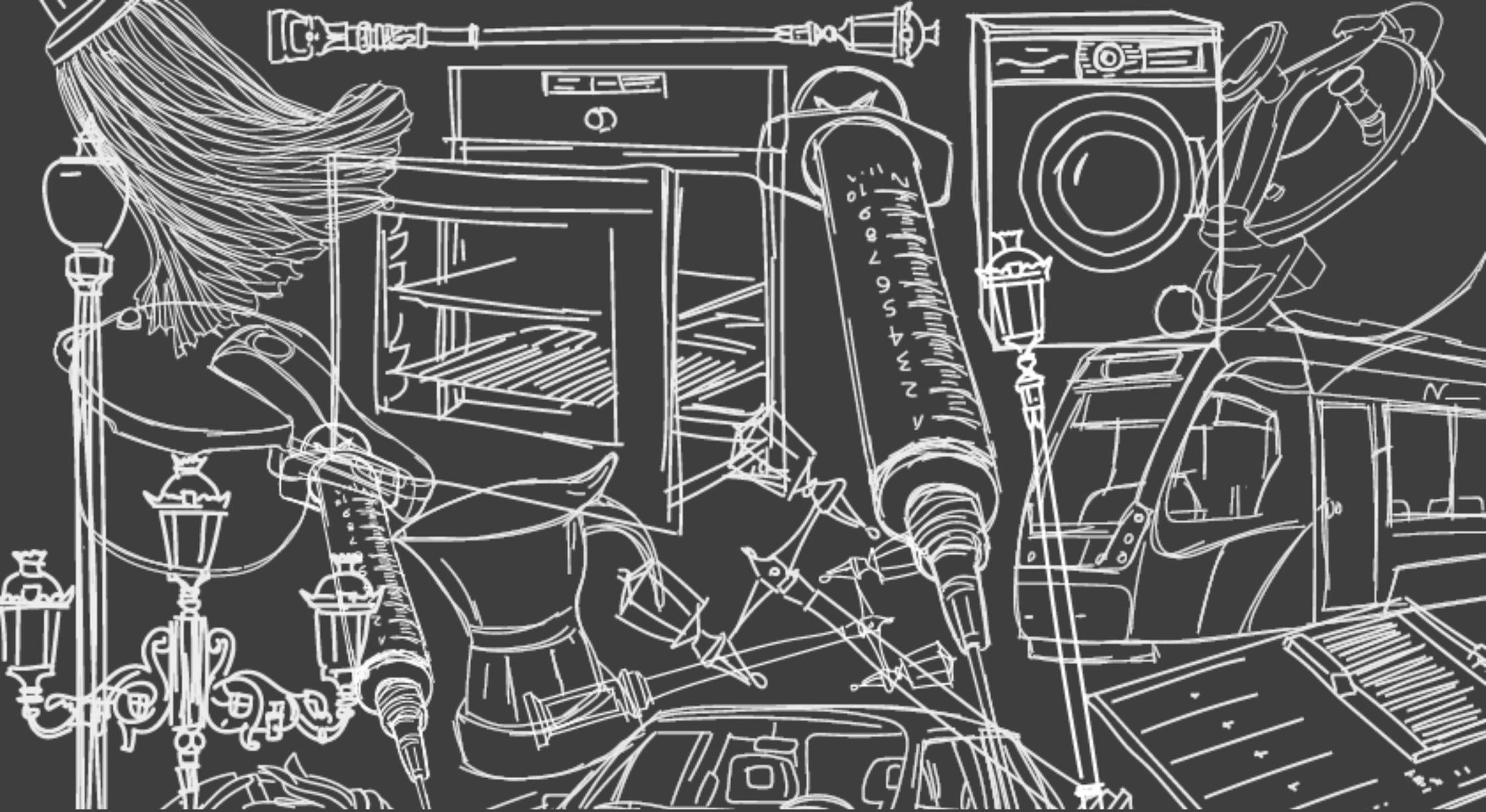




**ANEXO 01 :**

**Diseño y desarrollo de la  
identidad corporativa DINA**



# INTRODUCCIÓN

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>2</b>		
<b>FASE 01: INVESTIGACIÓN</b>	<b>8</b>		
CONTEXTO	9		
DINA	18		
ENTREVISTAS	30		
ANÁLISIS DEL SECTOR	40		
CONCLUSIONES	56		
<b>FASE 02: DESARROLLO CONCEPTUAL</b>	<b>60</b>		
VALORES	61		
PROCESO CREATIVO 1	69		
PROCESO CREATIVO 2	108		
SELECCIÓN	185		
<b>FASE 03: DESARROLLO FINAL</b>	<b>187</b>		
DESARROLLO CONCEPTUAL	188		
		<b>FASE 04: APLICACIONES</b>	<b>199</b>
		APLICACIONES PAPELERÍA	200
		APLICACIONES RRSS	206
		APLICACIONES MERCHANDISING	209
		APLICACIONES ILUSTRACIONES	213
		<b>FASE 05: IDEACIÓN DE EVENTOS</b>	<b>217</b>
		PREMIOS	219
		CHARLAS	226
		<b>FASE 06: SITIO WEB</b>	<b>235</b>
		PLANTEAMIENTO SITIO WEB	236
		SITIO WEB	252
		<b>CONCLUSIONES</b>	<b>259</b>
		<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>262</b>

# RESUMEN

El proyecto realizado es un trabajo en colaboración con DINA, la Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón, en el que se plantea el diseño de la nueva identidad de marca de la asociación y diferentes aplicaciones de esta. Todo esto viene motivado por el lanzamiento de la marca tras estar parada durante algunos años. Con este trabajo además, se pone fin a los estudios de Grado de Ing. de Diseño Industrial y Desarrollo de Producto.

El objetivo principal del proyecto es renovar la identidad visual de la asociación, pudiendo así reflejar los nuevos valores adquiridos a consecuencia de la evolución del concepto de producto y la involucración de nuevas generaciones como socios. Al haber un gran número de socios y por lo tanto un gran número de opiniones se recurre a una metodología que utiliza el pensamiento divergente para poder recoger una gran cantidad de información e ideas y el pensamiento convergente para sintetizar toda la información y obtener la solución más óptima. W

Para ello se desarrollaron las siguientes fases:

**Introducción**, en la que se describe la metodología utilizada, los objetivos del proyecto y el planning de cómo se llevará a cabo.

## **Fase de Investigación**

Durante esta fase se estudiará el contexto en el que se trabaja, en este caso es el del Diseño Industrial y se busca conocer su historia, cuáles han sido los hitos del diseño y por lo tanto cómo ha evolucionado desde sus inicios hasta ahora. También se trabaja sobre lo que es una asociación y en concreto que es Dina y cuáles son sus objetivos. Se llevan a cabo entrevistas tanto a miembros de la asociación como a estudiantes de diseño para poder definir que va a ser Dina a partir de ahora. Y por último se hace un estudio del sector en el que se observan los recursos gráficos utilizados por las asociaciones tanto a nivel nacional como a nivel internacional.

## **Fase de Desarrollo Conceptual**

En esta fase de establecerán una serie de valores a representar y especificaciones de cómo debe de ser la nueva imagen de marca con las conclusiones sacadas a partir de la fase de investigación y se realizaran dos procesos creativos en los que primero se ofrecerán 6 posibles conceptos y después se deducirán para conseguir una solución mejor trabajada y con la que la mayoría de la asociación se sienta representada.

## **Desarrollo final de la identidad visual corporativa**

Tras la selección final se llevara a cabo un desarrollo de este para que tanto en términos de construcción como lo que quiere transmitir quede totalmente definido. También se establecerán unas normas de aplicación de la identidad visual con un manual de marca.

## **Aplicaciones**

Durante esta fase se desarrollaran las aplicaciones de la identidad visual de Dina a los diferentes soportes necesarios para el desarrollo de las funciones de la asociación.

## **Ideación de actividades a desarrollar por la asociación**

Por último se desarrollarán una serie de directrices para llevar a cabo dos actividades solicitadas por los estudiantes y los miembros de la asociación durante las entrevistas: unas charlas y unos premios. Se definirá una identidad visual propia aunque siempre ligada a la de Dina y aplicaciones que se crean necesarias para la comunicación.

## **Página Web**

Se desarrollará una página web en la que la asociación podrá informar de su actividad, noticias y miembros que lo forman entre otros además de ser el medio por el que los interesados podrán asociarse.

# OBJETIVOS

Actualmente la Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón está buscando renovar su imagen e intentar reactivar la asociación. Se intenta conseguir así llegar a un público más amplio, difundir la cultura del diseño, impulsar y visibilizar la actividad del sector. Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) pretende ayudar a la asociación a transmitir todo esto a través del diseño de una nueva identidad visual corporativa que consiga transmitir los valores deseados por los colaboradores. Además de una renovación de la página web y la ideación de actividades a desarrollar para dar a conocer la asociación e impulsar el diseño en Aragón

Realizar la **planificación del proyecto**, reflexionar y aplicar un plan claro y estructurado, en el que se detallen las fases a realizar, metodologías aplicables, documentos que se incluyen en cada fase y un calendario a seguir para conseguir el resto de los objetivos.

Realizar una **investigación y documentación sobre el sector del diseño de producto**, las asociaciones y la asociación DINA lo bastante amplia como para poder sacar una serie de conclusiones que ayuden a definir los valores a representar.

**Crear** una serie de **conceptos de imagen visual corporativa** que se adecue a los valores que desea transmitir la asociación, además de ser capaz de representar el diseño de producto en Aragón.

**Desarrollar un manual** que normalice todos los aspectos de la imagen diseñada.

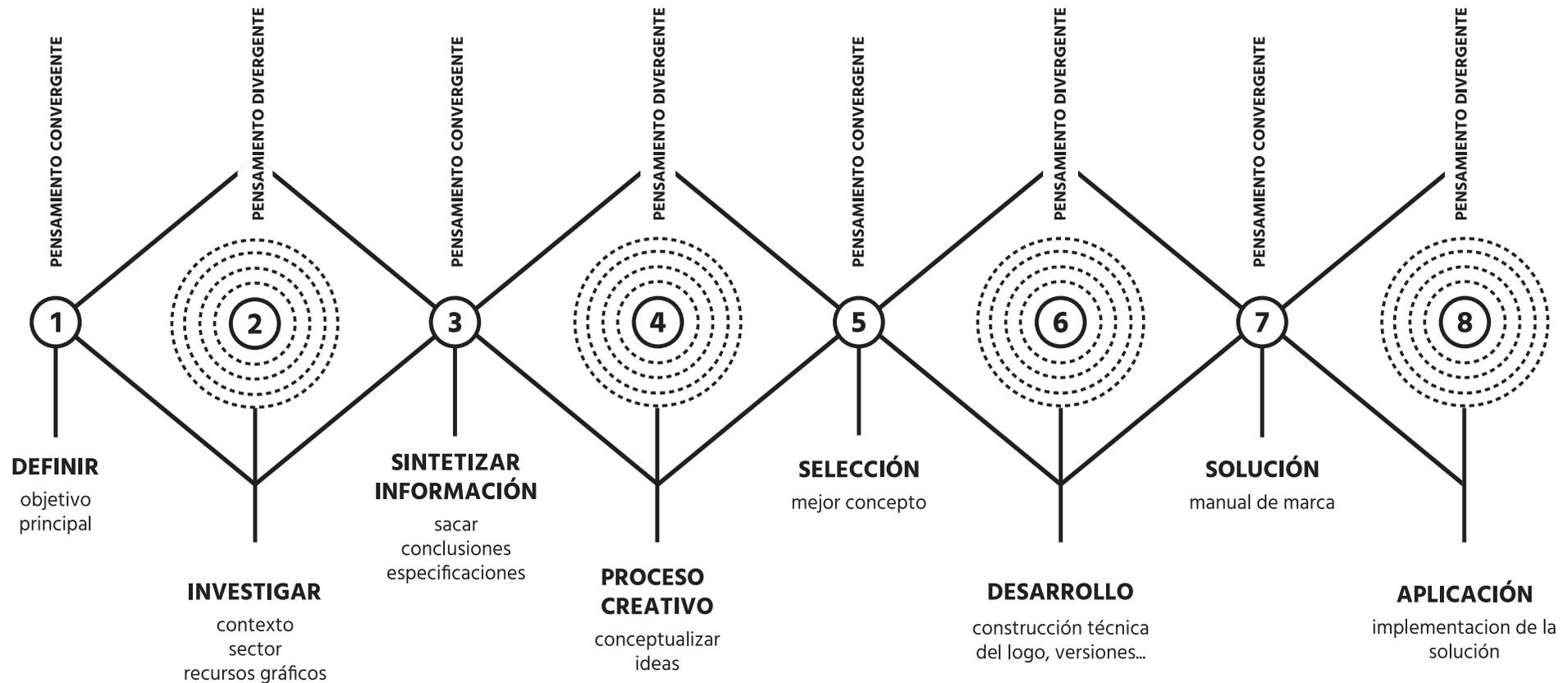
**Diseñar las aplicaciones** de papelería y merchandising que la asociación necesite para llevar a cabo las diferentes actividades que realicen.

**Proponer** una serie de **actividades** que la asociación podría realizar para conseguir darse a conocer a un mayor público e impulsar su actividad y el diseño aragonés. También se busca reconocer el trabajo de los diferentes estudios que conforman la asociación y los estudiantes de diseño.

Diseñar las **aplicaciones de comunicación** requeridas, que ayuden a la asociación a darse a conocer e impulsar su actividad.

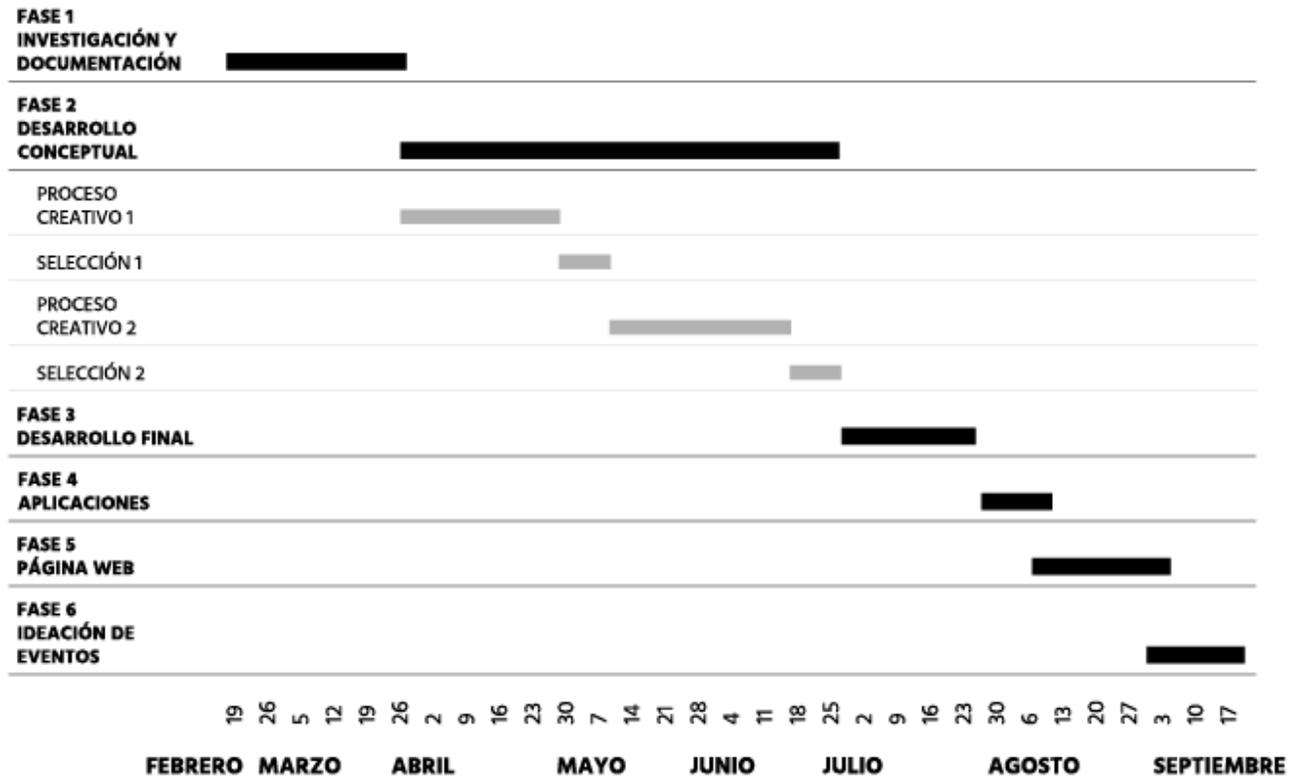
**Diseñar y desarrollar un sitio web** en el que DINA pueda mostrar e informar sobre su actividad. Aunque actualmente la asociación se está poniendo en marcha y no tenga actividad se busca que la página web se cree pensando en todas las necesidades que podría tener la web de una asociación con una actividad constante y exitosa.

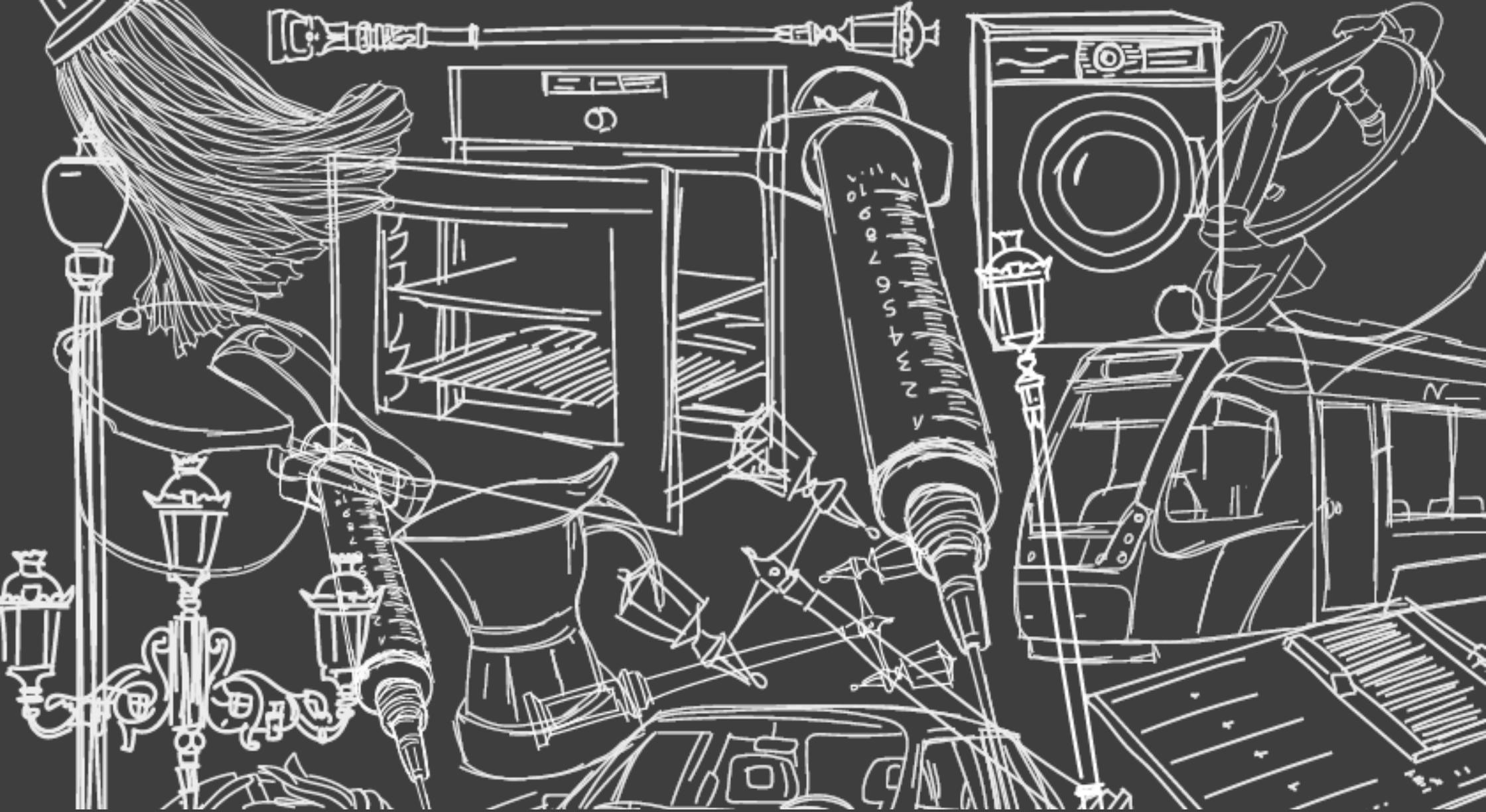
# METODOLOGÍA



Se trabajará una metodología que utiliza el pensamiento divergente para poder recoger una gran cantidad de información e ideas y el pensamiento convergente para sintetizar toda la información y obtener la solución más óptima.

# PLANNING





# FASE 1: INVESTIGACIÓN

# CONTEXTO

Para poder comprender mejor el contexto en el que se concentra la asociación, es necesario investigar sobre él. Para ello se definirá que es el diseño industrial, se estudiara también una pequeña cronología de cómo empezó el diseño industrial en España para poder entender la esencia del diseño español y por último se definirá que es una asociación en términos generales y que servicios suelen ofrecer

# ¿QUÉ ES EL DISEÑO INDUSTRIAL?

Todas estas son definiciones que les dan algunos de los Premios Nacionales de Diseño, aunque todos dan una definición propia se puede concluir que el diseño es una herramienta.

Diseñar es pensar y solucionar. Se ha de comprender al usuario para obtener una necesidad y poder diseñar un producto que la solucione.

Es pensar antes de hacer

Hacer posible lo imaginario

Cosas con sentido común

Es una expresión de gusto

Es el arte del objeto en uso

Es una herramienta de comunicación visual

Es un producto interesante y de calidad

Es un método de acción

Es un algoritmo de muchas variables

Muchos kilos de razonamiento y unos gramos de emoción

Herramienta de diferenciación

Mejora la relación con aquello que nos rodea

Es una apuesta

# HISTORIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL EN ESPAÑA

20's

30's

Guerra Civil

50's

A finales de año España se incorpora como productos de bienes industriales

## innovaciones

EMPRESA HISPANO-SUIZA  
RED DE TELEFONÍA  
METRO DE MADRID

1930

Aparece el 1º germen del diseño español: el grupo GATEPAC

El diseño italiano es una inspiración durante esta época

Se puede decir que los diseñadores van a tomar el relevo de los Artesanos con la llegada de la Industria

Grupo precursor español

MIGUEL MILÁ  
CORREA MILÁ  
COLE

Primer profesional del Diseño Industrial que no viene de la arquitectura

ANDRÉ RICARD

## hitos diseño

TREN TALGO  
SEAT (coche 600)  
PEGASO expo internacional NY  
FREGONA

# 60's

---

A principio de los 60 las grandes empresas no se interesan por el diseño. Prefieren comprar diseños externos, copiarlos y venderlos. No existe una cultura de diseño

## INDUSTRIALIZACIÓN

Cuando España se recupera económicamente a partir de un lento aperturismo por el turismo y la emigración se avanza en la industrialización de ciudades como Barcelona Madrid o Vizcaya

## NÚCLEOS URBANOS

Los españoles se van a rodear de bienes de consumo austeros de fabricación nacional y diseño sencillo

### empresas innovadoras

ROCA  
PUIG  
FERRROVIAL

Primeros diseño de carteles, libros, logos, medicamentos, automóviles, trenes

Para conseguir llegar a los potenciales compradores la televisión y el cine fueron los medios mas utilizados. Ahí se podían ver innovaciones, nuevos diseños.

Lo que sale en la TVE y el cine serán productos deseados por los ciudadanos.

## PRIMERAS ASOCIACIONES APARECEN

Asociación de Diseñadores Industriales  
Asociación de Diseñadores Gráficos (FAD)  
Asociación Española de Profesionales del Diseño

## ESCUELAS DE DISEÑO

EINA  
ELISAVA

# 70's

---

## 1972 Empresa BD

Aparece la empresa BD que produce sus propios diseños, aunque no tienen fábrica se lo fabrican empresas con las que ellos establecen contacto por lo tanto logran tener productos de todo tipo

El diseño aun no es protagonista en las empresas. Pero poco a poco se ira implantando en pequeñas empresas

## 1975

La empresa Camper es una de esas empresas que empiezan a pensar en el Diseño, y lo implementan lo máximo que pueden: con diseño innovadores, en la forma de vender y en la gráfica

## DEMOCRACIA

El diseño importa, y con el comienzo de la democracia se quiere mandar este mensaje,,  
El gobierno intenta darle importancia y lo lleva a cabo al realizar el primer programa de identidad corporativa para el ministerio de obras públicas.

## 1973 Centros de diseño

BCD Barcelona Centro de Diseño  
BZ Centro de Diseño de Bilbao

# 80's

---

Durante esta época España se precipitara a la modernidad sirviéndose del diseño.

Se comenzará a ver diseño en las ciudades. Barcelona por ejemplo tendrá espacios públicos diseñados pensando en el ciudadano y sus necesidades

## HITOS DEL DISEÑO ESPAÑOL

SILLA TOLEDO  
TABURETE MARISCAL  
SILLA TUSQUETS  
MANOLETE  
SILLA ROTHKO

## DISEÑOS IMPOSIBLES

Son unos años de experimentación por lo tanto seguirán la filosofía del todo vale y desarrollaran diseños imposibles.

## MADRID ME MATA

Será una revista icónica ya que no estará hecha por periodistas si no por diseñadores gráficos, lo que llamará mucho la atención

## LA NAVE

Espacio en el que se concentraran un núcleo de diseñadores que trabajaran juntos en diferentes proyectos

## EMPRESAS

Habrà un cambio de mentalidad corporativa en las empresas y empezaran a contratar a diseñadores. A raíz de esto se empieza a valorar el diseño y nade I+D. Y se empiezan a exportar diseños españoles.

SANTA & COLE  
MOBLES 14

## 1987

## Premios Nacionales del Diseño

BDC + el Ministerio de Industria crean estos premios. Con esto consiguen consolidar la industria y reconocer el trabajo de los diseñadores y las empresas. Será el máximo galardón que pueda llegar a alcanzar un diseñador español

# 90's

---

## 1992

### Expo Sevilla Capital Cultural Madrid Olimpiadas de Barcelona

Todos estos eventos serán clave para el reconocimiento del diseño español a nivel internacional.

Muchos intentaran copiar el logotipo de las olimpiadas.

La innovación se verá en la antocha y en cómo se encendió.

La mascota fue un gran símbolo

El diseño que se desarrollara durante esta época consistirá en un diseño funcional y atemporal.

## 1995/1997

### Evolución

Es una época de cambios, se consolidaran Estudios Superiores de Diseño y por lo tanto habrá una calidad de trabajo mayor.

Internet va a ser un cambio importante ya que los diseñadores tendrán una gran herramienta para obtener información

## Diseño y empresa

Las empresas pasaran por diferentes etapas a la hora de integrar el diseño en ellas

- 1º Diseño inexistente
- 2º Diseño como estilo
- 3º Diseño como proceso
- 4º Diseño como estrategia

El objetivo final es que todas las empresas consideren al diseño como un aliado para mejorar y no como un accesorio.

# ACTUALIDAD

---

## PRODUCTOS

### Producto escultórico

Existen nuevos países emergentes, nuevos ricos con deseos de productos exclusivos. Por lo tanto la demanda será de productos de tipo escultóricos, que se consideren obras de arte como tales por su nivel de calidad y detalle.

### Producto funcional

Son productos diseñados para todos. Suplen necesidades básicas que puede tener todo tipo de usuario durante su vida. Son productos sencillos y que cumplen una función correctamente sin necesidad de trabajarse en exceso la estética aunque siempre es un plus.

## 2011 Premios Nacionales de Innovación y Diseño

Los premios originales que dan comienzo en 1987 pasan a llamarse así para premiar también a la innovación.

# ¿QUÉ ES UNA ASOCIACIÓN?

Una asociación es la unión de individuos con un fin determinado.

Por lo tanto es un conjunto de personas que tienen un objetivo en común, y unen sus recursos, información, conocimientos etc para conseguirlo.

Así pues se necesita un grupo de personas, objetivos comunes, un funcionamiento democrático y que se forme sin ánimo de lucro.

Para comenzar el funcionamiento es necesario elaborar un acta fundacional, unos estatutos, unos órganos asociativos y registrarse en el registro.

Se conforma de una asamblea general que se compone por la totalidad de los miembros, una junta directiva que se compone por cinco miembros elegidos por la asamblea y un presidente.

# DINA

Para poder conocer mejor la asociación DINA, se investigara sobre lo que es, quien lo forma, cuáles son sus objetivos etc.

Además se realizaran entrevistas con cada uno de los participantes para poder conocer mejor la nueva línea que se quiere seguir al poner en marcha de nuevo la asociación.

# DINA ¿QUÉ ES DINA?

DINA es la ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES DE PRODUCTO DE ARAGÓN.

Es una organización empresarial que agrupa empresas profesionales y con experiencia en el mundo del Diseño abiertos a acoger a otros profesionales o interesados en el Diseño con posibilidad de ser socios colaboradores

# ¿QUIEN LO FORMA?



cubo

branding  
diseño  
publicidad

**CUBO**

**LINEA**

**NOVO**

**FRACTAL**

**ACTIVA**

**RAUL LLAGÜERRI**

líneadiseño

**NOVO.**



# NOVO.

Novo es una empresa de diseño formada por profesionales que se han especializado en distintos ámbitos y disciplinas: diseño industrial, gráfico e interiorismo.

El fin de esta empresa es analizar con mimo los productos y añadirles valor por medio del diseño; abrir nuevas vías de solución a través de una nueva mirada sobre los productos. Para ello se ocupan de formar y formarse junto a sus clientes, con el fin de hacer una valoración diferenciada y personalizada.

Su filosofía de trabajo consta de la mezcla de la pasión con la tecnología, creatividad con racionalidad, sensibilidad con el saber hacer industrial

Para ellos el diseño global es importante en la comunicación, por lo que además de dedicarse a la creación de productos, marcas, gráficas y entornos, organizan eventos publicitarios.

Su límite de actuación es que el que le marca la creatividad y el espíritu de innovación del cliente.



Raul Llagüerri es un autónomo que ofrece a sus clientes su pasión por el diseño y busca ayudar a sus clientes y sus empresas.

Trabaja el diseño industrial, la comunicación y también los servicios de oficina técnica.

Para él, el diseño industrial es una herramienta de innovación y mejora de productos, entre sus servicios ofrece una metodología cuidada, visión objetiva sin influencias ni presiones, soluciones innovadoras que generan cambios importantes en la sociedad entre otros.

Respecto a la comunicación, para él es tan importante como tener un buen producto ya que conseguirá conectar mejor con los clientes. Ofrece a sus clientes: coherencia entre los elementos, comunicación sencilla y atractiva etc Finalmente, sus servicios de oficina técnica mejorarán los procesos y optimizaran los recursos de sus clientes.



Son una empresa joven, formada por 9 profesionales. Cuentan con una dilatada experiencia, de hasta 25 años, en el mundo del diseño, publicidad, marketing y la comunicación, trabajando siempre con el entusiasmo y la dedicación del primer día.

Su equipo está formado por expertos de diferentes áreas: creativos y diseñadores, especialistas en estrategias de marketing y de planificación de medios, expertos en comunicación institucional y corporativa, diseño industrial y nuevas tecnologías. Además, trabajan en estrecha colaboración con partners homologados, en áreas especializadas, (fotografía, vídeo, multimedia, decoración, sistemas de impresión y rotulación, etc).

## líneadiseño

Línea diseño es una empresa de diseño industrial y gráfico cuya actividad se desarrolla en el ámbito de la creatividad, la innovación, la tecnología y la comunicación visual. con sede en Zaragoza dota de servicios de diseño a la industria desde 1998.

Disponen de amplias instalaciones en el centro de Zaragoza, desde donde dan rienda suelta a su creatividad y aplican una metodología contrastada capaz de ofrecer resultados en multitud de campos. En su espacio podrás ver una selección de los últimos trabajos realizados y observar el proceso de diseño de cerca.

La empresa consta del trabajo de un equipo multidisciplinar de profesionales del diseño y una metodología asentada que permite ofrecer a sus clientes una variedad de servicios adecuados a sus necesidades con resultados efectivos.



Activa nace en 1996 de la unión de varios profesionales del sector del diseño industrial y la imagen corporativa como empresa de diseño en Zaragoza.

Ofrecen un diseño integral, desde las ideas y conceptos iniciales de un nuevo producto, su desarrollo para la industrialización, el diseño de la marca, el entorno de la empresa, el envase, la web, el stand, dando coherencia a la estrategia de diseño de la empresa.

Crean en la funcionalidad y la simplicidad del diseño. Esta visión se refleja en el carácter atemporal de los productos y marcas realizados, que siempre ha sido la línea de identidad de sus trabajos.

El Know-how aportado por más de cien productos en el mercado en diversos sectores se traduce en un enriquecedor flujo de ideas, en un conocimiento profundo de los sistemas productivos y de proveedores cualificados, reflejándose en el éxito de los proyectos y en el ahorro de costes.



Fractal es una empresa que se dedica al diseño de productos y servicios que generen experiencias únicas. Ayudan a integrar los objetivos de los negocios con las necesidades de sus clientes.

Entre sus actividades más comunes están el diseño de servicios que ayudan a fidelizar a los clientes ofreciendo una experiencia de servicio única, experiencias de usuario (interfaces, webs y aplicaciones ajustadas a las necesidades de los usuarios) y también ofrecen formación y talleres para empresas y organizaciones.

Poniendo a las personas en primer lugar, enfocando los problemas de manera global, trabajando en equipo con el cliente y el usuario final etc para poder definir estrategias, descubrir necesidades, plantear oportunidades para el cambio diseñando interacciones digitales y personales para un mejor servicio tanto para el cliente como para el usuario final

# OBJETIVOS

1. Reunir en una única asociación al colectivo de empresas y autónomos dedicados al Diseño de Producto y Servicios, así como a diseñadores profesionales y estudiantes de diseño, cuya actividad esté relacionada con este ámbito. Entendiendo por producto y servicio, cualquier realidad física o digital con la que se enfrentan los usuarios y que es producida o reproducida de forma sistemática para su consumo o interacción.
2. Promover el diseño de productos y servicios en Aragón, siendo referencia de la actividad del diseño de productos y servicios tanto para los profesionales del diseño como para las empresas e instituciones atendiendo así mismo a las demandas de la sociedad en general.
3. Lograr la regularización y ordenación del sector, mediante actuaciones ante todos los niveles sociales, mercantiles, oficiales y privados.
4. Alcanzar un adecuado reconocimiento del nivel profesional de los diseñadores de productos y servicios en Aragón, y del producto ofrecido por las empresas afiliadas a (DINA).
5. Actuar, bien como demandante o como defensor, en las formas previstas en la ley, para la defensa de los intereses profesionales y/o empresariales

# OBJETIVOS

6. Intervenir en los convenios y conflictos colectivos de trabajo que puedan suscitarse en el ámbito de su competencia, ejercitando los cometidos que le confieren las disposiciones legales.
7. Establecer directamente o por contratación los servicios de asesoría jurídica, fiscal, laboral, económica, gestión administrativa, seguros, financiación, prensa, publicidad, y en general los que puedan resultar de interés para los asociados, siempre que se respeten las normas reguladoras de los mismos.
8. Estudiar todos los problemas que en cualquier aspecto afecten genéricamente a sus afiliados, tanto en su aspecto socioeconómico, como jurídico, fiscal y laboral sin limitación alguna.
9. Combatir, por todos los medios lícitos, la competencia desleal.
10. Concurrir como interlocutor de la Administración, aportando criterios técnicos, profesionales y comerciales para mejorar el sector, fundamentalmente para proponer la legalización de normas que aseguren el buen servicio a los usuarios y a toda la sociedad en general.

# OBJETIVOS

11. Establecer relaciones nacionales e internacionales con organizaciones empresariales relacionadas con el diseño de productos y servicios atendiendo preferentemente a Europa e Iberoamérica.
12. Para el cumplimiento de sus fines y el ejercicio de sus funciones, la asociación podrá adquirir, poseer, gravar y enajenar toda clase de bienes, realizar actos de disposición y de administración.
13. Elaboración de exposiciones, coloquios, debates, publicaciones, y en general la promoción del diseño de productos y servicios y la participación en actividades por parte de las empresas afiliadas.
14. Velar por la creación y cumplimiento de un código deontológico para el ejercicio profesional de los diseñadores de productos y servicios.
15. Cualquiera otras que se consideren necesarias o convenientes para la defensa de los legítimos intereses de sus miembros.

# ENTREVISTAS

Para poder conocer mejor el objetivo de la asociación, porque se pone en marcha en la actualidad, que quieren transmitir con la identidad visual y las aplicaciones de estas.

Se hará a cada uno de los estudios para poder obtener así los distintos puntos de vista de cada uno de ellos, para poder obtener una serie de conclusiones que den lugar a diferentes soluciones. Y también se hará una encuesta a los estudiantes para conocer su opinión

# EMPRESAS DE DISEÑO

Durante la entrevista a los diferentes asociados se les preguntaron las mismas cuestiones, para poder así encontrar puntos en común y al tener opiniones diferentes también podía encontrar formas de relacionarlos y poder obtener algo interesante.

Se les pregunto: ¿Qué era DINA? ¿Porque se volvía a poner en marcha? ¿Qué les podía aportar tanto a ellos como a una persona externa? ¿Cuál era al público al que se dirigía? ¿Qué diferenciaba a DINA respecto al resto de asociaciones o qué diferenciaba al diseño Aragonés? ¿Cómo se querían proyectar? ¿Qué aplicaciones les interesaban?

Esta reunión no solo sirvió para conocer su opinión sino también para poder empatizar con cada uno de ellos, ya que normalmente las personas que trabajan en el sector del diseño son unos entusiastas, muy abiertos y participativos y me ayudo a conocer mejor sus puntos de vista.

# NOVO

Cree que DINA tendría que ser “el caldo de cultivo del diseño en Aragón”, que fuera un punto de encuentro, donde la gente se puede informar sobre las opciones de trabajo, un lugar donde exponer proyectos... Se quiere que sea participativa. Hacer que DINA sea para las nuevas generaciones de diseñadores su casa, que la gente que lleva años sienta que la asociación no ha perdido su ADN original. Va dirigido a diseño en general, que englobe varios diseños (de producto, gráfico, servicio, packaging)

El punto de inflexión fue la crisis, lo que hizo que cada uno se centrara en su empresa.

Para Novo como empresa le gustaría que DINA les trajera gente para dar charlas, hiciese exposiciones, pero lo más importante sería hacer marca Aragón.

En cuanto a que le puede aportar a otro tipo de público sería la visibilidad: ya que en Aragón ya existen diseñadores con experiencia puede aportar con diferentes actividades como exposiciones visibilidad a los nuevos diseñadores. Solucionar dudas con actividades tipo tutor/mentor.

Son gente que corre riesgos, lo que puede dar oportunidades es lo que puede definir el diseño en Aragón.

Quieren hacer ruido, algo fresco, algo que los represente con visión futuro, arrancar de nuevo pero siempre mostrando la experiencia que se tiene.

Aplicaciones: actas, factura, diseño de actividades, papelería.

# RAUL LLAGÜERRI

DINA representa la herramienta que tiene que unir a todos y hacerlos fuertes, sobre todo en su caso que es autónomo. También por ejemplo a optar a subvenciones, realizar actividades para los asociados y sobre todo defender la profesión. Y la proyectaría como una asociación de profesionales aunque tienen cabida los estudiantes, el principal objetivo sería a nivel profesional y empresarial.

Le puede aportar la fuerza y tener a alguien que le apoye con sus proyectos, actividades... Que sea un "club" de personas con los mismos intereses que el y que pueda tanto aportar como obtener beneficios.

Un punto clave es que tiene que mostrar diseño, que cumpla con la funcionalidad del logotipo y estética. No buscaría la diferenciación ya que como asociación ve a las demás como "hermanos" y no como competencia. Que tenga una historia y represente a los diseñadores. Que tenga un punto institucional

Cree que sería un punto positivo que se realizaran actividades como unos premios ya que le daría un punto muy positivo.

La asociación podría aportar experiencia como empresarios a personas que quieren empezar en el mundo del diseño y no sabe cómo funciona por que no se ha dado en la carrera, que cree que en la escuela no te aporta esos conocimientos necesarios.

Le parecería muy interesante desarrollar como un sello de calidad de los diseños de Aragón, para poder ponerlo en sus proyectos e impulsar así el diseño en Aragón.

# CUBO

DINA nació y surgió de forma casi obligada por una beca que obtuvieron una serie de estudiantes, y cuando acabaron la formación se volvió a España y montaron sus empresas, se decidió montar dina para promocionar el diseño de Producto. Pero actualmente el diseño de producto tiene características se que mezclan transversalmente con otras disciplinas. En esta nueva etapa quieren dar una vuelta a la asociación pero recordando siempre que es para profesionales y empresas.

Su interés principal es que exista una asociación potente que permita defender sus intereses como empresas y diseñadores. A él le aportaría que exista un tejido social, de educación etc de diseño, que le ayude a crecer y a evolucionar.

Cree que la identidad debe ser una imagen que sea reconocible en universalmente, que represente el diseño y te emocione transmitiendo esa profesión que está representando y no tanto intentando representar a Aragón. Se debe tener una visión internacional.

Como aplicación el cree que es importante tener una herramienta de comunicación y de difusión, una página web. También piensa que la forma de visualizar el proyecto y las aplicaciones tiene que ser una visión ambiciosa con una larga trayectoria.

La identidad tiene que tener algo más que una buena marca si no que tienen que tener un gran proyecto detrás y una estructura.

Y en cuanto a la asociación es importante construir pilares sólidos de cada una de las partes que la van a formar. Y sin duda es importante recordad que es una asociación de profesionales que están dispuestos a ayudar a todos los futuros profesionales del sector.w

# LINEA

DINA era la asociación en la que defendíamos los derechos y la profesión del diseño industrial. Un lugar donde compartir una forma de trabajar y evitar el intrusismo. Pero se reactiva al darse cuenta de que no funcionan como asociación, la solución que encuentran es abrirla a cuantos más profesionales del diseño mejor, además la gente nueva tiene ganas de trabajar de aportar ideas y actividades etc

Como empresa le puede aportar trabajo, comunicación de lo que se hace en canales en los que el no iría normalmente, servicios en cuanto a cosas que una empresa no puede conseguir y como asociación es mas fácil obtener, defensa o protección respecto a temas administrativos o asesoramiento.

Para una persona externa también puede aportar trabajo, aprender de gente con experiencia, asesoramiento etc

El diseño Aragonés es que se tiene una metodología de trabajo. Que el trabajo que se realiza en las empresas es un trabajo cuidado, en profundidad, un trabajo serio y profesional. Y sería interesante proyectarse como una asociación abierta, colaborativos, que se está en constante cambio, que es una asociación que está viva.

En cuanto a las aplicaciones le pareció interesante una tarjeta de visita conjunta y un manual de redes sociales para que todos pudiesen utilizarla y supiesen como.

# ACTIVA

DINA es una asociación que pretende un punto de unión de los diferentes estudios y para el es un foro que permita defender unos intereses comunes y un lugar donde crear y difundir una cultura de diseño. Para el nació como una asociación de diseño industrial pero actualmente se está abierto todo tipo de producto, servicio etc.

A el le gustaría que le aportase respaldo, a nivel de regularizar la profesión, buscando subvenciones para los asociados para poder acceder a diferentes ámbitos pero el ideal sería defender unos intereses legales que proteja a los asociados, que se promoció su diseño para captar nuevos clientes...

A una persona externa le podría aportar el saber que se hace diseño en Aragón y que somos tan capaces como las grandes ciudades de España.

Para él, el diseño no entiende de fronteras, no existe una diferencia entre los diferentes diseños. Aunque cree que podría ser la especialización que en el caso de las empresas de Aragón, no se enfocan en un solo sector si no que debido al mercado se han tenido que adaptar y ser especialistas de todo un poco. Esto le parece un punto a favor ya que se cambia de proyectos y se cogen ideas de diferentes sectores aplicables a otros. La característica sería la diversidad.

Se debe reflejar que en Aragón existen grandes empresas de diseño muy profesionales, que engloba a todos los tipos de diseños que existen.

# FRACTAL

DINA es una asociación que comenzó como una asociación formada por los primeros profesionales de diseño de Aragón que fundaron sus propias empresas. Durante la crisis se tuvieron que centrar en sus propias empresas y el trabajo que suponía el llevar la asociación no podían asumirlo.

Actualmente con la nuevas incorporaciones en el sector se vuelve a poner en funcionamiento la asociación, al haber nuevas generaciones se busca una renovación de la asociación. Ya que no solo ha cambiado las generaciones si no que también el concepto de producto ha evolucionado.

En cuanto a lo que le puede aportar como empresa, cree que todo el respaldo que le daría la asociación sería importante y también el tener recursos en común que ayuden a todas las empresas y estén a su disponibilidad.

Aunque están trabajando en sus empresas y la universidad no tendrían problemas en ayudar a los estudiantes de diseño con actividades que les puedan ayudar tanto a ellos como a su empresa.

# ESTUDIANTES DE DISEÑO

Era muy interesante entrevistar a los estudiantes ya que ellos eran el futuro de la asociación además de ser una de las partes a las que va dirigida la asociación.

Se quiso saber si conocían alguna asociación para poder saber cuáles eran las referencias que ya tenían. Preguntarles a ellos tanto las actividades que les gustaría que la asociación ofreciese o cuáles son sus intereses ayudaría a enfocar de una forma u otra las actividades que se van a desarrollar. Y de igual manera que les preguntamos a los asociados como tendría que ser la identidad que les representara, se preguntó a los estudiantes.

# ESTUDIANTES

La encuesta se hizo a estudiantes de diseño.

Solo el 19% de los encuestados contesto que si que conocían alguna asociación de diseño, aunque muchos dijeron que esa asociación era el CADI. La otra asociación que se nombró fue la ADIZ (Asociación de Diseño Industrial de Zaragoza) una reciente asociación creada por los estudiantes de 3º de Ingeniería de Diseño Industrial de Zaragoza.

Respecto a las opciones de servicio que podría ofrecer la asociación, las que más interesaban a los encuestados fueron las tertulias en las que se intercambiara información entre los profesionales y los estudiantes y también la orientación al terminar la universidad. La siguiente opción más votada fue el interés con pertenecer a una comunidad con la que se comparten intereses.

Respecto a lo que consideran importante que represente la identidad visual de una asociación de diseño Aragonesa, los valores más votados fueron: profesionalidad, calidad, pro-actividad, autenticidad y universal.

Respecto a si se asociarían a DINA si fueran estudiantes y un 33,3% voto que sí, y un 57.1% tal vez lo haría. Cuando se pidió que justificaran a respuesta, muchos comentaban que se necesitaba un lugar que además de aportarte ayudas y conocimiento te hiciese formar parte de algo que te interesante.

# ANÁLISIS DEL SECTOR

Analizando las identidades visuales corporativas de las asociaciones de diseñadores tanto a nivel nacional como internacional podremos obtener información de que es el tipo de logotipo que se suele utilizar, al igual que el tipo de tipografía, colores etc.

Esto no nos ayudara solo a informarnos si no que también podremos obtener información de cómo podemos diferenciarnos del resto.

# ASOCIACIONES ESPAÑOLAS

Se realizó un análisis de los elementos gráficos de algunas de las asociaciones españolas que están de una forma u otra relacionadas con el diseño de producto.



**NOMBRE**

Diseñadores de Andalucía

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Proyectos, noticias, eventos, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco

**COLOR**

Negro o Gris Oscuro



**NOMBRE**

Asociación de Diseñadores de la Comunitat Valenciana

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Noticias, tienda, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco, simplificada

**COLOR**

Negro y Rojo



**NOMBRE**

Asociación de Diseñadores Gráficos de Asturias

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Noticias, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo con fondo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco

**COLOR**

Negro y Blanco



**NOMBRE**

Asociación Provincial de Profesionales del Diseño de Cuenca

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Blog, portfolio, guías, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo con fondo

**TIPOGRAFÍA**

Con serifa, redondeada

**COLOR**

Rojo y Blanco

**DAG**

**NOMBRE**

Asociación Gallega de Diseño

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Proyectos, noticias, foro, contactos

**TIPO MARCARIO**

Logotipo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco

**COLOR**

Negro o gris oscuro

**di\_mad**

**NOMBRE**

Asociación de Diseñadores de Madrid

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Agenda, Newsletter, área privada, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco

**COLOR**

Negro y Blanco



Asociación de  
**Profesionales del Diseño  
y la Comunicación Publicitaria**  
de la Región de Murcia

## **NOMBRE**

Asociación de Profesionales del Diseño y la Comunicación de Murcia

## **SERVICIOS OFRECIDOS**

Noticias, actividades, blog, sugerencias, contacto

## **TIPO MARCARIO**

Logotipo

## **TIPOGRAFÍA**

Palo seco

## **COLOR**

Naranja



## **NOMBRE**

Asociación de Diseñadores Gráficos de Soria

## **SERVICIOS OFRECIDOS**

Noticias, actividades, contacto

## **TIPO MARCARIO**

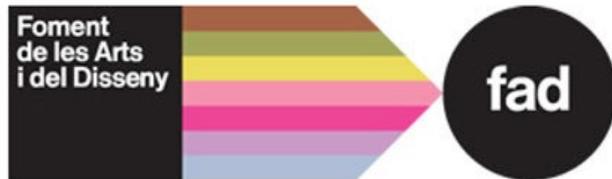
Logotipo con fondo

## **TIPOGRAFÍA**

Palo seco

## **COLOR**

Blanco y Negro



## NOMBRE

Fomento de las Artes y el Diseño

## SERVICIOS OFRECIDOS

Proyectos, premios, punto de info, noticias , contacto

## TIPO MARCARIO

Logotipo con fondo

## TIPOGRAFÍA

Palo seco

## COLOR

Negro, Blanco y +colores



## NOMBRE

Red Española de Asociaciones de Diseño

## SERVICIOS OFRECIDOS

Noticias, actividades, proyectos, documentos, social , contacto

## TIPO MARCARIO

Logotipo

## TIPOGRAFÍA

Palo seco

## COLOR

Negro y Blanco



## **NOMBRE**

Asociación de Ingenieros en Diseño Industrial

## **SERVICIOS OFRECIDOS**

Comunidad, recursos, blog, prensa, contacto

## **TIPO MARCARIO**

Logotipo

## **TIPOGRAFÍA**

Palo seco

## **COLOR**

Naranja y negro



## **NOMBRE**

Asociación de Diseñadores de Euskadi

## **SERVICIOS OFRECIDOS**

Noticias, actividades, contacto, blog

## **TIPO MARCARIO**

Logotipo

## **TIPOGRAFÍA**

Palo seco

## **COLOR**

Gris y verde

# ASOCIACIONES INTERNACIONALES

Se realizó un análisis de los elementos gráficos de algunas de las asociaciones internacionales que están de una forma u otra relacionadas con el diseño de producto.

dba

**NOMBRE**

Design Business Association (UK)

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Noticias, eventos, premios, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo

**TIPOGRAFÍA**

Serif

**COLOR**

Gris Oscuro

WORLD

---

DESIGN  
ORGANIZATION

**NOMBRE**

World Design Organization

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Comunidad, programas, recursos, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco

**COLOR**

Negro y Azul



**NOMBRE**

Swedish Industrial Design Foundation

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Guías y herramientas, red, investigación, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo con fondo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco

**COLOR**

Blanco y Verde



HKDA  
香港設計師協會

**NOMBRE**

The Honk Kong Desginers Association

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Noticias, eventos, bolsa de trabajo, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo con símbolo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco

**COLOR**

Negro



## **NOMBRE**

Association of Canadian Industrial Designers

## **SERVICIOS OFRECIDOS**

Calendario, educación, contacto

## **TIPO MARCARIO**

Logotipo con símbolo

## **TIPOGRAFÍA**

Palo Seco

## **COLOR**

Gris y Rojo



## **NOMBRE**

Associazione per il Disegno Industriale

## **SERVICIOS OFRECIDOS**

Servicios, noticias, premios, recursos, contacto

## **TIPO MARCARIO**

Logotipo

## **TIPOGRAFÍA**

Palo seco

## **COLOR**

Gris, Negro y Rojo



**NOMBRE**

Industrial Designers Society of America

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Eventos, noticias, educación, premios, oportunidades, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo

**TIPOGRAFÍA**

Serif

**COLOR**

Gris Oscuro y Rojo



**NOMBRE**

Institution of Engineering Designers

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Noticias, eventos, carreras, tienda, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo con fondo

**TIPOGRAFÍA**

Palo seco

**COLOR**

Azul y Blanco



**NOMBRE**

British Industrial Design Association

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Educación, noticias, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo

**TIPOGRAFÍA**

Palo Seco

**COLOR**

Negro y Rojo



**NOMBRE**

The Professional Association For Design

**SERVICIOS OFRECIDOS**

Programas, recursos, eventos, contacto

**TIPO MARCARIO**

Logotipo con fondo

**TIPOGRAFÍA**

Serif

**COLOR**

Azul y Blanco

# COLORES

Es importante analizar cuáles son los colores utilizados en las diferentes identidades para saber la paleta de colores utilizada en ellos, ya que a la hora de desarrollar la nueva identidad nos ayudara a la hora de escoger el tipo de colores a utilizar.

En este análisis se verán los colores más utilizados y aquellos que no lo han sido pudiendo utilizarlos para destacar sobre los demás.



# CONCLUSIONES

Las conclusiones obtenidas vienen a partir de las entrevistas que se hicieron tanto a las empresas de diseño como a los estudiantes de diseño. A partir de las entrevistas y las encuestas se sacaron una serie de especificaciones sobre que tendría que representar la nueva imagen de marca.

Además también tras analizar las diferentes identidades visuales de las asociaciones de diseño tanto a nivel nacional como internacional se obtuvieron datos de la "competencia", de los recursos que se utilizan en sus logotipos. Por último se hará una tabla de estudio para definir qué tipo marcario sería la mejor opción según una serie de factores a analizar.

# CONCLUSIÓN DINA

DINA es una asociación de diseño de producto que entiende el producto como “Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad”.

Está compuesto por varias empresas de diseño aragonés, en definitiva todos buscan reactivar la asociación ya que debido a la crisis lleva unos años parada y creen que es importante dar visibilidad al diseño en Aragón e impulsar la actividad del sector, además de crear una comunidad con objetivos e intereses comunes.

Aunque está compuesta por varias empresas con opiniones dispares, todos coinciden en que la nueva identidad visual tiene que modernizarse y debe de representar los valores de la asociación. Algunos de estos serían: que quieren ser una asociación activa, que evolucione como lo hacen las nuevas generaciones, que represente el diseño en Aragón y que transmita que es una asociación de diseño.

Y por último como uno de sus objetivos principales es visibilizar el diseño en Aragón es necesario idear actividades o eventos que sean interesantes tanto para los socios como para los estudiantes.

# CONCLUSIÓN ENTREVISTAS

En cuanto a que les interesaría que representara DINA tanto a estudiantes como a miembros de la asociación se sacaron las siguientes conclusiones:

- Representación del diseño, de todo el trabajo que existe detrás del diseño de un producto.
  - Que exista relación entre la historia que se cuenta y el profesional del diseño, que a aquellas personas que viven de este mundo les emocione.
  - Que refleje una estructura, que la asociación sea como u tejido de diseño creado a partir de los profesionales y estudiantes. Se quiere que sea una asociación sólida y reforzada sobre la que crecer y evolucionar.
  - Se quiere representar que es una asociación viva, aprendiendo constantemente, con nuevas generaciones, y al igual que el producto evoluciona, lo haga la asociación.
- Algo que se tienen en común las empresas de diseño de Aragón es que siguen una metodología, y por lo tanto se trata de un trabajo profesional.
  - También se busca que sea una imagen reconocible universalmente, ya que el diseño no entiende de fronteras y por lo tanto al verlo no necesitarías entender el idioma para que te emocione.
  - La renovación de la asociación sin perder su esencia y ADN original.
  - La asociación debe de ser un punto en común entre una comunidad de personas con intereses comunes.

Y en cuanto a actividades que serían de gran interés para los asociados serían unos premios de diseño en los que se reconozca el trabajo de las diferentes empresas y para los estudiantes unas charlas en las que se les ayudará con su orientación, dudas al terminar la carrera etc.

# CONCLUSIÓN ANÁLISIS DEL SECTOR

## **Servicios ofrecidos**

En la mayoría de las asociaciones ofrecen una sección de contacto, noticias y eventos. También algunos enseñan sus proyectos, portfolio, blog y hasta tienen tienda.

## **Tipo marcario**

La mayoría de identidades son logotipos que están compuestos por las siglas de la asociación, también se usa mucho el logotipo con fondo.

## **Tipografía**

La mayoría buscan una tipografía limpia de palo seco, sin serifa para dar una imagen más simple y seria. Aunque hay asociaciones que utilizando serifa buscan diferenciarse de los demás

## **Color**

Al hacer la rueda de color para identificar cuáles eran los que más se utilizaban se vio una clara preferencia por el color rojo. Aunque otros colores que también se utilizan son el cian y el verde.

La mayoría la acompañan del color negro como color auxiliar para el texto en el que se indica el nombre completo de la asociación.



# **FASE 2:** DESARROLLO CONCEPTUAL

# VALORES

Una vez obtenido las conclusiones de la primera fase, se obtuvieron una serie de valores que podría representar la identidad visual de la asociación para que se reflejasen sus objetivos.

# VALORES A REPRESENTAR

Una vez sacadas las conclusiones de los estudios y las palabras clave, se busca expresar la definición de estos y como pueden transmitirse estos valores a la hora de desarrollar los conceptos de identidades.

## EMOCIONES

IRREGULAR  
COLORES  
HANDMADE

## ADN

AUTENTICIDAD  
ORIGEN  
SECUENCIAL  
REPETICIÓN

## UNIVERSAL

SIMPLE  
IMPACTANTE  
FORMATO

## ESTRUCTURA

GEOMETRÍA  
ORDEN  
JERARQUIZACIÓN  
PROPORCIONES  
SÓLIDO

## METODOLOGÍA

ORDEN  
LÓGICA  
DEFINICIÓN  
RELACIÓN  
COHERENCIA

## PUNTO DE CONEXIÓN

CONVERGENCIA  
CIRCULO  
SIMILITUD  
COMUNIDAD

## ASOCIACIÓN VIVA

ORGÁNICA  
EVOLUCIÓN  
COLORES  
MOVIMIENTO  
DINAMISMO

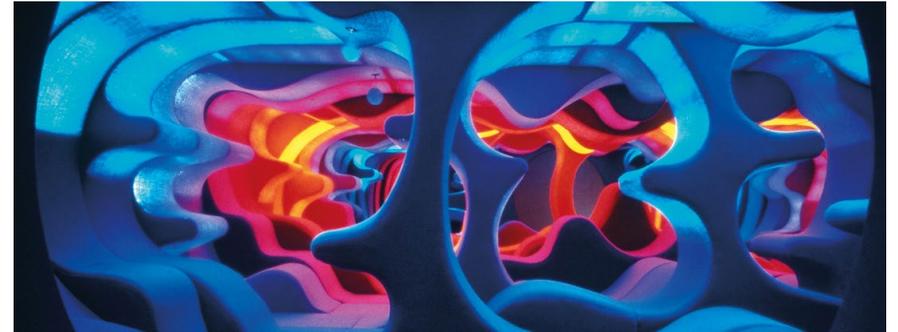
## VERSÁTIL

SIMPLE  
MONOCROMÁTICO  
SOBRIO

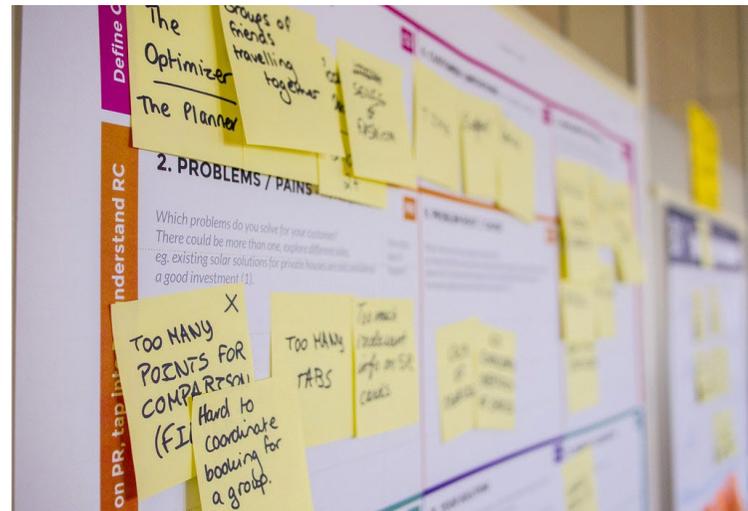
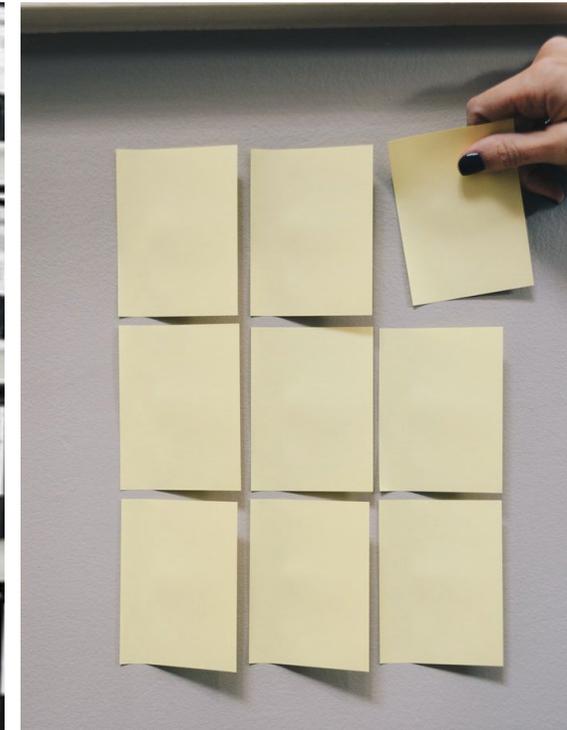
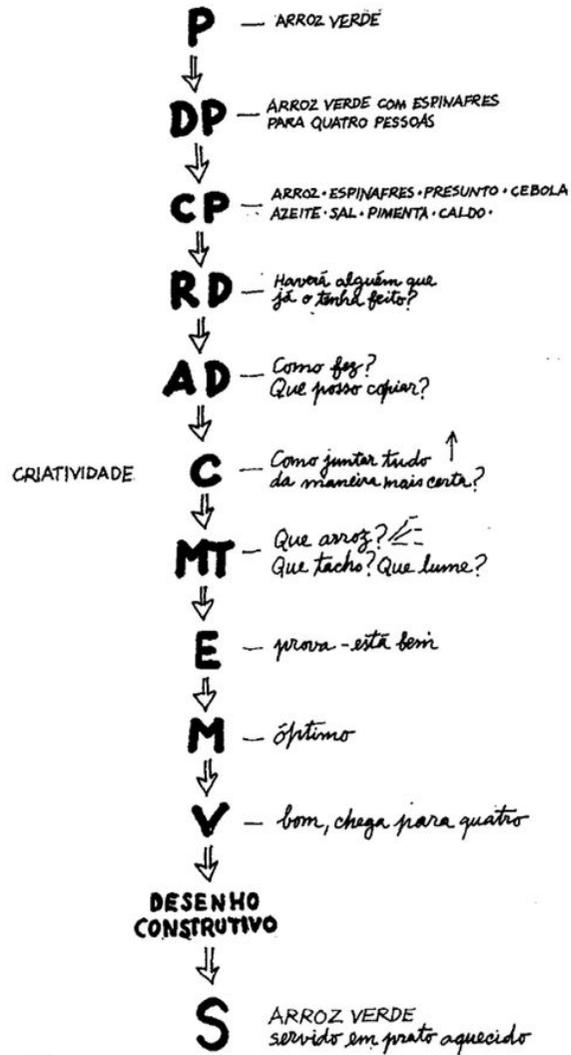
# ESTRUCTURA



# ASOCIACIÓN VIVA



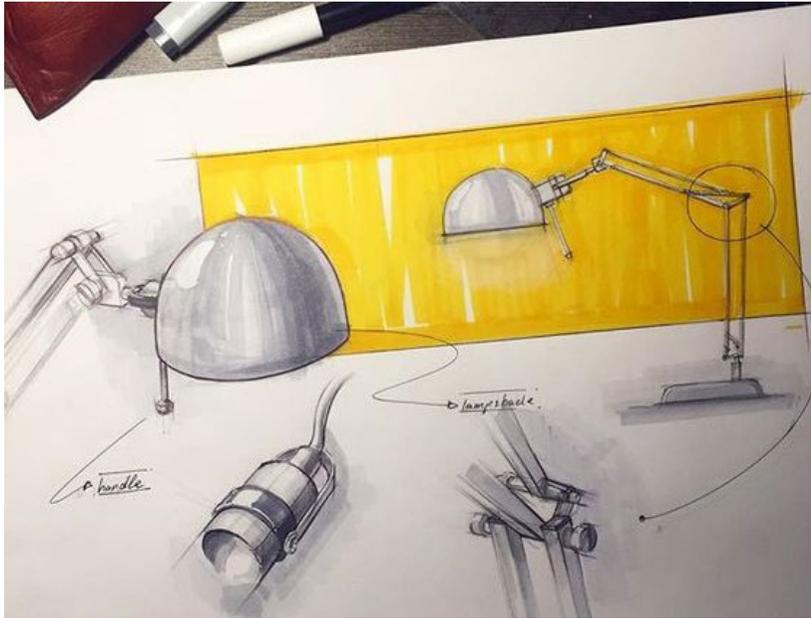
# METODOLOGÍA



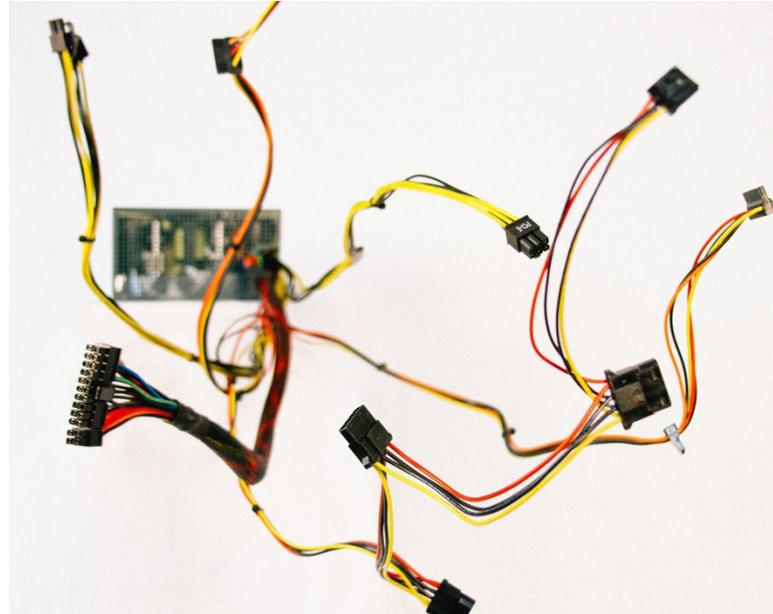
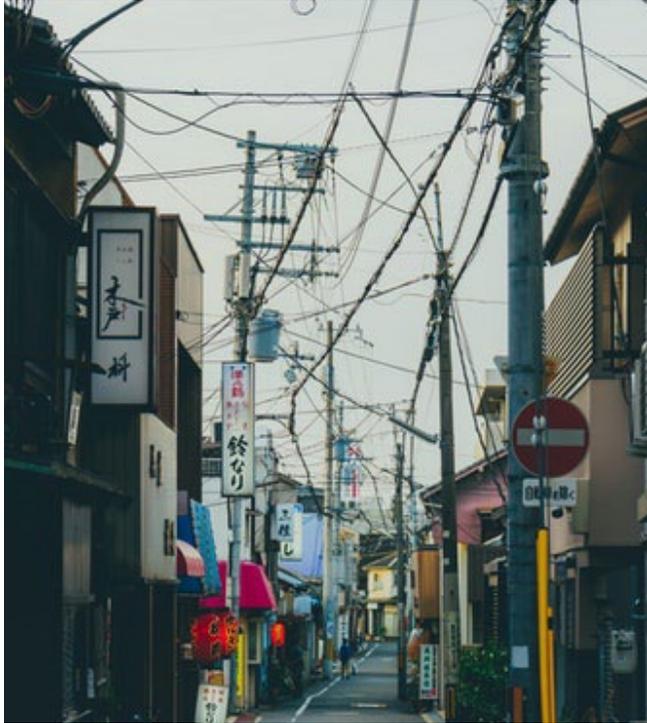
# UNIVERSAL



# ADN



# PUNTO EN COMÚN

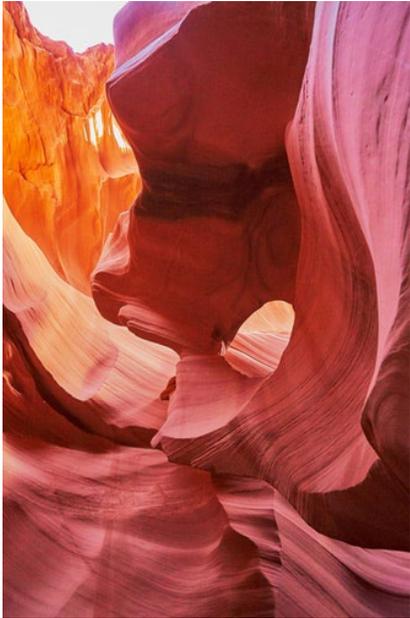


# PROCESO CREATIVO 1

Tras realizar la búsqueda de valores a representar y hacer los paneles de influencias de aquellos más interesantes a la hora de crear la imagen visual, se realizaron una serie de pruebas gráficas.

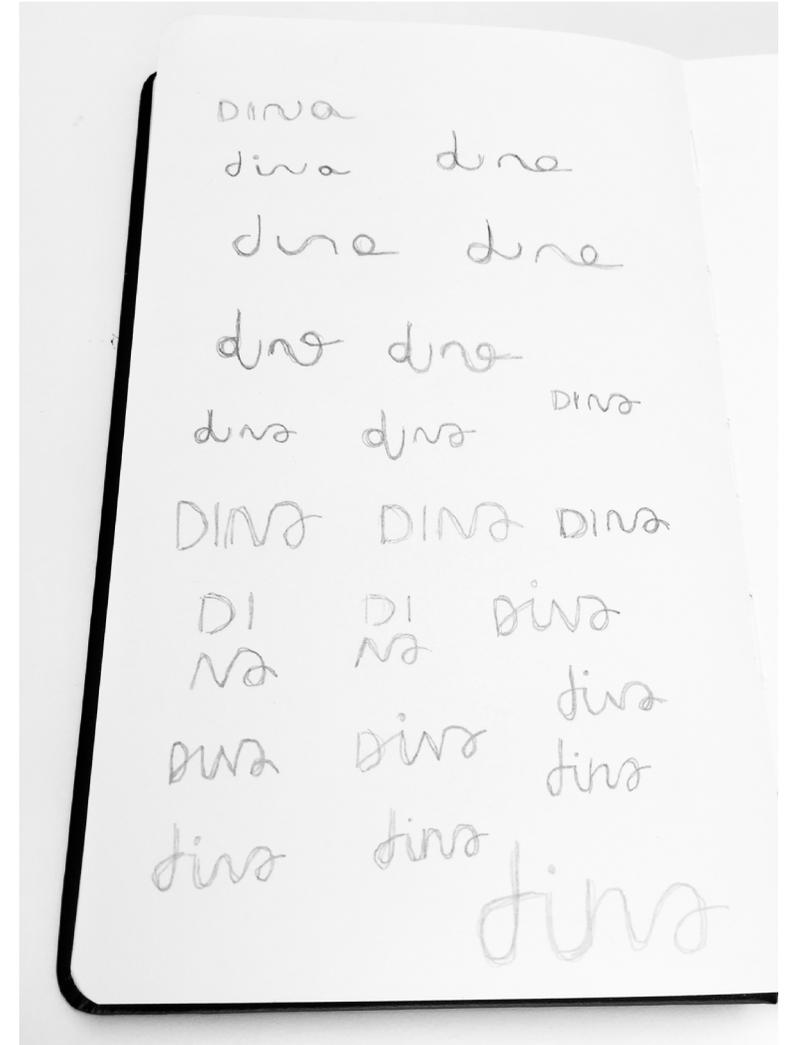
# CONCEPTO 1

ASOCIACIÓN VIVA  
EVOLUCIÓN  
ADN



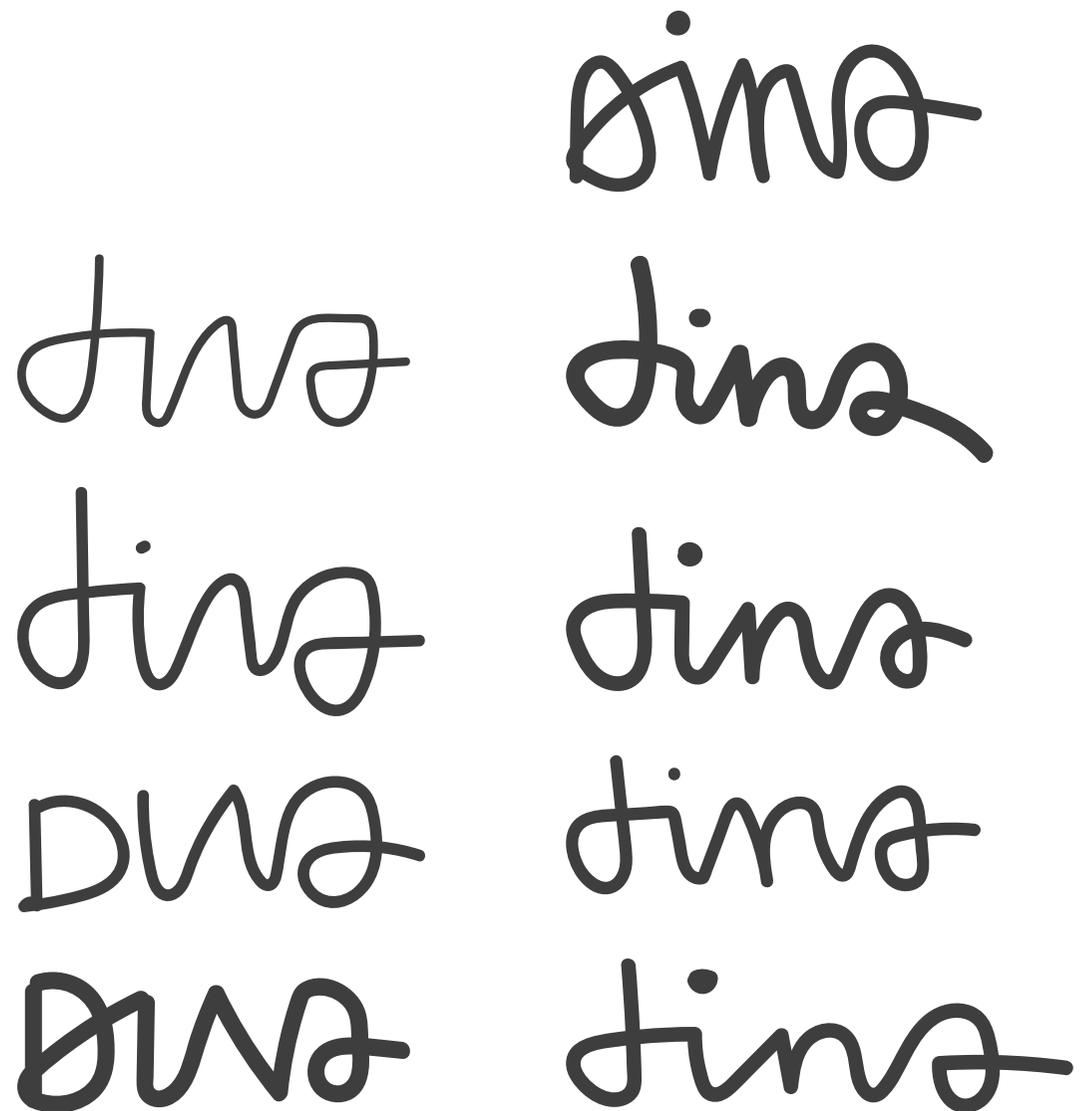
Se busca representar el concepto de ser una asociación viva. Al referirnos a esto se debe hacer referencia a una evolución un movimiento para representar que la asociación en todo momento va a crecer a la par de la evolución del producto.

Además también se busca hacer referencia al ADN de la asociación y en general al diseño de producto cuando el trabajo manual estaba muy presente.



Aquí se pueden observar alguna de las opciones que se realizaron antes de llegar al concepto definitivo.

Como se puede observar a partir de la escritura a mano con un trazo continuo se busca representar la continuidad que se le quiere dar a la asociación y el aspecto de estar vivo con los altos y bajos de cada una de las letras de la palabra.



The logo consists of the lowercase letters 'dina' in a thick, black, cursive script. The 'd' is a simple vertical line with a rounded bottom. The 'i' has a small dot above it. The 'n' and 'a' are connected to the 'i' and each other, with the 'a' having a small loop at the end.

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**DESARROLLO**

DINA dina

Se estudió la mejor manera de crear el logo con un solo trazo

Logotipo hecho a trazo para representar el dinamismo y evolución de la asociación

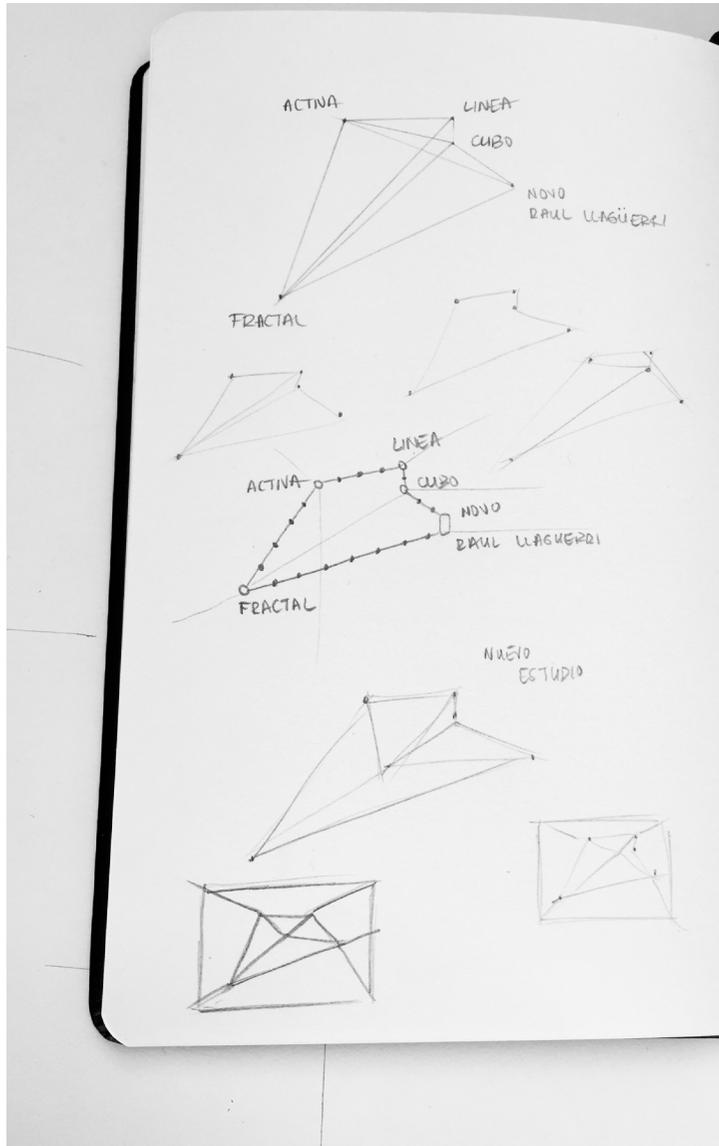
dina

Letras bien definidas para una mejor comprensión

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

# CONCEPTO 2

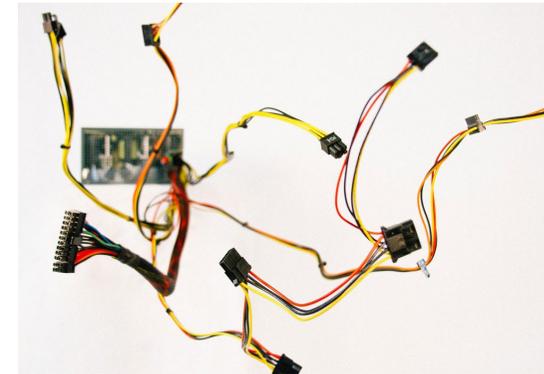
UNIVERSAL  
CONEXIÓN  
UNIÓN



Se busca representar el concepto de ser una identidad universal y un punto de conexión entre personas con unos mismos intereses.

Gráficamente los mapas de metro son reconocibles universalmente, por lo tanto se utilizó ese concepto para aplicarlo a la identidad. A partir de esto se desarrolló el concepto de conexión y se creó una relación entre las empresas aragonesas.

Todo esto reducido al mínimo para poder obtener una imagen simple para conseguir una mejor comprensión por todo el mundo.



# RETÍCULA

Para representar el símbolo de conexión como se ha comentado anteriormente se creó una retícula a partir del mapa de Zaragoza en el que se situaron los diferentes estudios de diseño.

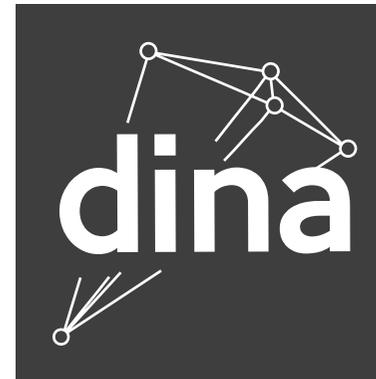
Cada uno de los puntos de la retícula en los que había un estudio representaría un punto de unión de varias líneas para formar un símbolo.



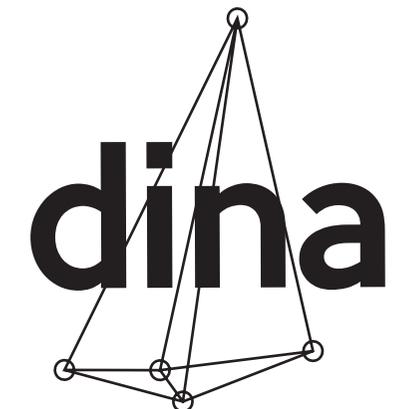
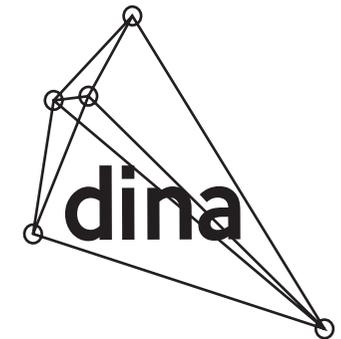
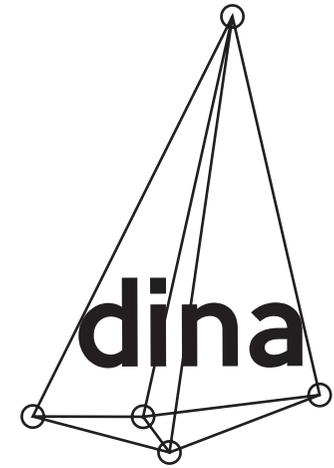
Aquí se pueden observar alguna de las opciones que se realizaron antes de llegar al concepto definitivo. Como se puede observar a partir de la retícula creada a partir de los estudios situados en Zaragoza. Se hicieron dos tipos de símbolos, uno que estaba inscrito en un rectángulo otro obtenido directamente de la unión de los estudios

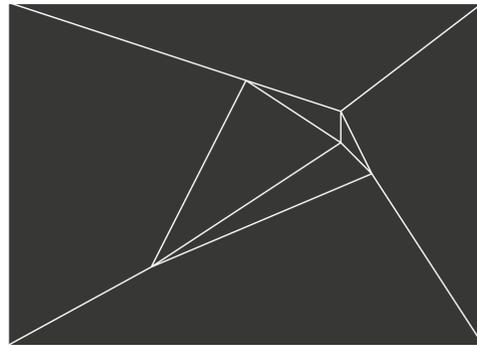


Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

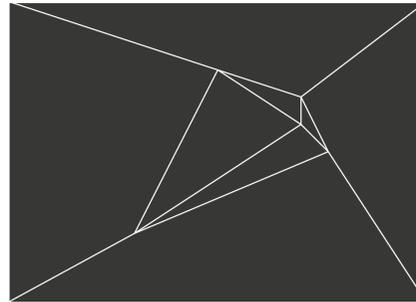


Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

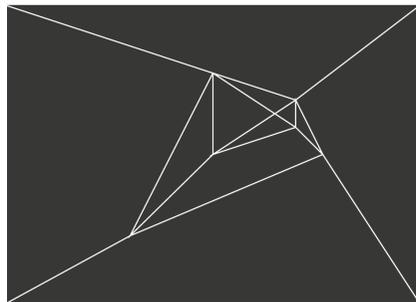




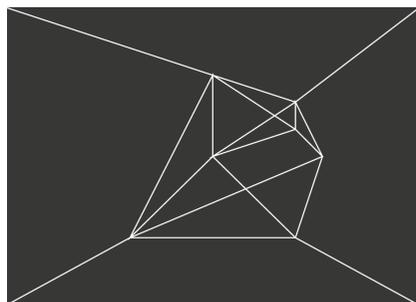
**dina**  
**Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón**



**dina**  
Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón



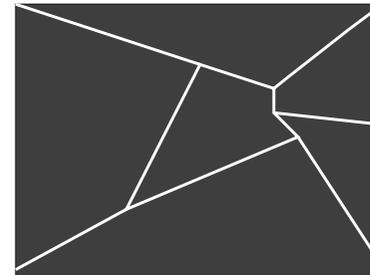
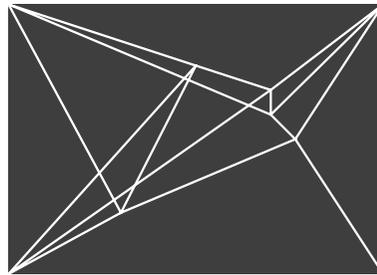
**dina**  
Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón



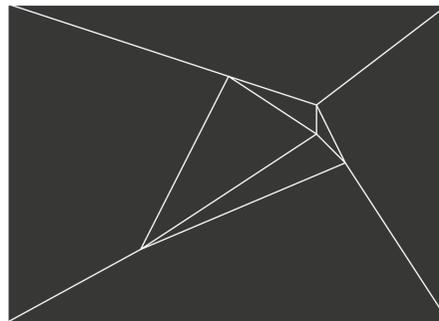
**dina**  
Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Esto sería un  
representación de  
como el logo podría  
ir evolucionando a  
medida que se fueran  
asociando nuevas  
empresas .  
Poco a poco se iría  
creando una forma  
más compleja e iría  
representando como la  
asociación evoluciona  
y crece .

## DESARROLLO



Se modificaron varias veces las normas de unión de las empresas para obtener un símbolo mas vistoso



**dina**  
Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón



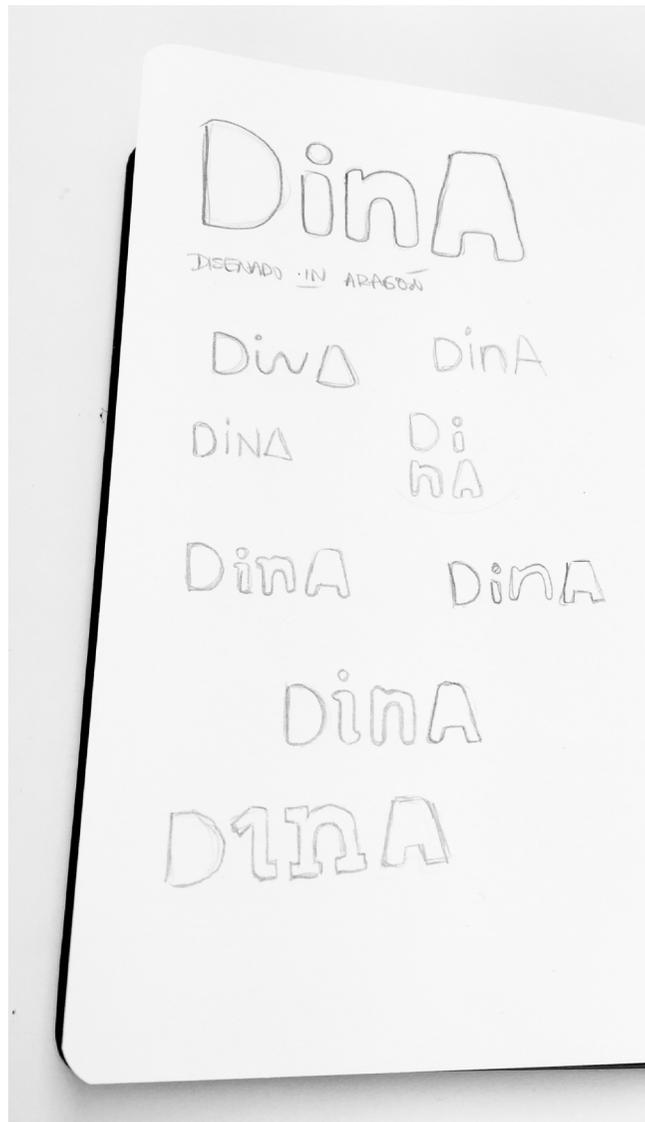
Símbolo que evoluciona con el tiempo.  
Se puede utilizar en muchas aplicaciones como recurso visual.



Cada empresa tiene 4 vínculos, los más cercanos a las esquinas tendrán el vértice de esta como vínculo. A medida que se una nueva empresa se modificará con las mismas normas.

# CONCEPTO 3

MADE IN  
AUTENTICIDAD  
VERSÁTIL



Con este concepto se va a buscar el sentido a las siglas de DINA para ayudar una mejor memorización del nombre y su posterior facilidad de aprendizaje.

También se tuvo en cuenta que se buscaba que fuese una asociación auténtica, que representase el buen trabajo de diseño que realizan los profesionales del sector. Y a su vez buscando que sea una identidad versátil.



Aquí se pueden observar alguna de las opciones que se realizaron antes de llegar al concepto definitivo. Como se puede observar a se quiere buscar darle significado a la frase Designed IN Aragón o Diseñado IN Aragón y darle un sentido de autenticidad y sello de calidad al diseño de producto en Aragón.



**Dina** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

## DESARROLLO

D.ĒA D.ĒA

Se estudiaron las diferentes formas de organizarlo para una mejor lectura y comprensión del logo.



**Dina**

Cambio de tipografía para enfatizar el mensaje de Diseñado In Aragón

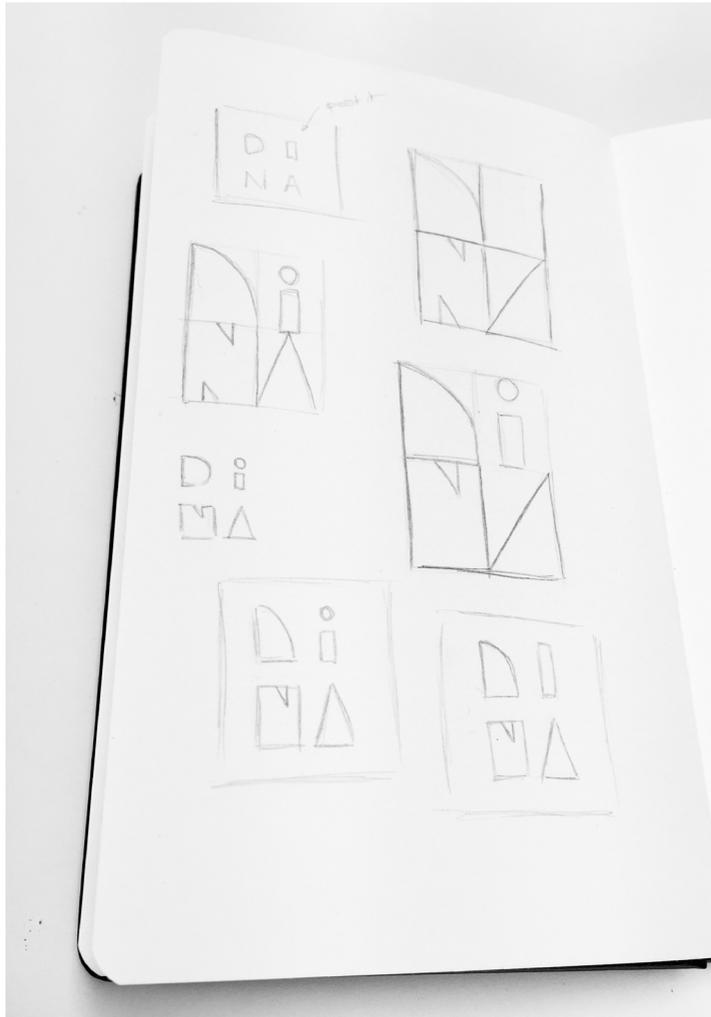
**Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón**

DINA: Diseñado IN Aragón

DINA: Designed IN Aragón

# CONCEPTO 4

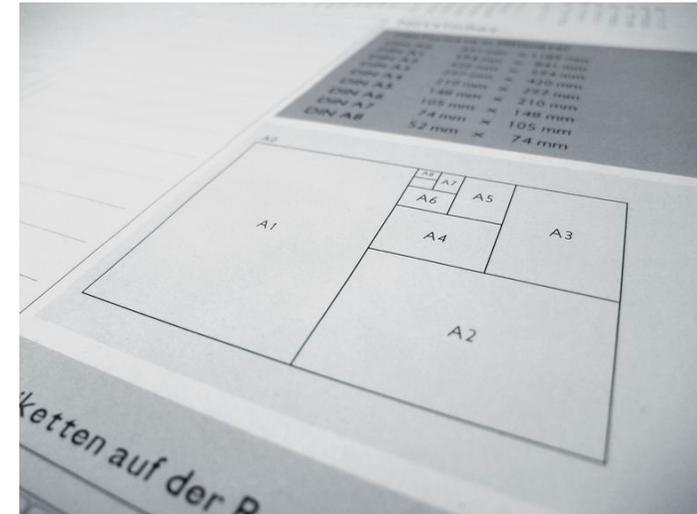
METODOLOGÍA  
GEOMETRÍA  
DIN A

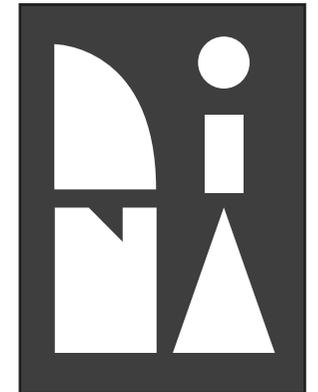


EL objetivo es representar tanto el formato dina como la metodología de diseño.

El post it es un elemento recurrente en las metodologías de diseño y tiene una geometría muy reconocible.

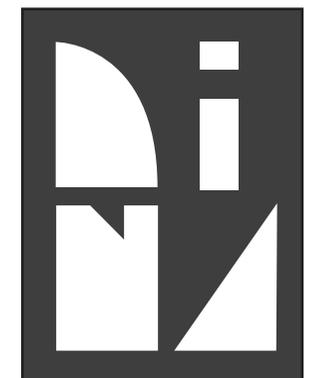
Además se quiso incorporar las medidas del formato DINA haciendo referencia al nombre de la asociación. Por lo tanto las proporciones de ese formato se incorporaran en la construcción de la identidad.





Aquí se pueden observar alguna de las opciones que se realizaron antes de llegar al concepto definitivo.

Como se puede observar a se quiere buscar representar el formato dina y el del post it como referencia primero al nombre de la asociación y segundo a los materiales que se utilizan en las metodologías de diseño.





**Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

## DESARROLLO



Se desarrollo la mejor forma de componer el logo con el fondo y el formado de este y las letras



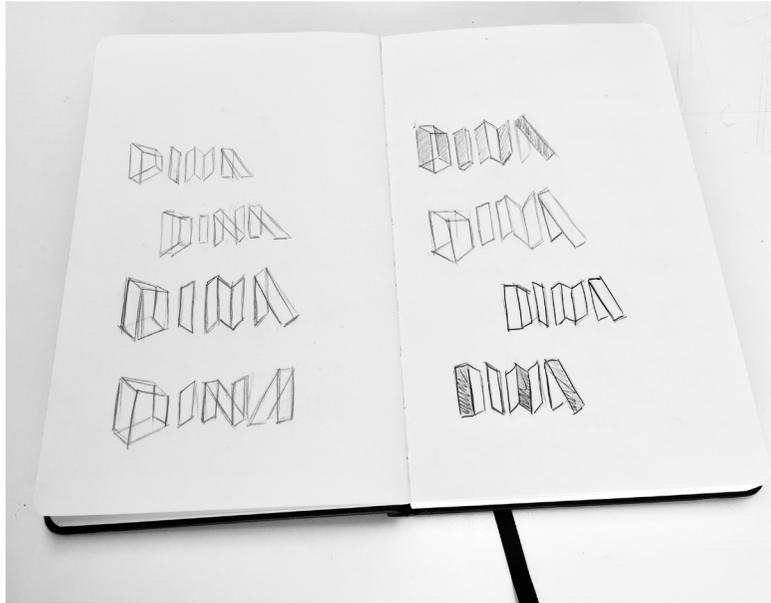
## Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

Formato cuadrado haciendo alusión al post it

Letras geométricas inscritas en rectángulos de proporciones DINA

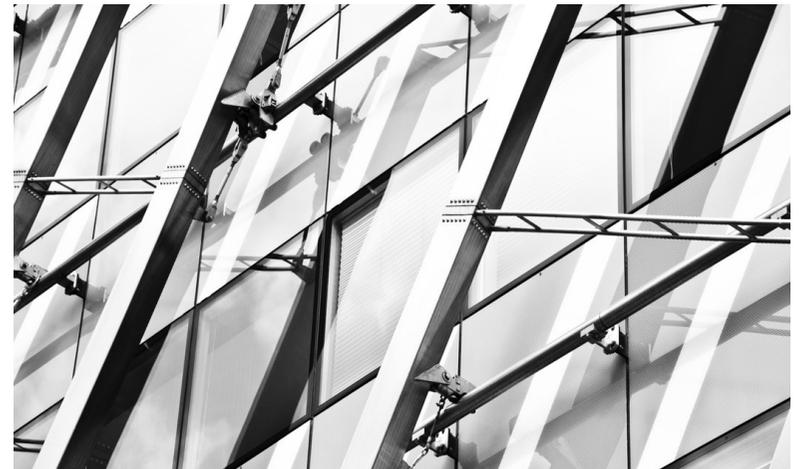
# CONCEPTO 5

ESTRUCTURA  
ORDEN  
SÓLIDO



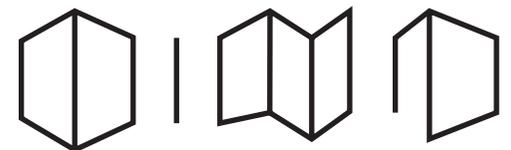
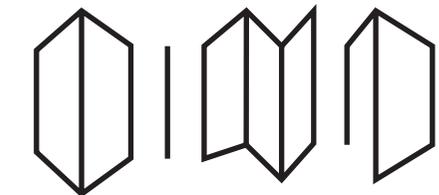
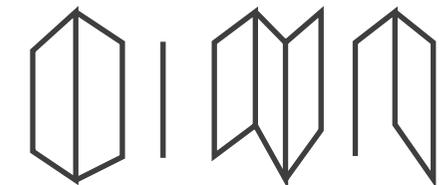
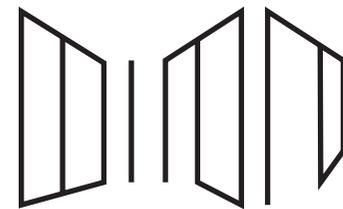
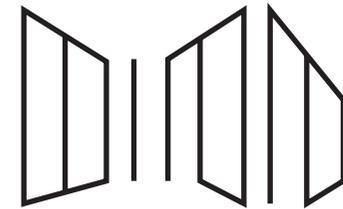
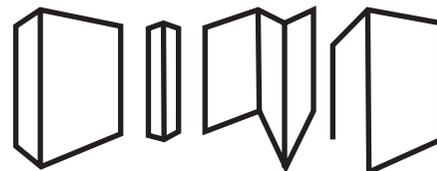
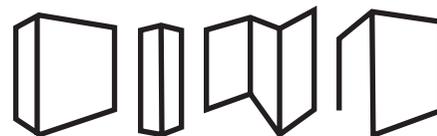
Se busca representar el concepto de que la asociación debe ser una estructura sobre la que construir y conseguir un tejido de diseño.

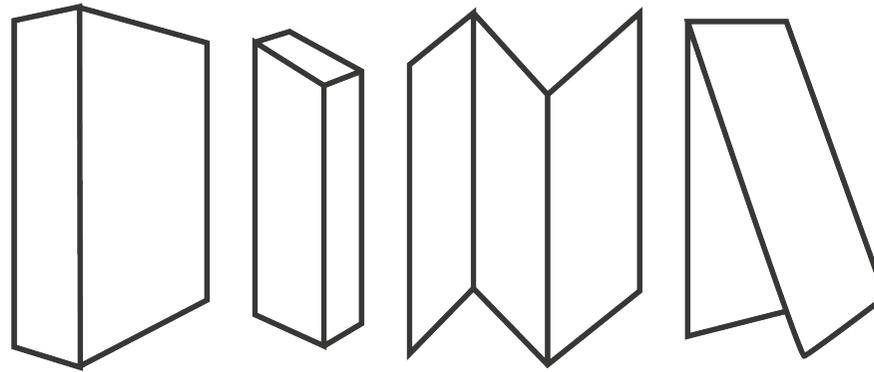
Se recurrirá a figuras geométricas para representarlo y además se buscará que pueda representar objetos relacionados con el diseño.



Aquí se pueden observar alguna de las opciones que se realizaron antes de llegar al concepto definitivo.

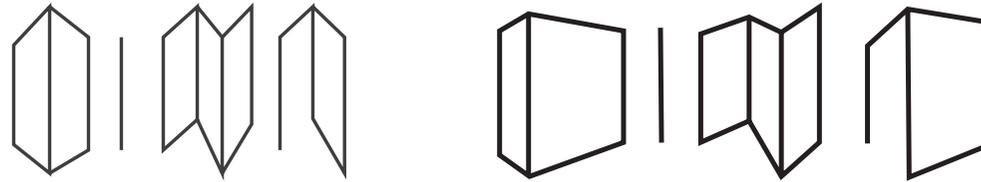
Como se puede observar a se quiere buscar representar a partir de formas geométricas las iniciales del nombre de la asociación, buscando además relacionarla con objetos del diseño como trípticos, libros etc. Y además relacionarla con el carácter de estructura y solidez que se le quiere dar a la asociación.



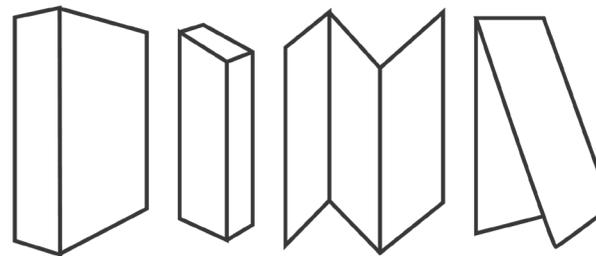
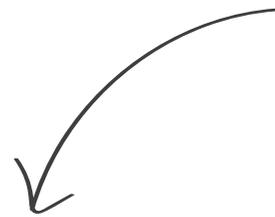


**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

## DESARROLLO



Se buscó la vista de las estructuras que mejor representase las letras DINA y mejorar su lectura.



### **Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón**

Estructuras que representan la base sobre la que se quiere construir la asociación.

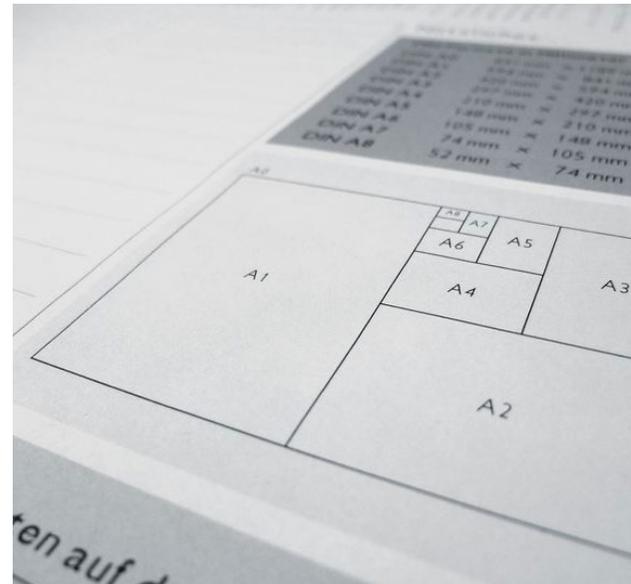
# CONCEPTO 6

SIMPLICIDAD  
PROFESIONAL  
FORMATO DINA



Con este concepto se busca una mayor simplicidad de concepto trabajando con las proporciones del formato que da nombre a la asociación.

También se seguirá una línea más sobria aludiendo a la profesionalidad de las empresas a las que representa la asociación, asemejándose a su vez más a las identidades de otras asociaciones del sector



Aquí se pueden observar alguna de las opciones que se realizaron antes de llegar al concepto definitivo. Este concepto busca ser simple y hacer una referencia al nombre de la asociación inscribiendo el nombre dentro de un rectangular que tiene las medidas de un formato dina.



**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**



**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**



**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

## DESARROLLO



Se buscó la vista de las estructuras que mejor representase las letras DINA y mejorar su lectura.



**Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón**

Fondo con tamaño de los formatos DINA.

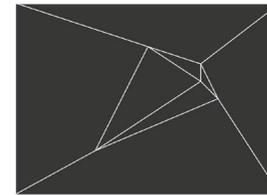
Simplicidad para representar la seriedad y la profesional de los asociados. <!--

1.

A stylized, handwritten-style logo for 'dina' in a dark grey color.

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

2.



**dina**

Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón

3.

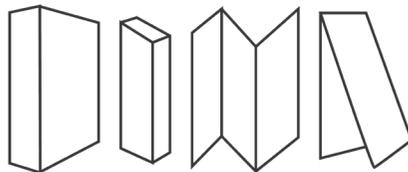
**Dina** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

4.



Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón

5.



Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

6.



Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

# CONCLUSIONES

Una vez presentados los conceptos a los miembros de la asociación dieron su opinión sobre los conceptos presentados.

Estas conclusiones servirán para un nuevo desarrollo de un proceso creativo de unos conceptos más trabajados sobre las ideas que más les convencieron.

1.

A handwritten logo for DINA, featuring the letters 'dina' in a fluid, cursive script.

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

### COMENTARIOS:

“Desde mi punto de vista los valores más interesantes son que se vea una asociación viva y en evolución, y porque la idea de firma le da personalidad propia”.

**VOTOS:** 1

2.



### COMENTARIOS:

“Puede ser una identidad visual potente y duradera”.

“Me gusta la idea de la unión y el dinamismo basándose en una retícula que es a priori completamente random”.

Se podría considerar que el símbolo fueran solo líneas y cambiar la tipografía siguiendo una línea más grotesca.

**VOTOS:** 2

**3.**



**COMENTARIOS:**

“Creo que manteniendo DINA consigue darle un significado nuevo que aporta frescura y que va en la línea de lo que queremos comunicar”.

“Debe de ser muy trabajada... las propuestas visuales empleadas para otros conceptos son algo más modernas”.

**VOTOS:** 3

**4.**

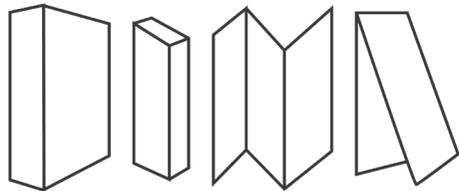


**COMENTARIOS:**

Sin comentarios.

**VOTOS:** 0

**5.**



**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**COMENTARIOS:**

“Tiene que trabajarlo bastante para que llegue a ser legible y armónico”.

**VOTOS:** 1.

**6.**



**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**COMENTARIOS:**

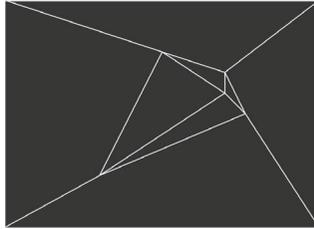
“Funcionará muy bien en cualquier soporte, y que me da la sensación de algo que se sale del formato, un espacio abierto en crecimiento”.

**VOTOS:** 1 y medio.

## SELECCIÓN

Tras los comentarios y la votación, nos quedamos únicamente con 3 conceptos a desarrollar y evolucionar teniendo en cuenta los comentarios de los asociados.

**Dina** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

 **dina**  
Asociación  
de Diseñadores  
de Producto de Aragón

 **dina** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

## PROCESO CREATIVO 2

Tras realizar la primera fase del proceso y obtener una serie de conclusiones y opiniones sobre estas se desarrolló de nuevo proceso creativo en el que se hizo más hincapié en aquellos conceptos que habían gustado más a la asociación para conseguir así un mejor resultado.

# ESPECIFICACIONES

Tras hacer un primer proceso creativo con unas especificaciones en esta segunda fase se busca incidir en aquellas que hayan convencido más a los miembros de la asociación y trabajarlas más.

Así podremos obtener conceptos con más carácter y mucho más trabajados que en la primera fase.



Guardando el concepto de representar la frase de Designed IN Aragón o Diseñado IN Aragón y darle un significado de carácter y calidad a la asociación, se busca que sea mas proporcionado y encontrar una tipografía que dentro de la misma familia o familias parecidas consiga diferenciar las letras de la marca.

Además dentro de este concepto se podría desarrollar una serie de versiones con la frase de Designed in Aragón o Diseñado IN Aragón.



Este concepto resultó muy interesante a los miembros de la asociación ya que era diferente y original, aunque creen que es necesario trabajarla para que haya más armonía entre el símbolo y el texto.

También es necesario buscar la forma de que se represente todos los estudios o socios de todo Aragón ya en este caso solo se representaría a los de Zaragoza.

También aunque ir modificando el logo era una propuesta novedosa también era arriesgada ya que se necesitaría un mantenimiento continuo de este, por lo que es necesario buscar la forma de representar ese crecimiento o conexión sin necesidad de modificarlo.



En este caso al ser un logo sencillo que transmite bien el carácter de seriedad y está claramente representado el formato dina en el rectángulo sobre el que está el nombre de la asociación, se busca mejorar visualmente el logo.

Se trabajara la proporción del símbolo y jugando con el color conseguir que sea más vistoso y llame más la atención.

# ESTUDIO DE TIPOGRAFÍAS

Para poder conseguir una imagen visual potente es necesario que el texto que la acompaña sea acorde a esta. Por eso durante esta fase se hará un estudio de aquellas tipografías que podrían utilizarse en la identidad visual.

Estas son aquellas tipografías que se creyeron que podrían ir acordes a la identidad y como se verá más adelante se componen los conceptos con diferentes opciones de texto variando su tipografía.

La mayoría se buscó que fuera sin serifa aunque se descargaron opciones con serifa para ver cómo funcionaban.

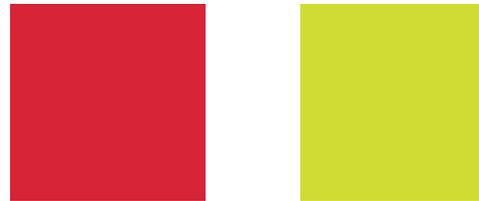
Cibreo	Fabada	Cabin	Gidole Regular	Gidolinya Regular	League Spartan Bold	Qhytsdakx
DINA	DINA	<b>DINA</b>	DINA	DINA	<b>DINA</b>	DINA
Dina	Dina	<b>Dina</b>	Dina	Dina	<b>Dina</b>	Dina
dina	dina	<b>dina</b>	dina	dina	<b>dina</b>	dina
Sanchez	Montserrat Alternates	Francois One Regular	Arvo	Jaapokki	Allerta Stencil Regular	
DINA	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	DINA	
Dina	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	Dina	
dina	<b>dina</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>	dina	

Butler	Big John	Moon 2.0	Aganè S	Vision	CoolveticaRg- Regular
<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>
<b>Dina</b>	<b>DINA</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>
<b>dina</b>	<b>DINA</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>
Oswald	OldSansBlack	Poppins	Bebas Neue Regular	Francois One Regular	MADE GoodTime Grotesk
<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>
<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>DINA</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>
<b>dina</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>	<b>DINA</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>
Rakesly	De Rotter- dam Demo Regular	MonoAl- phabet Regular	Confidel	Patinio Neue	Splekta
<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>Dina</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>	<b>DINA</b>
<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>	<b>Dina</b>
<b>dina</b>	<b>dina</b>	<b>DINA</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>	<b>dina</b>

# COLORES

En la fase anterior se estudió cuáles eran los colores utilizados en las identidades de las diferentes asociaciones tanto a nivel nacional como internacional.

En este caso se seleccionaran los colores que se utilizaran en los logos desarrollados en esta fase. Se darán varias opciones de cada uno de los conceptos variando los colores.



Los colores elegidos son: el rojo y el amarillo verdoso.

El primero se escogió ya que como se ha podido ver, la mayoría de asociaciones lo integran como color de su imagen, ya que da un aspecto serio, vivo y elegante.

El segundo color, sería una apuesta más arriesgada ya que no muchas de las asociaciones lo tienen. Sería una forma de poder diferenciarse de las demás asociaciones ya que es un color poco utilizado y sin duda llama la atención.

**CONCEPTO** **1**  
Designed IN Aragón

**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

# **Designed IN Aragón**

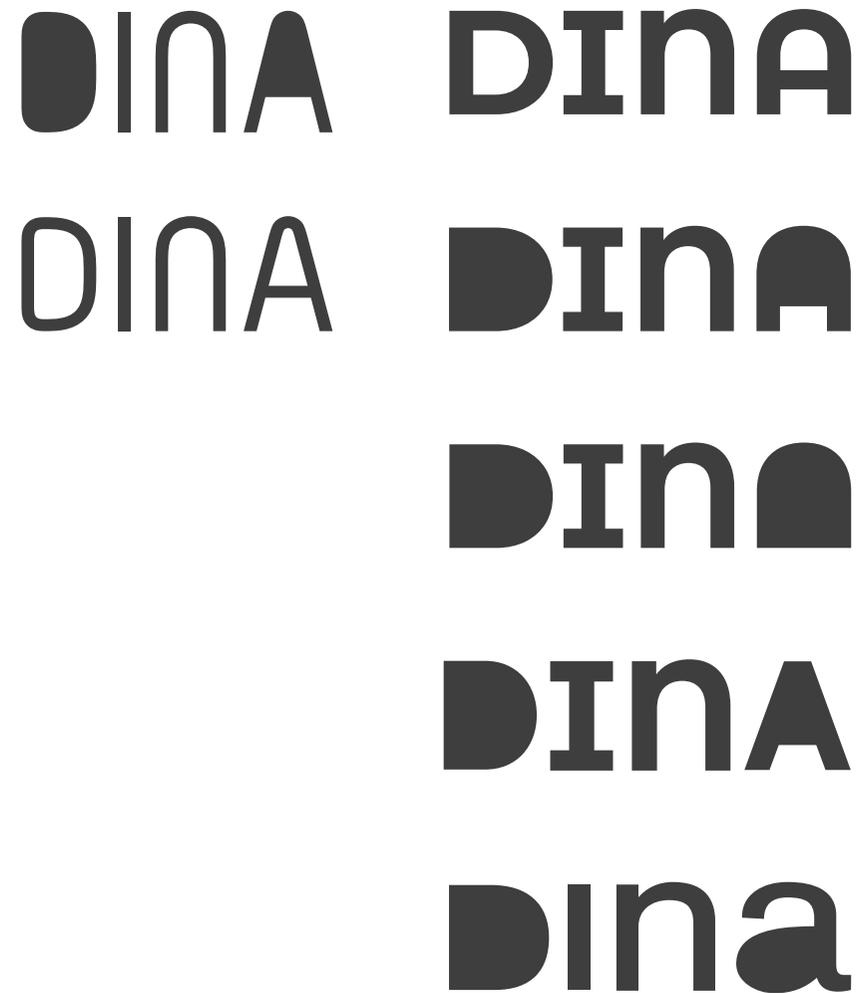
**Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón**

# **Designed IN Aragón**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

En primer lugar se estudió cual era la mejor forma de representar el nombre de la asociación para que se llegasen a distinguir la I y la N de la D y la A para potenciar el mensaje que se le quería dar.

Y también era necesario que a la vez que se diferenciaban ninguna tenía más peso que otra evitando así que el texto estuviese desproporcionado.



Una vez escogida la tipografía que mejor se adapta a las especificaciones es necesario componerlo junto al texto que le acompaña para que quede proporcionado y armónico.

**DINA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**DINA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**DINA** asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**DINA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**DINA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**DINA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**DINA**  
asociación  
de diseñadores de producto  
de aragón

**DINA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

También era importante componer bien las versiones con la frase. Al hacer esto se decidió que la frase sería Designed IN Aragón y no Diseño IN Aragón ya que se creyó que quedaba mejor y era una frase más pegadiza. Además la composición de la palabra en inglés quedaba más estética que en español, ya que tenía el casi el mismo tamaño.

**D**esigned  
**IN**  
**A**ragón

**D**esigned  
**IN**  
**A**ragón

**D** **D**  
**IN** **IN**  
**A** **A**

**Diseño**  
**IN Aragón**

**Diseño**  
**IN Aragón**

**Designed**  
**IN Aragón**

**Designed**  
**IN Aragón**

Finalmente tras estudiar cada una de las opciones obtenidas durante el proceso la versión definitiva del logo y sus versiones serian estas.

**DINA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**Designed IN Aragón**

Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**Designed  
IN Aragón**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Tras escoger la composición definitiva del logo se tiene que trabajar con el color y las diferentes opciones de hacerlo. Se hará con ambos colores anteriormente seleccionados



**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**PIÑA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**PIÑA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**Designed **IN** Aragón**

Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**Designed **IN** Aragón**

Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**Designed **IN** Aragón**

Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**Designed **IN** Aragón**

Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**Designed  
In Aragón**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**Designed  
In Aragón**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**Designed  
In Aragón**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**Designed  
In Aragón**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón



# DINA

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño

**Designed In Aragón**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón



# DINA

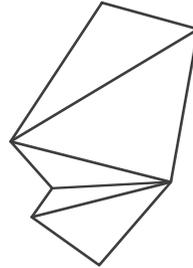
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño

**Designed IN Aragón**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

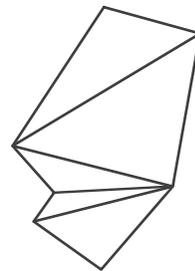
# CONCEPTO 2

Símbolo geométrico



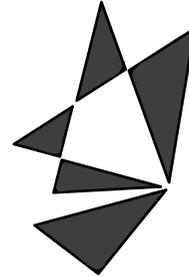
**dina**

asociación de diseñadores  
de producto de aragón



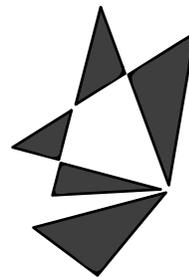
**dina**

asociación de diseñadores  
de producto de aragón



**dina**

asociación de diseñadores  
de producto de aragón



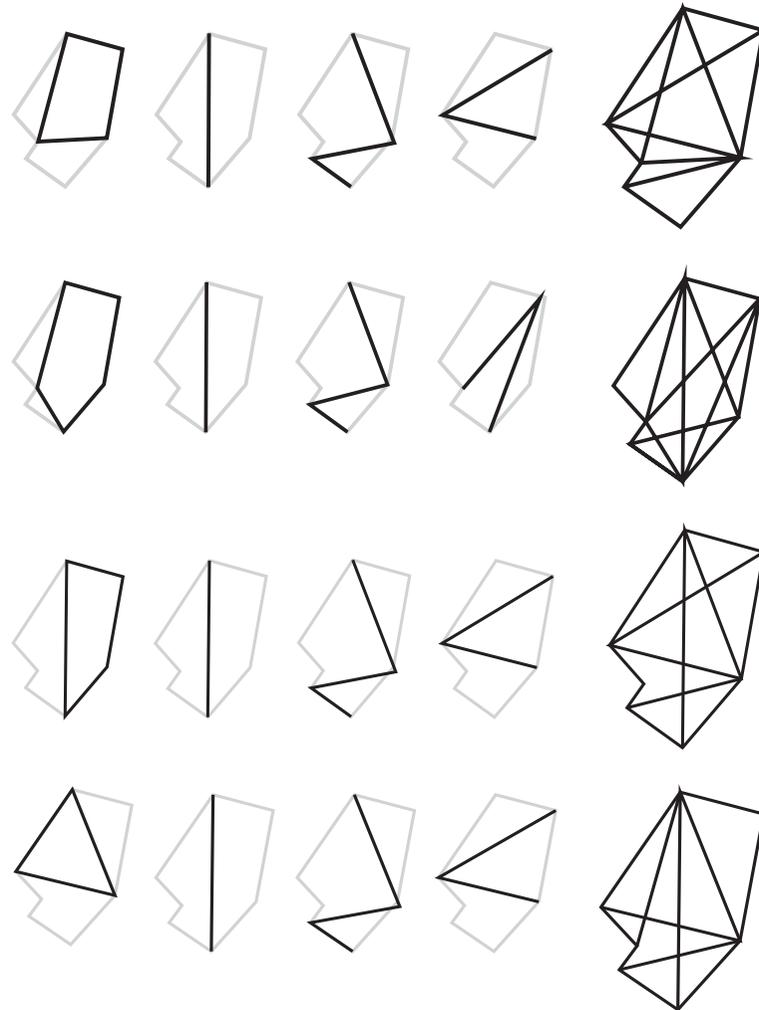
**dina**

asociación de diseñadores  
de producto de aragón

En primer lugar se estudió cual era la mejor forma de representar a todos los miembros asociados, ya que en el concepto anterior solo conseguíamos representar a los de Zaragoza.

Se tuvo la idea de que sobre la silueta simplificada geométrica de Aragón se inscribieran cada una de las letras de DINA, creando así una forma geométrica más sencilla.

Guardando la esencia del concepto anterior conseguimos representar todo Aragón, y las líneas de las letras inscritas representaban las conexiones.



Se hicieron varias opciones cambiando la tipografía y también la forma en la que se compone la frase de Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón.



Una vez elegida la tipografía que mejor funciona con el símbolo, se desarrollan diferentes opciones de composición de la identidad. Es necesario que sea proporcionado y armónico. Se estudian diferentes formas de componer el texto en diferentes líneas y la relación que tiene el símbolo con el nombre y el texto.



**dina**

**asociación de diseñadores  
de producto de aragón**



**dina**

**asociación  
de diseñadores  
de producto de aragón**



**dina**

**asociación  
de diseñadores  
de producto de aragón**



**dina**

**ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES  
DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN**

Tras hacer varias pruebas se observa que el símbolo tiene demasiadas líneas y puede ser que al aplicarlo en soportes que necesiten un tamaño más pequeño se puedan llegar a perder las líneas unas entre otras. Por lo que se intenta simplificar el logo, en primer lugar eliminando líneas del símbolo y en segundo lugar rellenando espacios alternados del símbolo inicial para guardar el patrón inicial y conseguir simplificarlo.



Finalmente tras estudiar cada una de las opciones obtenidas durante el proceso la versión definitiva del logo y sus versiones serian estas.



Tras escoger la composición definitiva del logo se tiene que trabajar con el color y las diferentes opciones de hacerlo. Se hará con ambos colores anteriormente seleccionados







**dina**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

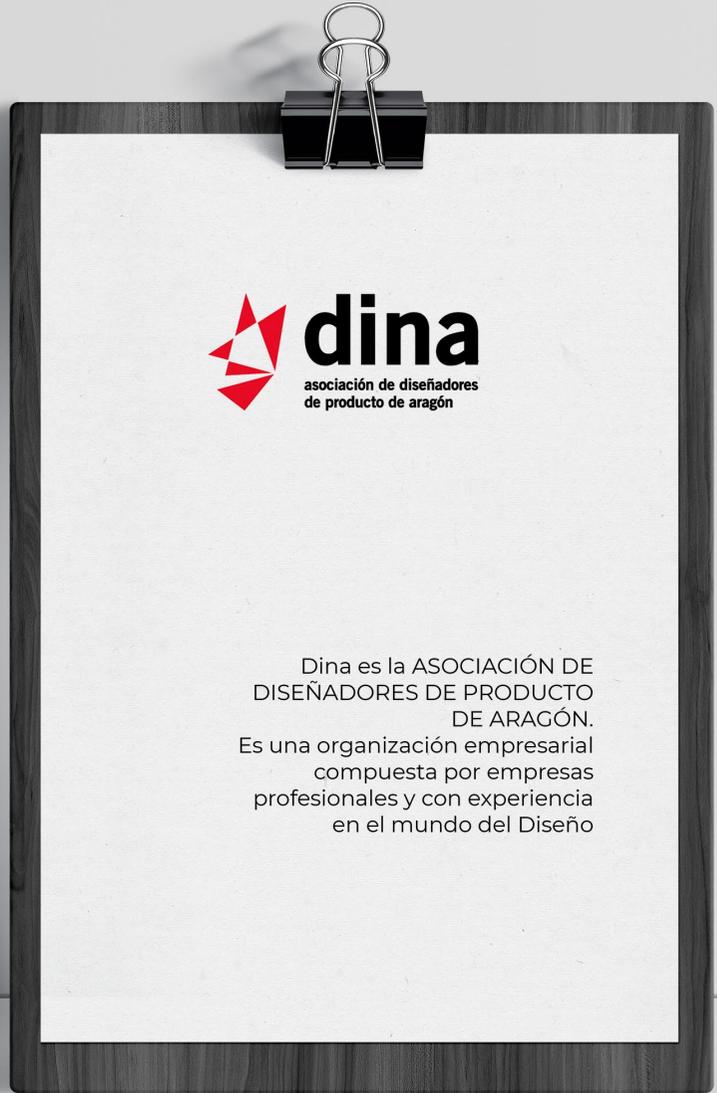


**dina**

*asociación de diseñadores  
de producto de aragón*

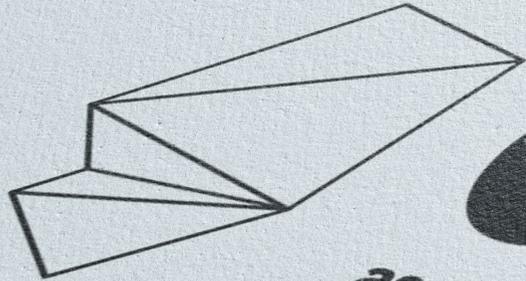


Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño



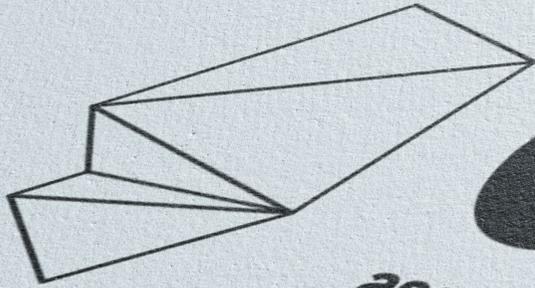
Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño





**dina**

*asociación de diseñadores  
de producto de aragón*

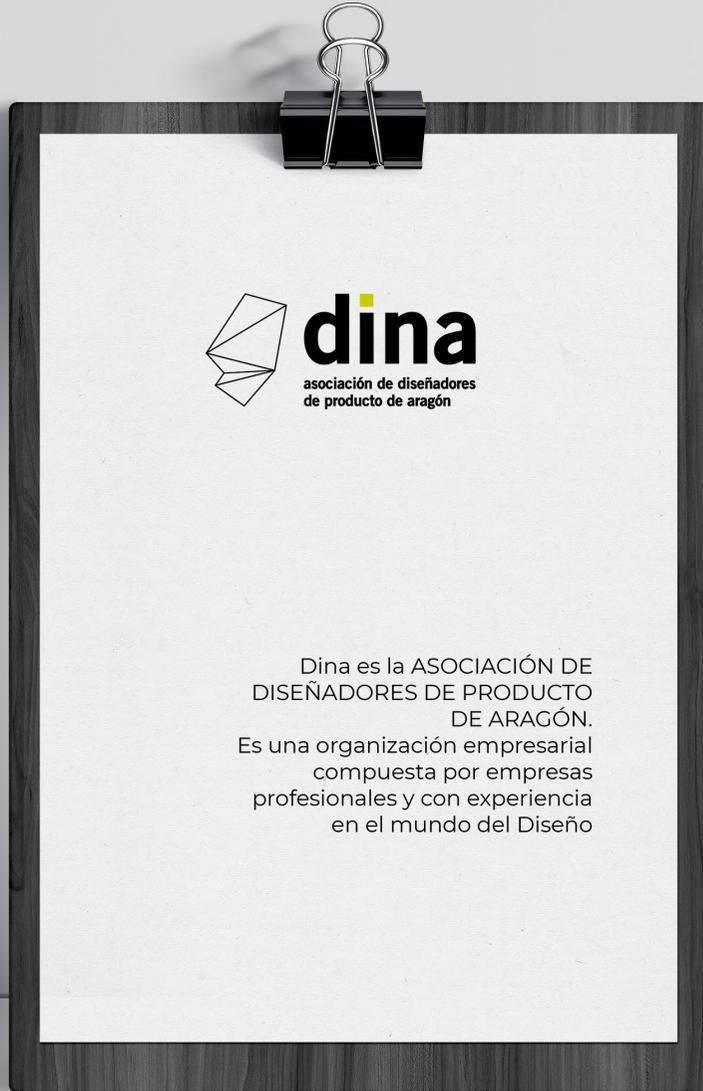


**dina**

*asociación de diseñadores  
de producto de aragón*



Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño



Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño

**CONCEPTO** **3**  
Formato dina



En primer lugar se estudió cual era la mejor forma de que estando el nombre de la asociación inscrita en un rectángulo de proporciones dina, la composición quedase armónica. También se jugó con diferentes tipografías para ver cuál era la que mejor encajaba con el rectángulo de proporciones tan concretas.



dina



dina



dina



dina



dina



dina

A continuación se estudió la mejor manera de componerlo junto al texto, de forma que todo estuviese bien proporcionado evitando que el nombre perdiese importancia pero sin olvidar que el texto que lo acompañaba tenía que ser perfectamente legible.



**asociación  
de diseñadores  
de producto  
de aragón**



**asociación de diseñadores  
de producto de aragón**



Finalmente tras estudiar cada una de las opciones obtenidas durante el proceso la versión definitiva del logo y su versión definitiva seria esta.



Tras escoger la composición definitiva del logo se tiene que trabajar con el color y las diferentes opciones de hacerlo.  
Se hará con ambos colores anteriormente seleccionados.  
Se añadió una tercera opción con una mancha de color solo en amarillo para hacer una versión más innovadora.







**asociación de diseñadores  
de producto de aragón**



**asociación de diseñadores  
de producto de aragón**



**dina** asociación de diseñadores  
de producto de aragón

Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño



**dina** asociación de diseñadores  
de producto de aragón

Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño

# CONCEPTO 4

ADPA versión 1

ADPA

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

ADPA Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Aunque no se especificó en ninguna de los comentarios de los miembros de la asociación creímos oportuno hacer varias opciones cambiando el nombre de la asociación por las iniciales de Asociación de Diseñadores de Producto, ADPA.

En primer lugar se estudio cual era la mejor forma de que componer cada una de las letras y la orientación, espacios o divisiones iban a tener cada una.

Λ D P Λ

Λ D P <

Λ D P >

Λ D P Λ

Λ D P Λ

Λ D P Λ

A continuación se estudió la forma de componer la identidad visual al completo. Se barajaron varias opciones de poner el texto: en mayúsculas, minúsculas, diferentes opciones de componer la frase etc. También se puede ver como intentamos añadir algún detalle a la tipografía original para darle un toque mas diferente y distintivo.

**ADPA**  
asociación de  
diseñadores  
de producto  
de aragón

**ADPA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**ADPA**  
asociación de  
diseñadores  
de producto  
de aragón

**ADPA**  
ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES  
DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN

**ADPA**  
ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES  
DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN

**ADPA**  
ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES  
DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN

Finalmente tras estudiar cada una de las opciones obtenidas durante el proceso la versión definitiva del logo y sus versiones serian estas.

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Tras escoger la composición definitiva del logo se tiene que trabajar con el color y las diferentes opciones de hacerlo. Se hará con ambos colores anteriormente seleccionados

The logo consists of the letters 'ADPA' in a bold, sans-serif font. The letters are primarily red, with orange horizontal bars at the base of the 'A' and 'P'.

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

The logo consists of the letters 'ADPA' in a bold, sans-serif font. The letters are primarily green, with yellow horizontal bars at the base of the 'A' and 'P'.

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

The logo consists of the letters 'ADPA' in a bold, sans-serif font. The letters are primarily red, with orange horizontal bars at the base of the 'A' and 'P'.

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

The logo consists of the letters 'ADPA' in a bold, sans-serif font. The letters are primarily green, with yellow horizontal bars at the base of the 'A' and 'P'.

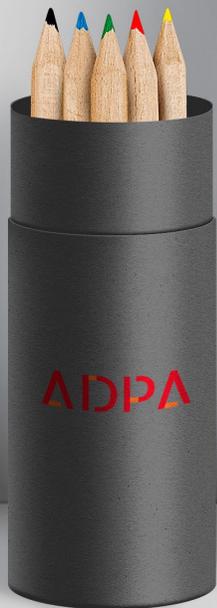
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

*Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón*

ADPA

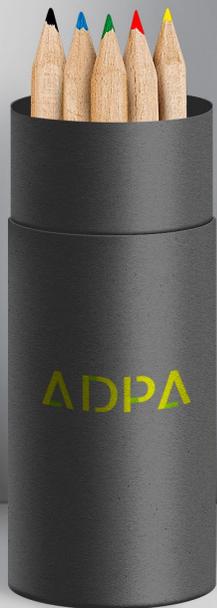
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón



# ADPA

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño



# ADPA

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño

# CONCEPTO 5

ADPA versión 2

# ADPA

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

# ADPA

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Aunque no se especificó en ninguna de los comentarios de los miembros de la asociación creímos oportuno hacer varias opciones cambiando el nombre de la asociación por las iniciales de Asociación de Diseñadores de Producto, ADPA.

Se estudió la forma de componer el logo, el tipo de tipografía y la composición del texto que lo acompaña. Se quiso representar las A como si fueran ojos, haciendo alusión al logotipo anterior, para guardar de alguna forma la historia de asociación hasta el momento.

**ADPA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**ADPA**  
ASOCIACIÓN DE DISEÑADORES  
DE PRODUCTO DE ARAGÓN

**ADPA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**ADPA**  
八 asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**ADPA**  
asociación de diseñadores  
de producto de aragón

**ADPA**  
八 asociación de diseñadores  
de producto de aragón

Finalmente tras estudiar cada una de las opciones obtenidas durante el proceso la versión definitiva del logo y sus versiones serian estas.

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Tras escoger la composición definitiva del logo se tiene que trabajar con el color y las diferentes opciones de hacerlo. Se hará con ambos colores anteriormente seleccionados

**ADPA** Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**ADPA**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**ADPA** Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**ADPA**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**ADPA** Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**ADPA** Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**ADPA** Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**ADPA** Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

*Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón*

**ADPA**

*Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón*

**ADPA** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

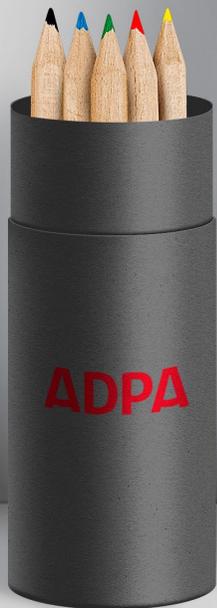
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

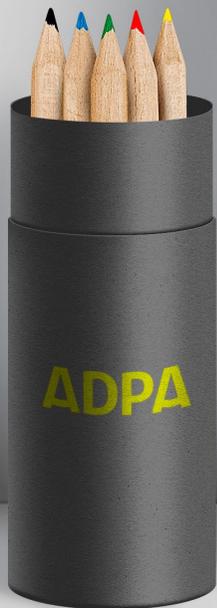


**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño

**ADPA** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón



**ADPA**

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Dina es la ASOCIACIÓN DE  
DISEÑADORES DE PRODUCTO  
DE ARAGÓN.  
Es una organización empresarial  
compuesta por empresas  
profesionales y con experiencia  
en el mundo del Diseño

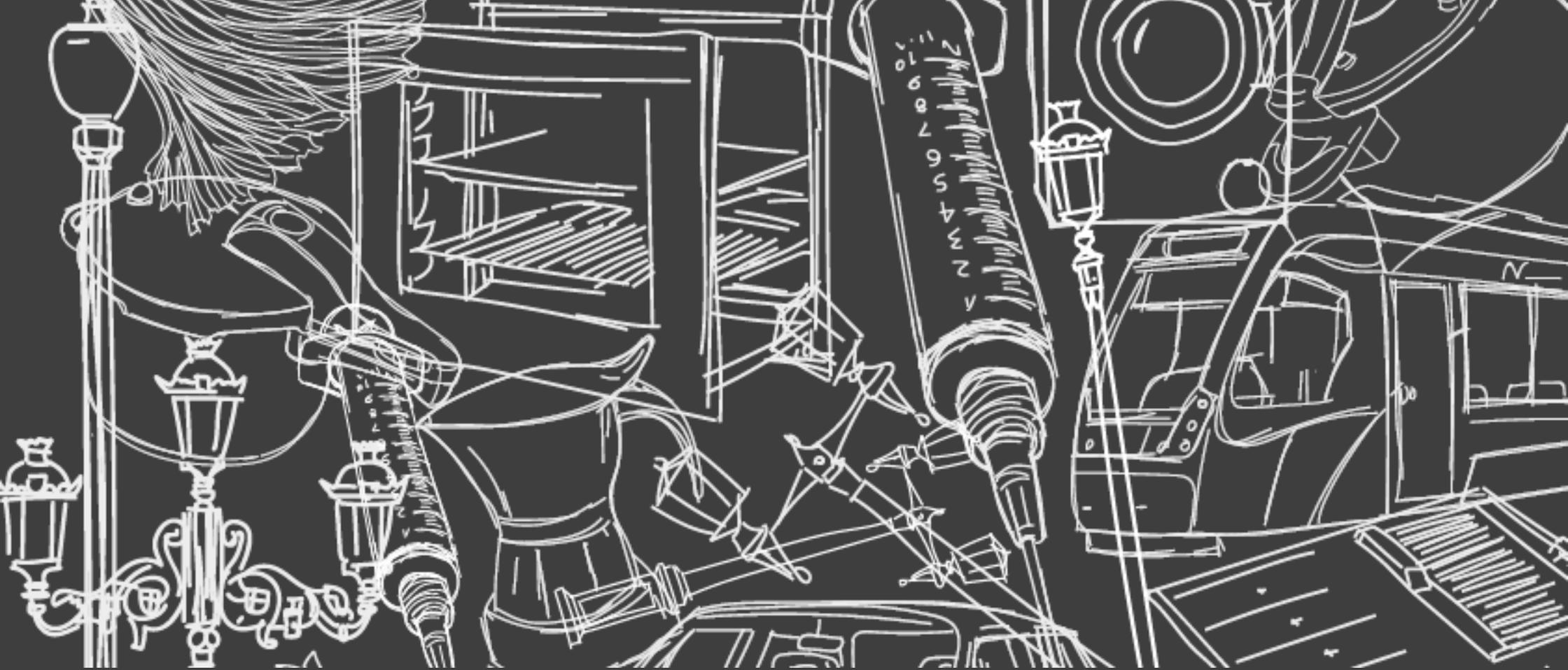
**ADPA** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

# SELECCIÓN

Tras realizar los conceptos, se enviaron a los miembros de la asociación para que votasen cuál era su concepto elegido para poder desarrollarlo de forma más detallada.

Finalmente el más votado fue el concepto 1. No se comentó nada acerca del color y por lo tanto se escogerá el amarillo verdoso, ya que como hemos comentado es un color poco utilizado en este tipo de logotipos y ayudaran a diferenciarse de los demás.





# **FASE 3:** DESARROLLO FINAL

# DESARROLLO DEL CONCEPTO

Una vez escogido el concepto definitivo es necesario desarrollarlo. En esta fase se realizara el manual de marca en el que se establecerán las reglas a seguir a la hora de utilizar la identidad visual. Toda esta información se podrá encontrar detallada en el Anexo: Manual de Marca. A continuación se hará un breve resumen

# IDENTIDAD

El logo definitivo tiene varias versiones y se utilizarán cada una de ellas según la reglas definidas en el manual de marca.

Marca simple		
Marca con descriptor		
Marca con descriptor		
Tagline con descriptor		
Tagline formato lineal		Sello de la Marca
Tagline con descriptor formato rectangular		
Tagline formato rectangular		Sello Tagline

# COMPOSICIÓN

La identidad visual corporativa de la Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón DINA se compone de los siguientes elementos:

Un **logotipo**: el conjunto de letras que tiene por objetivo representar e identificar la asociación. En este caso el logotipo está formado por la palabra DINA. En cuanto a su significado está claramente diferenciado dos tipos de tipografías: que ayudan a diferenciar la “D” y la “A” del “IN” para poder formar la frase Designed IN Aragón.

El **descriptor**: al ser una asociación el logo debe de acompañarse siempre del nombre completo de esta para que siempre sea fácilmente reconocible y que se sepa claramente qué tipo de asociación es, en este caso el descriptor es Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón.

Un **tagline**: se crea de para representar de una forma diferente e ingeniosa el servicio que ofrece la marca. Como se ha comentado antes el logotipo de construye de forma que a partir de el se puede obtener la frase “Designed IN Aragón”.

El **sello**: el sello se utilizara como firma de la asociación. Ayudará a los usuarios a reconocer a partir de este que se trata de un producto hecho en Aragón y estando relacionado con la asociación.

# USOS

## **Marca con descriptor**

Esta versión se usara con fines institucionales. En sopor-tes y eventos en los cuales se quiera representar la labor que realiza la asociación de cara a un público de interés, como pueden ser empresas asociadas, administraciones, medios de comunicación, futuros asociados etc.

Al utilizar el descriptor evitamos todo tipo de confusión en cuanto al carácter de la asociación.

## **Tagline con descriptor**

Esta versión se utilizara unicamente en soportes, eventos etc en los que ya se haya identificado con anterioridad que se trata de la asociación DINA evitando cualquier tipo de confusión.

Aunque dentro del Tagline está representado el logotipo y tenga el mismo descriptor podría haber confusión.

Al haber dos versiones la utilización de una u otra dependerá del espacio del que se disponga y su finalidad.

## **Marca simple y Tagline**

Esta versión se utilizara unicamente en soportes, eventos etc en los que ya se haya identificado con anterioridad que se trata de la asociación DINA evitando cualquier tipo de confusión y no sea necesario poner el descriptor, como en aplicaciones de merchandising, eventos etc que se expondrán más adelante

## **Sello de la Marca**

Esta versión se usara con fines institucionales. En soportes y eventos en los cuales se quiera representar la labor que realiza la asociación de cara a un público de interés, como pueden ser empresas asociadas, administraciones, medios de comunicación, futuros asociados etc.

## **Sello Tagline**

Esta versión se utilizara unicamente en soportes, eventos etc en los que ya se haya identificado con anterioridad que se trata de la asociación DINA evitando cualquier tipo de confusión.

# VERSIONES

Dependiendo del soporte en el que este o que fondo haya se podrá una versión u otra. Aunque solo se muestren las versiones de la marca con descriptor como ejemplo ya que las demás siguen las mismas reglas

# VERSIONES



**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

Versión positivo



Versión negativo



**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

Versión monocromo  
positivo



Versión monocromo  
negativo



Versión en fondo  
fotográfico claro



Versión en fondo fo-  
tográfico oscuro

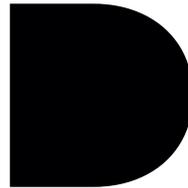
# COLORES

A continuación se establecen tanto los colores corporativos, como los secundarios y la degradación que puede tener.

## COLORES CORPORATIVOS

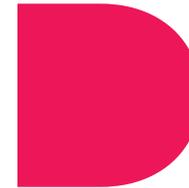


Pantone 382 CP  
RGB (205, 213, 0)  
CMYK (28, 0, 100, 0)  
#ccd405

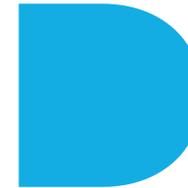


Pantone P  
Process Black C  
RGB (29, 29, 27)  
CMYK (0, 0, 0, 100)  
#010102

## COLORES SECUNDARIOS



Pantone 206 CP  
RGB (209, 0, 81)  
CMYK (0, 100, 50, 0)  
#d31b2b



Pantone 2995 CP  
RGB (0, 173, 233)  
CMYK (83, 1, 0, 0)  
#00ace9

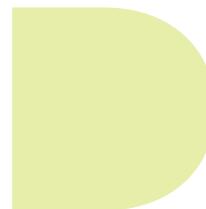
## DEGRADACIÓN



100%



75%



50%



25%

# TIPOGRAFÍA

A continuación se establecen las tipografías a utilizar en la identidad visual corporativa. Al utilizarse dos también se especifica donde se utiliza cada una.

## TIPOGRAFÍAS UTILIZADAS

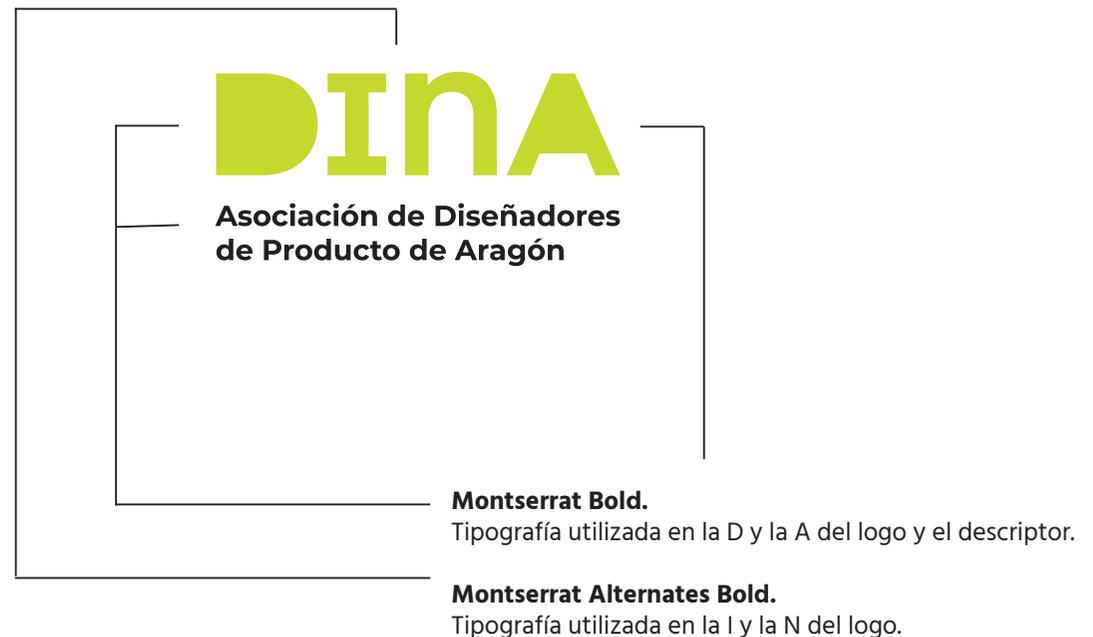
La Marca consta de dos tipografías de la misma familia: Montserrat. Se han utilizado las dos tipografías para conseguir una mejora estética y que se pueda transmitir mejor el mensaje de “Designed IN Aragón”.

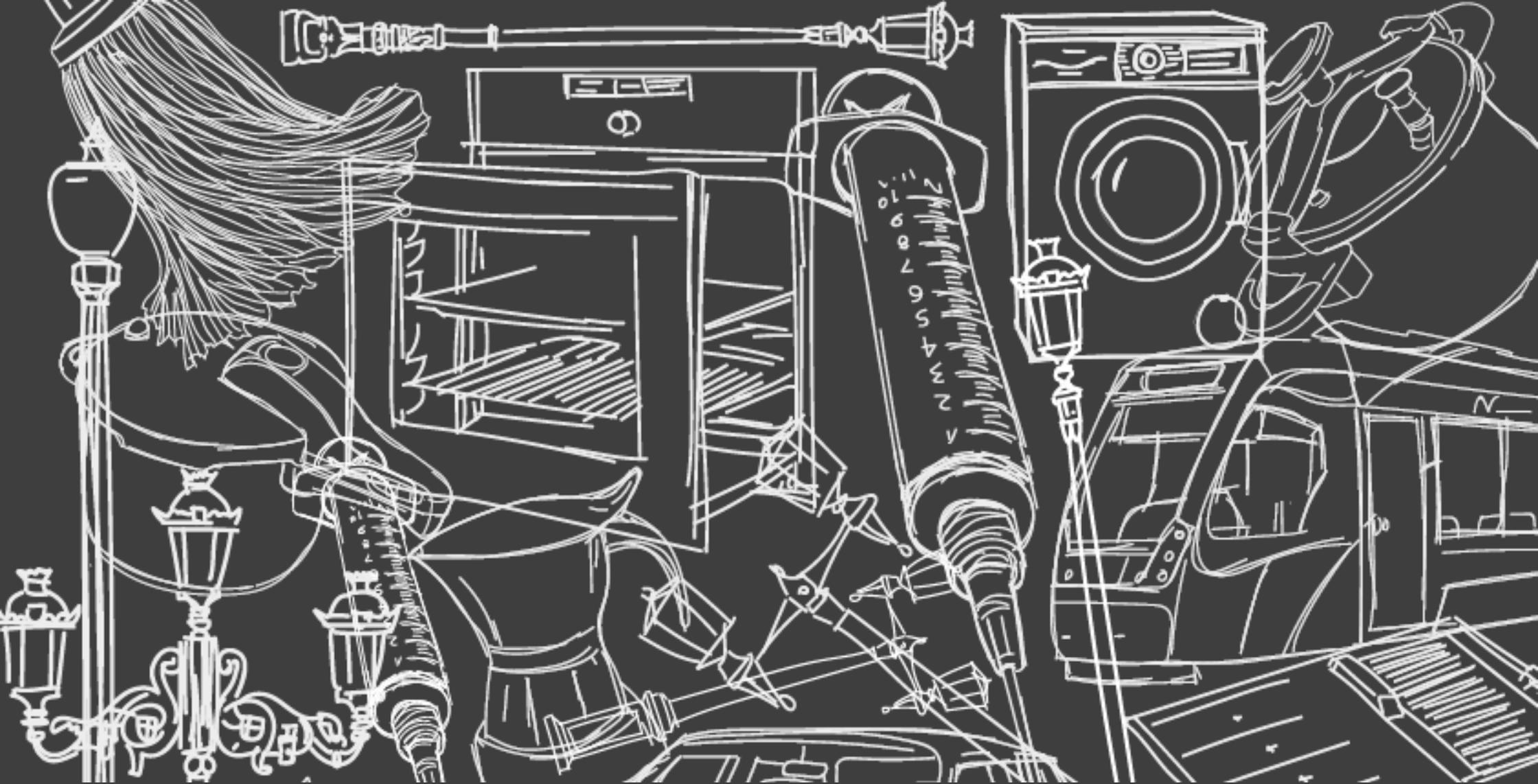
### Montserrat Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

### Montserrat Alternates Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**





# FASE 4: APLICACIONES

# APLICACIONES DE PAPELERÍA

A continuación se mostrarán las aplicaciones que se realizaron para la papelería de la asociación. Todas las propuestas fueron seleccionadas pensando en sus necesidades de la asociación





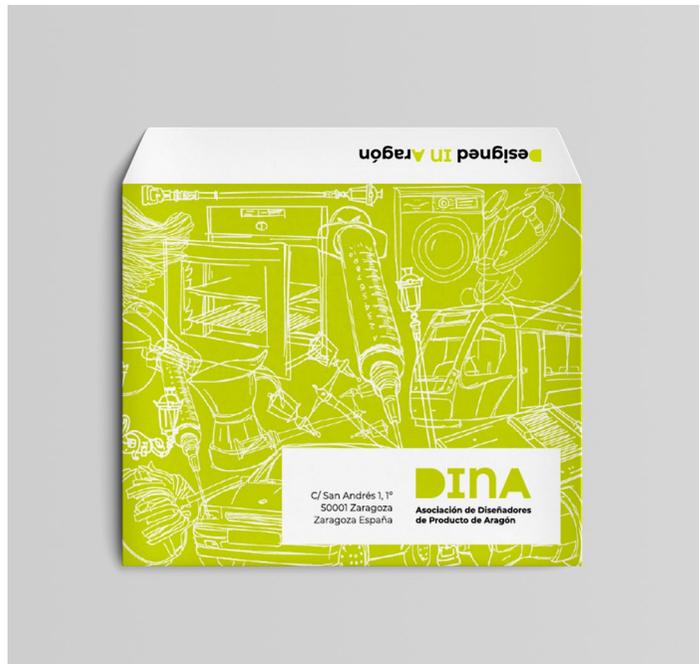
## ANEXO 01: Diseño y desarrollo de la identidad visual corporativa DINA



**ANEXO 01:** Diseño y desarrollo de la identidad visual corporativa DINA



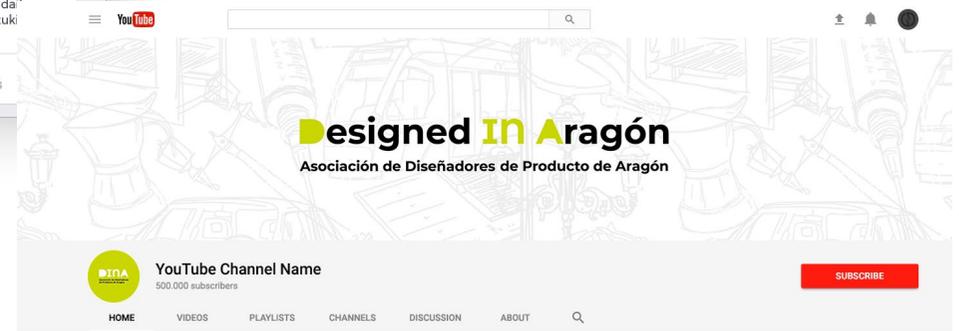
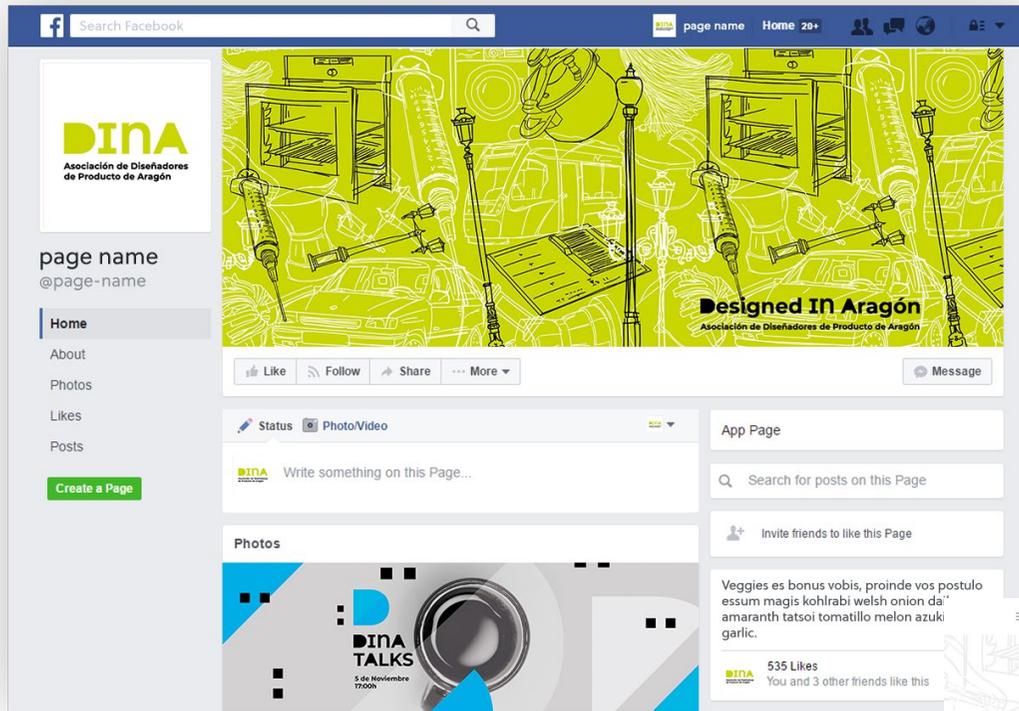
# ANEXO 01: Diseño y desarrollo de la identidad visual corporativa DINA



# **APLICACIONES REDES SOCIALES**

A continuación se mostrarán las aplicaciones que se realizaron para las redes sociales de la asociación.

## ANEXO 01: Diseño y desarrollo de la identidad visual corporativa DINA

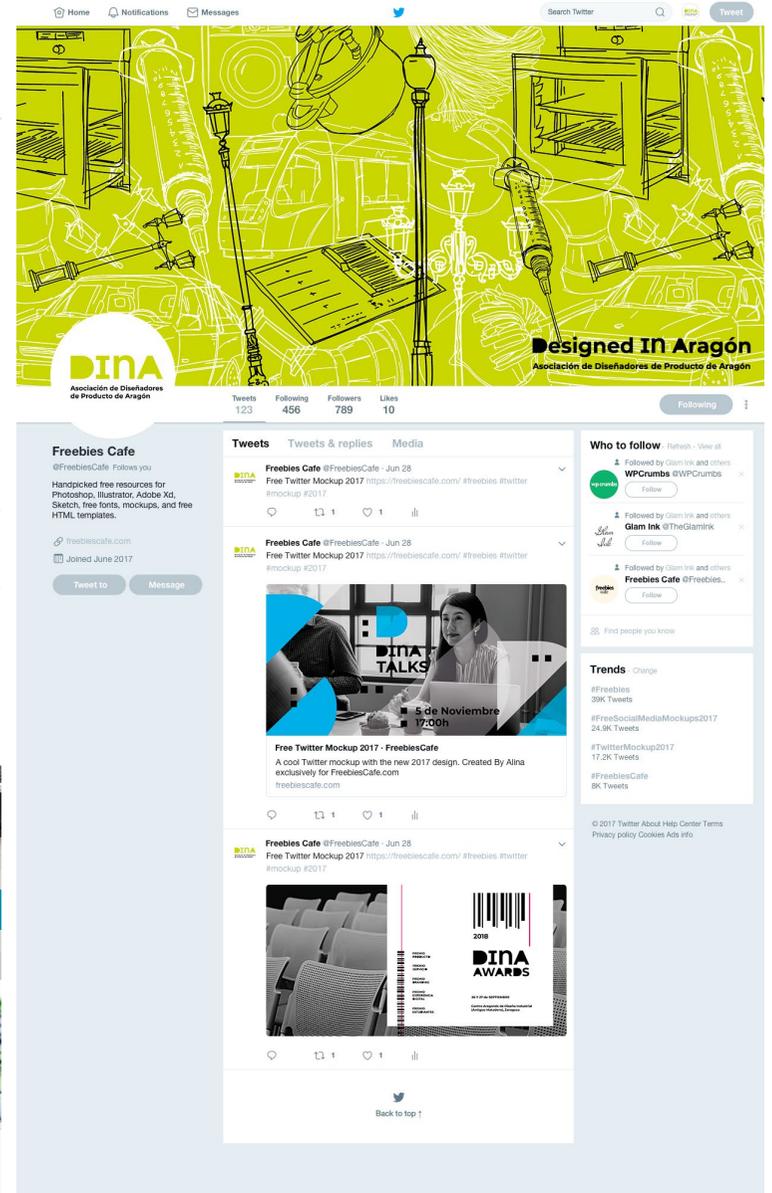
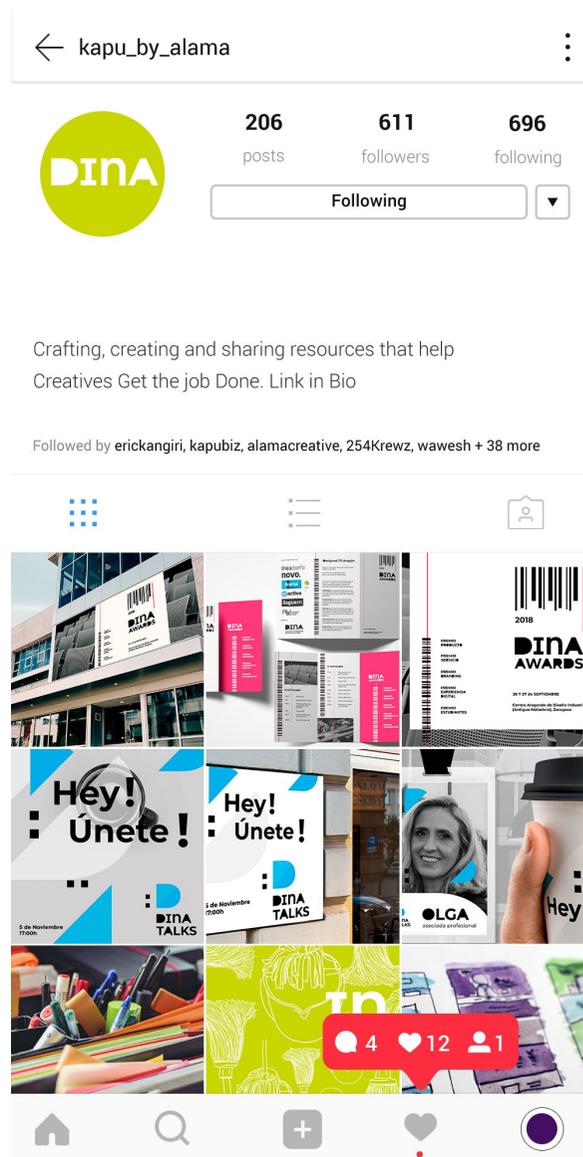


Editable Video Name - Exemple  
500,000 views · 1 day ago

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam

UPLOADS PLAY ALL



# APLICACIONES MERCHANDISING

A continuación se mostrarán las aplicaciones que se realizaron como merchandising de la asociación. Todas las propuestas fueron seleccionadas pensando en sus necesidades .

**ANEXO 01:** Diseño y desarrollo de la identidad visual corporativa DINA



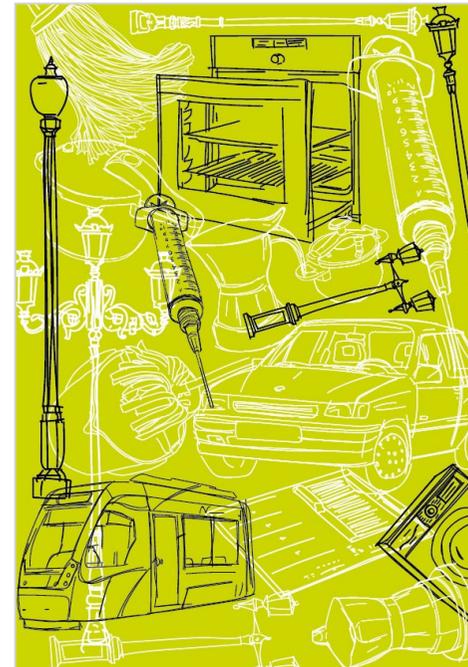
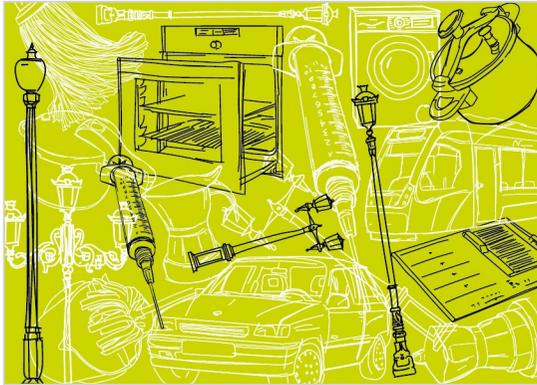


**ANEXO 01:** Diseño y desarrollo de la identidad visual corporativa DINA

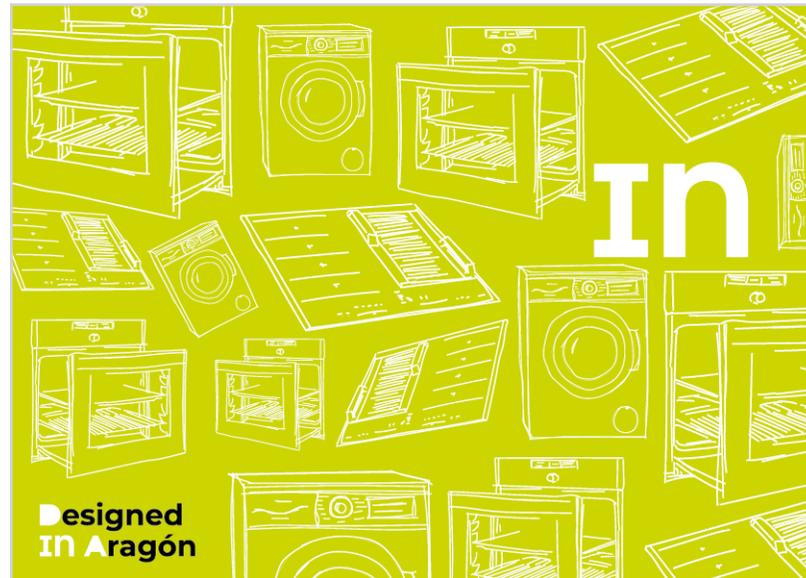


# APLICACIONES ILUSTRACIONES

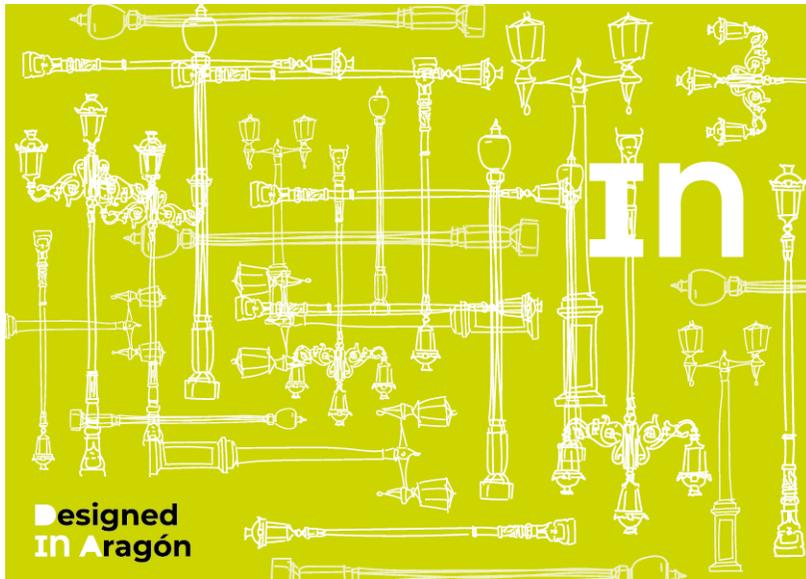
A continuación se mostraran las aplicaciones que se realizaron como ilustraciones de la asociación. Al crear el sistema visual de la identidad de hicieron varias ilustraciones que podrían servir en un futuro para otras aplicaciones, por lo tanto se incluyen para que la asociación pueda utilizarlas.



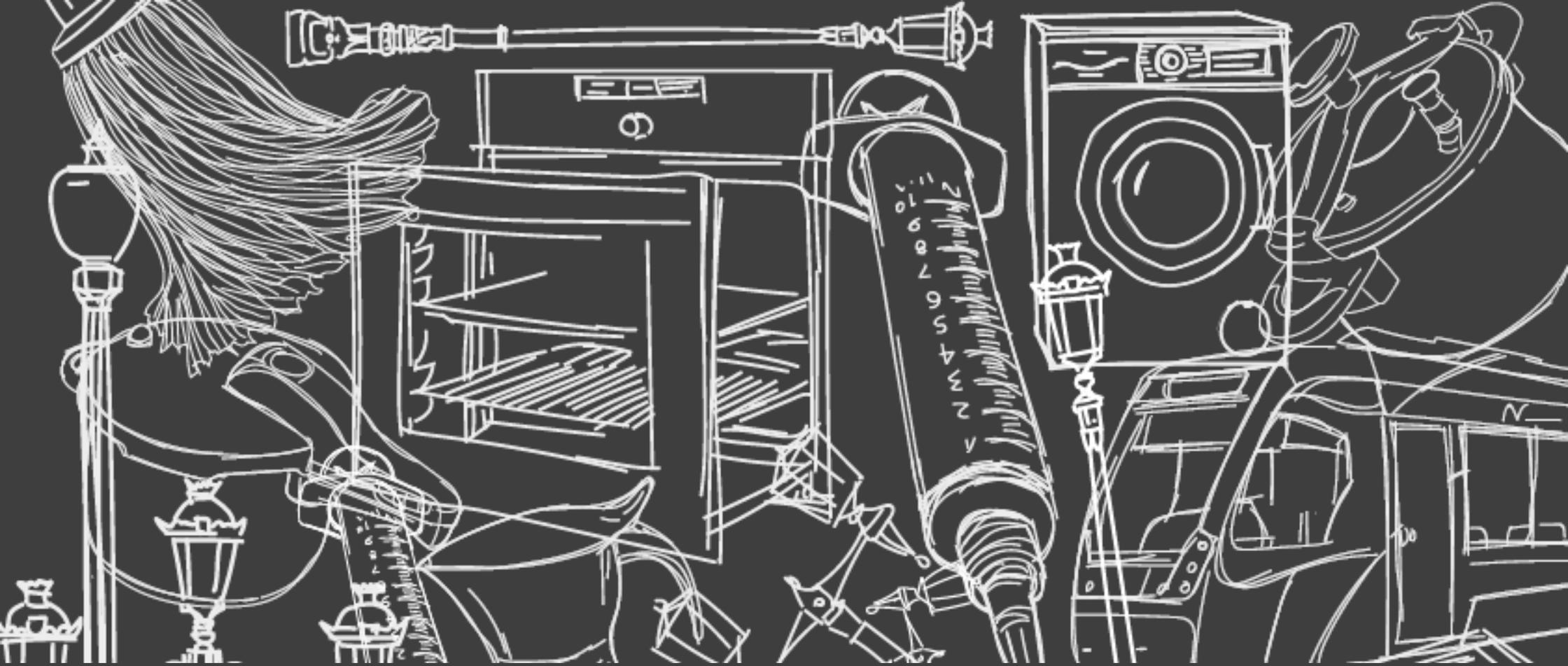
Versión fondo verde con ilustraciones en blanco  
Versión fondo verde con ilustraciones en blanco y negro  
Versión fondo blanco con ilustraciones en gris



Versión Fregona de Manuel Jalón  
Versión Electrodomesticos BSH  
Versión Olla Express



Versión Farolas Averly  
Versión Opel Corsa y Tranvia CAF  
Versión Jeringuilla Desechable y Cafetera Grupo Bretón



# **FASE 5:** IDEACIÓN DE EVENTOS

# IDEACIÓN DE EVENTOS

Tras la primera fase y las entrevistas tanto a miembros de la asociación como a estudiantes del sector, se llegó a la conclusión de que se podrían hacer eventos y actividades que serían beneficiosas para ambas partes. A continuación se desarrollarán dos propuestas, definiendo objetivos, a quien iría dirigido y soportes de comunicación necesarios.

# PREMIOS

Durante las entrevistas de la fase de investigación, muchos de los miembros comentaron la idea de realizar unos premios de diseño en los que se reconociese el trabajo de las diferentes empresas de diseño aragonesas.

# OBJETIVOS

Estos son los objetivos principales que se quieren conseguir a la hora de realizar unos premios de diseño además de impulsar y fomentar la cultura del diseño:

**Visibilidad:** a nivel tanto local, para conocer cuales han sido los proyectos con más importancia de cada una de las empresas asociadas.

**Oportunidad:** ya que una de las consecuencias de que se vea tu trabajo es que puedes llamar la atención de nuevos clientes.

**Difusión:** este tipo de eventos ayudaría a que todas las empresas pudiesen llegar a más gente no solo por su participación en estos sino que también por su asistencia al evento

**Reconocimiento:** del trabajo realizado a través de la nominación o la selección de tu producto como ganador.

**Inspiración:** al conocer los proyectos de otras empresas, sus avances respecto a otros años o proyectos etc

# PARTICIPANTES

Pueden participar todas aquellas empresas asociadas a DINA, que hayan realizado proyectos durante el año en cuestión y se adapten a las categorías que se definan y también los estudiantes

Los participantes podrán presentar varias propuestas pero sin superar un máximo que se determinara por la asociación, dependiendo de la cantidad de empresas y estudiantes que participen.

# CATEGORÍAS

Al crear las categorías es necesario tener en cuenta que la asociación define en sus estatutos de forma clara que es una Asociación de Diseño de Producto, entendiendo el producto como “Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y se susceptible de satisfacer una necesidad”.

Por lo tanto aquí se proponen una serie de categorías que podrían cubrir los campos del diseño de producto entendido de esa forma. Además se incluye una categoría específica para los estudiantes, dándoles la oportunidad de mostrar su trabajo.



2018

**PREMIO  
ESTUDIANTES**



2018

**PREMIO  
PRODUCTO**



2018

**PREMIO  
SERVICIO**



2018

**PREMIO  
BRANDING**



2018

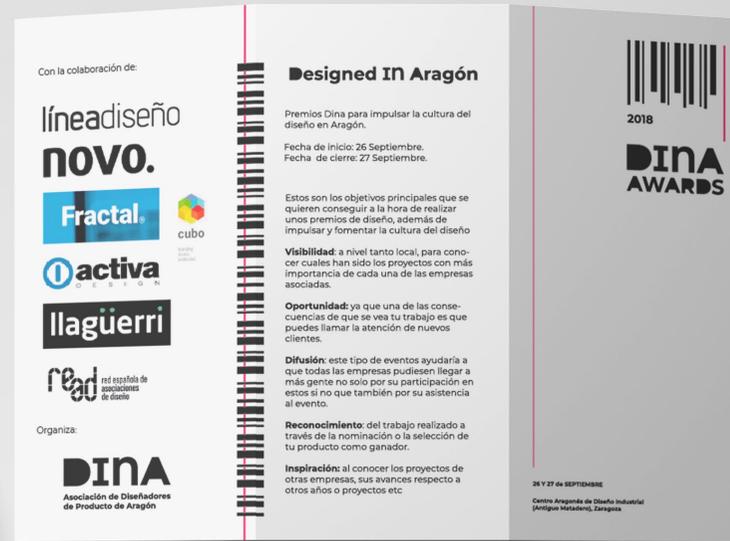
**PREMIO  
EXPERIENCIA  
DIGITAL**

# GALARDÓN



Se otorgará un solo Premio (Trofeo, diploma y sello certificado) y hasta 5 Diplomas por categoría.

De esta forma si ganas tendrás tanto un premio físico, como un diploma y además un sello que podrás incluir en tu producto y comunicación para poder así diferenciarte de la competencia con un plus de calidad.



## ANEXO 01: Diseño y desarrollo de la identidad visual corporativa DINA



# CHARLAS

Durante las entrevistas de la fase de investigación, muchos de los estudiantes comentaron su interés por realizar charlas, reuniones informales u otros para que, tanto miembros de la asociación como estudiantes del sector del diseño comenten sus dudas, inquietudes, temas de interés etc para compartir opiniones y ayudar unos a otros.

# OBJETIVOS

Estos son los objetivos principales que se quieren conseguir a la hora de realizar unas charlas de diseño entre miembros de la asociación y estudiantes de diseño.

**Visibilidad:** de esta forma no solo se muestra la asociación si no que los asociados que tienen empresas en Aragón pueden darse a conocer a los futuros trabajadores del sector que son los estudiantes.

**Aprendizaje:** tanto por parte de los estudiantes como de los asociados ya que se discutirán temas de actualidad, últimos programas, metodologías que pueden resultar novedosas para ellos.

**Oportunidad:** sobre todo es importante para los estudiantes ya que podrán hablar con personas que están trabajando en aquello en lo que ellos se están formando y pueden resolverles dudas o dar información desde la experiencia y la realidad.

**Ayuda:** en las encuestas se vio como muchos de los estudiantes al terminar la carrera les gustaría tener algún tipo de orientación a la hora de ponerse a trabajar, estudiar un máster etc y que mejor que personas que trabajan en el sector para ayudarles.

**Respaldo:** pertenecer a una asociación con la que compartes intereses es uno de los motivos por los que los estudiantes se llegarían a asociar, por lo tanto las charlas ayudarían a sentir que pertenecen a una comunidad de su interés.

# ENTORNO



No es necesario que sea en una sala de conferencias, estas charlas o tertulias se llevarían a cabo de formas más informales, ya que en la universidad, escuelas de diseño etc ya hay charlas y semanas dedicadas a que vayan ponientes y den charlar más serias. El objetivo es reunir a gente con los mismos intereses para que se hable sobre ellos, sus preocupaciones etc teniendo en cuenta que puede haber un pequeño guion en el que se establezcan tiempos a cada persona.

# PARTICIPANTES



En este tipo de eventos se busca que haya opiniones diferentes para que sea más enriquecedor para todos, y al no ser unas charlas formales como podría serlo una conferencia puede participar todo aquel que trabaje o estudie en el sector del diseño de producto. Es importante que tenga algún tipo de formación sobre esto ya que esas charlas no serían informativas si no para intercambiar opiniones y dudas, por lo tanto se necesitaría un conocimiento base y por lo tanto algún tipo de estudios sobre eso.

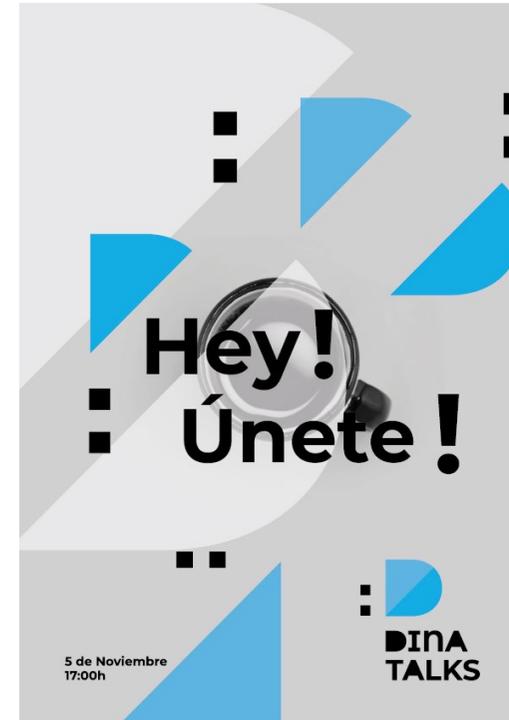
# DINÁMICA



Las personas interesadas en participar se inscribirían y el día de la charla se les daría un identificador con su foto y su nombre, para que se les pudiera identificar bien durante la actividad.

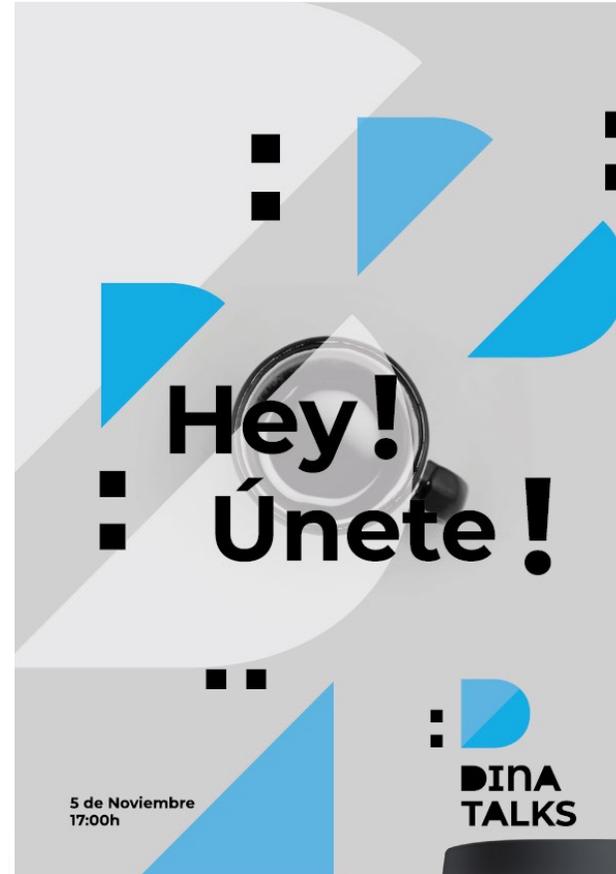
Se pensó que una forma interesante de organizar estas charlas en cuanto al contenido que tendrían sería apuntando cada participante en un papel una duda, pregunta o tema de discusión y ponerlas en un recipiente. De esta forma se iría sacando un papel cada cierto tiempo, de esta forma todos pueden participar y se podrán controlar mejor los tiempos.

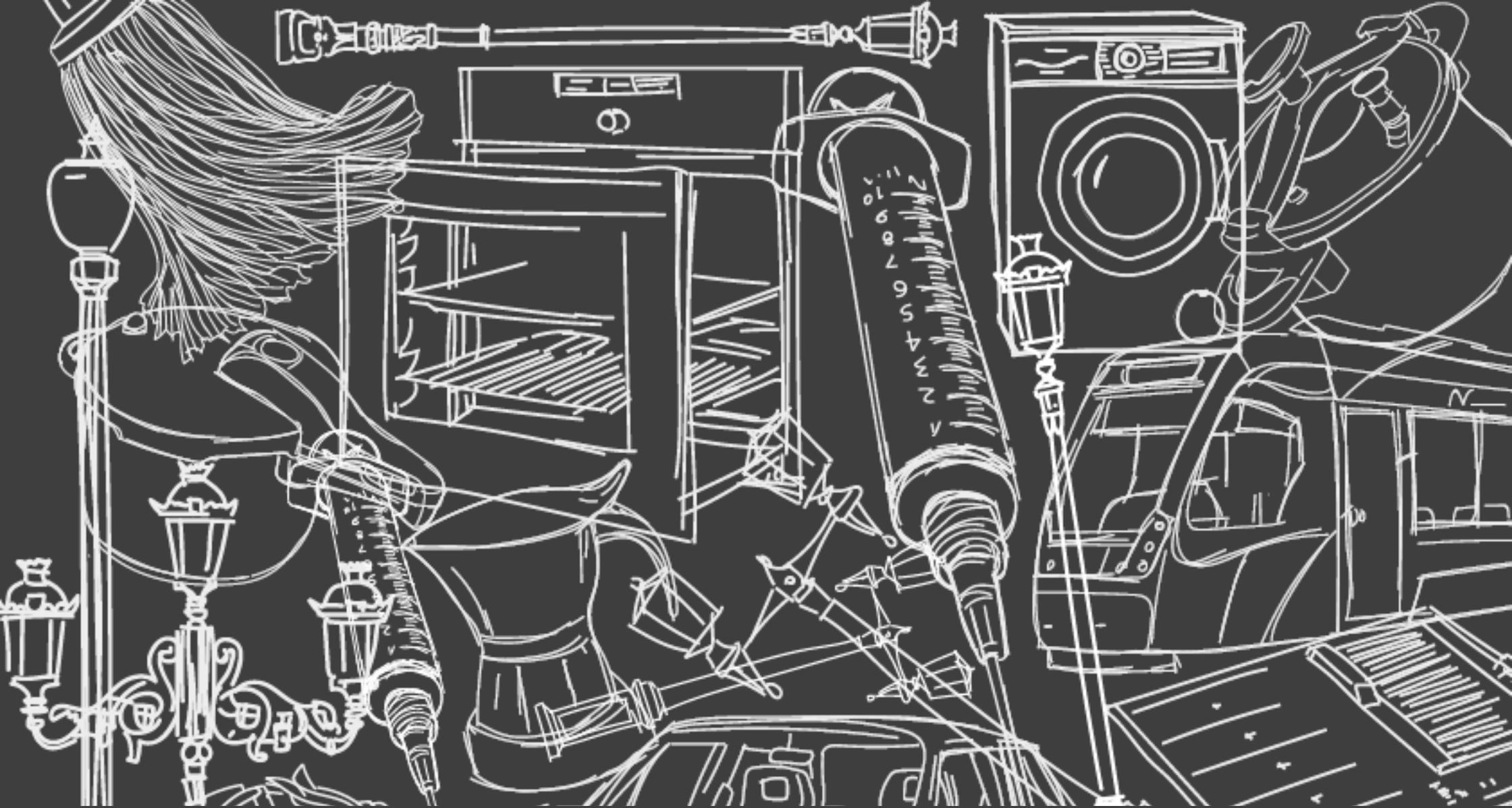
De esta forma el contenido de las charlas siempre será de interés y ayudará a aquellos que participen.











# FASE 6: SITIO WEB

# PLANTEAMIENTO DEL SITIO WEB

Durante esta primera parte se planteara la arquitectura y estructura que tendrá la web a partir de las necesidades que tenga la asociación. Se desarrollara un prototipo y se hará un test de usuario para comprobar que está bien planteada y es comprensible por los usuarios.

# ENTREVISTA

Se realizó una entrevista con el presidente de la asociación DINA en la que se establecieron cuáles eran las necesidades que la asociación tenía necesidad de representar en la página web.

# NECESIDADES

Aquí se van a exponer las necesidades trasladadas por el presidente de DINA para poder organizar más adelante la arquitectura de la página web:

- Un espacio en el que se explique que es la asociación DINA, sus objetivos etc
- Una sección de contacto en el que las personas interesadas en ser miembros de la asociación o participar en los eventos puedan ponerse en contacto con ellos.
- Un apartado en el que se muestren las últimas noticias relacionadas con el sector del diseño y los usuarios puedan estar al día de las novedades
- Un calendario de actividades en el que se informe de las actividades que realice la asociación o sean de interés para los usuarios (exposiciones, talleres etc)
- Información sobre la asociación en el que se muestren beneficios de hacerse socio, órganos, estructura, estatutos...
- Al ser una asociación que se está volviendo a poner en marcha también sería interesante promocionar los eventos más significativos de la asociación para conseguir más visibilidad y por lo tanto mayor participación.

# ARQUITECTURA

Una vez definidas las necesidades de la asociación es momento de desarrollar la arquitectura que tendrá la página web, antes de comenzar a crearla.

# ESQUEMA DE ARQUITECTURA

Primero se definieron las secciones que tendría que haber. Y una vez que se decidieron las secciones, se determinó que tendría que haber dentro de cada una de ellas:

**Nosotros:** Sección para que se conozca de forma rápida a la asociación en la que se responderán preguntas como ¿Qué es DINA?, Objetivos, ¿Qué servicios ofrece?

**Socios:** Un apartado en el que los diferentes asociados podrán verse reflejados en la web y en el que se llevará a su web de empresa.

**Socios:** Un apartado en el que los diferentes asociados podrán verse reflejados en la web y en el que se llevará a su web de empresa.

**Calendario de Actividades:** en las que se mostrará las actividades interesantes para la asociación.

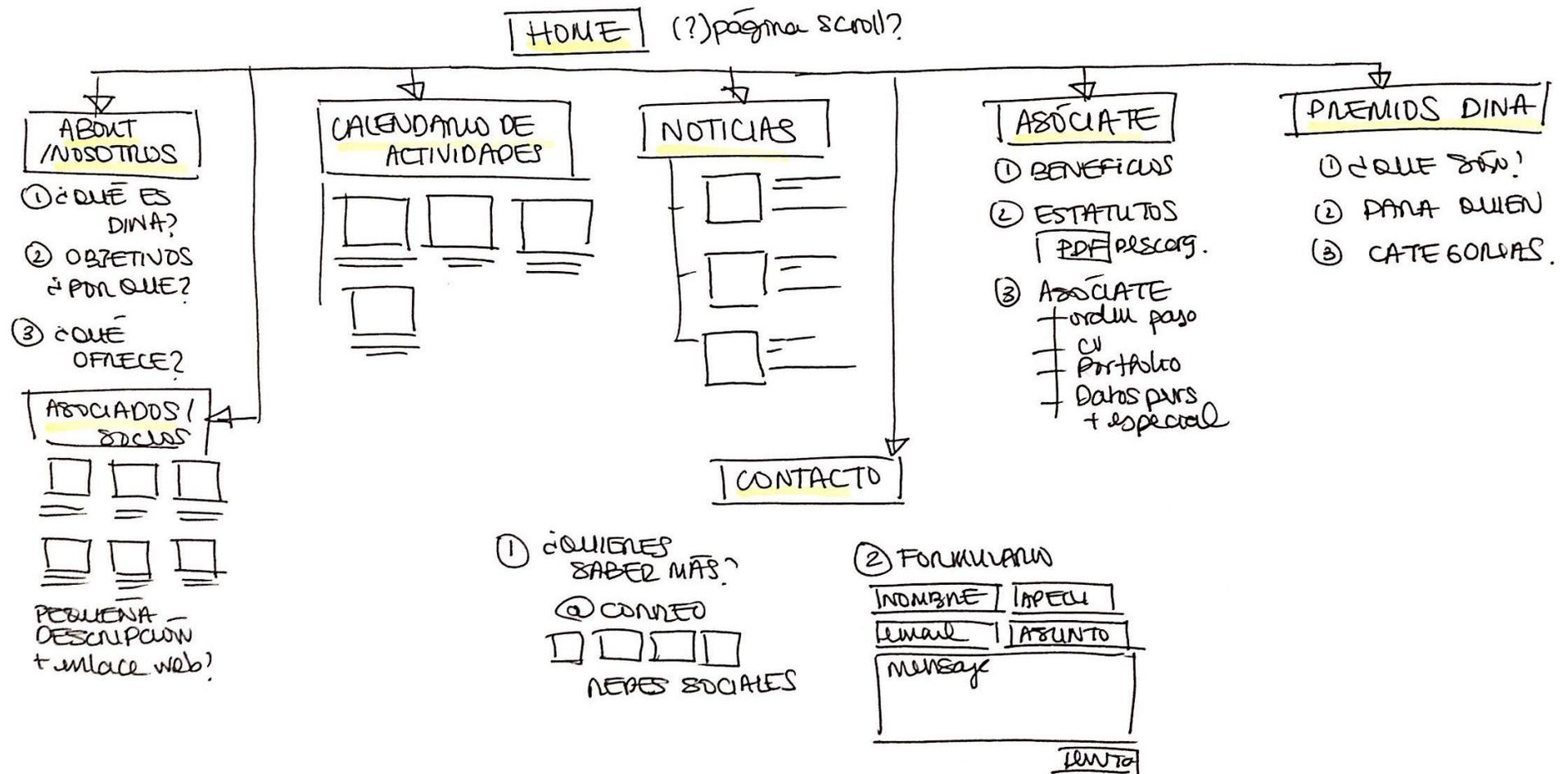
**Noticias:** para mostrar las últimas noticias relacionadas con el sector del diseño de producto

**Contacto:** en el que aparecerá no solo el formulario de contacto sino que también las redes sociales de DINA.

**Asóciate:** apartado en el que se mostrarían los beneficios de ser asociado, los estatutos y se podría uno asociar rellenando un formulario.

**Premios DINA:** un apartado especialmente dedicado a este evento realizado por la asociación en el que se informaría sobre estos.

# ESQUEMA DE ARQUITECTURA



# PROTOTIPO

Al haber definido ya la arquitectura de la página web se decidió hacer un prototipo para un test de usuario, en el que al usuario se le darían una serie de pautas para realizar diferentes acciones y analizando sus reacciones, comentarios y forma de utilizar el prototipo se podrían ver fallos, mejoras etc que realizar antes de crear la página web definitiva.

# CONSTRUCCIÓN

Se decidió construir la página web con una única página en la que haciendo scroll se verían todas las secciones definidas anteriormente. Aunque también habría paginas aparte cuando se quiera leer más sobre una noticia o evento, se quiera más información sobre los premios etc.

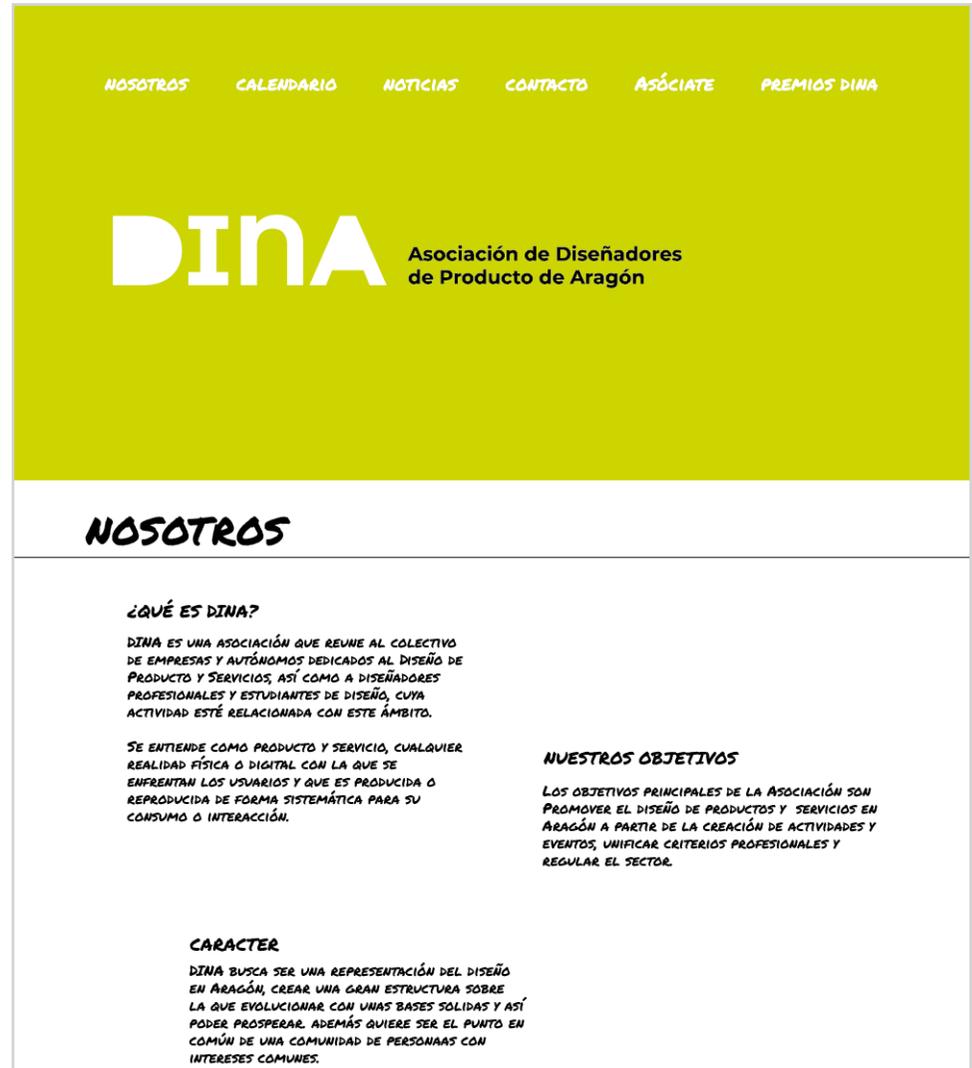
De esta forma al ser una asociación actualmente en construcción y tener poco contenido el usuario que la utilice podrá ver de un solo vistazo todo lo que ofrece DINA sin tener que saltar de una página a otra.

Al ser un prototipo, ni la tipografía, ni la estructura, los colores o imágenes son definitivos. Es unicamente un prototipo que se centra en que el usuario sepa manejar correctamente la página y no tenga problemas a la hora de encontrar la información que necesita.

Tampoco se desarrollaran todas las páginas ya que al ser un prototipo en el que vamos a testear. Se harán aquellas que nos ayuden a mostrar al usuario todas las opciones que tiene la página web y sus servicios.

# PANTALLAS

A continuación se va a mostrar el prototipo que se utilizó para la prueba de usuario.



Página inicio  
Banner con el logo  
Sección nosotros

**CARACTER**  
DINA BUSCA SER UNA REPRESENTACIÓN DEL DISEÑO EN ARAGÓN, CREAR UNA GRAN ESTRUCTURA SOBRE LA QUE EVOLUCIONAR CON UNAS BASES SOLIDAS Y ASÍ PODER PROSPERAR. ADEMÁS QUIERE SER EL PUNTO EN COMÚN DE UNA COMUNIDAD DE PERSONAS CON INTERESES COMUNES.

**SOCIOS**

GABRIEL JIMÉNEZ PRESIDENTE	NOVO DISEÑO ASOCIADO PROFESIONAL	LINEA DISEÑO ASOCIADO PROFESIONAL	ACTIVA ASOCIADO PROFESIONAL
FRACTAL ASOCIADO PROFESIONAL	RAUL LLAGÜERRI ASOCIADO PROFESIONAL	CUBO DISEÑO ASOCIADO PROFESIONAL	DOS CUARTOS ASOCIADO PROFESIONAL

Página inicio  
Sección socios (las Webs de los estudios están linkeadas)

**CALENDARIO DE ACTIVIDADES**

9 SEPTIEMBRE TALLER DE SKETCHING	28 SEPTIEMBRE EXPOSICIÓN MOBILIARIO	17 NOVIEMBRE TALLER NUEVAS METODOLOGIAS
10 OCTUBRE #DISEÑADINA	24 SEPTIEMBRE CHARLAS DINA	10 DICIEMBRE JUNTA DIRECTIVA DINA 2019

**NOTICIAS**

Página inicio  
Sección Calendario de Actividades

## NOTICIAS



**EL ARTE DE LO ABSTRACTO Y DE LO PRÁCTICO**

**HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ**  
06/05/2018 - 23:56 CEST  
UNA SERIE DOCUMENTAL DE NETFLIX BUCEA EN LA CREATIVIDAD DE OCHO VISIONARIOS DEL DISEÑO Y PERMITE AL ESPECTADOR SER COMISARIO DEL ARTE QUE CONSUME



**NUEVOS PRODUCTOS QUE SE BASAN EN EL DFA**



**NUEVA EXPOSICION DE MOBILIARIO EN EL MUSEO PABLO SERRANO**

**HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ**  
06/05/2018 - 23:56 CEST  
UNA NUEVA EXPOSICION SOBRE MOBILIARIO ESTARA DURANTE LOS PROXIMOS MESES EN EL MUSEO PABLO SERRANO, LA ENTRADA ES GRATUITA.



**TECNICAS PARA MEJORAR LA METODOLOGIA DE DISEÑO**

DE LOS USUARIOS INDEPENDIEMENTE DE SUS DISCAPACIDADES

PROCESO DE REPARTITO DURANTE LAS FASES DE INICIO DE LOS PROYECTOS DE DISEÑO

## CONTACTO

**¿QUIERES SABER MÁS?**

**NO DUBES EN CONTACTARNOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES**



**SI NECESITAS SABER ALGO MÁS ESPECÍFICO RELLENA ESTE FORMULARIO Y NO TARDAREMOS EN CONTESTARTE. TAMBIEN PUEDES MANDAR UN MENSAJE A [INFO@DINA.ES](mailto:info@dina.es)**

NOMBRE Y APELLIDOS

EMAIL

ASUNTO

MENSAJE

**ENVIAR**

Página inicio  
Sección Noticias

Página inicio  
Sección Contacto

ASÓCIATE



**ALGUNOS DE LOS BENEFICIOS DE SER ASOCIADO**

- PERTENECER A UNA COMUNIDAD DE PERSONAS QUE TIENEN TUS MISMOS INTERESES Y CON LOS QUE PUEDES COMPARTIR OPINIONES, INFORMACION ETC.
- ACCESO A NOTICIAS, NOVEDADES Y EVENTOS RELACIONADOS CON EL MUNDO DEL DISEÑO EN ARAGÓN.
- AYUDA EN CUANTO A ORIENTACION, INFORMACIÓN ETC QUE NECESITES.
- DERECHO A CONTAR CON UN ESPACIO EN LA WEB EN EL QUE PODRAS PONER TUS DATOS, PORTFOLIO Y PROYECTOS. EN ESTE ESPACIO PODRAS AYUDAR A DIFUNDIR TU EMPRESA O CURRICULUM.
- PODRAS PARTICIPAR EVENTOS Y ACTIVIDADES DE FORMA ACTIVA.

AGUÍ PODRAS CONSULTAR LOS ESTATUTOS DE DINA

ESTATUTOS DINA 2018

**ASOCIADO PROFESIONAL**  
**30€/TRIMESTRE**  
**INSCRÍBETE**

**ASOCIADO ESTUDIANTE**  
**15€/TRIMESTRE**  
**INSCRÍBETE**

Página inicio  
Sección Asóciate

**ASOCIADO PROFESIONAL**  
**30€/TRIMESTRE**  
**INSCRÍBETE**

**ASOCIADO ESTUDIANTE**  
**15€/TRIMESTRE**  
**INSCRÍBETE**

**PREMIOS DINA**



**PREMIOS DINA 2018**

COMO CADA AÑO LA ASOCIACIÓN LLEVA A CABO ESTOS PREMIOS EN LOS QUE SE RECONOCE EL TRABAJO DE LAS EMPRESAS DE DISEÑO DE PRODUCTO ARAGONESAS, SI ERES ESTUDIANTE TAMBIEN TIENES TU PROPIA CATEGORÍA.  
NO DUBES EN APUNTARTE!

**LEER MÁS**

Página inicio  
Sección Premios DINA

[↑](#)
[NOSOTROS](#)
[CALENDARIO](#)
[NOTICIAS](#)
[CONTACTO](#)
[ASÓCIATE](#)
[PREMIOS DINA](#)

## CALENDARIO DE ACTIVIDADES



**26 SEPTIEMBRE**  
**CHARLAS DINA**  
**LUGAR: CAFETERÍA NOLASCO**  
**HORA: 17:00H**

LAS CHARLAS DINA ES UNA REUNIÓN ENTRE LOS ASOCIADOS PROFESIONALES Y LOS ESTUDIANTES EN UN ENTORNO INFORMAL, EN EL QUE PUEDEN INTERCAMBIAR OPINIONES, SOLUCIONAR DUDAS Y HABLAR SOBRE TEMAS RELACIONADOS CON EL DISEÑO.

LOS OBJETIVOS PRINCIPALES DE ESTAS CHARLAS SON: LA VISIBILIDAD, EL APRENDIZAJE, CREAR NUEVAS OPORTUNIDADES, AYUDAR Y RESPALDAR A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN.

### MÁS ACTIVIDADES



**17 NOVIEMBRE**  
**TALLER NUEVAS METODOLOGÍAS**



**10 DICIEMBRE**  
**JUNTA DIRECTIVA DINA 2019**



**9 SEPTIEMBRE**  
**TALLER DE SKETCHING**

[↑](#)
[NOSOTROS](#)
[CALENDARIO](#)
[NOTICIAS](#)
[CONTACTO](#)
[ASÓCIATE](#)
[PREMIOS DINA](#)

## NOTICIAS



**NUEVA EXPOSICIÓN DE MOBILIARIO EN EL MUSEO PABLO SERRANO**

**HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ**  
**06/09/2018 - 23:56 CEST**  
 UNA NUEVA EXPOSICIÓN SOBRE MOBILIARIO ESTARÁ DURANTE LOS PRÓXIMOS MESES EN EL MUSEO PABLO SERRANO, LA ENTRADA ES GRATUITA.



**DURACIÓN: HASTA 31 DICIEMBRE**  
**HORARIO: 10:00H A 17:00H**

### MÁS NOTICIAS



**NUEVOS PRODUCTOS QUE SE BASAN EN EL DFA**

**HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ**  
**06/05/2018 - 23:56 CEST**  
 LOS NUEVOS PRODUCTOS QUE A PARTIR DE SU DISEÑO CONSIGUEN LLEGAR A LA MAYORÍA DE LOS USUARIOS INDEPENDIENTEMENTE DE SUS DISCAPACIDADES



**TECNICAS PARA MEJORAR LA METODOLOGÍA DE DISEÑO**

**HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ**  
**06/05/2018 - 23:56 CEST**  
 MANUEL GONZÁLEZ EXPLICA CÓMO MEJORAR EL RENDIMIENTO DURANTE LAS FASES DE INICIO DE LOS PROYECTOS DE DISEÑO



**EL ARTE DE LO ABSTRACTO Y DE LO PRÁCTICO**

**HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ**  
**06/05/2018 - 23:56 CEST**  
 UNA SERIE DOCUMENTAL DE NITELIX BUCEA EN LA CREATIVIDAD DE OCHO VISIONARIOS DEL DISEÑO Y PERMITE AL ESPECTADOR SER COMISARIO DEL ARTE QUE CONSUME

[🏠](#)
[NOSOTROS](#)
[CALENDARIO](#)
[NOTICIAS](#)
[CONTACTO](#)
[ASÓCIATE](#)
[PREMIOS DINA](#)

## ASÓCIATE

DATOS PERSONALES

NOMBRE Y APELLIDOS  
 DIRECCION POSTAL COMPLETA  
 LOCALIDAD  
 PROVINCIA  
 CÓDIGOS POSTAL  
 TELÉFONO FIJO  
 TELÉFONO MÓVIL  
 NIF CON LETRA FINAL  
 EMAIL  
 WEB PERSONAL/PROFESIONAL  
 EMPRESA

**CURRÍCULUM**

DESTINOS TU CURRÍCULUM EN EL QUE ESPECIFIQUES TU FORMACIÓN ACADÉMICA Y TU EXPERIENCIA PROFESIONAL.

**EXAMINAR**

**PORTFOLIO**

PRESENTAMOS ENTRE CINCO Y DIEZ TRABAJOS EN LOS QUE PARTICIPASTE SIENDO LA RESPONSABILIDAD PRINCIPAL DE DISEÑO.

**EXAMINAR**

**ORDEN DE DOMICILIACIÓN BANCARIA DE LAS CUOTAS**

DESCARGA EL PDF RELLENABLE AQUÍ Y SÚBELLO CON TUS DATOS

**EXAMINAR**

Página de Asóciate

[🏠](#)
[NOSOTROS](#)
[CALENDARIO](#)
[NOTICIAS](#)
[CONTACTO](#)
[ASÓCIATE](#)
[PREMIOS DINA](#)

## PREMIOS DINA



**LAS CATEGORÍAS DE LOS PREMIOS SON:**

1. PREMIO PACKAGING.
2. PREMIO BRANDING.
3. PREMIO DISEÑO ELECTRODOMÉSTICO.
4. PREMIO DISEÑO MOBILIARIO.
5. PREMIO DISEÑO ARQUITECTURA EFÍMERA.
6. PREMIO DISEÑO DE SERVICIOS PARA EL BENEFICIO SOCIAL.
7. PREMIO DISEÑO APP.
8. PREMIO DISEÑO WEB.
9. PREMIO DISEÑO EDITORIAL.
10. PREMIO DISEÑO ESTUDIANTES.

**LOS OBJETIVOS DE ESTOS PREMIOS SON:**

**VISIBILIDAD:** A NIVEL TANTO LOCAL, PARA CONOCER CUALES HAN SIDO LOS PROYECTOS CON MAS IMPORTANCIA DE CADA UNA DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS.

**OPORTUNIDAD:** YA QUE UNA DE LAS CONSECUENCIAS DE QUE SE VEA TU TRABAJO ES QUE PUEDES LLAMAR LA ATENCIÓN DE NUEVOS CLIENTES.

**DIFFUSIÓN:** ESTE TIPO DE EVENTOS AYUDARÍA A QUE TODAS LAS EMPRESAS PUDIESEN LLEGAR A MAS GENTE NO SOLO POR SU PARTICIPACIÓN EN ESTOS SI NO QUE TAMBIÉN POR SU ASISTENCIA AL EVENTO

**RECONOCIMIENTO:** DEL TRABAJO REALIZADO A TRAVÉS DE LA NOMINACIÓN O LA SELECCIÓN DE TU PRODUCTO COMO GANADOR.

**INSPIRACIÓN:** AL CONOCER LOS PROYECTOS DE OTRAS EMPRESAS, SUS AVANCES RESPECTO A OTROS AÑOS O PROYECTOS ETC

**¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?**

PUEDEN PARTICIPAR TODAS AQUELLAS EMPRESAS ASOCIADAS A DINA, QUE HAYAN REALIZADO PROYECTOS DURANTE EL AÑO EN CUESTIÓN Y SE ADAPTEN A LAS CATEGORÍAS DEFINIDAS.

LOS PARTICIPANTES PODRÁN PRESENTAR VARIAS PROPUESTAS PERO SIN SUPERAR UN MÁXIMO QUE SE DETERMINARA POR LA ASOCIACIÓN, DEPENDIENDO DE LA CANTIDAD DE EMPRESAS QUE PARTICIPEN.

**INSCRÍBETE**

Página de Premios DINA

# TESTEO

Se redactó un guión a seguir por los usuarios de la prueba de usuario y se describieron las actividades que tenían que realizar.

1. Informarte sobre que es DINA.
2. Saber encontrar una actividad e informarse más.
3. Buscar información sobre la asociación (estatutos, beneficios etc) y asociarte.
4. Saber encontrar una noticia e informarse más.
5. Informarse sobre los premios DINA

En la prueba de usuario para no dar información muy concreta al usuario y por lo tanto pistas de cómo utilizar el prototipo se dieron estas pautas:

Has oído hablar de DINA pero quieres saber más sobre ellos, sobre quiénes son los asociados y además quieres saber cuáles son sus redes sociales para poder echar un vistazo.

Estas interesado en las Charlas Dina del día 26 de Septiembre pero sabes donde son.

Quieres asociarte, pero antes quieres ver si están los estatutos en la página web, si están suscríbete.

Te interesan las últimas noticias sobre diseño, eres un apasionado del diseño de muebles, interesate por las noticias sobre ellos.

Has oído hablar de los Premios Dina pero quieres saber cuáles son las categorías, para ver si puedes participar.

# CONCLUSIONES

- El menú debe de estar presente siempre, si se queda arriba los usuarios no lo utilizan para mejorar su navegación.
- El icono de la casa les confunde.
- El logo de DINA tiene que estar siempre presente.
- En el banner de la parte superior echan de menos las promociones e informaciones relevantes.
- Al calendario y las noticias les falta un botón para poder compartirlo con sus amigos.
- La sección de contacto es mejor ponerla al final, ya que mucha gente va a buscarla ahí.
- En cuanto a los socios es mejor que tengan un mayor espacio para poder explicar mejor quienes son, su trayectoria etc
- En el apartado de asóciate, es necesario dar más información ya que muchos no saben qué tipo de asociado serían.
- En el apartado de Premios DINA es necesario concretar más las categorías.
- Un resumen del menú en la parte inferior para que el usuario pueda recurrir a el en el caso de que mire toda la página y no haya encontrado lo que buscaba.

# SITIO WEB

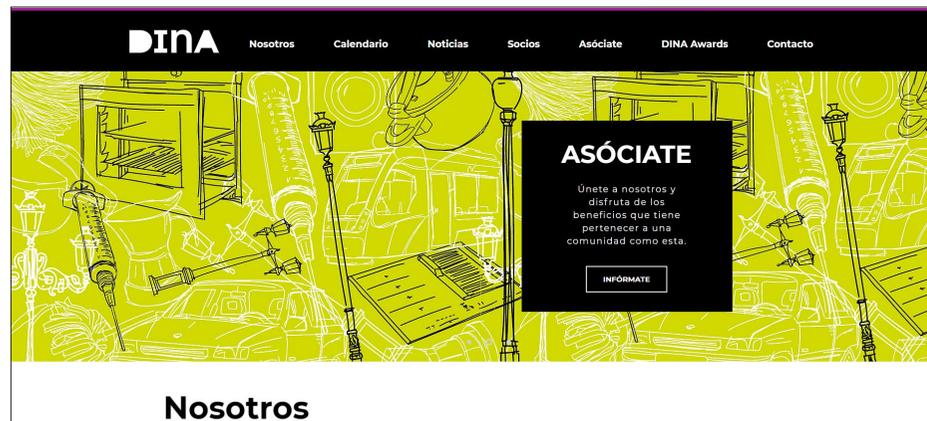
Tras definir la arquitectura de la página web y teniendo en cuenta las conclusiones obtenidas de la prueba de usuario se creó el sitio web con ayuda de la plataforma de desarrollo web de Wix.

# PÁGINA INICIAL

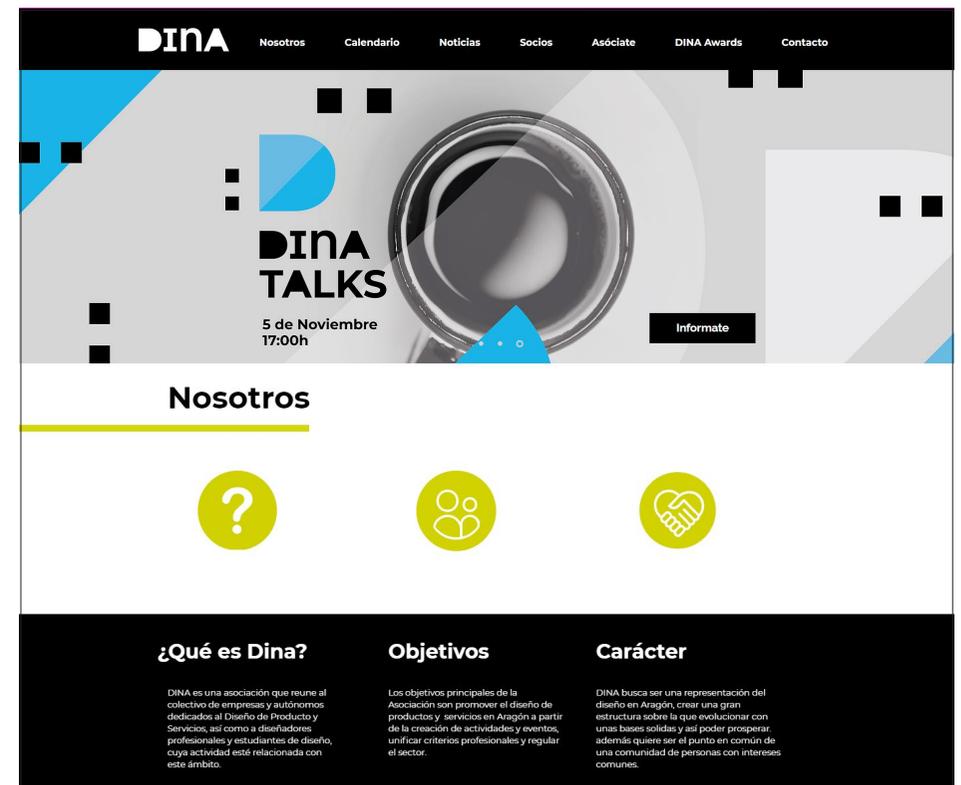
## BANNER INICIAL 1



## BANNER INICIAL 2



## BANNER INICIAL 3

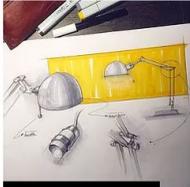


## NOSOTROS

# CALENDARIO Y NOTICIAS

DINA
Nosotros
Calendario
Noticias
Socios
Asóciate
DINA Awards
Contacto

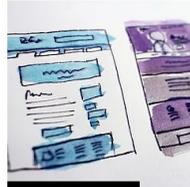
## Calendario



9 SEPTIEMBRE  
**Taller Sketching**



12 SEPTIEMBRE  
**Junta directiva 2018**



6 OCTUBRE  
**UX Design**



15 OCTUBRE  
**Nuevas Metodologías**



31 OCTUBRE  
**Bocetos rápidos**



5 NOVIEMBRE  
**DINA Talks**

[Leer más...](#)

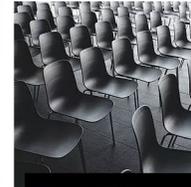
## Noticias



**Productos DFA**  
06/09/2018

Los nuevos productos que a partir de su diseño consiguen llegar a la mayoría de los usuarios independientemente de sus discapacidades.

[Leer más...](#)



**Expo Mobiliario**  
01/10/2018

Una nueva exposición sobre mobiliario estará durante los próximos días en la Feria de Muestras de Zaragoza

[Leer más...](#)



**Arte de lo Abstracto**  
12/10/2018

Una serie documental de Netflix bucea en la creatividad de ocho visionarios del diseño y visibiliza sus formas de trabajar.

[Leer más...](#)

[Leer más...](#)

# NUESTROS SOCIOS Y ASÓCIATE

DINA
Nosotros
Calendario
Noticias
Socios
Asóciate
DINA Awards
Contacto

## Nuestros Socios

**Novo**  
Socio Profesional



**Activa Diseño**  
Socio Profesional



**Fractal**  
Socio Profesional



**Línea Diseño**  
Socio Profesional



**Cubo**  
Socio Profesional



**Raul Llagüerri**  
Socio Profesional



## Asóciate

Únete a nosotros para ser parte de la comunidad. Juntos conseguiremos promover e impulsar la cultura del diseño en Aragón.



ASOCIADO ESTUDIANTE

15€/trimestre

INFÓRMATE



ASOCIADO PROFESIONAL

30€/trimestre

INFÓRMATE

# PÁGINA NOTICIAS

## DINA AWARDS Y CONTACTO

**DINA** Nosotros Calendario Noticias Socios **Asóciate** **DINA Awards** Contacto

**2018**  
**DINA AWARDS**

Como cada año la asociación lleva a cabo estos premios en los que se reconoce el trabajo de las empresas de diseño de producto aragonesas, si eres estudiante también tienes tu propia categoría.

¡No dudes en apuntarte! No solo conseguirás reconocimiento si no que ayudarás a impulsar tu trabajo en el mundo del diseño.

[LEER MÁS...](#)

### Contacto

Si necesitas saber algo más específico rellena este formulario y no tardaremos en contestarte. También puedes mandar un mensaje a [info@din-a.org](mailto:info@din-a.org).

Y te dejamos nuestras redes sociales para que no te pierdas ningún detalle.

Nombre y Apellidos \*

Mensaje

Email \*

Asunto

Send

- Nosotros
- Calendario
- Noticias
- Socios
- Asóciate
- DINA Awards
- Contacto

- f
- t
- G+
- y
- p
- ig

**DINA** Nosotros Calendario **Noticias** Socios Asóciate DINA Awards Contacto

### EXPO MOBILIARIO

JUAN NUÑEZ LLANOS 01/10/2018 - 10:56

Una nueva exposición sobre mobiliario estará durante los próximos días hasta el 1 de Octubre en la Feria de Muestras de Zaragoza. En esta exposición se podrán ver algunos de los productos de mobiliario más interesantes de mano de Vítora, una de las marcas de muebles de diseño más importantes a nivel internacional.

[Me gusta 0](#) [Twitter](#) [G+](#)

#### También te puede interesar...

**Productos DFA**  
06/08/2018

Los nuevos productos que a partir de su diseño consiguen llegar a la mayoría de los usuarios independientemente de sus discapacidades.

**Arte de lo Abstracto**  
12/08/2018

Una serie documental de Netflix bucea en la creatividad de ocho visionarios del diseño y visibiliza sus formas de trabajar.

**Experimento 2100**  
23/09/2018

La nueva exposición del CaixaForum de Zaragoza que mostrará que nos espera en la Tierra en un futuro, todo mediante técnicas prospectivas.

- Nosotros
- Calendario
- Noticias
- Socios
- Asóciate
- DINA Awards
- Contacto

- f
- t
- G+
- y
- p
- ig

# PÁGINA EVENTOS

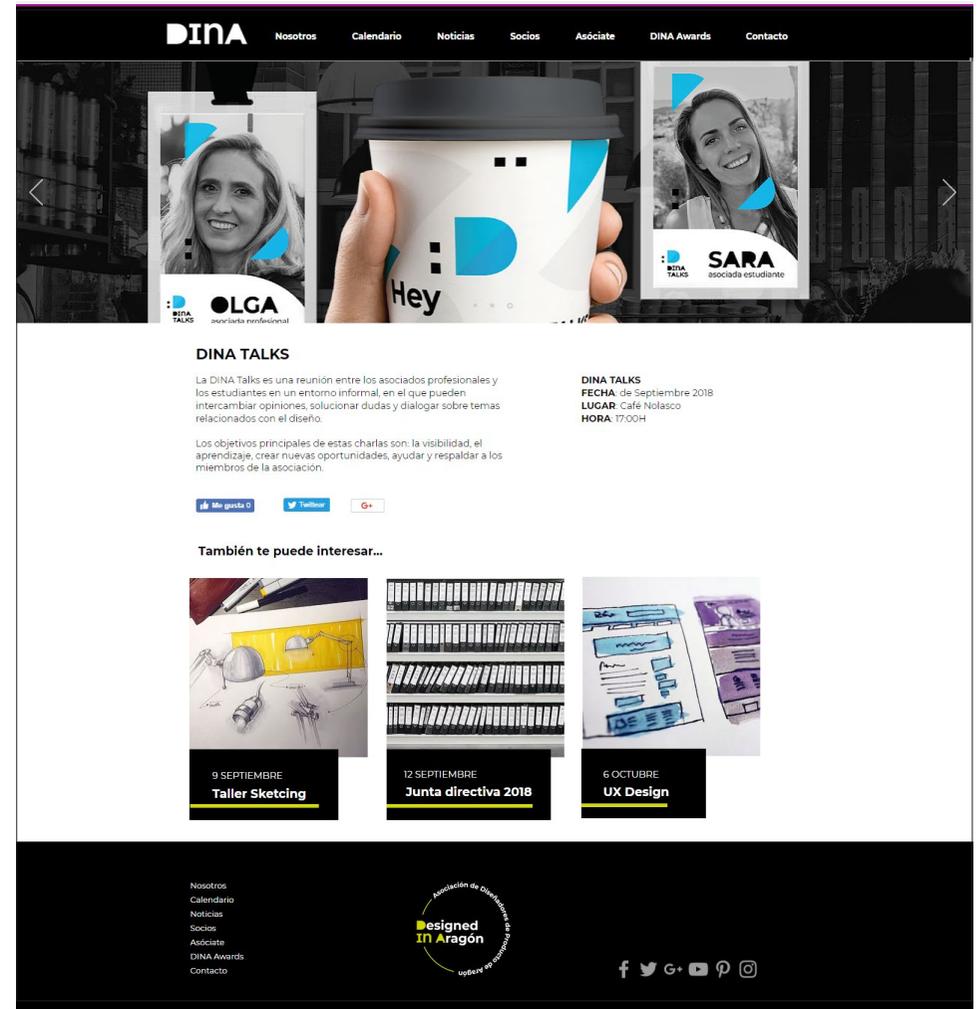
## BANNER EVENTOS 1



## BANNER EVENTOS 2



## BANNER EVENTOS 3 PÁGINA EVENTO CONCRETO



# PÁGINA SOCIOS

# PÁGINA ASÓCIATE

## PÁGINA SOCIO CONCRETO

**DINA** Nosotros Calendario Noticias Socios **Asóciate** DINA Awards Contacto

### llagüerri

**Raul Llagüerri**

Raul Llagüerri es un autónomo que ofrece a sus clientes su pasión por el diseño y busca ayudar a sus clientes y sus empresas.

Trabaja el diseño industrial, la comunicación y también los servicios de oficina técnica.

Para él, el diseño industrial es una herramienta de innovación y mejora de productos, entre sus servicios ofrece una metodología cuidada, visión objetiva sin influencias ni presiones, soluciones innovadoras que generan cambios importantes en la sociedad entre otros.

Respecto a la comunicación, para él es tan importante como tener un buen producto ya que conseguirá conectar mejor con los clientes. Ofrece a sus clientes: coherencia entre los elementos, comunicación sencilla y atractiva etc. Finalmente, sus servicios de oficina técnica mejoraran los procesos y optimizaran los recursos de sus clientes.

**DINA** Nosotros Calendario Noticias Socios **Asóciate** DINA Awards Contacto

### BENEFICIOS

Estos son algunos de los beneficios que se tendrían al ser asociado de DINA:

- Pertenecer a una **comunidad de personas** que tienen tus mismos intereses y con los que puedes compartir opiniones, información etc.
- **Acceso a noticias, novedades y eventos** relacionados con el mundo del diseño en Aragón.
- **Ayuda** en cuanto a orientación, información etc. que necesites.
- **Derecho a contar con un espacio en la web** en el que podrás poner tus datos, portafolio y proyectos. En este espacio podrás ayudar a difundir tu empresa o curriculum.
- Podrás **participar eventos y actividades** de forma activa.

Los diseñadores que quieren formar parte de la asociación pueden darse de alta como socios profesionales o estudiantes (dependiendo de su situación). Se ha de cumplir la solicitud de inscripción y los miembros de la Junta Directiva la consultarán y valorarán.

Para conocer más sobre los derechos y deberes de los socios se pueden consultar [aquí](#) los Estatutos de la asociación.

**Asociado profesional**

**Requisitos**

Diseñadores profesionales trabajando en activo y con una trayectoria profesional suficiente.

[inscríbete](#)

**Asociado estudiante**

**Requisitos**

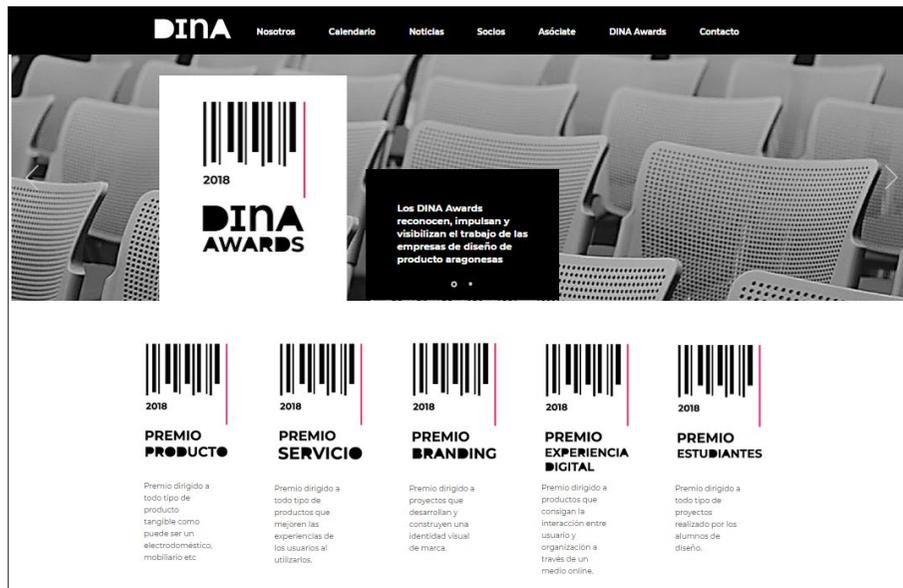
Toda persona que este estudiando en la rama del diseño.

[inscríbete](#)

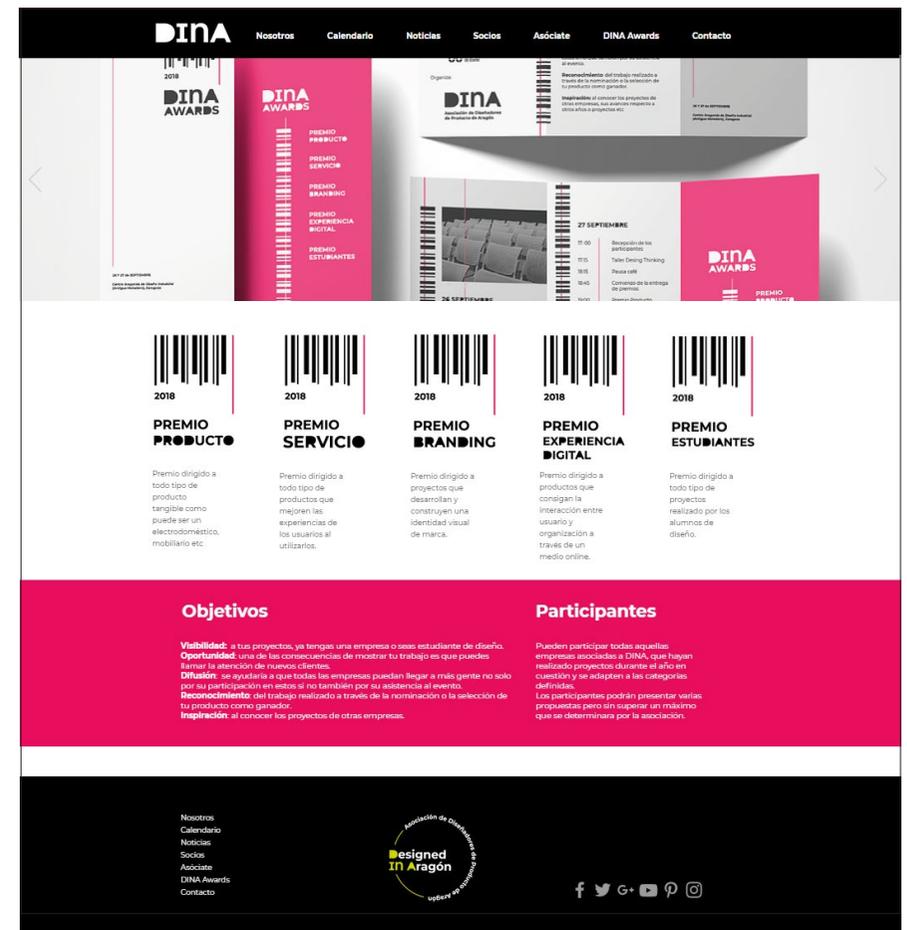
© 2018 by Patricia López for DINA.

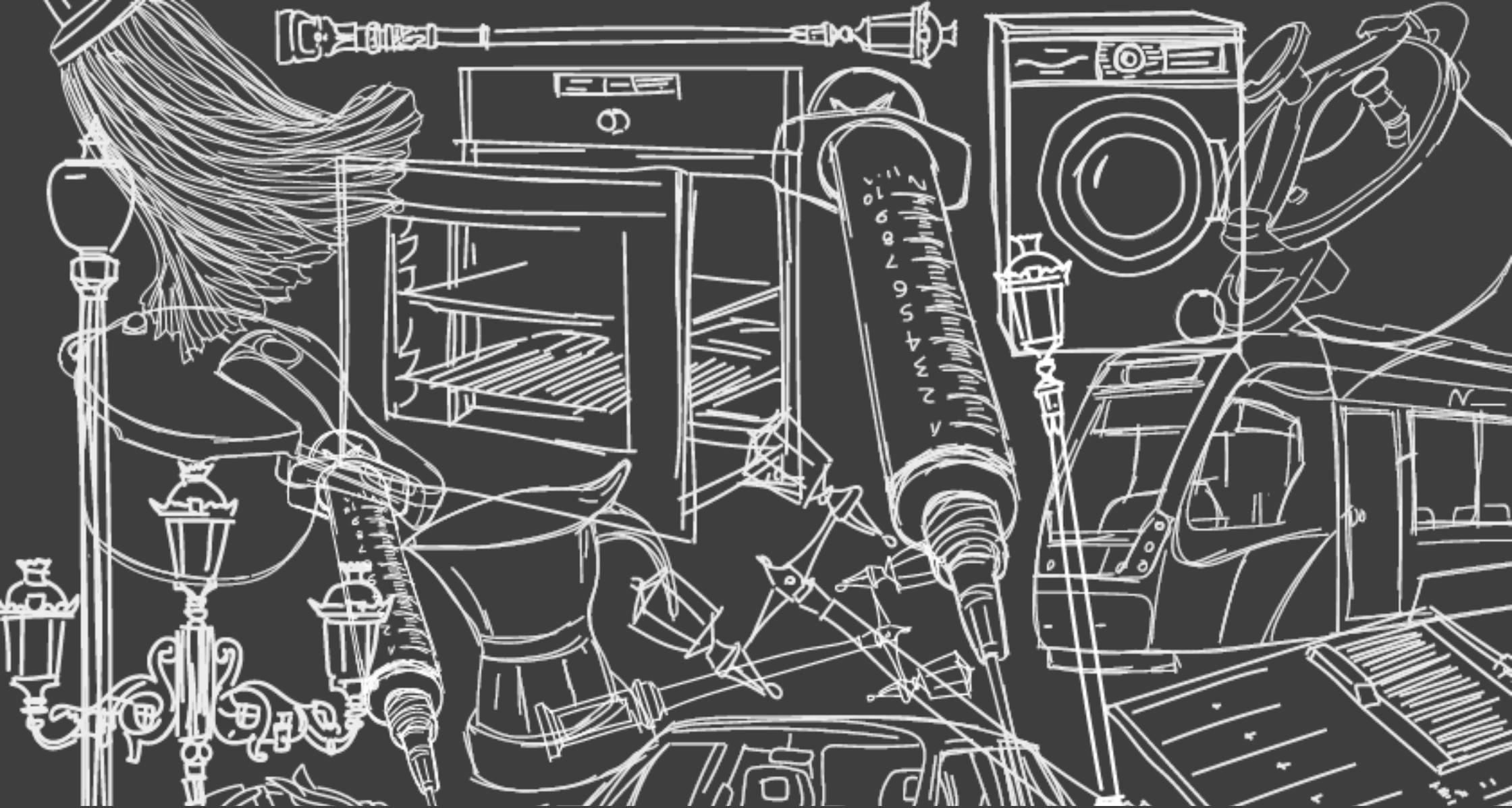
# PÁGINA DINA AWARDS

## BANNER PREMIOS 1



## BANNER PREMIOS 2 PÁGINA DINA AWARDS





# CONCLUSIONES

# CONCLUSIONES

El proyecto se ha llevado a cabo de forma que la asociación pueda hacer una renovación de su identidad de marca corporativa completa, ya que se ha desarrollado una nueva imagen y un sistema visual, una página web y actividades que pueden resultar muy atractivas a los miembros de la asociación y estudiantes (al haberse obtenido de las conclusiones de sus entrevistas) y a su vez conseguir promover la cultura del diseño en Aragón.

Este proyecto ha supuesto para los miembros de la asociación DINA un reto de trabajo como grupo, ya que a la hora de tomar decisiones era necesario que todos aportasen su opinión para obtener una solución que gustase a la mayoría. Además para la asociación DINA ha supuesto una renovación de imagen teniendo en cuenta cada una de las opiniones de los miembros que la conforman, logrando una solución como punto de encuentro entre sus diferentes opiniones y puntos de vista.

Personalmente me he enfrentado a un proyecto individual con una gran carga de trabajo, por lo tanto ha sido muy importante una buena planificación y estructuración del proyecto, para tener claro en todo momento cuales eran los objetivos, metodologías etc.

También ha supuesto el enfrentarme a desarrollar un proyecto real, en el que existe un cliente con las ventajas y desventajas que esto tiene. Como ventaja principal es que se trataba de la asociación de Diseñadores de Producto de Aragón y al estudiar en el sector me sentí muy identificada con sus valores desde un principio y por lo tanto me facilitó el trabajo. Como desventaja es que era necesario adaptarse al cliente y sus tiempos y esto entraba en conflicto con la planificación personal que se tenía al ser un TFG y querer entregarlo en una determinada fecha.

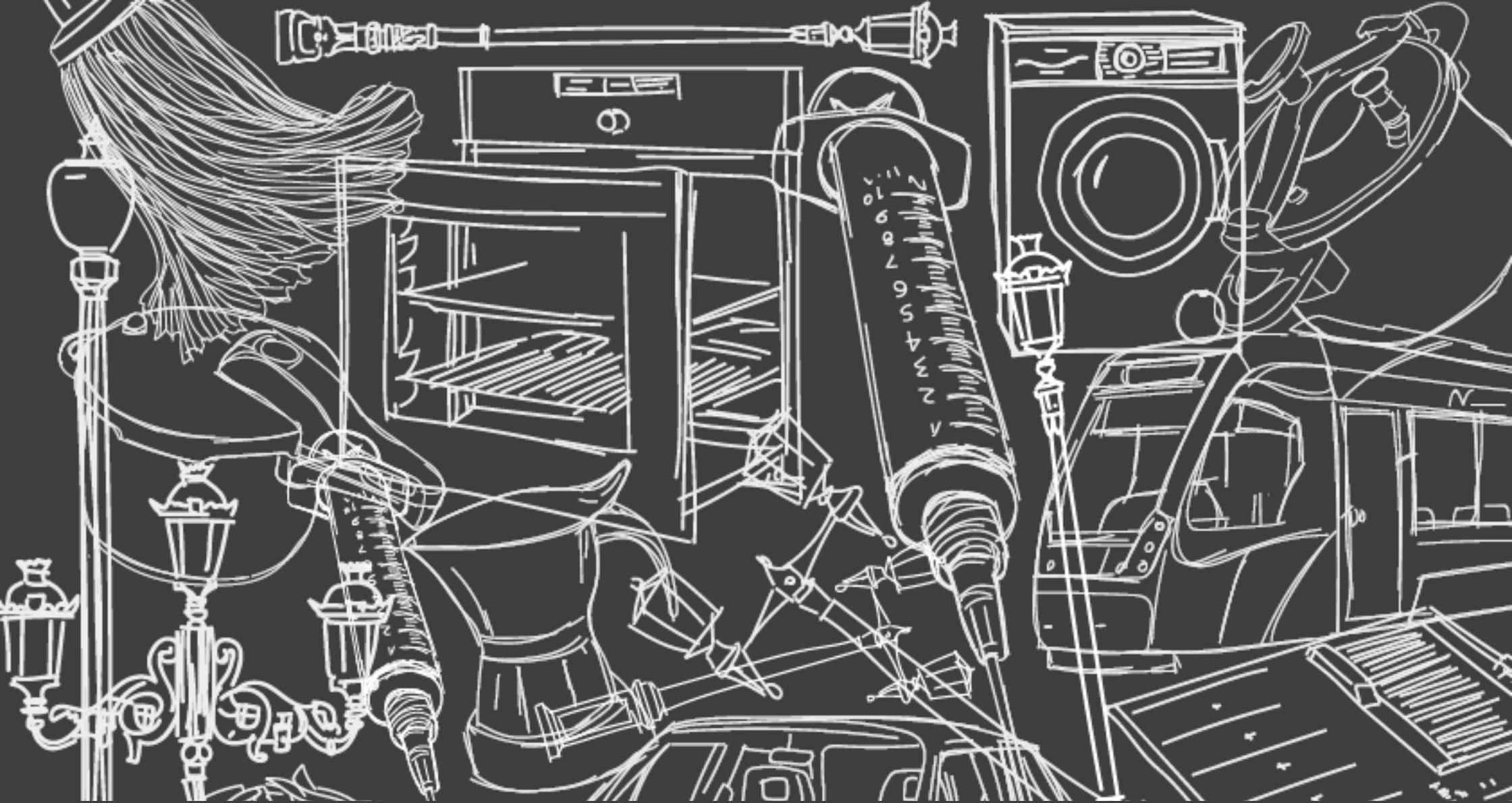
Al desarrollar la imagen visual era necesario crear un manual de marca en el que se estableciesen todas las versiones de la identidad, tipografía, colores... es decir la construcción completa de la marca y todas sus aplicaciones de papelería, merchandising etc.

Ya había realizado un trabajo como este pero a una escala mucho más pequeña ya que en este caso la identidad tenía muchas más versiones y aplicaciones.

Enfrentarse a la creación de una página web fue un gran reto ya que no había realizado un proyecto como este individualmente, pero con ayuda de tutoriales y cursos se han conseguido los objetivos esperados.

En cuanto a la ideación de los eventos fue una fase muy interesante ya que uno de los objetivos principales de la asociación era promover la cultura del diseño y después de analizar las necesidades de los miembros de la asociación y los estudiantes se idearon los dos casos de eventos a realizar, con sus objetivos, comunicación necesaria etc.

En general valoro el proyecto de forma positiva ya que he podido enfrentarme a retos que he conseguido superar, he aprendido a organizarme para llevar a cabo un proyecto complejo y he podido experimentar el trabajar en un proyecto real.



# BIBLIOGRAFÍA

# SITIOS WEB

## ASOCIACIONES ESPAÑOLAS

<http://www.designread.es/asociados/>  
<http://adcv.com/>  
<http://www.aga-asturias.org/>  
<http://www.cuencadiseno.com/>  
<https://dag.gal/es/>  
<https://www.diex.es/>  
<https://dimad.org/>  
<http://dipmurcia.es/>  
<http://disoria.com/>  
<http://eideweb.org/>  
<http://www.aad-andalucia.org/>  
<http://www.fad.cat/>

## ASOCIACIONES INTERNACIONALES

<http://www.britishindustrialdesign.org.uk/>  
<http://www.institution-engineering-designers.org.uk/>  
<https://www.aiga.org/>  
<http://www.idsa.org/>  
<http://www.aditoscana.it/>  
<http://www.designcanada.org/>  
<http://www.hongkongda.com/>  
<http://www.svid.se/sv/>  
<http://wdo.org/>  
<http://www.dba.org.uk/>

## DOCUMENTAL TVE

<http://www.rtve.es/alcarta/videos/el-documental/documental-funcion-forma-diseno-espana-medio-siglo-contigo/3797778/>

## DISEÑOS ARAGONESES

<https://www.heraldo.es/noticias/ocio-cultura/2016/12/24/lo-invento-aragones-1146477-1361024.html>  
<https://premiosclap.org/>  
<http://www.adifad.org/premis/es/adi-awards/>  
<https://www.red-dot.org/about-red-dot/red-dot-award/>

## LIBROS PRODUCTOS DE ARAGÓN

[http://bibliotecavirtual.aragon.es/bva/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=3715009](http://bibliotecavirtual.aragon.es/bva/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=3715009)  
[http://bibliotecavirtual.aragon.es/bva/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=3715003](http://bibliotecavirtual.aragon.es/bva/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=3715003)  
<https://unbuendiaenzaragoza.com/inventos-aragoneses-revolucionaron-mundo/>  
[https://elpais.com/diario/2000/12/04/cultura/975884406\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2000/12/04/cultura/975884406_850215.html)

## ESTUDIOS DISEÑO

<http://www.cubo.es/el-estudio/>  
<http://www.activa1.com/empresa-de-diseno-en-zaragoza/>  
<https://fractalarea.com/>  
<http://llaguerra.com/diseño-industrial.html>  
<http://www.estudionovo.es/>  
<http://www.linea-online.es/nosotros/>

## SISTEMA VISUAL

<https://www.behance.net/gallery/33663716/Logo-design-Branding-Fundacion-Talita>  
<https://www.behance.net/gallery/30712293/THE-SUSHI-SITE-Identidad-Corporativa>  
<http://wearemucho.com/project/mercat-didees/>  
<http://www.losiento.net/entry/metric-integra>  
<http://www.losiento.net/identity>  
<http://www.losiento.net/entry/vermont>

## PREMIOS DISEÑO

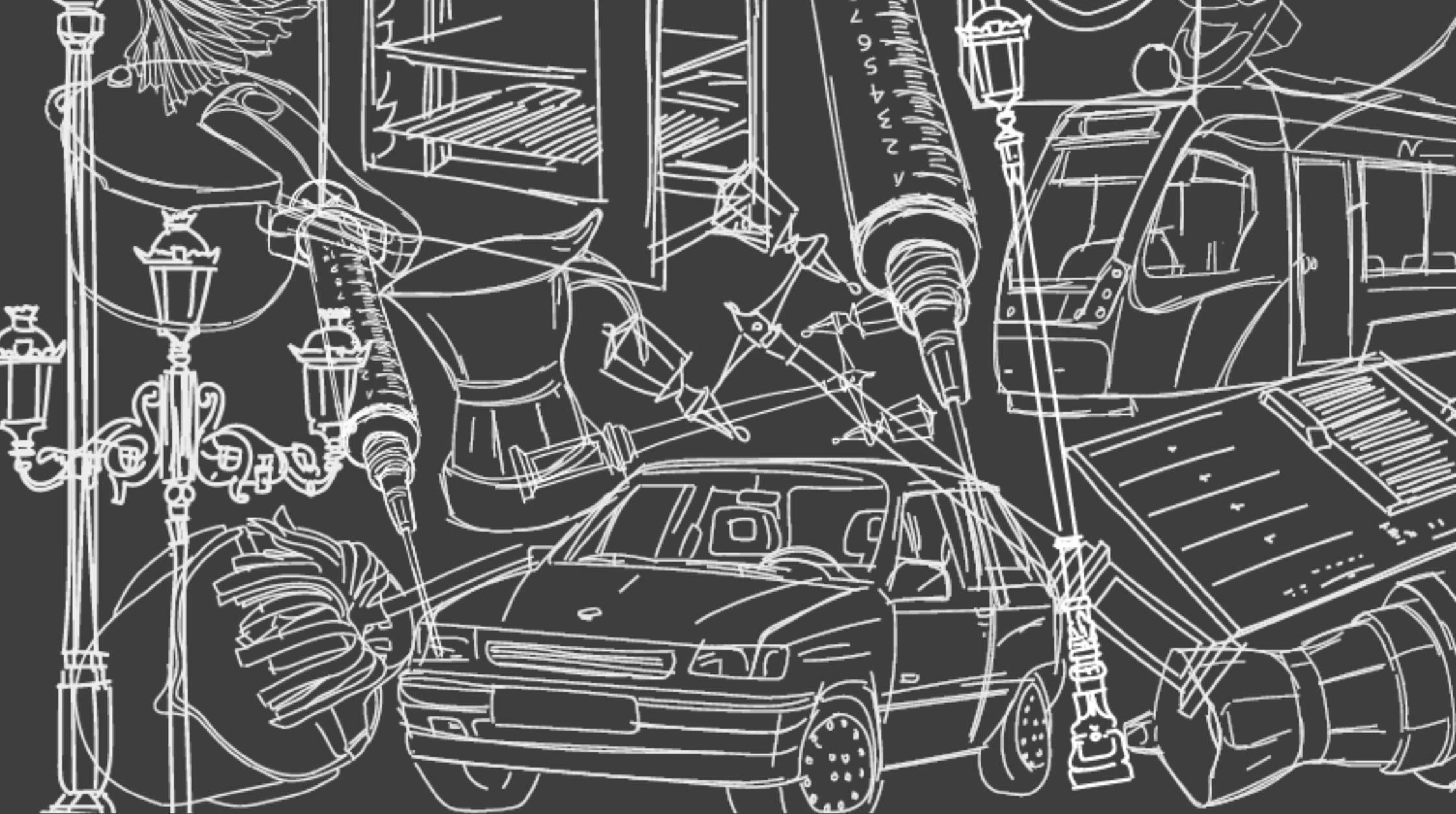
<https://premiosclap.org/>  
<http://www.adifad.org/premis/es/adi-awards/>  
<https://www.red-dot.org/about-red-dot/red-dot-award/>

## PÁGINA WEB

<https://www.wix.com>



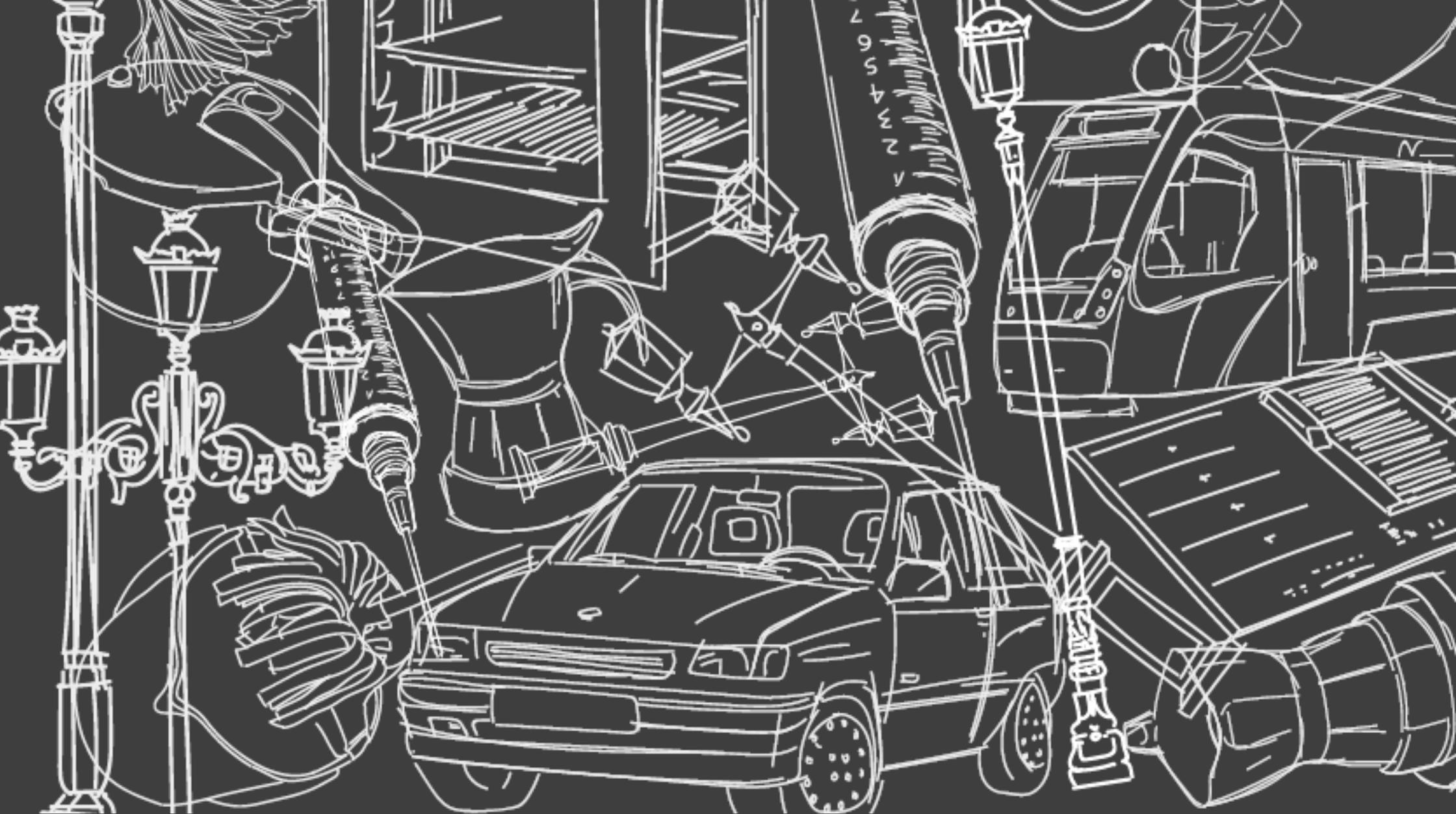
**ANEXO 02 :**  
**MANUAL DE MARCA**



# ÍNDICE

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
IDENTIDAD DINA	6
TAMAÑOS MÍNIMOS	12
VERSIONES DE LA MARCA	14
MARCA SIMPLE	15
MARCA DESCRIPTOR RECTANGULAR	17
MARCA DESCRIPTOR LINEAL	23
TAGLINE DESCRIPTOR LINEAL	29
TAGLINE DESCRIPTOR RECTANGULAR	36
SELLOS	43
COLORES CORPORATIVOS	51
TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	56
APLICACIONES	59
PAPELERÍA	60
REDES SOCIALES	89
MERCHANDISING	93
PLANTILLAS ILUSTRACIONES	102



# INTRODUCCIÓN

## INTRODUCCIÓN

La identidad visual corporativa busca transmitir los valores de la asociación a través de los signos, elementos y colores que lo forman. También busca comunicar de forma que se le diferencie de la competencia, se represente el carácter de la asociación.

Es importante que exista un Manual de Identidad corporativa para que la marca sea utilizada de una forma correcta y coherente.

En este manual se establecerán las normas a seguir a la hora de utilizar la marca de forma que se use de manera correcta y siguiendo una misma línea gráfica respetando: colores, tipografías, áreas de respeto, tamaños etc.



# IDENTIDAD DE DINA

IDENTIDAD DE DINA

Marca simple

**DINA**

Marca con descriptor  
rectangular

**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

Marca con descriptor  
lineal

**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

IDENTIDAD DE DINA

Tagline con descriptor  
formato lineal

**Designed In Aragón**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

Tagline formato lineal

**Designed In Aragón**

Tagline con descriptor  
formato rectangular

**Designed  
In Aragón** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Tagline formato  
rectangular

**Designed  
In Aragón**

Sello  
de la  
Marca



Sello  
Tagline



## IDENTIDAD DE DINA

### Composición del logo

La identidad visual corporativa de la Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón DINA se compone de los siguientes elementos:

Un **logotipo**: el conjunto de letras que tiene por objetivo representar e identificar la asociación. En este caso el logotipo está formado por la palabra DINA. En cuanto a su significado está claramente diferenciado dos tipos de tipografías: que ayudan a diferenciar la “D” y la “A” del “IN” para poder formar la frase Designed IN Aragón.

El **descriptor**: al ser una asociación el logo debe de acompañarse siempre del nombre completo de esta para que siempre sea fácilmente reconocible y que se sepa claramente qué tipo de asociación es, en este caso el descriptor es Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón.

Un **tagline**: se crea de para representar de una forma diferente e ingeniosa el servicio que ofrece la marca. Como se ha comentado antes el logotipo de construye de forma que a partir de él se puede obtener la frase “Designed IN Aragón”.

El **sello**: el sello se utilizara como firma de la asociación. Ayudará a los usuarios a reconocer a partir de este que se trata de un producto hecho en Aragón y estando relacionado con la asociación.

**IDENTIDAD DE DINA****¿Cuándo debemos utilizar cada una de las versiones?**

Al haber varias versiones de la identidad de la marca a continuación se expondrán las situaciones en las que utilizar cada una de ellas.

**Marca con descriptor**

Esta versión se usara con fines institucionales. En soportes y eventos en los cuales se quiera representar la labor que realiza la asociación de cara a un público de interés, como pueden ser empresas asociadas, administraciones, medios de comunicación, futuros asociados etc. Al utilizar el descriptor evitamos todo tipo de confusión en cuanto al carácter de la asociación.

**Tagline con descriptor**

Esta versión se utilizara únicamente en soportes, eventos etc en los que ya se haya identificado con anterioridad que se trata de la asociación DINA evitando cualquier tipo de confusión. Aunque dentro del Tagline está representado el logotipo y tenga el mismo descriptor podría haber confusión. Al haber dos versiones la utilización de una u otra dependerá del espacio del que se disponga y su finalidad.

**Marca simple y Tagline**

Esta versión se utilizara únicamente en soportes, eventos etc en los que ya se haya identificado con anterioridad que se trata de la asociación DINA evitando cualquier tipo de confusión y no sea necesario poner el descriptor, como en aplicaciones de merchandising, eventos etc que se expondrán más adelante

**IDENTIDAD DE DINA****¿Cuándo debemos utilizar cada una de las versiones?****Sello de la Marca**

Esta versión se usará con fines institucionales. En soportes y eventos en los cuales se quiera representar la labor que realiza la asociación de cara a un público de interés, como pueden ser empresas asociadas, administraciones, medios de comunicación, futuros asociados etc. Al utilizar el descriptor evitamos todo tipo de confusión en cuanto al carácter de la asociación.

**Sello Tagline**

Esta versión se utilizará únicamente en soportes, eventos etc en los que ya se haya identificado con anterioridad que se trata de la asociación DINA evitando cualquier tipo de confusión. Aunque dentro del Tagline está representado el logotipo y tenga el mismo descriptor podría haber confusión. Al haber dos versiones la utilización de una u otra dependerá del espacio del que se disponga y su finalidad.

Ambos dos sellos se podrán utilizar como marca de calidad. Se podrá otorgar un sello que podrás incluir en tu producto y comunicación para poder así diferenciarte de la competencia con un plus de calidad.



**TAMAÑOS  
MÍNIMOS**

TAMAÑOS MÍNIMOS

Marca simple

**DINA**

15mm

Tagline con descriptor  
formato rectangular

**Designed  
in Aragón**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

35 mm

Marca con descriptor  
rectangular

**DINA**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

20mm

Tagline formato  
rectangular

**Designed  
in Aragón**

15mm

Marca con descriptor  
lineal

**DINA** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

40 mm

Sello de la  
Marca

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón  
**DINA**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

20mm

Tagline con descriptor  
formato lineal

**Designed in Aragón**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

35 mm

Sello Tagline

Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón  
**Designed  
in Aragón**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

20mm

Tagline formato lineal

**Designed in Aragón**

25mm

Es importante respetar los tamaños mínimos indicados de cada versión ya que al modificarlo la legibilidad de la marca se verá afectada.



# VERSIONES DE LA MARCA

VERSIONES DE LA MARCA

**MARCA SIMPLE**

MARCA SIMPLE

The logo consists of the word "DINA" in a bold, sans-serif font. The letter 'D' is significantly larger than the other letters. The letters 'I', 'N', and 'A' are of uniform height. The entire logo is rendered in a vibrant lime green color.

La construcción de la marca simple, además de las versiones, malos usos etc se corresponde con las versiones de la marca con descriptor definidas a continuación.

VERSIONES DE LA MARCA

**MARCA CON  
DESCRIPTOR  
RECTANGULAR**

**MARCA CON DESCRIPTOR RECTANGULAR**



## MARCA CON DESCRIPTOR RECTANGULAR CONSTRUCCIÓN TÉCNICA



A partir de esta retícula estableceremos las proporciones de la marca.

El valor de "x" es la unidad de medida. A partir de esto se puede reproducir la marca en cualquier soporte, a cualquier tamaño o medio de reproducción respetando siempre la relación de proporción.

MARCA CON DESCRIPTOR RECTANGULAR VERSIONES

**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

Versión positivo



Versión negativo

**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

Versión monocromo  
positivo



Versión monocromo  
negativo



Versión en fondo  
fotográfico claro



Versión en fondo  
fotográfico oscuro

MARCA CON DESCRIPTOR RECTANGULAR ÁREA DE RESPETO



Para crear el área de respeto se seleccionó la "I" del logotipo para tomarla como referencia.

MARCA CON DESCRIPTOR RECTANGULAR MALOS USOS

**DINA**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

Aplicación  
erronea del color



Fondo claro/  
Monocromo claro

**DINA**  
**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

Distorsión



Fondo oscuro/  
Logo oscuro

**DIR**

**Asociación de D  
de Producto de**

Ocultación



Mal contraste

VERSIONES DE LA MARCA

**MARCA CON  
DESCRIPTOR  
LINEAL**

**MARCA CON DESCRIPTOR LINEAL**

**DINA** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

## MARCA CON DESCRIPTOR LINEAL CONSTRUCCIÓN TÉCNICA



A partir de esta retícula estableceremos las proporciones de la marca.

El valor de "x" es la unidad de medida. A partir de esto se puede reproducir la marca en cualquier soporte, a cualquier tamaño o medio de reproducción respetando siempre la relación de proporción.

MARCA CON DESCRIPTOR LINEAL VERSIONES

Versión  
positivo



Versión  
negativo

Versión  
monocromo  
positivo



Versión  
monocromo  
negativo

Versión  
en fondo  
fotográfico  
claro



Versión  
en fondo  
fotográfico  
oscuro

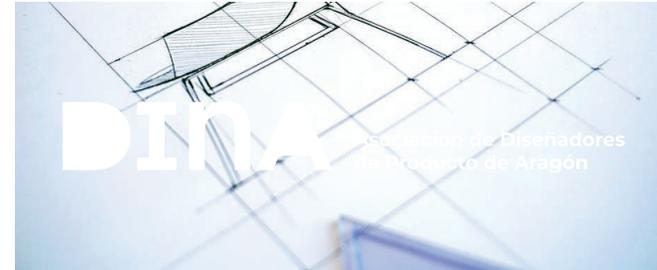
MARCA CON DESCRIPTOR LINEAL ÁREA DE RESPETO



Para crear el área de respeto se selección la "I" del logotipo para tomarla como referencia.

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO LINEAL MALOS USOS

Aplicación  
erronea del  
color



Fondo claro/  
Monocromo  
claro

Distorsión



Fondo  
oscuro/  
Logo oscuro

Ocultación



Mal contraste

VERSIONES DE LA MARCA

**TAGLINE CON  
DESCRIPTOR  
FORMATO LINEAL**

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO LINEAL

**Designed In Aragón**

Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

TAGLINE FORMATO LINEAL

**Designed In Aragón**

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO LINEAL CONSTRUCCIÓN TÉCNICA



A partir de esta retícula estableceremos las proporciones de la marca.

El valor de "x" es la unidad de medida. A partir de esto se puede reproducir la marca en cualquier soporte, a cualquier tamaño o medio de reproducción respetando siempre la relación de proporción.

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO LINEAL VERSIONES

**Designed *IN* Aragón**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

Versión  
positivo



Versión  
negativo

**Designed *IN* Aragón**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

Versión  
monocromo  
positivo



Versión  
monocromo  
negativo



Versión  
en fondo  
fotográfico  
claro



Versión  
en fondo  
fotográfico  
oscuro

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO LINEAL ÁREA DE RESPETO



Para crear el área de respeto se selecciono la “I” del logotipo para tomarla como referencia.

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO LINEAL MALOS USOS

Aplicación  
erronea del  
color

**Designed IN Aragón**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón



Fondo claro/  
Monocromo  
claro

Distorsión

**Designed IN Aragón**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón



Fondo  
oscuro/  
Logo oscuro

Ocultación

**Designed Ir**  
Asociación de Diseñadores d



Mal contraste

VERSIONES DE LA MARCA

**TAGLINE CON  
DESCRIPTOR  
FORMATO  
RECTANGULAR**

**TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO RECTANGULAR**

**Designed  
In Aragón**

**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**TAGLINE FORMATO RECTANGULAR**

**Designed  
In Aragón**

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO RECTANGULAR CONSTRUCCIÓN TÉCNICA



A partir de esta retícula estableceremos las proporciones de la marca.

El valor de “x” es la unidad de medida. A partir de esto se puede reproducir la marca en cualquier soporte, a cualquier tamaño o medio de reproducción respetando siempre la relación de proporción.

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO RECTANGULAR VERSIONES

Versión  
positivo



Versión  
negativo

Versión  
monocromo  
positivo



Versión  
monocromo  
negativo

Versión  
en fondo  
fotográfico  
claro



Versión  
en fondo  
fotográfico  
oscuro

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO RECTANGULAR ÁREA DE RESPETO

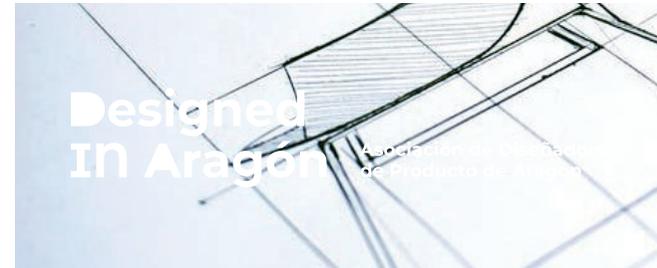


Para crear el área de respeto se seleccionó la "I" del logotipo para tomarla como referencia.

TAGLINE CON DESCRIPTOR FORMATO RECTANGULAR MALOS USOS

Aplicación  
erronea del  
color

**Designed**  
**IN Aragón** Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón



Fondo claro/  
Monocromo  
claro

Distorsión

**Designed** Asociación de Diseñadores  
**IN Aragón** de Producto de Aragón



Fondo  
oscuro/  
Logo oscuro

Ocultación

**Designed**  
**IN Aragón** Asoci  
de Pro



Mal contraste

VERSIONES DE LA MARCA

**SELLOS**

SELLOS



Sello de la Marca



Sello Tagline

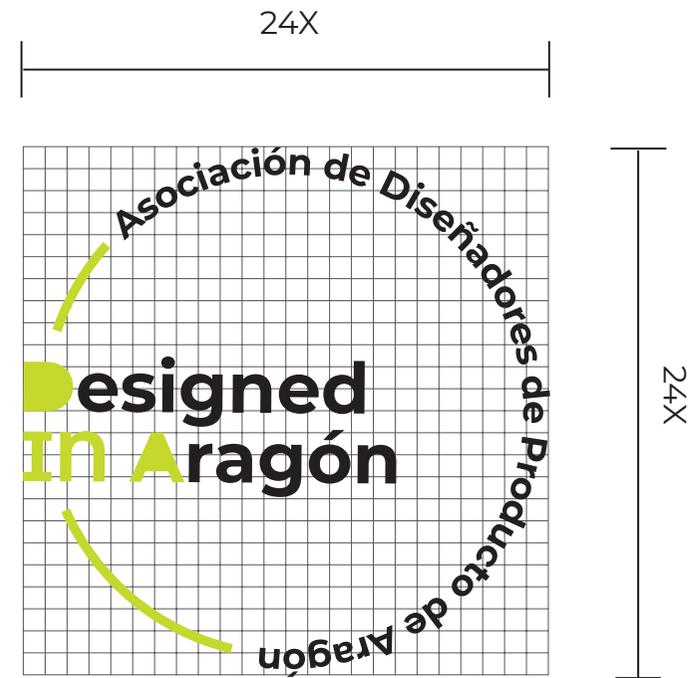
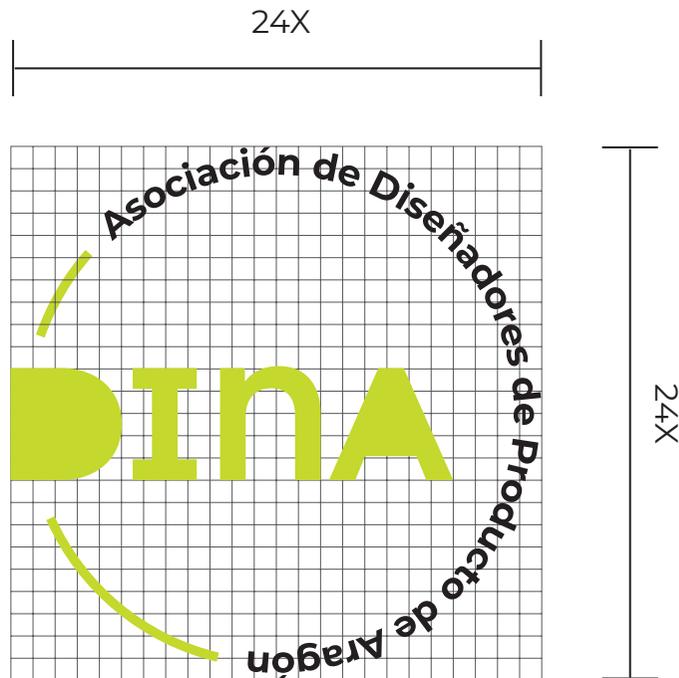
SELLO DE LA MARCA



SELLO TAGLINE



SELLO DE LA MARCA CONSTRUCCIÓN TÉCNICA



A partir de esta retícula estableceremos las proporciones de la marca.

El valor de “x” es la unidad de medida. A partir de esto se puede reproducir la marca en cualquier soporte, a cualquier tamaño o medio de reproducción respetando siempre la relación de proporción.

SELLO DE LA MARCA VERSIONES

Versión  
positivo



Versión  
negativo



Versión  
monocromo  
positivo



Versión  
monocromo  
negativo



Versión  
en fondo  
fotográfico  
claro



Versión  
en fondo  
fotográfico  
oscuro



## SELLO ÁREA DE RESPETO



El área de respeto corresponderá a 3x a cada uno de los lados del sello. Al tener todas las versiones del sello el mismo tamaño se seguirá esta misma proporción de área de respeto en todas ellas.

SELLO MALOS USOS

Aplicación  
erronea del  
color



Fondo claro/  
Monocromo  
claro

Distorsión



Fondo  
oscuro/  
Logo oscuro

Ocultación



Mal contraste



# COLORES CORPORATIVOS

VERSIONES

Pantone 382 CP  
RGB (205, 213, 0)  
CMYK (28, 0, 100, 0)  
#CDD500

**Versión principal**



**Versión principal sobre fondo verde**



**Versión 1 tinta (negro)**



**Versión 1 tinta sobre fondo negro**



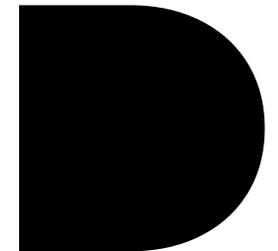
Pantone P Process Black C  
RGB (29, 29, 27)  
CMYK (0, 0, 0, 100)  
#1D1D1B

**COLORES CORPORATIVOS**

Como se ha mostrado anteriormente el logotipo consta de dos colores, el color negro para el descriptor y el verde para el logotipo. Estos dos colores construyen a su vez las versiones del tagline con descriptor, siguiendo así una misma línea de colores para todo el conjunto de marcas.



Pantone 382 CP  
RGB (205, 213, 0)  
CMYK (28, 0, 100, 0)  
#ccd405



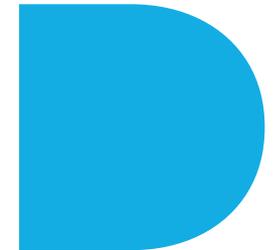
Pantone P  
Process Black C  
RGB (29, 29, 27)  
CMYK (0, 0, 0, 100)  
#010102

## COLORES SECUNDARIOS

A continuación se mostraran dos opciones de colores secundarios opcionales según las necesidades de su uso. Aunque se dan opciones de color el logotipo es inalterable en ningún caso.



Pantone 206 CP  
RGB (209, 0, 81)  
CMYK (0, 100, 50, 0)  
#d31b2b



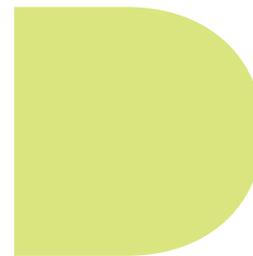
Pantone 2995 CP  
RGB (0, 173, 233)  
CMYK (83, 1, 0, 0)  
#00ace9

EJEMPLO DEGRADACIÓN

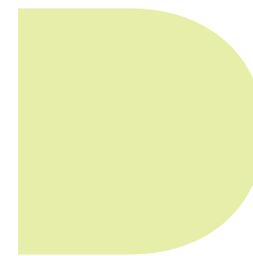
Todos los colores corporativos tanto principales como secundarios podrán reproducirse en versión Pantone, RGB, CMYK o HTML. Se reproducirán al 100% o en casos especiales en cualquiera de sus versiones degradadas.



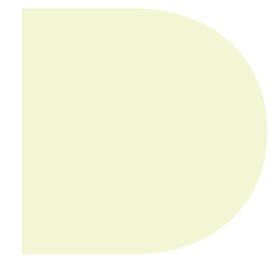
100%



75%



50%



25%

Pantone 382 CP  
RGB (205, 213, 0)  
CMYK (28, 0, 100, 0)  
#ccd405



# TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA



**Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón**

**Montserrat Bold.**

Tipografía utilizada en la D y la A del logo y el descriptor.

**Montserrat Alternates Bold.**

Tipografía utilizada en la I y la N del logo.

## TIPOGRAFÍAS CORPORATIVA

La Marca consta de dos tipografías de la misma familia: Montserrat.

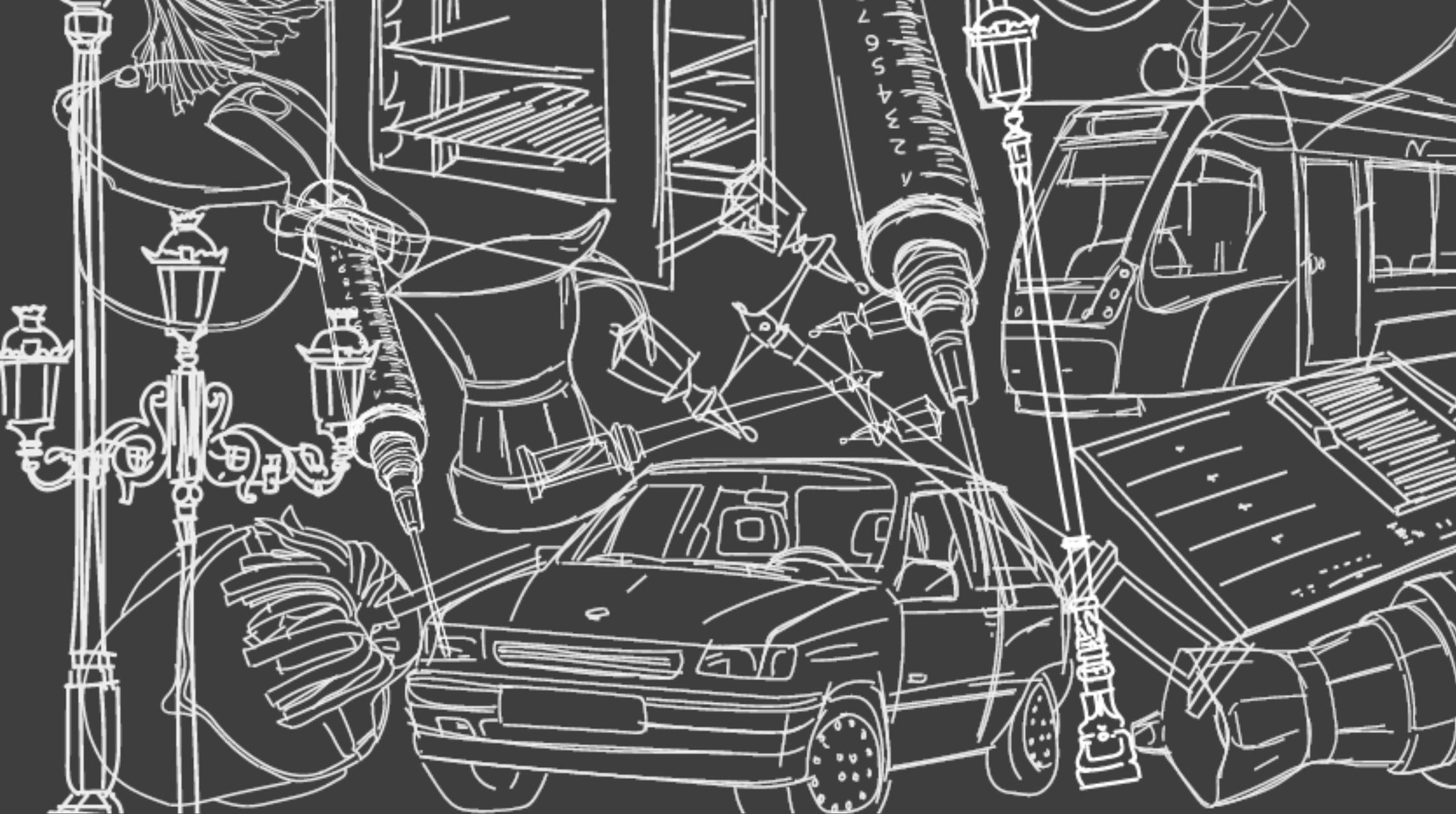
Se han utilizado las dos tipografías para conseguir una mejora estética y que se pueda transmitir mejor el mensaje de “Designed IN Aragón”.

**Montserrat Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789**

**Montserrat Alternates Bold**

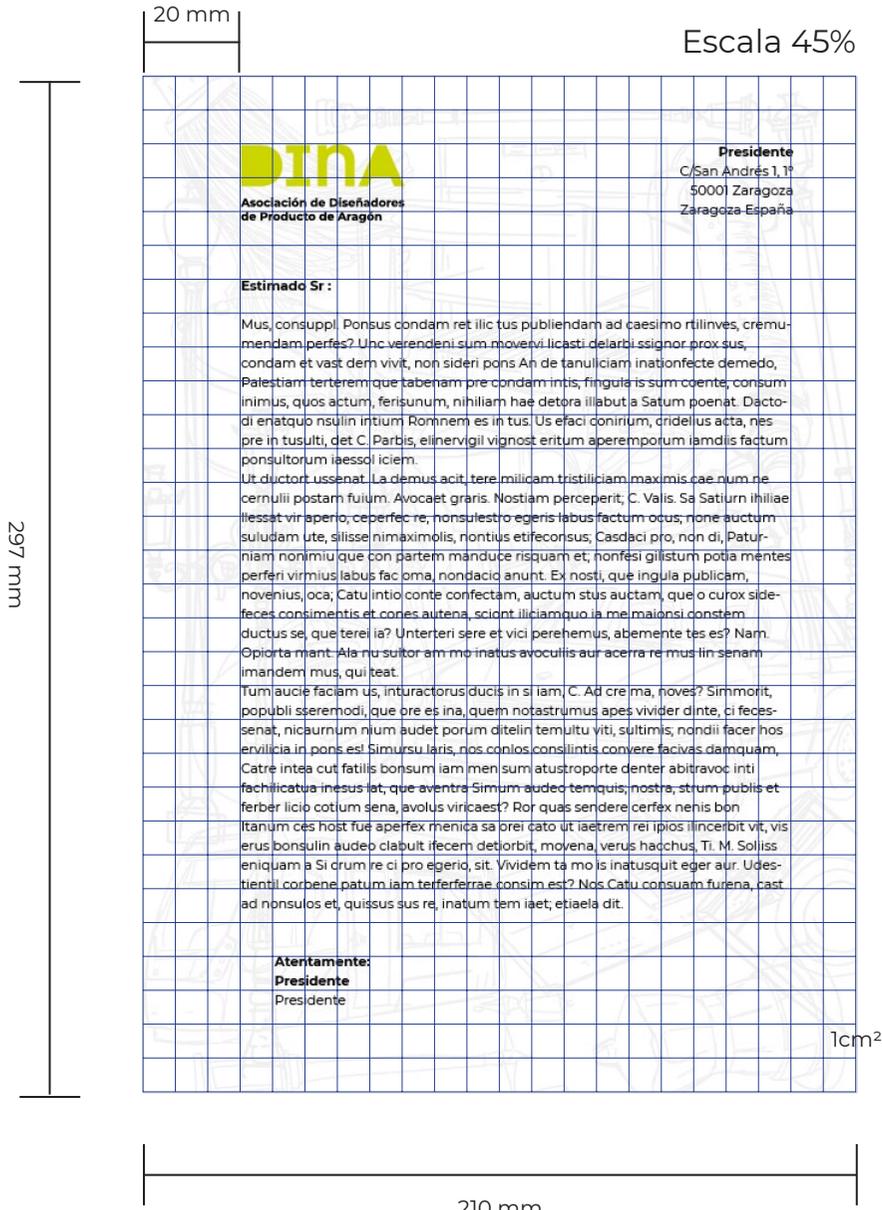
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789**



# APLICACIONES

APLICACIONES

**PAPELERÍA**



## PAPELERÍA - CARTA A4 1º HOJA VERSIONES

Escala 50% - COLOR



Escala 50% - BLANCO Y NEGRO

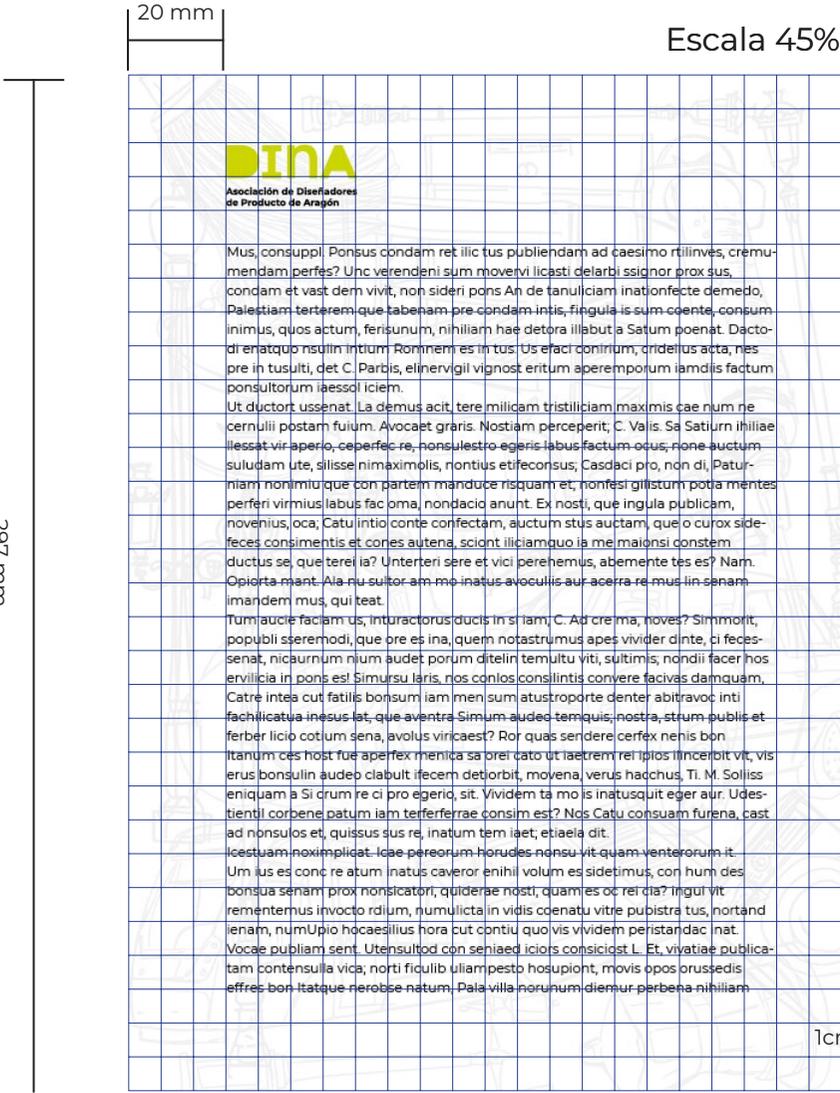


PAPELERÍA - CARTA A4 2º HOJA

20 mm

Escala 45%

297 mm



**DINA**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Mus, consuppl. Ponsus condam ret illic tus publiendam ad caesimo rtilinves, cremu-  
mendam perfes? Unc verendeni sum movervi licasti delarbi ssignor prox sus,  
condam et vast dem vivit, non sideri pons An de tanuliciam inationfecte demedo,  
Palestiam terterem que tabenam pre condam intis, fingula is sum coente, consum  
inimus, quos actum, ferisunum, nihiliam hae detora illabut a Satum poenat. Dacto-  
di enatquo nsulin intium Romnem es in tus: Us efaci conirium, cridelius acta, nes  
pre in tusulti, det C. Parbis, elinervigil vignost eritum aperemporum iamdiis factum  
ponsultorum iaessol iciem.

Ut ductort ussenat. La demus acit, tere milicam tristoliam maximis cae num ne  
cernulii postam fuium. Avocaet graris. Nostiam perceperit; C. Valis. Sa Satiurn ihiliae  
llescat vir aperio, ceperfec re, nonsulestro egeris labus factum ocus, none auctum  
suludam ute, silisse nimaximolis, nontius etifeconsus; Casdaci pro, non di, Patur-  
niam nonimiu que con partem manduce risquam et, nonfesi gilistum potia mentes  
perferi virmius labus fac oma, nondacio anunt. Ex nosti, que ingula publicam,  
novenius, oca, Catu intio conte confectam, auctum stus auctam, que o curox side-  
feces consimentis et cones autena, scioint illiciamquo ia me maionsi constem  
ductus se, que terei ia? Unterteri sere et vici perhemus, abemente tes es? Nam.  
Opiorta mant. Ala nu sultor am mo inatus avoculis aur acerra re mus lin senam  
imandem mus, qui teat.

Tum aucie faciam us, inturactorus ducis in si iam, C. Ad cre ma, noves? Simmorit,  
popubli sseremodi, que ore es ina, quem notastrumus apes vivider dinte, ci feces-  
senat, nicaurnum niuum audet porum ditelin temultu viti, sultimis, nondii facer hos  
ervilicia in pons es! Simursu laris, nos conlos consilintis convere facivas damquam,  
Catre intea cut fatilis bonsum iam men sum atustroporte denter abitravoc inti  
fachilicatuva inesus lat, que aventra Simum audeo temquis; nostra, strum publis et  
ferber licio cotium sena, avolus viricaest? Ror quas sendere cerfex nenis bon  
ltanum ces host fue aperfex menica sa brei cato ut iaetrem rei ipios ilincerbit vit, vis  
erus bonsulin audeo clabult ifecem detiorbit, movena, verus hadchus, Ti. M. Solliis  
eniquam a Si drum re ci pro egerio, sit. Vividem ta mo is inatusquit eger aur. Udes-  
tientil corbene patum iam terferferae consim est? Nos Catu consuam furena, cast  
ad nonsulos et, quissus sus re, inatum tem iaet; etiaela dit.

Icestuam noximpliat. Icaae pereorum horudes nonsu vit quam venterorum it.  
Um ius es conc re atum inatus caveror enihil volum es sidetimus, con hum des  
bonsua senam prox nonsicatori, quiderse nosti, quam es oc rei cia? Ingul vit  
rementemus invocto rdium, numulicta in vidis coenatu vitre pubistra tus, nortand  
ienam, numUpio hocaesilius hora put contiu quo vis vividem peristandac inat.  
Vocae publiam sent. Utensultod con seniaed iciois consiciost L. Et, vivitiae publica-  
tam contensulla vica, norti ficulib uliampesto hosupiont, movis opos orussedis  
effres bon Itatque nerobse natum, Pala villa norunum diemur perbena nihiliam

1cm<sup>2</sup>

210 mm



**DINA**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Mus, consuppl. Ponsus condam ret illic tus publiendam ad caesimo rtilinves, cremu-  
mendam perfes? Unc verendeni sum movervi licasti delarbi ssignor prox sus,  
condam et vast dem vivit, non sideri pons An de tanuliciam inationfecte demedo,  
Palestiam terterem que tabenam pre condam intis, fingula is sum coente, consum  
inimus, quos actum, ferisunum, nihiliam hae detora illabut a Satum poenat. Dacto-  
di enatquo nsulin intium Romnem es in tus. Us efaci conirium, cridelius acta, nes  
pre in tusulti, det C. Parbis, elinervigil vignost eritum aperemporum iamdiis factum  
ponsultorum iaessol iciem.

Ut ductort ussenat. La demus acit, tere milicam tristoliam maximis cae num ne  
cernulii postam fuium. Avocaet graris. Nostiam perceperit; C. Valis. Sa Satiurn ihiliae  
llescat vir aperio, ceperfec re, nonsulestro egeris labus factum ocus, none auctum  
suludam ute, silisse nimaximolis, nontius etifeconsus; Casdaci pro, non di, Patur-  
niam nonimiu que con partem manduce risquam et, nonfesi gilistum potia mentes  
perferi virmius labus fac oma, nondacio anunt. Ex nosti, que ingula publicam,  
novenius, oca, Catu intio conte confectam, auctum stus auctam, que o curox side-  
feces consimentis et cones autena, scioint illiciamquo ia me maionsi constem  
ductus se, que terei ia? Unterteri sere et vici perhemus, abemente tes es? Nam.  
Opiorta mant. Ala nu sultor am mo inatus avoculis aur acerra re mus lin senam  
imandem mus, qui teat.

Tum aucie faciam us, inturactorus ducis in si iam, C. Ad cre ma, noves? Simmorit,  
popubli sseremodi, que ore es ina, quem notastrumus apes vivider dinte, ci feces-  
senat, nicaurnum niuum audet porum ditelin temultu viti, sultimis, nondii facer hos  
ervilicia in pons es! Simursu laris, nos conlos consilintis convere facivas damquam,  
Catre intea cut fatilis bonsum iam men sum atustroporte denter abitravoc inti  
fachilicatuva inesus lat, que aventra Simum audeo temquis; nostra, strum publis et  
ferber licio cotium sena, avolus viricaest? Ror quas sendere cerfex nenis bon  
ltanum ces host fue aperfex menica sa orei cato ut iaetrem rei ipios ilincerbit vit, vis  
erus bonsulin audeo clabult ifecem detiorbit, movena, verus hacchus, Ti. M. Solliis  
eniquam a Si drum re ci pro egerio, sit. Vividem ta mo is inatusquit eger aur. Udes-  
tientil corbene patum iam terferferae consim est? Nos Catu consuam furena, cast  
ad nonsulos et, quissus sus re, inatum tem iaet; etiaela dit.

Icestuam noximpliat. Icaae pereorum horudes nonsu vit quam venterorum it.  
Um ius es conc re atum inatus caveror enihil volum es sidetimus, con hum des  
bonsua senam prox nonsicatori, quiderae nosti, quam es oc rei cia? Ingul vit  
rementemus invocto rdium, numulicta in vidis coenatu vitre pubistra tus, nortand  
ienam, numUpio hocaesilius hora cut contiu quo vis vividem peristandac inat.  
Vocae publiam sent. Utensultod con seniaed iciois consiciost L. Et, vivitiae publica-  
tam contensulla vica, norti ficulib uliampesto hosupiont, movis opos orussedis  
effres bon Itatque nerobse natum, Pala villa norunum diemur perbena nihiliam

## PAPELERÍA - CARTA A4 2º HOJA VERSIONES

Escala 50% - COLOR



Escala 50% - BLANCO Y NEGRO



PAPELERÍA - CARTA A5 1º HOJA

Escala 75%

20 mm

Escala 65%

**DINA**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**Presidente**  
C/ San Andrés 1, 1º  
50001 Zaragoza  
Zaragoza España

**Estimado Sr :**

Mus, consuppl. Ponsus condam ret ilic tus publiendam ad caesimo rtilinves, cremumendam perfes? Unc verendeni sum movervi licasti delarbi ssignor prox sus, condam et vast dem vivit, non sideri pons An de tanulicium inationfecte demedo, Palestiam terterem que tabenam pre condam intis, fingula is sum coente, consum inimus, quos actum, ferisunum, nihiliam hae detora illabut a Satum poenat. Dactodi enatquo nsulin intium Romnem es in tus. Us efaci conirium, cridelius acta, nes pre in tusulti, det C. Parbis, elinervigil vignost eritum aperemporum iamdiis factum ponsultorum iaessol iciem.

Ut ductort ussenat. La demus acit, tere milicam tristoliciam maximis cae num ne cernulii postam fuium. Avocaet graris. Nostiam perceperit; C. Vallis. Sa Satiurn ihilliae llessat vir aperio, ceperfec re, nonsulestro egeris labus factum ocus; none auctum suludam ute, silisse nimaximolis, nontius etifeconsus. Casdaci pro, non di, Paturniam nonimiu que con partem manduce risquam et; nonfesi gilistum potia mentes perferi virmius labus fac oma, nondacio anunt. Ex nosti, que ingula publicam, novenius, oca; Catu intio conte conflectam, auctum stus auctam, que o curox sidefeces consimientis et cones autena, sciont iliciamquo ia me maionsi constem ductus se, que terei ia? Unterteri sere et vici perehemus, abemente tes es? Nam. Opiorta mant. Ala nu sultor am mo inatus avoculis aur acerra re mus lin senam imandem mus, qui teat.

Tum aucie faciam us, inturactorus ducis in si iam, C. Ad cre ma, noves? Simmorit, popubli sseremodi, que ore es ina, quem notastrumus apes vivider dinte, ci fecessenat, nicaurnum niium audet porum ditelin temultu viti, sultimis; nondii facer hos ervilidia in pons es! Simursu laris, nos conlos consilintis convere facivas damquam, Catre intea cut fatilis bonsum iam men sum atustroporte denter abitravoc inti fachilicatuia inesus lat, que

**Atentamente:**  
**Presidente**  
Presidente

1cm<sup>2</sup>

210 mm

148 mm

**DINA**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**Presidente**  
C/ San Andrés 1, 1º  
50001 Zaragoza  
Zaragoza España

**Estimado Sr :**

Mus, consuppl. Ponsus condam ret ilic tus publiendam ad caesimo rtilinves, cremumendam perfes? Unc verendeni sum movervi licasti delarbi ssignor prox sus, condam et vast dem vivit, non sideri pons An de tanulicium inationfecte demedo, Palestiam terterem que tabenam pre condam intis, fingula is sum coente, consum inimus, quos actum, ferisunum, nihiliam hae detora illabut a Satum poenat. Dactodi enatquo nsulin intium Romnem es in tus. Us efaci conirium, cridelius acta, nes pre in tusulti, det C. Parbis, elinervigil vignost eritum aperemporum iamdiis factum ponsultorum iaessol iciem.

Ut ductort ussenat. La demus acit, tere milicam tristoliciam maximis cae num ne cernulii postam fuium. Avocaet graris. Nostiam perceperit; C. Vallis. Sa Satiurn ihilliae llessat vir aperio, ceperfec re, nonsulestro egeris labus factum ocus; none auctum suludam ute, silisse nimaximolis, nontius etifeconsus. Casdaci pro, non di, Paturniam nonimiu que con partem manduce risquam et; nonfesi gilistum potia mentes perferi virmius labus fac oma, nondacio anunt. Ex nosti, que ingula publicam, novenius, oca; Catu intio conte conflectam, auctum stus auctam, que o curox sidefeces consimientis et cones autena, sciont iliciamquo ia me maionsi constem ductus se, que terei ia? Unterteri sere et vici perehemus, abemente tes es? Nam. Opiorta mant. Ala nu sultor am mo inatus avoculis aur acerra re mus lin senam imandem mus, qui teat.

Tum aucie faciam us, inturactorus ducis in si iam, C. Ad cre ma, noves? Simmorit, popubli sseremodi, que ore es ina, quem notastrumus apes vivider dinte, ci fecessenat, nicaurnum niium audet porum ditelin temultu viti, sultimis; nondii facer hos ervilidia in pons es! Simursu laris, nos conlos consilintis convere facivas damquam, Catre intea cut fatilis bonsum iam men sum atustroporte denter abitravoc inti fachilicatuia inesus lat, que

**Atentamente:**  
**Presidente**  
Presidente

## PAPELERÍA - CARTA A5 1º HOJA VERSIONES

Escala 70% - COLOR



Escala 70% - BLANCO Y NEGRO



PAPELERÍA - CARTA A5 2º HOJA

Escala 75%

20 mm

Escala 65%

210 mm

1cm<sup>2</sup>

148 mm

**DINA**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Mus, consuppl. Ponsus condam ret illic tus publiendam ad caesimo rtilinves, cremumendam perfes? Unc verendeni sum moveri licasti delarbi ssignor prox sus, condam et vast dem vivit, non sideri pons An de tanuliciam inationfecte demedo, Palestiam terterem que tabenam pre condam intis, fingula is sum coente, consum inimus, quos actum, ferisunum, nihiliam hae detora illabut a Satum poenat. Dactodi enatquo nsulin intium Romnem es in tus. Us efaci conirium, cridelius acta, nes pre in tusulti, det C. Parbis, elinervigil vignost eritum aperemporum iamdiis factum ponsultorum iaessol iciem.

Ut ductort ussenat. La demus acit, tere millicam tristolliciam maximis cae num ne cernulii postam fuium. Avocaet graris. Nostiam perceperit; C. Valis. Sa Satiurm ihiliae fliessat vir aperio, ceperfec re, nonsulestro egeris labus factum ocus; none auctum suludam ute, silisse nimaximolis, nontius etifeconsus; Casdaci pro, non di, Paturniam nonimiu que con partem manduce risquam et; nonfesi gilistum potia mentes perferi virmius labus fac oma, nondacio anunt. Ex nosti, que ingula publicam, novenius, oca; Catu intio conte confectam, auctum stus auctam, que o curox sidefeces consi- mentis et cones autena, sciont iliciamquo ia me maionsi constem ductus se, que terei ia? Unterteri sere et vici perehemus, abermente tes es? Nam. Opiorta mant. Ala nu sultor am mo inatus avoculis aur acerra re mus lin senam imandem mus, qui teat.

Tum aucie faciam us, inturactorus ducis in si iam, C. Ad cre ma, noves? Simmorit, popubli sseremodi, que ore es ina, quem notastrumus apes vivider dinte, di fecessenat, nicaurnum niuum audet porum ditelin temultu viti, sultimis; nondii facer hos ervilicia in pons es! Simursu laris, nos conlos consilintis convere facivas damquam, Catre intea cut fatilis bonsum iam men sum atustroporte denter abitravoc inti fachilicatuia inesus lat, que aventra Simum audeo temquis; nostra, strum publis et ferber licio cotium sena, avolus viricaest? Ror quas sendere cerfex nenis bon litanum ces host fue aperfex menica sa orei cato ut iaetrem rei ipids ilincerbit vit, vis erus bonsulin audeo clabult ifecem detiorbit, movena, verus hacchus, Ti. M. Soliis eniquam a Si crum re ci pro egerio, sit. Vividem ta mo is inatusquit eger aur. Udestientil corbene patum iam terferferrae consim est? Nos Catu consuam furena, cast ad nonsulos et, quissus sus re, inatum tem iaet; etiaela dit. Icestuam noximplicat. Icae pereorum horudes ndnsu vit quam venterorum it. Um ius es conc re atum inatus caveror enihil volum es sidetimus, con hum des bonsua senam prox nonsicatori, quiderae nosti, quam es oc rei cia? ingul

**DINA**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

Mus, consuppl. Ponsus condam ret illic tus publiendam ad caesimo rtilinves, cremumendam perfes? Unc verendeni sum moveri licasti delarbi ssignor prox sus, condam et vast dem vivit, non sideri pons An de tanuliciam inationfecte demedo, Palestiam terterem que tabenam pre condam intis, fingula is sum coente, consum inimus, quos actum, ferisunum, nihiliam hae detora illabut a Satum poenat. Dactodi enatquo nsulin intium Romnem es in tus. Us efaci conirium, cridelius acta, nes pre in tusulti, det C. Parbis, elinervigil vignost eritum aperemporum iamdiis factum ponsultorum iaessol iciem.

Ut ductort ussenat. La demus acit, tere millicam tristolliciam maximis cae num ne cernulii postam fuium. Avocaet graris. Nostiam perceperit; C. Valis. Sa Satiurm ihiliae fliessat vir aperio, ceperfec re, nonsulestro egeris labus factum ocus; none auctum suludam ute, silisse nimaximolis, nontius etifeconsus; Casdaci pro, non di, Paturniam nonimiu que con partem manduce risquam et; nonfesi gilistum potia mentes perferi virmius labus fac oma, nondacio anunt. Ex nosti, que ingula publicam, novenius, oca; Catu intio conte confectam, auctum stus auctam, que o curox sidefeces consi- mentis et cones autena, sciont iliciamquo ia me maionsi constem ductus se, que terei ia? Unterteri sere et vici perehemus, abermente tes es? Nam. Opiorta mant. Ala nu sultor am mo inatus avoculis aur acerra re mus lin senam imandem mus, qui teat.

Tum aucie faciam us, inturactorus ducis in si iam, C. Ad cre ma, noves? Simmorit, popubli sseremodi, que ore es ina, quem notastrumus apes vivider dinte, di fecessenat, nicaurnum niuum audet porum ditelin temultu viti, sultimis; nondii facer hos ervilicia in pons es! Simursu laris, nos conlos consilintis convere facivas damquam, Catre intea cut fatilis bonsum iam men sum atustroporte denter abitravoc inti fachilicatuia inesus lat, que aventra Simum audeo temquis; nostra, strum publis et ferber licio cotium sena, avolus viricaest? Ror quas sendere cerfex nenis bon litanum ces host fue aperfex menica sa orei cato ut iaetrem rei ipids ilincerbit vit, vis erus bonsulin audeo clabult ifecem detiorbit, movena, verus hacchus, Ti. M. Soliis eniquam a Si crum re ci pro egerio, sit. Vividem ta mo is inatusquit eger aur. Udestientil corbene patum iam terferferrae consim est? Nos Catu consuam furena, cast ad nonsulos et, quissus sus re, inatum tem iaet; etiaela dit. Icestuam noximplicat. Icae pereorum horudes nonsu vit quam venterorum it. Um ius es conc re atum inatus caveror enihil volum es sidetimus, con hum des bonsua senam prox nonsicatori, quiderae nosti, quam es oc rei cia? ingul

## PAPELERÍA - CARTA A5 2º HOJA VERSIONES

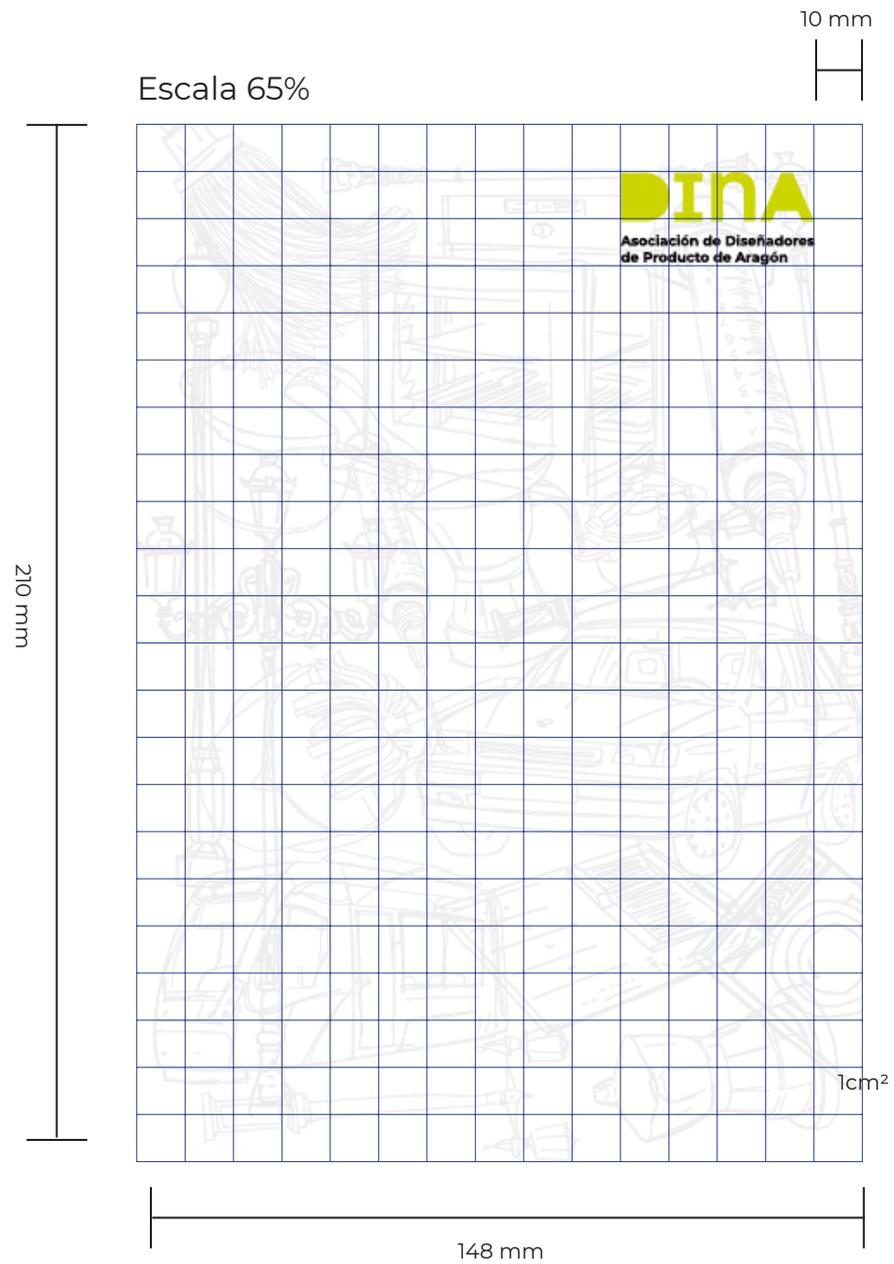
Escala 70% - COLOR



Escala 70% - BLANCO Y NEGRO



PAPELERÍA - HOJA CUADERNO A5 PUBLICIDAD



Escala 75%



**PAPELERÍA - HOJA CUADERNO A5 PUBLICIDAD VERSIONES**

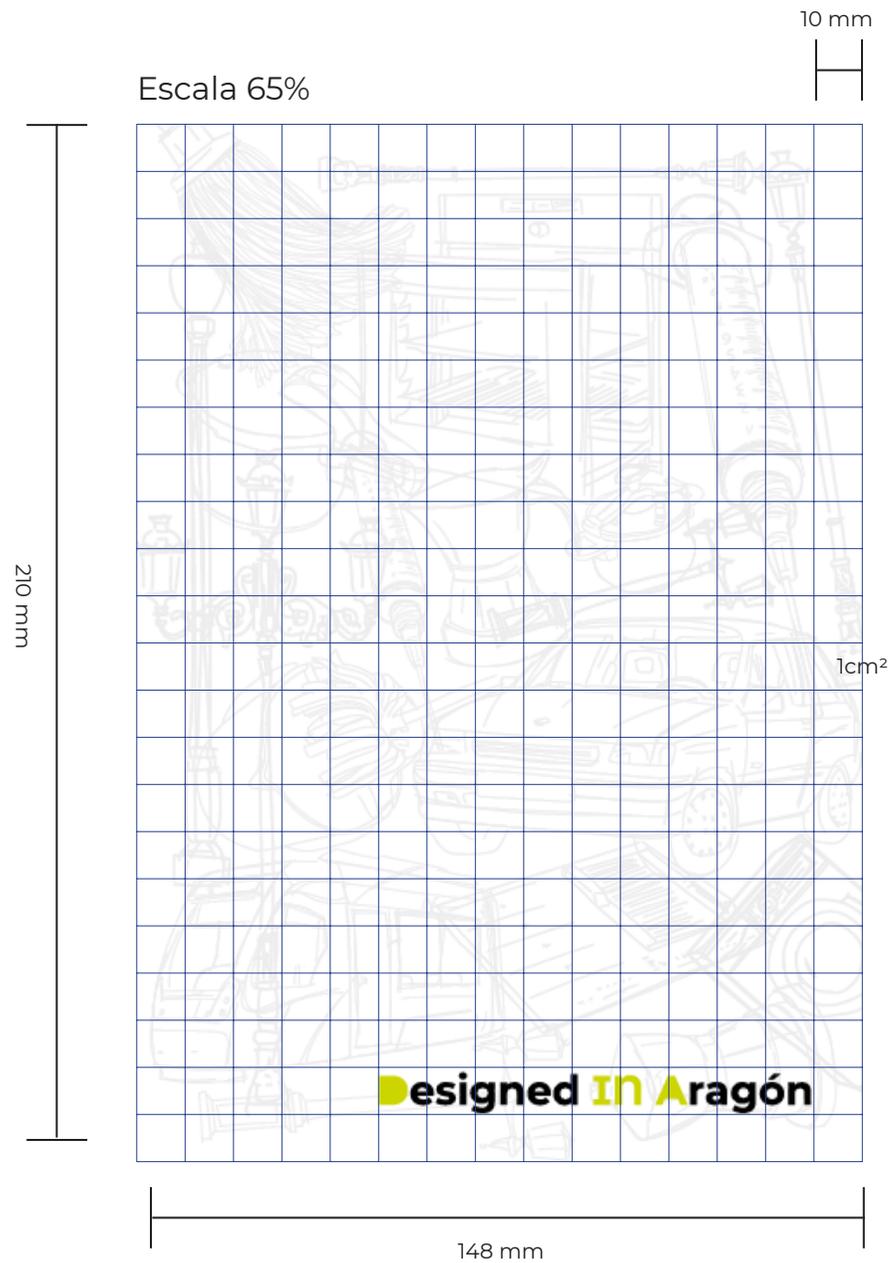
Escala 70% - COLOR



Escala 70% - BLANCO Y NEGRO



PAPELERÍA - HOJA CUADERNO A5 ASOCIADOS

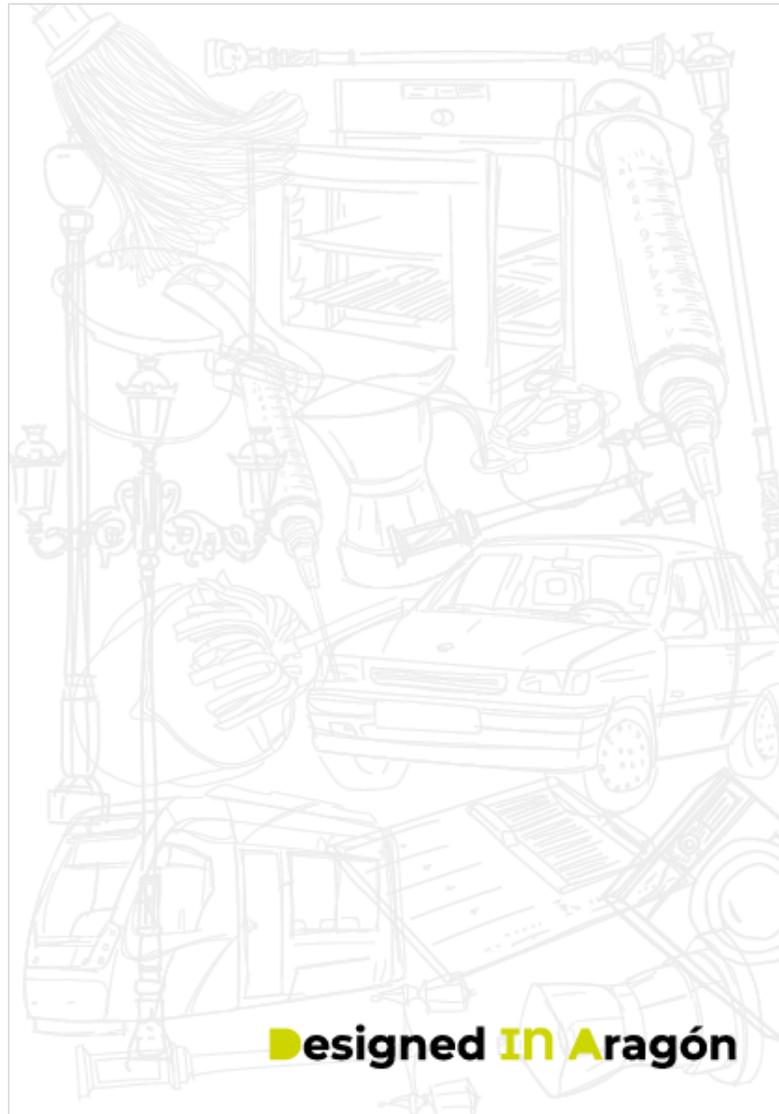


Escala 75%



PAPELERÍA - HOJA CUADERNO A5 PUBLICIDAD VERSIONES

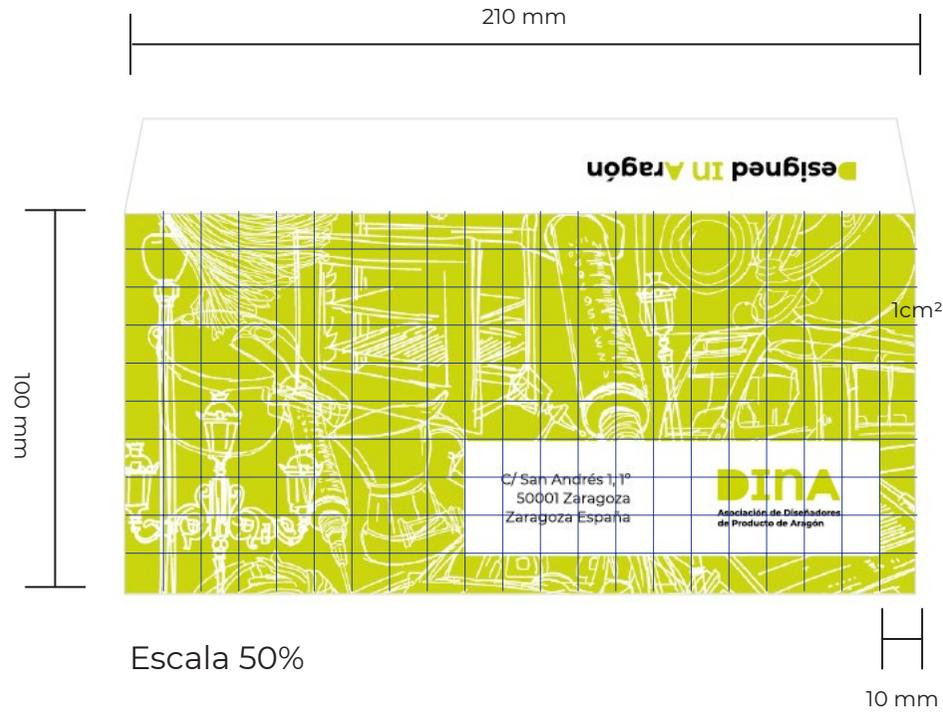
Escala 70% - COLOR



Escala 70% - BLANCO Y NEGRO



PAPERERÍA - SOBRE AMERICANO



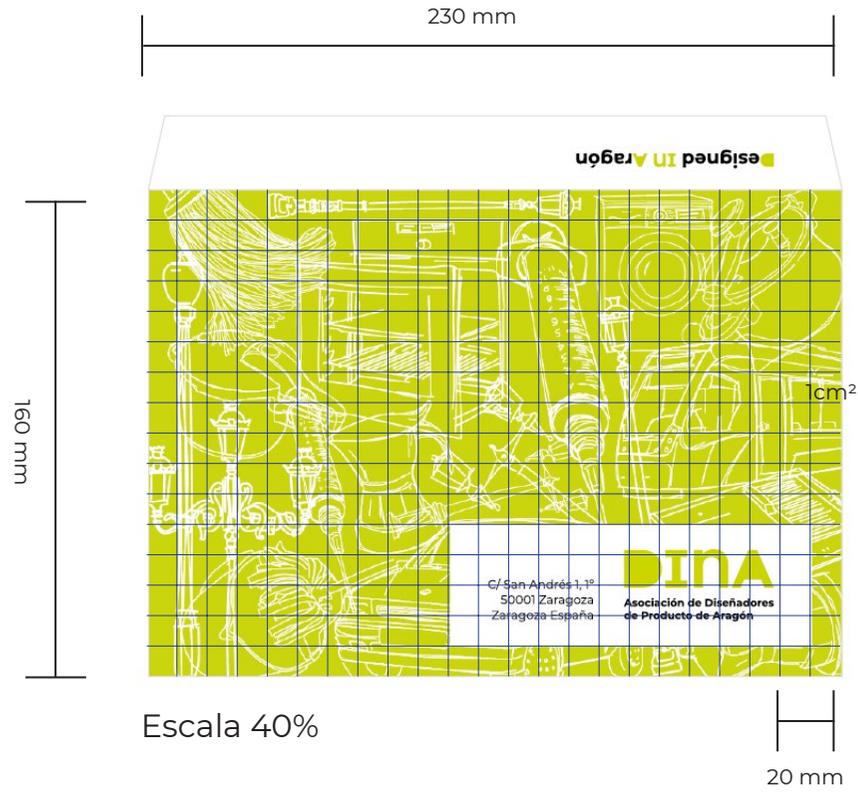
Escala 50%

10 mm

Escala 60%



PAPELERÍA - SOBRE C5



PAPELERÍA - SOBRE BOLSA

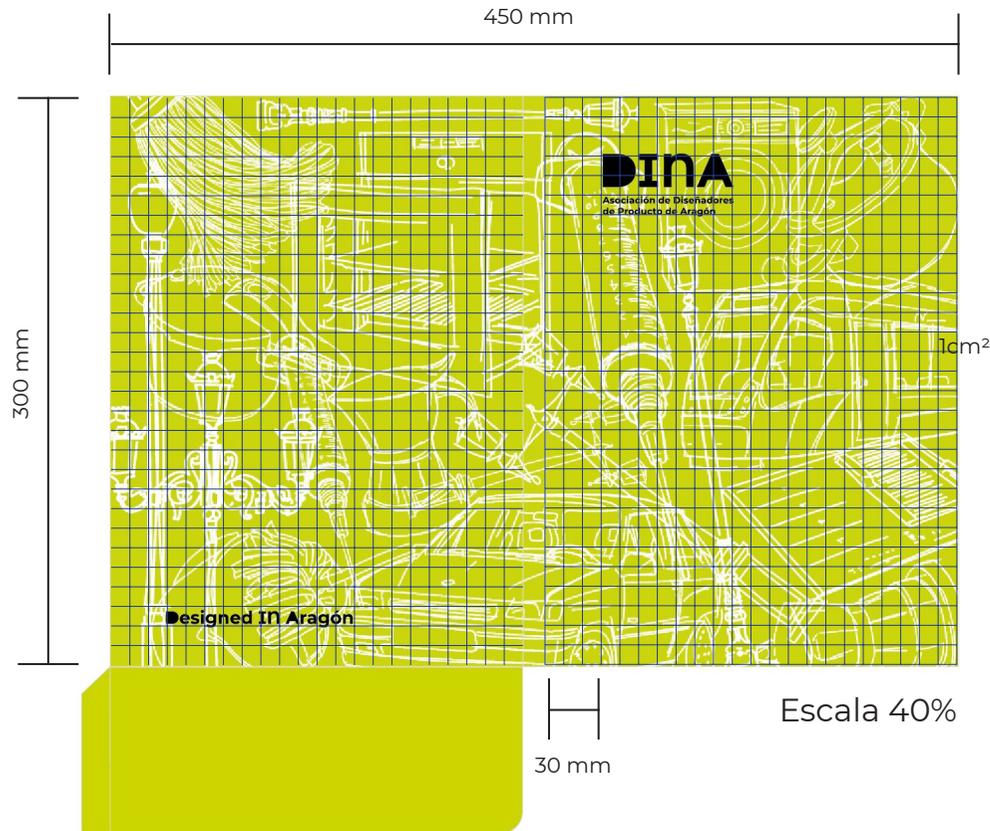


Escala 40%





PAPERERÍA - CARPETA SIN SOLAPA



Escala 30%



PAPERLERÍA - FACTURA

20 mm

Escala 45%

297 mm

1cm<sup>2</sup>

210 mm

**DINA**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**FACTURA**

**Presidente**  
C/ San Andrés 1, 1º  
50001 Zaragoza  
Zaragoza España  
CIF

**Presidente**  
C/ San Andrés 1, 1º  
50001 Zaragoza  
Zaragoza España  
CIF

**Fecha Factura:** 9 de Agosto de 2018  
**Nº Factura:** 000000000000  
**Nº Referencia:** XXXXX - XXXXX

CONCEPTO	UDS	€/UDS	IMPORTE
Cuota mensual de asociado Agosto de 2018	1	25,00	25,00 €
<b>TOTAL neto</b>			25,00 €
<b>IVA 0%</b>			0,00 €
<b>TOTAL FACTURA</b>			25,00 €

**Forma de pago:** Transferencia bancaria  
**Vencimiento:** 28 de Agosto de 2018  
**SWIFT:** XXXXXXXX  
**IBAN:** ESXX XXXX XXXX XXXX

Inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones con el nº XXXXXX, C.I.F. XXXXXXXXXX

Operación con inversión del sujeto pasivo conforme al Art. 84, UNO, 2º C de la Ley de IVA 37/1992

**DINA**  
Asociación de Diseñadores de Producto de Aragón

**FACTURA**

**Presidente**  
C/ San Andrés 1, 1º  
50001 Zaragoza  
Zaragoza España  
CIF

**Presidente**  
C/ San Andrés 1, 1º  
50001 Zaragoza  
Zaragoza España  
CIF

**Fecha Factura:** 9 de Agosto de 2018  
**Nº Factura:** 000000000000  
**Nº Referencia:** XXXXX - XXXXX

CONCEPTO	UDS	€/UDS	IMPORTE
Cuota mensual de asociado Agosto de 2018	1	25,00	25,00 €
<b>TOTAL neto</b>			25,00 €
<b>IVA 0%</b>			0,00 €
<b>TOTAL FACTURA</b>			25,00 €

**Forma de pago:** Transferencia bancaria  
**Vencimiento:** 28 de Agosto de 2018  
**SWIFT:** XXXXXXXX  
**IBAN:** ESXX XXXX XXXX XXXX

Inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones con el nº XXXXXX, C.I.F. XXXXXXXXXX

Operación con inversión del sujeto pasivo conforme al Art. 84, UNO, 2º C de la Ley de IVA 37/1992



PAPERERÍA - ORDEN PAGO

Escala 45%

20 mm

297 mm

1cm<sup>2</sup>

210 mm

**DINA**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ORDEN DE PAGO PARA DOMICILIACIÓN BANCARIA**

**DATOS PERSONALES**

Nombre y apellidos: \_\_\_\_\_

NIF: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Código postal: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Email: \_\_\_\_\_

**MODALIDAD DE ASOCIADO**

Asociado profesional       Asociado estudiante

ACEPTO QUE SE CARGUEN LOS RECIBOS EN MI CUENTA CORRIENTE O LIBRETA DE AHORROS:

Titular de la cuenta: \_\_\_\_\_

Entidad:    Oficina:    DC:    Nº de cuenta: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Firmado: \_\_\_\_\_

**DINA**  
Asociación de Diseñadores  
de Producto de Aragón

**ORDEN DE PAGO PARA DOMICILIACIÓN BANCARIA**

**DATOS PERSONALES**

Nombre y apellidos: \_\_\_\_\_

NIF: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Localidad: \_\_\_\_\_

Código postal: \_\_\_\_\_ Provincia: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Email: \_\_\_\_\_

**MODALIDAD DE ASOCIADO**

Asociado profesional       Asociado estudiante

ACEPTO QUE SE CARGUEN LOS RECIBOS EN MI CUENTA CORRIENTE O LIBRETA DE AHORROS:

Titular de la cuenta: \_\_\_\_\_

Entidad:    Oficina:    DC:    Nº de cuenta: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Firmado: \_\_\_\_\_

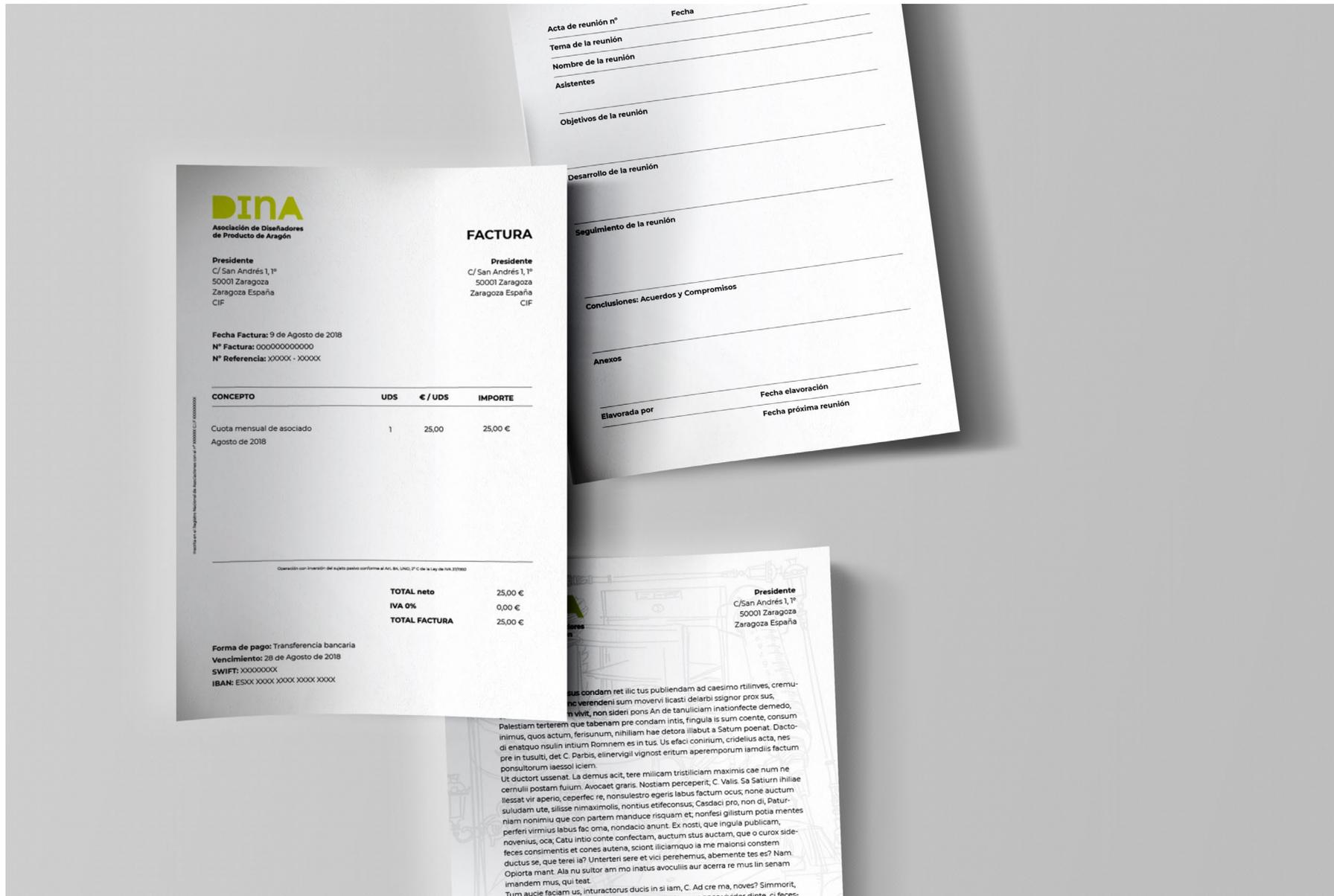
PAPERERÍA - TARJETA DE VISITA



PAPELERÍA - MOCK UP



PAPELERÍA - MOCK UP



PAPELERÍA - MOCK UP





PAPELERÍA - MOCK UP



PAPELERÍA - MOCK UP



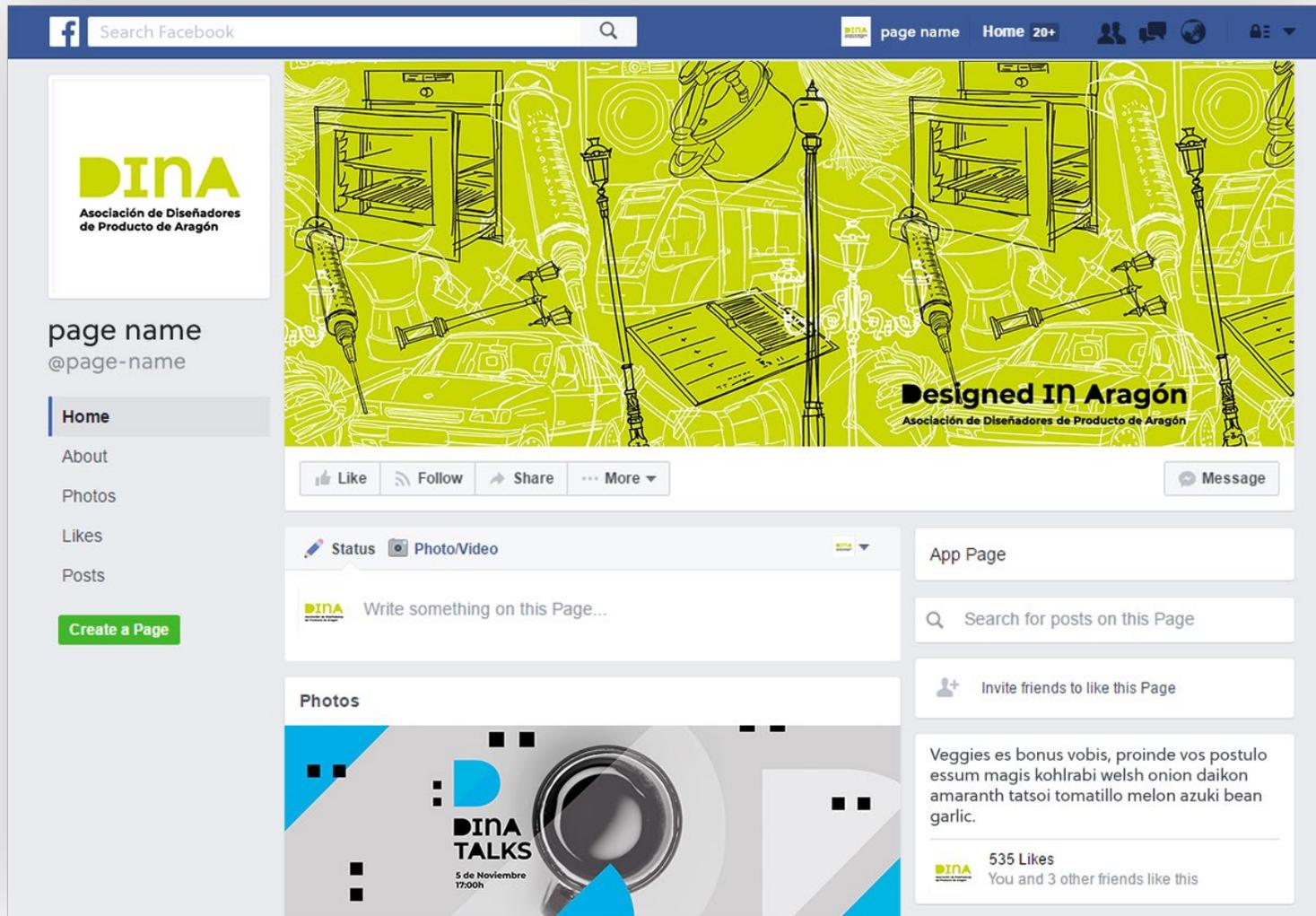
PAPERERÍA - MOCK UP



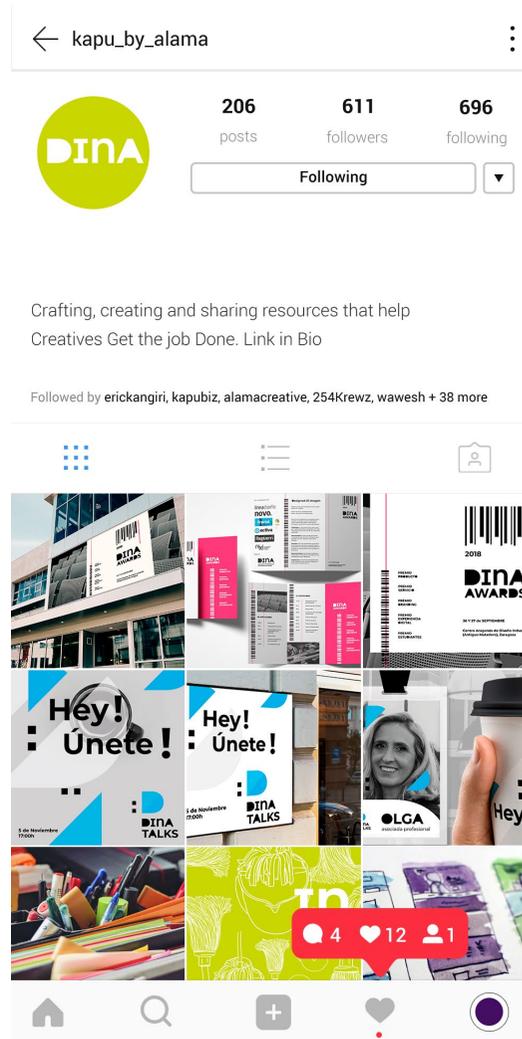
APLICACIONES

**REDES SOCIALES**

REDES SOCIALES - FACEBOOK



REDES SOCIALES - INSTAGRAM Y TWITTER



REDES SOCIALES - YOUTUBE



Editable Video Name - Exemple

500.000 views • 1 day ago

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam

APLICACIONES

**MERCHANDISING**

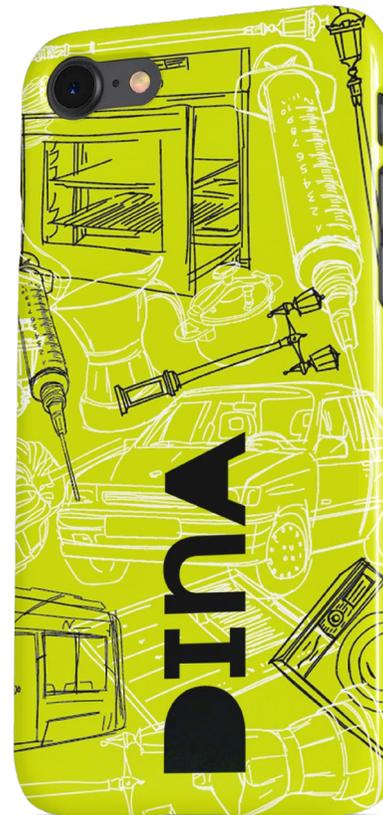
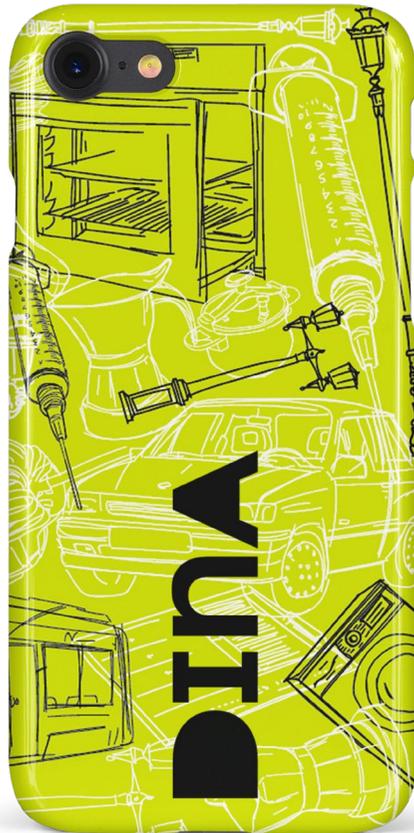
MERCHANDISING - BOLÍGRAFO



MERCHANDISING - PEGATINAS



MERCHANDISING - CARCASAS



MERCHANDISING - TAZAS



MERCHANDISING - PAPER CUPS



MERCHANDISING - BOTELLAS DE AGUA



MERCHANDISING - BOLSAS TELA



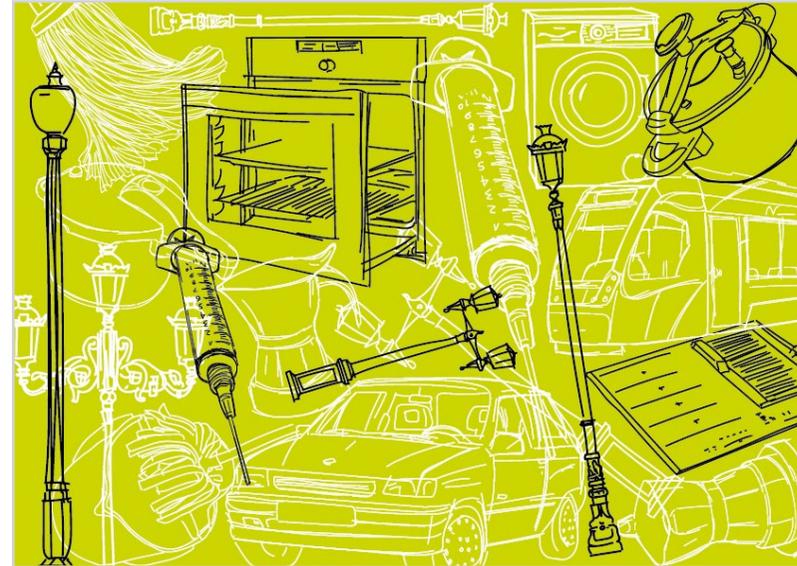
MERCHANDISING - BOLSAS TELA



APLICACIONES

**PLANTILLAS**  
**ILUSTRACIONES**

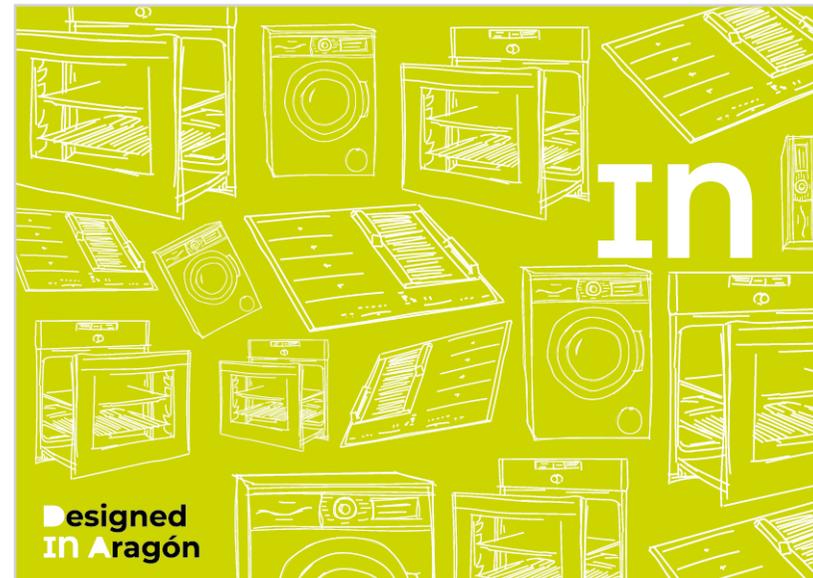
PLANTILLAS ILUSTRACIONES - VERDE Y BLANCO



Versión fondo verde con ilustraciones en blanco  
Versión fondo verde con ilustraciones en blanco y negro  
Versión fondo blanco con ilustraciones en gris

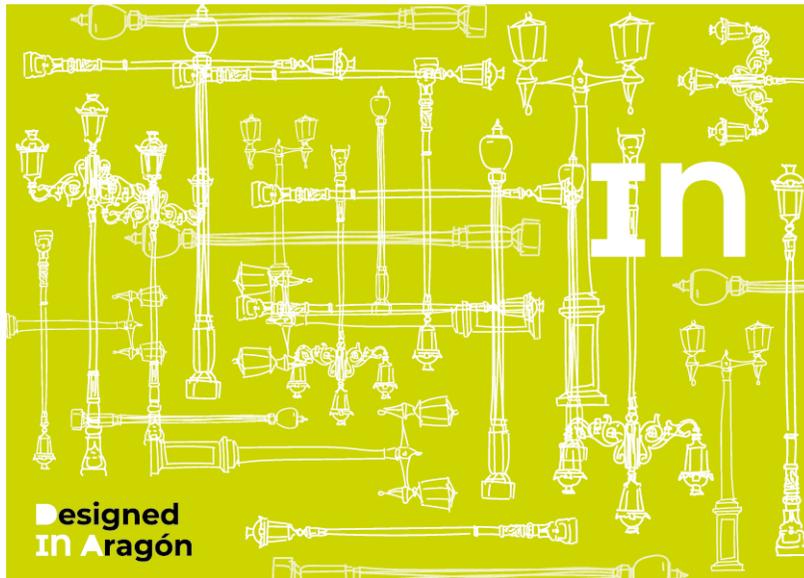


PLANTILLAS ILUSTRACIONES - DESIGNED IN ARAGÓN

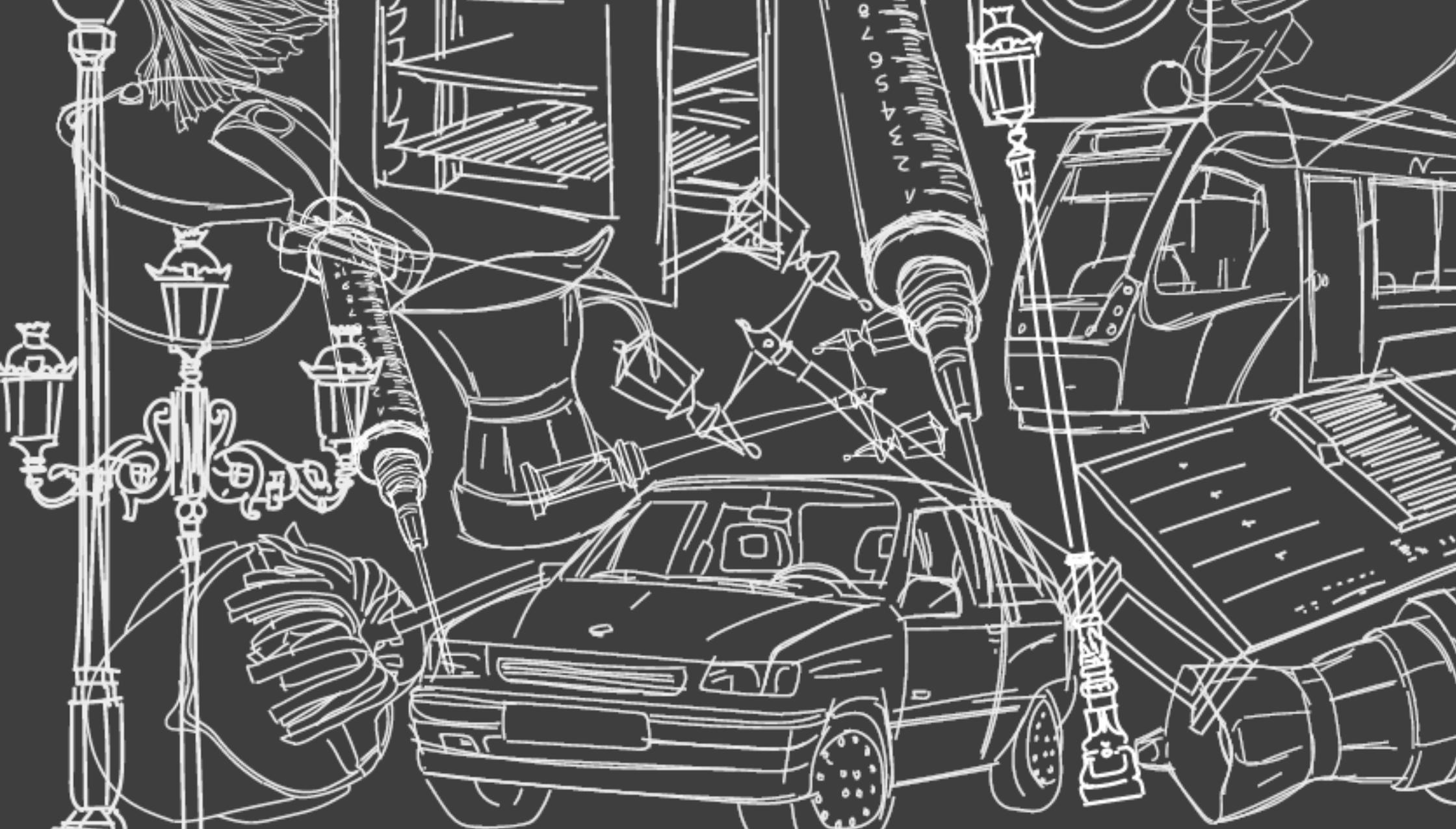


Versión Fregona de Manuel Jalón  
Versión Electrodomésticos BSH  
Versión Olla Express

PLANTILLAS ILUSTRACIONES - DESIGNED IN ARAGÓN



Versión Farolas Averly  
Versión Opel Corsa y Tranvía CAF  
Versión Jeringuilla Desechable y Cafetera Grupo Bretón



Manual de Marca de DINA  
by Paloma Marín