



Universidad Politécnica de Nicaragua
“Sirviendo a la comunidad”

Titulo:
Productos Gráficos para Fundación SIELO

Elaborado por:
Adriana Sofia Rodriguez
Osmar Sobalvarro

Tutor:
Eduardo Vanegas



Proyecto de Grado
2015
Productos Gráficos
para Fundación SIELO

Dedicatoria

A Dios, por ser amigo incondicional siempre dispuesto a inspirar y crear en mí metas Que uno debe alcanzar destruyendo cada adversidad que se presente.

A mis padres: Héctor Oliver Rodríguez Aburto y María Catalina Sánchez Fonseca por inculcarme desde muy temprana edad el valor que posee el estudio, y apoyarme siempre de manera incondicional ya sea económica y moralmente, así como darme los ánimos para salir adelante e instruirme en mi profesión.

A mis hermanos Oliver Alexander Rodríguez Sánchez y Andrea Mariam Rodríguez Sánchez y toda mi familia en especial a Marilú Rodríguez Aburto. Quienes con su cariño y esfuerzo aportaron para la culminación de mis estudios sirviendo como fuente de inspiración.

A nuestro asesor de proyecto de grado el Lic. Eduardo Vanega por depositar su confianza en nosotros y por su asesoramiento incondicional.

A mi compañero Osmar Jesús Sobalvarro Suazo quien ha sido un pilar fundamental en el desarrollo de este proyecto.

Son ellos quienes crearon en mí amor e interés por lograr las metas trazadas.

Adriana Sofía Rodríguez Sánchez.

Dedicatoria

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Marta Suazo por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Oscar Sobalvarro por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por ser el más grande ejemplo en mi vida.

A mis hermanos Martha y Oscar Quintero, por su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

A mis amigos, compañeros y colegas, Adriana Rodríguez y Nelson Sevilla que nos apoyamos mutuamente sin condiciones, y siempre con mucha hermandad salimos adelante en nuestra formación profesional, a quienes les dedico con mucho cariño esta tesis.

Osmar Sobalvarro

Agradecimientos

A Dios, por guiarnos hacia la luz del conocimiento.

A nuestros padres, quienes han realizado la incansable labor de educarnos y quienes hicieron posible con sus esfuerzos la culminación de nuestros estudios superiores.

A nuestro tutor Lic. Eduardo Vanegas por su dedicación constante a lo largo del trabajo investigativo, le agradecemos su valioso aporte; sin el cual no hubiese sido posible lograr nuestra meta.

A Fundación Sielo por habernos permitido con su apoyo la realización de este proyecto, gracias por su apoyo incondicional.

Adriana Rodríguez

Osmar Sobalvarro

Indice

Resumen.	5
Introducción.	6
Planteamiento del Problema.	7
Objetivos.	8
Justificación.	9
Marco Teórico.	10
Antecedentes de la Empresa.	14
Metodología.	16
Proceso de Diseño.	19
13 Pasos.	20
Traducción Formal.	23
Manual de Identidad Corporativa.	26
Logotipo (Positivo, Negativo, Escala de grises).....	28
Isotipo (Positivo, Negativo, Escala de grises).....	30
Estándar de Color.	32
Aplicación de color.	33
Reducción mínima.	34
Tipografías.	36
Usos incorrectos.	38
Papelería.	39
Misceláneos.	42
Piezas Graficas.	44
Conclusiones.	49
Recomendaciones.	50
Bibliografía.	51
Webgrafía.	52
Anexos.	53

I. Resumen

Este proyecto de grado tiene como objetivo Diseñar productos gráficos a Fundación Sielo que soporten el servicio social que brindan y que le permita a la institución darse a conocer ante el público en general de Managua.

Además, este trabajo pretende que con la nueva identidad corporativa logre distinguirse de las demás instituciones que se dedican a actividades similares, siendo identificada como tal por sus usuarios y potenciales usuarios.

El nuevo logo y piezas gráficas que se diseñó se componen de colores monocromáticos, cyan, celeste y blanco, con formas simples y fácil de recordar con esto se creó un reconocimiento de marca e imagen funcional que transmita las virtudes que posee la fundación.

I.Introducción

Para la realización del presente trabajo se elaboró una investigación de los principales conceptos de diseño, se realizaron análisis de situación de la empresa, análisis semióticos y análisis retórico que nos ayudó a determinar la falta de productos gráficos que tenía Función Sielo, con la ayuda de la investigación cualitativa se elaboró una entrevista para los fundadores el cual nos permitió determinar los atributos que posee esta organización, para los diseños de los productos gráficos tomamos en cuenta los métodos de Joan Costa y Jorge Frascara

La comunicación forma parte del éxito de cada empresa, de la misma manera queremos que con la nueva identidad corporativa permita a Fundación Sielo proyectarse de una manera más significativa ante su usuarios y potenciales usuarios, permitiéndole distinguirse de las demás fundaciones activas en el país.

Elaboramos para Fundación Sielo una estrategia de comunicación como alternativa, que proporcione un cambio significativo, una nueva identidad que sea identificable y fácil de recordar por el usuario o consumidor. Diseñando un manual de identidad corporativa con sus respectivas aplicaciones e la piezas y artículos publicitarios.

El manual de identidad corporativa que se realizó, detalla todas las especificaciones de la marca, comenzando por su tamaño y reducciones mínimas que se puede hacer en el logo y algunas variantes que son correctas y especifica cuál es su tipografía, se muestran aplicaciones del logo en distintos medios para publicitar.

A parte de la nueva identidad corporativa se crearon afiches, brochures, papelería y misceláneos para darle promoción a la nueva imagen corporativa y divulgar sus servicios, estos se entregaran durante la campaña. Las frases a utilizar son: 1. Dando es como recibimos y 2. Unión familiar.

Para finalizar, expondremos una serie de conclusiones y recomendaciones para la empresa. Este proyecto creativo servirá como antecedente a futuros estudiantes de diseño.

Planteamiento del Problema

Desde su fundación en el año 2009 la Fundación Sielo no ha establecido su identidad corporativa y por lo tanto no ha logrado distinguirse de las demás instituciones que se dedican a actividades similares, ni siendo identificada como tal por sus usuarios o potenciales usuarios. Además de no poseer piezas gráficas que ayuden a divulgar el servicio social que brindan a sus miembros.

Enunciado del Problema

El principal motivo de la identidad corporativa para Fundación Sielo es proyectarse de una manera más significativa ante el público, que le permita distinguirse de las demás fundaciones activas en el país. La falta de una identidad corporativa y de piezas gráficas tiene como consecuencia La pérdida de credibilidad ante el público y las organizaciones benéficas que pueden llegar a ser el sostén de la fundación y a falta de una línea de diseño establecida no pueden promueven el servicio social que ellos brindan .

Preguntas del Problema.

¿Cuáles elementos gráficos se deben tomar en consideración para diseñar una identidad corporativa que logre distinguirse de las demás instituciones?

¿Qué elementos gráficos se debe poseer para la identidad corporativa para lograr vincularse directamente con su público meta?

¿Qué elementos deben poseer las piezas gráficas para fundamentar el quehacer de la fundación y lograr vincularse directamente con su público meta?

Objetivos

General

* Diseñar productos gráficos para Fundación Sielo, creando un manual de identidad corporativa y piezas gráficas que soporten el servicio social que brindan y que le permita a la institución darse a conocer ante el público en general de Managua.

Objetivos específicos

* Examinar los antecedentes gráficos por medio del análisis semiótico para la recopilación de conceptos gráficos antes utilizados por la Fundación Sielo y organizaciones dedicadas a actividades similares.

* Caracterizar los elementos fundamentales a partir de los atributos de la Fundación Sielo a fin de construir una identidad visual.

* Diseñar el manual de identidad corporativa y piezas gráficas mediante el uso de los atributos visuales de la nueva imagen de la Fundación Sielo, con la finalidad de establecer una línea gráfica que le permita distinguirse de organizaciones similares.

Justificación

Desde sus inicios Fundación Sielo, no estableció una identidad corporativa que le permitiera distinguirse de otras instituciones. Además de no establecer una línea de diseño para sus piezas gráficas no logrando promover el servicio social que brindan a cada uno de sus miembros.

Siendo el principal motivo para el diseño de productos gráficos, en el cual se creara la identidad corporativa y piezas gráficas de Fundación Sielo, es para proyectarlos de una manera más significativa y que les permita distinguirse de las demás fundaciones activas en el país, atrayendo a nuevos usuarios y permaneciendo en la mente de sus miembros actuales.

Con este proyecto de grado nos gustaría que otros estudiantes lo tomen en cuenta por la información básica, por los métodos utilizados dentro del trabajo realizado, y con conocimiento adquiridos al largo de la carrera, siendo usado como antecedentes para futuras investigaciones o como una guía a estudiantes y licenciados de diseño gráfico.

Marco Teórico

1. Según wucius Wong El diseño: es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor.

2. Según Wikipedia Diseño gráfico “El diseño gráfico es una profesión cuya actividad industrial está dirigida a idear y proyectar mensajes visuales, contemplando diversas necesidades que varían según el caso: estilísticas, informativas, identificadoras, vocativos, de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, de innovación, etc.”

3. Según blog vecindad Diseño gráfico “El Diseño Gráfico es una actividad multidisciplinaria, el fin está determinado por muchos factores, ya sean comerciales, de comunicación, culturales, estéticas, creatividad, etc. pero el punto principal es que los objetivos trazados surtan efecto en el producto final.”

4. Diseño web “Se refiere a la actividad que consiste en estructurar los elementos gráficos de un sitio web para expresar estéticamente la identidad visual de una compañía u organización. Se trata de una etapa de diseño virtual más que de diseño funcional (ergonomía, navegación).

5. El objetivo del Diseño Web es realzar la imagen de una compañía u organización a través de elementos gráficos con el objeto de reforzar su identidad visual y despertar una sensación de confianza en el usuario. Aún así y junto con el criterio de ergonomía, un sitio web debe, sobre todo, cubrir las expectativas del usuario y permitirle encontrar fácilmente la información que busca.

6. Según fotonostra El diseño publicitario: es la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como; revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos, etc. A lo largo del tiempo han ido apareciendo diversos métodos y formas de comunicación, desde los grafitis, (las famosas pintadas en la pared que realizaban los romanos para comunicar alguna noticia), los carteles, las primeras publicaciones de prensa (diarios) y luego las revistas. Después ya se extendió a la televisión, la radio. En esta fase desarrollo de los medios de comunicación, es cuando se une a su vez al desarrollo del mercado, los productos de mercado, las empresas, serán puntos fuertes que defenderán en gran medida de los diferentes medios.

1.<http://www.delyrarte.com.ar/%C2%BFque-es-el-diseno-segun-wucius-wong/>
2/4.https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico
5.<http://es.ccm.net/contents/781-webmastering-diseno-web>.
6.<http://www.fotonostra.com/grafico/publicitario.htm>

7. **Según promonegocios** la publicidad se define como: es una poderosa herramienta de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a un determinado grupo objetivo.

8. **Según promonegocios la publicidad es:** un componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que sirve para comunicar el mensaje de un patrocinador identificado a un público específico, mediante la utilización de medios que tienen un costo y que son impersonales y de largo alcance, como la televisión, la radio, los medios impresos y el internet entre otros, con la finalidad de lograr los objetivos fijados.

9. **Campaña grafica** El origen etimológico de campaña procede del latín campanĕa que, a su vez, deriva de campus ("campo"). El término nació para hacer referencia al campo llano y abierto que no presenta montes ni asperezas.

10. **Una campaña publicitaria**, es un conjunto de estrategias comerciales para difundir y anunciar un producto o servicio.

11. **Pieza Gráfica:** Una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.

12. **Según Wikipedia La creatividad es:** la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

13. **Para Philip Kotler** "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes"

14. **Para John A. Howard**, de la Universidad de Columbia el marketing es el proceso de: 1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) comunicar dicha conceptualización al consumidor"

7/8.<http://www.promonegocios.net/publicidad/concepto.html>
9.https://es.wikipedia.org/wiki/Campa%C3%B1a_publicitaria
10.<http://www.definicionabc.com/social/campana-publicitaria.php>
11.https://es.wikipedia.org/wiki/Pieza_gr%C3%A1fica
14.<http://marketingzaragoza.es/definicion-marketing/>

15. Según Wikipedia IDENTIDAD CORPORATIVA es: la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Identidad – que tiene sus raíces y su potencial en la antropología. Corporación- que viene de corpus y concierne a la operativa de la empresa en su totalidad.

16. Según JOAN COSTA (libro “Imagen Corporativa en el siglo XXI”) “es la representación menta, en la memoria colectiva de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamientos y modificarlos”

17 Imagen corporativa según varios autores

- **Mario Voragen** lo sintetiza como “ la imagen depositada deseada y difundida por una organización”
- **Para Enrico chele es** “ aquella representación menta, cognitiva afectiva y valorativa, que los individuos se forman del ente en sí mismo”
- **Gustavo Cirigliano** “la imagen es un esquema de posibles respuestas, es un perfil de conductas anticipadas”.
- **Daniel Boorstin** define a imagen como “perfil de personalidad, cuidadosamente fabricado, de un individuo, corporación, producto o servicio” que genera “eventos no naturales planificados para obtener una rentabilidad”
- **Manual corporativo** (Wikipedia) es un documento donde se concentra y detalla la personalidad de una empresa.
- **Tarjeta de presentación** (Wikipedia) son piezas en las que se recogen los principales datos de una persona y se entrega en la primera entrevista o como forma de identificación.
- **Hoja membretada** (Wikipedia) es el que incluye, impreso el nombre y logotipo o algún otro diseño de una compañía o institución.

18. Según Taringa la TIPOGRAFÍA: Etimológicamente la tipografía (del griego τύπος tipos, golpe o huella, y γράφωgráfo, escribir) es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión.

19. El tipógrafo Stanley Morison lo definió como: “ Arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto.”(Stanley Morison, Principios Fundamentales de la Tipografía 1929).

7/8.<http://www.promonegocios.net/publicidad/concepto.html>
9.https://es.wikipedia.org/wiki/Campa%C3%B1a_publicitaria
10.http://www.definicionabc.com/social/campa%C3%B1a_publicitaria.php
11.https://es.wikipedia.org/wiki/Pieza_gr%C3%A1fica
14.<http://marketingzaragoza.es/definicion-marketing/>

20. Según Joan Costa, un logotipo (libro "Imagen Corporativa en el siglo XXI")"es el primero de los signos visuales de una identidad. Forma particular que toma una palabra escrita con la cual se designa y al mismo tiempo se caracteriza una marca comercial, grupo o una institución"

21. En método marketing defines eslogan – en inglés, slogan como: - es esa frase que acompaña a tu marca y que intenta trasladarle a tu (posible) cliente el valor que tiene tu producto, el beneficio que le ofrece. En unos casos es puramente descriptiva mientras que en otros trata de despertar una sensación.

22. Según la web proyecta color el color en el diseño: es el medio más valioso para que una pieza gráfica transmita las mismas sensaciones que el diseñador experimentó frente a la escena o encargo original; usando el color con buen conocimiento de su naturaleza y efectos, y de manera adecuada, será posible expresar lo alegre o triste, lo luminoso o sombrío, lo tranquilo o lo exaltado, entre otras muchas cosas

23. El "Diccionario de Términos de Mercadotecnia" de la American Marketing Association, define a la segmentación del mercado como "el proceso de subdividir un mercado en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización"

24. La segmentación del mercado se puede definir como, "el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación del mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva".

20. Libro "Imagen Corporativa en el siglo XXI"

21.<http://www.metodomarketing.com/slogan/>

22.<http://www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/el-color-en-el-diseno/>

Antecedentes de la Empresa

Análisis de la situación

Desde su fundación en el 2008 Fundación Sielo no estableció una identidad corporativa y gráfica que logre distinción de otras organizaciones similares, en años anteriores implementaron medios gráficos que no enviaban a sus usuarios y potenciales usuarios, el mensaje que esperaban transmitir a la comunidad.

También se utilizaban fotografías en aleatorias, sin concepto, ni mensaje, la diagramación de sus artes gráficas no se caracterizaba por tener un orden.

Análisis semiótico

1). IDENTIFICAR SIGNIFICANTE Y SIGNIFICADO.

Significante:

- Terapia de rehabilitación
- Niños con lesión cerebral
- Acercamiento familiar

Significado:

- Mejora,
- Recuperación,
- Tratamiento

2). MODOS ICÓNICO, SIMBÓLICO E INDICIAL.

Icono:

- Textos(Fundación sielo) Grafico (ilustración de unas nube) Imágenes (niños haciendo terapia)
- Gráfico (ilustración de un arcoíris) imagen(niños haciendo terapia, nubes, niños alegres)
- Gráfico(ilustración nubes) imágenes (familia, padres e hijos)
- Gráfico (ilustración de una arcoíris y nubes) imagen (comparación deniños)

Símbolos:

- El cielo y los colores: tranquilidad, paz y esperanza.
- Las nubes y los colores: tranquilidad, esperanza y amor
- Las nubes y los colores: esperanza y alegría

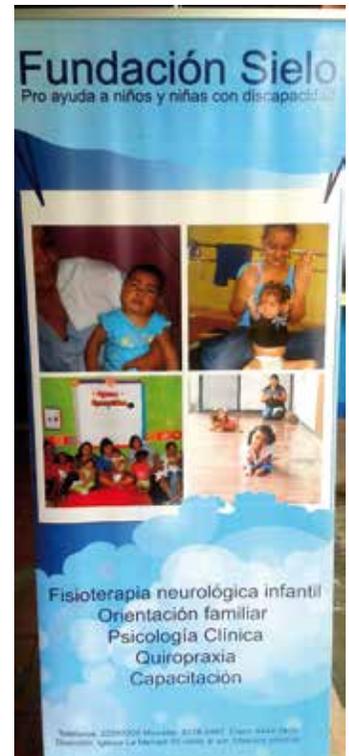
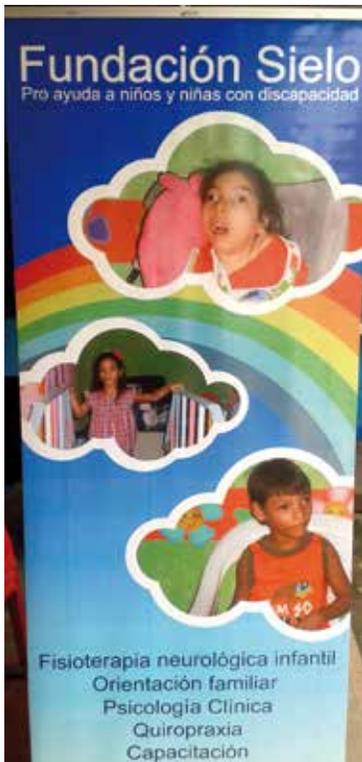
Índice:

- Recuperación y bienestar.

3). ANÁLISIS RETÓRICO

Simil visual:

- Por la relación que se hace entre el nombre y la ilustración de las nubes.



Metodología

Para diseñar una identidad corporativa es necesario ejecutar paso a paso un plan, para el proyecto de Fundación Sielo hemos seleccionado la metodología de Jorge Frascara, ya que este método es muy completo, consiste en 8 pasos:

1. Entrevista con el cliente.
2. Recolección de la información.
3. Análisis e interpretación de la información
4. Determinación de los objetivos.
5. Especificaciones para la visualización
6. Anteproyecto.

Tipo de Estudio de investigación

Cualitativo: Es una investigación que se basa en el análisis subjetivo e individual, esto la hace una investigación interpretativa, referida a lo particular.

Ya que hacemos uso de un método investigativo basado en lo conceptual y semiótico, Haciendo uso de técnicas como la entrevista abierta y la observación

Diseño Metodológico

Métodos y Técnicas de Investigación Utilizadas

Objetivo	Preguntas	Instrumento	Sujeto
Identificar los antecedentes gráficos por medio del análisis semiótico para la recopilación de conceptos gráficos antes utilizados por la Fundación SIELO y organizaciones dedicadas a actividades similares.	<p>1¿Qué tipo de publicidad ha utilizado anteriormente?</p> <p>1.2 ¿Qué tipo de publicidad ha visto de otras organizaciones similares a Fundación Sielo?</p>	<p>Entrevista 1R= Redes sociales (Facebook), vos a vos (una persona que visito el centro le dijo a otra), banner, entrevista en tv(Canal 2, 100% Noticias, canal 15), radio y reportajes en el periódico</p> <p>1.2R= Hablatones y teletones que no estoy de acuerdo porque utilizan al niño como símbolo de caridad de lastima y no a la familia y niños con derechos, nosotros queremos marcar la Diferencia porque trabajamos con la familia.</p>	Presidente de Fundación Sielo
Caracterizar los elementos fundamentales a partir de los atributos de la fundación a fin de construir una identidad visual.	<p>2¿Cómo organización que tipo de atributo quiere transmitir a sus miembros y publico meta?</p> <p>2.1 ¿Describa fundación sielo en tres palabras?</p> <p>2.2 ¿Cómo diferenciaría a Fundación Sielo de otras organizaciones con la misma labor social?</p>	<p>Entrevista 2R= Amor , ternura y unión familiar</p> <p>2.1R= Amor, ternura y solidaridad</p> <p>2.2R= Trabajo con la familia</p>	Presidente de Fundación Sielo

Objetivo	Preguntas	Instrumento	Sujeto
<p>Diseñar el manual de imagen corporativa y piezas gráficas mediante el uso de los atributos visuales de la nueva imagen de la Fundación Sielo, con la finalidad de establecer una línea grafica que le permita distinguirse de organizaciones similares.</p>	<p>3.¿Cómo cree usted que la nueva identidad corporativa iniciando por el diseño del logotipo y sus aplicaciones a las manifestaciones graficas va aportar al desarrollo para Fundación Sielo?</p>	<p>Entrevista</p> <p>3R= porque vamos a llegar a más familias con niños con lesión cerebral, vamos a tener la oportunidad que fundación Sielo logre distinguirse de las otras organizaciones</p>	<p>Presidente de Fundación Sielo</p>

Proceso de Diseño

Para diseñar los productos gráficos es necesario ejecutar paso a paso un plan, para el proyecto de Fundación Sielo hemos seleccionado la metodología de Jorge Frascara, ya que este método es muy completo, consiste en 6 pasos:

Paso 1: Entrevista con el Cliente

Datos del cliente:

- Matrimonio fundador
- Fundación Sielo una organización con un método (Terapias) diferente.
- Visualizar la unión familiar, amor y ternura
- Simplicidad al transmitir el mensaje

Paso 2: Recolección de la Información

Datos de servicios

Tipos de terapias:

- Terapias de estimulación: patrón cruzado, plano inclinado, escalera aérea, rampa, verticalizador, escaleras, barras, paralelas, gateo, giratorias
- Terapia de lenguaje
- Terapia visual
- Terapia táctiles
- Terapias auditivas
- Alimentación

Datos de público meta : Público en General y especialmente las familias con hijo con lesión cerebral.

Paso 3: Análisis de la información

Se establecerá la identidad corporativa debido a la necesidad de la Fundación Sielo de presentarse ante entidades nacionales e internacionales y público en general, de manera formal y visualmente acorde con los ideales de la fundación, además de llevar a cabo una campaña grafica con el propósito de promover a la Fundación Sielo.

Paso 4: Determinación de objetivos:

- Logo versátil a diversos medios gráficos
- Se entregara un manual de identidad corporativa
- Diseño minimalista
- Asociación del nombre Sielo con la ilustración o icono.

Determinación de medios:

Banner: Será utilizado para como una forma práctica de presentar a Fundación Sielo en entrevista en medios de comunicación, congresos, charlas, etc. siendo así un expositor portátil y adaptándose a las necesidades de la fundación.

Afiches: Van hacer utilizados como un medio válido para dar a conocer las iniciativas que se promoverán, brindando la información necesaria y específica, que se le desea transmitir a los miembros y potenciales miembros de Fundación Sielo.

Sticker de alcancía: Son útiles para promover las donaciones y ayuda económica para Fundación Sielo estas serán distribuidas en diferentes puntos estratégicamente seleccionados

Brochures: Será utilizado para facilitar información básica y fundamental a los usuarios, en el cual se destacaran los niveles de lesión cerebral, este le permitirá al especialista detectar en qué nivel de lesión cerebral se encuentra el paciente a cada familia que llega a la fundación.

Paso 5: Especificaciones para la visualización

Visualización (Método: 13 pasos)

1-Tema

- Campaña gráfica para promover a la Fundación Sielo

2-¿Cuál es el problema?

-Fundación Sielo no está posicionada en el medio

3-¿Qué se quiere decir?

-Unión Familiar

4-¿Por qué se expresaría eso?

-Porque es necesario comunicarle a las familias que unidas, puede rehabilitar al paciente.

5-¿Para qué se diría/ expresaría eso?

-Para dar promover que el trabajo y la unión familiar es la clave a la rehabilitación.

-Para dar a conocer que en laFundación Sielo existe un método de rehabilitación para los niños con lesión cerebral.

6-¿Qué se quiere expresar?

-Idea de expresión general: Optimismo

-Idea de expresión particular: a) Superación b) Esfuerzo

7-¿Cómo se va a decir?

Imágenes del niño con sus padres

8-¿Quién lo va a decir?

Padres y niños

9-¿Cómo se va expresar?

-Idea formal general: Unión familiar.

-Idea formal Particular: -Madre e hijo en superación
 -Madre e hijo esforzándose

-Plano cinematográfico: Plano medio

-Estilo de Diseño: Funcionalismo

-Leguaje Gráfico: Fotografía

-Imagen retorica: Ninguna

10-¿Quién lo va a expresar?

Madre y/o Padre con sus hijos.

11-¿Dónde se diría / expresaría?

Indefinido.

12-¿Cuándo se dirías / expresaría?

Indefinido

13-¿Cuál técnica lo diría / expresaría mejor?

Fotografía.

Paso 6: Ante Proyecto

-Bocetos y propuestas para el cliente.



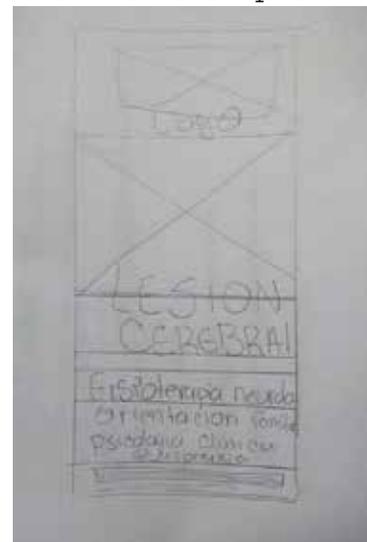
Afiche



Afiche



Banner Roller Up



Traducción Formal

Mediante la traducción formal, identificamos el atributo de Fundación Sielo, conceptualizando con frases las diferentes maneras de expresar el atributo, se determinan los sinónimos y los antónimos, así también se clasifican imágenes sinónimas y antónimas para fundamentar la solución final.

Atributo: -Unido

Frases

- Lo importante de una familia no es vivir juntos, sino estar unidos.
- La unión hace la fuerza
- Cualquier poder si no se basa en la unión es débil.
- Cuando las arañas unen sus telas pueden matar a un león
- Si fuéramos capases de unirnos, que hermoso y que cercano seria el futuro

Significados:

-La unión implica la acción o el resultado de unir algo a algo o la acción que emprende un individuo al unirse a otro individuo. (<http://www.definicionabc.com/general/union.php>)

-La concordancia de voluntades o esfuerzos también se conoce como unión. En este sentido, la unión está vinculada a la solidaridad: “La unión hace la fuerza” es una frase popular que refiere al poder que alcanzan las personas cuando trabajan en conjunto para alcanzar un objetivo común. (<http://definicion.de/union/>)

-La unión: acción y efecto de unir, en sus diversas acepciones, ya se trate de cosas materiales (unión del oxígeno y el hidrógeno), ya de personas o entidades morales o espirituales (unión del alma y del cuerpo, unión de dos partidos, unión matrimonial) (<http://esthefreedictionary.com/uni%C3%B3n>)

Sinónimos:

-Alianza –Asociación –Grupo – Fortaleza -Agremiación

Antónimos:

-Desunión -División –Diferencia – Oposición -Separación

Traducción Formal

Imágenes Sinónimas:



Imágenes Antónimas:



Traducción Formal

Colores



Formas



Tipografías

Tondu Beta

Caja Alta

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 !"#\$%&/()=?i*"[_::**

Caja Baja

**abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
1234567890 !"#\$%&/()=?i*"[_::**

CARBON BLOCK:

Caja Alta

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 !"#\$%&/()=?i*"[_::**

Solo posee caja alta

Texturas

Por funcionalidad, no es necesario el uso de textura en el diseño.

Manual de identidad corporativa

Este manual recoge las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de Fundación Sielo en todas sus posibles expresiones. Ha sido creado pensando en las necesidades de la institución de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes medios.

La consolidación de nuestra imagen necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública. Este manual debe ser, por tanto, una herramienta presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa.

Las indicaciones que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

Introducción.

Este manual corporativo ha sido creado como referencia y guía de normas básica para la correcta y unificada utilización de los elementos gráficos que conforman la imagen corporativa de Fundación Sielo.

La identidad corporativa se crea a través de la imagen corporativa. Una imagen corporativa clara y homogénea se proyecta sobre la actividad de la empresa.

Este manual es por lo tanto una herramienta indispensable y de obligado seguimiento para la aplicación de los elementos que en la misma se definen. Cualquier uso de estos elementos de forma diferente será considerado incorrecto.

LOGOTIPO:

Es la representación tipográfica del nombre de la marca, en la cual la palabra sirve como imagen. Se ha creado con el propósito de establecer una identidad corporativa con la cual Fundación Sielo logre distinguirse de las demás instituciones dedicadas a actividades similares.

En casos en que sea obligatorio el uso del logotipo en alto contraste (blanco y negro), estos son los dos modos viables de hacerlo.

Positivo



FUNDACIÓN
SIELO

Negativo



FUNDACIÓN
SIELO

El uso de esta adaptación del logotipo se limitará exclusivamente a aquellos casos en los que su reproducción a color no sea posible. La escala a grises se desarrollará empleando la siguiente proporción de negro.

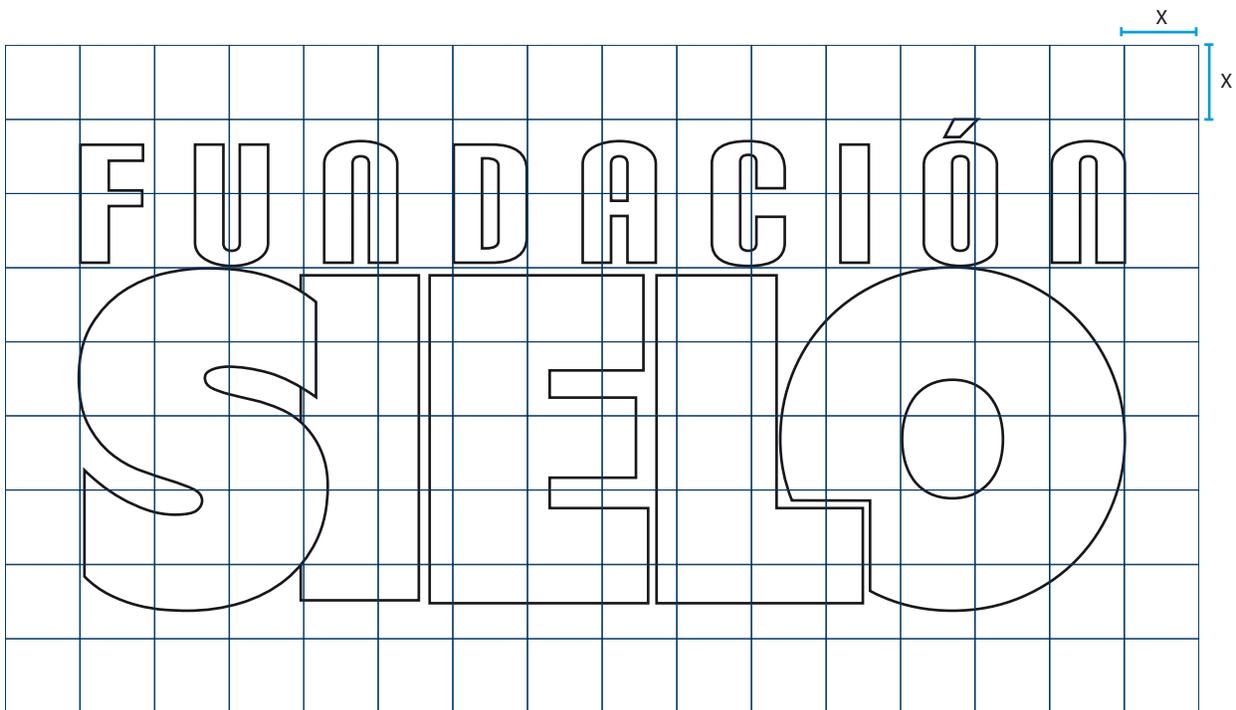
Escala de
Gris



FUNDACIÓN
SIELO

Red de escala y proporción

La retícula de escala garantiza la reproducción con las proporciones exactas a grandes tamaños, cuando no es posible su ampliación por métodos fotomecánicos. El trazado y las proporciones deben hacerse conforme a los siguientes esquemas.



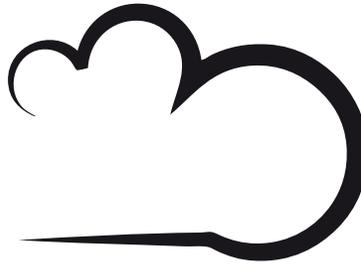
ISOTIPO

Es el elemento icónico constitutivo de identidad. Es un diseño de una marca ya sea corporativa, institucional o personal.

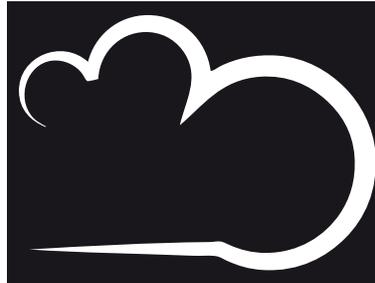
El isotipo está compuesto por un elemento básico: una nube en el cual la función del símbolo es acompañar al logotipo para reforzar el concepto que quiere trasmitirse

En casos en que sea obligatorio el uso del logotipo en alto contraste (blanco y negro), estos son los dos modos viable de hacerlo.

Positivo

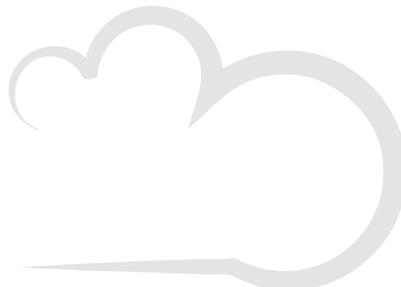


Negativo



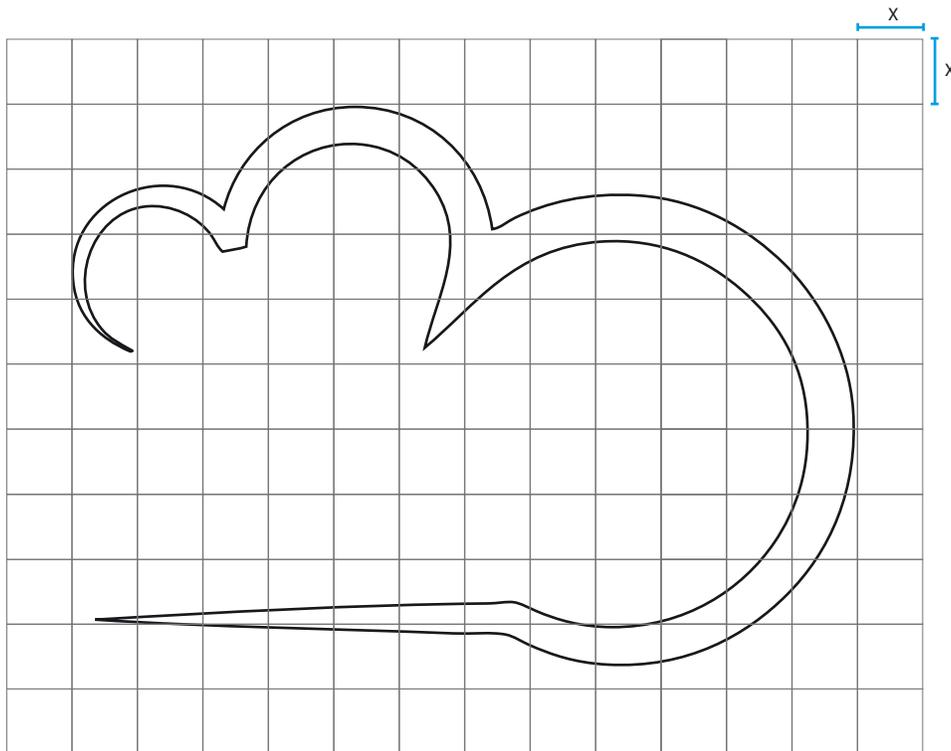
El uso de esta adaptación del logotipo se limitara exclusivamente a aquellos casos en los que su reproducción a color no sea posible. La escala a grises se desarrollara empleando la siguiente proporción de negro.

Escala de Grises



Red de escala y proporción

La retícula de escala garantiza la reproducción con las proporciones exactas a grandes tamaños, cuando no es posible su ampliación por métodos fotomecánicos. El trazado y las proporciones deben hacerse conforme a los siguientes esquemas.



Estándar de Color

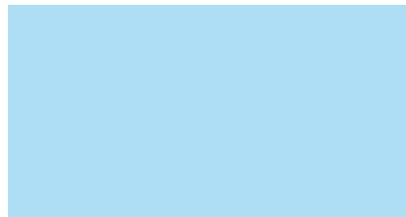
C: 100 M: 0 Y: 0 K: 35
R: 0 G: 117 B: 167
Pantone: 307PC



C: 100 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 0 G: 158 B: 224
Pantone: Process CYAN PC



C: 36 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 173 G: 222 B: 245
Pantone: 291 PC



Aplicación de Color

C:100 M: 0 Y: 0 K: 35
R: 0 G: 117 B: 167
Pantone: 307PC



C:100 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 0 G: 158 B: 224
Pantone: Process CYAN PC

C:36 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 173 G: 222 B: 245
Pantone: 291 PC

Reducción Mínima.

Para asegurar una lectura clara y correcta de la marca, se ha establecido un tamaño mínimo de reducción. En ningún caso se reproducirá la marca en una medida inferior a la indicada.



Unión de Símbolo y Razón Social



Iglesia la Merced, 50 vrs al sur, módulo interno, Managua Nicaragua.

Telf: 2250-7209 Cel: 8888-8888

Cuentas bancarias BAC: Cordobas: 35694744 Dólares: 356242529

Tipografías

Tondu Beta

Caja Alta

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 !"#\$%&/()=?!*"[_;

Caja Baja

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 !"#\$%&/()=?!*"[_;

CARBON BLOCK:

Caja Alta

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 !"#\$%&/()=?!*"[_;

Solo posee caja alta

Como complemento de las tipografías de caja alta y baja se ha seleccionado la tipografía LevenimMT en sus versiones Regular, Bold, siendo una fuente legible que aporta sencillez y seriedad necesarias para todo tipo de comunicaciones, implementada en la papelería de la Fundación.

Levenim MT:

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 !"#\$%&/()=?!*"[_;

Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 !"#\$%&/()=?!*"[_;

Area de protección

Se precisa de un espacio de protección alrededor de la marca, en que no podrá ser irrumpido por texto, imagen u otros elementos gráficos, con el fin de resguardar la legibilidad y comprensión de la misma.

El cuadrado gris compuesto, por dos veces la altura del rectacgular (Y), siendo (Y) la proporción del rectangulo que conforma el logotipo



Usos incorrectos.

Es de vital importancia recordar que cualquier otra aplicación que no se encuentre en el manual será considerada como errónea

-No Cambiar los colores



-No Deformar



-No usar fondos que compitan con la marca



-No cambiar tipografías



-No Cambiar la posición de los elementos



-No Rotar



-No alterar Proporciones



-No usar versión en negativo



Papelería

La papelería es la forma en que nos presentamos a nuestros clientes, socios de negocios y competidores, entre otras audiencias. Tras ella hay mucho más que un diseño, hay un proyecto, una institución y su cultura.

Hoja membretada

- Papel Bond
- Alto: 11 plg
- Ancho: 8.5 plg



Tarjeta de Presentación

- Opalina
- Ancho: 3.5 plg
- Alto: 2 plg



Sticker para alcancía

- Papel Adhesivo
- Ancho: 16 plg
- Alto: 6 plg



Recibo

- Papel Bond
- Ancho: 8.5 plg
- Alto: 5.5 plg

FUNDACIÓN SIELO			N° 0001	
DIA	MES	AÑO	RECIBO OFICIAL DE CAJA	POR C\$ <input type="text"/>
Recibí de: <input type="text"/>				
La suma de C\$: <input type="text"/>				
En concepto de: <input type="text"/>				
<input type="text"/>				
<input type="text"/>				
Efectivo <input type="checkbox"/> CK N°		Banco:	Tarjeta de Credito:	
*****PIE DE IMPRENTA*****				
<input type="text"/>				
Recibí Conforme				
<small>Iglesia la Merced, 50 vrs al sur, módulo interno, Managua Nicaragua. Telf: 2250-7209 Cel: 8888-8888 Cuentas bancarias BAC: Cordobas: 35694744 Dólares: 356242529</small>				

Misceláneos



Gorras



Tazas

Camisetas



Piezas Gráficas

Piezas Gráficas

Afiche

Serán utilizados como un medio para dar a conocer las iniciativas que se promoverán, brindando la información necesaria, que se le desea transmitir a los miembros y potenciales miembros de Fundación Sielo.

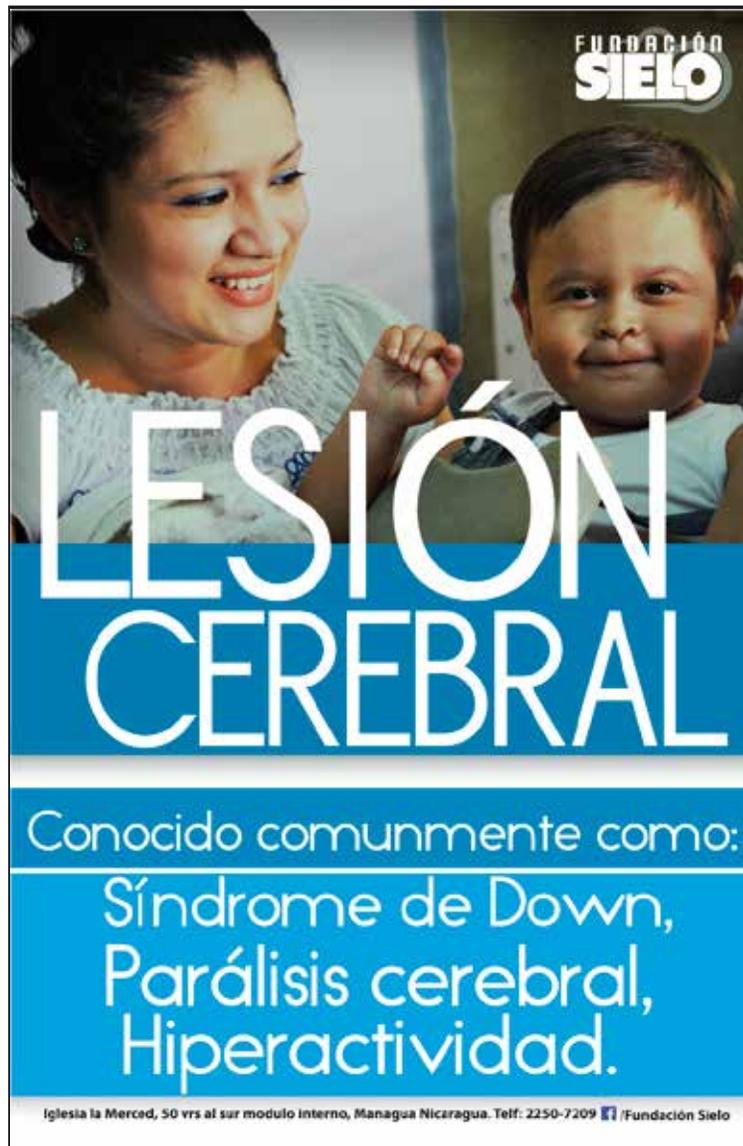
- Papel Opalina 250 grs
- Ancho: 17 plg
- Alto: 11 plg
- Impresión a una cara



Piezas Gráficas

Afiche

- Papel Opalina 250 grs
- Ancho: 11 plg
- Alto: 17 plg
- Impresión a una cara



Piezas Gráficas

Brochure

Será utilizado para facilitar información básica y fundamental a los usuarios, en el cual se destacaran los niveles de lesión cerebral, este le permitirá al especialista detectar en qué nivel de lesión cerebral se encuentra el paciente a cada familia que llega a la fundación

- Papel Bond 82 grs
- Ancho: 11 plg
- Alto: 8.5 plg
- Impresión a dos caras

Cara 1

Predominante Nivel Cerebral	Capacidad Visual	Capacidad Táctil	Perfil del Desarrollo Neurológico	Movilidad	Capacidad Manual
VII Corteza sofisticada	Lectura con comprensión total. <i>Comprensión humana sofisticada</i>	Identificación táctil de los objetos. <i>Comprensión humana sofisticada</i>		Habilidad para usar una pierna conscientemente con el hemisferio dominante. <i>Expresión humana sofisticada</i>	Usar una mano para escribir conscientemente con el hemisferio dominante. <i>Expresión humana sofisticada</i>
VI Corteza Primitiva	Identificación de símbolos visuales y letras dentro de su experiencia. <i>Comprensión humana primitiva</i>	Habilidad de determinar características de objetos por medio del tacto. <i>Comprensión humana primitiva</i>		Caminar y coger es patron cruzado completo. <i>Expresión humana primitiva</i>	Función Bimanual con una mano en papel dominante. <i>Expresión humana primitiva</i>
V Corteza Temprana	Diferenciación de símbolos visuales similares pero distintos. <i>Comprensión humana temprana</i>	Diferenciación táctil de objetos similares pero distintos. <i>Comprensión humana temprana</i>		Caminar sin usar los brazos en el papel de equilibrio primario. <i>Expresión humana temprana</i>	Oposición cortical bilateral simultáneas. <i>Expresión humana temprana</i>
IV Corteza Inicial	Convergencia de visión resultante en percepción simple de la profundidad. <i>Comprensión humana inicial.</i>	Comprensión táctil de la tercera dimensión en objetos que parecen planos. <i>Comprensión humana inicial.</i>		Caminar usando los brazos en el papel de equilibrio primario sistemáticamente más frecuentemente al nivel de los hombros. <i>Expresión humana inicial.</i>	Oposición cortical en cualquier mano. <i>Expresión humana inicial.</i>
Cerebro Medio y Áreas Subcorticales	Apreciación de distátes contra de una configuración. <i>Apreciación Significativa</i>	Apreciación de la sensación cognostiva. <i>Apreciación Significativa</i>		Gatear en manos y rodillas culminando en patron cruzado de gatteo. <i>Respuesta Significativa</i>	Agarre presil. <i>Respuesta Significativa</i>
II Corteza Inicial	Percepción de los contornos. <i>Percepción vital</i>	Percepción de la sensación vital. <i>Percepción vital</i>		Amastrarse boca abajo culminando en patron cruzado. <i>Respuesta vital</i>	Sollar (vital). <i>Respuesta vital</i>
I Tallo Cerebral Temprano y médula Espinal.	Reflejo de la luz. <i>Reflejo de recepción</i>	Reflejo de Babinski. <i>Reflejo de recepción</i>		Movimiento de brazos y piernas sin mover el cuerpo. <i>Respuesta de reflejo</i>	Reflejo presil. <i>Respuesta de reflejo</i>

Cara 2

Este es un instrumento de evaluación neurológica: permite averiguar una edad neurológica por medio de cada una de las capacidades sensoriales y motoras.

El Perfil del Desarrollo Neurológico mide, por un lado, el desarrollo de los estratos cerebrales, es decir, señala las funciones propias de la médula espinal, el tronco cerebral, el cerebro medio y la corteza cerebral. De este modo, es posible trabajar de forma sistemática y ordenada y conocer los objetivos del niño en cada una de las áreas evolutivas a partir del nivel alcanzado.

Además, diferencia las áreas y funciones sensoriales de las de carácter motor, ya que las primeras son vías aferentes (recorridas por el estímulo para llevar información al cerebro) y las segundas son eferentes, es decir, salen del cerebro para dar la orden de movimiento al cuerpo.

Ayudar y beneficiar a los niños y niñas con capacidades diferentes de toda la republica en fisioterapia , equinoterapia , educacion especial , apoyo medico y otros beneficios. Promover en las madres y padres valores de solidaridad y colaboracion , ayuda mutua mediante capacitacion y/o capacitacion psicologica.



FUNDACIÓN SIELO

EVALUACIÓN NEUROLÓGICA
Por: Glenn Doman

Iglesia la Merced, 50 vrs al sur modulo interno, Managua Nicaragua.
Telf: 2250-7209

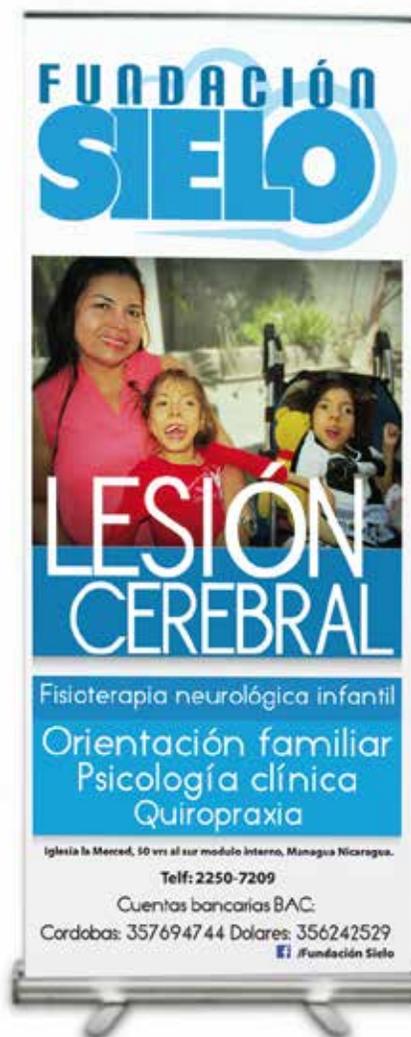
[f/Fundación Sielo](https://www.facebook.com/FundaciónSielo)

Piezas Gráficas

Banner Roller Up

Será utilizado para como una forma práctica de presentar a fundación Sielo en entrevista en medios de comunicación, congresos, charlas, etc. siendo así un expositor portátil y adaptándose a las necesidades de la fundación.

- Lona
- Ancho: 1.5 m
- Alto: 2 m



Conclusiones

Hemos concluido este proyecto satisfactoriamente diseñando productos gráficos para Fundación Sielo, brindándole soporte al servicio social que ofrecen, permitiéndole darse a conocer ante el público en general de Managua.

Para realizar dicho proyecto investigamos y examinamos los antecedentes gráficos de Fundación Sielo mediante el análisis semiótico, seleccionando los conceptos gráficos más distintivos, permitiéndonos diseñar productos gráficos que se diferencien de las demás organizaciones dedicadas a actividades similares.

También caracterizamos los elementos más importante a partir de los atributos de la fundación Sielo a fin de diseñar productos gráficos tales como, manual de identidad corporativa y piezas gráficas.

Recomendaciones

Este manual recoge de manera ordenada y programada todo el sistema de signos de identidad corporativa que no deben variar en ningún caso, se trata de un sistema de constantes gráficas que identificaran a la empresa en todas sus formas de comunicación. Este documento actúa como un guía para el trabajo de identificación y comunicación visual de la fundación.

Para poder aplicarlo y atender cualquier necesidad de comunicación para la fundación y cuanto más completo y ordenado esté el manual hay menos posibilidades de improvisación y por lo tanto se podrán evitar errores por parte de diseñadores, publicistas, fotógrafos o comunicadores.

Se recomienda a la fundación que este documento quede limitado a los empleados y especialistas, así mismo evitar la salida de documento fuera de la empresa para no hacer Plagio o usar como referencia esta marca y no tener una parecida o igual ya que es una imagen institucional.

Nosotros como egresados recomendamos a futuros estudiantes realizar un proyecto de grado ya que podrán realizarlo con mayor facilidad y podrán desarrollar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de sus estudios universitarios.

Bibliografía

Costa, Joan (1999)

Imagen corporativa en el siglo XXI

Buenos aires, Argentina

La crujía ediciones

Frascara, Jorge (2006)

El diseño de comunicación

Buenos aires, Argentina

Ediciones infinito

Toffler, Betsy (2002)

Diccionario Términos de mercadotecnia

Compañía editorial continental

Webgrafía

- 1.<http://www.delyrarte.com.ar/%C2%BFque-es-el-diseno-segun-wucius-wong/>
- 2.https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico
- 3.<http://blogvecindad.com/disenografico-no-es-arte/>
- 4.<http://es.ccm.net/contents/781-webmastering-diseno-web>
- 5.<http://www.fotonostra.com/grafico/publicitario.htm>
- 6.<http://www.promonegocios.net/publicidad/concepto-publicidad.html> (7-8)
- 7.<https://es.wikipedia.org/wiki/Creatividad>
- 8.<http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- 9.<http://www.marketing-free.com/marketing/definicion-marketing.html>
- 10.https://es.wikipedia.org/wiki/Identidad_corporativa
- 11.<http://clasesmgs.blogspot.com/2012/03/concepto-de-imagen-corporativa-segun.html>
- 12.[http://www.taringa.net/posts/ciencia-](http://www.taringa.net/posts/ciencia-educacion/12396769/La-Tipografia-Definicion-y-Antecedentes.html)
[educacion/12396769/La-Tipografia-Definicion-y-Antecedentes.html](http://www.taringa.net/posts/ciencia-educacion/12396769/La-Tipografia-Definicion-y-Antecedentes.html)
- 14.<http://www.metodomarketing.com/slogan/>
- 15.<http://www.proyectacolor.cl/aplicacion-del-color/el-color-en-el-diseno/>

Anexos

Entrevista

1.¿Qué tipo de publicidad ha utilizado anteriormente?

1R= Redes sociales (Facebook), vos a vos (una persona que visito el centro le dijo a otra), banner, entrevista en tv(Canal 2, 100% Noticias, canal 15), radio y reportajes en el periódico

1.2 ¿Qué tipo de publicidad ha visto de otras organizaciones similares a fundación sielo?

R= Hablatones y teletones que no estoy de acuerdo porque utilizan al niño como símbolo de caridad de lastima y no a la familia y niños con derechos, nosotros queremos marcar la Diferencia porque trabajamos con la familia.

2.¿Cómo organización que tipo de atributo quiere transmitir a sus miembros y publico meta?

R= Amor , ternura y unión familiar

2.1 ¿Describa fundación sielo en tres palabras?

R= Amor, ternura y solidaridad

2.2 ¿Cómo diferenciaría a fundación Sielo de otras organizaciones con la misma labor social?

R= Trabajo con la familia

3.¿Cómo cree usted que la nueva identidad corporativa iniciando por el diseño del logotipo y sus aplicaciones a las manifestaciones graficas va aportar al desarrollo para fundación sielo?

R= porque vamos a llegar a más familias con niños con lesión cerebral, vamos a tener la oportunidad que fundación Sielo logre distinguirse de las otras organizaciones

FUNDACIÓN

SELO