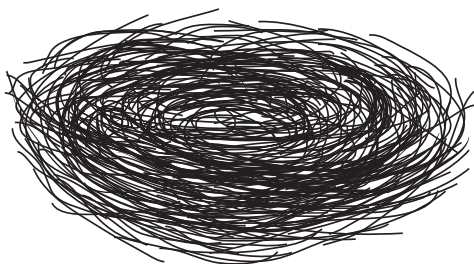




**EDCOM**  
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

**Materia Integradora**

# **DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS**



DISEÑO DE CAMPAÑA

**LIGRA**

**Licenciatura en Diseño Gráfico y  
Publicitario**

---

## **BROCHURE DE PROCESOS**

Tema:

Campaña de posicionamiento para  
Vínculos con la Sociedad ESPOL

Autores:

Andy Germain Jumbo Sanchez  
Mario Geovanny Lainez Araujo  
Paralelo # 2

**Año 2015**

**Firma del Profesor**

.....

**Contenido:**

Introducción	4
Concepto creativo	6
Proceso de bocetos	10
Prueba - error	12
Proceso técnico	13
Detalle de piezas gráficas	20
Resultados	32

## Introducción



“Una marca no es un logotipo, ni un conjunto de colores sucediéndose y alternándose en las letras de un nombre, y ni tan siquiera es simplemente un nombre”.

La gente está muy confundida, o mejor dicho, les han estado confundiendo intencionadamente en pos siempre de venderle el diseño de su “marca”.

No nos engañemos y dejemos las cosas claras: la marca tiene en realidad muy poco de diseño y de creatividad y sin embargo mucho de estrategia. Lamentablemente cuando a un empresario de una pequeña empresa le dicen que debe crear una marca, todos piensan que debe dirigirse a una agencia de publicidad para que le diseñen su logotipo y le pongan color al nombre de su negocio. Puede ser el perfecto paso siguiente, pero eso no es crear una marca y hay que tenerlo claro.

## Campaña Publicitaria



Así como campaña en general se entiende como un conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo, campaña publicitaria es la totalidad de los mensajes que resultan de una estrategia creativa; dicho de otra manera, es la suma de todos los esfuerzos publicitarios que una empresa hace en una situación determinada de la vida de un producto.

## POSICIONAMIENTO DE MARCA

Es conseguir una posición valiosa en la mente del consumidor o público objetivo.

Llamamos posicionamiento de marca al lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto al resto de sus competidores. El posicionamiento otorga a la empresa una imagen propia

en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia. Esta imagen propia, se construye mediante la comunicación activa de unos atributos, beneficios o valores distintivos, a nuestra audiencia objetivo, previamente seleccionados en base a la estrategia de comunicación empresarial.

# Introducción

Teniendo en cuenta estos conceptos previos, en conjunto con técnicas recopiladas de investigación, y de generación de ideas se empezó este reto de generar conciencia social a un determinado público objetivo.

---



## Vínculos con la Sociedad ESPOL ¿Cómo posicionarla?

Toda campaña necesita piezas claves para lograr metas, bajo conceptos sólidos y objetivos claros. La campaña de comunicación visual creada para la Unidad Vínculos con la Sociedad ESPOL, tiene como valores, el compromiso social e integral de la comunidad politécnica con la ayuda social, que ellos puedan brindar impulsando este concepto en diferentes áreas y especialidades.

Llevando consigo un cambio de percepción de lo que la Unidad de Vínculos con la Sociedad ESPOL, ha generado con el transcurso del tiempo, sea este por la poca información generada, por su mala y equivocada difusión de información en la comunidad. Usando como símbolo objetivo las MANOS principal medio de ayuda, juntos a un concepto sólido que se denominó "UNÁMONOS" que se ha desarrollado de forma amigable, personalizada, con expectativa para persuadir y llamar la atención de nuestros consumidores o target.



# Proceso Creativo

Proceso de creación de la campaña publicitaria UNÁMONOS Vínculos con la Sociedad ESPOL.



Pensando como niños, creando como genios.

## BRIEF

- Recopilación de información
- Estudio del problema
- Determinación de objetivo
- Determinación del target

## PROCESO CREATIVO

- Mind map
- Lluvia de ideas
- Creación del concepto comunicacional
- Naming y copy
- Determinación de piezas gráficas
- Boceto de imago tipo de campaña
- Boceto de piezas publicitarias

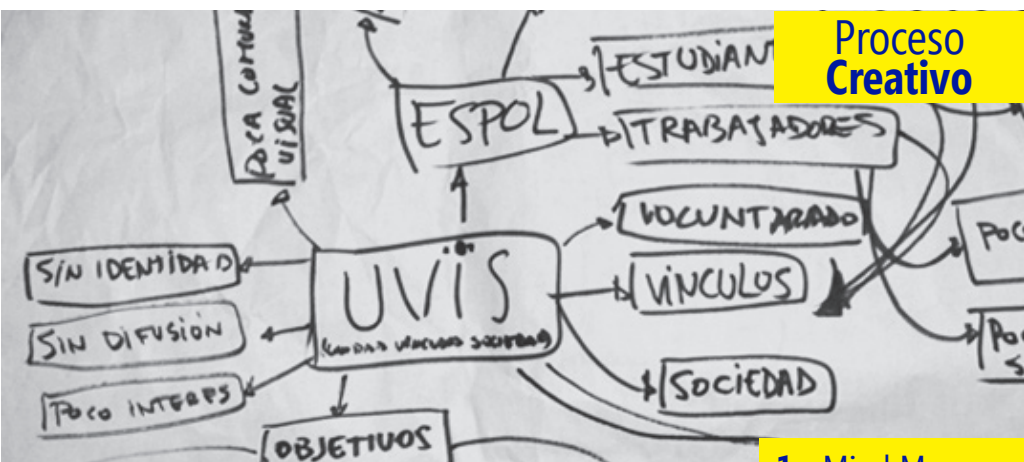
## DIGITALIZACIÓN

## PLANEACIÓN DE MEDIOS DE DIFUSIÓN

## PRODUCCIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS

## RESULTADOS

# Proceso Creativo



## 1.- Mind Map

El Mind Map es una pieza o elemento fundamental para la creación de toda campaña publicitaria, en el cual consta el problema central y mediante análisis, lógica e información recopilada se obtiene un panorama más amplio del problema a resolver.

## 2.- Lluvia de ideas

Una vez con el problema enfocado, se procedió con la lluvia de ideas, este proceso consta en iniciar una conversación profunda del tema y en la generación de muchas ideas disparadas, centradas y radicales, las cuales se van anotando como vaya avanzando la conversación, se elegirá la más óptima que se enfoque al problema antes planteado.

Uno de secretos en este método creativo es **DIVERTIRSE**.



## Proceso Creativo



La idea que se generó a partir del BRAINSTORM, es de como la unión de manos forman un lazo o vínculo por ambas partes (personas), dando a lucir adjetivos como: compromiso, responsabilidad, protección, amor, solidaridad, y similares a estos. Y como las manos expresan más que palabras dichas o refuerzan lo que quieren decir, basándonos en esta observación, se llegó a un juego donde el verbo "vincular" era la principal idea con su conjugación.

VÍNCULO - VINCULÉMONOS.

### 3.- Concepto

Luego jugando con sinónimos de este como: UNÁMONOS, SUMÉMONOS, ABRAZÉMONOS, y más, se buscó darle el giro publicitario que toda campaña necesita.

Llegando a conjugarlos como UNÁMANOS, VINCULÉMANOS Y SUMÉMANOS.

Llegando al concepto **manos solidarias**, **UNÁMONOS**, "**Juntos por un mismo fin**" el cual tuvo gran aceptación.

### 4.- Naming y copy

Se definió el nombre de la Campaña y su copy (frase que refuerza el nombre de la campaña en ejecución).

**UNÁMONOS**  
**Juntos por un mismo fin**





## 5.- Piezas a utilizarse

Las piezas gráficas son la forma en que la campaña empieza hablar por sí sola, creando empatía, comunicación y sobre todo la aceptación de nuestro público objetivo.

### CAMPAÑA UNÁMONOS ESTRATEGIA

#### FASES:

##### EXPECTATIVA

INTERROGANTE (?)

##### BRINDAR MÁS INFORMACIÓN

PASAMOS A MOSTRAR  
MÁS INFORMACIÓN PARA  
GENERAR UN ENGANCHE A  
NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO.

##### LANZAMIENTO

PRESENTACIÓN DE TODA LA  
CAMPAÑA Y SU EJECUCIÓN  
DE ACUERDO A LA  
PLANIFICACIÓN HECHA.

##### SOSTENIMIENTO

REFORZAMIENTO DE  
CAMPAÑA, DIFUSIÓN DE  
EVENTOS, Y ACTIVACIONES.

#### PIEZAS A REALIZAR

- Pines de expectativa
- Stickers de expectativa
- Covers de medios digitales de expectativa facebook y twitter
- Flyers digitales de expectativa
- Dummies termoformados
- Habladores en triangulo
- Flyers digitales informativos
- Colgantes Rodelas
- Afiches informativos offset
- Roll ups informativos
- Línea Gráfica para medios digitales (post)
- Activaciones
- Piezas de interactividad



# Proceso Creativo

## 6.- Boceto imagotipo lápiz

Buscando formas amigables, contemporáneas y en donde cada elemento en el logo capte la ideas o concepto antes planteado, integración, solidaridad, vinculación y respeto

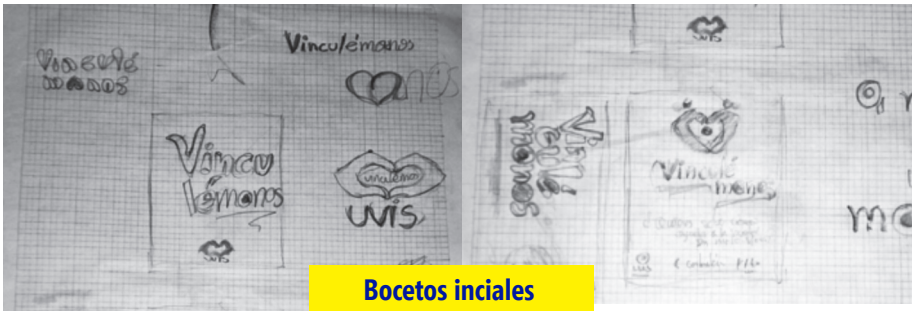


**Boceto inicial**  
Verbo Vinculémonos  
B/N

Corazón intrincado en donde se buscaba la unión de elementos en una A.



**Boceto inicial**  
Isotipo corazón intrincado B/N



**Bocetos iniciales**

## 7.- Bocetos piezas gráficas



Basándonos en nuestro concepto base, en recursos gráficos, paletas de colores se empezó a crear las piezas para la campaña. Siempre divirtiéndonos en lo que hacíamos.

**Boceto de piezas gráficas, para proceder con artes finales.**

# Errores



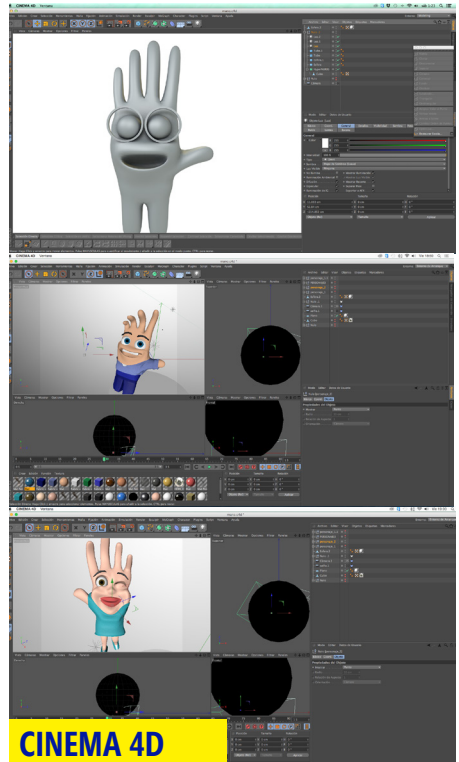


Todas las piezas anteriormente realizadas sobre papel, se escanearon dándonos como resultados elementos que fuimos usando para la creación de la campaña.

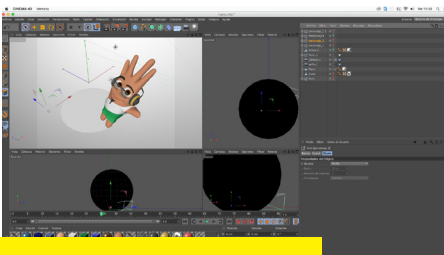
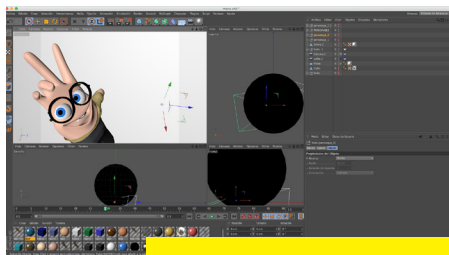
Después de haber analizado formas y sinónimos de vínculos, concluimos en la unión de las manos como símbolo principal de la campaña y el sentimiento solidario usando el corazón.



Sumándole con la creación de personajes con tendencias baby (amigable) y toque contemporáneo (3D) que mostramos a continuación.



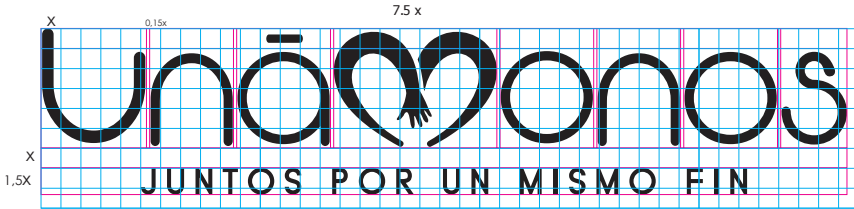
## Proceso Técnico



Los personajes fueron creados con el fin de volver a la marca amigable e interactiva, buscándole personalidades únicas a cada uno de ellos.



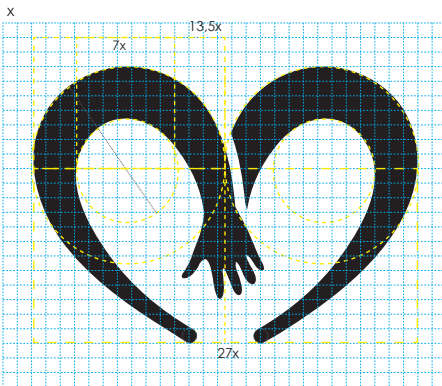
**Estudio de trabajo,**  
disfrutando de lo que  
hacemos mejor.



## Imagotipo blanco y negro

Se maneja a blanco y negro para definir formas, funcionalidad, legibilidad.

Se empleó una tipografía la cual se manipuló para adquirir formas amigables que es lo que la unidad necesitaba y nuestro concepto demandaba.

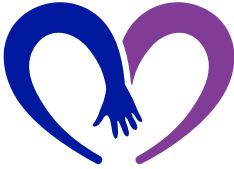
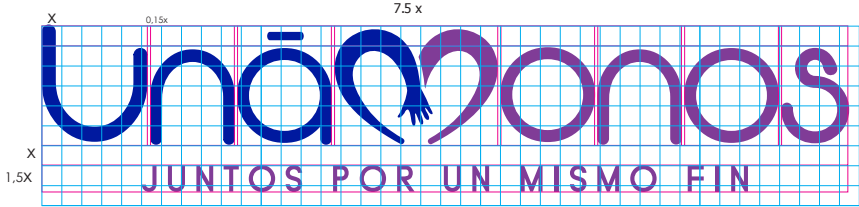


## Isotipo blanco y negro

Trazos curvos de forma simétrica dieron como resultado el isotipo de la campaña, el cual a más de ser un corazón entrelazado con manos simula una M para el imagotipo "Unámonos".

# Proceso Técnico

## Imagotipo de la campaña a color



JUNTOS POR UN MISMO FIN

Imagotipo final para la campaña Unámonos, donde el isotipo se fusiona con el imagotipo de tal manera que forma una sola palabra, junto a su copy "Juntos por un mismo fin", teniendo en cuenta el espaciado entre letras, y espaciado entre líneas.

### Isotipo final

Isotipo final que resume el concepto de la campaña UNÁMONOS, y el copy de enganche usando 2 colores de comunicación clara y fácil de recordar.

### Colores CMYK



C= 66  
M= 86  
Y= 0  
K= 0



C= 100  
M= 90  
Y= 10  
K= 1

### Cuatricomia OFFSET

### Pantones



Pantone 527C



Pantone blue 072

Tinta Directa OFFSET

### Colores RGB



R= 118  
G= 61  
B= 144

#763D90



R= 40  
G= 52  
B= 130

# 283482

Estos colores fueron elegidos, porque el azul es un color serio que representa la responsabilidad y el compromiso que se quiere reflejar en la campaña como tal, seguido de un violeta muy jovial colocado estratégicamente para que sea agradable a nuestro público objetivo, la combinación de estos forman los valores y concepto que se quiere mostrar en la campaña.



Tipografía de imago tipo

IMAGOTIPO Unámonos: **Vonique 64**

A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z

Mayúsculas

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z

Minúsculas

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Números

Variantes:

REGULAR

ITALIC

BOLD

BOLD ITALIC

Copy : **Typo Grotesk**

A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z

Mayúsculas

a b c d e f g h i j k l m  
n o p q r s t u v w x y z

Minúsculas

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Números

Variantes:

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

## Proceso Técnico

### Aplicación de isotipo



ISOTIPO A COLOR,  
**FONDO BLANCO**



ISOTIPO A COLOR,  
**FONDO CLARO**



ISOTIPO,  
**FONDO OSCURO**

### Colores de **fondos de la campaña**



**TEXTURAS**

La creación de estos personajes, fueron pensados bajo el concepto de manos solidarias, en donde nuestros amigos forman parte de la idea principal de la campaña para la Unidad de Vínculos con la Sociedad ESPOL, "UNÁMONOS". Cada uno representa características únicas, tomadas de estudiantes de la ESPOL, con el fin de que estos se sientan identificados con los personajes creados.

La creación de estos cuatro personajes es porque vínculos ofrece proyectos sociales en cuatro ramas, ambiental, turismo, educación y tecnología de la información, cada uno de estos serían los voceros de cada área y fomentarán la integración social.

### Talis

#### ÁREA AMBIENTAL

- Humanista,
- Ecológica,
- Social,
- Solidaria.



### Tivo

#### ÁREA EDUCATIVA

- Inteligente,
- Responsable,
- Estudioso,
- Emprendedor.



### Tico

#### ÁREA TURÍSTICA

- Alegre,
- Moderno,
- Divertido,
- Arriesgado.



### Nolo

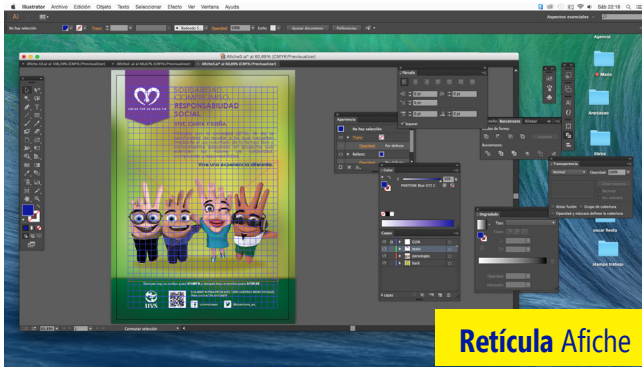
#### ÁREA TECNOLÓGICA

- Consciente,
- Investigador,
- Dedicado,
- Conservador.



# Piezas Gráficas

AFICHES INFORMATIVO



Retícula Afiche



AFICHE INFORMATIVO  
TAMAÑOS A3 - A2  
PAPEL COUCHE 90 GR  
FULL COLOR  
MOTIVO 1

# Piezas Gráficas

**AFICHE INFORMATIVO**  
TAMAÑOS A3 - A2  
PAPEL COUCHE 90 GR  
FULL COLOR  
MOTIVO 2



El cielo es  
nuestro único  
**LÍMITE.**

VÍNCULOS CON LA SOCIEDAD ESPOL HA GENERADO  
MÁS DE 25 PROYECTOS DE AYUDA SOCIAL E  
INTEGRACIÓN.

Generando en cada uno de sus VOLUNTARIOS  
una experiencia inolvidable. Te invitamos a que  
formes parte de la sensación más grandes que  
es de recibir una sonrisa diciendo **GRACIAS.**



Siempre hay un motivo para **SONREIR** y siempre hay un motivo para **AYUDAR.**



Unamono.ec



@Unamono.ec

SI QUIERES ENTERRARTE DE MÁS, VISITA NUESTRAS REDES SOCIALES.  
SERÁ UN PLACER AYUDARTE.



**SOLIDARIDAD,  
COMPROMISO,  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL.**

**VIVE, CANTA Y SUEÑA.**

Vinculos con la sociedad ESPOL te da la  
oportunidad de ayudar a los que necesitan  
mediante el uso voluntario de tu tiempo libre y  
conocimientos adquiridos, en proyectos que  
estimulen los valores de solidaridad,  
compromiso y responsabilidad.

**Vive una experiencia diferente.**



Siempre hay un motivo para **SONREIR** y siempre hay un motivo para **AYUDAR.**



SI QUIERES ENTERRARTE DE MÁS, VISITA NUESTRAS REDES SOCIALES.  
SERÁ UN PLACER AYUDARTE.



Unamono.ec

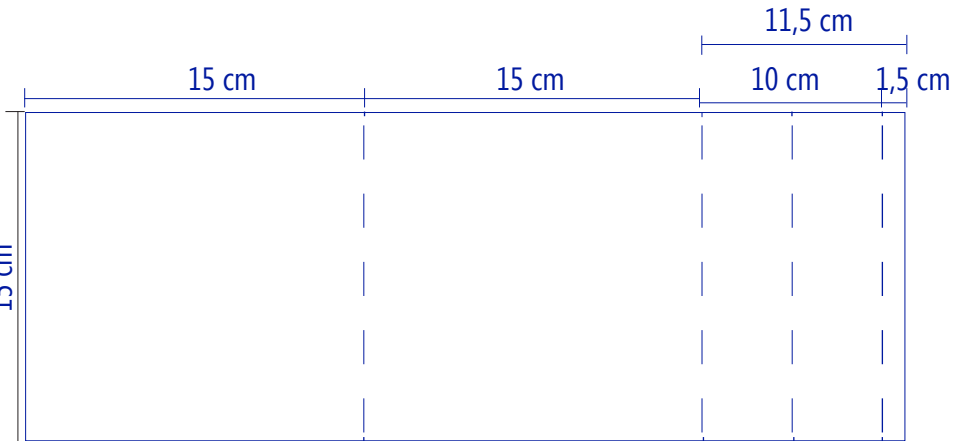
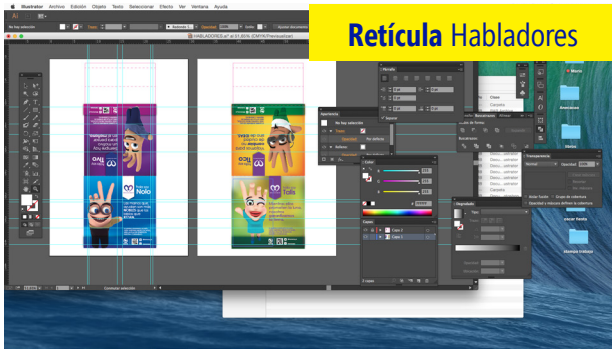


@Unamono.ec

**AFICHE INFORMATIVO**  
TAMAÑOS A3 - A2  
PAPEL COUCHE 90 GR  
FULL COLOR  
MOTIVO 3

# Piezas Gráficas

## Habladores triangulo



**Plano Mecánico**

# Piezas Gráficas



**HABLADOR TRIANGULO**  
 TAMAÑOS 41,5 X 15 CM  
 CARTULINA MAULE 200 GR  
 FULL COLOR  
 MOTIVO 1



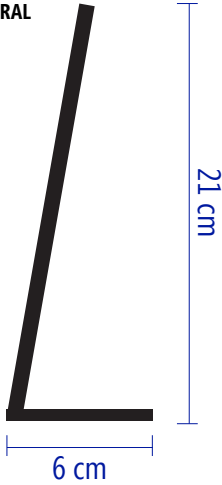
**HABLADOR TRIANGULO**  
 TAMAÑOS 41,5 X 15 CM  
 CARTULINA MAULE 200 GR  
 FULL COLOR  
 MOTIVO 2

# Piezas Gráficas

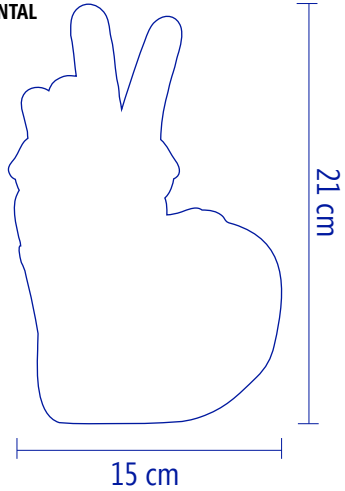
## Habladores / Termoformados



VISTA LATERAL



VISTA FRONTAL



Plano mecánico



# Piezas Gráficas

## Habladores / Termoformados

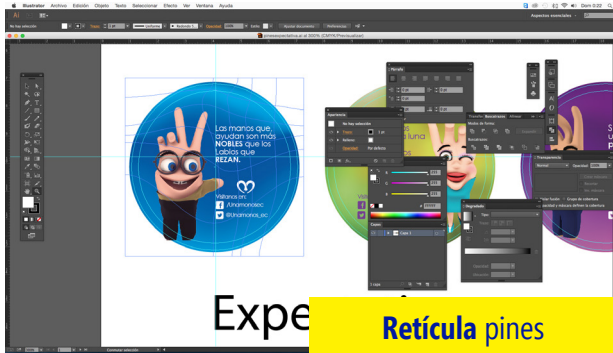


**TERMOFORMADOS**  
VINIL ADHESIVO  
LAMINADO UV  
15 X 21 CM  
4 MOTIVOS



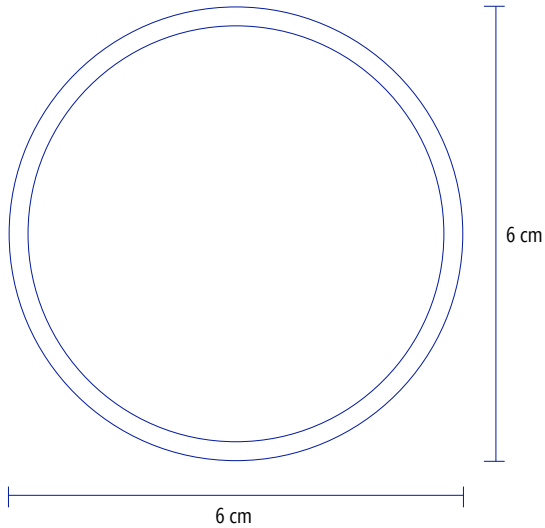
# Piezas Gráficas

## Pines



Área de trabajo

**Plano mecánico**



# Piezas Gráficas

## Pines y Stickers

**Pines de expectativa**  
6 cm de diámetro  
Full color  
4 motivos



**Stickers Expectativa**  
8 x 8 cm  
Full color  
Papel Adhesivo  
4 motivos

**Pines**  
6 cm de diámetro  
Full color  
4 motivos



**Stickers**  
8 x 8 cm  
Full color  
Papel Adhesivo  
4 motivos

# Piezas Gráficas

## Roll up

80 cm

200 cm

**Una mano AMIGA, Una mano SOLIDARIA.**

JUNTOS POR UN MISMO FIN

**UNÉTE** A LA INICIATIVA DE UNÁMONOS, JUNTOS APORTANDO CON LA SOCIEDAD, JUNTOS CREANDO UN MEJOR PORVENIR.

¡POLITÉCNICOS A DECIR **PRESENTE!**

BUSCAMOS PROYECTOS EN LAS SIGUIENTES ÁREAS:  
AMBIENTE - EDUCACIÓN - TURISMO - TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

Siempre hay un motivo para **SONREIR** y siempre hay un motivo para **AYUDAR**.

SI QUIERES ENTERARTE DE MÁS, VISITA NUESTRAS REDES SOCIALES. SERÁ UN PLACER AYUDARTE.

UVS | | Unamono.ec | @Unamono.ec

**El cielo es nuestro único LIMITE.**

JUNTOS POR UN MISMO FIN

VÍNCULOS CON LA SOCIEDAD ESPOL HA GENERADO MÁS DE 25 PROYECTOS DE AYUDA SOCIAL E INTEGRACIÓN.

**UNÉTE** A LA INICIATIVA DE UNÁMONOS, JUNTOS APORTANDO CON LA SOCIEDAD, JUNTOS CREANDO UN MEJOR PORVENIR.

¡POLITÉCNICOS A DECIR **PRESENTE!**

BUSCAMOS PROYECTOS EN LAS SIGUIENTES ÁREAS:  
AMBIENTE - EDUCACIÓN - TURISMO - TECNOLOGÍA DE LA

Siempre hay un motivo para **SONREIR** y siempre hay un motivo pa

SI QUIERES ENTERARTE DE MÁS, VISITA NUESTRAS REDES SOCIALES. SERÁ UN PLACER AYUDARTE.

UVS | | Unamono.ec | @Unamono.ec

**Roll up**  
80 x 200 cm  
Full color  
Lona/estructura  
2 motivos

# Piezas Gráficas

## Rodelas / Colgadores



**Rodelas**  
50 x 120 cm  
Full color  
Vinil/cintra  
4 motivos



# Piezas Gráficas

## Souvenirs



### Souvenirs

- Vasos
- Plumas
- Camisetas

Pines, pieza que se realizaron para regalar a personas influyentes profesores y amigos para viralizar la campaña.  
**Lugar: EDCOM**



# Piezas Gráficas

## Medios digitales

### FLYERS DIGITALES

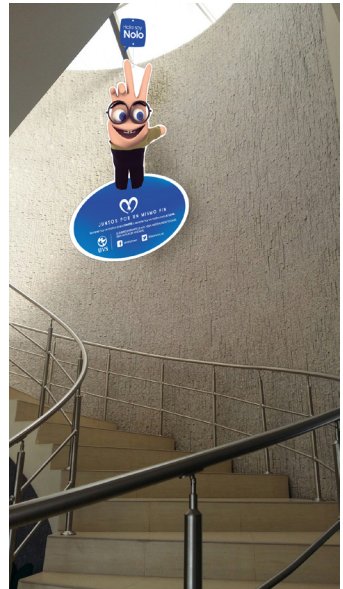


COVERS FACEBOOK / TWITTER

# Resultados

## Implementación artes

Implementación de afiches informativos en lugares estratégicos.  
**Lugar: EDCOM**



Colgantes Rodelas, diseño novedoso implementado con el fin de captación de gente.  
**Lugar: EDCOM**



# Resultados

## Implementación artes



Implementación habladores en triángulo presentando la campaña, Lugar: EDCOM



Implementación de vinil adhesivos en lugares donde llamen la atención. Lugar: EDCOM y oficinas de vínculos.

# Resultados

## Implementación artes



Roll ups informativos.  
Lugar: EDCOM



Material de información  
para captación de gentes,  
en las oficinas de la  
facultad  
Lugar: EDCOM

# Resultados

## Activación



Se generó esta idea de activación por dos fines primordiales, el primero es para reforzar los personajes y el segundo es para generar interactividad y tráfico en nuestras redes sociales.

La idea consiste en la creación de un Photo Booth donde la cámara se encontrará situada de tal manera que parezca que el personaje está tomando la foto o SELFIE, el disparo de la cámara será mediante un interruptor en donde la persona o personas lo manejará a su antojo.

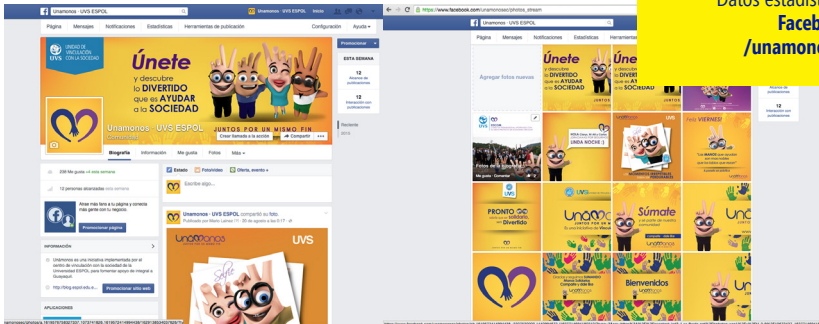
La foto se mostrará en un monitor donde la persona mediante un mouse podrá subirla a nuestra fan pages y etiquetarse o etiquetar a sus amigos. Así obteniendo más tráfico y más fans para que la información de vínculo sea más efectiva y llegue de manera más directa.



Foto que se generará y se colgará en nuestras redes sociales.  
En conjunto a nuestro perfil de twitter preguntaremos sobre la experiencias unámonos, ESPOL.  
**Facebook:** /unamonosec  
**Twitter:** @unamonos\_ec

# Resultados

## Implementación medios digitales



Datos estadísticos  
Facebook  
/unamonosec



Interacciones de nuestra comunidad, posteos, videos, afiches, frases.  
**Facebook /unamonosec**

# Resultados

## Implementación medios digitales

### Datos estadísticos twitter @unamonos\_ec

Menciones

Three Design @ThreeDesign\_DT · 25 ago.  
Trabajando en Exposición #nahimisaias #economicircular #edcom @espol @Andreapinoacost @RelacionistasES @unamonos\_ec pic.twitter.com/AMNEic3EZB

Three Design @ThreeDesign\_DT · 25 ago.  
Trabajando en Exposición #nahimisaias #economicircular #edcom @espol @Andreapinoacost @RelacionistasES @unamonos\_ec

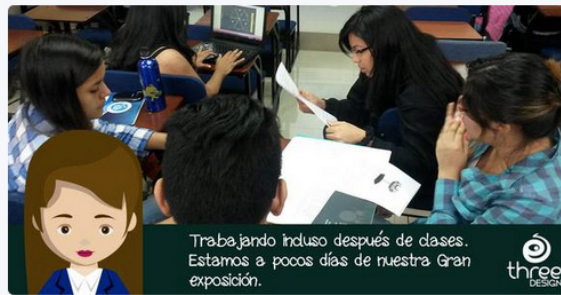
Three Design @ThreeDesign\_DT · 25 ago.  
Trabajando incluso después de clases. Estamos a pocos días de nuestra Gran exposición.

Unamonos @unamonos\_ec · 16 ago.  
Nunca es tarde para aprender y tampoco para ayudar, @unamonos\_ec y aporta con tus Conocimientos a la Sociedad

Club Emprendedores @CE\_Espol  
Charla de Marketing con Erick Fuentes @elerick #3DSGYE #ESPOL #ClubDeEmprendedores #Samsung #BicNoSabeFallar

★ **ELENA TINIZARAY** y **Gabriela Balda Q** marcaron como favorito un Tweet en el que fuiste mencionado  
24 ago.: Reutilizando materiales #nahimisaias #economicircular #edcom @espol @Andreapinoacost @RelacionistasES @unamonos\_ec pic.twitter.com/AMNEic3EZB

**Three Design** @ThreeDesign\_DT · 25 ago.  
Trabajando en Exposición #nahimisaias #economicircular #edcom @espol @Andreapinoacost @RelacionistasES @unamonos\_ec



Trabajando incluso después de clases. Estamos a pocos días de nuestra Gran exposición.

**Unamonos** @unamonos\_ec · 16 ago.  
Nunca es tarde para aprender y tampoco para ayudar, @unamonos\_ec y aporta con tus Conocimientos a la Sociedad



Interactividad  
twitter  
@unamonos\_ec

**Unamonos**  
@unamonos\_ec

Unamonos es una iniciativa implementada por la Unidad de Vinculos con la sociedad de la Universidad ESPOCH para fomentar apoyo de integral y Quipuyachi.

Ecuador  
blog.espol.edu.ec/vinculos/

Fotos y vídeos

Notificaciones

**ELENA TINIZARAY** @elena\_tinizaray · 23 ago.  
Hoy Economía Circular "Voto en nuevas ideas", fue una gran experiencia. Gracias @unamonos\_ec @espol @RelacionistasES

**Unamonos** @unamonos\_ec · 23 ago.  
¡Felicitaciones a @elena\_tinizaray por su participación en el evento de Economía Circular!

Twitter profile for @unamonos\_ec

Unamonos  
JUNTOS POR UN MISMO FIN  
Es una iniciativa de Vinculos de la ESPOCH

TWEETS	SEGUIENDO	SEGUIENDO	FAVORITOS
87	141	20	1

Editar perfil

A quién seguir: Avísales · Ver redes





