



Decanato de Artes y Comunicación  
Escuela de Diseño Gráfico

Monografía para optar por el título de  
Licenciado en Diseño Gráfico

Rediseño del Logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)  
en República Dominicana

Sustentantes:

Oscar Javier Santos Berry 2010-1904  
Alejandro de Jesús Reynoso Soler 2012-0081  
Altagracia Rodríguez 2014-1141

Asesores:

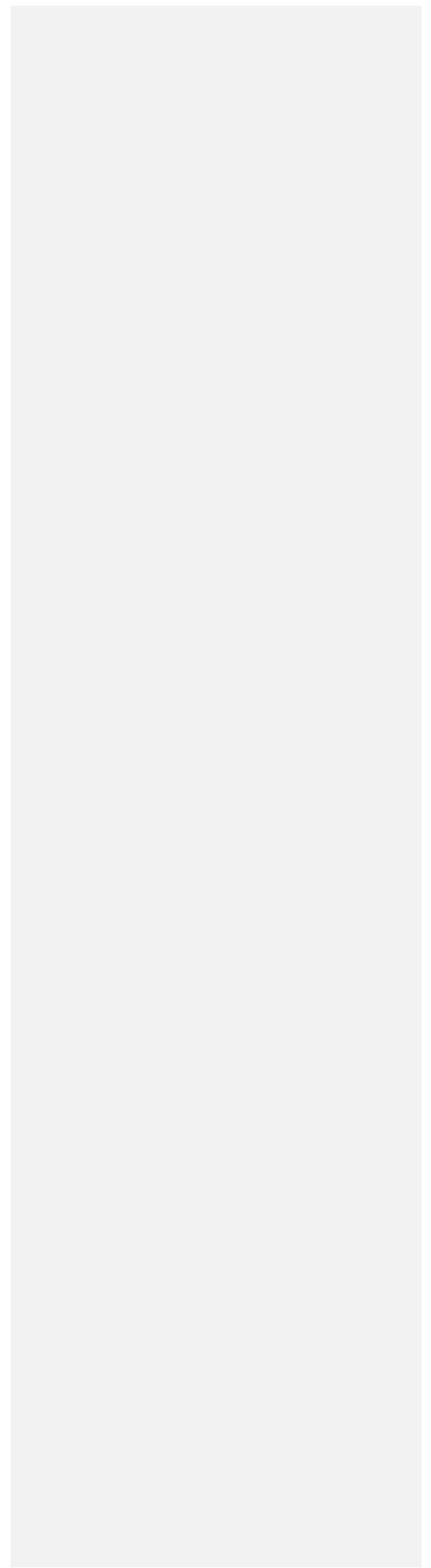
Ivelisse Compres  
Amelia De León

Santo Domingo, R.D.

Abril 2017

**REDISEÑO DEL LOGO DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE  
PROFESORES (ADP) EN REPÚBLICA DOMINICANA**

## ÍNDICE



## ÍNDICE

DEDICATORIAS.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	ix

### **CAPÍTULO I: IDENTIDAD CORPORATIVA**

1.1 Identidad corporativa.....	1
1.2 Evolución de la identidad corporativa.....	2
1.3 Importancia de la identidad corporativa .....	3
1.4 Elementos de la identidad corporativa .....	4
1.4.1 El nombre de la empresa: .....	5
1.4.2 El logo y otros símbolos: .....	5
1.4.3 El eslogan:.....	5
1.4.4 Los colores (identidad cromática): .....	5
1.4.5 La página web:.....	5
1.4.6 Brochure:.....	6
1.5 Identidad e imagen corporativa .....	6

### **CAPITULO 2: ANTECEDENTES E HISTORIA DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE PROFESORES (ADP)**

2.1 Asociación Dominicana de Profesores ADP. ....	9
2.2 Historia de la Asociación Dominicana de Profesores ADP. ....	10
2.3 Fundación de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.....	11
2.4 Misión de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.....	13

2.5	Visión de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.....	13
2.6	Valores de la Asociación Dominicana de Profesores ADP .....	13
2.7	Estructura de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.....	14
2.8	Logros de la Asociación Dominicana de Profesores ADP. ....	15
2.9	Perspectivas de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.....	15
2.10	Elementos del logo actual de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP).....	16

**CAPITULO 3: METODOLOGÍA Y JUSTIFICACIÓN OBJETIVA DEL ESTUDIO**

3.1	Objetivos de la investigación.....	19
3.1.1	Objetivos Generales.....	19
3.1.2	Objetivos Específicos.....	19
3.2	Metodología y método.....	20
3.2.1	Metodología .....	20
3.2.2	Método .....	20
3.3	Justificación.....	20
3.4	Presentación de resultados de las encuestas.....	22
3.4.1	Población.....	22
3.4.2	Tipo de muestra .....	22
3.4.3	Tamaño de la muestra .....	22
3.4.4	Tabulación de los resultados de la muestra.....	24
3.4.5	Análisis de la encuesta .....	32

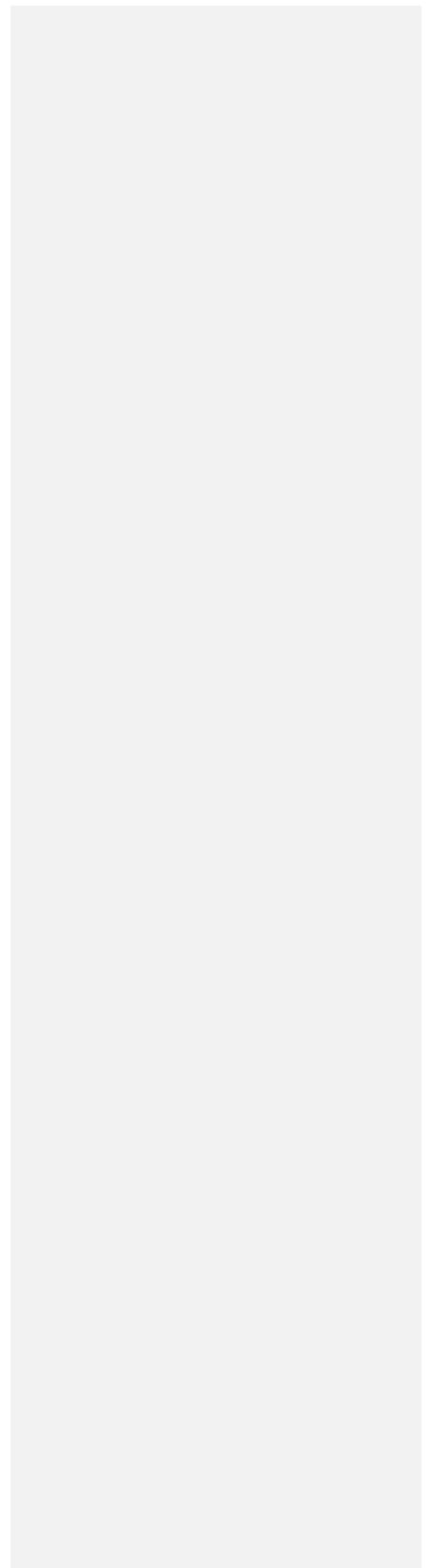
**CAPÍTULO 4: PRESENTACIÓN DEL REDISEÑO DEL LOGO DE LA  
ASOCIACIÓN DOMINICANA DE PROFESORES (ADP)**

4.1 Manual de Identidad corporativa .....	34
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
GLOSARIO .....	60
ANEXOS .....	64
BIBLIOGRAFÍA .....	69





## **DEDICATORIAS**





*Este trabajo final se lo dedico a todas esas personas que me apoyaron, ayudaron y acompañaron en este gran viaje, y que gracias a ellos estoy dando estos últimos pasos para alcanzar esta meta.*

*Este trabajo está dedicado especialmente a mi familia que estuvo a mi lado en todo momento llenándome de fuerzas para seguir adelante sin importar los tropiezos. A mis padres Bacilio Santos Velázquez y Maxy Juliette Berry González esto es para ustedes.*

*A mis tíos Máximo de Jesús Berry González (tío chito) y Milena Herrera que fueron como padres para mí, este logro también es de ustedes. Milena aunque ya no pueda verte esto es para ti, que Dios te tenga en su gloria.*

*A mi hija Aurora Sofía Santos Ortiz que me llena de alegría cada día con su hermosa sonrisa y sus tiernos abrazos que me dieron la fuerza necesaria para alcanzar esta meta.*

**Oscar**

*Este trabajo final se lo quiero dedicar a esas personas que me ayudaron, alentaron, compartieron conocimientos conmigo y me acompañaron en este largo camino universitario.*

*Quiero dedicarle este trabajo a mi familia, a mis padres Ibelisse Soler y Nelson Reynoso por su gran apoyo, que me enseñaron a dar siempre lo mejor de mí y a quien les debo el resultado final de todo lo que con esfuerzo y dedicación sembraron en mí. A mis hermanos Ricardo y Nelson E., que me motivaron a seguir para adelante con la cabeza en alto en todos los momentos buenos y difíciles y que me ayudaron a seguir con mis objetivos universitarios.*

*A Camilo, que siempre me ayudó, me alentó a mantenerme positivo en los momentos difíciles y me hizo dar lo mejor de mí.*

*A aquellos allegados que fueron parte del trayecto de principio a fin los cuales nos apoyamos mutuamente y logramos trabajar en nuestra formación, esforzándonos y logrando lo que teníamos en mente para lograr ser las personas que somos hoy en día y a los profesores que me ayudaron a tener más conocimiento y tomaron su tiempo para enseñarme cosas que me guiaron a mi formación profesional y personal.*

*A mis compañeros de este trabajo final, Altagracia y Oscar, porque junto a ellos he logrado finalizar mis estudios y este trabajo final.*

*Todo este trabajo y este momento ha sido posible gracias a ellos.*

**Alejandro**

*Quiero dedicar este trabajo a mi familia en especial a mi mamá Lorenza Rodríguez, este logro es tuyo también, te amo.*

***Altagracia***

## **AGRADECIMIENTOS**

*Quiero agradecerle a Dios por hacer esto posible y siempre estar a mi lado en todo momento.*

*A mi familia por todo el apoyo que he recibido y que recibo a diario de su parte, en especial mis padres y mis hermanos Itssel, Jean Louis y Maxy Lisbeth.*

*A mis amigos que estuvieron conmigo apoyándome en todo momento, en especial a Carlos Acosta, Diomedes y Dioel Jiménez, Paul Nuñez, Reison Vásquez y Daniel Espinal.*

*A mi esposa Christine Ortiz por todo el apoyo y los ánimos que me dio para seguir adelante.*

*A todos los compañeros de la universidad que ayudaron a que esto sea posible.*

*A mis compañeros Altagracia y Alejandro que son parte de este proyecto final.*

**Oscar**

*Quiero agradecer a mi familia porque ellos fueron mi inspiración para dar lo mejor de mí y desarrollarme profesionalmente y académicamente. También quiero agradecer a esas personas que aportaron en mi vida profesional y emocionalmente que me hacen hoy la persona que soy. Gracias a todos los que aportaron y ayudaron a la realización de este proyecto.*

**Alejandro**

*Quiero agradecer a Dios porque gracias a él todo es posible, a mi familia porque siempre me apoyan aunque no me entiendan.*

*A mis compañeros Alejandro y Oscar porque son parte fundamental de esto.*

*A mi mamá porque siempre ha estado para mí incondicionalmente.*

*A la Universidad APEC por permitirme realizar una de mis metas.*

*A mi novio y mi hija que me inspiran cada día a seguir luchando.*

*A la profesora Ivelisse Compres por su gran apoyo y confianza.*

*A la profesora Amelia De León por su apoyo.*

*Muchas gracias a todas aquellas personas que de una u otra forma me ayudaron y formaron parte de este capítulo que dará el inicio a nuevas aventuras, muchas gracias.*

**Altagracia**

## **INTRODUCCIÓN**

## INTRODUCCIÓN

A través del tiempo se ha demostrado que un buen logo e imagen corporativa favorecen en gran medida a las empresas y organizaciones, esto influye considerablemente en cómo se percibe la empresa. Y es que definir una imagen corporativa aporta profesionalismo y coherencia, lo que conlleva al reconocimiento por parte del público, pero además abre las puertas para futuros clientes.

En las organizaciones sociales, sindicatos, gremios y agrupaciones de personas en general, pasa lo mismo, el logo debe hablar de ellas, debe representar los intereses de sus miembros.

En el caso de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), que es el espacio que aglutina a todos los profesores y las profesoras de los centros educativos públicos de la República Dominicana, es fundamental que su imagen corporativa refleje el espíritu de la misma (Asociación Dominicana de Profesores ADP, 2010).

La Asociación Dominicana de Profesores fue fundada en el 1970 por un grupo de valientes, que empujados por la convicción política e influenciados por las tendencias ideológicas que primaban en la conciencia de los trabajadores de la segunda mitad del siglo XX (Asociación Dominicana de Profesores ADP, 2010), forjaron su inicio. A más de 40 años de su fundación, la ADP no cuenta con una identidad corporativa efectiva, porque visualmente no posee ni el reconocimiento por parte del público, ni la unidad necesaria para que las personas recuerden su logo, aspectos muy característicos de las organizaciones gremiales, todo esto es el resultado de no tener una línea gráfica definida, es cierto que poseen un logo representativo, pero no una línea acorde a las tendencias de diseño para el año

2017, por lo que se hace necesario el rediseño de la identidad corporativa de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP).

De no realizarse un remozamiento a la identidad corporativa de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), seguirá estando fuera de las tendencias y actualidades que la industria demanda, lo que llevaría a la institución a ser una organización desfasada y dejada en los tiempos de su fundación.

Por las razones antes descritas, se hace necesaria la implementación de una propuesta que ayude a dar a conocer y mejorar la imagen de la Asociación, para que pueda ser adaptada a los medios de comunicación.

## **CAPÍTULO 1: IDENTIDAD CORPORATIVA**



## **CAPÍTULO I: IDENTIDAD CORPORATIVA**

La identidad corporativa es un mundo muy amplio e importante en la vida de cualquier organización ya sea comercial o institucional. Es la representación, la cara de la institución. La cara es lo primero que las personas observan, está llena de expresiones y denota. De igual manera la Identidad Corporativa está llena de elementos que denotan lo que es la empresa u organización. En lo adelante se presenta que es la identidad corporativa y cuál es la relación con el objetivo de esta investigación.

### **1.1 Identidad corporativa**

Para entender la propuesta de rediseño del logo de la Asociación Dominicana de Profesores ADP, se hace indispensable la aclaración de algunos conceptos que son básicos para la elaboración de una propuesta de ese tipo.

De acuerdo con el especialista en imagen Víctor Gordo "La imagen es la figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa". (Gordo, 1999, p. 32)

Mientras que la imagen corporativa es la representación mental que tienen los públicos interesados y la sociedad en general de una empresa, sus productos, directivos, métodos de gestión. La imagen corporativa es actualmente uno de los elementos más importante que las compañías tienen a su disposición para hacer comprender a sus públicos quienes son, a que se dedican y en que se diferencian de la competencia. (Muñoz, 2004, p. 29)

La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico (universo perceptivo), susceptible de subsistir a través de la duración y que constituye uno de los componentes principales de los medios

masivos de comunicación (fotografía, pintura, ilustraciones, esculturas, cine, televisión). (Baeza, 2006, p. 57)

Por tal motivo si la imagen corporativa y el logo de una organización van acorde a los parámetros de diseño del 2017, el consumidor se encontrará más cómodo y será más fácil para él captar la filosofía de la empresa. Lo que hace necesario elegir correctamente los colores y formas que van a constituir el logo deseado.

Según la empresa de marketing digital, Pro Soluciones, la identidad corporativa va ligada a la esencia de la empresa. Esta puede ser definida como la firma a darse a conocer tanto al público como a los competidores.

Casi todas las compañías tienen una imagen corporativa, donde el aspecto más importante para que lo reconozcan los consumidores recae en la marca corporativa que está formado por el logotipo e isotipo.

Aun así, la identidad no se limita a un logotipo, isotipo o a la publicidad en diferentes plataformas, es muy importante la forma de comunicar, las acciones que realiza, etc. Tendrá un efecto muy importante en la imagen. (Pro Solutions, 2016)

## **1.2 Evolución de la identidad corporativa**

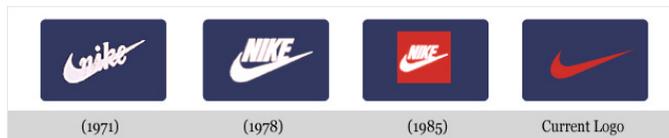
A lo largo de los años ha cambiado la visión de la identidad corporativa. Fue a partir de los años 80 cuando empezó a reconocerse el efecto de la conducta y las comunicaciones de la imagen corporativa en una empresa. Para el 2016, es vista como el instrumento estratégico para que el consumidor asocie y recuerde el dibujo de esa empresa con la ética, política y acciones que realiza la organización. (Pro Solutions, 2016)

La imagen corporativa de una empresa, puede cambiar conforme lo hace la empresa. Muchas veces los cambios en el logo de una empresa son el reflejo de

cambios de estrategia, cambios internos o ampliación de mercados. (Pro Solutions, 2016)

A continuación, en la figura 1 se muestran los cambios que ha experimentado el logo de la compañía que fabrica zapatillas deportivas NIKE.

Figura 1: Evolución del logo de Nike



Fuente: Figura 1. Recuperada de <https://ejecant.wordpress.com/2009/12/21/la-evolucion-de-la-imagen-corporativa/>

El logo de Nike, desde sus inicios en 1971 hasta el 2017 conserva los mismos elementos, pero ha ido evolucionando tomando en cuenta las tendencias de diseño y demandas de la industria con relación a los tiempos.

Además de conservar los mismos elementos, las variaciones en el color y la forma han sido mínimas.

### 1.3 Importancia de la identidad corporativa

La gestión de los atributos de identidad de una organización y su comunicación a sus públicos tiene como objetivo prioritario lograr la identificación, diferenciación y preferencia de la organización. (Peri, 2009)

Una empresa sin identidad corporativa pasa desapercibida por los clientes o usuarios, muchas veces una empresa sin identidad misma expresa falta de seriedad y de compromiso de la empresa hacia los clientes. Es muy importante que, si se tiene una empresa, esta cuente con una identidad corporativa porque es la imagen que se transmite hacia los clientes, es un valor agregado, si la empresa cuenta con valores intangibles como los son: la misión, visión y

filosofía, es necesario agregar aspectos tangibles como; marca, tipografía, colores corporativos y elementos gráficos auxiliares para reforzar a la marca y, por ende, darle mayor imagen a la empresa. (Gramagrafica, 2012)

Coca Cola es una de las empresas más grandes del mundo, gracias a la identidad corporativa se puede distinguir la imagen de la empresa, ya que rápidamente se relaciona el color rojo y la tipografía a mano alzada con el producto. Pero Coca Cola no solo tiene una identidad corporativa en su papelería institucional, sino que maneja la identidad corporativa en toda la empresa, la arquitectura, los muebles, los camiones, los rótulos, los uniformes, diseño de interior y algunos artículos promocionales. Coca Cola siempre maneja el concepto de la simplicidad, su estilo gráfico y sus colores corporativos. (Gramagrafica, 2012)

Para la Asociación Dominicana de Profesores ADP, el poseer una identidad corporativa unificada y coherente le permitirá transmitir los valores de la organización y comunicarlos fácilmente. Le ayudará lograr el reconocimiento del público y a afianzar la posición de defensores de los maestros.

#### **1.4 Elementos de la identidad corporativa**

Imagen corporativa sólo hay una; es decir, las empresas necesitan definirse de una forma específica, pues de lo contrario su concepto y su propuesta de valor tienden a difuminarse en la mente de los clientes. (Retos-directivos.eae.es, 2017)

Por tanto, todos los elementos que la componen deben estar alineados bajo los mismos criterios. No puede haber criterios opuestos o que comuniquen cosas distintas. Se requiere unidad, cohesión y coherencia. (Retos-directivos.eae.es, 2017)

#### **1.4.1 El nombre de la empresa:**

Por obvio que parezca, él es primer elemento que transmite una idea de la empresa o de que lo que ésta realiza. Lo más idóneo es que tenga relación con la actividad comercial y que sea lo suficientemente llamativo como para generar interés. (Retos-directivos.eae.es, 2017)

#### **1.4.2 El logo y otros símbolos:**

Es un elemento muy importante si se trata de llegar al público. Logos como el de Apple o Coco-Cola llevan años en la mente de los consumidores sin que pierdan consistencia ni perdurabilidad. Todo logo debe transmitir la idea del negocio y considerar tanto el target al que se dirige la empresa como sus competidores. (Retos-directivos.eae.es, 2017)

#### **1.4.3 El eslogan:**

Suele tener un gran impacto en los consumidores cuando es innovador, creativo y, a la vez, habla de los beneficios del producto. Muchos se diseñan como si fuesen promesas. (Retos-directivos.eae.es, 2017)

#### **1.4.4 Los colores (identidad cromática):**

Los colores también comunican. De hecho, muchas compañías se conocen más por el color de sus logos que por los logos en sí mismos. El uso del color puede darse de dos formas: acogiendo su significado esencial o añadiéndole otro en función del mensaje que se quiera transmitir al consumidor. (Retos-directivos.eae.es, 2017)

#### **1.4.5 La página web:**

Además de ser una herramienta fundamental para las labores de marketing en la era digital, la página debe responder a los mismos principios del logo, el

eslogan, la gama cromática elegida o el lenguaje. De lo contrario, no tendría sentido. (Retos-directivos.eae.es, 2017)

#### **1.4.6 Brochure:**

Se refiere a todos aquellos elementos complementarios de comunicación, como por ejemplo las tarjetas de presentación, los sobres, los correos electrónicos, las facturas y hasta la chapa que llevan sus representantes a los eventos. (Retos-directivos.eae.es, 2017)

### **1.5 Identidad e imagen corporativa**

La identidad corporativa va ligada al nombre de la empresa, un nombre que debe escogerse bien para permanecer en la mente del cliente potencial. Son varias las herramientas, tanto a nivel visual como psicológico, que se pueden utilizar para la consecución de este objetivo. Por un lado la identidad verbal (el nombre propiamente dicho) y por otro la identidad visual (logotipo y códigos de conducta de la marca). De esta forma se puede concluir que la fórmula de la identidad corporativa es la suma de la identidad verbal y la identidad visual. (Barona, 2016) (Schroeder, 2005)

Dentro de la identidad corporativa está quizá el aspecto más importante de la empresa a la hora de comunicarse con los consumidores, la marca corporativa. Aquí están incluidas las señas de identidad fácilmente reconocibles por el cliente como son el logotipo e isotipo, el descriptor de la marca y el slogan. En todos los elementos el color y la tipografía son muy importantes para que impregne la mente del consumidor y asocie rápidamente un color a una marca. Un ejemplo claro es el rojo intenso de Coca-Cola. (Barona, 2016) (Schroeder, 2005)

En la identidad corporativa es muy importante tener muy bien marcada la línea creativa y los estímulos sensoriales mediante el logotipo y la estética elegida, para lograr un impacto importante en el receptor y reconozca con rapidez la

marca. Todos estos elementos son muy visuales y tienden a confundirse con la imagen corporativa que realmente se centra en la concepción psicológica de la marca, es decir la opinión que el consumidor se forma de la empresa una vez que se ha impregnado de la identidad corporativa. En este caso la entidad debe ser coherente con los valores que pretende representar y mostrar una actitud que convenza al cliente. (Barona, 2016) (Schroeder, 2005)

Una buena imagen corporativa siempre se creará teniendo en cuenta el posicionamiento del producto y el diseño de su identidad corporativa, ya que cualquier diferencia o alteración propiciará la confusión del público que no considerará una marca sólida y con valores firmes. Por tanto, todos los elementos deben funcionar como pequeños engranajes de una maquinaria perfectamente engrasada para que el consumidor comprenda que está ante una marca que ofrece un producto o servicio de primer nivel. (Barona, 2016) (Schroeder, 2005)

Tanto empresas como clientes deben hacer una distinción clara entre identidad corporativa e imagen corporativa para tener muy claro, unos lo que quieren ofrecer al mercado y otros lo que quieren consumir con todas las garantías de obtener aquello que la marca les promete. (Barona, 2016) (Schroeder, 2005)

La diferencia entre identidad corporativa e imagen corporativa es que la identidad son todos los elementos gráficos y verbales que componen la empresa, mientras que la imagen está relacionada con los aspectos psicológicos y con la percepción. Ambas, tanto la identidad como la imagen son importantes porque algún componente de ellas falla, se verá reflejado en el éxito de la organización.

**CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES E HISTORIA DE LA  
ASOCIACIÓN DOMINICANA DE PROFESORES (ADP)**

## **CAPITULO 2: ANTECEDENTES E HISTORIA DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE PROFESORES (ADP)**

Para poder realizar una buena propuesta de rediseño del logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) o cualquier logo en general, se hace indispensable una investigación previa, ya sea un análisis de la marca, una investigación de mercado o por qué no, un análisis histórico de la organización y su identidad.

Por lo que a continuación se muestra qué es la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), cómo surgió, cómo está compuesta, su filosofía y claro, la identidad actual.

### **2.1 Asociación Dominicana de Profesores ADP.**

La Asociación Dominicana de Profesores (ADP) es una organización sindical de carácter democrático, clasista y de masas que agrupa a los trabajadores y las trabajadoras de la enseñanza. Se rige por la Constitución y las leyes vigentes en la República Dominicana, así como también por las leyes y convenios internacionales de las cuales el Estado Dominicano es signatario. Tiene jurisdicción nacional y domicilio en Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

La Asociación Dominicana de Profesores (ADP) fue fundada el 13 de abril de 1970 y tal como establece la historia tres sectores contribuyeron a su fundación: El grupo de Profesores de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), que pronto vio el recinto ocupado y necesitaba la mayor solidaridad para librar luchas por su desocupación, un sector de la izquierda liderado esencialmente por maestros del MPD y la Línea Roja del 14 de junio, agrupados por el Comité

Gestor Pro-Federación Dominicana de Maestros (FEDOMA), y un selecto grupo de maestros de colegios católicos, evangélicos, y privados que venían reuniéndose para formar un sindicato.

La primera directiva del Comité Ejecutivo Nacional de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), fue escogido en una reunión celebrada en el Teatro Agua y Luz bajo fuerte represión policial en la que toda la zona del Centro de Los Héroes fue militarizada, y los asistentes tuvieron que entrar en una larga fila de fusiles.

## **2.2 Historia de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.**

Según la página web de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), ésta surgió de los esfuerzos de las y los maestros para salvar el año escolar 1969-1970, amenazado por el cierre de los planteles públicos y la ocupación militar de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), no exclusivamente por un motivo "laboral" o de interés particular de los docentes. Durante los primeros años de su existencia una de sus principales preocupaciones fue agotar el programa escolar con frecuencia interrumpido por los acontecimientos políticos o por la incursión de la policía y de la banda Colorá en los recintos escolares. La Asociación Dominicana de Profesores ADP, también desarrolló en términos públicos: el déficit y la deserción escolar en contraste con la construcción de los famosos palacios escolares con un escandaloso derroche de recursos provenientes del financiamiento internacional, los contenidos y los métodos de reforma de la Educación Media. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

La primera gran lucha de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) en noviembre del 1972, fue por el establecimiento del "Estatuto y Escalafón de los Trabajadores de la Enseñanza". Esta huelga obligó al gobierno a promulgar una caricatura de Escalafón, permaneciendo hasta hoy pendiente el establecimiento

de verdad de la carrera docente que es el propósito de este mecanismo legal. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

Durante la década de los 80tas, promovió y fue uno de los principales actores, junto a la comunidad internacional y al empresarial nacional, del Plan Decenal de Educación y de los debates que dieron como resultado la nueva ley de Educación en 1997. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

Rafael Santos, el Secretario General que encabezó la huelga de 1980, una de las jornadas más prolongada e intensa que ha vivido el magisterio nacional en toda su historia, provenía del sector privado. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

El carácter sindical que ha tenido la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) y del que se enorgullece, se debe a la gran y activa participación del personal docente de los colegios en su constitución. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

La base de la organización es la Asamblea de profesores/as de las escuelas. La Asociación Dominicana de Profesores (ADP) es esa asamblea de profesores/as multiplicada en cada una de las escuelas que existen en el país. Ella es tan fuerte y tan unida como esas asambleas. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

### **2.3 Fundación de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.**

Desde un primer momento, se forjó la idea de constituir una nueva organización de educadores/as que ocupara el vacío dejado por la desaparición de FENAMA, a la misma vez que se realizara un proceso de lucha y protesta que reabriera los Centros Educativos y lograra la desocupación de la UASD. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

La Asamblea del Teatro Agua y Luz decidió por unanimidad constituir la Asociación Dominicana de Profesores/as Asociación Dominicana de Profesores

(ADP), el 13 de Abril del 1970 y eligió su primera dirección compuesta en forma tripartita por representantes del sector universitario, de la enseñanza pública y de los colegios. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

A menos de un mes de su fundación, el 6 de mayo del 1970, se celebró en el cine Lido de Santo Domingo, la “Asamblea de Estudiantes y Profesores por la salvación de la Educación Nacional”. Es decir, desde un primer momento la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) estableció una política de frente al estudiantado y sus organizaciones que casi inmediatamente se extendió a los padres, madres y a los diferentes sectores organizados de las comunidades. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

La fundación de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) fue la respuesta de las y los educadores dominicanos a una brutal agresión contra la educación perpetrada por el gobierno del doctor Joaquín Balaguer que cerró las escuelas y ocupó la universidad del Estado para imponer su primera reelección sobre las protestas que ella estaba provocando en amplios sectores sociales y en todo el territorio nacional. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

La Asociación Dominicana de Profesores (ADP), con luces y sombras, en su devenir histórico ha construido ricas experiencias de lucha y ha conquistado importantes reivindicaciones económicas, sociales y profesionales para el magisterio dominicano.

Se habla del histórico compromiso con la calidad de la educación, en el VI Congreso Nacional de la ADP en septiembre del 1990 se planteó que la calidad era un componente esencial en el proceso hacia la superación de los rezagos y desafíos de la Educación Dominicana.

La fundación de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), el 13 de abril del 1970 en el Teatro Agua y Luz del Centro de los Héroes y Mártires de

Constanza, Maimón y Estero Hondo, y el Congreso Nacional del Plan Decenal del 2 al 5 de diciembre del 1992 con el que culminaron los trabajos de los 113 congresos municipales y 28 provinciales en todo el país, son apenas dos de tantos puntos luminosos de la digna historia del Magisterio nacional. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

#### **2.4 Misión de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.**

La Asociación Dominicana de Profesores (ADP) tiene como misión defender una educación de calidad para todos los dominicanos fortalecer los lazos de unidad solidaridad entre los maestros del país y Latinoamérica, reivindicar los derechos socioeconómicos, culturales y científicos de la comunidad educativa y del pueblo en sentido general, articular alianzas estratégicas con los demás sectores sociales de la vida nacional e internacional. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

#### **2.5 Visión de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.**

Su visión es ser el sindicato único de los maestros de la República Dominicana, y desempeñar un rol protagónico en la superación de las complejas y variadas problemáticas de los maestros y la educación del país. Ocupar un lugar cimero en la escala de valoración de la sociedad por la capacidad de aportar al debate de los temas de interés nacional, de gestionar con eficiencia y transparencia los procesos y recursos, y representar con dignidad los intereses de los miembros y del pueblo en general. (Asociación Dominicana de Profesores, 2010)

#### **2.6 Valores de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.**

- Dignidad
- Justicia
- Solidaridad
- Dedicación

- Transparencia
- Equidad
- Tolerancia
- Positivismo
- Democracia

## 2.7 Estructura de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.

La Asociación Dominicana de Profesores ADP está estructurada de la siguiente forma:

Figura 2. Cuadro del organigrama de la Asociación Dominicana de Profesores ADP en el año 2017.



Fuente. (Asociación Dominicana de Profesores, 2010).

## **2.8 Logros de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.**

Entre los logros alcanzados por la Asociación Dominicana de Profesores, están:

- El Seguro Médico para maestros y sus dependientes.
- El desayuno escolar.
- Entrega de libros de texto para estudiantes del sector público.
- La libertad sindical de los educadores.
- La elaboración, aprobación y puesta en vigencia de las leyes 66-97 y 451-08 sobre el sistema de jubilación y pensión.
- La reparación de escuelas.
- Uso de materiales didácticos para la enseñanza.
- El programa de formación de los maestros.
- El aumento salarial, para dignificar el trabajo del educador a través de los incentivos de los docentes.
- Los avances en el sistema educativo nacional a través del Plan Decenal. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

## **2.9 Perspectivas de la Asociación Dominicana de Profesores ADP.**

Dentro de las perspectivas de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) están:

- Una educación de calidad.
- El establecimiento de la tanda única como una de las estrategias para la permanencia y desarrollo de competencias y habilidades.
- Una transformación curricular que sirva de base para el desarrollo social, político y económico de los ciudadanos y ciudadanas de la República Dominicana. (Cultura29noa.blogspot.com, 2013)

## 2.10 Elementos del logo actual de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)

Figura 3. Logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) en el 2017.



Fuente. (Asociación Dominicana de Profesores, 2010)

Figura 4. Colores del logo de la Asociación Dominicana de Profesores ADP en el 2017.



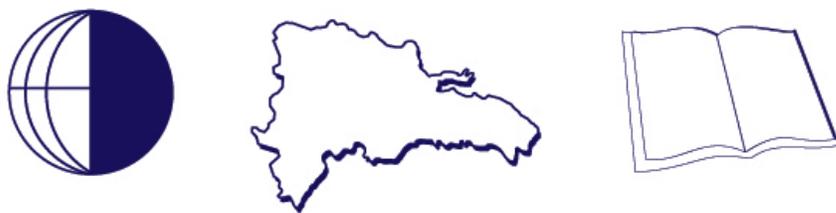
Fuente. (Asociación Dominicana de Profesores, 2010)

Figura 5. Tipografía del logo de la Asociación Dominicana de Profesores ADP en el 2017.



Fuente. (Asociación Dominicana de Profesores, 2010)

Figura 6. Elementos individuales que forman de logo de la Asociación Dominicana de Profesores ADP en el 2017.



Fuente. (Asociación Dominicana de Profesores, 2010)

**CAPITULO 3: METODOLOGIA Y JUSTIFICACIÓN  
OBJETIVA DEL ESTUDIO**

## CAPITULO 3: METODOLOGÍA Y JUSTIFICACIÓN OBJETIVA DEL ESTUDIO

El análisis histórico presentado en los capítulos anteriores, lleva a la investigación al siguiente paso: establecer el proceso y la metodología que se llevará a cabo para la elaboración de la propuesta de rediseño de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP). En este capítulo se muestran los objetivos, la justificación y el análisis del presente de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP).

### 3.1 Objetivos de la investigación

A continuación se muestran los objetivos que se buscan con esta investigación, se establece un objetivo general y a partir de este, tres objetivos específicos guiarán el proyecto.

#### 3.1.1 Objetivos Generales

- Elaborar el rediseño del logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP). República Dominicana, enero - abril 2017.

#### 3.1.2 Objetivos Específicos

- Investigar las causas y consecuencias de que la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) no tenga una línea gráfica definida.
- Analizar cuáles son los elementos que se deben tomar en cuenta para rediseñar el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP).
- Determinar la importancia de la identidad corporativa en una organización.

COMPRES CLEMENTE, I..., 1/4/17 15:21

Comment [1]: Poner preámbulo

COMPRES CLEMENTE, I..., 1/4/17 15:21

Comment [2]: Escribírle algún texto no dejar vacíos títulos

## 3.2 Metodología y método

La metodología descrita a continuación fue elegida luego que se establecieron los objetivos que se persiguen en la investigación. La metodología y el método facilitaran la obtención de la información necesaria para cumplir con dichos objetivos.

### 3.2.1 Metodología

El tipo de investigación a utilizar será descriptivo ya que el objetivo del proyecto es examinar y describir los elementos que constituyen al logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), mediante el análisis de casos y encuestas.

Esta investigación busca analizar y describir ciertas características de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) que permitan realizar un rediseño efectivo y funcional de la identidad visual transformándola en una organización que posea una línea grafica unificada y coherente.

### 3.2.2 Método

El método a utilizar es deductivo para determinar lo que piensan las personas sobre la imagen de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP). Abarcando de lo más general a lo más específico analizando los resultados de las encuestas para realizar un rediseño.

## 3.3 Justificación

Las asociaciones sirven como medio de agrupación y de empatía para sus miembros, en ellas se comparten ideas y objetivos.

En el 2017, las personas suelen asociarse por los medios digitales, existen los grupos en aplicaciones para celulares como en WhatsApp o en redes sociales como Facebook. Cada día es más común que para conectar y asociarse las

personas soliciten el WhatsApp y no el número de teléfono o correo electrónico y no solo a nivel informar sino también en las organizaciones ya que es un medio muy utilizado y efectivo para comunicarse rápidamente con los demás, rompiendo así las barreras de la distancia o la disponibilidad, lo que hace necesario que la Asociación Dominicana de Profesores tenga una identidad que se pueda adaptar a la realidad social de sus miembros. Que pueda ser llevada de igual manera a los medios de comunicación que sus usuarios utilizan, que pueda ser entendida y comunicada por sus miembros.

Para esto se hace necesario la implementación de un manual de marca que logre unificar las aplicaciones del logo y así fortalecer la identidad de la Asociación de Profesores (ADP).

La Asociación aboga por el mejoramiento de los maestros, es la voz que lucha por los intereses y el bienestar del cuerpo docente, una entidad tan importante para la República Dominicana necesita tener una imagen corporativa vanguardista y actualizada, una imagen sólida, que le inspire a sus miembros confianza.

Con esta investigación se busca lograr una mejora en la identidad corporativa de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), para que esta logre ser una institución de referencia a nivel nacional e internacional, como una agrupación gremial que lucha por los intereses de sus miembros y que estos intereses y filosofía estén claramente identificados en todos los medios donde se presente el logo de la institución. Se desea que la Asociación logre el reconocimiento por parte del público, se busca fomentar el cuidado y respeto de la identidad visual de la Asociación.

### **3.4 Presentación de resultados de las encuestas**

Las encuestas que se realizaron para el desarrollo de esta investigación y el proyecto se hicieron a través de una plataforma digital, una herramienta gratuita de la empresa Google que se llama Formularios de Google.

Este medio facilitó la recolección de datos ya que se envió el formulario vía correo electrónico, Facebook y WhatsApp sin la necesidad de trasladarse al interior del país.

#### **3.4.1 Población**

La población está compuesta por:

- Hombres y mujeres dominicanos / as.
- Residentes en la República Dominicana.
- Pertenecientes a todas las clases sociales.
- Entre los 18 y 65 años.

#### **3.4.2 Tipo de muestra**

Es tipo de muestra utilizado fue el modelo probalístico, porque permite la generalización de los datos en un universo donde todos los elementos de la población pueden ser elegidos y se puede establecer el nivel de error y de confianza del muestreo.

#### **3.4.3 Tamaño de la muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra se asume que el total de población es desconocido por lo que se utilizó la fórmula de población infinita:

(Alexander, 2010)

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra = ?

Z = Nivel de confianza = 95% = 1.96

E = Error = 5% = 0.05

P = Probabilidad de ocurrencia = 50% = 0.5

Q = Probabilidad de no ocurrencia = 50% = 0.5

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.92 * 0.5 * 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{3.92 * 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.98}{0.0025}$$

**n = 392**

Cuadro 1. Ficha técnica del muestreo

Ficha técnica del muestreo	
<b>Universo</b>	Infinito
<b>Tamaño de la muestra</b>	392 encuestados
<b>Proporciones</b>	50%
<b>Nivel de confianza</b>	95%
<b>Tipo de muestra</b>	Modelo probalístico
<b>Instrumento</b>	Cuestionario (ver en anexos)

### 3.4.4 Tabulación de los resultados de la muestra

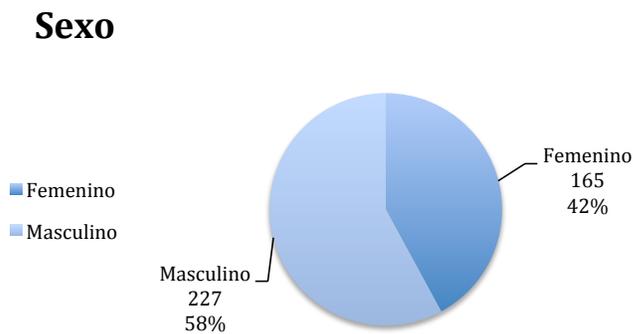
Luego de aplicar el cuestionario (ver en anexos) a la muestra seleccionada, un total de 392 personas enviaron sus respuesta digitalmente.

**Tabla 1. Sexo**

Sexo		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	165	42%
Masculino	227	58%
<b>Total</b>	<b>392</b>	<b>100%</b>

Fuente: 392 encuestados.

**Grafico 1. Sexo**



Fuente: Tabla 1

**Análisis:** Los primeros datos del cuestionario responden a la descripción de la población, en el caso de la variable sexo, 165 mujeres para un 42% y 227 hombres para un 58%, es decir, de los encuestados fueron más hombres que mujeres.

COMPRES CLEMENTE, I..., 1/4/17 15:23

**Comment [4]:** Te falta la columna del total  
Y la fuente

COMPRES CLEMENTE, I..., 1/4/17 15:23

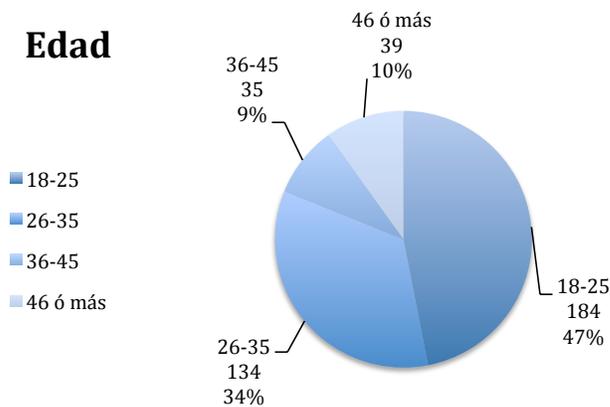
**Comment [5]:** Te hace falta la fuente

**Tabla 2. Sexo**

Edad		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>18-25</b>	184	47%
<b>26-35</b>	134	34%
<b>36-45</b>	35	9%
<b>46 ó más</b>	39	10%
<b>Total</b>	392	100%

Fuente: 392 encuestados.

**Grafico 2. Sexo**



Fuente: Tabla 2

**Análisis:** En la variable edad, los encuestados tenían cuatro rangos de edades: 18-25 con 184 personas para un 47%, de 26-35 con 134 personas para un 34%, de 36-45 con 35 personas para un 9% y de 46 o más 39 personas para un 10%. Es decir, que la mayor parte de los encuestados son adulto joven, solo un 19% tiene más de 36 años.

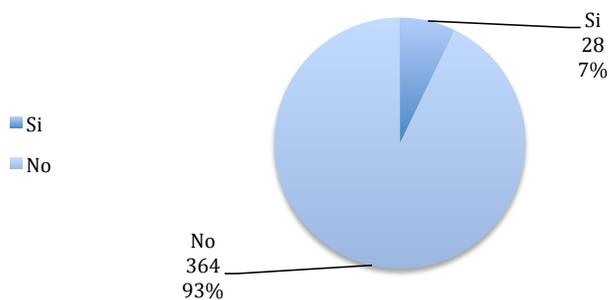
**Tabla 3. ¿Es miembro de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**

¿Es miembro de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	7%
No	364	93%
<b>Total</b>	<b>392</b>	<b>100%</b>

Fuente: 392 encuestados.

**Grafico 3. ¿Es miembro de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**

¿Es miembro de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?



Fuente: Tabla 3

**Análisis:** En esta pregunta directa y 28 personas respondieron que si para un 7% y 364 personas respondieron no para un 93%. El porcentaje de encuestados miembros de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) es muy baja solo con un 7%.

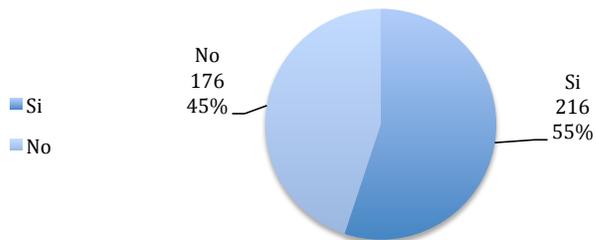
**Tabla 4. ¿Conoce la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**

¿Conoce la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	216	55%
No	176	45%
<b>Total</b>	<b>392</b>	<b>100%</b>

Fuente: 392 encuestados.

**Grafico 4. ¿Conoce la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**

¿Conoce la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?



Fuente: Tabla 4

**Análisis:** En esta pregunta 216 personas si conocen la Asociación Dominicana de Profesores para un 55%, mientras que 176 personas no la conocen, para un 45%. En comparación con la pregunta anterior, a pesar de que el 93% de los encuestado no son miembros de la ADP, el 55% por ciento si conoce la ADP.

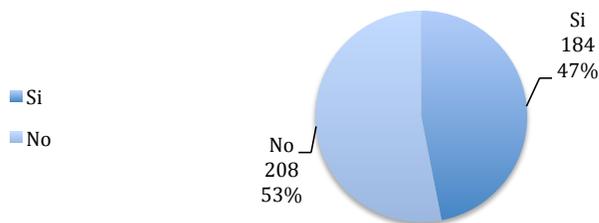
**Tabla 5. ¿Ha visto el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**

¿Ha visto el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	184	47%
No	208	53%
Total	392	100%

Fuente: 392 encuestados.

**Grafico 5. ¿Ha visto el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**

¿Ha visto el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?



Fuente: Tabla 6

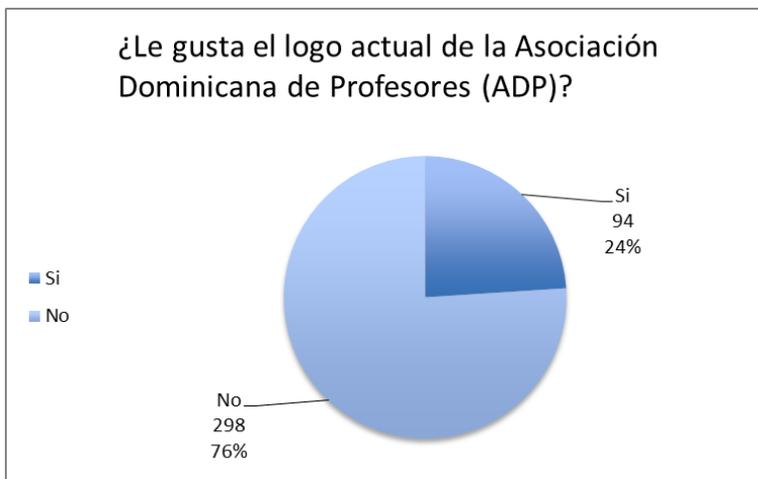
**Análisis:** De los 392 encuestados 184 personas un 47% si ha visto el logo de la Asociación Dominicana de Profesores mientras que 208 el 53% no ha visto. En comparación con la pregunta anterior más personas, un 55% conoce la ADP, pero no todas conocen su logo ya que solo un 47% lo ha visto. Es importante destacar que en esta pregunta no se les puso una foto del logo, con el fin de probar el poder de recuerdo que posee el logo.

**Tabla 6. ¿Le gusta el logo actual de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**

¿Le gusta el logo actual de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	94	24%
No	298	76%
Total	392	100%

Fuente: 392 encuestados.

**Grafico 6. ¿Le gusta el logo actual de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**



Fuente: Tabla 6

**Análisis:** En esta ocasión los encuestados podían ver una imagen del logo actual y 94 personas, un 24% dijo que si le gustaba el logo actual mientras que 298 personas, el 76% no le gustaba el logo actual.

**Tabla 7. ¿Cree que el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) deba cambiar?**

¿Cree que el logo de la Asociación Dominicana de Profesores deba cambiar (ADP)?		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	325	83%
No	67	17%
Total	392	100%

Fuente: 392 encuestados.

**Grafico 7. ¿Cree que el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) deba cambiar?**



Fuente: Tabla 7

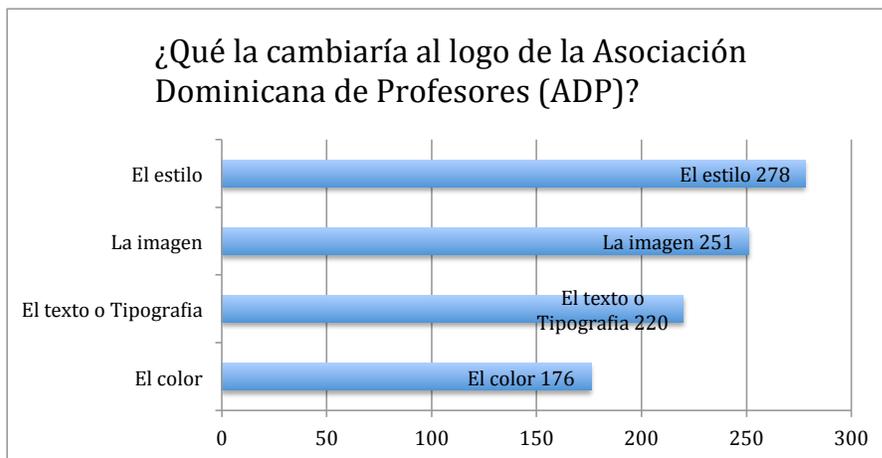
**Análisis:** En esta ocasión 325 personas, el 83% dijo que el logo si debía cambiar, mientras que solo 67 para un 17% dijo que no. En comparación con la pregunta anterior a pesar de que a el 24% de personas le gusta el logo actual, solo un 17% piensa que el logo no debe cambiar.

**Tabla 8. ¿Qué le cambiaría al logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**

¿Qué le cambiaría al logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?		
Variable	Frecuencia	Porcentaje
El color	176	45%
El texto o Tipografía	220	56%
La imagen	251	64%
El estilo	278	71%

Fuente: 392 encuestados.

**Gráfico 8. ¿Qué le cambiaría al logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?**



Fuente: Tabla 9

**Análisis:** En esta pregunta de nuevo las personas podían ver el logo actual y podían seleccionar más de una variable. Seleccionaron 176 veces el color, 220 veces el texto o tipografía, 251 veces la imagen y 278 veces el estilo.

Es decir que el color y la tipografía fueron los elementos menos votados, es importante destacar que era obligatorio seleccionar por lo menos una de las variables.

#### **3.4.5 Análisis de la encuesta**

Los primeros datos del cuestionario responden a la descripción de la población, 392 personas enviaron sus respuestas digitalmente, de los cuales 165 fueron mujeres para un 42% y 227 hombres para un 58%, es decir, los encuestados fueron más hombres que mujeres.

La investigación demostró que a pesar de que la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) es conocida por el 55% de los encuestados, solo un 47% ha visto el logo de la ADP. Esta es una de las consecuencias de que la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) no tenga una línea gráfica definida.

Los datos arrojados a través de la encuesta determinaron que no se cambiaran los colores del logo vigente en el 2017, y que se conservaran los mismos elementos, pero que se cambiara el estilo, ya que la variable de cambiar el estilo fue la más votada: 278 veces.

Es a partir de estos resultados que a continuación se muestra una propuesta para el rediseño del logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP).

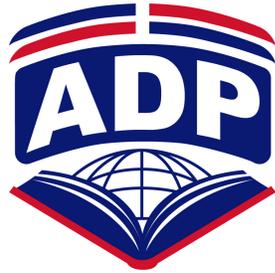
**CAPÍTULO 4: PRESENTACIÓN DEL REDISEÑO DEL  
LOGO DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE  
PROFESORES (ADP)**

## **CAPÍTULO 4: PRESENTACIÓN DEL REDISEÑO DEL LOGO DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE PROFESORES (ADP).**

A continuación se presenta la propuesta para el rediseño del logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) en el año 2017. El cual se realizó tomando en cuenta los datos arrojados en el análisis sobre identidad corporativa, el análisis histórico de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) y los datos arrojados por la encuesta realizada a 392 personas.

### **4.1 Manual de Identidad corporativa**

En lo adelante al tratarse de un proyecto de identidad visual, el formato es diferente. El manual mismo contiene un índice del contenido de este.



Asociación Dominicana  
de Profesores

Manual de Identidad Corporativa

# INDICE

INTRODUCCIÓN .....	3
DESCRIPCIÓN DE LA MARCA .....	4
SOBRE NOSOTROS .....	5
LOGOTIPO .....	6
PROPORCIÓN .....	7
ÁREA DE SEGURIDAD .....	8
COLORES .....	9
COLORES ALTERNOS .....	10
USOS INCORRECTOS .....	11
TIPOGRAFÍA DE LA MARCA .....	12
TIPOGRAFÍA .....	13
PAPELERÍA CORPORATIVA .....	14
PAPELERÍA .....	15
TEXTILES .....	16
TEXTILES .....	17
ID EMPLEADOS .....	18
ID EMPLEADOS .....	19
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	20

# INTRODUCCIÓN



La Asociación Dominicana de Profesores (ADP) es una organización sindical de carácter democrático, clasista y de masas que agrupa a los(as) trabajadores (as) de la enseñanza. Se rige por la Constitución y las leyes vigentes en la República Dominicana, así como también por las leyes y convenios internacionales de las cuales el Estado Dominicano es signatario. Tiene jurisdicción nacional y domicilio en Santo Domingo, Distrito Nacional.

Este manual establece las pautas para el uso y aplicación adecuada de la Identidad Corporativa de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) y servirá como guía en el diseño de la papelería y otros elementos donde sea necesario aplicar la marca. Las normas contenidas en este documento deben ser respetadas.

# DESCRIPCIÓN DE LA MARCA



Asociación Dominicana  
de Profesores

## SOBRE NOSOTROS



La ADP, con luces y sombras, en su devenir histórico ha construido ricas experiencias de lucha y ha conquistado importantes reivindicaciones económicas, sociales y profesionales para el magisterio dominicano.

En sus 40 años ha alcanzado la plenitud en su desarrollo organizacional y da firmes pasos en respuesta a los nuevos desafíos.

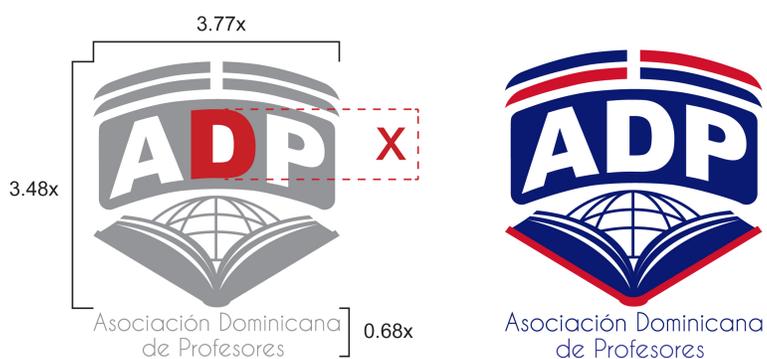
Hablamos de nuestros históricos compromisos con la calidad de la educación pues para solo citar un referente, hará ya 20 años que en el VI Congreso Nacional de la ADP en septiembre del 1990 planteábamos entonces que la calidad era un componente esencial en el proceso hacia la superación de los rezagos y desafíos de la educación dominicana

# LOGOTIPO

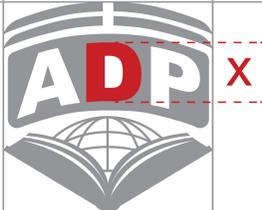
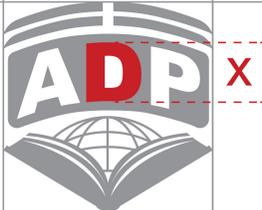


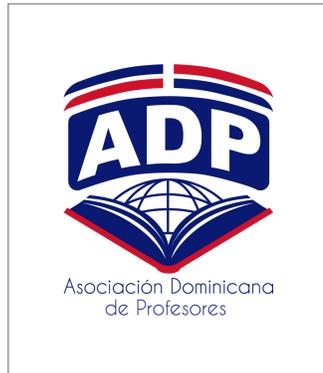
Asociación Dominicana  
de Profesores

# PROPORCIÓN



# ÁREA DE SEGURIDAD

1x		1x
1x		1x



# COLORES



El color institucional aunado con el logotipo son los elementos básicos más importantes y de mayor identificación visual de la Institución. Los colores institucionales son: Azul Pantone 2748 C, Rojo Pantone 186 C.

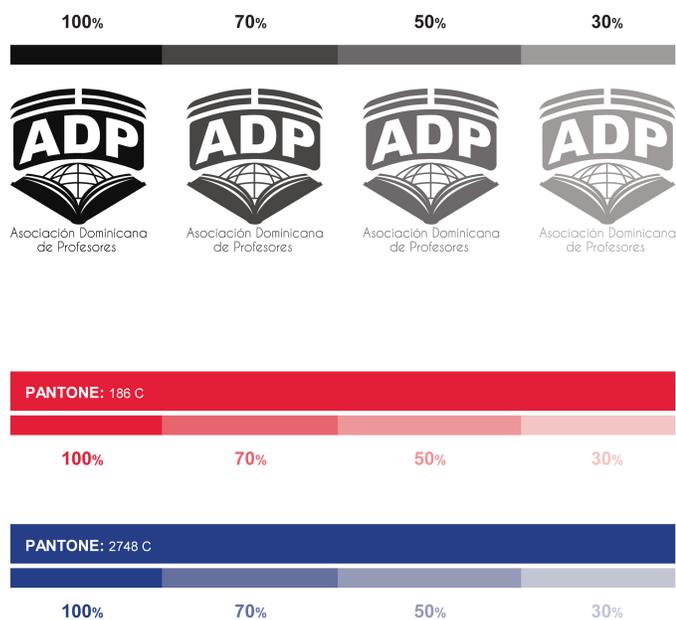


Asociación Dominicana  
de Profesores



# COLORES ALTERNOS

La firma institucional también puede reproducirse en negro (al igual que el símbolo y el logotipo por separado).



# USOS INCORRECTOS



## No rotar



## No escalar a desproporción



## No cambie la posición del texto



## No usar sobre fondo rojo



## No usar sobre fondo azul



# TIPOGRAFÍA DE LA MARCA



Asociación Dominicana  
de Profesores



## **Arial Black**

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmn**opqrstuvwxyz**  
1234567890!**@#%&^&\*()-\_+=+\\|;:”,.<>/?**

## **Arial Bold**

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmn**opqrstuvwxyz**  
1234567890!**@#%&^&\*()-\_+=+\\|;:”,.<>/?**

## **Arial Regular**

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmn**opqrstuvwxyz**  
1234567890!**@#%&^&\*()-\_+=+\\|;:”,.<>/?**

## **Bangkok**

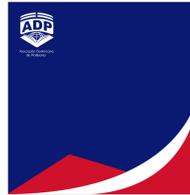
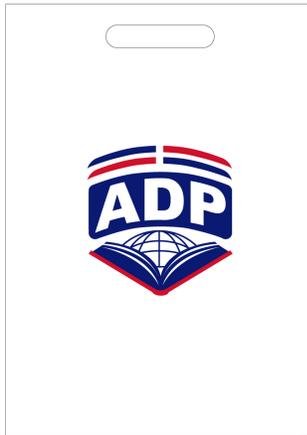
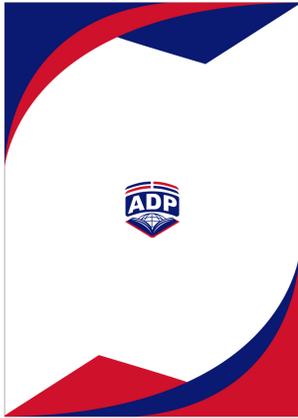
ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmn**opqrstuvwxyz**  
1234567890!**@#%&^&\*()-\_+=+ \\ | ; : ” , . < > / ?**

# PAPELERÍA CORPORATIVA



Asociación Dominicana  
de Profesores

# PAPELERÍA



# TEXTILES



Asociación Dominicana  
de Profesores

# TEXTILES



# ID EMPLEADOS



Asociación Dominicana  
de Profesores

# ID EMPLEADOS



# GLOSARIO DE TÉRMINOS



Asociación Dominicana  
de Profesores

# GLOSARIO DE TÉRMINOS



**Área de Protección:** Espacio delimitado por unos márgenes en torno al logotipo que debe ser siempre respetado y quedar libre de la intrusión de otros elementos gráficos para asegurar su legibilidad.

**Arquitectura de Marca:** Organización del portafolio de marcas de una compañía, o de una familia de productos o servicios, en una estructura que especifica los roles y las relaciones jerárquicas que existen entre ellas.

**Política de marcas de una compañía:** establece la manera en que ésta estructura su catálogo de productos y servicios en el contexto del mercado, comercializando de manera diferenciada o agrupados.

**Atributos:** Características intrínsecas de una marca que, como tales, resultan fácilmente comprobables. Pueden ser propias, relacionadas con el uso y consumo de la marca (materiales de fabricación, color, calidad, rendimiento...) o resultado de factores externos (precio, distribución, accesibilidad...)

**Below the line:** Prácticas publicitarias que emplean medios no masivos de comunicación y se dirigen a segmentos de mercado muy específicos. Algunas de las técnicas utilizadas en la publicidad below the line son el merchandising, los eventos, los patrocinios o el marketing directo.

**Branding:** Conjunto de acciones destinadas a construir una marca y dotarla de unos valores y personalidad inequívocos e identificables para los consumidores.

**Cuadrícula Tipográfica:** Se emplea en el Manual de Identidad Corporativa para establecer con claridad los tamaños y las proporciones del logotipo en todas sus variantes.

**Co-branding:** Asociación de varias marcas para proponer una única oferta común a la que cada una de ellas aportará su personalidad diferencial, y el interés de sus respectivos nichos de mercado, en calidad de marcas conductoras.

**CMYK:** En este caso los colores son cuatro (cian, magenta, amarillo y negro), correspondientes a las cuatro tintas utilizadas en imprenta para reproducir fotos y otras imágenes a todo color.

**Diseño sensible:** Diseño digital que se adapta a diferentes resoluciones y formatos dependiendo del dispositivo que se utilice para la visualización de una página web.

**Eslogan:** Se trata de un recurso creativo que ha evolucionado del juego de palabras ingenioso o la frase pegadiza a un concepto más amplio y perdurable, síntesis del posicionamiento estratégico de la marca que será introducido en todos sus mensajes publicitarios.

**Identidad Corporativa:** Son los atributos de una corporación que la identifican y diferencian de otras.

**Imagen Corporativa:** "Es la idea que tienen los públicos de una organización en cuanto a entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta". (Paul Capriotti)

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Imagen de Marca:** La marca desde la perspectiva del público. Corresponde a la forma en que éste experimenta la individualidad de un producto, servicio o compañía mediante una serie de asociaciones (positivas o negativas), con independencia de la identidad de marca que el negociante haya deseado transmitir. Elementos como el tiempo, la experiencia, la competencia del mercado o la influencia entre consumidores determinan el distanciamiento que pueda darse entre la identidad de marca buscada por el anunciante y la percepción final que, a modo de expectativas, el público pueda tener de ésta.

**Identidad de Marca:** La marca desde una perspectiva interna. Todos aquellos valores que la compañía desea que el público asocie a su producto o servicio con el objetivo de diferenciarse del resto de competidores. Es la promesa a la que enfocará todas sus labores de comunicación.

Es importante no confundir la identidad de una marca con su identidad visual, que es la expresión visible de ésta.

**Logotipo:** Representación gráfica del nombre de marca. Está compuesto por texto en exclusiva, dotado de un diseño distintivo de acuerdo a criterios topográficos específicos. Puede complementarse con un Símbolo o Isotipo para integrar juntos la identidad visual de una compañía.

**Manual de Identidad:** Guía de estilo que establece la política a seguir en la aplicación de una identidad visual, de cara a unificar todas sus futuras expresiones.

**Marca:** La marca resume todo aquello que un cliente final es capaz de percibir de una corporación: un producto o un servicio, la credibilidad de una oferta o una relación de proximidad con el cliente.

**Marca Corporativa:** Es la marca propia y distintiva de una compañía tal y como se define en su manual corporativo y la suma de todos los recursos empleados para generar y transmitir la (identidad visual, identidad verbal, estrategias de marketing, ...)

**Marca Gráfica:** Conjunto de expresiones gráficas que constituyen el aspecto visual de una marca. Se puede distinguir entre cuatro tipos de marcas gráficas: logotipos, isotipos o símbolos, isologos, e imagotipos.

**Pantone:** Sistema de control de colores. Este modo de color a diferencia de los modos CMYK y RGB suele denominarse color sólido.

**Personalidad Corporativa:** Asociaciones de marca de naturaleza emocional que confieren al producto, servicio o compañía rasgos propiamente humanos. Se trata de una combinación de cualidades estratégicamente elegidas para otorgar vida a la identidad de marca, en un proceso de humanización que busca facilitar el trato con el consumidor y la diferenciación respecto de otras marcas con una oferta y beneficios similares.



# GLOSARIO DE TÉRMINOS



**Posicionamiento estratégico:** Puesta en práctica de la identidad de marca, manifestada en toda su labor de comunicación y planificación de negocios.

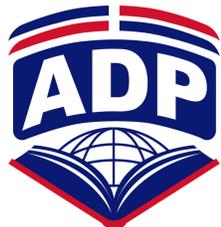
**Rol de la Marca:** Funciones e importancia que una compañía otorga a las distintas unidades de negocio que integran su cartera de marcas.

**RGB:** Hace alusión a las siglas en inglés de Red (rojo), Green (verde) y Blue (azul). Este modelo de color es el que posee cualquier pantalla electrónica, por lo que es indicado si nuestro diseño es para una web o si se limitará únicamente a medios digitales, sin necesidad de imprimir.

**Tagline:** Frase breve especialmente diseñada para expresar de manera ingeniosa e inteligente una propuesta de marca. Al contrario que el eslogan, un recurso variable cuyo uso puede reducirse a una campaña, el tagline, es una frase definitoria permanente y quedará asociada a la marca de manera inalterable como una prolongación de su nombre.

**Tamaño Mínimo de Reproducción:** Una de las condiciones para la aplicación de la marca gráfica recogidas en el Manual de Identidad Corporativa; con el objetivo de asegurar su identificación visual en todo momento, se establecen unos límites a la posibilidad de reducir la representación del logotipo. Este caso extremo tiene su aplicación habitual en elementos de papelería.

**Tipografía Corporativa:** Caracteres de un alfabeto propio o preexistente, pero tan característico en cualquier caso, que hace reconocible todo comunicado en el que aparezcan como oficial de una marca determinada.



Asociación Dominicana  
de Profesores

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego del análisis histórico sobre la identidad corporativa con el fin de conocer que es e identificar su importancia para la investigación, se realizó un análisis de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP), en la cual se establecieron los antecedentes que ayudaron a conocer la marca para poder la crear una propuesta gráfica aplicable a la organización. A partir de esto se reconoció a la ADP como una organización sindical de lucha, con grandes valores patrióticos.

La Asociación Dominicana de Profesores (ADP), es conocida en República Dominicana a través de su presidente y por sus luchas pero no a través de su logo, esta es una de las consecuencias de que la ADP no cuente con una línea gráfica coherente e unificada.

Las causas para no tener una línea gráfica unificada, se encuentran en que la asamblea de la ADP se encuentra duplicada en cada sección del país. Se tiene un logo representativo, pero no una línea gráfica que una a todas las secciones.

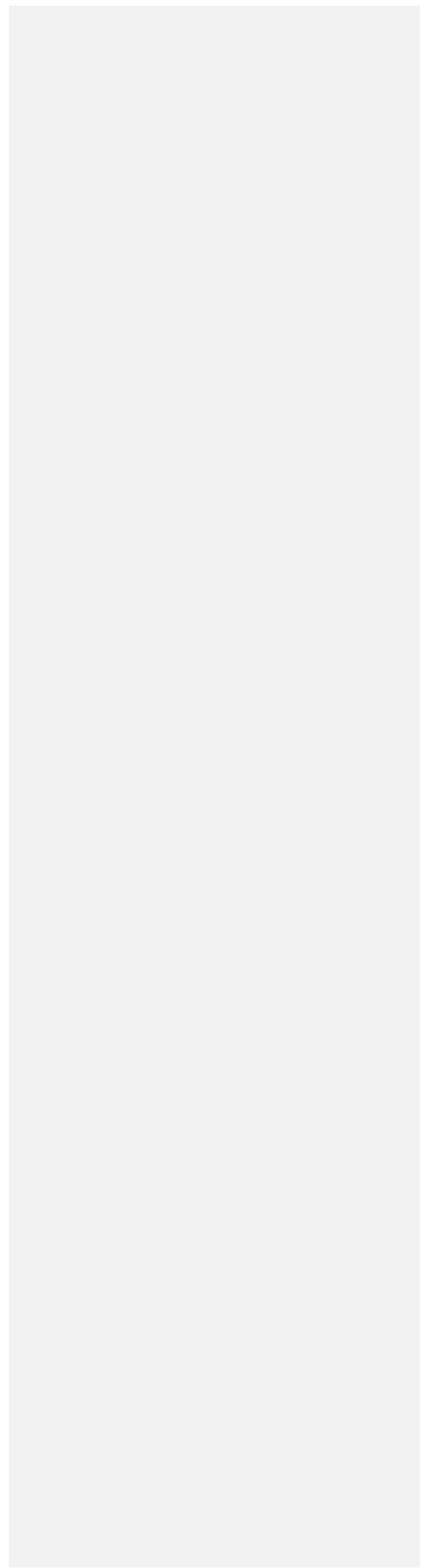
Esos análisis sentaron la base para determinar los elementos que componen la propuesta antes presentada, con la ayuda de un cuestionario que se aplicó digitalmente a 392 personas en todo el país.

Todo el proceso de investigación que se agotó, lleva a que se hagan las siguientes recomendaciones:

Para investigaciones futuras, se precisa de un estudio de mercado que ayude a determinar claramente la posición de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) frente a otras organizaciones similares. Ya que esta investigación solo analizó la ADP en el entorno interno y no externo.

Se recomienda el lanzamiento de una campaña de fortalecimiento de la marca, ya que hay personas que conocen la ADP, pero no han visto su logo.

## **GLOSARIO**



## GLOSARIO

**Acróstico:** Combinación de letras que componen fuera de las palabras a las que pertenecen un pensamiento diferente a su propio significado. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

**Arte Final:** Original publicitario totalmente acabado y listo para su reproducción. Comprende el juego completo de fotolitos. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

**Briefing:** Término inglés que engloba a las instrucciones que el cliente da a su proveedor para que de acuerdo con ellas desarrolle la campaña de Marketing Directo desde la idea global hasta el envío del mailing. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

**Catálogo:** Texto erudito de consulta en el que se documentan y describen todos los grabados conocidos realizados por un artista en particular. En la información se suele incluir el título, los títulos alternativos, la fecha, la técnica, el tamaño de la tirada el formato de la imagen, el papel empleado y otros datos pertinentes. El término se aplica también a catálogos similares de pintura, escultura, dibujo o acuarela u otras obras del mismo artista o taller. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

**Degradado:** Transición gradual entre dos colores o tonos de un color. Antes de la “ era digital “ los degradados sólo se podían realizar con el aerógrafo. Actualmente los programas de ilustración y maquetación incluyen la posibilidad de realizar degradados lineales, centrales, circulares. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

**Diagramar:** Realizar el boceto o proyecto de una publicación o de un impreso cualquiera, esquemático o detallado. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Edición: Tirada determinada de una publicación. También se denomina así el proceso de corregir un material promocional antes de uso; por ejemplo, una grabación antes de una emisión por radio o televisión. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Emblema: Figura o conjunto de figuras que representan de un modo simbólico las actividades, cualidades o ideales de una persona o sociedad. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Eslogan: (Slogan).- Término de origen inglés que es utilizado para recordar una marca o un producto, por medio de una frase de fácil memorización, en los mensajes publicitarios. La palabra "eslogan" viene del celta "slaugh " (guerra) y "gheun " (grito), o sea "grito de guerra". (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Fotograma: Es una imagen o diseño que se produce al colocar objetos transparentes, opacos o translúcidos, sobre una emulsión sensible, exponiéndola a la luz para después revelar la imagen latente. Esta técnica, también conocida como "rayo grama", por el uso que le dio el fotógrafo norteamericano Man Ray (1890-1976), se convirtió en un medio importante para diversos artistas. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Fuentes Tipográficas: Es el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que la fuente es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo y estilo. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Icono: Signo que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Identidad Corporativa: Son los elementos que hacen resaltar la imagen que identifica y distingue a una empresa u organización, como las marcas, logotipos, envases, envoltorios, impresos normalizados, fachadas, colores, uniformes, etc. imagen corporativa: Imagen institucional, imagen empresaria, imagen de la empresa. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Identidad Visual: Sistema de signos que se compone de logotipo, símbolo y gama cromática La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda. (Creative Commons, 2013)

Imagen: La palabra "imagen" viene del latín "imago" y este del verbo "imitari" que significa imitar. Entonces uno puede interpretar la representación de uno en un espejo o en un retrato, como una "imitación" de la figura real. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Línea Gráfica: Son todos los componentes que son partes de la imagen corporativa de una empresa. (Creative Commons, 2013)

Logotipo: es la parte "escrita" de un identificador de marca, la cual puede formarse con uno o varios tipos de letra. El logotipo hace referencia al nombre de la marca. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

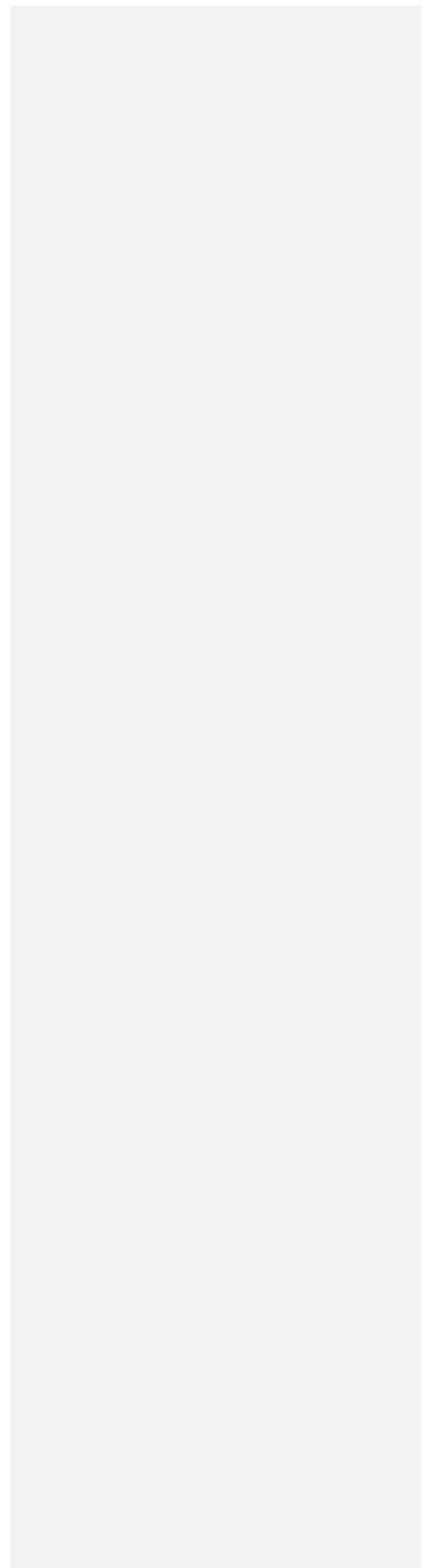
Saturación: Grado de brillo e intensidad de un color. En pintura cada tono tiene un diferente grado de saturación y todos los tonos pueden reducirse en cuanto a la brillantez hasta que lleguen a los niveles más bajos, neutralizándose y apareciendo como grises. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Signo: Representación gráfica esquemática de cualquier contenido. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Símbolo: Signo que representa de modo rápido a una realidad habitualmente más compleja. Así, una bandera representa a un país completo con toda su superficie geográfica, su gente, su historia, su capacidad económica, su cultura. Es el trazo o la representación gráfica de la marca En el identificador, la mayor parte de las veces, logotipo y símbolo van de la mano, pero en otros casos o bien únicamente el símbolo o bien únicamente el logotipo componen el identificado. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

Simetría: Equilibrio armónico consistente reflejar la misma imagen a izquierda y derecha de un eje imaginario. (Diccionario de Arte y Diseño , 2013)

## **ANEXOS**



## Anexo 1. Hoja del Anteproyecto Aprobado

**UNIVERSIDAD APEC**  
UNAPEC

CURSO DE MONOGRAFICO DE EVALUACION FINAL  
EVALUACION DE LAS PROPUESTAS  
ENERO ABRIL 2017

TITULO : REDISEÑO DEL LOGO DE LA ASOCIACIÓN DOMINICANA DE PROFESORES (ADP) EN REPUBLICA  
DOMINICANA

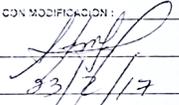
MODULO : GESTION DE LA IMAGEN CORPORATIVA

PROFESOR (A) : LIC. MARIA LUISA MONTÁS / LIC. IVELISSE COMPRES

AUTOR : SANTOS BEPPE OSCAR JAVIER REYNOSO SOLER AL EJANDRO DE JESUS  
RODRIGUEZ ALTAGRACIA

MATRICULA : 20120051 20120051 20151141 AREA PUBLICIDAD

APROBADO  APROBADO CON MODIFICACION:

RECHAZADO  FIRMA: 

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO AL PROFESOR: 33/2/17

OBSERVACIONES :  
PROFESOR, EXPLIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE USTED APROBO CON MODIFICACIONES O RECHAZO

ys(20-05-2003)

## **Anexo 2. Ítems de la encuesta realizada**

### **Rediseño del logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) 2017.**

Encuesta para la recopilación de datos para el rediseño del logo de la ADP para monografía de la Universidad APEC

1) Sexo

- a. Femenino
- b. Masculino

2) Edad

- a. 18-25
- b. 26-35
- c. 36-45
- d. 46 o mas

3) ¿Es miembro de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?

- a. Si
- b. No

4) ¿Conoce la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?

- a. Si
- b. No

5) ¿Ha visto el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?

- a. Si
- b. No

6) ¿Le gusta el logo actual de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?



Fuente google image (Google Images, n.d.)

- a. Si
- b. No

7) ¿Cree que el logo de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP) deba cambiar?

- a. Si
- b. No

8) ¿Qué le cambiaría al logo actual de la Asociación Dominicana de Profesores (ADP)?



Fuente Google Image (Google Images, n.d.)

- a. El color
- b. El texto o tipografía
- c. La imagen
- d. El estilo

## **BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, H. (3 de Abril de 2010). *www.slideshare.net*. Recuperado el 28 de Marzo de 2017, de <https://www.slideshare.net/Prymer/muestreo-3631165>
- Ana Isabel Jiménez Zarco, I. R. (2007). *Comunicación e Imagen Corporativa*. UOC.
- Asociación Dominicana de Profesores. (2010). Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <http://www.adp.org.do/Web/Institucional.aspx>
- Asociación Dominicana de Profesores ADP. (2010). *ADP Web Institucional*. (A. D. Profesores, Productor) Recuperado el 8 de Febrero de 2017, de <http://www.adp.org.do/Web/Default.aspx>
- Baeza. (2006).
- Barona, K. (12 de Enero de 2016). *Slideshare.net*. Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de <https://www.slideshare.net/JhonatanOrozcoColcha/diseo-grafico-58661448?cv=1>
- Betancur. (2006).
- Chica. (2009).
- Costa. (2003). *Diseñar para los ojos*.
- Creative Commons. (2013).
- Cuadrado. (2009).
- Cultura Profesional Docente. (20 de Mayo de 2013). *Organización Sindical Docente*. Recuperado el 8 de Marzo de 2017, de <http://cultura29noa.blogspot.com/2013/05/organizacion-sindical-docente-metas.html>
- Cultura29noa.blogspot.com. (20 de Mayo de 2013). *Organización Sindical Docente*. Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de [Cultura29noa.blogspot.com](http://cultura29noa.blogspot.com): <http://cultura29noa.blogspot.com/2013/05/organizacion-sindical-docente-metas.html>
- Diccionario de Arte y Diseño . (10 de Marzo de 2013). *EncicloGráfico*. Recuperado el 07 de Febrero de 2017, de <http://www.sitographics.com/diccional/entrada.html>
- García, M. M. (2005). *Arquitectura de Marcas*. Madrid: ESIC.
- Google Images*. (s.f.). Obtenido de <https://www.google.com.do/search?q=logo+de+la+adp&tbn=isch&tbo=u&>

source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwjgn9mx1f\_SAhXmhFQKHfYACRoQsAQIHA&biw=1366&bih=623#imgrc=dbYVpyzwyDyF3M:

- Gordoa, V. (1999). *El poder de la imagen pública*. México: Grijalbo.
- Gramagrafica. (2012). *gramagrafica.org*. Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de <http://gamagrafica.org/la-importancia-de-una-identidad-corporativa-en-una-empresa/>
- IOMarketing. (2015). (I. Marketing, Productor) Recuperado el 28 de Febrero de 2017, de <http://www.iomarketing.es/blog/cual-es-la-diferencia-entre-identidad-e-imagen-corporativa-2/>
- Muñoz. (2004).
- Navarro. (2010). *Creatividad publicitaria eficaz* (4ta ed.). ESIC.
- NAVARRO, J. (2007). *IDENTIDAD CORPORATIVA*. MEXICO: MCGRAWHILL.
- Peri, P. C. (2009). Branding Corporativo. En P. C. Peri, *Branding Corporativo* (págs. 11-12). Santiago, Chile: Andros Impresores.
- Pro Solutions. (29 de Abril de 2016). *Pro Solutions Blog*. Recuperado el 28 de Febrero de 2017, de Pro Solutions:  
<https://www.prosolutions.es/blog/identidad-corporativa-de-una-empresa/>
- Retos-directivos.eae.es. (2017). (H. D. School, Productor) Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de <http://retos-directivos.eae.es/elementos-que-conforman-la-imagen-corporativa/>
- Schroeder, R. (2005). *Administración de operaciones* (3ra Edición ed.). México, México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO.
- Stanton, E. y. (2008).
- Toralbo, J. P. (21 de Diciembre de 2009). *Ejecant Wordpress*. Recuperado el 28 de Febrero de 2017, de Wordpress:  
<https://ejecant.wordpress.com/2009/12/21/la-evolucion-de-la-imagen-corporativa/>
- Zip Visual. (27 de Febrero de 2014). *Zip Visual*. Recuperado el 28 de Febrero de 2017, de <http://www.zipvisual.com/blog/?p=180>