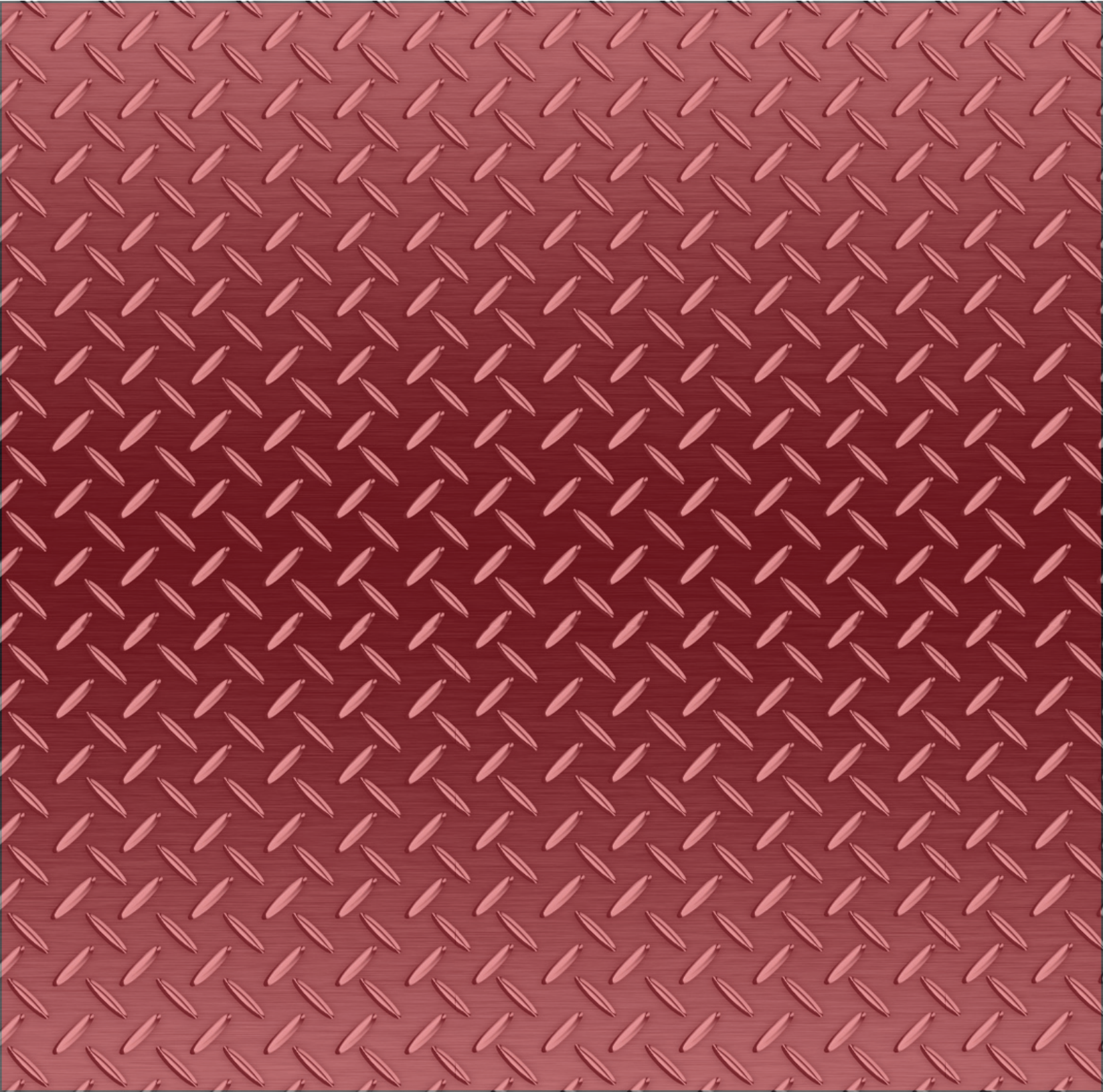




MAQUIPOS

Manual de Identidad Corporativa y Campaña Publicitaria





95

CASE IH
ARMALL



CASE IH
AGRICULTURE

DRILL 21

PERSONALE DRILL

CASE IH
AGRICULTURE

CASE IH
AGRICULTURE

MAQUINARIAS Y EQUIPOS S.A.

Manual de Identidad Corporativa y Campaña de Publicidad

MAQUINARIAS Y EQUIPOS S.A.

Marcelo José Ampié Mejía

Tutor, Lic: Hector Costa Ruiz

Coordinador de C.D.: Msc. Leonard Chavarría

Managua, 13 de noviembre de 2015.

MSc. Leonard Chavarría
Coordinador Carrera de Diseño Gráfico UPOLI
Sus manos

Estimado Coordinador

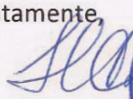
Sirva la presente para informar que, como Tutor del Proyecto de Grado del estudiante, Br. Marcelo José Ampié Mejía (Carnet No. 9910219), egresado de la carrera de Diseño Gráfico, pueda hacer entrega oficial del borrador del informe final del proyecto.

La propuesta que presenta el estudiante destaca por su coherencia visual, claridad en el mensaje y un estricto cumplimiento de las normas establecidas para el diseño de identidades corporativas y las campañas publicitarias, relacionadas a las empresas del sector.

Así mismo doy fe del proceso y desarrollo del trabajo, cuyo tema es **“MAQUIPOS: Identidad Corporativa y Publicidad Gráfica”**, el cual cumple con los requisitos establecidos por la Escuela de Diseño para su presentación y defensa.

La fecha prevista para la exposición y defensa de este trabajo es el 04 de diciembre de 2015.

Atentamente,


Lic. Héctor Costa Ruiz
Tutor del Proyecto de Grado



Archivo.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Le doy gracias al poder superior por haber permitido que este proyecto se realice con éxito, por darnos la sabiduría e inteligencia para su elaboración.

A mis padres por su apoyo incondicional en todo momento, por tenernos paciencia y tolerancia, gracias por sus consejos y sugerencias.

Al gerente de MAQUIPOS el Sr. Max García, a Gerente Financiero Lic. Carlos Villavicencio, y nuestra amiga María Elisa Chávez Quién nos facilitó valiosa información para este proyecto.

Al profesor Héctor Costa por su tiempo, asesoría y tolerancia, por sus sugerencias técnicas para afinar este proyecto.

Finalmente agradezco a nuestro amigo Leonard Chavarria y a todas y a todas las personas que indirectamente colaboraron a la realización de este proyecto.

ÍNDICE

I.	RESUMEN	9
II.	INTRODUCCIÓN.....	10
III.	JUSTIFICACIÓN.....	11
IV.	OBJETIVO.....	12
	<i>Generales</i>	
	<i>Específicos</i>	
V.	MARCO TEÓRICO	13
	<i>Diseño Gráfico</i>	
	<i>Identidad corporativa</i>	
	<i>Campaña publicitaria</i>	
	<i>El color</i>	
VI.	MARCO METODOLÓGICO	
	Definición del problema.....	15
	INFORMACIÓN DE LA EMPRESA.....	16
	<i>Historia de la empresa</i>	
	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	17
	<i>Misión</i>	
	<i>Visión</i>	
	SERVICIOS Y PRODUCTOS.....	18
	PUBLICO META.....	19
	CAMPO VISUAL.....	20
	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	21
	COMPETENCIA.....	22
	ATRIBUTO.....	23
	SINÓNIMO.....	24
	ANTÓNIMO.....	25
	ELEMENTOS VISUALES.....	26

CONCEPTO Y BOCETOS.....	30
DIGITALIZACIÓN.....	35
APROBACIÓN FINAL.....	37
DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO.....	38
<i>Logotipo</i>	
<i>Significado</i>	
<i>Color</i>	
FORMACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL.....	39
CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL... 	40
VERSIONES DEL LOGOTIPO.....	42
COLOR CORPORATIVO.....	43
TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	44
RELACIONES PROPORCIONALES.....	45
TAMAÑO MININO.....	46
VARIACIÓN DE COLOR.....	47
APLICACIONES CORRECTAS.....	48
EXPRESIÓN TEXTUAL.....	54
PAPELERÍA.....	55
PUBLICIDAD Y SEÑALIZACIONES.....	66
MISCELÁNEA.....	68
APLICACIÓN ARQUITECTURA.....	72
CONCLUSIÓN.....	73
CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN.....	75
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	76
PRESUPUESTO, LOS 13 PASOS.....	77
IDEA GENERAL, FIGURA RETORICA.....	78

EL MENSAJE.....	79
CONCEPTOS DE AFICHE.....	81
DIVERSIDAD DE MEDIOS.....	86
VII. RECOMENDACIONES.....	100
VIII. CONCLUSIONES.....	101
IX. ANEXOS.....	102
X. BIBLIOGRAFÍA.....	106

I. RESUMEN

El presente proyecto se realizó con el fin de desarrollar la imagen y manual de marca corporativa de la empresa MAQUIPOS S.A. La cual es una de las mas reconocidas en cuanto a la venta de maquinarias y repuestos tanto para la construcción como para la agricultura, este proyecto hace un análisis general de este tipo de producto, pero sobre todo del manejo de imagen gráfica que utiliza la competencia, esto permite el desarrollo de una nueva propuesta de imagen para la empresa MAQUIPOS S.A.

Es importante destacar que como complemento a este proyecto de imagen corporativa se realizó una campaña de publicidad para reforzar la divulgación de la empresa MAQUIPOS S.A. A la vez esta publicidad mostrara la nueva imagen y marca con un diseño propio que permitirá la identificación de MAQUIPOS en el mercado.

II. INTRODUCCIÓN

MAQUIPOS S.A. Es una empresa de ventas de equipos y maquinaria para la agricultura y la construcción, se encuentra en una zona privilegiada que esta rodeada de empresas y comercios que venden productos similares, la ubicación es km 3.5 carretera sur, Managua.

El manual nos permite visualizar el proceso de investigación y análisis que se hizo para elaborar la imagen y la publicidad de la empresa, en el se detalla el proceso de la elaboración de manchas, bocetos y propuestas para el isologotipo, el cual de manera gráfica plasma el atributo complementado con su debidos colores y formas apropiados para la imagen de la empresa, al igual que la tipografía, formas y texturas que se integrarán a la hora de diseñar.

Todos estos recursos facilitara la aplicación correcta del isologotipo y formas propias, el cual se aplicaran a todo tipo de recurso visual como anuncios, afiches, folletos, uniformes, misceláneos etc.

III. JUSTIFICACIÓN

La identidad corporativa tiene una gran influencia en el éxito global de una empresa, por lo tanto “La identidad es el propio ser o ente (lo que es, existe o puede existir) más su entidad (su esencia, su forma y valor). La identidad es pues la suma intrínseca del ser y su forma, auto expresada en el conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás. La investigación que se realiza para este proyecto es importante ya que proporcionara un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y así realizar una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo. Este proceso ayudara a la creación de la identidad para la empresa MAQUIPOS S.A. El cual nos brindara los elementos para solucionar el problema propuesto. Esta debe ser dinámica e identificarse con el segmento, se va identificando cuando la identidad de la empresa está dentro de su ciclo de vida útil. Definir los fundamentos básicos que se deben seguir en una organización es el factor fundamental que hace que la empresa se encuentre bien cimentada y evita altas y bajas en cuanto a organización se refiere. Seguir al pie de la letra estos estatutos convierte a la empresa en una sociedad organizada y bien guiada hacia un futuro de éxito y evolución empresarial. La construcción de una identidad conlleva una optimización de recursos, dado que tanto los envases, como la publicidad, los uniformes, el mobiliario y la papelería, son elementos necesarios para el funcionamiento de una empresa. Al transformarlos a su vez en agentes de comunicación, se rentabilizan al máximo las inversiones obligadas. Además se debe tomar en cuenta que si la identidad visual expresada de manera gráfica no corresponde con la imagen que la empresa espera proyectar, mucho menos se puede esperar que los consumidores se identifiquen con ésta. Por lo tanto este proyecto gráfico–visual es importante para la empresa MAQUIPOS S.A. Ya que mediante los resultados del estudio a realizarse se podrá diseñar la identidad corporativa para la empresa, Y será factible ya que cuenta con la metodología, tecnología e información para su realización. También la realización de estos tipos de proyectos de identidad corporativa ayuda a los diseñadores a poner sus conocimientos en práctica y a la vez descubrir nuevos métodos de investigación y de diseño.

IV. OBJETIVOS

GENERAL: Diseñar la identidad corporativa de la empresa MAQUIPOS S.A., Y campaña publicitaria para su inclusión en el mercado.

ESPECÍFICOS:

- Re diseñar el logotipo de MAQUIPOS, para mejorar su imagen.
- Articular los conocimientos técnicos, teóricos y conceptuales de diseño para aplicarlo en la construcción del proyecto, recopilando información sobre la empresa, la comunicación visual y el diseño corporativo en relación con su accionar empresarial y cultura organizacional.
- Diseñar un manual de identidad corporativa y elementos de identificación visual mediante los conocimientos adquiridos en la carrera.

V. MARCO TEÓRICO

Diseño Gráfico

Según el libro *Diseño Grafico y Comunicación* de Jorge Frascara el significado de “Diseño Gráfico” esta sujeto a muchas interpretaciones, por lo tanto la usaremos para el proceso de programar, proyectar, coordinar seccionar y organizar una serie de elementos para la realización de objetos destinados para la comunicación visual. La palabra diseño se usara también en relación con los objetos creados por esa actividad. Según Jorge Frascara, el diseñador gráfico trabaja en la interpretación, ordenamiento y presentación formal del mensaje, su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido, trabaja el orden la belleza y economía del mensaje.

Identidad Corporativa

En un mercado tan competitivo y cambiante, la identidad corporativa es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento, es indispensable para proyección de cualquier empresa.

Según Paul Capriotti la describe como el conjunto de atributos que los públicos asocian a una empresa, por lo tanto se encarga de gestionar dichos atributos de la identidad de las organizaciones y el como son comunicados al público. Joan Costa también lo define como, la representación mental en la memoria colectiva de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamientos y modificarlos.

Es por esto que, una organización tiene como objetivo lograr la identificación,

Campaña Publicitaria

Con base en tales características, una campaña de publicidad se concibe como el conjunto de actividades que intervienen para transformar un tema en un programa coordinado de publicidad, cuya finalidad es dar a conocer un producto o una marca a través de una serie de anuncios, durante un período de tiempo determinado.

En este sentido, el tema converge en un discurso, que abarca una serie de mensajes congruentes entre sí, el cual ha de ser difundido por varios medios.

Una campaña de publicidad, cabe señalar, no surge de la nada ni carece de fundamentos de mercado que justifiquen su planificación y desarrollo. En este contexto, el diseño de una campaña cobra sentido una vez que la organización (1) ha identificado el mercado meta, (2) ha establecido las metas de promoción, (3) ha determinado el presupuesto conveniente y (4) ha convenido el tema y los argumentos de promoción..

El color

Para el ojo del ser humano el color es una experiencia sensorial que se produce gracias a factores como por ejemplo la emisión de energía luminosa. El color está directamente relacionado con la luz, y es que sin ésta no podríamos percibir los colores. Es más, dependiendo de las características de la luz podemos apreciar de manera distinta los colores. El color en publicidad tiene una grandísima capacidad de comunicación. Este produce sensaciones y sentimiento, por lo que es un elemento de la imagen de gran importancia. Adquiere simbologías, significados concretos y también transmite o expresa sensaciones.

Johann Wolfgang Goethe fue el precursor de la psicología del color, creo un triangulo con tres colores primarios rojo, amarillo y azul, utilizo este triangulo para trazar un diagrama en la psiquis humana, relacionando cada color con una emoción determinada.

VI. MARCO METODOLÓGICO

Definición del problema

MAQUIPOS actualmente posee una imagen corporativa incompleta, carente de muchos recursos que aporten y se dirijan hacia una proyección eficaz de la empresa, no se tomo en cuenta los diferentes atributos que posee la empresa y los productos, teniendo así una discordancia en muchos aspectos de la imagen visual estructural en la papelería y en su publicidad, es por esto que es necesario la elaboración de un identidad corporativa que ayude a complementar y ordenar de forma homogénea su imagen.

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

HISTORIA DE LA EMPRESA

La empresa MAQUINARIA Y EQUIPOS SOCIEDAD ANÓNIMA, conocida Comercialmente como MAQUIPOS se constituye legalmente en abril del 2005 e inicia operaciones en octubre del mismo año, en el ámbito de la importación y distribución de maquinaria agrícola, equipos de construcción, vehículos automotores, repuestos y talleres de servicio.

Hoy en día, hemos logrado consolidar nuestra posición en el mercado, ofreciendo productos de alta calidad, mejores condiciones comerciales, personal altamente capacitado y una solida relación con nuestros clientes y proveedores.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

MAQUIPOS es una empresa importadora y distribuidora de maquinaria agrícola y de construcción de la más alta calidad y mejores condiciones comerciales.

MISIÓN

Somos una empresa que provee soluciones confiables y competitivas a las necesidades de la industria, infraestructura y agro negocios, a través de maquinarias y equipos de reconocimiento

VISIÓN

Liderar el mercado regional de maquinarias y equipos con la más alta calidad de servicio.

SERVICIOS Y PRODUCTOS

MAQUIPOS son importadores y distribuidores de maquinaria agrícola y de construcción de la más alta calidad y mejores condiciones comerciales.

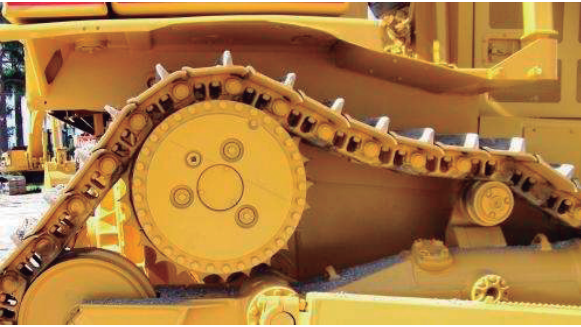
Entre sus productos mas importantes esta la maquinaria pesada tanto agrícola y de construcción como retroexcavadoras, camiones volquetes, tractores, montacargas etc. y una gran variedad de repuestos originales para toda la linea de productos, cuentan con talleres especializados para el buen mantenimiento.

PÚBLICO META

El público meta de MAQUIPOS radica en tomadores de decisiones de mayor poder adquisitivo que pertenecen a la industria agrícola de construcción, industrial y automotriz.

De acuerdo a la demanda estudiada, hay un gran número de clientes potenciales los cuales necesitan de los productos y servicios de MAQUIPOS, las alcaldías de todo el país son un potencial cliente ya que se encontró deficiencia en los vehículos de carga pesada que poseen la gran mayoría de las municipalidades. Otro cliente potencial son los productores de agrícolas ya que nuestro país tiene potencial en este campo y necesita maquinaria que facilite la producción, es ahí donde MAQUIPOS esta presente con su servicios.

CAMPO VISUAL



ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

MAQUIPOS S.A. Cuenta con cuatro líneas importantes de distribución como: Industrial, Automotriz, Agrícola y construcción. Y en posventa con servicio de taller y venta de repuestos, MAQUIPOS distribuye la marca CASE H agriculture y CASE construction, en las cuales sobresalen maquinas como cosechadoras, retroexcavadoras, tractores etc. También trabaja con otras marcas como UD TRUCKS siendo el fuerte de esta marca los camiones volquetes. Es el segundo distribuidor potencial en este campo, en la actualidad MAQUIPOS solo existe en Nicaragua el cual es su principal y único mercado a sí que su principal clientela son agricultores, Alcaldías y empresarios Nicaragüenses.

En el análisis que se hizo a los diferentes imágenes corporativas de la competencia se pudo percibir el uso de una tipografía familiarizada a la Arial Black, con pocos remates y mas a tendencias solididad con características fuertes, casi todas usan el recurso tipográfico con símbolos un tanto abstracto con uso de formas geométricas simples, en cuanto al color predominan los colores primarios rojo, amarillo, azul y en algunos casos secundarios como naranja y verde, casi todos planos, en algunos se el gris y el negro en la tipografía. La mayoría de marcas analizadas son tanto nacional como extranjeras, esto permitió una visión mas completa de los recursos gráficos que se usan para estas empresas.

COMPETENCIA



JOHN DEERE



ConstruMarket



ATRIBUTO

El atributo es cada una de las cualidades o propiedades de un ser, elemento u objeto.

Seguridad es el atributo que se otorga a MAQUIPOS ya que seguridad reúne o sintetiza muchas otras cualidades que estamos seguros representa las características de la empresa.

SEGURIDAD

(Del latín securitas) cotidianamente se puede referir a la ausencia de riesgo o a la confianza en algo o en alguien.

El término seguridad posee múltiples usos. A grandes rasgos, puede afirmarse que este concepto que proviene del latín securitas hace foco en la característica de seguro, es decir, realiza la propiedad de algo donde no se registran peligros, daños ni riesgos. Una cosa segura es algo firme, cierto e indubitable. La seguridad, por lo tanto, puede considerarse como una certeza.

La seguridad es el sentimiento de protección frente a carencias y peligros externos que afecten negativamente la calidad de vida; en tanto y en cuanto se hace referencia a un sentimiento, los criterios para determinar los grados de seguridad pecarán de tener algún grado de subjetividad. Sinónimos: fe, certeza, certidumbre, confianza, convicción, convencimiento, esperanza.



SINÓNIMOS: fe, certeza, certidumbre, confianza, convicción, convencimiento, esperanza.

Imágenes que representan el atributo y sus sinónimos.



ANTÓNIMOS: inseguridad, vacilación, falibilidad, desprotección, desamparo.

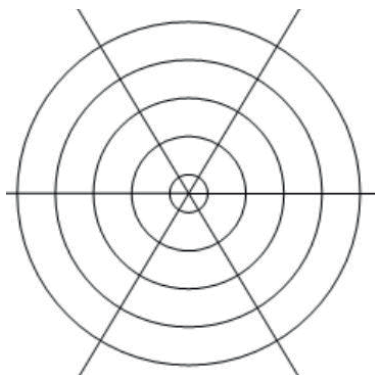
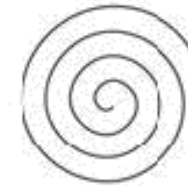
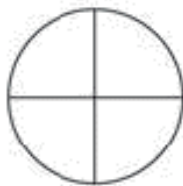
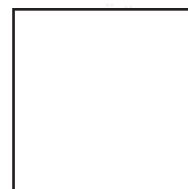
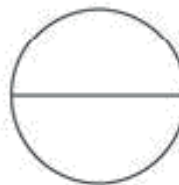
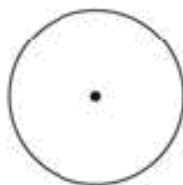
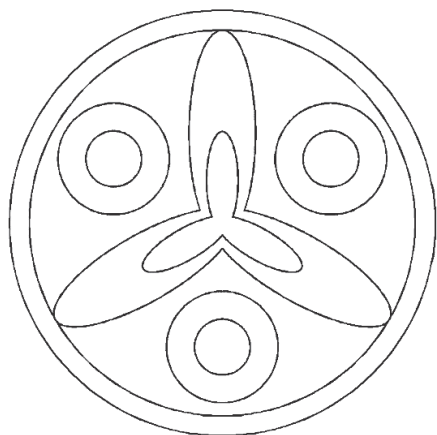
Imágenes que representan el atributo y sus antónimos.



ELEMENTOS VISUALES:

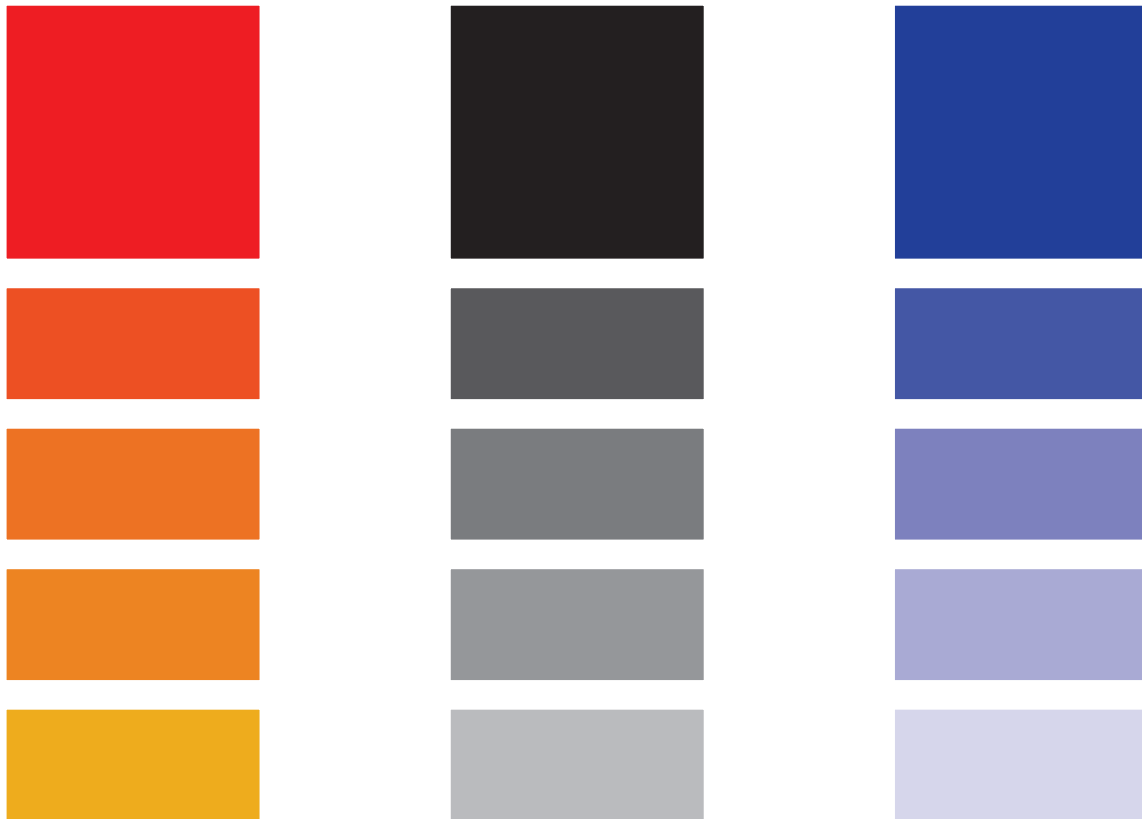
FORMAS

Es importante hacer una recopilación de formas gráficas para encontrar elementos visuales que identifique el concepto visual establecido, manchas, líneas, formas geométricas y otras son necesarias ya que son el principio para conceptualizar una idea.



COLOR

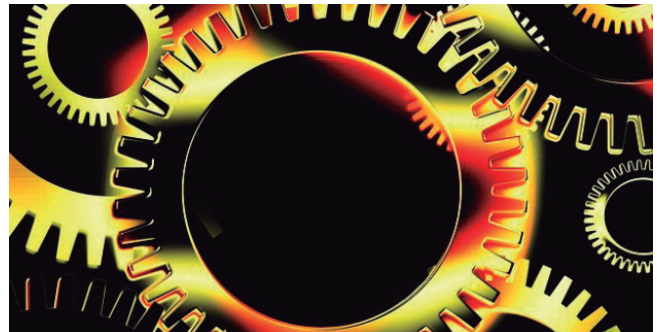
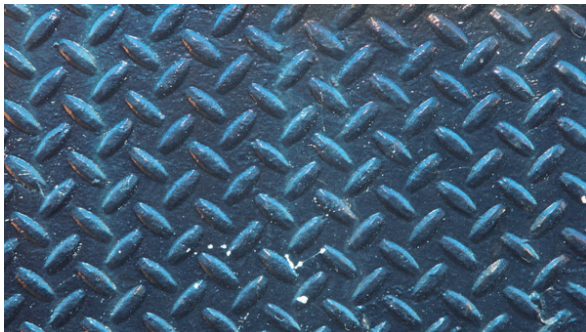
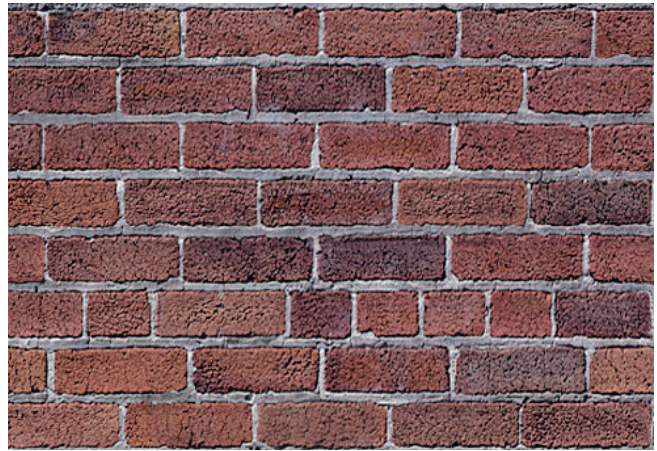
El color es una pieza fundamental en la asociación y percepción para la identificación de diseños específicos, también es importante el significado psicológico de los colores ya que transmiten en emociones y cualidades particulares, esta paleta de colores esta dirigida a reflejar el atributo y sus sinónimos establecidos.



ELEMENTOS VISUALES:

TEXTURA

El recurso de la textura es un elemento gráfico muy interesante pues nos permite visualizar y potenciar formas que reflejan los atributos, teniendo como resultado una comunicación mas clara, en este caso texturas metalizadas, duras y con fuerza nos transmitirá sensaciones adecuadas para nuestro atributo.



ELEMENTOS VISUALES:

TIPOGRAFÍA

La tipografía es un elemento importante en la imagen, a pesar de que hay un gran gama de tipografías se tiene que buscar una que sea acorde al diseño general tomando en cuenta el atributo y los elementos visuales, escogimos el grupo de Verdana por su variedad y seriedad, también la eras bold ITC por su versatilidad.

Eras Bold ITC
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

CONCEPTO

Tomando en cuenta todo lo estudiado y elaborado encontramos muchas características que pueden reflejarse en la imagen de MAQUIPOS, color, texturas, formas y otros elementos fueron importantes estudiarlos para llegar a una conclusión, las formas y líneas del diseño deben de ser fuertes, solidas que trasmita seguridad, solidez ya que los productos y servicios que se ofrecen están relacionados a maquinaria pesada.

BOCETOS

En el proceso creativo es necesario la elaboración de mucho bocetos, ya que te permite hacer una lluvia de conceptos la cual nos brindara un signumero de propuestas que en el proceso se irán depurando hasta llegar a una idea concreta, luego se harán varias propuestas en base a la mejor idea y presentaran las mejores alternativas.

Seguridad

MAQUIPOS

M M

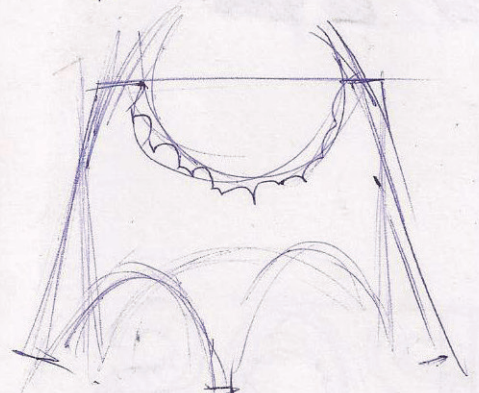
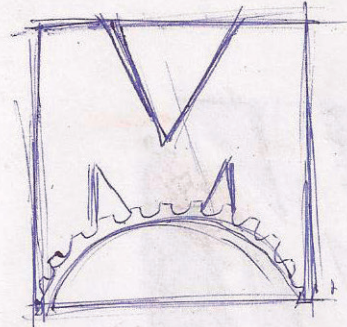


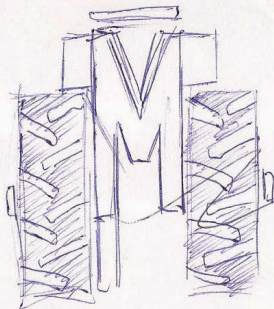
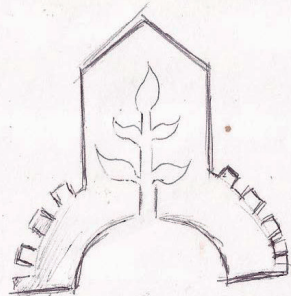
M



MAQUIPOS





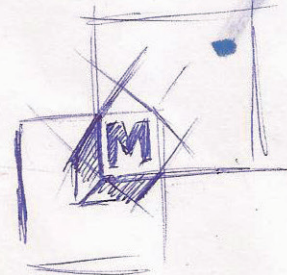
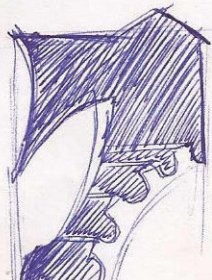
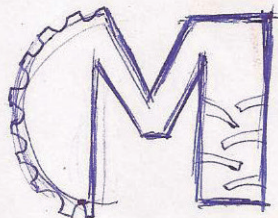
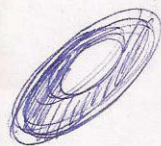
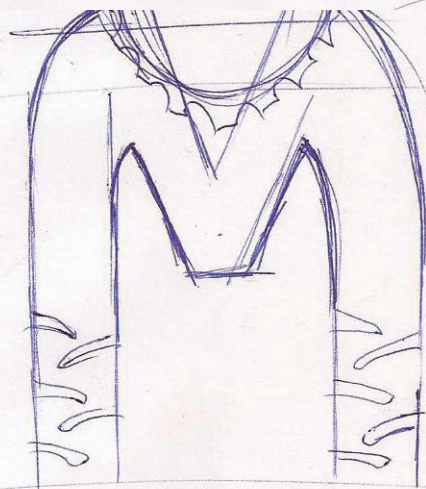
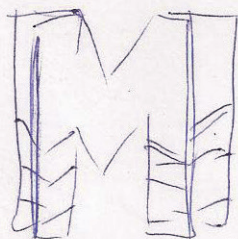


MAQUIPOS

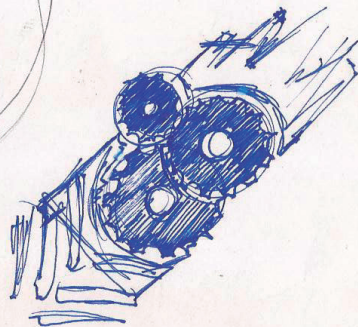
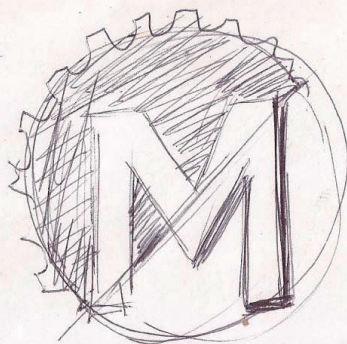
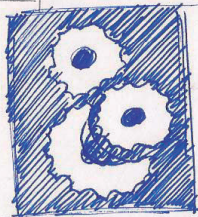
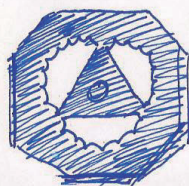
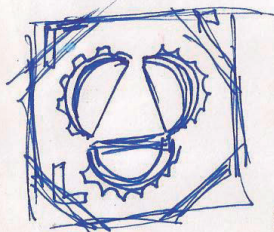
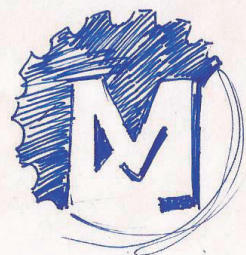
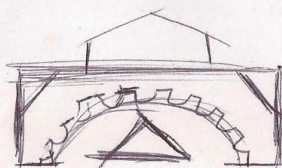
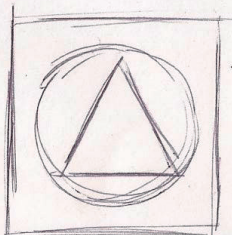
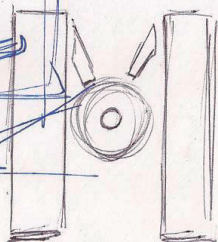
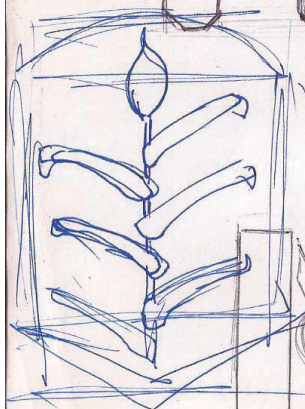
MAQUIPOS



MAQUIPOS



MAQUIPOS



MAQUIPOS



DIGITALIZACIÓN

Una vez que hicimos muchos bocetos buscando una ideas acertadas, pasamos a la digitalización de la idea unificando y uniendo los elementos gráficos mas interesantes para nuestro proyecto.



Habiendo digitalizado muchas ideas se trabaja en la idea mas acertada, que cumple con todo lo analizado, a qui un planteamiento mas real a lo que se busca.





APROBACIÓN FINAL

Después de analizar diferentes posibilidades de acuerdo a los bocetos y propuestas se llegó a la conclusión de representar la imagen tipográficamente, sin el recurso del símbolo ya que concluimos que esto le da una comunicación directa con el nombre de la empresa.



DESCRIPCION DEL LOGOTIPO

Logotipo

En este caso solo se uso el recurso tipográfico para representar la marca no hay símbolo ni imagotipo. Para este logo se uso la tipografía BNjinx ya que las características son apropiadas para el tema, con astas anchas que le dan fuerza y solides, con esquinas redondeadas para balancear el diseño.

Significado

La estructura general del logo es fuerte y con mucha estabilidad por la anatomía de la tipografía, la M y la S son letras que sobresalen de las otras con símbolo de seguridad, la linea horizontal se refiere a la estabilidad y seguridad que une la solidez de la tipografía a, proporcionando proyección estilo moderno al logo.

Color

El rojo es un color con mucha fuerza y energía, color primario que nos refleja seguridad y muy fácil de percibir y recordar.

Negro

Color neutral con mucha elegancia y fuerza y seriedad proporcionando al diseño confianza y seguridad.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

FORMACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL

Para elaborar el logotipo se uso la tipografía BNjinx la que sufrió cambios vectoriales para lograr una identidad y comunicar el atributo. Para las palabras maquinarias y equipos, S.A. se uso la tipografía Franklin Gothic Medium la cual complementa el logo en cuanto al producto.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL

El logotipo está balanceado comparativamente con la “s.” Esto nos servirá de guía para la distribución proporcional.

S.



MANUAL DE MARCA

El manual es en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de la empresa, servicio producto o distribución, en este se definen las normas para imprimir el logotipo en diferentes tamaños y formas tanto externos como internos de la empresa.

Este manual describe como se usarán las posibles variaciones, formas, color, tamaño en las diferentes posibilidades que se presenten, así como prohibiciones de su uso, incluye colores y tipografías a usar.



MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

VERSIONES DEL LOGOTIPO

Por las características del logotipo no podemos hacer muchas variaciones así que la versión original se mantendrá horizontal.

Se podrá variar de manera que el logotipo en ocasiones no se utilice la tipografía de refuerzo, otra posibilidad es usarlo verticalmente.

Logotipo sin texto de abajo

The logo consists of the word "MAQUIPOS" in a bold, italicized, red sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slight slant to the right. The 'M' and 'S' are particularly prominent due to their size and the slant.

LOGOTIPO CON TEXTO

The logo consists of the word "MAQUIPOS" in the same stylized red font as above. Below it, the text "MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A." is written in a smaller, black, sans-serif font, centered under the logo.The logo consists of the word "MAQUIPOS" in the same stylized red font as above, oriented vertically from bottom to top.

COLOR CORPORATIVO

Estos colores corporativos nos definen la identidad visual de MAQUIPOS por esto es importante reproducirlos fielmente sin que se alteren demasiado.

Color principal

C 0 M 100 Y 100 K 0

R 237 G 28 G 36

Color secundario

C 0 M 0 Y 0 K 100

R 237 G 28 G 36

Color secundario

C 100 M 90 Y 0 K 0

R 225 G 225 G 225

Color secundario

C 20 M 20 Y 20 K 20

R 204 G 204 G 204

TIPOGRAFIA CORPORATIVA

La tipografía principal a usar será la familia Verdana, se usara de manera general en soportes y documentos formales ya sea interno o externo, la tipografía Eras Bold complementara para algunos usos especiales como rotulaciones .

Eras Bold ITC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Verdana Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

RELACIONES PROPORCIONALES

Tomamos como referencia para la medida la “s.” que esta señalada con un recuadro gris, esto nos permite balancear de manera proporcional los espacios y tamaños de todo el logotipo, para su ampliación o reducción del mismo.



TAMAÑO MÍNIMO

La reducción del logotipo se aplicara en diferentes formatos desde una tarjeta de presentación hasta una valla publicitaria, es importante tomar en cuenta que cuando se manipule el logotipo hay que respetar las proporciones para que no se distorsione a la hora de reducirlo o agrandarlo, aquí podemos observar que aun en 15 mm.

El logotipo no pierde su proporción y su legibilidad. Por motivos de la poca visualización de la linea cruzada que lleva el logotipo cuando se usa en reducciones, se hará mas gruesa para su debida apreciación .

15 mm



20 mm



25 mm



30 mm



VARIACIÓN DE COLOR

El logotipo debe ser utilizado con estas recomendaciones establecidas para su correcta manipulación.



Predeterminado



1 tinta positivo



Gris 70% positivo



Gris 70% negativo



Gris 70% positivo



Predeterminado fondo gris 20%

APLICACIONES CORRECTAS

Es importante el uso correcto del logotipo con respecto a la visibilidad, legibilidad y contraste de textura y color, se determinara un área de protección del logotipo para que sirva como aislante cuando hayan otros elementos visuales para su legibilidad correcta y se harán pruebas sobre diferentes texturas y fondos.

En fondos muy saturados se usara un recuadro blanco o rojo con las esquinas redondeadas para aislar el logotipo del fondo.

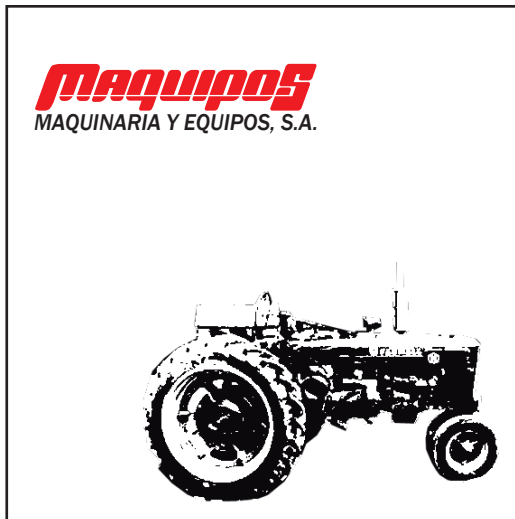




Fondo texturizado, cuadro aislante



Fondo oscuro, negativo cuadro aislante



Fondo texturizado, cuadro aislante



Fondo claro, negativo, cuadro aislante



Fondo oscuro, 1 tinta cuadro aislante



Fondo oscuro, negativo



Fondo oscuro, negativo



Fondo claro, negativo, cuadro aislante



Fondo oscuro,color predeterminado



Fondo claro,color predeterminado



Fondo negro, negativo



Fondo oscuro, resplandor exterior

APLICACIONES CORRECTAS

El logotipo podrá ser usado sin la tipografía de abajo en casos especiales, con una posición vertical dependiendo del espacio o también se usará como patrón para ciertos fondos.



Logotipo, vertical



Logotipo solo, contorno blanco



Fondo claro, gris 10%, logo gris 40%



Fondo claro, gris 10%, negro 100%

Ejemplos cuando el logotipo se tenga que colocar sobre fondos que no estén planteados en el manual, se usara en algunos casos el área de protección.



EXPRESIÓN TEXTUAL

Cuando el nombre de la empresa MAQUIPOS se use en redacciones mecanografiada u otro tipo de documentos se escribirá tal como se muestra en el ejemplo.

Escritura correcta : MAQUIPOS

Escritura incorrecta: Maquipos

Escritura incorrecta: maquipos

APLICACIONES INCORRECTAS DEL LOGOTIPO

El logotipo tiene sus proporciones y medidas exactas en su composición, no se podrá hacer modificaciones arbitrarias de las proporciones establecidas mas que las propuestas en el manual.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.
MAQUIPOS

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

PAPELERÍA

Presentamos la papelería corporativa de MAQUIPOS.

Tarjeta de presentación, 3.5 x 2 pulgadas



Hoja membretada .

4.25 in

0.74 in

0.06 in

0.34 in

0.34 in

8.24 in

0.70 in

1.39 in

5.72 in

Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

CASE IH
CONSTRUCTION

CASE
CONSTRUCTION

LAVERDA

DEERE

UD TRUCKS

AMMANN

CTP

AGNUM
POWER PRODUCTS LLC

FE WILSON


buferagri

NARDI

KUHN


alo Quicke
Front Loaders

PBX: (505) 2268 4225
Email:ventas@maquipos.com.ni - Web:www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera
Maquipos S.A.

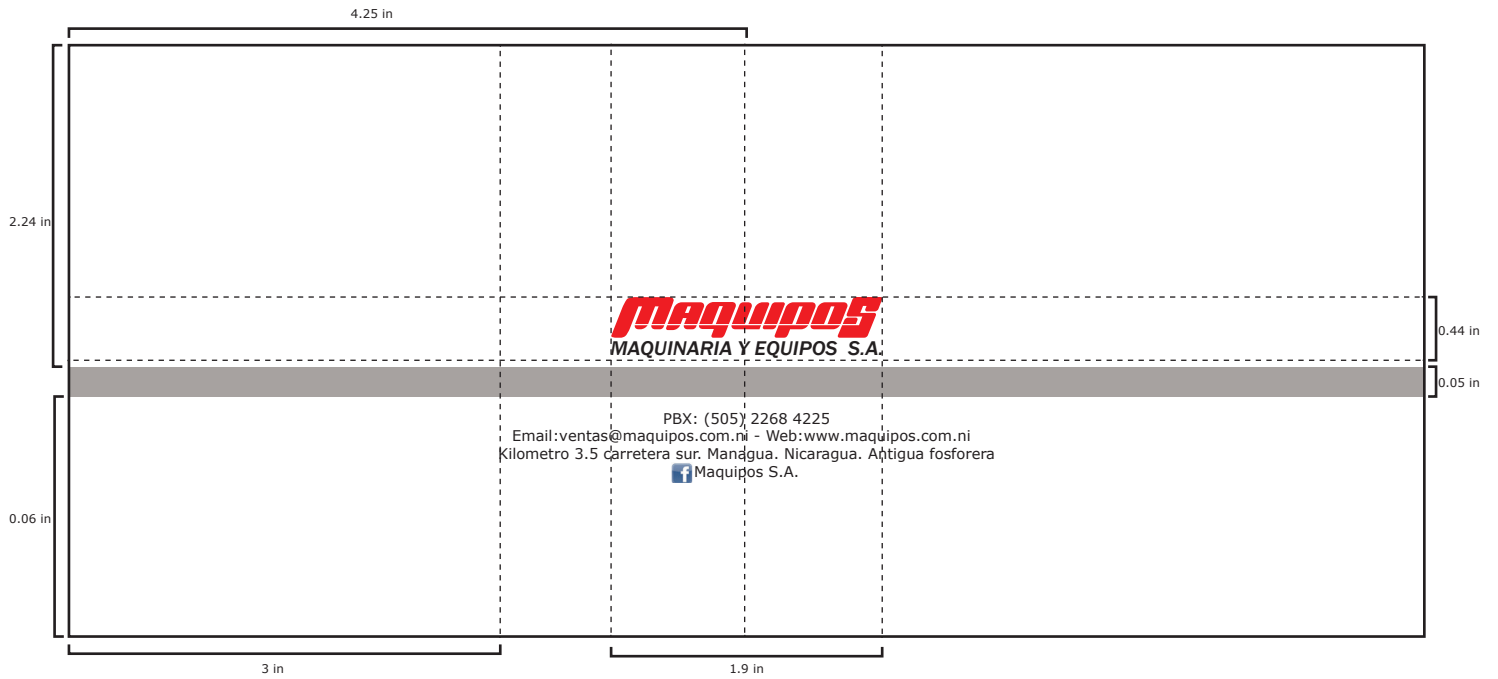


Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.



PBX: (505) 2268 4225
Email:ventas@maquipos.com.ni - Web:www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera
 Maquipos S.A.

Sobre, 9.5 X4.13 pulgadas .





PBX: (505) 2268 4225
Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua, Nicaragua. Antigua fosforera
 Maquipos S.A.

Solicitud de pago, 8.3 X 5.3 pulgadas .



SOLCITUD DE PAGO

\$ Dólares
 C Euros
 C\$ Córdobas

Cheque
 Transferencia

Viáticos
 Rembolso
 Honorarios
 Compra o Servicios
 Otros

(Adjuntar detalle aprobado por el supervisor)
 (Adjuntar detalle)
 (Adjuntar orden de compra u cotización o factura)
 (Adjuntar detalles y soportes)

1.	Justificación e información	Fecha _____ Monto _____ Valor en letras: _____ A la orden de: _____ Concepto: _____ _____
-----------	------------------------------------	---

2.	Aprobación	<p>Certifico que los bienes o servicios solicitados han sido recibidos y que se ajustan a las normas de MAQUIPOS®. De igual forma entiendo que esta transacción podría ser sujeto de una revisión aleatoria y/o cualquier escrutinio de la Oficina de Finanzas.</p> <p>Gerente del Area (Pagos hasta USD\$ 1,000.00 o su equivalente en córdobas) Nombre: _____ Firma: _____ Fecha: _____</p> <p>Gerente de Finanzas y Administración (Pagos hasta USD\$ 1,001.00 a USD\$ 5,000.00 o su equivalente en córdobas mas la firma del Gte. De Area) Nombre: _____ Firma: _____ Fecha: _____</p> <p>Gerente General (Pagos mayores de USD\$ 5,001.00 o su equivalente en córdobas mas las dos firmas anteriores) Nombre: _____ Firma: _____ Fecha: _____</p>
-----------	-------------------	---

3.	Observaciones	Observaciones
-----------	----------------------	----------------------

Entradas/Salidas, 8.5 X 11 pulgadas .



PBX: (505) 2268 4225
 Email:ventas@maquipos.com.ni - Web:www.maquipos.com.ni
 Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera
 Maquipos S.A.

ENTRADAS/SALIDAS DEL ALMACEN

Desde Bodega: _____

Hasta Bodega _____

DÍA	MES	AÑO

Fecha: _____

No. de guia/traslado: _____

Cliente: _____

Ubicación: _____

Factura: _____

TIPO DE ENTRADA

- Compra Local Traslado Devolución
 Otros

TIPO DE SALIDA

- Facturación Picklist Guia
 Traslado inter bodega Otros Suvenir

Hora de entrega del picklist: _____

Codigo	Descripción	Ubicación	Cantidad

Observaciones: _____

 Elaborado por Revisado por Autorizado por

 Entregado por Recibido por

Minutas de visita, 8.5 X 11 pulgadas .



MINUTAS DE VISITA

ACTAS

Cliente	
Nombre del contacto	
Correo electrónico	
Teléfono	
PSSR	
Objetivo de la visita	
Fecha y hora	
Sitio de la reunión	

ACUERDOS DEL CLIENTE:

TEMA		
CONCLUSIONES		
PLANES DE ACCION	RESPONSABLE	PLAZO

TEMA		
CONCLUSIONES		
PLANES DE ACCION	RESPONSABLE	PLAZO

FIRMA DEL REPRESENTANTE DEL CLIENTE: _____

NOMBRE DEL REPRESENTANTE DEL CLIENTE: _____ CEDULA: _____

FIRMA DEL PSSR DE MAQUIPOS S.A.: _____

PBX: (505) 2268 4225 Email:ventas@maquipos.com.ni - Web:www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera. Maquipos S.A.

FACTURA, 8.5 X 11 pulgadas .



MAQUINARIAS Y EQUIPOS, S.A.
(MAQUIPOS,S.A.)

PBX: (505) 2268 4225 Email:ventas@maquipos.com.ni Web:www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera
Maquipos S.A.

DIA	MES	AÑO

FACTURA

CONTADO

CREDITO

SR (ES):

TEL:

DIRECCION:

CANT.	No. DE PIEZA	Descripción	PRECIO UNIT.	TOTAL
NOMBRE		FIRMA AUTORIZADA		SUB-TOTAL
FIRMA		NOMBRE		DESCUENTO
CÉDULA No.				SUB-TOTAL
				I.V.A
				TOTAL

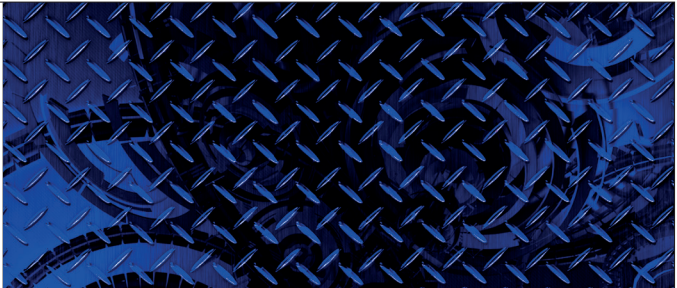
8.8 in

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

11.8 in



PBX: (505) 2268 4225 Email: ventas@maquipos.com.ni Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur, Managua, Nicaragua. Antigua fosforera
f Maquipos S.A.



MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

PBX: (505) 2268 4225 Email: ventas@maquipos.com.ni Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur, Managua, Nicaragua. Antigua fosforera
f Maquipos S.A.

3.5 in

MEJORANDO PARA TI...

Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.



MEJORANDO PARA TI...

Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.



PBX: (505) 2268 4225
Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera
 Maquipos S.A.

PUBLICIDAD Y SEÑALIZACIONES

Muestras de algunas aplicaciones gráficas interna y externa.



Exterior.



Exterior.



Interior.



Interior.

MaquipoS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

ABIERTO

CERRADO

GERENCIA

TALLER

CAJA

BODEGA

VENTAS

PARQUEO

MISCELÁNEOS

Artículos promocionales con el logotipo de MAQUIPOS.







VEHÍCULOS



APLICACIÓN EN ARQUITECTURA

En la fachada exterior del edificio se recomienda aplicar la combinación gris con blanco y en ocasiones el color principal que es el rojo.



CONCLUSIÓN

En este manual se a elaborado un cambio total a la imagen de MA-QUIPOS, S.A de manera que en este manual esta definido un diseño integral que identifica de manera única a la dentro del mercado, se recomienda seguir las reglas estipuladas en este manual para un resultado efectivo, cualquier idea ajena a este es conveniente consultar al diseñador de este manual para no salirse del concepto de la imagen.

Contacto

Cel.: 83683781
marceloampie78@hotmail.com

Diseño:

Marcelo José Ampié Mejía.



CAMPAÑA PUBLICITARIA

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN

TEMA DE LA CAMPAÑA

10 años acompañándote a construir tus sueños ahora es “MAQUIPOS”.

Definición:

La publicidad no es un arte ni una ciencia, sino un método. Toda vez que la actividad publicitaria se supedita al ámbito de la mercadotecnia, considerada –también una disciplina. Misma que reúne un conjunto de técnicas, herramientas y habilidades, al servicio de las relaciones de intercambio. Y a su vez, se supedita al ámbito de la comunicación. O mejor dicho, al ámbito de las ciencias de la comunicación. En consecuencia, la publicidad se concibe como un elemento de comunicación integral, o bien, como un elemento de comunicación integrada a la mercadotecnia, hoy por hoy es imprescindible para la mezcla promocional, la planificación y el desarrollo de campañas.

Por lo general todas las empresas buscan; mantener el crecimiento en proporción al mercado al que pertenecen, facilitar la administración del equipo de ventas, dar a conocer al target las novedades de la empresa, atraer nuevos clientes hacia los puntos de venta, minimizar los clientes a la competencia, llegar a consumidores potenciales, vender una buena imagen de la empresa, crear clientes fieles, consolidar la imagen de marca, etc.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA Y SOLUCIÓN

En 2005 que inicio operaciones la empresa MAQUIPOS han venido poco a poco encami-nándose y sufriendo cambios en su imagen empresarial, el logotipo que en la actualidad se está usando no tiene respaldo de una imagen globalizada de la empresa, es por esto que en estos años no se ha definido un diseño general de la publicidad ni de la marca.

Actualmente se han hecho mejoras con respecto la imagen estructural y en la lógica de preservar colores y formas del logo que está en uso, pero esto no es suficiente para satisfacer la gama de posibilidades que te exige una imagen corporativa, es por esto que con la imagen corporativa y renovación del logo lograra una efectiva comunicación visual, esto permitirá modernizar la imagen con un logo fresco y acorde al diseño gráfico moderno, es por esto que realizaremos un campaña de divulgación de la nueva imagen para fortalecerla en el mercado, en la cual se aplicarán técnicas de comunicación visual que ayudaran a que la campaña sea efectiva.

OBJETIVO GENERAL

Mejorar y reforzar la imagen corporativa de MAQUIPOS por medio de una campaña de divulgación, para seguir siendo una marca líder en servicios de venta de maquinaria y equipos de construcción y agrícola.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Que cada uno de nuestros clientes se sienta identificado con nuestra marca, y darle confianza y seguridad en nuestros productos.

Mensaje:

El mensaje primordial de MAQUIPOS es informar al publico en general que esta evolucionando a través de su nueva imagen corporativa y que siguen aportando su grano de arena al desarrollo de obras y producción agrícola de Nicaragua.

Ofreciendo al publico un producto y servicio seguro que le brinde confianza a los clientes a la hora de consumirlo.

Medios:

Tomando en cuenta los medios informativos tecnológicos el facebook jugará un papel importante ya que permitirá tener un contacto directo con nuestros clientes, dando acceso a información sobre nuestros productos y servicios, a la vez se mantendrán informados de promociones y beneficios que se brindan en épocas especiales del año.

PRESUPUESTO

MAQUIPOS es una empresa estable y con presencia en Nicaragua, para esta empresa es una buena inversión la publicidad, es por esto que en este caso se otorgara un buen presupuesto para realizar dicha propaganda, que contara con impresiones gigantes como anuncios en periódicos y revistas.

Artículos Gráficos	Cantidad	Precio unit.	Total
Vallas, mensualmente	8	\$ 350	\$ 2800
Mupis, mensualmente	15	\$ 280	\$ 4200
Afiches	1000	\$ 1	\$ 1000
Periódico, tabloide, 8dias.	1	\$1932	\$ 1932
Revista, publicidad.	2	\$ 300	\$ 600
Brochure	5000	\$ 0.18	\$ 900
		TOTAL:	\$ 11,432

Los 13 pasos

1- Tema: MAQUIPOS S.A.

2 -Cual es el problema?

Falta de imagen corporativa efectiva.
Reforzar la, falta de estrategia publicitaria.

3- Que se quiere decir?

Proyectar a MAQUIPOS S.A. con una identidad renovada para llegar de manera mas efectiva a los clientes.

4- Porque se diría?

Para que el público meta reconozca la nueva identidad de la empresa.

5- Para que se diría?

Para dar a conocer la empresa
Atraer mas clientes y mejor servicio.

6- Que se quiere expresar?

Las cualidades y atributos (SEGURIDAD)

7- Como se va decir?

Mejoramos para ti.

8 -Quien lo va decir?

Control de calidad, mantenimiento, servicio al cliente
Taller.

9- Como se va a expresar?

Proyectar lo principales productos.
Figuras retóricas: Hipérbole y símil.
Planos: Entero, panorámica.
Lenguaje gráfico: Fotografía.

10- Quien lo va a expresar?

Atención al cliente.
Productos de calidad.
Chequeo mecánicos.

11- Donde se diría?

Donde se requiera.

12- Cuando se diría?

Todo el tiempo.

13- Cual técnica lo diría?

Fotografía.

Idea general:

En general se quiere comunicar la nueva imagen de MAQUIPOS y reforzar la confianza, seguridad de nuestros clientes y atraer nuevos clientes con un diseño fresco y moderno, es por esto que la idea es demostrar que se esta mejorando a través de un diseño nuevo el cual nos permitirá re lanzarnos como una marca mas poderosa en este mercado.

Claro esta que todo esto divulgara por medio de la publicidad impresa, sobre todo en las ciudades y algunas zonas del país que se consideran potencialmente consumidoras del producto y servicio.

Figura retórica:

Se usara como planteamiento técnico el símil (Comparación) e hipérbole (exageración) Estas retóricas visuales nos proporcionan una comunicación visual efectiva ya que compararemos elementos naturales con la eficiencia del producto transmitiendo al espectador una imagen creativa y con un mensaje sencillo y directo .

Lenguaje gráfico:

La fotografía será nuestro lenguaje, a través de efectos y montajes lograremos una comunicación mas efectiva para nuestra publicidad, tomaremos en cuenta los planos y trabajaremos con planos enteros y medios cortos.

Comunicación visual

Se usaron técnicas de comunicación visual como, equilibrio e inestabilidad, simetría y simetría, la economía, exageración, neutralidad y acento para ser mas efectivos en el mensaje, el equilibrio en el diseño nos permitirá estabilidad así como la simetría, la exageración y la profundidad en la composición serán útiles para la efectiva comunicación en las diferentes campañas y diseños que se elaboraran.

EL MENSAJE:

Mejoramos para ti... Ahora somos "MAQUIPOS".

Este mensaje fue realizado por la dirección de marketing de MAQUIPOS.

La tipografía del mensaje es la fuente Atrax normal ya que su anatomía es muy adecuada para el mensaje, con astas sólidas y esquinas biseladas que comunican seguridad.

Como se esta renovando la imagen general de MAQUIPOS, el mensaje es que estamos cambiando de imagen para dar un mejor servicio a los clientes, tanto en producto como en la imagen corporativa, mejorar para el cliente con un diseño moderno y con mas efectividad en el mercado.

MEJORAMOS PARA TI... "MaquipoS"

Elaboramos diferentes propuestas para visualizar los contrastes de fondos con texturas del mensaje y ver posibilidades en cuanto al planteamiento del color.

MEJORAMOS PARA TI... "MaquipoS"

MEJORAMOS PARA TI... "MaquipoS"

MEJORAMOS PARA TI... ***MaquipoS***

MEJORAMOS PARA TI... ***MaquipoS***

MEJORAMOS PARA TI... ***MaquipoS***

MEJORAMOS PARA TI... ***MaquipoS***

CONCEPTOS DE AFICHES:

En esta parte plasmamos ideas de los diseños para la publicidad, usando medios gráficos para su efectiva comunicación.

Aquí se plantean las técnicas de comunicación visual y retóricas visuales ya planteadas anteriormente en este documento, aquí ya visualmente.

MEJORAMOS PARA TI...

MAQUIPOS



MAQUIPOS es una marca que distribuye otras marcas es por esto que en su publicidad se plasmara el logotipo de las marcas de los productos que distribuye.


MEJORAMOS PARA TI...

MAQUIPOS



PBX: (505) 2268 4225

Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera

 Maquipos S.A.

MEJORAMOS PARA TI...

MAQUIPOS



CASE
CONSTRUCTION

PBX: (505) 2268 4225
Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera

 Maquipos S.A.

MEJORAMOS PARA TI...

MAQUIPOS

CASE
CONSTRUCTION



PBX: (505) 2268 4225

Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera


 Maquipos S.A.

Figura retorica símil, comparando la estructura de la pirámide con la de la maquinaria.

MEJORAMOS PARA TI...

Maquinos



Figura retorica hipérbole, camión volquete transportando historia y carga muy pesada.

DIVERSIDAD DE MEDIOS:

A qui plasmaremos una publicidad del antes y después, la transición de la imagen corporativa de MAQUIPOS, pero lo usaremos en ocasiones especiales.



MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S. A.

The old logo features the word "MAQUIPOS" in a bold, black, sans-serif font. The letters "Q" and "I" are stylized with a thick, black, curved underline that loops around the bottom of the letters. Below the main text, "MAQUINARIA Y EQUIPOS, S. A." is written in a smaller, black, sans-serif font.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

The new logo features the word "MAQUIPOS" in a bold, red, italicized, sans-serif font. The letters are slanted to the right. Below the main text, "MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A." is written in a black, sans-serif font.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S. A.

The old logo is shown on a white rectangular background. It features the word "MAQUIPOS" in a bold, black, sans-serif font with a thick, black, curved underline. Below it, "MAQUINARIA Y EQUIPOS, S. A." is written in a smaller, black, sans-serif font.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

The new logo is shown on a white rectangular background. It features the word "MAQUIPOS" in a bold, red, italicized, sans-serif font. Below it, "MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A." is written in a black, sans-serif font.

Símil

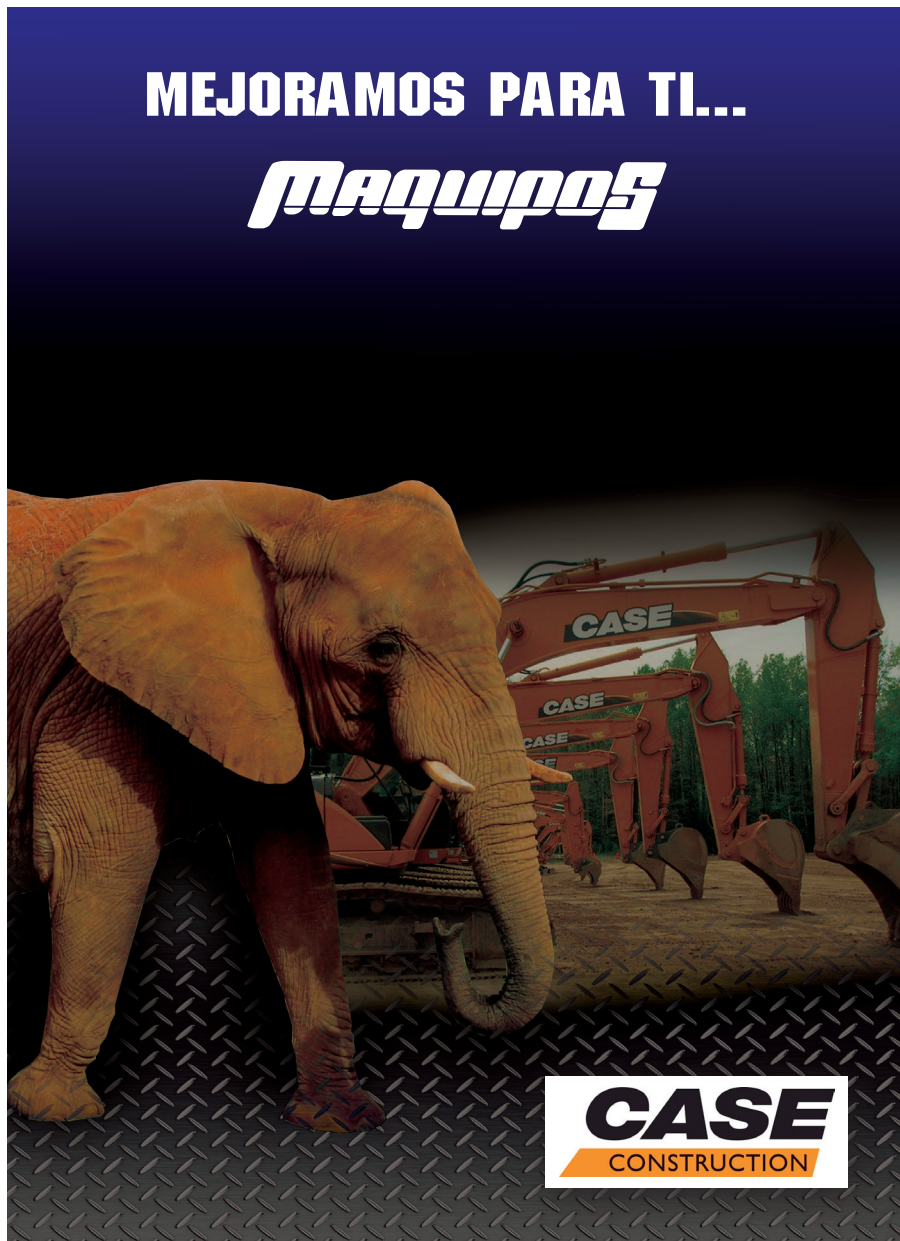


Figura retórica símil, comparando la fuerza animal terrestre más grande con la de la retroexcavadora.

Hipérbole

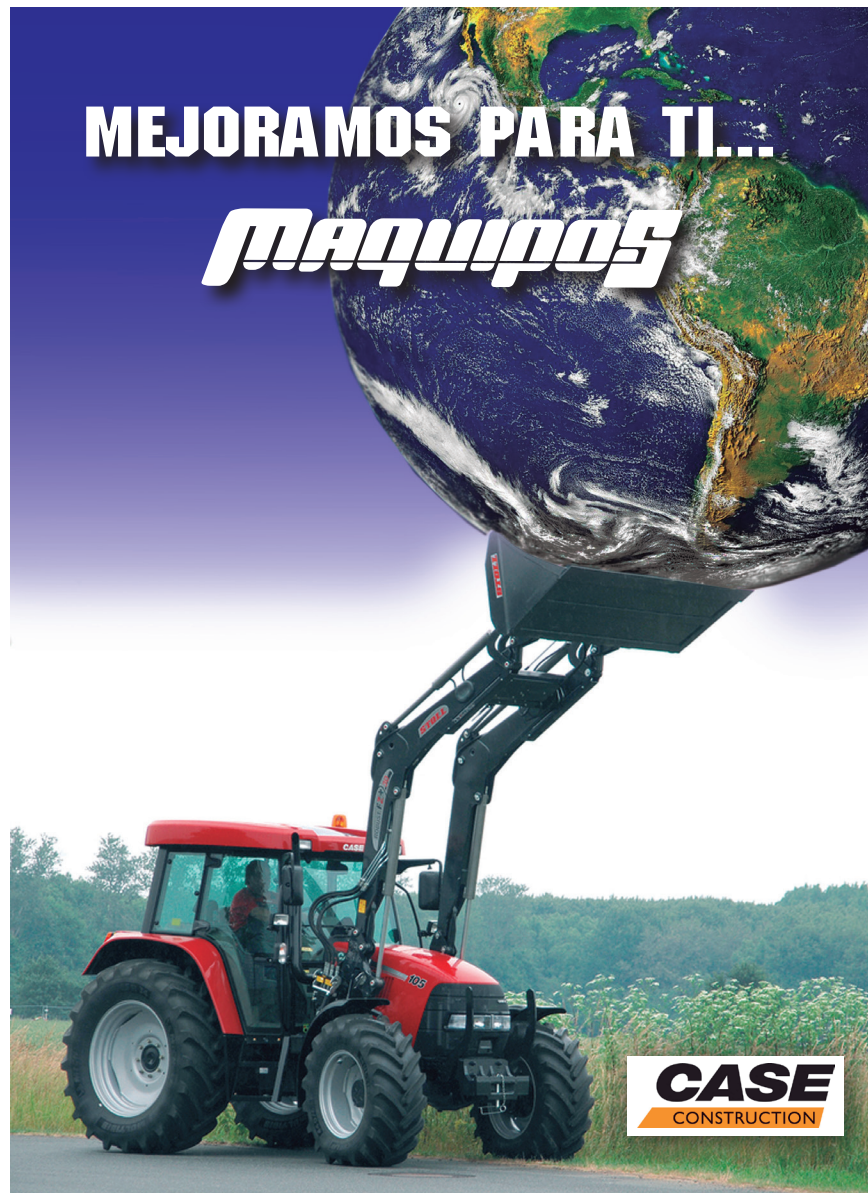


Figura retórica hipérbole, Tractor sosteniendo al mundo como símbolo de poder y fuerza.

Símil

MEJORAMOS PARA TI... MAQUIPOS



CASE IH
AGRICULTURE
Be Ready.

Competencia

Figura retórica símil, comparando a un tirano-saurio como producto MAQUIPOS con la competencia.

Ejemplos de diseños y publicidad impresa de la campaña.

VALLA



MOPIS

MEJORAMOS PARA TI... *Maquipos*
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

Quon

Fax: (505) 2268 4225
Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 2.5 carretera suc. Managua, Nicaragua. Antigua fosforera
© Maquipos S.A.

ORZA

PUBLI MOVIL
NICARAGUA

Diseño para afiche, volante, brochur y banner.


MEJORANDO PARA TI...

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.



PBX: (505) 2268 4225

Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera

 Maquipos S.A.

Diseño para banner, periódico y revista.

MEJORAMOS PARA TI...

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.




Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.



PBX: (505) 2268 4225

Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera

 Maquipos S.A.

PERIÓDICO

MEJORAMOS PARA TI...

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

PBX: (505) 2268 4225
Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera
 Maquipos S.A.

MEJORAMOS PARA TI...




Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.



Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

PBX: (505) 2268 4225

Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera

 Maquipos S.A.

110 mm.
e: 9750 mm.
a 2.0 m³.
e: GP, Heavy Duty.
cucharón: 6680 mm.
suelo: 9750 mm.



Fuente: John Deere.



Fuente: John Deere.

RAS

7090 mm.
480 mm.

BANNER



BROCHURE

Pallet Manual de Carga Modelo HPT28

Capacidad de 5500 Lbs (2,500 kgs).
Peso estimado 202 Lbs.
Dimensiones 27"x48".
Estructura metálica reforzada con placas de hierro.
Todo su equipo considerado estándar por el fabricante.



Vibro Apisonador AMMANN Mod. ACR68

Motor Honda, Modelo GX100 Gasolina 4 tiempos, Potencia 3HP.
Alarma de aceite.
Ancho total de trabajo 280 mm.
680 golpes x/min.
Rendimiento estimado 210m²/hora hasta 50cm.

Buggies-Dumpers Ausa D150RM Plus

Chasis Rígido, motor diesel marca Hatz modelo1D81Z.
Arranque eléctrico, potencia 15 CV, enfriado por agua, tracción 4x2.
Transmisión hidrostática.
Capacidad de carga 1,500 kg (1,047lt) en la tolva.
Descargue Hidráulico frontal.



MAQUIPOS

MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

EQUIPOS DE CONSTRUCCIÓN



CASE
CONSTRUCTION



UD TRUCKS



AMMANN

Km 3 1/2 Carretera Sur, Managua, Nicaragua
Tel.: 2268-4225, 2266-8137 Fax: 2266-3422

E-mail: Ventas@maquijos.com.ni

www.maquijos.com.ni

[facebook/maquijos.s.a](https://www.facebook.com/maquijos.s.a)

CALENDARIOS

MAQUIPOS MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A. CALENDARIO 2016



CASE
CONSTRUCTION

Enero 2016							Febrero 2016							Marzo 2016							Abril 2016							
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	7	8	9	10	11	12	13	14	4	5	6	7	8	9	10
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	14	15	16	17	18	19	20	21	11	12	13	14	15	16	17
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	21	22	23	24	25	26	27	28	18	19	20	21	22	23	24
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	28	29	30	31					25	26	27	28	29	30	
25	26	27	28	29	30	31	29																					
Mayo 2016							Junio 2016							Julio 2016							Agosto 2016							
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
						1	1	2	3	4	5		4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7		
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	11	12	13	14	15	16	17	8	9	10	11	12	13	14	
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	18	19	20	21	22	23	24	15	16	17	18	19	20	21	
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	25	26	27	28	29	30	31	22	23	24	25	26	27	28	
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30											29	30	31					
30	31																											
Septiembre 2016							Octubre 2016							Noviembre 2016							Diciembre 2016							
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	
			1	2	3	4	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6				1	2	3	4		
5	6	7	8	9	10	11	10	11	12	13	14	15	16	7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	
12	13	14	15	16	17	18	17	18	19	20	21	22	23	14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	
19	20	21	22	23	24	25	24	25	26	27	28	29	30	21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	
26	27	28	29	30			31							28	29	30					26	27	28	29	30	31		

PBX: (505) 2268 4225

Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera

Maquipos S.A.

VOLANTE



VII. RECOMENDACIONES

Debido a que MAQUIPOS manejaba su imagen sin un manual hacemos algunas recomendaciones que hay que seguir para correcto uso con esta nueva imagen que se presenta.

1- Es necesario que las personas encargadas de la publicidad de MAQUIPOS reciba capacitación e información de la nueva imagen, para su buen uso y aplicación.

2- Se debe respetar cada norma escrita y presentada en este Manual, para su efectivo uso.

3- si se hacen variantes en el diseño se deben respetar algunas normas como color, textura, fondos para que no se pierda el concepto del diseño.

VIII. CONCLUSIONES

Este proceso de investigación y conocimiento para la elaboración del proyecto de grado, a sido una escuela completa de experiencia enriquecedora, ya que aplicamos muchos métodos y técnicas de diseño y comunicación.

El proceso creativo me permitió investigar a profundidad las características de la empresa y con esto logre identificar el atributo correcto para desarrollar la imagen y de esta manera plasmar de manera efectiva la imagen de MAQUIPOS.

En el transcurso de la elaboración del manual se platearon características propias para la imagen de MAQUIPOS, formas, color, texturas, contrastes, comparaciones, posiciones, propuestas de diseño y detalle propios que identificaran a MAQUIPOS en el mercado, todo esto proporcionara a MAQUIPOS introducir sus productos y servicios de manera efectiva al mercado.

Se han cumplido con los objetivos propuestos en el proyecto, el concepto general cumple con características bien sustentadas y estudiadas las cuales el cliente aprobó de manera positiva.

IX. ANEXOS

Logotipos usados por MAQUIPOS y algunos cambios que han tenido.



Diseños anteriores de MAQUIPOS.



LA COSECHADORA DE GRANOS CON MAYOR DESEMPEÑO DEL MERCADO

- *Motor IVECO 176 HP
- *Tolva 5,200 Litros
- *5 sacapajas
- *Incluye llantas y orugas
- *Entrega inmediata
- *Garantía de un año o 1500 horas
- *Cabina abierta y cerrada

Opciones de financiamiento:

- Plazo hasta de 7 años

* Aplican Restricciones



MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.
Distribuidor Autorizado

Km 3.5 carretera Sur, Managua
Pbx: 22684225 ventas@maquipos.com.
maquiposSA www.maquipos.com.ni

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

Dirección: Km 3.5 Carretera Sur. Antiguo Edificio La Fosforera.
Managua, Nicaragua.
PBX: (505) 2268 4225.
www.maquipos.com.ni

PG WILSON

Facebook/Maquipos S.A.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MEJORANDO PARA TI...



PBX: (505) 2268 4225
Email:ventas@maquijos.com.ni - Web:www.maquijos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera
f Maquijos S.A.

MAQUIPOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MEJORANDO PARA TI...



PBX: (505) 2268 4225
Email:ventas@maquijos.com.ni - Web:www.maquijos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur. Managua. Nicaragua. Antigua fosforera
f Maquijos S.A.

Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MEJORANDO PARA TI...



PBX: (505) 2268 4225
Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur, Managua, Nicaragua. Antigua fosforera
 Maquipos S.A.

Maquipos
MAQUINARIA Y EQUIPOS, S.A.

MEJORANDO PARA TI...



PBX: (505) 2268 4225
Email: ventas@maquipos.com.ni - Web: www.maquipos.com.ni
Kilometro 3.5 carretera sur, Managua, Nicaragua. Antigua fosforera
 Maquipos S.A.

X. BIBLIOGRAFÍA

Susan Berry y Judy Martín Stanton. (1994). Diseño y color. Barcelona. S.A. NATURART

Jorge Frascara. (1988). Diseño Gráfico y comunicación. Buenos Aires. INFINITO.

Javier Hl. Carlos Mena (2004). Desarrollo de Campañas. Licenciatura en Diseño Gráfico. Universidad de Londres.

Brenes Bido. Ivette Leilani.(2007). Diseño y Comunicación. Trabajo practico. Universidad de Palermo.

Gillermo Albarrán Valenzuela.(2005) Diseño de identidad Corporativa. Bloque especializado. Universidad de Londres.

Johann Wolfgang von Goethe http(1774). La teoría del color://www.psicologiadelcolor.es. Consulta (15 de octubre 2015).

Paul Capriotti Peri(2009).Branding Corporativo. Santiago de Chile. Andros Impresores

Joan Costa (1974). Imagen corporativa. es.wikiversity.org. Consulta (24 de octubre 2015)

MAQUIPOS

