

Trabajo Fin de Grado

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

Anexo 01. Creación de Imagen Corporativa y
Diseño de sitio web
2/5

Autor/es

Diana Fernández Jiménez

Director/es

Carlos Romero Piqueras

EINA
2013

ANEXO 01

**CREACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA
Y DISEÑO DE SITIO WEB**

INTRODUCCIÓN

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

Para crear la imagen corporativa de un cliente lo primero que hay que hacer es conocer al cliente, las actividades que desarrolla, cuál es su entorno de trabajo, etc.

El estudio realizado en las fases iniciales 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. El sitio web quedará recogido en el *Anexo 04. Sitio Web* y su manual de utilización se podrá consultar en el *Anexo 03. Manual de uso del sitio web*.

ÍNDICE

Introducción
Objetivos
Planificación

FASE 01. INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

El grupo
Objetivos
Actividades que desarrolla
Estructura del grupo
Design for X
Historia del grupo
Planes de actuación
Palabras clave
Otros grupos de investigación
Estudios de diseño
Análisis de la competencia
Conclusiones

FASE 02. PROPUESTA DE CONCEPTOS

Panel de influencias
Simbología
Entorno y aplicaciones
Especificaciones
Concepto 1
Concepto 2
Concepto 3
Selección de conceptos
Concepto elegido

FASE 03. DESARROLLO DEL CONCEPTO

Desarrollo del concepto elegido
Alternativas papelería
Identificador auxiliar

FASE 04. APLICACIONES

Papelería
Merchandising
Carálogo
Folleto
Poster
Stand

FASE 05. SITIO WEB

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									

FASE 01

INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

FASE 01

INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

En esta primera fase se realizará un análisis de los aspectos clave que conforman el entorno de GEDiX. Más concretamente, se analizarán los siguientes aspectos:

- Estudio de la identidad del grupo, actividades que desarrolla y sector en el que se ubica.
- Estudio del sector: Rasgos comunes del sector, estudios simbólico, tipográfico y de color.
- Identificación de valores a comunicar.
- Jerarquización de valores y justificación.
- Identificación de las aplicaciones requeridas.

Todo esta información se recogerá y analizará para buscar conceptos innovadores y competitivos.

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*.

Su actividad está íntimamente ligada con la formación y el desempeño profesional de los futuros ingenieros, en especial en los ingenieros de Diseño y Desarrollo del Producto.

El desarrollo de investigaciones en metodologías de Diseño está siendo actualmente objeto de su labor investigadora y se integra en su actividad docente.

OBJETIVOS

El estudio en las fases preliminares del diseño de todos los posibles aspectos que intervienen en el proceso general de desarrollo de productos y en su ciclo de vida, es actualmente una estrategia de trabajo esencial para la obtención de diseños competitivos y de alta calidad.

El análisis de aspectos como el ensamblaje, la manufactura, la logística de materiales, la inspección y prueba, el impacto al medio ambiente (eco-diseño), el almacenamiento y distribución, la adaptación al usuario (ergonomía) y al entorno de uso, el servicio y funcionalidad, el reciclado, los costes de producción, la seguridad y fiabilidad, etc., forma parte de una estrategia global de trabajo que se ha denominado ***Diseño para la X-bilidad*** o ***“Design for X”***.

Las metodologías del *“Design for X”* ofrecen un enorme potencial que el grupo de investigación utiliza en la concepción y el rediseño de productos y procesos adaptando las técnicas a las particularidades de cada proyecto.

Se estudia la utilización y se proponen nuevas técnicas de diseño temprano en las que se conciba el diseño de cualquier producto o proceso de una forma integral y que incluyen aspectos tan importantes como el eco-diseño o el diseño para el embalaje que normalmente están relegados a las últimas fases del diseño en las que las modificaciones para adaptarlos y los beneficios obtenidos suelen ser escasos. Con ello se pretende adquirir conocimientos en el campo de estudio a través de la aplicación de las diversas metodologías existentes, analizándolas de forma crítica para adaptarlas y mejorar y para proponer nuevas estrategias y nuevos ámbitos de aplicación.

ACTIVIDADES QUE DESARROLLA

La actividad investigadora se agrupa en cuatro líneas básicas de actuación. Cada una de estas líneas incluye diversas facetas de estudio e investigación. Del trabajo conjunto y simultáneo de las mismas se pretende obtener diseños con más calidad desde su concepción inicial.

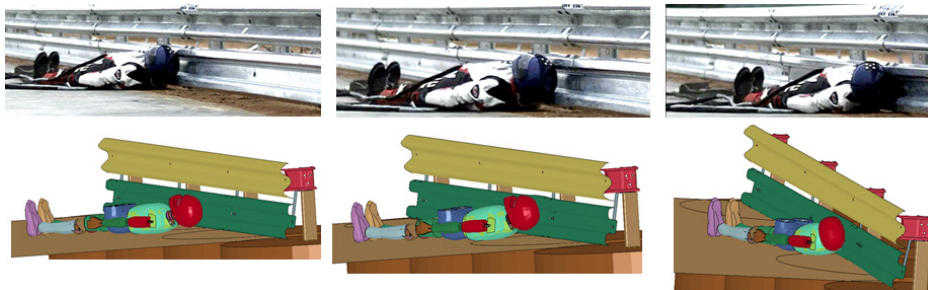
DISEÑO DE SERVICIOS

Tiene por objeto garantizar un correcto funcionamiento y operación en el punto de utilización.

Incluye el diseño mecánico, fluido-dinámico, estructural, eléctrico y electrónico, mantenimiento, funcionalidad, etc.

Se han desarrollado y se están desarrollando varios proyectos en esta línea; entre otros:

- **SMART RSS** (VII Programa MARCO CEE)
Diseño mecánico de nuevos conceptos de barreras para protección de motoristas capaces de reducir las lesiones en los mismos.



- **OPTIBODY** (VII Programa MARCO CEE):
diseño de coche eléctrico con mayor capacidad para absorber energía y reducir los daños en los ocupantes.



- Ampliación de la gama de nebulizadores de aceite vortex y desarrollo de sistemas alternativos de lubricación por niebla de aceite
- Investigación, desarrollo y fabricación de anclajes retráctiles para implantes óseos
- Diseño de una luminaria portátil de gran perímetro de iluminación

▼ DISEÑO PARA EL ENTORNO

Tiene por objeto realizar una adecuada adaptación al usuario y al medio en que se integra. Incluye la interacción usuario-producto, ergonomía, reciclado y eco diseño, etc. Se han desarrollado y se están desarrollando varios proyectos en esta línea; entre otros:

- Eco-diseño de una pinza para tender la ropa
- Diseño de un mando de freno hidráulico para motocicletas de gran cilindrada.
- Diseño de integral casa bio-climática
- Mejora ergonómica en el rediseño de puestos de trabajo adaptado a las necesidades fabriles de proyectos de unidades ferroviarias.



ACTIVIDADES QUE DESARROLLA

DISEÑO PARA LA FABRICACIÓN

Tiene por objeto 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. Se han desarrollado y se están desarrollando varios proyectos en esta línea; entre otros:

- Diseño de cubilote de hormigón
- Optimización de nebulizador para aceite lubricante tipo vórtice
- Desarrollo de un nuevo sistema de diagnóstico basado en un análisis tridimensional de la marcha y un diseño y fabricación de prótesis plantares personalizadas, dirigido a la mejora en el tratamiento de patologías del pie.
- Diseño silla de hospital articulada para Industrias Pardo.
- Tratamiento del producto no conforme en una empresa de artículos del descanso

DISEÑO ASISTIDO, MODELADO, SIMULACIÓN 3D Y ANIMACIÓN

Tiene por objeto el desarrollo y aplicación de herramientas gráficas de diseño. Se han desarrollado y se están desarrollando varios proyectos en esta línea; entre otros:

- Diseño de prototipos físicos para el análisis de efectos aerodinámicos.
- Parametrización 3D de muebles de oficina.
- Diseño de cambio de marchas automático para bicicleta
- Diseño de mobiliario para hospital con Industrias Pardo

ESTRUCTURA DEL GRUPO

Tal y como se muestra en el organigrama, GEDiX se estructura en cuatro líneas de trabajo, con un responsable o coordinador de cada una de ellas. La interacción y transferencia de información entre ellas es un factor clave para lograr los objetivos planteados anteriormente, por lo que se designa a un responsable de comunicación interna. El establecimiento de proyectos de investigación con empresas y otras entidades y la proyección del grupo a nivel nacional e internacional es otro de los aspectos que se pretende potenciar por lo que se ha designado a un responsable de este tipo de tareas.

La estructura del grupo y el desglose de tareas se detallan a continuación.



A continuación se muestra un listado de los miembros del grupo:

Miralbés Buil, Ramón. Investigador responsable
Altemir Grasa, José María
Callejero Corao, Bernardino
Ibáñez Caravantes, Pedro Gaspar
Paricio Sanchez, José Manuel
Santolaya Saenz, José Luis
Torres Portero, Manuel
Manchado Pérez, Eduardo
Ranz Agudo, David
López Forniés, Ignacio
Ubieto Artur, Pedro

DESIGN FOR X

El proceso de diseño cobra cada día mayor relevancia en el proceso general de desarrollo de productos, ya que es la etapa en donde se definen entre el 80 y el 90% de los recursos necesarios. Cada vez se trasladan a las fases más tempranas del diseño ciertas consideraciones que antes no se contemplaban o, en todo caso, se aplicaban en las fases finales del proceso de desarrollo de productos.

Es entonces cuando se hace necesario un sistema que reglamente estratégicamente todo este proceso. Así surge el Diseño para X (Design for X), una serie de técnicas que se introducen en la fase preliminar del diseño, creadas para que el producto final cumpla con una serie de características.

Son métodos enfocados a lograr la optimización del diseño en determinadas áreas como son: producción, ensamblaje, calidad, ciclo de vida, logística, puesta en marcha, almacenamiento y distribución, impacto al medio ambiente, servicio, coste, ventas, retirada del mercado y desuso.

Algunas de las estrategias que surgen dentro de lo que es el Diseño para X son:

- **DFA** Design For Assembly (Diseño para el ensamblaje o montaje)
- **DFM** Design For Manufacture (Diseño para manufactura)
- **DFQ** Design for Quality (Diseño para la Calidad)
- **DFS** Design for Service (Diseño para el servicio)
- **DFD** Design for Disassembly (Diseño para el desensamblaje o desmontaje)
- **DFT** Design for Testability (Diseño para pruebas y testeo)
- **DFE** Design for Environment (Diseño para el medio ambiente)
- **DFI** Design for International (Diseño para la internacionalización)
- **DFO** Design for Operability (Diseño para la operabilidad)
- **DFL** Design for Logistic (Diseño para la logística)
- **DFE** Design for Excellence (Diseño para la excelencia)

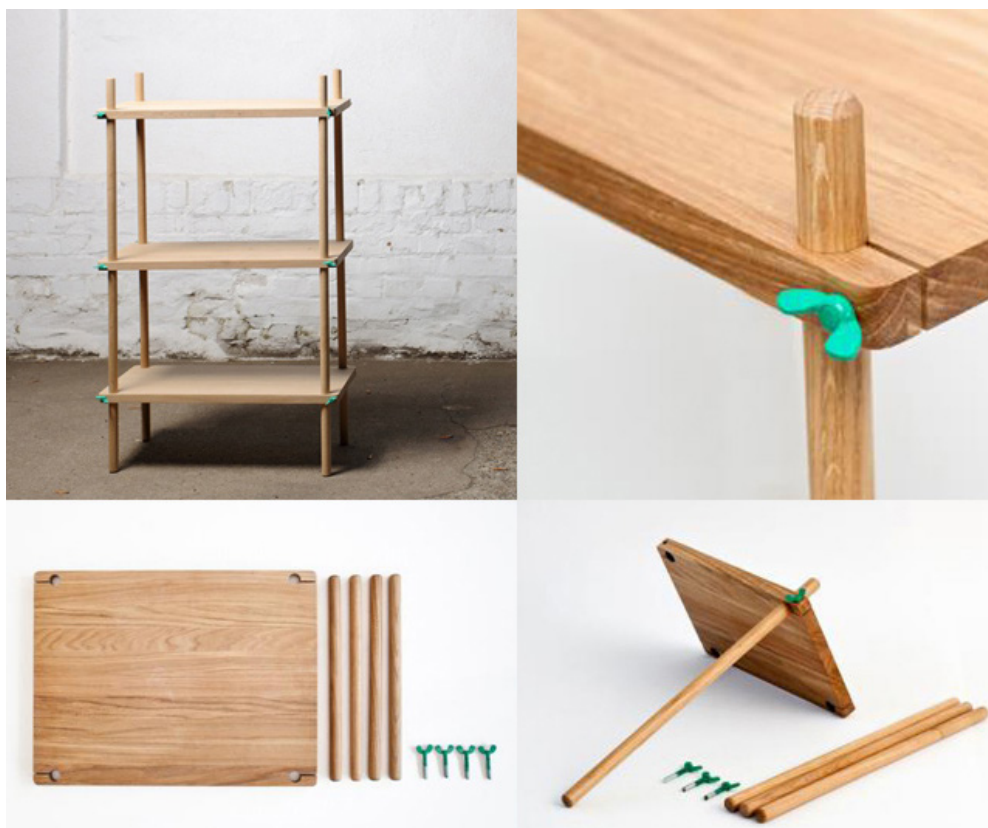
DESIGN FOR X

DFA - Design for Assembly - Diseño para el ensamblaje o montaje

Se trata de diseñar productos fáciles de ensamblar en la planta y por el usuario final en el caso particular de productos desarmados y embalados con manual de instrucciones.

Pensar el sistema y los procesos de ensamble desde el diseño del producto garantiza una racionalización de las partes componentes y un mejor uso del material. Desde el punto de vista de las operaciones en la planta se busca reducir costos en todas las instancias productivas y administrativas.

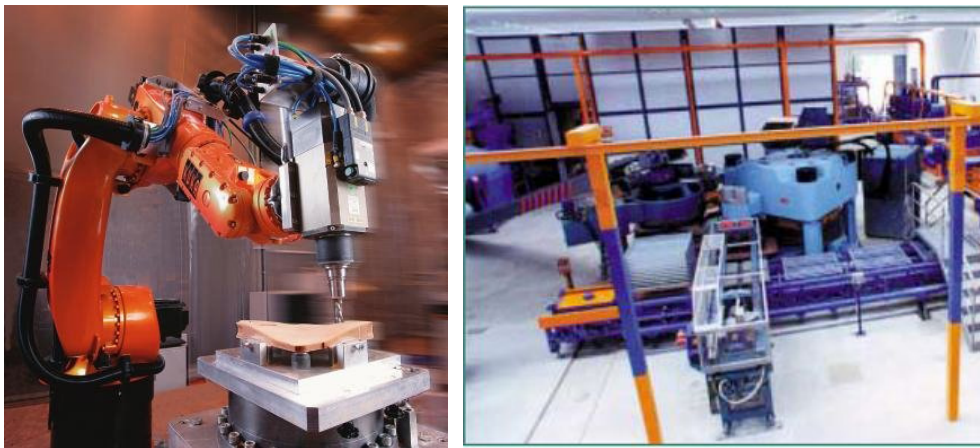
Los principales objetivos del diseño para el ensamblaje es reducir el coste de la producción y facilitar el montaje, sin que la funcionalidad se vea afectada. Como consecuencia se reduce el número de piezas que compone el producto así como el peso del conjunto final. Estas acciones influyen de forma directa en la mejora del impacto ambiental que el producto tiene durante su ciclo de vida completo, es decir, desde que se extraen los materiales para su fabricación hasta que queda en desuso.



DFM - Design for Manufacture - Diseño para manufactura

Diseño para la fabricación (DFM) es una técnica que está orientada a mejorar la fabricación de piezas analizando geometrías, valores y tolerancias y que es utilizada en las primeras etapas de diseño para disminuir los costos de los elementos a fabricar.

Un buen DFM se traduce en una reducción de los costes de producción sin sacrificar la calidad del producto.



DFM - Design for Quality - Diseño para la calidad

La calidad a la hora del diseño de un nuevo producto se debe tener en cuenta desde la elaboración del producto, donde su Calidad dependerá de la viabilidad de fabricar y producir el producto según las especificaciones planificadas.

La definición técnica del producto se puede llevar a cabo mediante una actividad planificada para controlar la calidad.

Además, el proceso de diseño debe ser controlado, para asegurarnos que los resultados son los especificados.

Al final de la fabricación del producto, éste debe cumplir con estos indicadores:

- La calidad de conformidad: es la medida en que un producto se corresponde con las especificaciones diseñadas, y concuerda con las exigencias del proyecto.
- La calidad de funcionamiento: indica los resultados obtenidos al utilizar los productos fabricados.

DFS - Design for Services - Diseño para el servicio

El diseño de servicios es la actividad de planificar y organizar personas, infraestructura, comunicación y materiales que componen un servicio, para mejorar su calidad, la interacción entre el proveedor y las personas usuarias y la experiencia de las mismas. El diseño de servicios permite diseñar experiencias memorables para las personas usuarias creando nuevos vínculos entre los diferentes agentes del proceso potenciando sus capacidades de acción e interacción.

El aumento del tamaño y la creciente importancia del sector servicios, tanto en número de gente empleada como en importancia económica, requiere que los servicios sean minuciosamente diseñados para que los proveedores de servicios sean competitivos y continúen atrayendo personas usuarias.

El diseño (o rediseño) de un servicio puede requerir por un lado la reorganización de las actividades que realizan los proveedores del servicio (back office) y por el otro el rediseño de las interfaces e interacciones que tienen las personas usuarias con el proveedor del servicio (front office: website, contacto personal, teléfono, blog, etc.)

El diseño de servicios se suele basar en el seguimiento cercano (shadowing) y el estudio empático de los usuarios para la mejor comprensión de sus usos y comportamientos con respecto a un servicio. Esta técnica es mucho más certera que las tradicionales encuestas a distancia porque: lo que la gente dice que hace no suele ser lo que realmente hace. Los conceptos e ideas generadas son capturadas en sketches y prototipados de servicio. De esta forma, aplicando herramientas y técnicas de diseño se pueden mejorar o crear los servicios.



DESIGN FOR X

DFD - Design for Disassembly - Diseño para el desensamblaje o desmontaje

Describe el grado de economía de recursos con la que los productos son fabricados para optimizar el desarmado, reciclaje y reúso de cada una de sus partes.

Se hace esencial cuando el producto necesita ser reparado o si hay que reemplazar alguna de sus partes.

Debe resultar una tarea simple e intuitiva para el encargado de realizar las tareas de desensamblaje y reparación.

También toma un papel importante cuando el producto va a ser finalmente desechado. El despiece en este punto debe ser fácil de realizar para facilitar la separación de las piezas para reciclarlas.

Podemos decir, por tanto, que el DfD mejora la efectividad de los productos.



DFT – Design for Testability – Diseño para pruebas y testeo

El objetivo de esta técnica es diseñar un producto de forma que las pruebas, a las que va a ser sometido antes de su lanzamiento y fabricación puedan realizarse fácilmente y en el menor periodo de tiempo.

Una de las posibles formas de simplificar estas pruebas es diseñar el producto de forma modular, de manera que cada uno de los módulos puedan ser probados de forma independiente.

Además, se debe aumentar la controlabilidad y la observabilidad de todas las partes del producto, en especial, de las partes internas.

DFE - Design for Environment- Diseño para el medio ambiente

Esta técnica pretende integrar factores medioambientales en el proceso de diseño de nuevos productos. En concreto, los factores ambientales, que han de tenerse en cuenta a la hora de proceder al diseño de un nuevo producto, son los siguientes:

1.- **Uso de materiales.**- Se debe tratar de utilizar la mayor cantidad posible de materiales renovables, la menor cantidad de material posible, así como tratar de reducir al máximo el número de componentes del producto.

2.- **Consumo de energía.**- En este campo se debe tender a una reducción en el consumo de energía necesaria para la fabricación del producto, así como a una utilización de fuentes de energía renovables y limpias (energía solar, eólica, hidroeléctrica, etc).

3.- **Prevención de la contaminación.**- En el diseño del producto se deben evitar o, al menos, reducir al máximo las posibles emisiones tóxicas durante el proceso de producción, así como durante la utilización del producto.

4.- **Residuos sólidos.**- Se debe tratar de reducir al máximo el volumen de residuos sólidos generados al terminar la vida útil del producto, así como durante su proceso de fabricación. Para ello se debe procurar que la mayor parte de los componentes del producto resultante sean reutilizables o, al menos, reciclables.

Para lograr los objetivos antes mencionados se han desarrollado numerosas aplicaciones informáticas que facilitan la labor de los equipos de desarrollo, permitiendo que el producto resultante reúna las condiciones necesarias para facilitar las prestaciones de servicio a él inherentes y que sea de fácil ensamblaje y de fácil reciclado.



HISTORIA DEL GRUPO

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.

Su actividad está íntimamente ligada con la formación y el desempeño profesional de los futuros ingenieros, en especial en los ingenieros de Diseño y Desarrollo del Producto.

El desarrollo de investigaciones en metodologías de Diseño está siendo actualmente objeto de su labor investigadora y se integra en su actividad docente.

Departamento de Ingeniería de Diseño y Fabricación

(<http://www.didyf.unizar.es/index.asp>)

El departamento de Ingeniería de Diseño y Fabricación de la Universidad de Zaragoza imparte docencia en diferentes centros del entorno de Aragón como:



EINA. Escuela de Ingeniería y Arquitectura



EPSH. Escuela Politécnica Superior de Huesca



EUPT. Escuela Universitaria Politécnica de Teruel



EUPLA. Escuela Universitaria Politécnica Superior de La Almunia



IPF. Ingeniería de los Procesos de Fabricación



EGI. Expresión Gráfica en la Ingeniería



PI. Proyectos de Ingeniería

EINA



**Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza**

La Escuela de Ingeniería y Arquitectura de Zaragoza (EINA), fruto de la integración de los anteriores Centro Politécnico Superior (CPS) y Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica Industrial (EUITI), desarrolla en Aragón más del 80% de los estudios de Ingeniería y Arquitectura.

Además, la EINA es responsable de un porcentaje similar de la actividad de I+D+i en el campo tecnológico, lo que trasciende al progreso económico y tecnológico de la sociedad aragonesa.

Con sus aproximadamente 6.000 alumnos matriculados y 650 profesores brinda una amplia oferta formativa en el ámbito de las Ingenierías y de la Arquitectura.

En el centro se pueden cursar 36 titulaciones diferentes:

- Estudios de Grado en Ingeniería y 1 en Arquitectura.
- Estudios de Máster (oficiales).
- Estudios propios.
- 9 Estudios de Ingeniería en fase de extinción.

La EINA cuenta con una amplia dotación de medios materiales, entre los que destaca una gran cantidad de laboratorios y talleres, tanto propios como financiados por empresas. Además, se llevan a cabo una gran cantidad de proyectos de Investigación y Desarrollo, a través de todos sus departamentos universitarios, así como mediante los institutos, laboratorios y fundaciones que tienen su sede en ella.

Los rasgos principales que definen a la EINA son: profesionalidad, compromiso, tradición, formación, proyección, tecnología, calidad, innovación, ilusión.



HISTORIA DEL GRUPO

Universidad de Zaragoza



**Universidad
Zaragoza**

La Universidad de Zaragoza es un centro de educación superior público, repartida geográficamente entre los campus de Zaragoza, Huesca, Jaca, Teruel y La Almunia de Doña Godina, todos ellos en la Comunidad Autónoma de Aragón (España).

Fundada en 1542, reúne en 2008 a más de 32.000 estudiantes y 3.500 miembros docentes entre sus 22 centros y 74 titulaciones y estudios propios. Su actual rector es Manuel López Pérez.

Su labor en la investigación

Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI)

Desde su creación en 1989 la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la Universidad de Zaragoza ha asumido las actuaciones relacionadas con la transferencia de los resultados de Investigación generados en la Universidad de Zaragoza, que abarcan desde la realización de contratos de I+D con empresas hasta la gestión de la cartera de patentes de la Universidad, sin olvidar la realización de contratos de Asesoría o la emisión de informes o peritajes o en general cualquier acción relacionada con la transferencia de la I+D generada en la Universidad de Zaragoza a la sociedad.

En los últimos años, la incorporación de Promotores Tecnológicos tanto en Zaragoza como en Huesca y en Teruel ha conseguido una Intensificación de la Transferencia de tecnología hacia las empresas a través de los contactos generados por el equipo. Además la creación de la Oficina de creación de empresas de base tecnológica (oficina de Spin-off) ha contribuido a llevar a la sociedad, resultados de Investigación por parte de los propietarios de dichos resultados y que de otro modo no habrían podido tener salida.



Cabe destacar el papel de los institutos de investigación adscritos a la Universidad:



Instituto de Biocomputación y Física de
Sistemas Complejos (BIFI)



Instituto de Catálisis Homogénea (IUCH)



Instituto de Investigación en Ingeniería de
Aragón (I3A)



Instituto de Nanociencia de Aragón (INA)



Instituto de Investigación en Matemáticas
(IUMA)



Instituto en Ciencias Ambientales de Aragón
(IUCA)

PLANES DE ACTUACIÓN

El grupo de investigación es un grupo de nueva formación y uno de sus objetivos es la potenciación de su labor investigadora y la intensificación de la misma. Para ello se plantea un plan de actuación que incluye:

- El establecimiento de vínculos de colaboración con diversas entidades y asociaciones locales y nacionales e internacionales como son DIN-A, Zaragoza Activa, CADI, Ingegraf, etc., con los cuales desarrollar proyectos conjuntos que integren las metodologías de X-bilidad propuestas por el grupo. Además se establecerán vínculos con las principales universidades y grupos de investigación dedicados al diseño en un ámbito nacional e internacional para fomentar la colaboración mutua y la movilidad de los investigadores.



- La colaboración con empresas locales y nacionales en proyectos de diseño y desarrollo de productos que integren la utilización de metodologías innovadoras.
Ya existen algunos contactos con empresas como son LECIÑENA S.A., LECITRAILER S.A., CALVERA S.L., ROS-ROCA INDOX, Auxiliar de Carrocerías, SEAT, Industrias Pardo, VALEO, etc. con las que se pretende potenciar la colaboración.
- El desarrollo de proyectos de investigación con empresas sufragados mediante convocatorias competitivas ARAID, ADIA, Innovaragón, Innpacto y Proyectos Investigación en Medio Ambiente y Sostenibilidad (Obra social de la Caixa).
- Participación en convocatorias públicas competitivas de proyectos de investigación.

- La divulgación de los conocimientos adquiridos por el grupo y de los resultados de la investigación mediante la participación en diversos congresos internacionales a lo largo de los próximos años, como son el IMPROVE 2013, el World Congress of Engineering 2013, congresos ASME, World Design Congress, etc. y mediante la publicación de artículos de investigación en las principales revistas relacionadas con el ámbito de investigación: IJHVD, DYNA, International Journal of Design, International Journal of Technology and Design Education, International Journal of Design Creativity and Innovation, International Journal of Design Engineering, etc., y en la revista de la Asociación Española de Ingeniería Gráfica (INGEGRAF).
- El desarrollo de proyectos con alumnos de último curso del Grado de Diseño Industrial y Desarrollo del Producto, que se presentarán en varios concursos de diseño.
- La potenciación de la labor investigadora del grupo mediante la incorporación de becarios y personal en formación.

PALABRAS CLAVE

Diseño, Producto, Metodología, Optimización, Interdisciplinariedad.

DISEÑO

El diseño se define como el proceso previo de configuración mental, "pre-figuración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

Diseñar requiere principalmente consideraciones funcionales, estéticas y simbólicas. El proceso necesita numerosas fases como: observación, investigación, análisis, testado, ajustes, modelados (físicos o virtuales mediante programas de diseño informáticos en dos o tres dimensiones), adaptaciones previas a la producción definitiva del objeto industrial, construcción o elementos visuales de comunicación a difundir, transmitir e imprimir sean: diseño gráfico o comunicación visual, diseño de información, tipografía. Además abarca varias disciplinas y oficios conexos, dependiendo del objeto a diseñar y de la participación en el proceso de una o varias personas.

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. De esto último se puede desprender la alta responsabilidad ética del diseño y los diseñadores a nivel mundial.

El proceso de diseñar, suele implicar las siguientes fases:

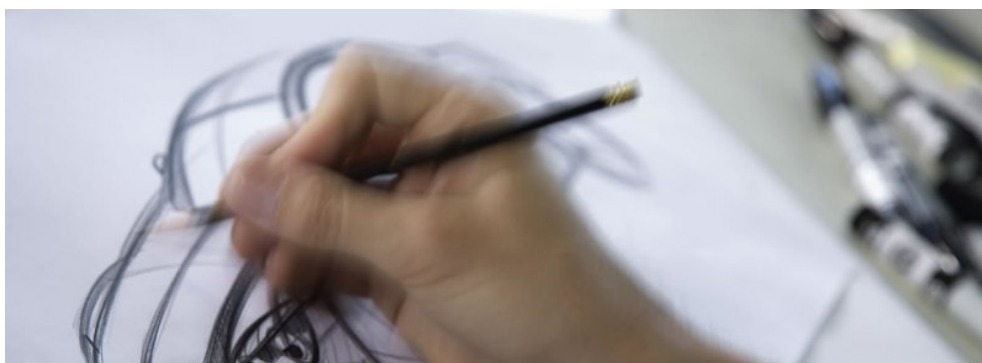
1. Observar y analizar el medio en el cual se desenvuelve el ser humano, descubriendo alguna necesidad.
2. Evaluar, mediante la organización y prioridad de las necesidades identificadas.
3. Planear y proyectar proponiendo un modo de solucionar esta necesidad, por medio de planos y maquetas, tratando de descubrir la posibilidad y viabilidad de la(s) solución(es).
4. Construir y ejecutar llevando a la vida real la idea inicial, por medio de materiales y procesos productivos.

PALABRAS CLAVE

Estos cuatro actos, se van haciendo uno tras otro, y a veces continuamente. Algunos teóricos del diseño no ven una jerarquización tan clara, ya que estos actos aparecen una y otra vez en el proceso de diseño.

Hoy por hoy, y debido a las mejoras del trabajo del diseñador (gracias a mejores procesos de producción y recursos informáticos), podemos destacar otro acto fundamental en el proceso:

Diseñar como acto cultural implica conocer criterios de diseño como presentación, producción, significación, socialización, costos, mercadeo, entre otros. Estos criterios son innumerables, pero son contables a medida que se definen los proyectos del diseño.



PRODUCTO

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

En Marketing se entiende como producto.

- Bienes o productos físicos: son todos los elementos tangibles.
- Servicios: son intangibles, son inseparables (se producen y consumen al mismo tiempo), son variables.
- Personas: se aplica a los profesionales de distintas áreas, por ej: actores.
- Lugares: como ciudades, países; parques o determinadas áreas geográficas.
- Instituciones: por ejemplo universidades, fundaciones, empresas (no sus bienes o servicios), etc.
- Ideas: abarca a proyectos de negocios, proyectos sociales, hasta proyectos internos dentro de una organización, también se comunican y venden.
- Experiencias: por ejemplo: travesía por una selva virgen.

Los atributos del producto son aquellas partes comerciales que necesita el producto para poder estar completo. Aquí los 10 de gran importancia:

Fórmula-núcleo-materia	Envase
Calidad	Marca
Diseño	Servicio
Surtido gama	Imagen producto
Precio	Imagen empresa



PALABRAS CLAVE

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.

FASE I. INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Se llevan a cabo una serie de análisis:

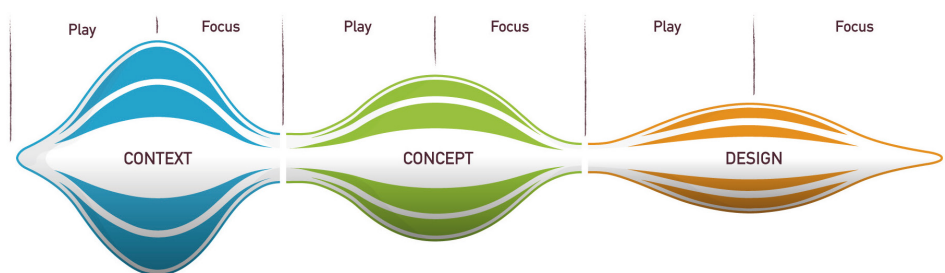
- Mercado: competencia, productos, segmentación, posicionamiento...
- Estructural: partes, piezas, ensamblajes...
- Formal: aspecto, geometría...
- Funcional: función principal y secundarias, función por partes...
- Uso: modo de uso, secuencia de uso, manual de instrucciones...
- Usuario: Interacción con personas, mensaje, interfaz...
- Entorno: Lugar de uso, elementos con los que interacciona...

FASE II. CREATIVIDAD

- Conceptos
- Bocetos y dibujos
- Creatividad e innovación

FASE III. DESARROLLO

- Detalle
- Aspectos técnicos
- Renders



OPTIMIZACIÓN

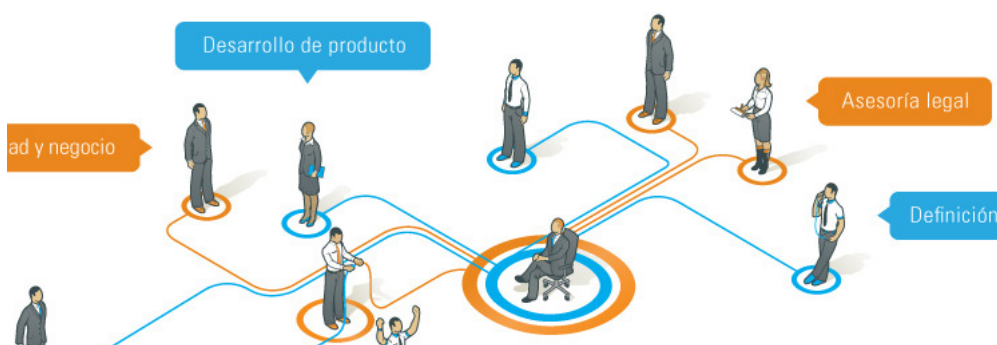
Buscar la mejor manera de realizar una actividad.
Mejora, crecimiento, innovación, ascenso...



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.

En principio, el término «interdisciplinario» se aplica en el campo pedagógico al tipo de trabajo científico que requiere metodológicamente de la colaboración de diversas y diferentes disciplinas y, en general, la colaboración de especialistas procedentes de diversas áreas tradicionales. La interdisciplinariedad involucra grupos de investigadores, estudiantes y maestros con el objetivo de vincular e integrar muchas escuelas de pensamiento, profesiones o tecnologías, –aun con sus perspectivas específicas–, en la búsqueda de un fin común.



PALABRAS CLAVE

INNOVACIÓN

El número de definiciones del concepto de innovación desde que se inventara parece haber crecido de manera aún más rápida que el número de investigadores de la innovación.

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

Aún así existe concordancia en que la innovación, por lo menos y según indica su raíz, tiene que mostrar una relación con lo nuevo.

- **Innovación como novedad:** La innovación en cuanto a la singularidad de artefactos, productos, métodos o servicios hasta ahora desconocidos y sin precedentes hasta el momento.
- **Innovación como cambio:** En la dimensión temporal, las innovaciones se nos presentan como nuevos procesos (los que por su parte conducen, en todo caso, a artefactos novedosos) en el sentido de transformaciones, de difusiones o simplemente de cambios.
- **Innovación como ventaja:** En la dimensión social nos referimos a formas nuevas de ventajas, que van acompañadas de nuevas formas de administrar la interpelación del público al que se orientan (por ejemplo la selección de nuevos y atractivos productos y su utilización como símbolos de estatus) y que pueden verse como progreso o adelanto.



OTROS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN

A continuación se muestran una serie de logotipos de grupos de investigación de diferentes disciplinas y diferentes universidades a fin de obtener una serie de conclusiones que ayuden a crear el logotipo definitivo del grupo de investigación GEDiX.

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA



Grupo de Tecnologías en Entornos
hostiles (GTE)
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación ADESTER
(Administración, Economía,
Sociedad y Territorio).
Universidad de Zaragoza



Gestión Estratégica de la Energía
Eléctrica
Universidad de Zaragoza



Laboratorio Jurídico - Empresarial
Universidad de Zaragoza



Taller de Inyección de la Industria de
los Plásticos
Universidad de Zaragoza



Nuevas tecnologías en Vehículos y
seguridad Vial
Universidad de Zaragoza

OTROS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN



Grupo de Ingeniería de Fabricación y Metrología avanzada (GIFMA)
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación de Tecnologías de Apoyo para la Calidad de Vida (TECNODISCAP)
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación Marketing Estratégico y Teorías de la Organización y la Dirección de las Empresas
Universidad de Zaragoza



Grupo de Sistemas y Medios de Transporte Sostenibles
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación y Desarrollo en Ergonomía
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación Aplicada en Contabilidad y Finanzas
Universidad de Zaragoza



GIECOFIN. Grupo de Investigación en Economía Financiera
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación de Técnicas de Mínima Invasión
Universidad de Zaragoza



Grupo de Estudios Sociales y Económicos del tercer Sector
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación relacionado con la Arqueología
Universidad de Zaragoza



Grupo de Sistemas de Información Distribuidos (SID)
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación de Catálisis, Separaciones Moleculares e Ingeniería de Reactores
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación de educación y diversidad (EDI)
Universidad de Zaragoza



Grupo de Decisión Multicriterio de Zaragoza (GDMZ)
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación GENERÉS (Facultad Economía y Empresa)
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación M.A.R.T.E.
Universidad de Zaragoza



Grupo Universitario de Investigación Analítica
Universidad de Zaragoza



Grupo de investigación, pensamiento, cultura y estética
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación de Creación de Valor en las Organizaciones
Universidad de Zaragoza



Grupo de Investigación de Catálisis, Separaciones Moleculares e Ingeniería de Reactores
Universidad de Zaragoza

OTROS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN

OTRAS UNIVERSIDADES



Grupo de Investigación en Gestión y Modelación Ambiental
Universidad de Antioquía



Grupo de investigación sobre control veterinario de microorganismos (COVEMI)
Universidad Complutense de Madrid



Grupo de investigación de fraseología y traducción (FRASYTRAM)
Universidad de Alicante



Grupo de Investigación Ebusiness
Universidad de Málaga



Grupo de Investigación en Interacción y eLearning
Universidad de Salamanca



Grupo de Investigación en Marketing
Universidad de Cartagena



GRUPO DE INVESTIGACIÓN
EVALUACIÓN EDUCATIVA E INNOVACIÓN
Grupo de Investigación de Evaluación Educativa e Innovación



Grupo de investigación en periodismo
Universidad de La Sabana

INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN



ESTUDIOS DE DISEÑO

Estudios de diseño de la ciudad de Zaragoza

Las tareas a las que se dedica el grupo de investigación GEDiX como son el diseño y rediseño de productos para su optimización, nos lleva a estudiar empresas que se dediquen al diseño. Por ello, analizaremos la imagen que han adoptado algunos estudios de diseño de la región de Zaragoza.

The logo for 'novo.' consists of the word 'novo.' in a bold, black, sans-serif font. The 'o' is lowercase and the period is a small dot.**Estudio novo.**

Dedicado al diseño industrial, gráfico, web, ilustración e interiores.

The logo for 'activa' features a blue circle with a white vertical bar inside, followed by the word 'activa' in a bold, black, sans-serif font. Below it, 'DESIGN&CONSULTING' is written in a smaller, black, sans-serif font.**Activa design.**

Dedicado al diseño de productos, packaging, diseño gráfico, web y de entornos.

The logo for 'línea diseño' features the word 'línea' in a black, sans-serif font, followed by 'diseño' in a larger, black, sans-serif font.**Línea diseño**

Dedicado al diseño de productos, entornos, packaging, diseño gráfico y web.

The logo for 'Garabato estudio' features the word 'Garabato' in a white, cursive script font, followed by 'ESTUDIO' in a white, sans-serif font, and '.com' in a red, cursive script font.**Garabato estudio.**

Dedicado al diseño gráfico y web.

The logo for 'Sumun' features the word 'Sumun' in a blue, sans-serif font. The 'u' is stylized with a light blue shadow effect.**Sumun**

Dedicado al diseño industrial, de imagen y diseño web.

Estudios de diseño de España

Si bien se han analizado los logotipos de estudios de diseño de la ciudad de Zaragoza quizás sea interesante también echar un vistazo a las señas de identidad que utilizan otros estudios de diseño del resto de España.

Se analizarán a continuación una breve recopilación de logotipos de estudios de diseño de España.



Estudiosat

Estudio de diseño e ingeniería de producto
Logroño (La Rioja)



agvestudio

Estudio de diseño industrial.
Arturo García de Vicuña
Salvatierra (Álava)



Estudio de diseño industrial, gráfico y web.
Valencia



Estudio de diseño industrial.
Valencia



Estudio de diseño industrial y diseño gráfico.
Sabadell (Barcelona)



Estudio de diseño de identidad, multimedia, packaging e interiores.
Barcelona



Estudio de diseño industrial.
Pozuelo de Alarcón (Madrid)









Estudio de diseño industrial, ingeniería de productos y diseño de interiores.
Madrid y Ávila



Estudio de diseño industrial, gráfico e interiores.

ANÁLISIS COMPETENCIA

Grupos de investigación de la Universidad de Zaragoza

LOGO	VALORES	TIPOGRAFÍA	COLORES	RECURSOS GRÁFICOS
	Informal Simple	Sin serifa Recta	Azul	
	Dinamismo Juventud	Sin serifa Inclinada Perspectiva	Azul Negro Amarillo	Líneas rectas Punto
	Identidad clara	Sin serifa Recta	Azul claro Azul oscuro	Edificio Líneas curvas Circunferencia semiacabada
	Formalismo	Sin serifa Recta	Azul Blanco Rojo	Punto rojo
	Rapidez Movimiento	Sin serifa	Rojo Naranja	Líneas Cuadro Punto
	Juventud Rapidez Dirección	Sin serifa Inclinada	Amarillo Negro Naranja Morado Verde	Especie Cuadro Burbujas de colores
	Camino Guía Dirección	Sin serifa Recta	Azul Gris	Carretera que se aleja
	identidad sin definir	Sin serifa Gruesa	Naranja Degradado	Degradado
	Vuelo Libertad	Sin serifa Fina Redondeada	Azul Gris	Mariposa Recuadro
	Internacional Crecimiento Economía	-	Blanco Naranja Azul + amarillo	Bandera de Europa Línea de crecimiento

	Equilibrio Estabilidad	Sin serifa Recta	Azul	Línea horizontal superior como parte de la T
	-	Sin serifa Recta	Amarillo	-
	Fluidez Dinamismo	Sin serifa No fácil lectura	Verde Azul	Especie de manchas fluidas
	Realimentación Ciclo	Sin serifa Recta	Azul Morado	Flechas que cierran un ciclo
	Artesanal Antiguo	Sin serifa Manuscrita	Marrón Blanco	-
	Confluencia Crecimiento	Sin serifa Tridimensional	Verde Azul	Triángulo tridimensional Moléculas
	Alimentación continua Construcción	Sin serifa	Azul Blanco	Cuadritos (lluvia)
	4 puntos cardinales	Con serifa Muy pequeña	Azul Blanco Degradado	Rombo Círculo
	Dirección Trabajo de varios para objetivo común	Sin serifa Muy pequeña	Azul	Corona circular Flecha
	-	Sin serifa Inicial diferente	Azul Gris	G gruesa y en color
	-	Con serifa Recta	Azul	-

ANÁLISIS COMPETENCIA

	Dinamismo Despreocupado	Con serifa Gruesa Redondeada Inclinada	Azul verdoso	-
	Precisión	Sin serifa Fina	Gris Rojo	Puntos simulando una R
	Realimentación Ciclo	Sin serifa Achatada	Rojo Naranja	Flechas en círculo
	Identidad clara	Sin serifa Con forma	Gris	Las letras forman un círculo

Conclusiones

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.

La tipografía por lo general es sin serifa, recta y gruesa para dar peso aunque en algunos se utiliza tipografía con serifa que da sensación de tradición.

La mayoría de las composiciones está realizada con figuras geométricas.

Grupos de investigación de otras universidades

LOGO	VALORES	TIPOGRAFÍA	COLORES	RECURSOS GRÁFICOS
	Humanismo Medio ambiente	Sin serifa Recta	Azul Naranja	Cuerpo humano Mapamundi Óvalo exterior
	Naturalismo	Sin serifa Amable Redondeada	Azul Verde Rojo	Elementos naturales
	Profesionalidad Frescura	Sin serifa Recta	Azul Naranja Verde	Especie de hoja o pétalos
	Seriedad Modernidad Internacional	Sin serifa Mezcla mayúsculas y minúsculas	Gris Naranja	Mapamundi
	Calidez Experiencia	Manuscrita	Granate Gris	Copa Escudo
	Frialdad Tecnología	Recta Sin serifa	Azul	"techo" con semicírculos
	Modernidad Versatilidad	Recta Sin serifa	Gris Verde	Semi-circunferencias que se abrazan Espiral
	Calidez Profesionalidad	Con serifa Clara		Combinación colores Línea

Conclusiones

En cuanto a los colores utilizados podemos apreciar una gran variedad pudiendo destacar ligeramente el color gris que se encuentra en algunos de los logotipos analizados.

Los valores que pretenden transmitir, por lo general, son modernidad y profesionalidad

La tipografía más utilizada es sin serifa y recta que da sensación de modernismo.

La mayoría de las composiciones está realizada con figuras geométricas.

ANÁLISIS COMPETENCIA

Insitutos de Investigación de la Universidad de Zaragoza

LOGO	VALORES	TIPOGRAFÍA	COLORES	RECURSOS GRÁFICOS
	Modernidad Interrelación Combinación	Con serifa Tipo computador	Azul Verde Amarillo Naranja	Cuadros unidos Degradado
		Sin serifa Unida	Azul verdoso	Vaso de laboratorio
	Internacional Importancia	Sin serifa Recta Alta	Azul	Retícula
	Ciencia	Combinación de varias	Azul Granate	Cilindro molecular
	Equilibrio Construcción	Con serifa Alrededor del elemento central	Azul claro Azul oscuro	Escultura de figuras geométricas
	Frescura Naturalidad	Manuscrita	Azul oscuro Verde	Especie de hierbas

Conclusiones

Los logotipos de los Institutos de Investigación de la Universidad de Zaragoza pretenden transmitir ante todo profesionalidad.

Predomina sobre todo el color azul que suele relacionarse con el ámbito científico y tecnológico.

En cuanto a la tipografía, no existen tendencias claras.

Como recursos gráfico, se puede apreciar la recurrencia a símbolos relacionados con el entorno como formas geométricas, líneas y retículas.

LOGO	VALORES	TIPOGRAFÍA	COLORES	RECURSOS GRÁFICOS
	Modernidad Eficiencia Profesionalidad	Sin serifa Simple Recta	Negro	Punto final
	Profesionalidad Tecnología	Sin serifa Recta Simple	Azul Negro	Círculo
	Diseño Modernidad Simplicidad	Sin serifa Fina	Negro	Mezcla negrita y regular
	Estilo Dinamismo Frescura	Sin serifa Mezcla	Negro Blanco Rojo	Mezcla de tipografías
	Electrónica Fluidez	Redondeada Sin serifa	Azul	Modificación de tipografía

Conclusiones

Los logotipos de los estudios de diseño de Zaragoza utilizan una tipografía muy recta y clara lo que da sensación de modernidad y profesionalidad.

La mayoría son simples, no utilizan elementos añadidos al nombre.

El color más utilizado en todos los logotipos es el negro.

ANÁLISIS COMPETENCIA

LOGO	VALORES	TIPOGRAFÍA	COLORES	RECURSOS GRÁFICOS
	Dinamismo	Redondeada Recta	Gris	Floritura en tipografía
	Profesionalidad Simplicidad	Sin serifa Recta Simple	Negro Granate	Mezcla negrita y regular
	Modernidad Claridad	Sin serifa Agresiva	Negro	-
		Sin serifa Redondeada Gruesa	Gris Verde	Círculos
	Unión	Redondeada Sin serifa Fina	Gris Morado	Unión de puntos Líneas, puntos
		Sin serifa Gruesa - fina	Gris Amarillo	Formas geométricas Bloques
		Sin serifa Minúscula	Negro	-
		Redondeada Sin serifa	Amarillo	Línea gruesa y punto
		Sin serifa Recta	Gris Azul	-
		Alta Fina Sin serifa	Rojo oscuro	-

Conclusiones

La mayoría de los estudios de diseño utilizan logotipos para identificarse y comunicarse con sus clientes.

Las tipografías más utilizadas son rectas, sin serifa y limpias.

Los colores más utilizados son gris y negro, combinándose en algún caso con un color suplementario (verde, morado, amarillo...)

CONCLUSIONES

- 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".

CONCLUSIONES

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 logotipo, aunque hay también algunos que optan por el imagotipo. Carecen por completo de logotipos con fondo y logosímbolos que quizá sean más adecuados para otro tipo de aplicaciones.
- 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, hay combinación de tipografías (con serifa, sin serifa, manuscrita, recta...), no existen patrones fijos.
- En cuanto a los grupos de investigación, utilizan tipografías rectas por lo general, aunque depende en gran parte 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 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.
- Lo mismo ocurre con la mayoría de los grupos de investigación. En este caso, los símbolos tienen unas formas más redondeadas aunque basadas en la geometría.

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.

FASE02

PROPUESTAS DE CONCEPTOS

FASE 02

ANÁLISIS DE DOCUMENTACIÓN Y PROPUESTAS DE CONCEPTOS

En esta segunda fase se analizarán las conclusiones obtenidas en la fase anterior y se establecerán unas pautas para, posteriormente, crear unos conceptos que cumplan dichas especificaciones y que además sean innovadores.

Se analizarán uno a uno los diferentes elementos que forman parte de un imago tipo para definir con claridad las pautas a seguir en la fase de creación del imago tipo de GEDiX.

INFLUENCIAS

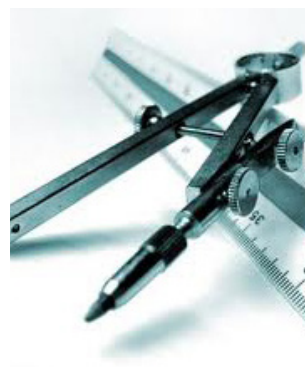
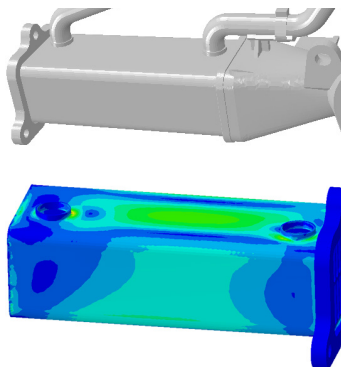
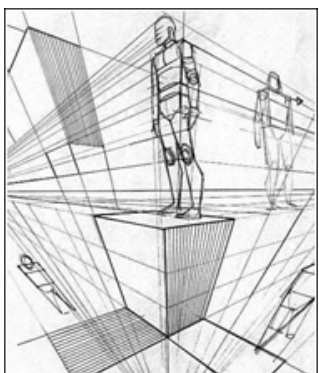
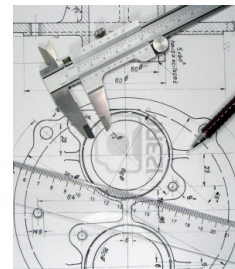
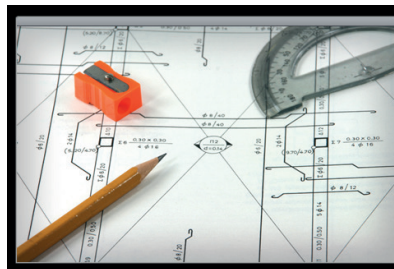
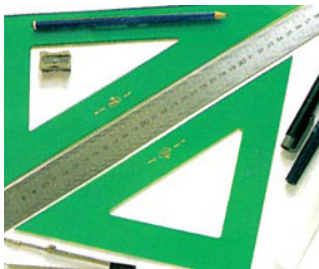


SIMBOLOGÍA

INGENIERÍA

Engranajes, herramientas, planos, rectas, etc. forman la simbología de la ingeniería, concepto que se encuentra muy presente en las actividades desarrolladas por el grupo.

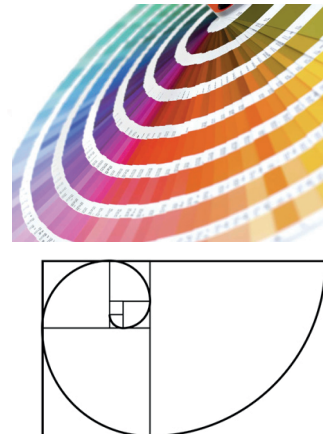
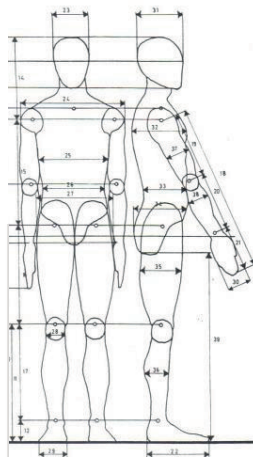
- Mecanismo
- Técnica
- Plano
- Desarrollo
- Funcionamiento
- Herramientas
- Dibujo técnico
- Geometría
- Maquinaria
- Cálculo
- Fabricación
- Precisión



DISEÑO

Ordenador, usuario, dibujo, color, interacción, etc. son cosas que forman parte del mundo del diseño, una de las labores fundamentales de GEDiX.

- Proyecto
- Innovación
- Boceto
- Plan
- Función
- Uso
- Color
- Forma
- Mejora
- Estética
- Concepto
- Croquis
- Creatividad
- Línea
- Punto
- Producto
- Usuario
- Estructura



SIMBOLOGÍA

OPTIMIZACIÓN

Es el principio que persigue GEDiX en todos sus proyectos, la mejora de productos en todas sus fases de diseño, desde su concepción inicial hasta su eliminación.

- Crecimiento
- Progresión
- Prospección
- Pendiente
- Ascensión
- Mejora
- Simplificación



INNOVACIÓN

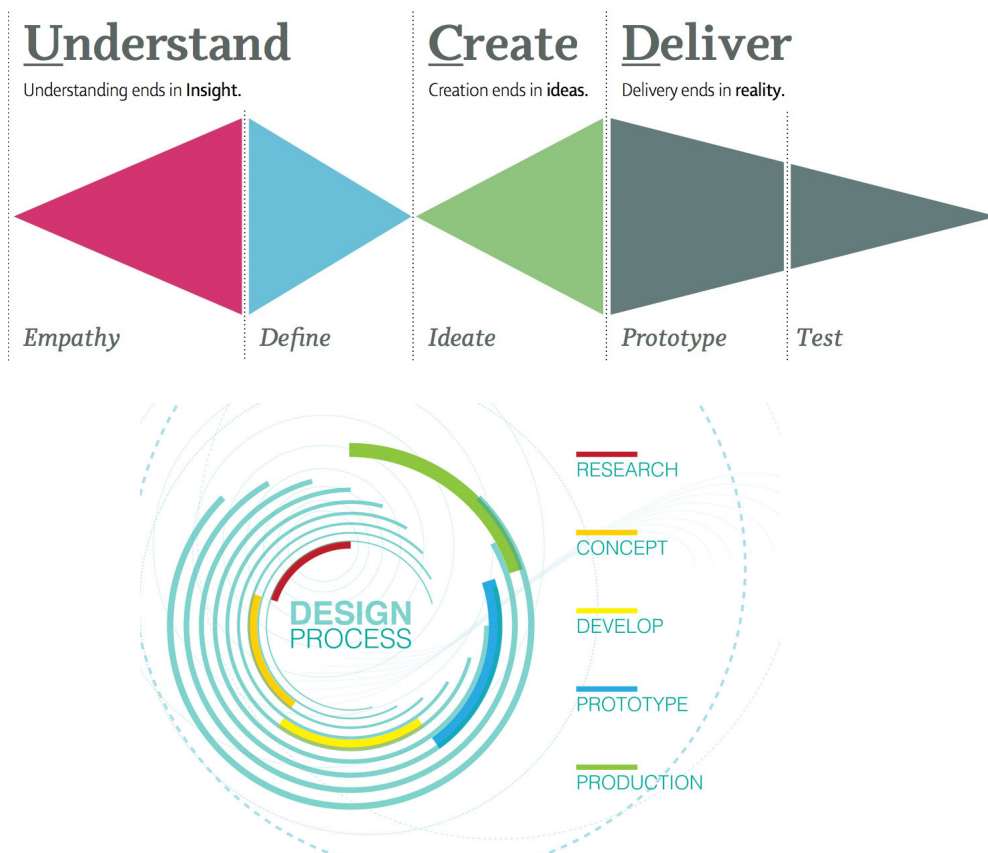
Fundamental en cualquier proyecto que se quiera poner en marcha. Es un principio que se debe tener en cuenta desde la metodología hasta el diseño del producto y que aportará gran valor al resultado final.

- | | |
|-------------------|------------|
| Novedad | Invención |
| Cambio | Mejora |
| Perfeccionamiento | Incremento |
| Revolución | Variación |
| Destacar | Idea |
| Pensamiento | Avance |
| Originalidad | I+D+i |

METODOLOGÍA

Es el proceso de la idea en la que se basa la estructura del grupo GEDiX. Está formado por profesionales de diferentes disciplinas lo que da como resultado productos de mayor calidad.

- Procedimiento
- Sistema
- Táctica
- Manera
- Modo
- Ciclo
- Camino
- Disciplina
- Norma
- Regla
- Fóruma
- Proceso
- Fases
- Análisis
- Conceptos
- Proceso
- Creatividad



SIMBOLOGÍA

Método

- Camino
- Vía
- Medio
- Táctica
- Manera
- Modo

- Sistema
- Disciplina
- Norma
- Regla
- Organización
- Fórmula
- Costumbre

Procedimiento

- Método
- Técnica
- Recurso
- Actuación
- Actividades a seguir
- Conducta

- Trámite
- Fórmula
- Práctica
- Rito
- Esquema
- Funcionamiento

ENTORNO Y APLICACIONES

Cualquier logotipo es diseñado para llegar a la mayor cantidad de gente pero también se debe tener en cuenta el entorno en el que se va a mostrar el logotipo ya que esto puede condicionar su forma, color tipografía y/o composición.

El entorno en el que se va a mostrar el logotipo es un entorno mayoritariamente profesional por lo que se pretenderá transmitir seriedad y profesionalidad.

Los usuarios que estarán en contacto con el logotipo serán, por lo general, profesionales del sector, que tengan una actividad similar a la realizada por el grupo, posibles inversores y/o clientes que soliciten los servicios del grupo.

Además del entorno, hay que tener en cuenta las aplicaciones que tendrá la imagen de marca para determinar algunos aspectos que deba cumplir.

La imagen será plasmada en todo tipo de artículos de papelería (tarjetas de visita, carpetas, sobres, fax tarjetón, etc) y también tendrá que ser aplicable a posibles soportes de merchandising así como aplicaciones gráficas tales como folletos, poster o catálogos.

Otra forma de aplicación de la imagen será en el sitio web del grupo.



ESPECIFICACIONES

Los valores principales que se pretenden comunicar son:

1. Diseño y metodología
2. Optimización
3. Interdisciplinariedad

Tipo marcario

Lo primero de todo es decidir cuál es el tipo marcario (imagotipo, logotipo, símbolo...) que mejor se adapta al cliente. Para ello, se muestra esta tabla que ayuda a tomar esta decisión.

Las "x" de cada casilla muestran en grado en que ese tipo marcario satisface la necesidad en cada caso.

Las líneas marcadas en naranja claro son las necesidades que debe cumplir el futuro diseño y las casillas marcadas en naranja fuerte son las que mejor satisfacen las necesidades especificadas.

Con esto, se ha realizado una suma de totales en la que obtendremos cuál es tipo marcario que más conviene a la hora de diseñar la imagen del cliente.

Los resultados muestran bastante igualdad entre los diferentes tipos marcarios pero destaca ligeramente el logotipo y el logotipo con fondo, con 24 puntos, y el imagotipo, con 23.

Debido a la igualdad de los resultados no se consideran determinantes pero sí orientativos en la realización de los conceptos de imagen.

TIPO MARCARIO	Imagotipo símbolo + logotipo	Logotipo	Logotipo con fondo	Logosímbolo símbolo + logotipo (unidad)	Símbolo
Ejemplos					
Nombre corto		xx	xx	xx	
Nombre largo	xxx				x
Calidad nombre +		xxx	xx	xx	
Calidad nombre -	xxx				x
Arquitectura simple		xxx	xxx	xx	x
Arquitectura compleja	xxx				
Lenguaje del sector, predominio	xxx	xxx	xx	xxx	xxx
Lectura larga distancia		xx	xxx		xxx
Lectura corta distancia	xxx	xxx	xxx	xx	xxx
Refuerzo cromático	xx	xx	xxx		x
Sin refuerzo cromático	xx	xx		x	x
Muchos soportes distintos		xxx	xxx	xx	xxx
Pocos soportes distintos	xxx	xxx	xx	xx	xxx
Aplicación sobre fondos			xxx	xx	xx
Poca aplicación sobre fondos	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Soporte principal	xxx	xx	xxx	xxx	xx
Necesita el símbolo autonomía					xxx
Necesita el logo autonomía	xxx				
Símbolo como recurso gráfico	xxx				xxx
Otros recursos gráficos		xxx		xx	
TOTAL	23	24	24	19	20

ESPECIFICACIONES

Nombre

Los grupos de investigación, al igual que los institutos de investigación, por lo general tienen su nombre compuesto por siglas que forman palabras. El hecho de que el conjunto de siglas sea fácilmente legible es un punto a tener en cuenta.

En el caso que nos ocupa, GEDiX tiene un nombre fácil de leer y recordar.

Se conservará el nombre del grupo (GEDiX) y la forma de escribirlo, es decir, se conservarán las letras mayúsculas y la "i" minúscula, que se relaciona con la innovación de las siglas "I + D + i".

Tipografía

Se buscará una tipografía sin serifa y de formas geométricas para dar impresión de profesionalidad y modernismo.

Para reflejar la optimización en los productos que el grupo diseña, se elegirá una tipografía que dé sensación de bloque.

Criterios para elegir la tipografía:

- Sin serifa
- Recta
- Limpia
- Gruesa
- Bloque
- Geométrica

Posibles tipografías

GEDiX	Helvética LT Std	GEDiX	London Between
GEDIX	Bebas neue	GEDiX	Acens
GEDiX	Harabara	GEDiX	Homizio
GEDIX	Rodondo	GEDiX	Fontastique
GEDiX	Boris Black Bloxx	GEDiX	Criticized
QEDiX	Amerika Sans	GEDiX	Emmanuelle

GEDiX	Dorado Headline	GEDiX	Days One
GEDiX	Sintony	GEDiX	Doppio One
GEDiX	Signika Negative	GEDiX	Carrois gothic
GEDiX	Orienta	GEDiX	Fresca
GEDiX	Roboto Condensed	GEDiX	Metrophobic
GEDiX	Dosis	GEDiX	Actor
GEDiX	Source Sans Pro	GEDiX	Istok Web
GEDiX	Francois One	GEDiX	Droid Sans
GEDiX	Nova Round	GEDiX	Average Sans
GEDiX	Jockey One	GEDiX	Chau Philomene One
GEDiX	Ropa Sans	GEDiX	Varela One
GEDiX	Basic	GEDiX	Allerta
GEDiX	Shanti	GEDiX	Droid Sans
GEDiX	Asap	GEDiX	Lato
GEDiX	Meriweather	GEDiX	Titilium web
GEDiX	Montserrat		

ESPECIFICACIONES

Símbolo

El símbolo será el encargado de transmitir la combinación de disciplinas que da lugar a productos de mayor calidad.

El grupo se estructura en 4 bloques que podrían utilizarse, representados mediante formas geométricas.

En alguno de los conceptos se podrá utilizar como "símbolo" la letra X del grupo para representar las ideas que se pretenden.

Color

Se han elegido el gris y el amarillo oscuro como colores para representar al grupo.

El color amarillo se ha utilizado en numerosas ocasiones para representar temas relacionados con el diseño

El gris está relacionado con el tema más ingenieril y da sensación de profesionalidad.

Estilo

Se buscará un estilo moderno e innovador que destaque el carácter del grupo orientado al diseño.

Composición

En cuanto a la composición, se intentará dar sensación de bloque para representar la optimización, valor fundamental en GEDiX.

	1 Tipo marcarlo	2 Nombre	3 Tipografía	4 Símbolo	5 Color	6 Estilo	7 Composición
INNOVACIÓN		"i" GEDiX					
MODERNIDAD / DISEÑO			Sin serifa Geométrica Fina		Amarillo Naranja		
METODOLOGÍA				Partes (fases) diferenciadas Aspas de la X Número 4			
PROFESIONALIDAD	Imagotipo				Gris	x	Bloque Recta

CONCEPTOS

CONCEPTO 1

Se basará en la estructura del grupo reflejando las 4 líneas de actuación y cómo la relación entre ellas da como resultado productos y procesos de mayor calidad.

Las 4 líneas de actuación se representan de forma geométrica y están relacionadas (superpuestas, unidas mediante algún elemento...).

PALABRAS RELACIONADAS

Estructura

Líneas de actuación

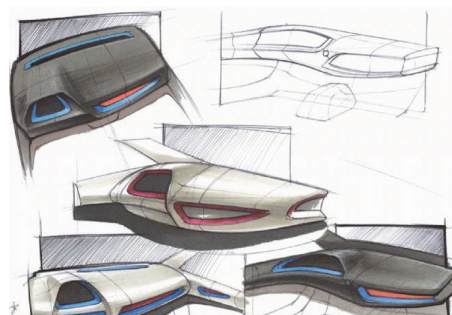
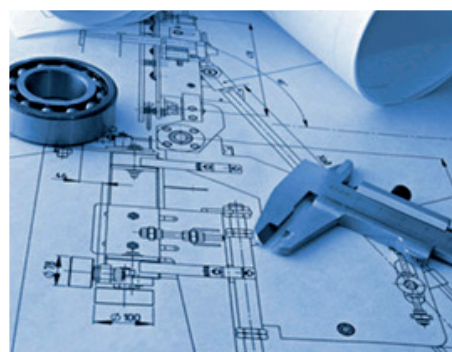
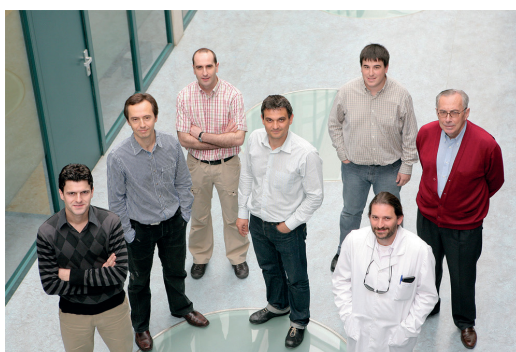
Relación

Ingeniería

Innovación

Diseño

Optimización



Diseño propuesto



Tipo marcarío

Se trata de un imagotipo, compuesto por un símbolo y un logotipo.

Nombre

El nombre está compuesto por las siglas del grupo GEDiX.

Las letras serán en el gris corporativo destacando la “i” de “innovación” ya que es un punto clave en la metodología utilizada por el grupo para la realización de los proyectos.

Tipografía

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

Símbolo

El símbolo está formado por 4 paralelogramos unidos, que representan las 4 líneas de actuación.

La unión de los 4 bloques forma una especie de X que se relaciona con la labor que desarrolla el grupo, basada en el “Design for X”.

CONCEPTO 1

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 ligeramente centrados horizontalmente.

En las variaciones que se muestran a continuación se presenta el símbolo con diferentes tipografías que podrían ser contempladas en el desarrollo de la imagen corporativa más adelante.

Variaciones

Las variaciones se aprecian en la tipografía, ya que el símbolo se conserva en todas ellas.



(Tipografía: Dosis)



(Tipografía: Varela Round)



(Tipografía: Bebas Neue)

CONCEPTO 2

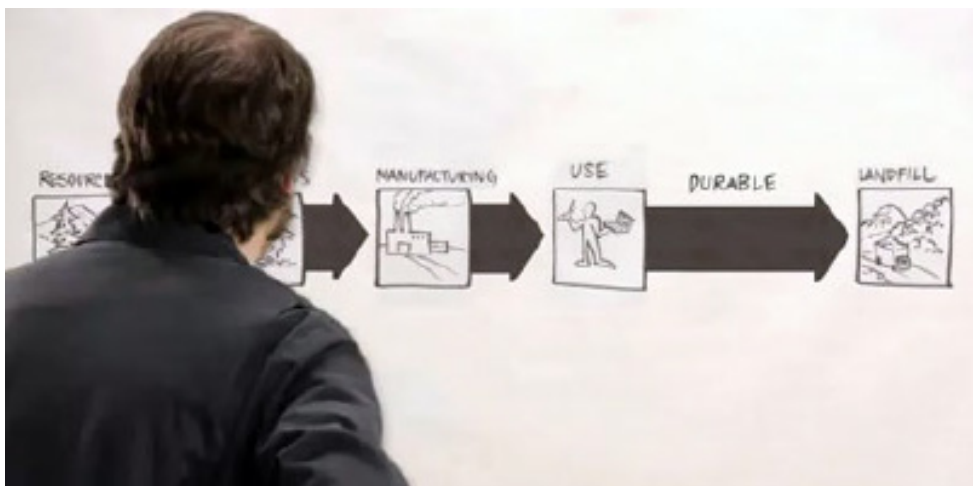
Se basará reflejar que el grupo trabaja utilizando la estrategia global de "X-bilidad" o "Design for X".

Juega con la letra X del nombre del grupo dándole más importancia que al resto de letras.

PALABRAS RELACIONADAS

Design for X
X-bilidad

Ingeniería
Innovación
Diseño
Optimización



Diseño propuesto



Tipo marcario

Se trata de un logotipo, compuesto por un símbolo y un logotipo inseparables.

Nombre

El nombre está compuesto por las siglas del grupo GEDiX. Las 4 primeras letras serán en el gris corporativo destacando la X que será parte del símbolo de la imagen corporativa.

Tipografía

La tipografía utilizada en el nombre principal será "Varela Round". Se ha escogido esta tipografía por su claridad y limpieza y porque además tiene un toque de diseño innovador por las curvaturas de los vértices.

Símbolo

El símbolo está compuesto por la letra X de la palabra GEDiX. Se utilizan las aspas de la X como 4 bloques que se unen en el centro; de esta forma volvemos al concepto anterior con la idea de bloques geométricos que se identifican con las 4 líneas de actuación del grupo y se unen en un punto que representa la unión de las vertientes y la optimización de productos.

CONCEPTO 2

Color

El texto aparecerá en el gris corporativo y, en este caso, la letra destacada será la que compone el símbolo, que irá en los colores corporativos.

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 un poco más innovadora que la anterior.

El texto se encuentra alineado a la izquierda y el símbolo se sitúa a continuación para que la legibilidad de la palabra sea posible.

En alguna de las variaciones que se muestran a continuación se pueden observar algunas modificaciones en cuanto a la tipografía que podrían ser contempladas en el desarrollo de la imagen corporativa más adelante.

Variaciones

Las variaciones se aprecian en la tipografía, ya que el símbolo se conserva en todas ellas.

The logo consists of the word "GEDiX" in a sans-serif typeface. The letters "G", "E", "D", and "i" are rendered in a dark grey color, while the "X" is rendered in a bright orange color. The "i" has a small dot above it.

(Tipografía: Dosis)

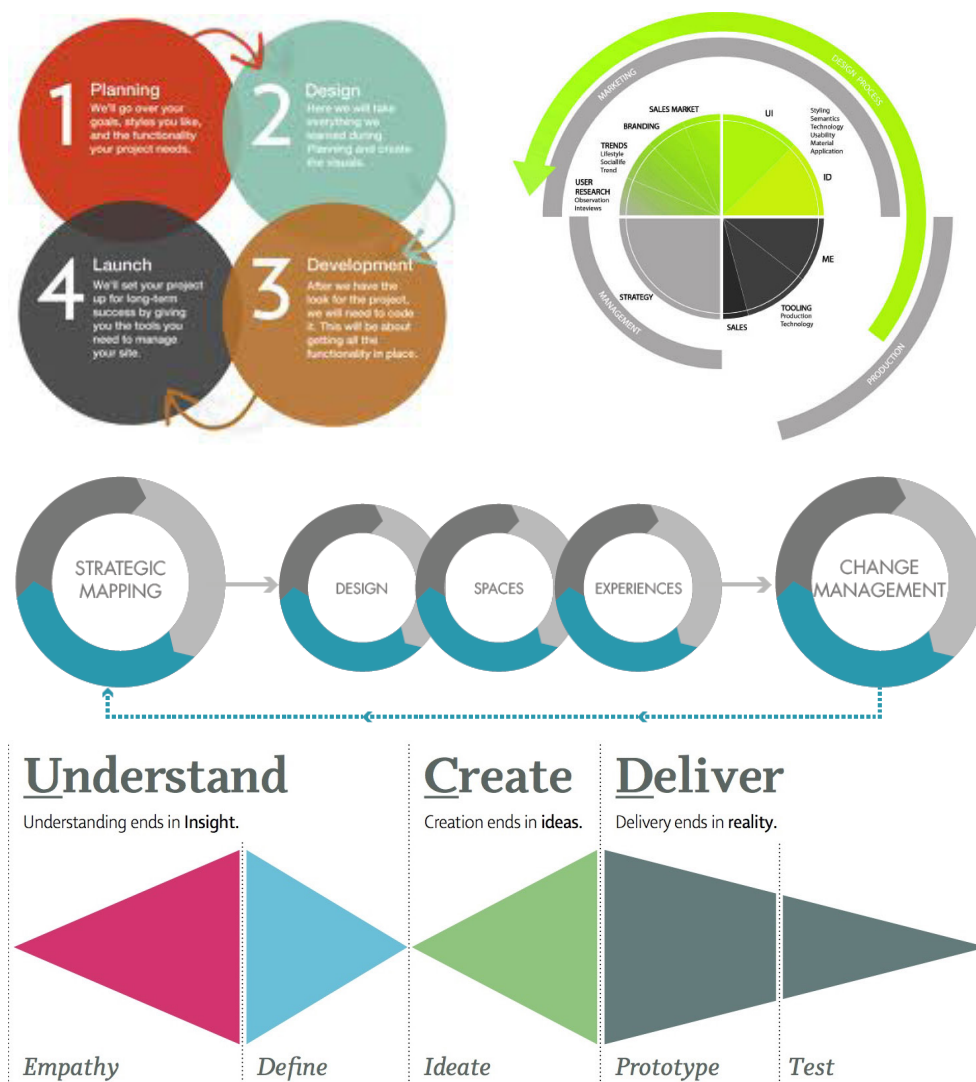
CONCEPTO 3

El concepto 3 se basa en la metodología de diseño.
Trata de reproducir las fases del proceso de diseño (Plan, Do, Check, Act).
Existen ya varias metodologías de diseño que se representan mediante esquemas. El concepto 3 se inspira en estas reproducciones.

PALABRAS RELACIONADAS

Metodología
Etapas
Proyecto

Disciplina
Innovación
Diseño
Optimización



Diseño propuesto



Tipo marcario

Se trata de un logotipo, compuesto por un símbolo y un logotipo inseparables.

Nombre

El nombre está compuesto por las siglas del grupo GEDiX.

Tipografía

La tipografía utilizada en el nombre principal será "Roboto Condensed". Se ha escogido esta tipografía por su claridad y limpieza y porque además tiene un toque de diseño innovador por las curvaturas de los vértices.

Símbolo

El símbolo representa la gráfica del proceso de metodología de diseño expresando así el campo de actuación de GEDiX que realiza estudios en todos los procesos del ciclo de vida de los productos.

En alguna de las variaciones aparecen señaladas las 4 fases del proceso de diseño: Plan, Do, Check, Act.

CONCEPTO 3

Color

El texto aparecerá en el gris corporativo y el símbolo destacará en color amarillo corporativo.

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 básica en la que el símbolo se sitúa a la izquierda del logotipo, centrados horizontalmente.

En alguna de las variaciones que se muestran a continuación se pueden observar algunas modificaciones en cuanto al símbolo y la composición que podrían ser contempladas en el desarrollo de la imagen corporativa más adelante.

Variaciones

Las variaciones se aprecian en los símbolos ya que se mantiene igual el resto del imagotipo.

En alguno de los casos se ha experimentado también con la composición. Se presentan todas las variaciones con la misma tipografía (Roboto Condensed) pero igualmente podrían aplicarse las tipografías presentadas en los conceptos anteriores.



SELECCIÓN DE CONCEPTOS

De las tres alternativas presentadas, se desecha, en primer lugar, el concepto 2 ya que se considera que puede haber problemas de legibilidad.

De la alternativa 1 se considera que el símbolo encaja con los valores de GEDiX pero se plantearán diferentes tipografías para seleccionar la más adecuada.

De la alternativa 3, se selecciona el símbolo y se plantearán diferentes tipografías para seleccionar la óptima.

Variaciones concepto 1



(Tipografía: Asap bold)



(Tipografía: Montserrat bold)



(Tipografía: Roboto bold)



(Tipografía: Myriad Pro bold)

Variaciones concepto 3



(Tipografía: Asap bold)



(Tipografía: Montserrat bold)



(Tipografía: Roboto bold)



(Tipografía: Myriad Pro bold)

CONCEPTO ELEGIDO

Finalmente, el concepto elegido es el 1, cuyo logotipo representa las líneas de actuación del grupo mediante bloques geométricos.

La tipografía elegida es Montserrat Bold ya que tiene formas geométricas pero redondeadas lo que le aporta modernidad.



A continuación, se llevará a cabo el desarrollo del concepto elegido, su construcción y aplicaciones.

FASE03

DESARROLLO DE CONCEPTO

DESARROLLO DEL CONCEPTO



El concepto elegido necesita de algunas modificaciones para adaptarse completamente a la personalidad y los valores de GEDiX. Además, se establecerán las bases de construcción y normas de representación del imagotipo.

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.



DESARROLLO DEL CONCEPTO

TIPO MARCARIO

Se trata de un imagotipo, compuesto por un símbolo y un logotipo.

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.

Se ha elegido un color gris que se complementa con los colores elegidos para el símbolo y que proyecta un aspecto más serio, mas relacionado con la ingeniería.

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

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 ,./¿?i!

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.

En cuanto a los colores, se han elegido dos tonalidades que se han utilizado en numerosas ocasiones para representar temas relacionados con el diseño. Destacan por su visibilidad y porque permiten jugar entre sí pero sin destacar siempre uno sobre otro, ya que son diferentes pero complementarios, y no desdican el uno del otro.



DESARROLLO DEL CONCEPTO

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 02: Manual de Imagen Corporativa; 1.03.04. Colores corporativos.*



PANTONE 1595 C



PANTONE 1675 C



PANTONE Cool
Gray 11C

ALTERNATIVAS PAPELERÍA

Una vez definido el concepto, se procede a diseñar las aplicaciones. En este caso, se diseñarán aplicaciones tanto de papelería como de merchandising, folletos y soportes para feria (stand).

En todas las aplicaciones aparecerá el imagotipo, en cualquiera de sus versiones definidas en el *Anexo 02: Manual de Imagen corporativa*. Además, constarán de un identificador auxiliar que ayudará a identificar al grupo y a transmitir sus valores.

Se proponen tres alternativas diferentes que se mostrarán a través de un ejemplo de diseño de:

- Papel de carta con membrete A4
- Sobre (parte delantera y trasera)
- Tarjeta de visita (delantera y trasera)

Con estos ejemplos de aplicación se visualiza el estilo que tomará la imagen de GEDiX y se seleccionará una de ellas, a partir de la cual se diseñarán el resto de aplicaciones.

ALTERNATIVA PAPELERÍA 1

La alternativa 1 presenta en todas sus aplicaciones el imagotipo en formato horizontal en diferentes versiones.

Además, propone la aplicación de un elemento identificador auxiliar que ayuda a reforzar el mensaje que GEDiX pretende transmitir.

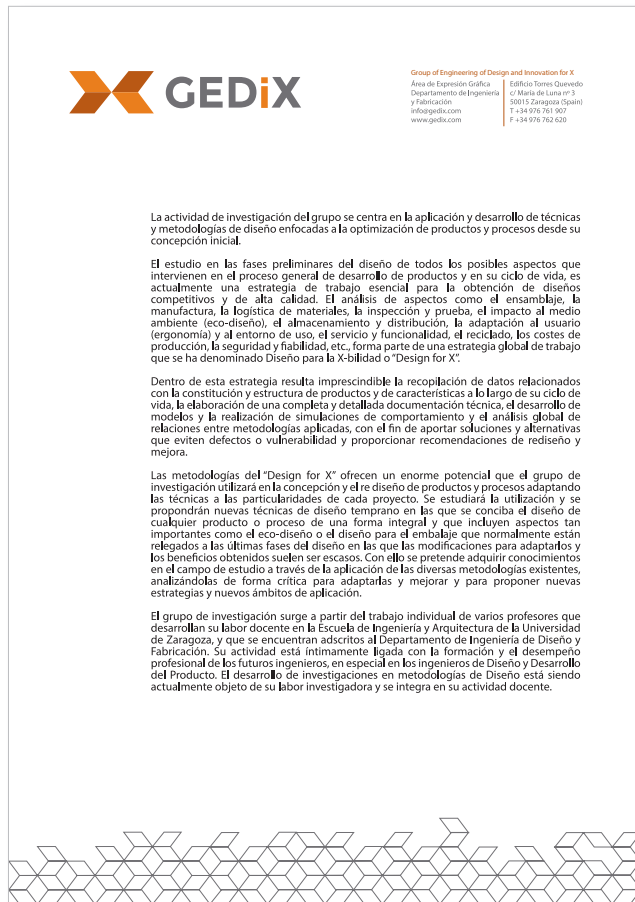
Se trata de un identificador construido a partir del símbolo del imagotipo principal. Se presenta una textura formada por el símbolo, que crea una simulación de bloques en 3 dimensiones, vistos en perspectiva.

Se presenta en dos versiones que se combinan para aplicarse a los distintos soportes de papelería.

En una de las versiones el símbolo es representado únicamente por su contorno de línea fina y de color PANTONE Cool Gray 11 C sobre fondo blanco.

En la segunda versión, se presenta con contorno de línea fina de color PANTONE 1675 C sobre fondo de color PANTONE 1595 C.

Este identificador ayuda a relacionar el grupo con la parte más ingenieril y profesional, sin dejar de lado el aspecto del diseño por su semejanza con el dibujo técnico, la expresión gráfica, la reproducción de planos, etc.



ALTERNATIVA PAPELERÍA 1





ALTERNATIVA PAPELERÍA 2

La alternativa 2 presenta en todas sus aplicaciones el imagotipo en formato horizontal en diferentes versiones.

Además, propone la aplicación de un elemento identificador auxiliar que ayuda a reforzar el mensaje que GEDiX pretende transmitir.

En este caso se trata de un identificador más dinámico.

Crea movimiento con los paralelogramos que forman el símbolo de GEDiX, colocándolos en diferentes posiciones.

Se conservan los colores del símbolo principal y se crea una sensación de movimiento que se relaciona con la parte más creativa del grupo.

Se presenta en colores corporativos (PANTONE 1595C y PANTONE 1675C) creando un movimiento ascendente vertical que se coloca en los márgenes de las aplicaciones de papelería.

Este identificador ayuda a relacionar el grupo con la parte más creativa, la parte del diseño y la metodología apostando también por la ingeniería, gracias a sus formas geométricas.



Group of Engineering of Design and Innovation for X
 Área de Expresión Gráfica
 Departamento de Ingeniería
 y Fabricación
 info@gedix.com
 www.gedix.com

Edificio Torres Quevedo
 c/ María de Luna nº 3
 50015 Zaragoza (Spain)
 T +34 976 761 907
 F +34 976 762 620



Ramón Miralés Bull

Área de Expresión Gráfica
 Departamento de Ingeniería
 y Fabricación
 info@gedix.com
 www.gedix.com

Edificio Torres Quevedo
 María de Luna nº 3
 50015 Zaragoza (Spain)
 T. +34 976 761 907
 F. +34 976 762 620

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 estudio en las fases preliminares del diseño de todos los posibles aspectos que intervienen en el proceso general de desarrollo de productos y en su ciclo de vida, es actualmente una estrategia de trabajo esencial para la obtención de diseños competitivos y de alta calidad. El análisis de aspectos como el ensamblaje, la manufactura, la logística de materiales, la inspección y prueba, el impacto al medio ambiente (eco-diseño), el almacenamiento y distribución, la adaptación al usuario (ergonomía) y al entorno de uso, el servicio y funcionalidad, el reciclado, los costes de producción, la seguridad y fiabilidad, etc., forma parte de una estrategia global de trabajo que se ha denominado Diseño para la X-bilidad o "Design for X".

Dentro de esta estrategia resulta imprescindible la recopilación de datos relacionados con la constitución y estructura de productos y de características a lo largo de su ciclo de vida, la elaboración de una completa y detallada documentación técnica, el desarrollo de modelos y la realización de simulaciones de comportamiento y el análisis global de relaciones entre metodologías aplicadas, con el fin de aportar soluciones y alternativas que eviten defectos o vulnerabilidad y proporcionar recomendaciones de rediseño y mejora.

Las metodologías del "Design for X" ofrecen un enorme potencial que el grupo de investigación utilizará en la concepción y el rediseño de productos y procesos adaptando las técnicas a las particularidades de cada proyecto. Se estudiará la utilización y se propondrán nuevas técnicas de diseño temprano en las que se conciba el diseño de cualquier producto o proceso de una forma integral y que incluyan aspectos tan importantes como el eco-diseño o el diseño para el embalaje que normalmente están relegados a las últimas fases del diseño en las que las modificaciones para adaptarlos y los beneficios obtenidos suelen ser escasos. Con ello se pretende adquirir conocimientos en el campo de estudio a través de la aplicación de las diversas metodologías existentes, analizándolas de forma crítica para adaptarlas y mejorar y para proponer nuevas estrategias y nuevos ámbitos de aplicación.

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. Su actividad está íntimamente ligada con la formación y el desempeño profesional de los futuros ingenieros, en especial en los ingenieros de Diseño y Desarrollo del Producto. El desarrollo de investigaciones en metodologías de Diseño está siendo actualmente objeto de su labor investigadora y se integra en su actividad docente.



Group of Engineering of Design and Innovation for X
 Área de Expresión Gráfica
 Dpto. Ingeniería y Fabricación
 Edificio Torres Quevedo
 María de Luna nº3
 50015 Zaragoza (Spain)

ALTERNATIVA PAPELERÍA 2





ALTERNATIVA PAPELERÍA 3

La alternativa 3 presenta en todas sus aplicaciones el imago tipo en formato horizontal en diferentes versiones.

Además, propone la aplicación de un elemento identificador auxiliar que ayuda a reforzar el mensaje que GEDiX pretende transmitir.

En este caso se trata de un identificador más institucional.

El identificador consiste en uno de los paralelogramos que forman el símbolo. Éste se aplica en diferentes posiciones de la papelería reforzando al imago tipo.

Ofrece una imagen más institucional del grupo y refuerza la profesionalidad y la seriedad.

El identificador se presenta en el color corporativo (PANTONE 1595C) y se representa a diferentes escalas según la aplicación.

Este identificador ayuda a dar seriedad y profesional al grupo, reforzando su labor como institución dedicada a la investigación.



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 estudio en las fases preliminares del diseño de todos los posibles aspectos que intervienen en el proceso general de desarrollo de productos y en su ciclo de vida, es actualmente una estrategia de trabajo esencial para la obtención de diseños competitivos y de alta calidad. El análisis de aspectos como el ensamblaje, la manufactura, la logística de materiales, la inspección y prueba, el impacto al medio ambiente (eco-diseño), el almacenamiento y distribución, la adaptación al usuario (ergonomía) y al entorno de uso, el servicio y funcionalidad, el reciclado, los costes de producción, la seguridad y fiabilidad, etc., forma parte de una estrategia global de trabajo que se ha denominado Diseño para la X-bilidad o "Design for X".

Dentro de esta estrategia resulta imprescindible la recopilación de datos relacionados con la constitución y estructura de productos y de características a lo largo de su ciclo de vida, la elaboración de una completa y detallada documentación técnica, el desarrollo de modelos y la realización de simulaciones de comportamiento y el análisis global de relaciones entre metodologías aplicadas, con el fin de aportar soluciones y alternativas que eviten defectos o vulnerabilidad y proporcionar recomendaciones de rediseño y mejora.

Las metodologías del "Design for X" ofrecen un enorme potencial que el grupo de investigación utilizará en la concepción y el rediseño de productos y procesos adaptando las técnicas a las particularidades de cada proyecto. Se estudiará la utilización y se propondrán nuevas técnicas de diseño temprano en las que se conciba el diseño de cualquier producto o proceso de una forma integral y que incluyan aspectos tan importantes como el eco-diseño o el diseño para el embalaje que normalmente están relegados a las últimas fases del diseño en las que las modificaciones para adaptarlos y los beneficios obtenidos suelen ser escasos. Con ello se pretende adquirir conocimientos en el campo de estudio a través de la aplicación de las diversas metodologías existentes, analizándolas de forma crítica para adaptarlas y mejorar y para proponer nuevas estrategias y nuevos ámbitos de aplicación.

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. Su actividad está íntimamente ligada con la formación y el desempeño profesional de los futuros ingenieros, en especial en los ingenieros de Diseño y Desarrollo del Producto. El desarrollo de investigaciones en metodologías de Diseño está siendo actualmente objeto de su labor investigadora y se integra en su actividad docente.

Group of Engineering of Design and Innovation for X
Área de Expresión Gráfica
Dpto. Ingeniería y Fabricación.
info@gedix.com
www.gedix.com

Edificio Torres Quevedo
María de Luna nº3. 50015 Zaragoza (Spain)
T. +34 976 761 907 F. +34 976 762 620



Ramón Miralbés Bull

Área de Expresión Gráfica
Departamento de Ingeniería
y Fabricación
info@gedix.com
www.gedix.com

Edificio Torres Quevedo
María de Luna nº3
50015 Zaragoza (Spain)
T. +34 976 761 907
F. +34 976 762 620



Group of Engineering of Design and Innovation for X

Área de Expresión Gráfica
Dpto. Ingeniería y Fabricación
Edificio Torres Quevedo
María de Luna nº3
50015 Zaragoza (Spain)

ALTERNATIVA PAPELERÍA 3





PAPELERÍA SELECCIONADA

La alternativa elegida es la alternativa 1.

El grupo GEDiX es un grupo de investigación que aúna diferentes disciplinas tanto del ámbito de la ingeniería como del diseño.

Se considera que la composición del identificador auxiliar representa muy bien esta fusión y refleja muy bien la actividad del grupo.

Una vez seleccionada la alternativa, se diseñarán el resto de aplicaciones, tanto de papelería como de merchandising siguiendo los criterios del concepto elegido.



IDENTIFICADOR AUXILIAR

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

Es una repetición del símbolo (parte del imagotipo 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.

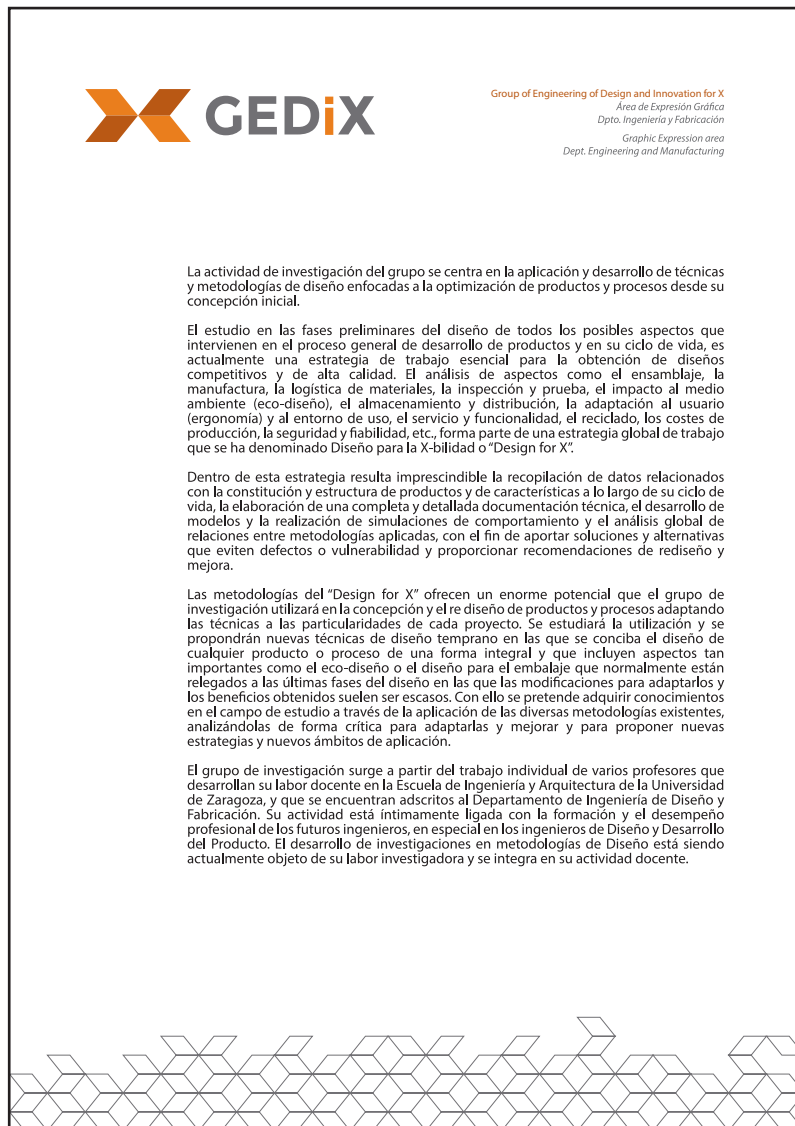
Se ha utilizado el color gris corporativo (Pantone Cool Gray 11C) que representa mejor los valores técnicos que se pretenden.



IDENTIFICADOR AUXILIAR

Se recomienda que el símbolo auxiliar para GEDiX aparezca siempre en el inferior de la aplicación sobre la que se vaya a emplear, ocupando toda la superficie, sin márgenes.

No obstante, al tratarse de un símbolo creado como apoyo estético puede aparecer (dependiendo del carácter de la aplicación) varias veces superpuesto, o incompleto, por ejemplo.



FASE04

APLICACIONES

PAPELERÍA

Se diseñarán una serie de aplicaciones de papelería para la imagen de GEDiX.

La papelería que se diseñará cumplirá con las normas establecidas en el *Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa*.

Se diseñarán las siguientes aplicaciones de papelería:

- Papel de carta con membrete A4 (artes finales y archivo digital)
- Papel A4 (artes finales y archivo digital)
- Sobre americano sin ventana/autoadhesivo (artes finales y archivo digital)
- Tarjeta de visita en castellano e inglés (artes finales y archivo digital)
- Carpeta de documentos sin solapa interior (artes finales y archivo digital)
- Carpeta de documentos con solapa interior (artes finales y archivo digital)
- Carátula de CD (disco, protada + interior y contraportada) (plantilla en archivo digital)
- Sobre A4 (artes finales y archivo digital)
- Tarjetón (artes finales y archivo digital)
- Fax (plantilla Word)
- Plantillas de Power Point (portada, portadilla, diapositiva y retículas) (plantilla en archivo digital)
- Plantilla dossier proyectos (plantilla Word)
- Etiqueta archivador (artes finales y archivo digital)

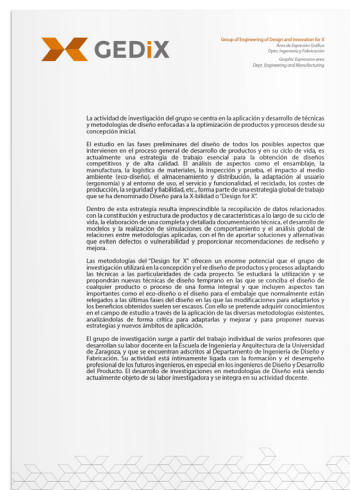
Papel carta con membrete A4



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.



PAPELERÍA

Papel A4



El papel A4 tendrá un tamaño DIN A4 (210x297 mm).
Llevará el logotipo de GEDiX en el margen superior izquierdo .

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



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.



PAPELERÍA

Tarjeta de visita

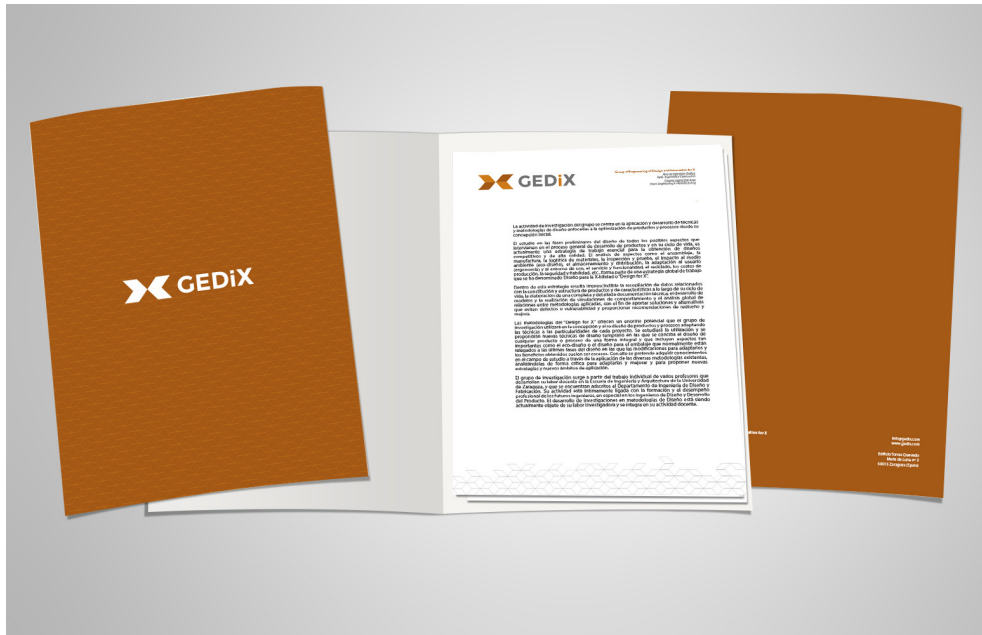


La tarjeta de visita tendrá unas dimensiones de 86x54 mm.
En la parte delantera aparecerá el logotipo de GEDiX y los datos del grupo en castellano e inglés tal como aparecen en la imagen.

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



Carpeta de documentos 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 imago tipo 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.



PAPELERÍA

Carpeta de documentos con 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 imagotipo 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.



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.



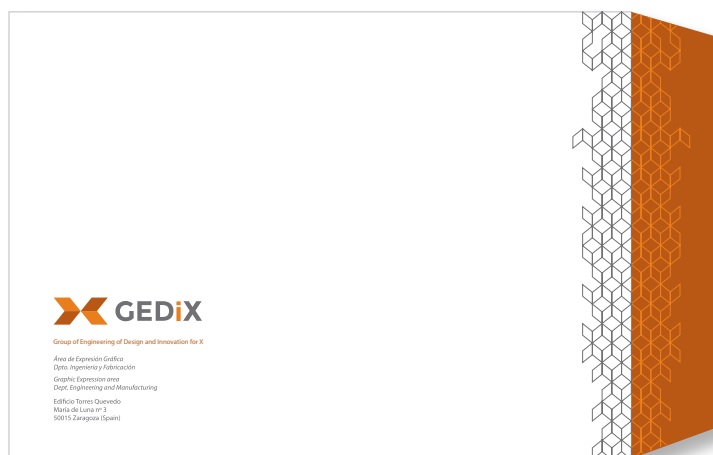
PAPELERÍA

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).



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.



PAPELERÍA


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 ya que así lo exige su función.

Se presenta en una plantilla de Word para ser cumplimentada.



FAX

Asunto: [Asunto] CC: [Nombres] Fecha: [Fecha] Páginas: [Número de páginas]	
Para: [Nombre] Número de teléfono: [Teléfono] Número de fax: [Fax]	De: [Nombre] Número de teléfono: [Teléfono] Número de fax: [Fax]

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.

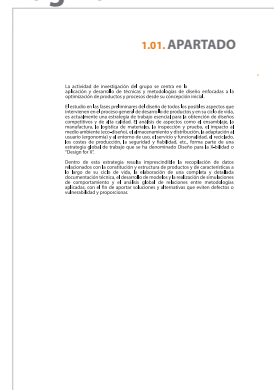
Las páginas carecen de elementos de diseño para dar protagonismo al contenido. Se relacionan con la imagen del grupo gracias al diseño del título, en los colores corporativos.

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

Portada



Página



Contraportada



PAPELERÍA

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.

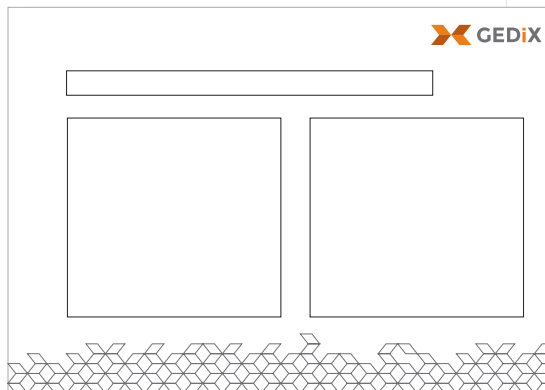
Portada



Portadilla



Retícula



Diseño para la fabricación

Facilitar el desarrollo de producto, asegurando la viabilidad técnica y económica de los procesos productivos.

- Materiales
- Procesos de fabricación
- Análisis de ensamblajes
- Montaje y desmontaje
- Análisis de costes
- Almacenaje y cadena de distribución
- Embalaje...



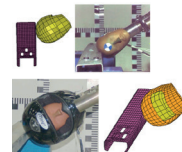
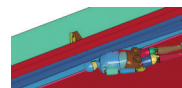
SMART RSS (VII Programa MARCO CEE)

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



PAPELERÍA

Identificador archivador



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 imagotipo 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.



MERCHANDISING

Se diseñarán una serie de aplicaciones de merchandising para la imagen de GEDiX.

Las aplicaciones de merchandising que se diseñará cumplirá con las normas establecidas en el Anexo 02. Manual de Imagen Corporativa.

Se diseñarán las siguientes aplicaciones de merchandising:

- Bolígrafo (artes finales)
- Lapicero (artes finales)
- Block de notas (artes finales)
- Memoria USB (artes finales)
- Camiseta (artes finales)
- Polo (artes finales)
- Bolsa de plástico con asas (artes finales)

MERCHANDISING

Bolígrafo



Lapicero

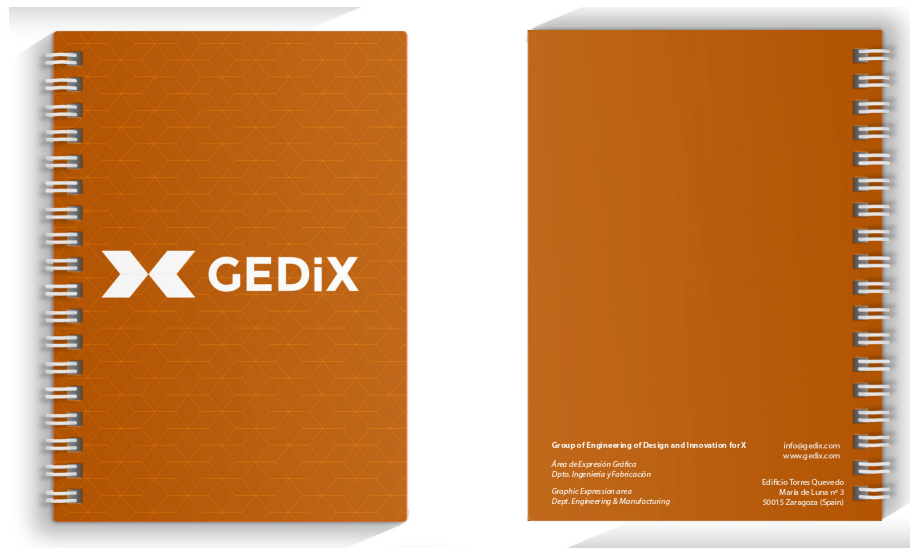


El lapicero se presenta en dos colores diferentes.

En el caso de que el lapicero sea blanco, llevará el imago tipo en sus colores corporativos en la parte superior y el identificador auxiliar en la parte inferior.

En el caso de que el lapicero sea en PANTONE 1675 C, el imago tipo aparecerá en color blanco en la parte superior y el identificador en la parte inferior.

Block de notas



El block de notas será como muestra en la imagen, con la tapas en PANTONE 1675 C en combinación con el identificar auxiliar.
El logotipo aparecerá en blanco y centrado en la tapa delantera.
En la tapa trasera aparecerán los datos generales del grupo.

Memoria USB



El bolígrafo será de color blanco y llevará el imagotipo en sus colores corporativos en la parte superior.

En la parte inferior aparecerá el identificador auxiliar en color gris corporativo.

MERCHANDISING

Camiseta



La camiseta corporativa será de color blanco y llevará el imagotipo en los colores corporativos en la parte delantera centrado a la altura del pecho.

En la parte inferior aparecerá el identificador auxiliar en color gris corporativo.

Polo



El polo corporativo será de color blanco y llevará el imagotipo en los colores corporativos en la parte delantera en el lado izquierdo a la altura del pecho.

En la parte inferior aparecerá el identificador auxiliar en color gris corporativo tanto en la parte delantera como en la trasera.

Bolsa de plástico



La bolsa corporativa será de color blanco con las asas de tipo lazo en el PANTONE 1595 C y llevará el imagotipo en los colores corporativos centrado en ambos lados de la bolsa.

En la parte inferior aparecerá el identificador auxiliar en color gris corporativo tanto en la parte delantera como en la trasera.



APLICACIONES DE COMUNICACIÓN

Además del diseño de aplicaciones para papelería y merchandising, se diseñarán soportes que ayuden a comunicar la labor que realiza GEDiX.

Las artes finales de estas aplicaciones se encontrarán en el *Anexo 02. Manual de Imagen Corporativa*

Para ello, se diseñarán:

- Catálogo
- Folleto
- Poster
- Soporte para stand ferial

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.





Algunos ejemplos de las páginas que forman el catálogo.



EL GRUPO

GEDiX 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.

Su actividad está intrínsecamente ligada con la formación y el desempeño profesional de los futuros ingenieros, en especial en los ingenieros de Diseño y Desarrollo del Producto.

El desarrollo de investigaciones en metodologías de Diseño está siendo actualmente objeto de su labor investigadora y se integra en su actividad docente.



Objetivos

El estudio en las fases preliminares del diseño de todos los posibles aspectos que intervienen en el proceso general de desarrollo de productos y en su ciclo de vida, es actualmente una estrategia de trabajo esencial para la obtención de diseños competitivos y de alta calidad.

El análisis de aspectos como el ensamblaje, la manufactura, la logística de materiales, la inspección y prueba, el impacto en el medio ambiente (eco-diseño), el almacenamiento y distribución, la adaptación al usuario (ergonomía) y al entorno de uso, el servicio y funcionalidad, el reciclado, los costes de producción, la seguridad y fiabilidad, etc., forma parte de una estrategia global de trabajo que se ha denominado Diseño para la X-bilidad o "Design for X".

Dentro de esta estrategia resulta imprescindible la recopilación de datos relacionados con la constitución y estructura de productos y de características a lo largo de su ciclo de vida, la elaboración de una completa y detallada documentación técnica, el desarrollo de modelos y la realización de simulaciones de comportamiento y el análisis global de relaciones entre metodologías aplicadas, con el fin de aportar soluciones y alternativas que eviten defectos o vulnerabilidad y proporcionar recomendaciones de rediseño y mejora.



Diseño de servicios

Tiene por objeto garantizar un correcto funcionamiento y operación en el punto de utilización. Incluye el diseño mecánico, fluido-dinámico, estructural, eléctrico y electrónico, mantenimiento, funcionalidad, etc.

Se han desarrollado y se están desarrollando varios proyectos en esta línea; entre otros:

SMART RSS (VII Programa MARCO CEE): Diseño mecánico de nuevos conceptos de barreras para protección de motoristas capaces de reducir las lesiones en los mismos.



OPTIBODY (VII Programa MARCO CEE): diseño de coche eléctrico con mayor capacidad para absorber energía y reducir los daños en los ocupantes.

Ampliación de la gama de reutilizadores de aceite vortice y desarrollo de sistemas alternativos de lubricación por niebla de aceite.

Investigación, desarrollo y fabricación de anclajes retráctiles para implantes óseos.

Diseño de una luminaria portátil de gran perímetro de iluminación.

Diseño para el entorno

Tiene por objeto realizar una adecuada adaptación al usuario y al medio en que se integra. Incluye la interacción usuario-producto, ergonomía, reciclado y eco-diseño, etc.

Se han desarrollado y se están desarrollando varios proyectos en esta línea; entre otros:

Eco-diseño de una pinza para tender la ropa.

Diseño de un mando de freno hidráulico para motocicletas de gran cilindrada.



Diseño integral de casa bio-climática.

Mejora ergonómica en el rediseño de puestos de trabajo adaptados a las necesidades físicas de proyectos de unidades ferroviarias.

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.





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.



STAND FERIA

Una feria es un lugar ideal para la promoción de las actividades que se realizan.

Son muchas las ferias de investigación que se celebran en todo el mundo. Algunas de estas ferias internacionales son:

- *Brussels Innova*

Exposición Internacional de Innovación, Investigación y Nuevas tecnologías
Bruselas, Bélgica

- *Inno Design Tech Expo*

Feria Internacional para la innovación, la tecnología y soluciones de diseño.
Hong Kong, China

- *e-mobility*

Feria de Movilidad Eléctrica
Graz, Estiria, Austria

- *Research For Industry*

Feria de investigación Industrial
Posnania, Polonia

- *Sindex*

Exposición de la tecnología
Berna, Suiza

- *ILMAC*

Exhibición de la Industria de Investigación y Desarrollo, Medio Ambiente y Tecnología de Procesos de los productos
Basilea, Suiza

- *IDINOVA*

Feria de investigación, desarrollo e innovación.
Valencia, España

STAND FERIA

Para el diseño de un stand ferial para GEDiX, se ha realizado un estudio de un gran número de stands ya existentes y diseñados para cualquier tipo de empresa para así hacernos una idea de cuál es el modelo que más se ajusta al grupo.

Existen gran cantidad de stand diferentes, de todos los tamaños



GEDiX, al tratarse de un grupo que realiza investigaciones deberá tener sobre todo paneles informativos de su labor que, acompañados de folletos, catálogos y pósteres, ayuden a divulgar su actividad.

Las principales características que debe tener el stand para GEDiX son:

- Lugar donde colocar paneles informativos
- Soporte para folletos, catálogos, etc.
- Mesa de reunión para tratar temas con colaboradores

Todo esto, deberá respetar la imagen de marca y las normas establecidas en el *Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa*.

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

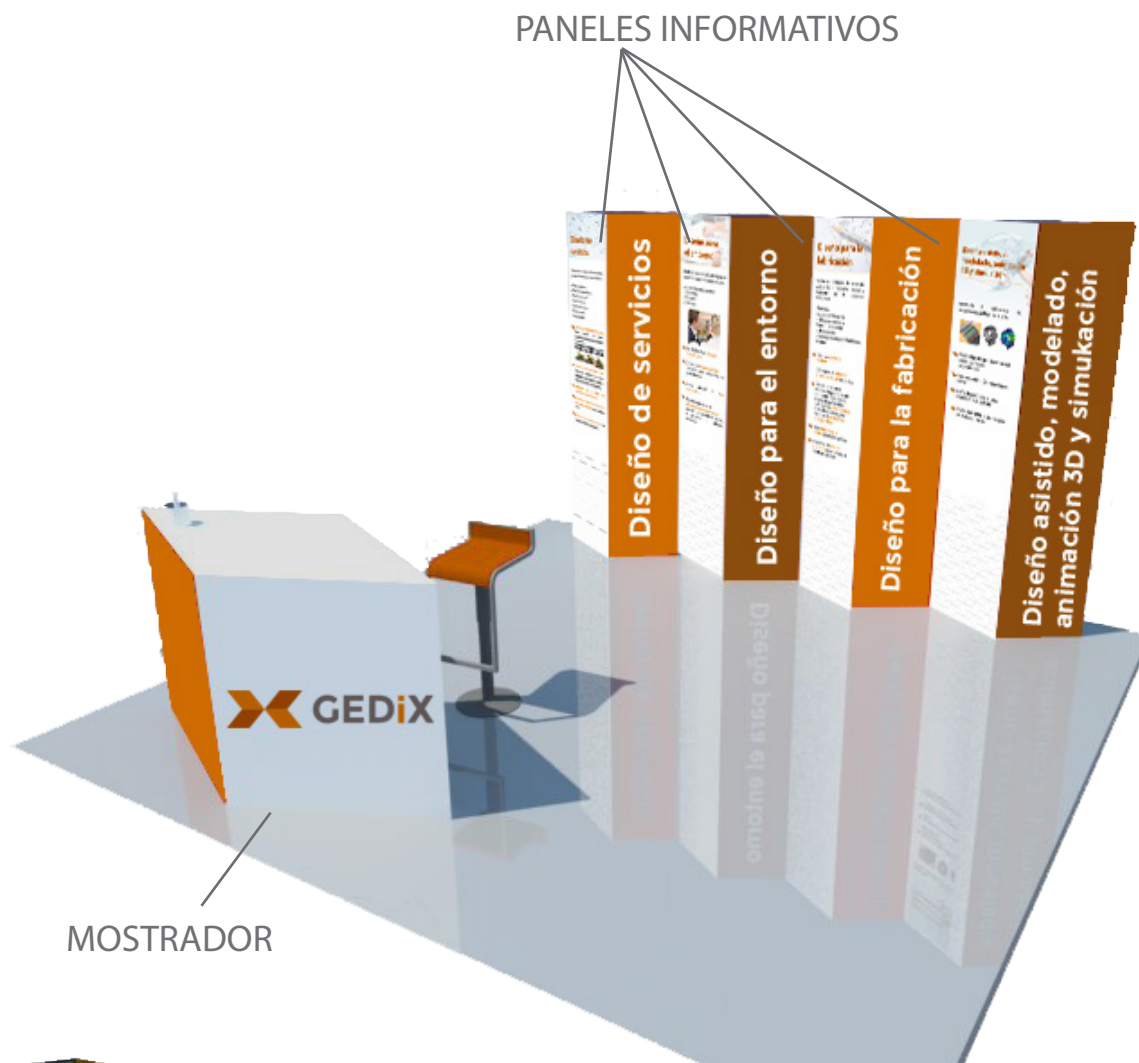
Constará de un mostrador sobre el que se dispondrán folletos y catálogos y que servirá para atender a colaboradores.

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.

Se proponen 4 paneles en forma de prisma de 4 lados de tal forma que se relacione con los paralelogramos del imagotipo de GEDiX.

- En uno de los laterales llevará toda la información acerca de una de las líneas de investigación.
- En otra de las caras llevará la línea de investigación a la que se refiere el panel.
- En las otras dos caras podrá ir información adicional acerca de la misma línea de investigación.
- Se trata de unos prismas reutilizables y que permiten la creación de diferentes espacios sin necesidad de ampliar el número de elementos. Simplemente girándolos sobre su eje vertical se pueden crear diferentes combinaciones. De este modo, se podrán combinar las caras para mostrar la información que se quiera en cada evento.

STAND FERIA



Los paneles

Se han diseñado las caras de las columnas creando paneles explicativos de cada una de las líneas de investigación que quedarían de la siguiente forma:

Diseño de servicios	Diseño para el entorno	Diseño para la fabricación	Diseño asistido, modelado, animación 3D y simulación
<p>Garantizar un correcto funcionamiento y operación en el punto de utilización.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño mecánico - Diseño fluido-dinámico - Diseño estructural - Diseño electrónico - Mantenimiento - Funcionalidad <p>SMART RSS (VII Programa MARCO CEE) Diseño mecánico de nuevos conceptos de barreras para protección de motoristas.</p> <p>OPTIBODY (VII Programa MARCO CEE) Diseño de coche eléctrico con mayor capacidad para absorber energía y reducir los daños en los ocupantes.</p> <p>Ampliación de la gama de nebulizadores de aceite vortex</p> <p>Investigación, desarrollo y fabricación de anclajes retráctiles para implantes óseos</p> <p>Diseño de una luminaria portátil de gran perímetro de iluminación</p>	<p>Realizar una adecuada adaptación al usuario y al medio en que se integra.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interacción usuario-producto - Ergonomía - Reciclado - Eco diseño <p>Eco-diseño de una pinza para tender la ropa.</p> <p>Diseño de un mando de freno hidráulico para motocicletas de gran cilindrada.</p> <p>Diseño integral de casa bioclimática.</p> <p>Mejora ergonómica en el rediseño de puestos de trabajo adaptado a las necesidades fabriles de proyectos de unidades ferroviarias.</p>	<p>Facilitar el desarrollo de producto, asegurando la viabilidad técnica y económica de los procesos productivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materiales - Procesos de fabricación - Análisis de ensamblajes - Montaje y desmontaje - Análisis de costes - Almacenaje y cadena de distribución - Embalaje... <p>Diseño de cubilote de hormigón.</p> <p>Optimización de nebulizador para aceite lubricante tipo vórtice.</p> <p>Desarrollo de un nuevo sistema de diagnóstico basado en un análisis tridimensional de la marcha y un diseño y fabricación de prótesis plantares personalizadas, dirigido a la mejora en el tratamiento de patologías del pie.</p> <p>Diseño silla de hospital articulada para Industrias Pardo.</p> <p>Tratamiento del producto no conforme en una empresa de artículos del descanso</p>	<p>Desarrollo y aplicación de herramientas gráficas de diseño.</p> <p>Diseño de prototipos físicos para el análisis de efectos aerodinámicos.</p> <p>Parametrización 3D de muebles de oficina.</p> <p>Diseño de cambio de marchas automático para bicicleta</p> <p>Diseño de mobiliario para hospital con Industrias Pardo</p>

STAND FERIAL

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.

A continuación se muestran algunas configuraciones con las columnas en diferentes posiciones:




FASE05

SITIO WEB

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 según el siguiente esquema:

	MENÚ PRINCIPAL	SUBMENÚ
	Inicio	
	Presentación	El grupo
		Objetivos
		Organización
		Instalaciones
		Cómo llegar
	Líneas de investigación	Diseño de servicios
		Diseño para el entorno
		Diseño para la fabricación
		Diseño asistido, modelado, simulación 3D y animación
	Proyectos	Diseño de servicios
		Diseño para el entorno
		Diseño para la fabricación
		Diseño asistido, modelado, simulación 3D y animación
	Publicaciones	Libros
		Revistas
		Congresos
	Museo virtual	
	Contacto	

La página web se encuentra disponible en dos idiomas: Español e Inglés.

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*.

PÁGINAS

El menú principal se muestra en horizontal, en la parte superior de la página, debajo del logotipo 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

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 logotipo, ya que haciendo click sobre él también podremos retornar a la pantalla principal de inicio.

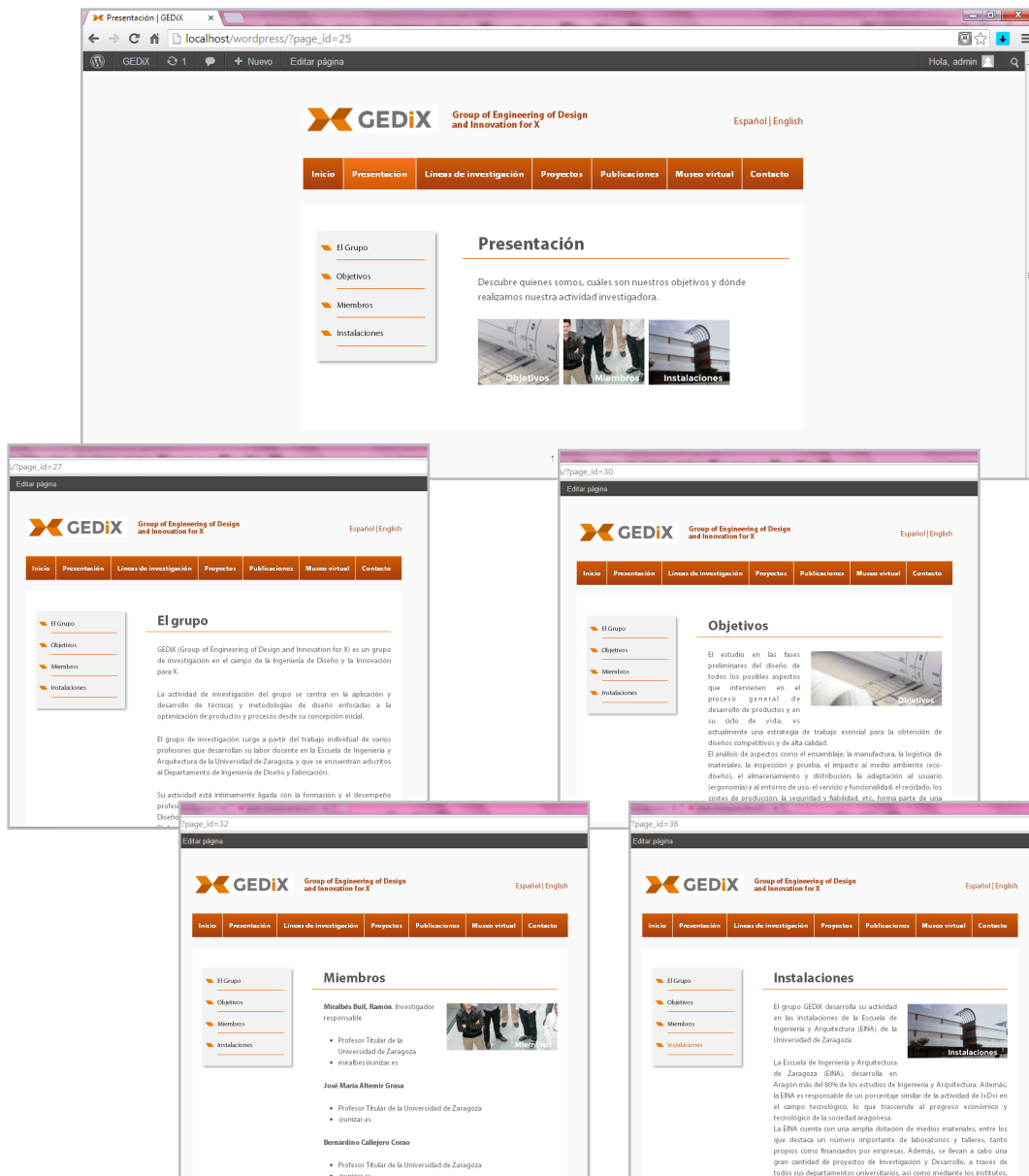


• Presentación

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



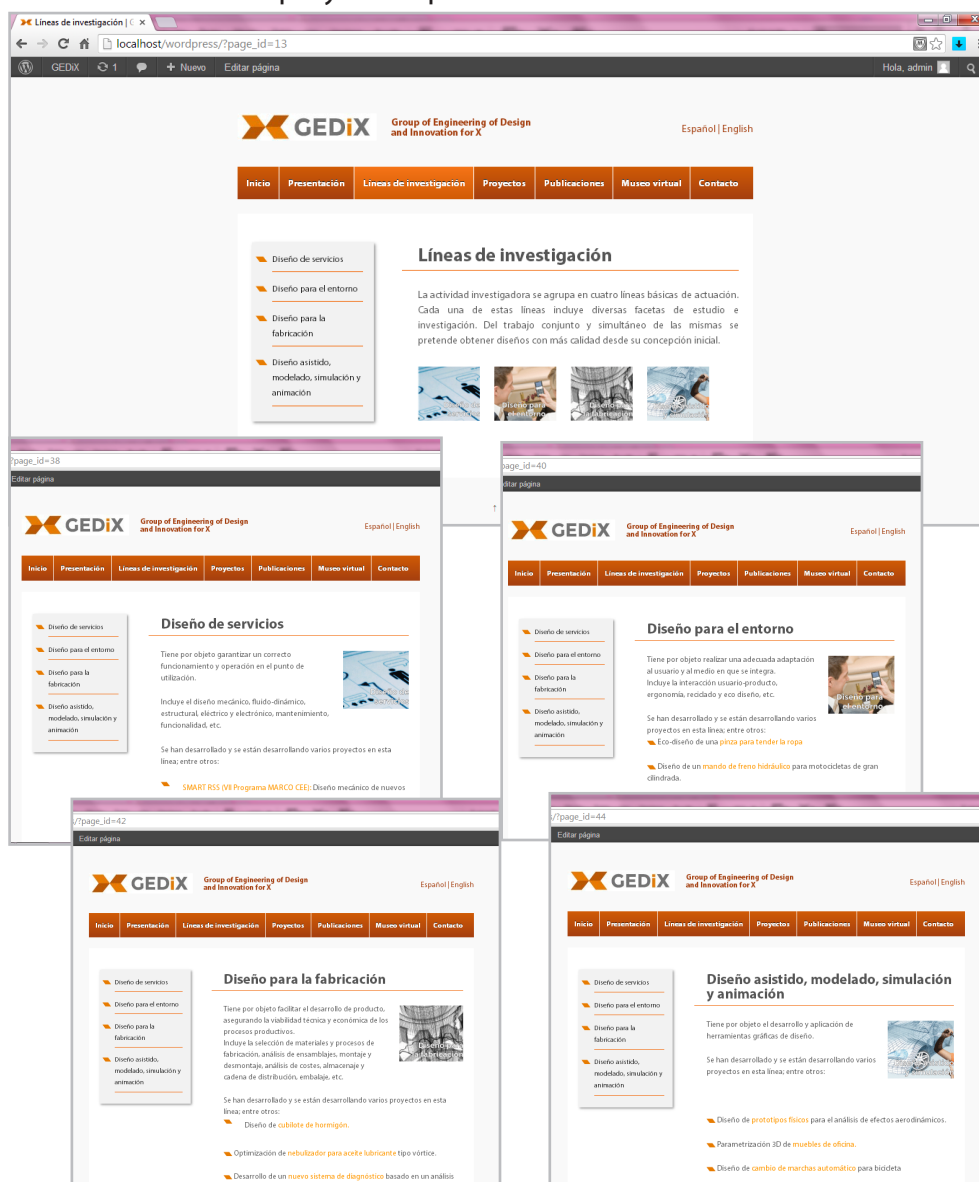
PÁGINAS

• 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.

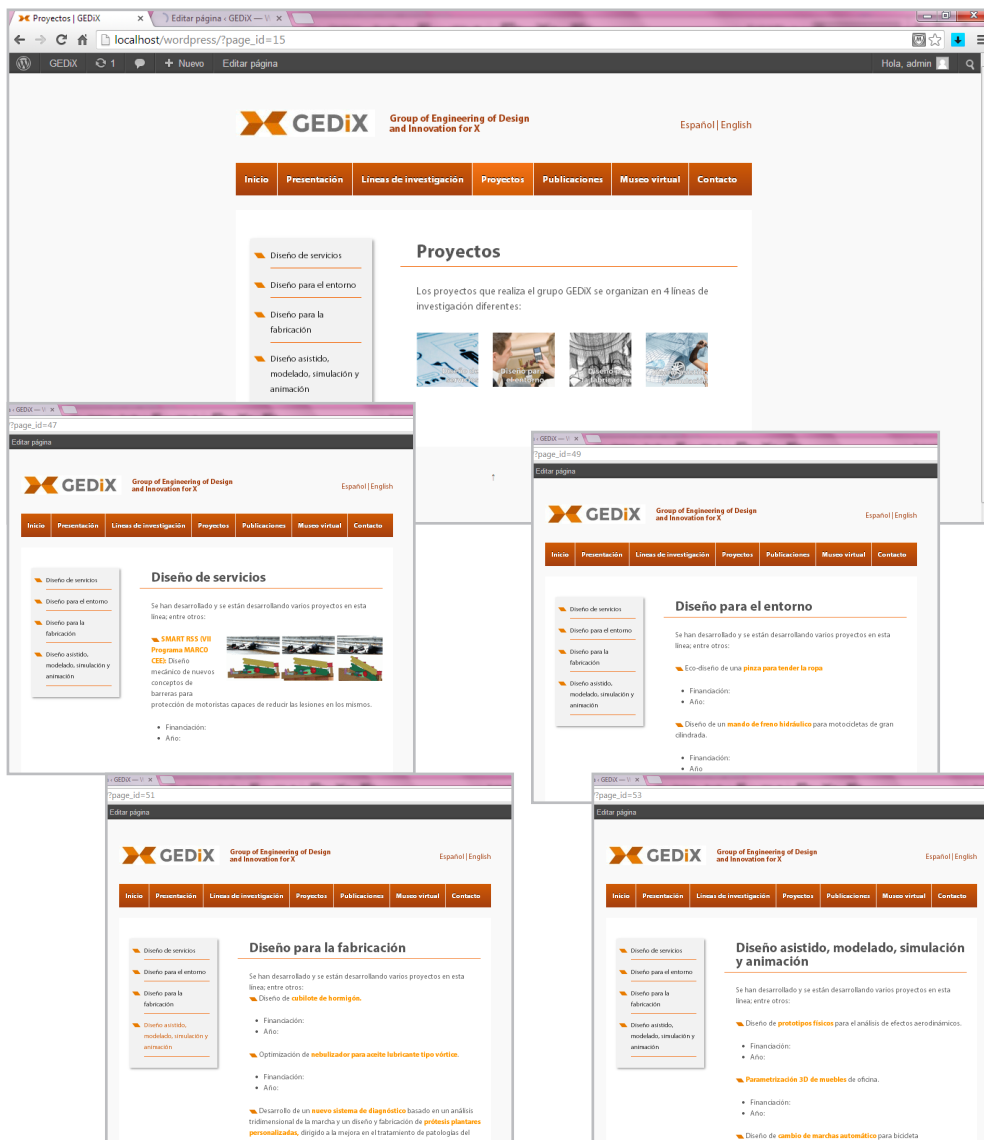


• Proyectos

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.



PÁGINAS

• Publicaciones

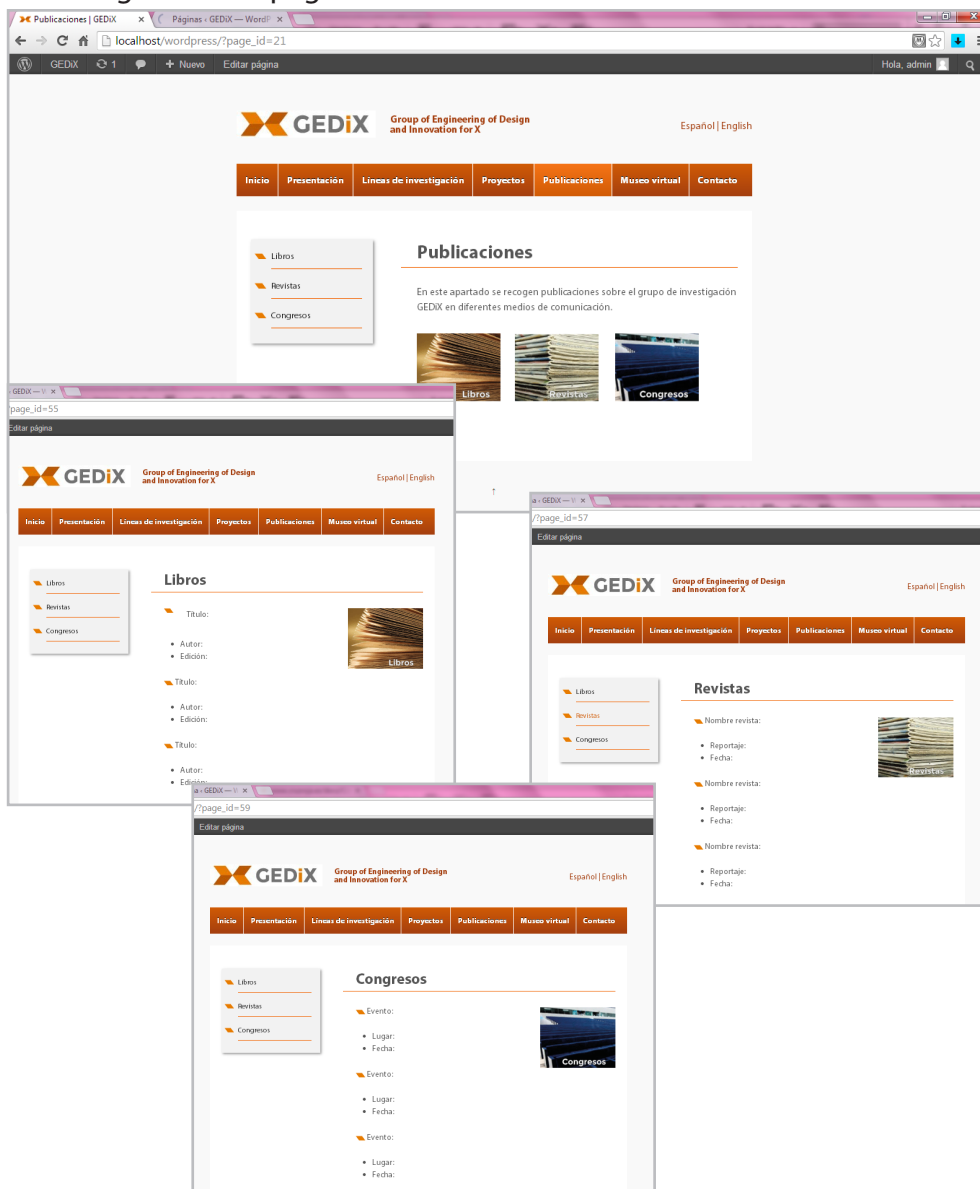
Esta pestaña recoge las diferentes publicaciones que realiza GEDiX en diferentes medios y también las que se hacen acerca del grupo.

Se divide en diferentes secciones:

- Libros
- Revistas
- Congresos

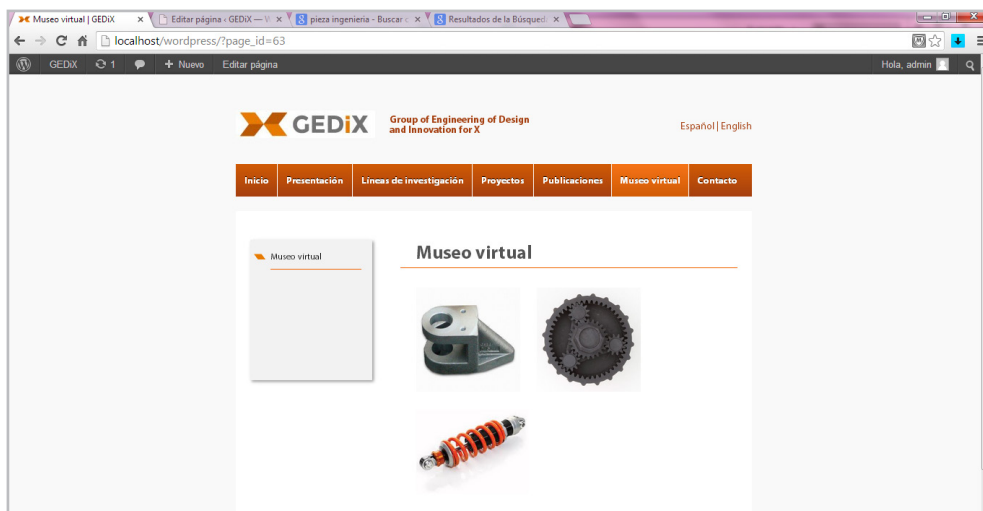
Es una sección que estará en constante actualización para que los visitantes puedan estar al día de las noticias del grupo.

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.



• 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.



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.

Con el fin de ayudar y facilitar el acceso a la información, las páginas web deben cumplir una serie de pautas y recomendaciones indicadas por el grupo de trabajo WAI (Web Accessibility Initiative del World Wide Web Consortium) que forma parte del consorcio de W3C. Tales indicaciones conforman un estándar de hecho en materia de accesibilidad a las páginas web.

Según la W3C-WAI (Web Accessibility Initiative del World Wide Web Consortium) las causas más importantes de falta de accesibilidad muchas páginas web para todos los usuarios, son las siguientes:

- Falta de estructuración en las páginas que desorienta al usuario y dificulta la navegación.
- Abuso de los elementos estructurales de HTML con el único propósito de la maquetación y distribución en pantalla del contenido de la página.
- Basarse excesivamente en la información gráfica (imágenes, mapas de imagen, tablas usada para formatear columnas, marcos, scripts Java, elementos multimedia, etc) sin proporcionar adecuadas alternativas de texto u otro formato complementario.

Los problemas de accesibilidad causados por este tipo de páginas se acentúan especialmente para aquellos usuarios que por su discapacidad u otros motivos,

- utilizan lectores de pantalla que dirigen el contenido de la imagen a una síntesis de voz, una línea Braille o un emisor de morse,
- utilizan navegadores de síntesis de voz (como pwWebSpeak) que interpretan directamente el código html, en lugar de su representación en la pantalla,
- utilizan navegadores sólo-texto (como Lynx o Net-Tamer) que sólo pueden mostrar el texto de las páginas web.

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.

Aún así, se van a analizar las recomendaciones propuestas por distintas entidades para comprobar el cumplimiento que el sitio web de GEDiX tiene sobre ellas.

Desde distintas entidades preocupadas por el tema de la accesibilidad en la red se han elaborado guías para el diseño de páginas web accesibles.

Todas estas guías son muy similares en sus recomendaciones y varían únicamente en la presentación y organización de dichas recomendaciones, así como en el énfasis que hacen sobre cada una de ellas. En general se pueden agrupar estas recomendaciones en las siguientes áreas:

Diseño general de la página y sitio web

Recomendaciones:

- 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 deslizando 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.

- 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.

ACCESIBILIDAD DEL SITIO WEB

- Proporcionar alternativas o evitar las páginas con marcos pues no son accesibles para algunos navegadores.

En la página no hay marcos

Presentación del texto

Recomendaciones:

- 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.

Características gráficas

Recomendaciones:

- 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.

DISEÑO RESPONSIVO DEL SITIO WEB

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.

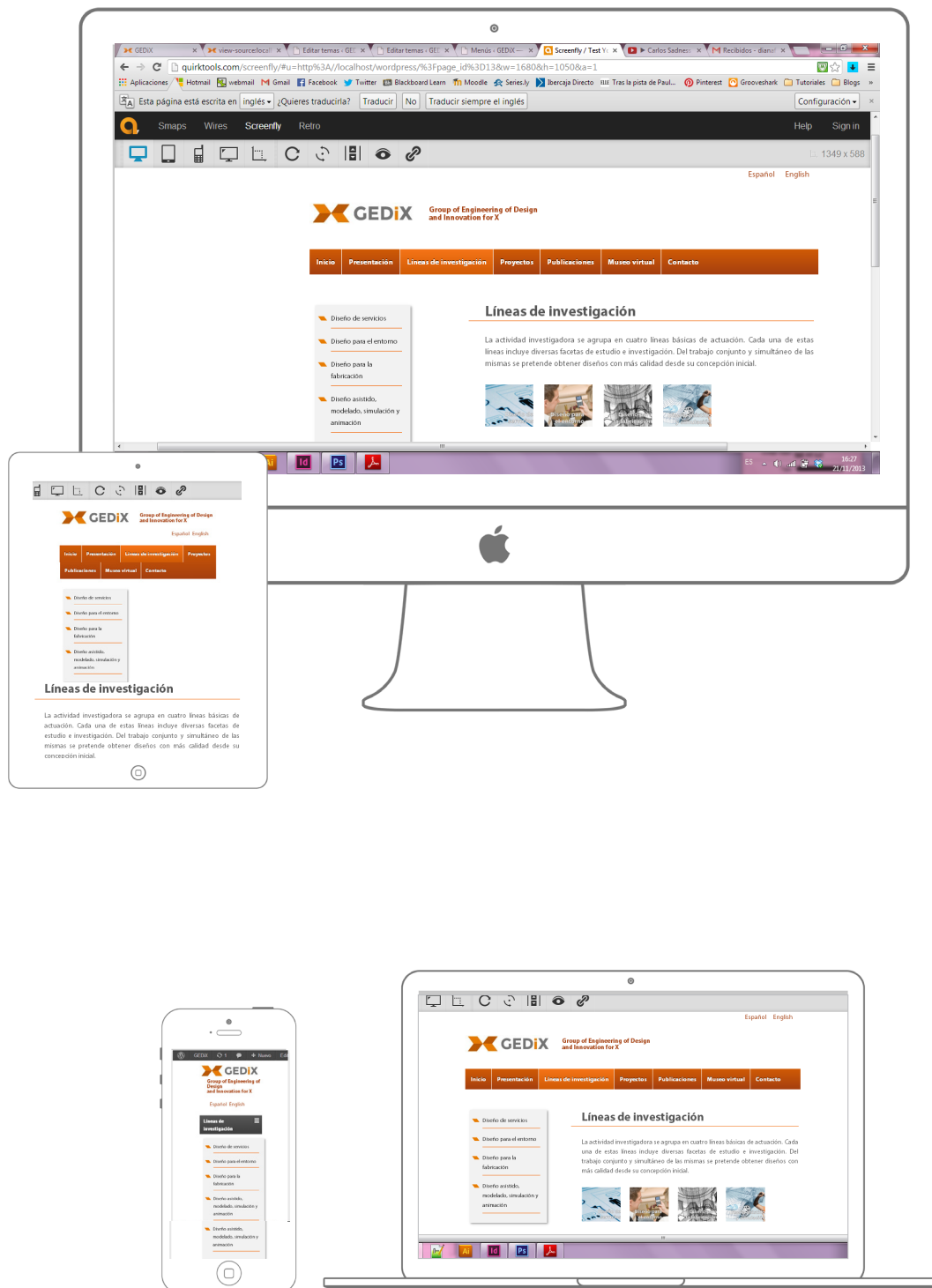
El principal concepto en el que se apoya el Diseño Responsivo es en abandonar los anchos fijos de la página web. Estos deberán ser fluidos, es decir, reflejados en términos de proporciones.

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.



BIBLIOGRAFÍA

<http://www.brandemia.org/>
<http://eserrano.com/logos/tech-logos.htm>
<http://www.cssauthor.com/free-mockup-templates-psd-designs/>
<http://psdcollector.blogspot.com.es/2012/09/free-photoshop-psd-files.html>
<http://bluemonkeylab.com/>
<http://diegomattei.com.ar/2011/10/17/mockups-todo-para-presentar-nuestros-trabajos/>
<http://uzkiaga.com/blog/disenio-grafico/como-preparar-trabajos-de-disenio-grafico-para-imprenta>
<http://lukeandjules.com/2013/05/14/the-best-free-resources-for-graphic-designers-websites-icons-templates-mockups-and-tutorials/>

<http://www.feriasinfo.es/Ferias-de-investigacin-Y124-S1.html>
<http://idinova.feriavalencia.com/>

<http://www.adinteractive.co/web/disenio-web-adaptable-practico>

Trabajo Fin de Grado

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

Anexo 02. Manual de Imagen Corporativa
3/5

Autor/es

Diana Fernández Jiménez

Director/es

Carlos Romero Piqueras

EINA
2013

ANEXO 02

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

ÍNDICE

- INTRODUCCIÓN

- EL GRUPO

1. IDENTIFICADOR

1.01.	SÍMBOLO	8
1.02.	LOGOTIPO	9
1.03.	IMAGOTIPO	10
1.03.01.	CONSTRUCCIÓN	11
1.03.02.	ÁREA DE RESPETO	12
1.03.03.	TAMAÑO MÍNIMO DE APLICACIÓN	13
1.03.04.	COLORES CORPORATIVOS	14
1.03.05.	TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS	15
1.03.06.	VERSIÓN A TRES TINTAS	16
1.03.07.	VERSIÓN A DOS TINTAS	17
1.03.08.	VERSIÓN A UNA TINTA	18
1.03.09.	VERSIÓN SOBRE FONDO DE COLOR	19
1.03.10.	RELACIÓN CON OTROS IDENTIFICADORES	20
1.03.11.	VERSIÓN VERTICAL	21
1.03.12.	USOS INDEBIDOS	22

2. IDENTIFICADOR AUXILIAR

2.01.	SÍMBOLO	24
2.02.	CONSTRUCCIÓN	25
2.03.	POSICIÓN	26
2.04.	VERSIONES	27

ÍNDICE

3. APLICACIONES

3.1. PAPELERÍA

3.1.01.	PAPEL DE CARTA A4 CON MEMBRETE	30
3.1.02.	PAPEL A4	32
3.1.03.	SOBRE AMERICANO	34
3.1.04.	TARJETA DE VISITA	36
3.1.05.	CARPETA DOCUMENTOS SIN SOLAPA INTERIOR	38
3.1.06.	CARPETA DOCUMENTOS CON SOLAPA INTERIOR	40
3.1.07.	CARÁTULA CD(DISCO, PORTADA, INTERIOR, CONTRAPORTADA)	42
3.1.08.	SOBRE A4	44
3.1.09.	TARJETÓN	46
3.1.10.	FAX	48
3.1.11.	PLANTILLAS POWER POINT	50
3.1.12.	DOSSIER PROYECTOS	52
3.1.13.	ETIQUETA ARCHIVADOR	54

3.2. MERCHANDISING

3.2.01.	BOLÍGRAFO	56
3.2.02.	LAPICERO	57
3.2.03.	BLOCK DE NOTAS	58
3.2.04.	MEMORIA USB	59
3.2.05.	CAMISETA	60
3.2.06.	POLO	61
3.2.07.	BOLSA DE PLÁSTICO CON ASAS	62

4. CD

INTRODUCCIÓN

Este manual nace con el objetivo de crear, unificar y normalizar la imagen corporativa de GEDiX, Grupo de Ingeniería de Diseño e Innovación para X, perteneciente a la Universidad de Zaragoza para su promoción y divulgación de su labor investigadora. Este manual pretende ser un instrumento vivo, que de forma completa, clara y sencilla, defina una serie de pautas que regulen su uso y sus aplicaciones, para así garantizar la homogeneidad y coherencia de las mismas.

Actualmente, el grupo carece de identidad corporativa por lo que se ha creado una imagen que se caracteriza por transmitir profesionalidad y seriedad combinadas con un punto de innovación y diseño que hace que se diferencie del resto de grupos de investigación.

En este manual se recogen la mayor parte de las posibles situaciones en las que debe ser aplicada dicha imagen y establece un criterio uniformador en la toma de decisiones para así conseguir que el grupo muestre una personalidad fuerte y emita un mensaje coherente.

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*.

Su actividad está íntimamente ligada con la formación y el desempeño profesional de los futuros ingenieros, en especial en los ingenieros de Diseño y Desarrollo del Producto.

El desarrollo de investigaciones en metodologías de Diseño está siendo actualmente objeto de su labor investigadora y se integra en su actividad docente.

Los valores fundamentales que sigue el grupo y que son los que pretende transmitir son: profesionalidad, diseño, ingeniería y metodología.

1. IDENTIFICADOR

1.01. 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.

En cuanto a los colores, se han elegido dos tonalidades que se han utilizado en numerosas ocasiones para representar temas relacionados con el diseño. Destacan por su visibilidad y porque permiten jugar entre sí pero sin destacar siempre uno sobre otro, ya que son diferentes pero complementarios, y no desdican el uno del otro.



1.02. LOGOTIPO

El logotipo está compuesto por las siglas que representan al grupo, GEDiX.

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.

Se ha elegido un color gris que se complementa con los colores elegidos para el símbolo y que proyecta un aspecto más serio, mas relacionado con la ingeniería.

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.

The logo consists of the letters 'GEDiX' in a bold, sans-serif font. The letters 'G', 'E', 'D', and 'X' are in a dark grey color, while the lowercase letter 'i' is in a bright orange color.

1.03. IMAGOTIPO

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.

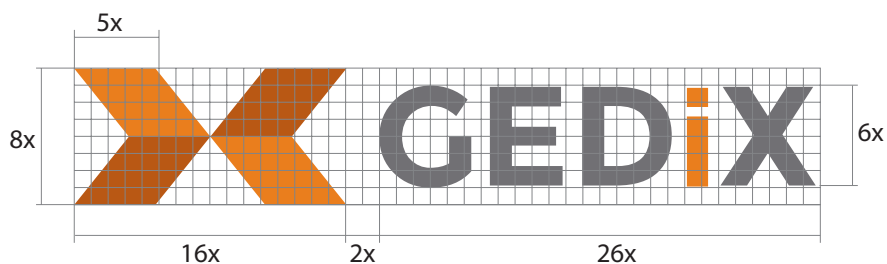


1.03.01. CONSTRUCCIÓN

Sirviéndonos de una retícula, podemos apreciar y mantener las proporciones del logotipo corporativo para cualquier aplicación en la que se deba representar.

Cada una de las cuadrículas (x) representa una unidad dentro del plano y el número de veces que dicha unidad está presente en las partes que componen la imagen.

La composición reticular representada permite evitar distorsiones incorrectas en la utilización del logotipo, manteniendo su proporcionalidad independientemente del tamaño o medio de reproducción.

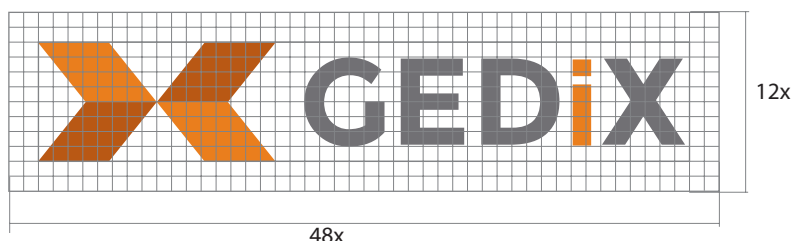


1.03.02. ÁREA DE RESPETO

Se entiende como área de respeto o de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase e interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo e impidiendo, por lo tanto, su contaminación visual.

Establecemos este 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).

Proporcionar una zona de seguridad para el logotipo asegura la independencia visual de él, respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma, su inmediata identificación.



1.03.03. TAMAÑO MÍNIMO DE APLICACIÓN

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

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

Offset

Para su reproducción sobre papel o materiales similares, el tamaño mínimo de impresión será de 25 mm.



Serigrafía

Para su reproducción sobre materiales más específicos mediante la técnica de la serigrafía, el tamaño mínimo de impresión será de 30 mm.



Soporte digital

Para su aplicación en soportes digitales, el tamaño mínimo será de 100 mm.



1.03.04.COLORES CORPORATIVOS

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, mostradas a continuación, siendo preferible usar la Pantone siempre que sea posible.

	PANTONE	1595 C
	CMYK	C 0 M 59 Y 100 K 5
	RGB	R 209 G 91 B 5
	Color 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
	Color 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
	Color Web	#525052

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

1.03.05. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS

Utilizar de forma sistemática y coherente un abanico de tipografías en todas las comunicaciones de una institución ayuda a cohesionar y reforzar la imagen y la identidad corporativa de la misma. Por ello, se establecen como corporativas las dos familias tipográficas que se muestran a continuación. La Montserrat Bold es la tipografía utilizada en el logotipo y se utilizará además en títulos y textos principales ya que se considera perfecta transmisora de los valores de GEDiX gracias a sus rasgos técnicos, formales y amables.

La tipografía Myriad Pro se utilizará en textos más extensos y en los casos en que no se disponga de la tipografía principal.

GEDiX

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 () ? ! ;

TIPOGRAFÍA: **Montserrat Bold**

Tipografía elegida por su buena legibilidad y porque se adapta perfectamente al símbolo y a los valores que se pretenden transmitir.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 () ? ! ;

TIPOGRAFÍA: **Myriad Pro Bold**

Tipografía elegida por su buena legibilidad y porque se adapta perfectamente al símbolo y a los valores que se pretenden transmitir.

1.03.06. VERSIÓN A TRES TINTAS

El imagotipo es a tres tintas, por lo tanto, siempre que se pueda, se reproducirá como se ha propuesto hasta el momento (Imagen 1).

Siempre que sea posible se utilizarán las tintas PANTONE 1595 C y PANTONE 1675 C para el símbolo y PANTONE Cool Gray 11 C para el logotipo.



PANTONE 1595 C



PANTONE 1675 C



PANTONE Cool
Gray 11C

1.03.07. VERSIÓN A DOS TINTAS

Sólo en los casos en los que no sea posible aplicar las tres tintas recomendadas se utilizarán dos tintas.

Se mantendrá el color gris para el texto y lo que variará será el símbolo que pasará a ser de un solo color, en diferentes porcentajes.



PANTONE 1595 C



PANTONE 1595 C
(75%)



PANTONE Cool
Gray 11C



PANTONE 1675 C



PANTONE 1675 C
(75%)



PANTONE Cool
Gray 11C

1.03.08. VERSIÓN A UNA TINTA

En la versión del imagotipo a una tinta, ésta se aplicará al 70% de saturación de color en dos de los paralelogramos del símbolo y en las letras G,E,D y X del logotipo y al 100% de saturación en el resto de elementos del imagotipo. Siempre que sea posible, la tinta será anaranjado corporativo (PANTONE 1595 C).

El uso de esta versión se reserva para aquellas aplicaciones en las que, por algún motivo, sólo pueda utilizarse una tinta. Esto incluye las aplicaciones en escala de grises y en blanco y negro.



PANTONE 1595 C



PANTONE 1595 C
(75%)



PANTONE
Process Black EC



PANTONE
Process Black EC
75%

1.03.09. VERSIÓN SOBRE FONDO DE COLOR

Para garantizar la correcta visibilidad de los elementos del imagotipo cuando aparezca sobre un fondo que no sea blanco, sus colores cambiarán.

En la mayoría de los casos, el logotipo mantendrá sus colores originales a excepción de cuando los colores del fondo coincidan con alguno de los colores corporativos del logotipo; en estos casos, el color coincidente cambiará a blanco en el logotipo.



Fondo NEGRO. El logotipo mantiene los colores originales excepto en el texto, que pasa a color blanco.



Fondo PANTONE Cool Gray 11 C
El logotipo mantiene los colores originales excepto en el texto, que pasa a color blanco.



Fondo PANTONE 1595 C
El logotipo se convierte al blanco.



Fondo PANTONE 1675 C
El logotipo se convierte al blanco.

1.03.10. RELACIÓN CON OTROS IDENTIFICADORES

En muchas ocasiones se dará el caso de que el imagotipo de GEDiX deba aparecer junto a otros identificadores. En estos casos deberán seguirse las siguientes pautas compositivas:

- Cuando el identificador a compartir sea de un organismo que se encuentre jerárquicamente por encima de GEDiX, como el identificador de la EINA o el de la Universidad de Zaragoza, se colocará a su izquierda con igual altura.
- Si se trata de un organismo inferior a GEDiX o de menor jerarquía, se colocará a su derecha y con su misma altura. Los otros identificadores distarán del imagotipo de GEDiX un espacio mínimo igual al de su área de respeto.



1.03.11. 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*.



1.03.12. USOS INDEBIDOS

Para asegurar la coherencia y dignidad de GEDiX es recomendable tener en cuenta todas las normas expuestas con anterioridad en el presente manual.

A continuación se muestra una colección de ejemplos de usos del imagotipo que quedan prohibidos por su contradicción con las pautas aquí expuestas.



Imagotipo original

El imagotipo nunca podrá aparecer deformado en sus proporciones, debiendo respetar las indicadas en el apartado “Construcción” del presente manual.



Uso indebido

El imagotipo no podrá aparecer con una disposición de elementos diferente a la original.



Uso indebido

Nunca podrá aplicarse al imagotipo una tipografía ni una composición diferente a las indicadas en el manual.



Uso indebido

Ni el imagotipo ni el símbolo podrán aparecer como fondo bajo textos o imágenes. GEDiX dispone de otros identificadores para tal fin.

Nunca podrá aplicarse al imagotipo una tipografía ni una composición diferente a las indicadas en el manual. Nunca podrá aplicarse al imagotipo una tipografía ni una composición diferente a las indicadas en el manual. Nunca podrá aplicarse al imagotipo una tipografía ni una composición diferente a las indicadas en el manual. Nunca podrá aplicarse al imagotipo una tipografía ni una composición diferente a las indicadas en el manual. Nunca podrá aplicarse al imagotipo una tipografía ni una composición diferente a las indicadas en el manual.



Uso indebido

2. IDENTIFICADOR AUXILIAR

2.01. SÍMBOLO

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

Es una repetición del símbolo (parte del imagotipo 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.



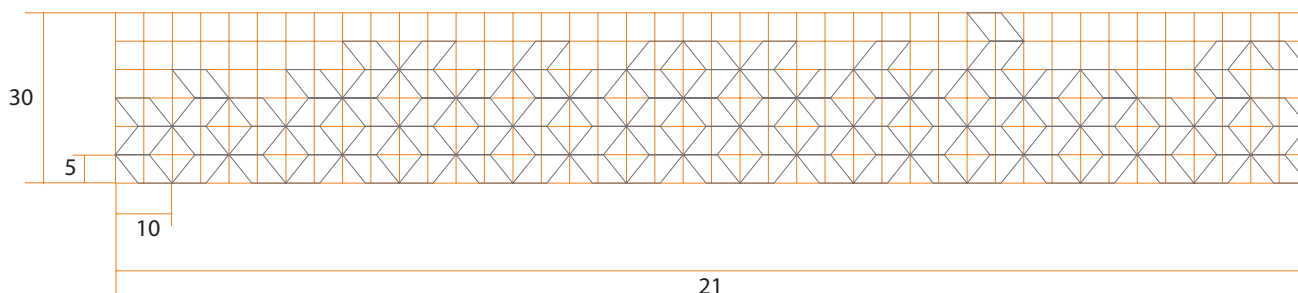
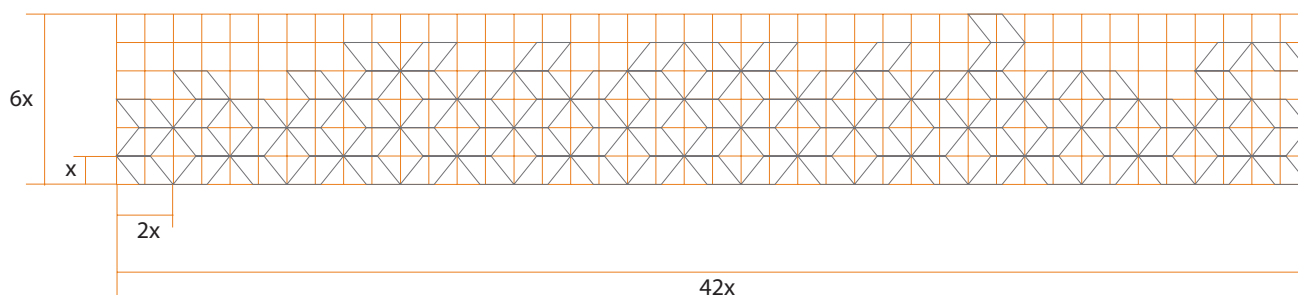
2.02. CONSTRUCCIÓN

El símbolo está formado por una repetición del símbolo del imagotipo 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.

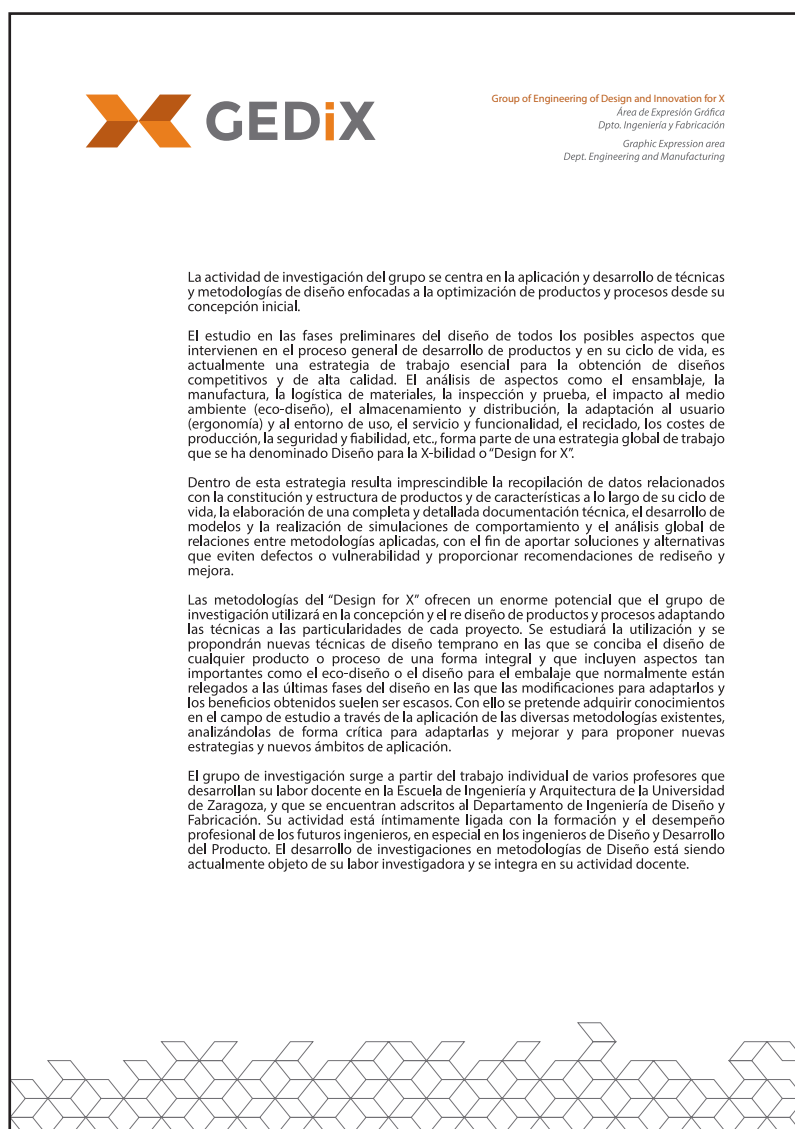
Si se desea reproducir en un tamaño diferente se deberán agregar y eliminar paralelogramos hasta ajustarlo al tamaño idóneo.



2.03. POSICIÓN

Se recomienda que el símbolo auxiliar para GEDiX aparezca siempre en el inferior de la aplicación sobre la que se vaya a emplear, ocupando toda la superficie, sin márgenes.

No obstante, al tratarse de un símbolo creado como apoyo estético puede aparecer (dependiendo del carácter de la aplicación) varias veces superpuesto, o incompleto, por ejemplo.



2.04. VERSIONES

En algunos casos o aplicaciones podrá aparecer la retícula completa sobre fondo de color para reforzar el mensaje que GEDiX transmite.

En este caso, el fondo será en Pantone 1675C y la línea de contorno será Pantone 1595C.

Sobre él, únicamente podrá colocarse el imagotipo de GEDiX en color blanco, respetando las normas anteriormente descritas.

Estos casos se reservan a aplicaciones en las que no aparezca texto.



3. APLICACIONES

3.01. PAPELERÍA

Se diseñarán una serie de aplicaciones de papelería para la imagen de GEDiX.

La papelería que se diseñará cumplirá con las normas establecidas en el Manual de Imagen Corporativa (Anexo 1).

Se diseñarán las siguientes aplicaciones de papelería:

- Papel de carta con membrete A4 (artes finales y archivo digital)
- Papel A4 (artes finales y archivo digital)
- Sobre americano sin ventana/autoadhesivo (artes finales y archivo digital)
- Tarjeta de visita en castellano e inglés (artes finales y archivo digital)
- Carpeta de documentos sin solapa interior (artes finales y archivo digital)
- Carpeta de documentos con solapa interior (artes finales y archivo digital)
- Carátula de CD (disco, portada + interior y contraportada) (plantilla en archivo digital)
- Sobre A4 (artes finales y archivo digital)
- Tarjetón (artes finales y archivo digital)
- Fax (plantilla Word)
- Plantillas de Power Point (portada, portadilla, diapositiva y retículas) (plantilla en archivo digital)
- Plantilla dossier proyectos (plantilla Word)
- Etiqueta archivador (artes finales y archivo digital)

3.1.01. PAPEL DE CARTA A4 CON MEMBRETE

Mostrado al 65%

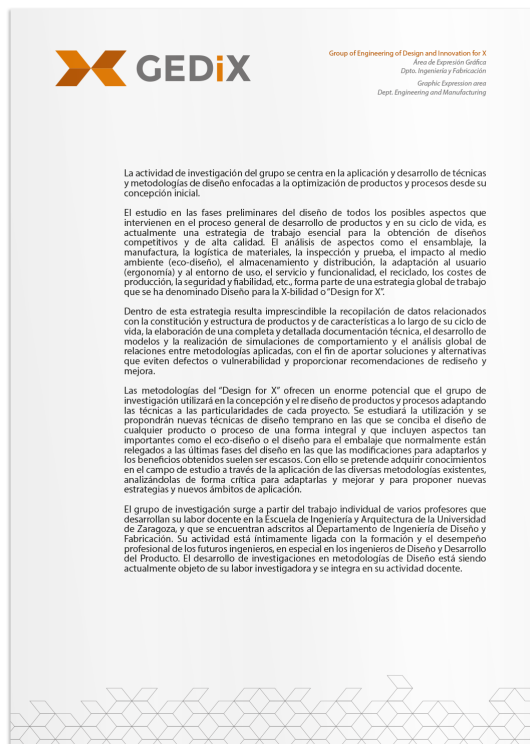
FORMATO: UNE A4 210x297 mm

TIPOGRAFÍAS: - Grupo: Myriad Pro, 8 pt, PANTONE 1675 C

- Área: Myriad Pro, Italic, 8 pt, PANTONE Cool Gray 11C



3.1.01. PAPEL DE CARTA A4 CON MEMBRETE



3.1.02. PAPEL A4

Mostrado al 65%

FORMATO: UNE A4 210x297 mm

TIPOGRAFÍAS: - Grupo: Myriad Pro, 8 pt, PANTONE 1675 C

- Área: Myriad Pro, Italic, 8 pt, PANTONE Cool Gray 11C



3.1.02. PAPEL A4



3.1.03. SOBRE AMERICANO

Mostrado al 65%

FORMATO: 220x110 mm

TIPOGRAFÍAS: - Grupo: Myriad Pro, 8 pt, PANTONE 1675 C

- Área: Myriad Pro, Italic, 8 pt, PANTONE Cool Gray 11C

- Dirección: Myriad Pro, 8 pt, PANTONE Cool Gray 11C



3.1.03. SOBRE AMERICANO



3.1.04. TARJETA DE VISITA

Mostrado al 100%

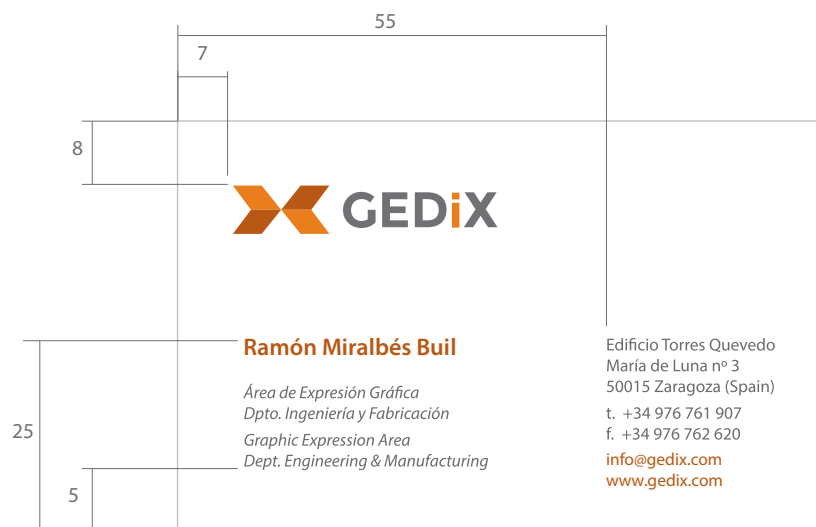
FORMATO: 86x54 mm

TIPOGRAFÍAS: - Investigador: Myriad Pro, 9 pt, Semibold, PANTONE 1675 C

- Área: Myriad Pro, Italic, 6,5 pt, PANTONE Cool Gray 11C

- Dirección: Myriad Pro, 6,5 pt, PANTONE Cool Gray 11C

- Mail y web: Myriad Pro, 6,5 pt, PANTONE 1675 C



3.1.04. TARJETA DE VISITA



3.1.05. CARPETA DOCUMENTOS

SIN SOLAPA INTERIOR

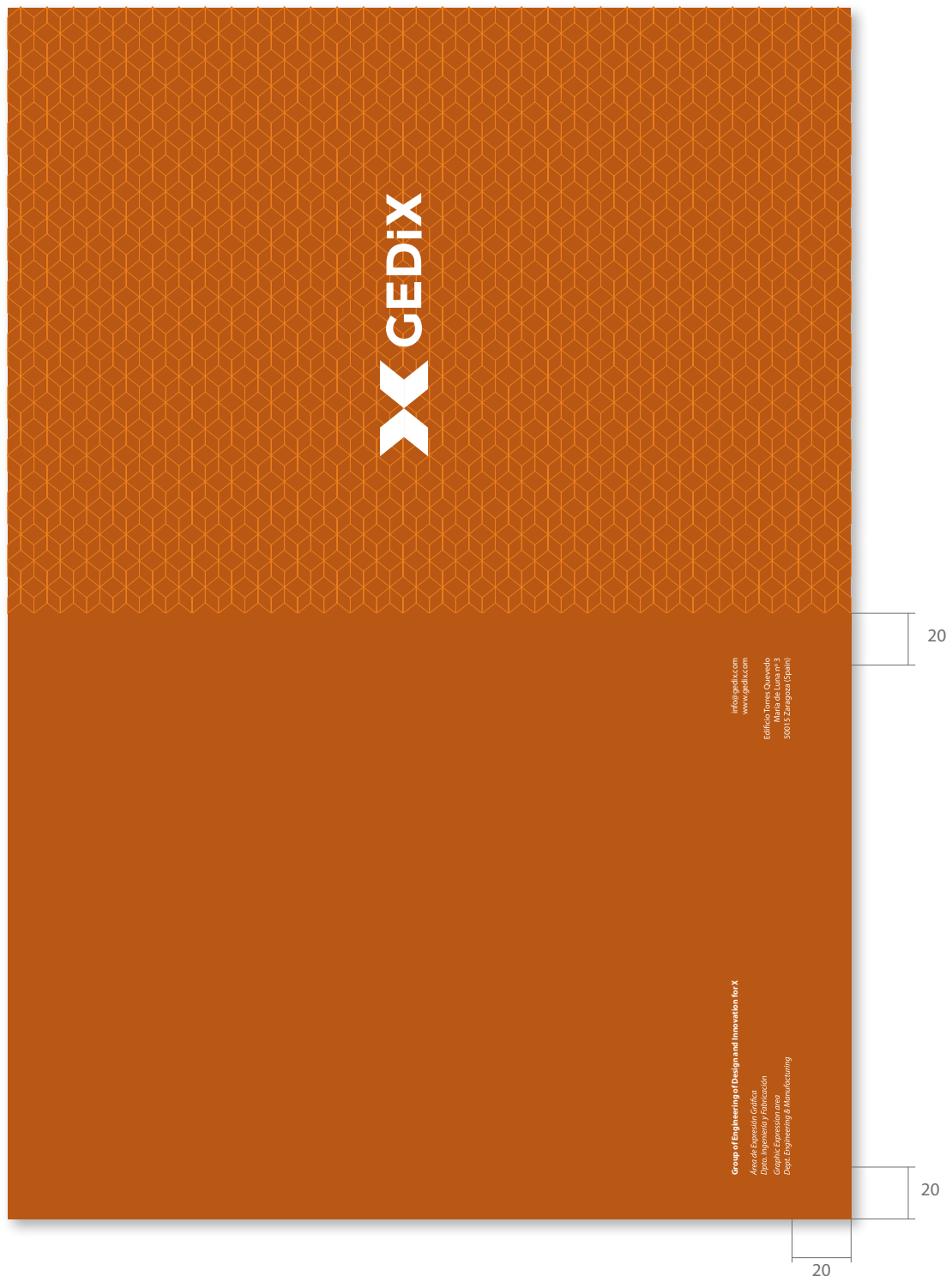
Mostrado al 65%

FORMATO: 230x320 mm

TIPOGRAFÍAS: - Grupo: Myriad Pro, 9 pt, Bold, Blanco

- Área: Myriad Pro, Italic, 9 pt, Blanco

- Dirección y email: Myriad Pro, 9 pt, Blanco



3.1.05. CARPETA DOCUMENTOS SIN SOLAPA INTERIOR



3.1.06. CARPETA DOCUMENTOS CON SOLAPA INTERIOR

Mostrado al 35%

FORMATO: 230x320 mm; Solapas: 80 mm ancho

TIPOGRAFÍAS: - Grupo: Myriad Pro, 9 pt, Bold, Blanco

- Área: Myriad Pro, Italic, 9 pt, Blanco

- Dirección y email: Myriad Pro, 9 pt, Blanco



3.1.06. CARPETA DOCUMENTOS CON SOLAPA INTERIOR



3.1.07. CARÁTULA CD

DISCO, PORTADA, INTERIOR Y CONTRAPORTADA

Mostrado al 65%

FORMATO: 120x120 mm

TIPOGRAFÍAS: - Grupo: Myriad Pro, 9 pt, Bold, Blanco

- Área: Myriad Pro, Italic, 9 pt, Blanco

- Dirección y email: Myriad Pro, 9 pt, Blanco

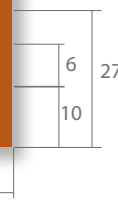
Portada



Interior



Contraportada



3.1.07. CARÁTULA CD

DISCO, PORTADA, INTERIOR Y CONTRAPORTADA



3.1.08. SOBRE A4

Mostrado al 65%

FORMATO: 230x320 mm

TIPOGRAFÍAS: - Grupo: Myriad Pro, 10 pt, PANTONE 1675 C

- Área: Myriad Pro, Italic, 10 pt, PANTONE Cool Gray 11 C

- Dirección y email: Myriad Pro, 10 pt, PANTONE Cool Gray 11 C



3.1.08. SOBRE A4



3.1.09. TARJETÓN

Mostrado al 75%

FORMATO: 210x100 mm

TIPOGRAFÍAS: - Investigador: Myriad Pro, 9 pt, Semibold, PANTONE 1675 C

- Área: Myriad Pro, Italic, 6,5 pt, PANTONE Cool Gray 11C

- Dirección: Myriad Pro, 6,5 pt, PANTONE Cool Gray 11C

- Mail y web: Myriad Pro, 6,5 pt, PANTONE 1675 C



3.1.09. TARJETÓN



3.1.10. FAX

Mostrado al 65%

FORMATO: UNE A4 210x297 mm

TIPOGRAFÍAS: - FAX: Myriad Pro, 36 pt, Bold, Negro al 60%

- Resto: Myriad Pro, 12 pt, Negro



FAX

Asunto: [Asunto]
CC: [Nombres]
Fecha: [Fecha]
Páginas: [Número de páginas]

Para: [Nombre]
Número de teléfono: [Teléfono]
Número de fax: [Fax]

De: [Nombre]
Número de teléfono: [Teléfono]
Número de fax: [Fax]

3.1.10. FAX



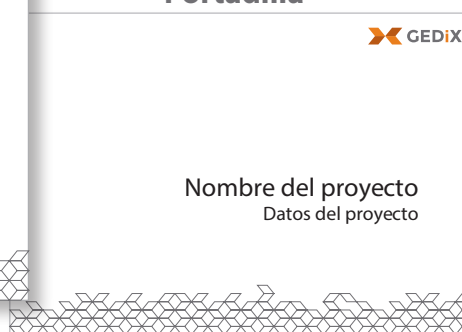
3.1.11. PLANTILLA POWER POINT

PORTADA, PORTADILLA, DIAPOSITIVA Y RETÍCULAS

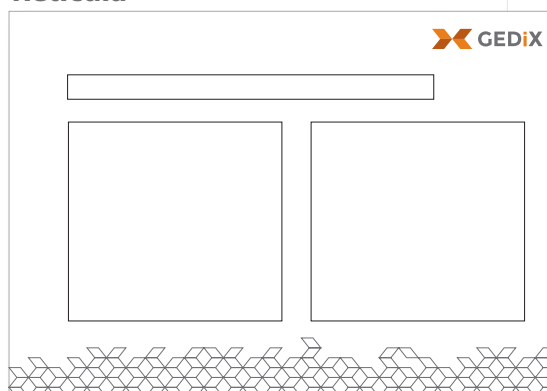
Portada



Portadilla



Retícula



Contraportada



3.1.11. PLANTILLA POWER POINT

PORTADA, PORTADILLA, DIAPOSITIVA Y RETÍCULAS



3.1.12. DOSSIER PROYECTOS

Mostrado al 30%
FORMATO: UNE A4 210x297 mm

TIPOGRAFÍAS

Portada

- Grupo: Myriad Pro, 8 pt, PANTONE 1595C
- Área: Myriad Pro, 7 pt, Italic, PANTONE Cool Gray 11C

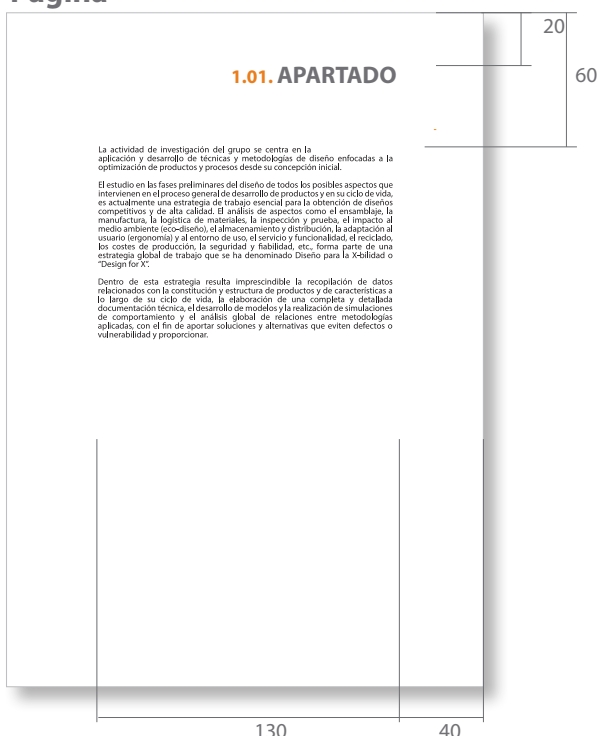
Página

- Nº: Montserrat, 24 pt, PANTONE 1595C
- Título: Montserrat, 30 pt, PANTONE Cool Gray 11C
- Texto: Myriad Pro, 11 pt, Negro

Contraportada

- Grupo: Myriad Pro, 9 pt, Bold, Blanco
- Área: Myriad Pro, 9 pt, Italic, Blanco
- Texto: Myriad Pro, 9 pt, Blanco

Página



Portada



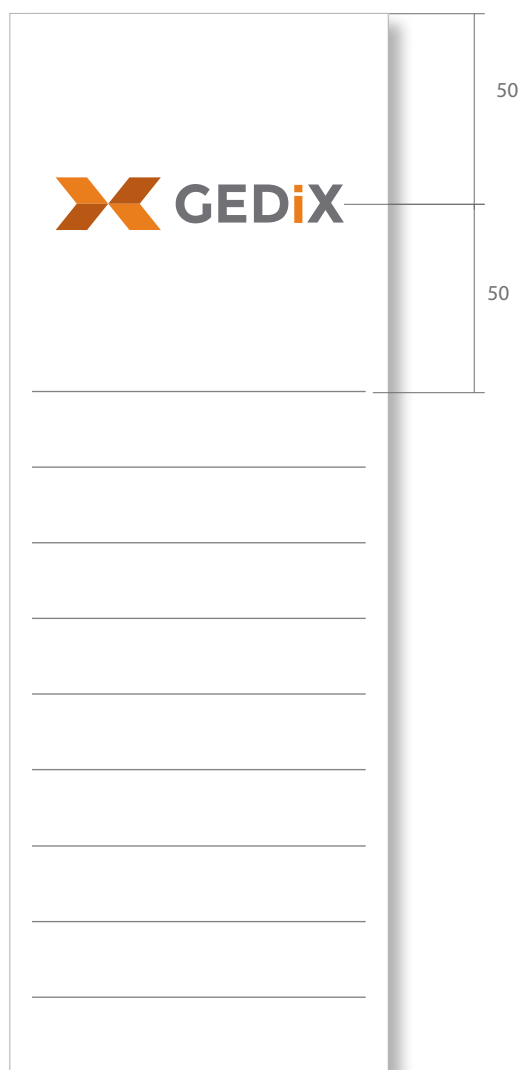
Contraportada



3.1.12. DOSSIER PROYECTOS



3.1.13. ETIQUETA ARCHIVADOR



3.02. MERCHANDISING

Se diseñarán una serie de aplicaciones de merchandising para la imagen de GEDiX.

Las aplicaciones de merchandising que se diseñarán cumplirán con las normas establecidas en el *Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa*.

Se diseñarán las siguientes aplicaciones de merchandising:

- Bolígrafo (artes finales)
- Lapicero (artes finales)
- Block de notas (artes finales)
- Memoria USB (artes finales)
- Camiseta (artes finales)
- Polo (artes finales)
- Bolsa de plástico con asas (artes finales)

3.2.01. BOLÍGRAFO



3.2.02. LAPICERO



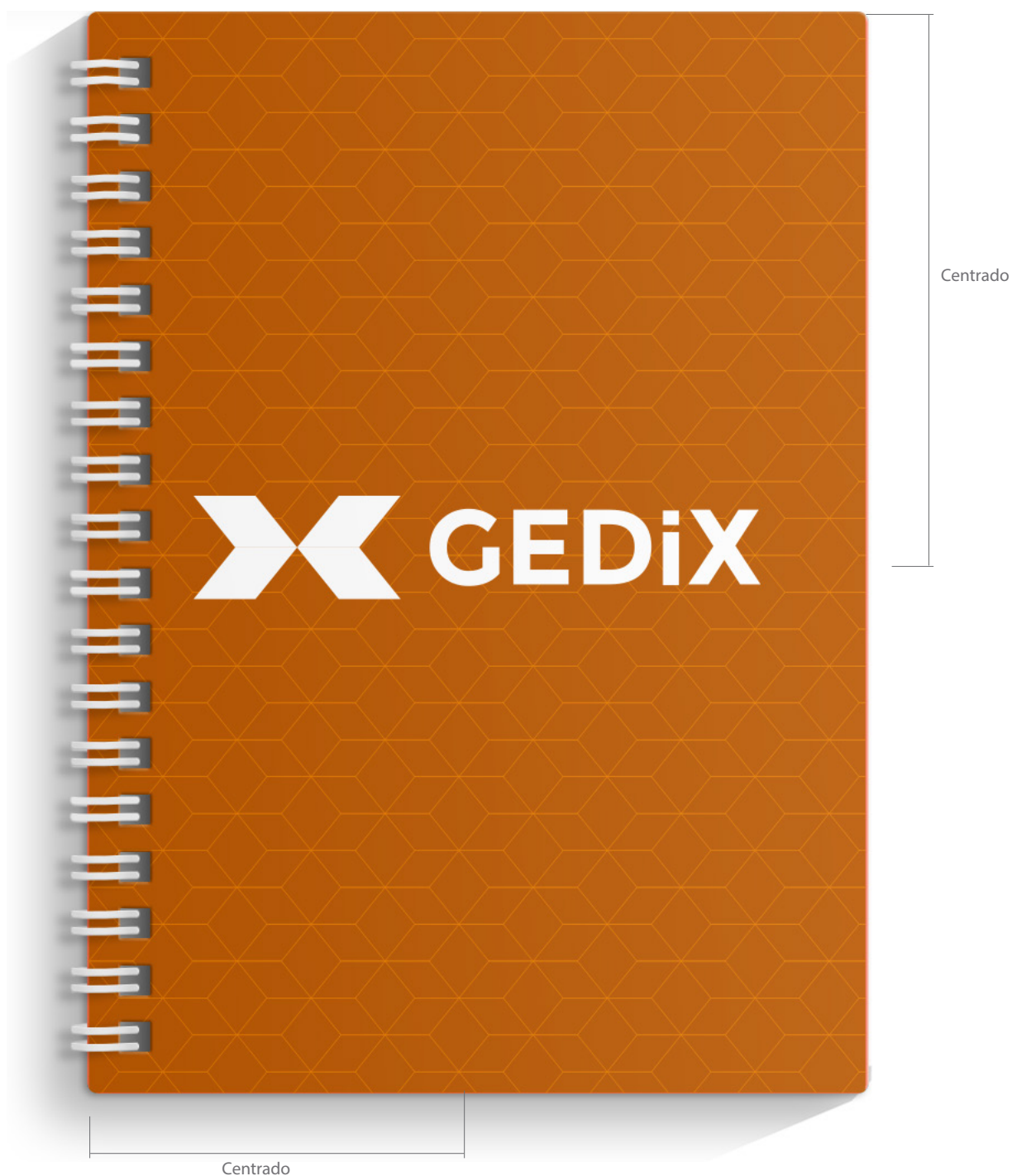
3.2.03. BLOCK DE NOTAS

Mostrado al 65%

FORMATO: UNE A4 210x297 mm

TIPOGRAFÍAS: - FAX: Myriad Pro, 36 pt, Bold, Negro al 60%

- Resto: Myriad Pro, 12 pt, Negro



3.2.04. MEMORIA USB



3.2.05. CAMISETA



3.2.06. POLO



3.2.07. BOLSA DE PLÁSTICO CON ASAS





4. CD

El siguiente CD contiene las artes finales de las aplicaciones de papelería en formato editable (.ai) y en formato PDF.

También incluye los archivos editables y PDF del catálogo, folleto y poster.

Trabajo Fin de Grado

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

Anexo 03. Manual de uso del sitio web
4/5

Autor/es

Diana Fernández Jiménez

Director/es

Carlos Romero Piqueras

EINA
2013

ANEXO03

MANUAL DE USO DEL SITIO WEB

INTRODUCCIÓN

Este manual nace con el objetivo de ayudar en la utilización y gestión del sitio web diseñado para GEDiX, Grupo de Ingeniería de Diseño e Innovación para X, perteneciente a la Universidad de Zaragoza para su promoción y la divulgación de su labor investigadora.

El sitio web se encuentra en el *Anexo 04. Sitio web* y su desarrollo está recogido en el *Anexo 01. Creación de Imagen Corporativa y Diseño de Sitio web*.

Este manual pretende ser un instrumento, que de forma completa, clara y sencilla, defina una serie de pautas que expliquen su uso y gestión.

En este manual se recogen la mayor parte de las posibles situaciones que se pueden dar en el uso del sitio web tanto desde la situación del visitante como del gestor del sitio web.

ÍNDICE

Introducción

El sitio web

Páginas

Inicio

Presentación

Líneas de investigación

Proyectos

Publicaciones

Museo virtual

Contacto

Navegación

Gestión

Editar una página

Añadir una nueva página


Añadir un nuevo usuario

Accesibilidad del sitio web

EL 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 según el siguiente esquema:

	MENÚ PRINCIPAL	SUBMENÚ
	Inicio	
	Presentación	El grupo Objetivos Organización Instalaciones Cómo llegar
	Líneas de investigación	Diseño de servicios
		Diseño para el entorno
		Diseño para la fabricación
		Diseño asistido, modelado, simulación 3D y animación
	Proyectos	Diseño de servicios Diseño para el entorno Diseño para la fabricación Diseño asistido, modelado, simulación 3D y animación
	Publicaciones	Libros
		Revistas
		Congresos
	Museo virtual	
	Contacto	

A continuación se describirá la información que aparecerá en cada una de las pestañas y se darán pautas sobre su utilización.

PÁGINAS

El menú principal se muestra en horizontal, en la parte superior de la página, debajo del logotipo 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

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 logotipo, ya que haciendo click sobre él también podremos retornar a la pantalla principal de inicio.

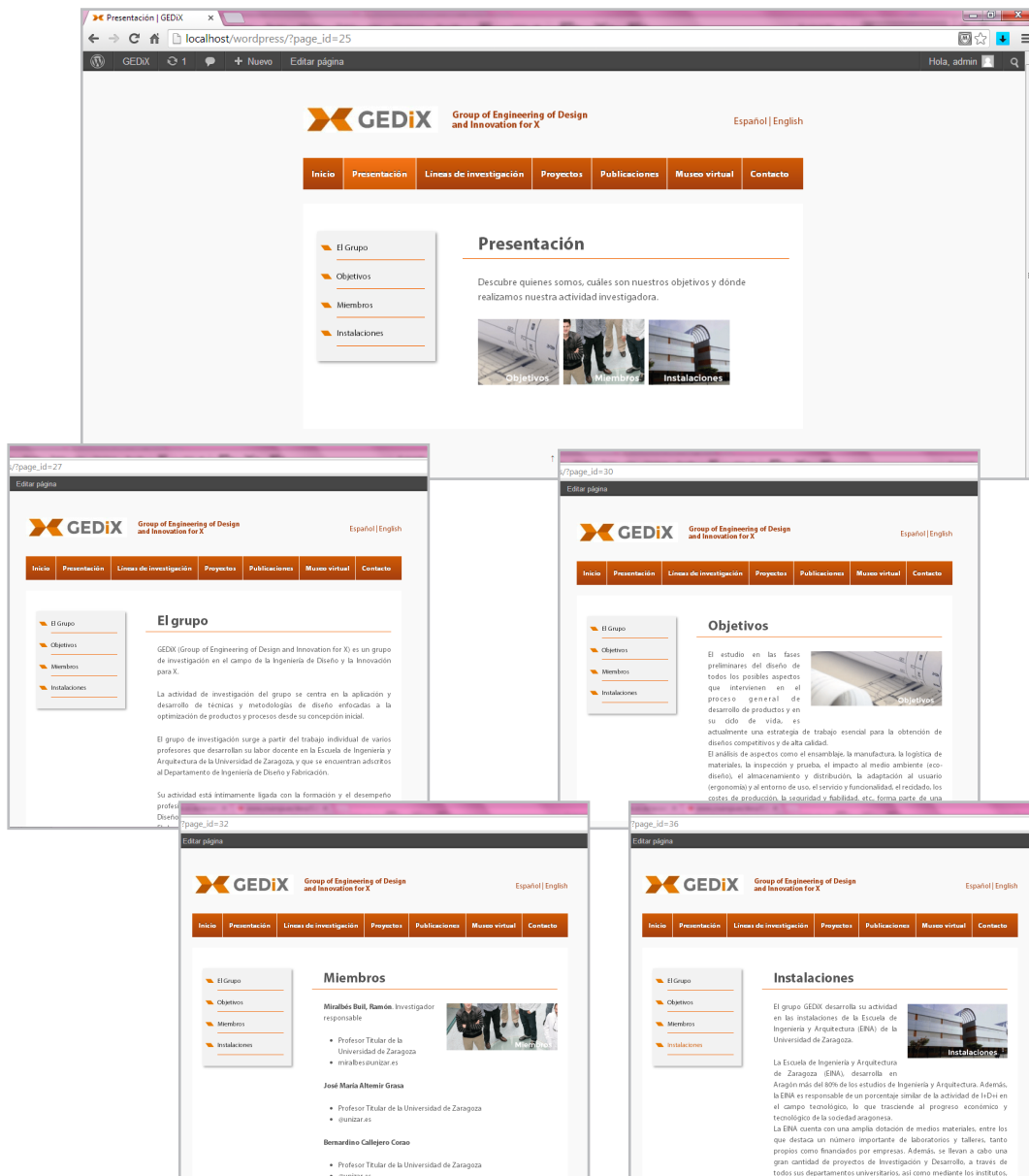


• Presentación

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



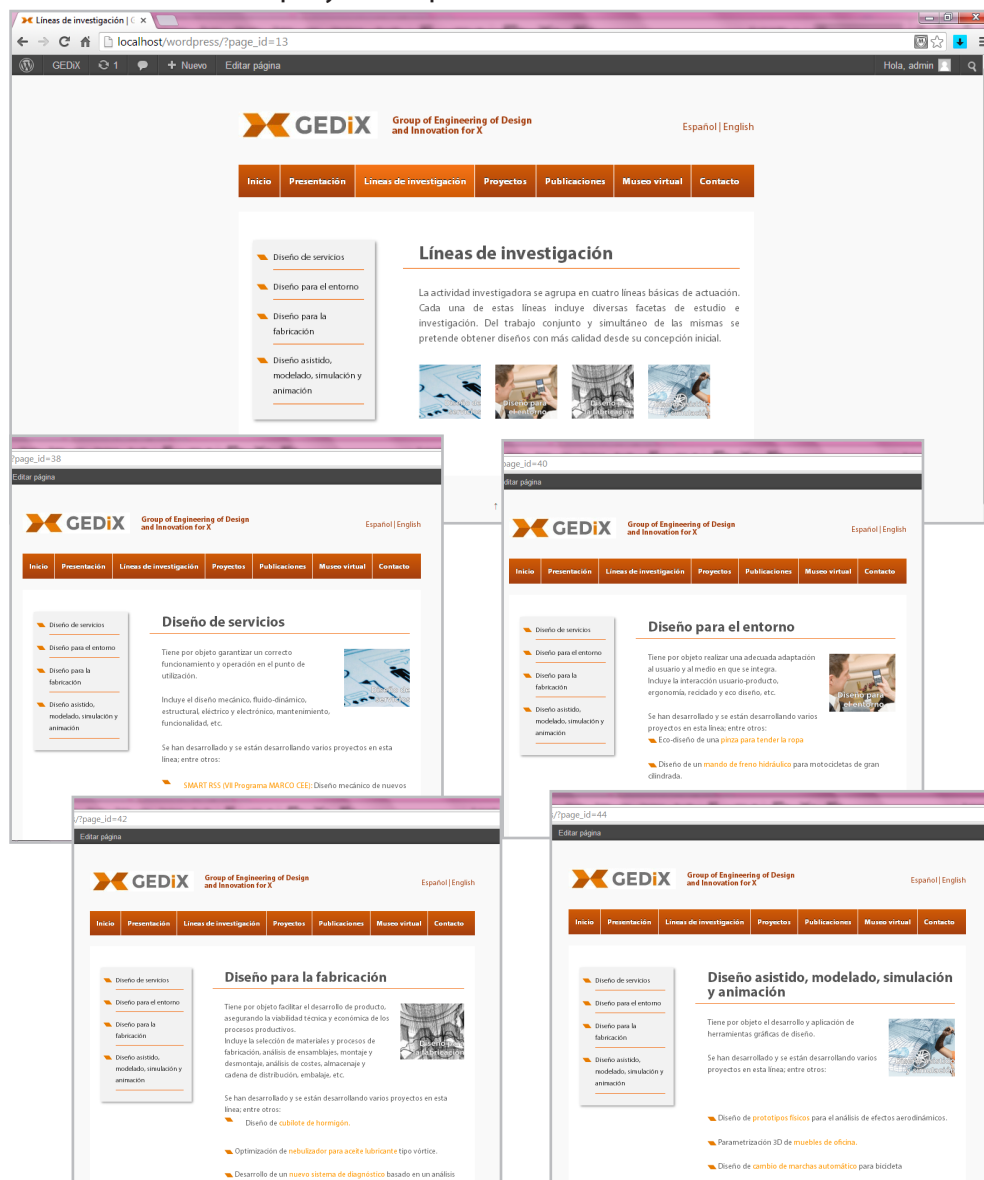
PÁGINAS

• 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.

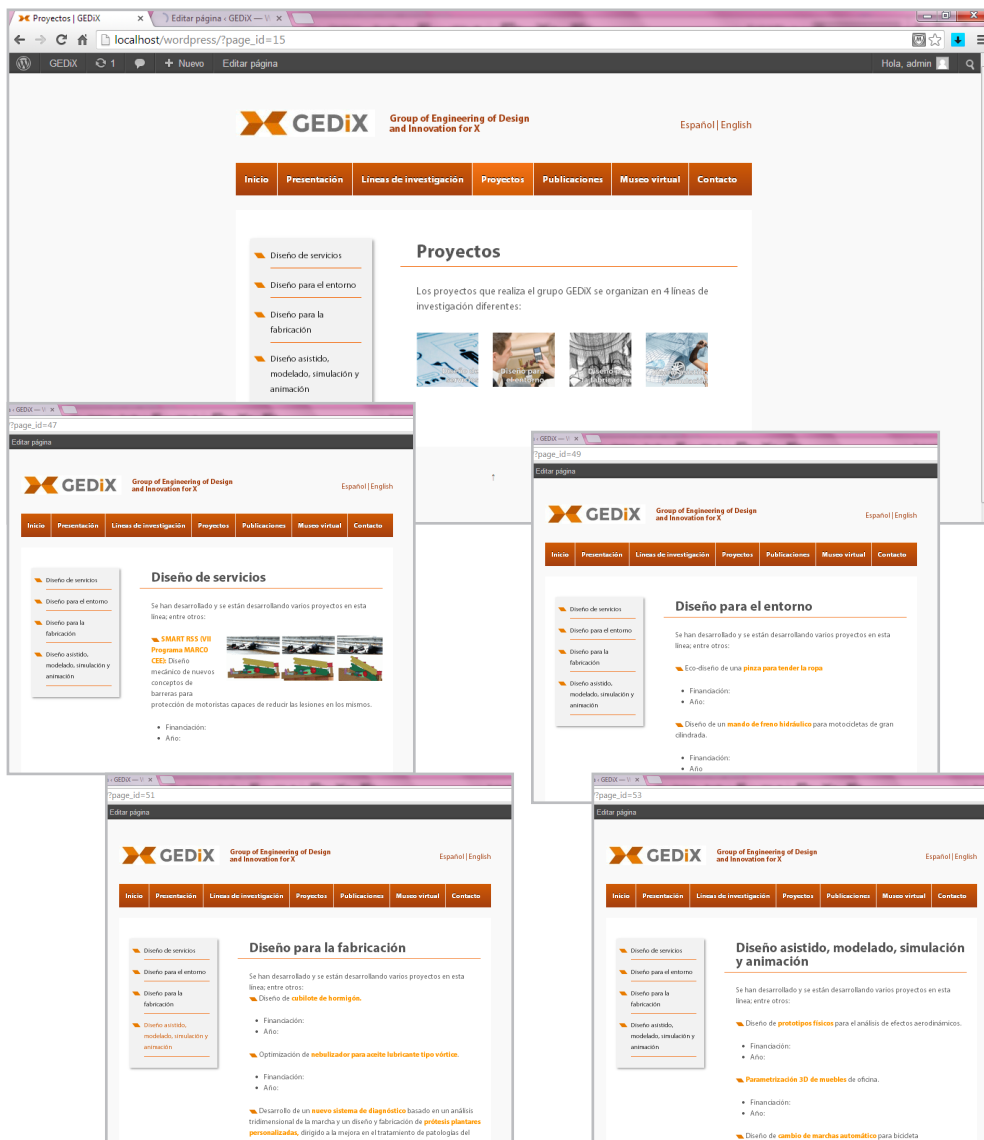


• Proyectos

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.



PÁGINAS

• Publicaciones

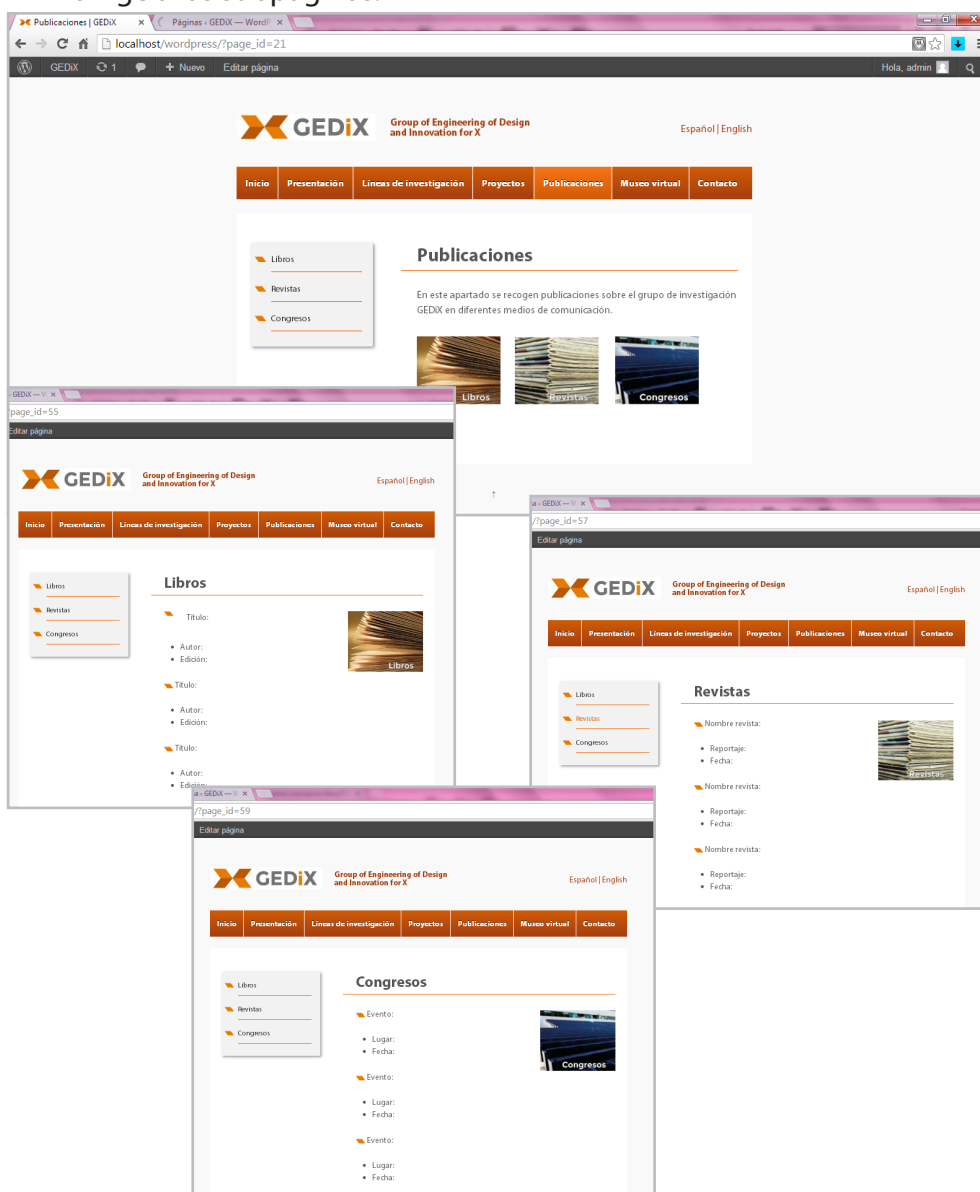
Esta pestaña recoge las diferentes publicaciones que realiza GEDiX en diferentes medios y también las que se hacen acerca del grupo.

Se divide en diferentes secciones:

- Libros
- Revistas
- Congresos

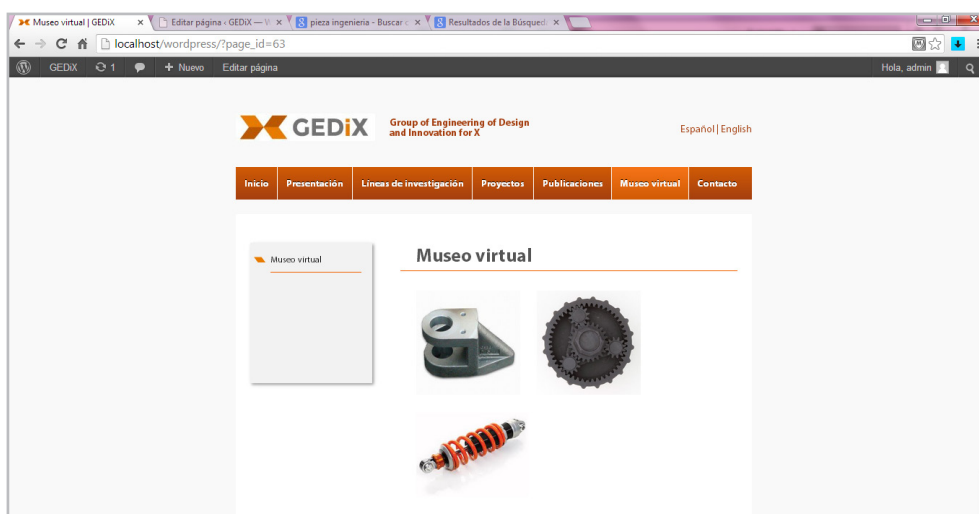
Es una sección que estará en constante actualización para que los visitantes puedan estar al día de las noticias del grupo.

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.



- **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.



NAVEGACIÓN

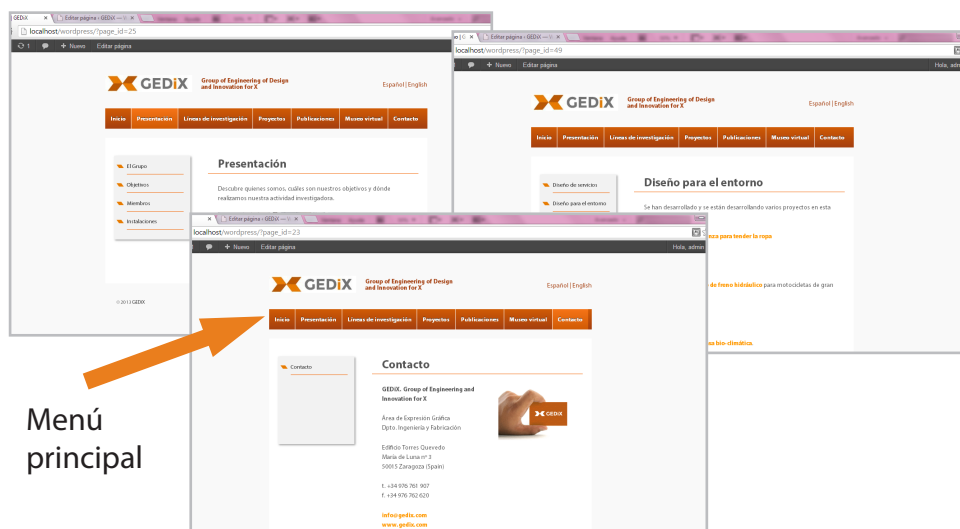
El sitio web se ha diseñado intentando hacer que la navegación a través del mismo fuera lo más sencilla posible.

Ésto se consigue a través de algunas consideraciones que se describen a continuación.

- La página web está disponible en dos idiomas (Español e Inglés) que se pueden seleccionar a la derecha del margen superior. Esta opción está disponible durante toda la navegación por lo que se puede cambiar de un idioma a otro en cualquier momento.



- El menú principal se encuentra visible en todo momento, lo que ayuda a cambiar de un sitio a otro sin necesidad de volver atrás.



- Al pasar el cursor por encima de las pestañas del menú principal, en cada una de ellas aparece el submenú en formato desplegable lo que hace más rápido el acceso a cada una de las páginas del mismo. Además este submenú también se muestra dentro de cada una de las páginas.



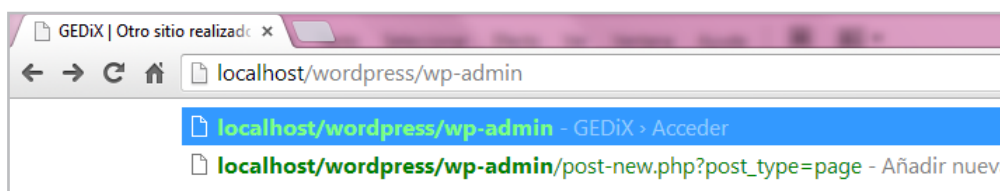
- El submenú también está visible en todo momento, independientemente de la subpestaña en la que nos encontremos para facilitar el cambio de una a otra sin tener que volver atrás.



GESTIÓN

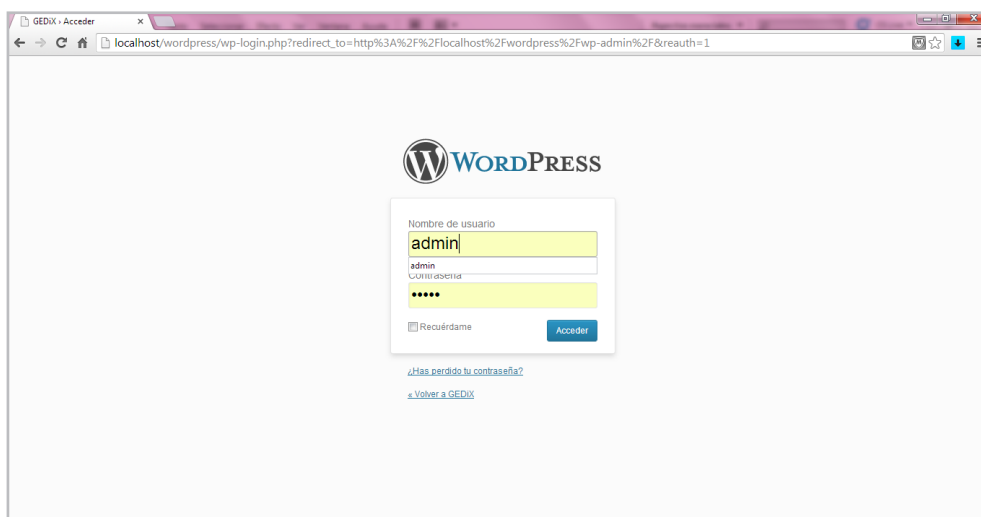
Este apartado es exclusivo del gestor o gestores del sitio web ya que aquí se explicarán temas sobre cómo añadir una entrada, cómo editar una página o cómo añadir usuarios.

Para acceder a la zona de gestión del sitio web, escribir **/wp-admin*** en la barra de dirección del navegador, a continuación del dominio del sitio web.



*Puede variar según el servidor en el que se ubique finalmente el sitio web.

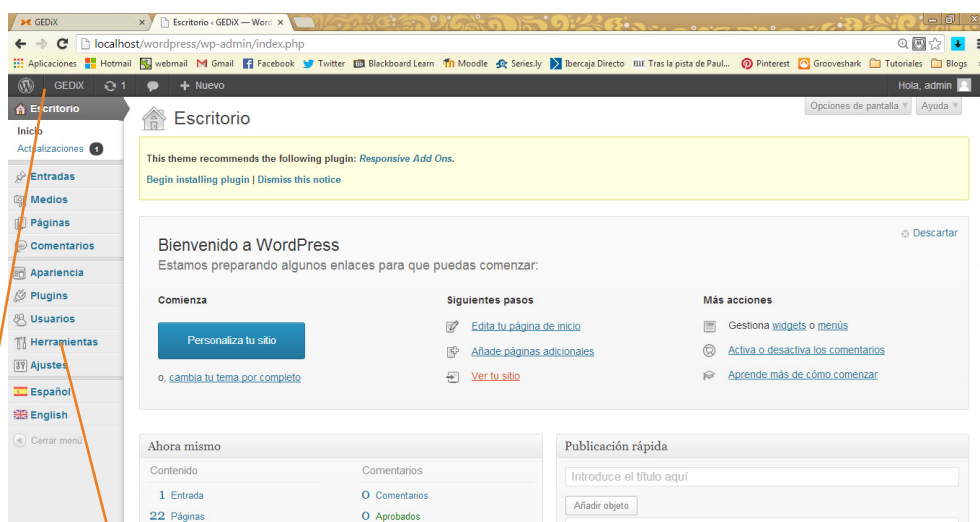
Escribir el **Nombre de usuario** y la **Contraseña** (cada usuario-gestor tendrá uno diferente).



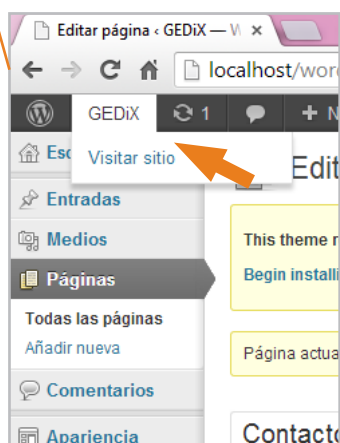
En esta página aparecen el **Escritorio** interno, con las opciones que se pueden modificar.

Las posibilidades de añadir modificaciones son muy numerosas por lo que en el siguiente manual se acotarán señalando las más útiles para hacer que la gestión del sitio no sea compleja.

Las tareas que se explicarán a continuación son las fundamentales para el mantenimiento de la página.



Menú lateral



Situando el cursor encima de la palabra GEDiX del margen superior izquierdo aparece la opción de **Visitar sitio**.

Esta opción permite, en todo momento, ir al sitio web y visualizar cómo han quedado los cambios que se han realizado.

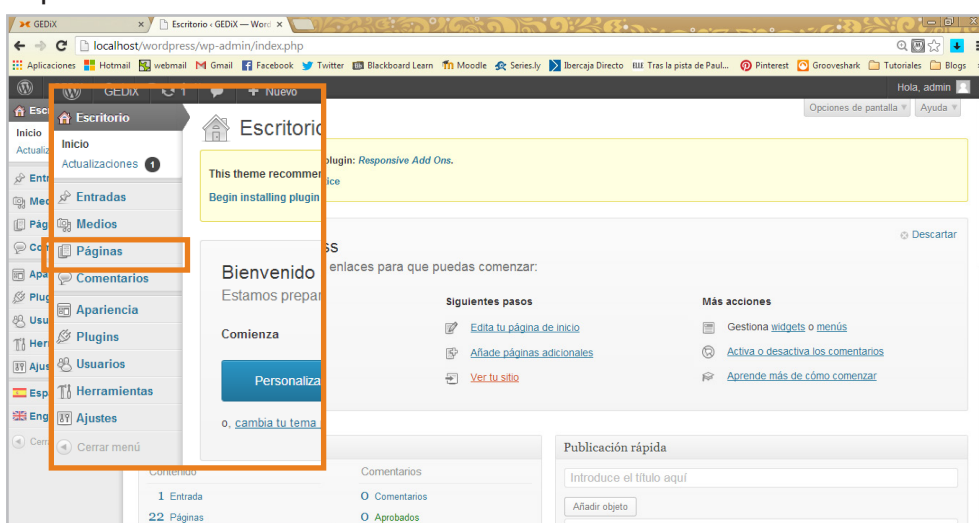
GESTIÓN

Editar una página

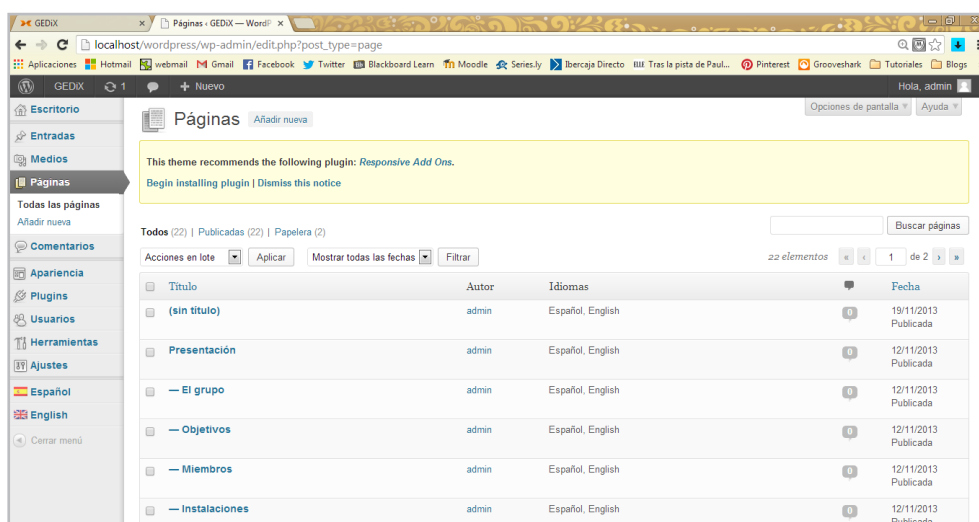
Una **Página** es cada una de las pestañas del menú, tanto del principal como de cada uno de los submenús.

Por lo tanto, esta función es la que utilizaremos para añadir o modificar la información que se muestra.

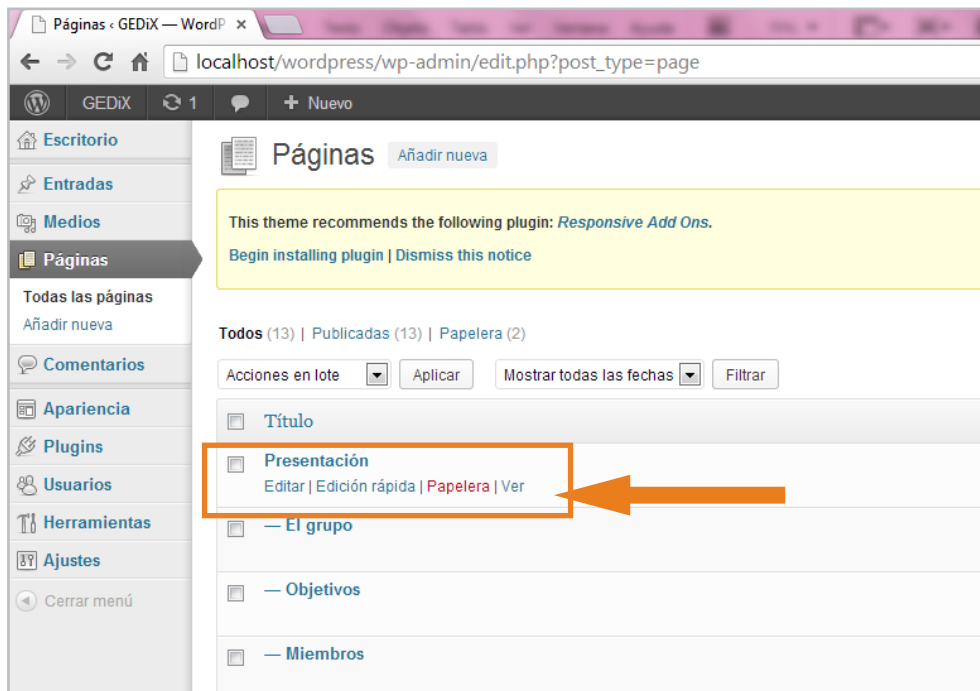
Para acceder a esta función, hacemos click en la pestaña **Páginas** del menú izquierdo



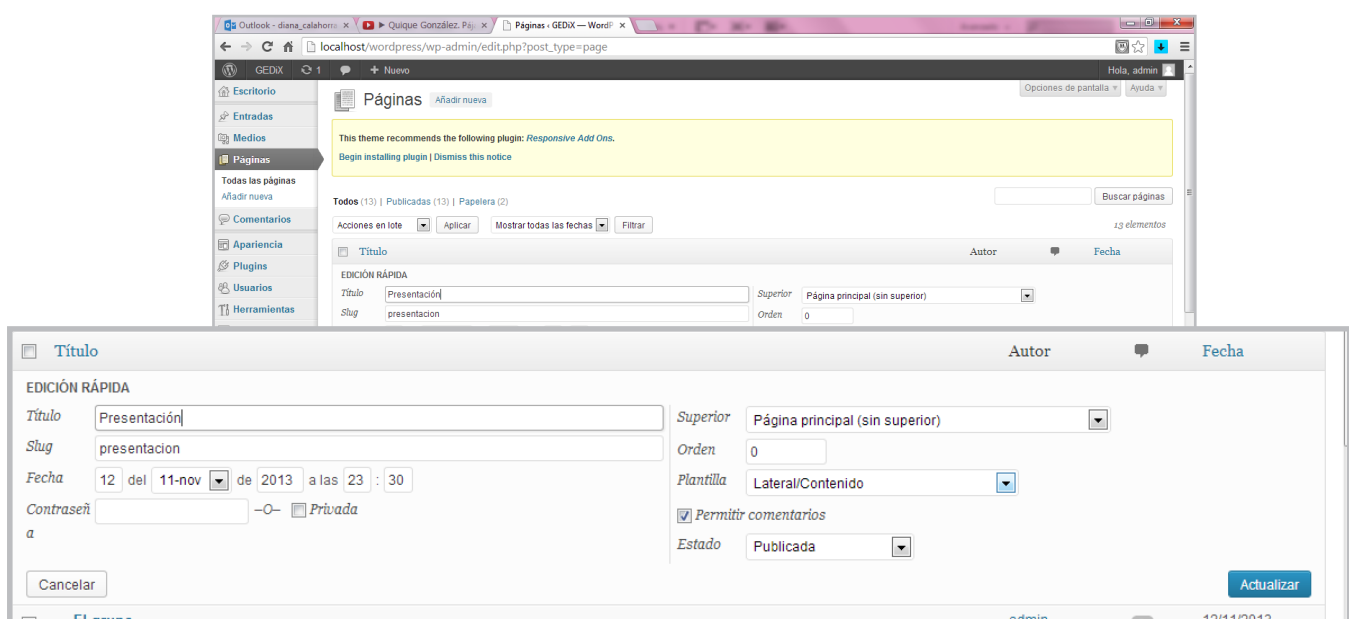
Aparecen todas las páginas que hay creadas y cómo están estructuradas (las páginas del submenú aparecen con un guión delante indicando que dependen de la página superior).



Pasando el cursor por encima de cualquiera de las páginas nos aparece un menú que nos da la opción de **Editar**, **Edición rápida**, **Papelera** y **Ver**.



La opción **Edición rápida** nos da la posibilidad de cambiar el **Título**, el **Slug**, el **Superior** (dependencia de otras páginas), el **Orden** (lugar dentro del menú principal) y la **Plantilla** que tiene aplicada entre otras.



GESTIÓN

El menú se ha diseñado de tal manera que cada página del menú principal y todas las páginas que dependen de ella tienen una misma plantilla. Las plantillas se han establecido de la siguiente manera:

Página	Plantilla
Presentación	Lateral/Contenido
Líneas de investigación	Contenido/Lateral
Proyectos	Contenido/Lateral media página
Publicaciones	Lateral/Contenido media página
Museo virtual	Blog resumido (Sólo resúmenes)
Contacto	Página de ancho completo (sin lateral)

Una vez realizados los cambios necesarios, hacer click en Actualizar para que estos cambios se apliquen.

La opción **Papelera** nos permite eliminar la página

La opción **Ver** nos permite visualizar el resultado final de la página.

La opción **Editar** nos ofrece las mismas posibilidades que la *Edición rápida* y además nos permite añadir un texto o una descripción de la página.

Nos permite añadir los contenidos de la página tanto en español como en inglés sin necesidad de crear páginas diferentes.

Las opciones de cambiar los *Atributos de la página* aparecen en la parte derecha.

El resto de opciones, como añadir texto u otros objetos aparecen en la zona central de la pantalla.

The screenshot shows the WordPress 'Edit Page' interface. On the left, a sidebar contains navigation links: Escritorio, Entradas, Medios, Páginas, Comentarios, Apariencia, Plugins, Usuarios, Herramientas, Ajustes, and a language switcher for Español and English. The main content area is titled 'Editar página' and includes a yellow notice about the 'Responsive Add Ons' plugin. Below this, there are fields for 'Titulo (Español)' (containing 'Congresos') and 'Titulo (English)' (containing 'Congress'). A rich text editor follows, with a toolbar and a content area showing a paragraph about an event. On the right, a 'Publicar' (Publish) panel shows the page status as 'Publicada' and includes a 'Ver' (View) button. Below the publish panel, the 'Atributos de página' (Page Attributes) section is visible, showing 'Superior' as the template and 'Publicaciones' as the category. Three orange arrows point from text labels to specific parts of the interface: 'Título español' points to the Spanish title field, 'Título inglés' points to the English title field, and 'Añadir texto' points to the rich text editor. Another orange arrow points from 'Añadir objeto' to the 'Añadir objeto' button in the rich text editor toolbar. A final orange arrow points from 'Atributos de página' to the 'Atributos de página' section on the right.

Título español

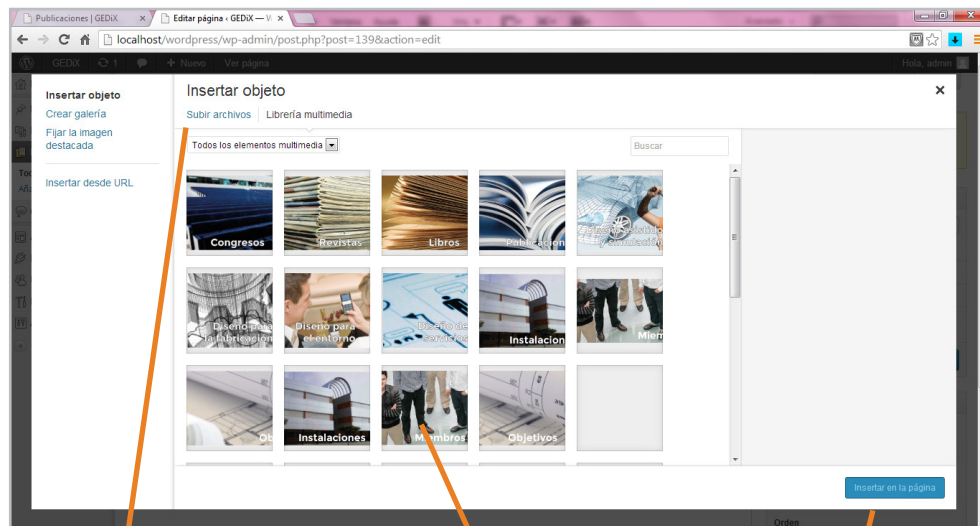
Título inglés

Añadir texto

Añadir objeto

Atributos de página

- La opción de Añadir Objeto nos sirve para añadir imágenes.
En esta función habrá que tener en cuenta el formato y el tamaño que queremos que tenga la imagen (aunque una vez subida, admite algunas modificaciones).

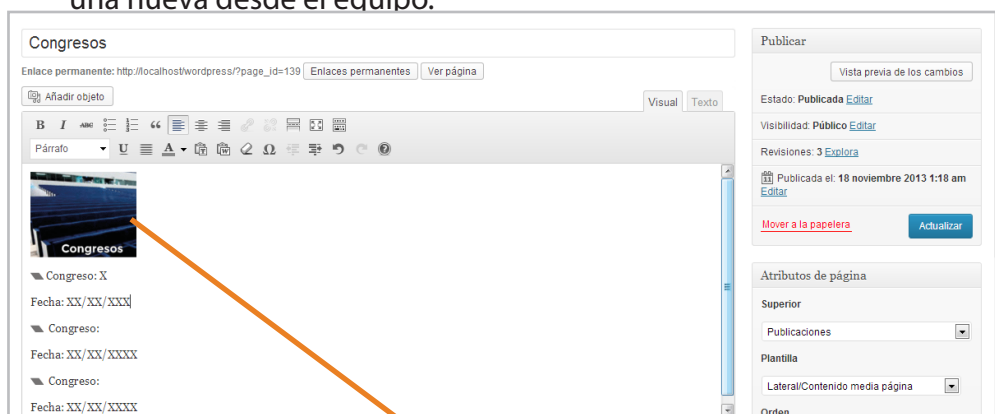


Añadir nueva imagen

Seleccionar imagen existente

Insertar en la página

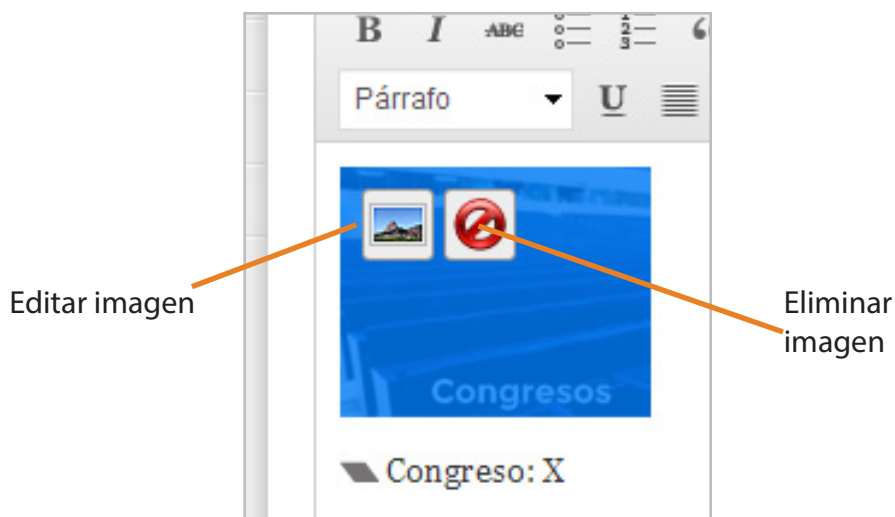
Al hacer click en *Añadir objeto* aparece una pantalla en la que están guardadas todas las imágenes que contiene el sitio web.
Se puede seleccionar aquí la imagen que se desea o se puede añadir una nueva desde el equipo.



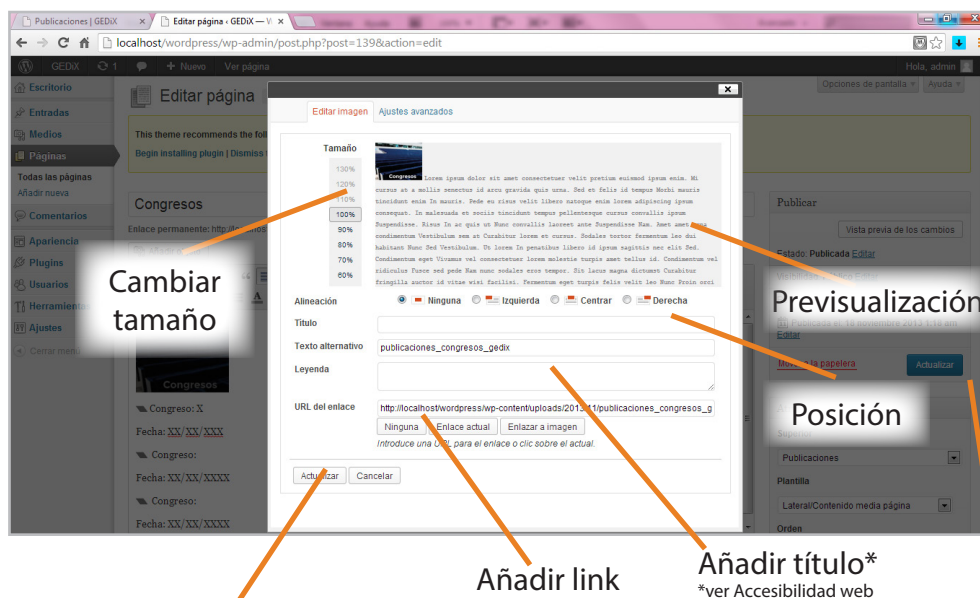
Por defecto, la imagen se coloca de esta manera

GESTIÓN

Haciendo click en la imagen, nos aparece la posibilidad de **Editar** o **Quitar** la imagen.

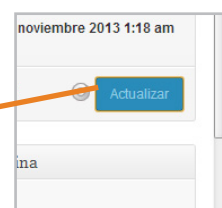


Haciendo click en Editar, aparecen una serie de opciones como cambiar el tamaño o la posición o, incluso añadir un link.

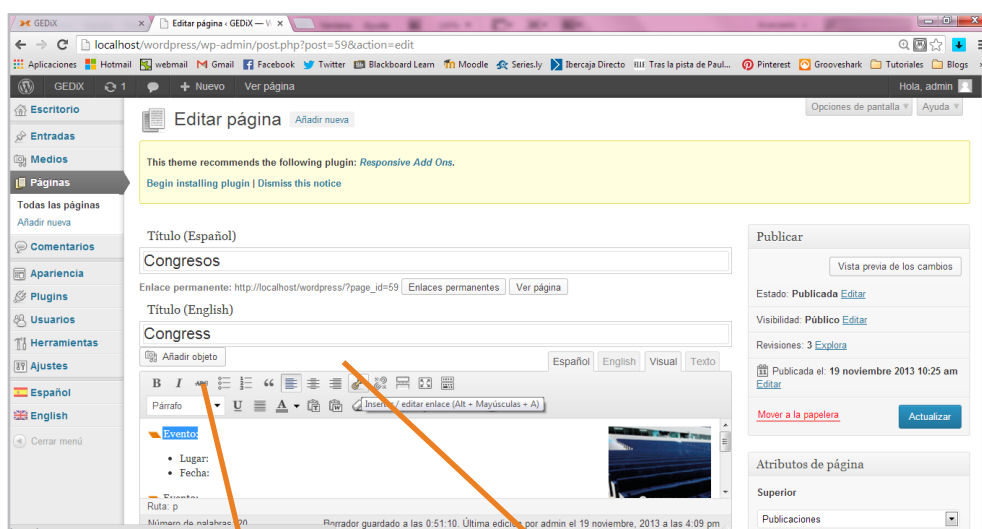


Click en **Actualizar** dentro de la página de Edición.

Después click en **Actualizar** la página para aplicar los cambios.



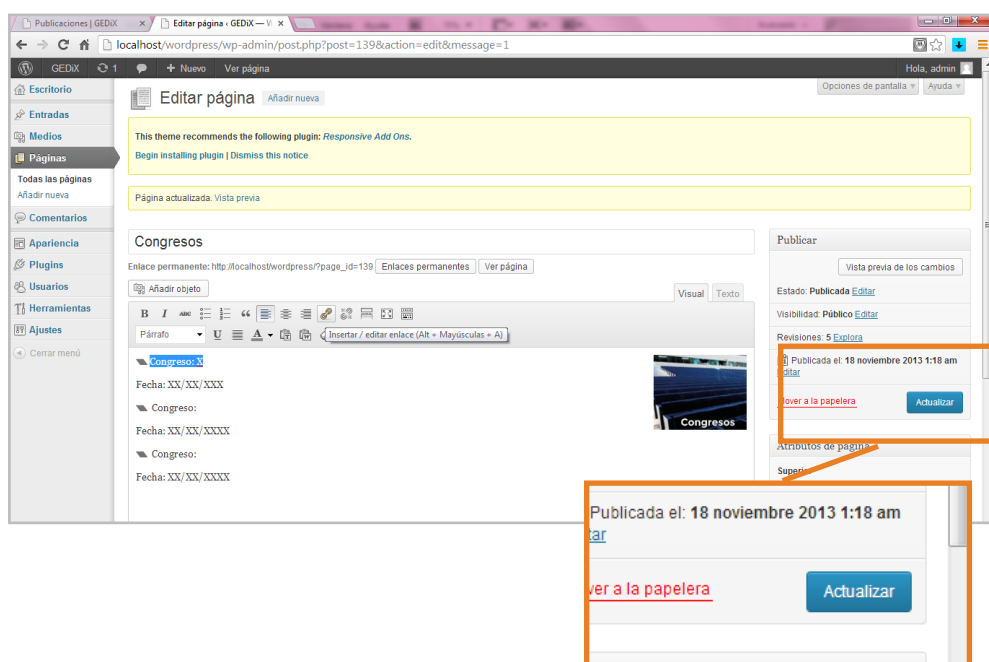
La página de *Editar* las páginas también nos permite añadir enlaces a algunos elementos. Para ello basta seleccionar el elemento y hacer click en **Añadir/Editar enlace**.



Palabra seleccionada

Añadir/Editar enlace

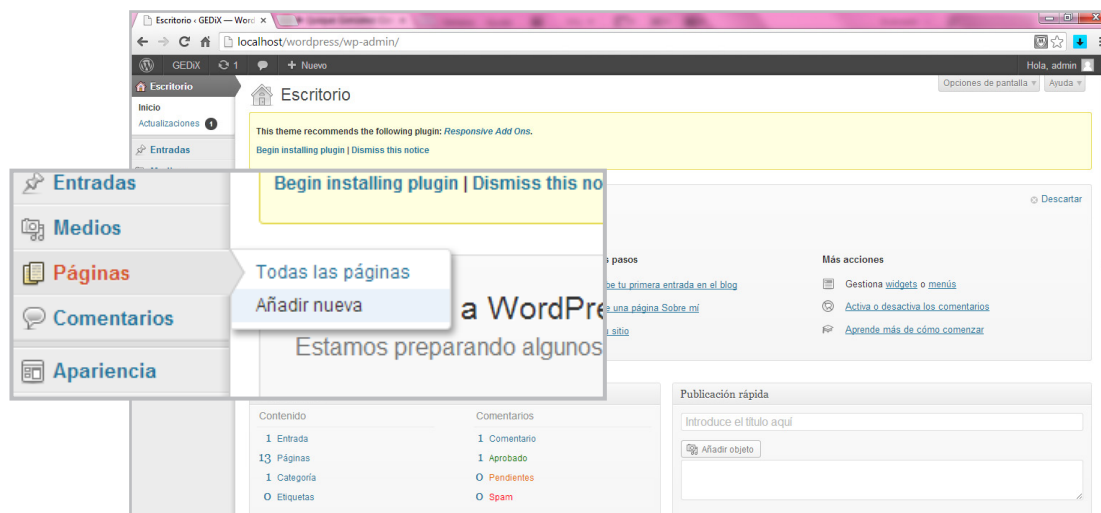
Para finalizar y aplicar los cambios en la página siempre terminar clickando en **Actualizar**.



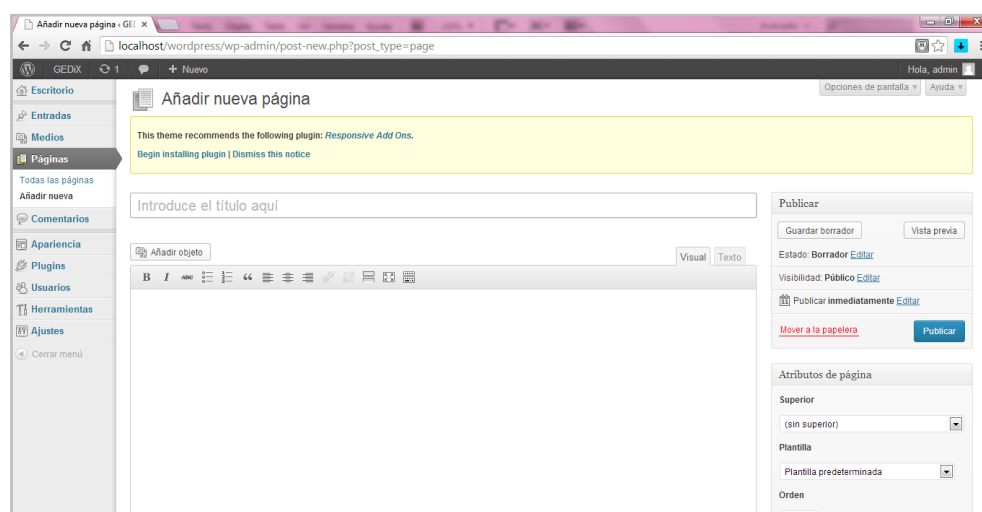
GESTIÓN

Añadir una nueva página

Pasando el cursor por la pestaña **Páginas** del menú lateral izquierdo, nos aparece un submenú desplegable que nos permite ver *Todas las páginas* o *Añadir nueva* (página).



Haciendo click en **Añadir nueva** nos lleva a una página igual a la de Editar que se ha descrito en el apartado anterior.

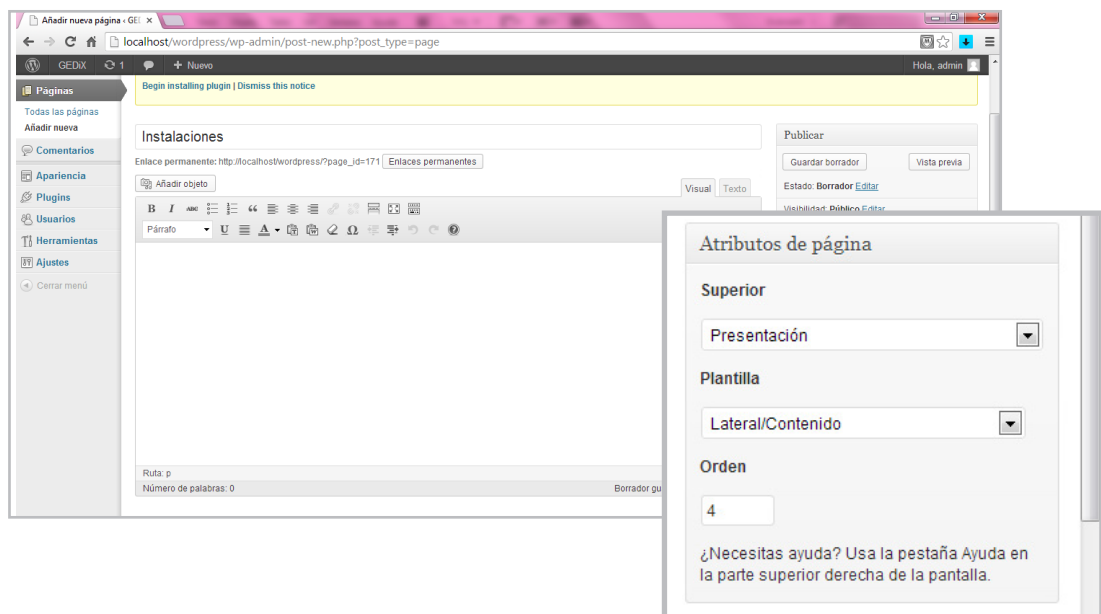


Para añadir una página nueva al menú principal:

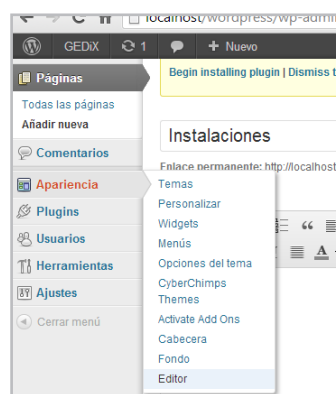
- 1º Crear una página nueva tal y como se ha explicado en el paso anterior.
- 2º Asignar una plantilla que previamente se ha diseñado.
(Para el diseño de la plantilla hace falta tener conocimientos de HTML)

Para añadir una página nueva a cualquiera de los submenús.

- 1º Crear una página nueva que tenga como superior a la que se desee.
- 2º Asignar la misma plantilla que las del mismo submenú (todas las páginas que forman parte del mismo submenú, tienen la misma plantilla)

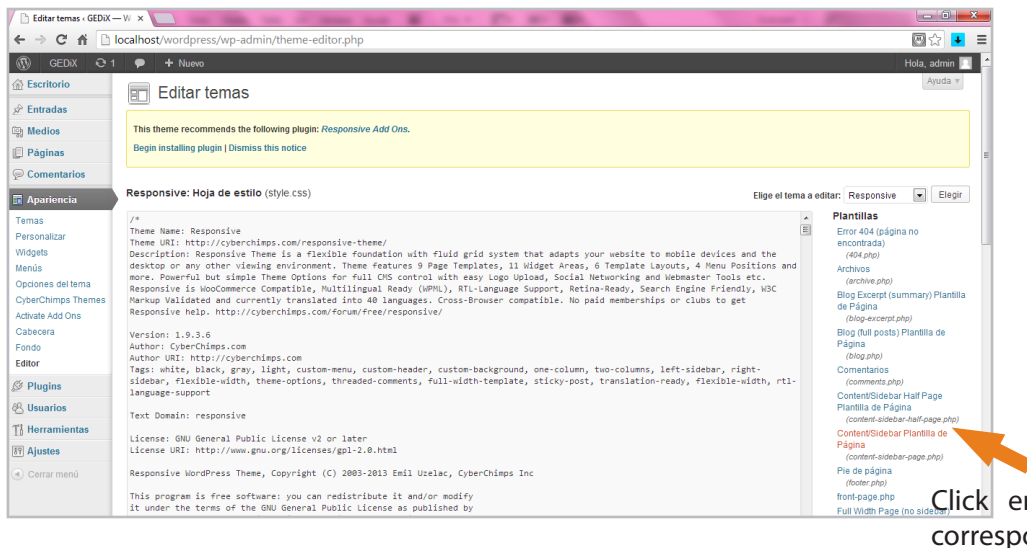


- 3º En el menú lateral del Escritorio, ir a Apariencia > Editor.



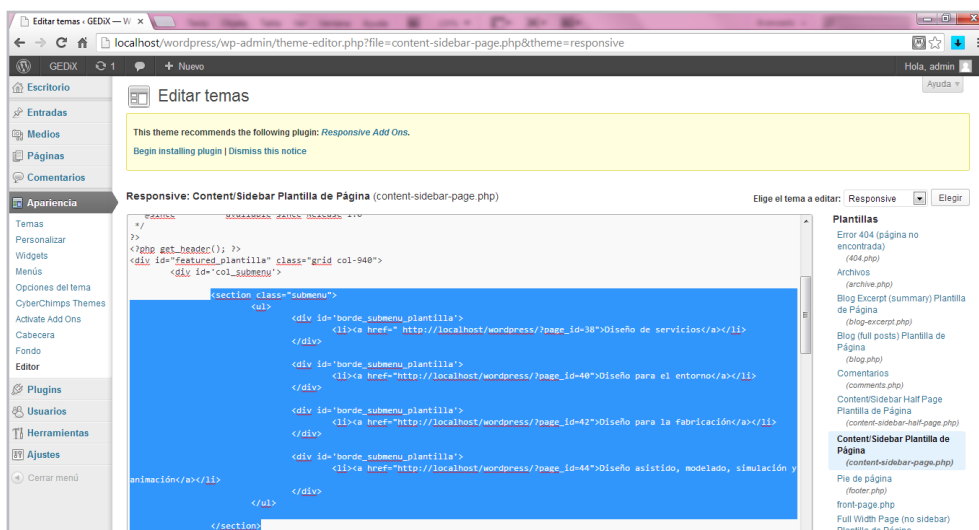
GESTIÓN

4º En la parte lateral derecha aparece un listado con todas las plantillas predeterminadas que ofrece WordPress. Seleccionar la plantilla correspondiente. .

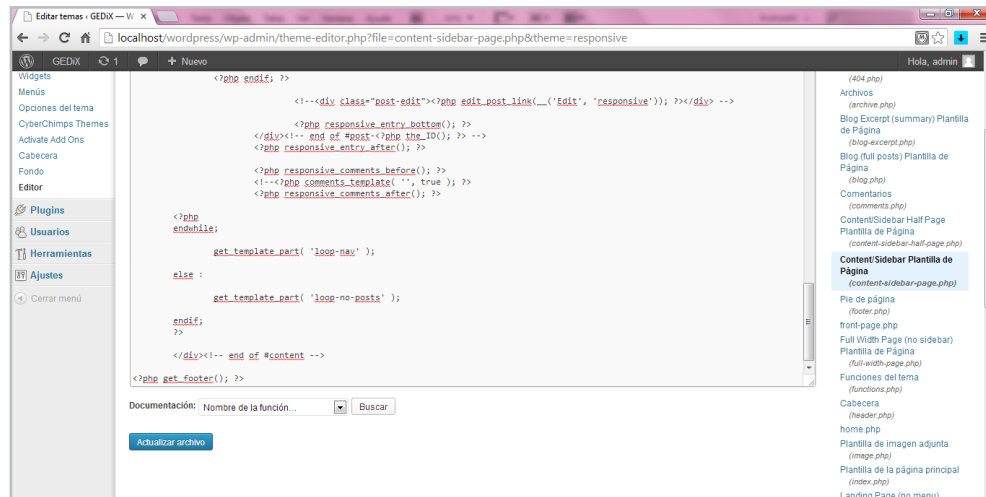


5º (En este paso hay que conocer algo de código HTML). Una vez localizada la plantilla, hacer click en ella y localizar el submenú, que aparecerá de la misma forma que la imagen. Aparece todo el listado. Ahí es donde se debe añadir una línea con el siguiente código

```
<div id='borde_submenu_plantilla'>
    <li><a href="link al que enlazará">Nombre de la página</a></li>
</div>
```



6° En la parte inferior, click en actualizar datos para aplicarlos al sitio web.



GESTIÓN

Añadir un nuevo usuario

En el menú lateral derecho se selecciona la pestaña Usuarios > Añadir nuevo.



Rellenar los datos del nuevo usuario y asignar una contraseña.

A screenshot of the 'Añadir nuevo usuario' (Add new user) form in WordPress. The form is titled 'Añadir nuevo usuario' and includes a yellow notice about a recommended plugin. Below the notice, there is a section for creating a new user. The form fields are: 'Nombre de usuario (requerido)', 'Correo electrónico (requerido)', 'Nombre', 'Apellidos', 'Web', 'Contraseña (requerido)', and 'Confirmar Contraseña (requerido)'. There is also a 'Seguridad de la contraseña' section with a warning message. At the bottom, there is a checkbox for '¿Enviar Contraseña?' and a dropdown for 'Perfil' (set to 'Suscriptor'). An orange arrow points to the form fields with the text 'Datos a rellenar'. Another orange arrow points to the 'Añadir nuevo usuario' button with the text 'Añadir nuevo usuario'.

El nuevo usuario ya puede acceder y modificar la página.

ACCESIBILIDAD DEL SITIO WEB

La accesibilidad del sitio web está resuelta a través de su diseño y su programación pero existen algunas pautas que se deben tener en cuenta a la hora de agregar contenido a la página. Se considera muy recomendable seguir estas recomendaciones para evitar distorsionar la accesibilidad del sitio.

- Presentar un tamaño suficientemente grande de fuentes en pantalla para mejorar la legibilidad.
- Evitar el uso de tablas para formatear texto en pantalla porque esto confunde a veces a los programas lectores de pantalla.
- 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.
- Diferenciar claramente los enlaces consecutivos en la misma línea mediante un carácter de separación como “|”.
- Mantener la forma habitual de presentar los enlaces subrayados y no utilizar subrayado en texto que no sea enlace, para no confundir al usuario.
- Proporcionar siempre un breve texto alternativo (ALT tag) o descripciones textuales más amplias (enlace D o atributo LONGDESC) de las imágenes empleadas.

Estas son las recomendaciones sobre accesibilidad web que el gestor de la página debe tener en cuenta a la hora de añadir/ editar contenido. Para saber más acerca de estas consideraciones o ver aquellas que se han tenido en cuenta para el diseño del sitio web ver *Anexo3: Creación de Imagen Corporativa y Diseño Sitio web; Fase 05: Diseño Sitio web*.