



EL IMPACTO DE LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA EN EL POSICIONAMIENTO DE LAS ESCUELAS PARTICULARES DEL SECTOR SIETE LAGOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Carlos Alberto Tigsi Solórzano

Estudiante

Shirley Sadith Guamán Aldáz

Docente

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador

tigsis@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Carlos Alberto Tigsi Solórzano y Shirley Sadith Guamán Aldáz (2019): "El impacto de la identidad visual corporativa en el posicionamiento de las escuelas particulares del sector siete lagos de la ciudad de Guayaquil", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (mayo 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/05/identidad-visual-corporativa.html>

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo determinar el impacto de la identidad visual corporativa en el posicionamiento de las escuelas particulares del sector Siete Lagos de la ciudad de Guayaquil, debido a que en este sector las instituciones no cuentan con una identidad que vaya acorde a la institución. Se realizó un estudio previo de las escuelas, basado en cómo realizaron el diseño de su imagen corporativa y en base a eso realizar una propuesta para el rediseño de su imagen visual corporativa; se obtuvo la apertura para realizar la propuesta en una de las cuatro escuelas del sector. La Escuela de Educación Básica Siete Lagos, desde sus inicios en el 2008 ha mantenido un diseño improvisado en Paint, iniciando con el logo de un barco en el agua y en el 2011 decidieron cambiar la imagen del logo con dos caricaturas, Pebbles y Bambam de la serie animada los Picapiedras, logo que es usado en los uniformes, papelería y portaestandarte de la institución, hasta la actualidad. Se realizó entrevista y encuestas a padres de familias y funcionarios de la institución, con el fin de recolectar información sobre los aspectos importantes que resaltan los valores y funciones de la institución. En base a la información obtenida se desarrolló una propuesta para definir la identidad visual corporativa de la institución, creando nuevo, logo y piezas gráficas, para dar a conocer el rediseño de la institución, lo cual permitirá el posicionamiento que requiere la institución dentro del sector.

Palabras Claves: identidad visual corporativa – Paint - logo - piezas gráficas.-diseño

ABSTRACT

The objective of this project is to determine the impact of corporate visual identity on the positioning of private schools in the Seven Lakes sector of the city of Guayaquil, because in this sector institutions do not have an identity that is consistent with the institution. A previous study of the schools was carried out, based on how they made the design of their corporate image and based on that, to make a proposal for the redesign of their corporate visual image; the opening was obtained to carry out the proposal in one of the four schools in the sector. The School of Basic Education Seven Lakes, from its beginnings in 2008 has maintained an improvised design in Paint, starting with the logo of a boat in the water and in 2011 decided to change the image of the logo with two cartoons, Pebbles and Bambam the animated series the Picapiedras, logo that is used in the uniforms, stationery and standard bearer of the institution, until the present time. Interviews and surveys were conducted with parents of families and officials of the institution, in order to collect information on the important aspects that highlight the values and functions of the institution. Based on the information obtained, a proposal was developed to define the corporate visual identity of the institution, creating new, logo and graphic pieces, to publicize the redesign of the institution, which will allow the positioning required by the institution within the sector.

Keywords: corporate visual identity - Paint - logo - graphic pieces.-design

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto trata sobre el impacto de la identidad visual corporativa en el posicionamiento de las Escuelas Particulares del sector Siete Lagos de la ciudad de Guayaquil, y tiene como propósito plasmar una propuesta que renueve la imagen corporativa de una de las cuatro instituciones educativas ubicadas en el sector "Siete Lagos".

Esta investigación muestra la importancia que se le debe otorgar a la identidad visual corporativa para lograr transmitir la marca, realizando aportes significativos que muestren el valor de difundir un mensaje formal, amigable y que vaya en coherencia con lo que desean proyectar las diferentes instituciones. Se asume que las características de la institución y la forma en que se maneje su imagen visual corporativa afectarán positivamente la consistencia de su imagen visual dentro y fuera del lugar donde se encuentren ubicadas las instituciones educativas (escuelas particulares).

Para la realización de la propuesta de este proyecto se escogió la Escuela de Educación Básica Siete Lagos, ya que esta institución brindó la apertura al mencionar que desde sus inicios ha mantenido un diseño improvisado en Paint de su imagen corporativa, debido a que no ha tenido el conocimiento adecuado del tema. La imagen actual de la institución carece de una identificación que vaya acorde a sus funciones, ya que desde sus inicios mantiene un diseño improvisado sin un estudio previo que logre representar a la institución como tal.

En base a esto se tomó la iniciativa de realizar este proyecto, en el cual se realiza un estudio previo de los factores más importantes de la institución, para que se vean reflejado dentro de su nueva imagen corporativa, que tiene como fin captar mayor atención de su público objetivo y lograr posicionar a la institución dentro del sector en el cual se encuentra. El obtener un análisis previo y verificado sobre cómo benefició la identidad visual corporativa a las instituciones educativas (escuelas particulares), es un preámbulo a que esta investigación pueda ser aplicada y ampliada no solo enfocándose en la identidad visual corporativa de instituciones educativas, también podrá ser aplicado a instituciones comerciales, políticas, financieras, etc.

METODOLOGÍA

El tipo de investigación a utilizar en el presente proyecto es descriptiva y de campo. La investigación descriptiva es un estudio diseñado para representar a los participantes de una manera precisa. En términos más simples, la investigación descriptiva se trata de describir a las personas que participan

en el estudio. La investigación descriptiva será aplicada al realizar un estudio de un grupo de individuos, se analizará la labor de las instituciones educativas, su misión, visión y percepción del público objetivo (Ethridge, D.E. 2004).

La investigación de campo es la recolección de datos para un propósito específico, la investigación es realizada en el lugar de los hechos, participando e interactuando con las personas a evaluar, acercándose más a lo que las personas necesitan. En este proyecto se aplicará investigación de campo debido a que, se va a realizar encuestas a los padres de familia sobre la percepción que tienen de la imagen corporativa actual de las instituciones educativas, también se realizarán entrevistas a los directivos de la institución con la cual se trabajará para realizar el rediseño de su imagen corporativa (Ethridge, D.E. 2004).

En el presente trabajo de titulación se aplica el enfoque cualitativo y cuantitativo. La investigación cuantitativa se utiliza para cuantificar el problema mediante la generación de datos numéricos o datos que se pueden transformar en estadísticas utilizables. La investigación cualitativa se utiliza para comprender las razones, opiniones y motivaciones subyacentes (Zikmund, 2012). Serán aplicados al momento de buscar obtener las opiniones del público objetivo mediante encuestas y entrevistas en cuanto a la percepción que tienen de las instituciones educativas y su actual identidad gráfica, luego esta información será recopilada, clasificada y presentada por medio de gráficos estadísticos para llegar a una conclusión a partir de los datos obtenidos.

RESULTADOS

De las encuestas efectuadas se obtuvo como resultado que es necesario realizar un rediseño de la imagen corporativa de las instituciones para poder fortalecer las falencias que poseen cada una de las mismas, ya que es un factor muy importante que tienen en mente los padres de familia al momento de escoger el lugar de educación para sus niños.

Cabe mencionar que uno de los resultados que se obtuvo de las encuestas, indicaron que el logotipo de la institución es lo que menos les llama la atención, ya que obtuvo un porcentaje bajo de 14%. Siendo este un factor importante que identifica a la misma.

Otras de las preguntas efectuadas buscaba tener el conocimiento de cuál es el elemento más comunicativo de la institución, obteniendo el nombre y el uniforme un porcentaje alto de 69.4% y 46.9% respectivamente, mientras que una de las variables de comunicación más importante en toda institución, como lo es el logotipo y slogan representan un porcentaje bajo 38.8% y 32.7% por el cual se debe fortalecer.

Propuesta

Después de haber realizado la respectiva investigación, se realiza la propuesta del rediseño de la identidad corporativa visual, como caso de estudio se escoge la Escuela Básica Siete Lagos. Se pretende fortalecer valores y atributos gráficos de la misma para generar una mayor atención en el público objetivo del sector. El nuevo diseño se realiza respondiendo a la necesidad de tener una imagen fresca representativa de la institución, con un sistema gráfico integral.

Isologo

Para realizar este rediseño de logotipo, se tomó en cuenta toda la información recolectada por medio de la encuesta y de la entrevista, el cual se diseñó un isologo que está compuesto de texto y de iconos que representan que es una escuela particular. Este isologo tiene un concepto más fresco, innovador y creativo, conectando las ideas de los directivos de la institución y los padres de familia que viven en el sector Siete Lagos.

Figura 1 Propuesta de Isologo



Elaboración: Carlos Tigsi Solórzano

Papelería y Uniforme

La creación de la papelería es muy fundamental, para así mantener y dejar establecido la identidad visual corporativa.

Figura 2 Papelería de la institución



Elaboración: Carlos Tigsi Solórzano

Figura 3 Uniforme de profesores



Elaboración: Carlos Tigsi Solórzano

Figura 4 Uniforme de niños



Elaboración: Carlos Tigsi Solórzano

REDISEÑO DE LA INSTITUCIÓN

El rediseño que se ha propuesto para la Escuela Básica Siete Lagos es de acuerdo a los resultados obtenidos según de la encuesta y entrevista, los cuales son de implementar niños, útiles escolares, colores como: gris, celeste para el rediseño de la identidad visual corporativo.

Figura 1 Rediseño de la institución



Elaboración: Carlos Tigsi Solórzano

CONCLUSIONES

- Existe falta de conocimiento de parte de las directivas de las Instituciones educativas particulares ubicadas en el sector de Siete Lagos, con respecto a la imagen visual corporativa que actualmente mantienen.
- Además se pudo corroborar mediante el análisis de las encuestas, que la percepción de los padres de familia hacia la identidad visual corporativa de las Escuelas del sector Siete Lago es calificada como regular.

- Para la realización del rediseño del logotipo se utilizará los elementos como niños y útiles escolares, ya que mediante encuestas realizadas fueron las opciones más escogidas para la elaboración del mismo.
- Como caso de estudio se escoge a la Escuela básica Siete Lagos ya que no cuenta con una correcta identidad visual corporativa, por lo cual es necesario realizar un rediseño de la misma.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a las instituciones particulares educativas del sector siete lagos, que deberán realizar un estudio para analizar la identidad visual corporativa que posee cada una de ellas.

Se recomienda a la Escuela básica Siete Lagos que considere este proyecto, el cual se realizó una investigación y en base a los resultados se efectuó un rediseño de la identidad visual corporativa de la misma, comenzando el cambio desde su logotipo hasta su papelería y uniforme.

Se considera realizar un seguimiento luego de haber efectuado el rediseño a fin de saber si se ha fortalecido la identidad visual de la misma.

BIBLIOGRAFÍA

- Capriotti, P. P. (2009). Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa, edición en español, Chile.
- Catherine Fishel (2000), REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA, Barcelona.
- Costa, J. (2009). Imagen Corporativa en el siglo XXI, 2da. ed. 4ta. reimp. Buenos Aires: La Crujía . dg
- Deborah Gabriel (2013) "Inductive and deductive approaches to research". Obtenido de <http://deborahgabriel.com/2013/03/17/inductive-and-deductive-approaches-to-research/>
- Ethridge, D.E. (2004). "Research Methodology in Applied Economics" John Wiley & Sons, p.24
- García, J. (2014). Técnicas de diseño gráfico corporativo, Madrid.
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). (2010). Ecuador en Cifras. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Kohli, C., Suri, R. & Thakor, M. V. (2002). Creating Effective Logos: Insights from theory and practise. Business Horizons, pp. 45, 58-64.
- T.C.Melewar, Sibel Akel (2005) "The role of corporate identity in the higher education sector: A case study", Corporate Communications: An International Journal, Vol. 10 Issue: 1, pp.41-57, <https://doi.org/10.1108/13563280510578196>
- TERESA, María (2013). La importancia de la imagen en la empresa. En TERESA, M. Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial. Madrid.

Van den Bosch, (2010) How corporate visual identity supports reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 10.

Zikmund, W.G., Babin, J., Carr, J. & Griffin, M. (2012) "Business Research Methods: with Qualtrics Printed Access Card" Cengage Learning