

Trabajo Fin de Grado

Redefinición y homogeneización del lenguaje y recursos gráficos utilizados en el Programa SpinUP Emprende con Unizar by Santander Universidades

Redefinition and homogenization of the graphic language and resources used in the
program SpinUP Emprende con Unizar by Santander Universidades

Autor/es

María Calvo Gurría

Director/es

Anna M^a Biederman

Escuela de Ingeniería y Arquitectura
2021

Resumen

Redefinición y homogeneización del lenguaje y recursos gráficos utilizados en el Programa SpinUP
Emprende con Unizar by Santander Universidades

Descripción del proyecto

El Trabajo de Fin de Grado expuesto en este documento consiste en la redefinición y homogeneización del lenguaje y recursos gráficos utilizados en el programa de emprendimiento SpinUP y desarrollo de aplicaciones.

Actualmente la línea gráfica del programa SpinUP muestra una serie de deficiencias. Carece de una serie de recursos gráficos que puedan apoyar a la identidad corporativa, como son la falta de un Manual de Marca, un diccionario de recursos gráficos, aplicaciones de la marca...

Se realizará un rediseño del logotipo, ya que el actual presenta algunos problemas de legibilidad y un rediseño del sitio web de SpinUP, para unirlo a la línea gráfica y que sea más atractivo. Este proyecto tiene el objetivo de homogeneizar la línea gráfica del programa SpinUP a través de diferentes canales de comunicación.

Objetivos

El proyecto se divide en tres líneas de actuación, el análisis de la línea gráfica de SpinUP y de otros programas de emprendimiento, el diseño y desarrollo del nuevo material corporativo del programa y reglas de aplicación de los mismos y rediseño del sitio web. El objetivo principal del proyecto es:

Homogeneizar la línea gráfica del programa SpinUP en diferentes canales de comunicación.

Para conseguir este objetivo se ha realizado un documento que recoge las normas de aplicación de la marca junto a una serie de recursos gráficos que se pondrán en la disposición de los profesionales del programa. Con la creación de este documento se solucionará la falta de recursos del programa y se conseguirá que el programa SpinUP sea más atractivo, aumentando la percepción de la imagen corporativa de programa. Los diferentes documentos que se han creado se mostrarán y explicarán a lo largo de este documento.

Metodología

El proyecto se divide en diferentes fases que incluyen análisis del programa SpinUP, y otros programas de emprendimiento y el desarrollo de propuestas para mejorar la imagen corporativa del programa elaborando a su vez una serie de reglas que la homogeneizarán recogidas en el documento: Manual de marca y diccionario de recursos gráficos. Además del rediseño del sitio web SpinUP

El proceso para realizar el proyecto consistirá en comenzar con una serie de análisis del programa "SpinUP" y de mercado de programas de emprendimiento para localizar sus puntos débiles en lo referente a imagen corporativa y solucionarlos. Tras esto, se realizará, de ser necesario, un rediseño del logotipo y después un manual de marca, diccionario de recursos gráficos y plantillas. Todo se realizará en un proceso de mejora continua de planificar-hacer-revisar-actuar hasta llegar al mejor resultado, dentro del tiempo determinado.

Conclusiones

En este proyecto se han creado una serie de nuevos recursos gráficos junto a una serie de reglas de aplicación que quedarán en la disposición de los profesionales del programa de emprendimiento SpinUP. Mediante a la creación de los recursos gráficos se ha potenciado la imagen corporativa de la marca.

Además, las reglas creadas que deberán seguir los recursos gráficos también permitirán el diseño de nuevos recursos gráficos en el futuro. Por lo tanto, el documento "Manual de marca y diccionario de recursos gráficos" será abierto y podrá ser ampliado.

Los documentos mostrados en el "Manual de marca y diccionario de recursos gráficos" se encontrarán en la base de datos del programa para facilitar su búsqueda y uso. Para facilitar su búsqueda se ordenarán en carpetas temáticas, relacionadas con cada sección del documento.

Contenidos del proyecto

0. Introducción

El proyecto ————— 4

Planificación ————— 5

1. Análisis del programa

Programa SpinUP ————— 6

Identidad corporativa actual ——— 7

Documentos ————— 8

2. Línea gráfica

Conclusiones y definición ————— 9

3. Rediseño de logotipo

Logosímbolo ————— 10

4. Manual de marca

Introducción ————— 11

Construcción ————— 12

Aplicaciones ————— 13

Presentación corporativa ————— 15

5. Recursos gráficos

Iconos ————— 16

Fotografía ————— 17

Infografía y gráficos ————— 18

6. Rediseño del sitio web

Proceso ————— 19

7. Conclusiones

Final de proyecto ————— 20

8. Bibliografía

Bibliografía ————— 21

0. Introducción

El proyecto

Objetivo

El proyecto “Diseño de una imagen del Programa SpinUP Emprende con Unizar by Santander Universidades” surgió de la falta de recursos gráficos por parte del programa y la falta de un manual de marca.

Para solucionar los problemas detectados se plantea el diseño de una imagen corporativa clara y atractiva del programa SpinUP, con un manual de marca y diccionario de recursos gráficos.

El objetivo final es que el programa SpinUP utilice los recursos gráficos creados de manera correcta y fácil, siendo así más atractivo a los ojos del usuario objetivo y atraer a más participantes al programa.

Alcance

Para estimar el alcance del proyecto se tuvieron en cuenta dos factores:

- Las necesidades del programa SpinUP.
- El proyecto tiene un alcance de 12 créditos.

Al comienzo del proyecto se realizó un análisis del estado actual del programa y los recursos gráficos que posee. Con este análisis se detectaron los objetivos y necesidades.

Una vez identificados los puntos débiles se realizaron unas propuestas de mejora y con estas se determinó que el proyecto tendría las siguientes fases:

- **Fase 1: Análisis del programa**
- **Fase 2: Estudio de mercado**
- **Fase 3: Rediseño del logotipo**
- **Fase 4: Manual de marca y diccionario de recursos**
- **Fase 5: Retículas**
- **Fase 6: Rediseño del sitio web**

Con esta división del proyecto realizamos un cronograma para planificar el proyecto.

Motivaciones personales

1. Realizar un proyecto real que se pueda implantar en el programa.
2. Un gran interés en el mundo del diseño gráfico, concretamente en el diseño de imagen me marca y diseño de sitios web.



Descripción de documentos

A continuación, se describen brevemente los documentos que forman parte del proyecto:

- **Memoria:** contendrá la totalidad del proyecto, de inicio a fin, partiendo de la descripción del proyecto, siguiendo por las fases en las que se estructura el proyecto y el desarrollo de cada una de éstas.
- **Anexo I: Manual de marca y diccionario de recursos gráficos:** En este documento se establecen los elementos constructivos del logotipo junto a las normas de buen uso del mismo y junto a sus aplicaciones. Se define también la línea gráfica definiendo iconos, fotografías, infografía y gráficos junto a sus normas de uso.
- **Anexo II: Desarrollo:** Contendrá la totalidad de proyecto de inicio a fin, con detalles del proceso que se ha seguido para desarrollar el proyecto y los análisis llevados a cabo.

0. Introducción

Planificación

Presentamos la planificación que se ha llevado durante el proyecto, mostrando las tareas en orden cronológico. La planificación ha tenido varias modificaciones desde su planteamiento inicial.

No se muestran las subtareas de las fases ni las reuniones que se han llevado a cabo durante el proyecto.

Las reuniones con los miembros del programa SpinUP se han realizado en mayor cantidad al comienzo del proyecto con los análisis, una vez terminados estos, nos reuníamos cada vez que se acababa una fase del proyecto para mostrar resultados y comprobar si eran de su agrado.

Las revisiones con la Universidad se realizaban cada quince días aproximadamente siendo más numerosas en las fases más avanzadas del proyecto. A continuación, mostramos la planificación inicial y final.

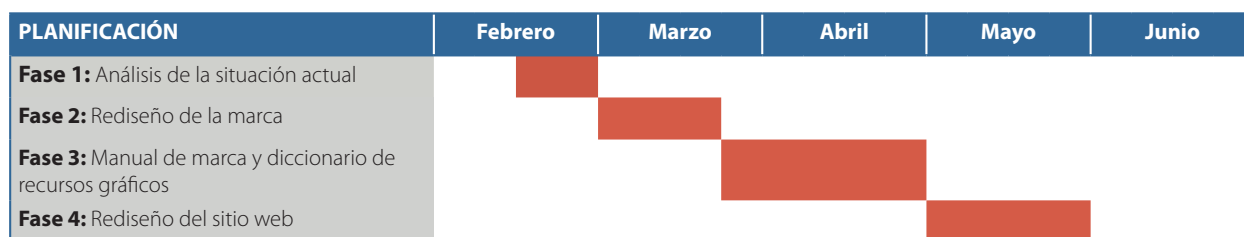


Figura 0.1: Planificación inicial

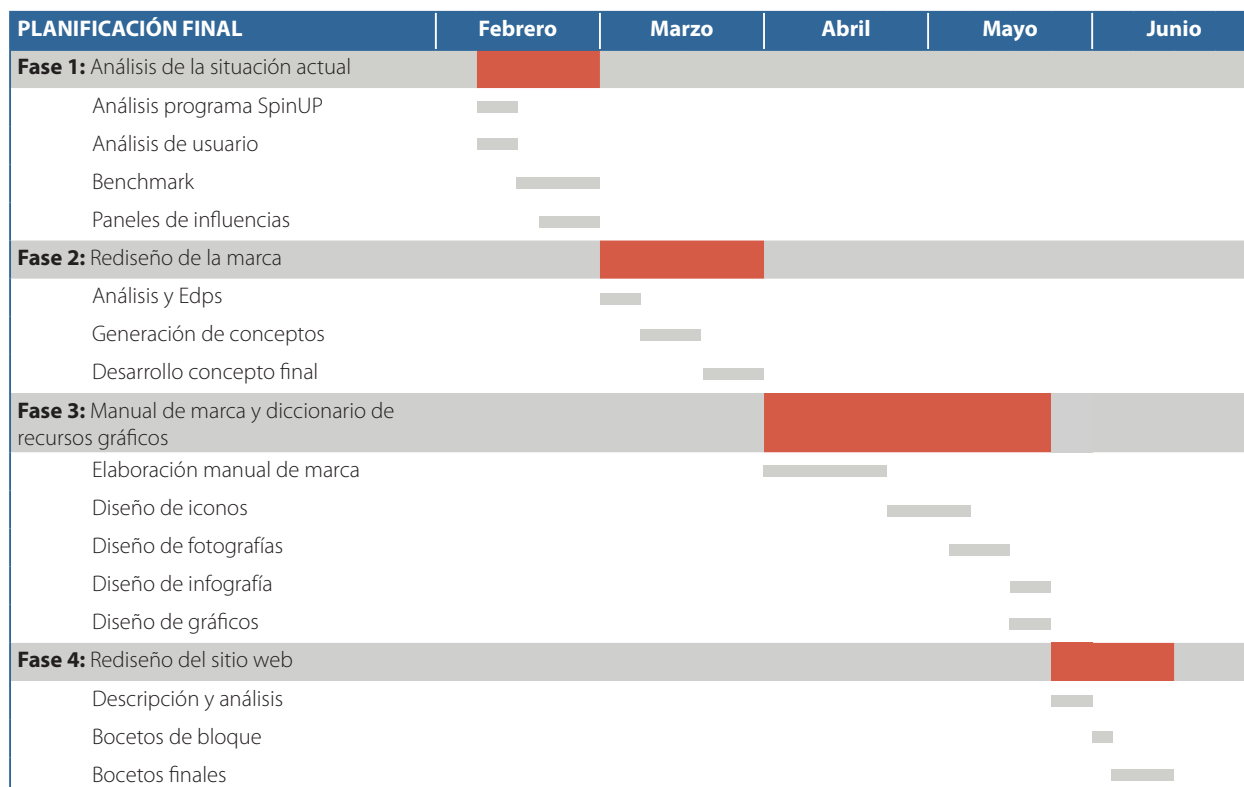


Figura 0.2: Planificación final

1. Análisis del programa

Programa SpinUP

Descripción

El programa SpinUP “Emprende con Unizar” by Santander Universidades es un programa de emprendimiento para miembros de Unizar, sus egresados y empresas incu, con sede en Zaragoza.

Su objetivo es apoyar a futuras empresas a poner en marcha sus proyectos empresariales y convertirlas en empresas rentables.

Ámbito de actuación

El programa SpinUP está dentro del mercado de los programas de emprendimiento. Estos programas suelen ofrecerlos universidades y bancos, y están especialmente dirigidos a jóvenes.

Las modalidades de participación en el programa son:

- **Emprendedores** que tengan una idea empresarial para crear una Spin-off o Start-up de Unizar y que sean miembros de la universidad o egresados.
- **Empresas Spin-off y Start up de Unizar** que busquen iniciar su actividad empresarial o realizar un cambio en la misma.
- **Empresas vinculadas a Unizar** que quieran convertirse en Spin-off o StarT-up.

Líneas de actuación

El programa SpinUp que forma parte y pertenece a la Universidad de Zaragoza, ofrece sus servicios de formación y ayudas a miembros o exmiembros de la universidad.

Sus actividades se centran en:

- Formación, consultoría y tutorización.
- Mentorización de los proyectos o empresas.
- Dar visibilidad al nuevo negocio en medios.
- Dar apoyo tecnológico para proyectos de I+D+i.

Servicios

Los servicios que ofrece el programa SpinUP son los siguientes:

- 1. Formación y capacitación:** asistencia a sesiones “Lean LaunchPad” y de formación empresarial.
- 2. Servicio Jurídico** por un Gabinete de abogados.
- 3. Mentoring:** Acompañamiento individualizado.
- 4. Cuenta Experiencias** de empresas Unizar.
- 5.** Estancia de doce meses en la **incubadora CEMINEM SPINUP** Unizar.
- 6. Sello Spin-off / Start-up** de la Universidad de Zaragoza (según reglamento Unizar).
- 7. Difusión de tu proyecto /empresa.**

1. Análisis del programa

Identidad corporativa actual

El programa SpinUP, es un programa de emprendimiento que pertenece a la Universidad de Zaragoza.

El logotipo está formado principalmente por el nombre del programa SpinUP, acompañado de Unizar para mostrar su pertenencia a la misma, un texto descriptivo que indica que es un programa de emprendimiento y su patrocinador, Santander Universidades, diseñado por Salvador Lorente dentro de la asignatura de Diseño Gráfico Aplicado a Producto, y dado que este ha sido un trabajo de asignatura ha tenido un alcance reducido.

Se utiliza la familia tipográfica Myriad Pro, tipografía corporativa de la Universidad de Zaragoza. El texto "SpinUP" y "Unizar" en Myriad Pro Condensed, el texto descriptivo en Myriad Pro Light, cada uno en distinto tamaño.

El logotipo está compuesto de un único color. Los colores corporativos son un color azul similar al corporativo de Unizar y en marrón rojizo que contrasta con este último y con el que se representa en mayor medida y usa más en sus aplicaciones.

La mayoría de usos del logotipo es sobre fondo de color.



Figura 1.1: Logotipo con fondo



Figura 1.2: Logotipo con color corporativo

Problemas detectados

1. Documentos no resolutivos

No existe un manual de marca, en consecuencia no hay zona de respeto, colores corporativos, ni normas de buen uso y buen uso. Esto hace que los documentos que hay no estén homogeneizados.

2. Descripción innecesaria

El indicar que es un programa de emprendimiento no es necesario en la mayoría de aplicaciones, ya que en sus apariciones suele entenderse por el contexto. Sería necesaria otra forma de identificación o una versión sin esta definición.

3. Problemas de lectura de logotipo:

Difícil de leer al reducir su tamaño y en distancias largas.

4. Falta de recursos gráficos

Solo se disponen de tres variaciones del logotipo en formato png, azul, negra y blanca, sería necesaria otra en color rojo.

Además sería necesaria otra variante sin el patrocinador en caso de que cambie.



Figura 1.3: Logotipo con color negro

1. Análisis del programa

Documentos

Presentación corporativa

Problemas detectados:

- 1. Incoherencia tipográfica:** Aparecen distintas familias tipográficas, en distintos tamaños.
- 2. Falta de uniformidad** en las imágenes, algunas son muy pequeñas, dificultando su lectura.
- 3. Mala calidad de recursos,** con mala resolución.
- 4. Infografía y gráficos demasiado heterogéneos.**
- 5. Falta de retículas.** No es un documento uniforme.



Figura 1.4: Presentación corporativa

Sitio web

Problemas detectados:

- 1. Poco atractiva** y poco relacionada con la imagen corporativa de SpinUP.
- 2. Falta de imágenes e infografía.**
- 3. Mala calidad de recursos gráficos.**



Figura 1.5: Página de inicio del sitio web SpinUP

Recursos gráficos:

El símbolo con el que actualmente más se identifica y usa en sus aplicaciones el programa SpinUP es el de un árbol con personas de diversas edades trabajando en él. De diseño plano y minimalista, predominan las figuras curvas y los colores corporativos.

Problemas detectados:

- 1. Falta de recursos gráficos y aplicaciones** ya que el roll-up y cabecero son los únicos que tienen actualmente, diseñados por Salvador Lorente en el proyecto de Diseño Gráfico Aplicado a Producto.



Figura 1.6: Cabecera



Figura 1.7: Roll-up

2. Línea gráfica

Conclusiones y definición

Tras los análisis realizados al comienzo del proyecto del programa SpinUP y de algunos competidores se ha llegado a una serie de conclusiones que nos servirán como inicio de desarrollo del proyecto:

1. Logotipo con problemas de lectura.
2. Línea gráfica no definida
3. Recursos gráficos de mala calidad.
4. Falta de recursos gráficos.
5. Sitio web anticuado, a nivel funcional y estético.

Para solucionar estos problemas y conseguir homogeneizar la identidad corporativa del programa partimos **definiendo la línea gráfica**.

Requisitos

El programa SpinUP pertenece al sector de los programas de emprendimiento y su línea gráfica debe ser acorde con las de este sector. Tras estudiar a otros programas de emprendimiento se obtuvieron los siguientes requisitos que la línea gráfica debía seguir:

Colores planos, tres como máximo.

Minimalismo.

Relación con Unizar.

Diseño plano, sin muchos ornamentos.

Uso de geometría y curvas.

Transmitir los valores de dinamismo y profesionalidad.

Tipografía sencilla y fácil de leer.

Mensajes breves y directos.

Con los requisitos citados definimos la línea gráfica:

Línea gráfica SpinUP

El objetivo es facilitar la comprensión y difusión del mensaje del programa, además de que resulte atractivo para los nuevos participantes.

La línea gráfica se basará en el “diseño gráfico plano y minimalista”, ya que es lo que predomina en este sector y combina mejor con las aplicaciones que busca el programa.

1. Se utilizarán colores planos. En todos los recursos se utilizará el color rojo (color corporativo principal) con el que se representan, junto al color azul (secundario) con el que contrasta y se identifica como perteneciente de la Universidad de Zaragoza. Se utilizará de color complementario un gris que enriquezca la imagen.

2. La tipografía utilizada será la familia “**Myriad Pro**”, por ser sin serifa y sencilla de leer.

3. Los mensajes que acompañen a los recursos gráficos serán lo **más breves posibles**, facilitando la comprensión y siendo más directos.

3. Funcionalidad, diseños que hagan que los primeros contactos con el programa sean buenas experiencias.

4. Uso de formas geométricas simples. La línea gráfica contará con iconos, infografías, gráficos y fotografías que se construirán siguiendo este criterio.

3. Rediseño del logotipo

Logosímbolo

Para solventar los problemas que nombramos en el apartado anterior se planteó un rediseño del logotipo.

Para esto se realizaron una serie de análisis. Se estudiaron los valores del programa y público objetivo, además de buscar más información sobre logotipos utilizados en programas de emprendimiento en el ámbito público y privado y en premios de emprendimiento.

Con esto se determinaron las especificaciones de diseño:

1. Transmitir los valores del programa: dinamismo, confianza y profesionalidad.
2. El logotipo debe ser con símbolo.
3. Tipografía "Myriad Pro".
4. Aumentar el grosor y tamaño de algunos elementos para que sean legibles.
5. Uso del color corporativo de UNIZAR.
6. Reducir los elementos del logotipo.
7. Símbolo minimalista, en un sólo color, formado con figuras geométricas.
8. Ser funcional y con tintas negras.
9. Dos versiones, una con denominación de programa y otra sin ella
10. Ser funcional sin la aparición del patrocinador, o que sea fácil de cambiar.

Diseño del logosímbolo

Se presentaron varias propuestas a los directivos del programa y se escogió la a continuación mostrada:



Figura 3.1: Nuevo logosímbolo

Se partió eliminando la descripción del programa y diseñando un nuevo símbolo que representara el programa, un árbol, formado por dos curvas y dos rectángulos con las esquinas redondeadas. Similar al árbol que estaba utilizando en el programa en ese momento en roll-ups.

Se diseñó el logotipo de forma que resaltara la palabra "UP" similar a las curvas en ascenso de las gráficas, partiendo esta de la letra "i" de "Spin".

Gracias a las curvas y a eliminar la denominación de programa se consigue que sea más ligero y dinámico, más amigable y atractivo para nuevos participantes.

Construcción de la marca:

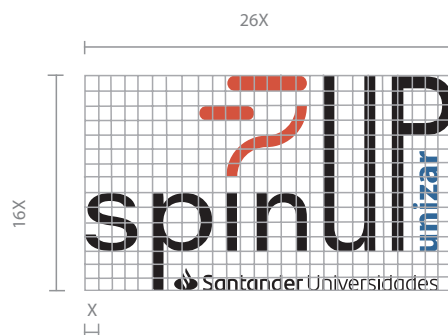


Figura 3.2: Construcción del logosímbolo principal

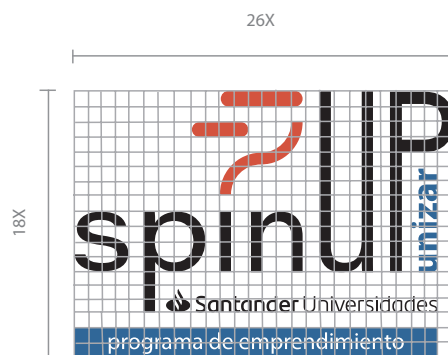


Figura 3.3: Construcción del logosímbolo con denominación

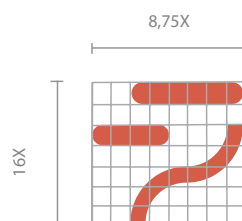


Figura 3.4: Construcción del símbolo

4. Manual de marca

Introducción

En el documento “Manual de marca y diccionario de recursos gráficos” se recogen los elementos constructivos: pautas de construcción, uso de tipografías, normas de uso y aplicaciones de la marca. También contendrá y describirá la línea gráfica del programa SpinUP conteniendo las normas de uso y construcción de iconos, fotografías, infografías y gráficos.

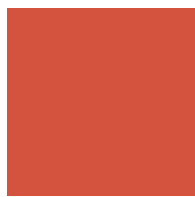
El objetivo de este documento es garantizar la unidad de la línea gráfica y servir de guía para la construcción de nuevos recursos gráficos y aplicaciones sin limitar la creatividad.

Los requisitos para el desarrollo de la marca son:

Colores corporativos

El color corporativo principal se escogió partiendo del que anteriormente tenían. Se buscó un color similar, con más saturación para dar una imagen más clara y siendo el resultado el Pantone 7619 C.

El color secundario es el color corporativo de Unizar Pantone 635 C, que señalará la pertenencia del programa a la Universidad de Zaragoza. Además se añadió un color complementario, Pantone Cool Gray 5C.



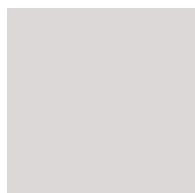
Principal

CMYK: 12 78 76 2
RGB: 212 83 62
HTML: d4533e



Secundario

CMYK: 12 78 76 2
RGB: 212 83 62
HTML: d4533e



Complementario

CMYK: 12 78 76 2
RGB: 212 83 62
HTML: d4533e

Tipografía

La única familia tipográfica que se utilizará es la **Myriad Pro** en todas sus versiones. Tendrá las siguientes normas:

- La versión Light se reserva para texto de documentos, siempre en negro puro.
- La versión Negrita se utilizará en títulos y para remarcar mensajes importantes.
- En el sitio web se utilizará en párrafos de contenido el color negro puro al 40%.

Logotipo

Frente a los problemas que detectamos en los pasados análisis, se ha diseñado un nuevo logotipo. El proceso que llevamos a cabo para diseñar este logotipo se encuentra en el Anexo II.

El logotipo tendrá cuatro versiones:

- 1. Versión principal:** versión que aparecerá como primera opción en todas las aplicaciones.



Figura 4.1:
Logotipo principal

- 2. Versión con denominación:** para ocasiones en las que pudiera no entenderse que es un programa de emprendimiento.



Figura 4.2:
Logotipo con denominación

- 3. Símbolo:** para representar al programa SpinUP de forma rápida o cuando hubiera limitaciones de tamaño.



Figura 4.3:
Símbolo

- 4. Versión sin patrocinador:** para los casos en los que no sea necesario representarlo.

4. Manual de marca

Construcción

En documento está compuesto por ocho capítulos, formando entre ellos el conjunto de normas y reglas que se deben aplicar en la línea gráfica y aplicaciones de la marca.

1. Simbología básica: normas básicas de construcción de la identidad corporativa, marca principal, marca sin denominación, símbolo y marca sin patrocinador, normas de construcción, colores corporativos, tamaños mínimos y tipografía.

2. Normas de buen uso de la marca: normas de uso de la marca, versiones correctas, aplicaciones correctas y uso con fondos de color e imágenes.

3. Usos incorrectos: ejemplos de aplicaciones incorrectas de la marca y de expresión textual.

4. Aplicaciones de la marca: Se han desarrollado diferentes aplicaciones de la marca como tarjeta de visita, plantillas para cartas digitales o para envío manual en formato A4, carpetas corporativas, roll-ups, cabeceros, bloq de notas, bolígrafos, lapiceros, pen-drives, plantillas para presentación y marcas de agua.

5. Iconos: Desarrollo de diferentes iconos para representar empresas o negocios, servicios del programa SpinUP, medios de contacto o comunicación, de representación de personas junto a sus normas de construcción y aplicación.

6. Fotografías: Ejemplos de uso de fotografías junto a sus normas de edición y aplicación de fotografías y representación de conceptos.

7. Infografías: Desarrollo de diferentes infografías para representar procesos lineales y cíclicos además de una forma de representar la variedad de empresas SpinUP junto a sus normas de construcción y aplicación.

8. Gráfico: Desarrollo de diferentes gráficos, circulares, lineales y pirámides junto a sus normas de construcción y aplicación para representación de datos.



Figura 4.4: Simbología básica



Figura 4.5: Aplicación, comunicado digital

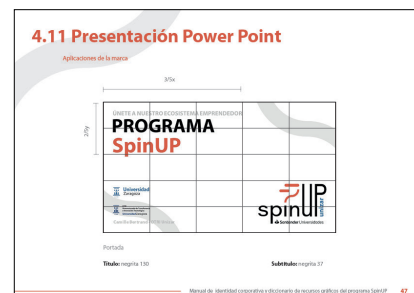


Figura 4.6: Aplicación, presentación



Figura 4.7: Iconos de servicio



Figura 4.8: Fotografías

4. Manual de marca

Aplicaciones

Se han diseñado varias aplicaciones de la marca, todas detalladas en el “Manual de identidad corporativa y diccionario de recursos gráficos”. Ver Anexo I.

Todas las aplicaciones se diseñaron siguiendo la línea gráfica descrita, con el fin de aportar homogeneidad a los recursos aplicados en ellas.

Las pautas que se han seguido son:

1. Uso de los colores corporativos, rojo como color principal y que predomina en todas las aplicaciones contrastando con el color blanco. En muchas aplicaciones se ha utilizado el gris para enriquecer la aplicación y complementar a los otros colores. En todas se han respetado las normas establecidas en el “Manual de identidad corporativa y diccionario de recursos gráficos”.



7619 C

CMYK: 12 78 76 2

RGB: 212 83 62

HTML: d4533e

2. Área de respeto y tamaños mínimos para asegurar la óptima percepción del logotipo en todos los soportes y formatos.



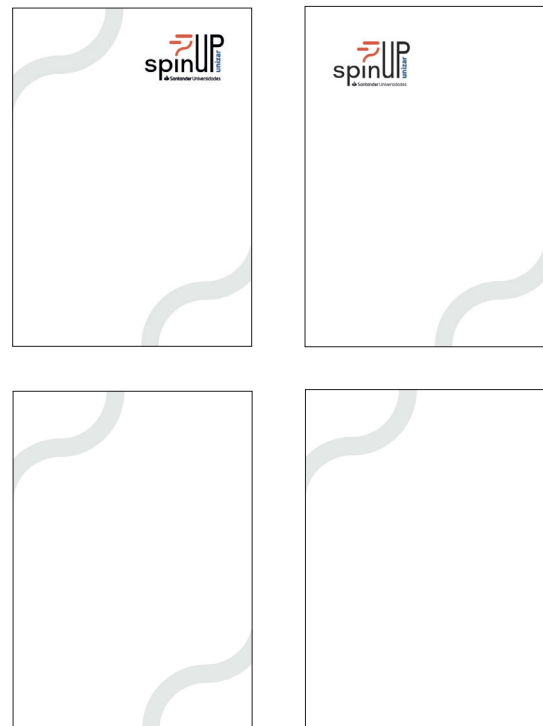
Figura 4.9: Área de respeto del logotipo principal

4. Tipografía Myriad Pro, respetando las normas establecidas en el “Manual de identidad corporativa y diccionario de recursos gráficos”.

3. Uso del logotipo de SpinUP, predominando el uso del símbolo. En la mayoría de casos se ha utilizado en esquinas del documento o en el centro, en pocas ocasiones en los laterales.



5. Marcas de agua, diseñadas a partir de la forma del tronco del símbolo, que sirva para identificar la propiedad del documento y enriquecer estéticamente al mismo.



Figuras 4.10: Marcas de agua verticales

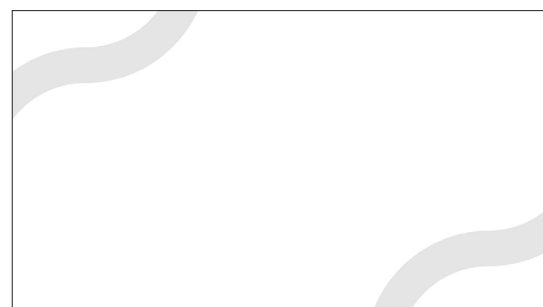


Figura 4.11: Marca de agua horizontal

4. Manual de la marca

Aplicaciones

1. Tarjeta corporativa: Se utilizaron medidas estandarizadas para reducir costes y sean más fáciles de transportar en la cartera. (85 x 55mm.) En la cara principal se encontrarán los datos del miembro del programa, el logosímbolo en la parte inferior derecha. Además, tendrá un código qr que dirigirá directamente al sitio web del programa. El reverso será del color corporativo principal y tendrá el símbolo en el centro.

2. Sobre corporativo: Se escogió una forma y tamaño de sobre estandarizado con ventanilla C5, para abaratar costes y no tener que hacer sobres personalizados. Predomina el color blanco, con la solapa de color corporativo y el símbolo colocado en el centro de la solapa.

3. Carpeta corporativa: Diseñada para transportar folios A4. Predomina el uso del símbolo, que ocupará las dos caras exteriores, en el reverso se colocará el logosímbolo con denominación para mostrar que es un programa de emprendimiento, además de una dirección de contacto.

4. Folleto roll-up: se rediseñó el rollup adaptándolo a los colores y tipografía corporativos.

5. Cabeceros: se rediseñó el cabecero, adaptándolo a la línea gráfica actual, además de modificar proporciones y distribución de elementos para equilibrarlo. Se diseñó otro cabecero, con las proporciones adecuadas para la página de inicio del sitio web de la Universidad de Zaragoza.

6. Plantillas para comunicados digital y físico: plantillas diseñadas en Microsoft Word para formato A4. El comunicado digital se diseñó en función de las medidas del sobre y ventanilla para su correcta lectura y visualización.

7. Otras aplicaciones: Bloc de notas, bolígrafos, lapiceros y pen drives en los que destaca el uso del color corporativo y el símbolo de la marca.



Figura 4.12: Tarjeta corporativa

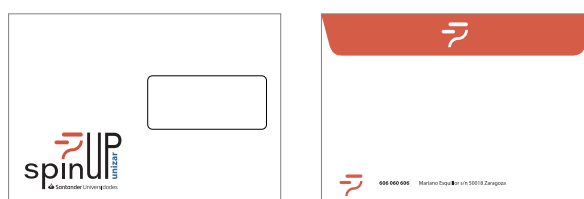


Figura 4.13: Sobre corporativo

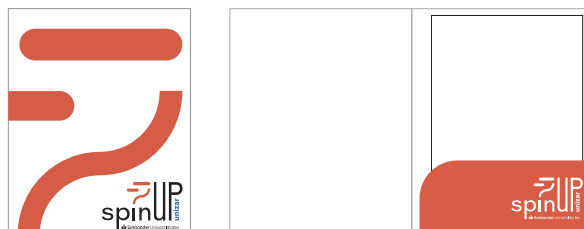


Figura 4.13: Carpeta corporativa



Figura 4.14: Cabecera



Figura 4.15: Comunicado físico, izquierda, y digital, derecha



Figura 4.16:

Lapicero y bolígrafo



4. Manual de marca

Presentación corporativa

En la presentación que se utiliza actualmente se encontraron numerosos problemas nombrados en apartados anteriores. El programa se da a conocer principalmente en charlas y presentaciones, así que es de especial importancia adaptar la presentación corporativa a la línea gráfica y hacerla lo más atractiva posible.

Tanto la tipografía como los colores utilizados son los colores corporativos especificados en el manual. El formato de la presentación es 16:9, panorámica que mejora la visualización de la misma en pantallas. A continuación se muestran las plantillas que se diseñaron.

1. Portada y contraportada.



Figura 4.17: Portada y contraportada

2. Diapositiva texto con imagen.



Figura 4.18: Diapositivas con texto e imágenes

3. Diapositiva con pregunta al público.

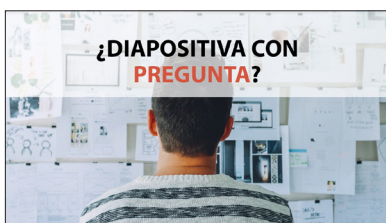


Figura 4.19: Pregunta directa

4. Diapositiva para descripciones o definiciones.



Figura 4.20: Diapositiva para definiciones

5. Diapositiva de comparación y tres temas.

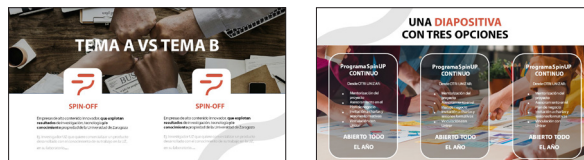


Figura 4.21: Comparación de temas

7. Diapositiva con gráfica y otro elemento gráfico semejante.

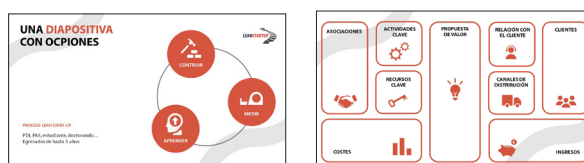


Figura 4.22: Elementos gráficos

8. Diapositiva con collage de imágenes o marcas.



Figura 4.23: Composición con muchos elementos

11. Diapositiva de índice.

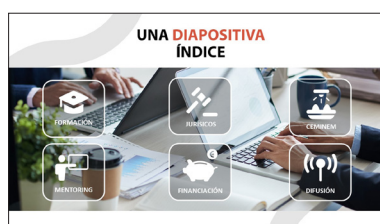


Figura 4.24: Índice

12. Diapositiva con opiniones.



Figura 4.25: Opiniones de participantes

5. Recursos gráficos

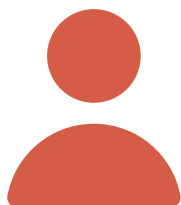
Iconos

Los iconos diseñados tienen la función de representar ideas y conceptos de manera más visual, de forma de que se facilita la comprensión de éstas y hace que el mensaje sea lo más claro posible de y de una forma más directa.

Se han dividido en diferentes capítulos dependiendo de la temática:

- **Empresa o negocio.**
- **Servicios SpinUP.**
- **Comunicación y contacto.**
- **Personas.**
- **Otros.**

En la línea gráfica se presenta un tipo de icono:



ICONO TIPO:
Relleno con color corporativo, blanco o negro.

Se presentan una serie de reglas que se deberán respetar en la creación de futuros iconos.



Figura 5.1: Iconos, en orden de izquierda a derecha: ubicación, teléfono, correo, persona de lado, desarrollo personal, pensamiento.

Reglas de construcción de iconos:

1. Los iconos se construyeron en base a un rectángulo de proporciones definidas por el símbolo de la marca. Esta rectángulo deberá ser respetado en la construcción de nuevos iconos:



2. Los iconos siempre se utilizarán rellenos y usando el color corporativo principal, en blanco en el caso de usarlo sobre un fondo de color oscuro o en negro sobre imágenes o fondos claros.

3. El tamaño mínimo de aplicación digital es de 512 píxeles de largo y 480 píxeles de alto.

El tamaño mínimo para impresión es de 12 mm de largo y 11,2 mm píxeles de alto.

4. Radios de redondeos aproximados de 0,1x y 0,015x.

Identificación de iconos: En el manual, se escribirá, al lado del icono el nombre del mismo junto a una descripción y recomendación de uso. Los iconos se pueden consultar en su totalidad en el Anexo I: "Manual de identidad corporativa y diccionario de recursos gráficos". A continuación, se muestran algunos ejemplos de iconos:

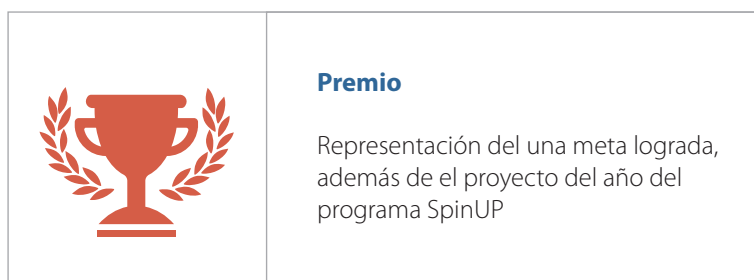


Figura 5.3: Presentación de icono en el manual de marca

5. Recursos gráficos

Fotografías

Las fotografías serán utilizadas para atraer la atención de los usuarios y complementar el mensaje para mejorar su comprensión. El uso de este recurso mejorará el posicionamiento y acercamiento de la marca al público objetivo, ya que permite que el lector se fije en el mensaje.

Reglas de uso:

1. Se utilizarán las fotografías siempre que su uso esté justificado en el contexto, siguiendo las normas definidas en la línea gráfica explicada en el Anexo I: "Manual de identidad corporativa y diccionario de recursos gráficos".
2. Al usar las fotografías habrá que tener en cuenta su tamaño original y de querer editarse su tamaño será reducido.
3. Se deberá respetar los tamaños mínimos definidos para cada forma en el Anexo I: "Manual de identidad corporativa y diccionario de recursos gráficos".
3. Cada tipo de imagen ira acompañada de su título y una definición y explicación de uso. Además de las proporciones que deben respetarse y guías para cortar las imágenes. En un recuadro se indicará para qué aplicación está pensado su diseño.
4. Se recomienda que las imágenes tengan una resolución mínima de 300 pp si van a ser impresas y de 96 pp cuando vayan a utilizarse en formatos digitales.

Edición de imágenes:

Para editar las imágenes se recomienda utilizar Photoshop, se podrán utilizar las imágenes con los colores originales, en blanco y negro o con colores corporativos. Se seguirán los siguientes pasos:

- **Fotografías en blanco y negro:** Se irá a la pestaña imagen y se cambiará el modo de imagen a escala de grises, posteriormente se editará el brillo y contraste, bajando el brillo 90 puntos.
- **Fotografías en colores corporativos:** Se creará una capa sobre la fotografía con el color corporativo deseado, a esta se le bajará la opacidad al 80%.

Colores utilizados:



Pantone
653 C
CMYK: 84 54 3 10
RGB: 50 98 149
HTML: 326295



Pantone
7619 C
CMYK: 12 78 76 2
RGB: 212 83 62
HTML: d4533e



Cabecero Start-up

Representación de una mujer trabajando en su proyecto, se utilizará para representar las empresas Start-up.

La fotografía se utilizara usando la anchura total original del documento, manteniendo la sonrisa de la mujer.

y=0,27x Anchura máxima = x

Sitio web

Figura 5.3: Presentación de fotografía en el manual de marca

5. Recursos gráficos

Infografías y gráficos

Infografías

La infografía es la representación gráfica que acompaña a la información y permite procesar el mensaje de forma más directa y atractiva. Hemos diseñado una serie de infografías de procesos lineales y circulares, además una representación de empresas participantes en el programa SpinUP.

Se han diseñado siguiendo las reglas de la línea gráfica.

Reglas de uso y construcción:

1. Las infografías se utilizarán con el fin de comunicar información de forma más visual para facilitar la comprensión del mensaje.
2. Los colores que se utilizarán en ellas serán los corporativos y no podrán modificarse a no ser que se especifique lo contrario.
3. El tamaño podrá modificarse siempre que se mantenga la proporción y teniendo en cuenta el tamaño mínimo del recurso.
4. Podrán añadirse más secciones en las infografías respetando las normas que se especificarán en esta.

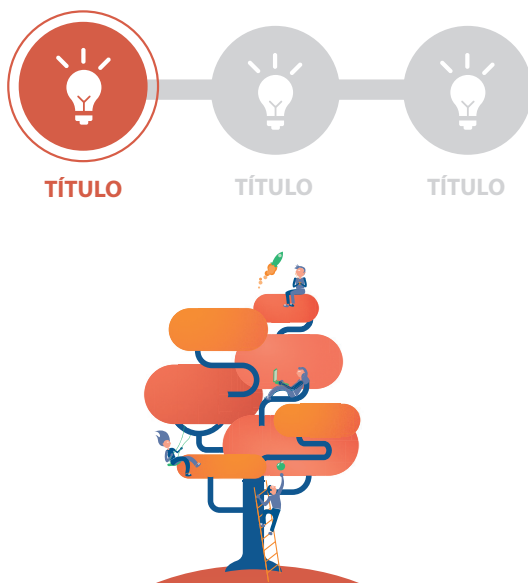


Figura 5.4: Arriba, proceso lineal con final, abajo, representación de empresas SpinUP.

Gráficos

Los gráficos son representaciones de datos, generalmente numéricos que sirven para mostrar de una forma rápida volúmenes, cantidades y porcentajes estableciendo comparaciones. Los gráficos que diseñamos son gráficos circulares, gráficos de barras y pirámides.

Reglas de uso y construcción:

1. Los gráficos solamente se utilizarán cuando su uso esté justificado e irán acompañados de un título que los identifique.
2. Los colores que se utilizarán son los corporativos, a los que se podrá modificar sus opacidades siguiendo el Manual de marca.
3. Se respetarán las reglas descritas en el manual de marca y los tamaños mínimos.



Figura 5.5: En orden descendente, gráfico circular con porcentajes, gráfico circular y gráfico de barras

6. Rediseño del sitio web

Proceso

En el proyecto se incluía el rediseño de la gráfica del sitio web analizado anteriormente y donde se encontraron algunos problemas.

Para esto realizamos una fase de análisis con diferentes estudios. Estos fueron un estudio de mercado, el análisis visual y estético de sitios web de emprendimiento y análisis de usuario. De estos análisis obtuvimos una serie de requisitos que debía cumplir el sitio web:

1. Estética que siga la línea gráfica.
2. Fácil búsqueda y navegación.
3. Dar a conocer los proyectos que han participado de forma más dinámica o vistosa.
4. Mantener la relación con el sitio web de la Universidad de Zaragoza ya que forma parte de ella.

Proceso de diseño:

Tras conocer los requisitos hicimos un rediseño de la estructura lógica y física del sitio web de SpinUP, repartiendo el contenido original en más páginas.

De esta forma conseguimos menos contenido informativo por página y que resulte menos agobiante para el lector.

Posteriormente, se realizaron bocetos de bloque que sirvieran como retícula para distribuir el contenido. Los colores que se utilizarán son los corporativos y recursos gráficos definidos en el Manual de marca.

Teniendo en cuenta que el sitio web es un sitio informativo, se distribuirá la información por bloques temáticos, separando los bloques unos de otros con cambios de color, títulos e imágenes.

El proceso y páginas en su totalidad se encuentran en el Anexo II al ser muy extenso

El header y footer seguirán siendo los del sitio web de UNIZAR

Navegador que da fácil acceso a los puntos de más interés.

Separación de bloques temáticos por colores

Se respeta la columna ya que forma parte Otri



Figura 6.1: Página de inicio SpinUP

7. Conclusiones

Final de proyecto

Definición de la línea gráfica

Tras los análisis de situación actual del programa SpinUP, se vio que carecía de línea gráfica, al no tener manual de marca ni diccionario de recursos gráficos. El lenguaje gráfico no era suficiente para competir con otros programas de emprendimiento.

Para solucionar este problema se creó un manual de identidad corporativa y diccionario de recursos gráficos en el que quedaba definida la línea gráfica y recursos gráficos.

Rediseño del logotipo:

Se detectaron varios problemas de legibilidad con el logotipo y sobreinformación, por lo que se rediseño, añadiendo un símbolo identificador y eliminando la denominación de programa. Se diseñaron tres variaciones de la marca principal, éstas junto a las normas de construcción de uso se encuentran en el Anexo I: "Manual de identidad corporativa y diccionario de recursos gráficos"

Desarrollo de Manual de marca y diccionario de recursos gráficos:

Se ha diseñado un manual de marca y diccionario de recursos gráficos. El documento está compuesto por ocho capítulos: simbología básica, normas de uso de la marca, malos usos de la marca, aplicaciones, iconos, fotografías, infografías y gráficos, formando entre ellos el conjunto de normas y reglas que se deben aplicar en la línea gráfica y aplicaciones de la marca.

Creación de nuevas aplicaciones y plantillas:

Se detectaron numerosos problemas en la presentación que utilizaban para darse a conocer, así que era de gran urgencia rediseñarla y adaptar a la línea gráfica creando una serie de plantillas para Power Point.

A esto se le sumaron dos plantillas para Word para redactar comunicados físicos y digitales en formato A4.

Creación de recursos gráficos:

Debido a la gran falta de recursos que se detectaron en los análisis se han diseñado y desarrollado siguiendo la línea gráfica definida una serie de recursos gráficos como iconos, infografía y gráficos. Además de un diseño de uso de fotografías.

Rediseño del sitio web:

Debido a los problemas estéticos y a estar anticuada, se rediseño la estructura y estética del sitio web, ya que era de los primeros puntos de contacto con el programa y debía de ser lo más sencilla y atractiva posible.

Validación

Todos los diseños y cambios han sido validados gracias a las reuniones que se realizaban cada poco tiempo con los directivos del programa SpinUP.

Aporte personal

La realización de este proyecto me ha servido para introducirme en un proyecto real, en el que se van a poder ver las aplicaciones, además de ayudarme a gestionar mi trabajo e introducirme en el campo del diseño gráfico y diseño web, campos que me interesan y que en los que en futuro me gustaría introducirme.

8. Bibliografía

El proyecto

Manuales consultados:

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA (2016): Manual de identidad corporativa Univeridad de Zaragoza

SABA: Manual de identidad corporativa Saba

IMART: Manual de identidad corporativa IMART

NUNSYS: Manual de identidad corporativa nunsys

Fuentes de las imágenes:

PEXELS

<<https://www.pexels.com/>> [Mayo 2021].

PIXABAY

<<https://pixabay.com/>> [Mayo 2021].

FREEPICK

<<https://www.freepik.es/>> [Mayo 2021].

Fuentes de dibujos vectoriales:

STORYSET

<<https://storyset.com/>> [Junio 2021].

Sitios web consultados:

SPINUP

<<https://spinup.unizar.es/>> [Junio 2021].

PANTONE

<<https://www.pantone.com/>> [Abril 2021].

FUNDACIONJAES

<<https://fundacionjaes.org/>> [Mayo 2021].

LANZADERA

<<https://lanzadera.es/>> [Mayo 2021].

AJE

<<https://ajezaragoza.com/>> [Mayo 2021].

CISE

<<https://www.cise.es/>> [Mayo 2021].

UNIZAR

<<https://www.unizar.es/>> [Mayo 2021].

SLIDESCARNIVAL

<<https://www.slidescarnival.com/>> [Abril 2021].

SLIDESGO

<<https://slidesgo.com/>> [Mayo 2021].

SLIDESCARNIVAL

<<https://www.slidescarnival.com/>> [Abril 2021].

FLATICON

<<https://www.flaticon.com/>> [Mayo 2021].

PINTEREST

<<https://www.pinterest.es/>> [Mayo 2021].