



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

## **ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO**

# **“ANÁLISIS Y REDISEÑO DE LA IMAGEN DE LOS CITTES DE LA UTPL”**

*Tesis previa a la obtención del título de Licenciatura en  
Arte y Diseño*

***Yahaira Victoria Hidalgo Guamán***

**ALUMNA DE LA ESCUELA DE ARTE Y DISEÑO**

***Lic. Claudia Cartuche Flores***

**DOCENTE ESCUELA ARTE Y DISEÑO**

**LOJA - ECUADOR**

**2011**

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

## **1. Capítulo. IDENTIDAD INSTITUCIONAL**

### **1.1. Identidad institucional**

#### **1.1.1. UTPL**

#### **1.1.2. Presentación de los CITTES de la UTPL**

### **1.2. Signos de la identidad institucional de los CITTES de la UTPL**

#### **1.2.1. Logotipo**

##### **1.2.1.1. Tipografía**

#### **1.2.2. Símbolo**

### **1.3. Gama cromática**

### **1.4. Imagen institucional**

#### **1.4.1. Definición**

#### **1.4.2. Imagen institucional UTPL**

## **2. Capítulo. ANÁLISIS DE LA IMAGEN ACTUAL DE LOS CITTES DE LA UTPL**

### **2.1. Diseño de la investigación**

#### **2.1.1. Investigación cualitativa**

#### **2.1.2. Método exploratorio**

#### **2.1.3. Método deductivo-inductivo**

### **2.2. Técnicas de investigación utilizadas en el proceso de recolección de información de la imagen de los CITTES**

#### **2.2.1. Observación**

#### **2.2.2. Entrevista**

#### **2.2.3. Entrevista en profundidad**

### **2.3. Proceso de comparación entre imagen actual y la propuesta de rediseño**

#### **2.3.1. Criterios visuales de la aplicación actual de la imagen que representa a los CITTES**

**2.3.1.1.** Tabla de análisis previo al rediseño de la imagen de los CITTES de la UTPL

**2.3.2.** Identificar las razones para manejar una imagen unificada, coherente y con sentido de pertenencia en la propuesta de rediseño

### **3. Capítulo. PROPUESTA GRÁFICA DE REDISEÑO**

**3.1.** Imagen Institucional: unificada, coherente y con sentido de pertenencia

**3.1.1.** Imagen Unificada

**3.1.2.** Imagen Coherente

**3.1.3.** Imagen con sentido de pertenencia

**3.2.** Propuestas de Rediseño de la Imagen de los CITTES

**3.2.1.** Propuestas con relación al imagotipo (escudo) de la UTPL

**3.2.2.** Propuestas con relación a las siglas UTPL

### **4. Capítulo. PROPUESTA FINAL**

**4.1.** Fundamentación de la Propuesta final

**4.1.1.** Estudio Comparativo

**4.2.** Logoteca

**Conclusiones y Recomendaciones**

**Bibliografía**

**Anexos**

## INTRODUCCIÓN

La Universidad Técnica Particular de Loja es una institución que construye una estrecha relación entre educación, investigación y aprendizaje para docentes y estudiantes, involucrando a la sociedad en éste proceso de evolución. Al ser una institución de proyección nacional e internacional, es necesario que su imagen transmita un mensaje claro, identificativo, que permita posicionarlo frente a los usuarios. Ante esta necesidad considero los recursos gráficos generados internamente en escuelas, departamentos y centros de investigación como base para lograr el objetivo de este planteamiento.

Tomando en cuenta como criterios visuales la aplicación de la marca madre, en los distintos medios de comunicación visual, se ha podido determinar que existen falencias en cuanto al manejo y control de las aplicaciones gráficas de la imagen que representa a los CITTES (Centros de Investigación, Transferencia de Tecnología Extensión y Servicios), por no existir estándares que deban guiar el correcto uso. Con este antecedente es indispensable realizar un estudio preliminar, mediante técnicas de investigación y análisis acerca del uso de la imagen como signo identificador que representa a cada uno de los CITTES, porque como dependencias de la UTPL deberían operar también bajo un soporte de trabajo gráfico que permita uniformar la imagen institucional de la UTPL como un todo. El proyecto tiene como eje principal la verificación de la necesidad para realizar cambios en los elementos gráficos de la imagen institucional de los CITTES enfocada en la unidad que debe tener con la institución a la que pertenecen, inseparable es el apoyo de herramientas de diseño gráfico que desempeñan un papel básico en todo este proceso.

El resultado debe tener como objetivo conseguir unidad, coherencia y sentido de pertenencia entre marca madre y los signos gráficos que identifican a cada CITTES dentro de la identidad institucional de la UTPL, plasmados dichos detalles en un proceso de formalización de criterios válidos para el rediseño de la imagen de los diferentes centros, mediante un conjunto de manifestaciones visuales y una base digital (Logoteca).

*1. Capítulo.*

**IDENTIDAD INSTITUCIONAL**

## ***1.1. Identidad institucional***

Es el fundamento principal de cómo se ve y se define a sí misma la institución. Se trata de un conjunto de mensajes, cosas y relaciones que son rasgos o atributos que representan a la institución ante sus miembros, su público y el mercado, es decir, las características que la misma asume de modo consciente o inconsciente y que le sirven de elemento diferenciador para que se reconozca a sí misma y pueda expresarse con libertad hacia todo lo que la rodea.<sup>1</sup>

Según Joan Costa: “es el conjunto coordinado de signos visuales por medio de los cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución”.<sup>2</sup>

Para poder comprender mejor el significado de identidad institucional, se la ha dividido en dos grupos: Cultura organizacional (elementos internos) como la historia, misión, visión valores, gobierno universitario y signos de identidad institucional (elementos externos) como el logotipo, el signo identificador y la gama cromática, elementos importantes de la Institución.

### ***1.1.1. UTPL***



**UNIVERSIDAD TÉCNICA  
PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**Fig.1. Marca Madre**

La Universidad Técnica Particular de Loja, fue fundada por la Comunidad Marista Ecuatoriana el 3 de mayo de 1971:

Es una institución autónoma, con finalidad social y pública, brindando educación, enseñanza, para desarrollar investigaciones con libertad científica-administrativa, y participar en los planes de desarrollo del país, otorgar, reconocer y revalidar grados académicos y títulos profesionales; y en general, realizar las actividades propias para la consecución de sus fines. Actualmente se encuentra regentada por la Comunidad de Misioneros y Misioneras Identitas.

**a. Misión, Visión y Valores de la UTPL:**

La Visión y Misión de nuestra Universidad es, llevar a plenitud el *“Humanismo Cristiano”*, los ideales que dieron origen a las universidades. Teniendo como gran Visión<sup>3</sup>:

*“Buscar la verdad y formar al hombre  
a través de la ciencia para que sirva a la sociedad”*

Soñamos a nuestra Universidad como una verdadera ciudad del amor.

La Universidad busca generar un ambiente que permita el desarrollo de los valores, dentro de las unidades académicas, las escuelas, los CITTES, y los espacios donde se desarrolla la actividad del personal que es parte de la misma. Estos valores son:

- Visión (Soñar horizontes)
- Espíritu de Equipo
- Gestión y liderazgo
- Humildad
- Flexibilidad operativa

***b. Marca madre de la UTPL***

La UTPL se identifica con su marca madre (conjunto de los signos identificadores) como toda empresa, institución u organización:



**Fig. 2. Marca Madre UTPL (Grafimetría)**

**a. Imagotipo**

**b. Nombre de la Institución**

**c. Slogan**

La marca madre representa a la UTPL de forma gráfica, es utilizada en la producción de material impreso, audiovisual y electrónico, necesario en las actividades académicas y promocionales que realiza la institución.

En los siguientes ejemplos se puede reconocer a la marca madre:

**Material impreso:**



**Fig. 3. Anuncio publicitario "Semana Global"**

Fuente: Medios impresos de la UTPL

**Material audiovisual y electrónico:**



**Fig. 4. Blog CERART del emprendimiento**

Fuente: [www.utpl.edu.ec/blogcerart](http://www.utpl.edu.ec/blogcerart)

A la Institución también se la conoce por el logotipo representado por sus siglas (UTPL), porque los usuarios la identifican mejor al comprimir el nombre de la universidad, es de fácil lectura y ocupa menor tiempo al referirse a ella. Es utilizado como un logotipo secundario derivado de la marca madre, un punto a favor de la tipografía como un elemento gráfico independiente, es un elemento que tiene una estructura en principio perfecta y limpieza en los trazados que lo componen.



**Fig. 5. Logotipo que representa a la institución**

### ***1.1.2. Presentación de los CITTES de la UTPL***

Los **CENTROS DE INVESTIGACIÓN, TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA EXTENSIÓN Y SERVICIOS (CITTES)** Se desarrollan intrínsecamente en la universidad (UTPL) y forman parte esencial de la misma, son unidades cuya función específica es la investigación, extensión y servicios a la sociedad.

El 30 de junio del 2008 es una fecha significativa para la universidad y para los CITTES porque el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación CONEA, otorgó la Acreditación como Universidad de calidad a la UTPL. Ésta acreditación reconoce los programas de mejoramiento que desarrolla la institución como parte de su gestión institucional, además resalta la investigación científica y la vinculación con los sectores productivos a través de sus CITTES. <sup>4</sup>



**Organigrama N° 1. CITTES**  
**Fuente: Trabajo de la autora**

Los **CITTES** están constituidos entorno a áreas específicas de la ciencia: Administrativa, Técnica, Biológica y Socio-Humanística. Es también función esencial de los CITTES contribuir al autofinanciamiento de la Universidad.<sup>5</sup>

- Los CITTES equivalen a los departamentos, laboratorios, institutos, etc., por lo general interfacultativos y definidos por un tópico o área de conocimiento sobre el que se realiza investigación.
- En consonancia con nuestro medio, la investigación es fundamentalmente aplicada, procurando viabilizar la transferencia de ciencia y tecnología a la sociedad y realizar extensión y servicios. Creando nuevas e imaginativas alianzas con la empresa, el Estado y las diferentes organizaciones nacionales e internacionales.

- Se encuentran conformados por equipos de jóvenes profesores y estudiantes cuya característica principal es la de soñar horizontes, guiados por un fuerte sentido de liderazgo colegiado y motivados intrínsecamente. Viven bajo la idea socrática de que “solo sé que no sé nada”, su capacidad de captación de ideas nuevas y de creatividad es enorme. Lo que les permite tener relación fluida, realista y flexible con la complejidad del entorno social a través de proyectos productivos, para ser modelos reales de la actividad profesional.
- Los CITTES se constituyen en verdaderas “incubadoras de investigación” que luego de una “etapa de gestación” generan cada vez una mayor cantidad de propuestas de indagación y proyectos productivos, que aportan nuevos conocimientos y aplicaciones prácticas que resuelven necesidades de la sociedad.
- Actualmente la UTPL cuenta con 18 centros de investigación (Organigrama N°1), transferencia de tecnología, extensión y servicios y 3 plantas productivas donde se elaboran productos para el servicio de la sociedad (Tabla N°6).<sup>6</sup>

De esta manera, la Universidad genera una vía alternativa de autofinanciamiento que se revierte en mejoramiento de la calidad académica.

- Cada uno de los CITTES posee una presentación del cómo, por qué y para qué fueron creados, su misión, visión, objetivos, servicios y líneas de investigación. Todo ello para diferenciar que cada CITTES posee una identidad propia para reconocer el camino a seguir y las metas que pueden alcanzar. Se muestra en la tabla siguiente un ejemplo de la estructura de la cultura institucional que posee cada CITTES.

**Tabla Nº1:**

<b>CULTURA INSTITUCIONAL DEL CITTES DE ARTE Y DISEÑO</b>	
<b>PRESENTACIÓN:</b>	<p>El CITTES de Arte y Diseño se crea en el 2005 con la idea de establecer un espacio de investigación en el área de la visión artística, como de la aplicación práctica o diseño enfocado hacia la creatividad.</p> <p>Es parte del área investigativa de la escuela de Arte y Diseño, donde se combina la investigación que realizan los docentes y los profesionales en formación.</p>
<b>MISIÓN:</b>	"En base a necesidades culturales y de diseño proponer nuevas soluciones con una visión artística."
<b>VISIÓN:</b>	"Consolidar el conocimiento y desarrollo cultural con proyección social."
<b>OBJETIVOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Difundir el arte y la cultura de nuestro pueblo a través de investigaciones relacionadas con la lojanidad.</li> <li>▪ Constituirnos en la fuente de creatividad y apoyo gráfico para la sociedad.</li> <li>▪ Promocionar el conocimiento cultural cristalizado a través de las propuestas artísticas y de diseño.</li> <li>▪ Contribuir al desarrollo socio-cultural con nuevas propuestas de difusión que conlleven un apropiamiento de la sociedad de nuestras raíces.</li> </ul>
<b>SERVICIOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los servicios que brinda el CITTES de Arte y Diseño son la pintura mural, el mismo que constituye un aporte artístico para el entorno social.</li> <li>▪ También se desarrollan proyectos de elaboración de mosaicos, papel de fibras naturales, diseño gráfico, imagen corporativa y diseño multimedia; donde contamos con el trabajo conjunto entre los jóvenes de gestión productiva, tesisistas y los docentes de arte y diseño.</li> </ul>
<b>PROYECTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Investigación y Puesta en valor de los recursos Patrimoniales en la frontera Sur: Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.</li> <li>▪ Muralismo en Loja</li> <li>▪ Iconografía rupestre del sur del Ecuador</li> <li>▪ Papel de Fibras Naturales y Mordientes para fines artísticos</li> <li>▪ Mosaico</li> <li>▪ Mapas antiguos de Loja</li> </ul>
<b>LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LOJANIDAD: Cultura e Historia</li> <li>▪ Técnicas Artísticas y de Diseño: Clásicas y Contemporáneas</li> </ul>

Fuente: <http://www.utpl.edu.ec/utpl/arteydiseniopresentacioncittes>. Recuperado 25-02-2011

## 1.2. Signos de la identidad institucional de los CITTES de la UTPL

Los signos gráficos de la identidad institucional son considerados elementos externos de la misma porque son aquellos que identifican a la institución de forma gráfica frente a sus clientes y para poder entender los términos a tratarse, posteriormente se explica en breves párrafos los más importantes: signo, logotipo, tipografía y gama cromática

Cada CITTES cuenta con un signo identificador que los representa y se encuentran catalogados por un color designado en cada área:

Tabla N° 2.

ÁREA TÉCNICA	
ARTE Y DISEÑO	UNIDAD DE INGENIERÍA CIVIL, GEOLOGÍA Y MINAS (UCG)
UNIDAD DE DESARROLLO E INVESTIGACIÓN ARQUITECTÓNICA (UDIA)	
	
	
VALLE DE TECNOLOGÍA	UNIDAD DE GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (UGTI)
	

Tabla N° 3.

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	
CENTRO DE EDUCACIÓN Y PSICOLOGÍA (CEP)	RESEARCH AND SERVICES ENGLISH CENTER (RESEC)
 CENTRO DE EDUCACIÓN Y PSICOLOGÍA	 RESEC
VIA COMUNICACIONES	GESTIÓN LEGAL
 onunicaciones	

Tabla N° 4.

ÁREA ADMINISTRATIVA		
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS (IIE)	CENTRO DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS (CEITUR)	AGENCIA DE DESARROLLO EMPRESARIAL (ADE)
 Instituto de Investigaciones Económicas	 CENTRO DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS UTPL	 Agencia de Desarrollo Empresarial <i>crear empresa, crear futuro</i>

Tabla Nº 5

ÁREA BIOLÓGICA		
CENTRO DE BIOLOGÍA CELULAR Y MOLECULAR (CBCM)	CENTRO DE TRANSFERENCIA, TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN AGROINDUSTRIAL (CETTIA)	INSTITUTO DE ECOLOGÍA
		
SERVICIOS AGROPECUARIOS	INSTITUTO DE QUÍMICA APLICADA (IQA)	CITTES DE CIENCIAS MÉDICAS
		

Tabla Nº 6

PLANTAS PRODUCTIVAS		
PLANTA DE PRODUCCIÓN DE CERÁMICA (CERART)	EDITORIAL	PLANTA DE LÁCTEOS (ECOLAC)
		

Fuente: Cada uno de los signos gráficos fueron adquiridos del departamento de Marketing, Del CITTES de Gestión del Conocimiento y por parte de sus directores.

**Signo.** Es la unidad que toma la forma de palabras, imágenes, sonidos, gestos, objetos que se convierten en signos cuando les asignamos significados. Deben representar siempre a algo y tener presencia física.<sup>7</sup>

Los signos de la identidad institucional tienen que poseer cada uno por separado la misma capacidad identificadora, esto quiere decir que deben ser reemplazables uno por otro. La gran variedad de tipos de signos como el logotipo, el símbolo, el color permiten realizar variaciones en la representación identificadora de la institución y permite entender que la identidad visual institucional es una sola y consiste en la agrupación de todos los signos identificadores.<sup>8</sup>

La función del signo institucional es satisfacer todas las exigencias prácticas de la identificación y ser pertinente estilísticamente al perfil de la organización para que pueda absorber y no contradecir los valores estratégicos a través de la actividad y la comunicación.<sup>9</sup>

### **1.2.1. Logotipo**

Es de naturaleza verbal como el nombre institucional (Fig.2) o las iniciales de la misma. (Fig.5)

“El logotipo aparece como un elemento de individualización institucional, análogo a lo que en la persona es la firma autógrafa respecto de su nombre. El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de marca”<sup>10</sup>. El logotipo debe ser colocado en todos aquellos sitios donde la institución se identifique, tanto en medios impresos como en medios digitales.

Podemos agregar el -nombre comunicativo- definido como el nombre a través del cual se efectúa el proceso de reconocimiento de la institución. En varias ocasiones coincide con el logotipo, pero en realidad es aquel que logra imponerse entre grandes sectores de la audiencia. Generalmente, el nombre comunicativo es un acierto en la política de denominación de la empresa, que arranca con la creación del logotipo.

Pero los usuarios, con el tiempo tienden a olvidar la tipografía del logo y lo que recuerdan en especial es el nombre en sí, de la empresa<sup>11</sup>.



**Fig. 6. Logotipo que identifica al CITES CERART**

### ***1.2.1.1. Tipografía***

El uso de tipografías es constante en la creación de marcas y logotipos, porque es así como la empresa expresa la manera como escribe su propio nombre.

Se denomina tipografía al estudio, diseño y clasificación de los tipos (letras) y las fuentes (familias de letras con características comunes), así como al diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que las técnicas destinadas al tratamiento tipográfico y a medir los diferentes textos son conocidas con el nombre de tipometría.<sup>12</sup>

Tradicionalmente el estudio de las letras, sus familias y sus tipos han sido desarrollados por los impresores y modernamente por diseñadores gráficos que realizan trabajos para ser luego impresos o digitalizados<sup>13</sup>.

Al igual que en el caso del color, la tipografía cumple un rol importante en la determinación de la identidad de la institución.

Existen varias categorías tipográficas que la empresa puede escoger y convertirse en verdaderos elementos de identificación visual. En el plano estrictamente formal, el campo de selección incluye todas las familias tipográficas y sus posibles combinaciones y manipulaciones, las transgresiones de las normas de graficación, las incrustaciones de iconos, formas ambiguas icono-tipográficas, etcétera. A estas variaciones se agregan las correspondientes al plano cromático y textural, lo que hace que las variaciones posibles sean prácticamente infinitas, dándose así los casos de

alfabetos especiales, animados, historiadados o caracterizados, incluso familias tipográficas estandarizadas, convencionalizadas.<sup>14</sup>

“La función fundamental de la tipografía (ser leída) coexiste con los caracteres convertidos en ilustración, en este caso de desarrollo de imagen institucional, la misma tipografía utilizada en los juegos visuales del logo y de los símbolos antropomórficos se utiliza para los titulares y los textos empleados para informar y comunicar”.<sup>15</sup>

### **1.2.2. Símbolo**

Es un signo que expresa la relación por ley de un objeto con algo convencional. No puede indicar ninguna cosa particular; denota una clase de cosa, es portador de significado de las cosas porque realiza la idea conectada con la palabra.<sup>16</sup>

Símbolo, imagotipo o marca gráfica es el rasgo visual más definido que posee una institución u empresa.

Una de sus características es que pueden o no, ser arbitrarios, es decir, no tienen una relación natural con la institución sencillamente la representan, toman su lugar y es la acción del tiempo la que consigue que los usuarios identifiquen al símbolo como propio de la institución.

Existen diversas clases de símbolos de acuerdo con el tipo de proximidad o relación que guardan con las cualidades de la institución. Hay símbolos icónicos, que muestran un referente reconocible del mundo real o imaginario; símbolos abstractos, representan objetos o conceptos conocidos y añadiendo características formales y cromáticas pueden evocar algún tipo de sensación; símbolos alfabéticos son aquellos contruidos con letras (siglas) derivadas del nombre de la institución, en general esta clase de símbolos tienden a ser de carácter figurativo y a tener una relación más natural con las características de las empresas.

El símbolo le otorga a las empresas una distinción física de repercusiones visuales. En el proceso de conformación de la identidad física de una empresa no se podría hablar sólo de identidad a partir del símbolo. Aún siendo un atributo valiosísimo en el proceso de identidad de una compañía, el símbolo exige varios elementos complementarios<sup>17</sup>.



**Fig. 7. Símbolo que representa al CITTES ADE**

### ***1.3. Gama Cromática***

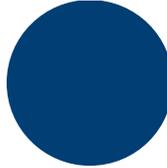
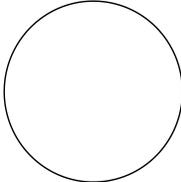
En relación con el símbolo y el logotipo, el color es otro de los elementos de la personalidad física de una empresa, por tal razón su selección constituye una operación de primer orden, es decir el color representa a la empresa o institución en cuestión.

Los logotipos y símbolos, formados por colores determinados, se convierten en auténticas representaciones gráficas comerciales que influyen sobre los usuarios y sobre el personal interno de la institución a la cual representan.

En conclusión el color es un elemento distintivo que se incluye en el logotipo y el símbolo, tiene un significado y debe comunicar algo importante porque forma parte del mensaje que la institución desea transmitir<sup>18</sup>.

Los colores corporativos de la institución (Ver tabla. Nº 7) son el azul, amarillo y blanco:

**Tabla. N° 7: Colores corporativos de la UTPL**

<b>PANTONE 116 C SOLID COATED</b>  	<b>C</b> = 0 % <b>M</b> = 16 % <b>Y</b> = 100 % <b>K</b> = 0 %  <b>R</b> = 255 % <b>G</b> = 203 % <b>B</b> = 0 %	<b>PANTONE 541 C SOLID COATED</b>  	<b>C</b> = 100 % <b>M</b> = 76 % <b>Y</b> = 26 % <b>K</b> = 16 %  <b>R</b> = 62 % <b>G</b> = 116 % <b>B</b> = 0 %
	<b># FFFFFFFF</b>  		<b>C</b> = 0 % <b>M</b> = 0 % <b>Y</b> = 0 % <b>K</b> = 0 %  <b>R</b> = 225 % <b>G</b> = 225 % <b>B</b> = 225 %

**Fuente: Manual de identidad corporativa de la UTPL**

Para diferenciar a cada una de las áreas académicas y los respectivos elementos publicitarios correspondientes, se ha venido utilizando como recurso gráfico un color por área de acuerdo a la siguiente especificación en los diferentes elementos del diseño. Cabe recalcar que cada uno de los CITTES se encuentra catalogado por colores según el área a la que pertenecen. (Revisar ítem 1.2)

El uso de estos colores se aplica para las tres modalidades de estudio Presencial, Semi-presencial y Abierta y a Distancia.

Pero existe una gran variedad de colores en los símbolos que representan a cada CITTES, que no concuerda con el área con la que se identifican, ni tampoco con el sentido de pertenencia hacia su institución.

**Tabla. N° 8. Clasificación de las Áreas Académicas según su color**

ÁREA TÉCNICA:		ÁREA SOCIO/HUMANÍSTICA:	
<p>PANTONE 485 C SOLID COATED</p>  <p>ROJO</p>	<p>C = % M = 95% Y = 100% K = 0%</p> <p>R = 238% G = 50% B = 36%</p>	<p>PANTONE 1245 C SOLID COATED</p>  <p>MOSTAZA</p>	<p>C = 0% M = 28% Y = 100% K = 18%</p> <p>R = 213% G = 159% B = 15%</p>
<p>Se asocia con las carreras: Arte y diseño, Arquitectura. Ing. Civil, Geología y minas, Sistemas informáticos, Electrónica y telecomunicaciones. Y con los CITTES: Arte y Diseño, UDIA, UCG, Valle de Tecnología y UGTI.</p>		<p>Se asocia con las carreras: Comunicación Social, Ciencias de la Educación (mención Inglés), Ciencias jurídicas, Psicología, Relaciones Públicas. Y con los CITTES: CEP, RESEC, Vía Comunicaciones y Gestión Legal.</p>	
ÁREA ADMINISTRATIVA:		ÁREA BIOLÓGICA:	
<p>PANTONE 286 C SOLID COATED</p>  <p>AZUL</p>	<p>C = 100% M = 66% Y = 0% K = 0%</p> <p>R = 0% G = 93% B = 170%</p>	<p>PANTONE 369 C SOLID COATED</p>  <p>VERDE</p>	<p>C = 59% M = 0% Y = 100% K = 7%</p> <p>R = 109% G = 179% B = 63%</p>
<p>Se asocia con las carreras: Economía, Administración de empresas, Banca y Finanzas, Contabilidad y Auditoría, Hotelería y turismo. Y con los CITTES: IIE, CEITUR Y ADE.</p>		<p>Biología, Medicina, Gestión Ambiental, Ing. Agropecuaria, Ing. Química, Industrias agropecuarias, Bioquímica y farmacia. CITTES: CBCM, CETTIA, Instituto de Ecología, Servicios Agropecuarios, IQA, Ciencias Médicas.</p>	

**Fuente: Departamento de marketing de la UTPL**

Ejemplos de los colores que identifican a cada una de las Áreas Académicas de la UTPL en material publicitario:

Tabla. Nº 9.

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
 <p>Congreso Internacional <b>Diseño, Identidad y Comercio</b> Feria de Artesanías</p> <p>Organiza: <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA</b> La Universidad Católica de Loja</p> <p>Centro de Convenciones UTPL <b>25 al 27 octubre 2010</b></p> <p>Patrocinador</p> <p>www.utpl.edu.ec/congresodeartesanos</p>	 <p>Tienen el agrado de invitarle a la rueda de prensa y lanzamiento del TERCER CONCURSO EMPRENDER</p> <p>Fecha: Miércoles 15 de septiembre del 2010 Hora: 17:00 Lugar: Sala Marcelino Champagnat FAVOR CONFIRMAR SU ASISTENCIA AL (072) 370275 ext. 2639</p> <p><b>EMPRENDER</b> III concurso</p>
ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
 <p>UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA La Universidad Católica de Loja</p> <p><b>ASESORÍA JURÍDICA VIRTUAL</b></p> <p>El CITEES de Gestión legal por intermedio de sus abogados especializados ofrecen asesoría jurídica GRATUITA en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mediación y Arbitraje</li> <li>Constitucional</li> <li>Laboral</li> <li>Familia</li> <li>Penal</li> <li>Civil, Etc.</li> </ul> <p>Además visite nuestra Biblioteca Jurídica Virtual.</p> <p>Página web: <a href="http://www.utpl.edu.ec/consultoriojuridico">www.utpl.edu.ec/consultoriojuridico</a> EMITIR SU CONSULTA EN: <a href="mailto:asesoriajuridicaonline@utpl.edu.ec">asesoriajuridicaonline@utpl.edu.ec</a> Información al TALE: (07) 2570 275 Ext. 2912</p>	 <p>UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA La Universidad Católica de Loja</p> <p>Escuela de Bioquímica y Farmacia Centro de Biología Celular y Molecular</p> <p><b>PRIMER SEMINARIO TALLER DE BIOINFORMÁTICA</b> INICIO 6 DE NOVIEMBRE</p> <p>Materias: 24 de octubre Carreras de Biología, Informática, Bioquímica y Farmacia, Ing. Química 2 CRÉDITOS</p>

FUENTE: Medios impresos de la UTPL

Pero hay que considerar que existe cierto tipo de expresiones gráficas en las que se puede aplicar los colores del área técnica, administrativa, socio – humanística y biológica.

## ***1.4. Imagen institucional***

### ***1.4.1. Definición***

Es la imagen conceptual con que una sociedad se representa mentalmente de una institución, está configurada por todo el conjunto de actuaciones y mensajes que una institución emite a lo largo del tiempo.<sup>19</sup>

Al ser imagen institucional la percepción compartida provocará una respuesta colectiva, unificada o pública, además la imagen producirá un juicio de valor que impulsa a la acción de aceptar o rechazar en quien lo concibe, por lo que su opinión se convertirá en su realidad.

Así pues, la imagen institucional está basada en el comportamiento de la organización y en la forma en que ésta actúa. Varios elementos contribuyen a formar su imagen: su reputación, las relaciones con los empleados, el nivel de identificación de los miembros con su institución; entre otros aspectos que integran tanto la calidad de su organización dentro de la misma, como sus interrelaciones con el entorno, a través de una óptima o deficiente comunicación interna y externa.<sup>20</sup>

### ***1.4.2. Imagen institucional de la UTPL***

La UTPL, mantiene un manejo de su imagen global como institución educativa de nivel superior es por ello que conserva su posicionamiento claro frente a su público objetivo. Pero no se debe descuidar la atención en el manejo de la imagen en el ámbito interno de la Institución, puesto que existen varios símbolos que representan a **CITTES** y departamentos que generan una gran expresión gráfica y un desorden visual desde el sentido de pertenencia con la institución.

## ***2. Capitulo.***

# **ANÁLISIS DE LA IMAGEN ACTUAL DE LOS CITTES DE LA UTPL**

## ***2.1. Diseño de la investigación***

El presente trabajo por su naturaleza investigativa requiere de un detallado análisis, selección y combinación de métodos, técnicas de investigación que permitan describir las causas del fenómeno investigado, desarrollo y consecuencias del mismo, abriendo así el camino a seguir para cumplir con nuestro objetivo, estudiar, analizar acerca del uso de la imagen visual de los signos identificadores gráficos que representan a cada uno de los CITTES, enfocada en la unidad que debe tener con la institución a la que pertenecen, para ello es necesario el empleo de los siguientes métodos:

### ***2.1.1. Investigación cualitativa:***

Se utilizó la investigación cualitativa para dar cuenta de significados, actividades, acciones e interacciones cotidianas de distintos sujetos tales como las signos identificadores gráficos que representan a los CITTES y las diversas manifestaciones gráficas que existen acerca de ellos dentro de la UTPL, observados éstos en un contexto específico o en un ambiente de dicho contexto. Así la perspectiva cualitativa no está interesada en contar y medir cosas, ni convertir observaciones en números, se interesa por preguntar, interpretar y relacionar lo observado, es decir que dicho procedimiento metodológico utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes para comprender el objeto de estudio.

Esta perspectiva de investigación es eminentemente interpretativa y trata de penetrar en el mundo personal de los sujetos, busca la objetivación en el ámbito de los significados. La investigación interpretativa tiene como antecedente metodológico la descripción, enfatiza la comprensión y la interpretación desde los sujetos y su proceso de significación en contextos educativos concretos, con sus creencias y motivaciones.<sup>21</sup>

### ***2.1.2. Método exploratorio***

El método que se utilizó es exploratorio, porque la investigadora se encuentra en contacto con la realidad, es decir, conoce superficialmente el objeto a investigar, recolecta preliminarmente información de base para confirmar si la investigación es factible y posteriormente enunciar resultados que sirvan para desarrollar el proyecto planteado.

Mencionado método se lo aplicó mediante técnicas de investigación como la observación, la entrevista y la entrevista en profundidad que permitieron la obtención de información sobre el objeto de investigación y la interacción entre el investigador, las personas y los medios impresos y digitales a ser estudiados.

### ***2.1.3. Método deductivo e inductivo***

**El método deductivo**, se lo utilizó cuando mediante el raciocinio se demostró deductivamente, conceptos generales en principios específicos de la investigación con el fin de explicar el fenómeno de la misma, sin la necesidad de recurrir a experimentos.

En cambio el **método inductivo** manejó la inducción, por lo que se lo cumplió cuando partimos de hechos particulares a generales, con el propósito de realizar un experimento y elaborar una teoría explicativa del objeto de estudio.

Al obtener demasiada información se vio necesario discernirla y enfocarse en el objeto de estudio en este caso la imagen de los CITTES. Se obtuvo material impreso del cual pudimos analizar solamente los que utilizaban los signos gráficos de los CITTES. Además se realizó un bosquejo de la diversidad de blogs que existen para cada CITTES y proyectos de investigación que se elaboran en la UTPL, lo que nos ayudó a enfocarnos de una manera específica en el problema y hallar una posible solución. **(Ver anexos)**

## ***2.2. Técnicas de investigación utilizadas en el proceso de recolección de información de la imagen de los CITTES***

Dicha investigación además de basarse en métodos de investigación que son referentes teóricos, nos hemos basado en técnicas de investigación que son los procedimientos concretos que el investigador utiliza para lograr la recolección de información, para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento.

Mediante un estudio cualitativo la investigación se basó en el proceso de planificación, recolección y análisis de información "*blanda*" sobre las opiniones, percepciones, creencias y actitudes del mercado (usuarios) hacia determinado producto (servicio). Cuando hablamos de información "*blanda*" nos referimos a datos que no tienen ninguna representatividad estadística en sus resultados, es decir, un estudio cualitativo brinda información no cuantitativa (llamada también información "*dura*").<sup>22</sup> Las técnicas de investigación que hemos utilizado son las siguientes:

### ***2.2.1. Observación***

Es probablemente uno de los instrumentos más utilizados y antiguos dentro de la investigación, debido a que es un procedimiento fácil de aplicar, directo y que exige técnicas de tabulación muy sencilla.<sup>23</sup>

La observación de campo es un procedimiento utilizado para determinar aspectos relevantes sobre la imagen institucional de los CITTES revisando medios impresos y digitales como: papelería en general de la publicidad de la UTPL y de los CITTES, página web de la UTPL, blogs, portales. Para así establecer criterios visuales acerca de la imagen actual que representa a los CITTES. (Véase ítem 3.1.1.1)

La observación es consciente pues orienta el proceso de investigación y demuestra situaciones o necesidades insatisfechas.

### **2.2.2. Entrevista**

Se efectuó ésta técnica que consiste en un diálogo entre dos personas: El entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, que es por lo general una persona entendida en la materia de la investigación.<sup>24</sup>

Se realizó las entrevistas abiertas a la diseñadora del departamento de Marketing de la UTPL Lic. Liliana Carpio, sobre el uso del signo identificador “UTPL decide ser más” y del signo que representa a la Modalidad Abierta y a Distancia.

Al Ing. Raúl Jaramillo, en los aspectos de imagen institucional, de cómo unificar símbolos creados internamente en una institución con la Marca Madre que representa a la misma.

### **2.2.3. Entrevista en profundidad**

La entrevista en profundidad es una conversación directa, abierta e informal entre el investigador y los usuarios. Permite llegar a explorar e identificar los sentimientos más íntimos con respecto al objeto de estudio.<sup>25</sup>

Uno de los parámetros que contribuyó a este proceso de investigación fue la entrevista en profundidad, dirigida de forma directa a los directores de cada uno de los CITTES; para considerar como criterio la apreciación subjetiva por parte de los entrevistados, a fin de que sea un factor de análisis, más no un parámetro que defina la conclusión del proceso de formalización de criterios válidos para el rediseño de la imagen de los diferentes CITTES unificada a la marca madre de la UTPL.

Al mismo tiempo establecer resultados reales de cada uno de los factores que influyen de forma determinante en la imagen de una institución.

La entrevista se basó en las siguientes valoraciones:

- Características o propiedades de una imagen o logo considerando algunos aspectos tales como: práctico, recordable, sencillo, único, coherente, evolutivo, agradable; para ser identificadas en las imágenes actuales que utiliza cada centro.
- Aspectos visuales como: color, forma y tipografía; que proporcionan información sobre cada imagen o logo actual.
- Como dato para el diseñador se tomó en cuenta recomendaciones o sugerencias del entrevistado (director de los CITTES) acerca de la apreciación de sugerir un cambio en la imagen.

### ***2.3. Proceso de comparación entre la imagen actual y la propuesta de rediseño***

Realizadas las técnicas de investigación se procede a ordenar la información en éste proceso de comparación entre la imagen actual y la propuesta de rediseño, para así discernir la información y solamente rescatar y mantener la información factible.

#### ***2.3.1. Criterios Visuales de la aplicación actual de la imagen que representa a los CITTES***

A continuación se mencionan algunos criterios visuales sobre la aplicación actual de los signos gráficos de los CITTES y la imagen que maneja la UTPL tanto en medios digitales, como en impresos:

- Actualmente cada centro se diferencia por su imagen o logo, abarcan desde simplificadas representaciones gráficas, hasta símbolos completamente abstractos que pueden utilizarse en combinación con el nombre comunicativo (siglas) o con el nombre del CITTES o por sí solos. **(Revisar ítem 1.2)**

**Tabla N° 10**

Simplificadas representaciones gráficas		Símbolos abstractos	
			
			
Combinación de las siglas o con nombre del CITTES			
			

**Fuente:** Trabajo de la autora.

## **MEDIOS DIGITALES**

- De acuerdo a cada área específica en la que se encuentran los CITTES, se diferencian por un color para crear un recurso gráfico entre ellas; sin embargo el color no se encuentra identificado en algunas de las imágenes que representan a cada unidad. **(Tabla. N° 8)**



**Fig. 8. Blog Ciencias Jurídicas**  
**Fuente: [www.utpl.edu.ec/cienciasjuridicas](http://www.utpl.edu.ec/cienciasjuridicas)**

El blog contiene en la cabecera color verde que no concuerda con el color del área asignada para el CITTES.

- La gran variedad de expresión gráfica que se genera intrínsecamente distorsiona la imagen institucional de la UTPL, agregando que para cada proyecto en marcha generado dentro de la institución se crea una nueva imagen, lo cual implica un desequilibrio visual al momento de fusionar o unificar la marca principal con el símbolo o signo aplicado a los medios digitales e impresos de cada departamento, debido a que no se cuenta con un manual de imagen institucional que estandarice (color, tipografía, tamaño, jerarquía) de cuándo y cómo utilizar los signos gráficos, por ello es conveniente acotar que la presente investigación es un aporte para la formalización de procesos que unifiquen los signos identificadores de cada uno de los CITTES con la marca madre que representa a la institución y comunicar una imagen institucional organizada y con sentido de pertenencia.



**Fig. 9. Blog Observatorio de conflictos socioambientales.**  
**Fuente:** [www.utpl.edu.ec/obsa](http://www.utpl.edu.ec/obsa)

En la figura 9, imagen del blog de OBSA (Observatorio de Conflictos Socioambientales) proyecto perteneciente al CITTES de Gestión Legal, se observa que la marca madre tiene mayor nivel de jerarquía en comparación con la del signo gráfico de OBSA, también existe un amplio grupo de colores en el diseño del blog y además no se logra entender si el signo gráfico pertenece a la UTPL, o es un signo independiente de la institución investigada.

### **MEDIOS IMPRESOS**

- Cabe resaltar que dentro de la investigación realizada mediante la encuesta, el CITTES ADE (Agencia de Desarrollo Empresarial) ya disponía de un manual de imagen institucional, el que le ha proporcionado una gran satisfacción a su director (Econ. Juan Manuel García) el cual ayuda dentro de la organización y manejo de la imagen con la cual se encuentran identificados sus miembros.

Por el contrario el manual solamente se refiere a la identidad corporativa de la ADE y al correcto uso de sus íconos para distintas aplicaciones, como: afiches, trípticos, gigantografías, artes, etc., No se definen aspectos de unidad con la marca principal UTPL, porque se manifiesta como una empresa independiente de la institución en la que se originó.



**Fig. 10. Material Publicitario “Emprender”**  
**Fuente: Material Impreso de la UTPL**

En esta herramienta publicitaria se señala el signo gráfico identificador del CITTES ADE junto a las marcas de la UTPL, MIPRO y Valle de Tecnología, en la que se puede observar que aparece como una empresa independiente sin sentido de pertenencia a la institución donde fue creada y el signo identificador del valle de tecnología evoca el mismo sentido.

Es importante señalar que el signo identificar del MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad) mantiene unidad, coherencia y sentido de pertenencia con la institución en la que fue creado en este caso la marca país Ecuador, todo aquello se manifiesta por los colores que utiliza el amarillo, el azul y el rojo son colores que representan a la mencionada marca, son elementos importantes dentro de la identificación de un signo gráfico.

- Cabe mencionar que existe gran facilidad para cambiar la imagen de cada CITTES, departamentos, proyectos etc., que laboran dentro de la institución.

Pero esto no quiere decir que sea una mala idea mejorar o cambiar un logo, los tiempos pasan y surgen nuevas tendencias y por ello se deben acoger para mantener actualizada a la institución. Pero sigue apareciendo la falencia de no existir pertenencia con la UTPL.

**Tabla. Nº 11**

<p><b>INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS</b></p> <p>El CITTES cambia su nombre de CADES (Centro de Asesoría y Desarrollo Empresarial y Social) a Instituto de Investigaciones Económicas y junto a ello su signo gráfico.</p>	 <p><b>CADES</b></p>	 <p>Instituto de Investigaciones Económicas</p>
<p><b>CENTRO DE BIOLOGÍA CELULAR Y MOLECULAR</b></p> <p>Su signo gráfico cambia de elementos para dar un nuevo sentido al CITTES, un sentido de actualidad pero no de unidad, de coherencia o de pertenencia con la universidad.</p>	 <p><b>C.B.C.M.</b></p>	 <p><b>CBCM</b> CENTRO DE BIOLOGÍA CELULAR Y MOLECULAR</p>
<p><b>EDUCACIÓN CONTÍNUA</b></p> <p>Es uno de los signos gráficos que al cambiar su imagen acoge el sentido de pertenencia a la institución, empleando tipografía y color.</p>	 <p>La preparación académica integral genera mayores resultados.</p>	
<p><b>INSTITUTO DE QUÍMICA APLICADA</b></p> <p>Su imagen ha cambiado internamente en el instituto, pero no ha sido correctamente difundida, en especial en la página web de la universidad de donde se obtuvo la información. Por ello es que se menciona este cambio repentino de signos gráficos.</p>		 <p>Instituto de Química Aplicada</p>

**Fuente: Trabajo de la Autora**

### **2.3.1.1. Tabla de análisis previo al rediseño de la imagen de los CITTES de la UTPL**

#### **a. ANÁLISIS FUNCIONAL**

Abarca el estudio de la legibilidad, inteligibilidad y pregnancia que emiten los signos identificadores hacia los usuarios.

**Legibilidad.** Es un parámetro perceptual, indica el grado de reconocibilidad de los rasgos esenciales del signo. Las funciones principales de un signo gráfico en el sentido de la identidad visual son las de hacer conocer, reconocer y memorizar a la empresa mediante su imagen, sus productos y los servicios que ésta ampara.<sup>26</sup>

**Inteligibilidad.** Es la capacidad que tiene un signo para ser comprendido en condiciones normales de lectura, y es un parámetro aplicable tanto a las formas abstractas como a las figurativas. El signo debe ser claro y sin confusión para que el observador obtenga un sentido específico de lo que la institución u empresa desea manifestar.<sup>27</sup>

**Pregnancia.** Se define como la capacidad que tiene una cosa de ser recordada. Representa un grado de posibilidad entre mayor o menor de grabarse en la memoria del lector y permitirá posteriormente su reconocimiento.<sup>28</sup>

Estos parámetros han sido considerados relevantes por su función exclusivamente técnica y por su naturaleza comunicacional, lo que me permitió realizar el análisis funcional de cada uno de los signos gráficos en su ambiente real y práctico.

#### **b. ANÁLISIS ESTÉTICO**

**Apreciación del Diseñador.** Se refiere al contenido conceptual que el diseñador percibe del signo identificador que representa a cada CITTES. Identificando sus elementos y la manera en la que quiere transmitir el mensaje, qué representa, cómo se llama, a qué se dedica, y qué se quiere hacer conocer.

### ***c. ANÁLISIS MORFOLÓGICO***

Se lo realiza a partir de la clasificación morfológica de los signos identificadores primarios y secundarios, los mismos que nos dan a conocer una serie de tipos o modelos de diseño para logotipos y símbolos, precisamente para detectar la función identificadora a la que están dirigidos y de esta manera satisfacer circunstancias y exigencias de identificación diversas.<sup>29</sup>

Según Chaves y Bellucia, 2003, existe un conjunto de modelos de identificación descritos a continuación:

**Logotipo tipográfico estándar.** El nombre de la empresa está escrito de manera normal con alguna familia tipográfica preexistente y de uso libre.

**Logotipo tipográfico retocado.** El nombre se escribe con una tipografía regular pero se le aplican arreglos particulares para aumentar su singularidad: modificación de los espaciados, tamaños y proporciones habituales de los cuerpos, estiramiento o comprensión de algunos trazos, exageración de acentos, ligaduras especiales, cortes o muescas en los caracteres, etcétera.

**Logotipo tipográfico exclusivo.** El logotipo se ejecuta con una familia tipográfica propia y diseñada por encargo y especialmente para el caso.

**Logotipo tipográfico iconizado.** En este modelo de identificación se reemplaza alguna letra del logotipo por un icono formalmente compatible con dicha letra o con la actividad de la empresa.

**Logotipo singular.** El logotipo es una pieza diseñada como un todo, como una forma excepcional que no responde a ningún alfabeto ni estándar.

**Logotipo con accesorio estable.** Los anteriormente descritos pueden completarse con: a) algún elemento visual externo a ellos: rúbrica, subrayado, asterisco, punto, etc., b) un fondo normalizado, casi siempre geométricamente regular.

**Símbolos icónicos.** El símbolo es diseñado como una imagen que representa algún referente reconocible del mundo real o imaginario, tanto por su semejanza formal evidente, como su fuerte codificación.

**Símbolos abstractos.** Son formas que no representan objetos o conceptos conocidos. A través de las características formales y cromáticas pueden evocar o connotar algún tipo de sensación: dureza, fragilidad, suavidad, tradición, etc.

**Símbolos alfabéticos.** Están contruidos por aquellos que utilizan iniciales del nombre o cualquier otra letra como motivo central sin confundirse con el modelo “sigla”.

Finalmente, cada clase de símbolo puede combinarse con alguna de las variantes de los logotipos descritos.

***d. MARCA UTPL***

Se coloca la marca madre que representa a la institución formalmente para establecer características de unidad, coherencia y sentido de pertenencia con la imagen que representa a los CITTES, y de esta manera consolidar una propuesta definitiva para su representación posterior.

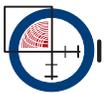
Tabla N° 12		<b>ÁREA TÉCNICA</b>				
IMAGEN	ANÁLISIS FUNCIONAL			ANÁLISIS ESTÉTICO	ANÁLISIS MORFOLÓGICO	MARCA UTPL
	Legibilidad	Inteligibilidad	Pregnancia	Apreciación del Diseñador	Según la clasificación morfológica de Chaves y Bellucia, 2003.	
	X		X	Al CITTES no se lo conoce por las iniciales CAD, pero se considera un buen criterio abreviar el nombre original.	Logotipo tipográfico retocado Utiliza fondo en la tipografía	No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen para mostrar una imagen institucional organizada.
		X	X	Se refiere a elementos como un visor de un instrumento topográfico que enuncia coordenadas, que los únicos que pueden diferenciarlo son aquellos estudiados en ésta área específicamente	Símbolo icónico	No muestra unidad con la marca madre de la que debe derivar su imagen
			X	Una herramienta puede construir varias cosas pero se debe especificar qué cosas, en este caso edificaciones, espacios	Símbolo Abstracto Su significado depende del punto de vista en que se lo observe.	No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen Se debe rescatar la utilización del color del área académica a la que pertenece y un color institucional.
	X	X	X	Se encuentra estructurado por un símbolo (el oso de anteojos refleja la naturalidad de un valle pero aunque es arbitrario es aceptable y llamativo) y un logotipo	Logotipo tipográfico iconizado - Símbolo icónico  Se representa al oso de anteojos.	No muestra unidad con la marca madre de la que debe derivar su imagen Existe confusión en que si se trata de una entidad independiente o trabaja dentro de la universidad porque no se lo aprecia correctamente
				Una esfera evoca movimiento, volumen, pero no se distingue a que se refiere con exactitud se puede definir como una tecnología confiable.	Símbolo abstracto	No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen

Tabla N° 13		ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA				
IMAGEN	ANÁLISIS FUNCIONAL			ANÁLISIS ESTÉTICO	ANÁLISIS MORFOLÓGICO	MARCA UTPL
	Legibilidad	Inteligibilidad	Pregnancia	Apreciación del Diseñador	Según la clasificación morfológica de Chaves y Bellucia, 2003.	 UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA La Universidad Católica de Loja
			X	Posee movimiento por la ubicación de los rectángulos que rodean la tipografía, pero no se logra distinguir la letra C como se pretende.	Logotipo tipográfico retocado	No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen Se asemeja al color de su área académica pero no es la cromática correcta.
	X			El globo terráqueo y la antena es un concepto muy general para lograr especificar un idioma en este caso la enseñanza del Inglés	Símbolo icónico	No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen Solamente posee el color azul de la marca madre pero no tiene ninguna identificación con el área académica a la que pertenece.
	X		X	Utiliza la tipografía en base a figuras geométricas para escribir el nombre del CITTES, como lo es la palabra VIA, pero no se logra visualizar bien a la misma.	Logotipo singular	No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen No es comunicativo y se desvía de la claridad de tipografía que utiliza la marca madre por una no legible.
	X	X	X	Está compuesto de un símbolo y de un logotipo. El símbolo evoca justicia por su composición de la representación arquitectónica antigua de un palacio de justicia.	Logotipo tipográfico estándar - Símbolo icónico	No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen Se debe rescatar que el utilizar un logotipo es aún más fácil de identificar, aunque el mismo no aporta con el color ni de la institución ni del área académica a la que pertenece.

Tabla N° 14		ÁREA ADMINISTRATIVA				
IMAGEN	ANÁLISIS FUNCIONAL			ANÁLISIS ESTÉTICO	ANÁLISIS MORFOLÓGICO	MARCA UTPL
	Legibilidad	Inteligibilidad	Pregnancia	Apreciación del Diseñador	Según la clasificación morfológica de Chaves y Bellucia, 2003.	 UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA <i>La Universidad Católica de Loja</i>
			X	Ascenso, progreso el movimiento de una flecha en sentido de manecillas del reloj, pero en sentido económico no alude algo claro	Símbolo abstracto	Se desvía totalmente de la identificación y de la coherencia que debería tener con la marca madre.
	X		X	Para hablar de turismo es hablar de diversidad de colores vivos pero el color que utiliza este logo no es el correcto para evocar esa sensación.	Símbolo abstracto-Logotipo tipográfico estándar	No se asemeja ni al color del área académica ni mucho menos posee unidad con la marca madre.
	X	X	X	Sencillo con un mensaje exacto un sol que ilumina el progreso que se realiza en un lugar definido	Símbolo icónico- Logotipo tipográfico estándar	Se debe rescatar la utilización de los colores institucionales, acoge gran parte de la identificación de la universidad pero aun le falta mucho

Tabla N° 15		ÁREA BIOLÓGICA				
IMAGEN	ANÁLISIS FUNCIONAL			ANÁLISIS ESTÉTICO	ANÁLISIS MORFOLÓGICO	MARCA UTPL
	Legibilidad	Inteligibilidad	Pregnancia	Apreciación del Diseñador	Según la clasificación morfológica de Chaves y Bellucia, 2003.	 UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA <i>La Universidad Católica de Loja</i>
	X		X	Existe una composición entre la imagen y la tipografía, efectuando un equilibrio, pero para poder entender mejor su concepto preferible sería mencionar solamente las siglas del CITTES.	Símbolo icónico - Logotipo tipográfico estándar Representación de una cadena de ADN	Es importante el color que posee porque lo representa pero no muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen
	X	X	X	Es un icono abstraído de una figura humana para evocar un mensaje claro de que en manos del hombre y de su investigación la tierra y la industria permanecen juntas.	Símbolo abstracto - Logotipo tipográfico estándar	Posee el color del área pero no muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen
	X	X	X	Los gráficos enuncian en primer plano a la ecología, lo que se vería mejor utilizarlos como un isotipo.	Símbolo abstracto - Logotipo tipográfico estándar	Utilizar la tipografía es de fácil identificación pero aun no tiene coherencia ni sentido de pertenencia hacia la institución UTPL
	X	X	X	Se identifica un paisaje natural que evoca el sentido agropecuario de la investigación que realiza este CITTES para prestar sus servicios.	Símbolo icónico	Para representar al CITTES es correcto pero no muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen
	X	X	X	Manifiesta el experimento que se realiza aprovechando los recursos naturales, mediante la sustancia en un gotero.	Símbolo icónico	Para representar al CITTES es correcto. No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen
	X		X	Se observa a una familia en armonía, padre, madre e hijo, pero no en el cuidado de la salud, si se utilizara un instrumento médico lo especificaría de la mejor manera	Símbolo icónico	No muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen El signo gráfico se utiliza de una manera perceptible.

Tabla N° 16		PLANTAS PRODUCTIVAS				
IMAGEN	ANÁLISIS FUNCIONAL			ANÁLISIS ESTÉTICO	ANÁLISIS MORFOLÓGICO	MARCA UTPL
	Legibilidad	Inteligibilidad	Pregnancia	Apreciación del Diseñador	Según la clasificación morfológica de Chaves y Bellucia, 2003.	
	X	X	X	Existe delicadeza y cuidado en la estilización de la imagen y el logotipo. Resaltando en color fuerte el logotipo para que tenga más presencia que la iconografía.	Símbolo icónico - Logotipo tipográfico exclusivo	Es un signo gráfico llamativo y legible pero no muestra unidad ni identificación con la marca madre de la que debe derivar su imagen
			X	Evoca algo material, impresiones que se pueden realizar en un soporte como un libro o una revista, pero el color no es tan específico para este tipo de actividades, verde de naturaleza.	Símbolo abstracto - Logotipo tipográfico estándar	Es importante la identificación que posee este signo gráfico con su institución. Pero sus colores no son los adecuados para ello.
	X	X	X	Es identificable, porque el animal proporciona el elemento básico con el que la planta se encarga de elaborar sus productos.	Símbolo icónico - Logotipo tipográfico estándar	Es muy identificativo con los objetivos que pretende pero no muestra unidad con la marca madre de la que debe derivar su imagen

Estas son las conclusiones de la observación de campo, entrevistas y de las 21 entrevistas en profundidad realizadas a los directores que representan a cada uno de los CITTES y plantas productivas de la UTPL, para cada una de las tablas.

### ***2.3.2. Identificar las razones para manejar una imagen unificada, coherente y con sentido de pertenencia en la propuesta de rediseño***

El rediseño de la imagen de los CITTES de la UTPL, se basa en la unidad, coherencia y el sentido de pertenencia que la institución debe manifestar a estudiantes, docentes, empleados e incluso a la sociedad. Considerando el nivel jerárquico de la marca madre con el mínimo signo gráfico que se elabore para identificar a un CITTES.

Algunos muestran su sentido de pertenencia con la UTPL, tales como:

- ***Logotipo Modalidad de Educación Abierta y A Distancia:***



**Fig. 10. Signo identificador de la Modalidad Abierta y a Distancia**

La Modalidad de Educación Abierta y a Distancia, mantiene una semejanza con la UTPL. Por su color (Azul) verificar pantone y tipografía (arial black).

Es utilizado solamente para identificar las Guías Didácticas, libros, es decir solamente medios impresos utilizados por la Modalidad Abierta y a Distancia

- ***Logotipo Decide ser más:***

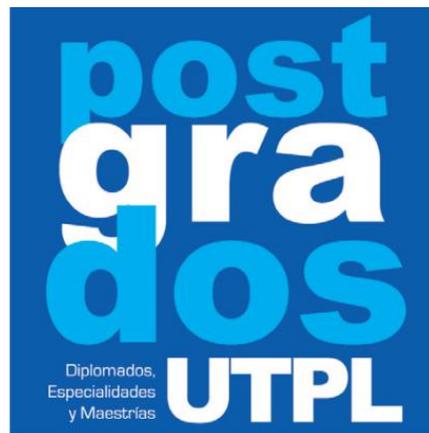


**Fig. 11. Logotipo Decide ser más**

Es utilizado para la promoción de ofertas de la UTPL, tanto en publicidad exterior como interior, con una jerarquía secundaria al logotipo principal de la UTPL. Abarcando las tres modalidades: Presencial, Semi-presencial y Abierta y a Distancia.

En especial los colores corporativos extienden un lazo fuerte entre logotipos y marca madre para que exista una coherencia explícita de pertenencia.

- **Logotipo Post Grados:**



**Fig. 12. Logotipo Postgrados UTPL**

Se utiliza el logotipo de postgrados en todo material publicitario e informativo orientado a difundir la oferta de postgrados.

El logotipo mantiene coherencia con la institución a la que pertenece por la manifestación de algunos colores institucionales el azul, el blanco y el logotipo de la UTPL, que son elementos de gran importancia que representan a la institución ante la sociedad.

La jerarquía que existe dentro de éste logotipo es de la relación de tamaño<sup>30</sup>, las sílabas que componen el logotipo de postgrados son de mayor tamaño comparado con el logotipo de la UTPL. Representa un dominio ante la institución a la que pertenece, porque se caracteriza por proyectar fuerza visual en la oferta de postgrados de la UTPL, dando como resultado una lectura de orden determinado.

- **Logotipo de Educación Continua:**



**Fig. 13. Logotipo de Educación continua**

El logotipo de educación continua transmite unidad, coherencia y sentido de pertenencia con la institución y es aún muy importante rescatar este criterio porque se acerca a nuestro objetivo a alcanzar dentro de la identidad institucional.

Los programas de Educación Continua tienen por objetivo construir nexos sólidos entre la Universidad y la empresa privada, instituciones estatales, comunidades y organizaciones no gubernamentales, por medio del desarrollo de cursos, seminarios, talleres, congresos y programas especiales de corto y mediano alcance, en modalidades presencial, semipresencial y a distancia, a través de programas de formación y actualización, en diversas áreas del conocimiento, impulsando así el mejoramiento constante de las organizaciones y aportando directamente al desarrollo social.<sup>31</sup>

- Es primordial señalar que algunas Plantas Productivas como ECOLAC, CERART, EDITORIAL, poseen una imagen pregnante que se encuentra posicionada ante sus clientes, pero no tienen criterio de unidad y de pertenencia a la universidad, porque no se identifican con la marca madre.

- Tres de los CITTES (Editorial, Instituto de Ecología y CEITUR) muestran el sentido de pertenencia que tienen con la institución en la que fueron creados, mediante su imagen. Representando el nombre del CITTES en primer lugar y el logotipo de la Institución en segundo lugar, todo ello manifiesta una “jerarquía superior/inferior como la prioridad que presenta una conexión directa con lo superior en el orden de las ideas o en el orden moral”.<sup>32</sup>

**Tabla. N° 17: Ejemplo de Unidad entre imagen del CITTES editorial y el logotipo de la UTPL**

SIGNO GRÁFICO			
LOGOTIPO UTPL			
<p>El signo gráfico que representa a cada CITTES representa el sentido de pertenencia con la Institución</p>			

### ***3. Capítulo.***

## **PROPUESTA GRÁFICA DE REDISEÑO**

### ***3.1. Imagen: unificada, coherente y con sentido de pertenencia***

#### ***3.1.1. Imagen unificada***

**Unificar.** Hacer de muchas cosas una en un todo, uniéndolas, mezclándolas o reduciéndolas a una misma especie. (Diccionario de la lengua española)

De una imagen unificada resulta una buena organización.

Se trata de unidad de imagen al existir relación entre signos gráficos de una misma institución, partiendo desde un punto principal: la marca madre, de quien deben derivar los demás signos gráficos que representan a los CITTES, a plantas productivas, a proyectos, a departamentos que se crean dentro de la institución. Acogiendo como elementos de unidad a elementos básicos de la identidad institucional como el logotipo, el color y la tipografía, que son puntos relevantes en este proceso de unidad.

#### ***3.1.2. Imagen coherente***

**Coherencia.** Conexión, relación o unión de unas cosas, ideas, actitudes, etc. Con otras. (Diccionario de la lengua española)

Presentar al público una imagen coherente de los signos gráficos de los CITTES en unidad con la marca madre de la institución, es manifestar la analogía de que no es absolutamente monótono. Porque actualmente los signos gráficos de los CITTES se presentan sin ser derivados de la marca madre, esto refleja la distinción que tienen de la institución y no existen patrones comparativos o normas que regulen ésta situación. Es decir, producen una imagen incoherente. Existe, pues, la solución de estrechar una relación de semejanza entre los signos gráficos de los CITTES con la marca madre de la institución o con su logotipo, relación entre color y tipografía.

Las cosas que se parecen entran en contacto o relación visual mutua, lo que significaría que realizada la semejanza en los signos identificadores gráficos de los CITTES, al ser percibidos por el público los datos recibidos darían sentido de pertenencia de la institución en la que fueron creados. Esta semejanza da coherencia a la identidad institucional de la UTP y la organiza.<sup>33</sup>

### **3.1.3. *Imagen con sentido de pertenencia***

**Pertenencia.** Acción o derecho que uno tiene a la propiedad de una cosa. Espacio o término que toca a uno por jurisdicción o propiedad. (Diccionario de la lengua española)

El **sentido de pertenencia** significa arraigo a algo que se considera importante.

Los CITTES pertenecen a la UTP porque se crearon dentro de ella, las personas que trabajan en cada uno de los centros conocen de ello pero el público lo desconoce y deben reflejar ése sentido de pertenencia en los signos gráficos que los identifican para no demostrar que los CITTES trabajan sin ninguna relación con la institución a la que pertenecen.

El sentido de pertenencia fortalece el efecto de que todos los elementos de la institución forman uno solo, es decir que al pertenecer a ésta institución, todos se pertenecen mutuamente y por tanto se debe reflejar una imagen institucional con una atención en el manejo de la imagen sin desorden visual.

**Por ello se ha seleccionado los tres aspectos antes mencionados, porque se ha podido detectar que a la imagen de los CITTES le hace falta gran parte de cada uno de ellos. La unidad es necesaria para demostrar la coherencia que debe existir de parte de los signos gráficos con la institución para de esta manera conseguir el sentido de pertenencia que tienen hacia ella y no transmitir una imagen institucional desorganizada.**

### 3.2. Propuestas de rediseño de la imagen de los CITTES de la UTPL

La investigación nos ha aclarado algunos puntos fallidos dentro de los signos gráficos que identifican a los CITTES, en cuanto al color y a la tipografía.

#### 3.2.1. Propuestas con relación al imagotipo (escudo) de la UTPL

- a. Se utiliza el escudo de la marca madre que representa a la institución, con el nombre y siglas de cada uno de los CITTES en el área a la que pertenecen. Separadas por una barra del color de cada área.

Tabla Nº 18. Bocetos a1

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
 <p data-bbox="602 911 721 995"><b>CITTES de Arte y Diseño</b></p>	
 <p data-bbox="602 1104 857 1188"><b>Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica</b></p>	 <p data-bbox="1027 1104 1295 1188"><b>Agencia de Desarrollo Empresarial ADE</b></p>
 <p data-bbox="602 1293 829 1377"><b>Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas UCG</b></p>	 <p data-bbox="1027 1293 1263 1377"><b>Instituto de Investigaciones Económicas IIE</b></p>
 <p data-bbox="602 1482 748 1566"><b>Valle de Tecnología</b></p>	 <p data-bbox="1027 1482 1255 1566"><b>Centro de Investigaciones Turísticas CEITUR</b></p>
 <p data-bbox="602 1671 821 1755"><b>Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información UGTI</b></p>	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 19. Bocetos a2

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
	 <p data-bbox="1062 432 1219 590"><b>Centro de Biología Celular y Molecular CBCM</b></p>
 <p data-bbox="558 688 743 814"><b>Centro de Educación y Psicología CEP</b></p>	 <p data-bbox="1062 657 1388 814"><b>Centro de Transferencia, Tecnología e Investigación Agroindustria CETIA</b></p>
 <p data-bbox="558 903 760 1029"><b>Research and Services English Center RESEC</b></p>	 <p data-bbox="1062 919 1219 982"><b>Instituto de Ecología</b></p>
 <p data-bbox="558 1167 781 1230"><b>Via Comunicaciones</b></p>	 <p data-bbox="1062 1129 1263 1192"><b>Servicios Agropecuarios</b></p>
 <p data-bbox="558 1360 837 1486"><b>Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos GESTIÓN LEGAL</b></p>	 <p data-bbox="1062 1339 1214 1465"><b>Instituto de Química Aplicada IQA</b></p>  <p data-bbox="1062 1556 1219 1650"><b>CITES de Ciencias Médicas</b></p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

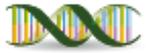
- b. En esta ocasión el imagotipo y las siglas UTPL debajo del mismo se encuentran al lado izquierdo de la barra y junto a ellos el signo identificador de cada CITTES y su nombre correspondiente, en el área a la que pertenecen.

Tabla N° 20. Bocetos b1

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
 UTPL	 CITES de Arte y Diseño
 UTPL	 Agencia de Desarrollo Empresarial
 UTPL	 Instituto de Investigaciones Económicas
 UTPL	 Centro de Investigaciones Turísticas
 UTPL	 Valle de Tecnología
	 Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 21. Bocetos b2

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
  <p>Centro de Educación y Psicología</p>	  <p>Centro de Biología Celular y Molecular</p>
  <p>Research and Services English Center</p>	  <p>Centro de Trasferencia, Tecnología e Investigación Agroindustrial</p>
  <p>Via Comunicaciones</p>	  <p>Instituto de Ecología</p>
  <p>Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos</p>	  <p>Servicios Agropecuarios</p>
  <p>CITES de Ciencias Médicas</p>	  <p>Instituto de Química Aplicada</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- c. Una versión similar a la anterior pero a diferencia de que la imagen de cada CITTES posee el color del área a la que pertenece.

Tabla N° 22. Bocetos c1

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
  <p>CITTES de Artye Diseño</p>	
  <p>Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica</p>	  <p>Agencia de Desarrollo Empresarial</p>
  <p>Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas</p>	  <p>Instituto de Investigaciones Económicas</p>
  <p>Valle de Tecnología</p>	  <p>Centro de Investigaciones Turísticas</p>
  <p>Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información</p>	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 23. Bocetos c2

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
  <p>Centro de Educación y Psicología</p>	  <p>Centro de Biología Celular y Molecular</p>
  <p>Research and Services English Center</p>	  <p>Centro de Trasferencia, Tecnología e Investigación Agroindustrial</p>
  <p>Via Comunicaciones</p>	  <p>Instituto de Ecología</p>
  <p>Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos</p>	  <p>Servicios Agropecuarios</p>
  <p>Instituto de Química Aplicada</p>	  <p>CITES de Ciencias Médicas</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- d. El imagotipo va acompañado del logotipo de la institución, pero en este caso la barra se coloca en sentido horizontal para separar el nombre del CITTES de las siglas del mismo, se suprime el uso de una imagen o signo que representa al CITTES.

Tabla N° 24. Bocetos d1

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
 <p>Cittes de Arte y Diseño <b>CAD</b></p>	
 <p>Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica <b>UDIA</b></p>	 <p>Agencia de Desarrollo Empresarial <b>ADE</b></p>
 <p>Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas <b>UCG</b></p>	 <p>Instituto de Investigaciones Económicas <b>IIE</b></p>
 <p>Valle de Tecnología</p>	 <p>Centro de Investigaciones Turísticas <b>CEITUR</b></p>
 <p>Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información <b>UGTI</b></p>	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 25. Bocetos d2

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
	 <p>Centro de Biología Celular y Molecular <b>CBCM</b></p>
 <p>Centro de Educación y Psicología <b>CEP</b></p>	 <p>Centro de Trasferencia, Tecnología e Investigación Agroindustrial <b>CETTIA</b></p>
 <p>Research and Services English Center <b>RESEC</b></p>	 <p>Instituto de Ecología</p>
 <p>Via Comunicaciones</p>	 <p>Servicios Agropecuarios</p>
 <p>Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos <b>GESTIÓ LEGAL</b></p>	 <p>Instituto de Química Aplicada <b>IQA</b></p>  <p>CITES de Ciencias Médicas</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- e. El imagotipo se coloca al lado izquierdo y al lado contrario el logotipo de la institución separado del nombre del CITTES por una barra que se coloca en sentido horizontal.

Tabla N° 26. Bocetos e1

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
 <p><b>UTPL</b> Arte y Diseño</p>	
 <p><b>UTPL</b> Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica</p>	 <p><b>UTPL</b> Agencia de Desarrollo Empresarial</p>
 <p><b>UTPL</b> Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas</p>	 <p><b>UTPL</b> Instituto de Investigaciones Económicas</p>
 <p><b>UTPL</b> Valle de Tecnología</p>	 <p><b>UTPL</b> Centro de Investigaciones Turísticas</p>
 <p><b>UTPL</b> Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información</p>	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 27. Bocetos e2

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
	 <p><b>UTPL</b> Centro de Biología Celular y Molecular</p>
 <p><b>UTPL</b> Centro de Educación y Psicología</p>	 <p><b>UTPL</b> Centro de Trasferencia, Tecnología e Investigación Agroindustrial</p>
 <p><b>UTPL</b> Research and Services English Center</p>	 <p><b>UTPL</b> Instituto de Ecología</p>
 <p><b>UTPL</b> Via Comunicaciones</p>	 <p><b>UTPL</b> Servicios Agropecuarios</p>
 <p><b>UTPL</b> Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos</p>	 <p><b>UTPL</b> Instituto de Química Aplicada</p>
	 <p><b>UTPL</b> Ciencias Médicas</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

### 3.2.2. *Propuestas con relación a las siglas de la UTPL*

- f. Los siguientes bocetos que se realizaron, ubican el logotipo de la institución en los colores oficiales de cada área académica en los que se encuentran organizados los CITTES, dando importancia a la tipografía y al color, elementos que son importantes en nuestra investigación.

**Tabla N° 28. Bocetos f1.**



**Fuente: Propuesta de rediseño de la autora.  
Yahaira Hidalgo G.**

Tabla N° 29. Bocetos f2.

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- g. Se colocó el logotipo de la institución en cada uno de los signos identificativos gráficos de los CITTES para establecer la unidad y el sentido de pertenencia. Se obtiene el sentido de pertenencia con el logotipo de la institución añadido a los signos gráficos, pero no se consiguen los 2 aspectos faltantes como la unidad y la coherencia.

Tabla N° 30. Bocetos g1.

ÁREA TÉCNICA		
 <p>CAD Centros de Arte y Diseño UTPL</p>	 <p>UNIDAD DE INGENIERÍA CIVIL, GEOLOGÍA Y MINAS UTPL</p>	 <p>UDIA UTPL</p>
 <p>LOJA valle de tecnología UTPL</p>		 <p>UPSI unidad de proyectos y sistemas informáticos UTPL</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 31. Bocetos g2.

ÁREA SOCIO - HUMANÍSTICA	
 <p>CEP CENTRO DE EDUCACIÓN Y PSICOLOGÍA UTPL</p>	 <p>RESEC UTPL</p>
 <p>comunicaciones UTPL</p>	 <p>gestión legal UTPL</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 32. Bocetos g3.

ÁREA ADMINISTRATIVA		
 <p>Instituto de Investigaciones Económicas <b>UTPL</b></p>	 <p>Agencia de Desarrollo Empresarial <i>crear empresa, crear futuro</i> <b>UTPL</b></p>	 <p><b>ceitur</b> CENTRO DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS <b>UTPL</b></p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 33. Bocetos g4.

ÁREA BIOLÓGICA		
 <p><b>CBCM</b> CENTRO DE BIOLOGIA CELULAR Y MOLECULAR <b>UTPL</b></p>	 <p><b>CETTIA</b> <b>UTPL</b></p>	 <p>instituto de ecología <b>UTPL</b></p>
 <p><b>I INSA</b> <b>UTPL</b></p>	 <p>Productos Naturales <b>UTPL</b></p>	 <p>salud familiar integral <b>UTPL</b></p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 34. Bocetos g5.

PLANTAS PRODUCTIVAS		
 <p><b>cerart</b> <b>UTPL</b></p>	 <p>Editoria <b>UTPL</b></p>	 <p><b>Ecolac</b> El sabor de la pureza <b>UTPL</b></p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- h. Al unificar los imagotipos y los nombres actuales que identifican a los CITTES con el logotipo de la institución en color de cada área académica, se obtuvo los siguientes bocetos.

Tabla N° 35. Bocetos h1.

ÁREA TÉCNICA		
		
		

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 36. Bocetos h2.

ÁREA SOCIO - HUMANÍSTICA	
	
	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 37. Bocetos h3.

ÁREA ADMINISTRATIVA		
 Instituto de Investigaciones Económicas <b>UTPL</b>	 Centro de Investigaciones Turísticas <b>UTPL</b>	 Agencia de Desarrollo Empresarial <b>UTPL</b>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 38. Bocetos h4.

ÁREA BIOLÓGICA		
 Centro de Biología Celular y Molecular <b>UTPL</b>	 Centro de Transferencia, Tecnología e Investigación Agroindustrial <b>UTPL</b>	 Instituto de Ecología <b>UTPL</b>
 Servicios Agropecuarios <b>UTPL</b>	 Instituto de Química Aplicada <b>UTPL</b>	 CITTES de Ciencias Médicas <b>UTPL</b>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 39. Bocetos h5.

PLANTAS PRODUCTIVAS		
 Planta de Cerámica <b>UTPL</b>	 Editoria <b>UTPL</b>	 Ecolac El sabor de la pureza <b>UTPL</b>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Se suprimió en algunos signos identificadores sus nombres institucionales para ubicarlo en la tipografía institucional (arial black) que utiliza el nombre de la institución y el logotipo. En este caso el nombre de cada CITTES se lo colocó en arial -bold, pero se consigue un nivel de coherencia muy bajo, y se sigue manteniendo unidad y sentido de pertenencia.

- i. Los bocetos siguientes muestran a cada uno de los signos gráficos utilizando los colores del área a la que pertenecen junto con el nombre del CITTES al que representan y el logotipo de la universidad.

**Tabla N° 40. Bocetos i1.**

ÁREA TÉCNICA			
			
			

**Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.**

**Tabla N° 41. Bocetos i2.**

ÁREA SOCIO - HUMANÍSTICA			
			

**Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.**

Tabla N° 42. Bocetos i3.

ÁREA ADMINISTRATIVA		
 <p>Instituto de Investigaciones Económicas <b>UTPL</b></p>	 <p>Centro de Investigaciones Turísticas <b>UTPL</b></p>	 <p>Agencia de Desarrollo Empresarial <b>UTPL</b></p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 43. Bocetos i4.

ÁREA BIOLÓGICA		
 <p>Centro de Biología Celular y Molecular <b>UTPL</b></p>	 <p>Centro de Transferencia, Tecnología e Investigación Agroindustrial <b>UTPL</b></p>	 <p>Instituto de Ecología <b>UTPL</b></p>
 <p>Servicios Agropecuarios <b>UTPL</b></p>	 <p>Instituto de Química Aplicada <b>UTPL</b></p>	 <p>CITTES de Ciencias Médicas <b>UTPL</b></p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Los signos gráficos de las plantas productivas poseen colores corporativos propios en sus signos gráficos, por lo que no pertenecen a un área académica definida por ello no se han podido modificar como los anteriores.

- j. En las siguientes composiciones podremos observar el uso del logotipo de la universidad con el nombre de los CITTES en siglas y el uso del color perteneciente a cada área académica. Una barra separa al logotipo de la universidad del signo gráfico para no distorsionar la identidad de la misma, dando el significado de que cada signo gráfico representa a cada CITTES, recalcando que el emplear siglas en lugar del nombre del CITTES no expresa un peso total de identidad.

Tabla N° 44. Bocetos j1.

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
	
	
	
	
	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 45. Bocetos j2.

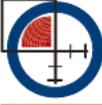
ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
	
	
	
	
	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- k. Se ubica el signo gráfico actual del CITTES y su nombre en color del área académica a la que pertenecen y un subrayado del mismo color, con el logotipo de la universidad, al final.

Con todo ello se pretende mostrar unidad, desde el punto de vista del color del área a la que pertenecen; coherencia porque existe un equilibrio entre institución y signo gráfico que identifica al CITTES y desde el sentido de pertenencia se coloca el logotipo UTPL en su pantone 541 C. color institucional.

Tabla N° 46. Bocetos k1.

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
 <p>Cittes de Arte y Diseño</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	
 <p>Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica UDIA</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	 <p>Agencia de Desarrollo Empresarial ADE</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>
 <p>Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas. UCG</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	 <p>Instituto de Investigaciones Económicas IIE</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>
 <p>Valle de Tecnología</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	 <p>Centro de Investigaciones Turísticas CEITUR</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>
 <p>Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información UGTI</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 47. Bocetos k2.

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
 <p>Centro de Educación y Psicología CEP</p>	 <p>Centro de Biología Celular y Molecular CBCM</p>
<b>UTPL</b>	<b>UTPL</b>
 <p>Research and Services English Center RESEC</p>	 <p>Centro de Transferencia, Tecnología e Investigación Agroindustrial CETIA</p>
<b>UTPL</b>	<b>UTPL</b>
 <p>Via Comunicaciones</p>	 <p>Instituto de Ecología</p>
<b>UTPL</b>	<b>UTPL</b>
 <p>Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos</p>	 <p>Servicios Agropecuarios</p>
<b>UTPL</b>	<b>UTPL</b>
 <p>Instituto de Química Aplicada IQA</p>	 <p>CITES de Ciencias Médicas</p>
<b>UTPL</b>	<b>UTPL</b>
<b>UTPL</b>	<b>UTPL</b>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 48. Bocetos k3.

PLANTAS PRODUCTIVAS		
 <p>Planta de Cerámica</p>	 <p>Editorial</p>	 <p>Ecolac El amor de la purpura</p>
<b>UTPL</b>	<b>UTPL</b>	<b>UTPL</b>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- I. En el mismo sentido de los bocetos anteriores, pero a diferencia de que los signos gráficos de cada CITTES se colocan en el color del área a la que pertenecen.

**Tabla N° 49. Bocetos 11.**

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
 <p><b>CAD</b> Cites de Arte y Diseño</p> <hr style="border: 1px solid red;"/> <p style="text-align: right;"><b>UTPL</b></p>	
 <p>Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica <b>UDIA</b></p> <hr style="border: 1px solid red;"/> <p style="text-align: right;"><b>UTPL</b></p>	 <p>Agencia de Desarrollo Empresarial <b>ADE</b></p> <hr style="border: 1px solid blue;"/> <p style="text-align: right;"><b>UTPL</b></p>
 <p>Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas. <b>UCG</b></p> <hr style="border: 1px solid red;"/> <p style="text-align: right;"><b>UTPL</b></p>	 <p>Instituto de Investigaciones Económicas <b>IIE</b></p> <hr style="border: 1px solid blue;"/> <p style="text-align: right;"><b>UTPL</b></p>
 <p>Valle de Tecnología</p> <hr style="border: 1px solid red;"/> <p style="text-align: right;"><b>UTPL</b></p>	 <p>Centro de Investigaciones Turísticas <b>CEITUR</b></p> <hr style="border: 1px solid blue;"/> <p style="text-align: right;"><b>UTPL</b></p>
 <p>Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información <b>UGTI</b></p> <hr style="border: 1px solid red;"/> <p style="text-align: right;"><b>UTPL</b></p>	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

Tabla N° 50. Bocetos 12.

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
	 <p>Centro de Biología Celular y Molecular CBCM</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>
 <p>Centro de Educación y Psicología CEP</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	 <p>Centro de Transferencia, Tecnología e Investigación Agroindustrial CETTIA</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>
 <p>Research and Services English Center RESEC</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	 <p>Instituto de Ecología</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>
 <p>Via Comunicaciones</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	 <p>Servicios Agropecuarios</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>
 <p>Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>	 <p>Instituto de Química Aplicada IQA</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>
	 <p>CITTES de Ciencias Médicas</p> <hr/> <p><b>UTPL</b></p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

m. La tipografía es un elemento explícito dentro de la imagen institucional, por ello se ha suprimido los signos gráficos que identifican a cada uno de los CITTES, y solamente se ha ubicado el nombre o siglas de cada uno de ellos sobre el logotipo de la universidad ubicado en una franja del color del área académica a la que pertenecen.

La unidad entre CITTES e Institución sigue prevaleciendo a pesar de no existir un signo gráfico. La coherencia se observa en la utilización de la tipografía arial (tipografía utilizada en el logotipo UTPL) y los colores de cada área académica a la que representan. Es así como el sentido de pertenencia sigue mostrándose con el logotipo de la institución; pero no se puede reconocer a un departamento solamente por sus siglas.

Tabla N° 51. Bocetos m1.

<b>ÁREA TÉCNICA</b>				
<b>ARTE Y DISEÑO UTPL</b>	<b>UDIA UTPL</b>	<b>UCG UTPL</b>	<b>VALLE DE TECNOLOGÍA UTPL</b>	<b>UGTI UTPL</b>
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>				
<b>IIE UTPL</b>			<b>CEITUR UTPL</b>	<b>ADE UTPL</b>
<b>ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA</b>				
<b>CEP UTPL</b>	<b>RESEC UTPL</b>	<b>VIA COMUNICACIONES UTPL</b>	<b>GESTIÓN LEGAL UTPL</b>	
<b>ÁREA BIOLÓGICA</b>				
<b>CBCM UTPL</b>		<b>CETTIA UTPL</b>	<b>INSTITUTO DE ECOLOGÍA UTPL</b>	
<b>SERVICIOS AGROPECUARIOS UTPL</b>		<b>TIQA UTPL</b>	<b>CIENCIAS MÉDICAS UTPL</b>	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- n. Los siguientes bocetos ubican al logotipo de la universidad a la parte izquierda del nombre del CITTES.

Tabla N° 52. Bocetos n1

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
<p><b>UTPL</b>   CITTES de Arte Diseño</p> <p><b>UTPL</b>   Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica</p> <p><b>UTPL</b>   Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas</p> <p><b>UTPL</b>   Valle de Tecnología</p> <p><b>UTPL</b>   Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información</p>	<p><b>UTPL</b>   Agencia de Desarrollo Empresarial</p> <p><b>UTPL</b>   Instituto de Investigaciones Económicas</p> <p><b>UTPL</b>   Centro de Investigaciones Turísticas</p>
ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
<p><b>UTPL</b>   Centro de Educación y Psicología</p> <p><b>UTPL</b>   Research and Services English Center</p> <p><b>UTPL</b>   Viaomunicaciones</p> <p><b>UTPL</b>   Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos</p>	<p><b>UTPL</b>   Centro de Biología Celular y Molecular</p> <p><b>UTPL</b>   Centro de Transferencia, Tecnología e Investigación Agroindustria</p> <p><b>UTPL</b>   Instituto de Ecología</p> <p><b>UTPL</b>   Servicios Agropecuarios</p> <p><b>UTPL</b>   Instituto de Química Aplicada</p> <p><b>UTPL</b>   CITTES de Ciencias Médicas</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

- o. Los que continúan muestran al logotipo de la universidad en su color pantone 541 C. y a cada nombre del CITTES en el color del área a la que pertenecen.

Tabla N° 53 Bocetos o3

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
<p><b>UTPL</b>   CITTES de Arte Diseño</p> <p><b>UTPL</b>   Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica</p> <p><b>UTPL</b>   Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas</p> <p><b>UTPL</b>   Valle de Tecnología</p> <p><b>UTPL</b>   Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información</p>	<p><b>UTPL</b>   Agencia de Desarrollo Empresarial</p> <p><b>UTPL</b>   Instituto de Investigaciones Económicas</p> <p><b>UTPL</b>   Centro de Investigaciones Turísticas</p>
ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
<p><b>UTPL</b>   Centro de Educación y Psicología</p> <p><b>UTPL</b>   Research and Services English Center</p> <p><b>UTPL</b>   Vía Comunicaciones</p> <p><b>UTPL</b>   Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos</p>	<p><b>UTPL</b>   Centro de Biología Celular y Molecular</p> <p><b>UTPL</b>   Centro de Transferencia, Tecnología e Investigación Agroindustria</p> <p><b>UTPL</b>   Instituto de Ecología</p> <p><b>UTPL</b>   Servicios Agropecuarios</p> <p><b>UTPL</b>   Instituto de Química Aplicada</p> <p><b>UTPL</b>   CITTES de Ciencias Médicas</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

## *4. Capítulo.*

# **PROPUESTA FINAL**

#### 4.1. Fundamentación de la propuesta final

Se eligió la propuesta (e) de las tablas N° 26 y 27:

ÁREA TÉCNICA	ÁREA ADMINISTRATIVA
 <b>UTPL</b> Arte y Diseño	
 <b>UTPL</b> Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica	 <b>UTPL</b> Agencia de Desarrollo Empresarial
 <b>UTPL</b> Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas	 <b>UTPL</b> Instituto de Investigaciones Económicas
 <b>UTPL</b> Valle de Tecnología	 <b>UTPL</b> Centro de Investigaciones Turísticas
 <b>UTPL</b> Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información	

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

ÁREA SOCIO-HUMANÍSTICA	ÁREA BIOLÓGICA
 <p><b>UTPL</b> Centro de Educación y Psicología</p>	 <p><b>UTPL</b> Centro de Biología Celular y Molecular</p>
 <p><b>UTPL</b> Research and Services English Center</p>	 <p><b>UTPL</b> Centro de Tránsito, Tecnología e Investigación Agroindustrial</p>
 <p><b>UTPL</b> Via Comunicaciones</p>	 <p><b>UTPL</b> Instituto de Ecología</p>
 <p><b>UTPL</b> Instituto de Investigación y Servicios Jurídicos</p>	 <p><b>UTPL</b> Servicios Agropecuarios</p>
	 <p><b>UTPL</b> Instituto de Química Aplicada</p>
	 <p><b>UTPL</b> Ciencias Médicas</p>

Fuente: Propuesta de rediseño de la autora. Yahaira Hidalgo G.

La propuesta presentada es una **imagen unificada** porque está acogiendo como elementos de unidad al escudo de la marca madre, el logotipo de la institución y el color de cada una de las áreas académicas. El logotipo (UTPL) se presenta como una forma abreviada del nombre de la universidad en el color del área académica a la que cada CITTES pertenece, además la utilización de la tipografía del logotipo en su forma regular colocada en el nombre del CITTES con su respectivo color. El escudo, el logotipo, el color y la tipografía son elementos básicos de la identidad institucional reconocidos por el público, lo que no ocasionará un desorden visual, gracias a la organización que se muestra entre ellos.

**Imagen Coherente**, existe relación entre la marca madre de la institución con el escogido signo gráfico que representa a los CITTES, por utilizar el imagotipo de la institución y su logotipo, ya que todo ello emite un mensaje hacia los receptores de que cada CITTES tiene una estrecha relación con la institución y no se definen como instituciones independientes, de esta manera existe una semejanza entre marca madre y signo gráfico, ya que proporcionan coherencia a la identidad institucional de la UTPL; y con todo ello se obtiene una **imagen con sentido de pertenencia** porque posee elementos identificativos y significativos de la institución a la que pertenece como lo es su escudo, logotipo y color manifestando, que cada uno de los CITTES aunque posean su nombre propio pertenecen a la UTPL y eso debe recalcar a cada momento.

Se debe resaltar que no se realizó un rediseño gráfico porque una de las falencias que se manifestaban era el desorden visual, lo que incitó en elaborar signos gráficos a base de la utilización del imagotipo y el logotipo de la institución los colores de la misma y los colores de cada una de las áreas como se presenta en bocetos anteriores y la tipografía que juega un papel muy importante en la propuesta seleccionada porque el logotipo de la institución es un signo de identificación de la misma, ya es reconocido, es legible, inteligible y pregnante, por ello el nombre de cada CITTES se encuentra escrito por la misma tipografía en su forma regular.

La tipografía es un punto muy relevante en toda la investigación, es una representación gráfica del lenguaje que permite mantener organización entre diferentes entidades que trabajan en una misma institución porque la letra se ve y se entiende, es forma y es idea, es signo y símbolo y por ello existen universidades que a partir de su marca madre identifican a las demás entidades que emplean en su jurisdicción, basándose en el uso de la tipografía como un elemento importante para identificarlas, esto se lo puede observar en los siguientes ejemplos:

#### a. UNIVERSIDAD DE VALENCIA ESPAÑA

Utiliza como marca madre el emblema y el nombre de la universidad y para sus entidades derivadas utiliza el emblema, el nombre de la universidad y en la parte inferior el nombre de la entidad con otro color y tipografía para resaltar la diferencia, pero no existe ninguna adición de imágenes o gráficos, solamente la adición de tipografía.



**Fig. 14. Universidad de Valencia**  
Fuente: [www.uv.es](http://www.uv.es)



**Fig. 15. Universidad de Valencia - Estudios de Grado**  
Fuente: [www.uv.es](http://www.uv.es)



**Fig. 16. Universidad de Valencia (página web)**  
**Fuente: www.uv.es**



**Fig. 17. Universidad de Valencia (página web)**  
**Fuente: www.uv.es/acces.estudis.htm**

## b. UNIVERSIDAD SANTIAGO DE COMPOSTELA

Utiliza como marca madre la unión del logotipo de la universidad y su respectivo nombre y a la parte derecha el escudo. Para diferenciarse de sus departamentos, institutos etc., se coloca en la misma posición el logotipo y el nombre de la institución pero se cambia el escudo y en este caso se coloca el nombre del departamento, igual que la universidad de Valencia maneja solamente la tipografía, para mencionar a sus departamentos.



**Fig. 18. Universidad Santiago de Compostela (Marca Madre )**  
Fuente: [www.usc.es](http://www.usc.es)



**Fig. 19. USC - Departamento**  
Fuente: [www.usc.es](http://www.usc.es)

Castellano | English Directorio persoal | Mapa do web | Accesibilidade | RSS | Axuda

**USC**  **Universidade de Santiago de Compostela**  
*Cofecemento e liderado ao servizo da sociedade*

Inicio » Universidade de Santiago de Compostela

**Perfis de acceso**

- Estudantes
- Futuros estudantes
- Estudantes internacionais
- Estudantes egresados
- Persoal de administración e servizos
- Persoal docente e investigador
- Empresas, institucións e perfil do contratante

**Seccións**

- Información xeral
- Goberno
- Normativa
- Titulacións e estudos
- Centros (facultades e escolas)
- Departamentos
- Institutos e Centros de investigación



Universidade de Santiago de Compostela

**Xornal da USC** Xoves, 31 de marzo de 2011



**A USC e o Instituto Galego de Seguridade e Saúde Laboral unirán esforzos en materia de prevención de riscos laborais**

O reitor da USC, Juan Casares, e a directora do Instituto Galego de Seguridade e Saúde Laboral (ISSGA), Adela Quinzá-Torroja, asinaron este mércores 30 un acordo marco de colabora...[máis]

**O Festival Internacional de Teatro Universitario de 1998 en Compostela...**



**CAMPUS VIDA**  
CAMPUS DE EXCELLENIA INTERNACIONAL

**Accesos directos**  
Internacional USC

**Fig. 21. Universidad Santiago de Compostela**  
**Fuente: www.usc.es**

Galego | English Directorio persoal | Mapa del web | Accesibilidad | RSS | Ayuda

**USC**  **DEPARTAMENTO DE ANATOMÍA PATOLÓGICA Y CIENCIAS FORENSES**

Inicio » Departamentos » Departamento de Anatomía Patológica y Ciencias Forenses

**Secciones**

- Presentación**
- Grupos de investigación
- Profesorado
- Materias
- Estudios del Tercer Ciclo

**Anatomía Patológica e Ciencias Forenses**

---

**Código:** 2174

**Dirección**  
 Facultade de Medicina e Odontoloxía - R/ de San Francisco, s/n  
 15782 Santiago de Compostela

**Contactos**  
**Teléfono con extensión:** 981563100-12215  
**Correo electrónico:** apsec@usc.es  
**Dirección Web:** <http://www.usc.es/departamentos/anpacfg>  
[Ir a la Web propia](#)

**Equipo de Gobierno**  
**Director/a:** Cruz Landeira, Angelines  
**Secretario/a:** Rodríguez Calvo, M Sol

**Áreas de conocimiento**

- Anatomía Patolóxica
- Medicina Legal e Forense
- Toxicoloxía

Universidade de Santiago de Compostela | Telefónos: 34 881 811 000 y 34 982 820 000 | [Contacto](#)

**Fig. 22. USC - Departamento**  
**Fuente: www.usc.es**

### 4.1.1. Estudio Comparativo

Para entender el nivel de factibilidad de la propuesta, se realiza un estudio comparativo entre los signos gráficos que representaban anteriormente a cada uno de los CITTES, con los signos de la propuesta actual.

Para así captar que no es necesario incluir un sinnúmero de imágenes, signos, símbolos, logotipos a cada uno de los centros, departamentos, proyectos, etc., para diferenciarlos de los demás, solamente fue preciso la abstracción de la marca madre de la institución y la conexión con cada uno de los nombres de los centros en estudio.

Por ejemplo los signos gráficos que representan a los CITTES del Área Técnica. (*Ver tabla N° 2.*)

#### PROPUESTA ANTERIOR

ÁREA TÉCNICA		
ARTE Y DISEÑO	UNIDAD DE INGENIERÍA CIVIL, GEOLOGÍA Y MINAS (UCG)	UNIDAD DE DESARROLLO E INVESTIGACIÓN ARQUITECTÓNICA (UDIA)
 Cittes de Arte y Diseño		 UDIA
VALLE DE TECNOLOGÍA		UNIDAD DE GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (UGTI)
		

Tabla N° 54.

PROPUESTA FINAL

 <b>UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA</b> <i>La Universidad Católica de Loja</i>		
<b>ÁREA TÉCNICA</b>		
 <b>UTPL</b> Arte y Diseño	 <b>UTPL</b> Unidad de Ingeniería Civil, Geología y Minas	 <b>UTPL</b> Unidad de Desarrollo e Investigación Arquitectónica
 <b>UTPL</b> Valle de Tecnología	 <b>UTPL</b> Unidad de Gestión de Tecnologías de la Información	

Fuente: Trabajo elaborado por la autora

#### 4.1.2. Logoteca

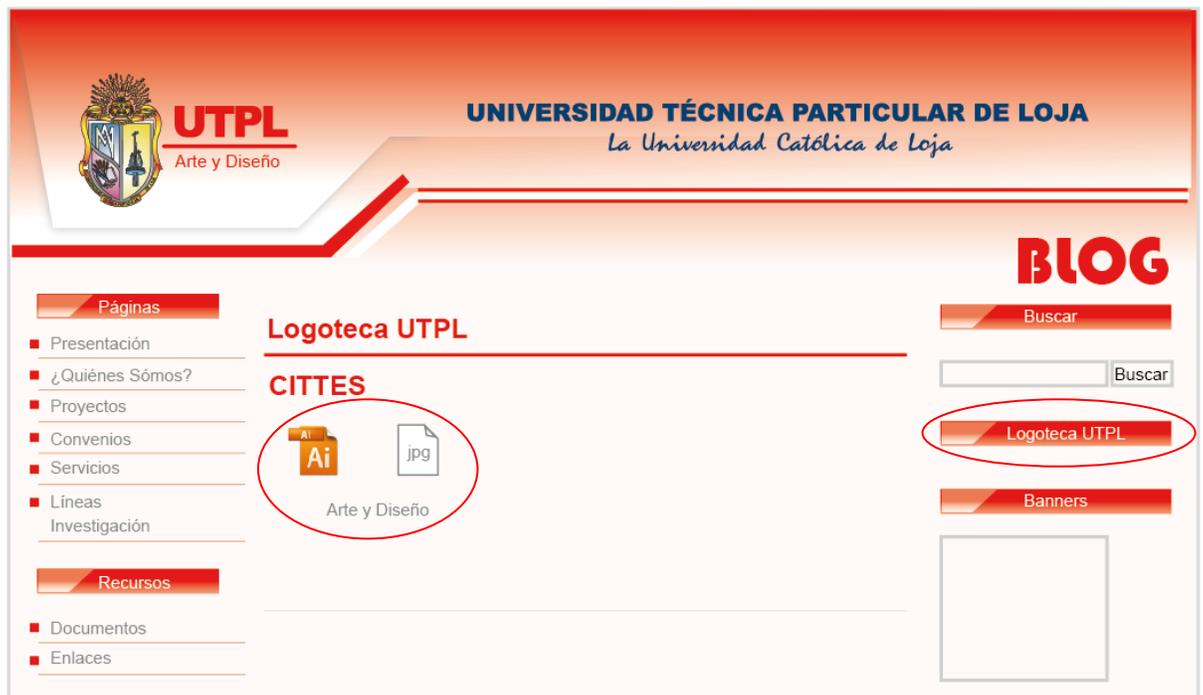
La finalidad de crear una logoteca, es para difundir y exponer la propuesta de rediseño de la imagen de los CITTES de la UTPL, de una manera accesible y rápida.

Todo ello con el objetivo de brindar un archivo válido de la imagen, para ser utilizado acorde a las normas que se definen en el manual de procesos de utilización de la propuesta de la imagen de los CITTES.

En los blog pertenecientes a cada uno de los CITTES, se colocará un link con el nombre de LOGOTECA UTPL en el menú de la parte derecha del blog, donde se podrán

encontrar los signos gráficos pertenecientes a los CITTES en formato AI (Illustrator) y en JPG (Imagen), para descargarlos fácilmente.

Se ha tomado como ejemplo el blog del CITTES de Arte y Diseño. Cabe recalcar que el diseño del blog no se incluye en nuestra propuesta es tomado de la aplicación actual del mismo.



**Fig. 23. Blog Arte y Diseño**  
**Fuente: Redibujado por la autora**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## ***Conclusiones***

- a.** Se considera que la presente investigación representa un aporte en lo que se refiere al tema de identidad institucional de la UTPL, ya que todavía es mucho lo que se puede decir en relación a ello.
- b.** El objetivo de la investigación se enfocó en evaluar la imagen que actualmente representa a los CITTES para que de los resultados obtenidos se pasara a elaborar propuestas y así llegar a un rediseño de la imagen estableciendo un manual de procesos de utilización para la misma.
- c.** La UTPL se constituye de escuelas, CITTES, departamentos, laboratorios, etc., a las que les asignan una imagen para diferenciarse entre sí, pero deben mantener coherencia entre ellas para así lograr establecer un orden visual y obtener un nuevo concepto de la imagen institucional de la UTPL.
- d.** Así mismo se ha podido percibir que los CITTES de la UTPL no cuentan con una imagen que refleje la unidad, coherencia y el sentido de pertenencia que tienen con la institución, por ello se ha considerado urgente una investigación en donde se pudo establecer soluciones palpables, donde se logró analizar, estudiar y proponer varias propuestas para rediseñar la imagen que los represente.
- e.** El acceso a la información de los CITTES fue flexible por parte de los Directores de cada uno de ellos y en gran parte por la página web de la universidad y de cada uno de los blogs de los CITTES. Pero se debe recalcar que existe desactualización en la misma lo que confunde a quien obtiene la información y además la mayor parte de los directores de cada uno de los CITTES no se mantiene al tanto de la imagen que representa al mismo.

- f.** Con la indagación de información sobre identidad e imagen institucional, signos visuales de la identidad y la ayuda de métodos y técnicas de investigación se ha podido rescatar que las personas identifican fácilmente a la universidad por su logotipo no por su nombre institucional. Es por ello que en nuestra propuesta definitiva se ha llevado a efecto una composición con el escudo y el logotipo de la institución, añadiendo el nombre del CITTES bajo una barra de separación y por ende lograr una imagen con unidad, coherencia y sentido de pertenencia. Todo ello plasmado en un manual de procesos de utilización de la imagen de los CITTES y en una base digital (logoteca) para su accesible visualización.
- g.** Se debe rescatar que la propuesta se basa en la utilización de la tipografía en esencia, porque es un signo de identidad muy práctico para no distorsionar la imagen en cada una de las propuestas finales para los CITTES.

## ***Recomendaciones***

- a.** Para realizar una investigación sobre identidad institucional se recomienda tener una preparación teórica y técnica sobre el tema, para así realizar a cabalidad todos los objetivos propuestos, en nuestro caso sobre imagen o signos visuales de los CITTES.
- b.** Es necesario enfocarse en objetivos específicos que dirijan la investigación de manera precisa para obtener resultados reales que permitan conseguir soluciones objetivas.
- c.** Es recomendable que la universidad se centre en establecer una imagen organizada internamente en base a normas de utilización de la misma para que cada escuela, CITTES, departamento, laboratorio, proyecto, etc., se guíe en ellas y no cometan el error de seguir creando imágenes, logos, logotipos que emitan desorden visual hacia el público.
- d.** Es recomendable hacer una pauta para esclarecer la compleja situación que se presenta en los nombres de cada uno de los CITTES, porque existen CITTES, centros, institutos seguidos del nombre de la parte a la que se dedican, por ello debe aclararse si corresponde llamarlos CITTES a todos o de qué manera se los debe nombrar para diferenciar que pertenecen a dicho grupo.
- e.** Se recomienda mantener la información actualizada, ya que al momento de ingresar a la información de los CITTES algunas de las imágenes que los representan en ese medio digital no coincidían con las que los directores de cada uno de ellos nos proporcionaron. Pero se debe rescatar que el blog de los mismos si se encontraba actualizado.

- f.** Se debería utilizar el logotipo de la UTPL en gran parte de la comunicación institucional, es legible y pregnante ante su público, por ello se lo acogió en la propuesta final para así llevar a efecto un posible rediseño con las demás entidades que se desempeñan intrínsecamente en la institución.
  
- g.** Se recomienda el uso de la tipografía, es práctica, pregnante y legible, en este caso la misma que compone al logotipo de la institución para que cada nombre comunicativo que se cree tenga relación con el logotipo y el nombre de la institución.

## ***Bibliografía***

- Chaves, N. (2007). *La imagen corporativa, Teoría y práctica de la identificación institucional*. (3ª ed.). Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Costa, J. *Imagen Corporativa*. Recuperado de <http://www.rppnet.com.ar/imagencorporativares.htm>
- Vía comunicaciones. (2009, junio). Reseña histórica de la UTPL. *Revista institucional de la universidad Técnica Particular de Loja*, (8-13)
- CITTES. Recuperado de <http://www.utpl.edu.ec/utpl/definiciondecittes>
- *Centros de investigación, transferencia de tecnología extensión y servicios*. Recuperado de <http://www.utpl.edu.ec/utpl/centrosdeinvestigaciontransferenciadetecnologiaextensionyservicioscittes>
- Pierce, C, S. (1999). *¿Qué es un Signo?*. Recuperado de <http://www.unav.es/gep/Signo.html>
- Chaves, N., y Bellucia, R. (2003). *La marca corporativa, Gestión y diseño de símbolos y logotipos*. (1ª ed.). Buenos Aires. Editorial Paidós, SAICF.
- Tena, D. (2005). *Diseño gráfico y comunicación*. Madrid, España. Pearson Educación, S.A.
- Moreno, L. *Tipografía*. Recuperado de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1691.php>
- Bertola, A., y García, S., (2004). *El Manual de Diseño Gráfico*. Editorial Almuzara.
- Ambrose, G., y Harris, P., (2008). *Image*. (2ª ed.). Editorial Parramón, S.A.
- Díaz, Y, K., (2001). *Desarrollo de la Imagen Institucional del Colegio Santa María de la Matellini de Chorrillos a través de la Planificación estratégica*. Chorrillos. Archivo PDF.
- *Investigación Cualitativa*. Recuperado en <http://www.scribd.com/doc/2388276/investigacion-cualitativa>

- López, G., (2005, mayo) *Guía metodológica para la realización de Estudios cualitativos de mercado*. Lima. Archivo PDF.
- Cerda, G., (2003). *Los elementos de la investigación*. Quito. Archivo PDF.
- Rivera, V., (Chile) *Portal de relaciones públicas*. Recuperado de <http://www.rppnet.com.ar/cuestionario.htm>
- Martínez, J., *Introducción a la Lógica visual*. Image & Art. Recuperado de [http://www.imageandart.com/tutoriales/morfologia/logica\\_visual/index2.htm](http://www.imageandart.com/tutoriales/morfologia/logica_visual/index2.htm)

## NOTAS:

---

<sup>1</sup> Norberto Chaves. Imagen corporativa. 2007, p. 26. Extracto del texto

<sup>2</sup> Joan Costa. "Imagen Corporativa". Recuperado el 17 de diciembre de 2010 en [www.rrppnet.com.ar/imagencorporativares.htm](http://www.rrppnet.com.ar/imagencorporativares.htm)

<sup>3</sup> Revista Institucional De La Universidad Técnica Particular De Loja, 2009, p. 11-13

<sup>4</sup> Revista Institucional De La Universidad Técnica Particular De Loja, 2009, p. 8-11

<sup>5</sup> <http://www.utpl.edu.ec/utpl/definiciondecittes>

<sup>6</sup> Recuperado el 24 de febrero de 2011 en:

[www.utpl.edu.ec/utpl/centrosdeinvestigaciontransferenciadetecnologiaextensionyserVICIOSCITTES](http://www.utpl.edu.ec/utpl/centrosdeinvestigaciontransferenciadetecnologiaextensionyserVICIOSCITTES)

<sup>7</sup> Charles S. Peirce (1894). Traducción castellana de Uxía Rivas (1999) ¿QUÉ ES UN SIGNO? Recuperado el 19 de enero de 2011. [www.unav.es/gep/Signo.html](http://www.unav.es/gep/Signo.html)

<sup>8</sup> Norberto Chaves y Raúl Bellucia, 2003, p.30. Extracto del texto

<sup>9</sup> Chaves y Bellucia, 2003, p.26. Cita textual

<sup>10</sup> Chaves, 2007. p.45. Cita textual

<sup>11</sup> Norberto Chaves y Raúl Bellucia, 2003, p.15. Extracto del texto

<sup>12</sup> Daniel Tena Parera. Diseño Gráfico y Comunicación. 2005, p. 103. Extracto del texto

---

<sup>13</sup> Luciano Moreno. Tipografía. Recuperado el 15 de diciembre de 2010 en:  
<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1691.php>

<sup>14</sup> Norberto Chaves. Imagen corporativa. 2007, p. 45 - 52. Extracto del texto

<sup>15</sup> Ambrose-Harris, 2008, p.91

<sup>16</sup> Charles S. Peirce (1894). Traducción castellana de Uxía Rivas (1999) ¿QUÉ ES UN SIGNO?. Recuperado el 19 de enero de 2011. [www.unav.es/gep/Signo.html](http://www.unav.es/gep/Signo.html)

<sup>17</sup> Cháves y Bellucia, 2003, p.15-27. Extracto del texto

<sup>18</sup> Bertola y García, 2004, p.123-139. Extracto del texto

<sup>19</sup> Norberto Chaves. Imagen corporativa. 2007, p. 27 - 28. Extracto del texto

<sup>20</sup> Desarrollo de la Imagen Institucional del Colegio Santa María de la Matellini de Chorrillos a través de la Planificación estratégica. Díaz Gavilán Yasmín Karín. 2001. Cap.1. Archivo pdf. Extracto del texto

<sup>21</sup> Investigación Cualitativa. Recuperado el 24 de febrero de 2010 <http://www.scribd.com/doc/2388276/investigacion-cualitativa>

<sup>22</sup> Gastón López Benavides. Guía metodológica para la realización de Estudios cualitativos de mercado. Archivo PDF. Lima, Mayo del 2005

<sup>23</sup> Hugo Cerda Gutiérrez. Los elementos de la investigación. Quito 1993.

- 
- <sup>24</sup> Vanessa Rivera. Chile. Portal de relaciones públicas. Recuperado el 13 d3 diciembre del 2010 en <http://www.rrppnet.com.ar/cuestionario.htm>
- <sup>25</sup> Gastón López Benavides. Guía metodológica para la realización de Estudios cualitativos de mercado. Archivo PDF. Lima, Mayo del 2005
- <sup>26</sup> Cháves y Bellucia, 2003, p.53. ítem 2.9. Extracto del texto
- <sup>27</sup> Cháves y Bellucia, 2003, p.53. ítem 2.10. Extracto del texto
- <sup>28</sup> Cháves y Bellucia, 2003, p.54. ítem 2.11. Extracto del texto
- <sup>29</sup> Cháves y Bellucia, 2003, p.32. ítem 1.9. Clasificación morfológica de los signos marcarios primarios. Extracto del texto.
- <sup>30</sup> Juan Martínez Val. “Introducción a la Lógica Visual (1ª Parte)”. Image & Art. Recuperado el 15 de diciembre de 2010 en [http://www.imageandart.com/tutoriales/morfologia/logica\\_visual/index2.htm](http://www.imageandart.com/tutoriales/morfologia/logica_visual/index2.htm)
- <sup>31</sup> Educación Continua. Recuperado el 28 de enero de 2010 en [http://www.utpl.edu.ec/blogeducacioncontinua/?page\\_id=3](http://www.utpl.edu.ec/blogeducacioncontinua/?page_id=3)
- <sup>32</sup> Juan Martínez Val. “Introducción a la Lógica Visual (1ª Parte)”. Image & Art. Recuperado el 15 de diciembre de 2010 en [http://www.imageandart.com/tutoriales/morfologia/logica\\_visual/index2.htm](http://www.imageandart.com/tutoriales/morfologia/logica_visual/index2.htm)
- <sup>33</sup> Juan Martínez Val. “Introducción a la Lógica Visual (3ª Parte)”. Image & Art. Recuperado el 15 de diciembre de 2010 en <http://www.imageandart.com>

---