

Instrucciones:

- a) Duración: 1 hora y 30 minutos
- b) Elegirá y desarrollará en su totalidad una de las opciones propuestas y, en ningún caso, se podrán realizar ni combinar ambas opciones.
- c) Formato de papel: A4.
- d) Deberá explicar el desarrollo del proceso metodológico utilizado.
- e) La puntuación del ejercicio se detalla al final de su enunciado.

OPCIÓN B

Una marca es un símbolo del origen, que permite a los consumidores identificar y reconocer los productos y servicios ofertados por un empresario determinado. Una marca es esencialmente el nombre que le damos a una estrategia de negocios, creando un conjunto de expectativas para sus clientes. Puede incluir palabras, logos, letras, números, colores, dibujos, formas tridimensionales o una combinación de éstos.

Realice la actualización de la marca mostrada, aportando aquellos cambios que considere necesarios para mejorar su significado. Las pautas seguidas deberán estar argumentadas para justificar dichos cambios.

Historia de la marca

1929 El nacimiento en el mundo del petróleo de Compañía Española de Petróleos, S.A. (CEPSA) como primera entidad española con proyección internacional y su origen unido a la prospección y perforación petrolífera (en Venezuela - Zona marítima del lago Maracaibo) están representando su vocación en esta primera marca.



1951 CEPSA vuelve a mostrar su vocación de líder y pionera al poner en marcha en 1930 la primera refinería española, en Tenerife. Esta segunda marca simboliza la altura del Teide y la estratégica posición marítima de la isla entre tres continentes: Europa, África y América.



1972 CEPSA estiliza la marca en un momento en que su proyección en el mercado se ha ampliado y extendido en todas las actividades del petróleo y la petroquímica.



1977 La marca CEPSA, fiel a sus orígenes vuelve a retomar el diseño original de la estrella, simbolizando el cambio hacia el progreso integrando sus actividades petrolíferas. Los colores rojos representan su fuerza y vitalidad, estableciendo un vínculo con nuestras raíces españolas.



1991 La marca evoluciona reflejando los atributos de CEPSA, con un diseño equilibrado y armónico de sus elementos. El grupo de empresas nacionales e internacionales CEPSA se integra tomando también la fuerza de sus rojos.



1994 La marca se estiliza, simplifica las versiones y los colores. El sistema de Super Marca CEPSA ayuda a compartir los valores de la Compañía y refuerza e integra la identidad gráfica del Grupo CEPSA, proyectando la calidad y el servicio que nos diferencian.



Se evaluará:

- La creatividad y atractivo de la solución gráfica con un máximo de 3 puntos.
- La adecuación a la función propuesta con un máximo de 2 puntos.
- La calidad técnica del proceso de diseño (bocetos, presentación del ejercicio, calidad gráfica, dominio técnico y explicación del proceso metodológico) con un máximo de 5 puntos.