



# REDISSENY DE LA IDENTITAT VISUAL D'UNA LLAR D'INFANTS

el pollet de la llar

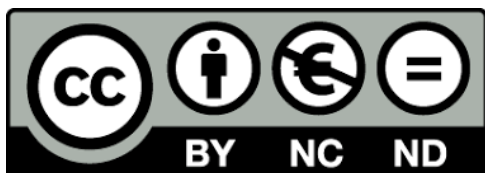
Memòria del Treball Final de Grau  
Grau Multimèdia  
Àrea de Creació Gràfica

**Autor: Tatiana Pascual Solé**

Professor Colaborador: Francesc Morera Vidal  
Profesora: Irma Vilà Òdena

## Copyright

Llicència:



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 4.0 Espanya de Creative Commons (CC BY-NC-ND 4.0)  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

Aquesta llicència permet compartir, copiar i redistribuir el material en qualsevol mitjà o format, sota les següents condicions:

**Atribució** — Vostè ha de donar-li crèdit a aquesta obra de manera adequada, proporcionant un enllaç a la llicència, i indicant si s'han realitzat canvis. Pot fer-ho en qualsevol forma raonable, però no de forma tal que suggereixi que vostè o el seu ús tenen el suport del licenciadador.

**NoComercial** — Vostè no pot fer ús del material amb finalitats comercials.

**Sense Derivar** — Si vostè mescla, transforma o crea nou material a partir d'aquesta obra, vostè no podrà distribuir el material modificat.

**No hi ha restriccions addicionals** — Vostè no pot aplicar termes legals ni mesures tecnològiques que restringeixin legalment a uns altres fer qualsevol ús permès per la llicència.

Les imatges que es reproduïxen en el document, com ara icones, marques o logotips, s'acullen al dret de citació (art 32 LPI) i estan excloses de la llicència per defecte d'aquest material.

## DEDICATÒRIA:

A la meva família, per tota l'ajuda i els ànims que m'han donat quan defallien les forces, i especialment, al Jan, per totes les hores de parc invertides, que han servit per poder anar realitzant les diferents assignatures del grau.

Als professors i companys que m'han acompanyat durant tot el camí, resolent la gran quantitat de dubtes i problemes que anaven sortint.

Moltes gràcies a tots.

## ABSTRACT:

El present treball és el resultat d'una part dels coneixements adquirits durant la realització del Grau en Multimèdia realitzat a la UOC. L'objectiu d'aquest estudi és poder aplicar tots aquests coneixements relacionats amb la creació gràfica, desenvolupant una nova identitat visual per a una llar d'infants.

El projecte es basa en la creació d'una nova identitat visual la qual es definirà en tots els àmbits relacionats amb l'empresa per poder aportar tota una sèrie de beneficis, com pot ser el fàcil reconeixement per part dels clients, i a part aconseguir diferenciar-se de la competència.

Aquest treball presenta diferents aspectes de la identitat visual, com pot ser la creació d'un nou imagotip, el disseny de diferents elements per les xarxes social, així com elements característics de la comunicació entre empresa i client.

Per poder desenvolupar aquest projecte adequadament, es realitza un estudi previ de tots els elements que formaran part i es realitza un brífling, on s'analitza la informació prèvia i s'incorpora nova.

**Paraules clau:** Treball Final Grau, Multimèdia, Disseny gràfic, Identitat corporativa, Identitat visual, "Branding" Imagotip, Logotip, Isotip, Isologo, Manual d'identitat corporativa, Vídeo i Brífling.

## ABSTRACT (English version)

This work is the result of knowledge acquired during the realization of the Degree in Multimedia at the UOC. The objectives of this work are developing and applying different knowledge and skills related to graphic creation, and develop a new visual identity for a kindergarten.

The project is based on the creation of a new visual identity, the project will be defined in all areas related to the company, for example to be able to provide a whole series of benefits, such as the easy recognition by the customers and differentiate from their competitors.

This work presents different aspects of visual identity, such as the creation of a new image, the design of different elements of social networks, as well as the characteristic elements of communication between company and client.

There has been a comprehensive study of all the elements that will be included in the project, and it will be implemented with a briefing where information prior will be analyzed, and new information will be incorporated.

**Keywords:** Final Degree Work, Multimedia, Graphic Design, Corporate Identity, Visual Identity, “Branding” Imagotype, Logo, Isotype, Isologo, Corporate Identity Manual, Video and Briefing

## CONVENCIONS:

**Títols de capítol:** tipografia Odin Rounded en negreta, tamany 22, color blau (CMYK:100,99,26,28), alineat a l'esquerra.

**Seccions de capítol:** tipografia Odin Rounded en negreta, tamany 18, color blau (CMYK:100,99,26,28), alineat a l'esquerra.

**Subseccions de capítol:** tipografia Odin Rounded en negreta, tamany 16, color negre (CMYK:0,0,0,0), alineat a l'esquerra.

Cos de text: tipografia Euphemia UCAS, tamany 12, color negre (CMYK:0,0,0,100), justificat a dreta i esquerra, interlineat de 15.

**Elements destacats:** tipografia Euphemia UCAS en negreta, tamany 12, color negre (CMYK:0,0,0,100).

Peus il·lustracions: tipografia Euphemia UCAS tamany 10, color negre (CMYK:0,0,0,100), alineat a l'esquerra.

Cites: tipografia Euphemia UCAS, tamany 10, color negre (CMYK:0,0,0,100) justificat a dreta i esquerra.

Peu pàgina: tipografia Euphemia UCAS, tamany 12, color blanc (CMYK:0,0,0,0), alineat a la dreta a les pàgines pars i alineat a l'esquerra a les pàgines impars.

Número pàgina: tipografia Euphemia UCAS, tamany 32, color negre (CMYK:0,0,0,0), alineat a l'esquerra a les pàgines pars i alineat a la dreta a les pàgines impars.

Portada: tipografia Euphemia UCAS, tamany 24, 18 i 14, en negreta i normal, de color blanc (CMYK:0,0,0,0) i blau (CMYK:100,99,26,28), alineat al centre, i tipografia Quadranta en negreta, tamany 46 i 34, de color blau (CMYK:100,99,26,28), alineat al centre.

# FIGURES I TAULES:

## Índex de figures

Figura 1: Tendència en logotips: minimalisme	15
Figura 2: Tendència en logotips: minimalisme	15
Figura 3: Tendència en logotips: art lineal	15
Figura 4: Tendència en logotips: disseny pla	15
Figura 5: Tendència en logotips: tipografia creativa	15
Figura 6: Imagotip inicial El pollet de la llar	19
Figura 7: Imagotip Xarxa d'escoles bressol municipals	22
Figura 8: Imagotip El cuenta cuentos	22
Figura 9: Imagotip La sierra	22
Figura 10: Imagotip Pequeñas sonrisas	22
Figura 11: Mostra colors corporatius	27
Figura 12: Imatge elements natura	29
Figura 13: Dibuix representació pollet 1	30
Figura 14: Dibuix representació pollet 2	30
Figura 15: Dibuix representació pollet 3	30
Figura 16: Dibuix representació pollet 4	30
Figura 17: Fases creació logotip	31
Figura 18: Formes geomètriques imagotip	32
Figura 19: Prova color imagotip final	32
Figura 20: Mostra tipografia imagotip	33
Figura 21: Mostra tipografia projecte final	33

## Índex de taules

Taula 1: Diagrama Gantt amb planificació projecte	38
---	----

1. Introducció	9
2. Descripció	10,11
3. Objectius	
3.1 Principals	12
3.2 Secundaris	13
4. Marc teòric/Escenari	14-17
4.1 Disseny infantil	16
4.2 Entrevista	17
5. Continguts	18-37
5.1 Brífig	18-24
5.2 Naming	25
5.3. Estudi mercat	26
5.4. Identitat corporativa	27-37
Colors corporatius	29-31
Imagotip	32-34
Tipografia	35-37
5.5. Vídeo	38-40
6. Metodologia	41,42
7. Plataforma de desenvolupament	43,44
8. Planificació	45,46
Diagrama de Gantt	46
9. Procés de treball/desenvolupament	47,48
10. Pressupost	49
11. Viabilitat	50
12. Conclusió	51
Annex 1. Lliurables del projecte	52-54
Annex 2. Manual identitat corporativa	55-96
Annex 3. Glossari	97
Annex 4. Bibliografia	98,99
Annex 5. Vita	100



# I. INTRODUCCIÓ:

Aquesta memòria té com a finalitat recollir tota la informació del procés seguit per a la creació de diferents elements d'identitat gràfica de la llar d'infants El Pollet de la Llar, i les seves opcions d'aplicació d'ús.

A la llar d'infants es troben amb la necessitat d'incorporar més elements gràfics, tant a xarxes socials com de forma física a les instal·lacions, i per tant, necessiten una nova imatge gràfica que acompanyi de forma adequada al procés de creixement de la llar. Per tant, cal adaptar l'imagotip a les tecnologies actuals, per poder reflectir de forma correcta els valors de la marca.

La imatge gràfica actual només consta d'un imagotip realitzat a mà i no es parteix de cap tipologia seleccionada anteriorment, ja que es realitza de forma manual, i amb dos colors que defineixen la imatge corporativa.

El que es pretén és crear un nou imagotip, que sigui atemporal, original i fàcilment identificable, utilitzant formes i colors adaptats al públic al qual va destinat. La finalitat del projecte és crear un manual d'identitat corporativa que serveixi de pauta per a la seva posterior aplicació.

## 2. DESCRIPCIÓ:

En tractar-se d'una empresa familiar, fins ara, no s'havia creat cap manual d'identitat corporativa. Per una altra banda, la seva imatge visual només està formada per un imatgotip. Com a marca, és necessari anar més enllà d'un imatgotip i crear una nova identitat visual completa. Caldrà crear un manual d'identitat corporativa: document on es recolliran els principals elements gràfics de la marca, tant per a la seva presència online com per a la seva presència offline.

Per a poder realitzar un manual d'identitat, el més adequat possible a les necessitats de la llar d'infants, es crearà un brífing, document que permetrà un estudi de l'entorn i l'estratègia a seguir per a obtenir un millor resultat final. Per a la creació del brífing s'utilitzarà la següent informació:

- Documentació preexistent
- Tipus de mercat
- Situació actual
- Producte
- Preu
- Imatge visual
- Competència
- Canal distribució
- Consumidor
- Públic
- Tendències mercat
- Temps

El brífing, servirà de guia per a la creació del manual d'identitat corporativa, on es definirà l'essència de la marca, el que representa, l'imatgotip, la tipografia, el to de veu, els colors i l'ús de les imatges.

A aquest manual es podran trobar els diferents elements necessaris per al correcte desenvolupament de la imatge visual de la marca, com:

**Naming:** s'utilitzarà el nom actual de la llar d'infants "El Pollet de la Llar".

**Identitat corporativa:** Es crearà un nou imatgotip de la marca, amb diferents versions, per poder-ho utilitzar segons les necessitats, i es crearan les imatges de les xarxes socials.

**Targeta:** es crearà una targeta del centre, i una pròpia per la directora, per transmetre la professionalitat, qualitat, creativitat i personalitat de la marca.

**Comunicació gràfica:** Es dissenyaran els diferents elements gràfics de l'entorn, és a dir, els rètuls, la decoració interior i la decoració de les finestres, per aconseguir una comunicació gràfica homogènia i que reforci la personalitat de la llar.

**Publicitat:** Es crearà un bàner per a posteriors campanyes publicitàries, i un tríptic plegat envolupant, follet informatiu doblegat en tres parts que té un impacte molt eficaç.

**Xarxes socials:** Es crearà els elements gràfics per les diferents xarxes socials, sobretot per Facebook, que és l'eina més utilitzada actualment per l'escola. Cal reforçar la imatge de la marca a les xarxes socials, per reforçar la seva presència.

**Firma electrònica:** Una eina de comunicació de gran utilitat, per tant, cal crear una firma electrònica per unificar l'aspecte i fer un bon ús, consolidant així la imatge de la marca que volem transmetre.

**Uniformes:** Disseny del xandall, bata, samarreta màniga curta pels alumnes, utilitzant els colors corporatius i amb el imatge tip de la llar.

**Merchandising:** S'inclouran diferents objectes treballats segons el branding, com per exemple la motxilla, material de papereria i també el disseny dels diferents fulls informatius, (preus, menú, notes, àrees de treball, horari curs escolar, carpetes de treballs i agenda).

**Introducció vídeo:** creació d'una introducció per afegir a les diferents presentacions en vídeo.

## 3. OBJECTIUS:

### 3.1. Objectius principals:

Els objectius principals del projecte són:

#### **PERSONALITAT:**

Crear una nova imatge corporativa per a la llar d'infants, seguint l'estil creat fins al moment, però desenvolupant una col·lecció de diferents elements més visible, tangible i omnipresent, per a poder projectar la nova identitat en diferents àmbits.

La imatge corporativa és un recurs estratègic que permet aconseguir una imatge com a resultat de l'expressió de la personalitat, essència i valors que l'empresa desitja projectar. Per tant cal que simbolitzi l'ètica i actitud de l'empresa i reflecteixi la seva forma de treballar.

#### **POSICIONAMENT:**

A través de la identitat corporativa es marca una imatge molt concreta que permet diferenciar i fer destacar l'empresa de tots els serveis o productes que es troben al mercat. Aconseguint una imatge única i diferenciada de la competència.

#### **COHERÈNCIA:**

Garantir la coherència i continuïtat de la marca, aconseguint una identitat visual forta però que sigui també adaptable i flexible als diferents contextes. Cal crear un estil visual propi i complet, que serveixi per a un llarg temps, però que permeti adaptar-se als diferents canals de màrqueting i comunicació.

## 3.2. Objectius secundaris:

Els objectius addicionals que enriqueixen el projecte són:

Transmetre tota la història sobre la creació de la llar, les seves activitats i motiu de la seva existència, a través de la introducció del disseny a elements als quals no se l'hi havia aplicat fins al moment. Aplicar la nova identitat visual a diferents elements com les xarxes socials i els diferents mètodes de comunicació entre empresa i client.

Per altra banda, s'aplicaran a cada un dels elements creats, la proposta de disseny desenvolupada al principi del procés de creació de la imatge visual, i es crearà una identitat visual homogènia, clara, identificable i que perduri en el temps.

## 4. MARC TEÒRIC:

La ràpida evolució del disseny en l'era digital, i la revolució en el disseny gràfic ha produït durant els últims anys, que les empreses familiars com “El pollet de la llar”, s'hagin trobat amb la necessitat d'adaptar la imatge visual a les noves tendències estètiques actuals.

Amb el naixement d'Internet, el disseny gràfic comença a introduir-se en tots els àmbits de la vida diària, i augmenta la seva demanda a causa de la introducció de les noves tecnologies. Això fa que el disseny gràfic sigui un element molt important en qualsevol empresa. Neix la necessitat de crear una marca moderna i atractiva, per a poder diferenciar-se de la competència.

La llei de Moore, formula una teoria visionària sobre l'evolució dels ordinadors, on s'estableix que cada dos anys, l'evolució tecnològica permet duplicar el nombre de transistors, el que ha afectat de manera directa a l'evolució del disseny gràfic a causa de la seva exposició continua a la tecnologia. Segons Moore **“la complexitat pel mínim cost dels components ha augmentat a un factor de dos per any. Certament, només es pot esperar que segueixi creixent. En un llarg termini, només es pot esperar que segueixi augmentant de manera més o menys constant”.** (Moore)<sup>1</sup>

És molt important pel disseny gràfic arribar més enllà de la transformació d'un imatgotip, i poder aconseguir transmetre valors, idees, sentiments i emocions. La imatge corporativa és una eina bàsica per a qualsevol empresa, i la llar d'infants “El pollet de la llar”, vol crear una nova imatge sense perdre la seva identitat actual.

Aquesta nova identitat visual vol aconseguir enfortir la singularitat de la marca, a través d'una gràfica i un estil modern, que perduri amb el pas del temps.

Un bon disseny gràfic ha de transmetre coherència, equilibri i personalitat, per poder arribar a un disseny sòlid i professional. És important que tot disseny aporti valor als usuaris, i es sentin atrets pel mateix. No són només elements decoratius, tot el contrari, s'intenta comunicar un missatge molt concret.

Tenint en compte l'evolució del disseny gràfic actual, el desenvolupament tecnològic i de la comunicació visual, és indispensable utilitzar les noves possibilitats expressives de la imatge. Per aquesta raó, s'han analitzat les noves tendències en disseny gràfic, que poden influir positivament en la creació de la nova imatge visual:

<sup>1</sup>Moore, G. E.: «Progress in digital integrated electronics», artículo en el encuentro IEEE International Electron Devices Meeting, IEDM Technical Digest, 1975.

## 1. MINIMALISME:

---

Es parteix de la simplicitat i la senzillesa, i es generen marques poderoses i directes. Destaca per l'utilització de colors neutres i objectes que ocupen poc espai.

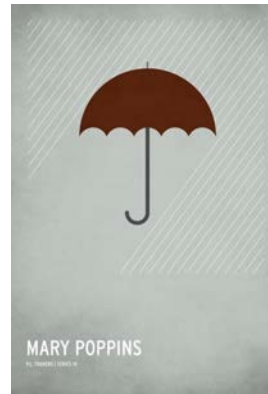


Figura 1



Figura 2

## 2. ART LINEAL

---

Són símbols amb línies gruixudes i logotips en forma de segell, on es sintetitzen conceptes, animals o elements reals, es produeix un efecte de lleugeresa.



Figura 3

## 3. DISSENY PLA o FLAT DESIGN

---

El disseny pla es caracteritza perquè no té cap tipus d'ombra, decoració ni degradat. Neix com a resposta de la necessitat de funcionalitat.



Figura 4

## 4. TIPOGRAFIA CREATIVA

---

En crear un logotip es poden utilitzar tipografies originals, les quals aporten un aspecte únic i especial a la marca



Figura 5

## 4.1. DISSENY INFANTIL

El desenvolupament tecnològic actual ha produït que el disseny gràfic sigui una part molt important del sistema educatiu actual. Són moltes les eines que tot dissenyador gràfic té a la seva disposició, el que ha estat una gran oportunitat per avançar en tot el relacionat amb el disseny a l'educació.

Un dels aspectes més importants dins de l'educació és la creació de continguts educatius que han de tenir la capacitat de potenciar la creativitat dels alumnes entre molts altres aspectes. Per tant, cal tenir en compte, elements com l'equilibri, el color i les proporcions, per poder afavorir el procés d'aprenentatge.

Un punt molt important que cal treballar és la disposició espacial dels elements, que han de ser el resultat d'un treball de planificació, establint diferents relacions de tensió o equilibri.

Un altre aspecte molt important són els tres factors definits per Simancas Yovane (2003): els personals i paràmetres fotomètrics com la lluminositat, el contrast i el color, els quals estan relacionats amb els espais arquitectònics, i que serveixen com a base en la creació dels espais educatius.

També cal crear continguts i espais adequats per al correcte desenvolupament de les activitats diàries dels alumnes, per així aconseguir un desenvolupament tant físic com cognitiu, i també estimular tant físicament com socialment, animant als alumnes a ser actius, i a descobrir i potenciar les seves habilitats i inquietuds.

L'etapa d'educació infantil és un dels períodes sensitius més importants en el desenvolupament perceptiu. En aquesta etapa neix la percepció analítica que permet al nen distingir diferents patrons sensorials com la forma, la mida i el color. Per tant, el color s'ha de trobar present en totes les activitats del nen, i no es pot aplicar a l'atzar. Cal utilitzar colors brillants, formes fàcils i senzilles i tipografies clares.



Figura 6

També s'ha de tenir en compte que s'ha de realitzar una comunicació doble per a dos públics completament diferents, per un costat els nens i per l'altre els pares.



## 4.2. ENTREVISTA

Durant el procés de creació del projecte es realitza una entrevista a la Directora i propietària de la llar d'infants "El pollet de la llar", Ana Fernández San Pedro:

1. Quins són els valors que vols transmetre a través de la imatge de "El pollet de la llar"?

**Al tractar-se de nens de 0-3 anys, que realitzen els seus primers passos en l'entorn educatiu, és molt important transmetre confiança i seguretat., perquè els petits es puguin adaptar a poc a poc a l'escola. Per aquesta raó, és necessari crear un vincle efectiu essencial que permeti al petit desenvolupar la seva autonomia i sociabilitat.**

2. Creus que és important que la imatge visual transmeti aquests valors?

**Si. La imatge visual és el primer contacte que tenen les famílies amb el centre, sigui a través d'Internet o per la proximitat al centre. Per a nosaltres, és molt important, transmetre a través de la nostra imatge els valors de respecte, tolerància, equip, diversitat i experimentació. Valors que es poden transmetre a través de l'estimulació i noves experiències.**

3. Quins colors són els que més identifiquen a la llar d'infants?

**Els colors que ens representen són el groc i el blau. Utilitzem un blau fosc com a fons, i el groc per a la tipografia. A part dels colors també tenim la imatge del pollet que està totalment relacionada amb el nom de l'escola i que ens representa.**

4. Creus que és possible la incorporació de nous colors a la imatge visual?

**Si. Estem oberts a noves propostes i noves incorporacions cromàtiques a la nova imatge visual del centre.**

5. Quin és l'element que no modificaries del vostre logotip?

**Estem molt contentes amb el nom que tenim i volem continuar amb el mateix nom. Per una altra banda, la imatge del pollet és molt representativa del nom de la llar, i ens agradaria que ens seguis representant.**

6. Quin ús li doneu a les xarxes socials?

**De moment només utilitzem Facebook, i ens serveix per anar mostrant imatges de les diferents activitats que fem amb els alumnes. Així els pares poden veure imatges de com els seus fills han estat gaudint amb activitats com la castanyada o les festes de la Mercè.**

## 5. CONTINGUTS:

### 5.1. BRÍFING

Aquest document serveix com a inici per a la preparació del manual d'identitat gràfica, on es realitza una primera elecció estratègica i creativa de les diferents dades que ens ajudaran a definir els objectius finals. Ens dóna informació sobre l'empresa i el producte o servei a realitzar i ens permet definir les bases i estratègia per poder desenvolupar correctament el projecte, i ens serveix com a punt de referència, ja que ens obliga a reflexionar sobre les idees principals i l'entorn en el qual es desenvolupa el projecte.

El brífung també ens serveix per a poder sol·licitar pressuposts, així es podrà valorar de manera més objectiva, i com a punt de partida per a l'orientació en el disseny dels elements.

L'estructura del document de brífung serà:

- INFORMACIÓ GENERAL
  - Descripció empresa
  - Valors
  - Identitat corporativa
  - Informació del sector
  - Públic objectiu
- INFORMACIÓ SOBRE IDENTITAT VISUAL:
  - Identitat visual actual
  - Motius del canvi d'identitat visual
- INFORMACIÓ ADDICIONAL
  - Format de difusió
  - Timing

## **INFORMACIÓ GENERAL:**

### **Descripció empresa:**

L'escola infantil "El pollet de la llar", és una empresa familiar, que es dedica a educar i formar persones des del 1975, i que l'any 2012-2013, va obrir de nou les portes amb una nova orientació i reforma íntegra del centre. Aquesta nova orientació ha fet que el nombre d'alumnes estigui creixent en els últims anys.

La llar d'infants "El pollet de la llar" necessita crear un imatge actual, utilitzant les noves tecnologies i desenvolupar una nova identitat visual que representi el seu creixement actual. Cal crear una nova imatge més actual i que perduri temporalment.

### **Identitat corporativa:**

A la llar d'infants tenen com objectiu guiar als nens en l'etapa inicial dels 0-3 anys, ja que es tracta d'una de les etapes més importants en el desenvolupament dels infants. L'equip pedagògic de la llar d'infants "El pollet de la llar", va decidir fer un canvi en l'orientació pedagògica i adaptar les parts més interessants de les noves tendències educatives.

La llar d'infants té com a objectiu ser un lloc que doni seguretat i confiança als infants, i on el petit desenvolupi totes les seves capacitats emocionals, sensorials i motrius, a través de l'incorporació de diferents projectes basats en l'experimentació musical, artística, sensorial i el desenvolupament psicomotor.

Des de la llar d'infants es vol transmetre l'importància de fomentar la seguretat del nen, acompanyant el seu aprenentatge a través de la tranquil·litat i l'estima, involucrant en aquest projecte a les famílies, ja que és imprescindible una col·laboració entre les famílies i l'escola.

Un dels punts que diferencien la llar d'infants de "El pollet de la llar" d'altres centres, és el de potenciar la implicació de la família amb la llar d'infants, fent participar als pares en tot el procés educatiu del seu fill, el que els diferencia de la competència al sector.

## Valors:

Com a llar d'infants, El pollet de la llar té una sèrie de valors i objectius que són els que defineixen els seus trets de comportament professional, el qual es transmet tant als infants com a les seves famílies, aquests valors concreten les pautes d'actuació i la manera de fer i treballar a la llar. Els valors que caracteritzen l'escola són:

**FAMILIARITAT:** És fonamental per a la llar, transmetre familiaritat, seguretat i confiança, per aconseguir un ambient escolar adequat i influir positivament en la relació de l'infant amb el seu propi univers personal. A través d'aquests valors es desenvolupa l'autoestima i autonomia de l'infant.

**COMUNICACIÓ:** La llar d'infants dona una gran importància a la necessitat d'establir una relació de col·laboració amb la família per aconseguir un desenvolupament integral de l'infant. Per tant, la comunicació és un valor molt important per la llar, i s'establirà a través de diferents canals sincrònics i asincrònics.

**LLIBERTAT:** Es vol potenciar l'autonomia i llibertat de l'infant a través de l'acompanyament de l'adult que l'anima i li dona seguretat i calidesa perquè segueixi provant i adquirint noves conquestes. D'aquesta forma aprèn a agafar interès, a provar i experimentar, a superar dificultats, com a resultat de la seva constància.

**CREATIVITAT:** A través d'activitats com pintar, dibuixar, crear, fabricar, etc. es desenvoluparà i despertarà la creativitat de l'infant i la seva capacitat per créixer. Potenciant la creativitat s'ajuda a l'infant a què en un futur siguin més autònoms, capaços per si mateixos i també capaços d'utilitzar la seva imaginació en les coses que portin a terme a la vida.

**ESTIMULACIÓ:** Consideren als infants com a ser actius, per aquesta raó, es proposen activitats que permetin a l'infant anar construint els seus propis aprenentatges mitjançant l'exploració i l'experimentació.

**INDIVIDUALITAT:** Es respecten els diferents ritmes d'aprenentatge dels nens i nenes, ja que cada nen és diferent de l'altre, i té el seu propi ritme de desenvolupament. Es treballa individualment i de forma molt flexible.

**COL·LECTIVITAT:** Totes les activitats estan relacionades entre si, i permeten la interacció entre els diferents alumnes del centre i els professors, potenciant el sentiment de treball en equip.

## **Informació del sector:**

L'extensió del nombre d'escoles bressol públiques ha implicat un cost important per les llars d'infants privades, ja que la quantitat de sol·licituds per a places en aquestes escoles bressol ha augmentat considerablement, el que es deu a les característiques de les instal·lacions i a la millora dels preus actuals.

El sector de les llars d'infants privades s'ha vist molt afectat, ja que moltes famílies poden accedir a diferents ajuts, beques o subvencions.

## **Públic objectiu:**

És important estudiar a qui va dirigit i establir d'aquesta forma el nostre públic objectiu, en aquest cas el projecte va destinat a dos tipus de públic, per una part els alumnes de l'escola, i per una altra banda, els pares d'aquests alumnes.

- Persones adultes d'entre 20 i 50 anys d'ambdós sexes, que tenen nens d'entre 0 i 3 anys, amb un nivell econòmic mitjà-alt, amb un nivell de coneixements des de baix a a alt.

Per poder crear una imatge visual adequada, caldrà tenir en compte els dos perfils definits al públic objectiu. Aquest públic objectiu es refereix a les persones amb fills amb edats compreses entre els 0 i els 3 anys però sense el temps necessari per cuidar-los, a causa dels seus llocs de treball, de la responsabilitat que aquest comporten i la necessitat d'ingressos per part de la unitat familiar.

Com es tracta de persones amb un nivell de socio-econòmic mitjà alt, es preocupen perquè el nen no només estigui en un lloc que els cuiden, sinó en un lloc on rebin una bona formació tant pedagògica com emocional. Per tant, buscaran una alternativa que vagi molt més enllà d'una guarderia.

Per als pares, l'escola és el lloc on el seu fill podrà rebre la millor educació possible quan ells no els poden atendre a causa del seu compromís laboral. Són pares que volen ser participants de l'educació del seu fill i voldran tenir una relació molt propera amb l'escola.

Encara que el públic objectiu siguin els pares dels nens, cal tenir en compte que serà l'alumne el que conviurà amb part dels elements gràfics creats:

- Nens de 0-3 anys, els quals seran els usuaris finals del servei, i els que conviurán amb la imatge visual final creada de l'empresa, així com els diferents elements off-line aplicats.

## INFORMACIÓ SOBRE IDENTITAT VISUAL

### Identitat visual actual

La identitat visual actual de la llar d'infants està formada per un imagotip creat a mà, on es poden observar diferents problemes. Per una part, com que no s'ha realitzat digitalment, la seva qualitat es veu molt afectada, així com la seva facilitat de reproducció per als diferents elements d'impressió. A part es tracta d'una imatge obtinguda d'un dibuix a mà alçada que si es vol tornar a realitzar, variarà totalment de la primera versió.



Figura 7

L'únic element que defineix la identitat visual de la marca és un imagotip realitzat de forma amateur sense la mà d'un professional que la recolzi. Utilitzen com a imagotip una fotografia de la seva versió impresa al xandall o a la bata, per tant, la qualitat es veu molt afectada. Altrament, com l'element es troba imprès sobre un tros de tela que no és quadrat, no s'ajusta adequadament a tot tipus de format, el que provoca que quedi retallat en elements com el perfil de Facebook.

Amb el creixement de la tecnologia, s'han creat noves plataformes i espais, el que provoca la necessitat d'un nou imagotip amb una identitat que pugui ser conjugada amb el suport en el qual es presenta per intensificar la comunicació dels valors de la marca. Cal redissenyar l'imagotip i aplicar diferents acabats cromàtics i de forma, per poder encaixar-lo adequadament a tots els suports.

### Motius del canvi d'identitat visual

Es vol crear una nova imatge que generi més notorietat entorn de la marca, perquè ha quedat desfasada amb el pas del temps i per adaptar-la a l'evolució i creixement de la llar, així com a la constant evolució del mercat, que demana noves propostes o serveis.

Cal que la nova imatge sigui perdurable en el temps, i no seguir les modes del moment. La nova imatge ha d'arribar a un públic divers, i que permeti diferenciar-se de la competència actual. Per tant, ha de ser un imagotip fàcilment identificable, tant per grans com per a petits, per aconseguir que la identitat visual sigui ràpidament identificada i reflecteixi clarament el que representa.

A continuació es poden observar diferents exemples d'imatges d'altres llars d'infant:

### Xarxa d'Escoles Bressol Municipals

---



Imagotip horitzontal, en aquest cas, es combina el text, amb dues imatges, situades a banda i banda. S'utilitza una sola tipografia però es combina en tres colors.

### El cuenta cuentos

---



Aquest imagotip és molt interessant perquè integra el símbol al text, d'una manera molt original, també utilitza diferent color per al text, i per treure importància a l'article, utilitza una tipografia menor. L'únic problema és que la lletra inferior és poc llegible.

Figura 9

### La Sierra

---



Imagotip molt atractiu, perquè combina el símbol al text, utilitzant la tècnica d'una tipografia menor per a elements amb menys pes, i per altra banda, combina dos tipus de tipografia, rounded i amb línies més rectes. Utilitza la combinació de tres colors i situats de forma horitzontal. Per equilibrar el pes del símbol, situa el text inferior justificat a l'esquerra.

Figura 10

### Pequeñas Sonrisas

---



Imagotip seleccionat per la combinació de dues tipografies molt diferents. També utilitza l'element del llapis per representar la part educativa i combina diferents colors en un mateix text.

Figura 11

## INFORMACIÓ ADDICIONAL:

### Format de difusió:

- S'entregarà una còpia del treball en format digital (CD/DVD i USB) que contingui la mateixa informació que la versió original entregada al lliurament final.
- Els arxius no tindran protecció tecnològica per poder facilitar la seva manipulació.
- S'entregaran tots els documents en el seu format original i en versió PDF, perquè es pugui visualitzar de forma més fàcil.
- Els arxius que posteriorment s'enviïn als pares també estaran en format JPG, com per exemple el menú, horaris, etc.

### Timing:

Per començar s'estableixen les diferents activitats a realitzar per la creació de la nova identitat corporativa, i les activitats es desenvolupen des del setembre del 2017 fins a principis de Gener. El projecte s'entregarà el 15 de gener del 2018.



## 5.2. NAMING

Una part molt important del imatge tipogràfica és el nom, el qual és un dels elements fonamentals del màrqueting, i es caracteritza perquè aconsegueix establir un vincle entre la marca i el públic. En el nostre cas, el nom de la llar d'infants es manté, ja que no es vol perdre part de la identitat de la marca.

En aquest projecte, es creu molt important no realitzar cap canvi al nom, per la senzilla raó que la llar d'infants no vol començar una nova etapa sinó que vol seguir amb el sistema de treball realitzat fins al moment, però aplicant la tecnologia actual als diferents elements que formen la identitat corporativa.

Construir una bona marca costa molts esforços, i s'ha de ser molt prudent a l'hora de realitzar canvis de nom, perquè un cop una marca està al mercat, serà el que la representarà.

En el nostre cas, s'utilitzarà la combinació de dues tipografies, per una banda s'utilitzarà una tipografia de tipus escolar, que segueixi la línia de l'imatge tipogràfica actual, utilitzant la tecnologia actual, la qual ens permet utilitzar una font ja creada, que simuli l'escriptura realitzada a mà, i elimini la possibilitat de crear diferents formes de les lletres com quan s'utilitza l'escriptura realitzada a mà.

Aquest tipus de tipografia, dóna la sensació de ser molt elaborada i transmet qualitat, història i tradició, valors molt importants i que es volen reflectir a la imatge visual de la llar. L'escriptura escolar també ens ajuda a transmetre el valor de la familiaritat, tan important a una llar d'infants.

Per una altra banda, es combinarà amb una tipografia més moderna de nom Quadranta, que destaca per poder ser aplicada en projectes amb una personalitat forta, però que combina amb les formes arrodonides i suaus, que són perfectes per projectes amb públics infantils. Una tipografia que és combinació de serietat però no duresa. A través de la combinació de formes suaus s'assoleixen els valors de confiança i seguretat.

La tipografia Quadranta s'utilitzarà tota en minúscules i s'eliminarà la utilització de les majúscules a l'imatge tipogràfica. La raó principal és que la lletra E no segueix les formes arrodonides ni suaus que transmeten les lletres en minúscules i per tant no representen adequadament els valors de la llar.

En tractar-se d'un nom sense registrar, es comprovarà que no estigui registrat per una altra empresa del sector, i es realitzarà un registre definitiu del nom com a marca.

### 5.3. ESTUDI MERCAT

La llar d'infants “El pollet de la llar” està situada al barri d'Horta-Guinardó, aquest barri es caracteritza per tenir un total de 9 llars d'infants públiques i un total de 28 llars d'infants privades. Encara que el barri d'Horta-Guinardó compren una àrea de territori bastant gran, el nombre de llar d'infants privades és bastant elevat, en comparació amb l'oferta pública.

Per poder destacar de la resta de llars, cal aconseguir una bona imatge de la llar sobretot al barri, ja que els pares solen deixar als seus fills a les llars d'infants del mateix districte, perquè és una important pèrdua de temps, deixar als fills a llars més llunyanes.

El públic objectiu de l'escola és molt concret, per un costat hi ha els alumnes que són nens d'entre 0 i 3 anys, i per l'altre costat, els pares que són els que escullen el centre, i prenen totes les decisions importants.

Els preus són orientats cap a un públic amb un nivell socioeconòmic mitjà, ja que les llars d'infants privades no tenen bonificacions per a les famílies amb dificultats econòmiques i socials, que reben fins a un 100% de bonificació sobre els preus públics del servei, tant pel que fa a l'escolarització com a l'alimentació dels infants.

Durant aquest últims anys, s'ha produït un bon moment demogràfic de menors de 3 anys, el qual implica una major necessitat de places, el que repercutirà directament en una oportunitat de mercat per a l'empresa.

Segons l'informe consultat del IDECAT, el creixement demogràfic del Barcelonés durant l'any 2016, ha estat d'un 4,8% en positiu, i amb una tasa de natalidad de 9,0, valors que són positius per al mercat.

**Tasa bruta de creixement total. 2011-2016.**

<https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=267&lang=es>

**Tasa bruta de natalitat 2012-2016.**

<https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=264&lang=es>

## 5.4. IDENTITAT CORPORATIVA

La identitat corporativa és un element fonamental de comunicació, i serveix per transmetre la personalitat de l'empresa, i el que simbolitza. Permet a l'empresa diferenciar-se d'altres marques i posicionar-se al mercat, el que la converteix en un element essencial per a l'èxit de la marca.

Els objectius de la identitat corporativa són transmetre la personalitat de l'empresa, formada pels aspectes visuals i físics d'una organització, i els quals es veuen influenciats per la història, trajectòria i metes que desitgen aconseguir.

No només es tracta de realitzar un imatgip i unes targetes, cal també dissenyar la papereria corporativa, tipografia, colors corporatius, elements gràfics, disseny interior i l'arquitectura corporativa, el que comporta a l'empresa ser reconeguda fàcilment, donant més força a la marca i diferenciant-se de la competència.

Una bona imatge corporativa és una eficaç eina de promoció i màrqueting, que ajuda a atraure clients, i aporta credibilitat i integritat a la marca, ajudant a establir confiança, lleialtat i bones relacions.

La identitat corporativa es determinarà al "Manual d'identitat corporativa" (Annex 2), on es dissenyaran les línies mestres de la imatge de "El pollet de la llar" i es definiran totes les normes d'utilització de tipografia, colors i l'imatgip, en els diferents suports interns i externs de l'empresa, donant especial importància a les que es mostraran al públic.

També es descriuran els signes gràfics escollits per a mostrar la imatge de l'empresa i les seves possibles variacions de forma, color, mida, etc., segons quina sigui la seva utilització, per tant, el manual es dividirà en diverses parts:

1. Antecedents:
  - Objectius
  - Justificació
  - Història
2. Identitat gràfica
  - Imagotip
  - Fonts i tipografia
  - Colors
3. Conceptes associats o regles d'ús
  - Mides imagotip
  - Usos correctes
  - Usos incorrectes
4. Aplicacions promocionals
  - Papereria institucional
  - Merchandising
  - Comunicació externa

## COLORS CORPORATIUS:

S'ha realitzat una nova selecció de colors, però partint dels dos colors inicials, el groc i blau que ja s'utilitzaven en la creació de l'anterior imatgotip.

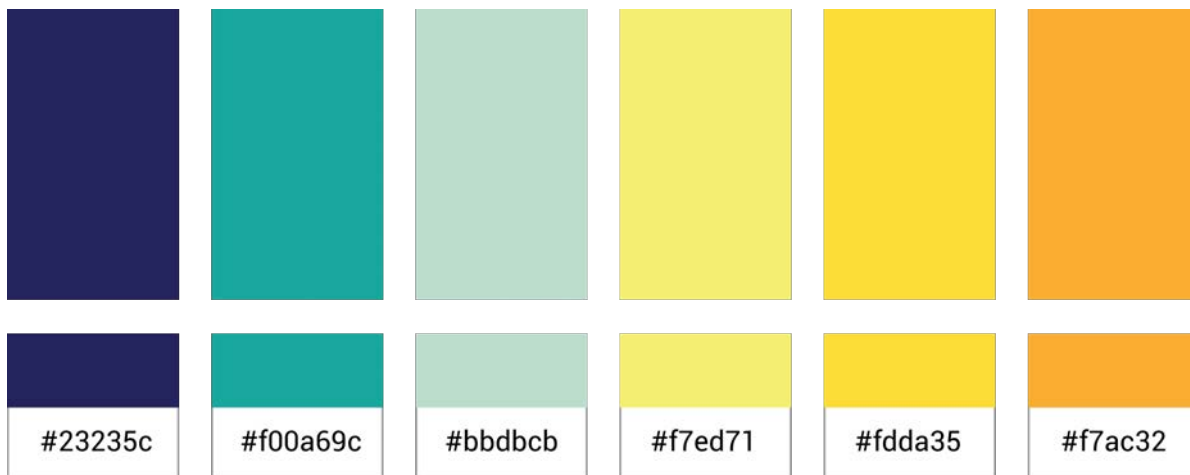


Figura 12

Per a la creació de la nova identitat gràfica del pollet de la llar, s'han modificat els tons de groc i blau. Per una altra banda, s'han incorporat dos colors nous, turquesa i taronja, per donar més vida i contrast als colors actuals, ja que es tracta d'una llar d'infants, on el color és una part molt important en el desenvolupament dels infants de 0 a 3 anys.

És l'etapa més significativa i important en el desenvolupament humà, i s'han de crear unes bases fonamentals pel desenvolupament, per tant cal estimular a l'infant adequadament.

En aquesta fase de la vida, la percepció és molt important, ja que sorgeix el concepte de percepció analítica, que permet a l'infant utilitzar diferents patrons sensorials com la forma, la mida i el color. Aconseguir aquest desenvolupament de percepció i estimulació és essencial durant aquest període, on el color és una peça fonamental pel desenvolupament psíquic del nen.

La utilització del color és un punt molt important de la llar d'infants, per tant, l'elecció dels colors per a la imatge corporativa, no pot ser a l'atzar, ja que aquests colors estaran presents al centre educatiu i formaran part del desenvolupament dels infants.

**BLAU FOSC:** S'associa a la ment, i té característiques similars al color blau turquesa, perquè transmet relaxació i tranquil·litat. Ajuda a la concentració, i activa la capacitat de retenció. És un color molt atractiu i que aporta elegància. És un color que transmet profunditat i misteri, però a la vegada serietat i solidesa.



#23235c  
RGB 35 35 92  
CMYK 100% 99% 26% 28%

**BLAU TURQUESA:** És un color que transmet protecció, el que és molt important a una llar d'infants, poder transmetre la sensació de protecció dels fills quan no estan els pares. És un color que t'envolta i que transmet relaxació, frescor i tranquil·litat, característiques molt positives per l'entorn de la llar. Ens ajuda a ser més comunicatius, sensibles i creatius. Es treballen dues tonalitats diferents:



#f00a69c  
RGB 0 166 156  
CMYK 80% 10% 45% 0%



#bbdbcb  
RGB 187 219 203  
CMYK 27% 2% 23% 0%

**GROC:** És el color del sol, per tant, va associat amb l'alegria, la felicitat i l'energia. Tres efectes totalment necessaris a una llar d'infants. El groc produeix un efecte de calidesa, que pot ajudar als infants a sentir-se més acollits a la llar. Però s'ha d'utilitzar de forma controlada, perquè en excés pot arribar a ser molest. És un bon color per combinar amb el blau, en tractar-se del seu complementari. Es treballen dues tonalitats:



#f7ed71  
RGB 247 237 1113  
CMYK 5% 0% 73% 0%



#fdda35  
RGB 253 218 53  
CMYK 1% 10% 97% 0%

TARONJA: És un color que transmet entusiasme i exaltació, i suscita sentiments de força i energia. S'utilitza per a transmetre vitalitat i diversió. També es tracta del color de la sociabilitat i de l'alegria, dos valors molt importants a una llar d'infants, i el seu efecte és potència quan està rodejat de blau.



#f7ac32  
RGB 247 172 50  
CMYK 1% 36% 100% 0%

Un cop creat els diferents arxius, s'han ajustat els colors a CMYK, per evitar possibles errors al enviar els documents a impressió i el canvi automàtic a CMYK, el que pot produir canvis de color, lluminositat i brillantor de les imatges.

COMBINACIÓ COLORS: La combinació de colors corporatius, blau, verd i groc o taronja, són els mateixos colors que representen el medi ambient o la natura. El verd és el color de la natura per excel·lència, el blau és el color de l'aigua i el cel, i el taronja i el groc, són colors del sol.

Per aquesta raó, es crearan diferents elements de formes ovalades, que combinaran amb l'imagotip, i representaran els diferents elements de la natura. A la imatge següent es pot observar la idea de la qual es parteix per després generar els diferents complements de la imatge visual final.

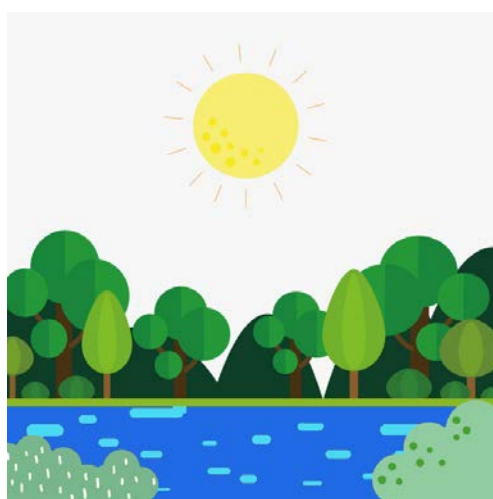


Figura 13

## IMAGOTIP

Per a poder realitzar la modificació d'imatge, s'ha agafat com a referència l'imatge actual, i s'han respectat aquells elements que la direcció de la llar considera importants, segons l'entrevista realitzada. També s'ha tingut en compte els valors que la llar d'infants vol transmetre, per aquesta raó, s'han incorporat nous colors corporatius.

Un dels elements més importants de l'imatge, és el pollet, el qual dona nom a l'escola. Aquest és un element primordial, i la part principal del nou imatge. Per a poder realitzar-lo, es busquen representacions de diferents pollets, que ens permetin crear una nova imatge seguint les tendències actuals en disseny gràfic.

A continuació es poden observar diferents pollets, que segueixen una tipologia de disseny pla, imatge que es combinarà amb una tipografia creativa, utilitzant les tendències actuals reflectides al marc teòric:



Figura 14



Figura 15



Figura 16



Figura 17





Un cop seleccionada la imatge del pollet, on s'ha escollit definitivament la seva representació amb la forma més arrodonida, es decideix utilitzar el text situat a la part inferior de forma horitzontal.

Utilitzant el pollet amb forma arrodonida, i el text en una mateixa línia, s'aconsegueix integrar fàcilment la informació d'escola infantil, combinant dues formes geomètriques, un cercle amb un rectangle. D'aquesta manera l'imatgeip queda equilibrat i es pot llegir de forma correcta.

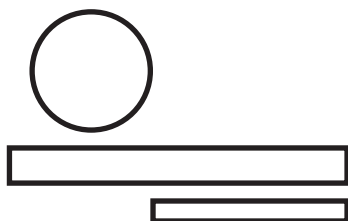


Figura 19

El pas següent a l'elecció final de la forma de l'imatgeip, és decidir els colors corporatius finals que s'assignaran a cada un dels elements que el formen. A continuació es pot veure l'imatgeip final amb les diferents proves de colors.



Figura 20

## TIPOGRAFIA:

La tipografia utilitzada actualment a “El pollet de la llar”, és una tipografia feta a mà, utilitzant la cal·ligrafia infantil, escriptura formada per lletres encadenades i que segueixen la línia de la tipografia tipus manuscrita. Aquesta classe de tipografia és la que més s'utilitza a Educació Infantil per ensenyar als nens a llegir.

Per tant, la idea principal és trobar una tipografia on les lletres s'assemblin al tipus de tipografia escolar.

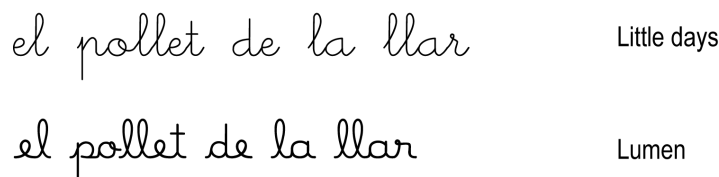


Figura 21

Però un cop l'imatge tipogràfica es va desenvolupant, la tipografia es va adaptant a la imatge del pollet, i sorgeix la necessitat d'utilitzar una tipografia diferent, que aprofiti la lletra L per fer les potes del pollet. Aquest canvi, ens portarà cap a la recerca d'una tipografia on la lletra L, en lloc de ser un pal, sigui el més semblant possible a les potes d'un pollet.

A partir d'aquest moment, es busca una tipografia clara i amb línies rodones que es pugui llegir clarament, i que sigui identificable pels nens petits. Les tipografies més interessants són:



Figura 22

Finalment, per a la creació de l'imatge tipogràfica i el nom de la llar d'infants, es decideix utilitzar la tipografia Quadranta. Les lletres són bastant arrodonides i tenen un caire bastant similar a una tipografia escolar. La part més important d'aquesta tipografia, és la lletra ll, la qual és perfecta per realitzar les potes del pollet, tal com es pot observar:

ll

La tipografia Quadranta es combina amb Little Days Alt, per donar a a l'imatge final un aire més infantil, amb una tipografia més escolar, de lletra lligada, la primera cal·ligrafia que s'utilitza per ensenyar als més petits a llegir i escriure.

Per als documents, s'han escollit tres tipografies:

1. Quadranta

## El pollet de la llar

Es caracteritza perquè està iniciada amb arcs quadrants, d'on deriva el nom. És una tipografia que està pensada per a l'utilització en la creació de logotips i títols, per tant, s'ajusta perfectament a la funció destinada. És una tipografia d'ús gratuït per a la majoria d'usos comercials. És una tipografia dissenyada per David Kerkhoff.

S'utilitza per al nom a l'imagotip, i per elements molt concrets de la memòria i el manual d'identitat.

2. Odin Rounded

## El pollet de la llar

Tipografia creada per Frank Hemmekam, que es pot descarregar de forma gratuïta. Es tracta d'una font creada per un disenyador gràfic, i forma part d'una font experimental lliure, amb un aspecte molt net i lineal, que permet una fàcil lectura, gràcies a les seves formes arrodonides. El seu disseny natural i simple li dona la possibilitat de ser utilitzada per a diferents situacions.

Per tant, s'utilitza pels diferents títols del document, per tal que contrasti amb la tipografia del cos.

3. Euphemia UCAS

## El pollet de la llar

Es tracta d'una tipografia sans-serif, creada per Unified Canadian Syllabics, soportada per diferents Unicode, i utilitzada per diferents versions de Windows. Es pot descarregar de forma gratuïta, i és utilitzada per a textos. És una tipografia molt lleugera, perfecte per text, perquè no té adornos excessius, tot al contrari, és una lletra amb alta llegibilitat, que dona una imatge moderna i fresca.

#### 4. Little Day Alt

*El pollet de la llar*

Aquesta tipografia és considerada com un tipus de font de manuscrit, més exactament com a escolar, amb la finalitat de crear una font pels més petits, perquè puguin aprendre a llegir i escriure. Es tracta d'una font creada l'any 2003, per West Wind Fonts, i té un pes lleuger i un ample normal. La seva característica principal és que es tracta d'una font cal·ligràfica, és a dir, imita l'escriptura i es tracta de lletres lligades entre elles.

#### MODIFICACIÓ LLETRA S:

Un cop seleccionada la tipografia final per a la part de la descripció, es realitza un estudi de modificació de la lletra s de la tipografia, tenint en compte 3 opcions diferents:

*Escola*

*Escola*

*Escola*

Com es pot veure, es creen 3 opcions diferents, una amb una forma molt simple que es descarta, i dues amb unes formes més elaborades.

Després de consultar a la llar sobre quina és la forma de S més adequada, es decideix incorporar al logotip final l'última opció, perquè és el traç més semblant a una escriptura realitzada a mà.

Per tant, la versió final de la S serà:

*Escola*

Es tracta d'una S amb formes més suaus i arrodonides i no tan dura com l'altre S, que a la part superior acaba amb una forma més recta i en punta.

## 5.5. VÍDEO

CREACIÓ DEL GUIÓ DEL VÍDEO:

Es ce na	Pla	Contingut	Utilització	Text	Font i color	So
1	General	Fons color 1 simulant que es va dibuixant amb llapis	Introducció de la part de color que representa la natura		Color corporatiu #f00a69c turquesa fort	So llapis dibuixant
1	General	Fons color 2 simulant que es va dibuixant llapis	Introducció de la part de color que representa el sol		Color corporatiu #f7ac32 taronja	So llapis dibuixant
1	General	Fons color 3 simulant que es va dibuixant llapis	Introducció de la part de color que representa l'aigua		Color corporatiu #23235c blau	So llapis dibuixant
1	General	Logotip d'El pollet de la llar	Introducció del logotip d'El pollet de la llar simulant una màquina d'escriure	El pollet de la llar	Font Quadranta	So màquina escriure
1	General	Entrada del símbol del pollet saltant	Entrada del símbol de l'imagotip, realitzant 3 salts i situant-se a la lletra ll		Colors corporatius: #f7ac32 taronja #fdda35 groc fort #f7ed71 groc fluix	So salt
1	General	Descripció de l'imagotip	Introducció de la descripció de l'imagotip i el símbol del llapis, simulant que escriu el text	Escola infantil	Color corporatiu #f00a69c turquesa fort Tipografia Little Days Alt	So llapis dibuixant
1	General	Dibuix traç de l'imagotip	Dibuix del traç de l'imagotip, realitzat pel símbol del llapis		Color corporatiu #f00a69c turquesa fort	So traç final

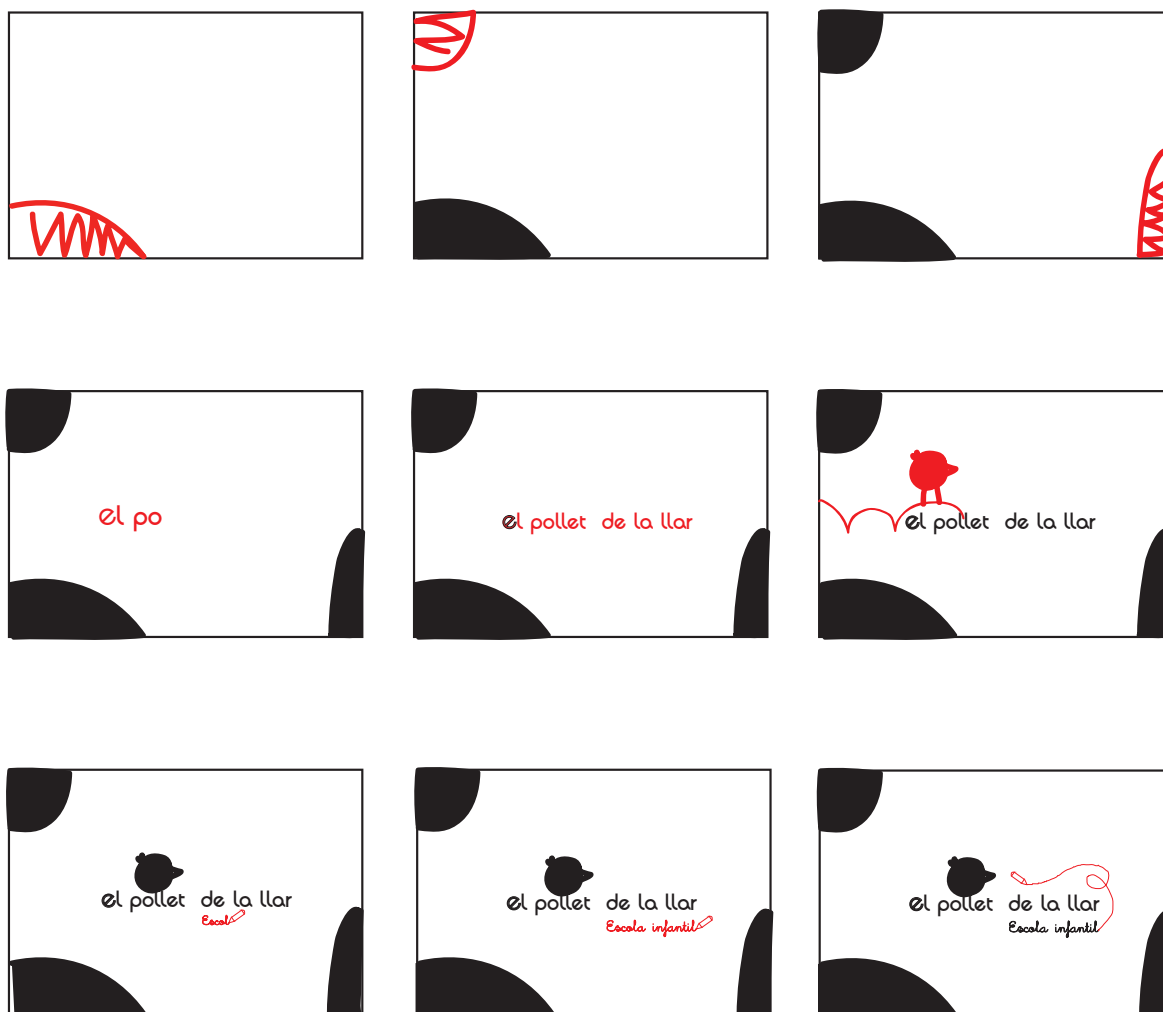
## DISSENY ESCENARI:

Per a la creació de l'únic escenari del vídeo, es parteix de la idea d'imatge del projecte: Colors corporatius, Combinació colors (Pg. 29). On s'utilitza la combinació de blau verd i groc o taronja com a colors que representen la natura o l'espai exterior. El verd com a representació de la natura, el blau com a representació de l'aigua i el cel, i el taronja com a representació del sol.

Els tres elements que formaran l'escenari, s'introduïran simulant que són dibuixats amb un llapis, començant per la forma circular verd i acabant per l'objecte circular de color blau.

El fons de l'escena serà sempre de color blanc, perquè es pugui utilitzar com a imatgotip, el més complet i que inclou els 5 tons.

## STORYBOARD:



## RECURSOS SONORS:

Com a recursos sonors s'utilitzaran els efectes especials, en total 4 efectes diferents que acompanyaran al desenvolupament de la introducció:

- So d'un llapis dibuixant
- So d'una màquina d'escriureça
- So de salt o rebot
- So d'un llapis fent un traç ràpid

Tots els sons utilitzats han estat extrets de la pàgina web Freesound (<https://freesound.org>), un projecte del grup de tecnologia musical de la Universitat Pompeu Fabra.



## 6. METODOLOGIA:

Un cop plantejat el projecte, cal adaptar el programa segons les característiques del nostre projecte d'identitat corporativa. Caldrà determinar quins signes i colors determinen millor la identitat visual de la marca. En tractar-se d'una empresa petita, aquest programa d'identitat serà l'únic instrument de comunicació que hi haurà entre client i empresa.

Per tant, es creen les diferents fases que qualsevol projecte de creació d'una identitat corporativa ha de seguir, aquestes fases són:

### FASE DE PLANIFICACIÓ I ANÀLISI INFORMACIÓ INICIAL:

Durant aquesta fase inicial, s'estudien les primeres idees del projecte a desenvolupar i s'analitza tota la informació inicial de la qual es parteix per a realitzar el projecte i, a part, es busca informació addicional, per poder fer créixer les idees inicials. Durant aquesta fase cal definir els diferents criteris de treball i analitzar el context en la qual es desenvolupa l'activitat. Aquesta informació ens donarà una idea de la dimensió del projecte i de com desenvolupar la fase de creació gràfica.

### FASE DE CREACIÓ GRÀFICA: CREACIÓ DELS ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

És la fase destinada al disseny, i on s'iniciarà la creació de les diferents parts de la identitat corporativa, estudiant els diferents elements i les possibles solucions en l'àmbit del disseny, per poder donar una resposta eficaç als problemes qüestionats a la fase de planificació.

Durant aquest procés es pot arribar a realitzar un test entre diferents grups de població, per conèixer quin dels dissenys és el més adequat i comprovar que el disseny realment funciona.

S'ha de tenir en compte que tot projecte ha de complir els 5 principis bàsics:

**Principi estructural:** on es dóna forma a cada element creant un conjunt que ha de funcionar com un tot.

**Principi sinèrgic:** Tot projecte és sempre més que la suma de les seves parts, és a dir, és necessari un disseny coherent en conjunt.

**Principi d'universalitat:** El projecte ha de ser pensat per durar en el temps i poder ser aplicat a diferents espais.

**Principi cromàtic:** El color té un paper molt important al projecte, cal donar-li importància tant en l'àmbit tècnic com psicològic.

### **CREACIÓ DEL MANUAL D'IDENTITAT CORPORATIVA:**

El manual és el lloc on es podran trobar tots els elements bàsics del sistema d'identitat. Hi haurà també l'explicació de com s'han creat i quina és la forma correcta de reproduir-los i aplicar-los a les diferents situacions.

Aquest manual es complementarà amb aquesta memòria, on s'explica els objectius i detalls del projecte, i el temps de dedicació de cada una de les fases de creació.

El manual d'identitat corporativa és un element físic de gran importància tant pel dissenyador com per a l'empresa, gràcies a la tecnologia actual es poden crear diferents elements gràfics vectorials per obtenir diferents aplicacions segons els suports o les necessitats de l'empresa.

### **CREACIÓ VÍDEO INTRODUCTORI:**

Un cop finalitzada la fase de creació de la imatge corporativa, s'iniciarà la creació d'un vídeo amb una petita animació de l'imatge, per poder-lo afegir als diferents vídeos realitzats a la llar.

Per a la realització del vídeo es seguiran diferents passos:

**Creació d'un guió:** El pas inicial és la creació de la història de l'animació, que s'iniciarà amb una idea que es desenvoluparà fins a crear la història final en format de guió.

**Disseny d'escenari:** Un cop tenim la història que es vol narrar, crearem l'escenari on es desenvoluparà.

**Storyboard:** És una seqüència d'imatges que ens descriu com s'explicarà la història. Són imatges poc elaborades però que ens descriuen tota la història d'una forma visual.

**Recursos sonors:** S'escolliran els diferents sons que es combinaran amb les imatges, o la banda sonora en el cas que és decidís incloure.

**Creació de l'animació:** Finalment es crearà l'animació, tenint en compte el guió i l'storyboard, i s'inclouran els recursos sonors tractats al punt anterior.

## 7. PLATAFORMA DE DESENVOLUPAMENT:

A aquest apartat s'especificarà l'ambient o entorn de software i hardware en el que s'ha desenvolupat el TFC, s'especificarà el sistema operatiu utilitzat i les diferents aplicacions:

### 8.1. Software:

Adobe Creative Suite (CC). Versió 16. Diferents programes:

InDesign CC: Per a la creació de la composició final dels treballs

Illustrator CC: Per a la creació de les imatges vectorials i composicions

Photoshop CC: Per al retoc d'imatges

AfterEffects CC: Per a la creació del vídeos

Pages: Per a la creació dels textos

Smartsheet: Per a la creació del diagrama de Gantt

Navegadors web:

Google Chrome

Safari

### 8.2. Hardware

Per a poder realitzar el PFC he fet servir 1 portàtil, un ordinador sobretaula i un telèfon mòbil, els quals es descriuen a continuació:

#### **Ordinador sobretaula:**

Sistema operatiu: macOS Sierra, versió 10.12.6

Nom del model: iMac (21.5 - inch, 2017)

Identificador del model: iMac18,1

Nom del processador: Intel Core i5

Velocitat del processador: 2,3 GHz

Quantitat de processadors: 1

Quantitat total de nuclis: 2

Caché de nivell 2 (por nucli): 256 KB

Caché de nivell 3: 4 MB

Memòria: 8 GB

Versió de la ROM d'arrencada: IM181.0145.B09

Versió SMC (sistema): 2.39f39

Número de serie (sistema): C02V23YMH7JY

UUID de hardware: ADDEF072-80C1-578F-A2EC-BD74279A03CD

**Telèfon:**

Nom del model: Iphone 7, 32 GB  
Identificador del model: MN8Y2QL/A  
Capacitat: 28,35 GB  
Versió: iOS 11.0.2 (14G60)  
Operador: vodafone ES  
Número de sèrie: f4gtrjw1hg7g

**Ordinador portàtil:**

Sistema operatiu: OS X El Capitan versió 10.11.6  
Nom del model: MacBook Pro (15 inch, 2011)  
Identificador del model: MacBookPro8,2  
Nom del processador: Intel Core i7  
Velocitat del processador: 2,2 GHz  
Quantitat de processadores: 1  
Quantitat total de nuclis: 4  
Caché de nivell 2 (por nucli): 256 KB  
Caché de nivell 3: 6 MB  
Memòria: 8 GB  
Versió de la ROM d'arrancada: MBP81.0047.B2C  
Versió SMC (sistema): 1.69f4  
Número de serie (sistema): C02FL05KDF8X  
UUID de hardware: 687D0621-D358-51A9-B80E-583EE12F944A

## 8. PLANIFICACIÓ:

La planificació del projecte s'ha organitzat partint de les dades d'entrega de les diferents PAC i de l'entrega final del projecte:

### **DATES CLAUS:**

PAC 1 DEFINICIÓ FORMAL DEL PROJECTE  
INICI 20/09/2017 FI 03/10/2017

PAC 2 DESENVOLUPAMENT I CONSOLIDACIÓ I  
INICI 04/10/2017 FI 01/11/2017

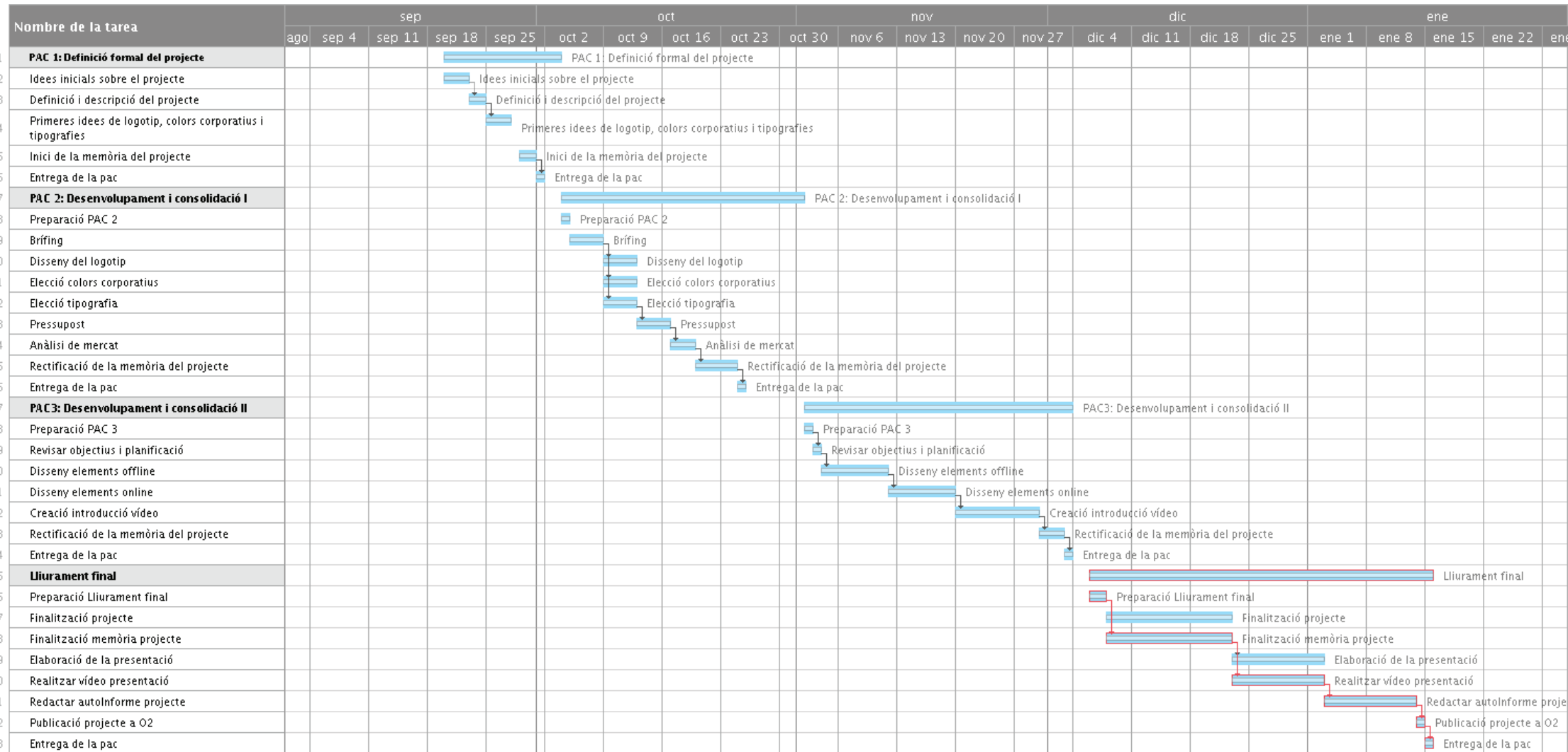
PAC 3 DESENVOLUPAMENT I CONSOLIDACIÓ II  
INICI 02/11/2017 FI 03/12/2017

ENTREGA FINAL  
INICI 06/12/2017 FI 15/01/2017

### **FITES:**

Es detalla els diferents punts a treballar durant la realització del TFG, tenint en compte les dates clau determinades al punt anterior. S'especificarà cada activitat a realitzar i es determinarà el seu inici i final mitjançant un diagrama de Gantt a la pàgina següent.

Es treballarà de Dilluns a Diumenge, sense dies festius, perquè el temps de dedicació diari està limitat a dues hores de 6.00 a 8.00, i dues hores més de 21.00 a 23.00, en el cas dels dies laborables. En dies festius, l'horari serà de 8.00 a 11.00.



## 9. PROCÉS DE TREBALL:

El procés de treball del PFC està dividit en diferents etapes, i al final de cada etapa hi ha la presentació d'una part del PFC mitjançant les PAC. Hi ha 4 entregues principals que són:

### PAC 1:

Es realitza una primera proposta del PFC mitjançant un correu al fòrum, amb la finalitat de realitzar una definició formal de projecte i la pauta a seguir. Caldrà treballar juntament amb el consultor en la definició, abast del projecte i requisits de treball.

Un cop aprovada la idea de la qual partirà el projecte es comença a elaborar la memòria, a partir d'un document mostra. Per a l'entrega d'aquesta PAC es desenvoluparan els primers punts de la memòria, les seccions prèvies al punt, la introducció, la descripció, els objectius, metodologia i planificació.

### PAC 2:

Es millora la primera versió de la memòria i els diferents elements del projecte segons les correccions del consultor, i se segueix elaborant els altres punts de la memòria, tenint en compte quin són els més adequats segons el tipus de projecte a elaborar.

Per a poder encaminar la part de disseny adequadament, caldrà elaborar un primer document, el brífling, on es concretarà amb el client la història, les activitats i els objectius als quals es vol arribar. A través d'una entrevista a la directora s'establirà el marc teòric del projecte.

En aquest punt del projecte, es comença a elaborar el Manual d'Identitat Corporativa, i per tant, caldrà definir els diferents colors corporatius, establir les tipografies i realitzar unes primeres versions del imagotip.

Es revisarà el planning realitzat, per poder adequar-lo al ritme de treball, i veure si es compleixen els temps determinats per a cada tasca del projecte. Al final de la PAC 2, la memòria del projecte ha d'estar gairebé realitzada.

### **PAC 3:**

Un cop millorada la memòria i realitzats els canvis aconsellats pel consultor, s'elabora els diferents punts de la PAC3. Durant la realització de la PAC3, es finalitza la memòria del projecte i es finalitzarà el Manual d'Identitat Corporativa.

Durant la PAC3 es realitzarà la introducció pels futurs vídeos de la llar d'infants, i tots els elements de "merchandising" de la llar d'infants. Així com les imatges que formaran part de les xarxes socials utilitzades.

### **LLIURAMENT FINAL:**

Es realitzen les últimes modificacions als diferents documents del projecte segons les correccions del consultor. Un cop finalitzat tot el projecte, es realitzen els diferents elements per a fer la presentació al públic en general i pel tribunal del TFG. A part, també es realitzarà una autoavaluació, l'entrega final del projecte i s'inclourà al repositori O2 de la UOC.



## 10. PRESSUPOST:

Pressupost elaborat tenint en compte el treball com a dissenyadora i desenvolupadora del projecte, tenint en compte les hores de dedicació de cada tasca.

DISSENY I MAQUETACIÓ:	HORES	PREU/H	TOTAL
Elaboració brífig	4 h	35 €	140 €
Disseny de l'imagotip	8 h	35 €	280 €
Normes bàsiques d'aplicació de l'imagotip	3 h	35 €	105 €
Redisseny marca	10 h	35 €	350 €
Manual complet d'imatge corporativa	15 h	35 €	525 €
Disseny i maquetació papereria	8 h	35 €	280 €
Disseny i maquetació comunicació	5 h	35 €	175 €
Disseny elements xarxes socials	5 h	35 €	175 €
Disseny merchandasing	8 h	35 €	280 €
Disseny senyalització interior	5 h	35 €	175 €
Disseny senyalització exterior	5 h	35 €	175 €
Creació vídeo presentació	10 h	35 €	350 €

TOTAL	3010,00 €
IVA 21%	632,10 €
<b>TOTAL</b>	<b>3642,10 €</b>

### CONDICIONS:

- Tots els preus són sense IVA.
- Es realitzarà un la següent forma pagament: 50% a l'encarreg i 50% a l'entrega del treball.

## II. VIABILITAT:

Aquest projecte es desenvolupa durant el transcurs de l'actual curs escolar, i no interfereix en el procés normal del curs lectiu, perquè es preveu la seva aplicació durant el mes d'Agost, mes de vacances de l'empresa, i que servirà per modificar els elements on-line i offline, i aplicar tota la imatge visual creada, per començar el nou curs 2018-19, amb tot el projecte aplicat.

El temps total del projecte és del 20-09-17 fins al 15-01-18, amb una dedicació total de 106 dies, per tant el total d'hores dedicades serà d'entre 400 i 500 hores. La planificació es realitza correctament, sense cap endarreriment en les fites marcades, però l'aplicació del projecte serà posterior a la data d'entrega d'aquest, ja que es realitzarà l'agost del 2018.

Aquest projecte necessita recursos en l'àmbit humà, de maquinari i programari.

### **VIABILITAT TÈCNICA:**

El material necessari per a poder dissenyar el manual d'identitat corporativa i realitzar la introducció del vídeo són els software d'Adobe CS6:

Illustrator, Indesign, Photoshop i After Effects

Les necessitats del projecte es poden satisfer amb les tecnologies de software i hardware actuals.

### **VIABILITAT DE TEMPS:**

El projecte s'està desenvolupant en el temps previst, per tant, es podrà realitzar en el calendari establert. Segons la planificació realitzada, el temps establert per a cada fita és completament raonable i assequible.

### **VIABILITAT ECONÒMICA:**

Segons el pressupost que es realitza a l'apartat 10, el projecte és completament viable. Caldrà realitzar un pressupost d'impressió per conèixer el cost final del material del manual d'identitat visual corporativa.

### **ASPECTES LEGALS:**

Es realitzarà el registre de la marca i l'imatge tip, a la OGE (Oficina de Gestió Empresarial) on es fan les funcions de registre d'entrada dels expedients de patents i marques que es tramiten a l'Oficina Espanyola de Patents i Marques (OEPM).

## 12. CONCLUSIONS:

L'objectiu principal d'aquest projecte ha estat modificar la imatge visual d'El pollet de la llar, per aconseguir una nova identitat gràfica que destaquí faci destacar a l'escola, com a centre educatiu infantil, i transmeti tots els valors de la marca.

Partint de l'imagotip actual, s'ha creat un nou imagotip, que dona una imatge infantil i adequada per una llar d'infants, on es combinen diferents colors, i noves tipologies, conservant 3 elements fonamentals:

- El nom sencer del centre: "El pollet de la llar"
- La imatge del pollet
- Dos dels colors corporatius: blau i groc

També s'han desenvolupat els diferents elements per a realitzar una bona estratègia corporativa:

- Papereria
- Merchandising
- Elements off-line
- Elements on-line

La part més important del projecte ha estat la creació de l'imagotip, i la definició dels elements bàsics per al posterior desenvolupament del manual d'identitat, el que ha permès poder crear tots els altres components de la imatge visual final seguint el disseny gràfic i l'estètica de l'imagotip.

Per a la realització d'aquest projecte han estat especialment útils assignatures com Disseny Gràfic, Composició Digital, Vídeo, Fotografia digital, Creativitat i estètica, Fonaments i evolució de la multimèdia, Imatge i llenguatge visual, Animació, Disseny d'interfícies multimèdia, Mitjans interactius, Tractament i publicació d'imatge i vídeo, Tractament i publicació d'àudio, Gestió de projectes, Mercat i legislació, Usabilitat i Sistemes de gestió de continguts.

# ANNEX I: ENTREGABLES DEL PROJECTE

Els diferents entregables que s'adjunten al present document amb el nom PFC\_Pascual\_Tatiana són:

Memòria\_Pascual\_Tatiana.indd (Memòria desenvolupament del PFC original)  
Memòria\_Pascual\_Tatiana.pdf (Memòria PFC original format estàndard)  
Manual\_Identitat\_Pascual\_Tatiana.indd (Manual Identitat original)  
Manual\_Identitat\_Pascual\_Tatiana.pdf (Manual Identitat format estàndard)  
pfc colors.ase (Biblioteca colors pfc per a Indesign)

## CARPETES:

### MEMÒRIA:

Figures PFC (Diferents figures incloses a la memòria del PFC)  
Elements Indesign (Elements disseny per a elaboració pg. mestra)

- barra inf memoria izqdA.ai
- barra inf memoria.ai
- barra sup memoria.ai
- cabecera pfc.ai
- portada memoria.ai

MID PNG: manual identitat en imatge per pàgina.

### IMATGES PFC

Carpeta amb les imatges/figures del manual d'identitat especificades a la pg. 7 del document.

## MANUAL IDENTITAT:

mostres color pfc.ai (Mostres i nom dels colors del pfc.)

### Carpetes:

Elements Indesign (Elements disseny per a elaboració pg. mestra)

- numeracion dcha.ai
- numeracion izqda.ai

### Logotip:

- logo canvis.ai (Evolució de l'imagotip)
- logo blau groc turquesa.ai (imagotip utilitzant 5 colors)
- logo blau groc.ai (imagotip utilitzant 4 colors)
- logo correctes.ai (aplicacions correctes imagotip)
- logo final colors.ai (imagotip final correcte)
- logo final prova colors.ai (proves de color de l'imagotip)
- logo negatiu.ai (negatiu de l'imagotip)
- logo simbol+imag.ai (imatge parts imagotip)
- logo zona seguretat.ai (zona seguretat imagotip)
- logos incorrectes.ai (aplicacions incorrectes imagotip)
- logotip sol.ai (només el logotip)
- logo V sense descr.ai (versió vertical imagotip sense descriptor)
- logo vert Blau-verd-turq.ai (versió vertical imagotip sense descriptor)

#### Papereria:

- carpeta.ai (Disseny carpeta segons imatge visual)
- carta.ai (Disseny carta segons imatge visual)
- sobre.ai (Disseny sobre segons imatge visual)
- Targeta presentació.ai (Disseny carpeta segons imatge visual)
- tríptic esquema.ai (Esquema funcionament disseny tríptic)
- tríptic.ai (Disseny vectorial del tríptic publicitari)
- preus.ai (Disseny vectorial preus per incloure al tríptic)
- menu pollet.ai (Disseny din A4 del menú dels nens)
- horari nens.ai (Disseny din A4 de l'horari dels nens)
- valoració alumne.ai (Disseny din A4 valoració final de l'alumne)
- Agenda (Disseny de l'agenda de l'alumne)
- DVD pollet (Disseny del DVD i la caràtula)

#### Merchandising:

- bata pollet.ai (Disseny bata nens segons imatge visual)
- motxilla.ai (Disseny motxilla nens segons imatge visual)
- uniforme.ai (Disseny uniforme nens segons imatge visual)
- llapis corporatiu.ai (Disseny del llapis corporatiu de la llar)
- got plàstic.ai (Disseny del got corporatiu de la llar)
- DVD pollet.ai (Disseny del DVD i caràtules de la llar)

#### Elements online:

- Foto perfil Facebook.ai (Disseny vectorial foto perfil Facebook)
- Foto portada Facebook.ai (Disseny vectorial portada Facebook)
- nens jugant pollet.jpg (Foto del Facebook d'El pollet de la llar)
- banner.ai (Bàner publicitari)
- compo facebook.ai (Composició portada Facebook)
- foto perfil instagram (Disseny vectorial foto perfil Instagram)
- email corporatiu.ai (Disseny firma email)
- foto baner H.jpg (Imatge utilitzada per a la creació del bàner)

#### Elements ofline:

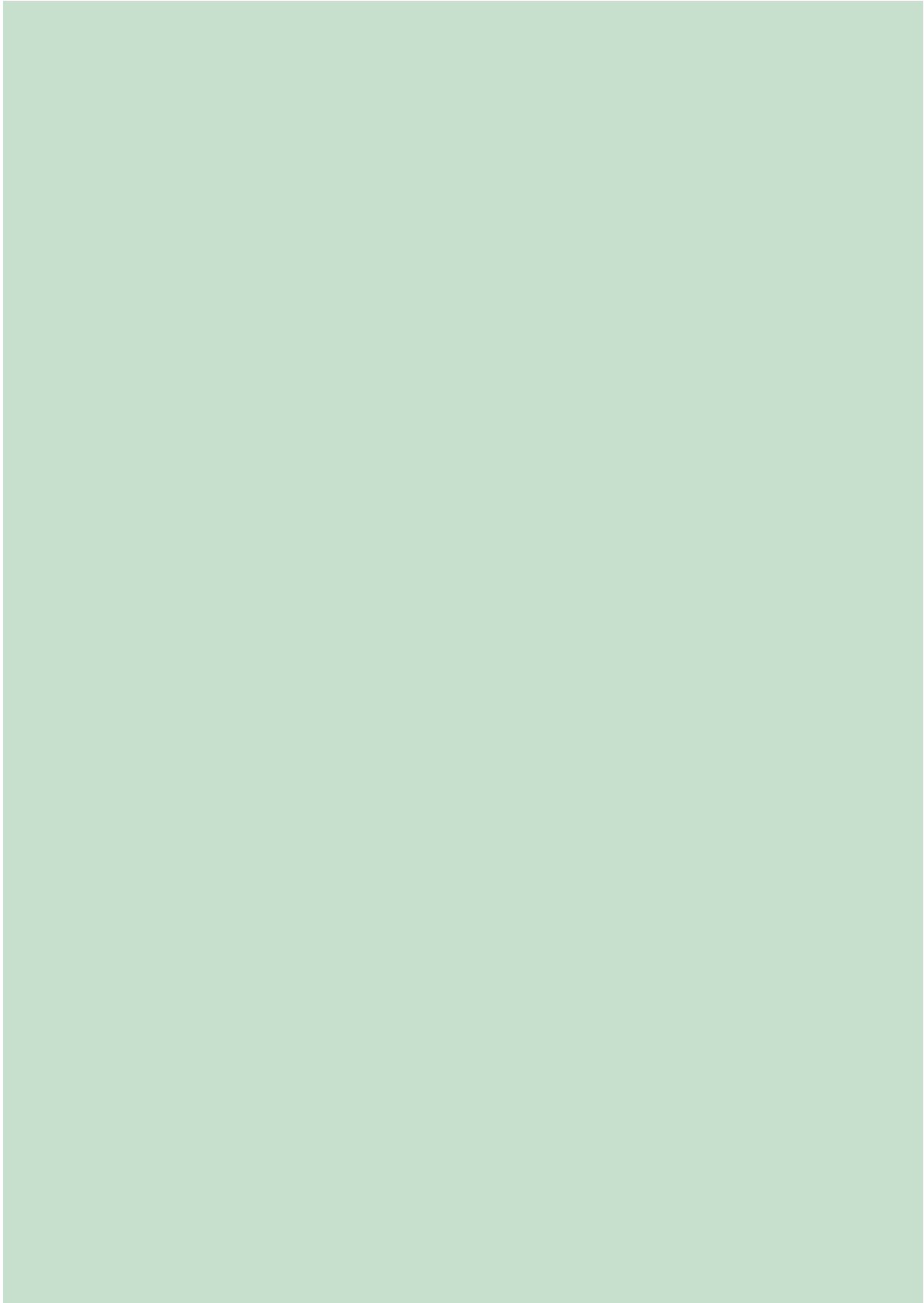
- entrada.ai (Disseny vectorial ròtul entrada principal)
- rotul doble.ai (Disseny vectorial ròtul façana exterior)
- façana ròtul pollet.jpg (Foto de la façana de la llar)
- entrada principal pollet.jpg (Foto de l'entrada de la llar)
- deco interior aula.ai (Disseny de la decoració interior de l'aula)
- finestres pollet.ai (Disseny de la decoració de la finestra)

## VÍDEO:

- intro pollet.aep (vídeo introductorí obres teatre de la llar)
- intro pollet.mp4 (vídeo introductorí en format .mp4)
- pollet guiño1.png (imatge pollet guinyant ull pas 1)
- pollet guiño2.png (imatge pollet guinyant ull pas 2)
- pollet spots.png (imatge pollet sense potes)
- pollet.ai (imatge pollet vectorial)
- salto\_pollito.wav (so salt del pollet)
- so llapis.wav (so llapis escrivint)
- so maquina escriure.wav (so máquina escriure)
- traç final.wav (so traç llapis)
-

## ANNEX 2: MANUAL IDENTITAT CORPORATIVA







# Índex

## 1. Antecedents:

- Introducció
- Objectius
- Història

## 2. Identitat gràfica

- Imagotip
- Tipografia
- Colors

## 3. Regles d'ús

- Mides isologo
- Usos correctes
- Usos incorrectes

## 4. Aplicacions promocionals

- Papereria institucional
- Merchandising
- Comunicació:
  - Off-line
  - On-line

## Introducció

Aquest manual té com a finalitat recollir els elements que formen la imatge gràfica de la llar d'infants "El pollet de la llar" i la seva aplicació d'ús més generalitzat.

La imatge corporativa s'ha creat tenint en compte els valors, filosofia i missió de l'empresa, aconseguint una identificació visual única i universal, en l'àmbit del disseny gràfic, arquitectònic i ambiental.

A través de la imatge corporativa, s'identifica i diferencia la marca, i es projecta la seva essència, a la vegada que es transmet i reflecteix el caràcter i valors de l'organització.

Al manual d'identitat corporativa s'especifiquen els diferents paràmetres i normes d'ús de la marca. També s'estableixen les normes d'ús dels diferents elements de visibilitat que construeixen la marca: utilització de la tipografia, els colors corporatius, les relacions de mida permesos i recomanats per a cada element i els usos i aplicacions més comunes, així com els usos no permesos.

L'objectiu del manual d'identitat és establir unes normes que han de respectar-se i mantenir-se constants, amb la finalitat d'aconseguir una mateixa línia coherent i difusió única, reforçant i assestant definitivament la seva Identitat Visual.

# Objectius

1. Crear una imatge corporativa d'El pollet de la llar, que utilitzi la tecnologia digital actual, per transmetre i reflectir la seva personalitat, aconseguint una presència més visible i projectar una nova identitat que l'ajudi a promocionar els seus serveis.
2. Crear un nou imatip partint del disseny actual, utilitzant el nom ja creat, per tal de crear una imatge única diferenciada de la competència, i garantint una coherència i continuïtat de la identitat visual de la marca.
3. Crear un estil propi clar i una identitat visual forta, que sigui representativa de les activitats de l'empresa i serveixi per a un llarg temps, afegint nous colors corporatius i determinant una tipografia adequada.

# Història

La llar d'infants El pollet de la llar, es va crear l'any 1975, i és dedica a educar i formar nens i nenes d'entre 0 i 3 anys des de fa 42 anys. L'any 2012-2013.

Va realitzar un canvi d'orientació i reforma íntegra del centre, introduint noves formes d'ensenyament que permetin desenvolupar l'expressió, la psicomotricitat i les emocions dels nens i nenes, així com estimular la comunicació i el llenguatge a través del joc.

# Imagotip

Una adequada identitat gràfica és un element essencial per a tota empresa, ja que és l'element que es recorda i s'associa amb l'empresa. Cal diferenciar l'empresa de la resta de la competència i transmetre una sèrie de valors al client. Per tant, és molt important crear una marca adequada que permeti diferenciar els seus productes o serveis de la competència i els permet establir una determinada posició a la ment dels seus clients.

L'imagotip és un dels elements més importants que forma part de la marca, perquè ajuda al fet que sigui identificada fàcilment. Forma una peça molt important de la imatge corporativa, ja que el logotip és la imatge de referència.

El resultat del procés creatiu és un imagotip per a El Pollet de la llar, que està format per una combinació de tipografies amb un caire escolar, combinades en color blau fort i turquesa, que es combinen amb la imatge d'un pollet integrat amb el nom de l'empresa i un llapis combinat amb l'escola infantil, per a representar la part educativa.

El pollet s'integra amb el nom de la llar a través de la utilització de la ll com a potes del pollet, i per no provocar confusió, s'ha augmentat la mida de la tipografia en aquesta lletra, fent-la destacar de la resta, per poder integrar més fàcilment el pollet.

# Identitat gràfica

Es tracta d'un imagotip amb un aire infantil, que reflecteix una part del tipus de públic al qual va destinat, i que transmetre el principal valor del centre, que són els mateixos nens, representats a partir del pollet, i els valors propis del centre com és la il·lusió, l'entusiasme i l'energia, així com una ensenyança de qualitat, que es reflecteix en els colors i forma del logotip.

També s'ha incorporat "Escola infantil", per ajudar a l'usuari a identificar de forma clara l'activitat que desenvolupa l'empresa.





La identitat corporativa gràfica d'El pollet de la llar" està formada per tres elements:

**Isotip:** imatge o símbol que serveix per identificar l'empresa o marca, i que té relació directa amb ella. En aquest cas, es tracta de la representació del pollet.



**Logotip:** Nom de la marca o empresa que permet identificar-la clarament. En el nostre cas, el descriptor és: El pollet de la llar.

el pollet de la llar

**Descriptor:** Permet identificar la principal qualitat o aplicació del producte o servei al qual es refereix. En el nostre cas particular, el descriptor és: Escola infantil.

*Escola infantil*

Logotip

el pollet de la llar

Imagotip vertical  
sense descriptor



el pollet de  
la llar

Imagotip vertical  
amb descriptor



el pollet de  
la llar  
*Escola infantil*

Imagotip horitzontal sense descriptor



el pollet de la llar

Imagotip horitzontal amb descriptor



el pollet de la llar  
*Escola infantil*



# Tipografia

## TIPOGRAFIA CORPORATIVA:

Per a la creació de l'imagotip, s'han utilitzat dues tipografies molt concretes, per una part, trobem la tipografia Quadranta, que és una tipografia que es caracteritza per estar creada a partir d'arcs quadrants, que és d'on prové el nom, i està pensada per a la utilització en la creació de logotips i títols, però no es recomana per utilitzar-la com a text general, ja que té unes formes bastant decoratives.

En aquest cas, la tipografia s'ha escollit pel tipus de lletra l, que com no és de pal i acaba amb forma arrodonida, s'ajusta molt millor a la representació de les potes del pollet. Per una altra banda, les seves formes arrodonides són bastant semblants a les formes arrodonides que es generen al realitzar una lletra cal·ligràfica del tipus escolar.

L'altra tipografia escollida és Little Days Alt, que es tracta d'un tipus de font escolar, que es caracteritza per ser amb lletra lligada, i que és la tipografia perfecta, perquè els nens puguin aprendre a llegir i escriure.

Aquesta tipografia s'utilitza per a escriure Escola infantil, i poder potenciar la definició del tipus d'empresa, i a quin públic va destinat. A través d'aquesta tipografia, es reflecteix un dels valors importants de l'empresa que és l'educació.

### Little Days Alt

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!?, "Ç&%()\*

### Quadranta

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!?, "Ç&%()\*

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!?, "Ç&%()\*

## TIPOGRAFIA SECUNDARIA:

Per a text en general, s'ha utilitzat la tipografia Euphemia UCAS, que és una tipografia sense adorns excessius i amb una alta llegibilitat per a textos comuns, que aporta una imatge moderna i fresca, perfecte per a combinar amb les altres dues tipografies.

### Euphemia UCAS

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!?,”Ç&%()\*

**Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!?,”Ç&%()\***

*Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890!?,”Ç&%()\**

# Colors

El color és un element molt important en crear la imatge corporativa de l'empresa. Els colors poden exercir un impacte, i influir en els estats d'ànim i emocions. Per aquesta raó s'han escollit i combinat de forma adequada per arribar a formar part de la imatge corporativa d'El pollet de la llar.

S'han escollit dos colors forts, que són el taronja i el groc, per la seva vitalitat, dinamisme i perquè són colors que resulten dinàmics i excitants.

Aquests colors s'han combinat amb un blau i un turquesa en dues tonalitats. Els colors suaus són menys visibles i tenen un efecte calmant que augmenten la concentració.

El color és molt important en la percepció de la imatge visual i en la idea que un es crea del producte i servei, per tant, és necessari utilitzar-los adequadament.

Els colors escollits són:

BLAU-TURQUESA-GROC-TARONJA



HEX: #23235c

RGB: 35 35 92

CMYK: 100% 99% 26% 28%



HEX: #Ff00a69c  
RGB: 0 165 156  
CMYK: 80% 10% 45% 0%



HEX: #bbdbcb  
RGB: 187 219 203  
CMYK: 27% 2% 23% 0%



HEX: #fbf6c2  
RGB: 251 246 194  
CMYK: 2% 0% 31% 0%



HEX: #fdda35  
RGB: 253 218 53  
CMYK: 1% 10% 97% 0%



HEX: #f7ac32  
RGB: 247 172 50  
CMYK: 1% 36% 100% 0%

## Mides imagotip

L'imagotip és l'identificador de la marca, en el cas d'El pollet de la llar, està format per un logotip i dos símbols

### ZONA SEURETAT:

Per assegurar l'òptima aplicació i percepció de l'imagotip en tots els formats i suports, s'ha determinat una àrea de seguretat mínim respecte als textos i als altres elements gràfics.

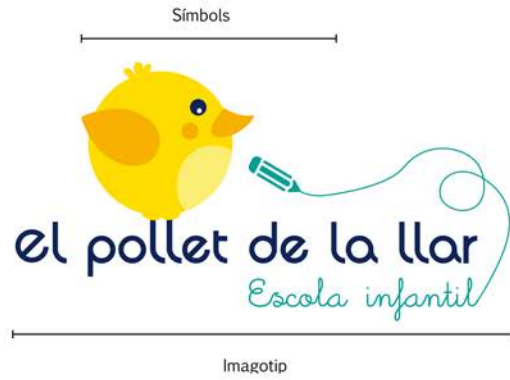
Aquesta zona de seguretat és equivalent a la imatge gràfica del llapis.

### ÚS MÍNIM DE L'IMAGOTIP

Mida mínima a la qual pot ser reproduït l'imagotip conservant una correcta visualització.

Mida mínima per suport on-line	3 cm
Mida mínima per suport off-line	2'5 cm

La mida mínima d'alçada serà la mida proporcional corresponent d'alt.





## Usos correctes

Les variants autoritzades de l'imagotip són les que es detallen a continuació:

1. L'imagotip pot ser utilitzat de dues maneres, conservant els colors de la imatge del pollet (dos grocs i un taronja), i utilitzant dos colors corporatius CMYK turquesa i blau per a la part de text, el blau s'utilitzarà per al text d'El pollet de la llar, i el turquesa per Escola infantil i el traç amb el llapis. En el cas que el fons sigui turquesa s'utilitzarà tota la part de text i dibuix del llapis en color corporatiu CMYK blau.
2. L'imagotip pot ser col·locat sobre fons blanc o sobre fons del color corporatiu CMYK turquesa, en les seves dues tonalitats. En el cas que el fons on és col·locat l'imagotip sigui fosc o sigui clar, s'utilitzarà l'imagotip sobre fons blanc. No es poden utilitzar la resta de colors corporatius com a fons per l'imagotip.
3. L'imagotip podrà ser utilitzat en el seu negatiu, en el cas que es requereixi per a diferents productes o materials, com pot ser l'ús en el merchandising. Només en aquest últim cas s'acceptarà que l'imagotip s'imprimeixi sobre color blanc, turquesa fosc, turquesa clar que no siguin exactament els colors corporatius.
4. Es podrà eliminar el color corporatiu groc fluix en el cas de fons del mateix color, i si hi ha la necessitat de reduir el nombre de tintes per la impressió.



Versió principal



Versió text 1 color



Fons color corporatiu fosc



Fons color corporatiu clar



Fons color no corporatiu fosc



Fons color no corporatiu clar



Negatiu



Versió 3 colors



## Usos incorrectes

- 1. Aplicació incorrecta del color:** No es pot modificar el color dels elements, l'única variació que es permet és el negatiu i la tipografia Little Days Alt, que es pot utilitzar en turquesa fort o blau, i sempre del mateix color que el llapis i el traç.
- 2. Canviar percentatges de color:** No es pot utilitzar altres percentatges de color que no siguin el 100%. Com es tracta d'una llar d'infants, el color ha de ser el més viu possible, ni l'orientació del símbol.
- 3. Deformació:** No es pot modificar la relació d'aspecte, és a dir, la proporció entre l'alçada i l'amplada. Si es modifica un dels dos valors, l'altre mantindrà la proporció adequada.
- 4. Tipografia incorrecta:** No es poden utilitzar altres tipografies, sempre s'ha d'utilitzar la tipografia Quadranta pel nom El pollet de la llar, i la tipografia Little Days Alt per la part d'Escola infantil.
- 5. Ocultació d'elements:** No es podran ocultar elements de l'imagotip, sempre s'haurà de mostrar sencer i mantenint la zona de seguretat determinada a l'apartat Mides imagotip.
- 6. Espaiat incorrecte:** No està permès modificar l'espai entre els elements de l'imagotip, o la distància entre les lletres de la tipografia. S'utilitzarà sempre el valor 0 de tracking de cada mida de tipografia.

Aplicació incorrecte del color



Canviar percentatges de color



Deformació



Tipografia incorrecte



Ocultació d'elements



Espaiat incorrecte



## Papereria

### **Targeta de presentació:**

La targeta de presentació s'imprimirà en selecció de color CMYK a quatre tintes amb laminat mate a ambdues cares.

Es realitzaran dos tipus de targetes, una targeta genèrica i una altra personalitzada.

Mida: 55x85mm

### **Sobre americà:**

Sobre americà sense finestra, on s'aplica la imatge visual d'El pollet de la llar, i per DinA4, inclou imatgotip i informació, en selecció de color CMYK a quatre tintes

Mida: 220x110 mm

### **Full din A4 amb capçalera:**

Full din-A4 amb capçalera, amb la imatge visual i la direcció de l'empresa, en selecció de colors CMYK i imprés a 4 tintes.

### **Carpeta din A4:**

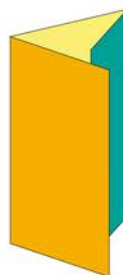
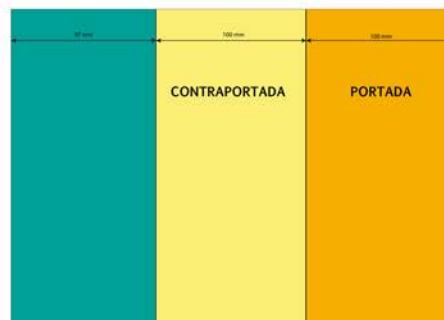
Carpeta din-A4, amb la imatge visual i la direcció, en selecció de colors CMYK i imprés a 4 tintes.



### Tríptic:

Fullet informatiu doblegat en tres parts, de la grandària d'una fulla de paper din A4, que conté informació sobre la llar d'infants, la seva filosofia, el programa educatiu i l'espai on es desenvolupen les activitats.

S'utilitza un format de plegat envolupant, és a dir, el tríptic es va plegant sobre si mateix. La mida total del tríptic és de 297 mm, i està format per una pala de 97 mm i dues pales de 100 mm. que formen la portada i la contraportada.





<h2>Filosofia</h2> <p>La filosofia de l'escola neix de la experiència i els coneixements previs dels nens, i la necessitat de crear un ambient familiar a través de la continuació de la tasca realitzada pels pares a casa, els nens han de rebre una primera educació en valors i en coneixements.</p> <p>A la nostra escola es dona especial importància a la relació amb els pares, estreta i de confiança, fent-los participants de l'educació dels seus fills mitjançant el tracte diari i amb la participació a les activitats proposades pel centre.</p> 	 <h2>el pollet de la llar</h2> <p>Escola infantil</p> <p>Carrer França, 2 Horta-Guinardó 08024 Barcelona</p> <p>Tel. 932 199 111 E-mail: elpollet@hotmail.com Web: elpolletdelallar.com</p>	 <p>de 0 a 3 anys</p>
---	--	---

<p>Les instal·lacions consten de tres aules: aula P0: de 0 a 1 any, aula de P2: d'1 a 2 anys, i aula de P3: de 2 a 3 anys, un pati amb zona recreativa, on hi ha una petita granja amb conills, una cuina amb servei propi, i també zona personal amb despats de direcció.</p> 	<h2>Programa educatiu</h2> <p><b>Petit artístic:</b> Es treballarà l'expressió plàstica tant de forma individual com en grup, utilitzant diferents tècniques pictòriques, treballant el cos, els colors, les formes i sobretot el gust per l'art.</p> <p><b>Musicalità:</b> aquesta àrea es basa en el treball de l'expressió musical mitjançant l'experimentació lliure i dirigida dels instruments musicals, treballant el ritme, la intensitat i els diferents estils musicals, utilitzant la dansa individual i en grup.</p> <p><b>Pricomotricitat:</b> àrea de treball del desenvolupament motor mitjançant el moviment del propi cos i la motricitat fina, a través de les habilitats de les mans modelant, cordant, descordant, etc.</p>	<p><b>Jo i el món:</b> Es treballarà el descobriment de l'entorn: la natura, les estacions, l'any, les festes populars, etc., a través de l'experimentació amb els elements naturals propis de cada estació de l'any i dels conills de la granja.</p> <p><b>Taller Montessori:</b> Espai on es treballarà la metodologia Montessori, a través de la investigació, el joc i fomentant l'autonomia personal del nen, utilitzant activitats sensorials, on els educadors només observen i orienten als petits.</p> <p><b>Let's go project:</b> Petites sessions diàries de 15 minuts on es parlarà l'anglès, a través de la utilització de jocs, cançons i activitats amb el Teddy, mascota del projecte.</p>
<h2>Espais</h2>		



**Preus:**

Fullet informatiu de 297 mm d'alt per 95 mm d'amplada, per poder incorporar a l'interior del tríptic, si es vol ampliar la informació aportada amb els preus del servei.

La utilització d'un element addicional amb el preu, permet que s'imprimeixin un nombre més elevat de tríptics, i només caldrà modificar el document de preus quan hi hagi un augment de tarifes.

**Firma electrònica:**

Firma electrònica que es diferencia de les demès perquè porta inclòs la imatge corporativa de l'empresa, d'aquesta manera es milloren i augmenten les possibilitats de fer negocis. També genera confiança i transmet solidesa.





Preus:

Opcions	Horari	Preu
Mitja jornada sense menjador	9.00 a 13.00h	195 €
Mitja jornada amb menjador	9.00 a 15.00h	320 €
Jornada completa sense menjador	9.00 a 13.00h 15.00 a 17.00h	190 €
Jornada completa	9.00 a 17.00h	350 €
Entrada a les 8:00 a.m.	8.00 a 9.00h	+50 €
Preu hora permanència	1.00h	6 €



Carrer França, 2 08024 Barcelona  
E-mail: [elpollet@hotmail.com](mailto:elpollet@hotmail.com)  
[www.elpolletdelallar.com](http://www.elpolletdelallar.com)

### **Horari:**

Full informatiu de 297 mm d'amplada per 210 mm d'amplada, mida din A4 en horitzontal, imprès utilitzant els colors corporatius, on s'especifiquen les activitats del centre diàries dels alumnes del centre. Les activitats seran de dilluns a divendres de 9h a 17h, ininterrompudament. Existeix la possibilitat de sol·licitar horari ampliat de 08.00h a 09.00h i de 17.00h a 18.00h.

### **Menú:**

Full informatiu de 297 mm d'amplada per 210 mm d'amplada, tamany din A4 en horitzontal, imprès utilitzant els colors corporatius, on s'incorporen tots els menús diaris, elaborats per setmanes, segons quina sigui la setmana del mes. Tots els menús són elaborats diàriament, a la cuina de la llar, assegurant la màxima qualitat del servei.

També es disposa de menús especials per a nens al·lèrgics o intolerants a algun aliment, i l'opció de menú de dieta, en el cas que els pares ho sol·licitin.



**Horari:**

el pollet de la llar  
Escola infantil

el pollet de la llar  
Carrer França, 2 - Horta Guardià  
08024 Barcelona  
Tel. 932 199 111  
E-mail: [elpollet@hotmail.com](mailto:elpollet@hotmail.com)  
Web: [elpolletde.la.llar.com](http://elpolletde.la.llar.com)

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres
9.00-9.30	Acolida/esmorzar	Acolida/esmorzar	Acolida/esmorzar	Acolida/esmorzar	Acolida/esmorzar
9.30-9.45	Bon dia!	Bon dia!	Bon dia!	Bon dia!	Bon dia!
9.45-10.00	Anglès	Anglès	Anglès	Anglès	Anglès
10.00-10.30	Pati	Pati	Pati	Pati	Pati
10.30-11.30	Petits artistes	Musicalia	Psicomotricitat	Jo i el món	Tallers Montessori
11.30-12.00	Hàbits d'higiene	Hàbits d'higiene	Hàbits d'higiene	Hàbits d'higiene	Hàbits d'higiene
12.00-12.40	Dinar	Dinar	Dinar	Dinar	Dinar
12.40-13.00	Relax	Relax	Relax	Relax	Relax
13.00-15.00	Migdiada	Migdiada	Migdiada	Migdiada	Migdiada
15.00-15.45	Pati	Pati	Pati	Pati	Pati
15.45-16.10	Berenar	Berenar	Berenar	Berenar	Berenar
16.10-16.30	Hàbits d'higiene	Hàbits d'higiene	Hàbits d'higiene	Hàbits d'higiene	Hàbits d'higiene
16.30-17.00	Activitat/sortida	Activitat/sortida	Activitat/sortida	Activitat/sortida	Activitat/sortida



**Menú:**

el pollet de la llar  
Escola infantil

el pollet de la llar  
Carrer França, 2 - Horta Guardià  
08024 Barcelona  
Tel. 932 199 111  
E-mail: [elpollet@hotmail.com](mailto:elpollet@hotmail.com)  
Web: [elpolletde.la.llar.com](http://elpolletde.la.llar.com)

	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres
Setmana 1	Arròs amb tomàquet Lluç arrebossat Fruita	Crema de verdures Pit de pollastre iogurt	Sopa de brou i pasta Vedella jardineria Fruita	Crema de pastanaga Salsitxes iogurt	Macarrons Varetes de lluç Fruita
Setmana 2	Crema de carbassó Lluç amb suc Fruita	Llenties amb arròs Hamburguesa iogurt	Sopa de brou i pasta Vedella arrebossada Fruita	Crema de cigrons Llóm a la jardineria iogurt	Arròs amb pastanaga Lluç arrebossat iogurt
Setmana 3	Macarrons Varetes de lluç Fruita	Arròs amb tomàquet Mansongüilles iogurt	Sopa de brou i pasta Llóm arrebossat Fruita	Crema de verdures Salsitxes iogurt	Crema de carbassó Varetes de lluç Fruita
Setmana 4	Crema de pastanaga Hamburguesa Fruita	Crema de cigrons Pollastre arrebossat Fruita	Sopa de brou i pasta Varetes de lluç Fruita	Macarrons Salsitxes iogurt	Llenties amb patates Lluç arrebossat Fruita
Setmana 5	Arròs amb tomàquet Lluç arrebossat Fruita	Crema de verdures Nuggets de pollastre iogurt	Sopa de brou i pasta Vedella jardineria Fruita	Crema de pastanaga Salsitxes iogurt	Macarrons Varetes de lluç Fruita

**Berenar:**  
**Menors de 18 mesos:** Berenaran cada dia farinetes de fruites.  
**Majors de 18 mesos:** Berenaran aleatoriament llet amb galetes, suc amb bastonets de pa, entrepà perrill dolç o nocilla i macedònia de fruita.

### Valoració alumne:

Fullet informatiu de 297 mm d'alt per 210 mm d'amplada, imprès utilitzant els colors corporatius de la marca, i on es podrà marcar l'evolució de l'alumne tenint en compte tres aspectes.

**el pollet de la llar**  
Escola infantil

Valoració del curs:  
Nom: \_\_\_\_\_

*Descoberta d'un mateix i els altres*

Reconeix la seva mestra i els seus companys companyes i s'hi relaciona	● ● ●
S'identifica amb el seu nom	● ● ●
Pràctica hàbits d'higiene personal i hàbits d'alimentació	● ● ●
Col·labora en l'ordre i la neteja de l'aula	● ● ●
Progressa en el coneixement del seu cos	● ● ●
Entén i accepta ordres senzilles	● ● ●
Participa en jocs col·lectius acceptant les normes	● ● ●
	poc bastant molt

*Descoberta de l'entorn*

Coneix els diferents espais i objectes de l'aula	● ● ●
Mostra interès per explorar els elements de l'entorn immediat	● ● ●
Coneix els aliments i fruites	● ● ●
Col·labora en l'ordre i la neteja de l'aula	● ● ●
Identifica els colors en objectes de l'entorn	● ● ●
S'inicia en el reconeixement de la natura i les plantes	● ● ●
Reconeix els animals i el seu cicle vital	● ● ●
	poc bastant molt

*Comunicació i llenguatges*

Escolta atentament els contes i en gaudeix	● ● ●
Gaudeix amb petits textos de la tracció oral (poemes, cançons)	● ● ●
Progressa en la comprensió de missatges orals	● ● ●
Progressa en l'expressió oral de paraules i sons	● ● ●
Gaudeix experimentant amb tècniques i colors	● ● ●
Progressa en la coordinació en la realització de grafismes	● ● ●
Escolta amb atenció les cançons i audicions, i en gaudeix	● ● ●
	poc bastant molt

Carrer França, 2 08024 Barcelona Tel. 932 199 111 E-mail: [elpollet@hotmail.com](mailto:elpollet@hotmail.com) [www.elpolletdelallar.com](http://www.elpolletdelallar.com)

30

### Agenda:

Agenda personalitzada amb l'imatge a la portada, impresa amb els colors corporatius de la llar. Pràctica per a la comunicació amb les famílies. Dia per pàgina, format per motxilla infantil i reforçada amb tapes de plàstic. Mides: 135 mm ample x 165 mm alt, 240 pàgines.



# Merchandising

Com a elements per aplicació promocional, s'ha creat els diferents elements d'uniforme que utilitzaran els nens a l'escola:

Motxilla

Bata

Uniforme





**Llapis:**

Llapis de color blanc amb impressió en serigrafia de l'imagotip horitzontal sense la descripció.



**Got:**

Got de plàstic amb la imatge corporativa impresa





### Dvd i caràtules:

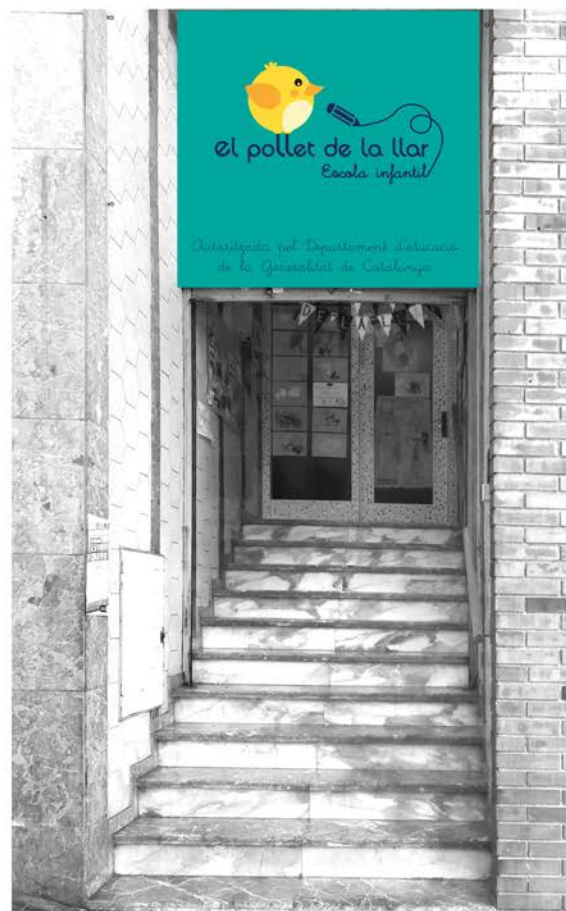
Creació d'adhesiu pels dvd generats a la llar d'infants i caràtula pel dvd, utilitzant els colors corporatius de la marca i incorporant l'imagotip creat.



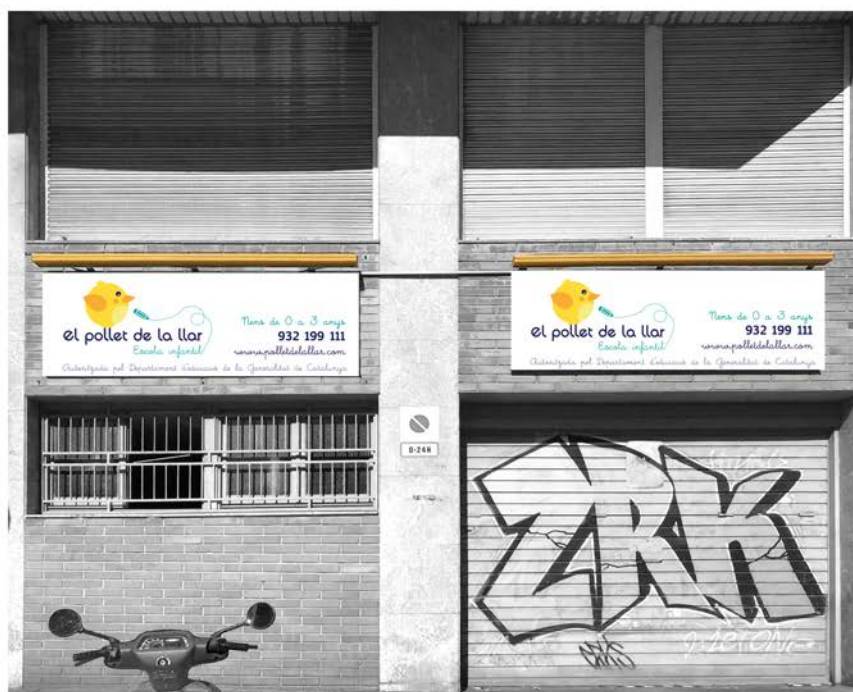
# Comunicació

Elementr Off-line

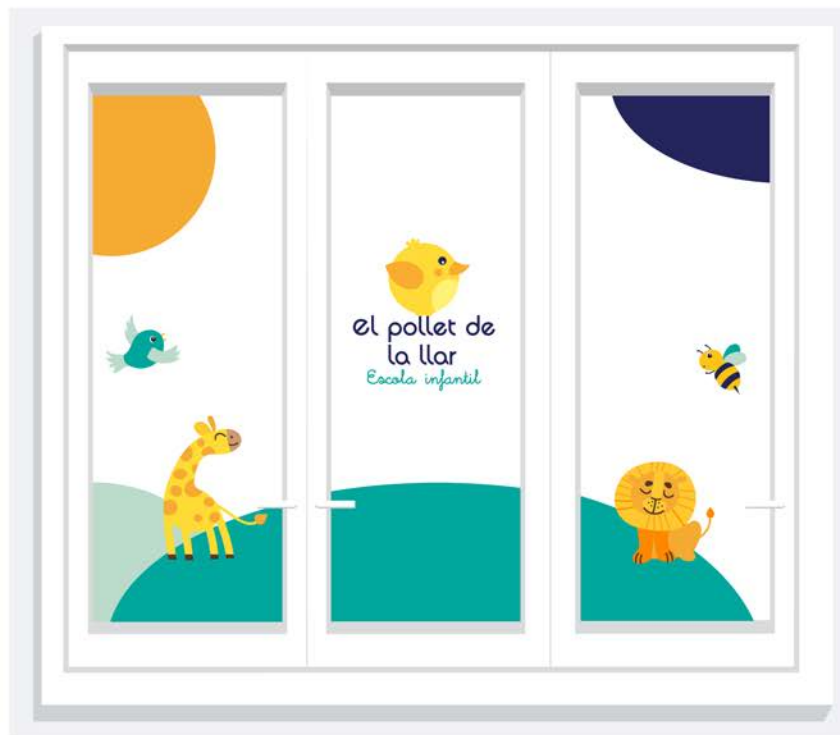
Ròtul extern entrada principal



## Rotul extern façana

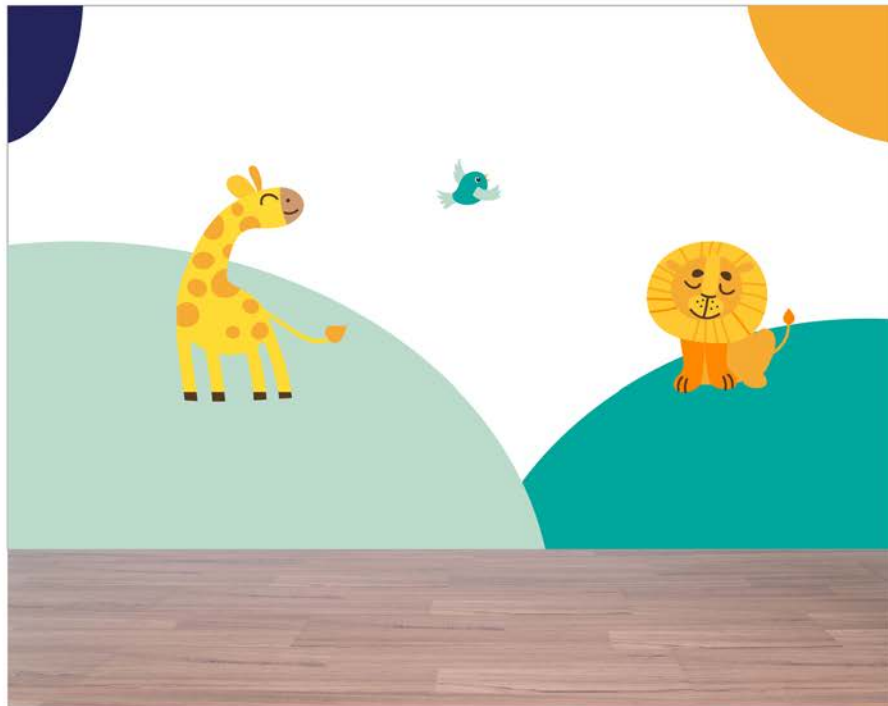


## Decoració finestres



Lleó, jirafa, ocell i abella: creats per "Freepik"

## Decoració interior



Lleó, jirafa, ocell i fons imatge: creats per "Freepik"

Elemente On-line

Foto perfil instagram



Foto perfil facebook



## Foto portada Facebook



## Composició Facebook



Bàner:





## ANNEX 3. GLOSSARI

Termes utilitzats durant la realització de la memòria:

**Marca:** Consisteix en un senyal, petjada o grafisme, que s'assumeix com a signe singular que distingeix a una cosa d'una altra. És una identificació comercial primordial amb els que es relaciona i ofereix un producte.

**Identitat corporativa o identitat visual:** És la manifestació física de la marca.

**Logotip:** És un distintiu format per lletres, abreviatures, etc., peculiar d'una empresa, marca o producte, és a dir, és la representació verbal d'una o diverses paraules mitjançant signes topogràfics.

**Imagotip:** és un conjunt icònic-textual en el qual text i símbol es troben clarament diferenciats i fins i tot poden funcionar per separat.

**Minimalisme:** Tendència artística caracteritzada per la simplificació extrema de les formes i l'ús de colors elementals.

**Merchandising:** Conjunt de productes publicitaris per promocionar una marca o grup.

**Storyboard:** Representació il·lustrada d'una pel·lícula abans de la seva realització.

**Timing:** Regulació i coordinació d'accions per aconseguir el efecte més gran possible.

## ANNEX 4. BIBLIOGRAFIA:

### Documents facilitats per la UOC:

Llista de recursos UOC per al TF en estudis de grau Multimèdia

[http://biblioteca.uoc.edu/prestatgeries/06566\\_76566/documentsaulestfgscat/lista\\_recursos\\_TFG\\_CAT.pdf](http://biblioteca.uoc.edu/prestatgeries/06566_76566/documentsaulestfgscat/lista_recursos_TFG_CAT.pdf)

Guia per l'elaboració de la memòria

[http://biblioteca.uoc.edu/prestatgeries/06566\\_76566/documentsaulestfgscat/guia\\_memoria\\_TFG\\_CAT.pdf](http://biblioteca.uoc.edu/prestatgeries/06566_76566/documentsaulestfgscat/guia_memoria_TFG_CAT.pdf)

Pautes per l'elaboració de la memòria

[https://cv.uoc.edu/tren/trenacc/web/DIMAX.CLIENT/dimaxweb.Pagina?sessio=a477faea1e-58d2141fedbaeb86a3916c031e8245c9aa57961b4458cb918791a4d7751ec4dbf302dbbc05a2b-20f3719937cf4495a3c1d598245b97afaa6323437&pantalla=HISTORICS&node=51465&entidad\\_gestora=DEF&entorn\\_gestio=PV20171&idioma=CAT&lang=&pantalla\\_his=XML\\_ARBRE\\_RECUR-SOS&cami=&p\\_entrada=PV](https://cv.uoc.edu/tren/trenacc/web/DIMAX.CLIENT/dimaxweb.Pagina?sessio=a477faea1e-58d2141fedbaeb86a3916c031e8245c9aa57961b4458cb918791a4d7751ec4dbf302dbbc05a2b-20f3719937cf4495a3c1d598245b97afaa6323437&pantalla=HISTORICS&node=51465&entidad_gestora=DEF&entorn_gestio=PV20171&idioma=CAT&lang=&pantalla_his=XML_ARBRE_RECUR-SOS&cami=&p_entrada=PV)

### Articles en línia:

Disseny d'elements gràfics:

Just Creative Design - Learn the Basics

<http://justcreativdesign.com/2008/06/13/how-to-design-learn-the-basics/>

Adobe - Kuler

<http://kuler.adobe.com/>

Wikipedia - Web colors

[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_colors](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_colors)

AIGA - The professional association for design

<http://www.aiga.org/>

Design Observer

<http://designobserver.com/>

Computer Arts Magazine

<http://www.computerarts.co.uk/>

Disseny d'identitat/marca/estil:

Logoorange - The Corporate Identity Style Guide

<http://www.logoorange.com/corporate-identity-manual-brand-style-guide.php>

Smashing Magazine - Designing Style Guidelines For Brands And Websites

<http://www.smashingmagazine.com/2010/07/21/designing-style-guidelines-for-brands-and-websites/>

Diferencias entre logotipo, imagotipo, isotipo e isologo [en línia]. Barcelona: Waka microagencia de diseño y publicidad. (2015) [Data de consulta: Octubre 2017]

<https://www.somoswaka.com/blog/2015/03/diferencias-entre-logotipo-imagotipo-isotipo-e-isologo/>

Tendencias de logotipos para 2016 (2016) [en línia]. Barcelona: Blog EstudioKA. [Data de consulta: Octubre 2017]

<http://estudioka.es/10-tendencias-de-logotipos-para-2016/>

La identidad corporativa, un factor determinante de la personalidad de las empresas. (2012) [en línia]. Barcelona: Fernando Menéndez Rosas. [Data de consulta: Octubre 2017]

<https://www.artfactory.es/es/news/la-identidad-corporativa-un-factor-determinante-de-la-personalidad-de-las-e>

Como elaborar un briefing de marketing (2015) [en línia]. Barcelona: La cultura del marketing. [Data de consulta: Octubre 2017]

<https://laculturadelmarketing.com/como-elaborar-un-briefing-de-marketing/>

## ANNEX 5. VITA:

Aquest projecte neix com el resultat de la passió adquirida durant els anys pel disseny gràfic, després d'estudiar Disseny d'Interiors, i més tard ampliar els meus coneixements, a través del Grau de Multimèdia.

El meu primer contacte amb el disseny, va ser a través d'assignatures dels estudis d'interiorisme. Gràcies a l'estudi de l'arquitectura d'èpoques anteriors, vaig conèixer l'escola Bauhaus, primera escola de disseny, art i arquitectura del s. XX i moviment artístic que es va convertir en tot un referent internacional, i que em va impactar moltíssim.

A partir d'aquí ha anat creixent la meva passió, tant com per voler encaminar el meu futur cap el disseny multimèdia.

Actualment, compagino els meus estudis al Grau Multimèdia i el meu treball a la cadena Sorli.