

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
ESCUELA DE ARTES**



**CREACIÓN DE IMAGEN INSTITUCIONAL: PROYECTO “RED DE  
ESCUELAS-TALLER PARA LA FORMACIÓN DE OFICIOS  
TRADICIONALES” A TRAVÉS DE SECULTURA, EN LA CIUDAD  
DE SANTA ANA Y MUNICIPIO DE IZALCO.**

PRESENTADO POR  
CONTRERAS CANIZALEZ, SURIEL ITHAMAR CC09026  
CUELLAR SANCHEZ, JAZMIN ARELY CS08011  
PALACIOS LARA, ELENA AZUCENA PL08015

**INFORME FINAL DE INVESTIGACION  
PARA OPTAR AL TITULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLASTICAS  
OPCION DISEÑO GRAFICO**

MAESTRO CARLOS ALBERTO QUIJADA FUENTES  
DOCENTE ASESOR

ARQUITECTA SONIA MARGARITA ALVAREZ DE VILLACORTA  
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACION

CIUDAD UNIVERSITARIA FEBRERO 2015 SAN SALVADOR, EL SALVADOR

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

### **RECTOR:**

Ingeniero Mario Roberto Nieto Lovo

### **VICE-RECTORA ACADEMICA:**

Maestra Ana María Glower de Alvarado

### **VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO:**

Maestro Oscar Noé Navarrete Romero

### **SECRETARIA GENERAL:**

Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

### **DECANO:**

Licenciado José Raymundo Calderón Morán

### **VICE-DECANA:**

Licenciada Norma Cecilia Blandón de Castro

### **SECRETARIO:**

Licenciado Alfonso Mejía Rosales

## **AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES**

### **DIRECTORA:**

Maestra Xenia María Pérez Oliva **COORDINADORA**

**GENERAL DE PROCESOS DE GRADO:** Arquitecta Sonia

Margarita Álvarez

### **DOCENTE ASESOR:**

Maestro Carlos Alberto Quijada Fuentes

## AGRADECIMIENTOS

A DIOS primeramente por la vida y la salud, por permitirnos culminar nuestra carrera, por ayudarnos y sostenernos en cada momento de esta etapa y de nuestra vida. A nuestros padres Carmen Canizalez, Marta de Palacios y Nicolás Palacios, Ana Cuéllar y Jaime Cuéllar, que con gran esfuerzo nos han apoyado física y económicamente, las gracias a ellos por nunca dejar de creer en nosotros. De igual manera a las autoridades respectivas: Maestro Carlos Quijada y Arq. Sonia Álvarez por su tiempo e instrucciones desde el inicio del proceso de grado hasta su finalización. A la institución SECULTURA que nos dio la oportunidad de poner en practica nuestra profesión. A los amigos y familiares que han ayudado para poder dar por finalizado el proyecto. Y un agradecimiento muy especial a Julieta Valentina y Antonio Contreras (QDDG) por ser inspiración siempre.



## INDICE

	N° de pág.
Introducción.....	04
Resumen del contenido.....	06
Capítulo 1	
1. Marco referencial del problema.....	12
1.1 Imagen corporativa.....	12
1.2 Escuela-Taller de Artes y Oficios.....	13
1.3 Historia del Patrimonio histórico/artístico de Santa Ana e Izalco.....	19
1.4 Fundación Escuela-Taller Bogotá, Colombia.....	23
1.5 Escuelas-Taller en El Salvador.....	25
1.5.1 Escuela-Taller en Suchitoto.....	25
1.5.2 Escuela-Taller de Ilobasco.....	30
1.5.3 Red de Escuelas-Taller Santa Ana e Izalco.....	31
1.6 Imagen Institucional.....	34
1.6.1 Como lograr que una imagen institucional sea Efectiva.....	35
Capítulo 2	
2. Recopilación, tabulación y diagnóstico de datos.....	41
2.1 Tabulación de datos, Municipio Izalco.....	42



2.2 Tabulación de datos, departamento Santa Ana.....	52
2.3 Análisis general de datos.....	62
2.4 Diagnóstico.....	63
Capítulo 3	
3. Conceptualización de la muestra práctica, ideas	
Preliminares.....	67
3.1 Creación del manual de identidad corporativa	
Escuela-Taller Santa Ana.....	71
3.1.1 Creación de logotipo.....	72
3.1.2 Normas para el buen uso de la marca.....	74
3.2 Aplicaciones de la marca.....	78
3.3 Creación del manual de identidad corporativa	
Escuela-Taller Izalco.....	85
3.3.1 Creación de logotipo.....	85
3.3.2 Normas para el buen uso de la marca.....	88
3.4 Aplicaciones de la marca.....	92
4. Validación de la muestra práctica.....	99
4.1 Presupuesto.....	100
4.2 Recomendaciones.....	100
4.3 Lineamientos.....	101

4.4 Censo de aceptación de imagen institucional.....	102
Corolario	
Conclusiones.....	104
Recomendaciones.....	105
Referencias bibliográficas.....	106
Anexos.....	109
Anexos externos.	
Manual de imagen corporativa Escuela Taller Santa Ana.	
Manual de imagen corporativa Escuela Taller Izalco.	



## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se ha realizado con el fin de contribuir a través del diseño gráfico, a los Organismos involucrados (Universidad de El Salvador y SECULTURA) poniendo en práctica lo aprendido a lo largo de la carrera. El propósito principal es dar respuesta al problema planteado, (falta de imagen institucional) el cual surgió a partir de una necesidad.

Cada indagación, estudio, y/o análisis realizado toma como base el problema o la necesidad encontrada en un diagnóstico previamente realizado. Entonces se debe hacer la pregunta: ¿De cuál problema se habla? La Secretaria de la Cultura lleva a cabo la realización de un proyecto denominado “Red de Escuelas-Taller para la realización de oficios tradicionales” las cuales se llevarán a cabo en el Municipio de Izalco y la Ciudad de Santa Ana. A partir de un estudio y la realización de un diagnóstico se ha determinado lo siguiente:

El desarrollo social existente en el país, se muestra bajo, debido al escaso nivel de educación. Este se da en los niños y jóvenes ya sea por la delincuencia, los escasos recursos económicos, o la falta de valores inculcados por una familia, debido a esto existe el desempleo de muchos jóvenes, los cuales no alcanzaron ni siquiera sus estudios de noveno grado por ello se ven en la situación de no conseguir empleo y el porcentaje que logra conseguirlo va rumbo a la explotación laboral. Por esto, la Secretaria de la Cultura de El Salvador en conjunto con la Universidad Roma Tre, la Cooperación Italiana ha formulado crear el proyecto llamado “Red de Escuelas-Taller, para la formación de oficios tradicionales”, el cual consiste en brindar apoyo a aquellos jóvenes, quienes no cuentan con un nivel académico alto para poder conseguir un trabajo digno. Este proyecto permitirá que él y la joven aprendan oficios artesanales de los cuales puedan valerse después para su desarrollo laboral, poniendo su mini empresa de artesanías; con el fin de poder valorarse y

mantenerse por sí mismos. El proyecto está organizado y detallado paso a paso, pero carece de un diseño de imagen institucional, esto no le permite darse a conocer a los municipios en los cuales se llevara a cabo; Al surgir esta necesidad llega la oportunidad de contribuir a la sociedad y al mismo tiempo de ejercer la profesión de Diseñador Gráfico, dándole esa imagen o "rostro" que necesita para poder cumplir con los objetivos de una buena publicidad y captar la atención del público meta. Como diseñador se sabe, una institución no puede crear una imagen sin base alguna, por consiguiente se necesita estudios de mercado y métodos de investigación efectivos para lograr una imagen adecuada, influyente y fácil de recordar para el observador. En este trabajo se encuentra el desarrollo y paso a paso de este proyecto; la creación de la imagen institucional para la "Red de Escuelas-Taller" de Santa Ana e Izalco.



## RESUMEN DE CONTENIDO

### Objetivos

Objetivo general:

- Diseñar la imagen Institucional de la “Red de Escuelas-Taller” de Santa Ana e Izalco, en base a los estudios de mercado realizados en ambos lugares.

Objetivos específicos:

- Identificar las generalidades y conceptos como: historia, desarrollo y actualidad de las Escuelas-Taller en El Salvador incluyendo el nuevo proyecto. Además de los modelos a tomarse en cuenta para su realización.
- Analizar y tabular la información recaudada a partir de un estudio de mercado, el cual se llevará a cabo en los lugares de interés de la investigación.
- Construir una imagen Institucional efectiva para los municipios de Santa Ana e Izalco, tomando como referencia los datos recopilados, hacer énfasis en los más populares.
- Validar los artes realizados, los cuales se presentan como una muestra práctica.



## Planteamiento del problema

Situación problemática:

Cada institución, empresa, sociedad etc. Se ve en la necesidad de contar con una imagen corporativa o institucional efectiva, por medio de la cual puede darse a conocer a su público meta. La creación de la "Red de Escuelas-Taller" es un ejemplo de esta necesidad, este proyecto consta de su estructura bien realizada pero carece de una pieza muy importante para concretarse en sí. Existen maestros artesanos listos para dar las clases, el recurso material está agendado, y el recurso económico en espera de dar inicios, etc. Podemos decir que el cuerpo del proyecto está listo, pero no está aún diseñado el "rostro" de esta Red. Sin una imagen corporativa o institucional el proyecto no tiene como publicitarse y darse a conocer, no hay identidad, no existe un logo que lo represente, no está concretado aún el proyecto, y sin ello no puede darse el inicio.

Formulación del problema

¿Cuál es el problema en sí de la "Red de Escuelas-Taller"?

Es la necesidad del diseño y creación de su imagen institucional o corporativa para poder darse a conocer al público en general y público meta, y de la misma manera poder cumplir con los objetivos planteados del proyecto.

## Diseño metodológico

El tipo de metodología a utilizar es operativo, este método está orientado a reducir la cantidad de búsqueda requerida para encontrar una solución óptima. La base para iniciar la investigación es saber que se cuenta con un problema, y estudiar la situación problemática para así crear una propuesta de solución. Es por eso que obtendrán datos profundos de la identidad cultural de cada municipio y de esa manera ya recopilado se creara un vínculo con la imagen

institucional de la Red de Escuelas-Taller finalizando con la validación a la investigación.

#### Tipo de estudio

Estudio Exploratorio- Descriptivo.

Para la realización del proyecto se utilizaron dos tipos de estudio: exploratorio y descriptivo. Se realizó una combinación de estos, ya que con el estudio exploratorio se observó un tema o problema de investigación que no ha sido tratado antes en los municipios de Santa Ana e Izalco en los cuales se dará inicio con la "Red de Escuelas-Taller" y con el estudio descriptivo se buscaron las propiedades y necesidades de un grupo específico de personas y así poder medir de forma detallada y ordenada el objeto de análisis.

#### Población, muestra de estudio y muestreo:

De acuerdo con el proyecto y las necesidades encontradas, la muestra será de 100 personas de cada municipio, elegidas al azar para no tener sesgo de información. Basándose en el muestreo aleatorio simple el cual, es el mejor acoplándose a la investigación a realizar, ya que este es rápido, sencillo y de fácil comprensión ayuda cuando no se cuenta con listados o una muestra ya establecida por la institución. Este método se utiliza mayormente en los estudios experimentales y operativos, se ajusta cuando el tiempo con el que se trabaja está limitado.

El objetivo de la metodología es obtener una muestra representativa de la población, teniendo en cuenta los lineamientos con los que se trabajará, los cuales son personas de clase baja, de dieciocho a veinticinco años, hombres y mujeres que residan en el municipio.

#### Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Para poder cubrir las necesidades del proyecto se utilizara el método de observación de persona directa, para poder estudiar el ambiente, necesidades y

entorno con el que el público meta se mueve y poder obtener información verídica y confiable; el instrumento de recolección de datos será la encuesta personal, esta constara de una serie de siete preguntas abiertas y cerradas, apoyándonos de igual manera con grabaciones, videos y fotografías que acreditaran un análisis concreto para la creación de la imagen institucional.

Plan de procesamiento para análisis de datos.

El procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta integrada por ocho preguntas, entre ellas preguntas abiertas y cerradas que serán pasadas en los municipios de Santa Ana e Izalco, se realizara por medio de gráficas en un programa llamado Microsoft Excel este paquete estadístico de referencia está concebido para el análisis de datos, ayudara a crear de manera ordenada una serie de gráficas en las cuales se mostraran los porcentajes que nos ha dado el análisis de las encuestas.

### **Resultados importantes**

Son siguientes, son los resultados que surgieron en el desarrollo de la investigación, desde los inicios hasta el último análisis que se efectuó en ella:

- Se toma como modelo a la Escuela-Taller de Bogotá, Colombia ya que esta es una de las más desarrolladas y con mucha afluencias en Suramérica.
- El proyecto de "Red de Escuelas-Taller", es visto con interés por los lugareños en donde se llevara a cabo.
- La población meta encuestada dio el mayor aporte con sus opiniones para la realización de la imagen institucional.
- A partir de los datos recopilados con las encuestas y los dados por SECULTURA, se crea la propuesta final para el logotipo y la papelería de Izalco y Santa Ana.
- La propuesta de imagen institucional para este proyecto, es validada con satisfacción y da paso a que se realice.

## Conclusión general

La investigación permite enriquecer el conocimiento de los diferentes temas comprendidos en el trabajo, por ejemplo: historia de patrimonios históricos, las Escuelas-Taller y sus inicios en El Salvador, desarrollo de nuevos proyectos, conceptos de imagen institucional, estudios de mercado, etc. Y todos son temas que llevan al objetivo principal, la creación de la imagen institucional para el proyecto de SECULTURA. A medida que se estudia, el tema, va evolucionando gracias a los hallazgos que se obtienen de cada informante y/o información recopilada, esto lleva a la bocetería inicial, luego da paso al trabajo práctico de diseño y creación de toda la imagen. Solventando las necesidades encontradas al empezar el trabajo. En el caso de la Red de Escuelas-Taller, no fue necesaria una amplia investigación para conocer que carece de una imagen corporativa, pero si fue necesario investigar el tipo de imagen que se necesita, cual será más efectiva, los colores del logo, el mejor logotipo, las formas, figuras, colores, líneas, la tipografía adecuada y otros datos son los que se darán a conocer mediante el uso de las herramientas de investigación y desarrollo del trabajo.

# CAPITULO I

“Para fomentar la cadena de valor cultural será necesario apoyar los procesos de aprendizaje e innovación locales. Es decir, se necesitaran iniciativas que cultiven nuevos talento y apoyen nuevas formas de creación”.



## 1. MARCO REFERENCIAL DEL PROBLEMA

Cada institución, empresa, sociedad etc. Se ve en la necesidad de contar con una imagen corporativa o institucional efectiva, por medio de la cual puede darse a conocer a su público meta. La creación de la “Red de Escuelas-Taller” es un ejemplo de esta necesidad, este proyecto consta de su estructura bien realizada pero carece de una pieza muy importante para concretarse en sí, es decir, no posee “rostro” que en términos profesionales se denomina como imagen institucional. Esto crea una pausa debido a ser una herramienta muy importante dentro del proyecto planteado, sin la cual no puede procederse al paso siguiente.

Antecedentes del problema.

Para la creación de una imagen corporativa eficaz y funcional para un proyecto educativo como el de la Red de Escuelas Taller de la Secretaría de la Cultura de El Salvador, se debe de conocer a profundidad cada uno de sus conceptos antes de desarrollar este proceso, de esta forma se puede estar seguros que el resultado será el esperado.

### 1.1 Imagen Corporativa.

La imagen Corporativa se percibe como la identidad de la empresa o el sujeto, ya que se convierte en el medio por el cual el público reconocerá la marca, por lo tanto la imagen corporativa es parte fundamental para el desarrollo y crecimiento de la empresa misma, por lo que se debe tomar en cuenta varios factores para la creación de dicha imagen.

Gustavo Ibáñez Padilla (2013) la define como: “La imagen institucional es la síntesis que se genera en la mente del público a partir de las percepciones sobre la empresa, provocadas por interacción de los vectores, Identidad,



Acción, Cultura y Comunicación, y la influencia de los mensajes de la competencia y el entorno”(p.7).

De esta definición se puede resaltar dos de los factores: Identidad y Cultura, sin dejar atrás los demás, pero son aspectos claramente necesarios conocer e investigar para llevar a cabo el proceso creativo de la imagen corporativa.

Recalcar uno de los problemas más grandes que enfrenta una imagen corporativa con los mercados metas (público objetivo), se da cuando se carece de la suficiente capacidad de memoria y retención de las marcas, productos o servicios que se ofrecen, lo cual coloca al proceso de creación de la imagen Corporativa entre los más importantes para poseer una imagen efectiva en el público.

Paul Capriotti (2013) nos dice: “si estamos en la mente de los públicos, existimos, y si no, no existimos. Comunicar no garantiza dicha existencia, pero no comunicar nos avoca definitivamente al ostracismo” (p.11). Por lo tanto, la Imagen Corporativa debe reflejar su identidad de una forma que el público pueda sentirse atraído y cómodo con ella, así obtiene un lugar en su memoria, de esta manera el público asocia la imagen con la empresa, con lo cual se espera captar más beneficios para ella.

Así que en este caso para definir la imagen corporativa necesitamos conocer los conceptos y bases (fundación, forma de trabajo, metas y logros) sobre la Escuela taller de Artes y Oficios.

## **1.2 Escuelas Taller de Artes y Oficios**

El Concepto de Escuela Taller de Artes y Oficios recae en una institución dedicada a transmitir y fomentar conocimientos para uno o más objetivos, con la idea de reforzar el desarrollo social por medio de quienes se ven beneficiados con ella.



Ministerio de Cultura, República de Colombia (2011) define como uno de los objetivos que una institución de este tipo posee son: “Contribuir, desde las regiones y a través de las Escuelas-Taller, a generar procesos de desarrollo económico y social que beneficien a todo el país”. Mediante el conocimiento impartido en las Escuelas-Taller sean (Artes tradicionales, artes no tradicionales u oficios tradicionales) se busca crear una nueva cultura de apropiación de los bienes materiales y no materiales de la región, esto se refiere a que la idea de crear junto con un nuevo pensamiento de cultura, medios de subsistir localmente poniendo en práctica lo aprendido en las Escuelas-Taller.

Pero no hay que cerrarse a un solo objetivo, las Escuelas-Taller de Artes y Oficios, no solo sirven como generadoras de desarrollo e ingresos, sino que adquieren la misión de ser piezas claves en la propagación de la preservación de inmuebles u objetos patrimoniales históricos.

Programa para el Desarrollo (2011) habla acerca de la importancia de: “La incorporación de las Escuelas-Taller al Programa de Patrimonio representa, además de dar capacidades a jóvenes en riesgo de exclusión social (formación en oficios para la inserción laboral), la oportunidad de implicación-participación de la sociedad local (en mayor medida a las familias de los jóvenes) en la recuperación de su patrimonio y, por tanto, de apropiación”.

Por lo tanto el aporte que las Escuelas-Taller pueden proveer a la sociedad de la región donde se llevan a cabo, se vuelve de incalculable importancia, porque no sólo representa un crecimiento económico sino que lleva de la mano un enriquecimiento cultural.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), junto con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2013) dice: “Para fomentar la cadena de valor cultural será necesario apoyar los procesos de aprendizaje e innovación locales. Es decir, se



necesitarán iniciativas que cultiven nuevos talentos y apoyen nuevas formas de creación”.



**Ilustración 1:** Escuela Taller de Bogotá - Artesanías de Colombia  
Recuperada de: <http://www.artesantiasdecolombia.com.co/>

Por dicha razón es que este modelo de escuela, se convierte en una herramienta efectiva con el objetivo de revalorizar lo propio de un pueblo, región o país, sea esto por medio de los oficios tradicionales, artes tradicionales y no tradicionales, siendo la Escuela de Artes y

Oficios en Santo Domingo, Colombia una guía en la región por su trayectoria.

Escuela de Artes y Oficios, Santo Domingo, Colombia (1995) comparte que: “Desde la colonia, los oficios artesanales tradicionales se constituyeron en actividades generadoras de ingresos en las economías del nuevo mundo. A partir de ese momento, maestros y aprendices artesanos se han conformado en un amplio segmento de población laboral y familias enteras han luchado por transmitir a las nuevas generaciones, sus habilidades y conocimientos. Sin embargo, con el paso del tiempo algunos de estos oficios y el interés por ellos se han ido perdiendo”.

Siendo para las Escuelas Taller en El Salvador uno de sus objetivos que las artes y los oficios tradicionales no se pierdan sino más bien tengan un lugar en el desarrollo tanto económico como social del país.



Haciendo referencia a esas artes y oficios tradicionales, en El Salvador se pueden mencionar los trabajos en barro, como las artesanías que conocemos como lo son muñecos de barro en miniatura, estos representan vendedoras de telas, frutas, de tortillas, de pupusas, parejas casándose, nacimientos y hasta "artesanías de picardías" de temas eróticos.

Siendo uno de los lugares más representativos el municipio de Ilobasco, siempre dentro del género de trabajo de barro hay quienes se dedican a la fabricación de comales, ollas, cántaros, los cuales cumplen principalmente con la labor práctica (como es en su origen todo arte popular): sirven para cocinar o para guardar alimentos y bebidas en las casas de campesinos, pero secundariamente pueden ser comercializadas como adornos exóticos o típicos para las casas de salvadoreños de las clases media o alta.

También la talla en madera, en La Palma, departamento de Chalatenango, se trabaja las artesanías en barro pero son afines al uso de la madera en talleres artesanales que hacen toda clase de adornos: desde cofrecitos hasta nacimientos.

Los artesanos de este lugar poseen de mucha originalidad ya que trabajan la semilla de copinol (de unos dos centímetros de largo por uno de ancho), sobre la que se pintan escenas religiosas o campestres. Por lo que respecta a la madera, hay que señalar la existencia de lugares donde se fabrican imágenes para las iglesias, tradición que viene desde la época colonial, aún ahora encuentra continuadores: Cristos e imágenes de santos se elaboran por encargo en Izalco, Sonsonate y en Ataco, departamento de Ahuachapán.

Así como las máscaras para historiantes que se elaboran en esos talleres de larga tradición. Los cayucos o lanchas son típicos de zonas lacustres o costeras, como en Puerto El Triunfo, departamento de Usulután; se hacen del tronco del árbol de conacaste e implican una larga y paciente labor de tallado.



**Ilustración 2:** Los textiles elaborados en telar de cintura, son artículos propios de la zona.

**Recuperada de:** <http://www.elsalvador.com/noticias/> EDH

Así como los tejidos y la cestería, y de estos merecen destacarse los de hilo y los de fibra. De los primeros debe distinguirse entre los tejidos elaborados con el telar de cintura y los hechos con el telar de palanca. El de cintura es de neta procedencia indígena; manipulado por las mujeres, servía y sirve aún

para elaborar superficies más bien estrechas: tapados (mantas pequeñas para cubrirse la cabeza) y fajas delgadas para atarse a la cintura, todavía en Panchimalco, departamento de San Salvador, queda alguna tradición con estas características.

El telar de palanca fue introducido por los europeos y sirve para hacer tejidos más anchos, como las colchas que se fabrican en San Sebastián, departamento de San Vicente, o como las hamacas (de nailon, henequén o algodón) salidas de talleres de Cacaopera, departamento de Morazán. Los tejidos de fibra comprenden muchos productos y objetos.

Y por último, pero igual de importantes, los objetos de metal u otros materiales, el hierro y otros metales sirven para la fabricación de armas y adornos. El corvo o machete largo y delgado ha recorrido grandes trayectorias en el tiempo junto con el campesino salvadoreño.

Hecho de hierro y profusamente decorado, tanto en la parte metálica como en la vaina, es ahora un souvenir muy codiciado en El Salvador; más que una



arma es un instrumento de labranza que han llevado consigo los campesinos que llegan buscando suerte a las ciudades. Corvos y cumas se fabrican a escala industrial en fábricas especializadas y casi muy poco tiene que ver ya con las verdaderas artesanías. Con hierro se elaboran candelabros, lámparas y balcones en talleres que conservan aún el "sabor" artesanal. Pero el trabajo que ha captado la atención de nacionales y extranjeros por su originalidad, ha sido la forja de la chatarra o estructuras metálicas de desecho.

Estos son nada más ejemplos que constituyen la expresión de un pueblo diestro en manejar las manos, hábil para hacer cualquier arte o trabajo que se necesite, como puede notarse la producción de artesanía en El Salvador, pero se necesita instruir a las nuevas generaciones en ello y generar fuentes de ingreso económico.

Así que la Secretaria de la Cultura por medio de la Red de Escuelas taller busca que los jóvenes conozcan los diferentes artes y oficios, y puedan emplearlos para su desarrollo tanto económico como social.



**Ilustración 3:** Taller de Oficios de Suchitoto Año: 2001  
**Recuperada de:**  
<http://www.elsalvador.com/noticias/>

Retomando el concepto de Escuela de Artes y Oficios, en el departamento de Cuscatlán se desarrolla el proyecto de Escuela Taller en el municipio de Suchitoto, donde se busca rescatar los oficios y artes tradicionales, así como las no tradicionales y la restauración del patrimonio histórico cultural de la ciudad. El Manual de la Escuela Taller de Suchitoto, Instituto Salvadoreño para el desarrollo de la mujer (ISDEMU)/ Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) (2009) menciona que la

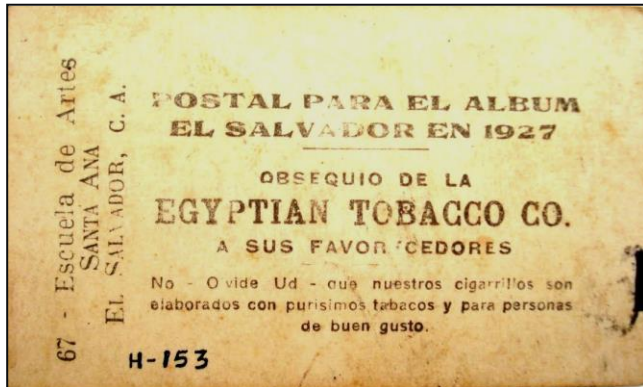
escuela taller responde a: “contribuir al desarrollo local, sostenible y con equidad de Suchitoto y su área de influencia, a través de la formación técnica ocupacional de jóvenes de escasos recursos económicos en riesgo de exclusión socio-laboral, en oficios relacionados con la conservación y restauración del patrimonio cultural, en especial del Conjunto Histórico de Suchitoto”.

Así se ejemplifica la misión del Proyecto Escuelas-Taller en El Salvador como una fuente principal de estos tipos de conocimientos para el desarrollo cultural y social, por medio de la práctica de estas y otras Artes y Oficios que puedan impulsar económicamente y culturalmente a todos los participantes y beneficiados de dicho proyecto.

El desarrollo de la Escuela taller en Suchitoto, por medio del ISDEMU en conjunto con AECID, son los inicio de un proyecto a gran escala como es la Red de Escuelas Taller, a desarrollar en puntos importantes de nuestro país donde se planea que se puedan alcanzar todos los objetivos y metas principales para la institución y todos los participantes, es necesario conocer su patrimonio Histórico/Artístico de los sitios a implementar el proyecto, para tener una idea del porqué de sus sedes en cada lugar. A continuación se refieren los hechos de la historia del patrimonio artístico Santaneco y de Izalco.

### **1.3 Historia del Patrimonio Histórico/Artístico de Santa Ana – Izalco**

La ciudad de Santa Ana posee un enriquecido centro histórico, con grandes inmuebles que con el paso del tiempo y su uso se han convertido en su Patrimonio Cultural, no solo por su belleza exterior sino también por lo que representa cuando cada uno de esos inmuebles desarrolló la función para la cual fueron construidos.



**Ilustración 4:** Postal para el álbum de El Salvador en 1927; Escuela de Artes Santa Ana

**Recuperada de:** Aporte de la institución SECULTURA

en la ciudad de Santa Ana sobresalga la arquitectura, que en algunos lugares mantiene su forma colonial por sobre otras cosas, como el Palacio Municipal, El Teatro, la Alcaldía, la Antigua Escuela de Artes y Oficios y el Casino Santaneco.

Fue a mediados del siglo XIX que fue construida la edificación que albergó la Escuela de Artes y Oficios "José Mariano Méndez" convirtiéndose en pioneros en la enseñanza de las Artes y Oficios de esos años.

En el caso de la Ciudad de Izalco, en el departamento de Sonsonate que también ofrece un Patrimonio Histórico muy rico en Cultura, ya que en dicha ciudad se puede observar dos claras influencias, la del pueblo indígena y ladino Rodríguez-Herrera (2011) menciona que: "La idea de independencia y de ser depositarios de una cultura ancestral está presente en diferentes momentos de la historia del pueblo indígena". Así que es necesario prestarle la debida atención a los inmuebles convertidos ahora en Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Izalco, tanto como a sus Costumbres y tradiciones, porque es todo este conjunto lo que los identifica y distingue de todos los demás. Entre estos inmuebles se encuentra, "La Casa de los Barrientos" convertido en Patrimonio de la Humanidad, como uno de los más reconocidos, sin dejar la Parroquia



Nuestra Señora de la Asunción, la Parroquia Nuestra Señora de los Dolores y El Llanito.

Pero como patrimonio cultural de la Ciudad de Izalco, se ha de mencionar: El Alcalde Común, sobre el cual, Erquizia (2011) menciona que: "históricamente "...la institución de la Alcaldía Comunal probablemente deriva del Decreto Ejecutivo del año 1853, en el cual se declaraba la separación del pueblo de Asunción (indígena) del pueblo de Dolores (ladino), asignando a cada uno su propia municipalidad y su propia jurisdicción". Siendo en Izalco y sobre la



**Ilustración 5:** „La casa de los Barrientos“ Restauración actual.  
Recuperada de: <https://ex360.wordpress.com/tag/casa-de-los-barrientos/>

población pipil local, el único lugar donde se mantiene vigente esta institución de poder. Pero también están las Cofradías, que en la época de la colonización española, fueron las órdenes franciscanas, las principales encargadas de establecer en Izalco

estas organizaciones católicas. El objetivo se cumplió sin contratiempo, pues las cofradías eran afines a las creencias ancestrales relativas a la jerarquía formal y los aspectos rituales de los nativos.

Precisamente, se desarrollaron allí tanto las cofradías legalmente reconocidas, como también los guachivales, una especie "religiosidad espontánea indígena". Los guachivales, sin embargo, no eran bien vistos por los preladados católicos por las celebraciones un tanto fuera de la formalidad requerida, pues la borrachera, la música y el baile eran comunes en los festejos.

Sin embargo, la algarabía tenía su razón de ser, como lo establece el historiador Pedro Escalante Arce: "eran para sentirse amparados, consolados, solidarios, alrededor de una imagen venerada que jamás despreciaría a sus pobres indios, y que se alegraba que ellos en la fiesta estuvieran felices, despreocupados, escapados de la realidad". Además, debieron ser toleradas por la jerarquía católica, pues eran importantes contribuyentes de las parroquias.

A mediados del siglo XVIII las cofradías de carácter formal ascendían a veinte, repartidas en partes iguales para los poblados de Asunción y Dolores. En términos generales, las cofradías se han caracterizado por tener una Mesa Altar, adonde se colocan las efigies, insignias, imágenes (titular y anexas), y otros adornos.

La organización se encuentra conformada por Mayordomos junto a sus colaboradores, y los festejos pueden variar entre dos o varios días, que incluyen visitas de otras cofradías, procesión, Misa principal, ofrendas (conocidas como Entradas), hasta culminar con el reparto de comida música y baile. En Izalco existen unas 24 asociaciones religiosas tradicionales, aunque existen otras con menos formalidad. La que ostenta el rango jerárquico más importante es la Cofradía del Padre Eterno Santísimo.

El patrimonio artístico de los Santanecos y los Izalqueños permite que la cultura se siga desarrollando y evolucionando, dando paso a proyectos nuevos como la entidad de las Escuelas-Taller los cuales son bien vistos por los lugareños. Y esto permite la apertura de un proceso que mejorará el vivir cotidiano por medio del emprendedurismo a fomentar en ambas Escuelas-taller.

Para lograr el potencial esperado del proyecto se ha tomado a bien tener como ejemplo diferentes Escuelas-Taller de distintos países. Pero hay una en especial, la cual, por su desarrollo y visión ha llegado a ser el modelo principal.

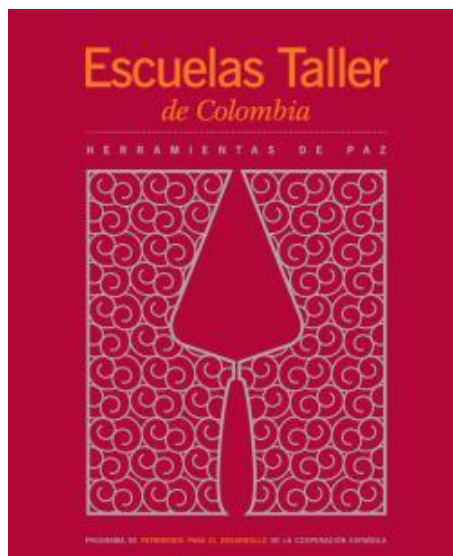


Ubicada en Bogotá, Colombia ha sobresalido y se ha destacado como Escuela-Taller; por sus logros, ya que sus estudiantes a través de los talleres impartidos, se destacan y crecen educativa, social y económicamente porque tienen una nueva oportunidad de salir adelante. Por esto, ha sido tomada en cuenta para crear y dar inicio a dicho proyecto en Santa Ana e Izalco.

#### 1.4 Fundación Escuela Taller de Bogotá, Colombia

Las Escuelas Taller empiezan su funcionamiento en Colombia en el año 1992 en el marco a la conmemoración del quinto centenario del descubrimiento de América, la Agencia Española de Cooperación Internacional, hoy Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), quien propuso implementar las Escuelas Taller en el país Sudamericano.

Las Escuelas Taller iniciaron su funcionamiento en Cartagena en el año 1992, en 1995 lo hicieron en Popayán, en Mompox en 1996 y en Bogotá en 2006. Las



**Ilustración 6:** Logo de la actual Escuela taller en Colombia.

**Recuperada de:**

<http://www.aecid.org.co/?idcategoria=1760>

Escuelas Taller de Colombia se encuentran catalogadas como centros de formación consolidados y dueños de una larga trayectoria, que se han caracterizado por sus buenos resultados, lo que las ha convertido en referencias a nivel de Latinoamérica como medios de desarrollo social y económico para la región donde se implementa.

Mientras AECID informa que dejará de proveer parte de los ingresos destinados al desarrollo de las escuelas taller, para que de esta forma se conviertan en Instituciones Nacionales no de ayuda internacional como

hasta este punto, su Ministerio de Cultura debe de crear un programa que sea

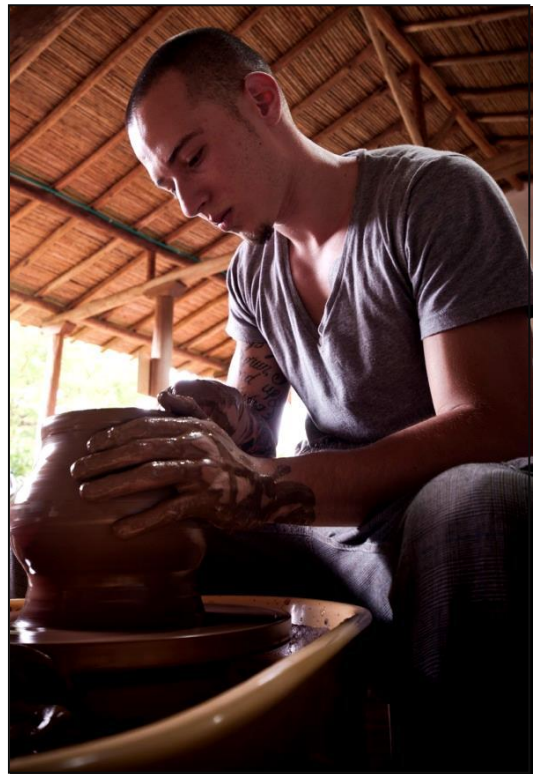


funcional y que dé estabilidad a las Escuelas Taller Colombianas ya fundadas. El Ministerio de Cultura de Colombia, desarrolla el Programa Nacional Escuelas Taller de Colombia – Herramientas de Paz, que busca capacitar a jóvenes entre los 18 y los 25 años, por medio del conocimiento de las Artes y Oficios Tradicionales como son la Carpintería y Construcción pero enfocados en técnicas de restauración.

Al llevar a cabo este proyecto, se busca que los jóvenes beneficiados al concluir su capacitación, puedan insertarse en el mercado laboral; pero de igual forma puedan convertirse en portavoces de la conservación y restauración de todo lo que se considere parte de la identidad cultural que los representa localmente.

Se habla de preparar jóvenes dispuestos a aprender acerca de las técnicas de restauración y puedan encontrar en el Patrimonio Cultural, un medio de salir adelante en un país duramente golpeado por el conflicto armado; a esa población que se considera vulnerable, que carece de una educación formal, de escasos recursos, es a quienes se ve enfocado este programa.

El Ministerio de Cultura de Colombia busca fomentar las Escuelas Taller como agentes culturales capaces de intervenir el inventario, restauración, conservación, mantenimiento y salvaguardia del patrimonio cultural de Colombia, a partir de la filosofía “aprender haciendo”.



**Ilustración 7:** Uno de los jóvenes del taller en Colombia. **Recuperada de:** <http://tallerdeoficiosbarichara.com/?p=215>



Entre los objetivos que posee, es poder contribuir al desarrollo de estrategias dirigidas a la creación de empresas culturales y de turismo cultural mediante mecanismos de formación, promoción y difusión del patrimonio cultural.

En conclusión, las Escuelas taller tienen como una de sus funciones principales el propiciar el intercambio de saberes tradicionales y complementar las antiguas técnicas con el uso de nuevas tecnologías y se puede notar su implementación en el temario o competencias a impartir en la escuela taller, de las cuales se recalca el dibujo técnico y diseño, acabados arquitectónicos y técnicas de restauración.

### 1.5 Las Escuelas-Taller en El Salvador

No se encuentra una fecha específica de cuándo y de dónde se creó por primera vez una escuela-taller de artes y oficios en este país, pero sin embargo existen registros (aunque son de escasa información) de algunas escuelas-taller que se desarrollaron en algunos departamentos de El Salvador de las cuales se habla a continuación.

#### 1.5.1 Escuela-Taller de Suchitoto

Una de las escuelas-taller registradas es la que tuvo lugar en Suchitoto, esta se fundó gracias al apoyo de AECID, Concejo Nacional para la Cultura y el Arte (CONCULTURA) y el interés de la Alcaldía de Suchitoto.(...)a la entrada de ese municipio hay 50 jóvenes que están aprendiendo todos los secretos de los antiguos artesanos, para luego cumplir el deseo de la centenaria iglesia.



**Ilustración 8:** Reyna Arely Henríquez, de 20 años, y María Elena González, de 19, en sus prácticas diarias.  
**Recuperada de:**  
[www.elsalvador.com/hablemos/2004/150204/150204-3.htm](http://www.elsalvador.com/hablemos/2004/150204/150204-3.htm)

En este proyecto se incluyeron hombres y mujeres los cuales se entrenaron en la “Escuela-taller de oficios tradicionales de Suchitoto”, (la única que se conocía en El Salvador para el año 2004 y ya no está en funciones), en donde por dos años recibieron una rigurosa preparación que los acreditará como obreros especializados en restauración. Son 50 jóvenes cuyas edades estaban entre los 15 y los 24 años. En el grupo de aprendices se encontraban diez mujeres: seis cursaron carpintería, dos se prepararon como electricistas y dos más decidieron practicar el trabajo más duro, el de la herrería

En esta escuela-taller, a diferencia de cualquier otro centro de estudios, el 80% del tiempo del aprendizaje se utilizó para las prácticas, por lo que las destrezas adquiridas fueron muy valiosas en los cuatro oficios que se ofrecieron: albañilería, carpintería, electricidad y herrería.

Allí los alumnos se encontraban trabajando con mucha dedicación en la especialidad que escogieron; así algunos se concentraron en la elaboración de balcones con la técnica ya casi perdida del hierro forjado; otros cepillaron la madera hasta dejarla lustrosa y bien perfilada; otros más se dedicaron a levantar muros, arreglar los ladrillos del piso, preparar mezcla de cal y arena sin utilizar cemento, mientras que algunos hicieron sus prácticas de instalaciones eléctricas. Todos estos muchachos y jovencitas saben muy bien que su preparación en los oficios escogidos fue muy importante y están conscientes de que estuvieron siendo capacitados para restaurar valiosas joyas de la arquitectura en el centro histórico de Suchitoto, en Cuscatlán.

*“Me interesó el trabajo de hacer balcones con hierro forjado, porque es algo que casi ya no se hace”, menciona María Elena González, de 19 años, una jovencita cuyas manos suaves y cuerpo de apariencia frágil contrasta con el trabajo rudo de la herrería.*

Los mejores de estos aprendices, así como algunos de los egresados de las dos promociones anteriores fueron los encargados de restaurar la iglesia de Santa Lucía, utilizando las técnicas antiguas que usaron los españoles durante la colonia y que poco a poco se ha ido perdiendo.

El surgimiento de la Escuela-taller de oficios tradicionales de Suchitoto (en 1998) se debe a un proyecto impulsado por tres instituciones: la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte (Concultura) y la Alcaldía de Suchitoto, además del apoyo del Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP).



**Ilustración 9:** Alumnas en prácticas de carpintería. **Foto EDH**  
**Recuperada de:**  
<http://www.elsalvador.com/noticias/2006/03/30/elpais/pais4.asp>

No obstante, este centro formó parte de un proyecto más ambicioso: el Programa de Preservación del Patrimonio Cultural en Iberoamérica de la AECI, el cual desarrolla tres grandes líneas de trabajo que se complementan entre sí: la revitalización de centros históricos, la restauración de monumentos y la creación de

escuelas-taller.

*“Este programa de la AECI, que fue creado en 1984, se amplió en 1991 con el de escuelas-taller, y en la actualidad han sido creadas 34 en 17 países. Para el caso, en Guatemala y en Honduras hay tres de estas escuelas, mientras que en El Salvador la de Suchitoto es la primera, señala el arquitecto Marlon Edgardo Figueroa Rodríguez, director de la Escuela-taller de oficios tradicionales de Suchitoto”.*

*“En esencia, el proyecto de las escuelas-taller es la de capacitar a jóvenes de escasos recursos para que sean profesionales en el arte de restaurar edificios. En Europa la restauración es un arte, además de una industria, porque el turismo es valiosísimo. Aquí nosotros estamos todavía en pañales”, menciona el arquitecto Figueroa.*



**Ilustración 10:** Escuela Taller de Oficios Tradicionales de Suchitoto  
**Recuperada de:** <https://es.foursquare.com/v/escuela-taller-de-oficios-tradicionales-de-suchitoto/50e6bb5ce4b002cab88ac420>

Es así como en 1998 se inauguró la primera escuela-taller en el país, e inició el programa de estudios de dos años con los primeros aspirantes, graduándose 32 jóvenes en el 2000. En la segunda promoción en 2003 se graduaron 45 jóvenes.

Este es un proyecto de mucho impacto en el mercado laboral, pues de los 32 graduados en el año 2000, 24 de ellos trabajaron en las ocupaciones en que fueron formados, es decir que hubo una inserción laboral del 75%. Además, el proyecto tuvo un gran impacto a nivel local, ya que el 88% de los egresados trabajó en el mismo municipio de Suchitoto, y el restante 12% en San Salvador, señala el boletín # 18, con fecha 4 de febrero de 2003 del INSAFORP.

Una de las peculiaridades de este proyecto es que la preparación es gratis. Es más, como los muchachos y las jovencitas están como aprendices a tiempo completo, de 8:00 a.m. a 12:00 m. y de 1:00 p.m. a 4:00 p.m., reciben una beca remunerada que asciende a ¢360 mensuales, seguro médico y equipo de

seguridad industrial. Este incentivo les permite dedicarse de lleno al aprendizaje de las técnicas, casi olvidadas, de los antiguos artesanos, y de esta forma no sólo restaurar la belleza arquitectónica y artística de la iglesia de Santa Lucía, sino también participar en recuperar el centro histórico de Suchitoto, además de trabajar en otros monumentos y edificios históricos del país.

Para el 2004, la Escuela-taller de oficios tradicionales de Suchitoto sólo tenía capacidad para recibir un máximo de 50 aprendices, quienes en su totalidad son de la zona aledaña al municipio. Entre los requisitos para ingresar a esta escuela era comprobar ser personas de escasos recursos económicos y tener un nivel mínimo de estudios de sexto grado hasta bachillerato.

El programa de estudio tiene cuantificado 3,784 horas-clase (dos años), que incluyen una preparación teórica y práctica; en la teoría el equivalente es al 20% de capacitación, mientras que el otro 80% es práctico. Dividido en cuatro semestres con exámenes mensuales y semestrales, el plan de estudio incluye la especialización por oficio opcional que puede ser herrería, electricidad, carpintería y albañilería, además materias comunes que incluye lenguaje, matemáticas, historia del arte y la arquitectura, dibujo técnico, normas de seguridad e higiene industrial y gestión empresarial, entre otros. Sin embargo, las proyecciones van más allá, porque en el plan de estudio también se tenía contemplado incluir informática, ética, inglés básico y técnico, como una forma de darles una preparación más integral.

De esta forma, la escuela tiene proyectado la implementación de microempresas y talleres artesanales con los jóvenes egresados, así como la creación de una bolsa de trabajo que no sólo se quede en Suchitoto, sino que pueda emigrar a todo el país.



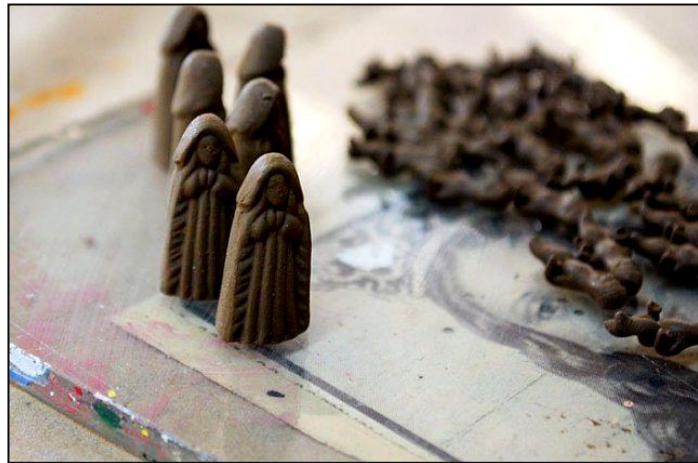
### 1.5.2 Escuela-Taller de Ilobasco

Otro proyecto importante y de gran magnitud fue presentado por el Ministerio de Economía, en Ilobasco.

*Más de 70 talleres artesanales de Ilobasco y municipios aledaños que trabajan el área de cerámica, podrán especializarse en diseño, pintura y moldeado, gracias a la apertura de la Escuela-taller que funcionará en el Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) de ese municipio, inaugurado el pasado 23 de abril por la Ministra de*

*Economía y Presidenta de CONAMYPE Lic. Yolanda de Gavidía, la representante del Comité Consultivo de Desarrollo Artesanal Lic. Elena de Alfaro y el representante de la alcaldía de Ilobasco Sr. José Faustino*

*Ramírez. La Ministra de Economía expresó que esta acción se enmarca en la estrategia de revitalización de las artesanías que arrancó en el año 2001 y mediante la cual el Ministerio de Economía a través de CONAMYPE apoya a este sector con ser vicios de comercialización, capacitación y asistencia técnica a través de los CEDART ubicados en Nahuizalco, Guatajagua, La Palma e Ilobasco.*



**Ilustración 11:** Artesanía en miniatura a base de molde. Recuperada de: <https://mediablogmagazine.files.wordpress.com/2012/10/elsavador3.jpg?w=890>

Este fue un nuevo proyecto que se realizó en el año 2007 con el fin de permitirle al estudiante desarrollarse en el área que fuera más de su interés y llevar luego

lo aprendido a la práctica para permitirse así mismo una mejor oportunidad de empleo.

A través de la escuela taller los artesanos recibieron contenidos especializados y prácticos sobre combinación y aplicación de colores, reconocimiento de materiales, de formas, técnicas en el moldeo de frutas, en sólido, en hueco, desarrollo de habilidades, elaboración de miniatura en moldes, decoración, levantamiento de barro, técnicas en el torneado y quemado de producto, entre otros temas.

Esta iniciativa se enmarca en el proyecto "Fortalecimiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas en El Salvador"- FOMYPE, el cual está siendo financiado por la Unión Europea y el Gobierno de El Salvador a través de CONAMYPE, desde el año 2005.

### **1.5.3 Red de Escuelas-Taller de Santa Ana e Izalco**

Este proyecto intersectorial, tiene como finalidad el desarrollo socio- económico y la lucha contra la violencia juvenil que, como ideario, ayude a minimizar los factores de riesgos estructurales y facilite la obtención al acceso de oportunidades y la mejora de las condiciones económicas y laborales. Así, mediante la creación de una institución de carácter nacional la cual sirva de modelo efectivo y adecuado para atender la correlación existente entre el empoderamiento del patrimonio material e inmaterial y la formación en profesiones demandadas en el mercado laboral que generen puestos de trabajo en una economía local, pueda ser un instrumento útil de bienestar equitativo de las personas en sus derechos fundamentales.

El programa se basa en la formación de los jóvenes de ambos sexos en los oficios que se encuentran riesgo de desaparición, conduciendo a la certificación de su ocupación y con un plan de empleo (emprendimiento cultural) previamente establecido, podrán ser incluidos al mundo laboral a través de la

colaboración y las alianzas de las agencias o entidades del Gobierno. Como la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa - CONAMYPE, coordinado por el Ministerio de Economía, que es la institución encargada de fortalecer y apoyar a la micro y pequeña empresa para lograr un desarrollo económico justo, democrático, sostenible y con enfoque de género a nivel territorial, con el fin de crear sinergias que potencien la competitividad y contribuir activamente al crecimiento del país a través de la generación de empleo e ingresos.

Estarán involucradas también las Agencias de Desarrollo Económico Local - ADEL, organizaciones destinadas al apoyo técnico y financiero (microcrédito) para micro y pequeñas empresas creadas en el marco de proyectos de lucha contra la pobreza financiados por la Cooperación Italiana en los años 90, primeras décadas del 2000. El proyecto también incluye acciones para fortalecer a la misma SECULTURA y, finalmente, se realizarán acciones de difusión y sensibilización en colaboración con el MINED y la puesta en práctica a través de ONG"s locales.

Otro factor importante de esta acción es la apuesta a la corresponsabilidad compartida, ya que para este tipo de iniciativas se necesita la complementariedad de los municipios, quienes en principio serán los actores estratégicos que con sus competencias adquiridas y el fortalecimiento de sus capacidades, puedan ser entes dinámicos en el mismo proceso de aprendizaje de los participantes. Es necesario aclarar que se habla en futuro debido a que el proyecto aún no se ha llevado a cabo.

La iniciativa por tanto, refleja la política del Gobierno y la visión de la Secretaria de Cultura de la Presidencia con el fin de posesionar a la cultura en el centro de las políticas de desarrollo sostenible dentro de procesos participativos con la sociedad que la produce.

Esta Red de Escuelas-Taller tiene como objetivo principal *recuperar, valorizar y difundir el conocimiento del patrimonio cultural material e inmaterial con el fin de estimular los mecanismos de refuerzo de identidad popular a través de la promoción y la defensa de la cultura, la formación de capital social cualificado y el fortalecimiento institucional de SECULTURA en aras del desarrollo socioeconómico local sostenible y la lucha contra la pobreza.*

Y como estrategia para su desarrollo creará un sistema de capacitación (formación-acción) permanente en cuatro municipios específicos que tendrán como objetivo principal fomentar el acercamiento y empoderamiento social del patrimonio cultural tangible e intangible, mediante la recuperación y puesta en valor de los conocimientos tradicionales casi extintos de nuestros pueblos sobre todo los relacionados a las técnicas constructivas en tierra como también al proceso de producción de objetos artesanales.

Se implementará un modelo renovado de "Escuela Taller de Artes y Oficios tradicionales" que en definitiva, serán de interés para jóvenes con una edad mínima de 15 años que provienen de zonas sociales vulnerables o precarias y que además, procurará incorporarlos en el mundo laboral a través de la creación de empresas mixtas (público-privadas) bajo una figura de cooperativismo y emprendimiento cultural en asocio estratégico con otras instituciones y que serán impulsadas como parte de la estrategia de sostenibilidad de la Escuela Taller.

Los participantes del curso de 200 jóvenes desempleados, divididos en 50 aspirantes por cada uno de los municipios participantes con un porcentaje del 50% de inclusión de mujeres, quienes serán entrenadas en profesiones relacionadas con la recuperación y restauración de la arquitectura histórica en general y la producción de objetos artesanales que se caracterizan por un redescubrimiento de las formas y técnicas tradicionales específicas de su localidad.

El foco de esta iniciativa es la formación y la difusión del conocimiento tradicional de los oficios casi extintos con el fin de generar impactos de desarrollo y crecimiento socio-económico en amplios sectores de la población a través de la creación de una formación estable y activa en la zona bajo la figura de una Escuela Taller de artes y oficios tradicionales.

### **1.6 Imagen institucional.**

Hoy por hoy, no es posible concebir el desarrollo de una empresa o el lanzamiento de un producto si estos no están ligados íntimamente a la identidad corporativa y al aspecto que asumirán los medios expresivos de los que se sirven para llegar al consumidor y a la opinión pública.

La imagen corporativa ("corporate image") de una empresa nos permite diferenciar a primera vista la identidad de una empresa, sea cual sea. Se habla mucho de identidad corporativa, de imagen corporativa, comunicación corporativa,... y existe una notable confusión, hasta el punto que muchas empresas no saben lo que realmente están comprando cuando contratan esta clase de servicios. La imagen corporativa y/o imagen institucional aparece como el registro público de los atributos identificadores del sujeto social. Equivale a la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o espontáneo. Para definir la imagen corporativa se toma la idea con la acepción que le atribuye el carácter de una representación colectiva de un discurso imaginario. Por otra parte, la imagen como icono remite al significante visual.

Según Norberto Chaves en su libro: "La imagen corporativa", la noción de imagen va íntimamente relacionada con otros componentes básicos de la comunicación institucional. Este esquema responde a cuatro elementos concretos que son analizables por separado: la realidad, la identidad, la imagen y la comunicación de una institución y/o corporación social.



### 1.6.1 Como lograr que una imagen institucional sea efectiva

Para la creación de una imagen institucional es necesario se muestre lo que son, como quieren ser identificados, sus productos a ofrecer pero sobre todo que sea atractiva. Esta debe contar con una conceptualización de la investigación, metodología de la investigación, reseña histórica de la institución con la que se trabajará, desarrollo de la metodología, propuestas de gráficos y análisis de resultados.

Para la conformación y desarrollo de la imagen de una institución se debe tener la información básica de la misma, cada organización tiene sus propias necesidades y problemas los cuales deben ser analizados para mejorar el funcionamiento de la empresa, cada método es distinto y tiene que adaptarse a las necesidades de cada organización para su efectividad. Podemos ver varios ejemplos a lo largo de la historia.

El método realizado por el diseñador holandés F.H Henrion, consta de seis partes:

1. Análisis: Es aquí donde se recopila material existente, e información obtenida mediante encuestas al personal de la organización y su público meta.
2. Especificaciones: contenido, objetivos y criterios del proyecto, definiendo la cantidad de trabajo implicado. Los objetivos se deben realizar en orden de las prioridades, siendo la suma de estos los que definan el programa de imagen corporativa.
3. Conceptualización: Creación de conceptos de diseño tales como el logotipo, símbolos y colores; estas deben acompañarse por las recomendaciones acerca de la secuencia y ritmo de la aplicación del diseño así como gestión del diseño.
4. Desarrollo: Henrion llama la biblia de la empresa a una serie de reglas, detallando elementos del diseño tales como el uso del color, sistema de impresión, tipo de papel, tipografía, formatos, embalajes, publicidad.



5. Motivación: Convencer al personal de la institución con el proyecto de imagen corporativa, ya que ellos serán los beneficiados con esta.

6. Ejecución: La implementación de la imagen se debe hacer poco a poco ya que es un proceso extenso y complejo.

Las instituciones que cuentan con una imagen institucional, tienen una serie de beneficios ya que esta puede llegar a cumplir sus objetivos, involucra aspectos internos y externos de los proyectos a realizar.

Cuando se cuenta con una imagen institucional, creada bajo los lineamientos establecidos y mencionados anteriormente, tiene todas las posibilidades de adquirir una presencia dominante en el mercado. Creando confianza con el público que conocerá de ella y que se verá involucrado en el proyecto.

Tal es en el caso de marcas reconocidas a nivel internacional, Benetton es una empresa cuya imagen corporativa ha sido desarrollada por Oliviero Toscani



**Ilustración 12:** Carteles presentados por benetton con personalidades besándose bajo el tema: "Contra el Odio" como los líderes europeos Ángela Merkel y Nicolás Sarkozy.

**Recuperada de:**

[http://gobiernolegitimobj.blogspot.com/2012\\_02\\_16\\_archive.html](http://gobiernolegitimobj.blogspot.com/2012_02_16_archive.html)

(1982) fue uno de los retos más importantes y gracias al éxito obtenido las estrategias tomadas, logró la obtención de prestigiosos premios como el UNESCO Grand Prix. Este declaró para las primeras campañas de Benetton; imágenes las cuales se dirigen a la gente joven, las fotografías proponen una crítica en aspectos sociales, morales y políticos, que no se

relacionan en nada con la venta de ropa, a un nivel subliminal y que hace un juego con lo sentimental.

Toda esta línea gráfica no solamente se enfrasca en la venta de ropa sino que da un salto al escándalo y le permite a la empresa ser reconocida por esto, periódicos europeos dieron sus críticas y de esa manera Toscani dijo que lo ayudaban a ser más reconocido y que la campaña grafica tomará más fuerza.

Otra de las que creó más controversia a nivel mundial fue la campaña gráfica llamada „kisses“ donde se presentaban una serie de presidentes besándose entre sí, como por ejemplo al presidente Obama con el presidente Hu Jintao, esta iba relacionada con el acercamiento de los pueblos, creencias, culturas y comprensión pacífica de las razones del prójimo.



**Ilustración 13:** Cartel de la campaña grafica „kisses“ el palestino Mahmoud Abbas y el israelí Benjamin Netanyahu.  
**Recuperada de:** <http://www.jornada.unam.mx/2011/11/17/>

Norberto Chávez profesor de semiología, teoría de la comunicación y del diseño dice: Para poder definir imagen institucional, y poder entenderla debemos renunciar así al repertorio amplio de acepciones del término „imagen“ y quedarnos con una de sus acepciones: aquella que le atribuye al carácter de una representación colectiva, de un „discurso imaginario“.

Un aspecto muy relevante en, la creación de una imagen institucional es la comunicación institucional, se constituye por el conjunto de mensajes emitidos conscientemente o inconscientemente; la identidad es tanto para receptor como



para el emisor, debido a mostrarse una propuesta externa en la elaboración de toda la imagen gráfica, que incluye desde el logotipo y su manual, hasta las piezas gráficas para el desarrollo de su imagen y la ayuda al posicionamiento dentro del mercado meta.

Al hablar de imágenes institucionales a nivel nacional no se puede afirmar su éxito rotundo, pero si, se han considerado de las mejores en el país debido al alcance obtenido: como Secretaria de Inclusión Social de El Salvador formuló el proyecto e implementación del Programa “Ciudad Mujer” el cual tenía como fin un centro integral e integrado de servicios especializados para las mujeres.

Este buscaba incidir positivamente en variables que pueden determinar mejorar los niveles de alcance de la mujer, así como la superación personal era uno de los objetivos más marcados en este proyecto particularmente los que atañen a temáticas de valor y género.

La iniciativa del Programa “Ciudad Mujer” (2009) ha sido considerada por el Presidente del Banco Interamericano para el Desarrollo (BID) y por el Secretario General de Naciones Unidas como un “modelo exitoso que debería implementarse en los países latinoamericanos”. El éxito del Programa “Ciudad Mujer” le ha llevado a ser merecedora de 5 reconocimientos internacionales y uno a escala nacional.



**Ilustración 14:** Anciana indígena muestra el apoyo hacia ciudad mujer en la inauguración de este.

**Recuperada de:**

<https://voiceselsalvador.wordpress.com/2009/05/19/new-government-launches-ciudad-mujer/>

Este tipo de programas, se relacionan con el proyecto Red de escuelas taller ya que tienen como fin integrar y mejorar la calidad de vida de un grupo determinado de personas, de bajos recursos económicos y es un buen ejemplo de imagen institucional efectiva.

Jorge Frascara (2000) Para lograr que las comunicaciones puedan afectar el conocimiento, las actitudes o el comportamiento de la gente, deben ser detectables, atractivas, comprensibles y convincentes, estas deben ser construidas sobre la base de un buen conocimiento de percepción visual y de psicología sobre el conocimiento y la conducta, considerando las preferencias personales, las habilidades intelectuales y el sistema de valores culturales del público al que se dirigen.

La historia de las Escuelas-Taller, tanto extranjeras como nacionales, los nuevos proyectos destinados a realizarse, los que fueron y ya no están vigentes, y, los modelos tomados en cuenta para la realización de estos, permiten conocer más detenida y profundamente el funcionamiento de estas escuelas. Por ende a partir de la información presentada se sabe que la imagen institucional es un parte fundamental que necesitan las Escuelas-Taller para comunicarse con el público meta. Y esto se plantea realizar en el proyecto de Red de Escuelas-Taller a llevarse a cabo en Santa Ana e Izalco, debido a que carecen de esta pieza importante dentro de los planes para proyectarse.

Como conclusión es importante observar que la falta de imagen institucional en el proyecto de SECULTURA, es el problema principal de la investigación y mediante diferentes metodologías tanto teóricas como graficas se ha buscado la propuesta más acertada que permitirá impulsar estas Escuelas-Taller.

# CAPITULO II

Toda creación de una imagen institucional efectiva comienza con una idea que se transforma y lleva a un estudio de mercado, un sondeo para conocer los gustos y preferencias de los receptores o público meta, en este capítulo se encuentra la recopilación y tabulación de los datos, cerrando con el análisis, diagnóstico y la conclusión de la información analizada.



## 2. Recopilación, tabulación y diagnóstico de datos

Como se ha visto en el capítulo anterior, se ha conocido historia y conceptos de las Escuelas-Taller y sobre la Imagen institucional. Al igual que algunas campañas publicitarias las cuales causaron impacto. Pero profundizando en el problema principal encontrado en el diagnóstico realizado al inicio, el cual es: la falta de Imagen institucional para el proyecto de Escuelas-Taller, es tiempo de enfocarse en darle la solución más acertada. Debido a esto en este nuevo capítulo se recopilar los datos más importantes que permitirán y facilitaran la creación de la Imagen institucional para ambos lugares.

La información que a continuación se presenta fue compilada por medio de una serie de encuestas realizadas en el municipio de Izalco y el departamento de Santa Ana, con un total de 200 personas encuestadas, (100 por cada lugar) ya que es en donde se dará inicio con la Red de escuelas taller. Las características principales para los encuestados son jóvenes entre las edades desde los 18 hasta los 25 años, ya que este es el rango de edad al cual se les ofrecerá la oportunidad de participar en los talleres cuando de inicio el proyecto. Incluirá tanto hombres como mujeres, de clase baja y que residieran en dichos lugares.

Esta serie de datos da a conocer de una manera simple la opinión de la población a la cual va enfocado dicho proyecto. Los datos a continuación expuestos en graficas se obtuvieron utilizando una muestra de cada uno de los lugares antes mencionado, y fueron utilizados para el desarrollo y enfoque de la simbología tales como formas, colores y tipografía plasmada en el diseño de la propuesta gráfica para cada uno de los lugares, y así crear un vínculo entre el público meta y la propuesta gráfica.

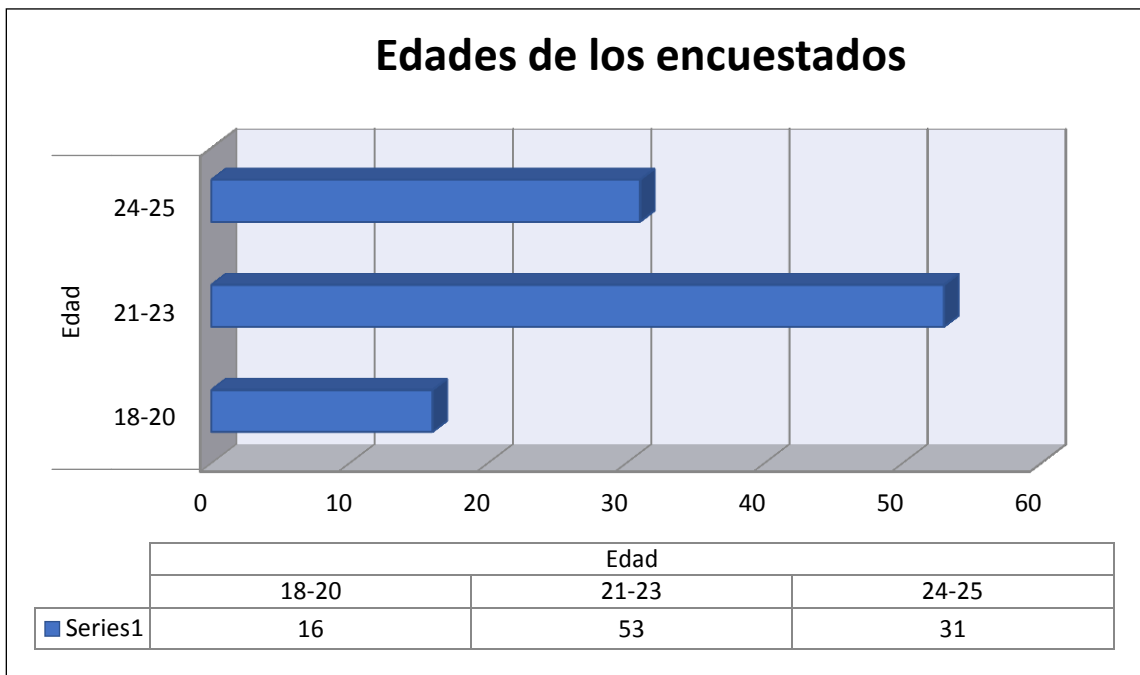
En vista de que la realización de la imagen institucional de esta Red debe de estar relacionada no solo con los diferentes oficios tradicionales que se enseñarán, sino también con los lugares en los que los talleres se llevarán a cabo, se tomaron en cuenta datos importantes para desarrollar las encuestas



que se utilizaron en el sondeo. Parte de los datos a destacar son inicialmente el perfil de los receptores de los Talleres, en este caso los rangos de edades (los cuales se mencionaron anteriormente, al inicio de este capítulo) a quienes se dirigirán y la clase social a la que pertenecen. Otra información tomada en cuenta para la realización de las preguntas fue los diferentes tipos de talleres, para conocer las preferencias de los encuestados, tipos de figuras, gamas de colores, ejemplos de logos, datos culturales pertenecientes a el municipio o departamento sondeado para tomar en cuenta al diseñar los logos y la imagen institucional.

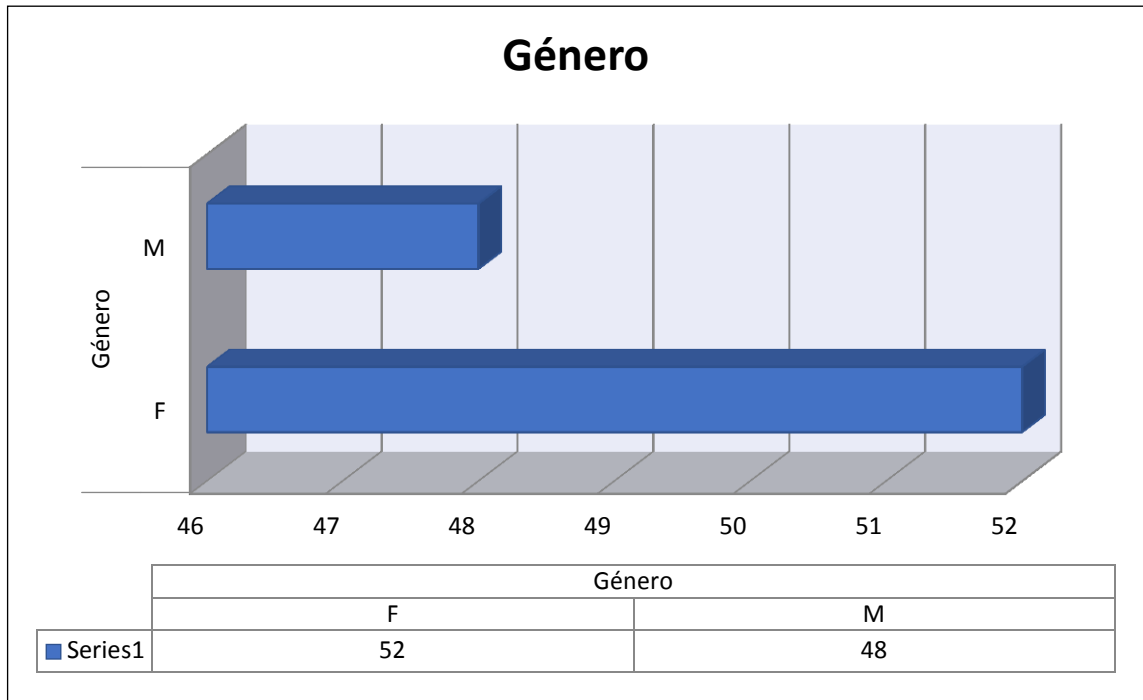
## 2.1 Tabulación de datos, Municipio de Izalco.

Edades de encuestados



**Gráfico 1** Elaboración propia  
Municipio: Izalco

Genero de los encuestados



**Gráfico 2 Elaboración propia**  
**Municipio: Izalco**

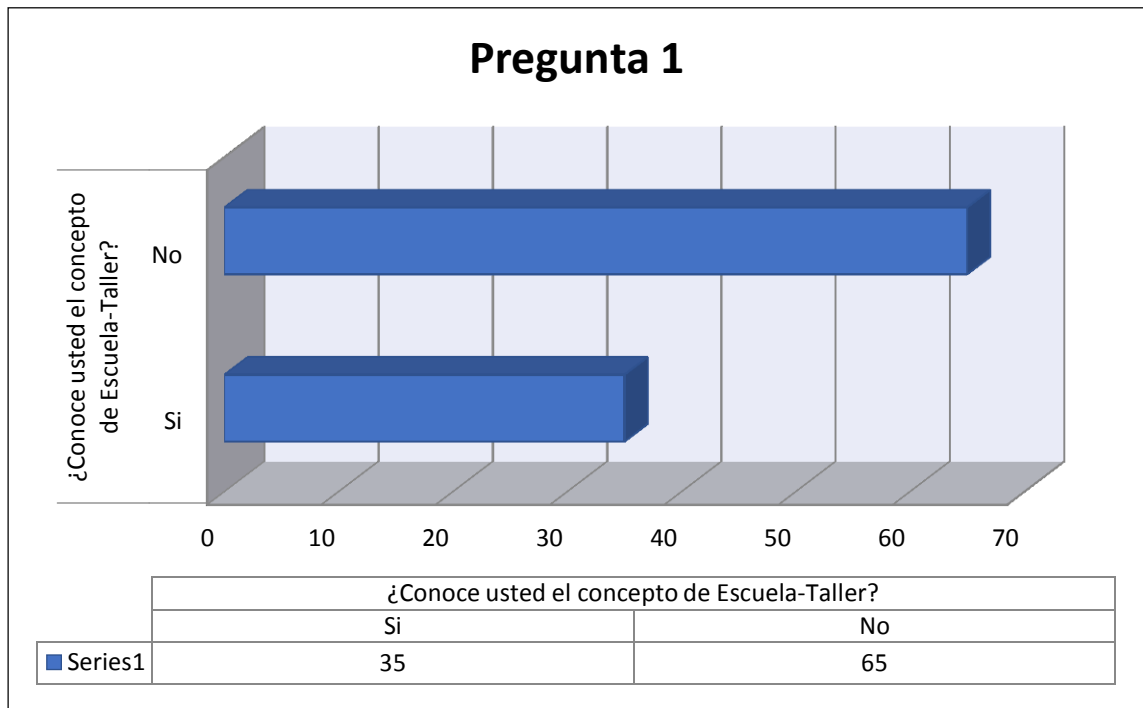


### Pregunta 1.

¿Conoce usted el concepto de Escuela Taller?

Sí

No



**Gráfico 3 Elaboración propia  
Municipio: Izalco**



Pregunta 2.

¿Qué oficios tradicionales le gustaría Aprender?

Albañilería

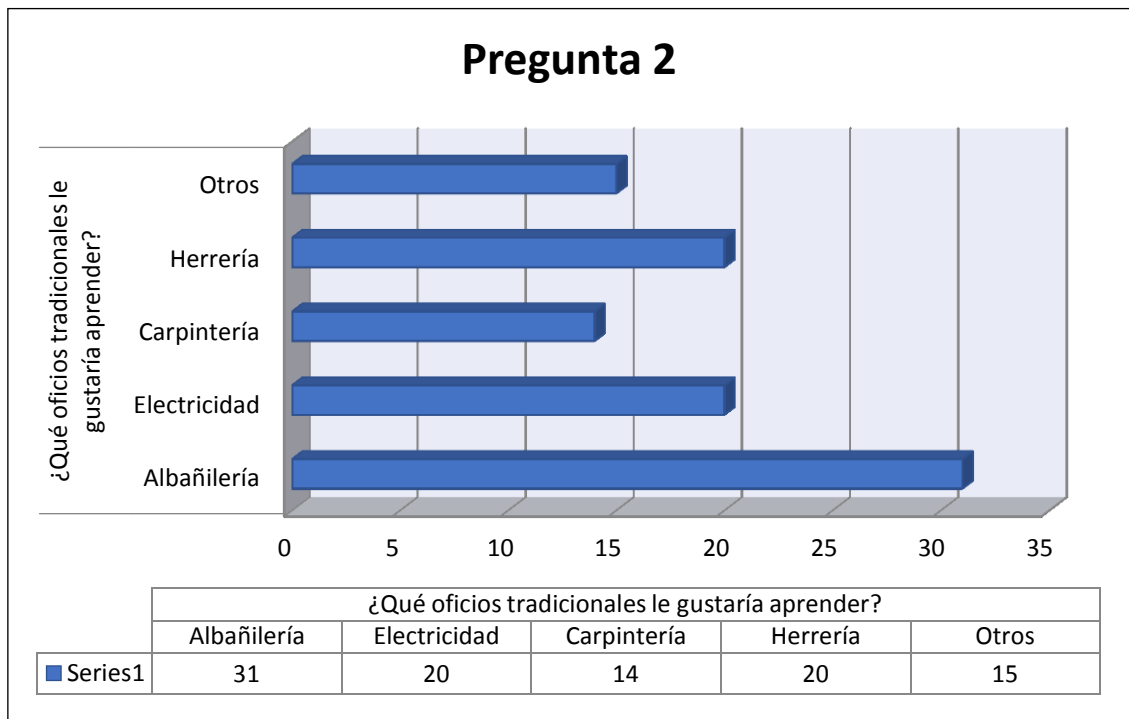
Carpintería

Electricidad

Herrería

Otros:

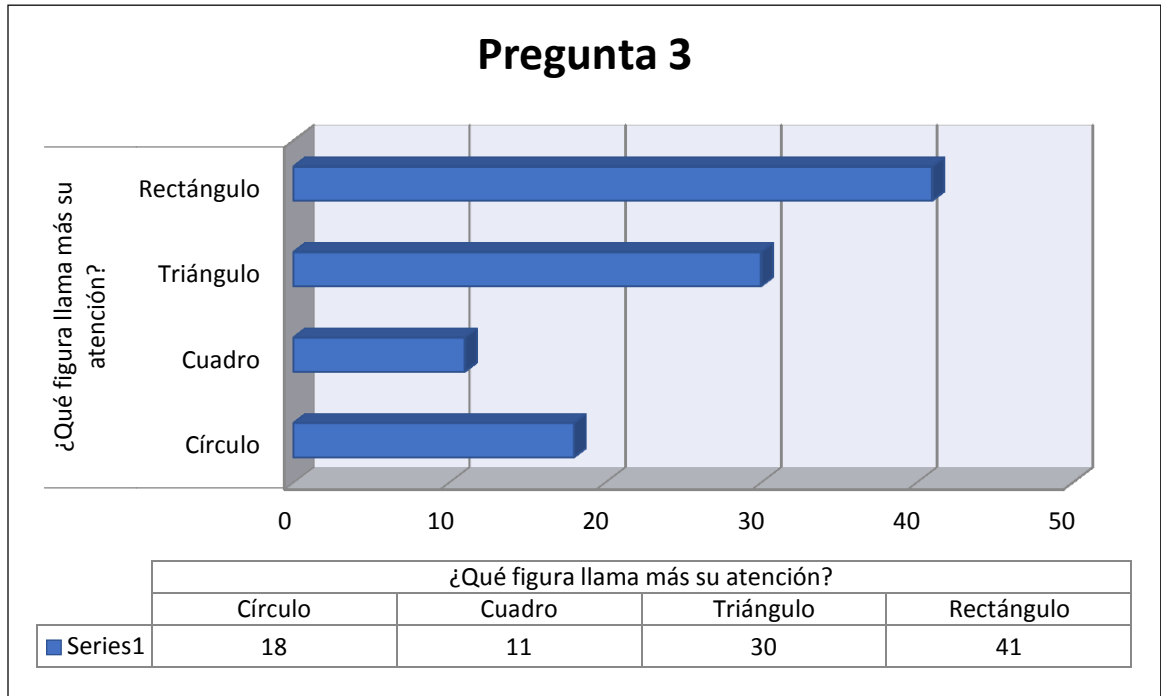
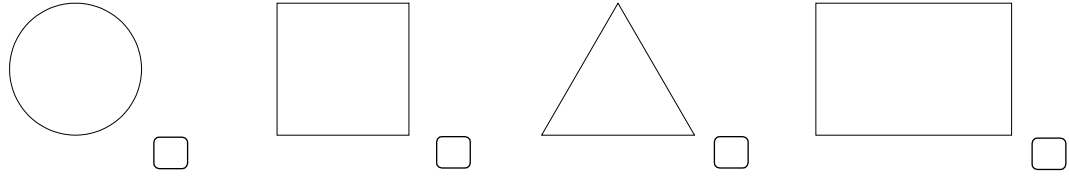
---



**Gráfico 4 Elaboración propia**  
Municipio: Izalco

Pregunta 3.

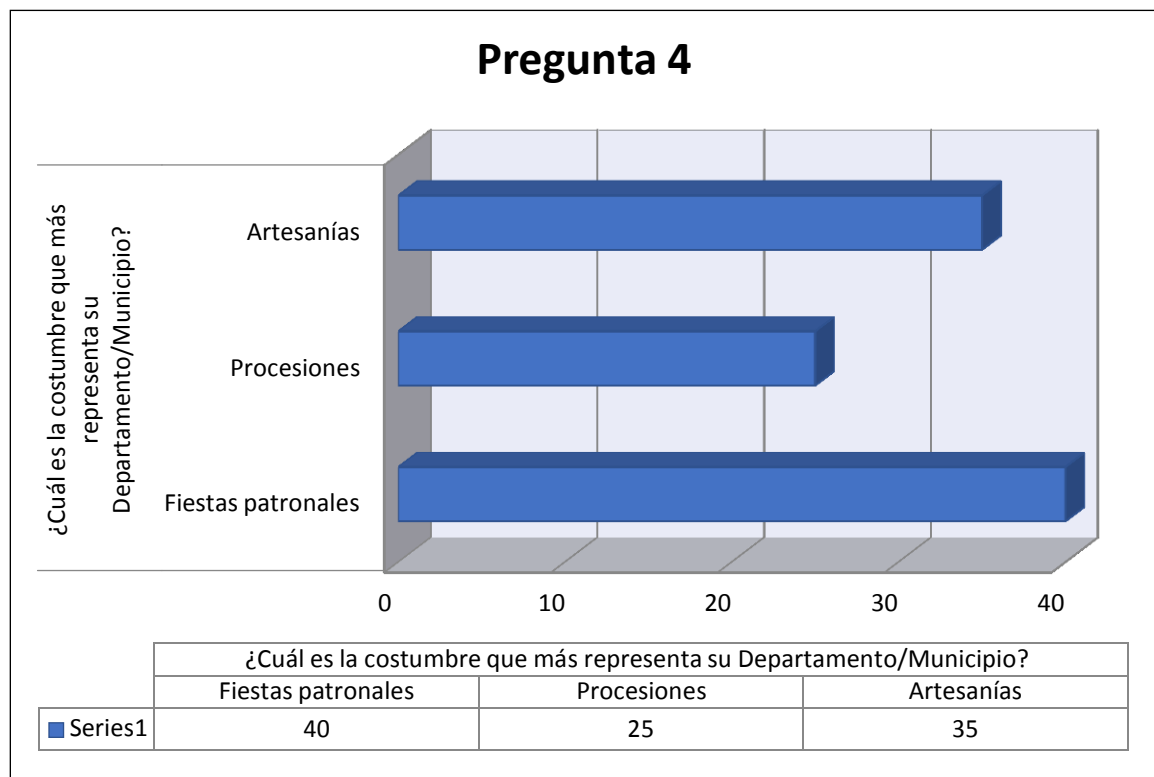
¿Qué figura le llama más la atención?



**Gráfico 5 Elaboración propia**  
**Municipio: Izalco**

Pregunta 4.

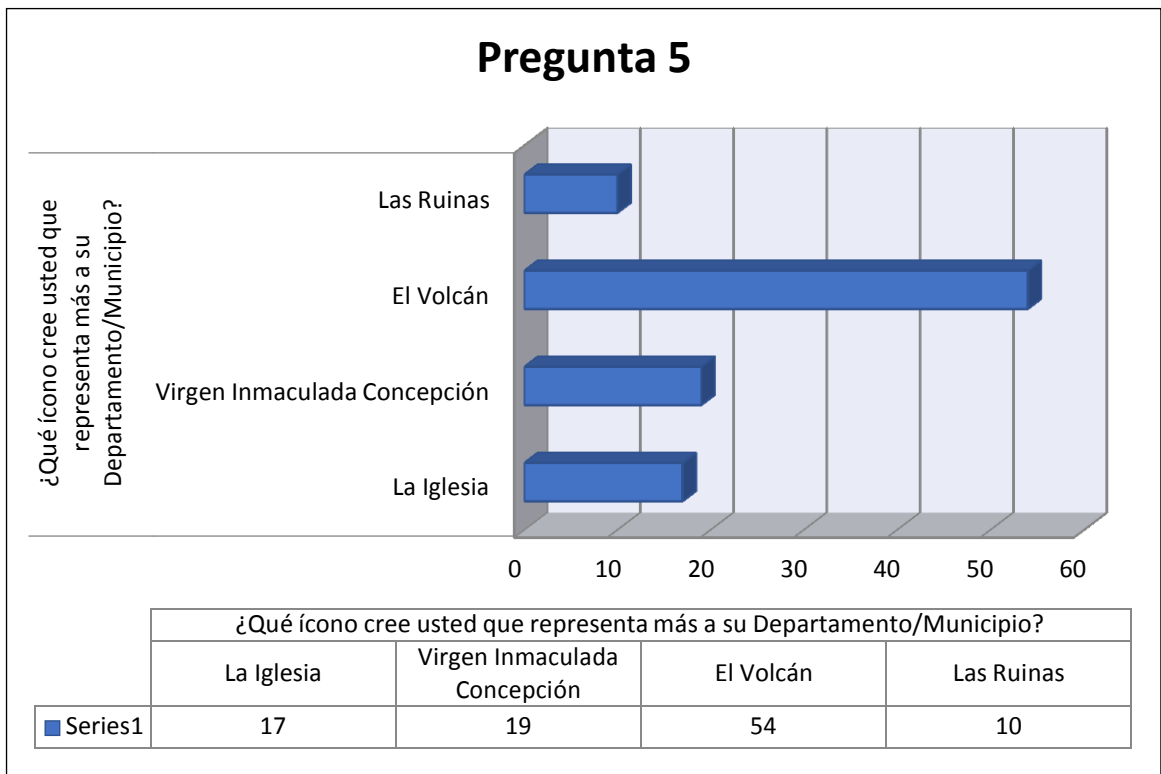
¿Cuál es la costumbre que más representa su departamento/municipio?



**Gráfico 6 Elaboración propia**  
**Municipio: Izalco**

Pregunta 5.

¿Qué ícono cree usted que representa más a su departamento/ o municipio?



**Gráfico 7 Elaboración propia**  
**Municipio: Izalco**

Pregunta 6.

¿Entre las siguientes gamas de Colores cual le llama más la atención?



Opción A



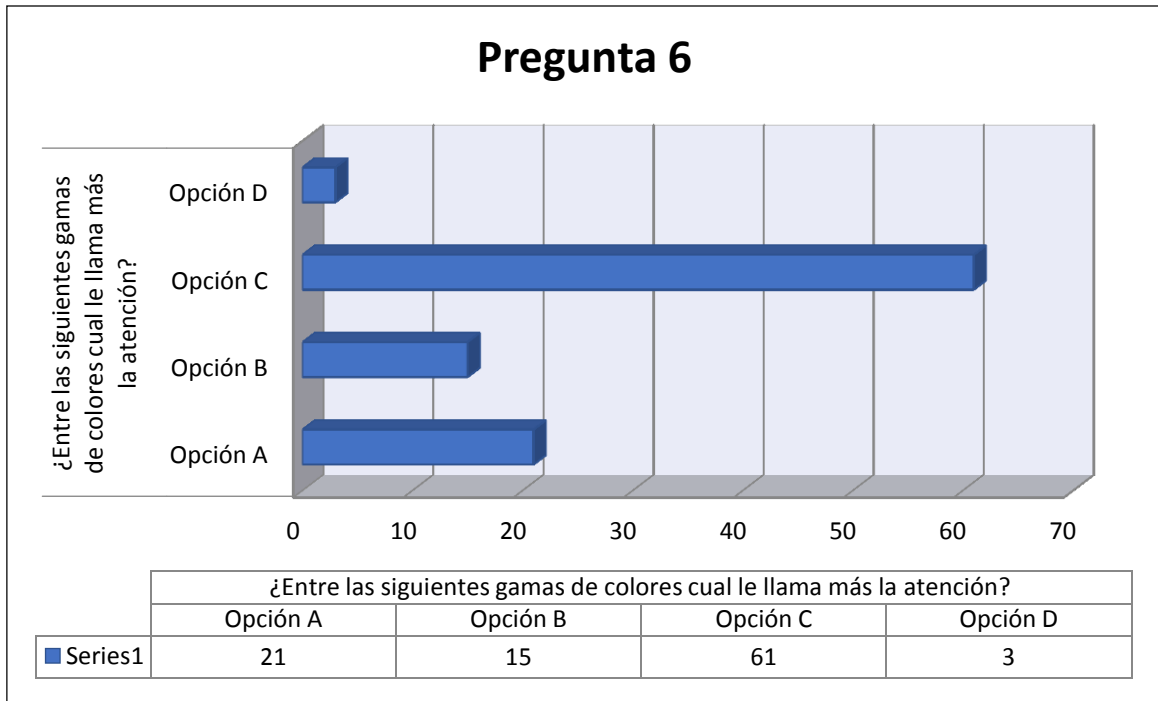
opción B



Opción C



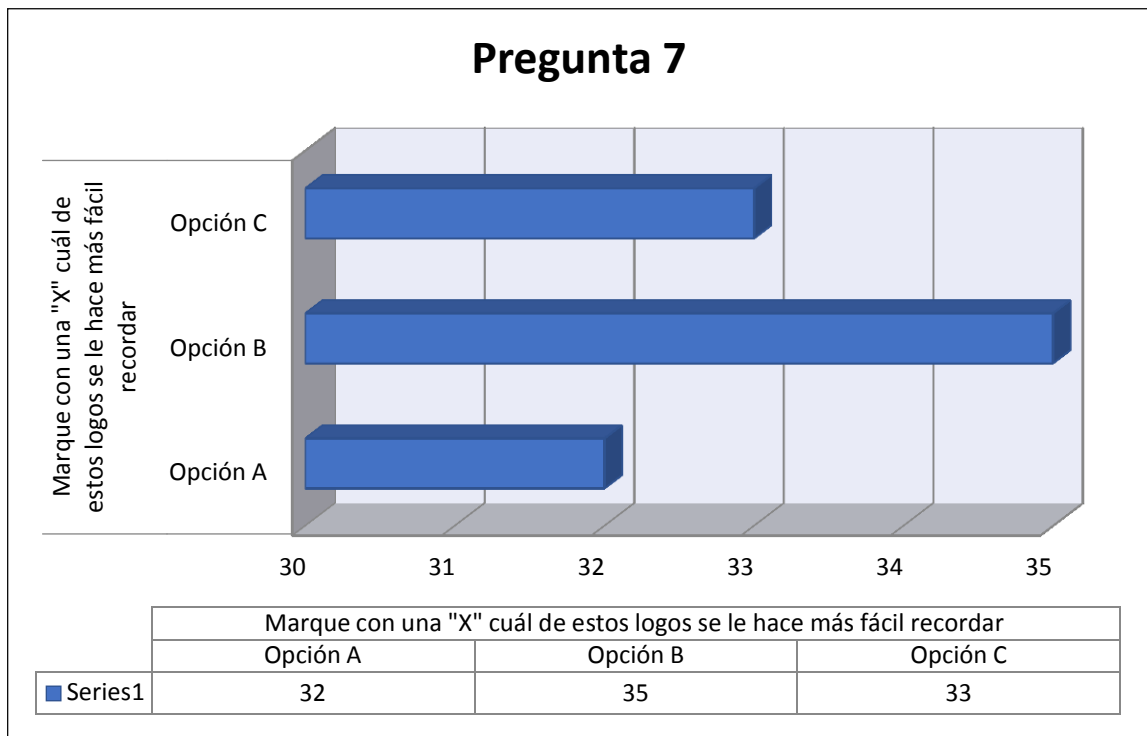
Opción D



**Gráfico 8 Elaboración propia**  
Municipio: Izalco

Pregunta 7.

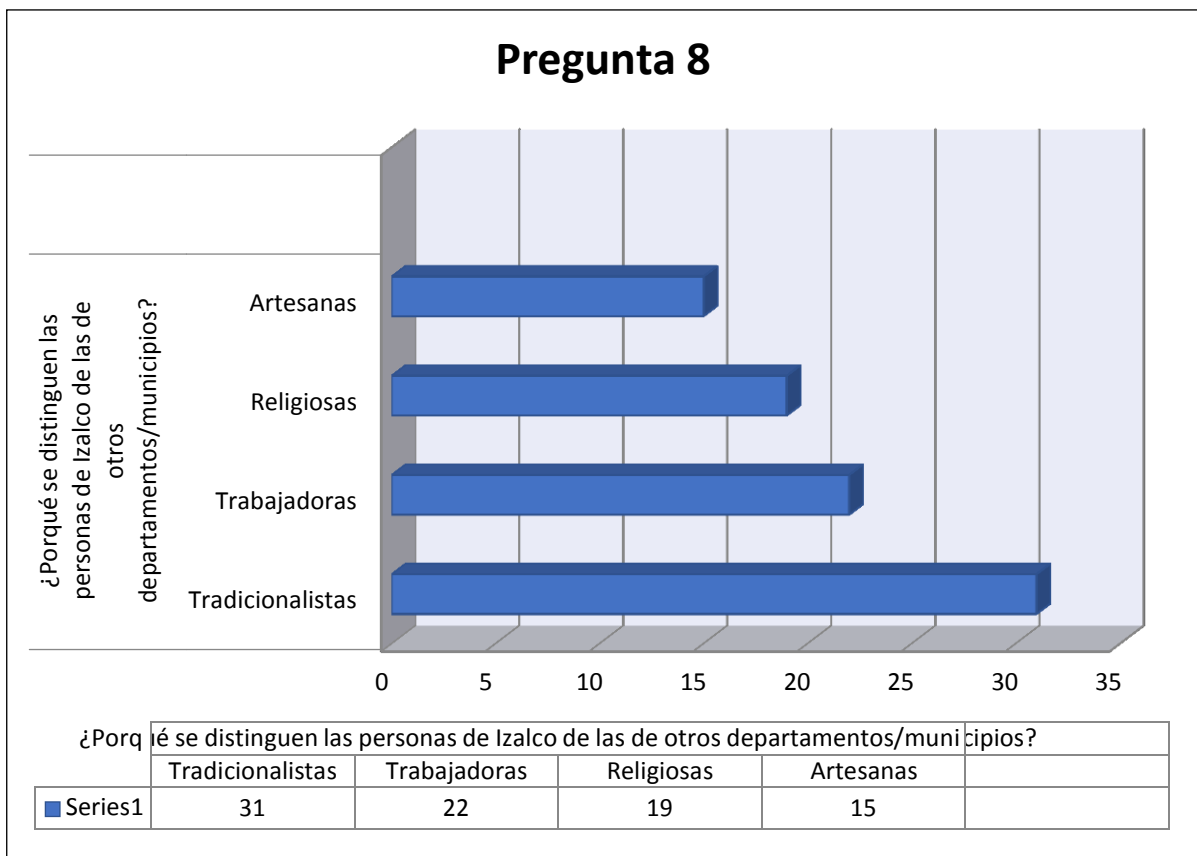
¿Marque con una "X" cuál de estos logos se le hace más fácil recordar?



**Gráfico 9 Elaboración propia**  
**Municipio: Izalco**

Pregunta 8.

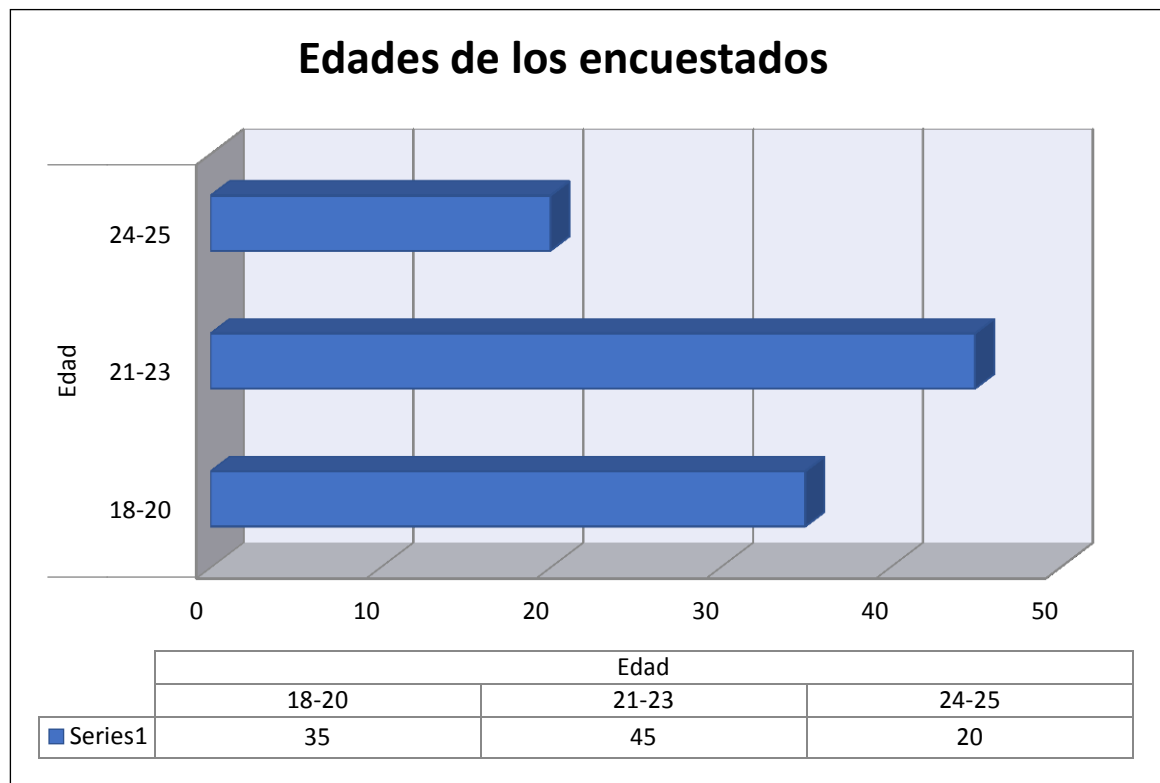
¿Por qué se distinguen las personas de Izalco de las de otros municipios?



**Gráfico 10 Elaboración propia**  
**Municipio: Izalco**

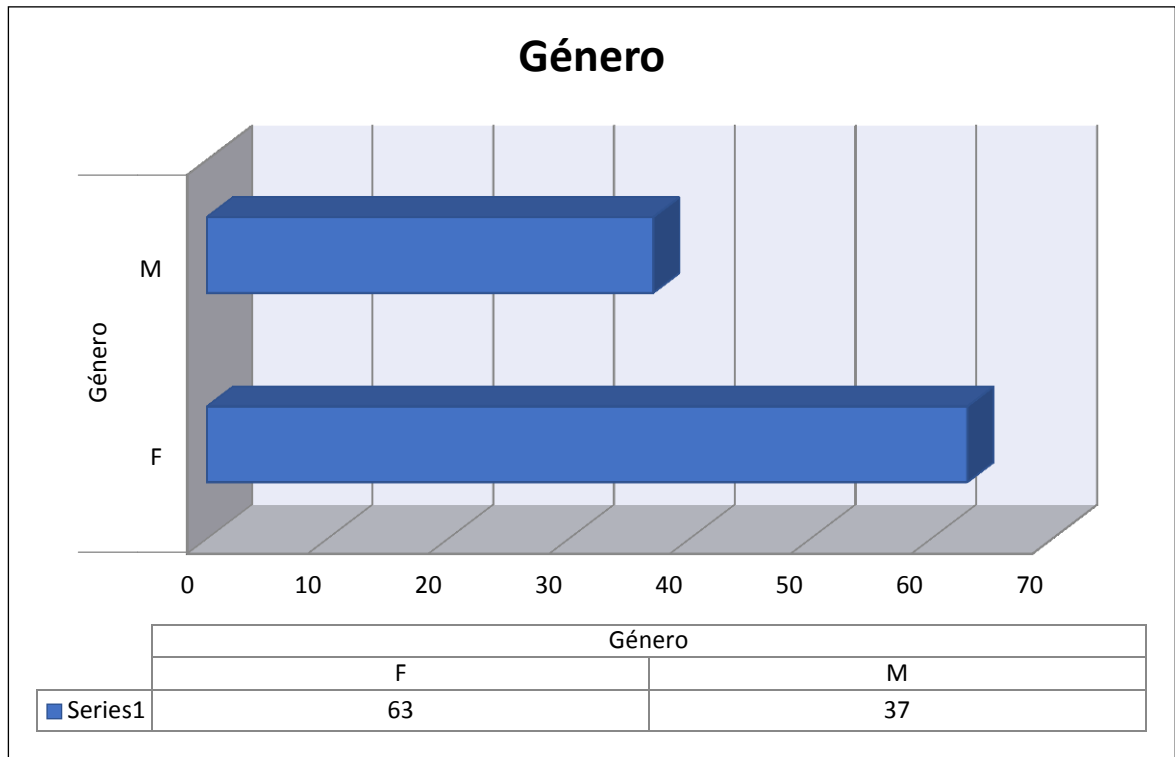
## 2.2 Tabulación de datos, Departamento de Santa Ana

Edades de los encuestados.



**Gráfico 1** Elaboración propia  
Departamento: Santa Ana

Género de los encuestados.



**Gráfico 2 Elaboración propia**  
**Departamento: Santa Ana**

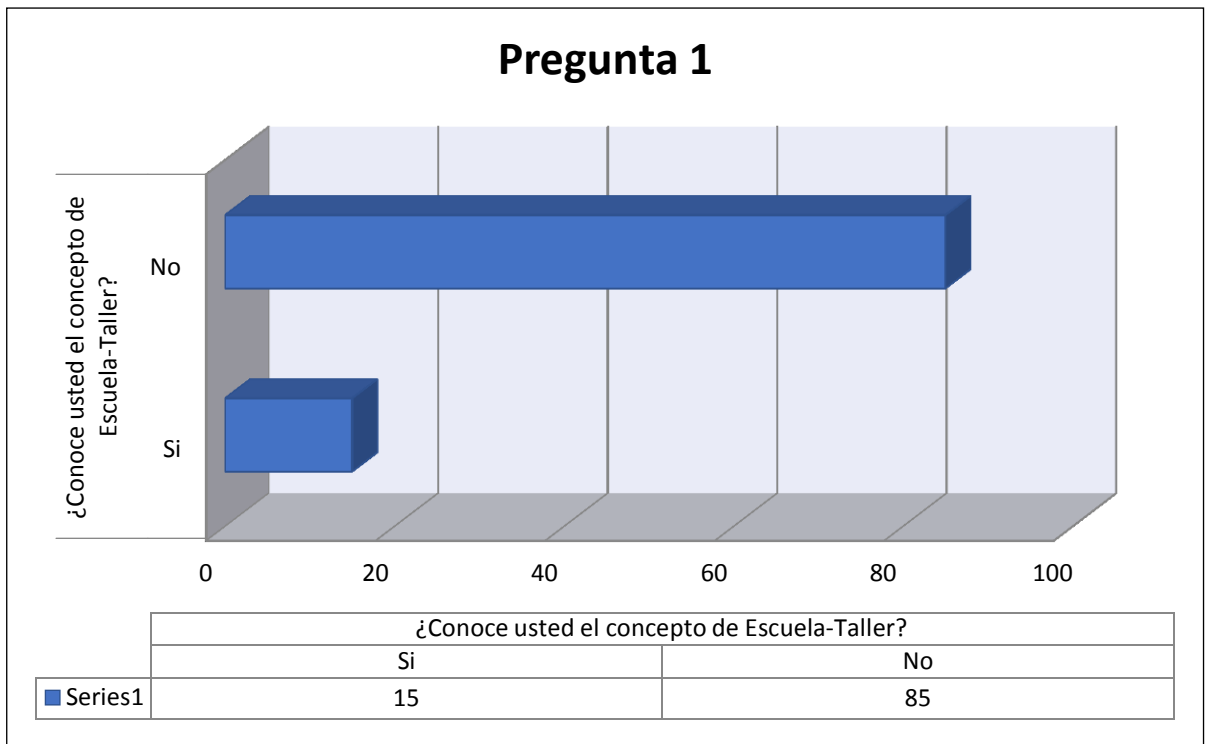


### Pregunta 1.

¿Conoce usted el concepto de Escuela Taller?

Sí

No



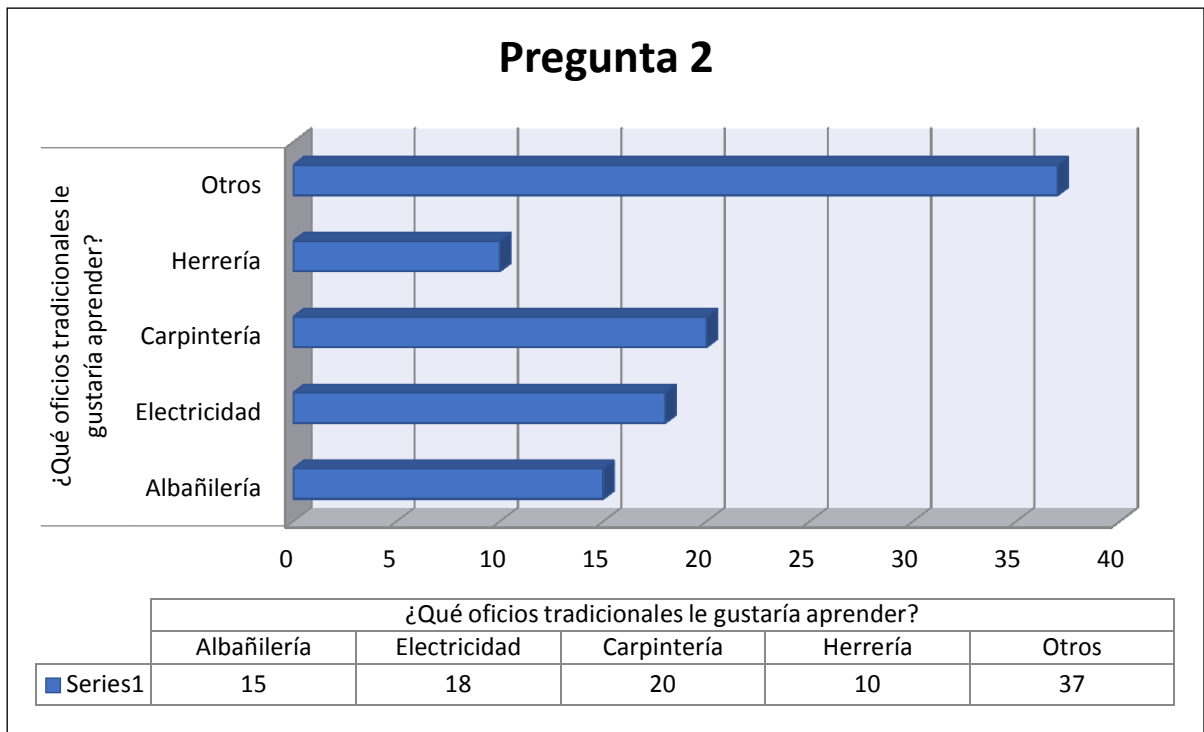
**Gráfico 3 Elaboración propia**  
**Departamento: Santa Ana**

Pregunta 2.

¿Qué oficios tradicionales le gustaría Aprender?

- Albañilería                       Carpintería
- Electricidad                       Herrería

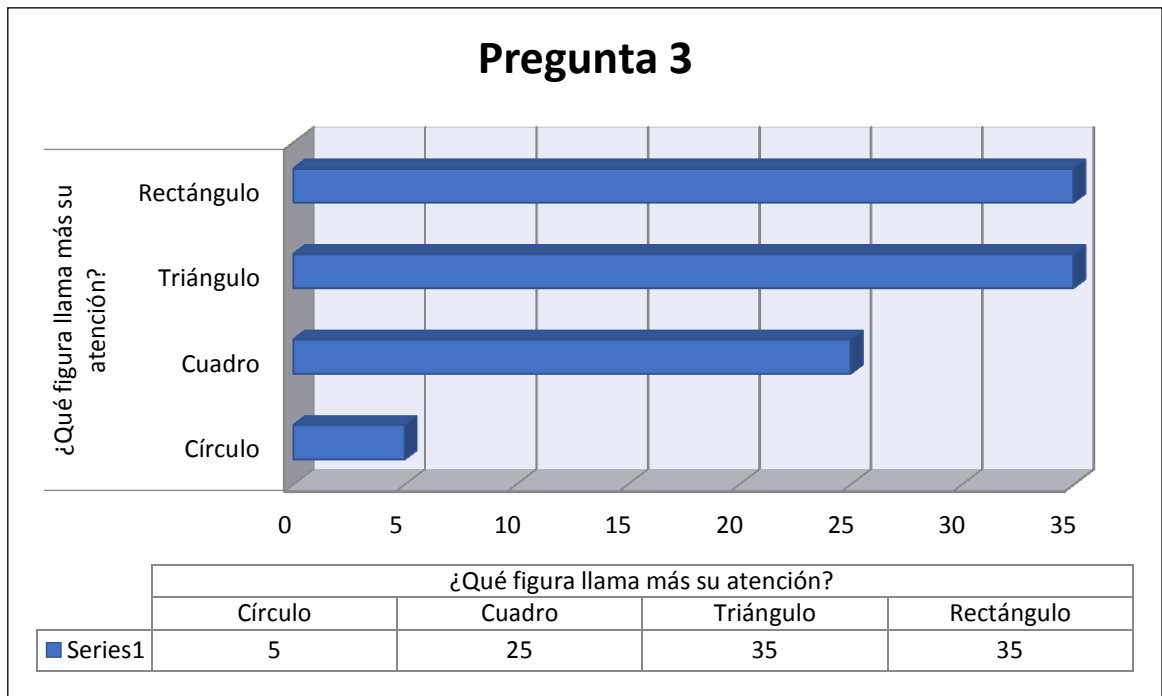
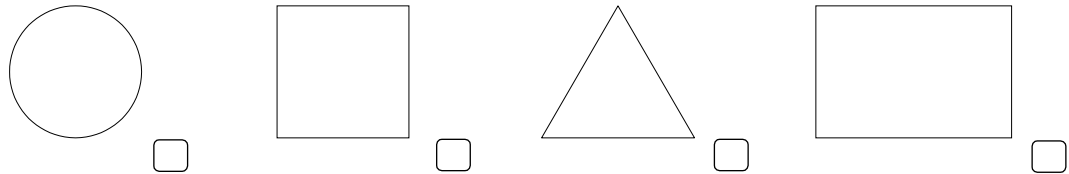
Otros:



**Gráfico 4 Elaboración propia**  
**Departamento: Santa Ana**

Pregunta 3.

¿Qué figura le llama más la atención?

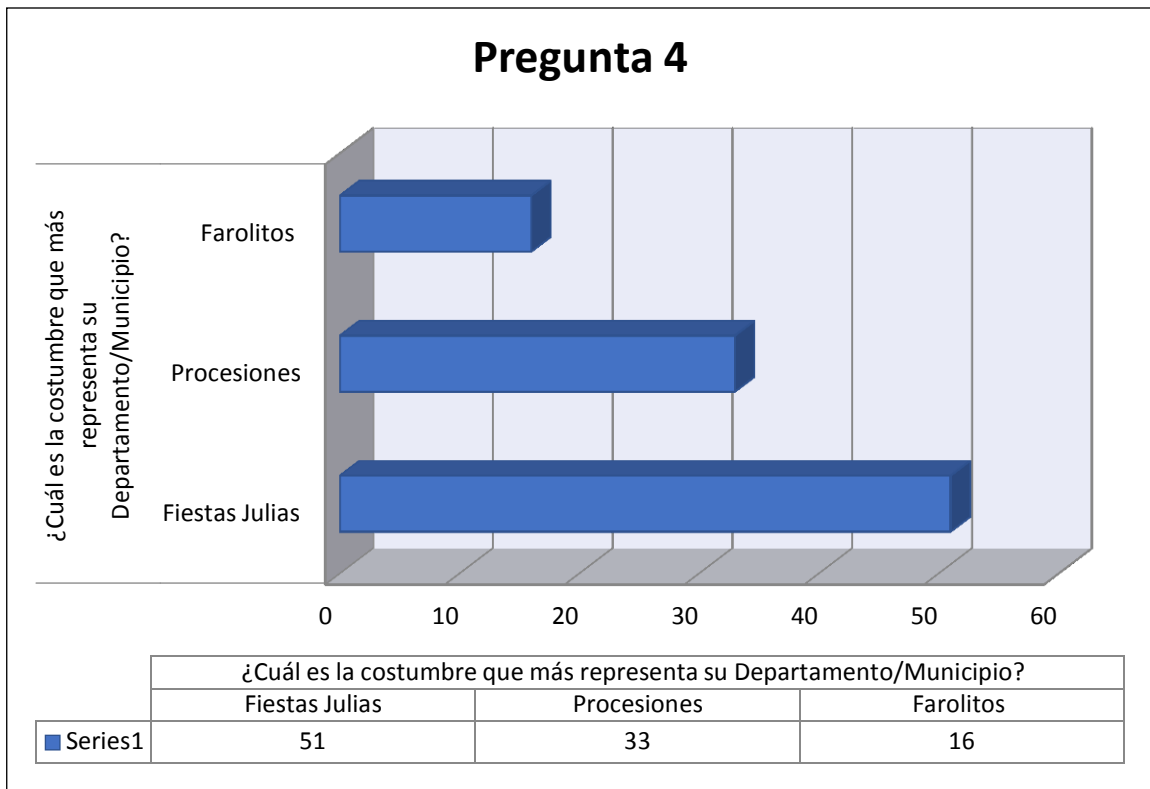


**Gráfico 5** Elaboración propia  
Departamento: Santa Ana



Pregunta 4.

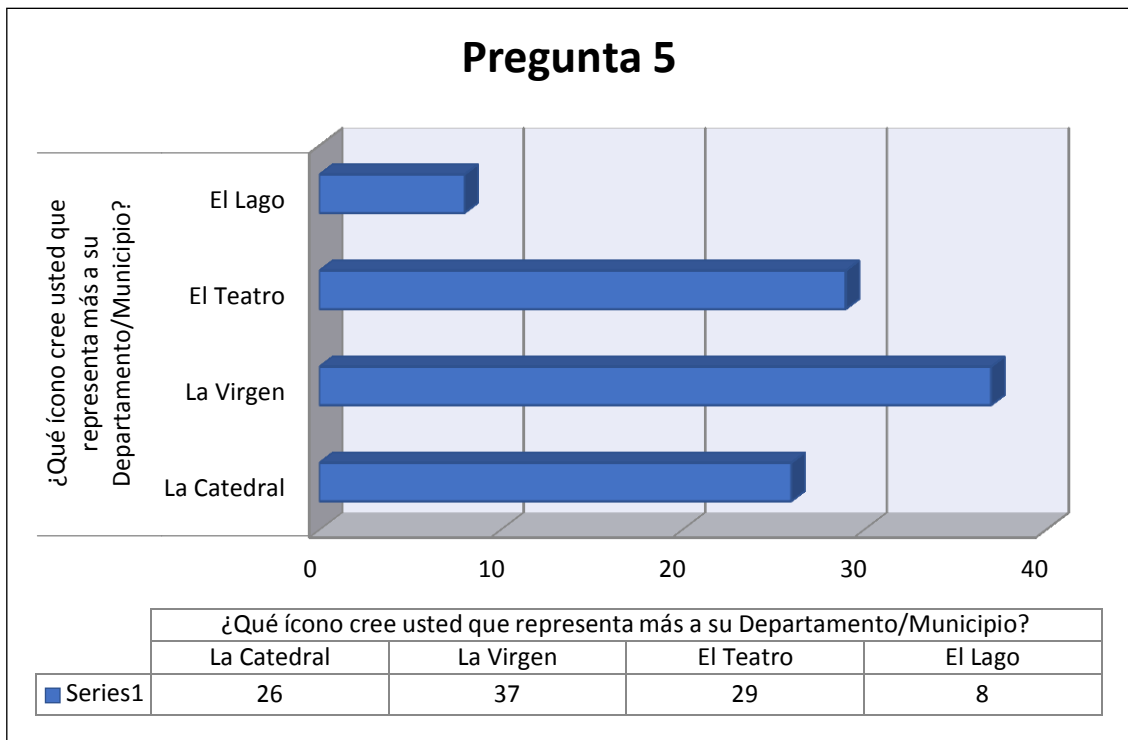
¿Cuál es la costumbre que más representa su departamento/municipio?



**Gráfico 6 Elaboración propia**  
**Departamento: Santa Ana**

Pregunta 5.

¿Qué ícono cree usted que representa más a su departamento/municipio?



**Gráfico 7 Elaboración propia**  
**Departamento: Santa Ana**

Pregunta 6.

¿Entre las siguientes gamas de Colores cual le llama más la atención?



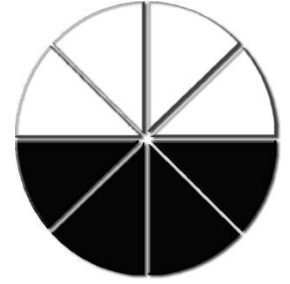
Opción A



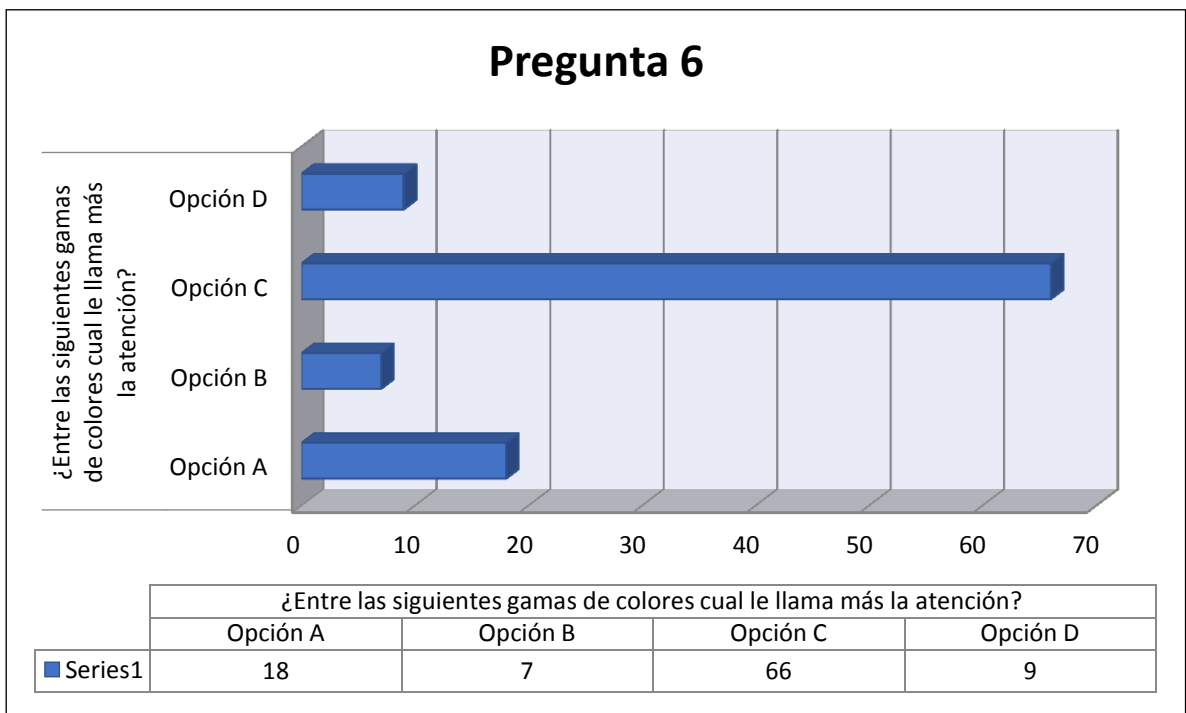
Opción B



Opción C



Opción D



**Gráfico 8** Elaboración propia  
Departamento: Santa Ana

Pregunta 7.

¿Marque con una "X" cuál de estos logos se le hace más fácil recordar?

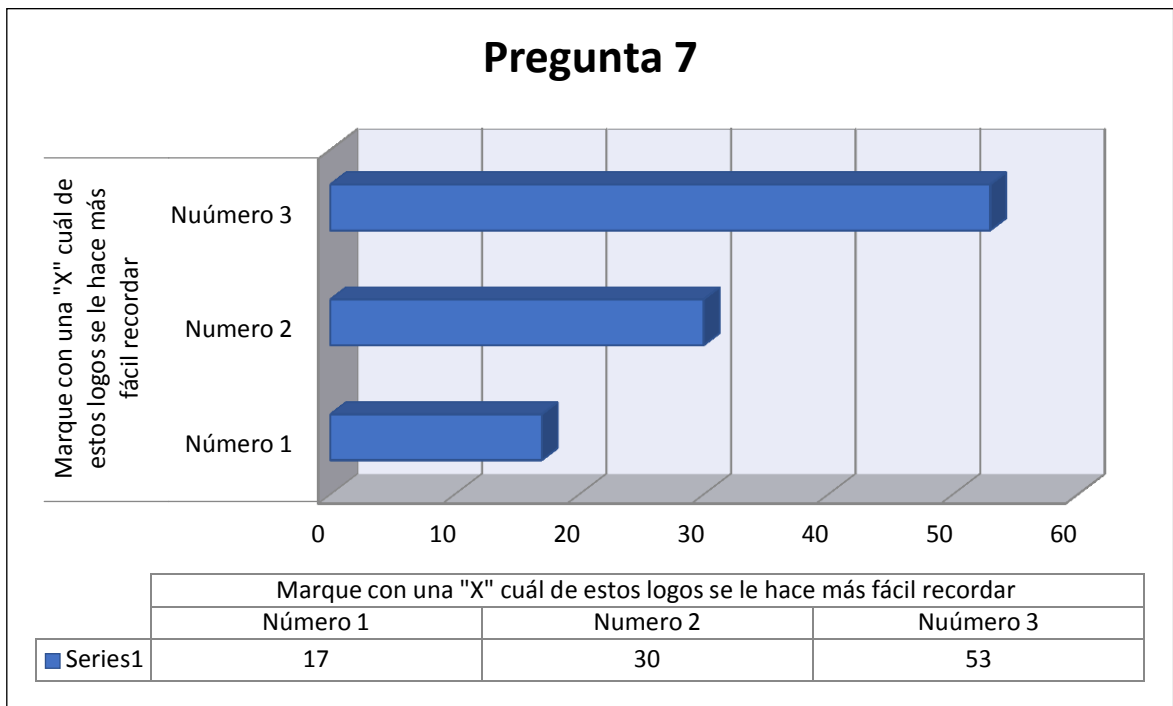
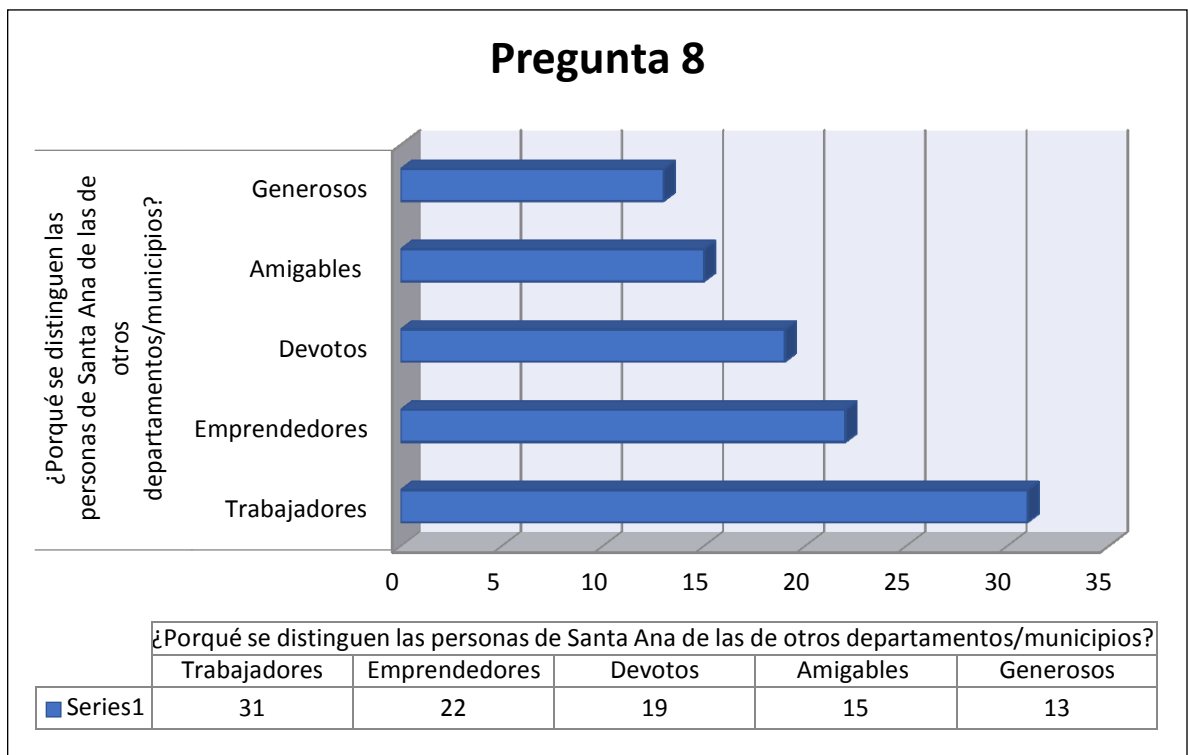


Gráfico 9 Elaboración propia  
Departamento: Santa Ana

**Pregunta 8.**

¿Por qué se distinguen las personas de Santa Ana de las de otros municipios/departamentos?



**Gráfico 10 Elaboración propia**  
**Departamento: Santa Ana**



### 2.3 Análisis general de datos

Con la información obtenida mediante las encuestas se pudo determinar varias de las características que debían ser tomadas en cuenta para poder desarrollar el logo como parte de la imagen institucional para cada una de las Escuela Taller del Municipio de Izalco y Escuela Taller de Santa Ana. Por ejemplo la gama de colores más atractiva, el tipo de logo más fácil a recordar, entre otras.

Gracias a estos datos no solo se definió una línea a seguir en la construcción de los logos sino también parte de la información recabada funcionará para la creación de las demás partes (papelería y publicidad) que componen la imagen institucional de cada proyecto. Se debe recalcar el hecho del porqué los logos están diseñados y compuestos para la representación de la institución en el lugar, más no del lugar, ya que es una de las necesidades de la empresa el dar a conocer el proyecto con un logo fresco e innovador y no con formas o imágenes que ya sean conocidas en los medios publicitarios.

Las preguntas se formularon tomando en cuenta los vacíos y falta de datos existentes (preferencia de colores, conocimiento de conceptos, etc.) Parte de la información base para las preguntas fue el perfil del futuro participante de dicho proyecto. La información básica con la que se inicio fue rangos de edades, y género; luego se procedió a indagar si los encuestados conocían el concepto de Escuela-Taller y si su respuesta era *afirmativa* explicarlo.

La pregunta dos abría la brecha para saber qué oficios tradicionales eran de la preferencia de las personas. Hasta aquí con la información básica; el siguiente paso era descubrir los gustos gráficos de los receptores como figuras, gamas de colores y gustos de logotipos que orientarían a ideas preliminares para empezar a bocetar. Esta información se ve reflejada en las preguntas 4,6 y 7.

Otro apartado importante que se tomó en cuenta fue los gustos propios del municipio y el departamento en el que se trabajó y para esto se realizaron preguntas con el fin de saber sus raíces, sus tradiciones, los iconos y características que los representan.



**Imagen N°1: Arte final logotipo Izalco.**  
**Fuente: Elaboración propia.**

## 2.4 Diagnóstico

Como resultado de la recopilación de información por medio de las encuestas en los dos lugares (Municipio de Izalco, Sonsonate y Departamento de Santa Ana) se determinó la línea a seguir para la construcción del Logo de

la Escuela Taller para cada lugar respectivamente.

En ambos casos se tomó en cuenta toda la información recopilada, gustos culturales (preguntas 4, 5 y 8), gustos gráficos, de colores y formas (preguntas 3,6 y 7), los conceptos de las Escuelas-Taller (pregunta 1), sus diferentes talleres a impartir (pregunta 2), y las herramientas que se utilizan. Esto se hizo con el fin de que ambos logotipo fueran diseñados bajo la misma línea gráfica, y que de alguna manera se relacionaran con la simbología que se utilizó.

Para la Escuela-Taller de Izalco y Santa Ana, se presenta un isologotipo ya que fue de las cualidades que llamaron la atención a los encuestados, logos hechos por imagen y texto, en ambos el icono es una forma hecha a semejanza de "hierro forjado" que se encuentra dentro de las especializaciones así como diferentes herramientas que se utilizan en las 4 áreas que se pretende impartir (Carpintería, Electricidad, Metales y Albañilería).



**Imagen N°2: Arte final logotipo Santa Ana.**  
**Fuente: Elaboración propia.**

La conceptualización de los logotipos se fundamenta en la idea de que este refleje lo que se hace en la escuela y que el perceptor pueda sentirse identificado, haciéndose participe de estos talleres.

En conclusión, el sondeo que se realizó tanto en Izalco como en Santa Ana, fue con el fin de encontrar información sobre los gustos y preferencias que tenían los residentes para tomarlos en cuenta en la realización de ambos logos e imágenes institucionales. En ambos sitios se ve reflejado el poco conocimiento que se tiene sobre el concepto de la Escuela-Taller, pero a pesar de eso se observa como la gente se define a sí misma con sus iconos y sus costumbres culturales. Además parte de la información muestra la preferencia de una gama de colores y un estilo de logo, lo cual ayuda a la creación de estos.

Izalco tiene un poco más de conocimiento por cuanto con ellos ya se ha trabajado por parte de SECULTURA, y se les ha encaminado con el fin de involucrarse a estos proyectos. En Santa Ana ha sido más difícil por ser la primera vez en trabajarse en proyectos de esa índole. Pero la tabulación no solo refleja cifras o porcentajes si no que demuestra el interés existente en los receptores de aprender y salir adelante. Y además aporta datos importantes para la creación de sus futuras Escuelas-Taller.

Parte de los datos importantes surgidos en la tabulación de los datos y que permitirán la creación, principalmente del logo se encontraron en la pregunta 2,

la cual indicaba las preferencias de los oficios artesanales que les gustaría aprender a los encuestados.

En su mayoría en el caso de Izalco con más de un 20% se encuentran la herrería y albañilería, y en Santa Ana entre un 10% y 20% albañilería, herrería y carpintería. Esta información da apertura para la idealización de ambos logos tomando como referencia las herramientas que se utilizan en estos oficios. Otro hallazgo relevante se encuentra en las respuestas de la pregunta 3 en la cual, debía el encuestado de indicar que figura geométrica llamaba más su atención. Esto con el fin de conocer y encontrar más características que distingan el logo al momento de ser creado y publicado. Y así es como las encuestas permitieron recopilar la información y al momento de tabular, se encontraron hallazgos distintivos; gracias a estos y a la información existente sobre el proyecto se idealizaron diferentes propuestas para la imagen institucional. Estas ideas son presentadas en el siguiente capítulo basándose en la información presentada en este apartado.

# CAPITULO III

Este capítulo es el producto de una recopilación de datos cuyo objetivo es plantear algunas ideas sobre elementos propios de cada lugar, en el que se implementará el proyecto Red de Escuelas Taller, en este caso en el municipio de Izalco y el departamento de Santa Ana.



## Ideas Preliminares

La recopilación de datos ayudó a obtener un respaldo y bases sólidas para la realización de cada una de las artes que componen el manual de identidad corporativa, desde el logo hasta la papelería a utilizar. Para ambos lugares antes mencionados (Santa Ana e Izalco), se planea realizar el mismo proyecto, a pesar de esto las necesidades son diferentes y la cultura de cada uno está bien establecida, teniendo en cuenta que el objetivo del proyecto es estimular los oficios propios de cada zona enfocando como público meta a los jóvenes de ambos sexos; por lo que se vio la necesidad de personalizar cada manual de identidad, creando así un logo para cada lugar. Es importante mencionar que al inicio la institución SECULTURA contaba con la necesidad de este proyecto, pero no tenía una idea base de cómo querían identificarlo, se encontraban abiertos a las sugerencias logradas con las encuestas; en cuanto a color, tipografía y forma, su enfoque principal era comunicar la propuesta de Escuelas-Taller al público meta y este se sintiera identificado con el logo (y toda la imagen institucional) y así lograr la participación en las Escuelas – Taller.

Se decidió utilizar una línea grafica conceptual-minimalista para los dos manuales obteniendo limpieza y orden en cada una de las artes, teniendo en cuenta que la institución así lo necesitaba. Cuando se habla de minimalismo se refiere a reducir las artes a lo esencial despojando elementos sobrantes, el minimalismo es una tendencia donde la estructura se reduce a los elementos necesarios. En el caso de los logos se ha retomado este método artístico para dar a conocer los elementos esenciales que hacen referencia a las Escuelas-Taller.

El conceptualismo trata sobre las ideas: estas son más importantes que el objeto creado. La idea de la obra o arte realizado prevalece sobre sus aspectos formales, quedando la resolución final como mero soporte.

Es decir, el concepto es muy importante y se complementará con la simbología o artes creados. Es de resaltar que una idea no es un concepto sino que el concepto surge de la idea en sí, y esto se logra madurando y analizando las ideas preliminares para parir uno o varios conceptos los cuales llevan al siguiente paso: la creación de un arte, en este caso la creación de los logos y toda la identidad corporativa.

### **3. Conceptualización de la muestra práctica**

Para crear y conceptualizar una línea grafica a utilizar en un manual de identidad corporativa, es necesario conocer el tipo de público meta al que ésta va dirigida y cómo la institución con la que se trabaja quiere ser vista como tal. Por lo que se hizo necesario realizar un diagnóstico en los lugares destinados por medio de encuestas, observación de campo y entrevistas con personas residentes de cada municipio y departamento. Con estos datos obtenidos se proseguirá con la valoración y creación de una serie de bocetería de logotipo basada en los datos revelados por las encuestas, recordando que el medio más útil para el desarrollo de ideas preliminares es el dibujo a mano alzada, para luego ser entregados a la institución y esperando que estos llenen las expectativas necesarias.

Si esta primera línea de bocetería no cubre las expectativas de SECULTURA en cuanto a lo que ellos necesitan, se espera la valoración y corrección respectiva para crear una segunda serie de bocetos basados en las correcciones y sugerencias de la institución, hasta lograr una propuesta satisfactoria en cuanto al logo y a la línea grafica que se trabajará; y así dar paso a la realización de todo el manual de identidad corporativa, la cual consta con una serie de papelería que la institución ha pedido previamente, la cual es en su mayoría con la que ellos trabajan, como lo son página membretada, gafetes, sobres institucionales, tarjetas de presentación, memorándum, carpeta corporativa y caratula de CD.



La línea gráfica a trabajar desde el logotipo y el manual será minimalista (como se explicó al inicio de este capítulo), esta utiliza elementos básicos, y se le relaciona a todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio no necesario. La intención del minimalismo, es generar sentido a partir de lo mínimo; esto requiere simplificar los elementos utilizados, apelando a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples que ayuden a un fácil entendimiento del elemento trabajado. Una aproximación entre definir, diferenciar y transmitir una propuesta de diseño a través de una línea grafica minimalista, que represente elementos y herramientas básicas de los oficios a impartir en cada uno de los lugares se vuelve el elemento clave para la realización de las artes, y la diferenciación que se busca lograr entre un lugar y el otro, recalcando que la forma y línea de cada logo es un **isologotipo** y este se conforma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos.

Para la realización de cada uno de los símbolos del logotipo, la base será el oficio del hierro forjado debido a que las encuestas este se ve reflejado con una mayor preferencia. Mediante esta técnica se verán integrados todos los elementos, los cuales son herramientas de trabajo relacionadas con los otros oficios a impartir, esto se verá reflejado en todas las líneas curvas que también tienen una relación con el estilo barroco, muy característico en el tratamiento de los balcones de la zona central de los dos lugares; en especial el lugar donde se ubicarán las Escuelas – Taller tiene como elemento característico este tipo de estilo arquitectónico.

La tipografía es un elemento igual de importante que la imagen o símbolos, es una herramienta de comunicación directa, esta debe ser legible, clara y no competir con los símbolos y crear así un equilibrio. Para la creación de una buena combinación se utilizarán dos estilos de tipografía en cada uno de los logos.



El tratamiento del color en el logo del municipio de Santa Ana es generado por la relación de los tonos naranjas con el barro en la cerámica, oficio que será impartido en la Escuela–Taller.

Estipulado el logo de cada una de las Escuelas–Taller se trabaja la papelería de cada uno de los manuales de identidad corporativa, está a simple vista es limpia y puntual, contando cada una con su logo respectivo para identificarse. Se utilizara la marca de agua de una manera sutil para que esta no intervenga con la información al momento de cumplir con su finalidad, gracias a los espacios y tamaños establecidos por la institución, la carpeta corporativa contará con una serie de ilustraciones de herramientas de los diferentes talleres para crear un concepto llamativo y juvenil.

### **Conceptualización de los logotipos.**

En el primer avance de bocetería de los logos, de Santa Ana e Izalco se retoman algunas de las ideas mencionadas en los párrafos anteriores, como por ejemplo la gama de colores y objetos representativos de las zonas. A partir de esto surgen varias propuestas de logos con diferentes conceptos y diseños. Para estas primeras propuestas se conceptualizo, basándose en actividades o lugares característicos y representativos. En el caso de Santa Ana su fuerte fue la iglesia Santaneca con la cual se identifican muchos de sus ciudadanos y para Izalco una actividad muy popular conocida como arte de papel picado .También se tomó en cuenta realizar logos solo con tipografía para conocer mejor el gusto del cliente.

A pesar de la variedad, no llenaron las expectativas de este ya que en su visión esta, la cercanía de ambos logos con el de la Escuela-Taller de Bogotá. Debido a esto se hace hincapié en las observaciones y se fundamenta la creación y diseño en las herramientas que se utilizan en los talleres, manteniendo la gama de los colores. Luego de un segundo avance de bocetería se crean los logos que quedaran como el “rostro” de ambas Escuelas-Taller.



**Imagen N° 1**  
**Propuesta logotipo Izalco**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 2**  
**Propuesta logotipo Santa Ana**  
**Fuente: Elaboración propia**

### **3.1 Creación del manual de Identidad Corporativa de la Escuela-Taller de Santa Ana.**

Un Manual de Identidad Corporativa, es el indicador de como deberá de utilizarse el Logotipo que se ha creado (imagen Institucional). Contiene las normativas básicas para su uso correcto al igual que las partes correspondientes al Logotipo como el color, símbolos y tipografía corporativa.

Para el proceso de creación se ha iniciado desde las ideas más generales a las más específicas tomando en cuenta los datos antes vistos (información recopilada en las encuestas) en el capítulo anterior. Lo inicial es crearle el rostro a la empresa, y ese será el primer paso.



### 3.1.1 Creación de Logotipo

Logotipo Escuela-Taller Santa Ana.



**Imagen N° 3**  
**Arte final logotipo Santa Ana**  
**Fuente: Elaboración propia**

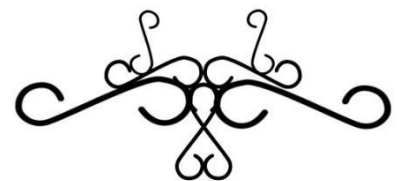
Se sabe que el logotipo debe de ser un símbolo o imagen que represente a la Institución o al proyecto. El color, la tipografía, y todo lo que lo complementa debe estar bajo la misma línea gráfica para que sea congruente.

Para el caso en proceso de la Escuela-Taller de Santa Ana se ha destinado un logotipo el cual comprende símbolos y textos.

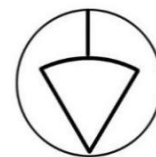
Simbología: este logo está inspirado en el deseo de hacer uso de los diferentes oficios y artesanías que se impartirán en dicha Escuela-Taller.

Uno de los oficios tomados en cuenta para conceptualizar el logotipo es el de Hierro Forjado, esto se refleja en la cantidad de líneas curvas las cuales forman una estructura base.

Esa base contiene la figura de una herramienta importante llamada péndulo; esta es utilizada en las construcciones arquitectónicas para nivelar.



**Imagen N°4**  
**Simbología componente del logo**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N°5**  
**Simbología componente del logo**  
**Fuente: Elaboración propia**



Otras herramientas importantes son los clavos y martillos utilizados para la carpintería.

Si bien se ha recreado gráficamente los diferentes oficios para que la simbología implementada permita al logotipo hablar por sí mismo y ser visualmente atractivo, de esta manera poder cumplir con su objetivo.



**Imagen N°6**  
**Simbología componente del logo**  
**Fuente: Elaboración propia**

Tipografía:

Es de un uso complementario al logotipo, se ha utilizado dos tipos de familias tipográficas.

La primera es de la familia tipográfica llamada Litos Pro Regular, esta fuente se

**ESCUELA TALLER**  
**LITOS PRO REGULAR**

**Imagen N°7**  
**Tipografía del logotipo**  
**Fuente: Elaboración propia**

adecua al logotipo porque tiene fuerza, firmeza y presencia; esto es necesario debido a que la simbología atrae mucha atención y es necesario lograr un equilibrio visual en la imagen. Ya que el

receptor al ver el logotipo se da cuenta (indirectamente) que el peso visual está al centro, luego sube y vuelve a bajar, terminando la observación del logotipo en el texto. Entonces se dice que el receptor ve el símbolo el cual capta su atención y antes de hacerse la pregunta sobre ¿esto qué es? Ya la ha resuelto mientras termina de ver el logotipo completo.



La segunda fuente tipográfica viene de la familia Rage italic, la función de esta es darle secuencia al movimiento que se ve generado en el logo con líneas curvas y circulares, no es una tipografía secundaria sino más bien complementaria para el equilibrio visual adecuado. El uso de una tipografía menos estilizada es con la función de que el receptor se sienta identificado, y desee hacerse participe o informarse de la institución representada.

*Santa Ana*  
*Rage italic*

**Imagen N°8**  
**Tipografía del logotipo**  
**Fuente: Elaboración propia**

Colores corporativos:

La pieza principal del logo está realizada en blanco y el fondo es el que se muestra atractivamente colorido.

El pantone utilizado es el número 1525c, este color representa los naranjas generados por el barro en la cerámica, oficio artesanal que también está comprendido en la enseñanza de la Escuela-Taller.



**Imagen N°9**  
**Pantone utilizado en el logotipo**  
**Fuente: Elaboración propia**

### 3.1.2 Normas para el buen uso de la marca

Para que las metas del logotipo se cumplan tal y como se desea, es necesario seguir las normas y tomar en cuenta las herramientas básicas que se han creado para quien desee trabajarlo tenga como incorporarlo. Este es el segundo paso.



Versiones correctas:

Se han creado normativas del uso correcto del logotipo, esto es con el fin de no quitarle fuerza y de que cumpla con su función.

Siempre que sea posible ha de usarse el logotipo en su versión principal, y en el caso que no sea posible por razones técnicas se usara en blanco y negro.

**Versión principal**



**Versión principal negativo**



**Versión blanco y negro**



**Versión blanco y negro negativo**



**Imagen N°10**  
**Versiones correctas del logotipo**  
**Fuente: Elaboración propia**



### Aplicaciones correctas:

Esta es una normativa importante ya que dicta el uso del logotipo en diferentes fondos, para lograr la máxima legibilidad, visibilidad y contraste y así mantener equilibrado el peso visual. Aquí se muestran unos ejemplos de la aplicación del logo en diferentes fondos. Por lo general los mejores tonos a utilizar para no perder el equilibrio son claro (blancos o saturación de luz) y oscuro (ausencia de luz o negro), dependiendo de la tonalidad del fondo, si es un fondo claro se utiliza el logotipo en negro y si es un fondo oscuro en blanco.



Fondo no corporativo claro.



Fondo no corporativo oscuro.



Fondo fotográfico claro.



Fondo fotográfico oscuro

**Imagen N°11**  
**Aplicaciones correctas del logotipo**  
**Fuente: Elaboración propia**



Aplicaciones incorrectas:

El logotipo debe de respetarse en cuanto a forma y tamaño. En ningún caso deben hacerse modificaciones. Sus medidas relativas son determinadas por criterios de composición y funcionalidad. Es de recordar: el éxito del logotipo depende del buen uso que se le dé y de cómo se respeten las normas básicas. Aquí unos ejemplos sobre su mal uso:



Aplicacion incorrecta de color



Porcentajes de color



Deformacion



Espacio incorrecto



Ocultacion



Tipografia incorrecta

**Imagen N° 12**  
**Aplicaciones incorrectas del logotipo**  
**Fuente: Elaboración propia**



### 3.2 Aplicaciones de la marca

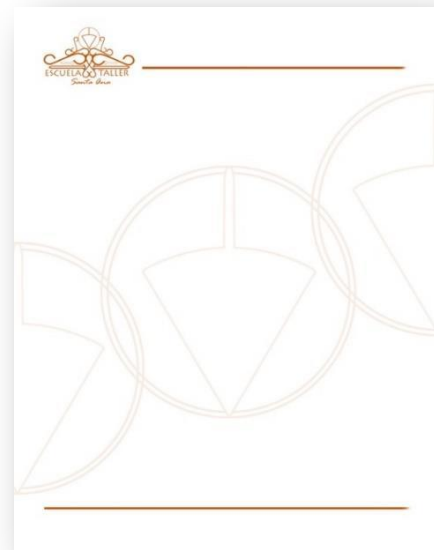
Comprende todo lo que se relaciona con la presentación de la institución de manera oficial, está compuesto por: página membretada, memorándum, tarjetas de presentación, sobre institucional, marca páginas, carpeta corporativa, caratulas de CD y DVD, planilla de contenidos digitales.

Página membretada:

Es parte fundamental de la papelería institucional para el uso exclusivo de la Escuela Taller de Santa Ana. En el formato de tamaño carta y tamaño A4 en su diseño se encuentran la figura del péndulo que se utiliza en el logo y una marca de agua como decoración. Así también en la parte superior se encuentra al lado izquierdo el logo de la escuela taller acompañada de una franja o línea delgada que finaliza en degradado, únicamente como detalle decorativo, ambos del color institucional.



**Imagen N°13**  
**Formato tamaño A4**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N°14**  
**Formato tamaño Carta**  
**Fuente: Elaboración propia**



## Memorándum:

Documento cuya función es para comunicar un mensaje dentro de la institución y fuera de ella, su diseño mantiene la misma línea grafica que en las páginas membretadas, una marca de agua de la figura del péndulo, y en su parte superior el logo de la Escuela Taller y las franjas o líneas del color institucional.



**Imagen N°15**  
**Diseño de memorándum**  
**Fuente: Elaboración propia**



### Tarjetas de presentación:

Con el propósito de compartir datos de contacto de la institución y su personal, constan de 4 diseños diferentes para una presentación más dinámica gracias al uso de los colores institucionales.

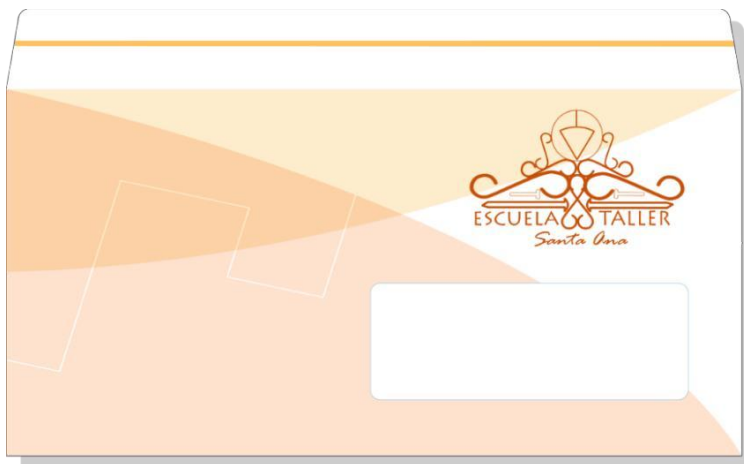


**Imagen N°16**  
**Diseños para tarjetas de presentación**  
**Fuente: Elaboración propia**

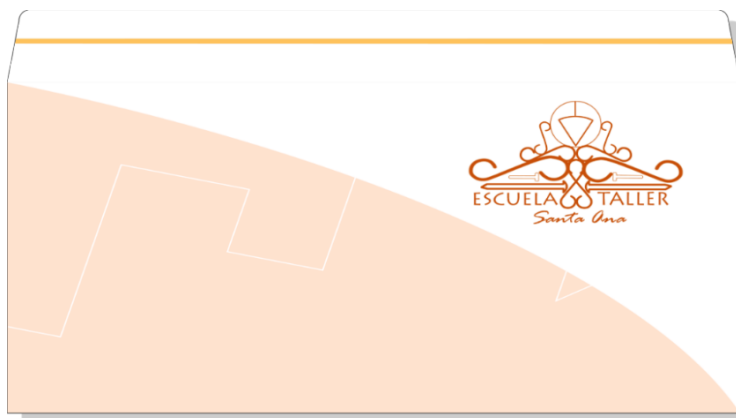


### Sobres institucionales

Su diseño consiste en figuras básicas opacas con los colores institucionales como fondo y al lado derecho sobre el espacio de la ventana se ubica el logo de la Escuela Taller y una franja de color en la pestaña de cierre.



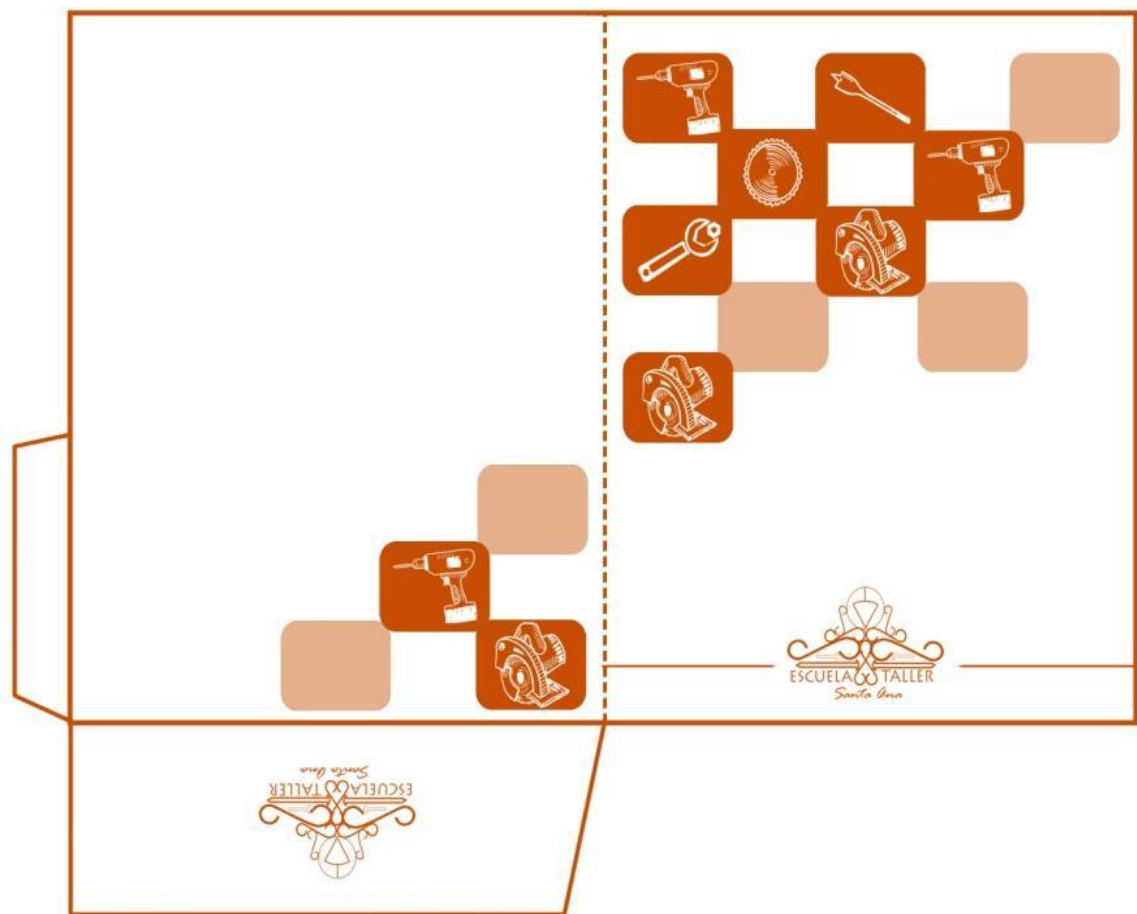
**Imagen N°17**  
**Sobre institucional con ventana**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N°18**  
**Sobre institucional sin ventana**  
**Fuente: Elaboración propia**

## Carpeta

El objeto utilizado comúnmente es para archivar, transportar y presentar toda la papelería de una forma diferente y única, cuenta con un diseño relacionado siempre con la línea gráfica utilizada; este debe ser impreso en formato horizontal.

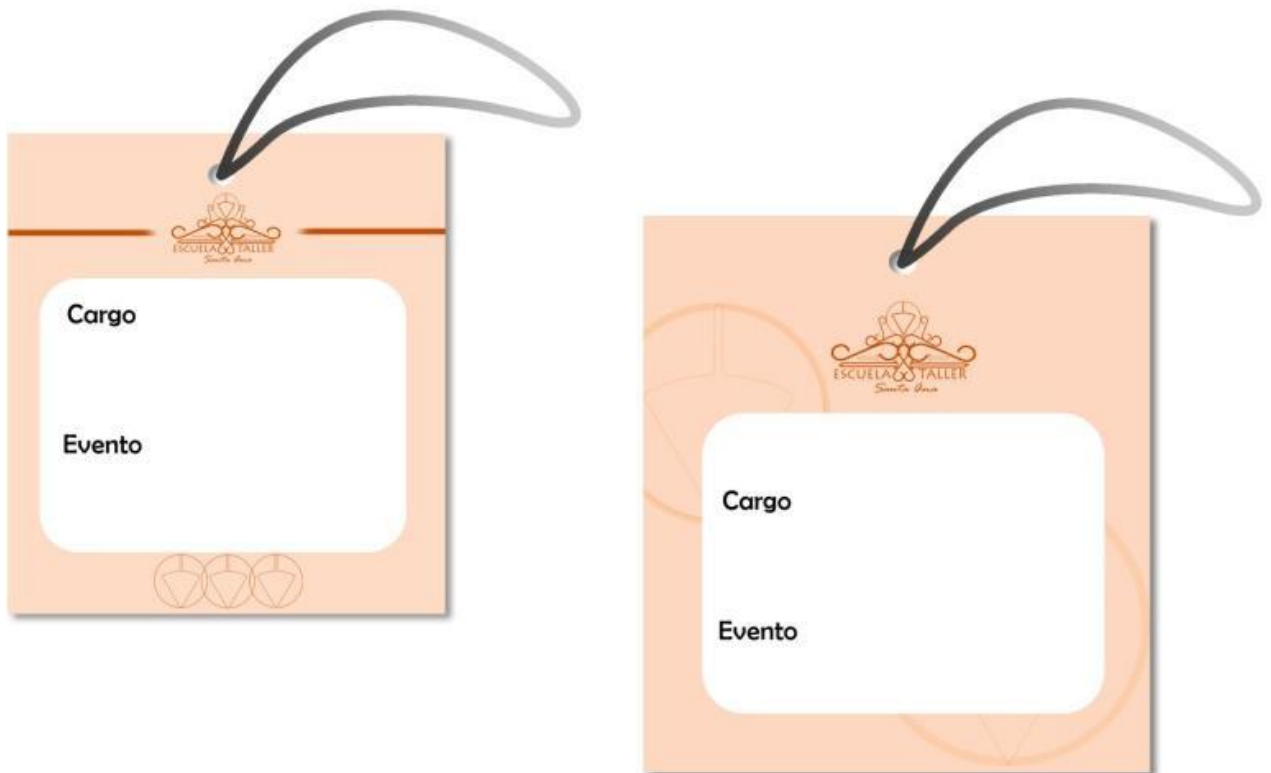


**Imagen N°19**  
**Carpeta Institucional**  
**Fuente: Elaboración propia**



## Gafetes para eventos

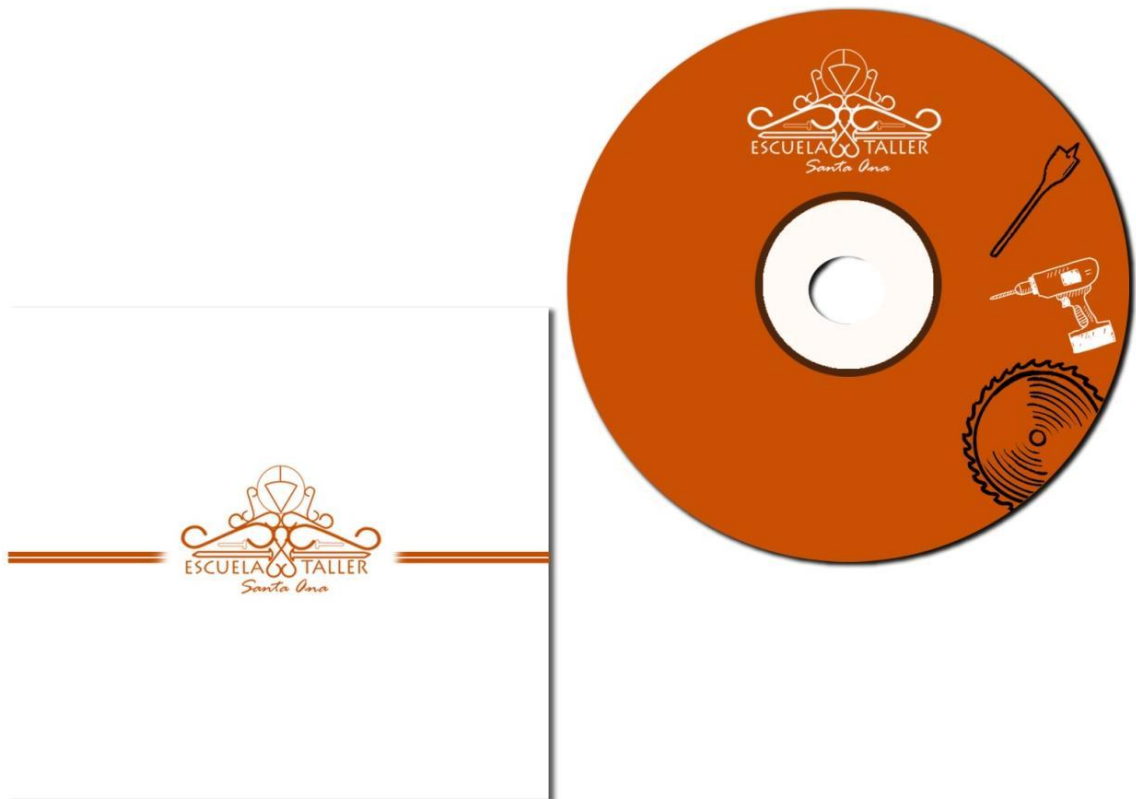
Este tipo de credenciales para personal permanente, eventual, operativos de campo, están debidamente identificados con el logo de la Escuela- Taller, dejando un espacio en blanco para poder ubicar datos que la institución crea necesarios.



**Imagen N°20**  
**Gafetes para eventos**  
**Fuente: Elaboración propia**

## Adhesivo para CD y caratula

Con el propósito de ayuda a la institución a identificar y diferenciar todo tipo de información ya sea dentro o fuera de esta, su diseño está relacionado con las imágenes de la carpeta y manteniendo la línea minimalista.



**Imagen N°21**  
**Adhesivo para CD y caratula**  
**Fuente: Elaboración propia**



### 3.3 Creación del manual de Identidad Corporativa de la Escuela-Taller de Izalco

#### 3.3.1 Creación de Logotipo:

Logotipo Escuela-Taller Izalco.



**Imagen N°22**

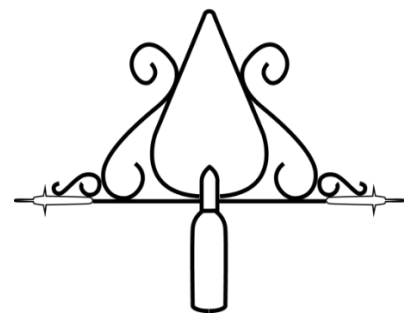
**Arte final logotipo Izalco**

**Fuente:** Elaboración propia con referencia al uso de los iconos en los logos por la imagen de la Escuela Taller de Bogotá

Este logotipo se trabajó de igual manera que el de Santa Ana. Siendo siempre un símbolo o imagen el cual representa a la Institución o al proyecto, tomando como referencia el logo de la Escuela taller de Bogotá en el uso de un icono importante como punto de equilibrio visual al logo, en este caso el icono es la cuchara

Simbología: el logo tiene como fundamento para su creación la representación de las diferentes artes y oficios que se impartirán en la Escuela-Taller.

Una de las principales características es la estructura con semejanza al hierro forjado, todas sus curvas y líneas dan un detalle estético al logo, siendo uno de los oficios que se pondrán en práctica en el proyecto,



**Imagen N° 23**

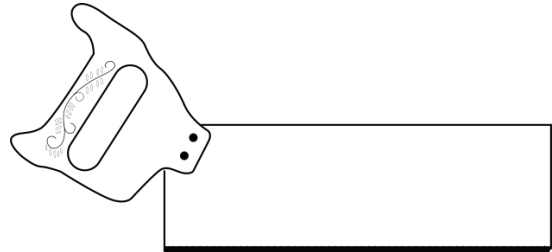
**Simbología componente del logo**

**Fuente:** Elaboración propia



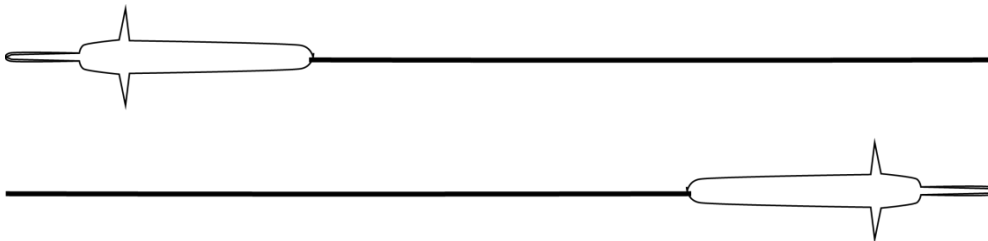
también la representación de la "cuchara" de albañil como herramienta característica de dicho oficio.

Otra herramienta importante es el serrucho de ebanista, con un tamaño menor al serrucho regular y un mango mejor ubicado para el manejo correcto, ya que es utilizado para realizar muchos detalles dentro del oficio de la carpintería.



**Imagen N°24**  
**Simbología componente del logo**  
**Fuente: Elaboración propia**

Como parte de la base se encuentra representados los puntos positivos y negativos del tester que es una herramienta utilizada por los electricistas para conocer medidas de voltaje.



**Imagen N°25**  
**Simbología componente del logo**  
**Fuente: Elaboración propia**

Así es como se han incorporado diferentes herramientas de oficios y artes en el logo de la Escuela-Taller, para darle un toque de originalidad a la imagen de la institución.



Tipografía: es de un uso complementario al logotipo, se ha utilizado tres tipos de familias tipográficas, en el logo y dentro del manual.

**IZALCO**  
*Viner Hand ITC*

Imagen N° 26  
Tipografía usada en el logotipo  
Fuente: Elaboración propia

La primera es de la familia tipográfica llamada Viner Hand ITC, esta fuente se adapta al logotipo porque tiene fuerza y presencia; es necesario ya que el icono del logo genera mucha atención al observarlo, así es como se determina el uso de esta fuente para utilizarla, ya que nos

provee del equilibrio que buscamos representar en nuestra imagen.

**IZALCO**  
**Century Gothic**  
**BOLD**

Imagen N° 28  
Tipografía usada en el logotipo  
Fuente: Elaboración propia

La segunda fuente tipográfica viene de la familia Century Gothic Bold, que cumple la función de resaltar los diferentes temas y secciones dentro del manual, no principal a utilizar dentro del manual.

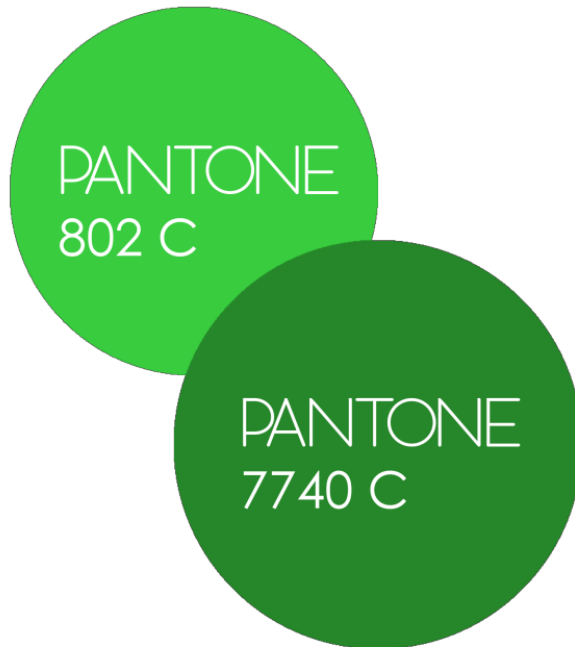
**IZALCO**  
*bubbleboddy light*

Imagen N° 27  
Tipografía usada en el logotipo  
Fuente: Elaboración propia

La tercera fuente tipográfica es de la familia Bubbleboddy light, escogida por brindar un aspecto estéticamente sobrio al texto para que su lectura sea más dinámica y no cansada por el tipo de fuente que se utilice para redactar el contenido.



Colores corporativos: La pieza principal del logo está realizada en blanco y el fondo es el que se muestra atractivamente colorido.



**Imagen N° 29**  
**Pantone utilizado en el logotipo**  
**Fuente: Elaboración propia**

El pantone utilizado para nuestro color principal es el número 7740c y el secundario es el 802 C, los colores verdes representan equilibrio, crecimiento y estabilidad, grandes aspectos que también están comprendidos en la enseñanza y formación dentro de la Escuela-Taller.

### **3.3.2 Normas para el buen uso de la marca.**

Para que las metas del logotipo se cumplan tal y como se

desea, es necesario seguir las normas y tomar en cuenta las herramientas básicas que se han creado para quien desee trabajarlo tenga como incorporarlo. Este es el segundo paso.

Versiones correctas:

Se han creado normativas del uso correcto del logotipo, esto es con el fin de no quitarle fuerza y de que cumpla con su función. Siempre que sea posible ha de usarse el logotipo en su versión principal, y en el caso que no sea posible por razones técnicas se usara en blanco y negro.



Versión principal



Versión principal negativo



Versión blanco y negro



Versión blanco y negro negativo



**Imagen N°30**  
**Versiones correctas del logotipo**  
**Fuente: Elaboración propia**

Aplicaciones correctas:

Esta es una normativa importante ya que dicta el uso del logotipo en diferentes fondos, para lograr la máxima legibilidad, visibilidad y contraste y así mantener equilibrado el peso visual. Aquí se muestran unos ejemplos de la aplicación del logo en diferentes fondos. Por lo general los mejores colores a utilizar para no perder el equilibrio son el blanco y el negro, dependiendo de la tonalidad del fondo, si es un fondo claro se utiliza el logotipo en negro y si es un fondo oscuro en blanco.

Creación de Imagen Institucional: proyecto "Red de Escuelas-Taller para la formación de oficios tradicionales" a través de SECULTURA, en la Ciudad de Santa Ana y Municipio de Izalco.



**Imagen N° 31**  
**Aplicación logo sobre fondo claro**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N°32**  
**Aplicación logo sobre fondo oscuro**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N°33**  
**Aplicación de logo sobre fotografía**  
**Fuente: Elaboración propia**



### Aplicaciones incorrectas:

El logotipo debe de respetarse en cuanto a forma y tamaño. En ningún caso debe de hacerse modificaciones. Sus medidas relativas son determinadas por criterios de composición y funcionalidad. Hay que recordar que el éxito del logotipo depende del buen uso que se le dé y de cómo se respeten las normas básicas Aquí unos ejemplos sobre su mal uso.



**Imagen N° 34**  
**Aplicación incorrecta de color de fondo**  
**Fuente: Elaboración propia**

### Deformación.



**Imagen N° 35**  
**Logotipo alargado**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N ° 36**  
**Logotipo encogido**  
**Fuente: Elaboración propia**

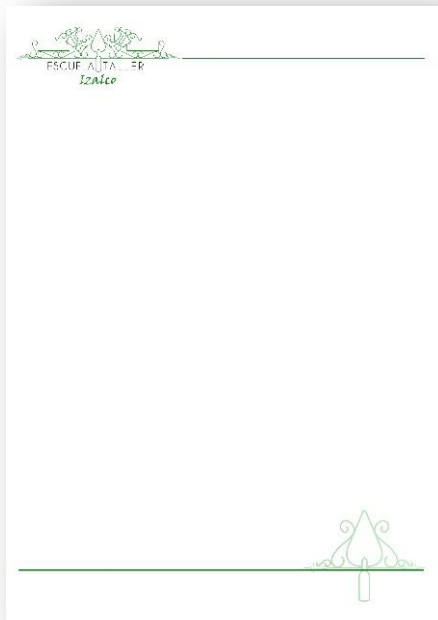


### 3.4 Aplicaciones de la marca

Comprende todo lo que se relaciona con la presentación de la institución de manera oficial, está compuesto por: página membretada, memorándum, tarjetas de presentación, sobre institucional, marca páginas, carpeta corporativa, caratulas de CD y DVD, planilla de contenidos digitales.

Página membretada:

Es parte fundamental de la papelería institucional para el uso exclusivo de la Escuela-Taller de Izalco. En el formato de tamaño carta y tamaño A4 en su diseño se encuentran utilizado el logo en la esquina superior izquierda y como una marca de agua encontramos como decoración la cuchara que se utiliza para la albañilería en la esquina inferior derecha, acompañada de una franja o línea delgada únicamente como detalle decorativo, ambos del color institucional.



**Imagen N°37**  
**Formato tamaño A4**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 38**  
**Formato tamaño Carta**  
**Fuente: Elaboración propia**



### Memorándum:

Documento cuya función es para comunicar un mensaje dentro de la institución y fuera de ella, su diseño mantiene la misma línea grafica que en las páginas membretadas, pero sin la marca de agua de la cuchara de albañilería, y en su parte superior el logo de la Escuela Taller y las franjas o líneas del color institucional.

ESCUELA TALLER  
Izalco

**MEMORANDUM**

Fecha:

Para:

De:

Asunto:

Direccion y contactos:

**Imagen N° 39**  
**Diseño de memorándum**  
**Fuente: Elaboración propia**

Tarjetas de presentación:

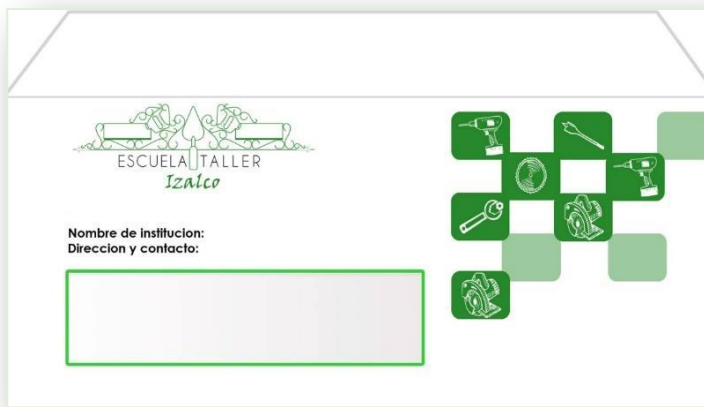
Con el propósito de compartir datos de contacto de la institución y su personal, constan de 4 diseños diferentes para una presentación más dinámica gracias al uso de los colores institucionales.



Imagen N° 40  
Diseños para tarjetas de presentación  
Fuente: Elaboración propia

## Sobres institucionales

Su diseño consiste en figuras básicas opacas con los colores institucionales como fondo y al lado derecho sobre el espacio de la ventana se ubica el logo de la Escuela Taller y una franja de color en la pestaña de cierre.



**Imagen N°41**  
**Sobre institucional con ventana**  
**Fuente: Elaboración propia**



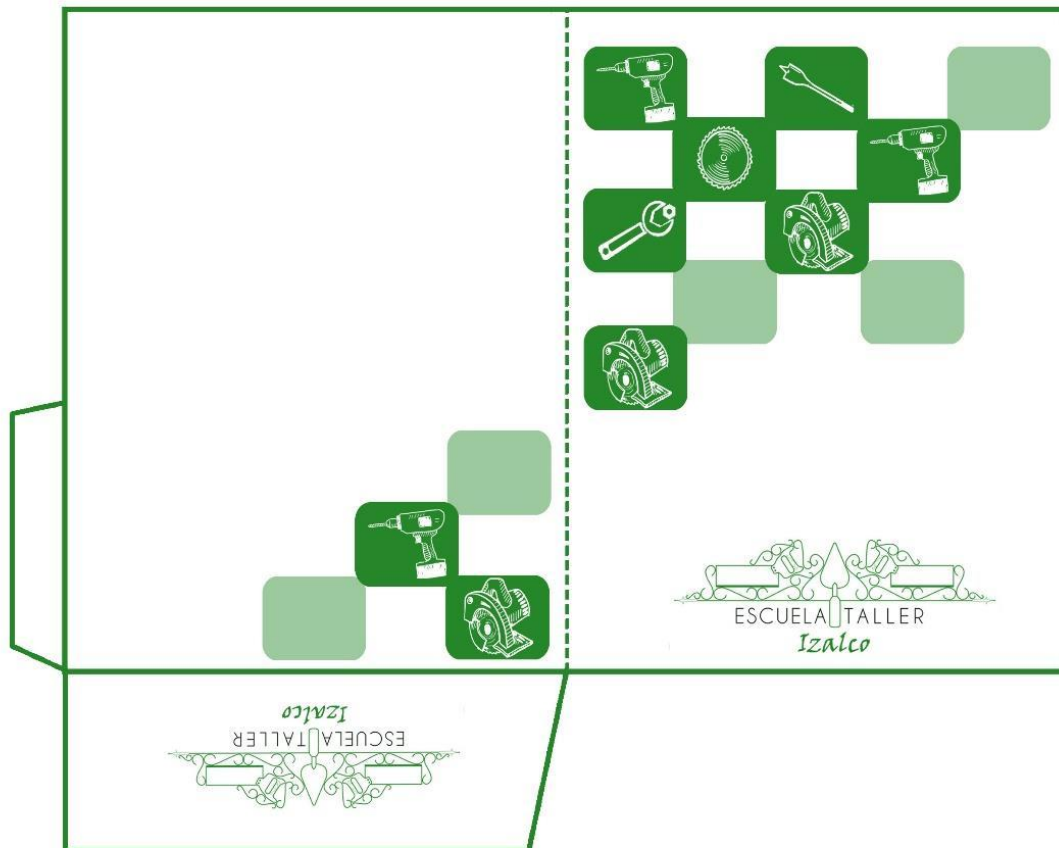
**Imagen N°42**  
**Sobre institucional sin ventana**  
**Fuente: Elaboración propia**



## Carpeta

El objeto utilizado comúnmente es para archivar, transportar y presentar toda la papelería de una forma diferente y única, ya que cuenta con un diseño relacionado con toda la papelería; este debe ser impreso en formato horizontal

## Carpeta Corporativa



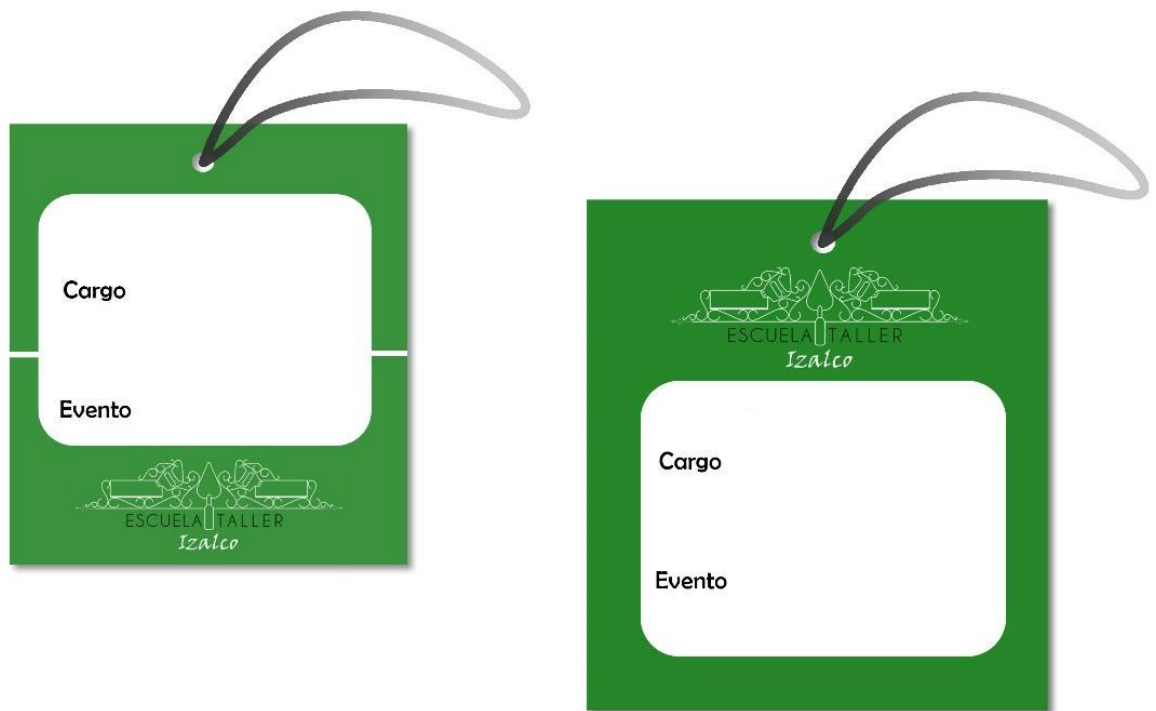
**Imagen N° 43**  
**Carpeta Institucional**  
**Fuente: Elaboración propia**



## Gafetes para eventos

Este tipo de credenciales para personal permanente, eventual, operativos de campo, están debidamente identificados con el logo de la Escuela- Taller, y manejando siempre la gama de colores corporativos correspondientes dejando un espacio en blanco para poder ubicar datos que la institución crea necesarios.

## Gafetes para eventos



**Imagen N° 44**  
**Gafetes para eventos**  
**Fuente: Elaboración propia**



### Adhesivo para CD y caratula

Con el propósito de ayuda a la institución a identificar y diferenciar todo tipo de información ya sea dentro o fuera de esta, su diseño está relacionado con las imágenes de la carpeta y manteniendo el uso de los colores corporativos junto a la modalidad del concepto del logo.



**Imagen N°45**  
**Adhesivo para CD y caratula**  
**Fuente: Elaboración propia**



## Conclusión

Un manual de identidad corporativa es la carta de presentación de una institución y de esta depende el efecto que creara en el público meta, en ella se define desde lo que es un isologotipo, los colores corporativos, la tipografía y otros aspectos de diseño; a la instrucción le será de mucha ayuda contar con una carpeta corporativa para cada una de las Escuelas - Taller ya que así podrán identificar y establecer cada elemento como propio de esta, recordando que es una guía técnica que debe ser revisada de manera detenida, para el buen manejo y uso de los elementos evitando así el mal empleo de esta. La línea grafica utilizada ha sido la más acertada ya que se relaciona con la seriedad del proyecto pero manteniendo una forma dinámica y juvenil, que creara una relación con el público meta encuestado.

Recordando que fue de mucha ayuda la recopilación de datos y la observación de campo para la creación y conceptualización de los manuales, conectando a la institución y publico meta con cada una de las artes creadas.

## 4. Validación de la muestra práctica

Para dar por finalizada la creación de una imagen institucional debe de validarse el contenido, es decir hacer un censo entre las personas o empresas interesadas (cliente/es) para conocer la aceptación y eficacia que esta tiene. Y así saber a cabalidad qué tan cerca se cumplieron los objetivos planteados al inicio del proyecto. En este caso no solo es presentado por Secultura, también se determina como el cliente específico, el cual validó la muestra a partir de una reunión con el grupo de logística y diseño; calificándola según las indicaciones, datos recopilados, intereses y cumplimiento de objetivos tanto del cliente, el público meta (encuestados) y los diseñadores asignados.

Dentro de la validación de la muestra se encuentra aspectos importantes como presupuesto, recomendaciones, lineamientos, programas a utilizar, material humano, recursos físicos y documentos a utilizar.

***Creación de imagen institucional: "Proyecto Red de Escuelas Taller para la formación de oficios tradicionales" a través de Secultura, en la ciudad de Santa Ana y municipio de Izalco.***

**4.1 Presupuesto.**

Este fue cotizado en la cantidad de 100 unidades por cada arte.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Memorándum impresos en papel bond ,media carta 100	100	0.38	\$37.50
Memorándum impresos en papel bond carta completa	100	0.55	\$55.00
Tarjetas de presentación tamaño a una cara	200	7.91	\$15.82
Troquel de cd	100	2.10	\$31.50
sobre para cd	100	0.35	\$35.00
Paginas membretadas carta.	100	0.55	\$55.00
Paginas membretadas tamaño A4.	100	0.80	\$80.00
Gafetes impresos en papel cover 80 barnizados brillante.	100	0.38	\$38.00
Sobre institucional	100	0.80	\$80.00

**4.2 Recomendaciones.**

En el manual de imagen institucional se especifica el correcto tratamiento desde el inicio del proceso de creación de la imagen (Logo, colores institucionales y



línea gráfica) hasta la finalización de este (Papelería institucional y uso de la marca en promocionales diversos, etc.).

De esta forma se deja un patrón sin errores, a seguir para situaciones ó acciones que incluyan el manejo de la imagen institucional del proyecto.

### **4.3 Lineamientos.**

Estas son las herramientas para el desarrollo del proyecto:

#### **4.3.1 Programas a utilizar:**

Adobe Photoshop: programa base del paquete de Adobe utilizado para la creación de la línea gráfica a usar dentro de los manuales, así como también el desarrollo de la papelería institucional y las aplicaciones de la marca.

Adobe illustrator: programa utilizado en la creación y estilización de los logos para el proyecto, y también en la maquetación de los manuales.

#### **4.3.2 Material Humano:**

Equipo de 3 Diseñadores Gráficos para investigación y creación del proyecto.

#### **4.3.3 Recursos Físicos:**

3 computadoras

1 cámara profesional

1 tableta wacom

#### **4.3.4 Documento a Utilizar:**

Documento de proceso de grado: Creación de imagen institucional: "Proyecto de red de Escuelas Taller para la formación de oficios tradicionales" a través de Secultura, en la ciudad de Santa Ana y municipio de Izalco.

**Censo de Aceptación de Imagen institucional para "Proyecto Red de Escuelas Taller para la formación de oficios tradicionales" a través de Secultura, en la ciudad de Santa Ana y municipio de Izalco.**

Consultas:	Respuestas:	Valoraciones:
¿La imagen institucional (Manual, logo, contenidos, etc.) identifica al proyecto? Porque:	Si	Destaca el uso de las herramientas en el logo, así como el uso de los colores en ellos da una imagen moderna a cada una de las escuelas taller.
¿Es de fácil comprensión y referencia la imagen institucional con el proyecto? Porque:	Si	La imagen posee referencias claras a los diferentes talleres a impartir en las escuelas taller, lo cual la convierte en identificación significativa con el proyecto.
¿Al observar el manual de imagen institucional y su contenido, considera que posee lo necesario para su correcto uso?	Si	Claramente es la guía adecuada para el desarrollo y uso de la imagen de las escuelas taller.

Estas consultas se realizaron al personal de Secultura involucrado en el proyecto de Escuelas-Taller, tanto en las oficinas centrales como en los lugares a implementar. Las preguntas que se hicieron son estratégicas y puntuales para

descubrir su funcionalidad, aceptación y satisfacción del cliente o SECULTURA. Como se leen las respuestas un “sí” significa la aceptación y satisfacción total de la empresa a la imagen corporativa completa, incluyendo logos y papelería corporativa de ambos lugares. Luego vendrá la implementación de todas las artes y de esta manera puede ya iniciar el proyecto “Red de Escuelas-Taller” en Santa Ana e Izalco ya que ambos lugares cuentan con su “rostro”.



## Corolario

## Conclusiones

El nacimiento de un proyecto nuevo, conduce a un mar de ideas para completarlo, los objetivos y metas fijadas se reflejan al final de la travesía. Cada pieza importante que lo conforme debe de ser estudiada y detalla con precisión para cumplir las metas. La Red de Escuelas-Taller se crea con un fin de ayuda social y superación a quien desee hacerse participe. Esto a través de SECULTURA, da la pauta a una mejoría en los lugares de su destino. Una pieza clave dentro de este trabajo a realizarse era la manera ideal de darse a conocer, y entablar comunicación con el público al que se dirige, es aquí en este punto donde se descubre la necesidad emergente, se hace hincapié en la ausencia de "algo" clave, la inexistencia de la imagen institucional.

A través de investigación de estudio y reuniones con los creadores intelectuales del proyecto, de investigación en la historia de Santa Ana e Izalco, de conocer los oficios que impartirán, el perfil de los receptores, y otros datos siempre relevantes, se logra satisfactoriamente obtener la información y detalles que identificaran el proyecto, procediendo así con la construcción de las artes finales que conformaran todo la carpeta de la imagen institucional.

Es importante destacar que son dos zonas diferentes en las que se llevara a cabo, por ende son dos Escuelas-Taller, entonces la necesidad se vuelve doble, ya no es la investigación solo para un lugar sino que es para dos, esto se realiza por separado con encuestas como herramientas de recolección de datos, las cuales son realizadas en los dos sitios, para determinar las características principales y únicas tanto de Izalco como de Santa Ana que formaran parte del trabajo gráfico llevado a cabo.

En conclusión podemos decir que la clave para la construcción de boceteria y luego las artes finales se basa en llevar a cabo un estratégico plan que permita

una recolección de datos claros, precisos y congruentes de los cuales saldrán las características de mayor importancia y serán luego las partes fundamentales del trabajo práctico. Gracias a la herramienta de las encuestas, la metodología utilizada y la profunda investigación histórica y de conceptos se logró concluir con este punto y poder solventar la necesidad existente. A partir de varias propuestas generadas, se logró concluir con la creación de dicha imagen, la cual a partir de su lanzamiento al público se dará a conocer satisfactoriamente.

### **Recomendaciones**

Quedan como recomendaciones gracias a la investigación y creación de este documento las siguientes:

#### **A SECULTURA:**

Desarrollar las actividades publicitarias o cualquier actividad que requiera identificar el proyecto utilizando el manual de uso de imagen institucional, apegándose así al uso correcto e incorrecto en diferentes situaciones para evitar inconvenientes sino más bien impulsar la representación clara y original de la imagen del proyecto.

Esto contribuirá a que no se generen confusiones en el manejo y en la implementación de la imagen de la institución.

#### **Al equipo creativo encargado del proyecto:**

Utilizar los manuales por lo que son: guías prácticas en el uso para manejo y edición de la imagen institucional del proyecto.



## Referencias bibliográficas

AECID (2012) Patrimonio para el Desarrollo. Recuperado de: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RuRqr-wJd24J:www.cooperacionesdesarrollo.es/aecid-programa/patrimonio-para-el-desarrollo/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=sv>

AECID & ISDEMU (2011) Plan de Acción para la equidad de Género, Patrimonio Cultural, Escuela Taller de Suchitoto.

Belén López Vázquez (2007) Publicidad emocional, estrategias creativas, Madrid: Revista comunicación y hombre, Recuperado de:

<file:///C:/Users/Cuellar/Downloads/Dialnet-PublicidadEmocional-2469951.pdf>

Capriotti, P. (2013) Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa.

Herrera, M, & Erquicia, J.(2011) Aproximacion Etnografica al culto popular del Hermano Macario en Izalco, Sonsonate, El Salvador. Recuperado de: <http://redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/688/1/56803.pdf>

Ibañez Padilla, G. (2013) Imagen Corporativa.

Ministerio de Cultura, Republica de Colombia (2011) Programa Nacional Escuelas Taller Colombia Herramientas de Paz. Recuperado de: <http://programaescuelastallercolombia.com/libro/index.html>

PNUD, UNESCO, (2013) Informe sobre la Economía Creativa.

Proyecto Escuela-Taller de artes y oficios (2010) SECULTURA.



Rodriguez & Herrera (2007) Agua e Identidad Etnica en Izalco, Republica de El Salvador. Recuperado de: <http://www.colpos.mx/asyd/volumen4/numero2/asd-08-006.pdf>

[Tous Mata](#), M. (2007) Patrimonio Arquitectónico Histórico Artístico de Santa Ana y Sonsonate, El Salvador: Boletín Americanista, N°47, 203-214. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/BoletinAmericanista/article/view/98697/146665>

### Referencias web

Cumbre social andina (2013)  
<http://www.parlamentoandino.org/csa/documentos-de-trabajo/informes-ejecutivos/35-integracion-social-y-erradicacion-de-la-pobreza.html>

Diciembre 04 (2011) Recuperado de:  
<http://es.slideshare.net/ClasesEnWeb/campaas-de-benetton>

Elisa María Canjura (2010) Seminario de investigación  
<http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/DGR/ADAC0000824.pdf>

Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo, Colombia  
[www.eaosd.org](http://www.eaosd.org)

Escuela Taller de Capacitación en Restauración de Puebla, México  
[www.direcciondepatrimoniopuebla.wordpress.com/](http://www.direcciondepatrimoniopuebla.wordpress.com/)

Fontana, Ruben, Ediciones Infinito, Buenos Aires (2000) Recuperado de:  
[http://www.farq.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno\\_grafico\\_para\\_la\\_gente\\_frascara.pdf](http://www.farq.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_gente_frascara.pdf)

Creación de Imagen Institucional: proyecto "Red de Escuelas-Taller para la formación de oficios tradicionales" a través de SECULTURA, en la Ciudad de Santa Ana y Municipio de Izalco.



Historia de techo (2012) <http://www.techo.org/paises/elsalvador/mira/>

La verdad Quintana Roo (2013) Artículo Recuperado de:

<http://www.laverdadnoticias.com/google-destapa-el-machismo-y-la-violencia-de-genero-en-el-mundo/306990/>

Perez Ansaldi, Emiliano, Septiembre 26 (2012) Blog de marketing online  
Recuperado de: <http://emilianoperezansaldi.com/marketing-publicidad/la-campana-de-marketing-mas-exitosa-y-mas-cara-de-la-historia/>

PNUD, UNESCO, (2013) Informe sobre la Economía Creativa.  
<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>

Secretaria de inclusión social

[http://www.ciudadmujer.gob.sv/index.php?option=com\\_content&view=article&id=78&Itemid=176](http://www.ciudadmujer.gob.sv/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=176)



## Anexos

**FORMATO DE CUESTIONARIO**  
**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA DE ARTES**

Título de la Investigación:	<b>Creación de la imagen institucional como proyecto de SECULTURA de la "red de escuelas-taller para la formación de oficios tradicionales" a realizarse en el departamento de Santa Ana y municipio de Izalco.</b>
Objetivos de la Encuesta:	<b>Recopilar información para determinar puntos a seguir para la creación de la imagen institucional de la "Red de Escuelas Taller"</b>

Edad: 18 – 20

21 – 23

24 – 25

Sexo: F  M

1. ¿Conoce usted el concepto de Escuela Taller?

Sí  No

Explique: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



---

---

2. ¿Qué oficios tradicionales le gustaría Aprender?

Albañilería

Carpintería

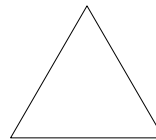
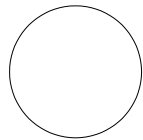
Electricidad

Herrería

Otros:

---

3. ¿Qué figura le llama más la atención?



4. ¿Cuál es la costumbre que más representa su departamento/municipio?

---

5. ¿Qué ícono cree usted que representa más a su departamento/  
municipio?

---



6. ¿Entre las siguientes gamas de Colores cual le llama más la atención?



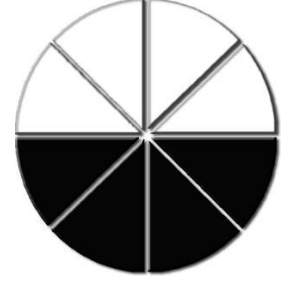
1)



2)



3)



4)

7. ¿Marque con una „X” cuál de estos logos se le hace más fácil recordar?



1)



2)



3)

8. ¿Por qué se caracterizan las personas de Izalco/ Santa Ana de las de otros municipios/departamentos?

Ejemplo: En El Salvador son Perseverantes

En Izalco son:

---



**DEPARTAMENTO DE SANTA ANA.**

**FORMATO DE CUESTIONARIO**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**ESCUELA DE ARTES**

Título de la Investigación:	<b>Creación de la imagen institucional como proyecto de SECULTURA de la "red de escuelas-taller para la formación de oficios tradicionales" a realizarse en el departamento de Santa Ana y municipio de Izalco.</b>
Objetivos de la Encuesta:	<b>Recopilar información para determinar puntos a seguir para la creación de la imagen institucional de la "Red de Escuelas Taller"</b>

Edad: 18 – 20

21 – 23

24 – 25

Sexo: F

M

1. ¿Conoce usted el concepto de Escuela Taller?

Sí

No

Explique: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



---

---

2. ¿Qué oficios tradicionales le gustaría Aprender?

Albañilería

Carpintería

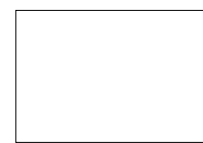
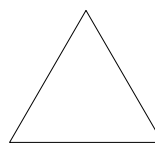
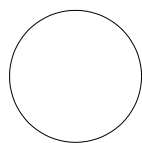
Electricidad

Herrería

Otros:

---

3. ¿Qué figura le llama más la atención?



4. ¿Cuál es la costumbre que más representa su departamento/municipio?

---

5. ¿Qué ícono cree usted que representa más a su departamento/  
municipio?

---



6. ¿Entre las siguientes gamas de Colores cual le llama más la atención?



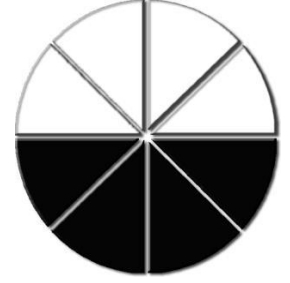
1)



2)



3)

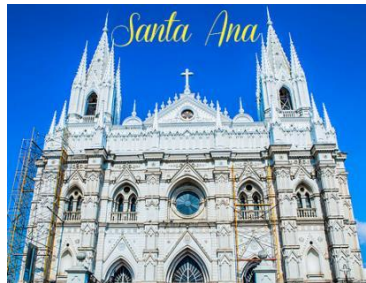


4)

7. ¿Marque con una „X” cuál de estos logos se le hace más fácil recordar?



1)



2)



3)

8. ¿Por qué se caracterizan las personas de Izalco/ Santa Ana de las de otros municipios/departamentos?

Ejemplo: En El Salvador son Perseverantes

En Santa Ana son:

---

**Formato de censo de Aceptación de Imagen institucional para "Proyecto Red de Escuelas Taller para la formación de oficios tradicionales" a través de Secultura, en la ciudad de Santa Ana y municipio de Izalco.**

Consultas:	Respuestas:	Valoraciones:
¿La imagen institucional (Manual, logo, contenidos, etc?) identifica al proyecto? Porque:		
¿Es de fácil comprensión y referencia la imagen institucional con el proyecto? Porque:		
¿Al observar el manual de imagen institucional y su contenido, considera que posee lo necesario para su correcto uso?		

San Salvador, 12 de Febrero de 2015.

**ARQ. ERICK ORELLANA**

Presente.

Reciban por medio de la presente un cordial saludo deseándoles éxitos en el desarrollo de su gestión y al mismo tiempo le hacemos llegar la cotización del material que gentilmente nos ha sido solicitado presentando dos opciones.

Rogamos que a su aprobación la presente nos sea devuelta debidamente firmada.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Memorándum impresos en papel bond ,media carta 100	100	0.38	\$37.50
Memorándum impresos en papel bond carta completa	100	0.55	\$55.00
Tarjetas de presentación tamaño a una cara	200	7.91	\$15.82
Troquel de cd	100	2.10	\$31.50
sobre para cd	100	0.35	\$35.00
Paginas membretadas carta.	100	0.55	\$55.00
Paginas membretadas tamaño oficio.	100	0.80	\$80.00
Gafetes impresos en papel cover 80 barnizados brillante.	100	0.38	\$38.00
Sobres Institucionales	100	0.80	\$80.00

**CONDICIONES:**

1. Validez de la oferta 3 días hábiles.
2. Forma de pago, anticipado.
3. Tiempo de entrega, sujeto a demanda.

Tel.: 2224-0314

[ideas@colorenlinea.com](mailto:ideas@colorenlinea.com)

Alameda Manuel Enrique Araujo,  
Col. y Edif. La Mascota Local #6.



## Propuestas de logotipos Izalco



**Imagen N° 1**  
**Propuesta logotipo Izalco**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 2**  
**Propuesta logotipo Izalco**  
**Fuente: Elaboración propia**



**Imagen N° 3**  
**Propuesta logotipo Izalco**  
**Fuente: Elaboración propia**



## Propuestas de logotipos Santa Ana



Imagen N° 4  
Propuesta logotipo Santa Ana  
Fuente: Elaboración propia



Imagen N° 5  
Propuesta logotipo Santa Ana  
Fuente: Elaboración propia



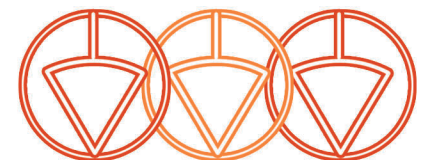
Propuesta logotipo Santa Ana  
Fuente: Elaboración propia



**Manual de Identidad  
Corporativa**

Este manual presenta las maneras correctas del uso y la aplicación gráfica para la Institución Escuela-Taller de Santa Ana. En él encontraremos las herramientas básicas para todo aquel que desee dar a conocer la Institución de una manera ideal.

El uso apropiado de las herramientas y la marca al momento de comunicar, interpretar o crear publicidad, permitirá el reconocimiento de la institución y cumplimiento de los objetivos y metas trazadas con un fin publicitario y corporativo.



Las Escuelas-Taller son desarrolladas con un fin de servir a la sociedad, su deber es enseñar diferentes artes y oficios los cuales les permitan superarse a las personas que recurren a ellas. Este es un proyecto que está desarrollando la Secretaría de La Cultura de El Salvador, para poder contribuir a la erradicación de la pobreza en el país. El objetivo de la marca es dar a conocer la existencia de la Escuela-Taller de Santa Ana a través del logotipo, interactuando con la capacidad de retentiva y popularidad en los observadores. Despertando el interés en los jóvenes para formar parte del proyecto.





## SIMBOLOGIA BÁSICA

- I.01 Logotipo corporativo
- I.02 Marca institucional
- I.03 Área de seguridad
- I.04 Color corporativo
- I.05 Tipografía Corporativa



## NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

- II.01 Versiones correctas
- II.02 Aplicaciones correctas
- II.03 Aplicaciones incorrectas



## APLICACIONES DE LA MARCA

- III.01 Hojas membretadas
- III.02 Tarjeteria
- III.03 Sobres
- III.04 Memorándum
- III.05 Gafetes
- III.06 Carpeta Corporativa
- III.07 Carátulas de CD y DVD





# Simbología básica

En este apartado encontramos las reglas del uso correcto para el Logotipo o Marca que se ha creado para este proyecto. Es importante recordar que la para que su funcionalidad sea la deseada debe de acatarse las medidas para su uso. El Logotipo esta compuesto de simbología, colores y tipografía corporativa que debera de respetarse y llevarse a practica bajo sus normativas.



# I.01

## Logotipo corporativo y sus componentes

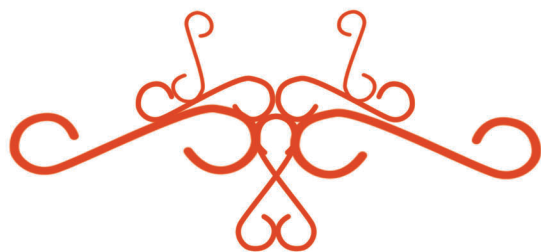
Un Logo es una imagen constituida de ícono y tipografía que tiene la función principal de representar a una compañía. El Logo es a la empresa lo que la firma al empresario: un sello de garantía.



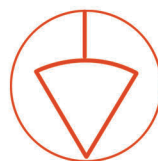
# I.01

## Logotipo corporativo y sus componentes

Los componentes del logotipo, son las partes fundamentales, sea simbología, tipografía, fotografía entre otros. Complementan la idea general de este; ya que por separado no tienen el mismo peso que cuando están juntos formando un todo. Su simbología: este logo está inspirado en el deseo de hacer uso de los diferentes oficios y artesanías que se impartirán en la Escuela-Taller.



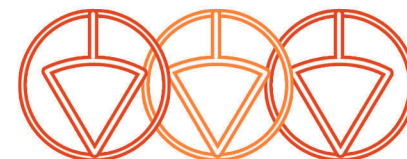
Uno de los oficios tomados en cuenta para conceptualizar el logotipo es el de Hierro Forjado, esto se refleja en la cantidad de líneas curvas las cuales forman una estructura base



Esa base contiene la figura de una herramienta importante llamada péndulo; esta es utilizada en las construcciones arquitectónicas para nivelar.



Otras herramientas importantes son los clavos y martillos utilizados para la carpintería.



# I.01

## Logotipo corporativo y sus componentes

Si bien se ha recreado gráficamente los diferentes oficios para que la simbología implementada permita al logotipo hablar por sí mismo y ser visualmente atractivo, de esta manera poder cumplir con su objetivo. La tipografía: es de un uso complementario al logotipo, y se han utilizado dos tipos de familias tipográficas.

### ESCUELA TALLER

La primera es de la familia tipográfica llamada Litos Pro Regular, esta fuente se adecua al logotipo porque tiene fuerza, firmeza y presencia; esto es necesario debido a que la simbología roba mucha atención y es necesario lograr un equilibrio visual en la imagen.

### *Santa Ana*

La segunda fuente tipográfica viene de la familia Rage italic, la función de esta es darle secuencia al movimiento que se ve generado en el logo con líneas curvas y circulares, no es una tipografía secundaria sino más bien complementaria para el equilibrio visual adecuado



# 1.02

## Área de seguridad

Para que el conjunto mantenga su identidad, debe estar resguardado dentro de un área que evite invasiones por otros elementos.



# 1.03

## Colores corporativos

Las referencias de color son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro. Este es el color principal de la marca y el que debe predominar. El uso de los naranjas se debe a la asimilación con los colores del barro, simbolizando el taller de cerámica que se impartirá.



# I.03

## Colores corporativos



Como color secundario.



# I.04

## Tipografía corporativa

La tipografía corporativa a utilizar se divide en dos apartados, la tipografía correspondiente al logotipo y la de uso genérico, la cual es obligatoria en todos los soportes y documentos.

ESCUELA TALLER  
LITOS PRO REGULAR  
*Santa Ana*  
*Rage italic*  
Imagen Corporativa  
Berlin Sans FB Regular



# I.04

## Tipografía corporativa

Las tipografías corporativas utilizadas en el logotipo son pertenecientes a las familias de Litos Pro y Rage italic. Estas no se utilizarán más que solamente para el complemento del logotipo.

LITOS PRO REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU  
VWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 (.,:;%¿?!)

**LITOS PRO BLACK**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU  
VWXYZ**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
XYZ  
1234567890 (.,:;%¿?!)**

*Rage italic*

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU*

*WXYZ*

*abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz*

*1234567890 (.,:;%¿?!)*

# I.04

## Tipografía corporativa

Esta familia tipográfica es la que corresponde a toda la documentación, será utilizada por todos los estudios y agencias de publicación.

### Berlin Sans FB Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 (.,:;%¿?!)

### Berlin Sans FB Blod

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
XYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890 (.,:;%¿?!)



## II.

# Normas para el buen uso de la marca

Una marca es un signo que puede representarse gráficamente y que permite identificar y distinguir nuestros productos o servicios de los idénticos o similares de la competencia.

Para evitar resultados no deseados cuando se ponga en práctica la marca para este Escuela-Taller se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.



# II.01

## Versiones correctas

Siempre que sea posible se debe de aplicar la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.

Versión principal



Versión principal negativo



Versión blanco y negro



Versión blanco y negro negativo



# 11.02

## Aplicaciones correctas

Si el logotipo se ha de usar en fondos diferentes al asignado y en fondos de fotografía, siempre debe hacerse solo en los colores blanco y negro para una mejor aplicación. La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.



Fondo no corporativo claro



Fondo no corporativo oscuro



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico claro

# 11.03

## Aplicaciones incorrectas

El logotipo debe de respetarse en cuanto a forma, tamaño y diseño, en ningun caso debe de hacerse modificaciones. Sus medidas relativas son determinadas por criterios de composicion y funcionalidad.



Aplicacion incorrecta de color



Porcentajes de color



Deformacion



Espacio incorrecto



Ocultacion



Tipografia incorrecta



## Aplicaciones de la marca

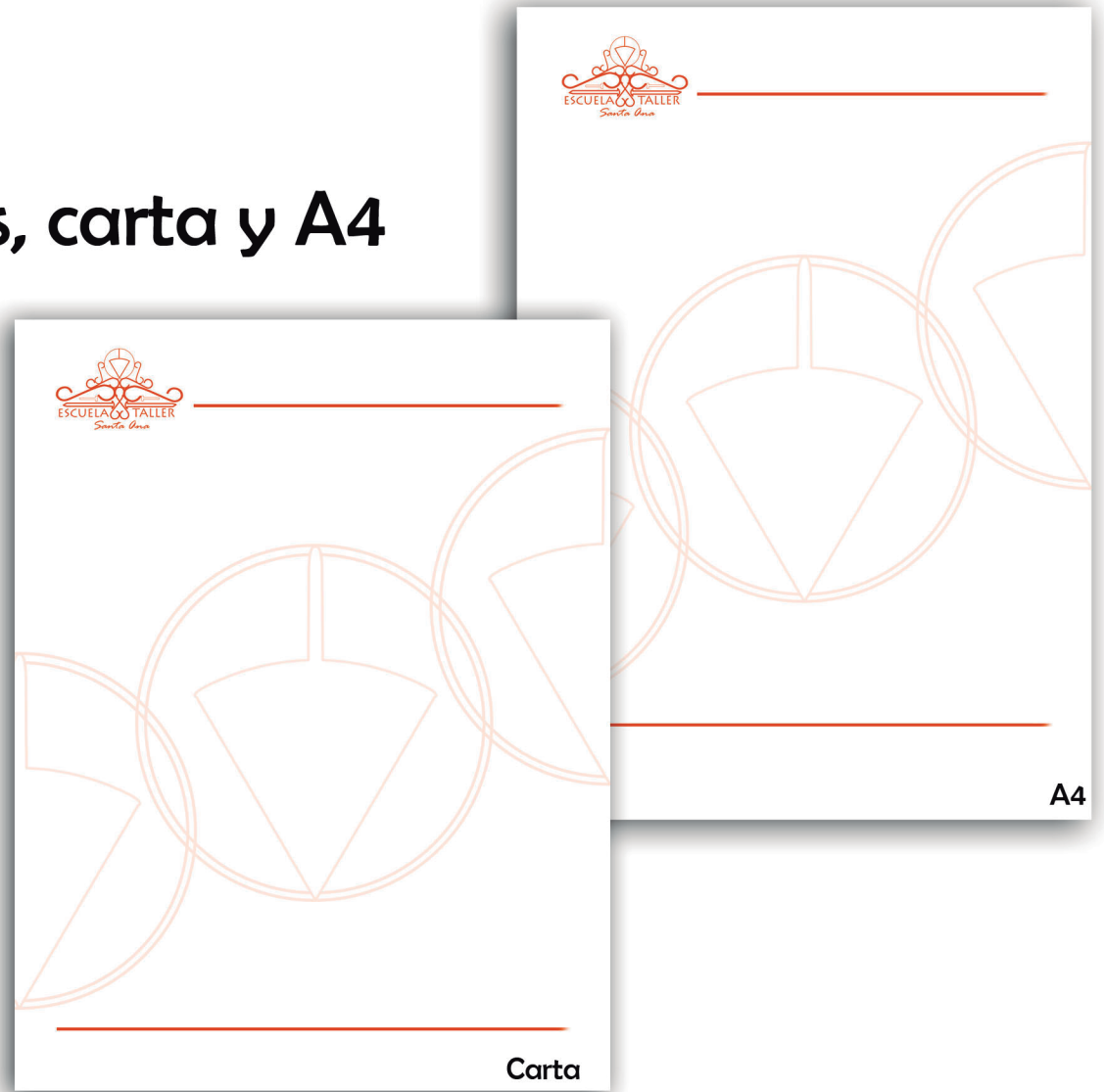
Para que el uso de la marca sea exitoso, debe también ser difundido en la papelería corporativa. El logotipo será representado en cada una de las diferentes papelerías que son útiles e importantes para la Empresa. Esto se realizará mediante normas genéricas para el uso correcto con un fin satisfactorio tanto estético como publicitario.



# III.01

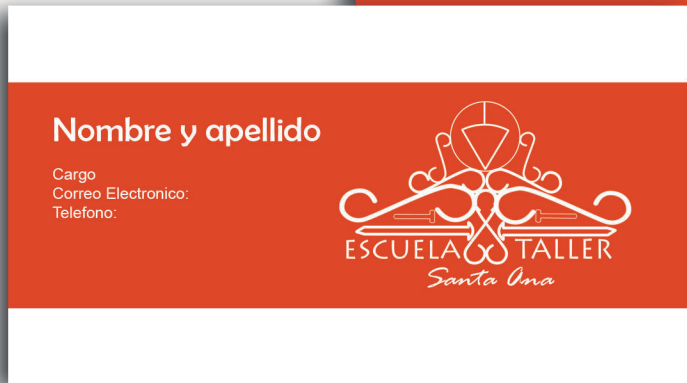
## Hojas membretadas, carta y A4

Aplicación del Logotipo en  
hoja tamaño carta y A4



# III.02 Tarjetería

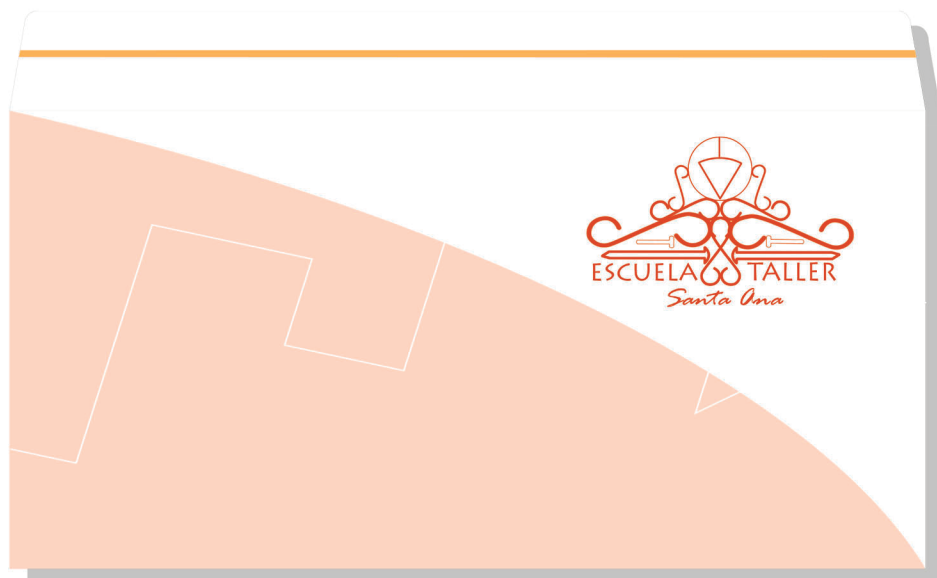
Aplicación de logotipo en tarjetas de presentación



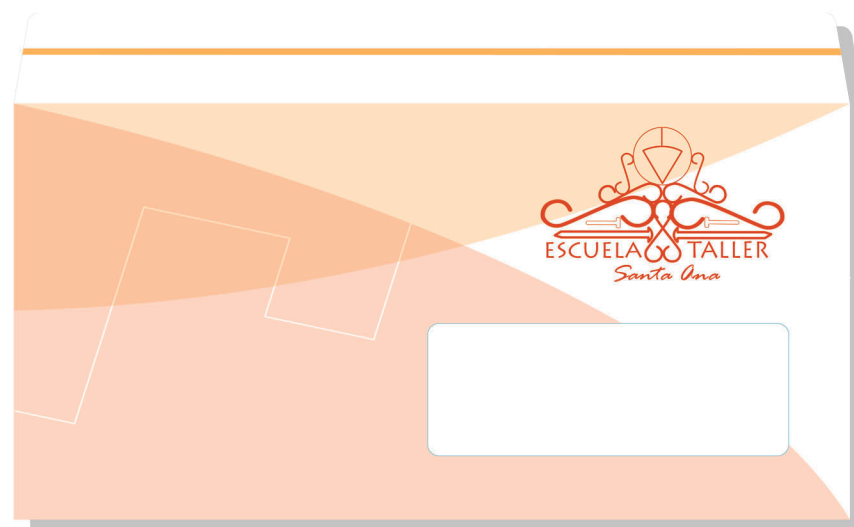
# III.03

## Sobres

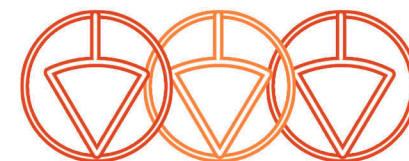
Aplicación en sobres institucionales



Sobre sin ventana.



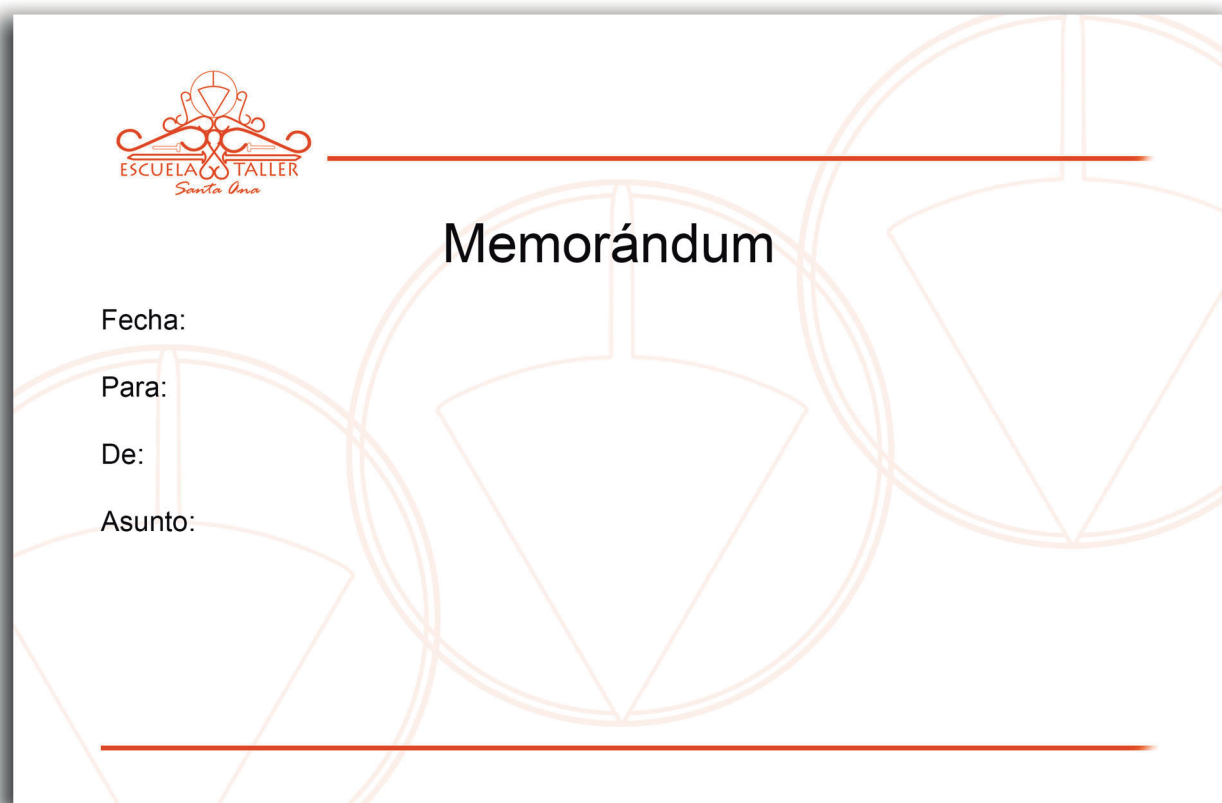
Sobre con ventana.



# III.04

## Memorándum

Aplicación en papelería



ESCUELA TALLER  
*Santa Ana*

---

### Memorándum

Fecha:

Para:

De:

Asunto:

---



# III.05

## Gafétes

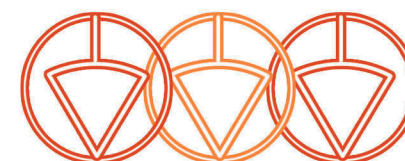
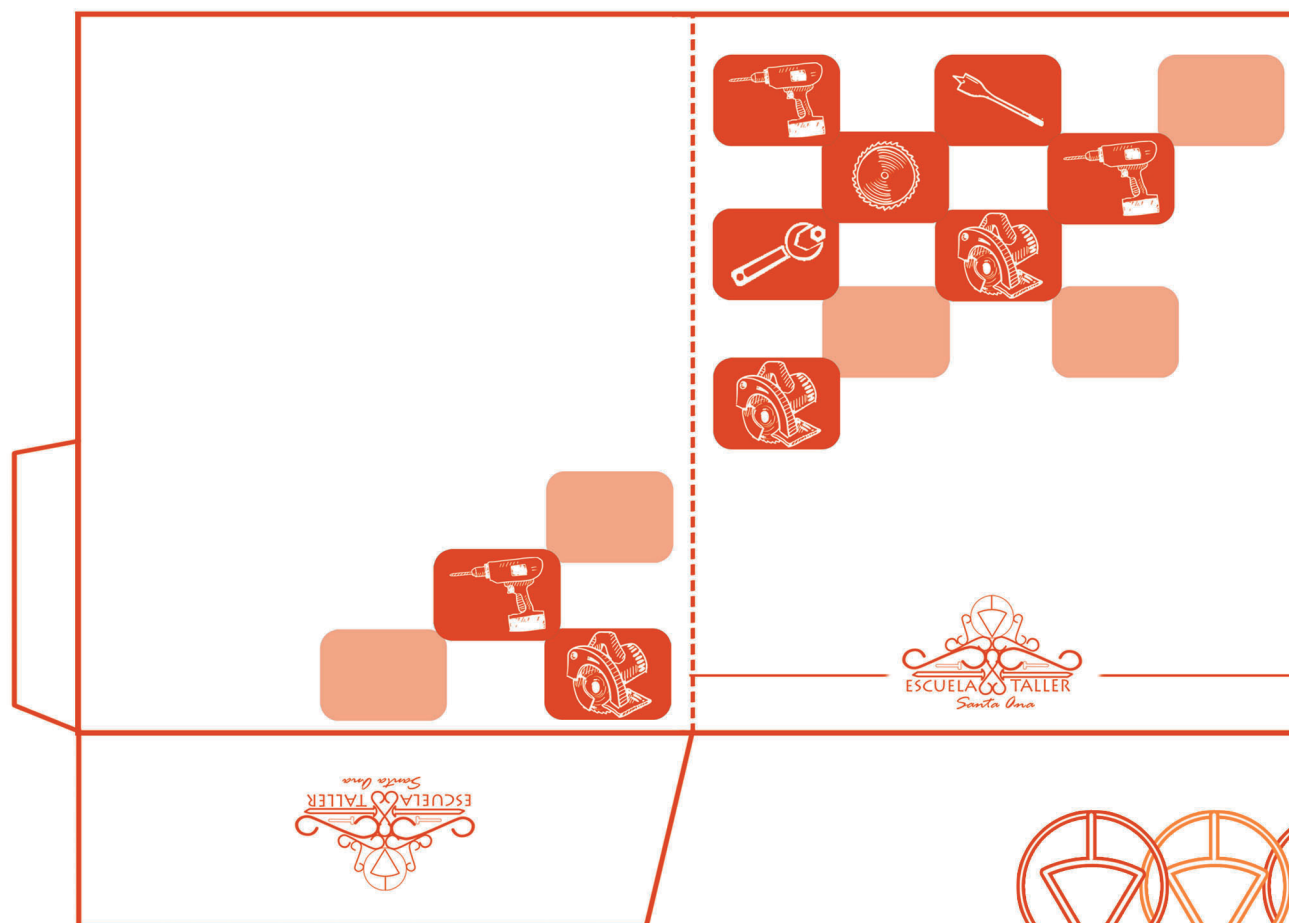
Aplicación en gafétes para eventos



# III.06

## Carpeta corporativa

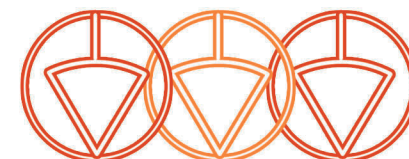
Aplicación en carpeta corporativa institucional



# III.07

## Carátula de CD y DVD

Aplicación de logotipo en carátulas de CD y DVD



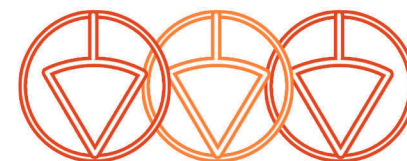
# Créditos

Este manual ha sido elaborado por estudiantes de la Licenciatura en Artes Plásticas opción Diseño Gráfico, de la Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

Este manual se rige bajo los principios de Copy Left.

Escuela-Taller de Santa Ana  
Secretaría de la Cultura  
SECULTURA

San Salvador. El Salvador, C.A.









Manual de Imagen Corporativa

# Manual de Imagen Corporativa

## Introducción

Este manual presenta las maneras correctas de uso y la aplicación gráfica para la institución Escuela-Taller del municipio de Izalco, Sonsonate. En el encontraremos las herramientas básicas para todo aquel que desee dar a conocer la institución de una manera ideal.

El uso apropiado de las herramientas y la marca al momento de comunicar, interpretar o crear publicidad, permitira el reconocimiento de la institución y cumplimiento de los objetivos y metas trazadas con un fin publicitario y corporativo.



## Introducción

Pag

## Contenido

### Simbología Básica

3

La marca

Logotipo corporativo

Area de seguridad

Color corporativo

Tipografía corporativa

### Normas para el buen uso de la marca

13

Versiones correctas

Aplicaciones correctas

Aplicaciones incorrectas

### Aplicaciones de la marca

17

Hojas membretadas

Tarjeteria

Sobres institucionales

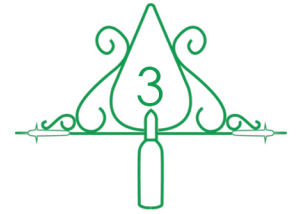
Memorándum

Gafetes

Carpeta corporativa

Caratulas de Cd y DVD

## Creditos



# I.

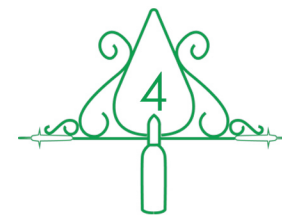
## Simbología básica

En este apartado encontramos las reglas de uso correcto para el logotipo o marca que se ha creado para este proyecto.

Es importante recordar que para su funcionalidad sea la deseada debe de acatarse las medidas para su uso.

El logotipo esta compuesto de simbología, colores y tipografía corporativa que debera de respetarse y llevarse a practica bajo sus normativas.





## La marca

La marca Escuela taller de izalco junto con su logotipo y demas componentes graficos tiene la tarea de ser un elemento de diferenciación entre las demas organizaciones que permite al publico identificar con mayor rapidez el servicio que se presta en la institución.

De esta forma ayuda a establecer una conexion a manera de familiarizarse con la Escuela taller de izalco a la población que de una forma u otra se vera beneficiada con ella.



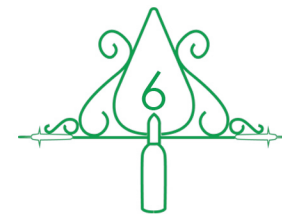


## Logotipo Corporativo

Un logo es una imagen constituida por de icono y tipografía que tiene la función principal de representar a una compañía.

El logo es un importante elemento que forma parte de la identidad de la institución porque ayuda a que ésta sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo del caso, mentalmente relacionada con su quehacer, dicho esto se llevo al diseño y construcción del logotipo para la Escuela Taller de Izalco, con la intención de poseer una identidad que se pueda relacionar con el desarrollo de el proyecto educativo.

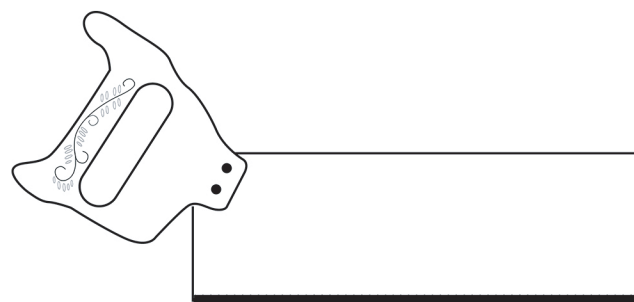




## Simbología logotipo corporativo

El logo tiene como fundamento para su creación la representación de las diferentes artes y oficios que se impartirán en la Escuela-Taller.

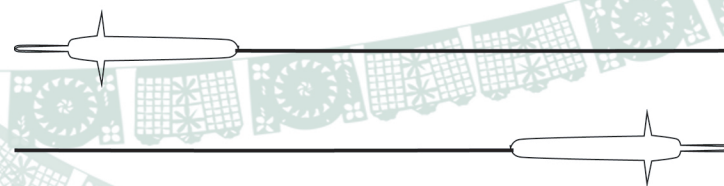
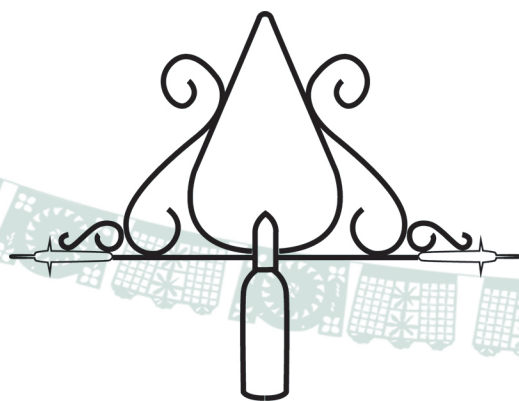
Una de las principales características es la estructura con semejanza al hierro forjado, todas sus curvas y líneas dan un detalle estético al logo, siendo uno de los oficios que se pondrán en práctica en el proyecto, también la representación de la "cuchara" de albañil como herramienta característica de dicho oficio.

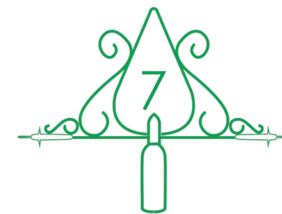


Otra herramienta importante es el serrucho de ebanista, con un tamaño menor al serrucho regular y un mango mejor ubicado para el manejo correcto, ya que es utilizado para realizar muchos detalles dentro del oficio de la carpintería.

Como parte de la base se encuentra representados los puntos positivos y negativos del tester que es una herramienta utilizada por los electricistas para conocer medidas de voltaje.

Así es como se han incorporado diferentes herramientas de oficios y artes en el logo de la Escuela-Taller, para darle un toque de originalidad a la imagen de la institución.





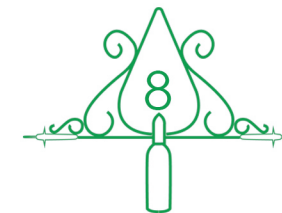
## Área de seguridad

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe de existir alrededor del logotipo para que ningún otro elemento lo rebase o interfiera en la correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que lo puedan acompañar.

Se debe dejar un margen de 1 cm alrededor de todo el logotipo como zona de seguridad.





## Colores corporativos

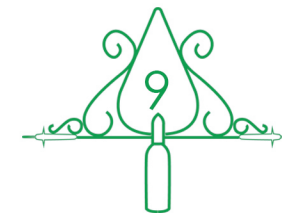
Para la Escuela taller de Izalco se tomo en cuenta los difentes significados del tono de color verde, siendo los mas representativos en este caso, la esperanza, crecimiento, desarrollo y medio ambiente, aspectos importantes relacionados al proyecto, por ende la mejor opción para incorporar a la imagen.

En el manejo de la imagen gráfica las referencias de color son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro. Este es el color principal de la marca, y el que debe predominar.

Siguiendo las indicaciones presentadas para el uso de los pantones o colores corporativos, el color verde predominara en el manual de imagen corporativa

PANTONE  
7740C  
WEB #339933



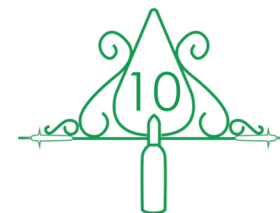


## Colores corporativos

Este es el pantone que debe ser utilizado como el color secundario en el manejo de la imagen grafica.

PANTONE  
802C  
WEB #33cc33





## Tipografía corporativa

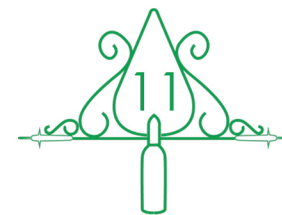
La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual.

Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante, no obstante se definirá una tipografía auxiliar para contenidos u otros casos que sea necesario.

Esta fuente únicamente se utilizará para la creación del logo. La tipografía principal empleada para el logo es fuente Viner Hand ITC.

**IZALCO**  
Viner Hand ITC

ABCDEFGHIJKLMNOP  
QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnpqrstuv  
wxyz  
1234567890  
¿?.,+\*[]{}



## Tipografía principal

Esta fuente se utilizará para los temas y subtemas dentro del manual.

**IZALCO**  
**Century Gothic**  
**BOLD**

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

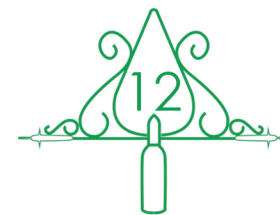
abcdefghijklmnopqrstuv

wxyz

1234567890

¿?.,+\*[]{}





## Tipografía secundaria

Esta fuente se utilizará para el contenido y explicaciones necesarias dentro del manual

IZALCO

bubbleboddy light

ABCDEFGHIJKLMNOP

QRSTUVWXYZ

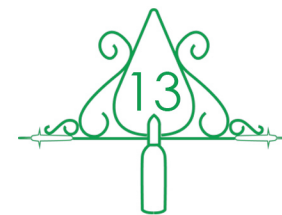
abcdefghijklmnopqrstuv

wxyz

1234567890

¿?.,+\*[]{}





## II. Normas para el buen uso de la marca

Para que las metas del logotipo se cumplan tal y como se desea, es necesario seguir las normas y tomar en cuenta las herramientas básicas que se han creado para quien desee trabajarlo tenga como incorporarlo



## Versiones correctas

Siempre que sea posible se debe de aplicar la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.

Versión principal



Versión blanco y negro

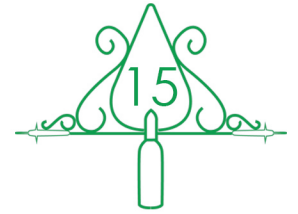


Versión principal negativo



Versión blanco y negro negativo





## Uso correcto

Esta es una normativa importante ya que dicta el uso del logotipo en diferentes fondos, para lograr la máxima legibilidad, visibilidad y contraste y así mantener en equilibrio el peso visual.

Aquí se muestran unos ejemplos de la aplicación del logo en diferentes fondos.

Aplicación de logo sobre fondo oscuro

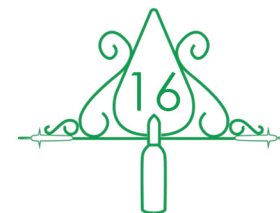


Aplicación de logo sobre fondo claro



Aplicación de logo sobre fotografía





## Uso incorrecto

El logotipo debe de respetarse en cuanto a forma y tamaño. En ningún caso debe de hacerse modificaciones. Sus medidas relativas son determinadas por criterios de composición y funcionalidad.

Hay que recordar que el éxito del logotipo depende del buen uso que se le dé y de cómo se respeten las normas básicas

Aquí unos ejemplos sobre su mal uso.

Aplicación incorrecta de logo (deformaciones)



Aplicación incorrecta de logo sobre fondo claro



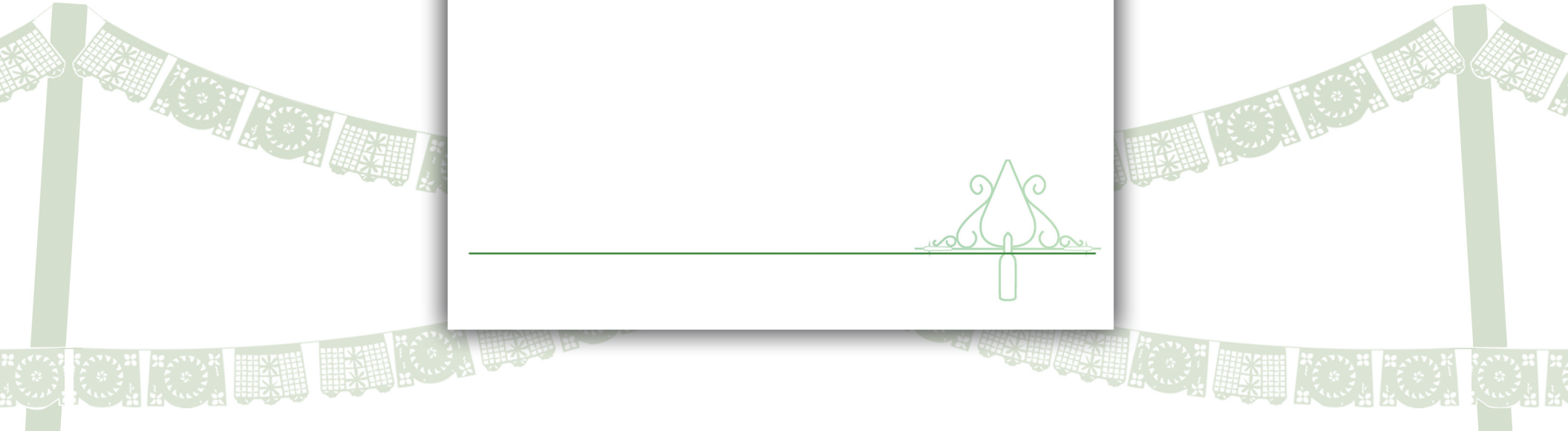
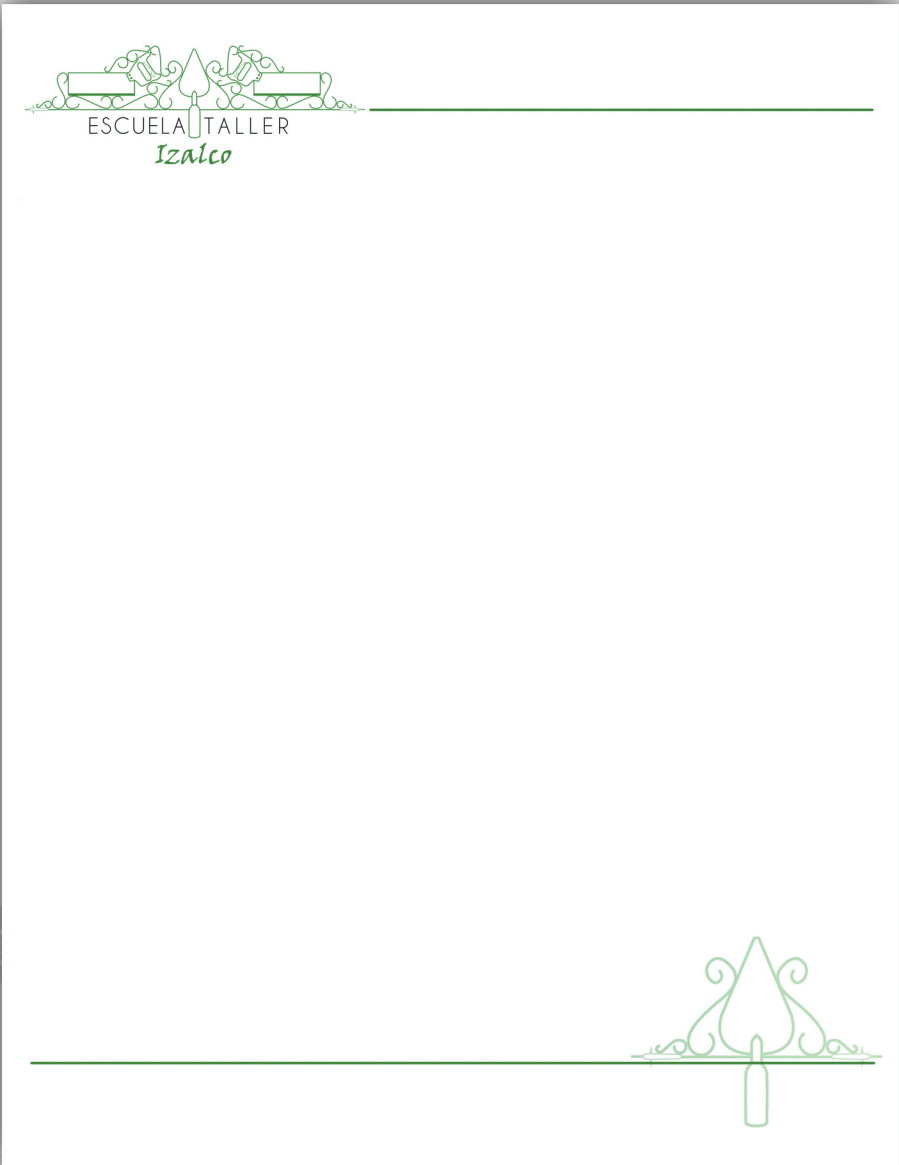
## II. Aplicaciones de la marca

Comprende todo lo que se relaciona con la presentación de la institución de manera oficial, está compuesto por: página membretada, memorándum, tarjetas de presentación, sobre institucional, carpeta corporativa, caratulas de CD y DVD.



# Papelería

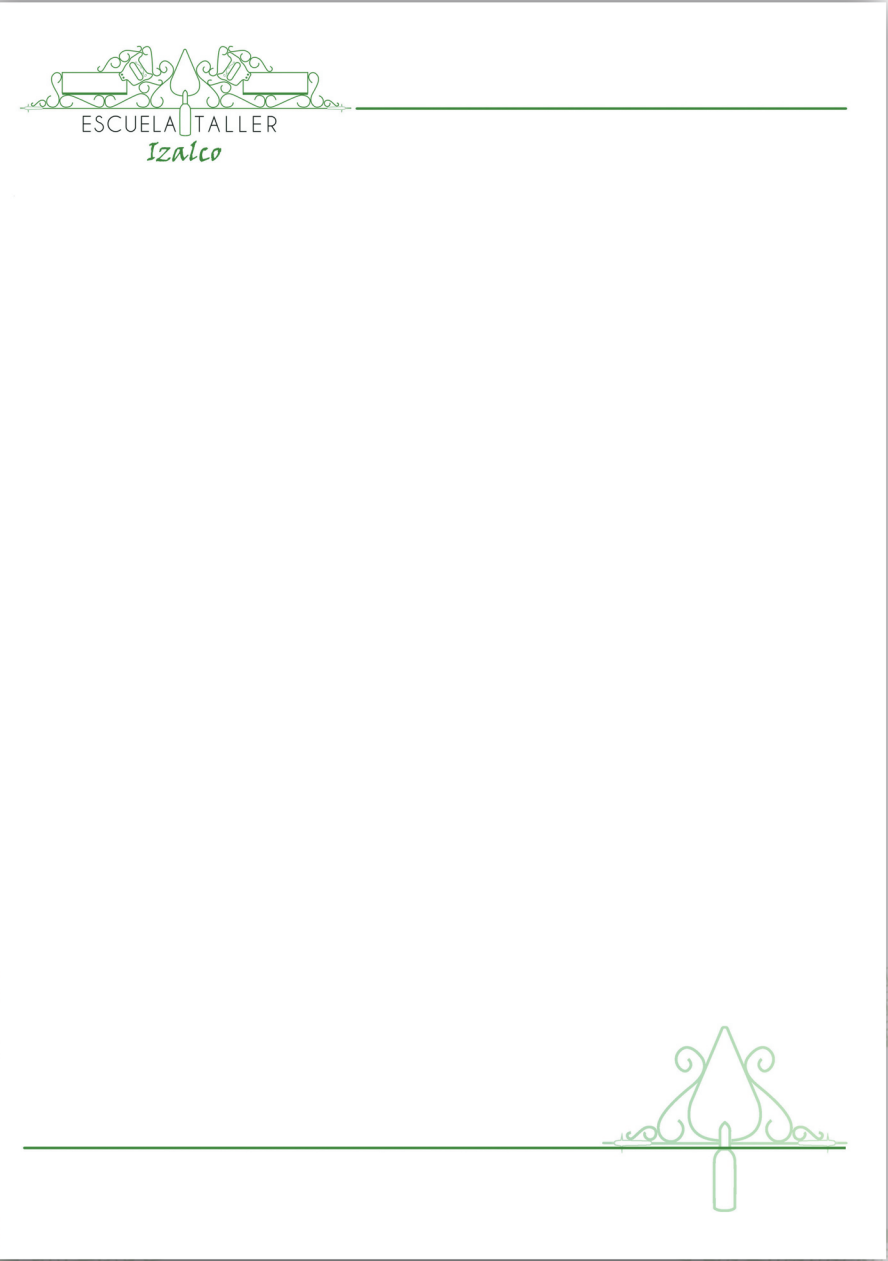
Página membretada  
Tamaño carta





# Papelería

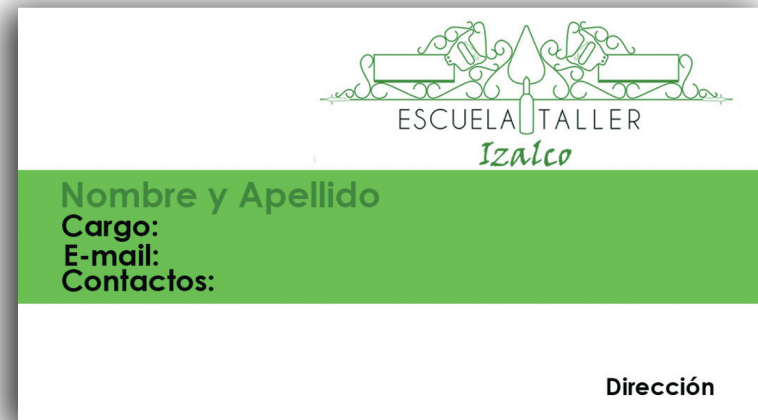
Página membretada  
Tamaño A4





## Papelería

Tarjetas de presentación



## Papelería

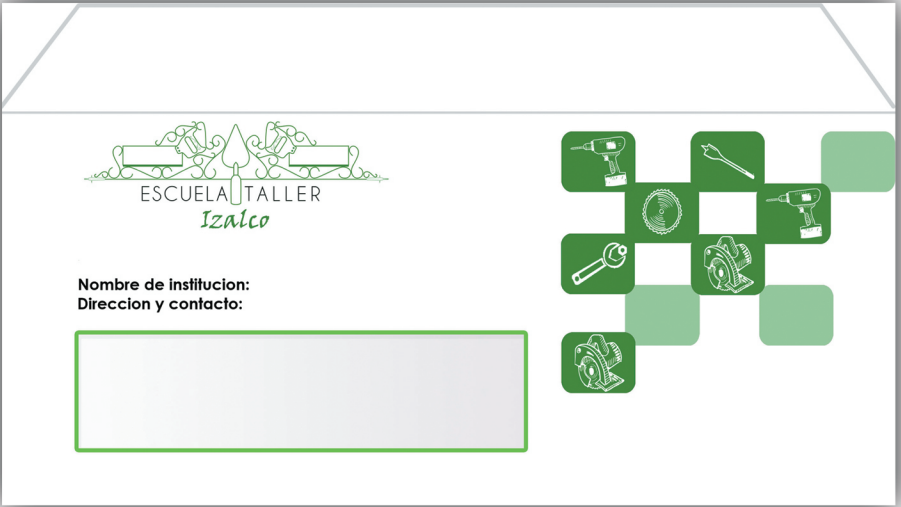
Tarjetas de presentación



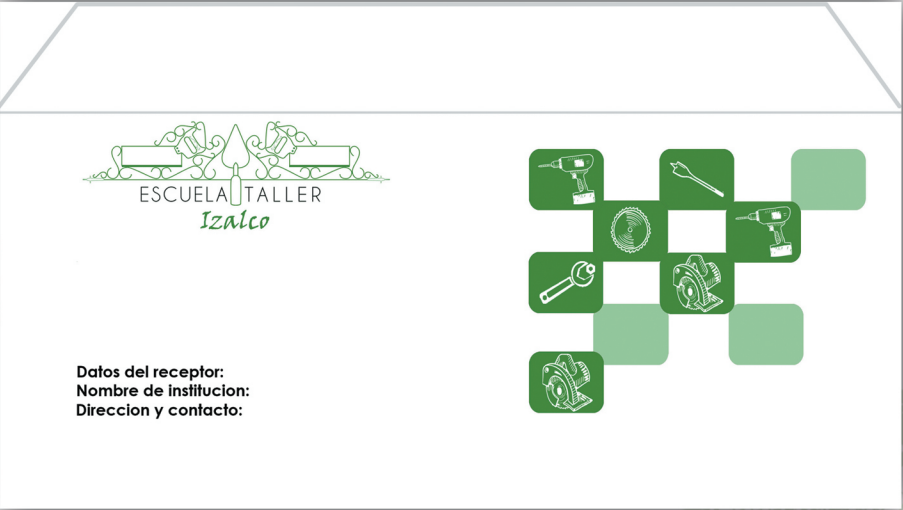


# Papelería

Sobre institucional



Sobre institucional con ventana




Sobre institucional sin ventana



## Papelería

Memorandum



---

**MEMORANDUM**

Fecha:

Para:

De:

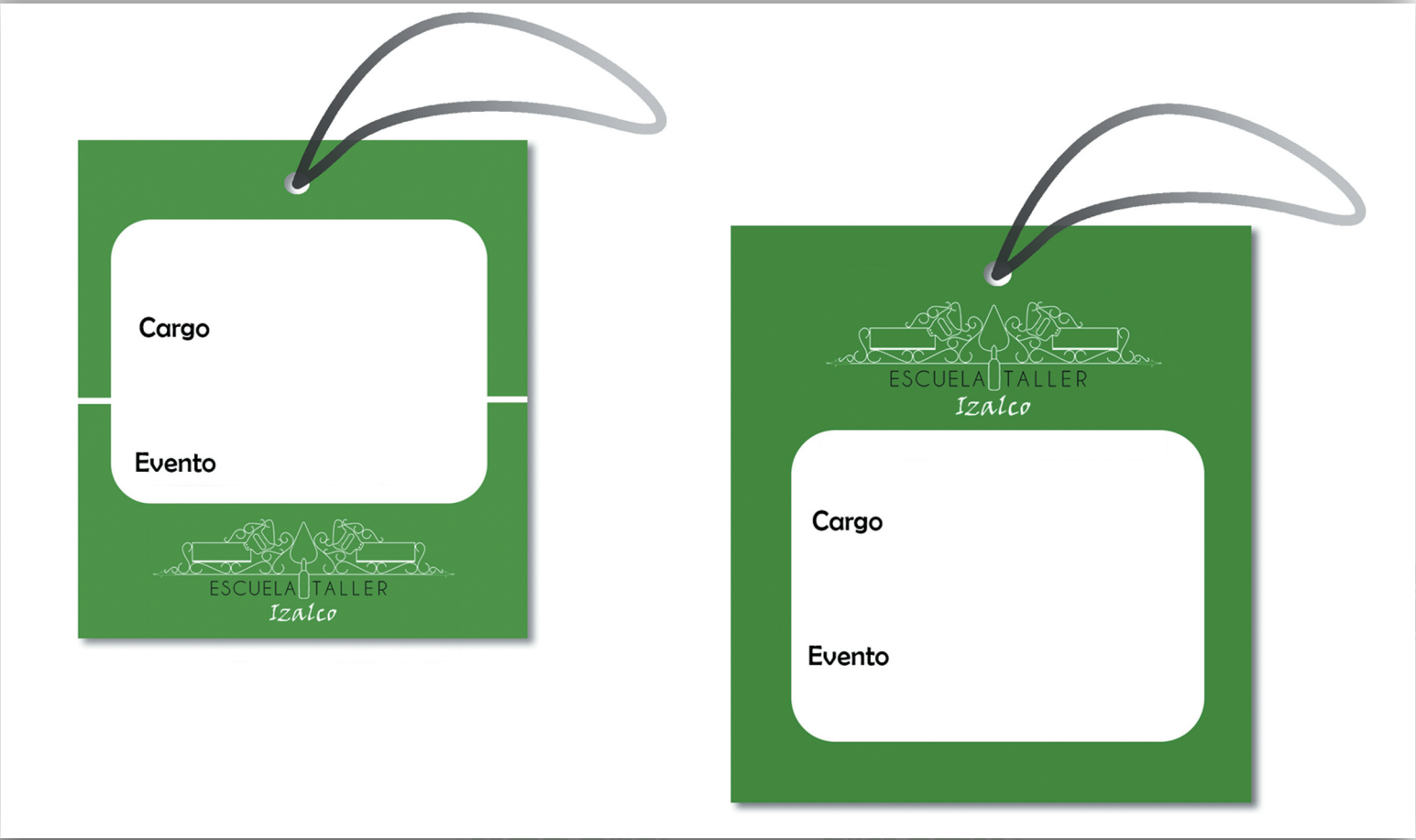
Asunto:

---

Dirección y contactos:

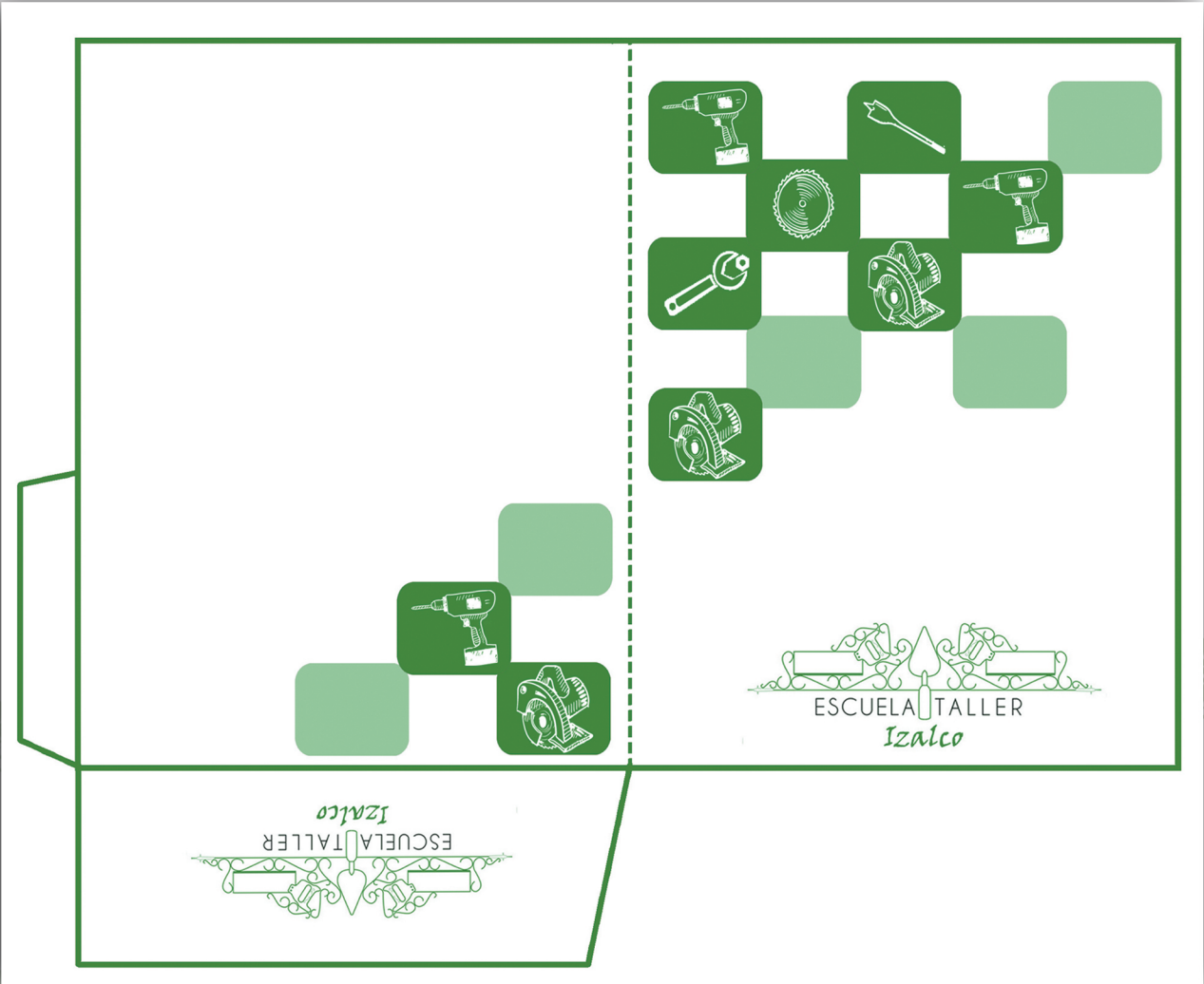
# Papelería

Gafetes para eventos



# Papelería

Carpeta corporativa



## Papelería

Carátula de CD y DVD.



Este manual ha sido elaborado por estudiantes de la  
Licenciatura en Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico  
de la Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades  
de la Universidad de El Salvador

Este manual se rige bajo los principios de Copy Left.

Escuela taller de Izalco  
Secretaría de Cultura de la Presidencia  
SECULTURA

San Salvador, El Salvador, C.A.

