



ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS

LIGRA

BRIEF

Integrantes:

Fernando Emilio Donoso Baquerizo
Andrea Viviana Vásquez Cueva

Título:

Reestructuración de Identidad Corporativa de la Sociedad Ecuatoriana de Biotecnología (SEBIOCA).



EDCOM
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Año 2015

RESUMEN

El propósito de este proyecto es planear y desarrollar un propuesta alternativa para reemplazar la antigua identidad corporativa de la empresa SEBIOCA - Sociedad Ecuatoriana de Biotecnología. El motivo de la realización de esta propuesta gráfica se debe a que durante mucho tiempo la empresa no ha desarrollado esfuerzos en establecer una Identidad Corporativa fuerte, no pensar en desarrollar un plan para que el público objetivo no tenga dificultades para identificar y diferenciar la marca pudiera acarrear serios problemas financieron a largo plazo.

Es por esto que se ha decidido tomar particular atención y se ha creado y desarrollado un Concepto Creativo para la marca SEBIOCA.



BRIEF

CONTENIDO

Página

1. Antecedentes	1
2. Público objetivo o target	2
3. Investigación y Metodología del Proyecto	3
4. Objetivos del proyecto	4
5. Presentación del producto gráfico	5
6. Cronograma	6
7. Presupuesto	7
8. Resultados esperados	8
9. Conclusiones	9
10. Glosario	10



BRIEF

ANTECEDENTES

SEBIOCA - Sociedad Ecuatoriana de Biotecnología.
Es una organización dedicada al desarrollo de productos y servicios en biotecnología vegetal, especializados en cultivo in vitro.

Los laboratorios de SEBIOCA con sede en la ESPOL, están diseñados para la obtención de grandes cantidades de plantas mejoradas y de calidad. Su producción principal es la multiplicación de banano William.

SEBIOCA se aprovecha de la capacidad que tienen todos los organismos de origen vegetales para regenerar toda la planta a partir de únicamente una célula; SEBIOCA ha desarrollado un sistema muy eficiente de multiplicación de miles de plantas a partir de sólo unas pocas unidades usándolas como "plantas madres", a esta técnica se la conoce como cultivo in vitro.

Todo el proceso se lleva a cabo en los laboratorios de SEBIOCA, donde se brinda los nutrientes necesarios que la planta necesita para un desarrollo rápido y eficiente, esto se logra mediante estrictos ambientes libres de agentes nocivos que alteren el correcto y puro crecimiento de la planta. Otro elemento esencial en el cultivo in vitro es el control de estricta esterilidad, combatiendo microorganismos que podrían influir deterioros en el tejido vegetal.



BRIEF

PÚBLICO OBJETIVO

Se ha delimitado al público objetivo según las necesidades específicas de los Objetivos de Diseño, por este motivo el público debe someterse las siguientes características:

- Ser productor propietario de aréar para cultivar.
- Vivir o poseer tierras en la provincia del Guayas y Los Ríos o cercanías.
- Edad Mayor de 30 años.
- Sexo es indistinto.



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

Por la naturaleza del acercamiento científico hacia el problema esta investigación va a hacer uso de la técnica Explicativa y Descriptiva. Los datos necesarios para el desarrollo del proyecto se recolectaron mediante una entrevista con directivos de SEBIOCA para tratar profundamente sobre el desarrollo de la idea que crear una nueva Identidad Corporativa. Durante la entrevista se obtuvo material importante que ayudó a marcar el rumbo del proyecto.

Principalmente este proyecto se encargará de recolectar información visual antigua para obtener una idea de sus antecedentes gráficos, mediante el análisis de las mismas más una exhaustiva investigación gráfica, obtendremos como resultados información en bruto, que será después procesada por el grupo encargado de la realización del proyecto gráfico.

Mediante la investigación y el análisis gráfico de la competencia se busca obtener un concepto identificativo que sea la base sólida de todo el proyecto.

Se hará uso de técnicas creativas de desarrollo de ideas como Design Thinking y Brainstorming.



BRIEF

OBJETIVOS

DE DISEÑO

No sólo crear una propuesta gráfica atractiva visualmente, sino también que sea impuesta en el público objetivo, que su primera elección sea SEBIOCA al momento que surja la necesidad de adquirir plantas invitro de calidad.

Por medio de imágenes ingresar en la mente del consumidor y crear una relación SEBIOCA - CALIDAD.

Evitar usar texto de estructura compleja o científica, desarrollar una campaña con un 90% imagen pura y simple, pero atractiva y sólo un 10% de texto descriptivo fácil de relacionar para el target.

El target asociaría a SEBIOCA con ESPOL, y por lo tanto debe relacionarse que ESPOL es la universidad más prestigiosa de Ecuador, y que su aval es una fortaleza para la misma.

DE COMUNICACIÓN

Transmitir al público el siguiente concepto:

SEBIOCA ES: *“Líder en clonación in vitro con el respaldo de ESPOL, Universidad Clase A, líder en investigación”.*

Este objetivo se logrará haciendo uso de las siguientes herramientas gráficas: formas, tipografías, símbolos, espacios, colores, imágenes, diseño de papelería corporativa y diseño de ambiente de las oficinas. Las mismas que estarán presentes dentro de la identidad corporativa de la organización.

Mediante las herramientas gráficas nombradas anteriormente se transmitirá los siguientes conceptos connotativos:

FORTALEZA - GRANDEZA - SOLIDEZ - EXPERIENCIA

Este grupo de conceptos otorgarán a SEBIOCA una IDENTIDAD o PERSONALIDAD corporativa firme.



BRIEF

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

El contenido de la carpeta de presentación de servicios contendría:

- 7 Posters de presentación tamaño A2.
- 1 Carpeta de presentación.
- 1 Tarjeta de presentación del Gerente de Ventas.
- 1 Sobre Oficio
- 1 Sobre Manila
- 1 Troquel CD

La identidad corporativa se reflejará en todas las piezas gráficas que posea la marca, desde una tarjeta de presentación y uniformes de los empleados, hasta los productos promocionales que ofrezca la misma. Además se dispondrá de un renovado ambiente para la oficina principal de recepción (ver Manual de Marca).



DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS

BRIEF

CRONOGRAMA

Descripción	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Formulación Tema de Proyecto</i>			•																	
<i>Recolección de Datos</i>			•	•	•															
<i>Definición de Objetivos</i>			•	•	•															
<i>Elaboración de Brief</i>				•	•	•														
<i>Conceptualización de Ideas</i>							•	•												
<i>Brainstorming y Bocetos</i>								•	•											
<i>Creación de Imagetipo</i>									•	•										
<i>Desarrollo de Identidad Corporativa</i>											•									
<i>Diseño de Piezas Publicitarias</i>												•	•							
<i>Desarrollo de Concepto Decoración Interior</i>													•	•						
<i>Diseño de Infografía y Brochure de Procesos</i>																•				
<i>Presentación de Resultados Finales</i>																	•			
<i>Entrega</i>																		•		



BRIEF

PRESUPUESTO

		UNITARIO	TOTAL
Egresos			\$ 2.800,00
Gastos	COSTOS FIJOS		\$ 700,00
	Servicios Básicos	\$ 50,00	\$ 200,00
	Movilización	\$ 25,00	\$ 100,00
	Gastos Varios	\$ 50,00	\$ 400,00
	Mes 01 a 04		
Diseño	INVESTIGACIÓN - DESARROLLO		\$ 300,00
	Concepto Creativo	\$ 300,00	\$ 300,00
	Mes 01 a 02		
Construcción	CONSTRUCCIÓN DE MARCA		\$ 400,00
	Bocetos	\$ 100,00	\$ 100,00
	Diseño de Propuestas	\$ 100,00	\$ 100,00
	Prototipo Final	\$ 200,00	\$ 200,00
	Mes 02 a 03		
Comunicación	PIEZAS GRÁFICAS		\$ 1.400,00
	Diseño de Papelería	\$ 550,00	\$ 550,00
	Tarjeta de Presentación		
	Hoja Membretada		
	Sobre Carta		
	Sobre Manila		
	Carpeta Institucional		
	Troquel CD		
	Roll Up		
	Prototipo Concepto Diseño Interior	\$ 150,00	\$ 150,00
	Diseño Afiches	\$ 100,00	\$ 700,00
	Mes 03 a 04		



BRIEF

RESULTADOS ESPERADOS

Después de la implementación de este proyecto se espera mejores resultados en cuanto al posicionamiento de marca en la mente del consumidor, que SEBIOCA no sólo exista en la mente del consumidor sino además OCUPE un espacio en la misma. Ese espacio obtenido en la mente de los consumidores será la Identidad Corporativa.

Facilitar la diferenciación de la organización entre otras entidades será otro desenlace esperado por el fruto del desarrollo de la implementación de este proyecto gráfico. Como parte de la diferenciación también se cuenta con que los públicos tengan a SEBIOCA presente en sus decisiones.

Mediante el desarrollo de la papelería corporativa y los afiches realizados para esta campaña que posteriormente deberían ser impresos, se espera que el público aprenda a reconocer la marca paulatinamente y que SEBIOCA tenga una VALOR DIFERENCIAL con respecto a otras marcas que existan para ellos.

Mediante el desarrollo de los afiches impresos se espera tener mejor retroalimentación de tránsito en la organización o en su efecto incremento en el número de llamadas por parte del público expuesto a los mismos.

Aumentar gradualmente el reconocimiento de SEBIOCA en los productores, asociar pensamientos inconcientes SEBIOCA-CALIDAD. Asimismo que gradualmente ocupe los primeros lugares en la mente del target cuando este necesite cubrir los servicios que SEBIOCA puede ofrecer.



BRIEF

CONCLUSIONES

La importancia de la Identidad Corporativa en SEBIOCA es la gestión de los atributos de identidad y su comunicación a sus públicos, el objetivo a priori es lograr una identificación, diferenciación y preferencia de la organización. Debido al incremento del entorno general y competitivo, uno de los problemas más importantes de SEBIOCA es que su público tiene problemas para identificar y diferenciar los productos y servicios que ofrece. Por esta razón la Imagen Corporativa (atributos que el público asocia a la empresa) es de alta importancia y adquiere un rol importantísimo, ya que sin la misma sería imposible crear VALOR para la entidad y por mismas razones no se podría OCUPAR un espacio en la mente de los consumidores.

También es importante mencionar que un perfil de identidad establecido correctamente de manera que sea duradero, propio y diferenciado, creando VALORES para los públicos.

La importancia de una Identidad Corporativa fuerte permitirá que el público tenga un esquema de



BRIEF

GLOSARIO

Identidad Corporativa: La identidad corporativa o identidad visual es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

Design Thinking: Es una metodología para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. Proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores de producto. De ahí su nombre, que en español se traduce de forma literal como "Pensamiento de Diseño", aunque nosotros preferimos hacerlo como "La forma en la que piensan los diseñadores".

Brainstorming: El Brainstorming es probablemente la técnica más antigua y más conocida, al menos de nombre. Su creador, Alex Osborn, lo describió en su libro *Applied Imagination*, publicado el 1954, aun cuando él ya lo venía utilizando desde el 1939.

Sus objetivos principales son: llevarnos a romper las limitaciones habituales del pensamiento y producir un conjunto de ideas entre las que poder escoger (nadie quiere tener una única opción dónde escoger cuando va a comprar un coche o un detergente, por lo tanto, ¿porqué tener sólo una opción cuando se intenta resolver un problema?).

In Vitro: (latín: dentro del vidrio). Se refiere a una técnica para realizar un determinado experimento en un tubo de ensayo, o generalmente en un ambiente controlado fuera de un organismo vivo. La fecundación in vitro es un ejemplo ampliamente conocido.

