

Diseño del identificador visual para inEvent

Nancy Mendoza Rodríguez

Leidy Milena Rubiano Jiménez

Tutor

Hernán Hel Huertas Olaya

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Tecnología en Comunicación Gráfica

Bogotá D. C, mayo de 2014

AGRADECIMIENTOS

Nancy Mendoza Rodríguez

Agradezco a Dios por darme la vida y por regalarme la mejor madre del mundo que me apoya en todos mis proyectos. Gracias mamá por confiar y creer en mí, sobre todo gracias le doy a Dios por regalarme la mejor motivación del mundo, mi hijo Juan Sebastián que es mi motor de vida y por quien sigo adelante a pesar de todo. Agradezco especialmente al profesor Hernán Huertas por el apoyo que me brindó para poder continuar con este proyecto de grado y la motivación para continuar en los momentos que sentía que no podía seguir adelante, gracias profesor porque aprendí mucho académicamente, pero más que eso aprendí para la vida, aprendí a perseverar y a luchar por las metas trazadas así muchos digan que no se puede.

Leidy Milena Rubiano Jiménez

Doy gracias a Dios porque en la vida los seres humanos nos encontramos con diferentes caminos, algunos tienen grandes obstáculos que en ciertos momentos nos hacen pensar en desistir, pero la vida nos enseña a superarlos con la mejor actitud y con la compañía de grandes personas que brindan su apoyo incondicional; por eso gracias a mis padres que siempre estuvieron ahí esperando pacientemente, brindándome su apoyo y sacrificando siempre su bienestar por el mío, gracias a esos amigos que siempre me dieron palabras de aliento para seguir luchando por este logro, pero debo mi más sincero agradecimiento y respeto al profesor Hernán Huertas que siendo un excelente docente, tuvo la paciencia la dedicación que no tiene cualquier tutor con sus alumnos, y fue él quien nos motivó a alcanzar esta gran meta.

Agradecimientos

El presente trabajo de grado fue realizado con el acompañamiento del profesor Hernán Huertas y la aprobación de la profesora Catalina Campuzano en el taller de investigación, a ellos les expresamos nuestro agradecimiento por darnos la oportunidad de trabajar bajo su supervisión. Agradecemos su gran esfuerzo y dedicación, por guiarnos en este largo camino, por las sugerencias y correcciones que hicieron posible este trabajo que pasó por muchas adversidades y debido al apoyo que obtuvimos logramos concluir con éxito nuestro proyecto, es por ello que hacemos una mención especial a nuestro tutor Hernán Huertas por sus consejos, enseñanzas, por su gran dedicación, tiempo y por su paciencia y sobre todo por apoyarnos en un proyecto que para muchos no servía, muchas gracias maestro por creer en nosotras, para usted todo nuestro respeto y admiración. Agradecemos a Dios y a nuestros padres por darnos la oportunidad de cursar esta carrera por la confianza depositada en nosotras y creer siempre en nuestro trabajo.

Nuestro más sincero agradecimiento a los profesores de la Universidad Minuto de Dios, a nuestros amigos y demás personas que de una u otra manera contribuyeron en el desarrollo de nuestra carrera.

ÍNDICE

1. Título.....	2
2. Antecedentes.....	3
3. Problemática	4
4. Justificación	6
5. Objetivos.....	8
5.1 Objetivo General	8
5.2 Objetivos Específicos	8
6. Marco Teórico	9
7. Metodología	11
7.1 Objetivo Especifico 1	10
7.2 Objetivo Específico 2	10
7.3 Objetivo Específico 3	10
7.4 Objetivo Específico 4	11
8. Conceptualización y proceso gráfico	13
8.1 Historia de una sociedad del entretenimiento.....	13
8.2 Creación del nombre	13
8.3 Exploración formal.....	13
8.3.1 Simbolismo	13
8.3.2 El ampersand	22
8.3.3 El concepto de logotipo	24
8.4 Sobre el ambiente de aplicación visual del logo	26
8.4.1 Tipografía	32
8.4.2 Colores	32
9. Descripción de resultados	34
9.1 Tipografía	34
9.2 Colores	35
9.3 Creación de	36
10. Productos gráficos finales.....	37
10.1 Logo.....	37
10.2 Slogan	37
10.3 Logo simple	38
10.4 Ambiente.....	38
10.5 Aplicaciones	39
11. Bibliografía.....	45
11.1 Trabajos citados.....	45

1. DISEÑO DEL IDENTIFICADOR VISUAL PARA INEVENT

Este proyecto gráfico consiste en el diseño y creación del identificador visual para una empresa cuya actividad principal es la realización de escenografías temáticas para eventos, en el municipio de Melgar Tolima. La cual se propone ofrecer a sus clientes una experiencia inolvidable creando ambientes que involucran el color, decoración, recreación, con el sello personal del cliente, buscando ser líder en el campo del entretenimiento en la región.

2. ANTECEDENTES

Se han realizado múltiples análisis de la importancia que tiene la imagen corporativa para una empresa y siendo el identificador visual parte primordial de la misma se hace la selección de este tema, analizando la necesidad de la empresa, la cual se dedica principalmente a la creación de escenografías temáticas para eventos y que hasta ahora dará inicio a sus labores comerciales; no cuenta con identificador visual que le haga visible y reconocible en el mercado.

En general las empresas que realizan eventos, logística y recreación de la región, no cuentan con un identificador claro y bien orientado a su público objetivo. Haciendo un análisis acerca del tema se encuentra que existe una competencia indirecta en el municipio de Girardot Cundinamarca, que cuenta con un identificador visual poco llamativo y dentro de este análisis se encontró en la biblioteca de la Corporación Universitaria Minuto de Dios un proyecto de grado que hace referencia a la imagen corporativa de una casa de banquetes y eventos, esta data del año 2006 y allí se hace referencia a la importancia que tiene el identificador visual en una empresa así como la necesidad de renovación de la misma.

3. PROBLEMÁTICA

La empresa fue creada por dos jóvenes emprendedores que eran recreadores en el centro vacacional Cafam Melgar. Debido a su experiencia en el medio de la recreación y los eventos, surge en ellos una idea de conformar una empresa que se dedique a la realización de escenografía para eventos temáticos. En principio la empresa no cuenta con un nombre y menos con identificador visual que le haga visible en el medio comercial.

Acercándonos a la empresa y al medio en el que se desenvuelven, se realiza una visita al municipio de Melgar Tolima y se pudo observar que en las empresas de competencia directa e indirecta de la empresa, los habitantes del municipio no saben con exactitud qué empresas realizan eventos o recreación, puesto que muchas de estas no cuentan con un identificador visual que les proporcione reconocimiento, y las que cuentan con el mismo no es claro o tiene poco atractivo visual. Se hace manifiesto que las pequeñas empresas no cuentan con muchos recursos económicos y esto hace que no tengan la posibilidad de invertir en el diseño de una imagen que los identifique.

Por otro lado existe mucho desconocimiento acerca de la importancia que tiene la representación de una imagen al mercado y así mismo falta de asesoría. Las empresas están actuando sin saber que están desperdiciando oportunidades de apertura de nuevos mercados, a pesar de llevar muchos años prestando sus servicios a este municipio; hace falta un diseño de identificación de estas empresas para que se hagan más visibles para el municipio y sus alrededores; es necesario implementar una sistema visual atractivo, fresco y sobre todo actual que refleje la personalidad e identidad de la empresa.

Por lo anteriormente formulado, la pregunta es:

¿Cuál podría ser el identificador visual más apropiado que refleje los atributos empresariales de inEvent que le de reconocimiento y diferenciación con sus competidores y sea atractivo para sus potenciales clientes en Melgar Tolima y sus alrededores?

4. JUSTIFICACIÓN

En los últimos años se ha visto como la identidad visual ha tenido una gran evolución, trascendencia e impacto en el público objetivo de las empresas y el lugar donde esta ubicada la empresa es propicio para atraer nuevos clientes ya que Melgar, Tolima es un municipio que se encuentra ubicado cerca a Bogotá D.C, exactamente a 98 km al suroccidente de la capital de Colombia. Es conocida como la ‘ciudad de las piscinas’ debido a que cuenta con más de cinco mil piscinas. Su clima es cálido, semi seco, con temperaturas que varían entre los 22 y los 35 °C y por eso es un destino turístico por excelencia para los capitalinos y demás turistas. Por eso es importante la identidad visual de una empresa en este municipio ya que los turistas no solamente van de paseo sino que también es propicio para realizar eventos gracias a su clima, paisajes y los ambientes especiales que allí se pueden crear, es así que hoy en día las empresas deben invertir más dinero que antes en la asesoría para la creación de una identidad visual.

¿Qué es la Identidad Visual? La identidad visual son los rasgos visualmente reconocidos por el receptor que sirven como identificación de la organización. Actúan como estímulo recordatorio de la institución. La identidad visual tiene como objetivo representar e identificar a un objeto, empresa u organización. Cumple también el objetivo de racionalizar el uso de símbolos y materiales utilizados en la comunicación. A modo de ejemplo Usted tiene dos productos, uno sin marca y otro con marca: ¿Cual elegiría? Usted tiene dos productos con marca. Uno sin logotipo y otro con logotipo: ¿Cual elegiría? Usted tiene dos productos con logo y diseño: una lata de conservas

marinas en tonos verdes y trazos zigzagueantes; la otra, con azules y ondas: ¿Cual elegiría? (Rangel, 2012).

Es así como hoy en día para las empresas esta debe ser una prioridad puesto que es un elemento determinante a la hora de querer reflejar la identidad de una empresa, es preciso mostrar gráficamente de una manera adecuada que no solamente cause un impacto positivo en el público en general, sino que al mismo tiempo genere posicionamiento y reconocimiento siendo esto parte de los objetivos de una empresa que representa un bien o un servicio. Indiscutiblemente la identidad visual se basa en una representación gráfica, pero además del análisis y creación de elementos de diferenciación que realmente represente la identidad de una empresa y que sus bienes y/o servicios sean reconocidos por su imagen para generar posicionamiento en el mercado.

De allí la importancia de contar con un identificador visual, que si bien no es el todo porque la imagen corporativa abarca muchos campos de estudio, si es una parte muy importante de la misma, tal vez vital puesto que de allí se desprende una cantidad de valores, atributos, beneficios y en general lo que llamamos identidad corporativa que actualmente es lo que una empresa debe brindar a sus clientes, mayor atención si quiere construir una relación de intercambio, fidelidad y posicionamiento de la marca.

Teniendo en cuenta que es una empresa que está abriendo sus puertas al mercado y que es una propuesta innovadora en la que están trabajando, es necesario con todo lo que se ha mencionado anteriormente se implemente un identificador visual para que permita el reconocimiento, diferenciación y posicionamiento de la empresa en el medio comercial, buscando siempre el adecuado uso de colores, formas y tipografías que vayan de acuerdo a la identidad que se quiere mostrar.

5. OBJETIVOS

5.1 Objetivo General

Crear un identificador visual que genere reconocimiento, impacto e identificación en el público de **inEvent** en Melgar Tolima y sus alrededores.

5.2 Objetivos Específicos

1. Formular un concepto que permita ser traducido y representado a través de un identificador visual.
2. Diseñar un identificador visual basado en el concepto y los atributos empresariales de **inEvent**.
3. Finalizar el identificador visual en illustrator para que se pueda reproducir en diferentes medios de uso por **inEvent**.
4. Diseñar y entregar a **inEvent** una memoria visual del proceso y desarrollo del proyecto como evidencia de este ejercicio de comunicación gráfica.

6. MARCO TEÓRICO

Es así como dentro del análisis se determinaron factores para desarrollar un identificador visual con base en:

“Las comunicaciones corporativas es uno de los trabajos más exigentes. Las empresas necesitan proyectar una imagen estable y “excitante”, emprendedora y de espíritu cívico, diversificada aunque centrada en áreas claves, generosas frente a los empleados pero parca como inversión” (Garbett, 1991).

Es por este motivo que a la hora de crear un identificador visual se tiene gran responsabilidad, no sólo en cuanto al diseño sino en lo que se quiere proyectar, es un trabajo que exige analizar a profundidad los factores que pueden llegar a hacer la diferencia, como por ejemplo: las características particulares que tenga la empresa, su historia y su razón de ser; para tener claro un concepto de la misma y así pueda ser plasmado de la mejor manera y el mensaje que quiere transmitir sea percibido e interpretado con claridad por sus clientes, puesto que ellos se hacen mentalmente una imagen de las empresas, por todo lo que representan, no solo gráficamente sino también en su desempeño a nivel comercial, “Es la actitud o la representación mental de un estereotipo de la organización, que los públicos se forman, en cuanto ser vivo, social y comunicativo. Es la idea global que tienen sobre sus productos, actividades y su conducta”. Y es que la imagen corporativa no es sólo un conjunto de elementos gráficos, va más allá así como lo dice Capriotti (1999).

Es la imagen corporativa la encargada de dar identidad comercial a una empresa, por ello la importancia de establecerla de manera adecuada para que transmita lo que realmente se

quiere proyectar, “la imagen es el efecto o resultado de la comunicación voluntaria o involuntaria de una identidad” (Sanz de la Tajada, 1994).

La identidad visual debe ser el resultado de un análisis profundo, no solamente de las características, atributos y cualidades, además de los bienes y/o servicios que ofrece la empresa, sino también de la historia de la misma y de sus dueños, las motivaciones que tuvieron en el emprendimiento, ya que está lleno de obstáculos y sin duda competencia; son aquellas motivaciones además de las económicas las que hacen la diferencia a la hora de prestar un servicio y estas son las que se deben reflejar en una imagen visual, “registro público de los atributos de identidad del sujeto social. Es la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o esporádico” (Chaves, 2003).

Es evidente la importancia que tiene la manera en que es percibida la imagen de una empresa, por ello es fundamental asumir la responsabilidad como comunicadores gráficos y como empresas para difundir la imagen correcta, puesto que el éxito de un identificador visual depende de cómo sea proyectado y percibido por el público al que va dirigido.

Definiendo así la importancia de la imagen corporativa y el identificador visual dentro de esta, podemos decir que desde siempre la misma ha determinado, el cómo se ve y cómo la ve el público en general, de ahí la prioridad en el desarrollo de un identificador visual siendo este el principio fundamental de la marca, para que una empresa tenga una identidad clara y precisa transmitiendo efectivamente su identidad y personalidad ante su público y la competencia.

7. METODOLOGÍA

Este proyecto está planteado como investigación proyectiva, porque se pretende elaborar una propuesta de identidad visual para una empresa que no cuenta con ella y así solucionar un problema planteado.

Objetivo específico 1: formular el concepto de la empresa basado en sus atributos empresariales.

Paso 1: Para llegar al concepto se inició con un acercamiento a los dueños de la empresa y así conocer de donde surgió la idea para crearla.

Paso 2: Luego de conocer un poco de los inicios de la empresa se indagó acerca de los valores que ellos consideraban importantes para su empresa y lo que ellos querían proyectar de la misma.

Paso 3: Finalmente en esta construcción de concepto fue necesario analizar e interpretar toda esta información y proceder a la traducción formulación del concepto y los atributos empresariales.

Objetivo específico 2: diseño de un identificador visual para inEvent.

Paso 1: Exploración simbólica relacionada con el concepto de la empresa.

Paso 2: Intervenir las formas tipográficas.

Paso 3: Seleccionar colores apropiados.

Paso 4: Armonizar los símbolos, formas y colores en una identidad visual.

Objetivo específico 3: Finalizar el identificador visual para inEvent.

Paso 1: Se realiza documentación y registro que dé cuenta del proceso realizado para la creación de la identidad (memoria visual).

Paso 2: Se presentará la memoria visual (impreso), donde se incluirá los colores, tipografías y formas empleadas en la construcción del identificador visual.

Paso 3: Se presentarán las respectivas aplicaciones del identificador visual para los medios requeridos por la empresa.

Objetivo específico 4: Entrega del identificador visual para inEvent.

Paso 1: Después de la verificación de funcionamiento para la reproducción de los medios digitales, se procederá a la entrega oficial a los dueños de la empresa.

Paso 2: Se presentará impresa la memoria visual del proceso.

8. CONCEPTUALIZACIÓN Y PROCESO GRÁFICO

8.1 Historia de una sociedad del entretenimiento

Para la creación de un identificador visual para la empresa se indaga acerca de las principales características de los dueños y de la empresa para crear un concepto que sea reflejado en este identificador visual y así cumplir con el objetivo propuesto.

En primera medida en un diálogo sostenido con los dueños preguntamos acerca de ¿cómo habían llegado a la idea de conformar la empresa?, ellos comentaron que llevaban varios años trabajando en Cafam Melgar y que allí habían desempeñado diferentes roles laborales dentro de los cuales estaba la de recreadores, parte de la logística de los eventos que allí se realizaban y que parte de esto incluía hacer toda la decoración que requerían los eventos y es allí donde se perfeccionan en el manejo del icopor haciendo diferentes figuras de todos los tamaños, además realizando todos el montaje que requieren los eventos (luces, sonido, escenografía), es a partir de esa experiencia que nace la inquietud para crear una empresa que realizará eventos temáticos.

Es en este momento donde deciden hacer una sociedad entre Edilson Sossa y Damian Rojas para conformar una empresa que realizará eventos temáticos a través de escenografías especiales para cualquier evento de celebración o corporativo. Lo que los dueños han expresado es:

Esperamos un producto que transmita todo lo que somos como empresa, un resultado que sea atractivo y que cause impacto, para atraer a clientes potenciales, no sólo por nuestra imagen sino también por la realización de nuestros eventos, queremos que nuestra imagen no

solo muestre lo que somos como sociedad, buscamos un reconocimiento a nivel comercial y esto lo reflejamos a nuestros usuarios en los ambientes creados para ellos, queremos que nuestros clientes vivan en cada evento una experiencia inolvidable con nuestra idea de explosión de color. Edilson Sossa y Damian Rojas.



Ilustración 1 Damian Rojas



Ilustración 2 Edilson Sossa

8.2 La creación del nombre

Al iniciar la comunicación con los dueños de la empresa la primera inquietud a resolver fue la creación del nombre de la misma, puesto que tan solo tenían ideas pero nada concreto que les identificara, es por tal motivo que iniciamos el proceso de la búsqueda del nombre, por lo cual se realizó una cadena semántica de características y servicios que ofrecería la empresa, este buscaba ser llamativo, fácil de pronunciar y escribir, además que pudiera generar recordación y que fuese representativo de la empresa, el resultado de esta cadena semántica fue:

Logística	Sonido	Luces
Eventos	Fiesta	Diversión
Recreación	Entretenimiento	Alegría
Innovación	Originalidad	Autenticidad
Novedad		

Tabla 1 Cadena Semántica

Del cual salieron nombres como:

in logist	eventin	infiest
innova	festnova	diverfest
eventfest	in event	inEvent ←

Tabla 2 Nombres

Finalmente se escogió **inEvent** (in) por innovador y (event) por eventos.

Luego de conocer un poco de los inicios de **inEvent** se indagó acerca de los valores y atributos que ellos consideraban importantes para su empresa y lo que ellos quisieran proyectar de la misma.

Experiencia	Calidad	Responsabilidad
Versatilidad	Creatividad	Innovación
Aprendizaje continuo		

Tabla 3 Atributos

Después de analizar los inicios de la empresa y los atributos que los dueños quieren reflejar de la misma se puede decir que:

inEvent es una empresa de servicios de entretenimiento y logística que ha fusionado la creatividad y la experiencia de sus fundadores (Edilson Sossa y Damián Rojas) para ofrecer soluciones innovadoras y originales a sus clientes, en los eventos temáticos de los que hagan parte.

8.3 Exploración formal

8.3.1 Simbolismo



Ilustración 4 Trisquel celta



Ilustración 3 Primeros bocetos



Ilustración 5 Primeros bocetos

En la búsqueda de un símbolo que representara la empresa nos basados en un trisquel celta, es representativo de esta cultura porque tiene gran importancia ya que este símbolo lo podían llevar únicamente los sacerdotes celtas, para ellos el trisquel representa la trinidad (pasado, presente y futuro), era símbolo de poder y autoridad.

Trisquel o triskel, también llamado trikele o trinacria, es un símbolo geométrico celta y curvilíneo formado por tres brazos en espiral que se unen en un punto central, círculo o triángulo, configurando la forma de una hélice, es parecido a la esvástica o el tetraskel, una de las diferencias es que estos últimos tienen cuatro brazos formando ángulos de 90°. El tres es el número más sagrado para la cultura celta, y representa la perfección y el equilibrio (significados, 2014)

Según esta cultura celta el trisquel representa:

- La evolución y el crecimiento
- La eterna evolución y aprendizaje perpetuo

Esto sin lugar a dudas es parte de las características de inEvent siendo una empresa nueva en el mercado, son conscientes que deben estar en continuo aprendizaje y evolución para brindar lo mejor a su público.

Después de iniciar este proceso de bocetación se analizó que desde el principio se necesitaban unas formas que representarían libertad, espontaneidad y por ello se crearon trazos muy libres y ligeros; pero también se tuvo en cuenta que la letra “e” de event, tenía una posición fonética importante y diacrítica en el nombre de la marca, siempre se le ha conferido un realce en su pronunciación, es por eso que se buscó un símbolo que representara a esa “e” que destaque las características antes mencionadas, con lo que se exploró en la disponibilidad

de caracteres del alfabeto por un signo que representara gráficamente los atributos empresariales de inEvent. Es allí donde nos encontramos con el signo “&”, denominado coloquialmente como “Y comercial” pero técnicamente llamado ampersand.



Ilustración 6 Boceto 1



Ilustración 9 Boceto 3



Ilustración 7 Boceto 2



Ilustración 10 Boceto 4



Ilustración 8 Boceto 5

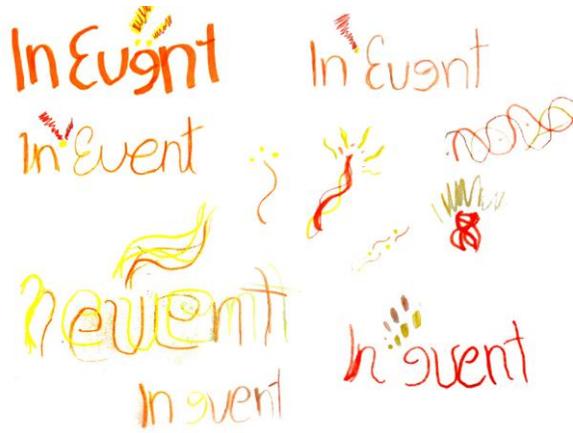


Ilustración 11 Boceto 6

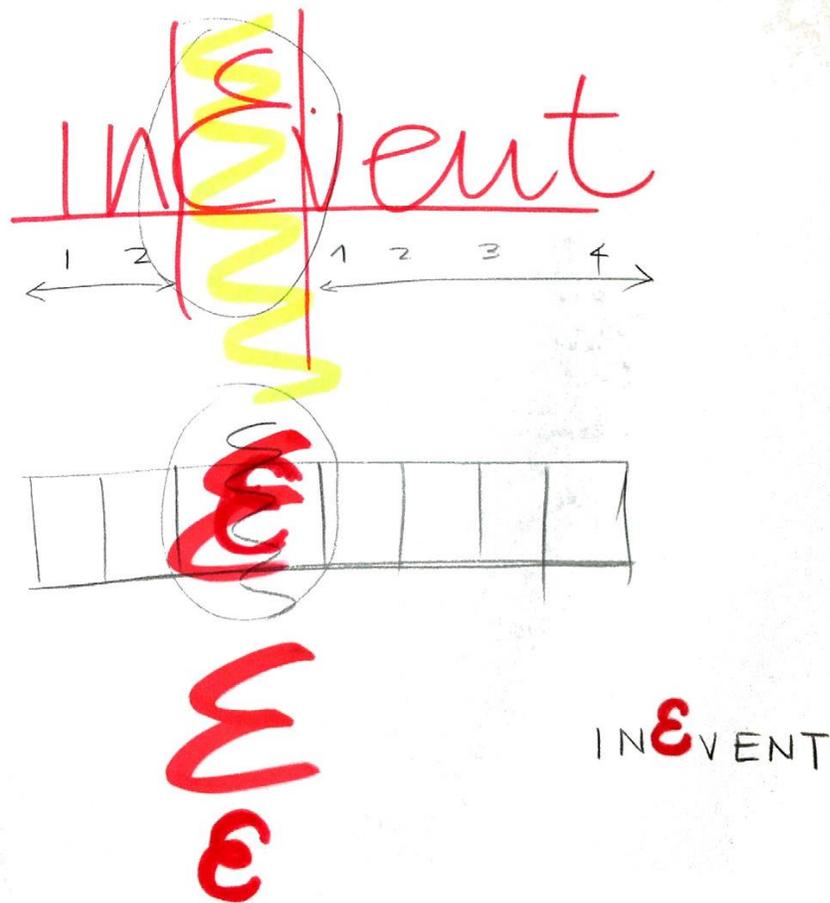


Ilustración 12 Boceto 7

8.3.2 El ampersand (&)

Este simbolismo lo encontramos en la ligadura tipográfica o signo "&", que significa en español "y" o en latín "et". Es un grafema que ha tomado también un uso habitual como símbolo de unión o asociación, por ejemplo "Rock & Roll", y como sociedad mercantil, ejemplo "barnes&noble". Morfológicamente se encuentran muchas variaciones en la construcción de este signo, es por ellos que se buscó una que tuviese característica de la "e" sin dejar de ser ampersand.

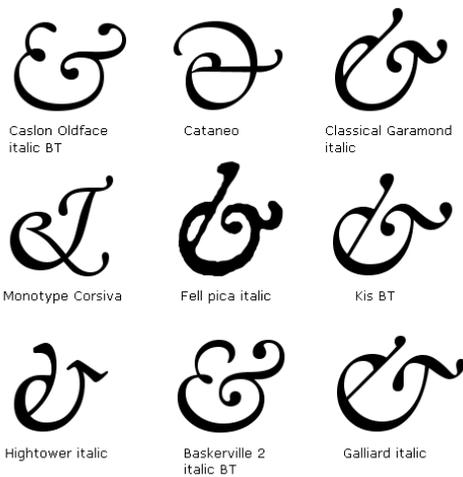


Ilustración 15 Ampersand



**Ilustración 14
Variantes de
ampersand**



**Ilustración 13
Variantes de
ampersand**



Ilustración 16 Ampersand 2

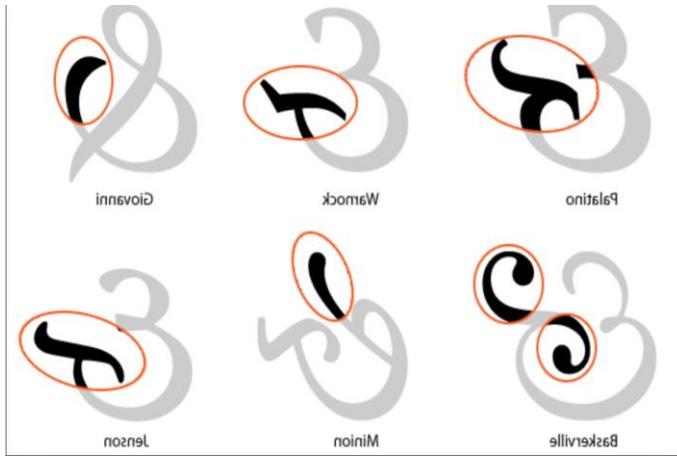
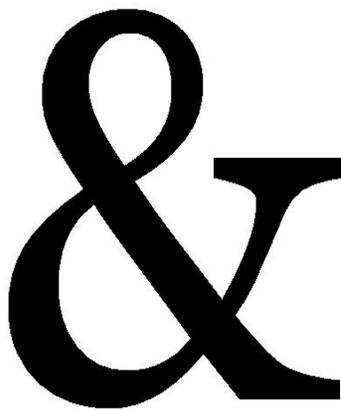


Ilustración 17 Significado de ampersand



An ampersand is a marvelous symbol. It says "AND - I am not finished, there is more..." My whole life is a great big ampersand right now, &...

www.jeanierhoades.com
#youmayquotemeonthis

Ilustración 18 Historia del ampersand



Ilustración 19 Características del ampersand

Se tomaron como referentes algunos logos que tienen incluido el ampersand y así ver el tratamiento que cada una de estas marcas le dan a su logo.



Ilustración 20 Logo de Bosses & Henchmen



Ilustración 22 Logo de A&E



Ilustración 21 Logo de JCV



Ilustración 23 Logo de Cloth & Co



Ilustración 24 Logo de H & B



Ilustración 25 Logo de Magdalen & Stratton

8.3.3 El concepto de logotipo

Una vez establecido que el ampersand es el elemento clave para el desarrollo del logo, es necesario la búsqueda de una tipografía que vaya acorde con este grafema y por eso se hacen diferentes pruebas de tipografía.

Es así como después de analizar estas tipografías, nos encontramos una unidad visual y se opta por escoger una variedad de la familia de sans serif que son: gabriola, sail, volkhov, oleo script, elsie, playfair, display y lobster two, de los cuales se escogieron las tres que más representaban un acercamiento al ampersand y finalmente se escoge lobster two para ser modificada.

Gabriola *in&vent*

Sail *in&vent*

Volkhov *in&vent*

Oleo script *in&vent*

Ilustración 26 tipografías elegidas

Elsie *in&vent*

Playfair Display *in&vent*

Lobster two *in&vent*

Ilustración 27 tipografías elegidas

in&vent

in&event

in&event

Ilustración 28 Tres tipografías finales



Ilustración 29 Lobster two



Ilustración 30 Primera exploración de tipografía



Ilustración 31 Intervención a lobster two

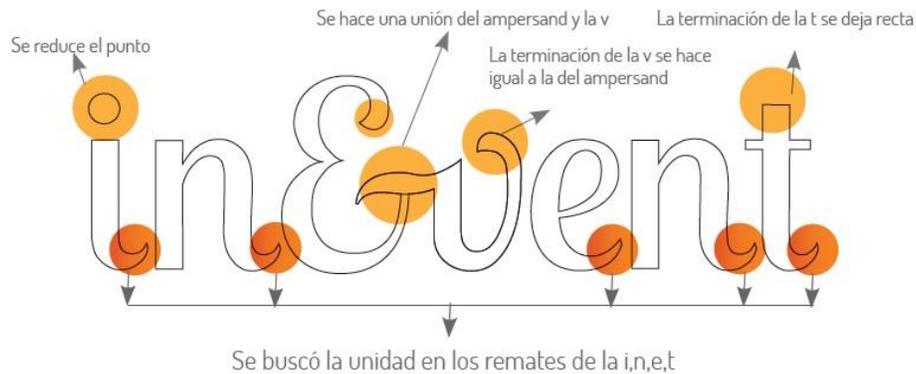


Ilustración 32 Modificaciones realizadas

8.4 Sobre el ambiente de aplicación visual del logo

El diseño del ambiente de uso y aplicación de la marca es la estrategia que se emplea para administrar los elementos visuales asociados al concepto, como por ejemplo la composición de formas y colores, y así darle mayor valor a la marca e influir en la percepción de sus atributos.

El branding busca resaltar el poder de una marca, aquellos valores de tipo intangible, tales como la singularidad y la credibilidad, que les permiten diferenciarse de las demás y causar un impacto único en el mercado. Lo que el branding intenta hacer es subrayar dichas cualidades que la marca transmite al cliente y que constituyen su fortaleza. De esta manera, es posible que el consumidor asocie en su mente una marca con un valor; éste puede ser, por ejemplo, la innovación. En este caso, los publicistas buscarían que el consumidor piense en la marca a la hora de buscar productos innovadores. (Definicion.de, 2008-2014)

Para la creación de este ambiente de uso, indagamos con los dueños de la empresa algo que fuese representativo o estuviese presente en los eventos y se evidenció que hay algunos elementos clave que hace parte de la decoración y que no falta en los eventos, estas son: las bombas, con las cuales hacen muchas figuras y son parte primordial en su trabajos, también el confeti y la serpentina indispensable en las fiestas infantiles.

La serpentina es utilizada en fiestas, consiste en una larga tira de papel enrollada sobre sí misma que se desenrolla produciendo un efecto visual, son utilizadas desde la antigüedad junto al confeti en carnavales, cumpleaños y toda clase de eventos, son utilizadas de forma profesional para dar efectos especiales y espectáculos por empresas dedicadas al entretenimiento. Los primeros globos estaban hechos de vejiga animal. El globo moderno lo inventó Michael Faraday en los primeros años del siglo XIX, se utilizan en la decoración de cualquier fiesta y/o evento.

Por lo anterior, se inició el proceso de bocetación, buscando la simplicidad en las formas señaladas (confeti, serpentina y globos), en primer lugar se experimentó la forma de serpentina de diferentes maneras como se observa a continuación.

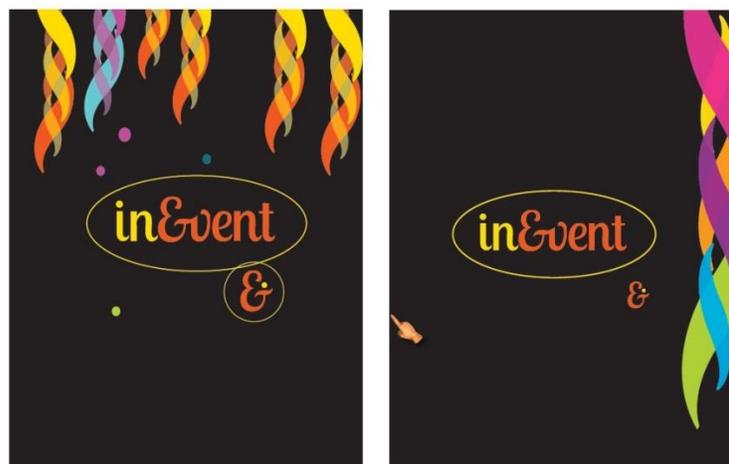


Ilustración 33 Boceto 1 y 2 del ambiente

Continuando con el desarrollo del proceso se escoge el confeti como referencia para darle una nueva ambientación al producto que se quiere conseguir.



Ilustración 34 Boceto 3,4 y 5 del ambiente

Analizando las formas presentadas anteriormente es preciso involucrar a estas, el globo de manera muy simple pero que se acople con las formas que se realizaron con el confetti.



Ilustración 35 Boceto 6 y 7 del ambiente

Remitiéndonos a las expectativas de los dueños (Edilson Sossa y Damián Rojas), cuando hacen mención de una explosión de color como parte de la identidad visual, se busca reflejar de manera clara y concreta, dándole movimiento a las formas y manejando una gama de colores que evoque los eventos que realiza **in&vent**.

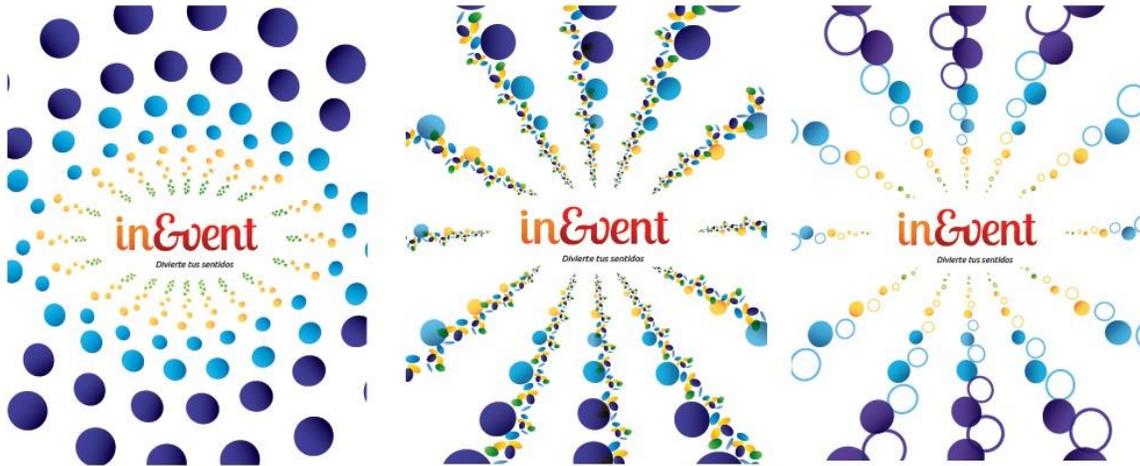


Ilustración 36 Boceto 8,9 y 10 del ambiente



Ilustración 37 Boceto 11, 12 y 13 del ambiente

Se tomaron como referencias algunos ambientes que resaltan la importancia que tiene el manejo de los mismos sobre la marca y el valor que este representa por la imagen que se

hacen los clientes, como ejemplo dos grandes marcas como lo son: Davivienda y Adidas, empresas que por el manejo de su imagen y ambiente son reconocidas, están posicionadas en el mercado y además marcan la diferencia frente a sus competidores.

Adidas

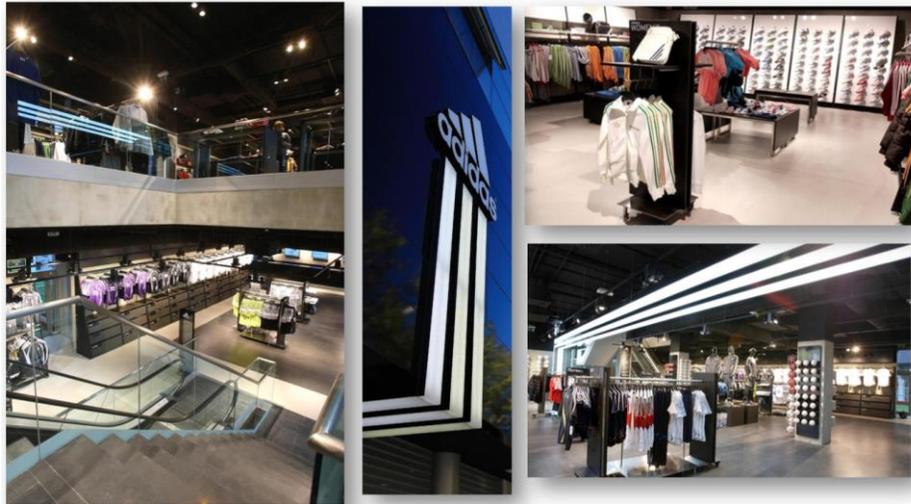


Ilustración 38 Tiendas de Adidas



Ilustración 39 Ambiente de Adidas



Ilustración 40 Ambiente de Adidas

Davivienda



Ilustración 41 Ambiente externo de Davivienda



Ilustración 42 El ambiente de Davivienda en los bancos



Ilustración 43 ambiente de Davivienda



Ilustración 44 Ambiente en los cajeros de Davivienda

8.4.1 Tipografía

Los logotipos tipográficos han alcanzado gran importancia y trascendencia por su excelente representación gráfica, puesto que puede permanecer más tiempo en la memoria por su contenido simple y fácil de recordar ya que las letras y las composiciones de palabras controlan esta imagen, facilitando sin duda la retención o expulsión por su complejidad o simplicidad con las que sean contruidos.

En cuanto a la tipografía **in&vent** busca innovar no solo con los colores y las formas sino también con la tipografía que refleje su identidad, alegre pero con mucha responsabilidad y profesionalismo.

8.4.2 Colores

Teniendo en cuenta que es una empresa que se dedica a la creación de escenografías temáticas para eventos, se busca que los colores reflejen conceptualmente a la empresa y así mismo se vean de una manera agradable al público.

Para esto nos planteamos que hubiese una relación psicológica del color con los valores de la empresa. Por lo tanto se escogieron en un principio los colores naranja y amarillo, los cuales se aplicaron al logotipo y a las formas complementarias, como parte de prueba.

Naranja: Dentro de los colores cálidos el naranja en un lenguaje publicitario, representa la creatividad y éxito, este color contiene toda la energía del rojo y la intensidad del amarillo haciendo de este color el equilibrio perfecto y además de eso se escogió por los colores de la bandera de Melgar que tiene color rojo, amarillo y blanco, si hacemos una mezcla sale el naranja, el cual es un color jovial, accesible y confiable, todas estas características de **in&vent**.

Amarillo: Este color también hace parte de los colores cálidos y teniendo en cuenta que **in&vent** está ubicado en un municipio donde sus temperaturas son bastante elevadas y es así como este color combinado con el naranja refleja calor total, siendo este el color del sol y

la alegría, es un color que expresa energía, resplandor, brillantez y denota lealtad algo que la empresa busca en sus clientes y colaboradores.

Rojo: Este color es vivo, llamativo que transmite energía y vigor, lo relacionan con las pasiones, por lo tanto es un color que llama a nuestro instinto, por eso es tan efectivo a la hora de llamar la atención de los clientes de **in&vent**.

9. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

9.1 Tipografía:

La tipografía empleada para el logo es lobster two, esta tipografía fue creada por Pablo Impallari en 2011, con subfamilia de fuentes regular y tiene todos los derechos reservados. Esta tipografía se escoge por tener rasgos muy particulares como son: imita la caligrafía pero es netamente tipográfico, dos características en una sola tipografía, se hacen modificaciones para que se vea más uniforme y se incluye el ampersand, siendo este la parte primordial del logo y es por ello que con el mismo se hace un logo simple que puede ser utilizado en la página web, redes sociales y aplicaciones. Para el slogan se emplea una tipografía de la familia sans serif (Ubuntu) italic en tono negro.

Lobster two

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

!'"#\$%&/()=?;¡¿''+'{}-.,;:_[]"*

Ubuntu

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQ

RSTVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 1234567890

*!'"#\$%&/()=?;¡¿''+'{}-.,;:_[]"**

9.2 Colores:

Para el logo se escogieron los colores naranja y rojo, por la descripción antes mencionada la fuerza de los colores y el concepto se logra involucrar en estos dos colores y se le hace un degradado para dar volumen y que se cumpla con el objetivo de un logo fresco y actual. El slogan va de color negro para que sea visible ya que va en un tamaño más pequeño que el logo y así mismo dar un contraste al logo, dándole fuerza y equilibrio.

Para el ambiente se emplearon colores que expresan alegría como son: magenta, amarillo, azul, verde, violeta; estos colores hacen parte de los deseos expresos por los dueños cuando mencionan la explosión de color.

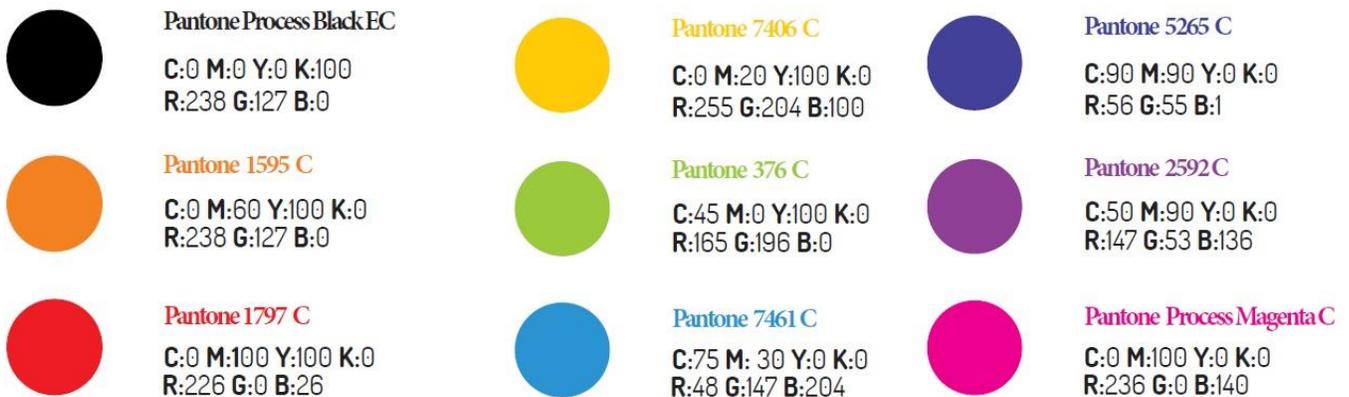


Ilustración 45 Colores del logo

Ilustración 46 Paleta de colores

9.3 Creación de formas:

Para la creación de formas se realizó un proceso de bocetación donde se incluyen las formas antes mencionadas (confeti, serpentina y globos), se inicia haciendo un diseño con serpentinas, luego se realiza otro donde se emplea el confeti y los globos siendo estos los referentes utilizados en la mayoría de los eventos que realiza in&vent. Buscamos representar a

través de formas simples, dando movimiento y color a las mismas para representar gráficamente el concepto planteado y creando un ambiente a través de formas que reflejen en cualquier lugar la empresa sin necesidad de que el logo sea visible. Además en principio los dueños expresaron el concepto de empresa como una explosión de color que se ve reflejada en esta creación de formas.

10. PRODUCTOS GRÁFICOS FINALES

10.1 Logo

The logo consists of the text 'in&event' in a black, serif typeface. The 'i' is lowercase and has a dot. The ampersand is a large, stylized, calligraphic character. The 'e' is lowercase and has a tail that loops back. The 'v' is lowercase and has a sharp point. The 'e' is lowercase and has a tail that loops back. The 'n' is lowercase and has a tail that loops back. The 't' is lowercase and has a tail that loops back.

Ilustración 47 Logo en negro

The logo consists of the text 'in&event' in a serif typeface with a color gradient. The 'i' is orange, the ampersand is red, the 'e' is red, the 'v' is red, the 'e' is red, the 'n' is red, and the 't' is red.

Ilustración 48 Logo en color

Para el logo se modificó la tipografía lobster two, haciendo de esta más uniforme y con rasgos especiales con énfasis en el ampersand y teniendo en cuenta lo que se planteó al

principio con trazos libres y ligeros, además se hizo un degradado para simular volumen y así dar fuerza al mismo.

10.2 Slogan

Divierte tus sentidos

Para el slogan se tuvieron en cuenta factores relevantes de la empresa como: organización, espacio, experiencia, eventos, entretenimiento, esparcimiento, diversión, alegría; de los cual se escogió divierte tus sentidos porque lo que quiere In&vent es que sus clientes vivan una experiencia inolvidable que involucre todos los sentidos.

10.3 Logo simple



Ilustración 49 Logo simple en color y negro

Para simplificar el logo se hizo un logo simple para ser empleado en las aplicaciones, página web y publicidad que por espacio no se pueda poner el logo completo; lleva los mismos colores del logo y se puso el punto de la “i” para mostrar equilibrio de la marca.

10.4 Ambiente



Ilustración 50 Ambiente

Para el ambiente o branding se planteó una explosión de color a través de formas simples, en diferentes tamaños y así se le dio movimiento, se incluye una paleta de colores que fuese llamativa, que causara impacto en el cliente final.

10.5 Aplicaciones Eventos diurnos



Ilustración 51 Camiseta dama



Ilustración 52 Camiseta hombre

Las camisetas para los eventos que se realicen en el día, el logo de In&vent son de color blanco y el logo simple va en la parte frontal izquierdo de las camisetas de los colaboradores de la empresa, y en la parte inferior derecha aplicando el branding y/o ambiente.



Ilustración 53 Camisa hombre frente



Ilustración 54 Camisa hombre espalda



Ilustración 55 Camisa dama

Las camisas para los eventos que se realicen en la noche el logo de **In&vent** son de color blanco y el logo simple va en la parte frontal al lado izquierdo de las camisas de los colaboradores de la empresa y en la parte de atrás el logo.



Ilustración 56 Cachucha

Las cachuchas al igual que el resto de prendas serán blancas con el logo en la parte frontal para que sea más visible y llamativo.



Ilustración 57 Camioneta de costado



Ilustración 58 Camioneta frente

El logo estará ubicado en los lados de la camioneta, aplicando el branding y/o ambiente, en la parte frontal estará el logo en un tamaño visible para los espectadores.



Ilustración 59 Morral



Ilustración 60 Tula



Ilustración 61 Sonido

En la papelería se hace una hoja con membrete, tarjetas de presentación y carnés se emplea el ambiente y el logo simple.



Ilustración 62 Papelería, tarjetas y carnés



Ilustración 63 Carpetas

Para los eventos se hacen pendones para los diferentes eventos que realiza in&vent, para que sean visibles para los clientes que estén presentes en el evento y así generar recordación en ellos.



Ilustración 64 Tarjetas de mesa

11. BIBLIOGRAFÍA

- Capriotti, P. (1999) Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ed. Ariel.
- Chaves, N. (2010) Imagen Corporativa. Colección GG Diseño.(3ª edición)
- Garbertt, T. F. (1991). Imagen corporativa: como crearla y proyectarla: Legis Editores
- Sanz de la Tajada, L. A. (1994) Integración de la identidad y la imagen de la empresa: desarrollo conceptual y aplicación práctica. Esic.

11.1 Trabajos citados

- Definición.DE. (2008/2014). Recuperado el 01 Marzo 2014, de <http://definicion.de/branding>
- grecia rangel espinosa. (febrero de 2012). Obtenido de grecia rangel espinosa: <http://grecia-greciarangelespinosa.blogspot.com/>
- significados. (2014). significados. Recuperado el 28 de mayo de 2014, de significados: <http://www.significados.info/trisquel/>

También se hacen tarjetas de presentación para ser repartida en los eventos con el número de contacto, los carnes que los represente como colaboradores de la empresa y por ultimo las hojas con membrete para lo que requiera la empresa.



En la papelería se hace una hoja con membrete, tarjetas de presentación y carnes se emplea el ambiente y el logo simple.



Para los eventos se hacen pequeños identificadores para los diferentes eventos que realiza in&vent, para que sean visibles para los clientes que estén presentes en el evento y así generar recordación en ellos.



inEvent

Memoria visual

Diseño del identificador visual para inEvent





El logo esta ubicado en los lados de la camioneta, aplicando el branding y/o ambiente, en la parte frontal estará el logo en un tamaño visible para los espectadores.



{ 2 }



{ 11 }

6.2 Eventos nocturnos



Las camisas para los eventos que se realicen en la noche el logo de In&vent son de color blanco y el logo simple va en la parte frontal al lado izquierdo de las camisas de los colaboradores de la empresa y en la parte de atrás el logo,



Camisas para mujer en eventos de noche y corporativos.



Las cachuchas al igual que el resto de prendas serán blancas con el logo en la parte frontal para que sea más visible y llamativo.

Agradecemos a in&vent en representación de Edilson Sossa y Damian Rojas por brindarnos la oportunidad de desarrollar un identificador visual para su empresa, es un motivo de orgullo ver crecer esta sociedad y poder aportar nuestros conocimientos gráficos para hacerla más sólida.

Aunque tardamos algún tiempo en todo el proceso de análisis y grafico, este proyecto fue muy enriquecedor; gracias a este adquirimos nuevos conocimientos, y se consiguió un buen resultado, logrando alcanzar el título de tecnólogas en comunicación gráfica con el proyecto de grado para su empresa "identificador visual para inevent".

Nancy Mendoza Rodriguez

ÍNDICE

1. Concepcion de la identidad.....	4
1.1 Logo.....	4
1.2 Slogan.....	5
1.3 Logo simple.....	5
2. Paletas de color.....	6
2.1 Paleta de colores secundario.....	6
3. Tipografía.....	7
4. Aplicaciones cromaticas.....	7
5. Ambiente.....	8
6. Aplicaciones.....	8
6.1 Eventos diurnos.....	8
6.2 Eventos nocturnos.....	8

5 Ambiente

Para el ambiente o branding se planteó una explosión de color a través de formas simples, en diferentes tamaños y así se le dio movimiento, se incluye una paleta de colores que fuese llamativa, que causara impacto en el cliente final.



6. Aplicaciones

Para los eventos que in&vent realice se recreó el ambiente y el logo en los uniformes que incluyen camisetas, camisas para eventos nocturnos, cachuchas y la camioneta donde se llevan los equipos necesarios para realizar los eventos.

6.1 Eventos diurnos



Las camisetas para los eventos que se realicen en el día, el logo de In&vent son de color blanco y el logo simple va en la parte frontal izquierdo de las camisetas de los colaboradores de la empresa, y en la parte inferior derecha aplicando el branding y/o ambiente.

3. Tipografía

También era necesaria una tipografía auténtica, diferente y especial, con ciertas características particulares, con rasgos caligráficos pero que al mismo tiempo fuese tipográfica y estos rasgos los encontramos en Lobster two.

Lobster two

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#%&'()*=?:;@{}~`-.,:[]*"

Lobster two, esta tipografía fue creada por Pablo Impallari en 2011, con subfamilia de fuentes regular y tiene todos los derechos reservados.

Ubuntu

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 RSTVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
 !"#%&'()*=?:;@{}~`-.,:[]*"

Para el slogan se emplea una tipografía de la familia sans serif (Ubuntu) italic.

4. Aplicaciones cromáticas



Negro sobre blanco



Escala de grises



Blanco sobre negro



Sobre blanco

1. Concepción de la identidad

1.1 Logo



La identidad representa la unión, el empendimiento. Se hizo un empalme de las letras para que se viera un nombre sólido y unitario.



El logotipo de in&event, esta modulado en una superficie con proporciones de x dando como resultado 13x6. Área de protección: Para el área de protección se estableció un área entorno al logotipo siendo esta de 2x, esta área no deberá tener elementos gráficos de ninguna clase (textos e imágenes) que interfieran en su percepción y lectura.

1.2 Slogan

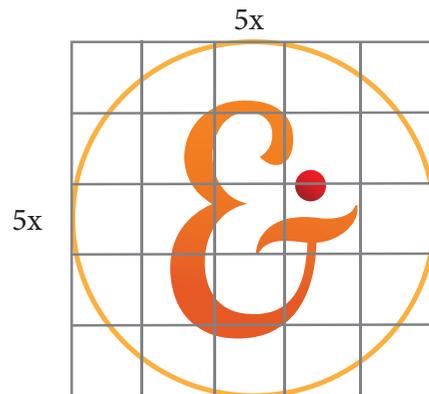
Divierte tus sentidos representa lo que quiere In&vent "que sus clientes vivan una experiencia inolvidable que involucre todos los sentidos".

Divierte tus sentidos

Para el eslogan se tuvieron en cuenta factores relevantes de la empresa como: organización, espacio, experiencia, eventos, entretenimiento, esparcimiento, diversión y alegría.

1.3 Logo simple

El logo simple representa el equilibrio que tiene in&vent en cuanto a experiencia y crecimiento continuo, creatividad y calidad e innovación, representado en el punto de la "i" que se situó en el ampersand.



El logo Simple de in&vent, esta modulado en una superficie con proporciones de x dando como resultado 6x6.

Área de protección: Para el área de protección se estableció un entorno al logo simple de 1x.

{ 6 }

2. Paleta de colores

Se necesitaban colores que transmitieran energía, alegría, dinamismo y creatividad por eso se eligieron estos colores



Pantone Process Black EC
C:0 M:0 Y:0 K:100
R:238 G:127 B:0



Pantone 1595 C
C:0 M:60 Y:100 K:0
R:238 G:127 B:0



Pantone 1797 C
C:0 M:100 Y:100 K:0
R:226 G:0 B:26

2.1 Paleta de colores secundarios

Para reflejar la explosión de color se necesitan colores vivos y llamativos y se creó esta paleta de color que es muy colorida, que llama la atención y es fácil de recordar.



Pantone 7406 C
C:0 M:20 Y:100 K:0
R:255 G:204 B:100



Pantone 376 C
C:45 M:0 Y:100 K:0
R:165 G:196 B:0



Pantone 7461 C
C:75 M: 30 Y:0 K:0
R:48 G:147 B:204



Pantone 5265 C
C:90 M:90 Y:0 K:0
R:56 G:55 B:1



Pantone 2592 C
C:50 M:90 Y:0 K:0
R:147 G:53 B:136



Pantone Process Magenta C
C:0 M:100 Y:0 K:0
R:236 G:0 B:140

{ 7 }

Diseño del identificador visual para **inEvent**

Nancy Mendoza Rodríguez
Leidy Milena Rubiano Jiménez

Trabajo de grado presentado como requisito
para optar al título de:

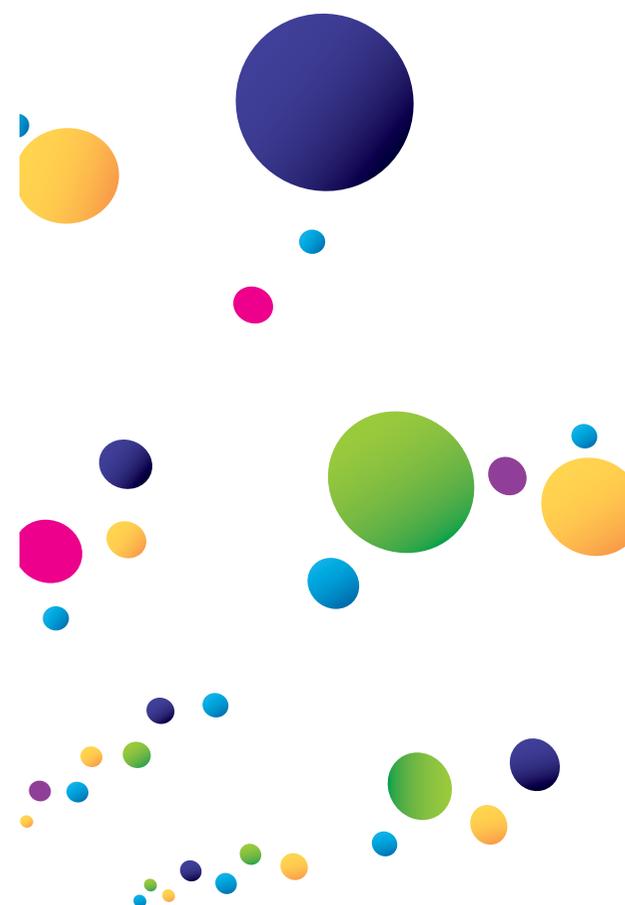
**TECNÓLOGA
EN COMUNICACIÓN GRÁFICA**

Tutor
Hernán Hel Huertas Olaya

Catalina Campuzano
Coordinadora de investigación

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Bogotá D. C, mayo de 2014





Agradecimientos

El presente trabajo de grado fue realizado con el acompañamiento del profesor Hernán Huertas y la aprobación de la profesora Catalina Campuzano en el taller de investigación, a ellos les expresamos nuestro agradecimiento por darnos la oportunidad de trabajar bajo su supervisión.

Agradecemos su gran esfuerzo y dedicación, por guiarnos en este largo camino, por las sugerencias y correcciones que hicieron posible este trabajo que pasó por muchas adversidades y debido al apoyo que obtuvimos logramos concluir con éxito nuestro proyecto, es por ello que hacemos una mención especial a nuestro tutor Hernán Huertas por sus consejos, enseñanzas, por su gran dedicación, tiempo y por su paciencia y sobre todo por apoyarnos en un proyecto que para muchos no servía, muchas gracias maestro por creer en nosotras, para usted todo nuestro respeto y admiración.

Agradecemos a Dios y a nuestros padres por darnos la oportunidad de cursar esta carrera por la confianza depositada en nosotras y creer siempre en nuestro trabajo.

Nuestro más sincero agradecimiento a los profesores de la Universidad Minuto de Dios, a nuestros amigos y demás personas que de una u otra manera contribuyeron en el desarrollo de nuestra carrera.

11. BIBLIOGRAFÍA

- Capriotti, P. (1999) Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ed. Ariel.
- Chaves, N. (2010) Imagen Corporativa. Colección GG Diseño.(3ª edición)
- Garbertt, T. F. (1991). Imagen corporativa: como crearla y proyectarla: Legis Editores
- Sanz de la Tajada, L. A. (1994) Integración de la identidad y la imagen de la empresa : desarrollo conceptual y aplicación práctica. Esic.

11.1 Trabajos citados

- Definición.DE. (2008/2014). Recuperado el 01 Marzo 2014, de <http://definicion.de/branding>
- grecia rangel espinosa. (febrero de 2012). Obtenido de grecia rangel espinosa: <http://grecia-greciarangelespinosa.blogspot.com/>
- significados. (2014). significados. Recuperado el 28 de mayo de 2014, de significados: <http://www.significados.info/trisquel/>



Nancy Mendoza Rodríguez

Agradezco a Dios por darme la vida y por regalarme la mejor madre del mundo que me apoya en todos mis proyectos. Gracias mamá por confiar y creer en mí, sobre todo gracias le doy a Dios por regalarme la mejor motivación del mundo, mi hijo Juan Sebastián que es mi motor de vida y por quien sigo adelante a pesar de todo.

Agradezco especialmente al profesor Hernán Huertas por el apoyo que me brindó para poder continuar con este proyecto de grado y la motivación para continuar en los momentos que sentía que no podía seguir adelante, gracias profesor porque aprendí mucho académicamente, pero más que eso aprendí para la vida, aprendí a perseverar y a luchar por las metas trazadas así muchos digan que no se puede.



Leidy Milena Rubiano Jiménez

Doy gracias a Dios porque en la vida los seres humanos nos encontramos con diferentes caminos, algunos tienen grandes obstáculos que en ciertos momentos nos hacen pensar en desistir, pero la vida nos enseña a superarlos con la mejor actitud y con la compañía de grandes personas que brindan su apoyo incondicional; por eso gracias a mis padres que siempre estuvieron ahí esperando pacientemente, brindándome su apoyo y sacrificando siempre su bienestar por el mío, gracias a esos amigos que siempre me dieron palabras de aliento para seguir luchando por este logro, pero debo mi más sincero agradecimiento y respeto al profesor Hernán Huertas que siendo un excelente docente, tuvo la paciencia y la dedicación que no tiene cualquier tutor con sus alumnos, y fue él quien nos motivó a alcanzar esta gran meta.

ÍNDICE

1. Título	6
2. Antecedentes	6
3. Problemática	6
4. Justificación	7
5. Objetivos	8
5.1 Objetivo General	8
5.2 Objetivos Específicos	8
6. Marco Teórico	9
7. Metodología	10
7.1 Objetivo Especifico 1	10
7.2 Objetivo Especifico 2	10
7.3 Objetivo Especifico 3	10
7.4 Objetivo Especifico 4	11
8. Conceptualización y proceso gráfico	11
8.1 Historia de una sociedad del entretenimiento	11
8.2 Creación del nombre	12
8.3 Exploración formal	13
8.3.1 Simbolismo	13
8.3.2 El ampersand	17



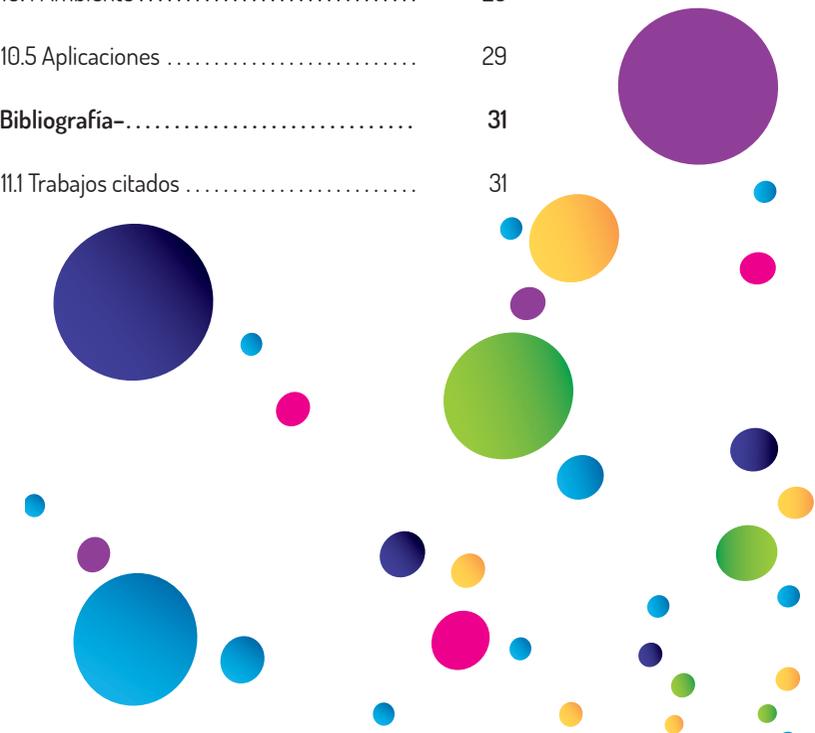
Para los eventos se hacen pequeños identificadores para los diferentes eventos que realiza in&vent, para que sean visibles para los clientes que estén presentes en el evento y así generar recordación en ellos.



En la papelería se hace una hoja con membrete, tarjetas de presentación y carnés se emplea el ambiente y el logo simple.



8.3.2 El concepto de logotipo	19
8.4 Sobre el ambiente de aplicación visual del logo	20
8.4.1 Tipografía.....	25
8.4.2 Colores.....	25
9. Descripción de resultados	26
9.1 Tipografía	26
9.2 Colores	26
9.3 Creación de formas.....	27
10. Productos gráficos finales	28
10.1 Logo.....	28
10.2 Slogan	28
10.3 Logo simple.....	28
10.4 Ambiente	29
10.5 Aplicaciones	29
11. Bibliografía.....	31
11.1 Trabajos citados	31



1. Diseño del identificador visual para inEvent

Este proyecto gráfico consiste en el diseño y creación del identificador visual para una empresa cuya actividad principal es la realización de escenografías temáticas para eventos, en el municipio de Melgar Tolima. La cual se propone ofrecer a sus clientes una experiencia inolvidable creando ambientes que involucran el color, decoración, recreación, con el sello personal del cliente, buscando ser líder en el campo del entretenimiento en la región.

2. Antecedentes

Se han realizado múltiples análisis de la importancia que tiene la imagen corporativa para una empresa y siendo el identificador visual parte primordial de la misma se hace la selección de este tema, analizando la necesidad de la empresa, la cual se dedica principalmente a la creación de escenografías temáticas para eventos y que hasta ahora dará inicio a sus labores comerciales; no cuenta con identificador visual que le haga visible y reconocible en el mercado.

En general las empresas que realizan eventos, logística y recreación de la región, no cuentan con un identificador claro y bien orientado a su público objetivo. Haciendo un análisis acerca del tema se encuentra que existe una competencia indirecta en el municipio de Girardot Cundinamarca, que cuenta con un identificador visual poco llamativo y dentro de este análisis se encontró en la biblioteca de la Corporación Universitaria Minuto de Dios un proyecto de grado que hace referencia a la imagen corporativa de una casa de banquetes y eventos, esta data del año 2006 y allí se hace referencia a la importancia que tiene el identificador visual en una empresa así como la necesidad de renovación de la misma.

3. Problemática

La empresa fue creada por dos jóvenes emprendedores que eran recreadores en el centro vacacional Cafam Melgar. Debido a su experiencia en el medio de la recreación y los eventos, surge en ellos una idea de conformar una empresa que se dedique a la realización de escenografía para eventos temáticos. En principio la empresa no cuenta con un nombre y menos con identificador visual que le haga visible en el medio comercial.

Acercandonos a la empresa y al medio en el que se desenvuelven, se realiza una visita al municipio de Melgar Tolima y se pudo observar que en las empresas de competencia directa e indirecta de la empresa, los habitantes del municipio no saben con exactitud qué empresas realizan eventos o recreación, puesto que muchas de estas no cuentan con un identificador visual que les proporcione reconocimiento, y las que cuentan con el mismo no es claro o tiene poco atractivo



Camisas para mujer en eventos de noche y corporativos.



Las cachuchas al igual que el resto de prendas serán blancas con el logo en la parte frontal para que sea más visible y llamativo.



El logo estará ubicado en los lados de la camioneta, aplicando el branding y/o ambiente, en la parte frontal estará el logo en un tamaño visible para los espectadores.



visual. Se hace manifiesto que las pequeñas empresas no cuentan con muchos recursos económicos y esto hace que no tengan la posibilidad de invertir en el diseño de una imagen que los identifique.

Por otro lado existe mucho desconocimiento acerca de la importancia que tiene la representación de una imagen al mercado y así mismo falta de asesoría. Las empresas están actuando sin saber que están desperdiciando oportunidades de apertura de nuevos mercados, a pesar de llevar muchos años prestando sus servicios a este municipio; hace falta un diseño de identificación de estas empresas para que se hagan más visibles para el municipio y sus alrededores; es necesario implementar una sistema visual atractivo, fresco y sobre todo actual que refleje la personalidad e identidad de la empresa.

Por lo anteriormente formulado, la pregunta es:

¿Cuál podría ser el identificador visual más apropiado que refleje los atributos empresariales de inEvent que le de reconocimiento y diferenciación con sus competidores y sea atractivo para sus potenciales clientes en Melgar Tolima y sus alrededores?

4. Justificación

En los últimos años se ha visto como la identidad visual ha tenido una gran evolución, trascendencia e impacto en el público objetivo de las empresas y el lugar donde esta ubicada la empresa es propicio para atraer nuevos clientes ya que Melgar Tolima es un municipio que se encuentra ubicado cerca a Bogotá D.C, exactamente a 98 km al suroccidente de la capital de Colombia. Es conocida como la 'ciudad de las piscinas' debido a que cuenta con más de cinco mil piscinas. Su clima es cálido, semiseco, con temperaturas que varían entre los 22 y los 35 °C y por eso es un destino turístico por excelencia para los capitalinos y demás turistas. Por eso es importante la identidad visual de una empresa en este municipio ya que los turistas no solamente van de paseo sino que también es propicio para realizar eventos gracias a su clima, paisajes y los ambientes especiales que allí se pueden crear, es así que hoy en día las empresas deben invertir más dinero que antes en la asesoría para la creación de una identidad visual.

¿Qué es la Identidad Visual? La identidad visual son los rasgos visualmente reconocidos por el receptor que sirven como identificación de la organización. Actúan como estímulo recordatorio de la institución. La identidad visual tiene como objetivo representar e identificar a un objeto, empresa u organización. Cumple también el objetivo de racionalizar el uso de símbolos y materiales utilizados en la comunicación. A modo de ejemplo Usted tiene dos productos, uno sin marca y otro con marca: ¿Cual elegiría? Usted

tiene dos productos con marca. Uno sin logotipo y otro con logotipo: ¿Cual elegiría? Usted tiene dos productos con logo y diseño: una lata de conservas marinas en tonos verdes y trazos zigzagueantes; la otra, con azules y ondas: ¿Cual elegiría? (Rangel, 2012).

Es así como hoy en día para las empresas esta debe ser una prioridad puesto que es un elemento determinante a la hora de querer reflejar la identidad de una empresa, es preciso mostrar gráficamente de una manera adecuada que no solamente cause un impacto positivo en el público en general, sino que al mismo tiempo genere posicionamiento y reconocimiento siendo esto parte de los objetivos de una empresa que representa un bien o un servicio.

Indiscutiblemente la identidad visual se basa en una representación gráfica, pero además del análisis y creación de elementos de diferenciación que realmente represente la identidad de una empresa y que sus bienes y/o servicios sean reconocidos por su imagen para generar posicionamiento en el mercado.

De allí la importancia de contar con un identificador visual, que si bien no es el todo porque la imagen corporativa abarca muchos campos de estudio, si es una parte muy importante de la misma, tal vez vital puesto que de allí se desprende una cantidad de valores, atributos, beneficios y en general lo que llamamos identidad corporativa que actualmente es lo que una empresa debe brindar a sus clientes, mayor atención si quiere construir una relación de intercambio, fidelidad y posicionamiento de la marca.

Teniendo en cuenta que es una empresa que está abriendo sus puertas al mercado y que es una propuesta innovadora en la que están trabajando, es necesario con todo lo que se ha mencionado anteriormente se implemente un identificador visual para que permita el reconocimiento, diferenciación y posicionamiento de la empresa en el medio comercial, buscando siempre el adecuado uso de colores, formas y tipografías que vayan de acuerdo a la identidad que se quiere mostrar.

5. Objetivos

5.1 Objetivo General

Crear un identificador visual que genere reconocimiento, impacto e identificación en el público de inEvent en Melgar Tolima y sus alrededores.

5.2 Objetivos Específicos

1. Formular un concepto que permita ser traducido y representado a través de un identificador visual.

10.4 Ambiente

Para el ambiente o branding se planteó una explosión de color a través de formas simples, en diferentes tamaños y así se le dio movimiento, se incluye una paleta de colores que fuese llamativa, que causara impacto en el cliente final.



10.5 Aplicaciones

Eventos diurnos

Las camisetas para los eventos que se realicen en el día, el logo de In&vent son de color blanco y el logo simple va en la parte frontal izquierdo de las camisetas de los colaboradores de la empresa, y en la parte inferior derecha aplicando el branding y/o ambiente.



Camisetas para eventos en el día y eventos infantiles.

Eventos nocturnos

Las camisas para los eventos que se realicen en la noche el logo de In&vent son de color blanco y el logo simple va en la parte frontal al lado izquierdo de las camisas de los colaboradores de la empresa y en la parte de atrás el logo.



Camisas para hombre en eventos de noche y corporativos.

10.1 Logo

Para el logo se modificó la tipografía lobster two, haciendo de esta más uniforme y con rasgos especiales con énfasis en el ampersand y teniendo en cuenta lo que se planteó al principio con trazos libres y ligeros, además se hizo un degradado para simular volumen y así dar fuerza al mismo.




Divierte tus sentidos

10.2 Slogan

Para el slogan se tuvieron en cuenta factores relevantes de la empresa como: organización, espacio, experiencia, eventos, entretenimiento, esparcimiento, diversión, alegría; de los cual se escogió *divierte tus sentidos* porque lo que quiere In&event es que sus clientes vivan una experiencia inolvidable que involucre todos los sentidos.

Divierte tus sentidos

10.3 Logo simple

Para simplificar el logo se hizo un logo simple para ser empleado en las aplicaciones, página web y publicidad que por espacio no se pueda poner el logo completo; lleva los mismos colores del logo y se puso el punto de la "i" para mostrar equilibrio de la marca.



2. Diseñar un identificador visual basado en el concepto y los atributos empresariales de **inEvent**.
3. Finalizar el identificador visual en illustrator para que se pueda reproducir en diferentes medios de uso por **inEvent**.
4. Diseñar y entregar a **inEvent** una memoria visual del proceso y desarrollo del proyecto como evidencia de este ejercicio de comunicación gráfica.

6. Marco teórico

Es así como dentro de la análisis se determinaron factores para desarrollar un identificador visual con base en:

“Las comunicaciones corporativas es uno de los trabajos más exigentes. Las empresas necesitan proyectar una imagen estable y “excitante”, emprendedora y de espíritu cívico, diversificada aunque centrada en áreas claves, generosas frente a los empleados pero parca como inversión” (Garbett, 1991).

Es por este motivo que a la hora de crear un identificador visual se tiene gran responsabilidad, no sólo en cuanto al diseño sino en lo que se quiere proyectar, es un trabajo que exige analizar a profundidad los factores que pueden llegar a hacer la diferencia, como por ejemplo: las características particulares que tenga la empresa, su historia y su razón de ser; para tener claro un concepto de la misma y así pueda ser plasmado de la mejor manera y el mensaje que quiere transmitir sea percibido e interpretado con claridad por sus clientes, puesto que ellos se hacen mentalmente una imagen de las empresas, por todo lo que representan, no solo gráficamente sino también en su desempeño a nivel comercial.

“Es la actitud o la representación mental de un estereotipo de la organización, que los públicos se forman, en cuanto ser vivo, social y comunicativo. Es la idea global que tienen sobre sus productos, actividades y su conducta”. Y es que la imagen corporativa no es sólo un conjunto de elementos gráficos, va más allá así como lo dice Capriotti (1999).

Es la imagen corporativa la encargada de dar identidad comercial a una empresa, por ello la importancia de establecerla de manera adecuada para que transmita lo que realmente se quiere proyectar.

“la imagen es el efecto o resultado de la comunicación voluntaria o involuntaria de una identidad” (sanz de la Tajada, 1994).

La identidad visual debe ser el resultado de un análisis profundo, no solamente de las características, atributos y cualidades, además de los bienes y/o servicios que ofrece la empresa, sino también de la historia de la misma y de sus dueños, las motivaciones que tuvieron en el emprendimiento, ya que está

lleno de obstáculos y sin duda competencia; son aquellas motivaciones además de las económicas las que hacen la diferencia a la hora de prestar un servicio y estas son las que se deben reflejar en una imagen visual.

“registro público de los atributos de identidad del sujeto social. Es la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o esporádico” (Chaves, 2003).

Es evidente la importancia que tiene la manera en que es percibida la imagen de una empresa, por ello es fundamental asumir la responsabilidad como comunicadores gráficos y como empresas para difundir la imagen correcta, puesto que el éxito de un identificador visual depende de cómo sea proyectado y percibido por el público al que va dirigido.

Definiendo así la importancia de la imagen corporativa y el identificador visual dentro de esta, podemos decir que desde siempre la misma ha determinado, el cómo se ve y cómo la ve el público en general, de ahí la prioridad en el desarrollo de un identificador visual siendo este el principio fundamental de la marca, para que una empresa tenga una identidad clara y precisa transmitiendo efectivamente su identidad y personalidad ante su público y la competencia.

7. Metodología

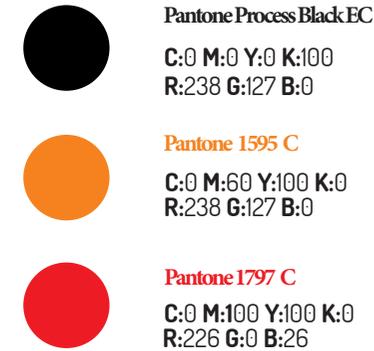
Este proyecto está planteado como investigación proyectiva, porque se pretende elaborar una propuesta de identidad visual para una empresa que no cuenta con ella y así solucionar un problema planteado.

Objetivo específico 1: formular el concepto de la empresa basado en sus atributos empresariales.

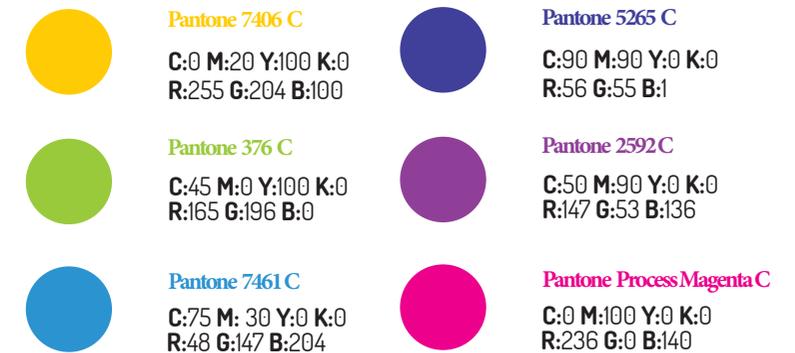
- Paso 1:** Para llegar al concepto se inició con un acercamiento a los dueños de la empresa y así conocer de donde surgió la idea para crearla.
- Paso 2:** Luego de conocer un poco de los inicios de la empresa se indagó acerca de los valores que ellos consideraban importantes para su empresa y lo que ellos querían proyectar de la misma.
- Paso 3:** Finalmente en esta construcción de concepto fue necesario analizar e interpretar toda esta información y proceder a la traducción formulación del concepto y los atributos empresariales.

Objetivo específico 2: diseño de un identificador visual para inEvent.

- Paso 1:** Exploración simbólica relacionada con el concepto de la empresa.
- Paso 2:** Intervenir las formas tipográficas.
- Paso 3:** Seleccionar colores apropiados.
- Paso 4:** Armonizar los símbolos, formas y colores en una identidad visual.



Paleta de colores secundarios



serpentina y globos), se inicia haciendo un diseño con serpentinas, luego se realiza otro donde se emplea el confetti y los globos siendo estos los referentes utilizados en la mayoría de los eventos que realiza in&vent. Buscamos representar a través de formas simples, dando movimiento y color a las mismas para representar gráficamente el concepto planteado y creando un ambiente a través de formas que reflejen en cualquier lugar la empresa sin necesidad de que el logo sea visible. Además en principio los dueños expresaron el concepto de empresa como una explosión de color que se ve reflejada en esta creación de formas.

10. Productos gráficos finales

11. BIBLIOGRAFÍA

pasiones, tales como el amor y el odio, especial para anuncios de vehículos deportivos y para clientes de personalidad extrovertida.

9. Descripción de resultados

De acuerdo con el análisis realizado y un proceso creativo preliminar da como resultado un racional creativo expuesto a continuación:

9.1 Tipografía:

La tipografía empleada para el logo es lobster two, esta tipografía fue creada por Pablo Impallari en 2011, con subfamilia de fuentes regular y tiene todos los derechos reservados. Esta tipografía se escoge por tener rasgos muy particulares como son: imita la caligrafía pero es netamente tipográfico, dos características en una sola tipografía, se hacen modificaciones para que se vea más uniforme y se incluye el ampersand, siendo este la parte primordial del logo y es por ello que con el mismo se hace un logo simple que puede ser utilizado en la página web, redes sociales y aplicaciones. Para el slogan se emplea una tipografía de la familia sans serif (Ubuntu) italic en tono negro.

9.2 Colores:

Para el logo se escogieron los colores naranja y rojo, por la descripción antes mencionada la fuerza de los colores y el concepto se logra involucrar en estos dos colores y se le hace un degradado para dar volumen y que se cumpla con el objetivo de un logo fresco y actual. El slogan va de color negro para que sea visible ya que va en un tamaño más pequeño que el logo y así mismo dar un contraste al logo, dándole fuerza y equilibrio.

Para el ambiente se emplearon colores que expresan alegría como son: magenta, amarillo, azul, verde, violeta; estos colores hacen parte de los deseos expresos por los dueños cuando mencionan la explosión de color.

9.3 Creación de formas:

Para la creación de formas se realizó un proceso de bocetación donde se incluyen las formas antes mencionadas (confetti,

Lobster two
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#%&'()/=?;:~*+{}-.,:~[]*

Ubuntu
 ABCDEFGHIJKLMNOPQ
 RSTVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890
 !"#%&'()/=?;:~*+{}-.,:~[]*

Objetivo específico 3: Finalizar el identificador visual para inEvent.

- Paso 1:** Se realiza documentación y registro que de cuenta del proceso realizado para la creación de la identidad (memoria visual).
- Paso 2:** Se presentará la memoria visual (impreso), donde se incluirá los colores, tipografías y formas empleadas en la construcción del identificador visual.
- Paso 3:** Se presentarán las respectivas aplicaciones del identificador visual para los medios requeridos por la empresa.

Objetivo específico 4: Entrega del identificador visual para inEvent.

- Paso 1:** Después de la verificación de funcionamiento para la reproducción de los medios digitales, se procederá a la entrega oficial a los dueños de la empresa.
- Paso 2:** Se presentará impresa la memoria visual del proceso.

8. Conceptualización y proceso gráfico

8.1 Historia de una sociedad del entretenimiento

Para la creación de un identificador visual para la empresa se indaga acerca de las principales características de los dueños y de la empresa para crear un concepto que sea reflejado en este identificador visual y así cumplir con el objetivo propuesto.

En primera medida en un diálogo sostenido con los dueños preguntamos acerca de cómo habían llegado a la idea de conformar la empresa?, ellos comentaron que llevaban varios años trabajando en Cafam Melgar y que allí habían desempeñado diferentes roles laborales dentro de los cuales estaba la de recreadores, parte de la logística de los eventos que allí se realizaban y que parte de esto incluía hacer toda la decoración que requerían los eventos y es allí donde se perfeccionan en el manejo del icopor haciendo diferentes figuras de todos los tamaños, además realizando todos el montaje que requieren los eventos (luces, sonido, escenografía), es a partir de esa experiencia que nace la inquietud para crear una empresa que realizará eventos temáticos.

Es en este momento donde deciden hacer una sociedad entre Edilson Sossa y Damian Rojas para conformar una empresa



Damian Rojas en evento de recreación



Edilson Sossa en evento de recreación

que realizará eventos temáticos a través de escenografías especiales para cualquier evento de celebración o corporativo. Lo que los dueños han expresado es:

“Esperamos un producto que transmita todo lo que somos como empresa, un resultado que sea atractivo y que cause impacto, para atraer a clientes potenciales, no sólo por nuestra imagen sino también por la realización de nuestros eventos, queremos que nuestra imagen no solo muestre lo que somos como sociedad, buscamos un reconocimiento a nivel comercial y esto lo reflejamos a nuestros usuarios en los ambientes creados para ellos, queremos que nuestros clientes vivan en cada evento una experiencia inolvidable con nuestra idea de explosión de color.” Edilson Sossa y Damian Rojas.

8.2 La creación del nombre

Al iniciar la comunicación con los dueños de la empresa la primera inquietud a resolver fue la creación del nombre de la misma, puesto que tan solo tenían ideas pero nada concreto que les identificara, es por tal motivo que iniciamos el proceso de la búsqueda del nombre, por lo cual se realizó una cadena semántica de características y servicios que ofrecería la empresa, este buscaba ser llamativo, fácil de pronunciar y escribir, además que pudiera generar recordación y que fuese representativo de la empresa, el resultado de esta cadena semántica fue:

Logística,	Sonido,	Luces
Eventos	Fiesta	Diversión
Recreación	Entretenimiento	Alegría
Innovación	Originalidad	Autenticidad
Novedad		

Del cual salieron nombres como:

in logist	eventin	infiest
innova	festnova	diverfest
eventfest	in event	inEvent ✓

Finalmente se escogió **inEvent** (in) por innovador y (event) por eventos.

Luego de conocer un poco de los inicios de **inEvent** se indagó acerca de los valores y atributos que ellos consideraban importantes para su empresa y lo que ellos quisieran proyectar de la misma.



cia por su excelente representación gráfica, puesto que puede permanecer más tiempo en la memoria por su contenido simple y fácil de recordar ya que las letras y las composiciones de palabras controlan esta imagen, facilitando sin duda la retención o expulsión por su complejidad o simplicidad con las que sean contruoidos.

En cuanto a la tipografía **in&vent** busca innovar no solo con los colores y las formas sino también con la tipografía que refleje su identidad, alegre pero con mucha responsabilidad y profesionalismo.

8.4.2 Colores

Teniendo en cuenta que es una empresa que se dedica a la creación de escenografías temáticas para eventos, se busca que los colores reflejen conceptualmente a la empresa y así mismo se vean de una manera agradable al público.

Para esto nos planteamos que hubiese una relación psicológica del color con los valores de la empresa. Por lo tanto se escogieron en un principio los colores naranja y amarillo, los cuales se aplicaron al logotipo y a las formas complementarias, como parte de prueba.

Naranja: Dentro de los colores cálidos el naranja en un lenguaje publicitario, representa la creatividad y éxito, este color contiene toda la energía del rojo y la intensidad del amarillo haciendo de este color el equilibrio perfecto y además de eso se escogió por los colores de la bandera de Melgar que tiene color rojo, amarillo y blanco, si hacemos una mezcla sale el naranja, el cual es un color jovial, accesible y confiable, todas estas características de **in&vent**.

Amarillo: Este color también hace parte de los colores cálidos y teniendo en cuenta que **in&vent** está ubicado en un municipio donde sus temperaturas son bastante elevadas y es así como este color combinado con el naranja refleja calor total, siendo este el color del sol y la alegría, es un color que expresa energía, resplandor, brillantez y denota lealtad algo que la empresa busca en sus clientes y colaboradores.

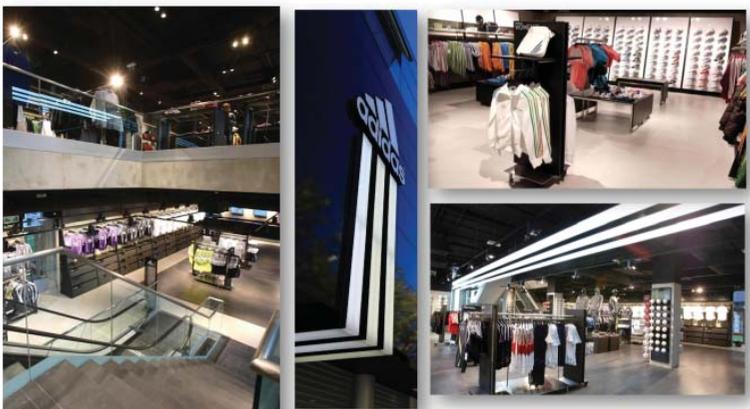
Rojo: Este color transmite energía y vigor, también es el color de las

y ambiente son reconocidas, están posicionadas en el mercado y además marcan la diferencia frente a sus competidores.

8.4.1 Tipografía

Los logotipos tipográficos han alcanzado gran importancia y trascenden-

Adidas



Davivienda



Experiencia	Calidad	Responsabilidad
Versatilidad	Creatividad	Innovación
Aprendizaje continuo		

Después de analizar los inicios de la empresa y los atributos que los dueños quieren reflejar de la misma se puede decir que:

inEvent es una empresa de servicios de entretenimiento y logística que ha fusionado la creatividad y la experiencia de sus fundadores (Edilson Sossa y Damián Rojas) para ofrecer soluciones innovadoras y originales a sus clientes, en los eventos temáticos de los que hagan parte.

8.3 Exploración formal

8.3.1 Simbolismo



Este símbolo representativo de la cultura celta tiene gran connotación e importancia ya que era portado solamente por los druidas (sacerdotes de los celtas), para ellos el triskelion representa el aprendizaje y la trinidad (pasado, presente y futuro), era símbolo de poder y autoridad, era empleado como talismán para curar fiebres y aliviar heridas.

En la búsqueda de un símbolo que representara la empresa nos basados en un triskelion celta, es representativo de esta cultura porque tiene gran importancia ya que este símbolo lo podían llevar únicamente los sacerdotes celtas, para ellos el triskelion representa la trinidad (pasado, presente y futuro), era símbolo de poder y autoridad.

Triskelion o triskelion, también llamado trikele o trinacria, es un símbolo geométrico celta y curvilíneo formado por tres brazos en espiral que se unen en un punto central, círculo o triángulo, configurando la forma de una hélice, es parecido a la esvástica o el tetraskelion, una de las diferencias es que estos últimos tienen cuatro brazos formando ángulos de 90°. El tres es el número más sagrado para la cultura celta, y representa la perfección y el equilibrio (significados, 2014)

Según esta cultura celta el triskelion o trinacria representa:

- La evolución y el crecimiento
- La eterna evolución y aprendizaje perpetuo



La primera bocetación que se hizo en la búsqueda del símbolo para inEvent.

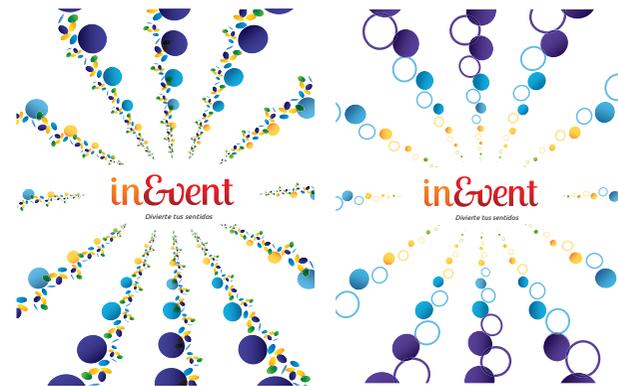
Esto sin lugar a dudas es parte de las características de inEvent siendo una empresa nueva en el mercado, son conscientes que deben estar en continuo aprendizaje y evolución para brindar lo mejor a su público.

Después de iniciar este proceso de bocetación se analizó que desde el principio se necesitaban unas formas que representarían libertad, espontaneidad y por ello se crearon trazos muy libres y ligeros; pero también se tuvo en cuenta que la letra “e” de event, tenía una posición fonética importante y diacrítica en el nombre de la marca, siempre se le ha conferido un realce en su pronunciación, es por eso que se buscó un símbolo que representara a esa “e” que destaque las características antes mencionadas, con lo que se exploró en la disponibilidad de caracteres del alfabeto por un signo que representara gráficamente los atributos empresariales de inEvent. Es allí donde nos encontramos con el signo “&”, denominado coloquialmente como “Y comercial” pero técnicamente llamado ampersand.



Desde que inicio el proceso de bocetación se buscó expresar el ambiente festivo simplificando formas.

realiza in&vent.



Se tomaron como referencias algunos ambientes que resaltan la importancia que tiene el manejo de los mismos sobre la marca y el valor que este representa por la imagen que se hacen los clientes, como ejemplo dos grandes marcas como lo son: Davivienda y Adidas, empresas que por el manejo de su imagen





Aunque las formas presentadas anteriormente es preciso en muchos casos, el gráfico de manera simple pero que se acople con las formas que se realizaron con el confetti.

Remitiéndonos a las expectativas de los dueños (Edilson Sossa y Damian Rojas), cuando hacen mención de una explosión de color como parte de la identidad visual, se busca reflejar de manera clara y concreta, dándole movimiento a las formas y manejando una gama de colores que evoque los eventos que



Simplificando formas.



Luego se combinó el color naranja y amarillo, allí se evidencio la entonación en la letra "e" de event y se le quiso dar relevancia y acentuación.



Se decide buscar un símbolo que reemplace la "e" por la entonación que se le quiere dar dentro del nombre.



Remontándonos a la antigüedad, el uso de arroz o granos era símbolo de la fertilidad, la tradición de tirar las hojas de colores y flores junto con el arroz en los matrimonios y celebraciones era una costumbre en la época victoriana. En la actualidad el confetti o papel picado se arroja en celebraciones, especialmente en bodas, este se encuentra en una gran variedad de colores y formas.

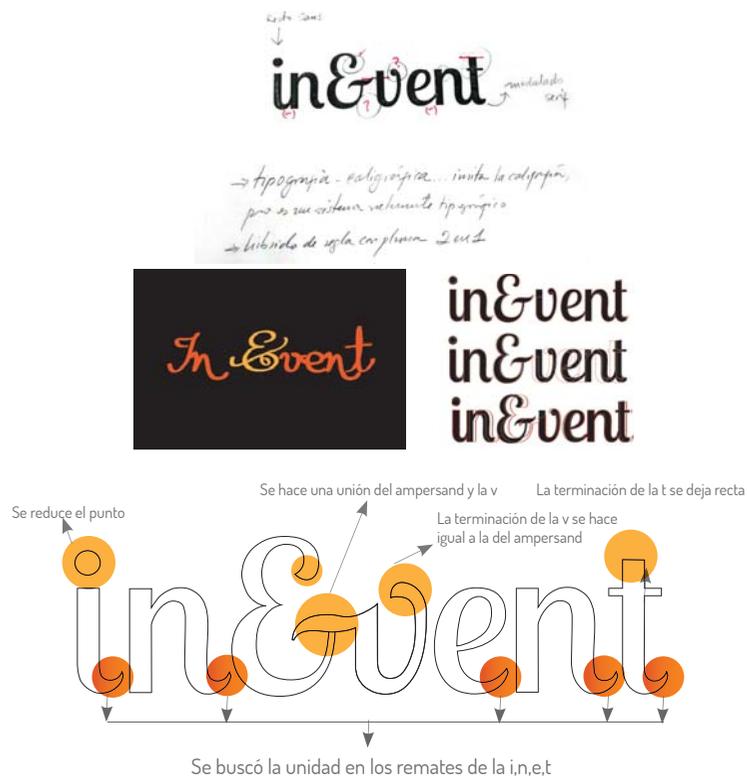
muchas figuras y son parte primordial en su trabajos, también el confetti y la serpentina indispensable en las fiestas infantiles.

La serpentina es utilizada en fiestas, consiste en una larga tira de papel enrollada sobre sí misma que se desenrolla produciendo un efecto visual, son utilizadas desde la antigüedad junto al confetti en carnavales, cumpleaños y toda clase de eventos, son utilizadas de forma profesional para dar efectos especiales y espectáculos por empresas dedicadas al entretenimiento. Los primeros globos estaban hechos de vejiga animal. El globo moderno lo inventó Michael Faraday en los primeros años del siglo XIX, se utilizan en la decoración de cualquier fiesta y/o evento.

Por lo anterior, se inició el proceso de bocetación, buscando la simplicidad en las formas señaladas (confetti, serpentina y globos), en primer lugar se experimentó la forma de serpentina de diferentes maneras como se observa a continuación.

Continuando con el desarrollo del proceso se escoge el confetti como referencia para darle una nueva ambientación al producto que se quiere conseguir.





8.4 Sobre el ambiente de aplicación visual del logo

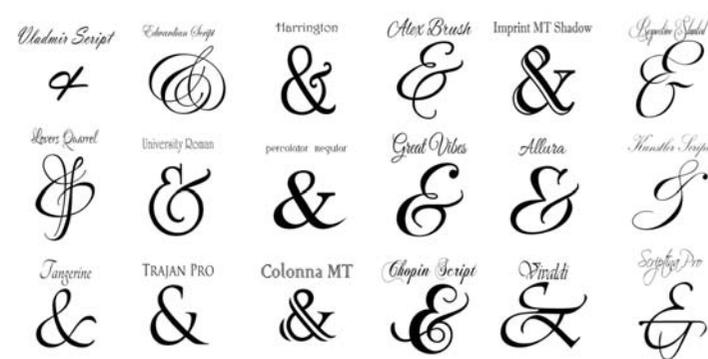
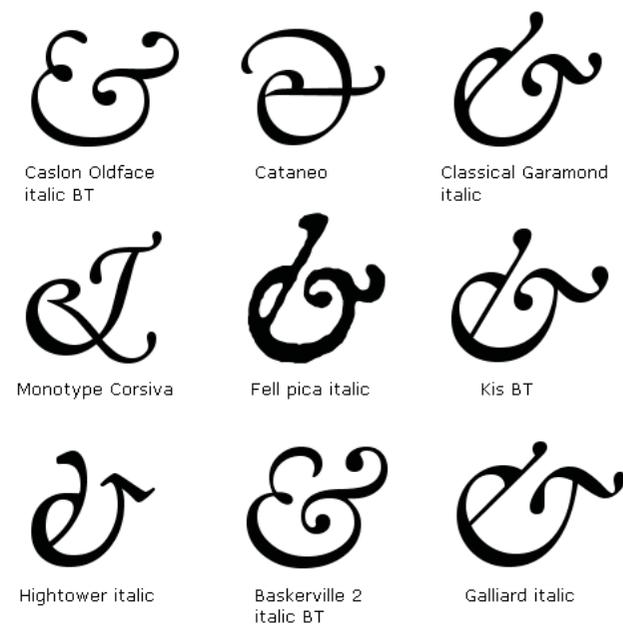
El diseño del ambiente de uso y aplicación de la marca es la estrategia que se emplea para administrar los elementos visuales asociados al concepto, como por ejemplo la composición de formas y colores, y así darle mayor valor a la marca e influir en la percepción de sus atributos.

El branding busca resaltar el poder de una marca, aquellos valores de tipo intangible, tales como la singularidad y la credibilidad, que les permiten diferenciarse de las demás y causar un impacto único en el mercado. Lo que el branding intenta hacer es subrayar dichas cualidades que la marca transmite al cliente y que constituyen su fortaleza. De esta manera, es posible que el consumidor asocie en su mente una marca con un valor; éste puede ser, por ejemplo, la innovación. En este caso, los publicistas buscarían que el consumidor piense en la marca a la hora de buscar productos innovadores. (Definicion.de, 2008-2014)

Para la creación de este ambiente de uso, indagamos con los dueños de la empresa algo que fuese representativo o estuviese presente en los eventos y se evidenció que hay algunos elementos clave que hace parte de la decoración y que no falta en los eventos, estas son: las bombas, con las cuales hacen

8.3.2 El ampersand (&)

Este simbolismo lo encontramos en la ligadura tipográfica o signo “&”, que significa en español “y” o en latín “et”. Es un grafema que ha tomado también un uso habitual como símbolo de unión o asociación, por ejemplo “Rock & Roll”, y como sociedad mercantil, ejemplo “barnes&noble”. Morfológicamente se encuentran muchas variaciones en la construcción de este signo, es por ellos que se buscó una que tuviese característica de la “e” sin dejar de ser ampersand.



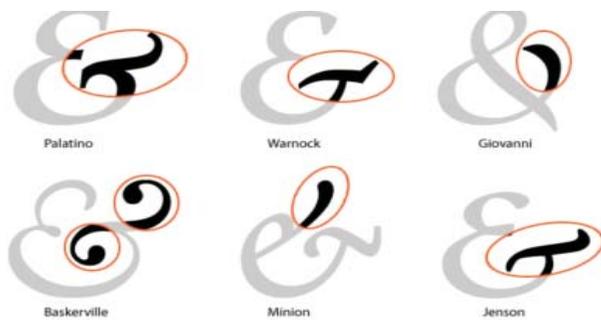


FRIDAY
31
December, 2010



An ampersand is a marvelous symbol. It says "AND - I am not finished, there is more..." My whole life is a great big ampersand right now, &...

www.jeanierhoades.com
#youmavquotemeonthis



Se tomaron como referentes algunos logos que tienen incluido el ampersand y así ver el tratamiento que cada una de estas marcas le dan a su logo.



8.3.3 El concepto de logotipo

Una vez establecido que el ampersand es el elemento clave para el desarrollo del logo, es necesario la búsqueda de una tipografía que vaya acorde con este grafema y por eso se hacen diferentes pruebas de tipografía.

Es así como después de analizar estas tipografías, nos encontramos una unidad visual y se opta por escoger una variedad de la familia de sans serif que son: gabriola, sail, volkhov, oleo script, elsie, playfair, display y lobster two, de los cuales se escogieron las tres que más representaban un acercamiento al ampersand y finalmente se escoge lobster two para ser modificada.



Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Tecnología en Comunicación Gráfica
Bogotá D. C Mayo de 2014

Diseño del identificador visual para **inEvent**

Nancy Mendoza Rodríguez
Leidy Milena Rubiano Jiménez







in&event

Divierte tus sentidos

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Tecnología en Comunicación Gráfica
Bogotá D. C Mayo de 2014



Diseñado por:
Nancy Mendoza Rodríguez
Leidy Milena Rubiano Jiménez

Trabajo de grado presentado como
requisito para optar al título de:
Tecnología en Comunicación Gráfica

UNIMINUTO
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Bogotá D. C. mayo de 2014

