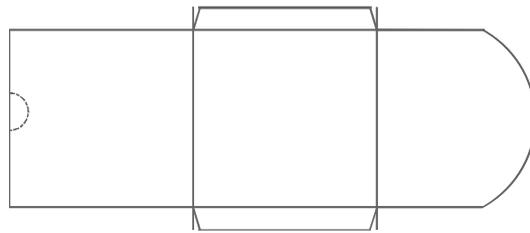
Estructura en base al Módulo Principal



Esc.: 10%



TROQUEL



5.1.3 Papelería Tributaria:

5.1.3.1 Factura:

La factura es un documento de sustento de la presentación de un bien o servicio. La fuente de los datos de la pieza es de tipografía Arial. Esc. 100%.

		RUC: 1721208567001 FACTURA S001-001 0000098							
		Aut.SRI. 1109641602							
		Fecha de Aut. 23/Mayo/2011							
Cliente.....		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <th style="width: 33%;">Día</th> <th style="width: 33%;">Mes</th> <th style="width: 33%;">Año</th> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		Día	Mes	Año			
Día	Mes	Año							
RUC./Cl:.....Telf:.....									
Dirección.....									
CANT.	DETALLE	V.UNIT.	V.TOTAL.						
Adquiriente: Original / Emisor: Copia		Sub Total 12%							
		Sub Total 0%							
		Descuento							
		Sub Total							
		IVA 12%							
		Valor Total							
_____ F.CLIENTE		_____ F.AUTORIZADA							
<small>EDICIONES CIENTIFICAS - Salas Bedón Eulalia - R.U.C.:1000662674001 AUT 6896, Telf.: 2860946 Impreso del 0000001 hasta 0000100 * Válido hasta 23 / Junio / 2012</small>									

5.1.3.2 Nota de Venta:

La nota de venta es un comprobante de venta utilizado en transacciones por consumidores o usuarios finales. No tiene crédito tributario de IVA. Esc. 100%.

 <p>SANGOLQÚI - ECUADOR</p>		<small>No 001-001- 0220520</small> RUC: 1721208567001 NOTA DE VENTA 0000010							
		Fecha de Aut. 23/Mayo/2011							
Cliente.....		<table border="1"> <tr> <td>Día</td> <td>Mes</td> <td>Año</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>		Día	Mes	Año			
Día	Mes	Año							
RUC / C.I.:.....Telf:.....									
Dirección.....Ciudad.....									
CANT.	DETALLE	V.UNIT.	V.TOTAL.						
Son.....									
Elaborado por: EDICIONES CIENTIFICAS - Salas Bedón <i>Eulalia - R.U.C.:1000662674001</i> AUT 6896, Telf.: 2860946		<table border="1"> <tr> <td>TOTAL</td> <td> </td> </tr> </table>		TOTAL					
TOTAL									
RECIBI CONFORME _____									

5.1.3.3 Promocionales:

5.1.3.4 Vestimenta:

Consiste en el conjunto estandarizado de prendas, que los distintos empleados usarán en sus diversas labores dentro del parque.

Se ha diseñado una vestimenta óptima para los diversos climas que se presenten, generando comodidad y protección

- a) Chaleco con bolsillos laterales, capucha removible. Cierre lateral.

Material: Tela Impermeable.



- b) Saco impermeable con capucha, el logotipo: Bordado
Pantalón: Gabardina/Jean
Clima: Invierno



- c) Camiseta: Material: Algodón, cuello en v y el logotipo bordado.



d) Camiseta: Material: algodón

Cuello redondo con el logotipo bordado a lado izquierdo.



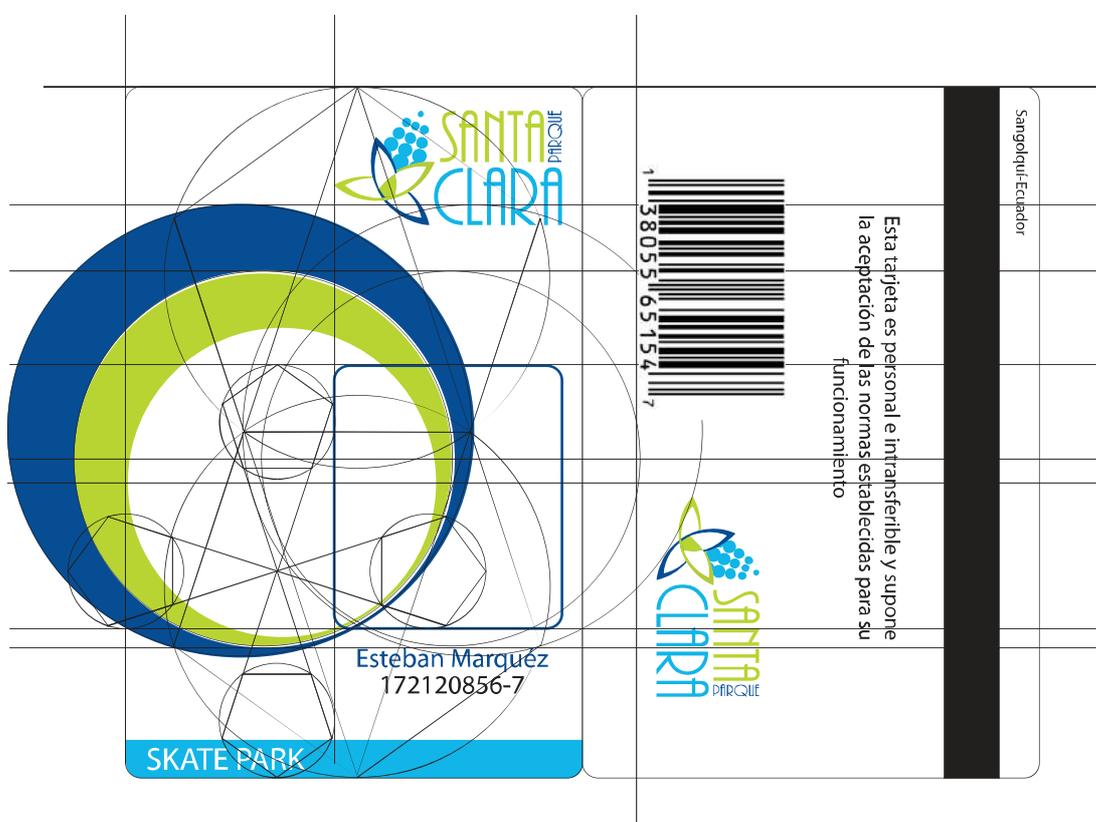
e) Zapatillas de tela para su mayor comodidad. Botas de caucho en caso de lluvia.



5.1.3.5 Credencial Corporativo:

Las credenciales están diseñadas para identificar al empleado, y a su vez para registrar la hora de entrada y salida por medio de una banda magnética. La trama del logotipo además es un elemento de diseño, y es de seguridad (código de barra) para evitar las falsificaciones. Las fotografías van en formato CARNET. La medida total de la identificación es de: 55 x 85 mm se imprimirá tiro y retiro respectivamente. Material: Plástico Blanco.

Estructura en base al Módulo Principal



Esc. 100%.



5.1.3.6 Sellos Corporativos:

Los sellos administrativos, deben ser con poco detalle debido a que la tinta de almohadilla no tiene un registro perfecto. Por esto se aplica el logo con una tipografía legible y la recarga sea la correcta.

A
Mención
Bauhaus 93
20 pts.



B
Firma
Myriad PRO
6 pts.



C
LOGOTIPO
ESC: 10%



5.1.3.7 Material P.O.P

Para tener un material promocional al interior del parque se ha propuesto objetos de acuerdo al uso que dé el personal.

a) PATINETA:

Impresión: Diseño, Sticker vinil adhesivo

b) CASCO PARA ESCALADA:

Impresión: Vinil Adhesivo, Troquelado logotipo

c) TOALLAS:

Algodón con el logotipo bordado al extremo inferior derecho.

a.



b.



c.



d) RELOJ:

Silicón de forma rectangular

Impresión Flexografía

Importación de relojes.

e) CANGURO:

Material: TELA aruba color negro.

Logotipo bordado en la parte frontal.

f) DISEÑO DE MURALES:

Técnica: Stencil

Sprays Marca:

Ohio, Abro, Montana

Letras Troqueladas (stencil)

d.



e.



f.

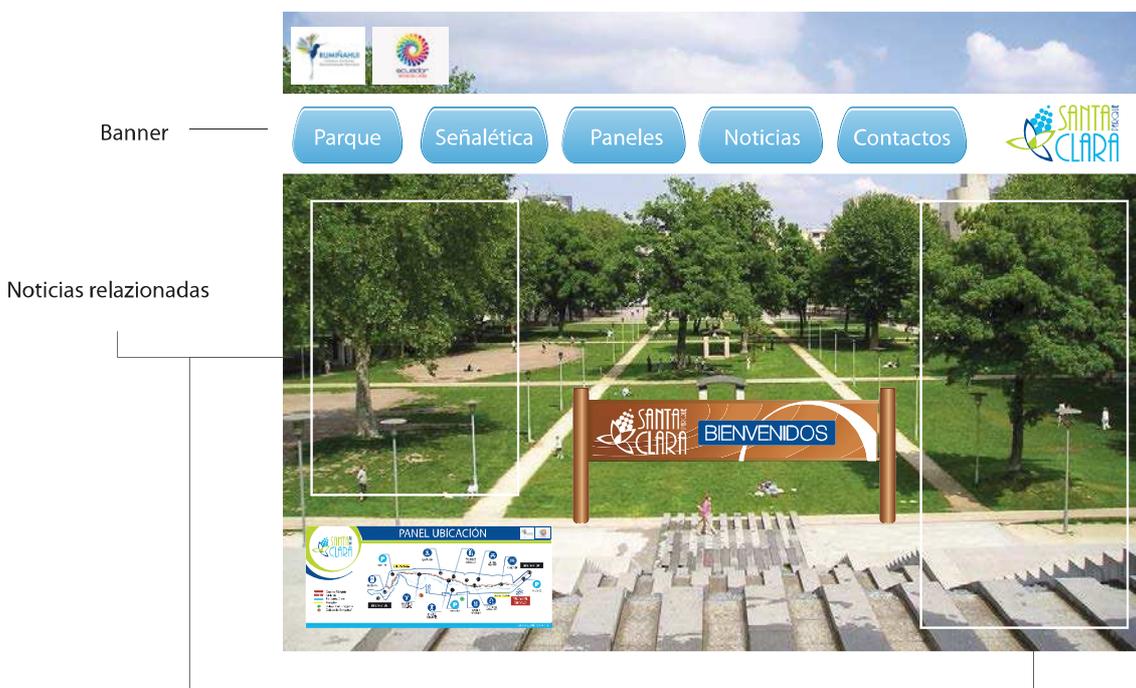


5.1.3.8 Multimedia:

El sitio WEB, se caracteriza por ser interactivo. Esta interacción a modo de diálogo entre ordenador y usuario se basa en textos e ilustraciones referentes a este atractivo turístico del Cantón RUMIÑAHUI.

El tiempo de animación es de 8 segundos, las páginas internas se basan en una plantilla de diseño donde en la parte superior se encuentra una ilustración con el logotipo del Parque, seguido de una botonera interactiva que permite accesibilidad entre páginas. A la derecha se encuentra un banner, que puede

ser corporativo o publicitario, consta de 6 páginas internas incluyendo un formulario de contactos.



5.2 Manual Señalético

5.2.1 Introducción:

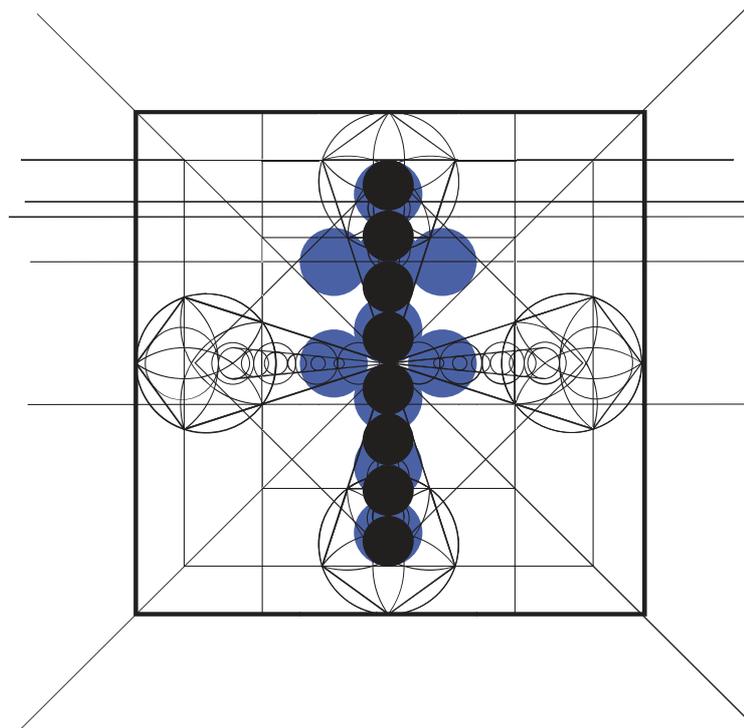
El objetivo primordial de este trabajo es dotar de un sistema de señalización turística, coherente y uniforme para todo el Parque Santa Clara, acorde con la nueva imagen del parque.

Este manual de señalización turística cumple con las especificaciones técnicas que se encuentran en el reglamento técnico de señalización VIAL RTE INEN 004 y sus partes 1,3 y 4.

5.2.2 Silueta Antropométrica:

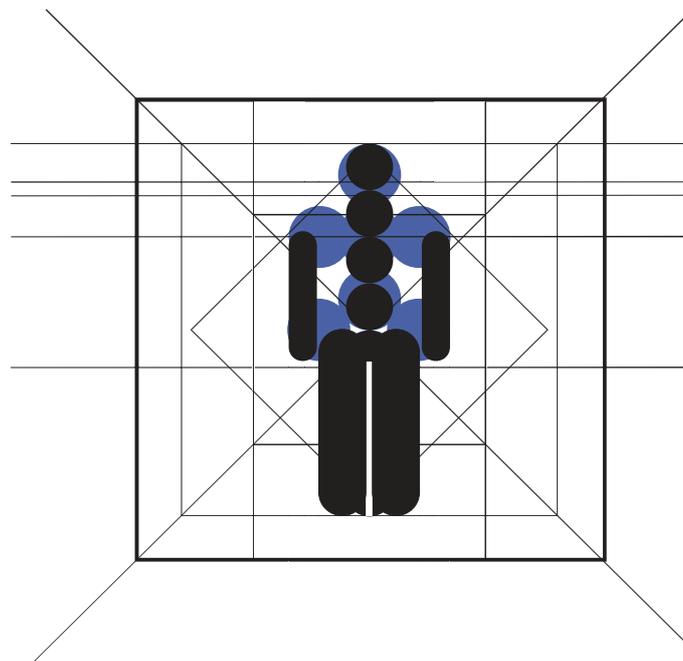
Se adaptó un cuadrado mayor basado en el módulo del logotipo. Se distribuyó espacios y se colocó círculos que hacen referencia a las cabezas en base al estudio Homo de Leonardo del manual Señalético del Ministerio de Turismo.

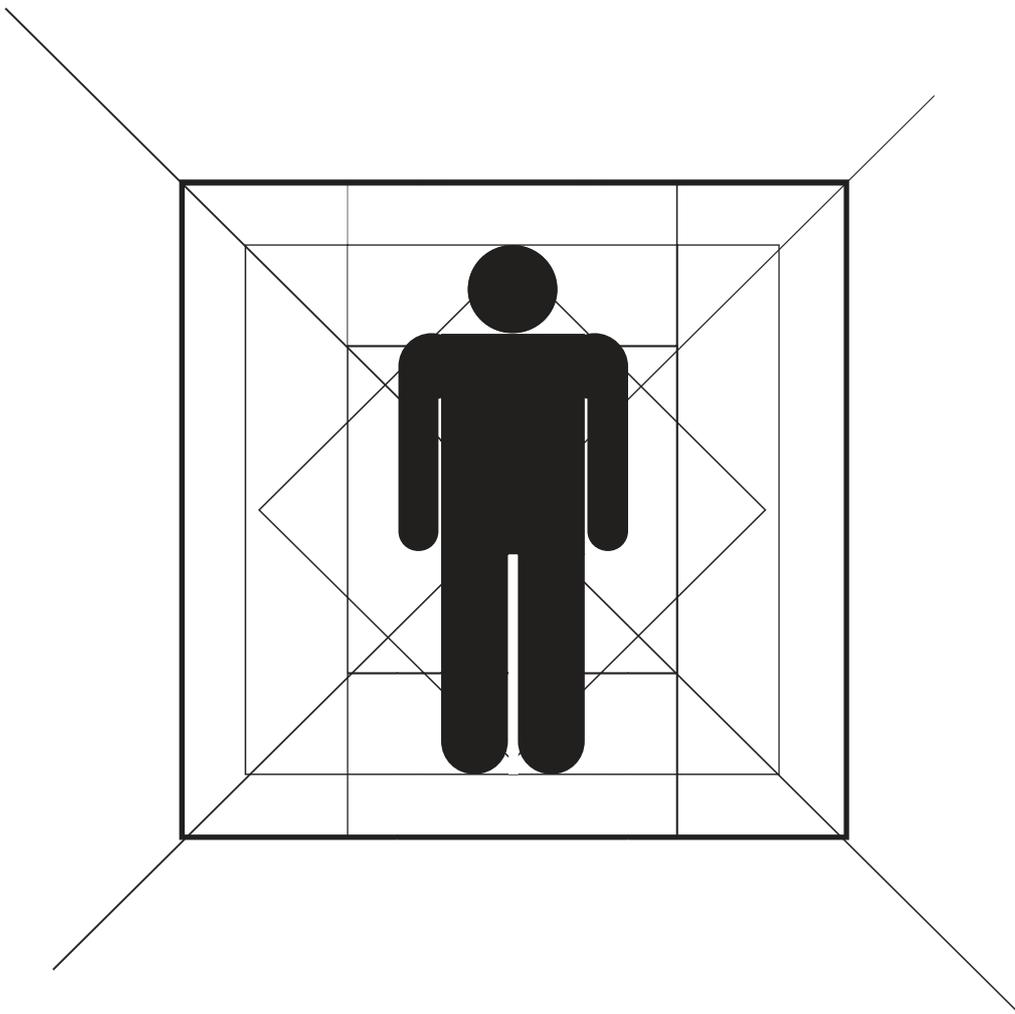
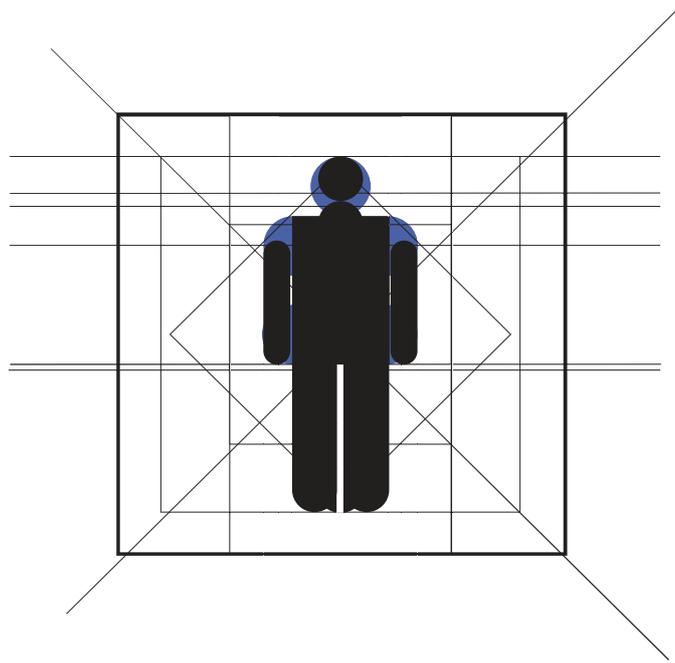
8x



Con el módulo principal que se utiliza el logotipo y todas las estructuras corporativas, podremos realizar el estudio antropométrico basado en el de Leonardo DA VINCI.

8x número de círculos que tendrán el soporte para la figura humana.



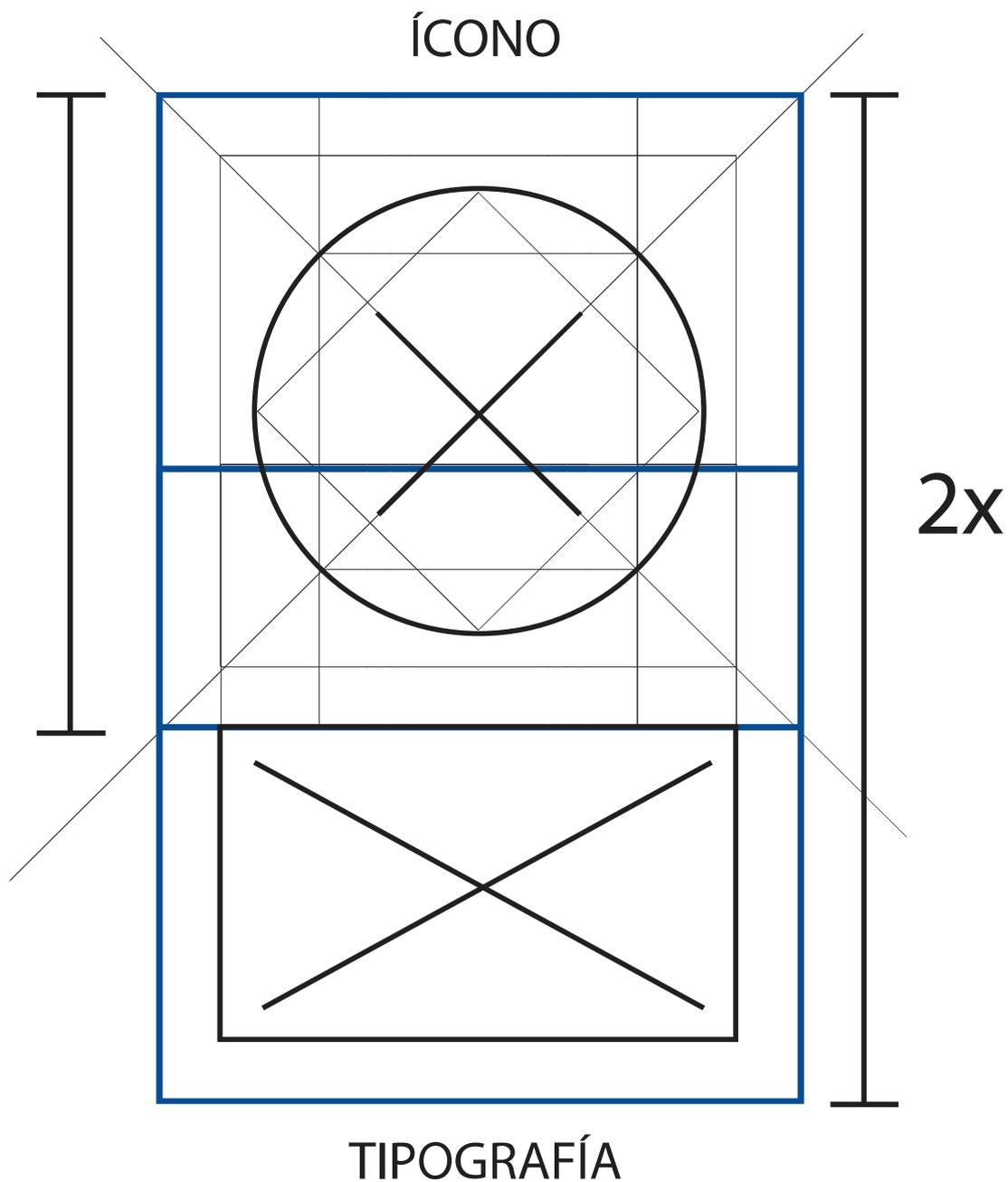


Estructura Final para aplicación en la Señalética del Parque.

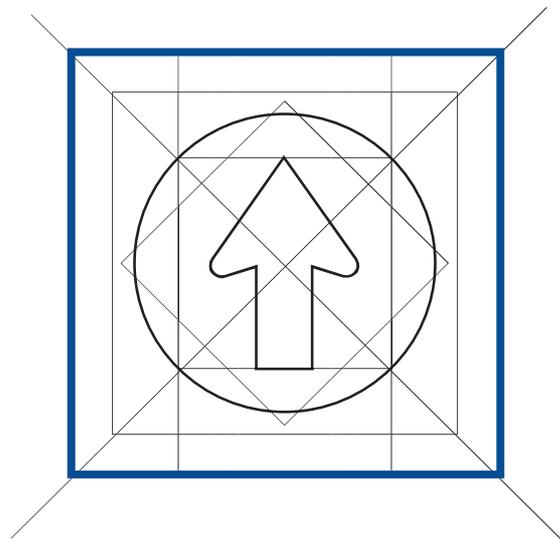
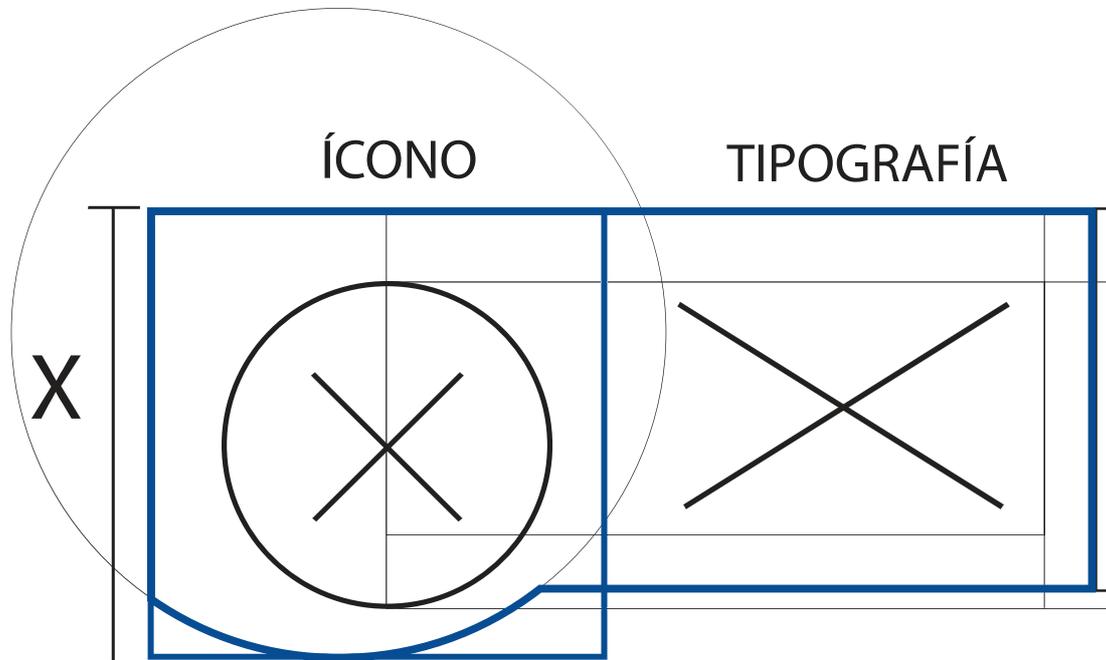
5.2.3 Estructura del Pictograma:

Esta en base a la cuadrilla tomando en cuenta todo el modulo inicial del logotipo, 8 x 8 módulos, y reservamos la distancia de un módulo alrededor de la retícula.

Nota: Se realizaron dos opciones de forma vertical y horizontal ya que dependiendo de la forma del pictograma varia su precio (ver anexo presupuesto). Se trabajó en base a un presupuesto dependiendo de las posibilidades económicas a la cual el Municipio del Cantón de sangolqui lo requiera.

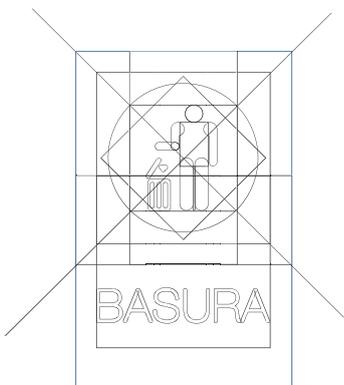
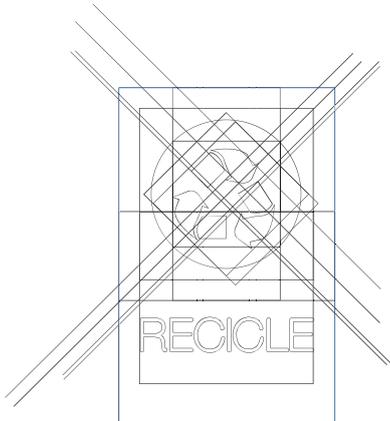
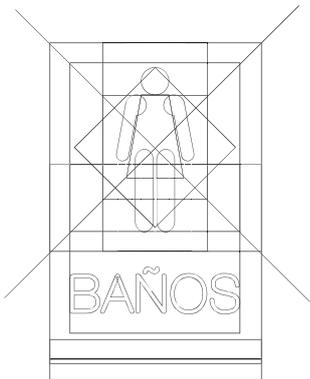
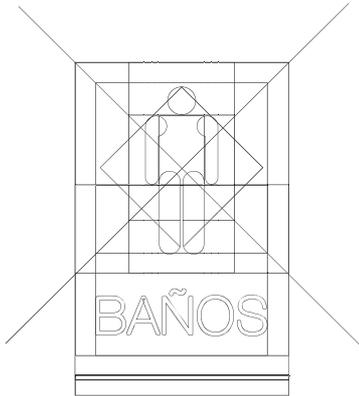


La estructura para los pictogramas se realizó en base al módulo principal en el cual se trabajó el diseño del logotipo. Se tomó en cuenta la medida X duplicando su valor 2x. Se pudo distribuir espacios para la organización del signo y la tipografía dentro del pictograma planteado.



5.2.4 Pictogramas:

El diseño de un sistema señalético demanda de un correcto análisis de los flujos en función de objetivos claramente determinados.







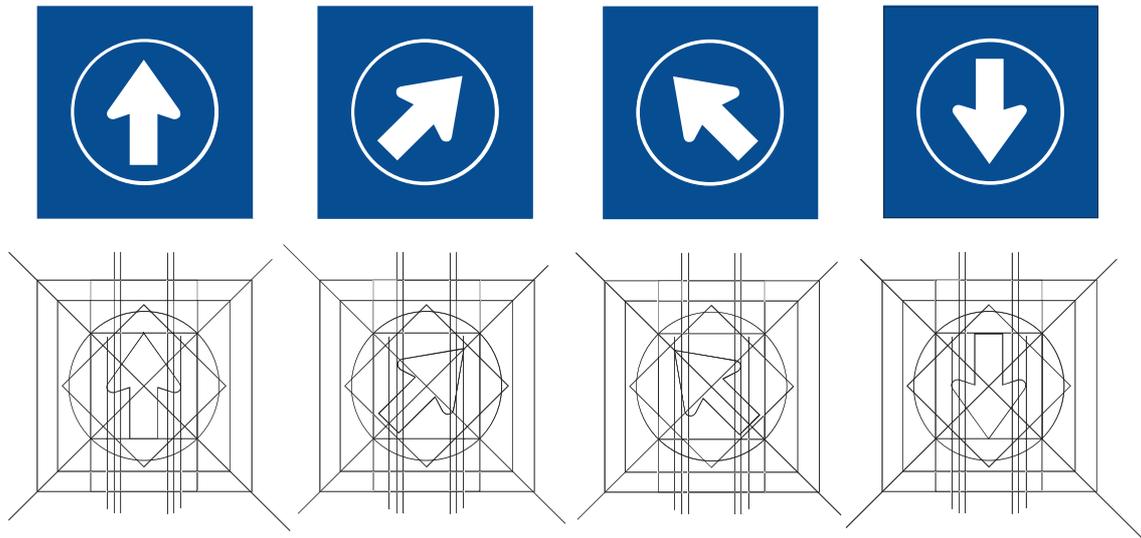




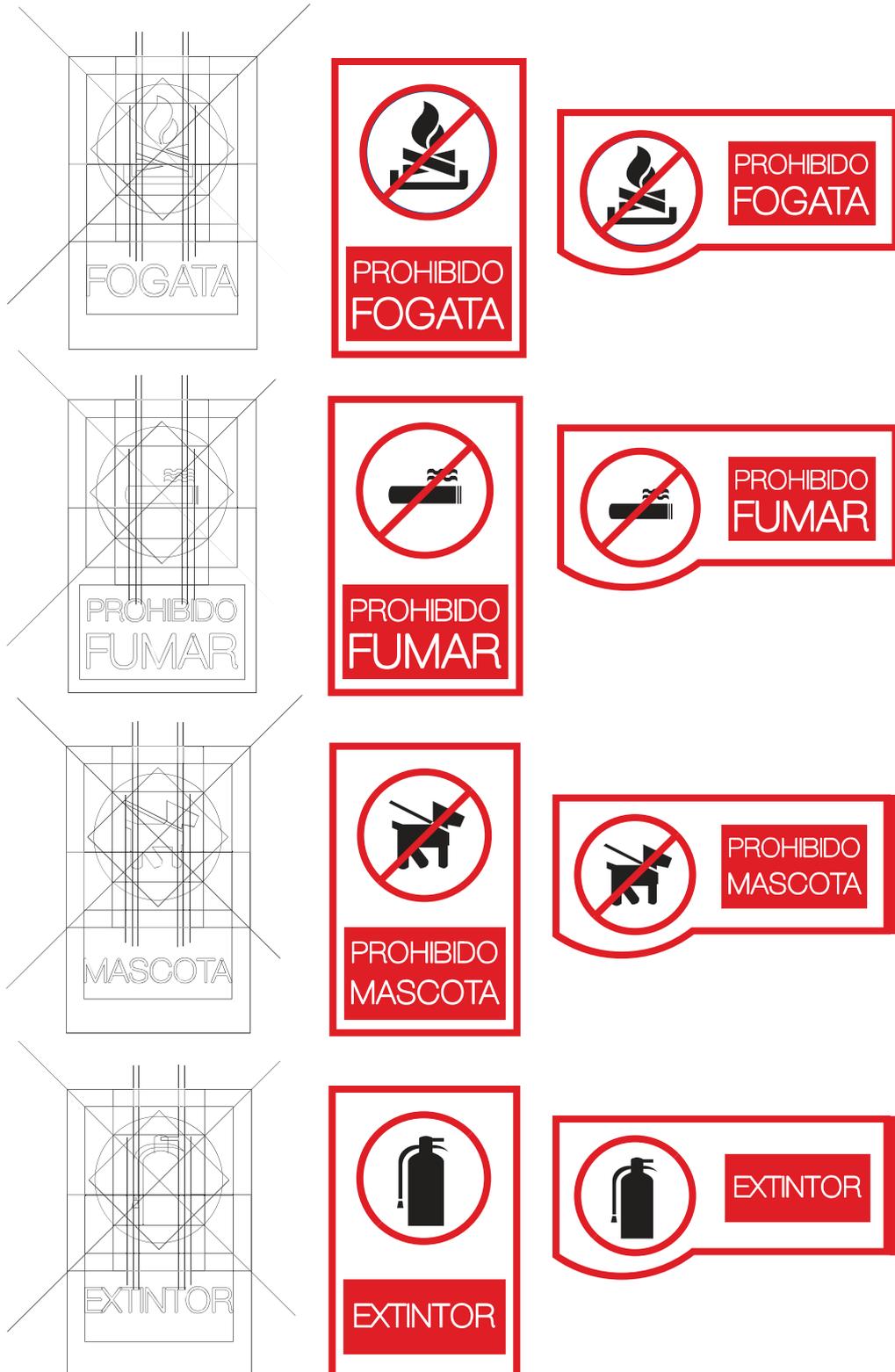




5.2.5 Flechas:



5.2.6 Pictogramas de Prohibición:



5.2.7 Instalación:

5.2.7.1 Pictograma con Poste

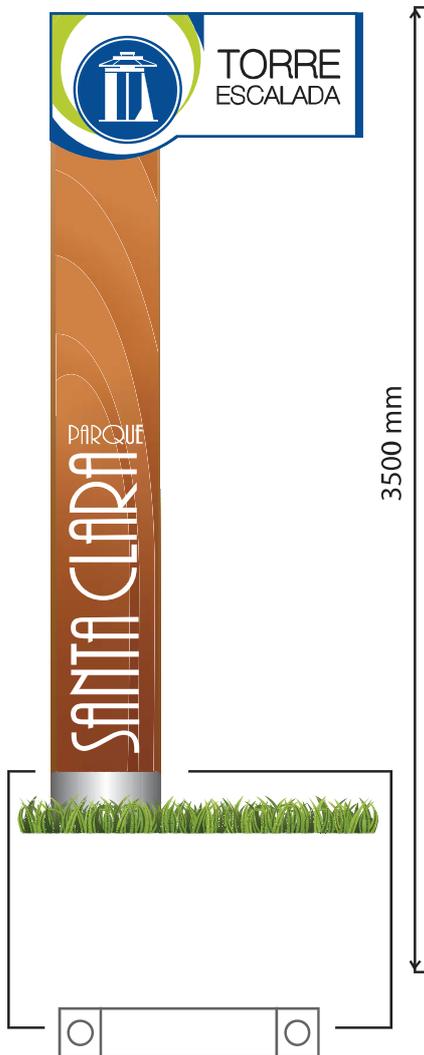
La madera inmunizada es la opción primordial en que se plantea este manual. Resulta un sistema garantizado de acuerdo a las características del proveedor investigado. Los planos de cada estructura se los puede ver en anexos.

El montaje de cada pictograma está acorde al diseño de la estructura propuesta, dependiendo de la posición ya sea vertical como horizontal.

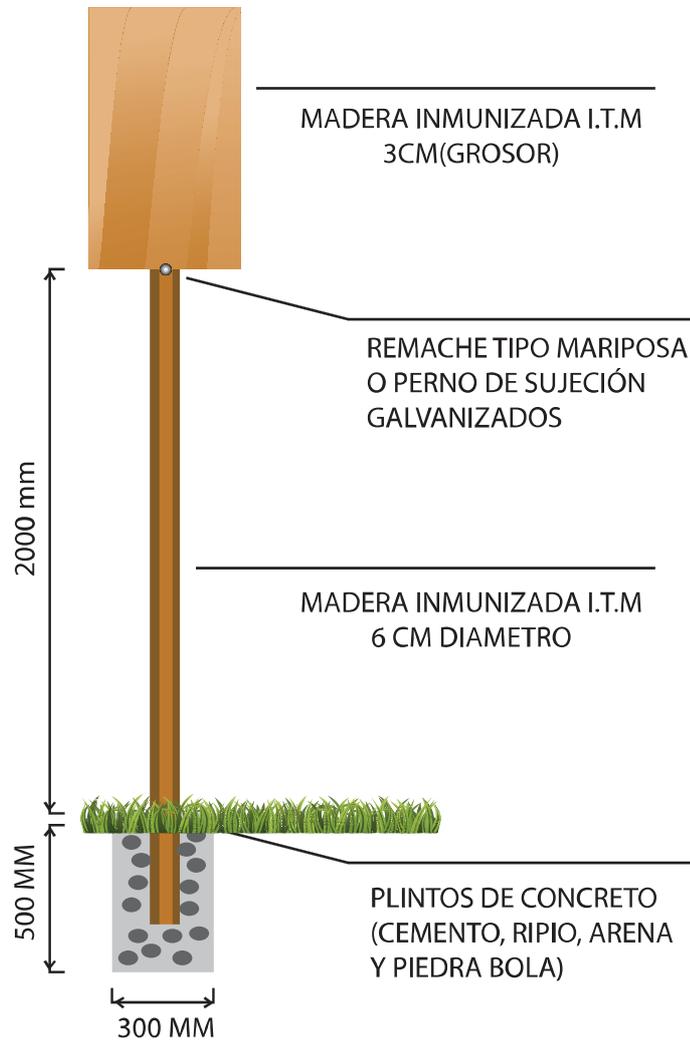


MEDIDA : 600 mm X 600 mm
600 mm X 300 mm

Opción pictograma horizontal.



Opción pictograma vertical.



5.2.7.2 Valla de Bienvenida:

Sistema de Unión:

Al unir las piezas de madera se utilizarán pernos con terminación galvanizada con un par de arandelas para la buena fijación. *Lámina 2(Planos)*.

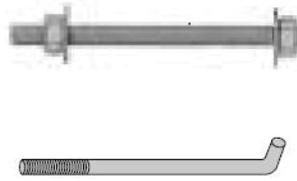
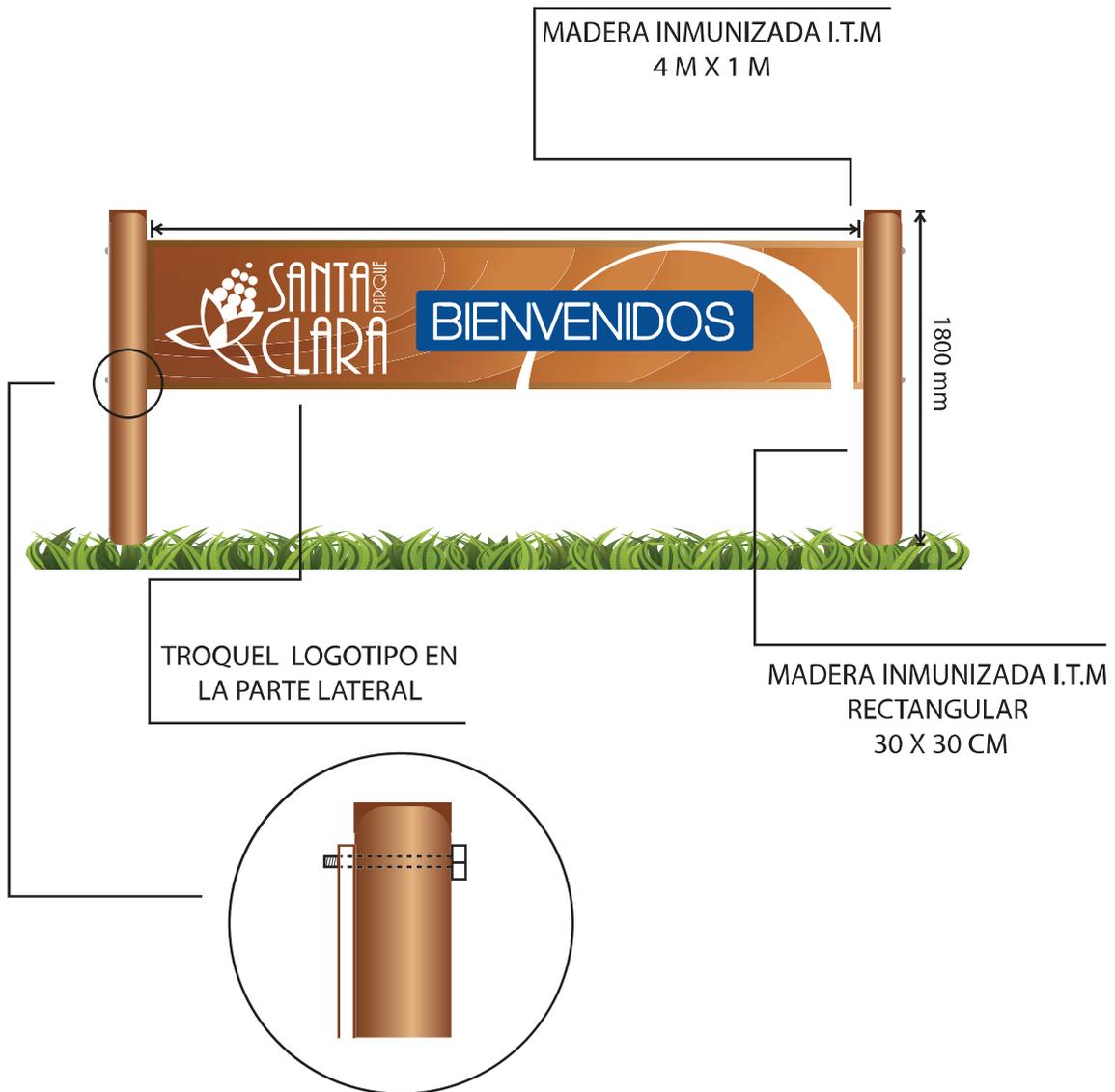


Imagen 3 (pernos)

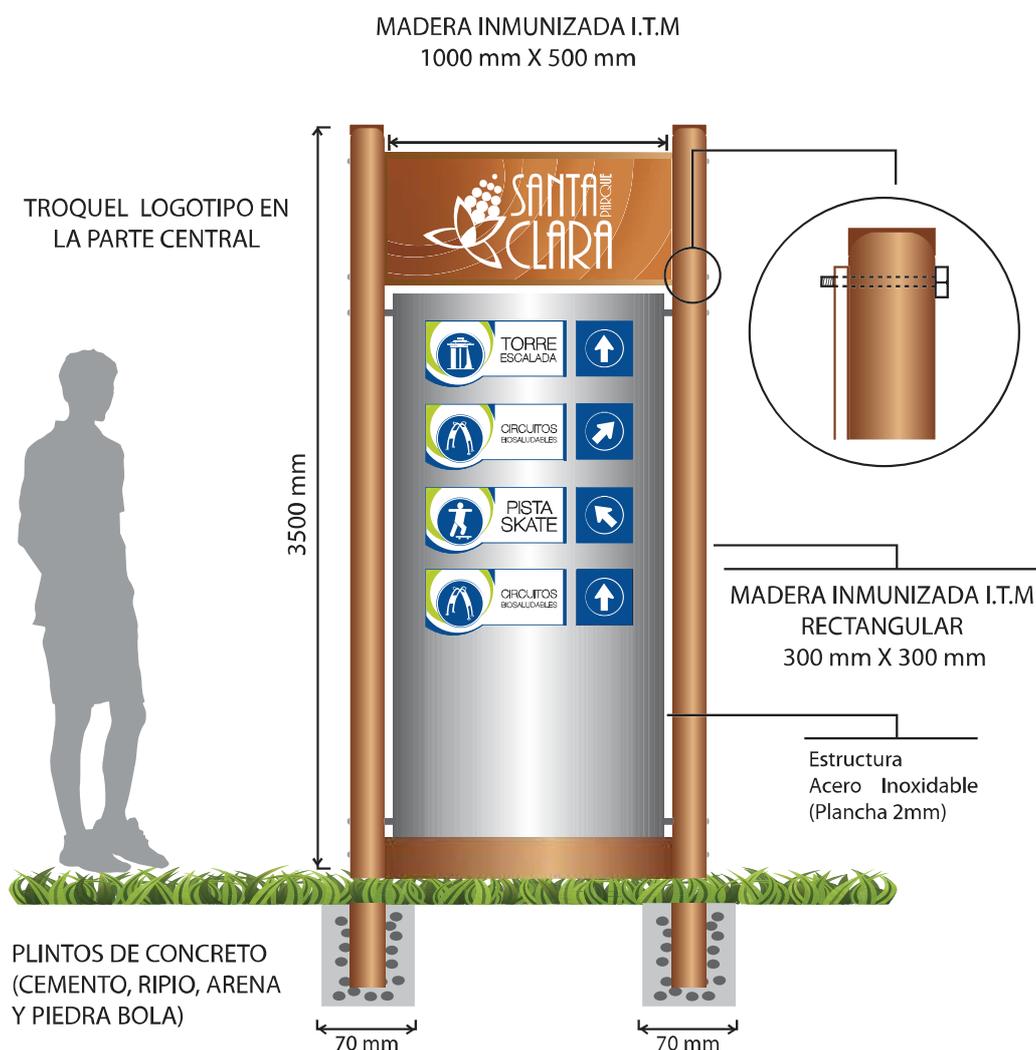


5.2.7.3 Panel Direccional:

Esta estructura es importante ya que se ubicara a la entrada del parque ya que permitirá que las personas se ubiquen y tomen dirección.

Proceso a seguir:

- Se ensamblará la estructura de madera con el contenido que tendrá en su condición de servicio.
- Se utilizarán clavos para generar uniones más dúctiles.
- Se utilizarán una sola línea de fijaciones paralelas a la fibra.



Manual Señalético Parque Santa Clara (Sangolquí, Ecuador)

5.2.7.4 Panel de Ubicación:

- Panel con Iluminación:

Sustrato de vinil flexible translúcido y vinil autoadhesivo.

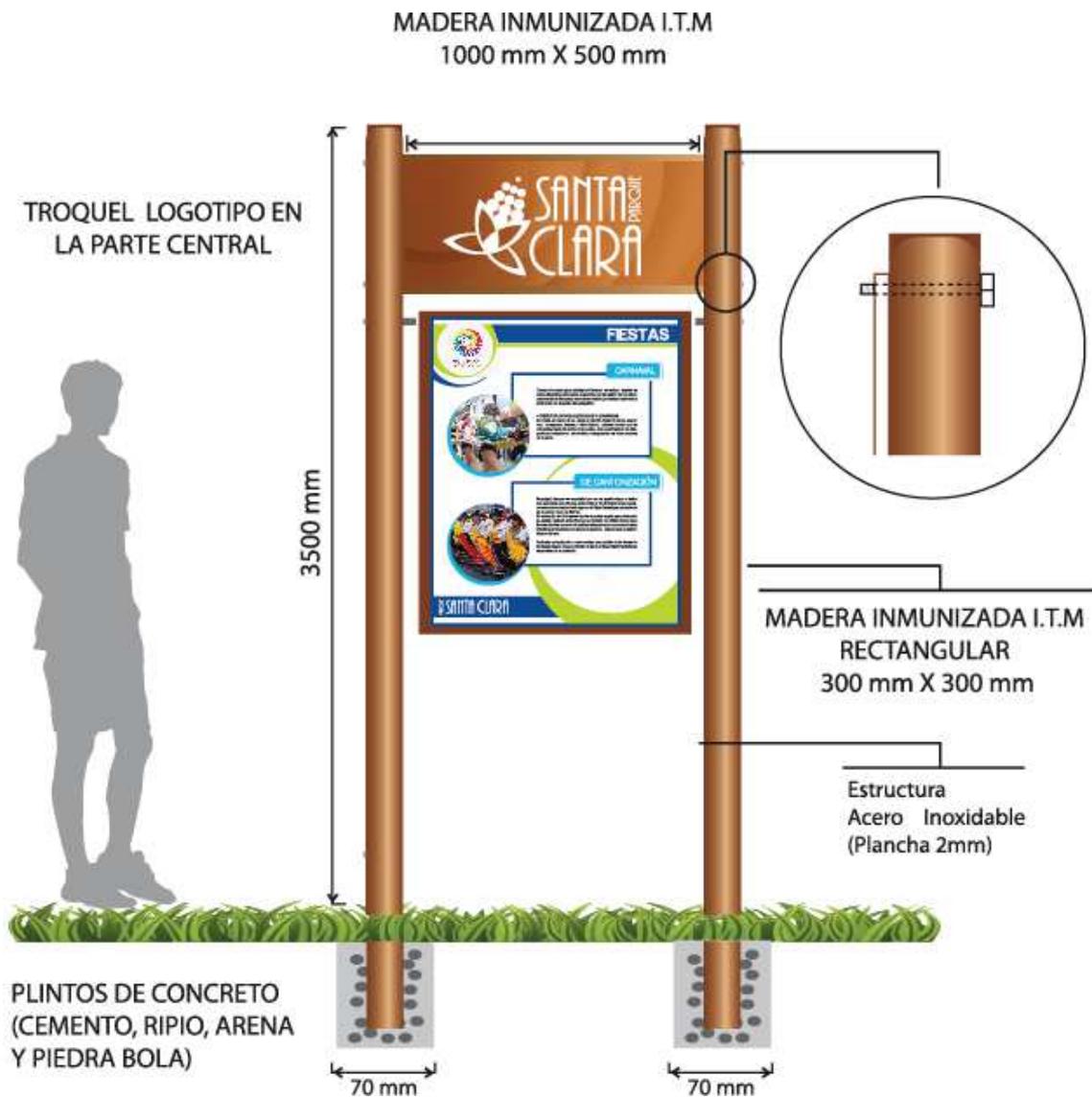
- Paneles no Luminosos (opaco):

Lámina de tol inoxidable de 1mm de espesor, logos y/o textos en: lamina reflectiva de alta intensidad (Aluminio).



En la parte superior derecho del Panel se ubicaran los logos del municipio del cantón Rumíñahui y el logo de marca País respectivamente.

5.2.7.5 Panel de Informativo:



Este panel está ubicado en todo el parque. Se caracteriza por tener información turística del cantón en base a tótems.

Rótulos informativos:



MONUMENTOS



CHOOCHO

Recuerda la leñidad del Valle de los Chillos que en tiempos antiguos se esencialmente agrícola, cultivándose predominantemente el maíz, que se le conocía con el nombre de maíz chillo, por sus granos gruesos de color amarillo intenso, sus mazorcas robustas y anchas y sus tallos muy altos y gruesos. Los mástiles de colinas se le asociaron a la vestimenta de nuestros antepasados, inspiraciones del pintor y escultor Gonzalo Enríquez Coronel.

El maíz es el más importante de los cultivos de la América India, su presencia data desde aproximadamente desde 80.000 años antes de Cristo.

Ubicación: Entre las Av. Callesón y Luis Cordero.



COLIBRÍ

Gran parte del valle de los Chillos, por sus tierras fértiles y paradisíacas, en época colonial fue admirado por los señores a través de sus vastos haciendas y haciendas: Chilo Compañía, Píñeros, Lince, San Pedro, El Gallo, Pacheco y Valdecañal, un solo señorío que comprendía en su extensión de Sangolquí y no tanto, por el Chiriquí más allá que las señas traseras, fue la morada de 32 especies de colibrí que el artista Gonzalo Enríquez Coronel lo ha inmortalizado a través de este monumento.

Ubicación: Ubicado en el sector donde converge la Av. El Progreso y la que une Rio con Tarapoto, entre las señas: Casa Puntabán y Casa Píñero.

PARQUE SANTA CLARA



FESTAS



CARNAVAL

Desde años atrás para cultivar el Carnaval, se realizan, desfiles de carros alegóricos, comparsas y bailes típicos, quienes participan por las principales calles del centro de la ciudad, con la participación de delegaciones institucionales, del cantón y delegaciones de otras secciones de la parroquia.

DESFILE DE CARROS ALLEGÓRICOS Y COMPARSAS

Se realiza en medio de un ambiente festivo de carros alegóricos, comparsas, bailes típicos, quienes participan por las principales calles del centro de la ciudad, con la participación de delegaciones institucionales, del cantón y delegaciones de otras secciones de la parroquia.



DE CANTONIZACIÓN

Sangolquí, siempre se caracterizó por ser un pueblo alegre y festivo que siempre se vive en un ambiente festivo de carros alegóricos, comparsas, bailes típicos, quienes participan por las principales calles del centro de la ciudad, con la participación de delegaciones institucionales, del cantón y delegaciones de otras secciones de la parroquia.

Se celebra el Chiriquí donde el pueblo acude para disfrutar su alegría y disfrutar a los jóvenes que participan de fiestas para celebrar el inicio que son de actividades deportivas de monedas de plata y habitualmente con danzas típicas, bailes, juegos que se realizan al ritmo de la música.

Cada año se hacen dos o tres combates con ocasión de las fiestas de los Reyes Magos, Corpus Christi y el día de la Virgen María festejados especiales por la población.

PARQUE SANTA CLARA



CULTURA



ARTESANÍAS

Los rayos del sol, las lágrimas de la luna, y los vientos del mar que plasma su vida cotidiana en oro, plata, bronce, madera y cerámica.

Sangolquí ha sido uno de los campos de la artesanía en sus variados temas. Desde hornos caseros y hornos como el horno Madero (Quayashanti) que era el taller común del alfar de la parroquia de la Iglesia Mayor de esta ciudad, se dice que don Mateo era hornos con lo que se le encontraban, en ese mismo tiempo se mandó a confeccionar al Alfar de San José otro taller, en donde los que lo realizaron fueron los hermanos Díaz y Auzón. Tal quienes tenían extraordinarios conocimientos de tallados.



GASTRONOMÍA

Este territorio cuenta con una variedad gastronómica con platos típicos de nuestra zona tales como: Ñame, ajacajuto, arroz de chile, caldo de patata, ají de ñame, caldo de tripa y uña, caldo de gallina, arroz de gallina, mondongo de queso, tamales, hornos, empanadas y ají de cuy. El plato típico es el hornado con ñame y tortilla, además existe una variedad de comida nacional.

La población de Sangolquí se encuentra ubicada al Sur oeste de la ciudad de Cuito, en el Valle de los Chillos.

La tradición de preparar el Hornado de Sangolquí tiene por lo menos ochenta años que ha permitido el que se hayan formado verdaderas "familias" que en una tradición muy sana, conservan su tradición de la mejor manera.

PARQUE SANTA CLARA



CASCADAS



DEL PADRE URCO

Desde este lugar empieza la caminata a las cascadas. El siguiente punto de referencia es un puente de madera. De allí se sigue por el camino empinado hasta llegar al sector de Pulchra de Larco. Son unos 20 minutos de viaje.

Para acceder a la cascada es necesario caminar entre 30 a 45 minutos más.

Para quienes cuentan con transporte propio se la calle Vía Sangolquí una cuadra antes del Monumento de la Piedad (Cruz de San Juan). Por esta zona se sigue hasta el sector de los baños hornos, Muestran Cuitabán, los Tacos y Pulchra de Larco los buses solo ingresan hasta este lugar.



CORRERA PITA

Se encuentra a 30 Km. de Cuito, su ingreso se realiza por Cashapamba donde hay un mirador o por Santa Ana, estas dos vías se unen en el Barrio San Francisco que nos conduce hasta el Barrio Lince. Este atractivo se encuentra al interior del Proyecto Molluzo abastecedor de agua potable en Sangolquí. El paseo ecológico tiene tres aventuras:

1. La pequeña aventura (trayecto de 20 minutos de caminata)
2. La mediana aventura (trayecto de 40 minutos de caminata)
3. La gran aventura (trayecto de 120 minutos de caminata)

PARQUE SANTA CLARA

Estos rótulos se colocarán en el panel principal informativo que a continuación se da a conocer.

Conclusiones:

- Los fundamentos de diseño y la comunicación visual mediante metodologías teóricas prácticas fueron aplicadas para mi conocimiento profesional y para la elaboración del proyecto realizado.
- Mediante un estudio previo de campo y con la información dada por el municipio del cantón me permitió saber las falencias y limitaciones que tendría el trabajo final.
- La estrategia fundamental en el desarrollo del trabajo fue el resultado de la encuesta que nos permitió saber la afinidad y percibir los gustos de las personas hacia el logotipo realizado.
- La metodología en diseño gráfico e industrial impartida durante toda la carrera ayudo para un mejor desempeño y facilidad en el diseño de piezas y productos finales.

Recomendaciones:

- Es fundamental revisar el presupuesto dado ya que permitirá tener limitaciones tanto en lo económico como en el diseño señalético.
- En todo proceso de rotulación para señalización recomiendo que el soporte de impresión sea en madera inmunizada. Ya que resiste a las adversidades del tiempo.
- Se recomienda analizar los resultados de las encuestas escritas ya que es muy importante para realizar obras dentro del parque.
- Se recomienda tener un proyecto dentro del parque de reciclamiento para desechos y reutilizarlos dentro del mismo.

- Se recomienda aplicar un manual de seguridad dentro del parque ya que habrán zonas de riesgo tanto como en la pista de skate, zona de escalinata, y en el área de los circuitos biosaludables (setenta y piquito).
- Se recomienda al Municipio del Cantón Rumiñahui beneficiario de este proyecto realizar el contrato a la empresa I.T.M ya que se especializa en el manejo de señalización y rotulación en parques con madera inmunizada acorde a los requerimientos del proyecto.
- Se prohíbe el mal uso de la imagen corporativa y señalética del parque Santa Clara.
- Se recomienda contactar el proveedor mencionado en las estructuras para paneles. Ya que el tiempo de experiencia en el mercado garantiza un buen trabajo.
- Como diseñador recomiendo un buen sitio de impresiones en las piezas gráficas ya que dará claridad y una buena legibilidad para las personas que visiten el Parque Santa Clara.
- Como diseñador seguí un proceso en base de formas modulares manejando figuras como círculos en base de la forma principal del pentágono, todas las piezas gráficas y productos finales fueron realizadas en base al módulo principal. NO RECOMIENDO manejar formas orgánicas ya que afectaría todo el proceso de diseño realizado.

REFERENCIAS:

- Bense M., (1973), La semiótica, guía alfabética. Ed. Anagrama
- Costa J., (2009), el DirCom Hoy. Ed. Costa Punto Com
- Costa J., (2004), La imagen de marca, Un fenómeno social. Ediciones Paidós Ibérica S.A
- Costa J., (1987), Imagen Global. Ed. Ciac, Barcelona.
- Costa J. (1995). Comunicación corporativa y revolución de los servicios. Editorial Ibérico Europea.
- Crow D. (2008), No te creas una palabra, una introducción a la semiótica. Ed. Promopress.
- De BUEN J (2005), Manual de Diseño Editorial. Ed. Santillana.
- Enrique A. (2008), La planificación de la comunicación empresarial. Ed. Univ. Autónoma de Barcelona202.
- Fuentes R. (2004), La práctica del diseño gráfico, Ed. PaidósIberica S.A
- Heller E. (2004), Psicología del color, Ed Gustavo Gili.
- Mariño R., (2005), Diseño de páginas web y diseño gráfico,. Ed. Ideas Propias.
- Newark Q., (2002), ¿Qué es el diseño Gráfico? Manual de diseño. Editorial GG.
- Pelta R., (2003) “Lo primero es lo primero, diseño y responsabilidad social. Ed. Paidós.

Pérez R., (2001). Estrategias de Comunicación, Ed. Ariel Comunicación

Pintado T., (2009), Imagen Corporativa, influencia en la gestión empresarial.
Editorial ESIC

Vilchis L. (1998), Metodología del Diseño, Fundamentos teóricos, Ed. Centro
Juan Acha A.C

Wolton D., (2005). Pensar la Comunicación, Prometeo Libros.

Wong W., (2002), Fundamentos del diseño, España, Editorial GG

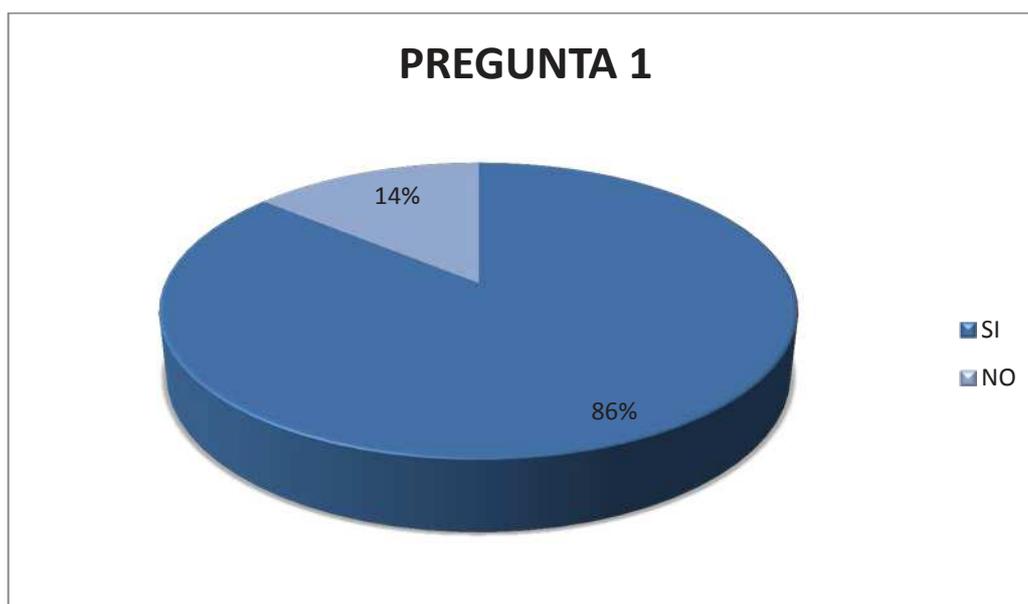
Anexo

- **Anexo 1: Análisis y Tabulación de las Encuestas**

TABULACIÓN PREGUNTA 1:

¿Conoce la ubicación del parque Santa Clara?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
SI	407	86%
NO	66	14%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

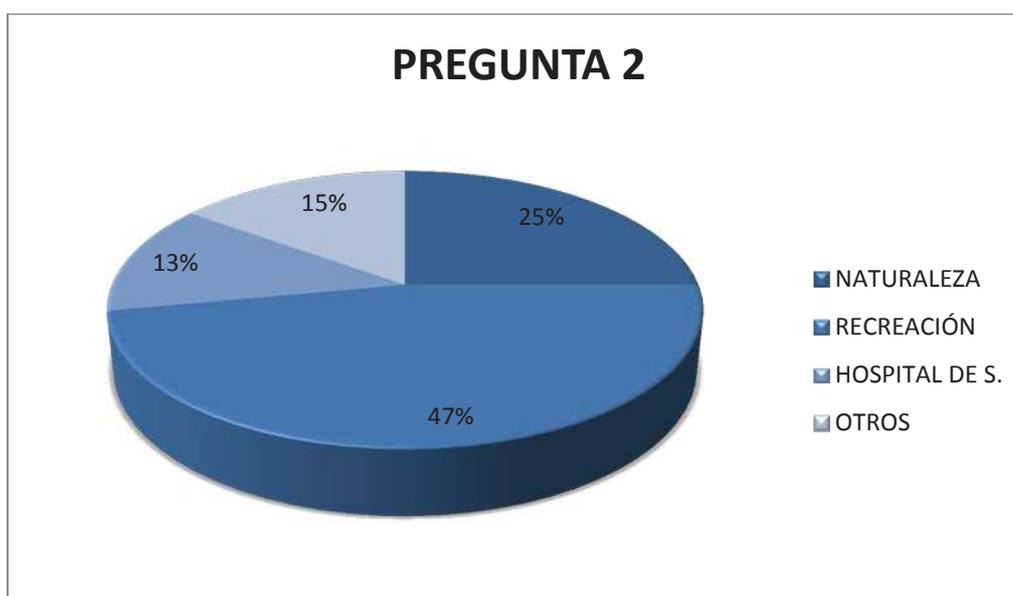


Tras analizar esta pregunta, los resultados de los pobladores alrededor del parque saben la ubicación del parque pese a la falta de señalización externa del parque

TABULACIÓN PREGUNTA 2:

¿La primera impresión que se le viene al escuchar del parque Santa Clara?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
NATURALEZA	118	25%
RECREACIÓN	222	47%
HOSPITAL DE SANGOLQUÍ	62	13%
OTROS	71	15%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

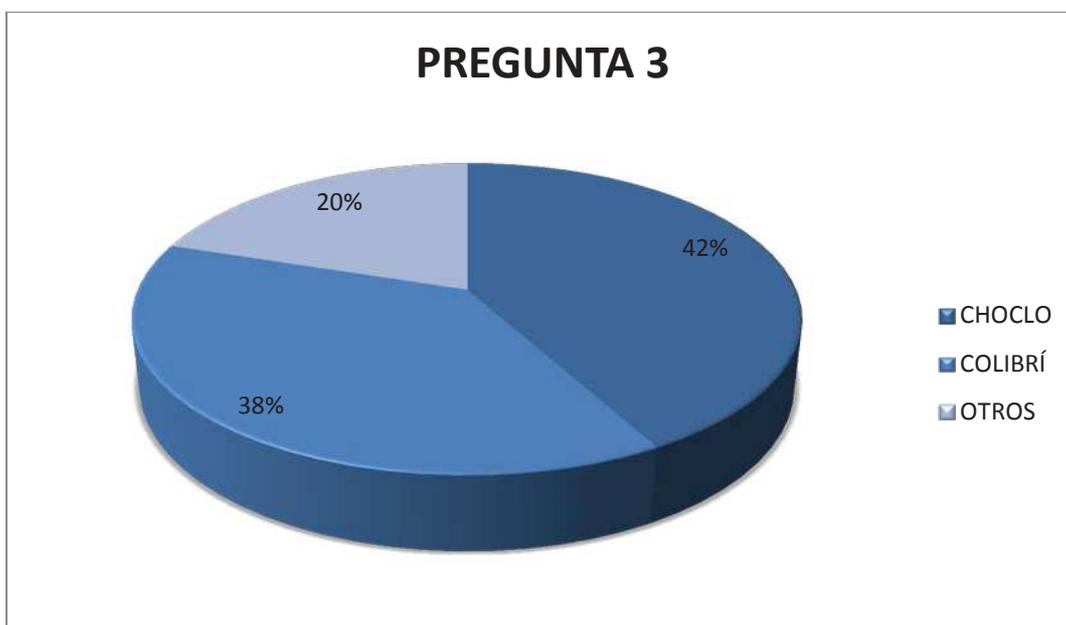


Tras analizar esta pregunta la referencia que posee la mayoría de gente es la naturaleza que hay en el parque (árboles y plantas). La referencia por ubicación en este caso el Hospital de Sangolquí es muy importante ya que ya que a futuro se podría dar una señalización externa de cómo llegar al Parque con esta referencia.

TABULACIÓN PREGUNTA 3:

A nivel de Identidad ¿Qué cree usted que es lo más representativo del Cantón Rumiñahui?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Monumento CHOCLO	199	42%
Monumento COLIBRÍ	179	38%
OTROS	95	20%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

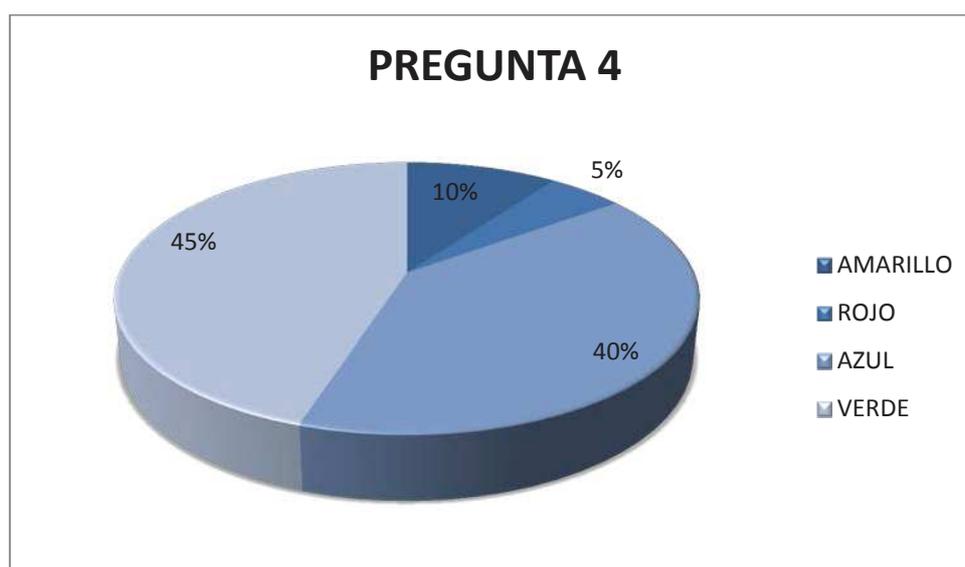


La mayoría de gente encuestada dice que lo más representativo es el Monumento al Choclo dándonos un punto de partida para el desarrollo de la imagen corporativa. Otras personas dieron como referencia en la parte gastronómica, el Hornado como fuente económica en el Cantón.

TABULACIÓN PREGUNTA 4:

¿Cuál cree usted que son los colores representativos del Cantón?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
AMARILLO	47	10%
NARANJA	----	----
ROJO	24	5%
MORADO	----	----
AZUL	189	40%
VERDE	213	45%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

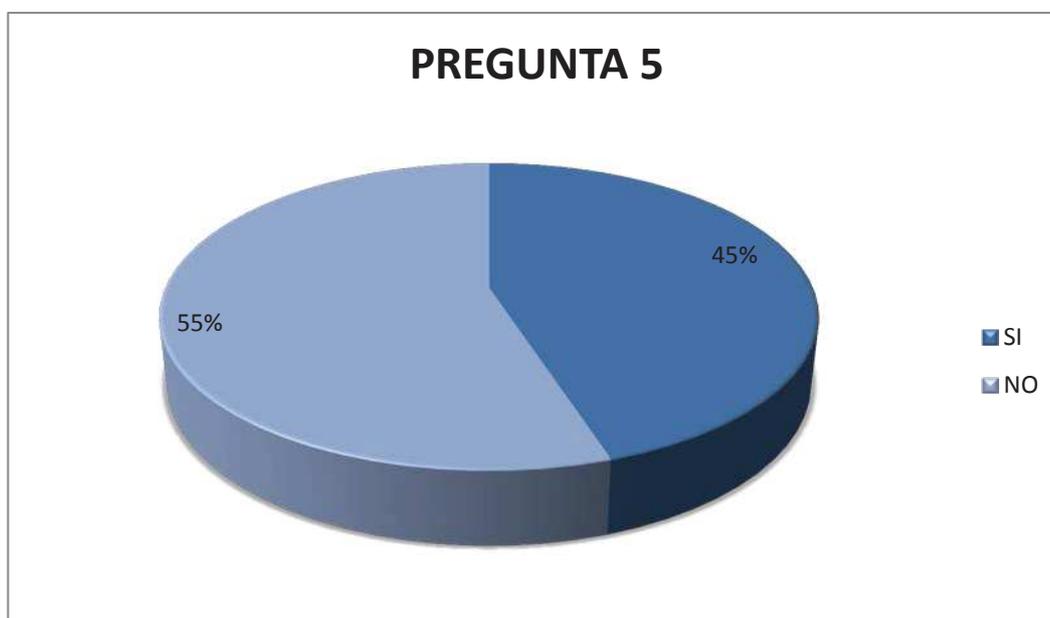


Tras el análisis de esta pregunta el color que predomina es el Verde y el Azul los cuales son representativos del cantón en base a la encuesta. Esta pregunta nos da un punto de referencia a la cromática en nuestro proyecto.

TABULACIÓN PREGUNTA 5:

¿Conoce el LOGOTIPO del Cantón Rumiñahui?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
SI	213	45%
NO	260	55%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

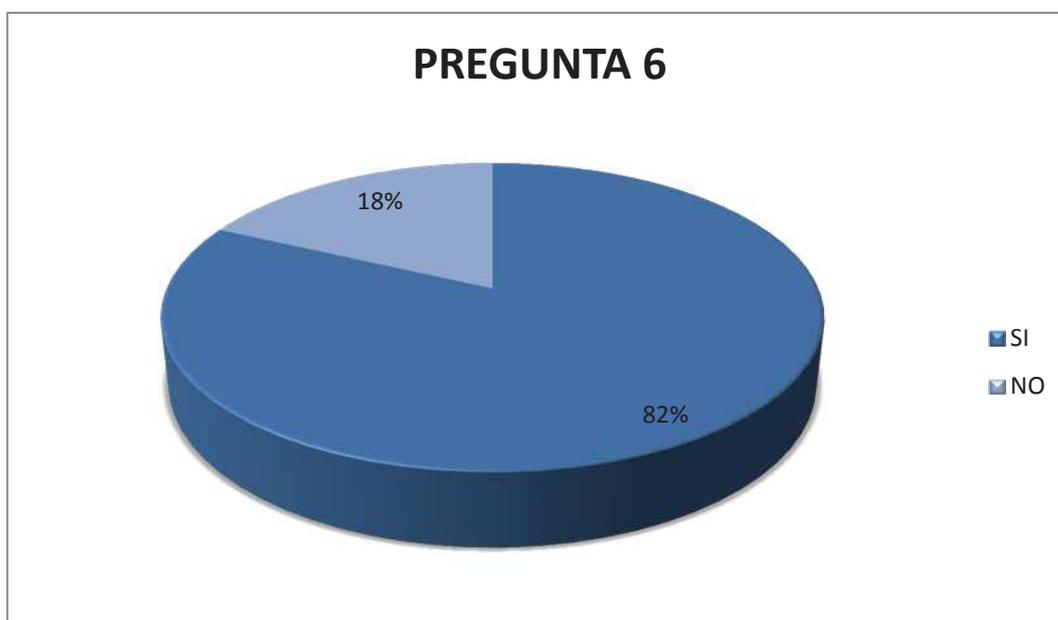


El análisis nos da como resultado respuestas similares, la mayor parte de los habitantes conoce la imagen corporativa del Cantón, Por otro lado otros la desconocen, esto es una guía para que en un proyecto a futuro se realice una marca para todo el Cantón Rumiñahui.

TABULACIÓN PREGUNTA 6:

¿Cree usted que con un LOGOTIPO del Parque SANTA CLARA resaltaría la imagen de todo el Cantón? Porque:

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
SI	388	82%
NO	85	18%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%



La mayoría de personas encuestadas piensan que con una Identidad del Parque SANTA CLARA realzaría toda la imagen del Cantón Rumiñahui, por otro lado, el menor porcentaje de personas piensa que primero se debe remodelar y colocar una infraestructura mejor a la actual para poder implementar un LOGOTIPO.

TABULACIÓN PREGUNTA 7:

¿Qué actividades conoce usted del Cantón?

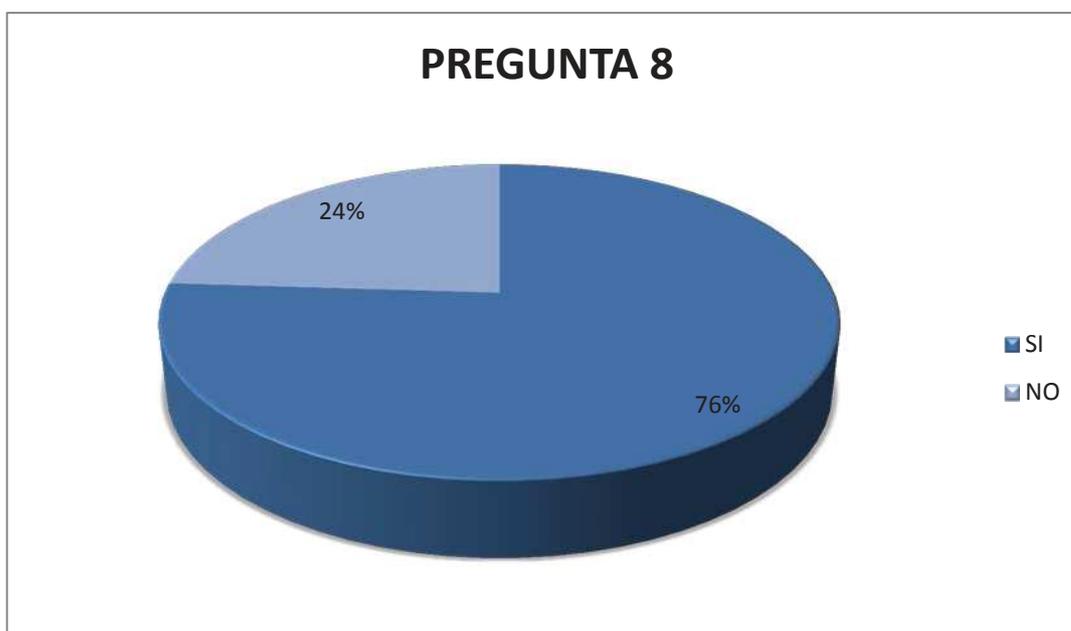
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
Actividades CULTURALES	123	26%
Actividades GASTRONÓMICAS	180	38%
Deportes EXTREMOS	28	6%
FIESTAS	142	30%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%



Las Actividades que la mayoría de gente encuestada se refiere a actividades gastronómicas ya que el Cantón cuenta con una gran variedad de platos típicos uno de ellos es el Hornado que es de gran importancia dentro del turismo gastronómico.

TABULACIÓN PREGUNTA 8:**¿Recomienda el Parque como atractivo turístico? Porqué:**

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
SI	359	76%
NO	114	24%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

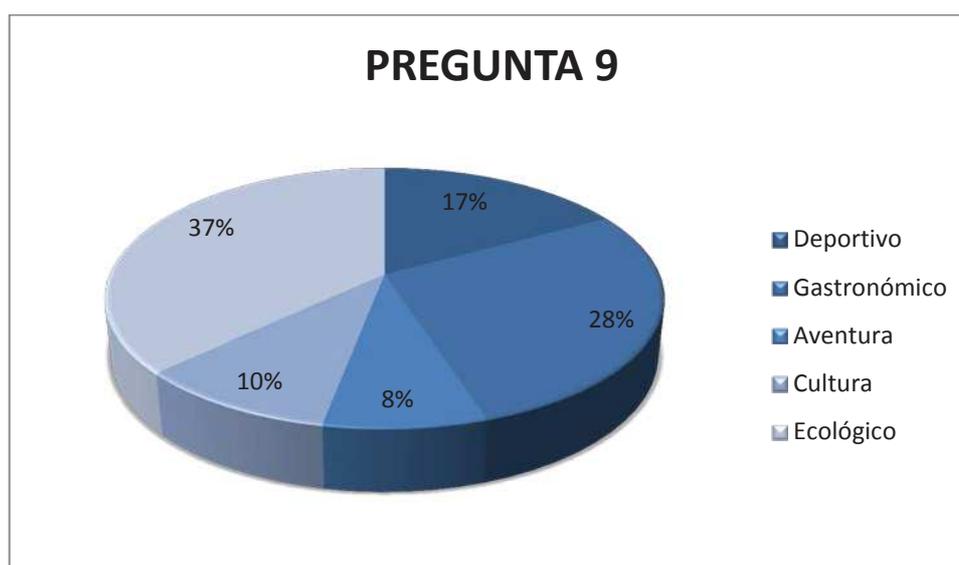


El menor porcentaje de encuestados no recomiendan al parque como atractivo, La mayoría cree que necesita proyectarse más turísticamente a nivel Cantonal, y proyectar otra imagen.

TABULACIÓN PREGUNTA 9:

¿Qué tipo de turismo cree usted que es el más importante en el Cantón?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
DEPORTIVO	80	17%
GASTRONÓMICO	132	28%
AVENTURA	39	8%
CULTURA	47	10%
ECOLÓGICO	175	37%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

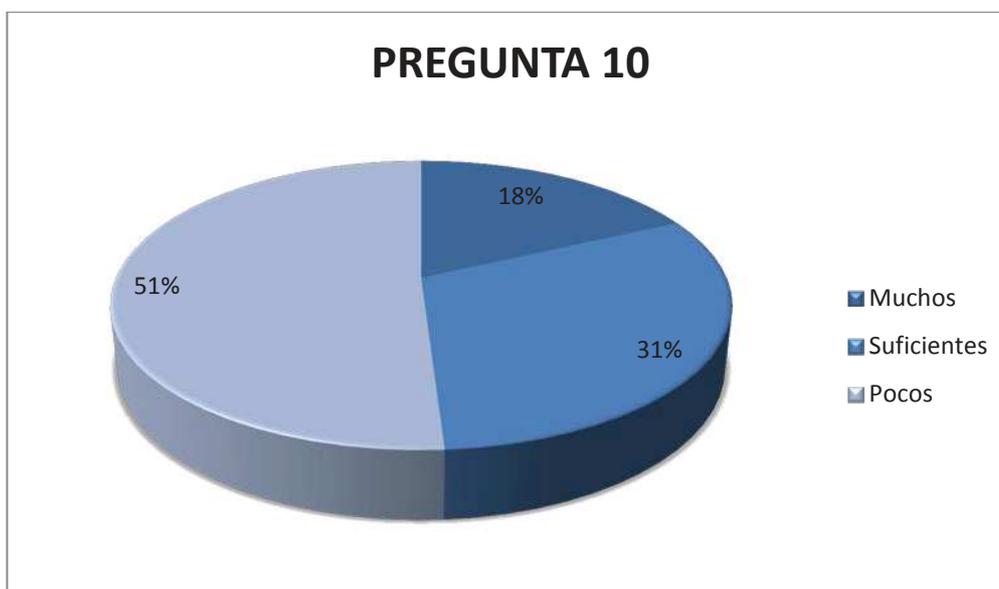


El turismo Ecológico al que hace referencia la mayoría de gente es referente a las cascadas existentes en el todo el Cantón, en base al análisis de las respuestas se identifican en el aspecto deportivo, motivado en el equipo que representa al Cantón, el Independiente del Valle.

TABULACIÓN PREGUNTA 10:

¿Qué cantidad de atractivos turísticos conoce que existe en el Cantón?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
MUCHOS	85	18%
SUFICIENTES	147	31%
POCOS	241	51%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

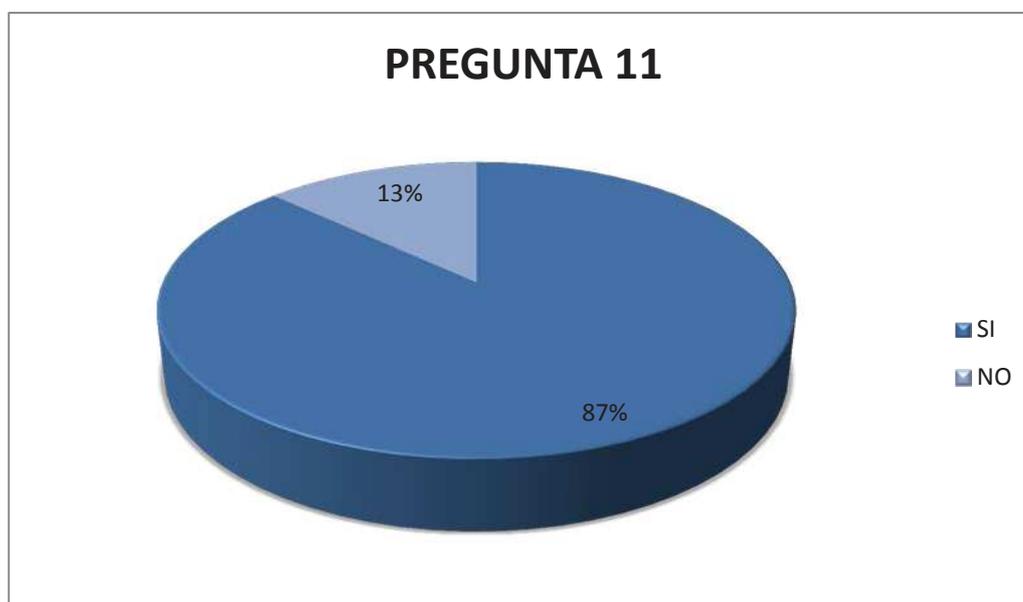


Existe gran número de personas en la encuesta que dicen que hay pocos atractivos turísticos en el cantón, un 31% que dice que hay suficientes. La mayoría de personas desconocen o poseen falta de información en los destinos turísticos que ofrece el Cantón Rumiñahui.

TABULACIÓN PREGUNTA 11:

¿Conoce de algún tipo de señalización en el parque?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
SI	412	87%
NO	61	13%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%

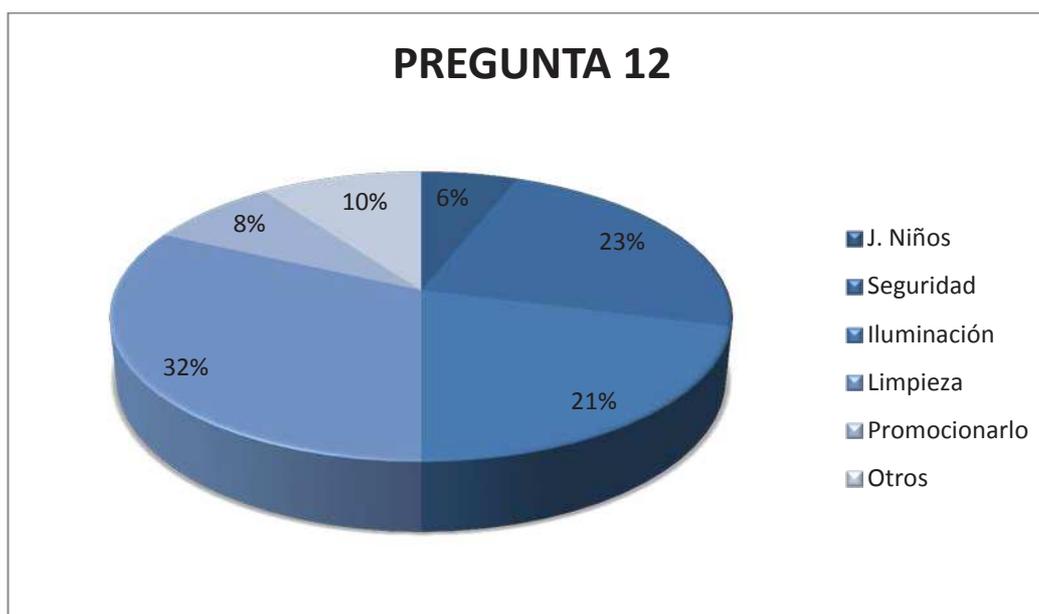


La mayoría de gente encuestada no conoce de algún tipo de señalización en el parque. Ya sea interna como externa.

TABULACIÓN PREGUNTA 12:

¿Qué considera usted que hace falta en el parque?

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	%
JUEGOS PARA NIÑOS	28	6%
SEGURIDAD	109	23%
ILUMINACIÓN	99	21%
LIMPIEZA	151	32%
PROMOCIONARLO	38	8%
OTROS	48	10%
TOTAL DE LA MUESTRA ESTADÍSTICA	473	100%



La limpieza es muy importante dentro de las respuestas de la gente encuestada y esto se ve reflejado en el porcentaje superior que obtuvo con esta pregunta. Otro pilar fundamental es la seguridad que se debería manejar dentro del parque.

Conclusiones y Recomendaciones sobre las encuestas.

Conclusiones:

- Las personas encuestadas, la gran mayoría, no saben la ubicación exacta del parque, el Municipio debería adaptar un programa de publicidad para el parque en base de señalización externa e interna dentro del este espacio público.
- La señalización a ubicarse y las infografías deberán hacer énfasis al turismo ecológico y gastronómico, ya que la gente en base a esta encuesta hace referencia a estos dos temas importantes dentro de las actividades propias del sector.
- En base al Logotipo del parque no existe una imagen que la gente pueda identificar, la mayoría de gente encuestada no posee una idea clara de ello. Los colores que se dan como referencia servirán para dar opciones en la cromática de nuestra marca.

Recomendaciones:

- La mayoría de gente encuestada da un énfasis a la falta de limpieza y seguridad dentro del parque. Se recomienda al Municipio dar importancia a estos temas.
- En la identidad del parque se recomienda manejar como imagen al choclo ya que se encuentra ubicado al inicio del Parque Santa Clara y en la calle principal.
- Se recomienda utilizar una imagen con unidad gráfica para que la gente pueda identificarse con el Parque Santa Clara.

- **Anexo 2:**



Sesenta y piquito/ San José del Valle

- **Anexo 3:**



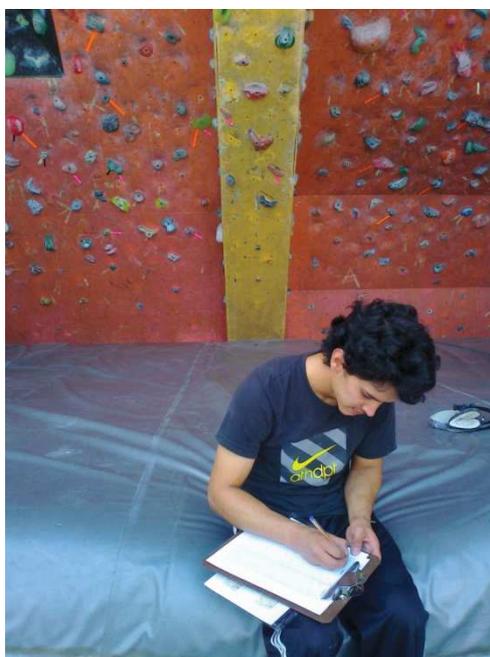
Sesenta y piquito/ San José del Valle

- **Anexo 4:**



Torre escalada / Consejo Provincial de Pichincha

- **Anexo 5:**



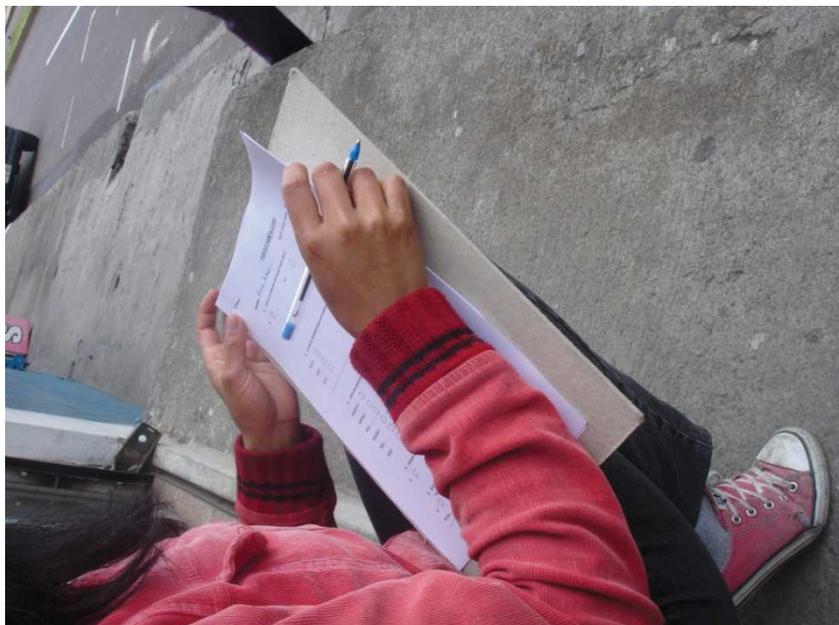
Encuesta a Escalador / Torre de escalada

- **Anexo 6:**



Encuesta a Skates / Parque La Carolina

- **Anexo 7:**



Encuesta a Pobladores / Parque Santa Clara

- **Anexo 8:**



Biblioteca Municipal / Sangolquí, Ecuador

- **Anexo 9:**



I.T.M / Tumbaco

- Anexo 10:

The image shows a stack of handwritten survey forms for 'PARQUE SANTA CLARA'. The forms are titled 'PARQUE SANTA CLARA' and 'FORMA DE OBTENCIÓN DEL PARQUE SANTA CLARA'. The forms contain the following questions and answers:

- ¿Cómo se ubica el Parque Santa Clara? (How is the Santa Clara Park located?)
 Answer: SI (Yes) NO (No)
- ¿La primera idea que se le viene al recordar del Parque Santa Clara?
 Answer: Muy grande (Very large)
- ¿A qué color le representa el Parque Santa Clara?
 Answer: Verde (Green)
- ¿Cuál color usted que son los colores representativos del cantón?
 Answer: Verde (Green)
- ¿Cómo el LOGOTIPO del cantón Rumiñahui?
 Answer: SI (Yes) NO (No)

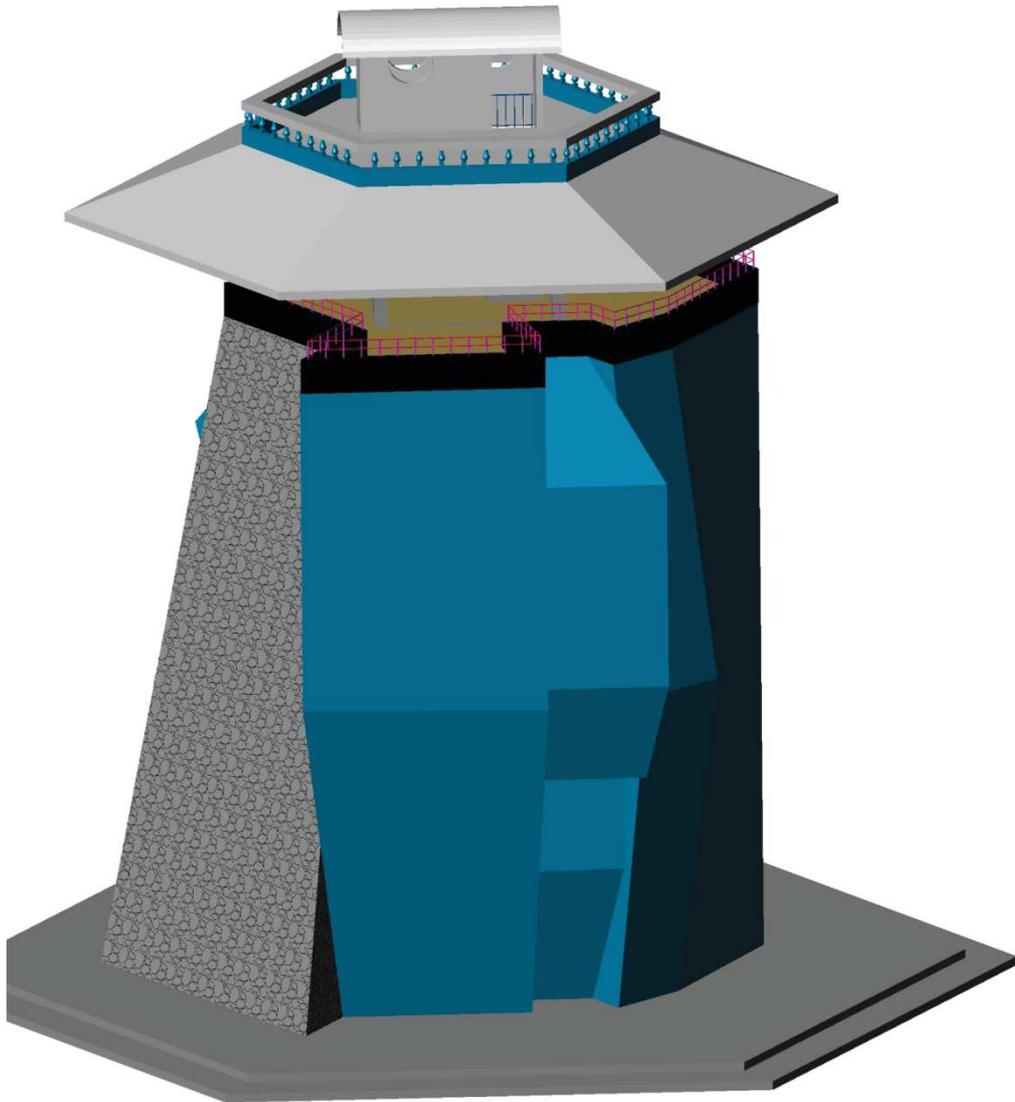
Total de encuestas escritas / Sangolquí, Ecuador

- Anexo 11:



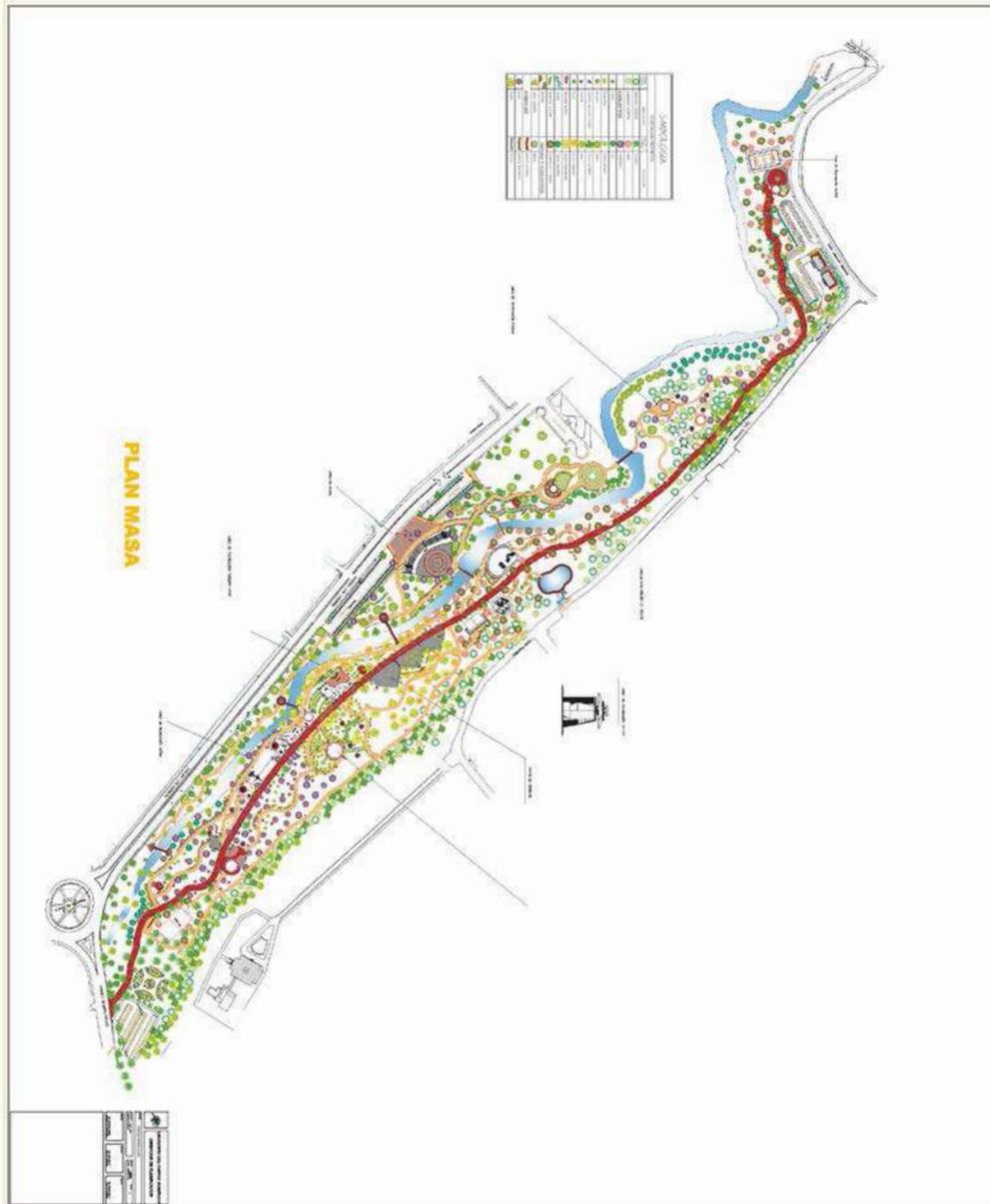
Proyecto Parque Santa Clara / Sangolquí, Ecuador

- Anexo 12:



Municipio del Cantón Rumiñahui, Plano 3D (Torre de Escalada)
Proyecto Parque Santa Clara

Anexo 12.1:



Municipio del Cantón Rumiñahui,
Proyecto Parque Santa Clara

Anexos Montaje:



Panel de Bienvenida.



Pictograma de Poste.



Pictograma de Ubicación.



Pictograma de Información