



ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS

LIGRA

BRIEF

Integrantes:

Wellington Renato Pihuave Lainez

José Andrés Velasteguí García

Paralelo: 3

Título:

Rediseño e implementación de la marca turística Libertador Bolívar.

RESUMEN

La finalidad de este documento es renovar la marca turística Libertador Bolívar, buscando transmitir comunicación visual en los visitantes nacionales y extranjeros, captar la atención de las actividades y lugares de entretenimiento en sus recursos naturales, tradicionales y culturales del lugar como identidad.

La idea se plantea por el tránsito vehicular que circula a lo largo de la Ruta del Spondylus durante feriados y las estaciones vacacionales de cada región del Ecuador y también del exterior.

El rediseño de la marca turística de la comuna Libertador Bolívar está basada y fundamentada en información procedente de investigaciones y manejo de herramienta de diseño, que garantiza la manipulación de la comunicación visual de los habitantes para el desarrollo y la productividad, lo cual nos permite conceptualizar una mejora de la identidad que la identifique como una destino turístico para cautivar nuevos visitantes, teniendo en cuenta los resultados de la investigación que nos permite determinar los cambios y planteamientos que la misma necesita.



BRIEF

CONTENIDO

Página

1. Antecedentes	4
2. Público objetivo o target	5
3. Investigación y Metodología del proyecto	6
4. Objetivos del proyecto	7
5. Presentación del producto gráfico	8
6. Cronograma	10
7. Presupuesto	11
8. Resultados esperados	12
9. Conclusiones	13
10. Anexos	14
11. Glosario	16



BRIEF

ANTECEDENTES

Libertador Bolívar popular comuna de la zona costera, se encuentra ubicada en la provincia de Santa Elena. Antes llamada "Atravezado" nombre al cual se otorga debido al río que divide en 2 al territorio de la misma. Está constituida por 10 barrios y entre los más representativos se encuentran el Barrio Las Cabañas, Cristóbal Colón y Malecón.

Un lugar donde ha buscado destacar de mejorar forma su turismo que es realmente su esencia. Esto se lo puede constatar con la afluencia de tránsito vehicular sobre la Ruta del Spondylus, mucho más en temporada e inclusive en cualquier día del año. El deseo de los visitantes de poder disfrutar los servicios que brinda la comunidad como las actividades, hospedaje, gastronomía, artesanías, lugares de distracción y deporte extremo como el parapente en el sitio perfecto para pasar con la familia; con la tranquilidad y armonía del lugar.

Debido a la necesidad de progresar de manera activa en desarrollo y productividad, nace la idea de mejorar la parte de comunicacional visual que vaya ligado con su herencia ancestral del sitio.



BRIEF

PÚBLICO OBJETIVO O TARGET

Nuestra audiencia es el turista nacional y extranjero, profesionales, empresarios, emprendedores, viajeros, deportistas, artistas, voluntarios, entre otros, que entre sus intereses consta la búsqueda de distracción vacacional y vivir nuevas experiencia fuera de su lugar de origen, ya sea en familia, con amigos o en solitario.



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

Para definir la metodología de investigación fue necesario realizar una exploración de campo, se utilizo la investigación de tipo cualitativa por observación, documentado y sustentado mediante fotografía teniendo una mayor cobertura de las actividades y puntos estratégicos del lugar.

Entrevista: A los dirigentes y representantes de la organización comuna Libertador Bolívar, con diferentes preguntas para determinar una misión y visión la cual será de gran importancia al momento de generar la identidad que vaya acorde al lugar.

Dentro de esto usamos la matriz F.O.D.A. para determinar la situación actual del turismo en Libertador Bolívar, además de esto se realizó el uso de metodología de diseño como brainstorming o mapas mentales que nos ayudo a conectar ideas y formar el concepto comunicacional para la representación gráfica visual - marca Turística de la comuna Libertador Bolívar.



BRIEF

OBJETIVOS

DE COMUNICACIÓN

Generar una identidad comunicacional que permita informar a los visitante de las actividades turística y orientarlos a interactuar con la comunidad.

DE DISEÑO

Rediseñar la marca turística Libertador Bolívar que sea aplicable en todos los formatos de promoción como por ejemplo señaléticas, también en medios como redes sociales que apoyen a difundir de modo masivo los servicio que brinda el balneario.

7



BRIEF

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

La normativas de dimensión y materiales utilizado debe estar sujeto a estandar de impresión internacionales con formatos ISO 216 /SERIE A, dentro de estos materiales van a estar, el papel bond, cartulina couche y laminado mate en lo que se re ere a tarjetas de presentación.

Papelería:

Hoja A4

Medidas: 21cm x 29.7cm

Material: Papel Bond, 75gr

Color: Blanco

Sobre carta

Medidas: 24cm x 11.5cm

Material: Papel Bond 75gr

Color: Blanco

Mapa Geográfico

Medidas: 59,4 x 42,0 cm

Material: Papel couche 75gr

Color: Blanco

Tarjetas de presentación

Medidas: 8.5cm x 5.5cm

Material: Cartulina couche laminado mate

Color: Anverso, azul - Reverso, blanco

Carpetas

Medidas Cerrada: 23cmx 32cm

Material: Cartulina couche, laminado mate

Color: Azul



BRIEF

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

En un lugar turístico es necesario una buena comunicación visual hacia los visitantes para que exista buena distribución de información que se quiere ofrecer, más aún si se trata de la orientación al turismo, que camino debe elegir, que opciones tiene para escoger, como puedo llegar a los destinos, es ahí donde se plantea la propuesta de rediseño para la comuna Libertador Bolívar.

Utilizamos la madera como material por la resistencia al clima extremo que estará expuesto las estructura en un ambiente de brisa marina, sol y lluvia. y así la estructura perdure en el pasar de los tiempo.

Estructuras:

Señalética 1

Medidas: X: 100 cm x Y: 300 cm x Z: 100 cm

Material: Madera, cemento, arena, piedra, agua, herramientas, mano de obra.

Color: Cafe.

Señalética 2

Medidas: X: 100 cm x Y: 200 cm x Z: 30 cm

Material: Madera, cemento, arena, piedra, agua, herramientas, mano de obra.

Color: cafe.

Señalética 3

Medidas: X: 210 cm x Y: 300 cm x Z: 160 cm

Material: Madera, cemento, arena, piedra, agua, herramientas, mano de obra.

Color: cafe.



BRIEF

CRONOGRAMA

Descripción	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Formulación de tema de proyecto</i>	x																			
<i>Etnografía</i>		x																		
<i>Investigación y recolección de datos</i>			x																	
<i>Brainstorm</i>				x																
<i>Fijar objetivos</i>					x															
<i>Realización del briefing</i>						x														
<i>Cronograma - Presupuesto</i>							x	x												
<i>Entrevista</i>								x												
<i>Rediseño de marca turística</i>									x	x	x									
<i>Realización de artes</i>											x	x								
<i>Elaboración de material visual para medios digitales</i>												x								
<i>Creación de fanpage en redes sociales</i>													x							
<i>Adecuación del mensaje al medio</i>													x	x						
<i>Modelado de prototipos de señalización.</i>														x	x					
<i>Revisión de prototipo final</i>															x					
<i>Diseño y finalización de infografía, brochure</i>																x				
<i>Revisión final (Control de Calidad)</i>																	x			
<i>Entrega</i>																		x		



BRIEF

PRESUPUESTO

Proyecto de diseño ej. editorial, señalética, identidad c. etc

		Unitario	Total
Egresos			\$ 19,310
Gastos	Costos fijos		
4	Servicios básicos	\$ 70	\$ 280
16	Movilización	\$ 30	\$ 480
8	Sueldos diseñadores	\$ 500	\$ 4,000
	Imprevistos	\$ 150	\$ 150
	Total Mes 01 a 04		\$ 4,910
Diseño	Investigación + desarrollo		
	Definición Mercado objetivo	\$ 200	\$ 200
	Concepto creativo	\$ 400	\$ 400
	Total Mes 01 a 02		\$ 600
Construcción	Bocetos y pruebas		
	Diseño de propuestas (pruebas)	\$ 250	\$ 250
	Digitalización de propuestas	\$ 400	\$ 400
	Diagramación	\$ 200	\$ 200
	Prototipo final	\$ 300	\$ 300
	Total Mes 02 a 03		\$ 1,150
Comunicación	Diseño de piezas gráficas		
100	Estructura señalética 1	\$ 100	\$ 10,000
6	Estructura señalética 2	\$ 150	\$ 900
7	Estructura señalética 3	\$ 250	\$ 1,750
	Total Mes 03 a 04		\$ 12,650
Inversión			\$ 2,200
	Implementación		
	Impresiones sugeridas	\$ 1000	
1000	Tarjeta pres. (tiro y retiro lam.)	\$ 200	
1000	Hojas Membretadas.	\$ 200	
500	Sobres de carta	\$ 200	
500	Carpeta Institucional	\$ 300	
500	Mapa Geográfico	\$ 300	
Total	Egresos + ingresos Mes 01 a 04		21.510



BRIEF

RESULTADOS ESPERADOS

- Desarrollar el potencial turístico de la comuna Libertador Bolívar, como destino de atracción para los turistas nacionales y extranjeros.
- Lograr una cobertura total del rediseño de marca dentro de la comunidad para una mejor comunicación a los visitantes.
- Mejorar la información promocional de la comuna Libertador Bolívar.



BRIEF

CONCLUSIONES

- El legado ancestral de los moradores de la comuna Libertador Bolívar es prácticamente lo que mantiene en pie el turismo de este lugar, ya que lo consideran como una esencia e identidad que no ha sido promocionada de manera correcta.
- Podemos deducir que hay personas que conocen a la comuna por nombre y mas no por su esencia, ya que hay atractivos a su alrededor que han potencializado su turismo a base de apoyo.



BRIEF

ANEXOS

Entrevista: Luis Coronado. (Actual Dirigente y presidente de la comuna)

¿Cómo presidente de la comuna, que se desea emprender en la comuna Libertador Bolívar?

Lo primero que deberíamos haber emprendido es la unidad de la comunidad, ya que como dirigentes no podemos hacer las cosas si estamos solos. Organizarnos en grupo, unificarnos y de ahí partimos; pero gracias a Dios lo hemos logrado poco a poco. Con lo relacionado al turismo queremos rescatar el legado ancestral que aún palpita en Libertador Bolívar, que es la cultura.

Nosotros no nos avergonzamos de nuestra cultura, no todo es playas, el mar, la arena. La gastronomía, las artesanías, los barrios, son una herencia ancestral que lo adaptamos a nuevos tiempos pero sin olvidarnos del pasado. Queremos que se conozca la esencia de Libertador Bolívar, demostrar cómo hemos llegado hasta donde estamos.

¿Por qué cree usted que Libertador Bolívar necesita un nuevo branding?

Es justo y necesario, primero justo porque nos hemos sacrificado para llegar hasta dónde estamos y necesario porque nosotros podemos hacer mil maravillas. El objetivo es que nos conozcan afuera, porque nosotros podríamos promovernos cerca de aquí pero eso no funciona.



BRIEF

ANEXOS

Entrevista: Luis Coronado. (Actual Dirigente y presidente de la comuna)

¿Tiene planes a futuro?

Tú sabes que la ideología de todo ser humano y por naturaleza es progresar. Todos tenemos ganas de triunfar, pero el que triunfa siempre se enfoca en ir adelante pero nunca mira hacia atrás ni a los lados. Atrás puede ser que se queden esas herencias culturales de nuestros antepasados y ahí pierdes tu identidad. Nosotros queremos enfocarnos en progresar cuidando el medio ambiente, de ese legado que ahora palpita, porque necesitamos avanzar paso a paso.

No queremos tener un gran conglomerado turístico, que aporte económicamente acá pero tampoco en exceso porque como sabes todo en exceso es malo.

Entonces el mensaje que usted está dando, ¿A quién va dirigido?

Nosotros cuando ingresamos a la comuna la idea principal fue organizarnos, la gestión para los resultados a futuro y que esto sea sustentable y sostenible es centrándonos adentro. Tenemos centros de turismo, de salud y ha habido momentos en que la gente no absorbe ese mensaje. Queremos que la gente se concientice al momento de llegar, no solo de Ecuador sino también en el mundo.

¿Alguna pequeña historia que conozca sobre Libertador Bolívar?

Los primeros habitantes que vinieron eran algunas familias apellidos De la Cruz, De la Rosa, Coronado, entre otros. Nosotros como comuna vamos a buscar apoyo de la gente para quedarnos y planeamos a futuro hacer algún libro de nuestra historia.



BRIEF

GLOSARIO

Ancestral: De los antepasados. De origen muy remoto o antiguo.

Conceptualizar: Hacerse una persona una idea o concepto sobre una realidad. Organizar o clasificar en conceptos.

Comuna: Unidad de organización económica y política basada en la ausencia de la propiedad privada. Conjunto de individuos que viven en una comunidad gestionada y administrada por ellos mismos al margen de las conveniencias sociales.

Metodología: Conjunto de métodos utilizados en la investigación.

Señalética: Es una actividad perteneciente al diseño gráfico que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en puntos del espacio.

