

Presentación de marca:

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



Actualidad

En agosto de 2022 el Consejo Estudiantil del Instituto Superior Tecnológico “Vicente Rocafuerte” nos logró contactar por medio de nuestro tutor para lograr una entidad educativa por medio de un logo que represente a su comunidad.

En solución a este problema, se buscó ideas que fueran acuerdo desde el nombre hasta su imagen, y en función a esto marcar diferencia entre otros consejos estudiantiles.

Preguntas

¿QUÉ DEFINE AL CONSEJO ESTUDIANTIL DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO?

El compromiso de educar, innovar y lograr dar nuevas expectativas que transmitan confianza y sabiduría.

¿QUIÉN ES NUESTRO PÚBLICO EN GENERAL?

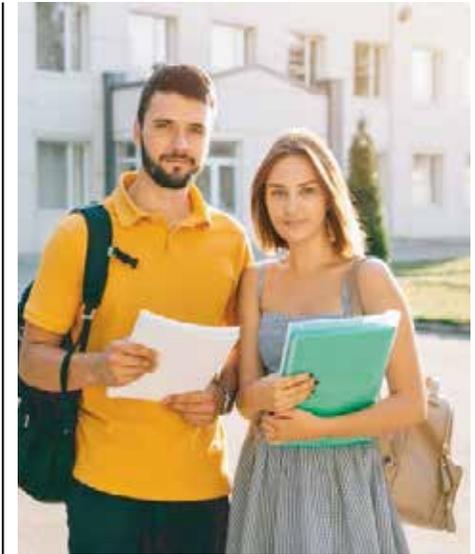
Al ser jóvenes adultos, ellos ya tienen el derecho a elegir, ellos son nuestro público.

¿LOS CAMBIOS SIEMPRE SON BUENOS?

Siempre que se realiza un logo se tiene que pensar en para quien va dirigido, en este caso el cambio si es para bien.

¿QUÉ PALABRAS DEFINEN AL CONSEJO ESTUDIANTIL?

- Educación
- Pasión
- Ideas
- VR



Hoy en día colegios, universidades, tecnológicos y trabajos necesitan de un consejo el cual les permitan establecer ideas que logren un avance para el futuro.

Lo cual hemos decidido crear desde cero un logo estudiantil para que recalque los valores que como institución académica brinda el Instituto Superior Tecnológico Vicente Rocafuerte.



CONSEJO ESTUDIANTIL

Luego tenemos la forma de rombo, se puede ver como esta contiene todo en tension al logo y los elemento haciendo de eje central.



CONSEJO ESTUDIANTIL
Instituto Superior Tecnológico
Vicente Rocafuerte

Para terminar se puede observar como hay el mismo espacio de separación en el isotipo tanto a la izquierda como a la derecha, causando tension y simetria.



CONSEJO ESTUDIANTIL

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



CONSEJO ESTUDIANTIL

En definitiva tenemos una marca que ofrece facilidades.

Todo esto se tiene en cuenta a la hora de componer el nuevo logo de la marca para traer consigo resultados optimos y no volver al inicio con resultados que no funcionen.



CONSEJO ESTUDIANTIL
Instituto Superior Tecnológico
Vicente Rocafuerte

Color

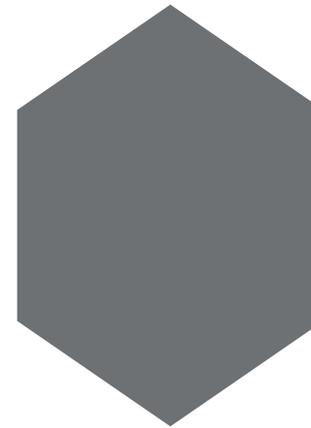
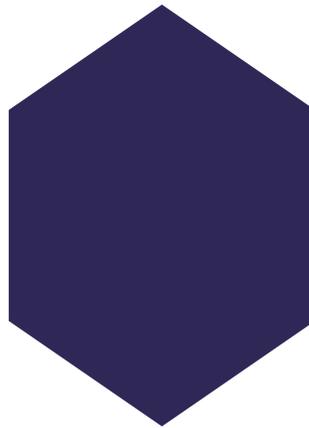
Con las observaciones ya establecidas se empezó a notar ciertas coincidencias en el color de las marcas.



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.

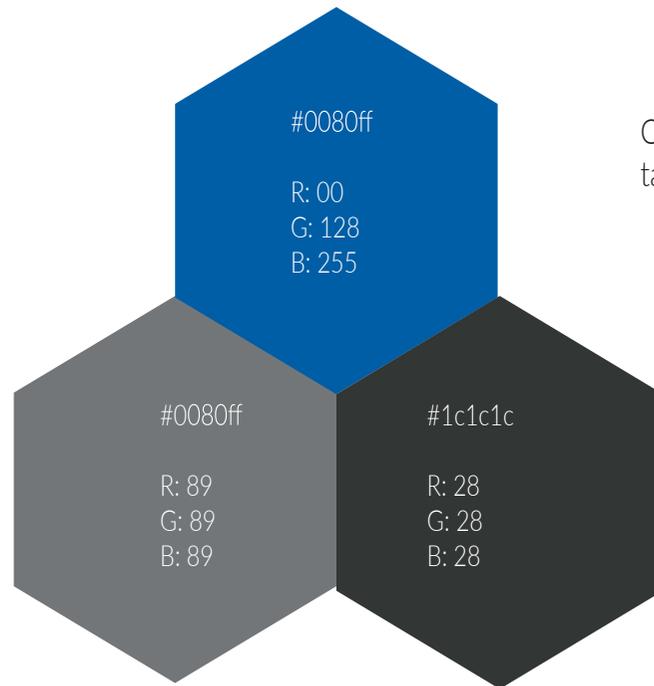
Esto nos abre un abanico de posibilidades pero, aun un problema con esto.

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.



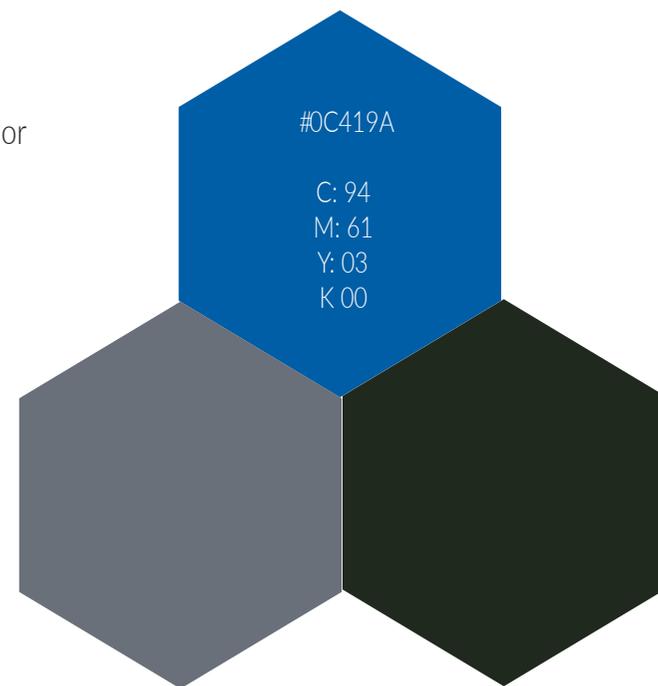
Este nuevo color es gris. Un color atemporal que hace juego con el azul y que refleja los valores de la marca: Profesionalismo y Sabiduría.

RGB



Quedan definidos los valores del color tanto en RGB como en CMYK.

CMYK



Tipografía

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

¿Quién es nuestro Público Objetivo?

Nuestro público 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 tenían que ser para esta tipografía, tenía que poder hablar en nuestro mismo idioma.

ñíú@%&?!!

La tipografía es:

Espion
Rounded
Regular

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

Símbolo

El símbolo es parte importante de la identidad, nos volvemos a repetir las cosas clave del inicio y empezamos a encontrar 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



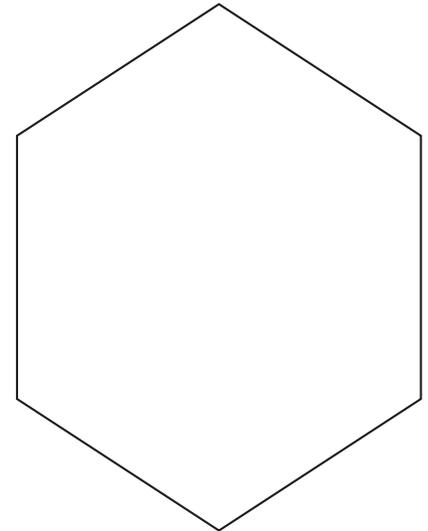
conocimientos.

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, queriendo reducirlo 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.





CONSEJO ESTUDIANTIL

**Instituto Superior Tecnológico
Vicente Rocafuerte**