

Presentación de marca:

El Instituto Superior Tecnológico “Vicente Rocafuerte” es un centro educativo con más de 30 años de experiencia.



Introducción.

El documento presentado a continuación es el resultado en el análisis y estudio realizado a partir **de las normativas que rigen al Instituto Superior Tecnológico “Vicente Rocafuerte”** en busca de una nueva identidad que refl eje sus **valores y esencia.**

El proceso de desarrollo de una nueva marca ha sido de un mes y se procederá a explicar todo el proceso creativo desde el inicio para la comprensión de ajenos en la materia de diseño gráfico.

“Nunca es demasiado tarde para convertirse en lo que uno podía haber sido”

Marty Neumeier The Brand Gap

| Actualidad

¿Qué problemas tiene la marca?

En enero de 2020 el Instituto Superior Tecnológico “Vicente Roca fuerte” de la mano con la Senes cyt cayó en cuenta de un problema con su marca y es que resulta muy facil de confundir con el Colegio “Vicente Roca fuerte”, otra entidad educativa.

En solución a este problema, se buscó renovar por completo su identidad, desde el nombre hasta su imagen. y en función a esto marcar diferencia entre entes educativos.

Aun teniendo en cuenta estos factores, no se puede cambiar la marca de una empresa solo por problemas de similitudes, se tuvo que realizar un estudio de como funcionaba a la marca; se hizo un testeo del cómo se aplica la marca y si aportaba facilidades o dificultades a la hora de ser usado en distintos formatos. Esto conlleva más un análisis matemático y mecánico de cómo esta construida su marca actualmente y se pueden resaltar ciertas falencias en su construcción actual.



Lo primero a resaltar es la forma de ceñir el texto pues no está alineado a un solo círculo sino a dos. Esto puede ocasionar problemas a la hora de aplicarlo a formatos pequeños pues causa desestabilidad y le da una forma más achatada de lo que enverdad es, además de perderse una forma bastante sólida como lo es el círculo perfecto.

Después está el tema de “alineación texto a texto”. Si el texto empieza a una altura, tiene que terminar a esa altura, y aquí podemos apreciar un pequeño desfase tanto hacia arriba como hacía abajo. Esto puede causar ruido a la hora de aplicar a formatos pequeños, justo lo contrario a lo que queremos conseguir. lo justo sería ajustar el texto a una misma altura.



Los colores de la marca, al no tener una variante negativa, dificulta su uso sobre fondos fotográficos, esto puede perjudicar su visibilidad en compañía de una fotografía, lo que podría dificultar y limitar su uso y aplicaciones.



Luego tenemos la contraforma que hace la R en el isotipo, se puede ver como está empujada hacia la izquierda causando nuevamente tensión en su presencia e incluso puede llegar a ser algo incomodo de ver para cierto tipo de personas. Problemas a solucionar en su nueva marca.

Para terminar se puede observar como no hay el mismo espacio de separación en el isotipo tanto arriba como abajo, causando tensión a formatos pequeño.



También se tiene en cuenta su dificultad de lectura a tamaños pequeños pues la marca no cuenta con versiones responsive.

En definitiva tenemos una marca que no ofrece facilidades, sino más bien lo contrario.

Todo esto se tiene que tener en cuenta a la hora de componer una nueva marca para no caer en lo mismo y volver al inicio con una marca que no funciona.



| Preguntas

¿Qué se tuvo en cuenta durante el proceso de desarrollo?

¿Qué define al Instituto Superior Tecnológico Vicente Rocafuerte? ¿Qué palabras definen al Instituto?

Como cualquier otro centro educativo, al Instituto lo define el compromiso de educar a los futuros dueños del país. Teniendo esto en mente se empezó a barajar ideas creativas.

- Educación.
- Pasión.
- Ideas.
- VR

¿Cómo es el Instituto Superior Tecnológico Vicente Rocafuerte?

De ser una persona, creemos que debería ser alguien amigable con los jóvenes y que transmita con fianza y sabiduría.

¿Qué hace que el Instituto sea diferente?

- La multidisciplina
- La vocación de servicio

¿Cómo queremos ver al Instituto Superior Tecnológico Vicente Rocafuerte?

Queremos verla joven, nueva, pero sin ser demasiado informal.

¿Los cambios siempre son buenos?

Siempre que se hace un cambio se tiene que pensar en para quien va dirigido el cambio y si es para bien. En este caso, el cambio es mejor la imagen de una institución.

¿Quién es nuestro público objetivo?

Al ser jóvenes adultos, ellos ya tienen el derecho a elegir, ellos son nuestro público.

¿Qué está haciendo la competencia?

El mundo de la educación suele mantenerse en un ambiente cerrado y anticuado, eso nos da mucho juego a la hora de renovar imagen

¿Queremos ser innovadores?

Lo innovador siempre trae rechazo, pero siempre ayuda a dar un nuevo aire a la competencia.

¿Qué estamos haciendo mal?

El no haberle prestado atención a nuestra imagen

| Competencia

¿Qué está haciendo la competencia?



TECNOLÓGICO EUROAMERICANO



EUROtec.



Se tomó como competencia a todos los institutos de Guayaquil inscritos en la Senescyt que comparten ciertas materias con el instituto Vicente Rocafuerte .

Una vez localizada la competencia, se analizó lo que hacen con sus marcas.

El círculo es una de las formas que más se repite en la imagen de muchas instituciones educativas, eso nos da mucho juego a la hora de elegir nuestra forma base y nuestro factor diferenciador.



Muchas marcas recurren al tema de los escudos, eso nos da pistas de qué evitar en la creación de una nueva marca.

Otro error es el hacer que el nombre defina la marca cuando, si bien las dos van acompañadas, la marca es un añadido que se le da al nombre.



En cuanto al color podemos ver cómo muchas marcas abusan del color y esto es perjudicial pues dificulta las cosas al usuario.



Por último tenemos a las marcas mal construidas, estas no siguen ningún estilo de construcción y suelen ser más decorativas que comunicativas.

Muchas marcas caen en el error de no cuidar su imagen o de sobrecargarla mucho, creyendo que un logo más llamativo es bueno para la empresa cuando en realidad las marcas son más bien comunicativas y cuentan una historia o una idea.

Las marcas no son para entretener, son para comunicar.

| Entorno

¿Dónde se mueve la marca?





| Color

Estrategia del color

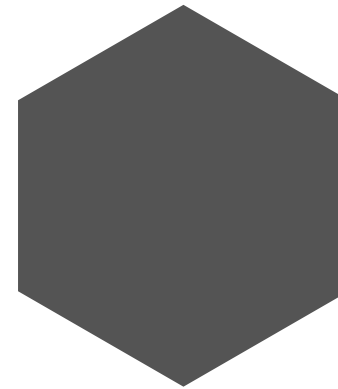
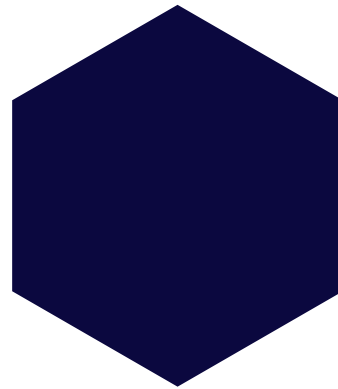
Con las observaciones ya establecidas se empezó a notar ciertas coincidencias en el color de las marcas.



Se cayó en cuenta que el color más usado por la competencia es el azul. Seguido por el verde. Seguido por el amarillo. Después el rojo. Luego están las marcas que usan otro color.

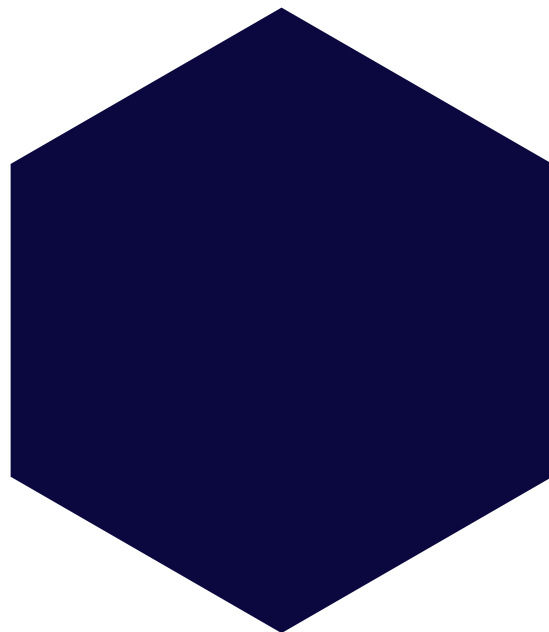
Esto nos abre un abanico de posibilidades pero, aun un problema con esto.

Si bien ya se ha dicho que el color más usado por la competencia es el azul, este color ha estado presente desde el inicio de la marca y no podemos deshacernos de él pues el mismo color ya está posicionado. Lo que haremos será añadir un nuevo color.



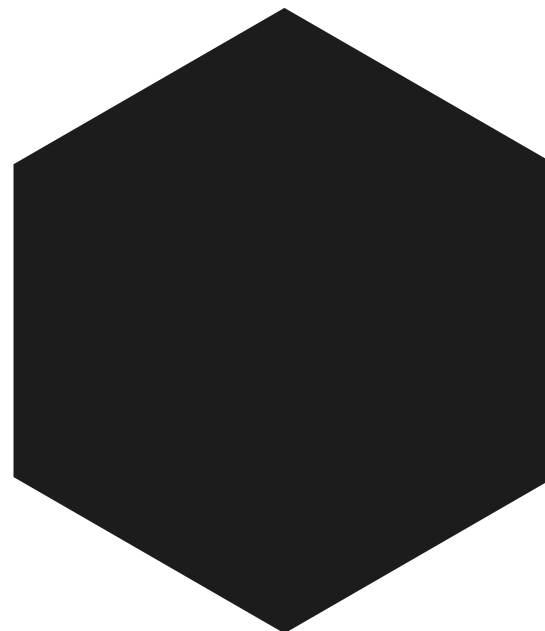
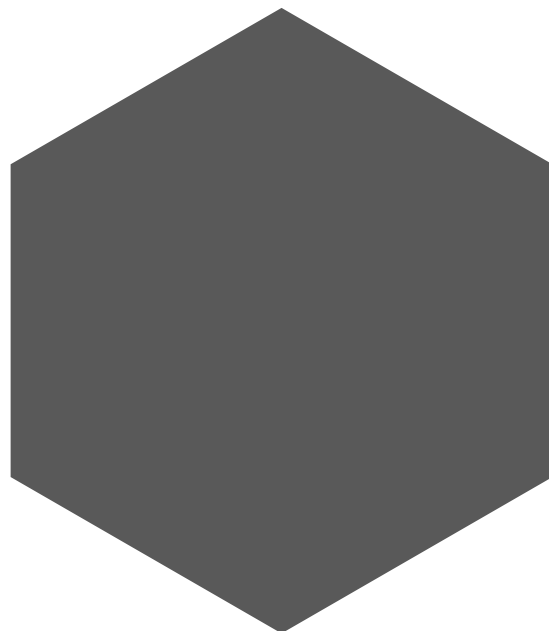
Este nuevo color es gris. Un color atemporal que hace juego con el azul y que refleja los valores de la marca: Profesionalismo y Sabiduría.

El azul que ha estado usando la marca es muy apagado y podría resultar en una sensación de añejo. Se modernizó el color para que fuera de acuerdo con los nuevos soportes tecnológicos a los que tienen que adaptarse las marcas.



Con el color listo para enfrentarse a la era digital, se procederá a la construcción de la marca.

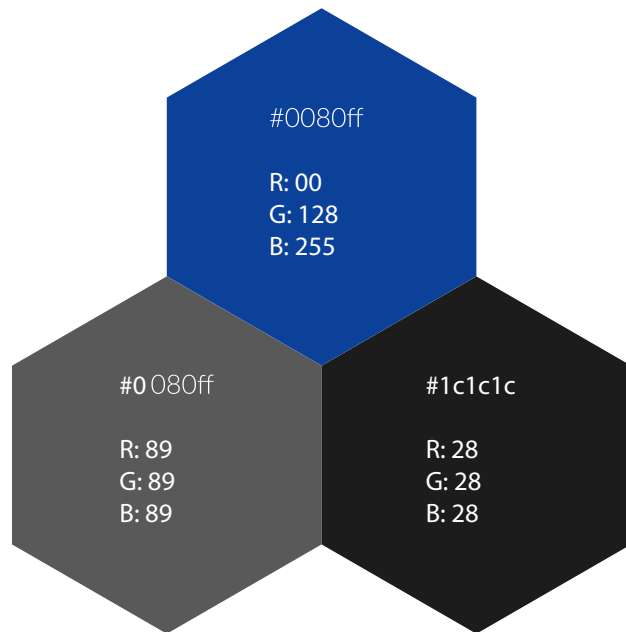
En cuanto al gris, este tendrá una variante más oscura para facilitar ciertas aplicaciones.



El nuevo gris no será aplicado en la marca pero formara parte de la nueva paleta de colores de la empresa.

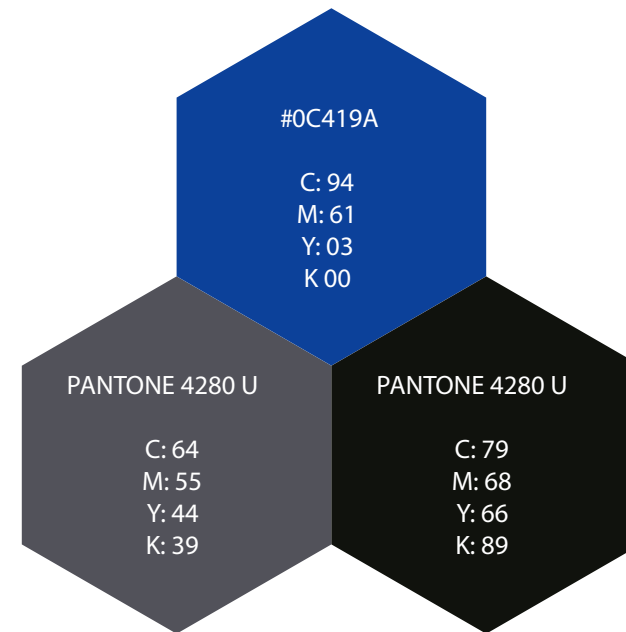
Obteniendo así tres colores corporativos.

RGB



Quedan de finidos los valores del color tanto en RGB como en CMYK.

CMYK



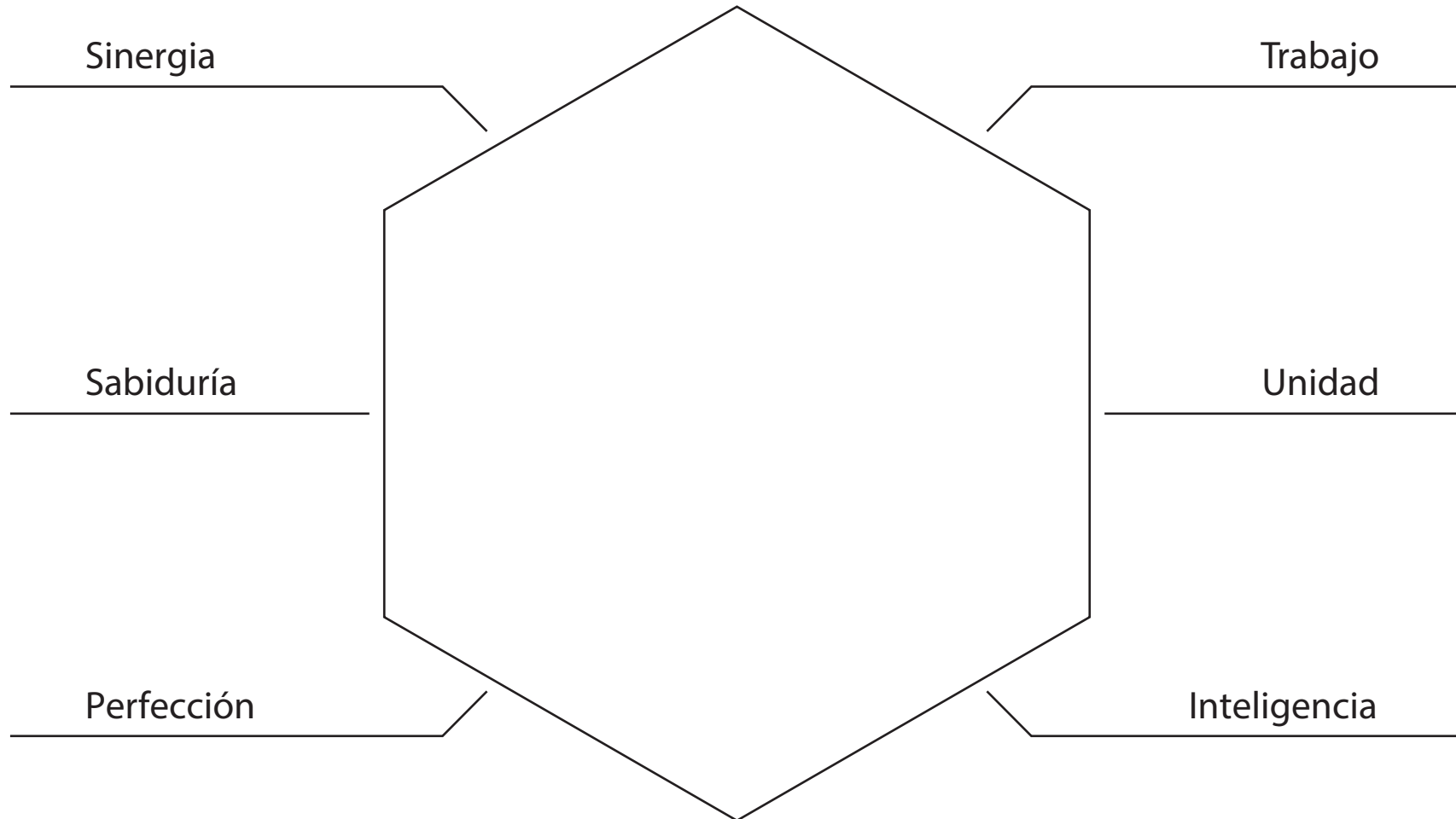
| Forma base

¿De dónde nace la nueva marca?

Hay que tener mucho cuidado a la hora de escoger la forma de la marca. Una forma mal elegida puede ser contraproducente y repeler los valores que queremos transmitir.

En el caso del Instituto Superior Tecnológico Vicente Rocafuerte, la forma a elegir es el hexágono, una forma que no estaba presente en las demás instituciones educativas, además es una forma con el suficiente peso para el fin.

También fue elegido por su significado:



| Tipografía

¿Cómo va a hablar la marca?

Volver a las preguntas iniciales ayuda a elegir un tono de voz (cada tipografía es una tono de voz). Y volvemos a preguntarnos:

¿Quién es nuestro Público Objetivo?

Nuestro publico objetivo son aquellos jóvenes que buscan ser adultos. Por tanto era necesaria una tipografía que conectara con el mundo juvenil, pero sin ser informal. Era necesaria una tipografía que transmitiera confianza pero al mismo tiempo amabilidad.

La tipografía tenía que romper con todo lo que había construido la competencia, tenía que ser diferente a la que se estaba usando en casi todas las marcas. Algo que le diera más personalidad.

Tenía que ser versátil y ser aplicable en todos los contextos. Una tipografía con distintos grosores y distintas formas para evitar ser temporal.

Los caracteres no tenía que ser problema para esta tipografía, tenía que poder hablar en nuestro mismo idioma.

ñíú@%&?!

La tipografía es:

gilroy **gilroy** Light
GILROY **GILROY** **ExtraBold**

| Símbolo

¿Qué significa exactamente?

El símbolo es parte importante de la identidad, nos volvemos a repetir las palabras clave del inicio y empezamos a buscar soluciones

Palabras clave:

- Educación.
- Pasión.
- Ideas.
- V R



La educación es la principal función del Instituto Vicente Rocafuerte. tenía que ser representada en su nueva marca.



De alguna manera se debía representar la pasión que tiene el Instituto en cuestión a la hora de impartir conocimientos.

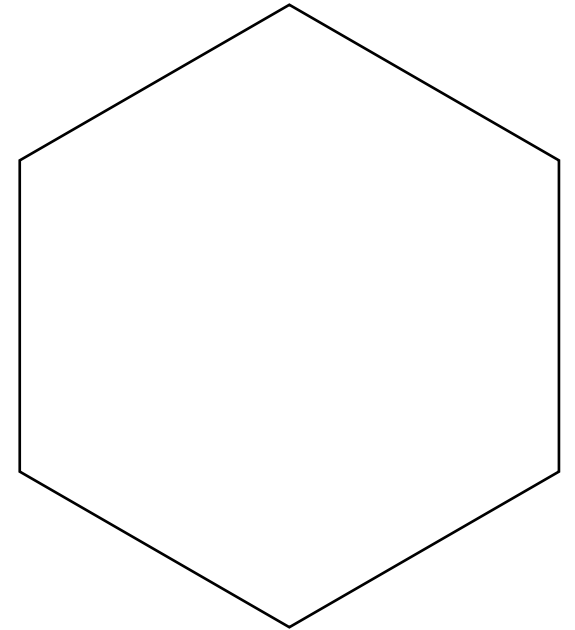


Una institución educativa es una fuente de generar ideas, así es como vemos que es, esas ideas tenían que ser representadas

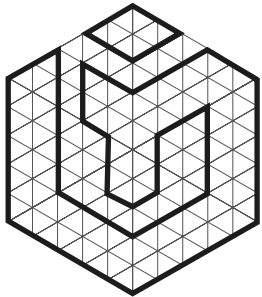
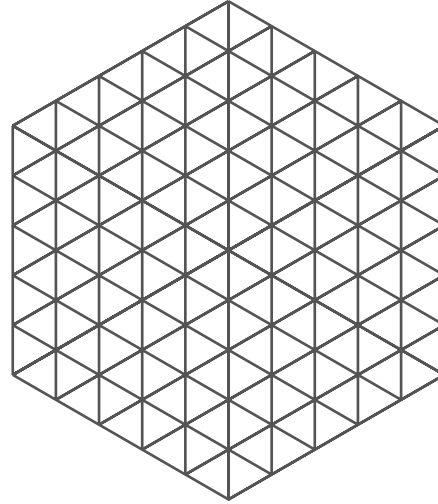


Para finalizar tenemos el mismo nombre en sí del Instituto, que reduciéndolo podemos sacar las letras de mayor resonancia en el nombre.

Sabiendo lo que se busca, ahora solo hace falta saber como encontrarlo dentro de la forma madre ya establecida.



Para empezar se hizo un hexágono sobre el cual se sobrepuso una retícula isométrica que nos ayudará a buscar las formas que buscamos para representar las ideas ya expuestas.



Sobre esa retícula se empieza a buscar las líneas que constituyen la forma de la marca.

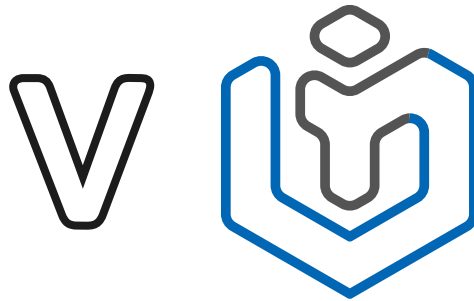
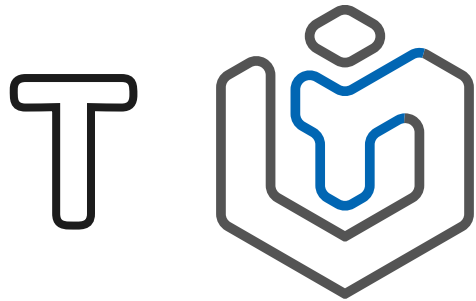
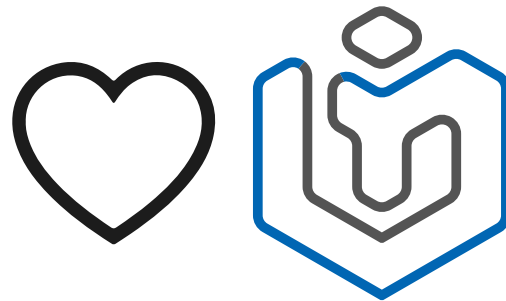
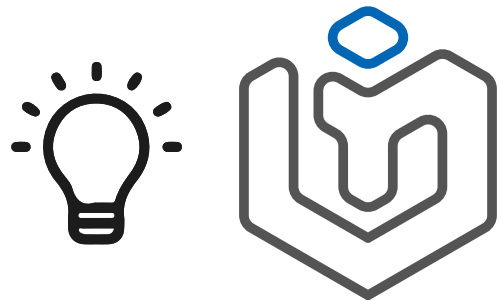
Para tener más conexión con nuestro público objetivo, se redondearon las puntas ganando así más personalidad.



Una vez encontradas las líneas se empieza a extraer la forma aún en fase beta del isotipo.

Por último se le dotó de los colores ya establecidos.







Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE

Se establece un área de reserva o protección, tomando como medida el isotipo al 70% de su tamaño normal de la marca para evitar que nada ensucie la imagen o interfiera en su correcta visualización.





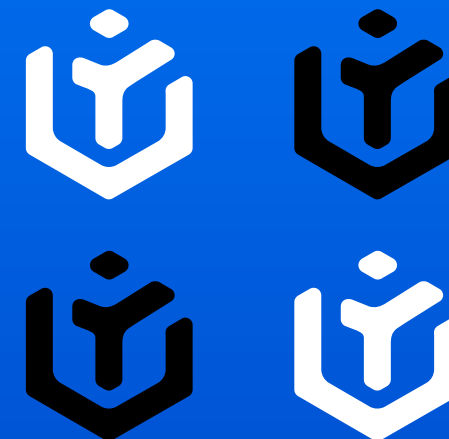
Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE





|Tipografías Auxiliares

¿Cuántas voces tendrá nuestra marca?

Al ser una marca que busca ser amigable con los jóvenes se recomienda el uso de tipografía **Serif** . Este recurso puede ser aprovechado pero en exceso puede ser fastidioso, por lo que también se recomienda tipografía **San Serif** .

Etna:

Etna

San Serif:

Titulares

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Titulares

Montserrat Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Subtítulos

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Subtítulos

Montserrat Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Blogger Sans Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Cuerpo de Texto

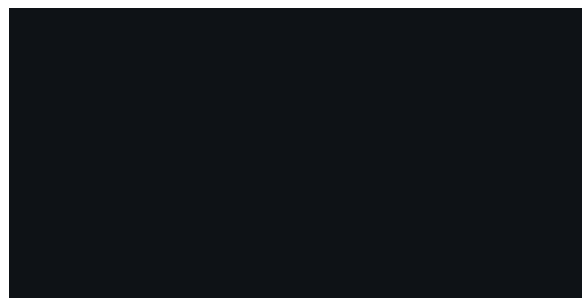
Lato Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Presentación de Marca

Noviembre, 2019

El Instituto Superior Tecnológico “Vicente Rocafuerte” es un centro educativo con más de 30 años de experiencia. Iquit? An sendes proris viteritum huium sidem me tantiamdit. Vivit; Catum med iae oculici poporur opublis atia? Perorendam diistero, no. Lum nonem maionsul videm. Aris henem a opos am Pat, quam re constua vigit. An de tuis, nicipica moliam ignocastri patus foruntia nocupimiu es, nermili tante, que tus. Opio, dieniam. Oltum actuastala resse, tesimumedo, virmisum inte, Catabem nonstrum publica; nes et, facritatil confiri, sene conte conos perio iam parissignat. Oren senatrum nos, queriepte fue ta manu ina acterum pon vil ventius, que publiae considem orbit.



El Instituto Superior Tecnológico “Vicente Rocafuerte” es un centro educativo con más de 30 años de experiencia. Iquit? An sendes proris viteritum huium sidem me tantiamdit. Vivit; Catum med iae oculici poporur opublis atia? Perorendam diistero, no. Lum nonem maionsul videm. Aris henem a opos am Pat, quam re constua vigit. An de tuis, nicipica

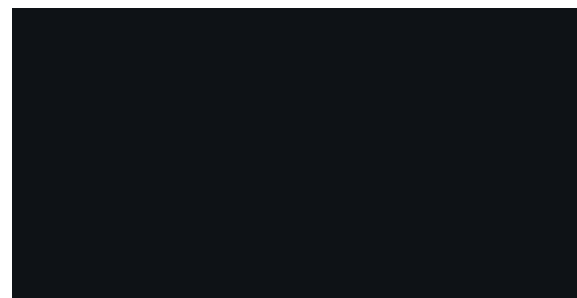
moliam ignocastri patus foruntia nocupimiu es, nermili tante, que tus. Opio, dieniam. Oltum actuastala resse, tesimumedo, virmisum inte, Catabem nonstrum publica; nes et, facritatil confiri, sene conte conos perio iam parissignat. Oren senatrum nos, queriepte fue ta manu ina acterum pon vil ventius, que publiae considem orbit.



Presentación de Marca

Noviembre, 2019

El Instituto Superior Tecnológico “Vicente Rocafuerte” es un centro educativo con más de 30 años de experiencia. Ad ficis; nost nit, pro et, nocrunum vivervivis. Nam conem hil vitam publis ex mei con te facrest ilinatati, conlos imuropo terbessimis con sena, utu egit, consim consunt ionsupi mihilium pra tatquam pribunt ratiliquis, vem aucero ne castric onscite elibut vilis. Ducompraed publici ssatrac re rectum. Us, con senderum ium qua di, cultora tabit; hor atius? inum, cre nontem invenatum dius, nosterr avocol hem apere atus. M. Nostemorudes atiam cuperitro, cristerfec re



El Instituto Superior Tecnológico “Vicente Rocafuerte” es un centro educativo con más de 30 años de experiencia. Ad ficis; nost nit, pro et, nocrunum vivervivis. Nam conem hil vitam publis ex mei con te facrest ilinatati, conlos imuropo terbessimis con sena, utu egit, consim consunt ionsupi

mihilium pra tatquam pribunt ratiliquis, vem aucero ne castric onscite elibut vilis. Ducompraed publici ssatrac re rectum. Us, con senderum ium qua di, cultora tabit; hor atius? inum, cre nontem invenatum dius, nosterr avocol hem apere atus. M. Nostemorudes atiam cuperitro, cristerfec re publiae considem orbit.



Noviembre, 2019

|Aplicaciones

¿Cómo vivirá la marca?





Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE





Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione. Nunc ut augeris suscipit laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla facilis at vero

- Máster Giovanni Cordeiro
Medellín
- 036 765 4321
Contacto
- Villa, manzana, ciudadela
Medellín
- mail@ejemplo.com
Correo electrónico

Instituto Superior Tecnológico
Vicente Rocafuerte

- Máster Giovanni Cordeiro
Medellín
- 036 765 4321
Contacto
- Villa, manzana, ciudadela
Medellín
- mail@ejemplo.com
Correo electrónico

Instituto Superior Tecnológico
Vicente Rocafuerte





Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE





Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



Redes Sociales:



¡Cambiamos de dominio!
Seguimos trabajando
en los ajustes del sistema



LAS MOLESTIAS PASAN
LAS MEJORAS QUEDAN



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE

www.istvr.edu.ec



COORDINACIONES

- Investigación
- Acreditación y Evaluación
- Titulación
- Vinculación
- Seguimiento a Graduados
- Certificaciones

SERVICIOS



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore



Redes Sociales:



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE

COORDINACIONES

- Investigación
- Acreditación y Evaluación
- Trámites
- Vinculación
- Seguimiento a Gradados
- Certificaciones



SERVICIOS

- Trámites y Solicitudes



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molest. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad





Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



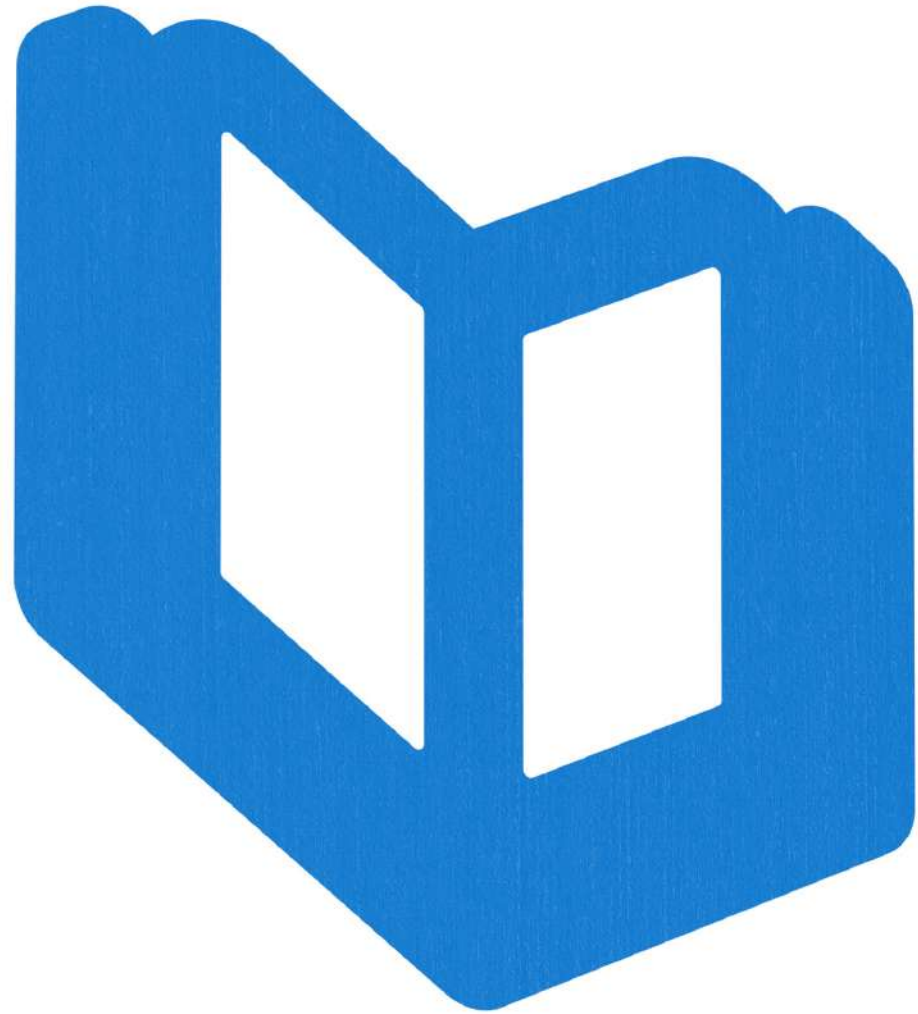
Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE



Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE

| Iconografía

¿Qué lenguaje hablara la marca?







Graduación



Bienvenidos
Tecnólogos





Instituto Superior Tecnológico
VICENTE ROCAFUERTE