



ESPOL
"Impulsando la sociedad del conocimiento"

Materia Integradora

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS

LIGRA

BRIEF

Integrantes:

Lilian Beatriz Silva Salazar
Ericka Sabrina Tircio Sarabia
Paralelo 3

Título:
Marca Institucional y Señalética SEBIOCA

RESUMEN

El propósito de este documento es proporcionar un cambio positivo en la imagen de SEBIOCA y que de esta manera mejoren su proyección hacia sus clientes, generando un notorio crecimiento en su target, cabe recalcar que el "proyecto", presenta una serie de propuestas que comunican la misión, visión y resalta los valores de la empresa.

Dada la existencia de un manual institucional de la ESPOL y siendo SEBIOCA gran parte de la misma, nos hemos basado en la aplicación y lineamientos del documento para la creación de esta propuesta, detallados a continuación: diagramación de encabezado y pie de páginas para los documentos que emiten y circulan en la empresa; arte y diagramación del logo debido a cambio de imagen y mejora de proyección; arte y diagramación de banners, entre otros. Creando así una ventaja al ser vinculados directamente con una institución que ha mantenido una imagen de prestigio e innovación constante.



BRIEF

CONTENIDO

Página

1. Antecedentes	4
2. Público objetivo	5
3. Investigación y Metodología del proyecto	6
4. Objetivos del proyecto	7
5. Presentación del producto gráfico	8
6. Cronograma	9
7. Presupuesto	10
8. Resultados esperados	11
9. Conclusiones	12
10. Anexos	13



BRIEF

ANTECEDENTES

SEBIOCA inició en 1997 como una empresa de investigación y desarrollo, en la actualidad vende productos y servicios, es una empresa mixta (52% de Espol y 48% autogestión), vende plantas de banano de 21 cm, plantas ornamentales y ofrece servicios de seguimiento de productos, control de plantación (garantía), visitas técnicas (calidad), climatización para plantaciones.

La misión y visión que maneja la empresa desde su concepción actualmente son:

Misión mejorar el rendimiento de la producción agrícola aplicando técnicas de biotecnología en propagación y conservación de plantas basandose en la investigación científica y tecnológica.

Visión ser reconocidos como empresa líder del mercado de cultivos comerciales de alta calidad genética y fitosanitaria. Entre sus objetivos busca mejorías en el rendimiento agrícola mediante la siembra biotecnológica de alta genética y fitosanitaria de los cultivos comerciales y el desarrollo de las técnicas de propagación dando respuestas rápidas a las necesidades del mercado.



BRIEF

PÚBLICO OBJETIVO

El mercado de SEBIOCA se encuentra en la zona agrícola del país, busca vender sus productos a productores bananeros, hacendados cuyas edades fluctuan entre 40 y 50 años.

Los campesinos no tienen acceso a internet o redes sociales, sin embargo los hacendados usan smartphone y leen periódicos de noticias agrícolas a través de ellos, sus haciendas están ubicadas en Babahoyo, Guayas, Machala, Samborondón, Pasaje.



BRIEF

INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

Entrevista: Por medio de una serie de preguntas, se entrevistó al Ing. CPA. Daniel Gonzalez G., METRI con la finalidad de conocer más sobre SEBIOCA, y determinar su estado actual, misión y visión, las mismas que nos otorgaría mayor información para basar una línea gráfica que vaya acorde a SEBIOCA.

FODA, fué una herramienta muy útil para determinar los elementos que utilizaríamos de la situación actual de la compañía, además de esto se realizó el uso de metodologías de diseño tales como: Mapas Mentales, que nos ayudó a conectar ideas para formar el concepto en el que basaremos la representación gráfica de la compañía, también hicimos uso de la Lluvia de ideas o Brainstorming, que nos ayudó a conectar el concepto encontrado, definiendo características que proyecten efectivamente a SEBIOCA.



BRIEF

OBJETIVO DEL PROYECTO

DE COMUNICACIÓN

- Definir la estrategia
- Posicionar la imagen de SEBIOCA en la mente del consumidor.
- Crear awareness de SEBIOCA
- Posicionar la oferta de servicios que SEBIOCA no publicita.

DE DISEÑO

- Cambiar la imagen de SEBIOCA
- Generar una línea gráfica acorde a las necesidades de la empresa
- Creación de señalética para las oficinas de SEBIOCA.
- Ofrecer más opciones de publicidad para que Sebioca destaque la venta de productos y servicios.



BRIEF

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

Las normativas de dimensiones y materiales utilizados deben estar sujetos a estándares de impresión internacionales con formatos ISO 216 /SERIE A, dentro de estos materiales van a estar, el papel bond, cartulina couche y laminado mate en lo que se refiere a tarjetas de presentación.

Papelería:

Hoja 4

Medidas: 21cm x 29.7cm

Material: Papel Bond, 75gr

Color: Blanco

Sobre carta

Medidas: 24cm x 11.5cm

Material: Papel Bond 75gr

Color: Blanco

Sobre manila

Medidas: 22cm x 14.5cm

Material: Papel Bond 75gr

Color: Blanco, gris y verde

Tarjetas de presentación

Medidas: 8.5cm x 5.5cm

Material: Cartulina couche laminado mate

Color: colores corporativos

Carpetas

Medidas Cerrada: 23cmx 32cm

Material: Cartulina

Credenciales

Medidas: 7cmx 10cm

Material: PVC



BRIEF

CRONOGRAMA

	OCT.				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
	4	1	SEMANA 2	3	4	1	SEMANA 2	3	4	1	SEMANA 2	3	4	1	SEMANA 2	3	4			
Selección del tema	■																			
Investigación de la marca	■	■	■																	
Estudio de manual de marca Espol		■	■	■																
Preparación de preguntas			■	■	■															
Cita/envío de correo				■	■	■														
Primera visita para concretar entrevista					■	■	■													
Maquetación de preguntas						■	■	■												
Elaboración de cuestionario							■	■	■											
Cita con gerente de SEBIOCA								■	■	■										
Realización del brief en base a la entrevista realizada									■	■	■									
Presentación de avance										■	■	■								
Reunión con expertos en MKT Gissella Zambrano (Coordinadora DPTO. de ventas Banco Guayaquil)											■	■	■							
Reunión Coordinador Dpto. de telemarketing Ec. Heydi Pazmiño (Postgrado FCSH)												■	■	■						
Previa cita (Oficial senior en MKT) Banco Guayaquil Christian Suzuki													■	■	■					
Presentación avance brief														■	■	■				
Cita															■	■	■			
Aplicación modelo de negocio																■	■			
Culminación del brief																	■			
Presentación del brief																	■			
Elaboración de propuesta gráfica																	■			
Maquetación del manual																	■			
Elaboración de propuesta gráfica																	■			
Avance 2 del brief																	■			
Planificación de manual de marca																	■			
Inicio de manual de marca																	■			
Creación digital de manual de marca																	■			
Envío corrección del brief (Lcda. Mariella V)																	■			
Brief recibido																	■			
Avance 1 de manual de marca																	■			
Presentación del brochure																	■			
Corrección de manual de marca																	■			
Edición de manual y brochure																	■			
Edición de cronograma																	■			
Corrección de logo																	■			
Envío de correo para visitar las instalaciones																	■			
Avance 2 del manual de marca																	■			
Avance 4 del brief																	■			
Corrección 3 del manual de marca																	■			
Visita a instalaciones SEBIOCA																	■			
Envío de brochure																	■			
Revisión de brochure																	■			
Ediciones de brief, manual y brochure																	■			
Envío de Documentación																	■			
Correcciones																	■			
Presentación Final																	■			



BRIEF

PRESUPUESTO

Proyecto de diseño ej. editorial, señalética, identidad c. etc

		Unitario	Total
		\$ 3.754,00	\$ 3.754,00
Costos de Inversión Investigación y Desarrollo			
	Investigación Explorativa	\$ 100,00	\$ 100,00
	Concepto Creativo (idea, definición grupo objetivo).	\$ 400,00	\$ 400,00
Costos Fijos			
	Movilización	\$ 100,00	\$ 100,00
	Diseñador/Fotógrafo	\$ 600,00	\$ 600,00
	Diseñador/Diagramador	\$ 600,00	\$ 600,00
Construcción de Propuestas			
	Elaboración de Propuestas (machote)	\$ 200,00	\$ 200,00
	Digitalización de propuestas	\$ 80,00	\$ 80,00
	Diagramación	\$ 250,00	\$ 250,00
	Prototipo Final	\$ 350,00	\$ 350,00
Comunicación			
Diseño de piezas gráficas			
	Línea Gráfica	\$ 200,00	\$ 200,00
	Diagramación y Maquetización	\$ 250,00	\$ 250,00
	Fotografías	\$ 450,00	\$ 450,00
Proceso Final			
	Material Impreso	\$ 174,00	\$ 174,00



BRIEF

RESULTADOS ESPERADOS

Cambiar la percepción del público objetivo hacia SEBIOCA, ya que luego de su caída, la empresa se ha renovado y hoy en día se encuentra en recuperación de marca.

Con el cambio de imagen se quiere proyectar solidez y seriedad, y que además eleve sus ventas.

Proporcionar un manual de marca que conforme las necesidades del usuario, sigan las instrucciones detalladas en el mismo, para que no pierda en imagen, el vínculo que tendría con la marca ESPOL.



BRIEF

CONCLUSIONES

En base a lo conversado con un especialista en Marketing, se concluyó que SEBIOCA debe realizar una reestructuración de personal, quizás incorporando personal de ventas con conocimientos en el área de su empresa, que se lograría con preparación interna. Debido a que SEBIOCA vende otros productos y ofrece diversos servicios, los cuales no comunica, debe definir cuál es su negocio específico y enfocarse en promocionarlo, para así planificar estrategias de trabajo que vayan directo a su target específico.

Se recomienda un isotipo abstraído del producto estrella y aplicar el manual de marca ESPOL al logotipo de SEBIOCA, unificando la imagen de la empresa para que se proyecten desde una nueva estrategia de negocios conocido como lobbying empresarial y puedan comenzar a generar una red de conexiones seguras.



ANEXOS

Banco de preguntas
SEBIOCA

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

lbsilva@espol.edu.ec

etircio@espol.edu.ec

Tema materia integradora
IMAGEN INSTITUCIONAL Y SEÑALÉTICA

Alumnas: Lilian Silva Salazar y Ericka Tircio - *segundo término 2015*

MARQUE CON UN VISTO LA PREGUNTA RESPONDIDA:

- 1.- ¿Cómo inicio SEBIOCA?
- 2.- ¿Cuál es la Misión, Visión y Objetivos de SEBIOCA?
- 3.- ¿Qué quisieron proyectar en la creación del logo?
- 4.- ¿Cuál es el perfil de los clientes de SEBIOCA?
- 5.- ¿Cuál es el mercado de SEBIOCA?
- 6.- ¿Cual es el perfil del cliente de SEBIOCA?
- 7.- ¿Cómo llegan a su target?
- 8.- ¿Tiene SEBIOCA departamento de telemarketing?
- 9.- ¿Cómo ofrecen sus productos?
- 10.- ¿Cuentan con base de datos de clientes?
- 11.- ¿Cómo era SEBIOCA hace 10 años y cómo es ahora?
- 12.- ¿Tiene SEBIOCA alianzas (vínculos o sociedad) con otras empresas?
- 13.- ¿SEBIOCA tiene reconocimientos o premios que avalen su trayectoria y proezas?
- 14.- ¿Cómo es el perfil de los competidores de SEBIOCA?
- 15.- ¿Cómo es la competencia DIRECTA de SEBIOCA?
- 16.- ¿Cómo es la competencia INDIRECTA de SEBIOCA?
Nombre 3 competidores fuertes de SEBIOCA:
- 17.- ¿Que los diferencia de la competencia?
- 18.- ¿Colabora SEBIOCA en vínculos con la sociedad?
- 19.- ¿Cómo se ve SEBIOCA en los próximos años?(proyección a 10 años)
- 20.- ¿Es SEBIOCA una fuerte amenaza para su competencia?
- 21.- ¿Qué medios utiliza SEBIOCA para crear su publicidad?
- 22.- ¿Ha generado esta forma de publicidad, un plus que logre mayores ingresos a SEBIOCA?
- 23.- La imagen actual de SEBIOCA ¿es un factor de fuerte competencia?
- 24.- ¿Cómo se maneja la competencia de SEBIOCA en cuanto a imagen corporativa?
- 25.- ¿Qué medios publicitarios utiliza la competencia?
- 26.- ¿Quién realiza los diseños de publicidad en SEBIOCA?
- 27.- ¿Cual es el costo por más de gastos por publicidad (imprenta)?
- 28.- ¿Tiene SEBIOCA dpto. de Diseño?
- 29.- ¿Por qué lo consideran no necesario?
- 30.- ¿Hasta donde considera ud. podría cambiar la imagen de SEBIOCA? (considere cambio de colores corporativos, logo y reestructuración de imagen publicitaria)

GLOSARIO

A

Awareness: Conocimiento, percepción, recuerdo.

Fuente: www.adlatina.com/glosario/

F

Fitosanitaria: De la prevención y curación de las enfermedades de las plantas o relacionado con ello.

FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

I

Isotipo: Se refiere a la parte, generalmente icónica o más reconocible, de la disposición espacial en diseño de una marca, ya sea corporativa, institucional o personal. Es el elemento constitutivo de un diseño de identidad, que connota la mayor jerarquía dentro de un proyecto y que a su vez delinea el mapa connotativo para el diseño del logotipo, así como la siguiente aplicación de diseño en las restantes etapas de un proyecto de identidad corporativa, como la aplicación en papelería, vehículos o merchandising. La palabra isotipo hace referencia a aquello que es "igual al tipo".

Fuente: www.wikipedia.com

L

Lobbying profesional: es un colectivo con intereses comunes que realiza acciones dirigidas a influir ante la Administración Pública para promover decisiones favorables a los intereses de ese sector concreto de la sociedad. Las primeras utilizaciones políticas de este término son del siglo XIX.

Fuente: www.wikipedia.com

Logo: Distintivo compuesto por letras o imágenes, peculiar de una empresa, una marca o un producto.

Fuente: www.conceptodefinicion.de/logo/

Logotipo: Símbolo gráfico peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto. Grupo de letras, abreviaturas, cifras, etc., fundidas en un solo bloque para facilitar la composición tipográfica.

Fuente: www.rae.es

M

Maxhote: Un "machote" o "dummy" es un prototipo final de la revista con los dobles y cortes finales que contendrá, para que el impresor pueda determinar qué páginas pertenecerán a un mismo pliego de papel, con lo que se agiliza, abarata y se hace más preciso el trabajo de imprenta. A este orden de las páginas se le llama "printer spreads".

Fuente: es.answers.yahoo.com

P

Pantone: Sistema de control de colores. Este modo de color a diferencia de los modos CMYK y RGB suele denominarse color sólido.

Fuente: www.wikipedia.comz

