

Trabajo Fin de Grado

Diseño de imagen corporativa y programación de
sitio web para el grupo de investigación GEDiX.

Memoria
1/5

Autor/es

Diana Fernández Jiménez

Director/es

Carlos Romero Piqueras

EINA
2013

RESUMEN

El proyecto consiste en el diseño de la imagen corporativa, para el grupo de investigación GEDiX (Group of Engineering of Design and Innovation for X) y su posterior desarrollo reflejado en un manual corporativo.

En la fase inicial se llevará a cabo un estudio que resultará fundamental para la creación de una imagen corporativa que se adapte a las necesidades del grupo y refleje el mensaje que éste quiere transmitir.

Además, se estudiará en profundidad a la competencia, sus imatipos y los valores que transmiten con ellos.

Se hará un análisis exhaustivo de los elementos de los logotipos de la competencia, se compararán entre ellos y se sacarán una serie de conclusiones que nos servirán para el posterior desarrollo de la imagen corporativa de GEDiX.

En la segunda fase, se establecerán una serie de especificaciones que debe cumplir el imatipo a diseñar y se presentarán 3 alternativas principales que pueden constar de variaciones.

En la tercera fase, una vez seleccionado el concepto, se llevará a cabo el desarrollo del mismo a fin de adaptarlo a la imagen que se pretende transmitir.

Además, se establecerán unas normas de aplicación del imatipo que se recogerán en el *Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa*.

Una vez definido completamente el imatipo, en la fase 4, se procederá al diseño y desarrollo de las diferentes aplicaciones, tanto de papelería como de merchandising. También se diseñarán aplicaciones que tengan un valor divulgativo sobre las actividades del grupo; en concreto se diseñarán catálogo, folleto, poster y stand ferial.

Por último, se llevará a cabo el diseño y desarrollo de un sitio web autogestionable que incluirá, entre otras cosas, ficha personal de cada investigador, tablón de anuncios, proyectos en desarrollo, artículos de investigación, museo virtual del área de expresión gráfica, etc. bajo criterios de accesibilidad. Su contenido se recogerá en el *Anexo 04. Sitio web* y su guía de uso en el *Anexo 03: Manual de uso del sitio web*

ÍNDICE

Introducción

1. DOCUMENTACIÓN

- 1.01. El grupo
- 1.02. Líneas de investigación
- 1.03. Palabras clave

2. PROPUESTA DE CONCEPTOS

- 2.01. Conclusiones acerca del grupo
- 2.02. Conclusiones del análisis de la competencia
- 2.03. Alternativas imagotipo
- 2.04. Alternativa elegida

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

- 3.01. Análisis del imagotipo
- 3.02. Construcción
- 3.03. Área de respeto
- 3.04. Tamaño mínimo de aplicación
- 3.05. Versión vertical

4. APLICACIONES

- 4.01. Papelería
- 4.02. Merchandising
- 4.03. Catálogo
- 4.04. Folleto
- 4.05. Poster
- 4.06. Stand

FASE 05. SITIO WEB

- 5.01. Páginas
- 5.02. Accesibilidad del sitio web
- 5.03. Diseño responsivo o adaptativo

OBJETIVOS

Los objetivos del proyecto son:

- Llevar a cabo una fase de documentación lo suficientemente amplia y exhaustiva como para que nos permita sacar una serie de conclusiones que nos ayuden a realizar posteriormente el diseño de la imagen corporativa y del sitio web.
- Crear una serie de conceptos que representen de la forma más concreta posible los valores que el grupo pretende transmitir.
-
- Diseñar y desarrollar una imagen corporativa para GEDiX que se adapte a las necesidades del grupo y que sea capaz de transmitir la personalidad y valores del mismo, así como de representar su metodología de trabajo.
-
- Diseñar las aplicaciones de papelería y merchandising necesarias para que GEDiX pueda llevar a cabo su actividad investigadora sin perder su identidad corporativa. El diseño de las aplicaciones reforzará la imagen del grupo en diferentes situaciones de trabajo.
-
- Diseñar las aplicaciones de comunicación que tengan un carácter divulgativo y que sean llamativas. Éstas permitirán al grupo darse a conocer y promover su actividad investigadora.
-
- Diseñar y desarrollar un sitio web en el que GEDiX pueda mostrar las actividades e investigaciones que lleva a cabo.
El sitio web será autogestionable y de fácil uso para todos los usuarios. Además tendrá que cumplir criterios de accesibilidad para todos los usuarios y requisitos de adaptabilidad a diferentes dispositivos (Responsive Design).

PLANIFICACIÓN

	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM.	OCTUBRE	NOVIEM.
FASE 01. INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN									
• Grupo, actividad y competencia									
• Palabras clave, valores, conclusiones									
FASE 02. PROPUESTA DE CONCEPTOS									
• Generación de conceptos									
FASE 03. DESARROLLO DEL CONCEPTO									
• Desarrollo del concepto									
• Elaboración Manual de Imagen corporativa									
FASE 04. APLICACIONES									
• Generación de alternativas									
• Desarrollo de alternativa									
• Elaboración Manual de Imagen corporativa									
FASE 05. SITIO WEB									
• Diseño sitio web									
• Desarrollo de sitio web									
• Elaboración Manual de uso del sitio web									

1. DOCUMENTACIÓN

1.01. EL GRUPO

GEDiX (Group of Engineering of Design and Innovation for X) es un grupo de investigación en el campo de la Ingeniería de Diseño y la Innovación para X.

La actividad de investigación del grupo se centra en la aplicación y desarrollo de técnicas y metodologías de diseño enfocadas a la optimización de productos y procesos desde su concepción inicial.

El grupo de investigación surge a partir del trabajo individual de varios profesores que desarrollan su labor docente en la **Escuela de Ingeniería y Arquitectura** de la **Universidad de Zaragoza**, y que se encuentran adscritos al *Departamento de Ingeniería de Diseño y Fabricación*.

1.02. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Desarrolla su actividad de forma organizada a través de 4 líneas de investigación fundamentales:

- **Diseño de servicios**
Para garantizar un correcto funcionamiento y operación en el punto de utilización.
Incluye el diseño mecánico, fluidodinámico, estructural, eléctrico y electrónico, mantenimiento, funcionalidad, etc.
- **Diseño para el entorno**
Para realizar una adecuada adaptación al usuario y al medio en que se integra.
Incluye la interacción usuario-producto, ergonomía, reciclado y eco diseño...
- **Diseño para la fabricación**
Para facilitar el desarrollo de producto, asegurando la viabilidad técnica y económica de los procesos productivos.
Incluye la selección de materiales y procesos de fabricación, análisis de ensamblajes, montaje y desmontaje, análisis de costes, almacenaje y cadena de distribución, embalaje, etc.
- **Diseño asistido, modelado, simulación 3D y animación**
Para el desarrollo y aplicación de herramientas gráficas de diseño.

Ver Fase 01. Investigación y documentación del Anexo 01: Creación de Imagen Corporativa y Diseño de sitio web.

1. DOCUMENTACIÓN

1.03. PALABRAS CLAVE

- **Diseño**

Diseñar es una tarea compleja, dinámica e intrincada. Es la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, ergonomía con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado con el medio ambiente que rodea a la humanidad.

- **Producto**

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

- **Metodología**

La metodología hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Alternativamente puede definirse la metodología como el estudio o elección de un método pertinente para un determinado objetivo.

- **Optimización**

Buscar la mejor manera de realizar una actividad. Mejora, crecimiento, innovación, ascenso...

- **Interdisciplinaridad**

Es un término que expresa la cualidad de ser interdisciplinario. Un campo interdisciplinario es un campo de estudio que cruza los límites tradicionales entre varias disciplinas académicas o entre varias escuelas de pensamiento, por el surgimiento de nuevas necesidades o la elección de nuevas profesiones.

- **Innovación**

La palabra innovación puede designar, en igual medida, a los productos como también al proceso de su fabricación o a su distribución.

La innovación en cuanto a la singularidad de artefactos, productos, métodos o servicios hasta ahora desconocidos y sin precedentes hasta el momento.

Ver Fase 01. Investigación y documentación del Anexo 01: Creación de Imagen Corporativa y Diseño de sitio web.

2. CONCEPTOS DE IMAGEN CORPORATIVA

2.01. CONCLUSIONES ACERCA DEL GRUPO

Del estudio de la actividad investigadora de GEDiX se han obtenido una serie de conclusiones que se convertirán en pautas a seguir para la creación de la imagen corporativa.

- El grupo realiza su actividad basándose en estudios de todos los posibles aspectos que influyen en el desarrollo del producto.
- Siguen el desarrollo del producto a lo largo de todo su ciclo de vida.
- Estudia aspectos tan variados como la tecnología, materiales, medio ambiente, embalaje, usuarios, diseño, funcionalidad, producción, seguridad....
- Se centra en el macroárea de la tecnología y realiza sus actividades dentro del Departamento de Ingeniería de Diseño y Fabricación de la Universidad de Zaragoza.
- Se estructura en 4 líneas de actuación que se interrelacionan entre sí para mejorar la calidad de los productos.
- Palabras clave: Diseño, Interdisciplinar, producto, optimización y metodología.
- "Estudia todas las fases y aspectos de los productos para optimizarlos".
- "Combinación de estudios y conocimientos para crear mejores productos".

2.02. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

De los logotipos analizados de grupos e institutos de investigación de diferentes disciplinas y diferentes universidades, así como de estudios de diseño de todo el panorama nacional, se han extraído las siguientes conclusiones:

Se dividen a partes iguales entre imagotipos, logotipos y logosímbolos.

- La mayoría de los estudios de diseño se representan mediante un

2. CONCEPTOS DE IMAGEN CORPORATIVA

logotipo, aunque hay también algunos que optan por el imagotipo.

- Los institutos de investigación, sin embargo, utilizan en su mayoría logosímbolos o logotipos con fondo.
- Los grupos de investigación utilizan mayoritariamente imagotipos aunque destaca algún logosímbolo o logotipo simple.

En cuanto al nombre:

- Los estudios de diseño tienen nombres simples y siempre enfocados al diseño. (Por lo general, contienen las palabras estudio y diseño en su nombre).
- Los institutos y grupos de investigación por lo general están formados por siglas (como es el caso de GEDiX).

Si nos fijamos en la tipografía:

- Prácticamente todos los estudios de diseño tienen tipografía sin serifa y recta y, generalmente, utilizan letras minúsculas.
- En cuanto a los institutos de investigación, no existen patrones fijos (con serifa, sin serifa, manuscrita, recta...).
- Los grupos de investigación utilizan tipografías rectas por lo general, aunque dependen del ámbito en el que desarrollen sus investigaciones.

Atendiendo al símbolo:

- La mayoría de los estudios de diseño carecen de símbolo y utilizan el nombre, la tipografía y el color para transmitir su personalidad.
- Sin embargo, los institutos y grupos de investigación de investigación tienen símbolos grandes, que tienen gran importancia en la imagen corporativa. En muchas ocasiones incluso el símbolo es el fondo o se trata de un logosímbolo.

El color también es un punto fundamental para analizar:

- Los colores más representativos de los estudios de diseño son el negro y el gris, aunque en la mayoría de los casos, se combinan con un color suplementario (verde, morado, amarillo...)
- En los institutos de investigación predomina sobre todo el color azul que, por lo general, se asocia con el ámbito científico y tecnológico.
- Los colores más predominantes en los grupos dedicados al sector de la tecnología son los azules y los grises.
En los logotipos que se utilizan colores más cálidos se orientan más al sector de las humanidades y las letras.

2. CONCEPTOS DE IMAGEN CORPORATIVA

2.03. ALTERNATIVAS DE IMAGOTIPO



*Ver Fase 02. Propuestas de conceptos
Anexo 01: Creación de Imagen Corporativa y Diseño de sitio web.*

2.04. ALTERNATIVA ELEGIDA



El concepto elegido es el primero, aunque finalmente se opta por una tipografía con mayor peso, en forma de bloque, pero que necesita de algunas modificaciones para adaptarse completamente a la personalidad y los valores de GEDiX.

El primero de los cambios que se realizará es un cambio en la tipografía, en concreto en la letra "i" ya que se considera que el punto de la "i" no encaja con el resto del logotipo, éste se transformará en un rectángulo para seguir la línea del resto de la tipografía.



3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.01. ANÁLISIS IMAGOTIPO

TIPO MARCARIO

El conjunto de imagotipo será el identificador principal de GEDiX y la imagen gráfica con la que siempre se identificará.

Es un imagotipo claro, con una tipografía de muy clara lectura. Tiene muy buena legibilidad en todos los tamaños, y se puede jugar perfectamente con los dos elementos que lo componen colocándolos en diferentes formas, lo cual da mucho dinamismo.

El símbolo y el logotipo van muy integrados pues el logotipo utiliza en la letra *i* el mismo color que el símbolo.

NOMBRE

El nombre está compuesto por las siglas del grupo GEDiX (*Group of Engineering of Design and Innovation for X*).

Al tratarse de siglas, se ha optado por utilizar letras mayúsculas, a excepción de la letra "i" que aparece en minúsculas por su significado (innovación) que se relaciona con las siglas I+D+i en las que la "innovación" aparece representada mediante una "i" minúscula.

La letra *i* se representa en otro color para destacarla sobre el resto, ya que se considera que la innovación es uno de los puntos más fuertes de la labor de GEDiX.

Aunque en el imagotipo principal no aparecerá, existirá un texto de apoyo que explique el significado de las siglas. Será un recurso utilizado en aplicaciones en las que deba ir el nombre completo (sobres, cartas...)

Group of Engineering of Design and Innovation for X

Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

ANÁLISIS IMAGOTIPO

TIPOGRAFÍA

La tipografía utilizada en el nombre principal será **“Montserrat Bold”**. Se ha escogido esta tipografía por su claridad y limpieza y porque transmite profesionalidad.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ,./¿?!

GEDiX

SÍMBOLO

El símbolo será el encargado de transmitir la combinación de disciplinas que da como resultado productos y procesos de mayor calidad.

El grupo se estructura en 4 bloques, cada uno de ellos dedicado a cada una de las líneas de actuación, que se representan mediante formas geométricas (paralelogramos).

Los paralelogramos unen sus lados de manera estratégica para crear una especie de planos que se cortan y dan sensación de volumen; este aspecto se relaciona con la ingeniería, una de las pautas principales que sigue el grupo.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

ANÁLISIS IMAGOTIPO

ESTILO

La tipografía, así como la composición y los colores elegidos para la imagen corporativa consiguen dotarla de un estilo moderno e innovador.

COMPOSICIÓN

Se trata de una composición simple. El símbolo se encuentra situado a la izquierda y el nombre del grupo a la derecha centrados horizontalmente.

COLORES

La identidad corporativa de GEDiX quedará representada por los tres colores corporativos empleados en su imagotipo, mostrados a continuación. Los pantones anaranjados se identifican con temas de diseño e innovación mientras que el gris oscuro hace hincapié en temas más ingenieriles y da sensación de más profesionalidad.

Es muy importante que se utilicen correctamente los colores en sus diferentes versiones, siendo preferible usar la Pantone siempre que sea posible.

Más información acerca de los colores en *Anexo 01: Manual de Imagen Corporativa; 1.03.04. Colores corporativos*.



PANTONE 1595 C

CMYK C 0 M 59 Y 100 K 5
RGB R 209 G 91 B 5
Web #D15B05

Utilizado en parte del símbolo y en la letra "i" del texto.



PANTONE 1675 C

CMYK C 0 M 67 Y 100 K 28
RGB R 165 G 63 B 15
Web #A53F0F

Utilizado en parte del símbolo.



PANTONE Cool Gray 11 C

CMYK C 0 M 2 Y 0 K 68
RGB R 82 G 80 B 82
Web #525052

Utilizado en el texto "GEDiX" a excepción de la letra "i".

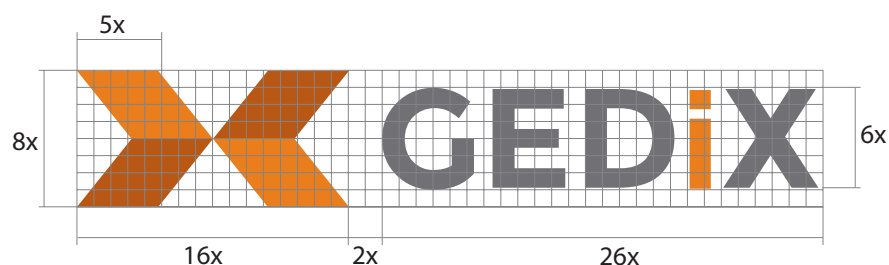
Ver *Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa*.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.02.CONSTRUCCIÓN

Sirviéndonos de una retícula, podemos definir unas cuadrículas (x) que representa una unidad dentro del plano y el número de veces que dicha unidad está presente en las partes que componen la imagen.

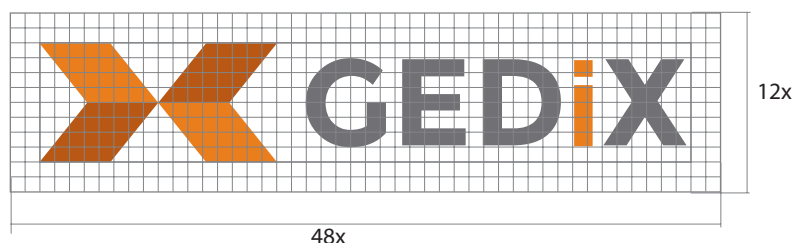
El logotipo de GEDiX se asienta sobre una cuadrícula de dimensiones 44x de ancho por 8x de alto.



3.03.ÁREA DE RESPETO

Establecemos un área a su alrededor para asegurar la correcta legibilidad y dignidad del logotipo. Este área deberá aparecer siempre vacía con las proporciones que se muestran a continuación (salvo en aplicaciones concretas en las que no pueda aplicarse por motivos razonados).

Fijaremos un área de respeto de 48x de ancho por 12x de alto. Este área añade un margen de 2x a cada lado.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.04. TAMAÑO MÍNIMO DE APLICACIÓN

Para garantizar la correcta legibilidad del imagotipo se establece un tamaño mínimo.

Este imagotipo, no podrá utilizarse con menos de 30 mm de anchura.

Offset



Serigrafía



Soporte digital



3.05. VERSIÓN VERTICAL

Para los casos en los que sea muy complicada la reproducción del logotipo en versión horizontal, se propone esta otra representación, en formato vertical.

Para crear una imagen compacta, el símbolo y el logotipo irán alineados verticalmente con una separación horizontal entre ellos igual a la mitad de la altura del texto.

La anchura del símbolo estará relacionada con la distancia entre el extremo izquierdo de la letra *E* y el extremo derecho de la *i*.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.06. IDENTIFICADOR AUXILIAR

Se ha ideado también un identificador auxiliar a fin de representar el grupo de manera menos formal y más flexible que su imago tipo.

Es una repetición del símbolo (parte del imago tipo principal) presentado únicamente mediante su contorno y creando una sensación de cubos en 3 dimensiones.

En su representación se ha utilizado un lenguaje muy técnico para transmitir rasgos propios de GEDiX: está compuesto por líneas finas de contorno presentando con detalle una estructura 3D que se asocia con planos y con el dibujo técnico.

Se ha utilizado el color gris corporativo (Pantone Cool Gray 11C) que representa mejor los valores técnicos que se pretenden.

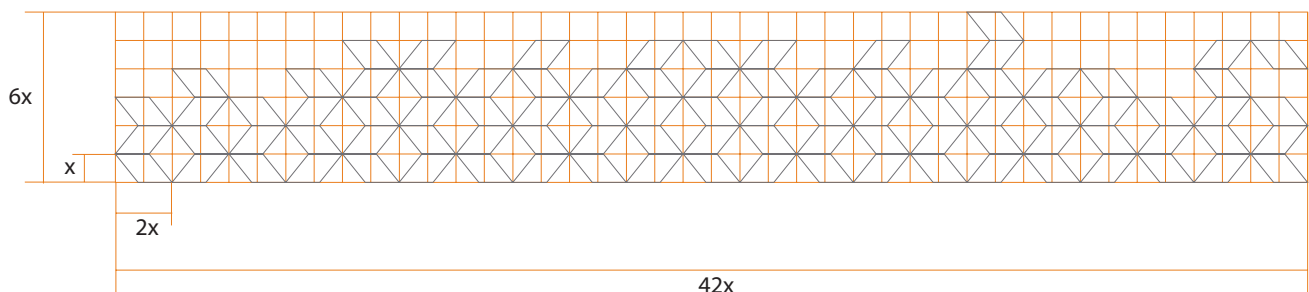


El símbolo está formado por una repetición del símbolo del imago tipo original creando una retícula formada por paralelogramos.

En la figura inferior se muestra el símbolo trazado sobre una retícula que lo geometriza definiendo sus proporciones generales. Cada paralelogramo mide 1x2 unidades y condiciona el resto del conjunto.

Siempre que este símbolo se utilice deberá respetar las medidas de los paralelogramos, que son 10x5 mm.

Si se desea reproducir en un tamaño diferente se deberán agregar y eliminar paralelogramos hasta ajustarlo al tamaño idóneo.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

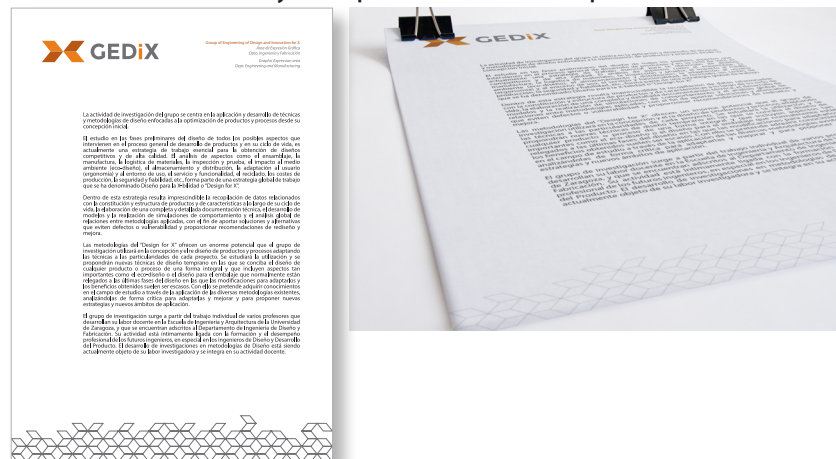
4.01. PAPELERÍA

4.01.01. PAPEL CARTA CON MEMBRETE

El papel carta tendrá un tamaño DIN A4 (210x297 mm).
Llevará el imago tipo de GEDiX en el margen superior izquierdo y los datos del grupo en el margen superior izquierdo.

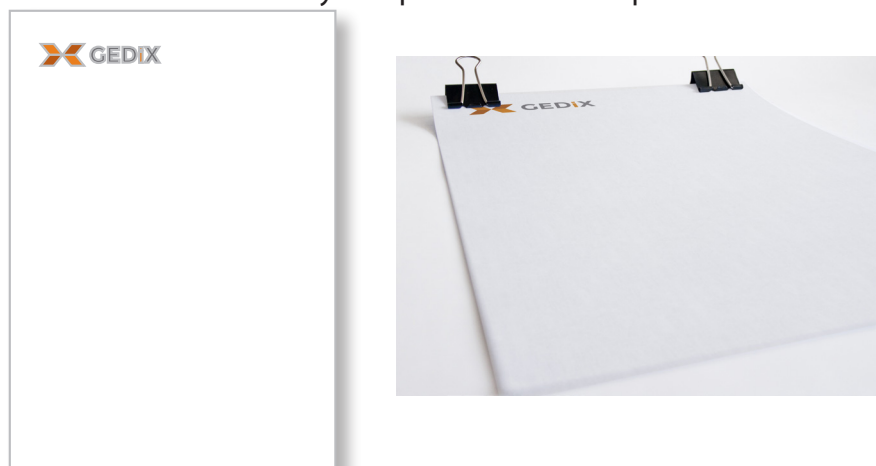
En el margen inferior aparecerá el identificador auxiliar en color gris corporativo a 30 mm de altura.

Se presentarán las artes finales y una plantilla de Word para su edición.



4.01.02. PAPEL A4

El papel A4 tendrá un tamaño DIN A4 (210x297 mm).
Llevará el imago tipo de GEDiX en el margen superior izquierdo .
Se presentarán las artes finales y una plantilla de Word para su edición.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01.03. SOBRE AMERICANO

El sobre americano llevará el imago tipo de GEDiX junto con los datos a la izquierda del sobre.

En la parte superior del sobre aparece el identificador auxiliar en color gris corporativo.

La solapa del sobre será en PANTONE 1675 C y llevará encima el identificador auxiliar.

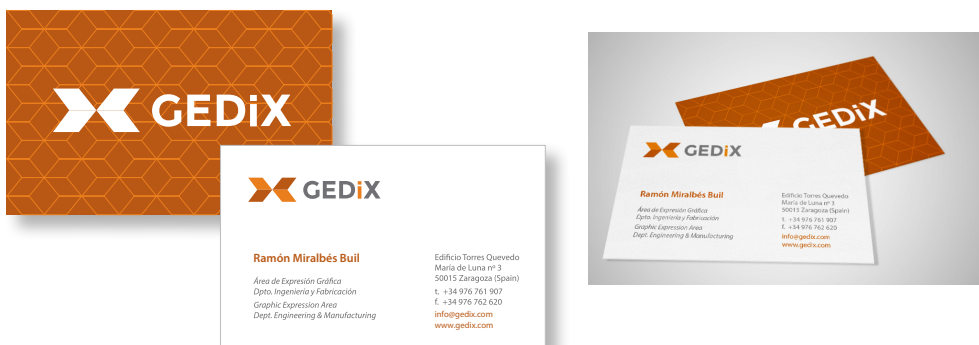


4.01.04. TARJETA DE VISITA

La tarjeta de visita tendrá unas dimensiones de 86x54 mm.

En la parte delantera aparecerá el imago tipo de GEDiX y los datos del grupo en castellano e inglés tal como aparecen en la imagen.

La parte trasera será en PANTONE 1675 C en combinación con el identificador auxiliar. En el centro aparecerá el imago tipo en color blanco.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

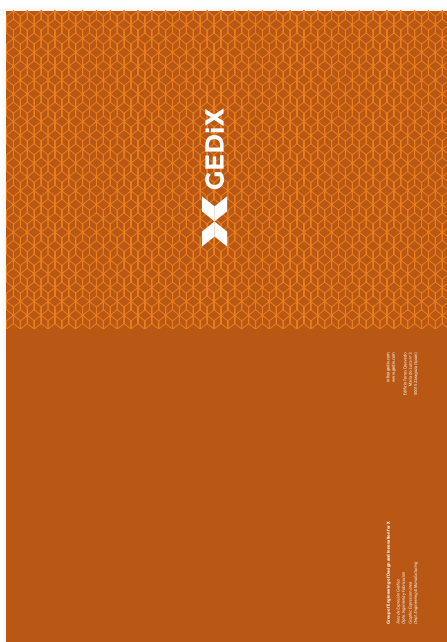
4. APLICACIONES

4.01.05. CARPETA DOCUMENTOS CON/SIN SOLAPA

La carpeta de documentos tendrá unas medidas de 230x320 mm plegada. Como color base tendrá el PANTONE 1675 C. En la parte delantera aparecerá además el identificador principal en color PANTONE 1595 C.

En el centro de la parte delantera llevará el logotipo en color blanco, centrado vertical y horizontalmente.

En la parte trasera llevará los datos en la parte inferior en color blanco y tipografía Myriad Pro.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01.06. CARÁTULA CD

Del CD se han diseñado portada, interior, CD y contraportada.

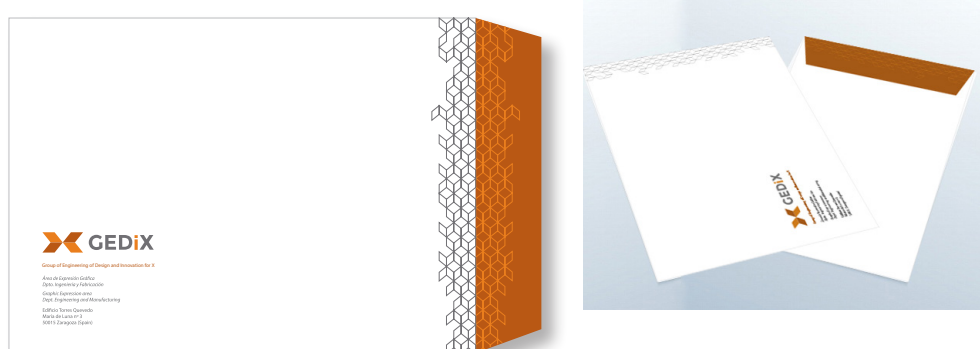
El CD y la contraportada tienen como color de fondo PANTONE 1675C y la portada y el interior tienen fondo blanco para permitir la escritura del contenido del CD.



4.01.07. SOBRE A4

El sobre en tamaño A4 conserva el diseño del sobre americano. Combina el identificador auxiliar en sus dos versiones, con la parte principal en blanco y la solapa en PANTONE 1675C. En la parte principal lleva los datos del grupo junto con el logotipo.

Las dimensiones del sobre son 230x320 mm (con la solapa plegada).



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01.08. TARJETÓN

El tarjetón conserva las pautas de diseño de la tarjeta de visita adaptándolas a sus dimensiones (210x100 mm).

Contiene todos los datos del grupo ya que se servirá como instrumento de presentación.

La parte trasera es sobre fondo de color y presenta en logotipo en color blanco.

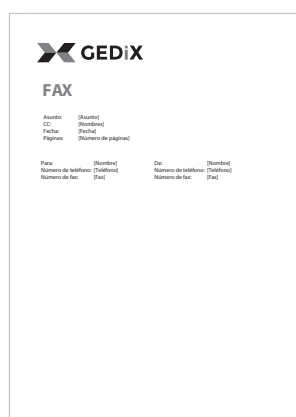


4.01.09. FAX

El formato de papel fax será A4 y en él aparecen todos los datos fundamentales en cualquier envío de fax.

El diseño se presenta en blanco y negro para que así lo exige su función.

Se presenta en una plantilla de Word para ser cumplimentada.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01.10. PLANTILLAS POWER POINT

Se han diseñado las plantillas para la presentación de proyectos. De este modo, se diseña una portada, diferentes retículas para disposición de los elementos y una contraportada.

En los ejemplos se pueden apreciar los resultados de un proyecto presentado sobre dichas plantillas. Se presenta en una plantilla de Power Point.

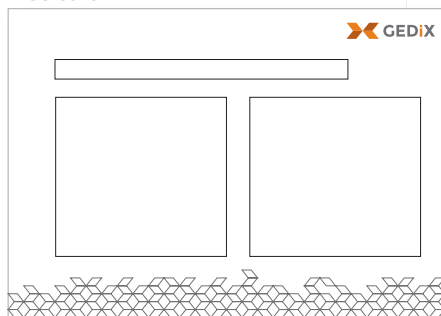
Portada



Portadilla

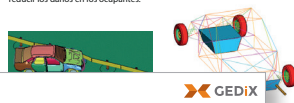


Retícula



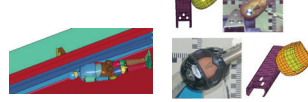
UP HUBOT (VI Programa MARCO CEE)

Diseño de coche eléctrico con mayor capacidad para absorber energía y reducir los daños en los ocupantes.



SMART RSS (VII Programa MARCO CEE)

Diseño mecánico de nuevos conceptos de barreras para protección de motoristas.



Contraportada



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01.11. DOSSIER PROYECTOS

Se propone la siguiente maquetación para la redacción de dossier para proyecto.

En la portada aparece el logotipo centrado, el nombre del proyecto y el identificador auxiliar en el margen inferior.

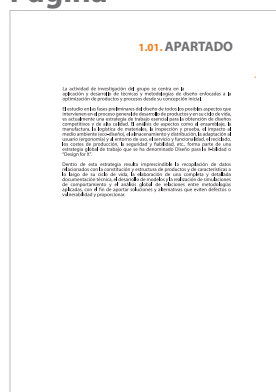
Las páginas carecen de elementos de diseño para dar protagonismo al contenido. Se relacionan con la imagen del grupo gracias al diseño del título, en los colores corporativos.

La contraportada tiene fondo de color PANTONE 1675C y en ella aparecen el logotipo y los datos del grupo.

Portada



Página



Contraportada



4.01.12. IDENTIFICADOR CARPETA

Se ha diseñado un identificador lateral para archivadores de anillas.

Se ha respetado el formato que suele presentar esta aplicación y se ha colocado el logotipo del grupo centrado en la parte principal.

Se propone la idea de elegir archivadores con las tapas lo más parecido posible a los colores corporativos para respetar la imagen del grupo.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.02. MERCHANDISING

4.02.01. BOLÍGRAFO



5.02.02. LAPICERO



5.02.03. BLOCK DE NOTAS



5.02.04. MEMORIA USB



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa
Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y diseño de siito web

4. APLICACIONES

5.02.05. CAMISETA



5.02.06. POLO



5.02.07. BOLSA DE PLÁSTICO CON ASAS



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa
Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y diseño de siito web

4. APLICACIONES

4.03. CATÁLOGO

El catálogo tratará de mostrar qué es GEDiX, desde una descripción general del grupo hasta los proyectos que han desarrollado o están desarrollando.

En las primeras páginas describe qué es GEDiX y cuáles son sus objetivos. También explica en qué consiste la metodología del *Design for X* que es la que sigue GEDiX en todos sus proyectos. Además, describe cómo se organiza y dónde realiza su actividad.

Más adelante, se adentra en las líneas de investigación que desarrolla GEDiX y los proyectos que se llevan a cabo dentro de cada una de ellas.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa
Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y diseño de sitio web

4. APLICACIONES

4.04. FOLLETO

Un folleto es un texto impreso reducido de hojas, que sirve como instrumento divulgativo o publicitario.

El folleto que GEDiX utilizará para dar a conocer su labor se presentará en forma de tríptico.

En él se explicará a grandes rasgos cuál es su actividad y valores. Se describirán las líneas de investigación que desarrolla y los proyectos que realiza en cada una de ellas.

En el folleto la información ofrecida es mucho más concisa puesto que se pretende que la información llegue más rápidamente. Se evitan, en la medida de lo posible, los largos textos, sin dejar de describir ningún aspecto.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa
Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y diseño de siito web

4. APLICACIONES

4.05. POSTER

Un poster es una lámina de papel, cartón u otro material que se imprime con algún tipo de mensaje visual (texto, imágenes y todo tipo de recursos gráficos) que sirve de anuncio para difundir una información.

Puesto que los carteles han de llamar la atención, se han utilizado imágenes que apoyan al texto.

Se han resaltado los títulos para darles mayor importancia.

El tamaño del texto está pensado para que sea fácilmente legible a 1,20 m .



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa
Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y diseño de siito web

4. APLICACIONES

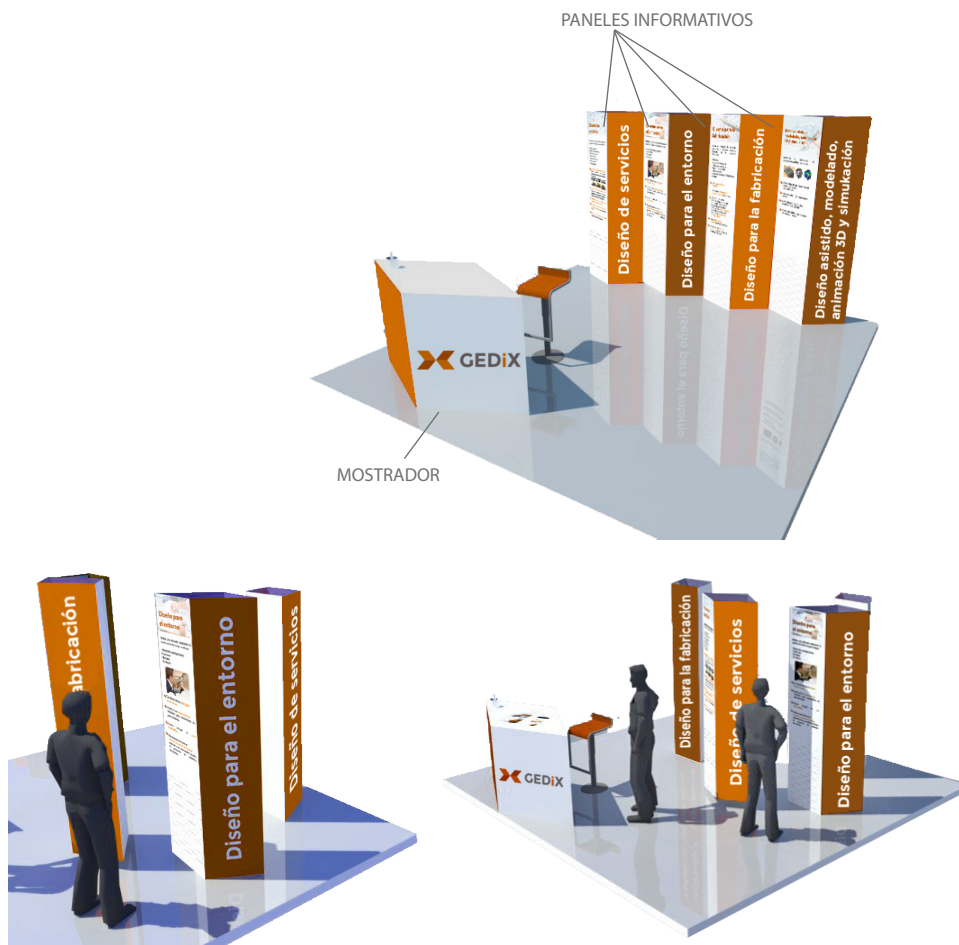
4.06. STAND

Se ha optado por diseñar un stand pequeño y diáfano, de tal modo que se muestren paneles informativos con la información sobre el grupo.

Constará de un mostrador sobre el que se dispondrán folletos y catálogos y que servirá para atender a colaboradores.

Al fondo, dispuestos tal como muestra el dibujo, habrá 4 paneles, cada uno de ellos describiendo las actividades llevadas a cabo dentro de cada línea de investigación.

Los paneles forman un conjunto de columnas, independientes entre sí, con las caras impresas mostrando la información. Ésto permite que puedan ser colocados en diferentes posiciones de tal forma que crea un espacio dinámico y en cambio constante.



Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y diseño de siito web

5. SITIO WEB

El sitio web que se ha diseñado para GEDiX ha sido diseñado con ayuda del Sistema gestor de Contenidos Web (CMS) WordPress.

Contiene toda la información referente al grupo organizada en un menú principal y varios submenús, uno en cada una de las pestañas del menú principal.

Todos los contenidos están disponibles en Español e Inglés y la forma de edición se ha establecido dentro de una misma página para facilitar la gestión del espacio.

El sitio web ha sido desarrollado cumpliendo todos los criterios de accesibilidad y de Diseño Responsivo o adaptativo.

El sitio web se encuentra recogido en el *Anexo 04. Sitio web*.

Todas las instrucciones a seguir, tanto para la navegación a través del sitio web, como de la gestión del mismo, se encuentran recogidas en el *Anexo 03: Manual de uso del sitio web*.

5. SITIO WEB

5.01. PÁGINAS

El menú principal se muestra en horizontal, en la parte superior de la página, debajo del imago tipo y algunos datos generales del grupo.

Se enmarca en un rectángulo del color web #A53F0F y las pestañas cambian de color al pasar el cursor por encima.

Cuando nos encontramos en una de las páginas, la pestaña a la que pertenece aparecerá en un color más claro en el menú principal lo que facilita la navegación a través del sitio web



PÁGINAS

En él aparecen las siguientes pestañas:

- **Inicio**

El inicio nos permite volver a la página principal independientemente de donde estemos en ese momento de la navegación. Tiene la misma función que el imago tipo, ya que haciendo click sobre él también podremos retornar a la pantalla principal de inicio.



Ver *Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)*
Anexo 03. Manual de uso de sitio web

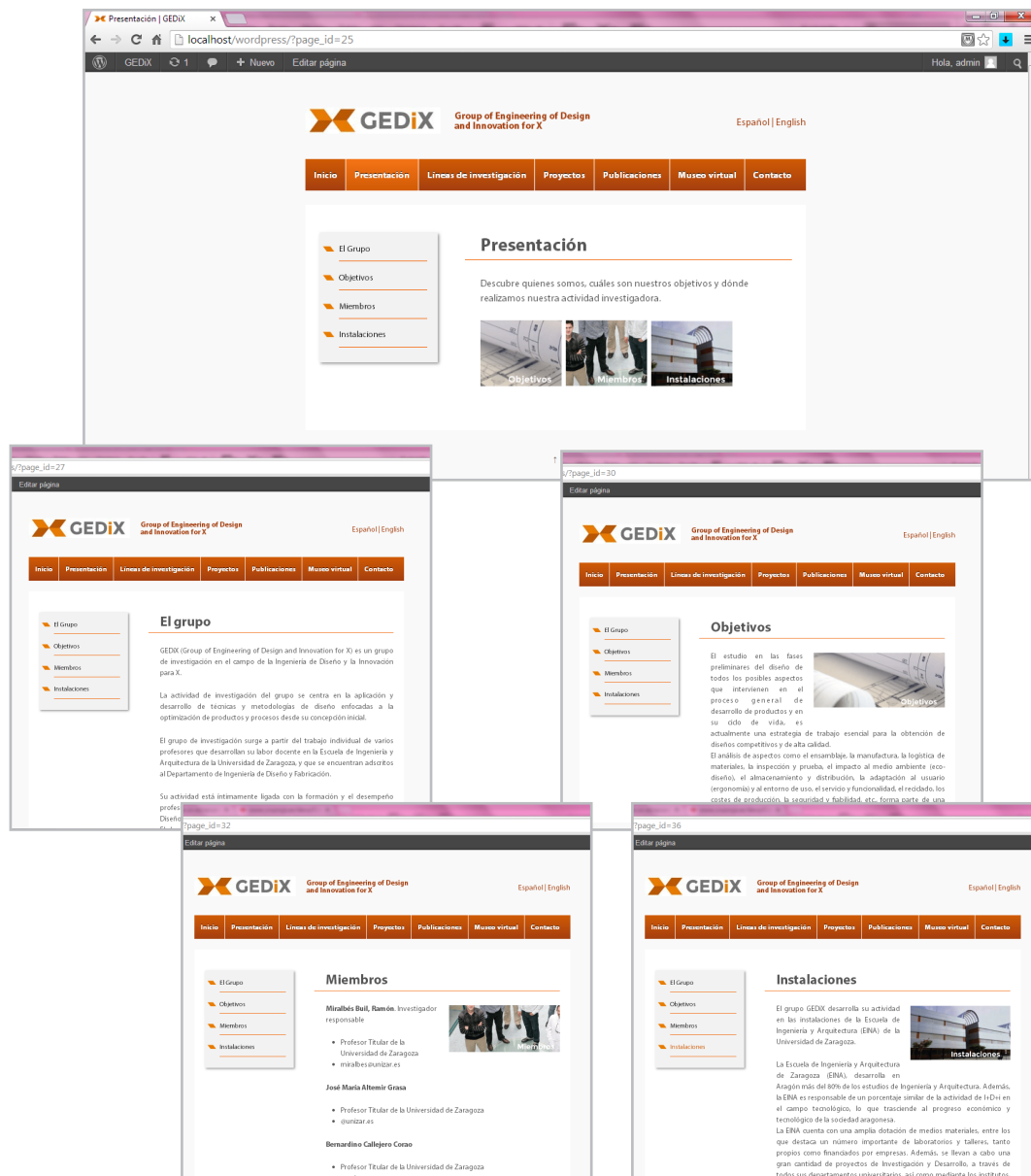
5. SITIO WEB

• Presentación

La pestaña de Presentación recoge la información fundamental de GEDiX, desde cuál es su actividad hasta cuáles son sus instalaciones, su organización o sus objetivos.

Para tener una estructura más organizada, se divide en un submenú compuesto por:

- El grupo
- Objetivos
- Miembros
- Instalaciones



Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)
Anexo 03. Manual de uso de sitio web

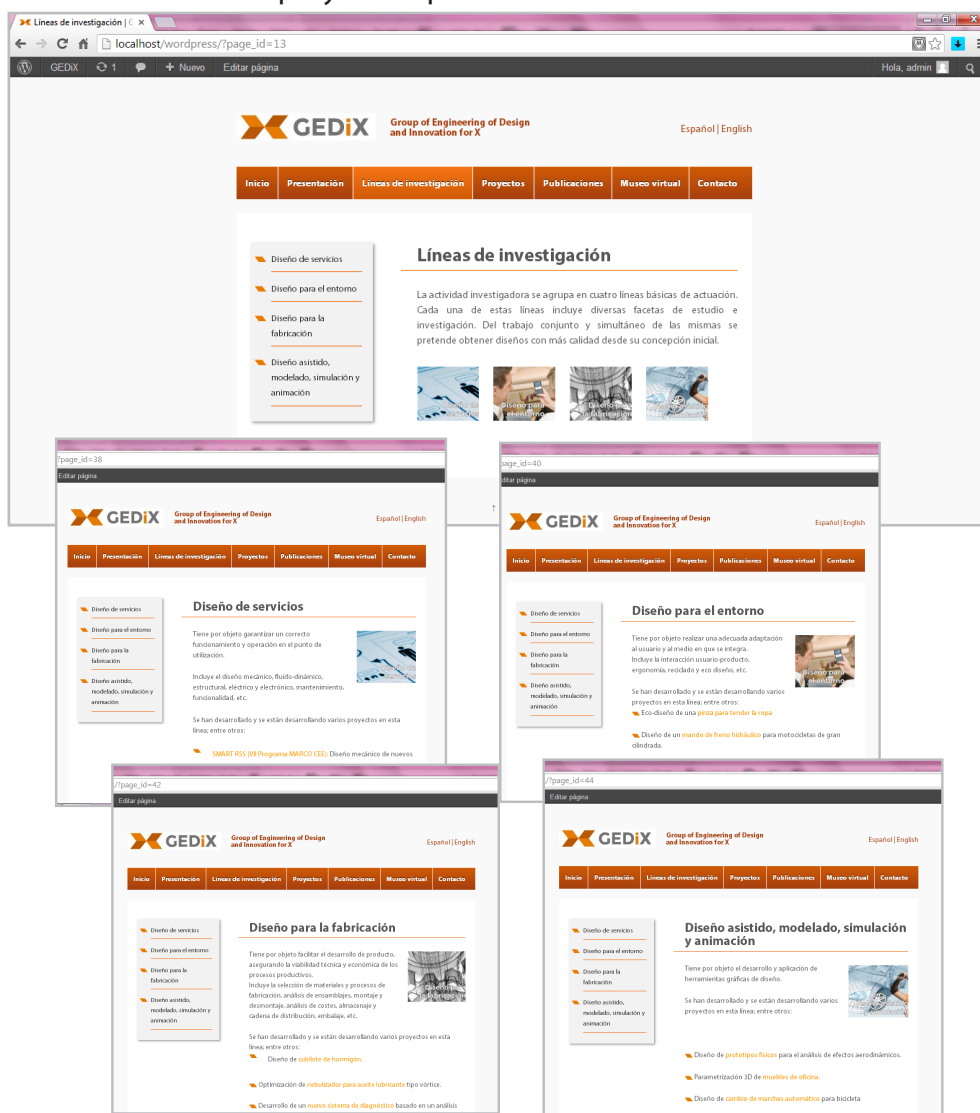
5. SITIO WEB

• Líneas de investigación

La pestaña de Líneas de investigación recoge la actividad fundamental del grupo. Está dividida en un submenú en el cual aparecen las 4 líneas que sigue el grupo.

- Diseño de servicios
- Diseño para el entorno
- Diseño para la fabricación
- Diseño asistido, modelado, simulación 3D y animación

Haciendo click en cualquiera de ellas se puede obtener información más detallada de los aspectos en los que se centra cada una y ver un resumen de los proyectos que se realizan dentro de cada una de ellas.



Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)
Anexo 03. Manual de uso de sitio web

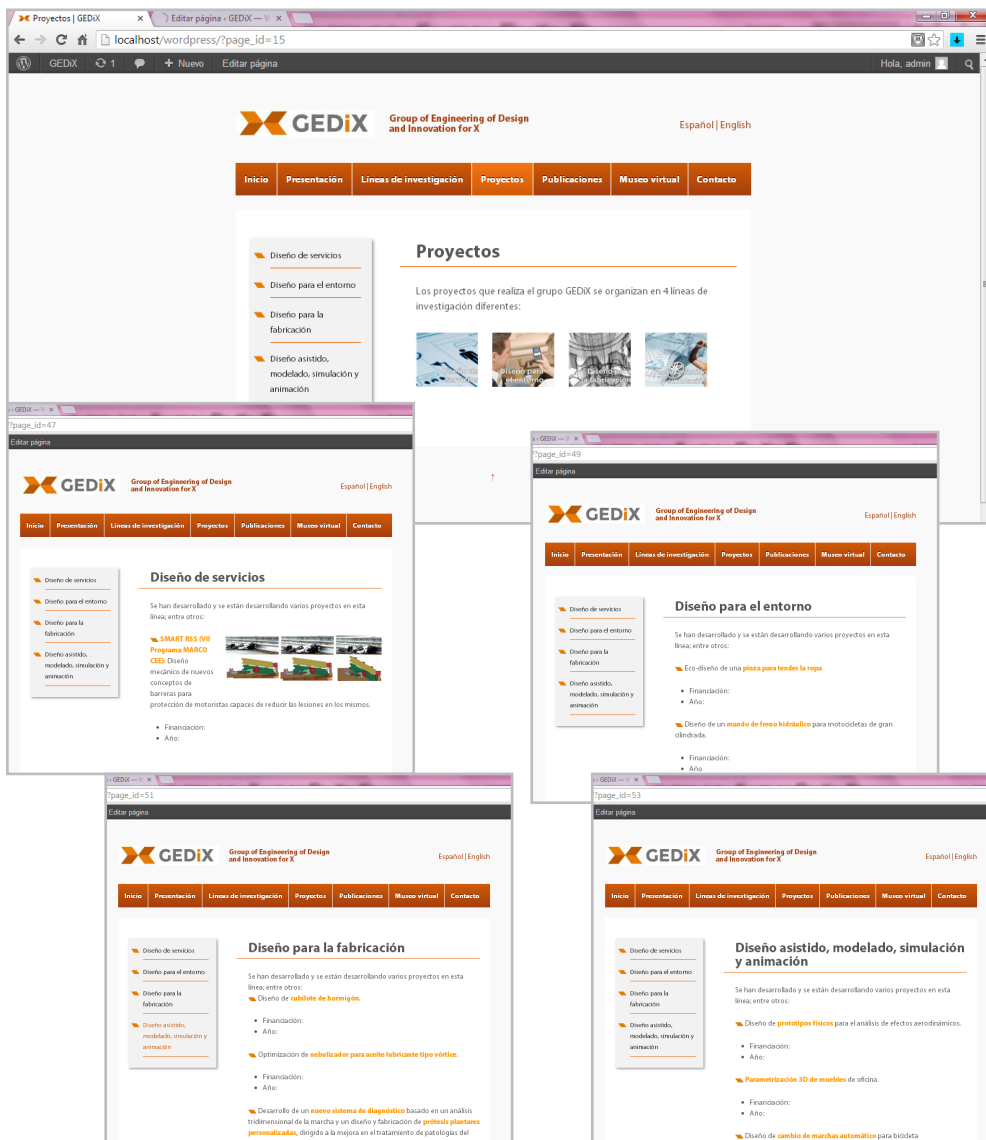
5. SITIO WEB

• Proyectos

En esta pestaña se recoge la información acerca de cada uno de los proyectos que realiza el grupo, divididos de igual manera que las líneas de investigación

- Diseño de servicios
- Diseño para el entorno
- Diseño para la fabricación
- Diseño asistido, modelado, simulación 3D y animación

Cada una de las pestañas del submenú nos lleva a una página en la que vemos información más detallada de cada proyecto según la línea de investigación en la que se desarrolle.



Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)
Anexo 03. Manual de uso de sitio web

5. SITIO WEB

• Publicaciones

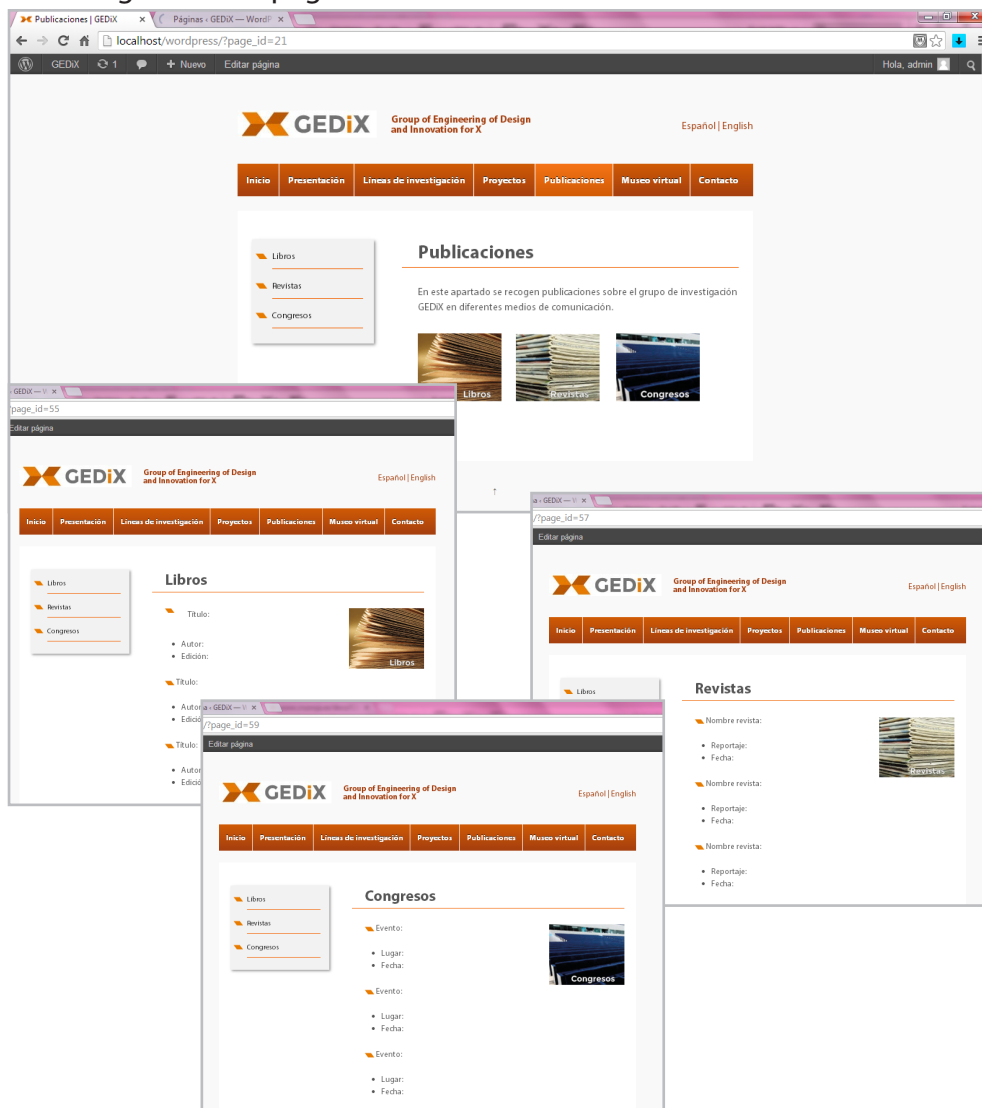
Esta pestaña recoge las diferentes publicaciones que realiza GEDiX en diferentes medios y también las que se hacen acerca del grupo.

Se divide en diferentes secciones:

- Libros
- Revistas
- Congresos

Es una sección que estará en constante actualización para que los visitantes puedan estar al día de las noticias del grupo.

En la pantalla principal de esta sección aparece una imagen relacionada con cada opción del submenú. Haciendo click en ella también nos dirige a las subpáginas.

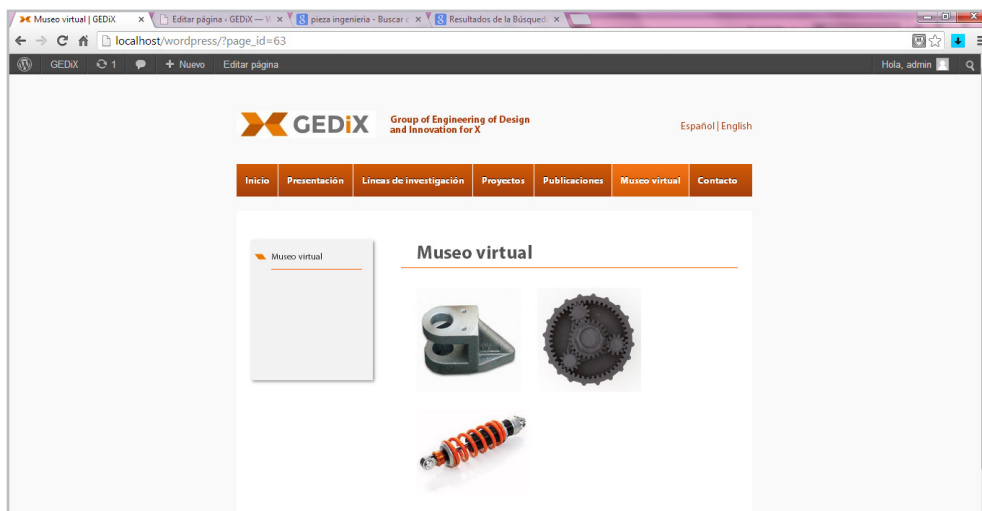


Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)
Anexo 03. Manual de uso de sitio web

5. SITIO WEB

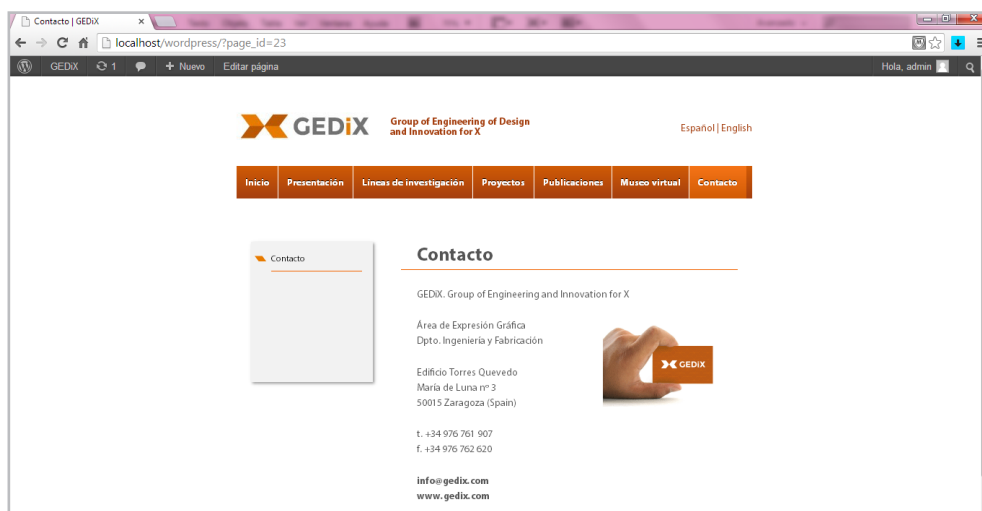
- **Museo virtual**

Esta pestaña servirá de expositor para una serie de piezas que están relacionadas con el Departamento de Ingeniería y Fabricación de la Universidad de Zaragoza. A través de esta sección se logrará darles visibilidad.



- **Contacto**

Esta pestaña muestra los datos de contacto del grupo GEDiX.



Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)
Anexo 03. Manual de uso de sitio web

5. SITIO WEB

5.02. ACCESIBILIDAD DEL SITIO WEB

La accesibilidad en un sitio Web consiste en garantizar el acceso a la información y a los servicios de sus páginas sin limitación ni restricción alguna por razón de discapacidad de cualquier carácter o condicionantes técnicos, debiendo tener en cuenta que muchas personas que acceden a la información incluida en páginas Web lo hacen desde diferentes dispositivos y contextos.

El sitio web que se ha diseñado para GEDiX ha sido diseñado con ayuda del Sistema gestor de Contenidos Web (CMS) WordPress.

Este CMS tiene criterios de accesibilidad predeterminados que nos ayudan a cumplir las especificaciones de los usuarios con limitaciones.

A continuación se enumeran las pautas que se han seguido en el desarrollo del sitio web y que hacen de él un lugar accesible.

Diseño general de la página y sitio web

- Estructurar bien las páginas, mediante títulos y subtítulos (etiquetas H1, H2, H3...), manteniendo una presentación clara y consistente a lo largo de todo el sitio web.

La plantilla WordPress por defecto ya pone los títulos mediante código PHP. Las funciones de WordPress y la plantilla ya jerarquizan por sí mismas las páginas.

- Utilizar HTML estándar aprobado por el W3C evitando texto deslizante o parpadeante que sólo son interpretados correctamente por un navegador.

En la página no existe ningún elemento creado con Javascript que pueda afectar a la accesibilidad del sitio.

- Incluir una nota sobre accesibilidad del sitio web para concienciar a los usuarios y promover su uso en otros sitios web.

El sitio web incluye una nota al pie de la página en el que se señala que se está visitando una página accesible.

5. SITIO WEB

- Especificar en cada página una dirección de email para comentarios y la fecha de última actualización.
Al no ser una página tipo blog, no es necesario que cumpla esta recomendación puesto que se trata de una página estática que no admite comentarios. No tiene posts, tiene contenido estático.
- Proporcionar alternativas o evitar las páginas con marcos pues no son accesibles para algunos navegadores.
En la página no hay marcos

Presentación del texto

- Presentar un tamaño suficientemente grande de fuentes en pantalla para mejorar la legibilidad.
El tamaño de los textos se considera suficientemente grande para ser leído sin dificultad por todos los tipos de usuarios.
- Evitar el uso de tablas para formatear texto en pantalla porque esto confunde a veces a los programas lectores de pantalla.
En la página no hay tablas, todo el contenido será texto plano.
- Proporcionar texto significativo en los enlaces. Evitar el enlace que dice únicamente “pincha aquí”, ya que algunos navegadores de acceso alternativo tienen la opción de listar únicamente los enlaces de la página para acelerar la navegación.
Aunque en un principio la página no tiene ningún enlace de texto, si en algún momento hubiera que incluir alguno, se debe tener en cuenta esta recomendación.
- Diferenciar claramente los enlaces consecutivos en la misma línea mediante un carácter de separación como “|”.
Sólo existen dos enlaces consecutivos en la parte de selección del idioma y se considera que están separados el suficiente espacio como para que no exista confusión.
- Mantener la forma habitual de presentar los enlaces subrayados y no utilizar subrayado en texto que no sea enlace, para no confundir al usuario.
No existen en la página enlaces de este tipo pero, si en algún momento se decidieran añadir, habría que tener en cuenta la recomendación.

Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)
Anexo 03. Manual de uso de sitio web

5. SITIO WEB

Características gráficas

- Proporcionar siempre un breve texto alternativo (ALT tag) o descripciones textuales más amplias (enlace D o atributo LONGDESC) de las imágenes empleadas.

Todas las imágenes incluidas en la página tienen asignado un título y un Texto alternativo para que puedan ser interpretadas por los lectores de páginas.

- Utilizar fondos simples, preferiblemente planos y con suficiente contraste.

La página tiene fondo plano en color blanco para crear un mayor contraste con los elementos que existen sobre él.

- Diseñar los botones y enlaces grandes para facilitar su selección con el ratón.

Los botones del menú principal y del menú desplegable se considera que tienen un tamaño suficientemente grande como para no inducir a error. Sólo en el caso del submenú lateral se podría considerar que los enlaces sean un poco pequeños pero, para ello existe el menú desplegable y el menú en forma de imágenes.

Respecto a la longitud de las descripciones textuales de las imágenes hay una cierta polémica entre los expertos. Si son demasiado breves pueden dejar al usuario con una comprensión incompleta de la página, mientras que si son demasiado largas pueden sobrecargar el texto de la página y dificultar la navegación.

5. SITIO WEB

5.03. DISEÑO RESPONSIVO

El diseño web responsivo o adaptable (en inglés, Responsive Web Design) es una técnica de diseño y desarrollo web que mediante el uso de estructuras e imágenes fluidas en la hoja de estilo CSS, consigue adaptar el sitio web al entorno del usuario.

El diseño Responsivo permite al usuario acceder a un sitio web desde diferentes medios como dispositivos móviles, tablets, pantallas wide y diferentes resoluciones en los ordenadores. Partiendo de la base de que todo diseño web debe estar centrado en la experiencia del usuario al momento de acceder a un sitio web, el diseño responsivo se ha convertido en una funcionalidad de uso obligatorio en cualquier sitio web.

El principal concepto en el que se apoya el Diseño Responsivo es en abandonar los anchos fijos de la página web. Estos deberán ser fluidos, es decir, reflejados en términos de proporciones.

De esta manera cuando veamos nuestra web a través de la pequeña pantalla de un móvil todos los elementos de la web se harán más pequeños guardando la proporción entre ellos.

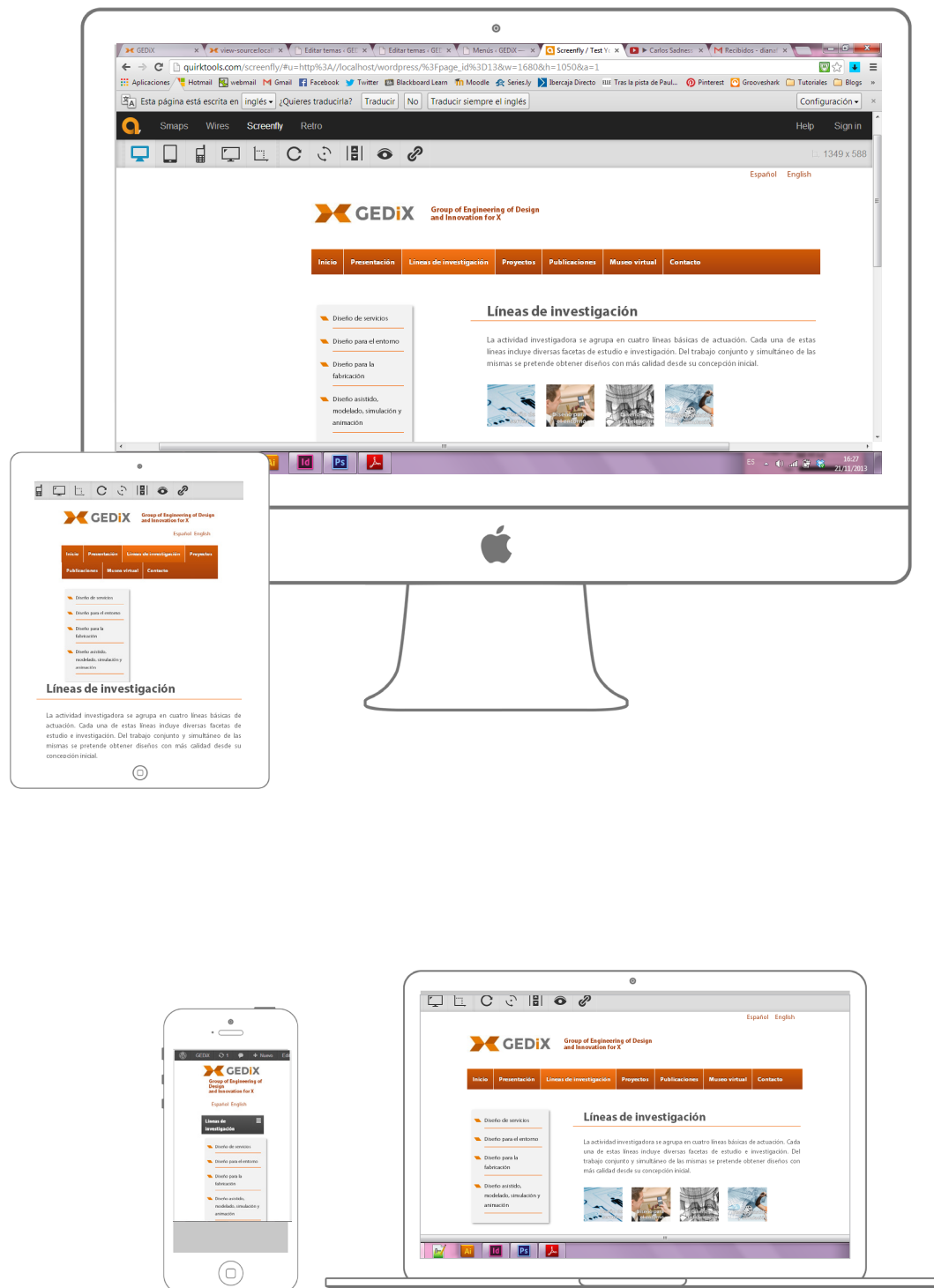
El sitio web de GEDiX sigue los criterios de anchos fluidos proporcionales, en lugar de colocarlos mediante píxeles.

La plantilla con la que se ha trabajado en WordPress ofrece grandes atributos al Diseño Responsivo del sitio web pero no responde para pantallas de pequeña resolución. Por ello, para estos casos se ha aplicado un plugin que permite la redistribución de la página.

Por esta razón, cuando se vea la página a través de un smartphone o una tablet, la distribución de los elementos cambiará su orden.

*Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)
Anexo 03. Manual de uso de sitio web*

5. SITIO WEB



Ver Anexo 01. Creación de Imagen corporativa y Diseño de sitio web (Fase 05)
Anexo 03. Manual de uso de sitio web

6. CONCLUSIONES

Tras la realización del proyecto se han obtenido una serie de conclusiones que enumero a continuación.

La principal característica de este proyecto frente al resto de proyectos realizados anteriormente es que se trata de un trabajo individual.

El hecho de que el proyecto se haya realizado de forma individual ha supuesto algunas ventajas, aunque también ha ocasionado algunos problemas.

Como ventajas, frente a trabajar en grupo, he encontrado la organización y planificación, ya que he tenido la posibilidad de adaptar las horas de trabajo a mi conveniencia.

Como desventaja, destaco la fase de creatividad ya que siempre la habña realizado en grupo. El hecho de realizarla de forma individual me ha supuesto más esfuerzo del que esperaba.

También en el desarrollo he encontrado tareas que no se adaptaban tanto a mis gustos y habilidades y que igualmente he tenido que desarrollar satisfactoriamente. Trabajando en grupo, las tareas se reparten y quizá se hubieran solventado más fácil y rápidamente.

Personalmente, creo que hay que adaptarse a los modos de trabajo, tanto de forma invidual como grupal. Aunque me encuentro más cómoda trabajando en grupo, esta experiencia me ha servido para aprender más acerca de todos los puntos que aborda un proyecto, desde la planificación, hasta nuevas disciplinas como el diseño gráfico o el diseño y desarrollo de sitios web.

Otra de las características principales del proyecto es que se desarrolla para un cliente real.

Era una experiencia nueva a la que me enfrentaba con mucho entusiasmo, aunque en todo momento he sido consciente de la responsabilidad que suponía.

El cliente al que se dirige el proyecto es un cliente que pertenece a la Universidad por lo que considero que era una muy forma de empezar.

La relación con el cliente, sobre todo durante la primera fase, fue muy estrecha ya que se necesitaba recopilar toda la información necesaria

6. CONCLUSIONES

para conocer al grupo, su forma de trabajo, sus valores y cómo deseaba transmitir..

Durante todo el proyecto se ha tenido contacto con el grupo, tanto por correo electrónico como con pequeñas reuniones para valorar el proceso de trabajo.

Las principales dificultades que he encontrado durante la realización del trabajo han sido los que se mencionan a continuación.

La fase de creatividad, sobre todo al principio, supuso más esfuerzo del que esperaba y esto fue debido al trabajo de forma individual.

Además he encontrado dificultad a la hora del diseño y desarrollo de la papelería ya que, aunque contaba con los conocimientos suficientes acerca del diseño gráfico, nunca había realizado un proyecto de este tipo.

Finalmente, otra dificultad fue el desarrollo del sitio web. En muy pocas ocasiones había trabajado con código de programación pero con ayuda de cursos y tutoriales se han conseguido los resultados esperados.

En general, valoro el proyecto de forma muy positiva ya que me ha permitido aprender muchas cosas acerca de diferentes disciplinas, a aprender a organizarme y a trabajar de forma individual y, sobre todo, valoro positivamente la experiencia de trabajar en un proyecto real.