

Editorial La Garúa

- Rediseño de identidad visual y prototipos web/móvil -

Memoria de Proyecto Final de Grado

Grado Multimedia

Comunicación visual y creatividad



Autor: Daniel Hidalgo Romero

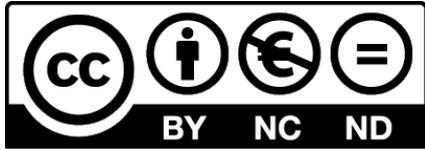
Consultor: Pere Báscones Navarro

Profesor: Irma Vilà Òdena

Enero de 2019

Licencias

Este proyecto está sujeto a la siguiente licencia:



Reconocimiento – NoComercial -
SinObraDerivada 4.0 Internacional de Creative
Commons (CC BY-NC-ND 4.0)

Las imágenes que se reproducen en el documento, como iconos, marcas o logotipos, se acogen al derecho de citación (art 32 LPI) y están excluidos de la licencia por defecto de este material.

Dedicatoria/Cita

A mi familia, en especial a Vanessa, porque fue la persona que me animó a lanzarme y a emprender este camino y la persona que me ha apoyado cuando he sentido la necesidad de abandonar.

También a mi hija Lucía por su paciencia infinita y por el tiempo que he dejado de dedicarle durante todos estos años para poder llegar hasta aquí.

Muchas gracias a todos/as!

Abstract

Este proyecto se basa en el rediseño de la identidad visual corporativa de una pequeña editorial independiente de poesía: **La Garúa Poesía**.

A lo largo de los 15 años que lleva la editorial han pasado por diferentes cambios de identidad pero sin mantener unos patrones ni unas bases concretas.

Con este cambio de identidad a nivel de marca, se pretende atraer a un mayor público y tener un mejor posicionamiento dentro del sector.

El proyecto consiste en dar una nueva imagen de marca, rediseño de logotipo, uso de colores y tipografías, uso de materiales y tintas sostenibles como valor añadido; y la realización de los prototipos del sitio web / móvil para que, en un futuro próximo, se pueda llevar a cabo su desarrollo.

Palabras clave: TFG, trabajo final de grado, proyecto, multimedia, prototipos, *briefing*, identidad visual, logotipo, tipografía, colores, diseño gráfico, manual de identidad corporativa, editorial, adobe

Abstract (english version)

This project is based on the redesign of the corporate visual identity of a small independent poetry publishing house: **La Garúa Poesía**.

In these 15 years the editorial has been through different identity changes without maintaining a pattern or a specific basis.

With this identity change at the brand, we aim to attract a larger audience and have a better position within the sector.

The project consists in the creation of a new brand image, logo redesign, use of colors and typographies, use of sustainable materials and inks as an added value; and the realization of the web / mobile prototypes in order to, in the near future, its development can be carried out.

Keywords: TFG, final degree project, project, multimedia, prototypes, briefing, visual identity, logo, typography, colors, graphic design, corporate identity manual, editorial, adobe

Notaciones y convenciones

Fuente Arial

ABCDEFGHIJ
KLMNÑOPQR
STUVWXYZ

abcdefghij
klmnñopqr
stuvwxyz

1234567890

Título – Arial Negrita 20

Sección – Arial Negrita 16

Subsección – Arial Negrita Cursiva 13

Cuerpo – Arial Normal 11

Cuerpo resaltado – Arial Negrita 11

Cuerpo cita, tecnicismos otros idiomas – Arial Cursiva 11

Cuerpo enlace – Arial Subrayado 11

Imágenes / Tablas – Arial Normal 8

Índice

1. Introducción	13
2. Descripción	15
3. Objetivos	16
3.1 Principales	16
3.2 Secundarios	16
4. Marco teórico / Escenario	17
4.1 Antecedentes / Escenario	17
4.2 Evolución de la identidad gráfica de la editorial “La Garúa poesía”	21
4.3 Análisis de competencia. Casos de buenas prácticas	24
5. CONTENIDOS	27
5.1 Briefing	27
5.2 Manual de identidad corporativa	28
5.3 Rediseño de página web corporativa (prototipos)	28
6. Metodología	29
6.1 Estudio y análisis	29
6.2 Documentación	29
6.3 Conceptualización	30
6.4 Desarrollo	30
7. Plataforma de desarrollo	31
8. Planificación	32
9. Proceso de trabajo/desarrollo	33
10. Toma de decisiones	34
11. Manual de identidad corporativa	38
12. Prototipos	49
12.1 Lo-Fi – Versión escritorio	50
12.2 Lo-Fi – Versión móvil	61
12.3 Hi-Fi – Versión escritorio	71
12.4 Hi-Fi – Versión móvil	82
13. Briefing	92
14. Propuestas logotipos	99
15. Mockups	102
16. Proyección a futuro	110
17. Presupuesto	111

18. Conclusiones.....	112
Anexo 1. Entregables del proyecto	113
Anexo 2. Capturas de pantalla	114
Anexo 3. Bibliografía	123

Figuras y tablas

Índice de figuras:

Figura 1 - Logos redondeados.....	17
Figura 2 - Logos paralelogramos.....	17
Figura 3 - Logos con contorno.....	17
Figura 4 - Logos neo vintage.....	17
Figura 5 - Logos B/N.....	17
Figura 6 - Logos serif.....	17
Figura 7 - Logo Stranger Things.....	18
Figura 8 - Evolución logo Apple.....	19
Figura 9 - Evolución logo Coca-Cola.....	19
Figura 10 - Evolución logo Dunkin Donuts.....	19
Figura 11 - Evolución logo Google.....	19
Figura 12 - Evolución logo McDonalds.....	20
Figura 13 - Evolución logo Pepsi.....	20
Figura 14 - Logo La Garúa 2004.....	21
Figura 15 - L'esguard edicions.....	21
Figura 16 - Página de catálogo.....	21
Figura 17 - Logo negativo.....	21
Figura 18 - La Garúa compo 2004.....	21
Figura 19 - Logo La Garúa 2008.....	22
Figura 20 - Maqueta boletín 2009.....	22
Figura 21 - Maqueta boletín 2010.....	22
Figura 22 - Maqueta boletín 2015.....	22
Figura 23 - Logo La Garúa 2017.....	23
Figura 24 - Logo La Garúa 2017.....	23
Figura 25 - Publicidad La Garúa 2017.....	23
Figura 26 - Ficha de libro 2018.....	23
Figura 27 - Novedades 2018.....	23
Figura 28 - Sitio web: Poesía eres tu.....	24
Figura 29 - Sitio web: Arspoética.....	25
Figura 30 - Sitio web: Chamán ediciones.....	26
Figura 31 - Propuestas de logos.....	35
Figura 32 - Diseño puntos de libro.....	36
Figura 33 - Mockups rediseño La Garúa.....	37
Figura 34 - Manual de Identidad: Portada.....	38
Figura 35 - Manual de Identidad: Información.....	38
Figura 36 - Manual de Identidad: Índice.....	39
Figura 37 - Manual de Identidad: Simbología básica.....	39
Figura 38 - Manual de identidad: Logotipo corporativo.....	40
Figura 39 - Manual de identidad: Construcción de la marca.....	40
Figura 40 - Manual de identidad: Área de seguridad y reductibilidad.....	41
Figura 41 - Manual de identidad: Colores corporativos.....	41
Figura 42 - Manual de identidad: Tipografía corporativa.....	42
Figura 43 - Manual de identidad: Tipografía secundaria.....	42
Figura 44 - Manual de identidad: Normas uso.....	43

Figura 45 - Manual de identidad: Versiones correctas	43
Figura 46 - Manual de identidad: Aplicaciones correctas	44
Figura 47 - Manual de identidad: Aplicaciones incorrectas	44
Figura 48 - Manual de identidad: Expresión textual de la marca	45
Figura 49 - Manual de identidad: Aplicaciones de la marca	45
Figura 50 - Manual de identidad: Papelería corporativa 1	46
Figura 51 - Manual de identidad: Papelería corporativa 2	46
Figura 52 - Manual de identidad: Elementos propios	47
Figura 53 - Manual de identidad: Merchandising 1	47
Figura 54 - Manual de identidad: Merchandising 2	48
Figura 55 - Wireframe Escritorio Index 1de2	50
Figura 56 - Wireframe Escritorio Index 2de2	51
Figura 57 - Wireframe Escritorio Libros	52
Figura 58 - Wireframe Escritorio Autores	53
Figura 59 - Wireframe Escritorio Noticias	54
Figura 60 - Wireframe Escritorio Distribución	55
Figura 61 - Wireframe Escritorio La editorial	56
Figura 62 - Wireframe Escritorio Videoteca	57
Figura 63 - Wireframe Escritorio Ficha Libro	58
Figura 64 - Wireframe Escritorio Ficha Autor	59
Figura 65 - Wireframe Escritorio Compra	60
Figura 66 - Wireframe Móvil Index	61
Figura 67 - Wireframe Móvil Libros	62
Figura 68 - Wireframe Móvil Autores	63
Figura 69 - Wireframe Móvil Autores	64
Figura 70- Wireframe Móvil Distribución	65
Figura 71 - Wireframe Móvil La editorial	66
Figura 72 - Wireframe Móvil Ficha Libro	67
Figura 73- Wireframe Móvil Videoteca	68
Figura 74 - Wireframe Móvil Ficha Autor	69
Figura 75 - Wireframe Móvil Compra	70
Figura 76 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Index 1de2	71
Figura 77 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Index 2de2	72
Figura 78 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Libros	73
Figura 79 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Autores	74
Figura 80 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Noticias	75
Figura 81- Prototipo Hi-Fi Escritorio Distribución	76
Figura 82 - Prototipo Hi-Fi Escritorio La editorial	77
Figura 83 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Videoteca	78
Figura 84 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Ficha Libro	79
Figura 85 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Ficha Autor	80
Figura 86 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Compra	81
Figura 87 - Prototipo Hi-Fi Móvil Index	82
Figura 88- Prototipo Hi-Fi Móvil Libros	83
Figura 89- Prototipo Hi-Fi Móvil Autores	84
Figura 90 - Prototipo Hi-Fi Móvil Noticias	85
Figura 91 - Prototipo Hi-Fi Móvil Distribución	86
Figura 92- Prototipo Hi-Fi Móvil La editorial	87

Figura 93- Prototipo Hi-Fi Móvil Videoteca	88
Figura 94- Prototipo Hi-Fi Móvil Ficha Libro	89
Figura 95 - Prototipo Hi-Fi Móvil Ficha Autor.....	90
Figura 96 - Prototipo Hi-Fi Móvil Ficha Compra	91
Figura 97 - Briefing: Portada.....	92
Figura 98 – Briefing: Índice	92
Figura 99 - Briefing: Historia	93
Figura 100 - Briefing: Motivos	93
Figura 101 - Briefing: Objetivo	94
Figura 102 - Briefing: Valores	94
Figura 103 - Briefing: Mensaje.....	95
Figura 104 - Briefing: Target.....	95
Figura 105 - Briefing: Competencia	96
Figura 106 - Briefing: Reason why	96
Figura 107 - Briefing: ¿Por qué un cambio?.....	97
Figura 108 - Briefing: ¿Cómo?	97
Figura 109 - Briefing: DAFO	98
Figura 110 - Logotipos: Portada	99
Figura 111 - Logotipos: Propuestas.....	99
Figura 112 - Logotipos: Propuestas 1de2.....	100
Figura 113 - Logotipos: Propuestas 2de2.....	100
Figura 114 - Logotipos: Primeros bocetos.....	101
Figura 115- Logotipos: Bocetos	101
Figura 116 - Mockups: Portada	102
Figura 117 - Mockups: Propuestas.....	102
Figura 118 - Mockups: Propuestas 1	103
Figura 119 - Mockups: Propuestas 2.....	103
Figura 120 - Mockups: Propuestas 3.....	104
Figura 121 - Mockups: Propuestas 4.....	104
Figura 122 - Mockups: Propuestas 5.....	105
Figura 123 - Mockups: Propuestas 6.....	105
Figura 124 - Mockups: Propuestas 7.....	106
Figura 125 - Mockups: Propuestas 8.....	106
Figura 126 - Mockups: Propuestas 9.....	107
Figura 127 - Mockups: Propuestas 10.....	107
Figura 128 - Mockups: Propuestas 11	108
Figura 129 - Mockups: Propuestas 12.....	108
Figura 130 - Mockups: Propuestas 13.....	109
Figura 131 - Mockups: Propuestas 14.....	109
Figura 132 - Diseño campaña navidad.....	114
Figura 133 - DAFO	114
Figura 134 - Diseño portada libro	115
Figura 135 - Diseño pack libros	115
Figura 136 - Normas mal uso	116
Figura 137 - Logo - Área seguridad.....	116
Figura 138 - Logos La Garúa.....	117
Figura 139 - Diseño puntos de libro.....	117
Figura 140 - Maqueta Manual Identidad InDesign.....	118

Figura 141 - Maqueta Propuestas Logos InDesign	119
Figura 142 - Retícula versión escritorio	119
Figura 143 - Retícula versión móvil	120
Figura 144 - Proyecto Presentación escrita-visual After Effects.....	120
Figura 145 - Timeline Proyecto Presentación escrita-visual After Effects.....	121
Figura 146 - Proyecto Defensa TFG - After Effects.....	121
Figura 147 - Diseño prototipo web Moqups.....	122

Índice de tablas:

Tabla 1 - Diagrama de Gantt	32
Tabla 2 - Presupuesto	111

1. Introducción

Llevo bastantes años trabajando en el mundo audiovisual, pero en los últimos años se ha despertado la necesidad de entrar en mas profundidad en el mundo del diseño; muy posiblemente desde que cursé las asignaturas de diseño gráfico, creatividad y estética, imagen y lenguaje visual,...

Todo eso unido a las muchas conversaciones que he tenido con la editorial en las que discutimos los problemas que están teniendo para captar clientes, me ha hecho pensar que puede ser una buena oportunidad para demostrar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de éstos últimos años.

El hecho de ser una editorial pequeña, con pocos colaboradores, con poco capital para hacer grandes inversiones a nivel de publicidad, hace que cada vez genere más pérdidas y se planteen la posibilidad de cerrar.

La gran mayoría de escritores luchan por hacerse un hueco y publicar su propio libro pero siempre llaman a las puertas de los grandes que son los que disponen de capital para poder publicitar los lanzamientos y hacer buenas promociones.

En los últimos 10 años han cambiado mucho las estrategias que las empresas están utilizando para darse a conocer y aumentar sus beneficios.

El volumen de lectores de poesía es un sector minoritario y por este motivo es importante llevar a cabo estrategias para atraer a este sector tan concreto.

¿Cómo?

- En primer lugar, lo que pretendo con la realización de este proyecto es dar un giro a la situación actual de la editorial creando junto con el cliente, una estrategia de negocio para posteriormente hacer readaptación de la imagen corporativa acorde al público al que va a ir destinado; que sea persistente en el tiempo y un rediseño de su web actual para tratar de adaptarla a la situación actual ante su competencia directa (análisis de competencia).
- En segundo lugar, trazar estrategias que ayuden a mejorar la comunicación tanto *online* como *offline*.
 - *Online*: Haciendo uso de las redes sociales (*Facebook, Instagram, Twitter, Youtube*), RSS, newsletters, banners publicitarios en sitios webs relacionados con el sector como son las bibliotecas y librerías.

- *Offline*: Impresión de catálogos, trípticos publicitarios, organizar eventos promocionales con lectura de autores para atraer clientes, firmas de libros.
- En tercer lugar, rediseñar el sitio web *responsive* a nivel de *guidelines* y *wireframes* para su desarrollo futuro.
- Una vez definido el cambio de la imagen corporativa aplicaré la nueva imagen de marca para el nuevo catálogo, *packaging*, materiales de papelería, cartelería y publicidad.

Para mí supone un reto personal el poder llevar un proyecto de inicio a fin en el que pondré en práctica los conocimientos adquiridos en las siguientes asignaturas:

- Administración y gestión de organizaciones
- Arquitectura de la información
- Composición Digital
- Creatividad y estética
- Diseño de interfaces multimedia
- Diseño Gráfico
- Fotografía digital
- Gestión de proyectos
- Imagen y lenguaje visual
- Metodología y desarrollo de proyectos en red
- Publicación, distribución y monetización
- Visualización de la información

2. Descripción

El proyecto **Rediseño de identidad visual y prototipo web para una editorial** consiste en:

1. Realizar un primer análisis de los valores de Marca de la editorial La Garúa poesía para actualizar, potenciar y rediseñar su imagen conforme a una estrategia de renovación de imagen.
2. Rediseño de la identidad visual de la editorial **La Garúa poesía (Manual de imagen corporativa)**
3. Rediseño del sitio web a nivel de *Guidelines* y *wireframes* para su desarrollo futuro. El rediseño tendrá en cuenta el carácter *responsive* para que se adapte a diferentes plataformas y pantallas.
4. Aplicación de la nueva imagen corporativa al diseño del catálogo de productos de la editorial

Se hará una reunión con el responsable de la editorial para concretar punto por punto las necesidades, poner en común las ideas y poder marcar unas pautas.

El proyecto se dividirá en las siguientes fases:

1ª FASE: Estudio y análisis de marca. Se hará un proceso de investigación en el que se estudiará y se compararán las diferentes marcas del sector con la que actualmente tiene la editorial, con la intención de crear una marca competitiva y que se pueda hacer un hueco dentro de su sector.

2ª FASE: Creación del Manual de Identidad Corporativa. Rediseño. Con las ideas claras, se empezará con el rediseño del logotipo, anagrama, elección de tipografías, uso del color, usos no correctos, estructura,...

3ª FASE: Diseño web (prototipos). Una vez completado el manual de identidad se procederá a hacer el rediseño del sitio web siguiendo los siguientes puntos:

- Diseño de la Arquitectura de la Información del sitio web
- Propuesta de *Wireframe*
- Prototipos de baja y alta fidelidad

4ª FASE: Diseño y maquetación. Ésta fase se podrá ir haciendo en paralelo junto a la fase 3. Consistirá en hacer uso de la nueva imagen de marca para los productos, a nivel de *packaging*, materiales de papelería, cartelería, publicidad,...

3. Objetivos

3.1 Principales

- Investigar en el desarrollo de soluciones innovadoras desde el campo del diseño gráfico y el desarrollo de marcas para renovar la imagen de una empresa real (editorial de poesía).
- Desarrollar un proyecto completo de rediseño de imagen corporativa de la empresa y que responda a la demanda del *Briefing* realizado y a la renovación de la marca.
- Aplicar la nueva imagen a elementos básicos de promoción de la empresa y sus productos como son la web y el catálogo de productos.

3.2 Secundarios

- Aplicar una metodología de trabajo profesional justificada académicamente
- Poner en práctica lo aprendido en los últimos años a nivel de diseño, creatividad, composición, visualización de la información, arquitectura de la información, diseño centrado en el usuario,...
- Explotar las herramientas que tengo al alcance para poder ejecutar el proyecto a nivel de software.

4. Marco teórico / Escenario

4.1 Antecedentes / Escenario

La Sociedad ha avanzado a pasos agigantados en todos los sentidos, y con ella, también han ido cambiando las tendencias a nivel de diseño. Tal y como podemos ver en [logolounge](#), web en la que nos muestran las tendencias a nivel de marca que han ido recopilando desde 2003 hasta la actualidad, este año 2018 la tipología de logos que están destacando son: Logos con bordes redondeados, los que hacen uso del paralelogramo, logos con contorno, logos neo *vintage*, logos con detalles pero carentes de color, logos que hacer uso de tipografía *serif*,...



Figura 1 - Logos redondeados



Figura 2 - Logos paralelogramos



Figura 3 - Logos con contorno



Figura 4 - Logos neo vintage



Figura 5 - Logos B/N



Figura 6 - Logos serif

Todos y cada una de estas categorías tiene un porque y hay un estudio detrás de cada uso. Por ejemplo: el uso del paralelogramo en un logo en el que el movimiento es de arriba hacia la derecha, quiere dar un mensaje de ir hacia adelante y mirar hacia el futuro.

Si hacemos un estudio a nivel global y vemos las tendencias a lo largo de estos últimos años, podemos apreciar que, en ocasiones, las modas o tendencias van y vienen. Lo que en su día dejó de ser tendencias, pasado unos años vuelve a estar de moda.

Como el ejemplo de los logos que hacen uso de las tipografías *serif*, que después de emplearse para la serie *Stranger Things*, ha vuelto a activar el uso de este tipo de letra para logos actuales.

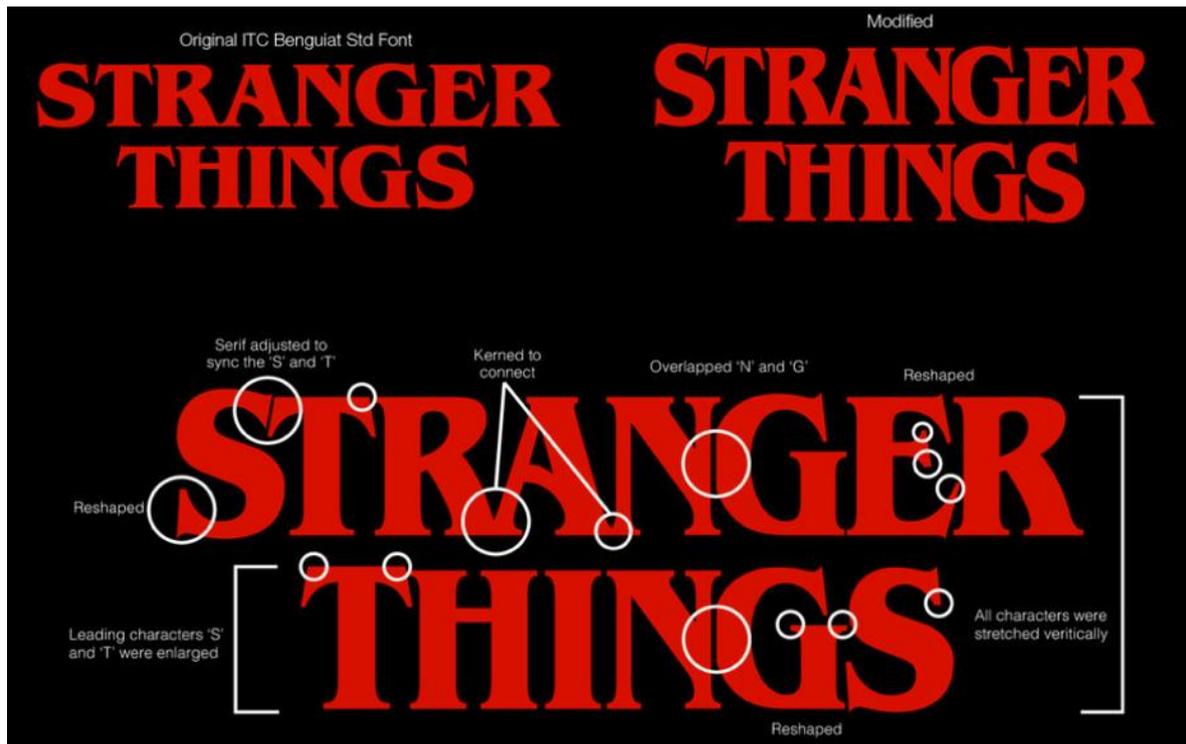


Figura 7 - Logo Stranger Things

Las marcas han ido evolucionando, se han ido adaptando a las tendencias del momento y como se puede ver en las siguientes imágenes, las grandes marcas han aplicado en muchos casos el minimalismo, el menos es más; dando sencillez, eliminando elementos innecesarios y dejando únicamente lo esencial, sin ornamentos ni florituras; haciendo uso de tipografías limpias, claridad visual; uso del colores planos, sin degradados,... Son imágenes simples y creativas, fáciles de recordar. Además, gracias a las técnicas de *marketing* que se emplean actualmente, obtienen mejores resultados de cara a captar nuestra atención haciendo uso de diferentes técnicas, como puede ser el *storytelling*, que hace uso de imágenes, mensajes capaces de cautivarnos de manera rápida creando cierta empatía con la marca y una conexión directa con la marca.

Apple



Figura 8 - Evolución logo Apple

Coca-Cola



Figura 9 - Evolución logo Coca-Cola

Dunkin Donuts



Figura 10 – Evolución logo Dunkin Donuts

Google

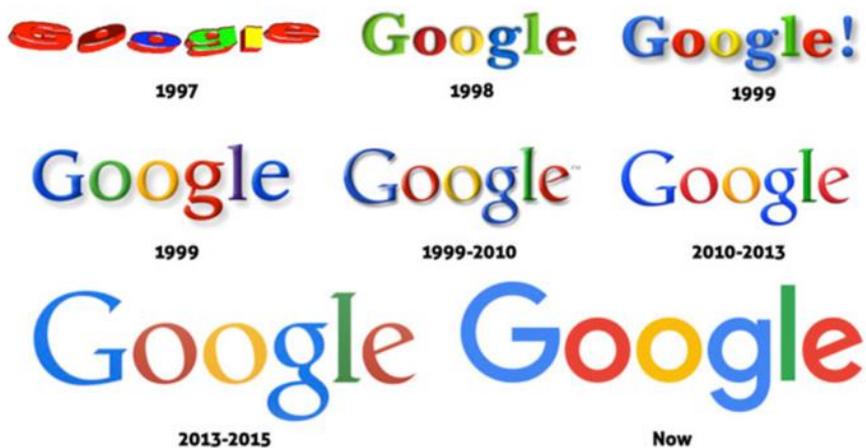


Figura 11 - Evolución logo Google

McDonalds

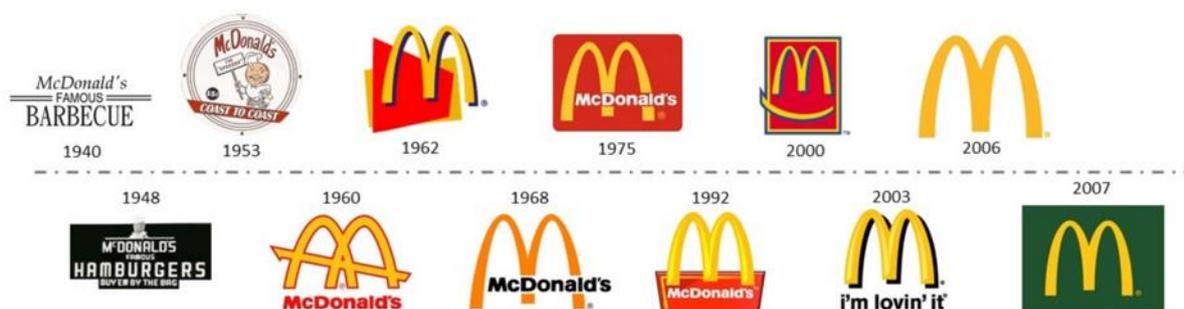


Figura 12 - Evolución logo McDonalds

Pepsi



Figura 13 - Evolución logo Pepsi

4.2 Evolución de la identidad gráfica de la editorial “La Garúa poesía”

A continuación podemos ver la evolución de la marca La Garúa desde 2004, fecha de su lanzamiento, hasta la actualidad.

Como vemos, a lo largo de los años, se han ido incorporando cambios pero sin mantener una coherencia a nivel de diseño ni creando una identidad propia. Ha habido una evolución evidente desde sus inicios hasta el día de hoy a nivel de diseño, creatividad, composición,... pero hace falta un análisis y estudio de la marca para ver qué puntos se pueden mejorar, además de crear un manual de identidad corporativa que ayude al cliente a atraer a posibles clientes y entrar así en el mercado de las editoriales con un peso importante.

1ª Fase – 2004



Figura 14 - Logo La Garúa 2004



Figura 17 - Logo negativo



Figura 15 - L'esguard edicions



Figura 18 - La Garúa compo 2004



Figura 16 - Página de catálogo

2ª Fase – 2008



Figura 19 - Logo La Garúa 2008

LAGARÚA boletín novedades 2009

Fue acabado en diamante lo que más sorprende al lector es la mirada del poeta, el lugar donde se coloca el ojo poético para escribir sus pensamientos o sus emociones. En el caso de Moreno, este lugar está situado por la espina, por la temeridad o por el pánico, el resultado es una intervención electrónica en la mirada (se entenderá mejor lo que digo al leer el poema que empieza: «Todo comenzó con una dispostiva»), que dota de alta resolución a la imagen resultante. Porque Moreno es un técnico práctico de la imagen contemporánea.

VICENTE LUIS MORA

Nos sorprende la fuerza imaginativa de la poesía de Juan José Rodríguez. Gracias a su fuerza sugestiva, los poemas se rodean de ecos musicales, de coloraciones y conversaciones luminosas, desde ellos se elevan la fon o el ave, la onda musical o la pronunciada, en conmemoración del gesto del músico o del pintor a quien rinden homenaje. El invicible al que apela el poeta no es sino el necesario silencio en que resuena el poema, el espacio enmarcado para su manifestación, el momento de concentración estética en que se pronuncia la conflagración del mundo y del instante. Viaje a la mansedumbre es un viaje a la sencillez desde la que emergen las cosas en su sencillez y simplicidad. «Lo sagrado —nos dice el poeta— es ligero y es simple».

IVÁN CARVAJAL

A caballo entre una oralidad expansiva que roza el relato con abundantes nexos de enlace y desconexión, y el desparpajo de un léxico que arroja así y acá visiones multiformes. Ruiz Llofí entrega una alegoría, «Ja de un tiempo de afeitas, acendrada, vulgancia, castigo? Alguner me ve flotar en un sueño, trata la crónica de un estado de pérdida a velocidad del video-cine, enfocando con una pluma lenta la continua transformación de lo orgánico, aquello que es succionado por la nada. Lo espectral y fantasmagórico coagula en los ventres de la noche requiriendo un relieve onírico: un mundo de «alguienes» va cercando al personaje, «hondría», intermitente comer de sus despojos, rociar su soledad con ácidos y metales fundidos. El desamparo encerrado en un aire de pesadilla, exige sus vicinidades Kafka, Puzosin, Burlier. Sueños de bordes oxidados y hormigueros de lava, constituyen la escenografía de este libro, donde la sociedad se desajuga en imágenes inquietantes, perturbadoras.

JORGE BOCCANERA

Novedades enero 2009

Figura 20 - Maqueta boletín 2009

LAGARÚA boletín novedades 2010

Pablo López Carballo (Cacabelos, León, 1963) es licenciado en Filología Hispánica por la Universidad de Salamanca y la Universitá degli Studi di Siena y en Teoría de la Literatura y Literatura Comparada por la Universidad de Granada. Sobre unas rimas encontradas es su primer libro. También ha publicado los cuadernos *Vandante* (Sevilla, 2004) y *Calore de mano* (Premio Letras Jóvenes Castilla y León, 2008). Es codirector del espacio de crítica *Alterpost*, además de colaborar en diversos medios.

Sobre unas rimas encontradas, Pablo López Carballo, 32 años, 72 páginas, 8 euros.

IV Premio Internacional de Poesía Joven La Garúa

Que el ojo es verbal, sabe que «pensarse a uno mismo de lenguaje flechado no es igual a vestirse en el espejo», es atención, mutación. La indescifrable luz que atraviesa *Sobre unas rimas encontradas* de Pablo López Carballo (Cacabelos, León, 1963) se articula en tres momentos: «Pretado del ojo» (gesto de avientre que es apuerta por el vuelo), «Lo glacial» (temperalización, resaca) y «Conientes» (reafirmación tanto de la fragilidad como de la inmutabilidad del impulso rítmico) — y oscila entre la desnudez mucosa y la toma de distancia de quien siente el poema como acto de reconocimiento. Acústica escritura, duda de centros, indagación en la grieta de lo mutable, herida que ahora (y aquí) y contra toda ruidosa, amunada simbología) sangra su poesía accidental.

MARCOS CANTELI

Novedades marzo 2010

Figura 21 - Maqueta boletín 2010

LA GARÚA poesía novedades 2015

HUELLAS (Poesía 1990-2012) Juan Mayordúa
 Colección La Garúa, 52
 ISBN 978-84-943171-1-8
 340 págs. | marzo de 2015
 PVP 12 €

LA IMAGEN Y SU SEMEJANZA Javier Moreno
 Colección La Garúa, 53
 ISBN 978-84-943171-2-9
 238 págs. | abril de 2015
 PVP 12 €

HORAS HERMOSAS PARA TERNERLAS DE BODIO Rapsodia Callejón
 Colección La Garúa, 54
 ISBN 978-84-943171-3-2
 72 págs. | abril de 2015
 PVP 8 €

ENVÍOS Y/O DEVOLUCIONES EN 24 H.

40% DESCUENTO

EN DEPÓSITO 3-6 meses

LAS CANCIONES DE LOS DUEÑOS Lupa Martínez
 Colección La Garúa, 55
 ISBN 978-84-943171-4-9
 104 págs. | abril de 2015
 PVP 9 €

NIDO BLANCO DE BIELOS Ido Di Janni
 Colección La Garúa, 56
 Traducción de Carlos Vialé
 ISBN 978-84-943171-5-6
 84 págs. | abril de 2015
 PVP 10 €

La Garúa Libros - Masón Camil Rosell, 26 - 08211 Santa Coloma de Gramenet - Tel. 639461900 - lagrupoesia@gmail.com

Figura 22 - Maqueta boletín 2015

3ª Fase – 2017



Figura 23 - Logo La Garúa 2017



Figura 24 - Logo La Garúa 2017



Figura 25 - Publicidad La Garúa 2017



Figura 26 - Ficha de libro 2018



Figura 27 - Novedades 2018

4.3 Análisis de competencia. Casos de buenas prácticas

Poesía eres tú es una editorial de poesía de Madrid. Hace uso de un diseño simple y minimalista; trabaja con una gama de colores cálidos que contrastan con el blanco y negro de los textos. Mantiene una coherencia en todos los contenidos: logotipo, web, cartelería, vídeos,...y además tienen una misión clara.

De todas las editoriales relacionadas con la literatura poética, es la que está enfocada a un público más joven, con un diseño más moderno y más acorde a las tendencias actuales.

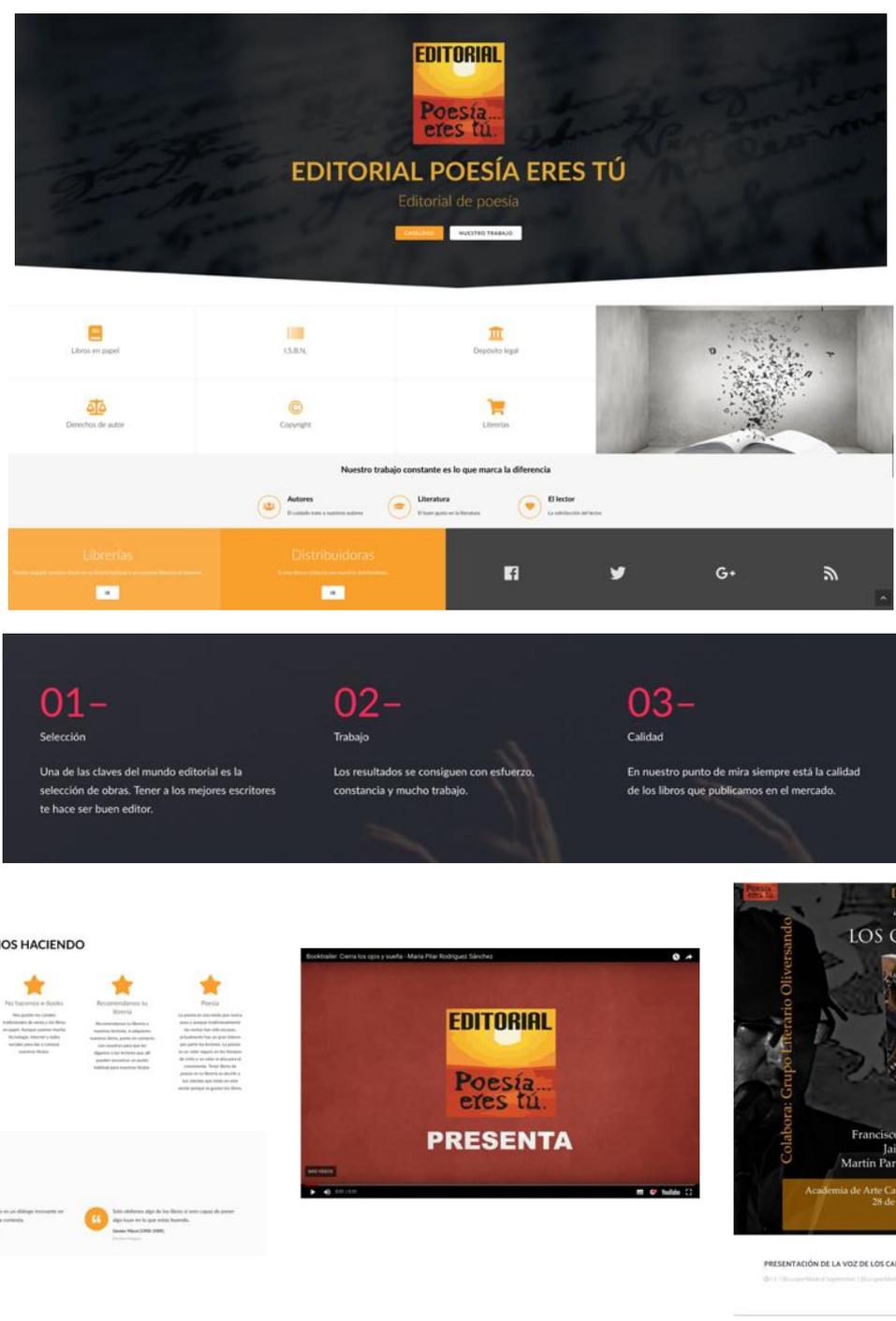


Figura 28 - Sitio web: Poesía eres tu

Arspoética está situada en Oviedo. Trabaja con una línea bastante simple, con una imagen más seria, enfocada a un público más adulto y haciendo uso de tipografía *sans serif* (excepto en el texto del logotipo). Hace uso de tonos blancos, negros y amarillos manteniendo la coherencia en toda su línea de publicaciones: web, redes sociales, publicidad, vídeos,...



Siempre la vida, Enrique Gracia Trinidad



VER LIBRO

FECHA: 19-10-2018 HORA: 19:31 LUGAR: Librería Sin Tarima C/ Magdalena 32 - 28012 Madrid Madrid

PRESENTACIÓN
SIN TARIMA | MADRID | 19 OCTUBRE 2018
19.31 h.

Interviene la autora, JOSEFINA AGUILAR,
acompañada de ILA GALÁN, director editorial.

sin tarima
libros

c/ Magalena, 32 - 28012 Madrid

Descarga:
Descargar nota de prensa

LICENCIA POÉTICA N.º 3
Poesía en el exterminio
VÍAS
REVISTA TRIMESTRAL DE ENSAYO POÉTICO

En este número:
POESÍA EN EL EXTERMINIO
«Asustado, no hace mucho, no muy lejos»

Colección LICENCIA POÉTICA
Materia Licencia poética
Idioma Castellano
Referencia 9789780000007
Deposito legal 01/10/2018-2017
Páginas 118
Ancho 86 mm
Alto 23 mm
Edición 1.
Fecha publicación: 19 OCT 2018

Comprar en Amazon Casa del Libro Rakuten Todos tus libros

Resenas:
Una revista literaria digna que, confiamos, encontrará al lector que huye de la actualidad poética para refugiarse en el transcurso...
Una vez leído el editorial encontramos dos poemas de Shmuel Bevilacqua que dejan huella en el lector...
—CARLOS ALCORTA - LITERATURA Y ARTE
—MUNDIARIO

ARS POETICA
43 suscriptores

Inicio Vídeos Listas de reproducción Canales Comentarios Más información

Videos subidos REPRODUCCIÓN TODO

Presentación de la palabra, Anja Zuber
ARS POETICA | EDITORIAL DE POESÍA
Ofrenda, José Manuel Camacho Márquez
La sombra del agua, Jesse Aguirre
Pública sentimental, Andrés Ortiz-Osés
Das habe ich mit so Gedicht, Annel Franck

ARS POETICA Boutique de poesía

Inicio Libros Revista Boutique Autores Vídeos Noticias Eventos Distribuidores Contacto

Clara Jasés,
un encuentro entre la poesía y las matemáticas.
El recuerdo de una tradición por la que los números eran mucho más que meros números en un brillante trabajo antológico de Félix K. E. Schmecher

NOVEDADES EDITORIALES

Presentación de la palabra, Anja Zuber
Lapiceros, Ila Galán
Pública sentimental, Andrés Ortiz-Osés
El silencio de las manos, Lida Hirsch Faust
Agníngua Gani, Josefina Aguilar

Eventos

UNIVERSIDAD DE OVIEDO - OVIEDO
Presentación de POÉTICA SENTIMENTAL y de LA RAZÓN DEL AMOR de Andrés Ortiz-Osés

LIBRERÍA SIN TARIMA - MADRID
Presentación AGNÍNGUA GANI en Madrid

BIBLIOTECA BETRO ELENA FORJAN - MADRID
TERTULIA ARCO POÉTICO - Homenaje al profesor y escritor José López Rueda

LIBRERÍA SIN TARIMA - MADRID
Presentación ANIMALARIO SECRETO O EL LIBRO ROJO DE LOS VIAJES en Madrid

LIBRERÍA SIN TARIMA - MADRID
Presentación AQUÍ SE DETENEN de Miguel Sánchez-Ostiz

LIBRERÍA SIN TARIMA - MADRID
Presentación del libro JAIMA de Alberto Wagner Moll en Madrid

LIBRERÍA BERRIBANA - A CORUÑA
Presentación LOS NIÑOS AMARGO CARAMELO en A Coruña

MOD COMPANY BAR - HUELVA
Presentación OFRENDA de José Manuel Camacho en Huelva

BIBLIOTECA DE ARALÓN - ZARAGOZA
Presentación POÉTICA SENTIMENTAL y LA RAZÓN DEL AMOR de Andrés Ortiz-Osés

Una nueva forma de tratar la poesía

ARS POETICA

Inicio Noticias y novedades Multimedia ¿Nuevo en Twitter?

ARS POETICA

Inicio Noticias y novedades Multimedia ¿Nuevo en Twitter?

Figura 29 - Sitio web: Arspoética

Chamán ediciones es una editorial dedicada a la literatura y especializada en poesía. Al igual que Arspoética, trabaja con una línea simple y con una imagen seria, combinando tipografías *sans serif* y *serif*. Hace uso de tonos blancos, negros y pasteles que nos transmiten serenidad. También mantiene la coherencia en toda su línea de publicaciones: web, catálogo, redes sociales y publicidad.

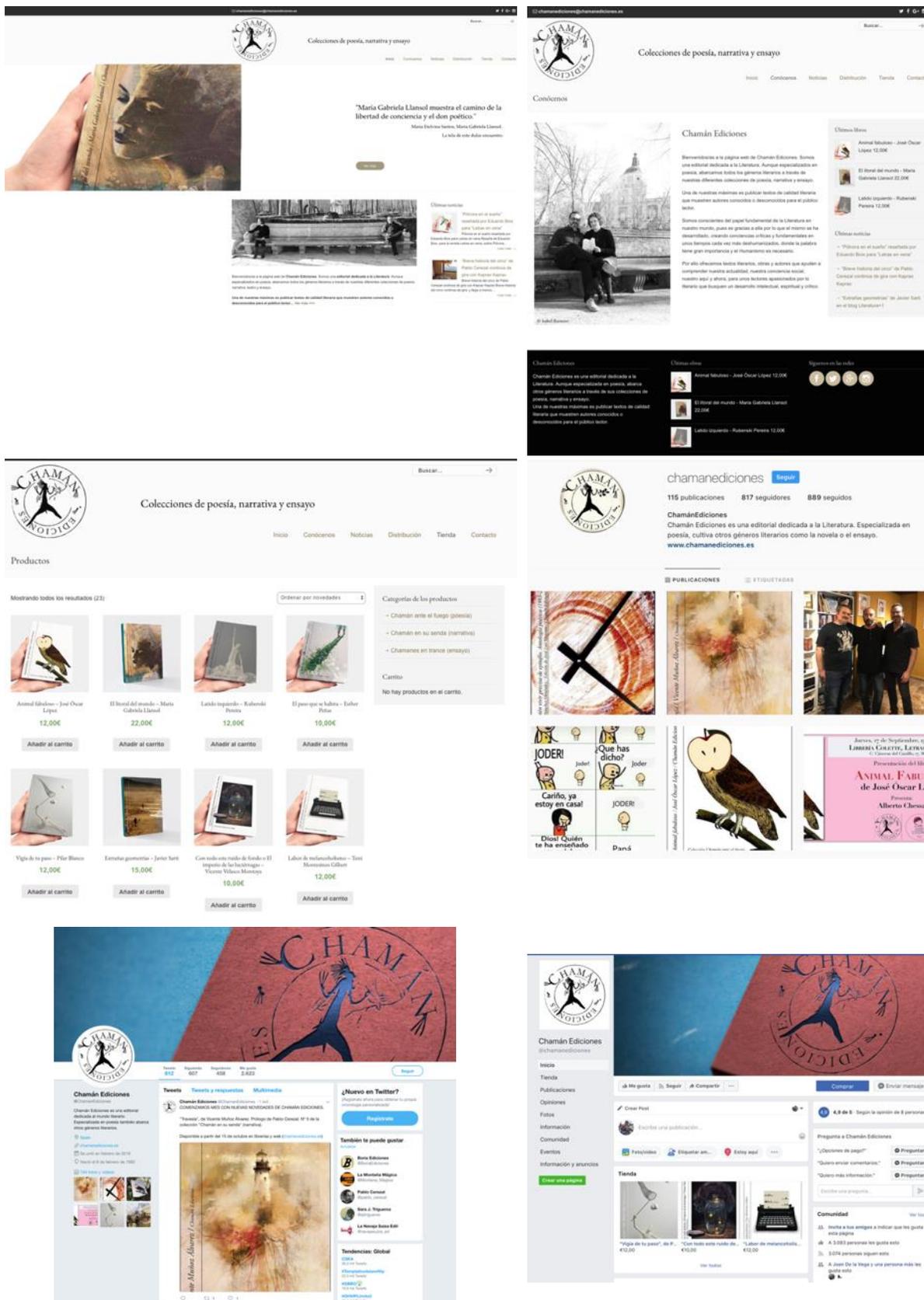


Figura 30 - Sitio web: Chamán ediciones

5. CONTENIDOS

5.1 *Briefing*

Antes de empezar con el rediseño de la marca necesitamos saber información acerca del cliente para poder darle un enfoque adecuado. Es una fase de las más importantes para poder hacer un buen rediseño de la imagen corporativa y será clave para el buen desarrollo del proyecto.

Para ello se seguirá la siguiente guía:

1. La marca – Historia y origen de la marca
2. Motivos
3. Objetivo
4. Valores
5. Mensaje
6. *Target* o público objetivo
7. Competencia
8. *Reason Why* - ¿Por qué el cliente debería elegir esta marca y no otra?
9. ¿Por qué un cambio?
10. ¿Cómo?
11. Análisis DAFO (Debilidades – Amenazas – Fortalezas – Oportunidades)

Dicho documento será breve, conciso y muy claro; estableciendo unos objetivos claros para evitar posibles malentendidos con el cliente.

5.2 Manual de identidad corporativa

Una vez finalizado el *briefing* inicial, procederemos a empezar con el desarrollo del manual de identidad corporativa. La marca ya dispone de un nombre comercial que se mantendrá durante todo el proceso.

En el manual de identidad incluirá:

- Logo corporativo
- Construcción de la marca
- Declinaciones de la marca
- Colores corporativos
- Tipografías corporativas y secundarias
- Áreas de seguridad
- Versiones de la marca
- Aplicaciones sobre fondos
- Usos incorrectos
- Expresión textual de la marca
- Aplicaciones de la marca (papelería corporativa, catálogos, tarjetas de visita, *merchandising*, presentaciones,...)

5.3 Rediseño de página web corporativa (prototipos)

El siguiente paso será el rediseño de la web corporativa de la editorial (*responsive*). En este proyecto únicamente se realizará el estudio y los prototipos para que en un futuro próximo se pueda llevar a cabo la ejecución a nivel de desarrollo.

Este proceso constará de las siguientes fases:

- Análisis: se procederá a analizar el sitio web actual y a estudiar los sitios webs de la competencia.
- Propuesta de *wireframe* a nivel de información, navegación e interfaz
- Prototipo de baja fidelidad basándonos en la fase anterior
- Prototipo de alta fidelidad

6. Metodología

Para la realización de este proyecto se seguirán los siguientes pasos:

- En primer lugar se programarán varias reuniones con el cliente para definir el encargo y poder arrancar el proyecto con la mayor información posible.
- En las distintas reuniones se establecerán los motivos por los que el cliente quiere un rediseño de su marca, qué se pretende conseguir con este nuevo cambio de imagen, a qué *target* pretende atraer,...
- Una vez definidos estos puntos, se procederá a recopilar toda la información del cliente a nivel de históricos, evolución de la imagen desde sus inicios y analizar de que manera se podría dar un aire mas actual y que perdure en el tiempo (siempre respetando los orígenes de la marca).

La recopilación de toda esta información nos servirá para poder establecer unas bases de inicio y comenzar a segmentar en bloques las diferentes fases del proyecto:

6.1 Estudio y análisis

Como se ha comentado en el anterior punto, se estudiará y se analizará junto con el cliente los diferentes puntos le llevan a necesitar un rediseño de marca.

La definición del *briefing* será de gran ayuda para poder avanzar a lo largo del proyecto

6.2 Documentación

Se realizará un proceso de investigación a nivel de diseño de los últimos 15 años, analizando la evolución de las tendencias, de cara a la realización del rediseño del logotipo.

Además de la investigación a nivel de evolución de tendencias, también se procederá a investigar las marcas de la competencia directa del mundo de las editoriales poéticas pero extendiéndola a las editoriales de ámbito global.

6.3 Conceptualización

Con las dos fases anteriores finalizadas y con toda la información obtenida, se comenzará a hacer los primeros bocetos, a hacer las primeras propuestas de logotipo, selección de las tipografías a utilizar, selección de colores,...; para posteriormente mostrarlas al cliente, conocer su opinión al respecto antes de seguir adelante con la siguiente fase de desarrollo.

6.4 Desarrollo

Una vez obtenido el visto bueno del cliente, se procederá con la definición y ejecución del manual de identidad corporativa para posteriormente comenzar con el prototipado del sitio web. Esta fase de prototipado se dividirá en en:

- Creación de *wireframes*
- Prototipos de baja fidelidad
- Prototipos de alta fidelidad

7. Plataforma de desarrollo

Para el proyecto se utilizarán los siguientes recursos a nivel de hardware y software:

Hardware

- iMac (Retina 4K, 21.5 pulgadas)
- Procesador 3,1GHz Intel Core i5
- Memoria 8GN 1867MHz DDR3
- Gráficos Intel Iris Pro Graphics 6200 1536MB
- Sony A7 III
- Sony 24-70mm
- VideoMicro RODE

Software

- macOS Mojave – 10.14
- Microsoft Office 2016
- Adobe Photoshop CC 2018
- Adobe InDesign CC 2018
- Adobe Illustrator CC 2018
- Adobe After Effects CC 2018
- Adobe Premiere CC 2018.
- Aplicación *Online* [Mogups](#)
- Aplicación *Online* [Teamgantt](#)

8. Planificación

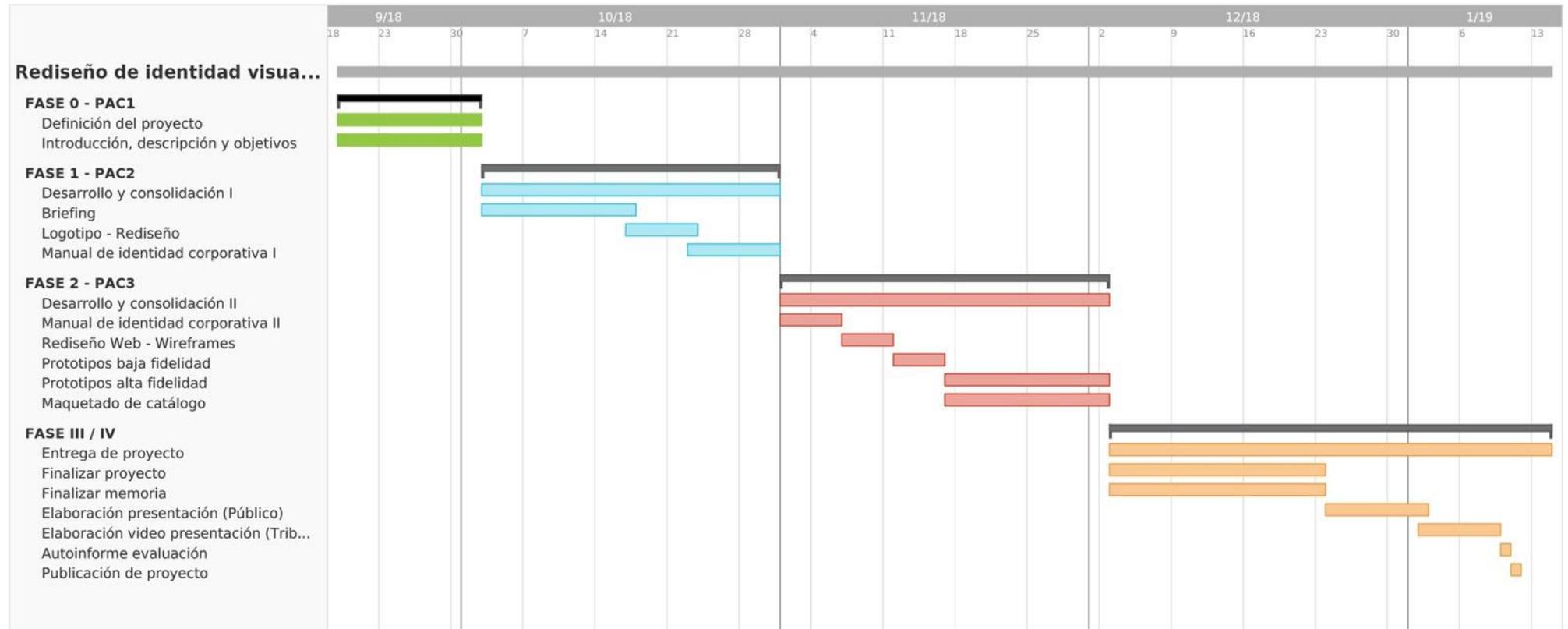


Tabla 1 - Diagrama de Gant

9. Proceso de trabajo/desarrollo

El proceso de trabajo está dividido en cuatro etapas. Cada una de estas etapas corresponde a las diferentes entregas que se irán realizando entre los meses de octubre de 2018 hasta enero de 2019, fecha en la que se dará por concluído el proyecto final de grado.

A continuación se definirán las cuatro entregas:

- **PAC 1 – Definición formal del proyecto**

Esta primera entrega tiene como finalidad principal la definición formal del proyecto y la pauta del trabajo a seguir. Aquí se trabaja conjuntamente con el consultor para y se especifica el planteamiento inicial del proyecto; haciendo una descripción del mismo, estableciendo unos objetivos, empezando a hacer una planificación de todos los puntos a tratar y empezar a redactar la memoria del proyecto.

- **PAC 2 – Desarrollo y consolidación I**

En esta segunda entrega se arranca con el proceso de trabajo del proyecto siguiendo con la planificación, se revisan y/o corrigen los cambios sugeridos por el consultor, se continúa con las reuniones con el cliente para dar forma al *briefing* y se empieza con el rediseño del logotipo, el estudio de las tipografías a utilizar y la elección de los colores.

Una vez aprobado por el cliente se da comienzo al diseño del manual de identidad corporativa y seguirá con la redacción de la memoria del proyecto (contenidos, metodología, plataforma de desarrollo, planificación, proceso de trabajo).

- **PAC 3 – Desarrollo y consolidación II**

Siguiendo con la tercera fase, se revisarán las sugerencias y correcciones del consultor de la entrega de la PAC 2; se finalizará el diseño del manual de identidad corporativa y, una vez terminado, siguiendo los patrones que se hayan establecido, se empezarán a crear los *wireframes* del sitio web, los prototipos de baja y alta fidelidad.

Al mismo tiempo se seguirá con la redacción de la memoria del proyecto.

- **PAC 4 – Entrega final**

En la última fase del proyecto, se procederá a hacer las últimas correcciones propuestas por el consultor y se empezará a elaborar la presentación del proyecto para el público general, la realización de la presentación de defensa en vídeo para el tribunal de evaluación, la redacción del informe de autoevaluación y, por último, la subida del proyecto al repositorio institucional O2.

10. Toma de decisiones

Después de varias reuniones con el cliente, hacer varias propuestas y diferentes bocetos, se propusieron varias ideas para la creación del logotipo.

La primera idea de la creación del logo era la de intentar fusionar la palabra garúa, que es un tipo de lluvia muy fina, con la escritura. En una de las muestras se puede ver como la letra G simula estar creada con una gota y una coma pero visualmente no acababa de convencer.

Viendo que no acababa de funcionar se intentó integrar el nombre La Garúa poesía con algo que la gente asociara rápido con la escritura y la lectura, de ahí salieron los logos con la pluma y las páginas del libro. Es cierto que posiblemente no sea un logotipo muy original pero era algo que visualmente me parecía que podía ser acorde con la marca.

El logotipo con la imagen que tiene actualmente del camaleón, aunque visualmente sea llamativo, no se asocia con una editorial y tampoco tiene ningún nexo de unión que se identifique con la marca.

En cuanto a los colores, en un principio no quise mantener los colores negro y rojo por lo que transmiten. El color rojo nos puede dar un mensaje de energía, peligro, estimula el apetito, aunque también implica pasión que es algo que nos podría servir para la marca; en cuanto al color negro, implica poder, sofisticación, muerte,... algo que no va con la marca La Garúa.

Por este motivo había jugado con los tonos azules que nos transmite seriedad, profesionalidad, integridad, sinceridad, calma y se relaciona con el éxito.

La elección de la tipografía me ha resultado muy complicado a la hora de elegirla, ya que quería darle una imagen mas moderna y el uso de la tipografía con *serif* me parece algo más seria, anticuada y costaba mas integrarla en el logo. Es por esto que me decanté por la tipografía *sans serif* que la encuentro una tipografía mas moderna y mas llamativa a la hora de captar la atención. *Bebas* es una tipografía dura, de fuerte impacto y por ese motivo la escogí.

Llegados a este punto, se presentó la propuesta pero habían dudas respecto a los colores y a la tipografía empleada. El cliente quería mantener el color rojo, la tipografía **Bebas** era muy dura y no acababa de encajar con la marca, así que continué trabajando para poder presentar al cliente algo que encajara mejor.

Finalmente, opté por utilizar una fuente de tipo decorativo como es **Cinzel** que, *a priori*, nos puede recordar a fuentes de tipo románico pero cuyos trazos han sido modernizados y nos da una imagen seria y elegante.

Como complemento de la tipografía para la marca y aplicando un color de tonalidad rojiza, quise utilizar a modo de símbolo, algo que nos indicara que la marca está relacionada el mundo del libro, de ahí el símbolo de las tres páginas.

Una vez concluido el diseño, se le presentó al cliente y quedó contento con la evolución del cambio.



Figura 31 - Propuestas de logos

El siguiente paso fue el pensar en una estrategia que pudiera hacer revivir la editorial y que pudiera hacer diferenciarse de la competencia. Después de investigar y analizar diferentes empresas del sector, me hizo pensar que el replantear La Garúa como empresa sostenible podía dar un buen resultado. Haciendo uso de papel reciclado, impresión con tintas vegetales,... De esta manera, podíamos usarlo de gancho para atraer a mucha gente que hoy en día está concienciada con el cuidado del medio ambiente.

Hoy en día, hay muchas empresas que trabajan con papeles de muy buena calidad, libres de cloro o reciclados; para la impresión se sustituyen las tintas basadas en derivados del petróleo, por tintas con base de aceite vegetal.

Se hará uso de materiales de primera calidad pero teniendo en cuenta el medio ambiente: uso de papel verjurado para la impresión de libros, que dará calidad y un toque elegante; usos de papel *kraft* para preparación de envíos y para las bolsas; y diseño de cajas de cartón reciclado para los packs.

Con este cambio de estrategia y sumando la calidad de sus textos, La Garúa editorial tendrá un impacto positivo de cara al mercado y podrá atraer a mas público.

Al cambio de logotipo y al replanteamiento de estrategia, le añadimos un cambio de diseño a la hora de imprimir las portadas de libros.

Teniendo como referencia a los diseñadores de portadas: *Barbara de Wilde* y *Coralie Bickford-Smith*, pensé que La Garúa podría seguir un estilo elegante a la hora de crear las portadas de sus libros, haciendo uso de patrones, figuras ornamentales y haciendo uso de los principios de semejanza y continuidad.

Como se puede ver en los *mockups* presentados, la línea para las portadas se hace extensible también a los packs de libros y los puntos de libro.



Figura 32 - Diseño puntos de libro



Figura 33 - Mockups rediseño La Garúa

11. Manual de identidad corporativa



Figura 34 – Manual de Identidad: Portada

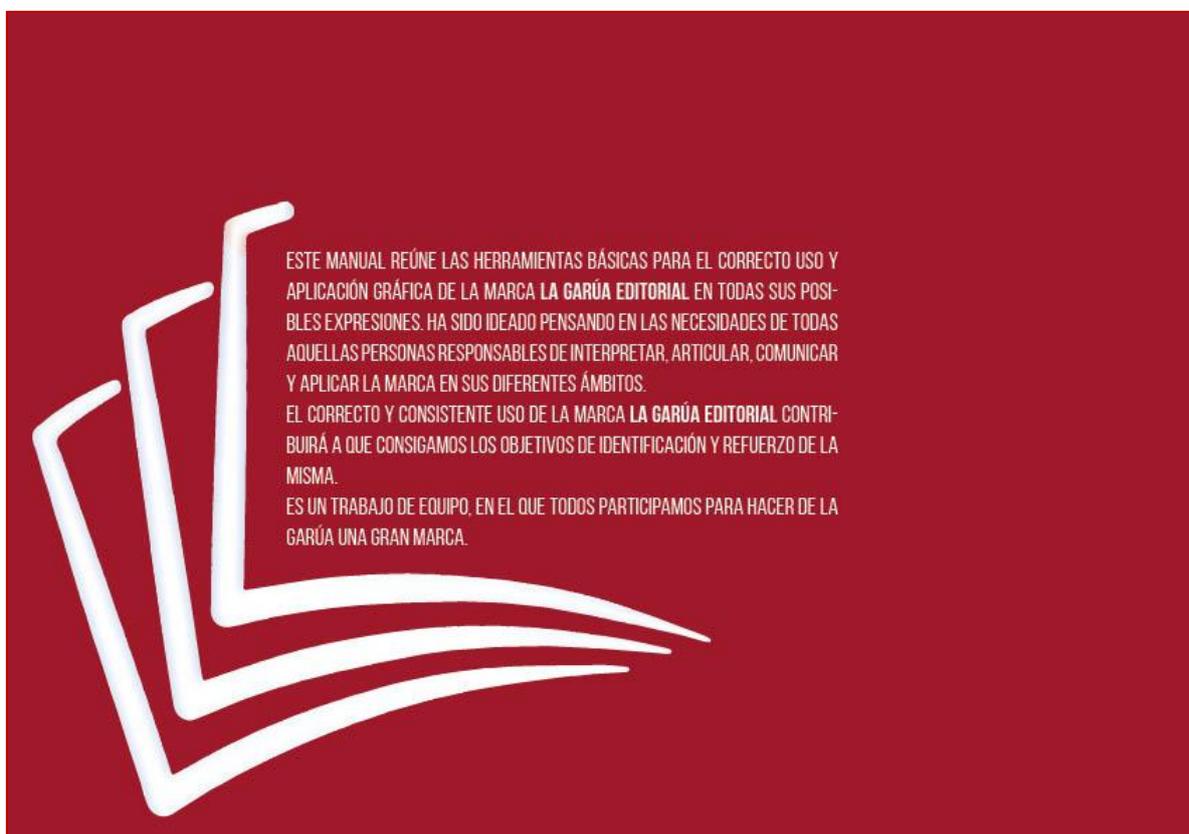


Figura 35 – Manual de Identidad: Información

A	B	C
SIMBOLOGÍA BÁSICA	NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA	APLICACIONES DE LA MARCA
A.01 LOGOTIPO CORPORATIVO A.02 CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA A.03 ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD A.04 COLORES CORPORATIVOS A.06 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA A.06 TIPOGRAFÍA SECUNDARIA	B.01 VERSIONES CORRECTAS B.02 APLICACIONES CORRECTAS B.03 APLICACIONES INCORRECTAS B.04 EXPRESIÓN TEXTUAL DE LA MARCA	C.01 PAPELERIA CORPORATIVA C.02 PAPELERÍA CORPORATIVA C.03 ELEMENTOS PROPIOS C.04 MERCHANDISING C.05 MERCHANDISING

Figura 36 – Manual de Identidad: Índice

A.

SIMBOLOGÍA BÁSICA

PARA EVITAR RESULTADOS NO DESEADOS EN LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA MARCA LA GARÚA EDITORIAL SE TIENEN QUE SEGUIR UNA SERIE DE NORMAS GENÉRICAS.

LA MARCA LA GARÚA EDITORIAL ESTÁ CONSTRUIDA A BASE DE UN SÍMBOLO, UN LOGOTIPO Y COLORES CORPORATIVOS QUE SE DEBERÁN RESPETAR POR SU USO CORRECTO.

Figura 37 – Manual de Identidad: Simbología básica



Figura 38 - Manual de identidad: Logotipo corporativo



Figura 39 - Manual de identidad: Construcción de la marca

A. 03

ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD

PARA ASEGURAR LA ÓPTIMA APLICACIÓN Y PERCEPCIÓN DEL LOGO SÍMBOLO EN TODOS LOS SOPORTES Y FORMATOS, SE HA DETERMINADO UN ÁREA DE SEGURIDAD QUE ESTABLECE UNA DISTANCIA MÍNIMA RESPECTO A LOS TEXTOS Y ELEMENTOS GRÁFICOS EQUIVALENTE A LA DISTANCIA DE INTERLINEADO ENTRE LOGO Y BASELINE X2.

EL TAMAÑO MÍNIMO AL QUE EL LOGOTIPO PUEDE SER REPRODUCIDO ES A 14 MM DE ANCHO.

ÁREA DE SEGURIDAD



REDUCTIBILIDAD

EL TAMAÑO MÍNIMO AL QUE EL LOGOTIPO PUEDE SER REPRODUCIDO ES A 14 MM DE ANCHO.



Figura 40 - Manual de identidad: Área de seguridad y reductibilidad

A. 04

COLORES CORPORATIVOS

LA MARCA ESTÁ COMPUESTA POR 1 TONOS DE ROJO DISTINTOS QUE SE TENDRÁN QUE REPRODUCIR TAL Y COMO SE MUESTRA EN ESTE MANUAL.

EL DEGRADADO DE TIPO LINEAL DEL SÍMBOLO CONTIENE LOS 2 TONOS DE ROJO QUE SE EMPLEAN PARA EL LOGOTIPO Y LA BASELINE.

EN CASO DE NO PODER HACER USO DE COLORES PANTONE EN IMPRESIÓN SE REALIZARÁ POR CUATRICOMÍA.

	PANTONE 187 C CMYK 24, 100, 79, 22 RGB 161, 24, 42 HEX A1182A
	PANTONE 710 C CMYK 8, 78, 60, 1 RGB 220, 85, 85 HEX DC5555
	DEGRADADO LINEAL 187 C -> 490 C ÁNGULO -70º

Figura 41 - Manual de identidad: Colores corporativos

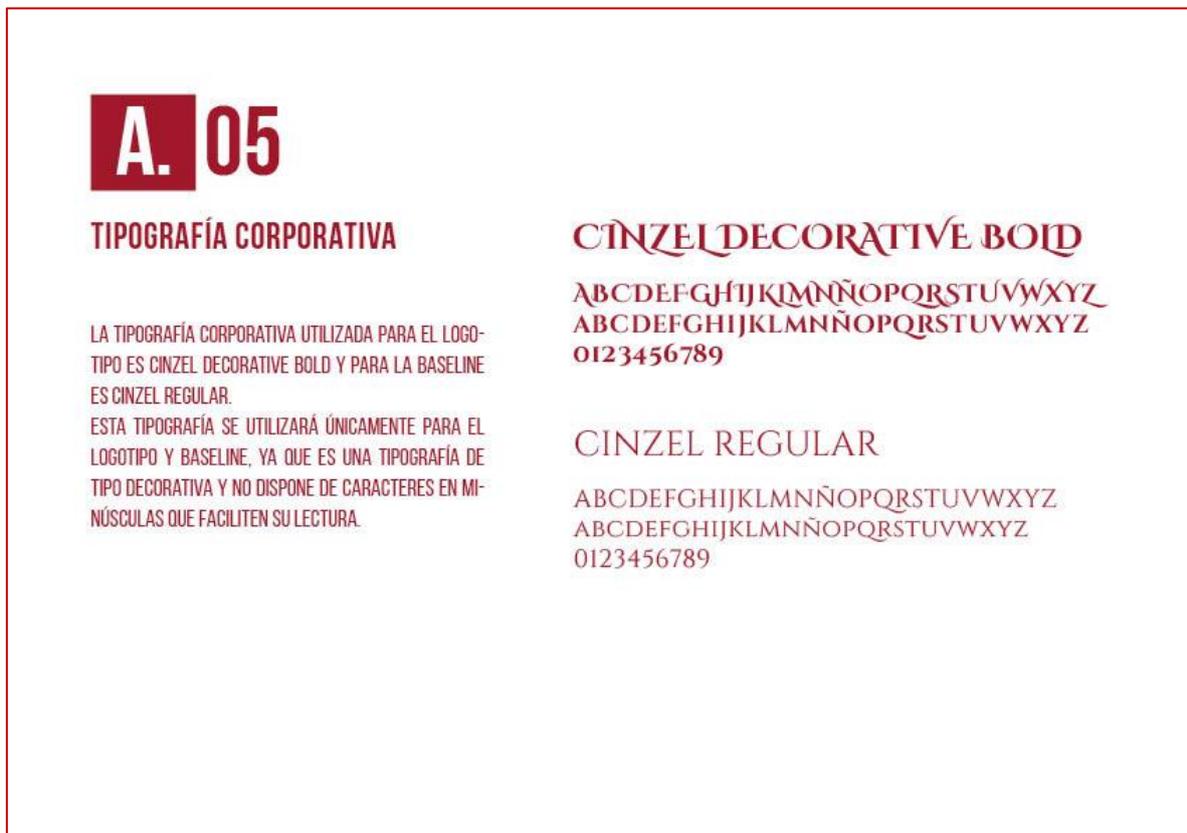


Figura 42 - Manual de identidad: Tipografía corporativa



Figura 43 - Manual de identidad: Tipografía secundaria

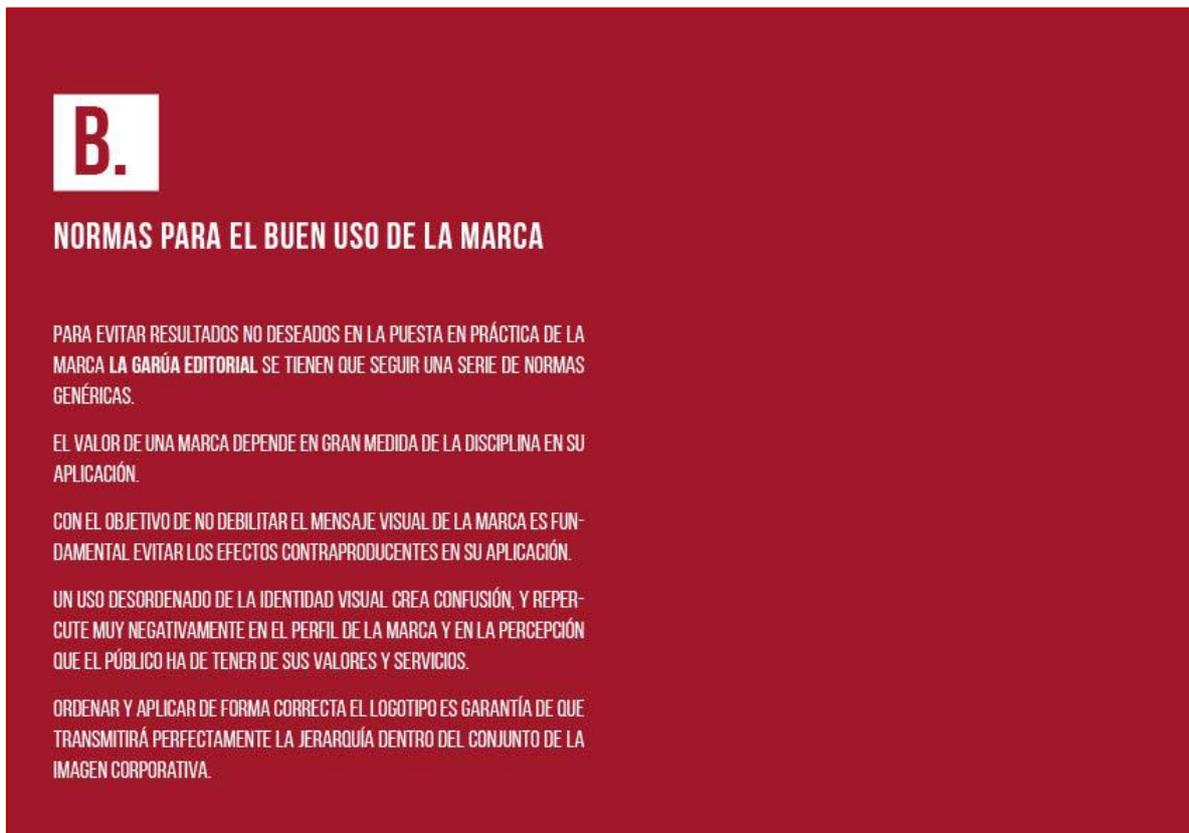


Figura 44 - Manual de identidad: Normas uso



Figura 45 - Manual de identidad: Versiones correctas

B. 02

APLICACIONES CORRECTAS

EN TODAS LAS APLICACIONES TIENEN QUE ASEGURARSE LA MÁXIMA VISIBILIDAD, LEGIBILIDAD Y CONTRASTE. SI EL LOGOTIPO SE TIENE QUE APLICAR SOBRE FONDOS NO CORPORATIVOS O FOTOGRAFÍAS, DEBE APLICARSE EN BLANCO O NEGRO, EN FUNCIÓN DE LA LUMINOSIDAD DEL FONDO.

FONDO DE COLOR NO CORPORATIVO OSCURO



FONDO DE COLOR NO CORPORATIVO CLARO



FONDO FOTOGRÁFICO OSCURO



FONDO FOTOGRÁFICO CLARO



Figura 46 - Manual de identidad: Aplicaciones correctas

B. 03

APLICACIONES INCORRECTAS

EL LOGOTIPO TIENE UNAS MEDIDAS Y PROPORCIONES RELATIVAS DETERMINADAS POR LOS CRITERIOS DE COMPOSICIÓN, JERARQUÍA Y FUNCIONALIDAD. EN NINGÚN CASO SE HARÁN MODIFICACIONES DE ESTOS TAMAÑOS Y PROPORCIONES.

- 1 NO CAMBIAR LAS PROPORCIONES DEL LOGO
- 2 NO CAMBIAR LA TIPOGRAFÍA
- 3 NO MODIFICAR LA OPACIDAD
- 4 NO ELIMINAR PARTES DEL LOGO
- 5 NO DEFORMAR EL SÍMBOLO
- 6 MANTENER EL SÍMBOLO COMO PARTE DEL LOGO
- 7 NO MODIFICAR LOS COLORES



Figura 47 - Manual de identidad: Aplicaciones incorrectas

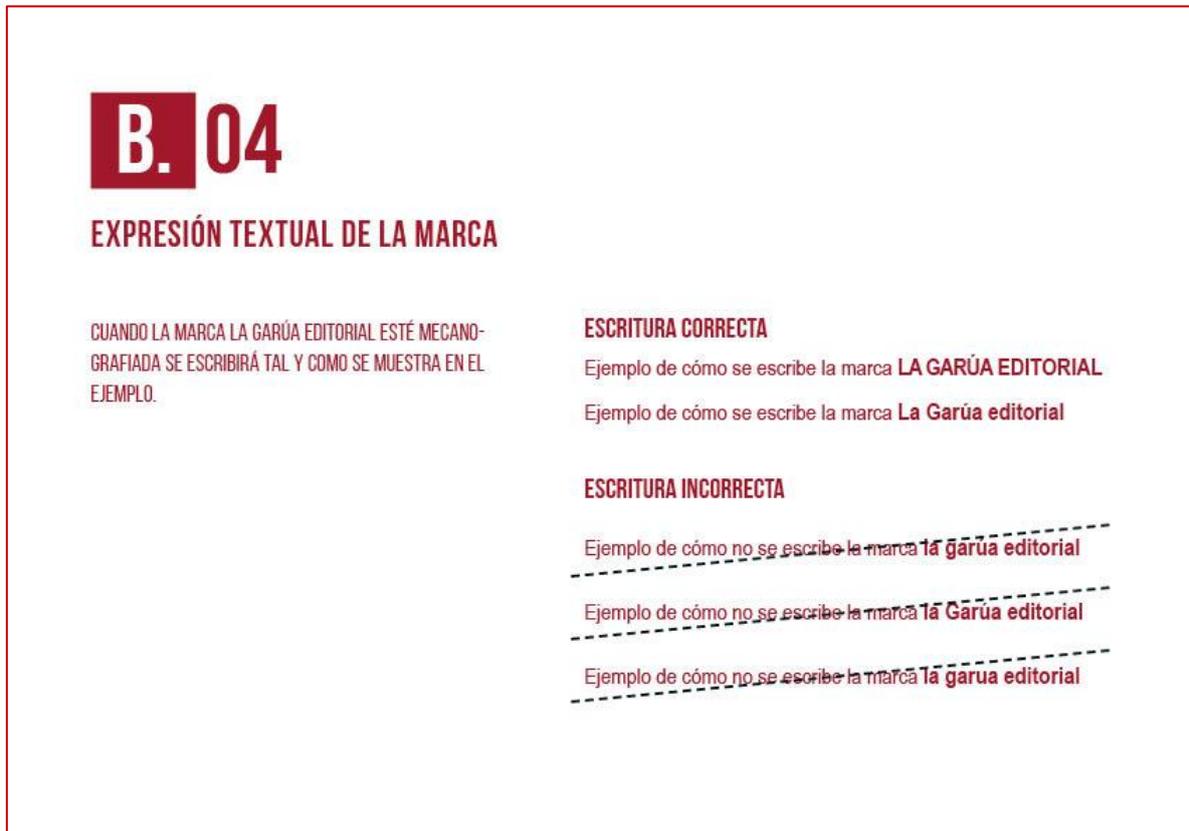


Figura 48 - Manual de identidad: Expresión textual de la marca



Figura 49 - Manual de identidad: Aplicaciones de la marca



Figura 50 - Manual de identidad: Papelería corporativa 1



Figura 51 - Manual de identidad: Papelería corporativa 2

C. 03

ELEMENTOS PROPIOS

DISEÑO DE BOLSAS DE TELA Y PAPEL RECICLADO



Figura 52 - Manual de identidad: Elementos propios

C. 04

MERCHANDISING

PAGE BOOK HOLDERS PERSONALIZADOS CON LOGO.



Figura 53 - Manual de identidad: Merchandising 1



Figura 54 - Manual de identidad: Merchandising 2

12. Prototipos

A continuación se pueden ver los prototipos creados para el nuevo diseño del sitio web, tanto en versión para escritorio como para dispositivos móviles. De esta manera se podrá tener una visión lo mas detallada de como se mostrará cuando se inicie el desarrollo en un futuro próximo.

El diseño del *site* está basado en retículas modulares que facilitarán su adaptación a diferentes dispositivos, ya sean móviles, tabletas, ordenadores con diferentes resoluciones...

Tanto al *header* como al *footer* se le ha aplicado una trama de manera muy sutil que va acorde con la nueva imagen de la marca.

En los títulos se ha usado la misma tipografía que para el logotipo: *Cinzel*

Para el resto de texto se ha utilizado una tipografía *sans serif*, aunque sabemos que la tipografía *serif* es mas adecuada para la lectura, en este caso, la tipografía seleccionada nos permite una lectura fácil y cómoda.

La gama de colores se mantiene en todo el site, haciendo uso del color granate corporativo para texto destacado y combinando con gris oscuro para el resto de texto. Ambos colores contrastan bien con el fondo blanco y ayudan a una mejor legibilidad.

A nivel de navegación, se basa en una estructura muy sencilla, fácil e intuitiva que permite al usuario llegar a su objetivo con no mas de 3 clics.

Se han hecho uso de *breadcrumbs* para que el usuario sepa en todo momento donde está.

Ver *online*: <https://app.moqups.com/danihr/ygJZli3ETO/view/page/aa9df7b72>

12.1 – Lo-Fi – Versión escritorio

12.2 – Lo-Fi – Versión móvil

12.3 – Hi-Fi – Versión escritorio

12.4 – Hi-Fi – Versión móvil

12.1 Lo-Fi – Versión escritorio

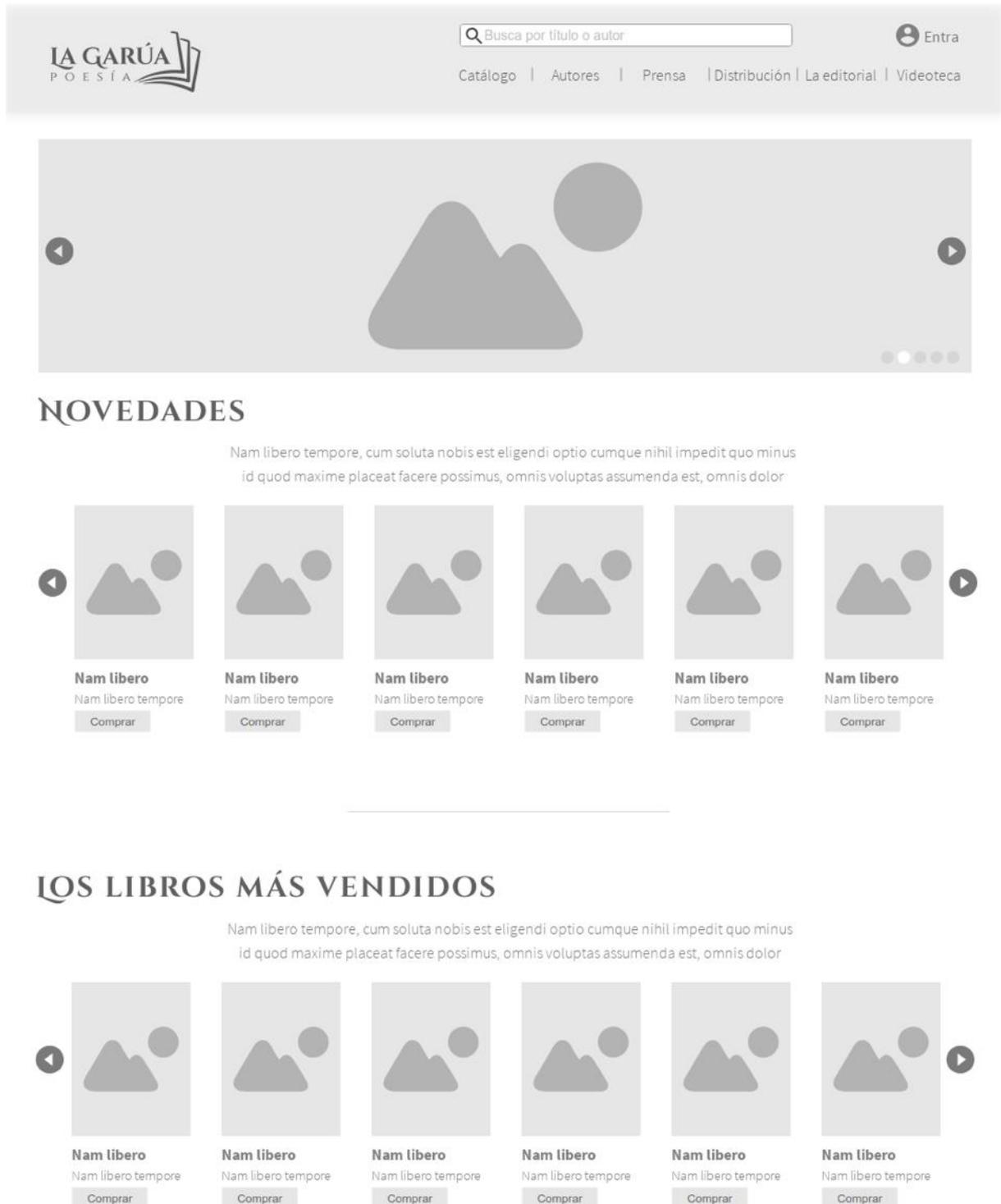
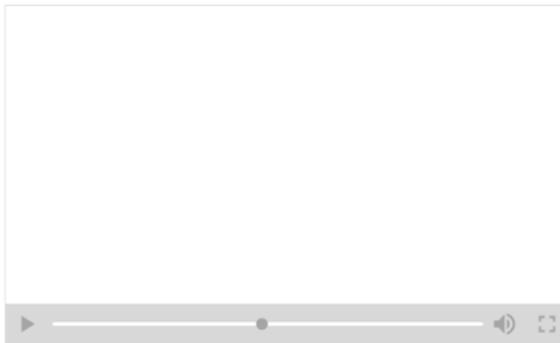


Figura 55 - Wireframe Escritorio Index 1de2

VIDEOTECA

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor



Nam libero
Nam libero tempore cum



Nam libero
Nam libero tempore cum



Nam libero
Nam libero tempore cum



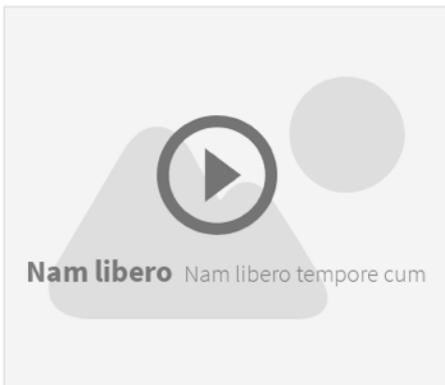
Nam libero
Nam libero tempore cum



Boletín de noticias

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor

LA ENTREVISTA



Nam libero tempore cum

Redacción - xx/xx/xxxx

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id.

[Leer más](#)



John Doe, CEO Company

AUTORES

LIBROS

DISTRIBUCIÓN

PRENSA

TIENDA

SÍGUENOS EN



[Conócenos](#) | [Contactar](#) | [Condiciones de uso](#) | [Distribución](#) | [Política de cookies](#) | [Política de privacidad](#)

Figura 56 - Wireframe Escritorio Index 2de2

LA GARÚA POESÍA

Busca por título o autor

Entra

Catálogo | Autores | Prensa | Distribución | La editorial | Videoteca

LIBROS

Ordenar por ▼

Nam libero
Nam libero tempore cum
★★★★★
Comprar

Libros por página: 15

« 1 2 3 4 5 »

AUTORES | LIBROS | DISTRIBUCIÓN | PRENSA | TIENDA | SÍGUENOS EN

f t in

p v

LA GARÚA POESÍA

Conócenos | Contactar | Condiciones de uso | Distribución | Política de cookies | Política de privacidad

Figura 57 - Wireframe Escritorio Libros

LA GARÚA POESÍA

Busca por título o autor

Entra

Catálogo **Autores** Prensa | Distribución | La editorial | Videoteca

AUTORES

Ordenar por ▼

Nam libero				
Nam libero				
Nam libero				
Nam libero				
Nam libero				

Autores por página: 25

« 1 2 3 4 5 »

AUTORES | LIBROS | DISTRIBUCIÓN | PRENSA | TIENDA | SÍGUENOS EN

f t in i

p v

LA GARÚA POESÍA

Conócenos | Contactar | Condiciones de uso | Distribución | Política de cookies | Política de privacidad

Figura 58 - Wireframe Escritorio Autores

NOTICIAS

Ordenar por ▼



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

[Leer más](#)

Comparte



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

[Leer más](#)

Comparte



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

[Leer más](#)

Comparte



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

[Leer más](#)

Comparte

« 1 2 3 4 5 »

Figura 59 - Wireframe Escritorio Noticias

DISTRIBUCIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut.

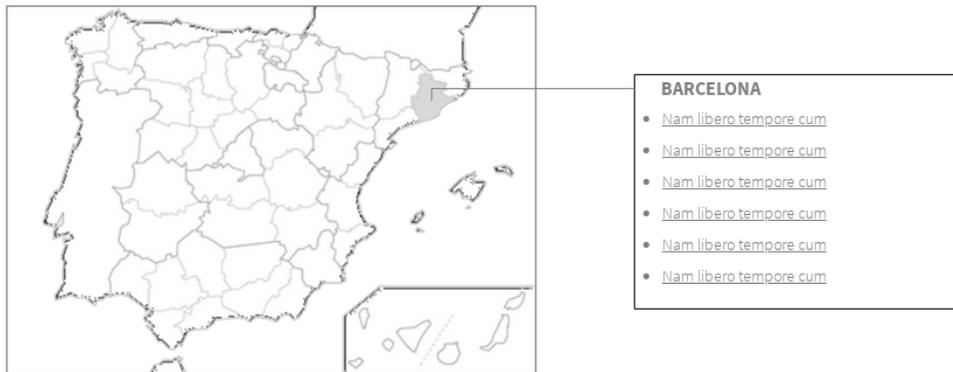


Figura 60 - Wireframe Escritorio Distribución



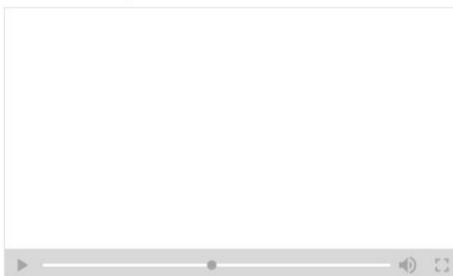
Figura 61 - Wireframe Escritorio La editorial

VIDEOTECA

[Booktrailer](#) | [Entrevistas](#) | [Noticias](#) | [Presentación libro](#)

Nam libero

Nam libero tempore cum

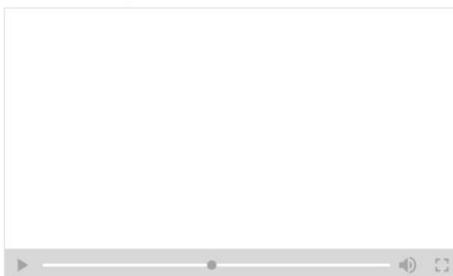


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec du. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

Comparte     

Nam libero

Nam libero tempore cum

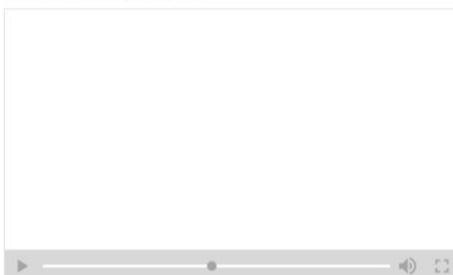


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec du. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

Comparte     

Nam libero

Nam libero tempore cum



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec du. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

Comparte     

Videos por página:

« 1 2 3 4 5 »

Figura 62 - Wireframe Escritorio Videoteca

Entra

[Catálogo](#) | [Autores](#) | [Prensa](#) | [Distribución](#) | [La editorial](#) | [Videoteca](#)

[Home](#) / [Catálogo](#) / [Nam libero](#)



 [Comparte este libro](#)

Nam libero

Nam libero tempore cum soluta

♥♥♥♥♥

Lorem ipsum: dolor sit amet
 Nulla quam velit: vulputate eu pharetra
 Mattis ac neque: Duis vulputate
 Commodo lectus: 78 ac

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec du. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec du. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam

15€

Bolsillo
 eBook

Comprar

[AUTORES](#) | [LIBROS](#) | [DISTRIBUCIÓN](#) | [PRENSA](#) | [TIENDA](#)

SÍGUENOS EN







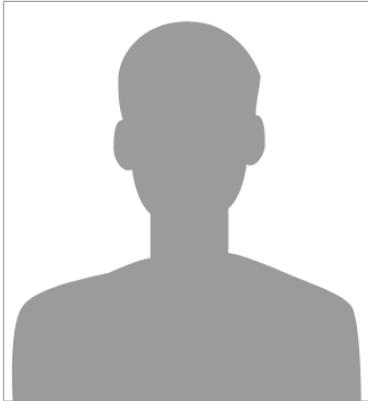




[Conócenos](#) | [Contactar](#) | [Condiciones de uso](#) | [Distribución](#) | [Política de cookies](#) | [Política de privacidad](#)

Figura 63 - Wireframe Escritorio Ficha Libro

Home / Autor / Nam libero



Nam libero

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id.

Comparte este autor

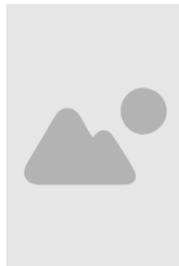
Sus libros



Nam libero
 Nam libero tempore cum
 ♥♥♥♥♥
[Comprar](#)



Nam libero
 Nam libero tempore cum
 ♥♥♥♥♥
[Comprar](#)



Nam libero
 Nam libero tempore cum
 ♥♥♥♥♥
[Comprar](#)

Figura 64 - Wireframe Escritorio Ficha Autor

Home / Mi compra

PRODUCTO	REFERENCIA	CANTIDAD	IMPORTE
	Nam libero Nam libero tempore cum soluta	1	XX,XX €
	actualizar eliminar		
	Nam libero Nam libero tempore cum soluta	3	XX,XX €
	actualizar eliminar		
SUBTOTAL sin descuentos			XX,XX €
¿Tienes algún código promocional? <input type="text" value="Introdúcelo aquí"/> <input type="button" value="APLICAR"/>			
Descuentos sobre productos			-X,XX €
<input type="radio"/> Total en gastos de envío (España Península)			X,XX €
TOTAL			XX,XX €
<input type="button" value=" < Seguir comprando"/> <input type="button" value=" Tramitar pedido >"/>			

Figura 65 - Wireframe Escritorio Compra

12.2 Lo-Fi – Versión móvil



Figura 66 - Wireframe Móvil Index

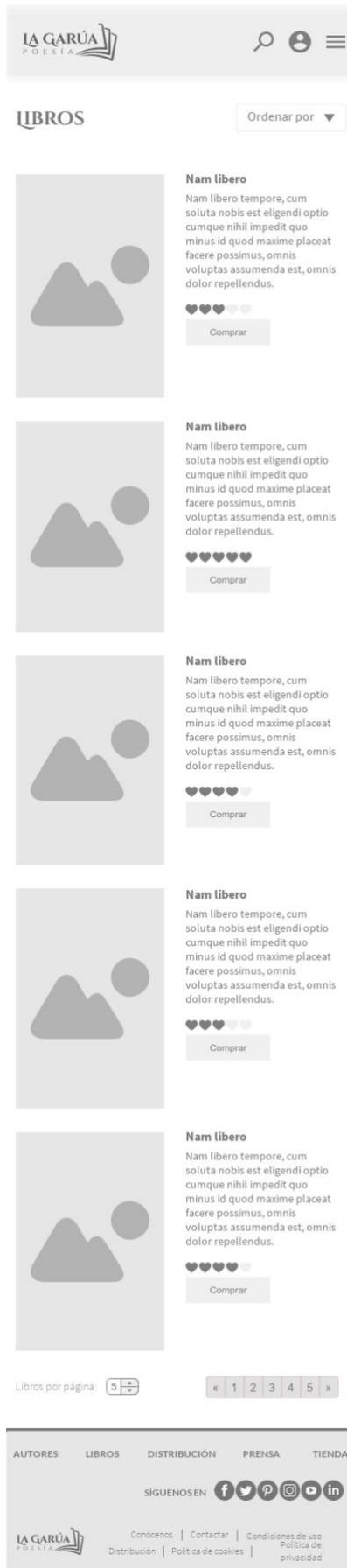


Figura 67 - Wireframe Móvil Libros







AUTORES

Ordenar por ▼



Nam libero

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque.

[Leer más](#)



Nam libero

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus.

[Leer más](#)



Nam libero

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus.

[Leer más](#)



Nam libero

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque.

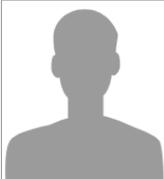
[Leer más](#)



Nam libero

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus.

[Leer más](#)



Nam libero

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus.

[Leer más](#)

Autores por página:

«
1
2
3
4
5
»

AUTORES
LIBROS
DISTRIBUCIÓN
PRENSA
TIENDA

SÍGUENOS EN










Conócenos | Contactar | Condiciones de uso

Distribución | Política de cookies | Política de privacidad

Figura 68 - Wireframe Móvil Autores

63 / 128



Figura 69 - Wireframe Móvil Autores



Figura 70- Wireframe Móvil Distribución

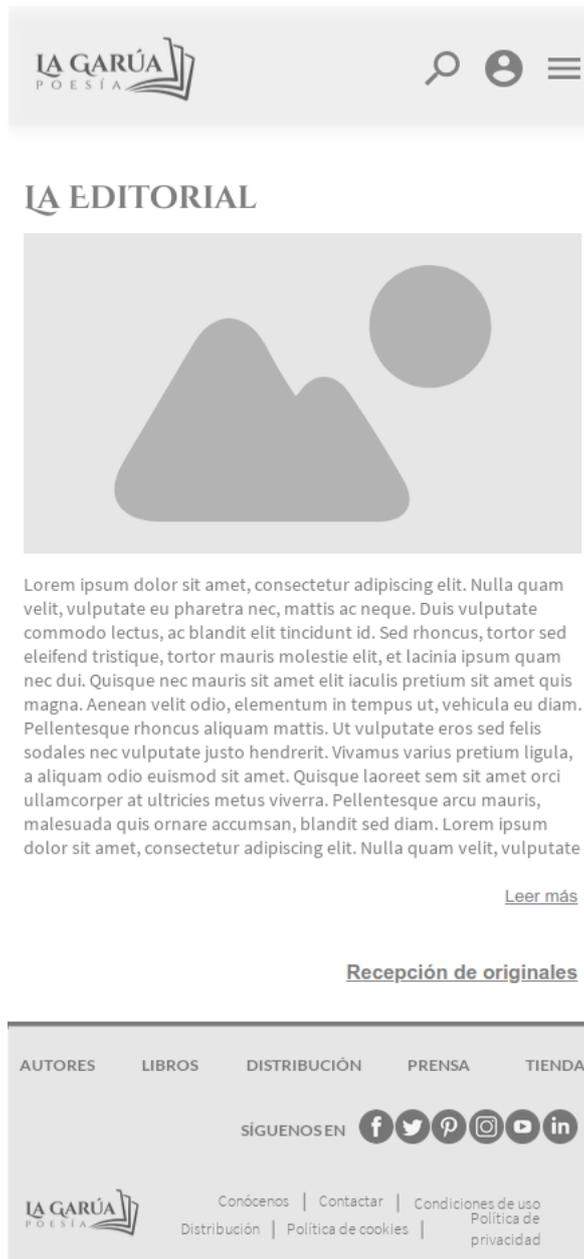


Figura 71 - Wireframe Móvil La editorial







[Home](#) / [Catálogo](#) / [Nam libero](#)



Nam libero

Nam libero tempore cum soluta

★★★★★

Lorem ipsum: dolor sit amet
 Nulla quam velit: vulputate eu
 Mattis ac neque: Duis vulputate
 Commodo lectus: 78 ac

15€

Bolsillo
 eBook

Comprar

[Comparte este libro](#)

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

AUTORES
LIBROS
DISTRIBUCIÓN
PRENSA
TIENDA

SÍGUENOS EN










Conócenos | Contactar | Condiciones de uso

Distribución | Política de cookies | Política de privacidad

Figura 72 - Wireframe Móvil Ficha Libro



Figura 73- Wireframe Móvil Videoteca



Figura 74 - Wireframe Móvil Ficha Autor



Figura 75 - Wireframe Móvil Compra

12.3 Hi-Fi – Versión escritorio



NOVEDADES

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor



LOS LIBROS MÁS VENDIDOS

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor



Figura 76 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Index 1de2

VIDEOTECA

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor



Nam libero
Nam libero tempore cum



Nam libero
Nam libero tempore cum



Nam libero
Nam libero tempore cum



Nam libero
Nam libero tempore cum



Boletín de noticias

Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor

LA ENTREVISTA



Nam libero tempore cum

Redacción - xx/xx/xxxx

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id.

[Leer más](#)



John Doe, CEO Company

AUTORES LIBROS DISTRIBUCIÓN PRENSA TIENDA SÍGUENOS EN

LA GARÚA POESÍA

Conócenos | Contactar | Condiciones de uso | Distribución | Política de cookies | Política de privacidad

Figura 77 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Index 2de2

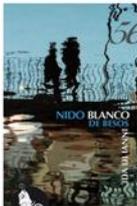
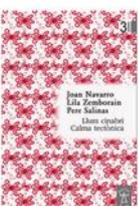


[Entra](#)

Catálogo
Autores
Prensa
Distribución
La editorial
Videoteca

LIBROS

Ordenar por ▼

 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>
 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>
 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>
 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>	 <p>Nam libero Nam libero tempore cum ♥♥♥♥</p> <p style="background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">Comprar</p>

Libros por página 15

« 1 2 3 4 5 »

AUTORES
LIBROS
DISTRIBUCIÓN
Prensa
TIENDA

SÍGUENOS EN




[Condiciones](#) | [Contactar](#) | [Condiciones de uso](#) | [Distribución](#) | [Política de cookies](#) | [Política de privacidad](#)

Figura 78 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Libros

LA GARÚA POESÍA

Busca por título o autor

Entrar

Catálogo **Autores** Prensa | Distribución | La editorial | Videoteca

AUTORES

Ordenar por ▼



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero



Nam libero

Autores por página: 25

« 1 2 3 4 5 »

AUTORES | LIBROS | DISTRIBUCIÓN | PRENSA | TIENDA | SÍGUENOS EN

LA GARÚA POESÍA

Conócenos | Contactar | Condiciones de uso | Distribución | Política de cookies | Política de privacidad

Facebook Twitter LinkedIn YouTube Instagram SoundCloud

Figura 79 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Autores

NOTICIAS

Ordenar por ▼

Mono de Marco Antonio Raya, el poema de los olvidados



Nam libero
Nam libero tempore cum

Comparte

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

[Leer más](#)



Nam libero
Nam libero tempore cum

Comparte

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

[Leer más](#)



Nam libero
Nam libero tempore cum

Comparte

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

[Leer más](#)

Laia Noguera i Clonent



Nam libero
Nam libero tempore cum

Comparte

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

[Leer más](#)

« 1 2 3 4 5 »

Figura 80 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Noticias



DISTRIBUCIÓN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut.

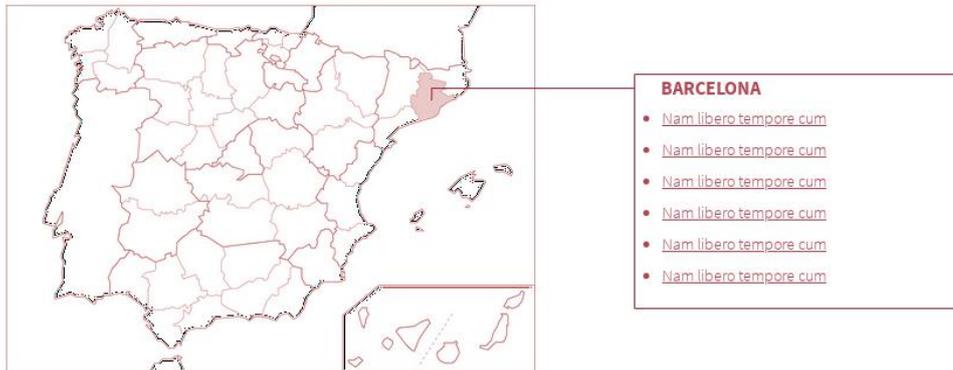


Figura 81- Prototipo Hi-Fi Escritorio Distribución



LA EDITORIAL



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

Recepción de originales



Figura 82 - Prototipo Hi-Fi Escritorio La editorial



[Entra](#)

[Catálogo](#) | [Autores](#) | [Prensa](#) | [Distribución](#) | [La editorial](#) | **Videoteca**

VIDEOTECA

[Booktrailer](#) | [Entrevistas](#) | [Noticias](#) | [Presentación libro](#)

Nam libero

Nam libero tempore cum



Comparte

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

Nam libero

Nam libero tempore cum



Comparte

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

Nam libero

Nam libero tempore cum



Comparte

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam.

Videos por página: 3

«
1
2
3
4
5
»

[AUTORES](#) | [LIBROS](#) | [DISTRIBUCIÓN](#) | [PRENSA](#) | [TIENDA](#)

SÍGUENOS EN



[Conócenos](#) | [Contactar](#) | [Condiciones de uso](#) | [Distribución](#) | [Política de cookies](#) | [Política de privacidad](#)

Figura 83 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Videoteca

78 / 128



 Entra

Catálogo
Autores
Prensa
Distribución
La editorial
Videoteca

Home / Catálogo / Nam libero



 Comparte este libro

Nam libero

Nam libero tempore cum soluta



Lorem ipsum: dolor sit amet
 Nulla quam velit: vulputate eu pharetra
 Mattis ac neque: Duis vulputate
 Commodo lectus: 78 ac

15€

- Bolsillo
- eBook

Comprar

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam

AUTORES
LIBROS
DISTRIBUCIÓN
PRENSA
TIENDA
SÍGUENOS EN










[Conócenos](#) | [Contactar](#) | [Condiciones de uso](#) | [Distribución](#) | [Política de cookies](#) | [Política de privacidad](#)

Figura 84 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Ficha Libro



Home / Autor / Nam libero

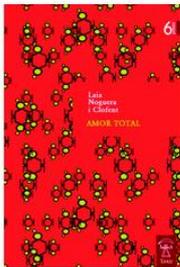


Nam libero

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec dui. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id.

Comparte este autor

Sus libros



Nam libero
Nam libero tempore cum
★★★★★
Comprar



Nam libero
Nam libero tempore cum
★★★★★
Comprar



Figura 85 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Ficha Autor



Home / Mi compra

PRODUCTO	REFERENCIA	CANTIDAD	IMPORTE
 <p>Nam libero Nam libero tempore cum soluta</p>	xxxx>xxx	1 actualizar eliminar	XX,XX €
 <p>Nam libero Nam libero tempore cum soluta</p>	xxxx>xxx	3 actualizar eliminar	XX,XX €
SUBTOTAL sin descuentos			XX,XX €
¿Tienes algún código promocional? <input type="text" value="Introdúcelo aquí"/> APLICAR			
Descuentos sobre productos			-X,XX €
Total en gastos de envío (España Península)			X,XX €
TOTAL			XX,XX €

[Condiciones de entrega](#)

[< Seguir comprando](#) [Tramitar pedido >](#)



Figura 86 - Prototipo Hi-Fi Escritorio Compra

12.4 Hi-Fi – Versión móvil



Figura 87 - Prototipo Hi-Fi Móvil Index

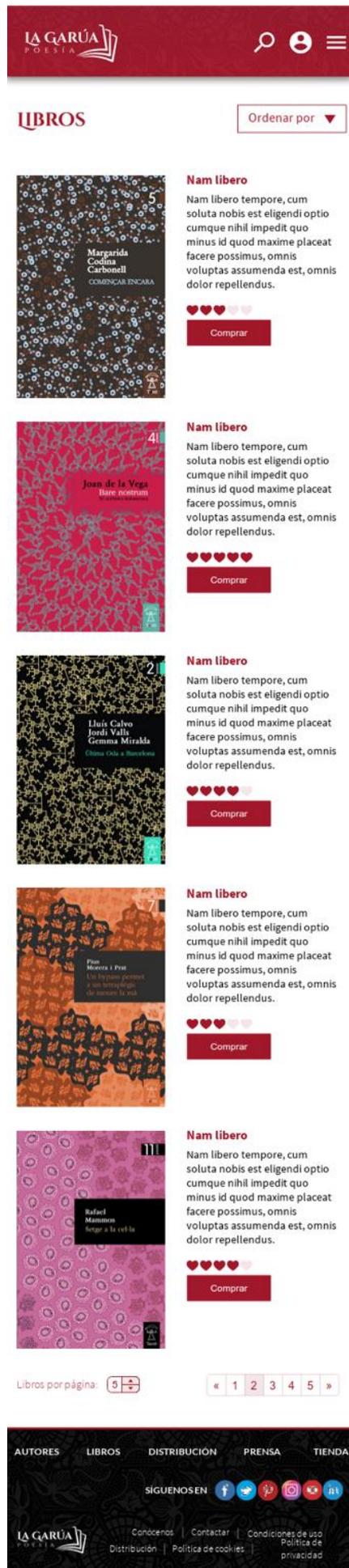


Figura 88- Prototipo Hi-Fi Móvil Libros



Figura 89- Prototipo Hi-Fi Móvil Autores



Figura 90 - Prototipo Hi-Fi Móvil Noticias



Figura 91 - Prototipo Hi-Fi Móvil Distribución



LA EDITORIAL



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate eu pharetra nec, mattis ac neque. Duis vulputate commodo lectus, ac blandit elit tincidunt id. Sed rhoncus, tortor sed eleifend tristique, tortor mauris molestie elit, et lacinia ipsum quam nec du. Quisque nec mauris sit amet elit iaculis pretium sit amet quis magna. Aenean velit odio, elementum in tempus ut, vehicula eu diam. Pellentesque rhoncus aliquam mattis. Ut vulputate eros sed felis sodales nec vulputate justo hendrerit. Vivamus varius pretium ligula, a aliquam odio euismod sit amet. Quisque laoreet sem sit amet orci ullamcorper at ultricies metus viverra. Pellentesque arcu mauris, malesuada quis ornare accumsan, blandit sed diam. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla quam velit, vulputate

[Leer más](#)

Recepción de originales



Figura 92- Prototipo Hi-Fi Móvil La editorial

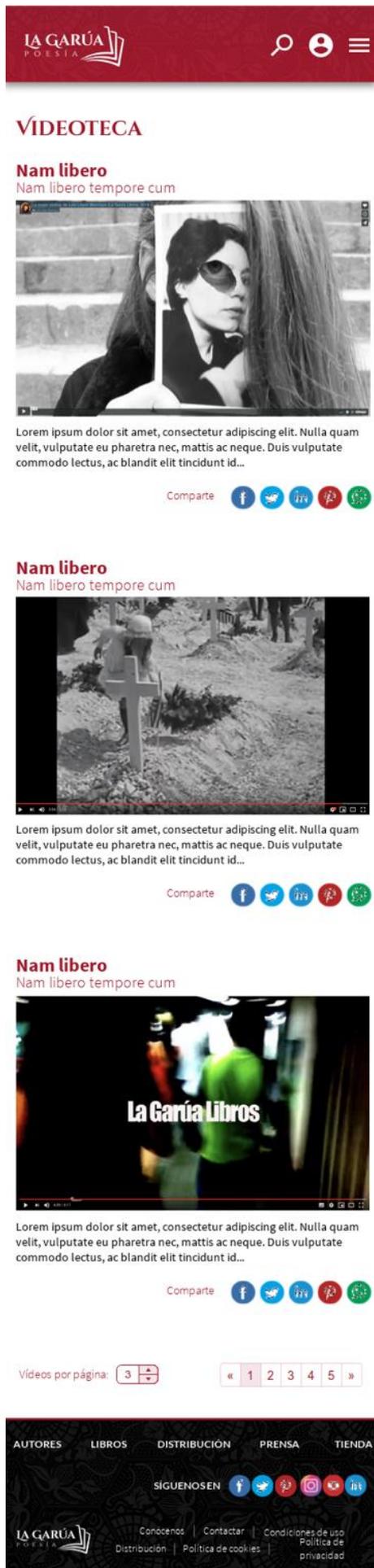


Figura 93- Prototipo Hi-Fi Móvil Videoteca



Figura 94- Prototipo Hi-Fi Móvil Ficha Libro



Figura 95 - Prototipo Hi-Fi Móvil Ficha Autor

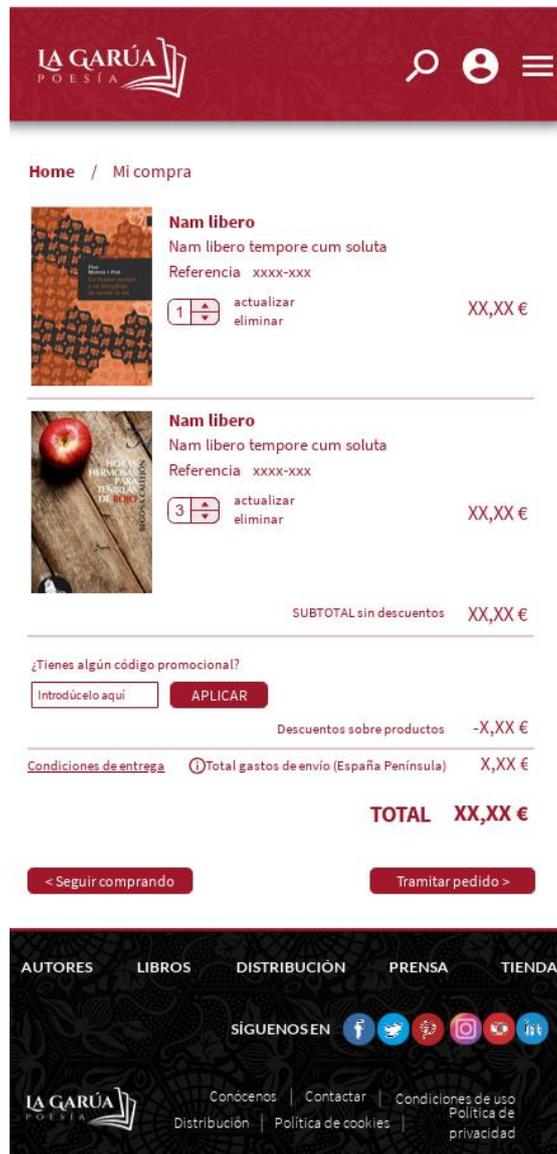


Figura 96 - Prototipo Hi-Fi Móvil Ficha Compra

13. Briefing



Figura 97 - Briefing: Portada



Figura 98 – Briefing: Índice



Figura 99 - Briefing: Historia

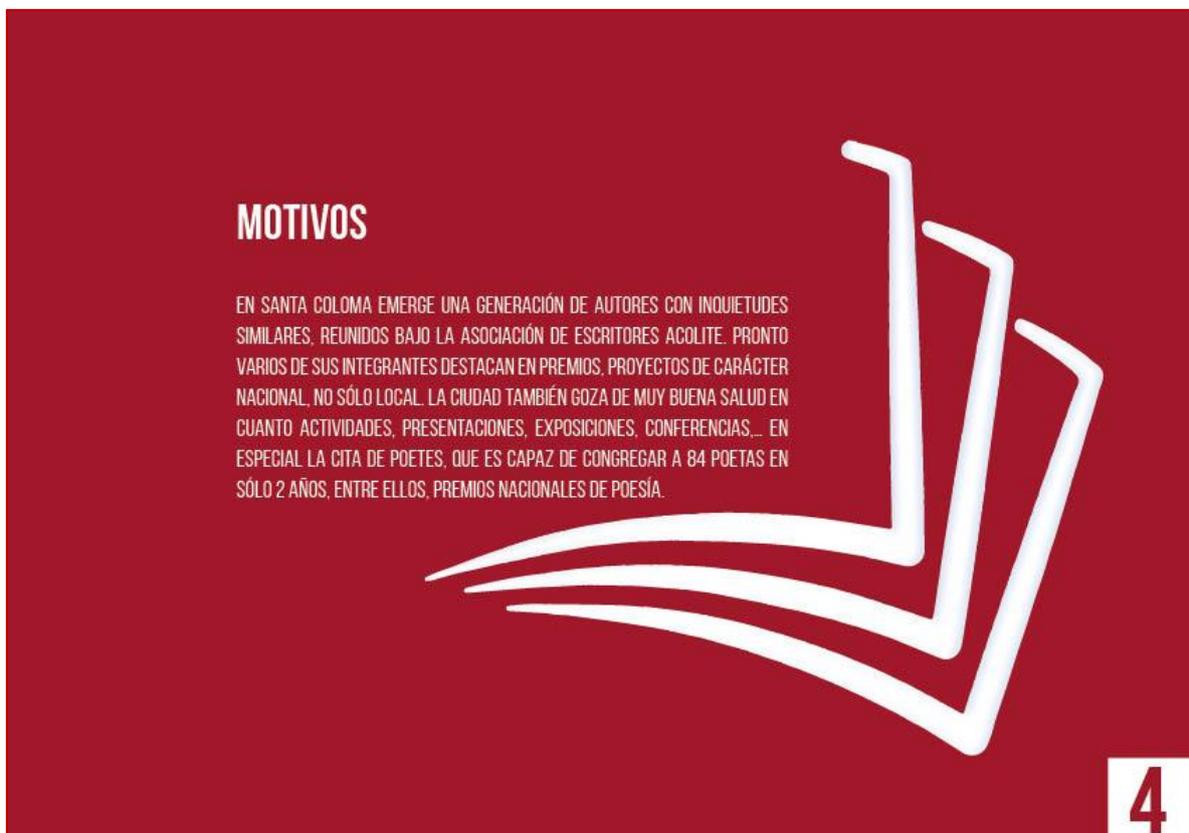


Figura 100 - Briefing: Motivos



Figura 101 - Briefing: Objetivo

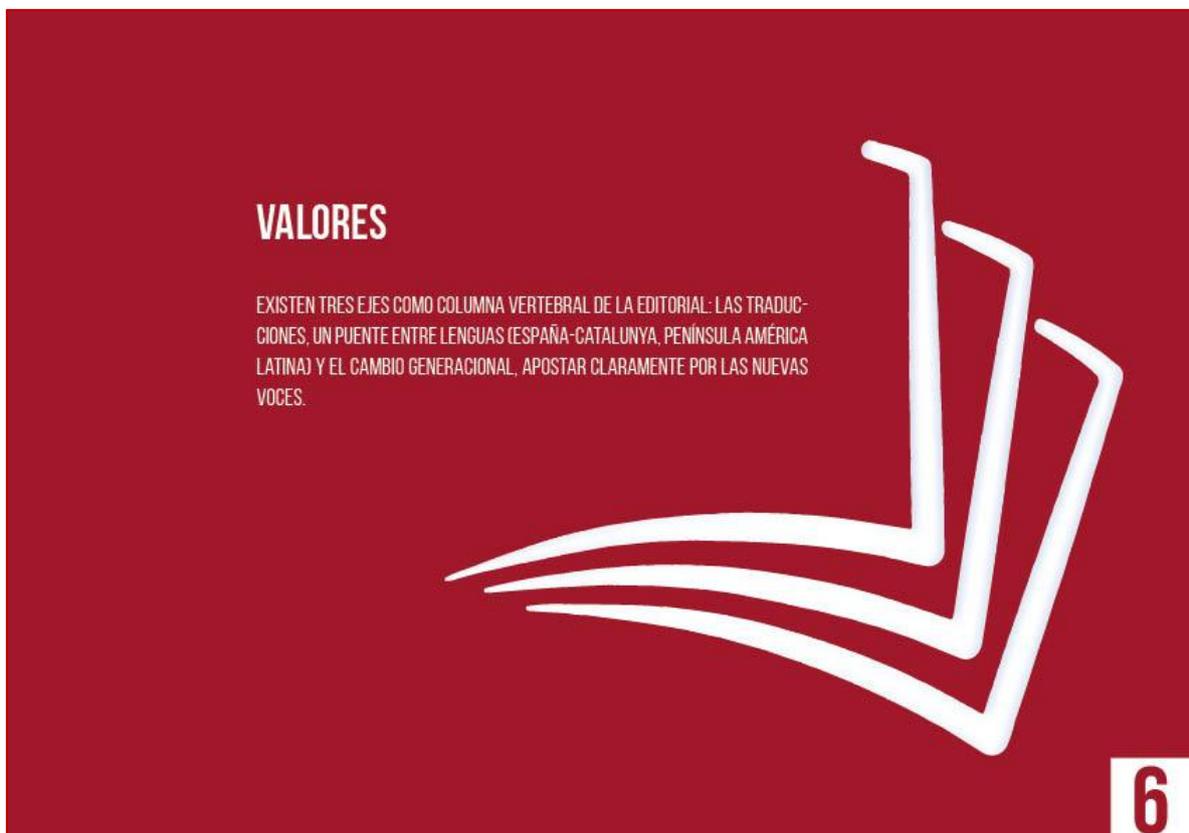


Figura 102 - Briefing: Valores

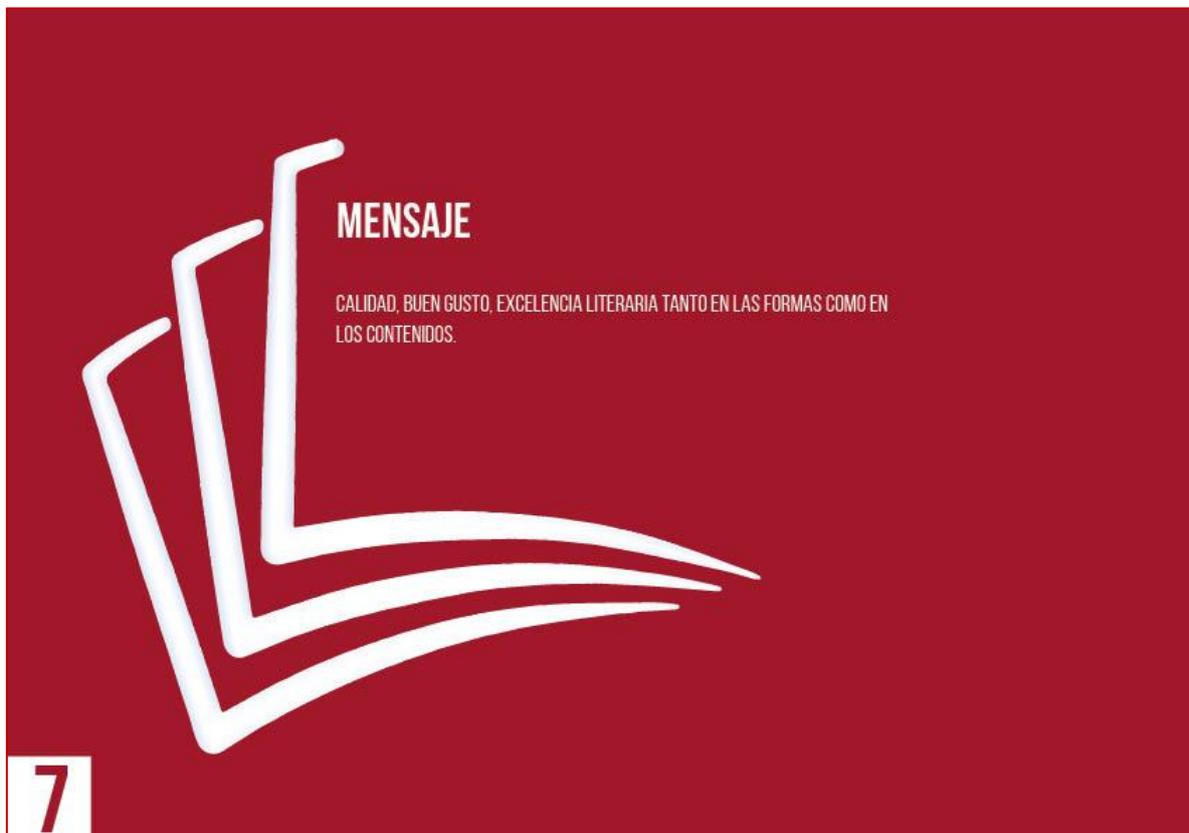


Figura 103 - Briefing: Mensaje

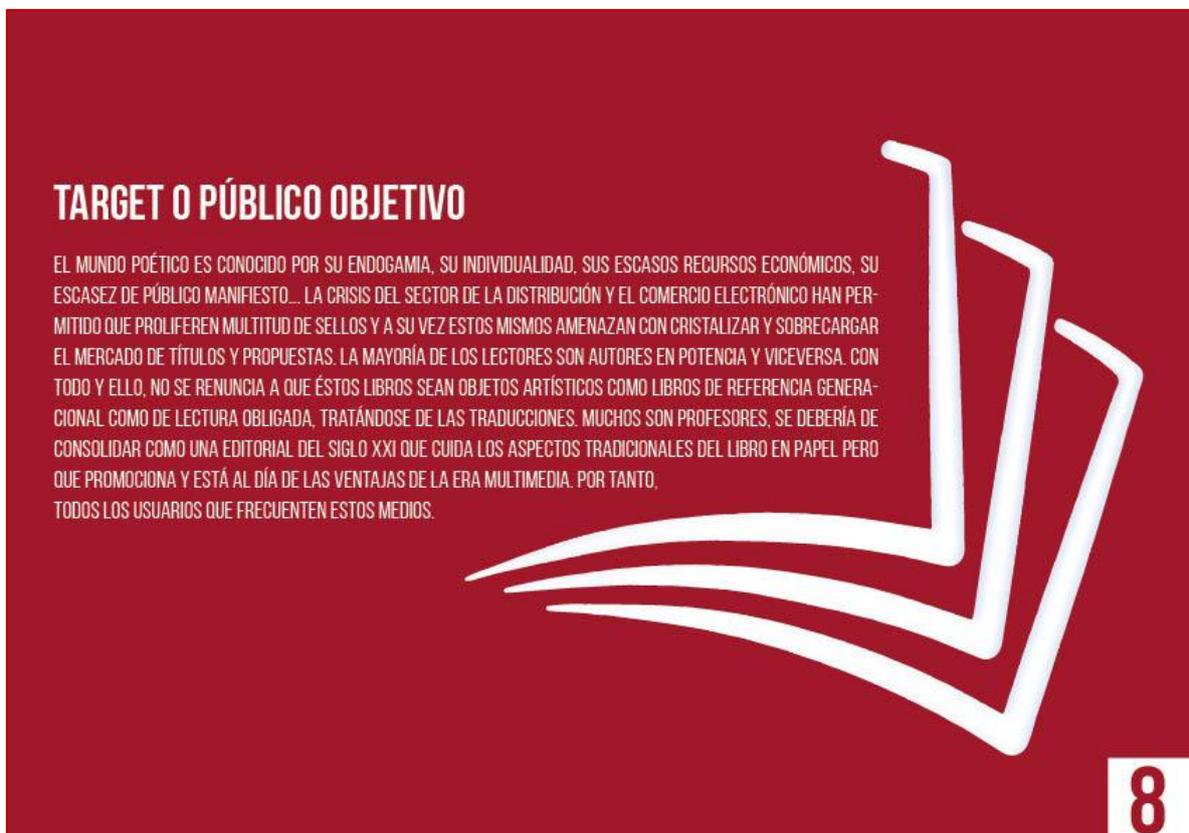


Figura 104 - Briefing: Target



Figura 105 - Briefing: Competencia



Figura 106 - Briefing: Reason why



Figura 107 - Briefing: ¿Por qué un cambio?



Figura 108 - Briefing: ¿Cómo?

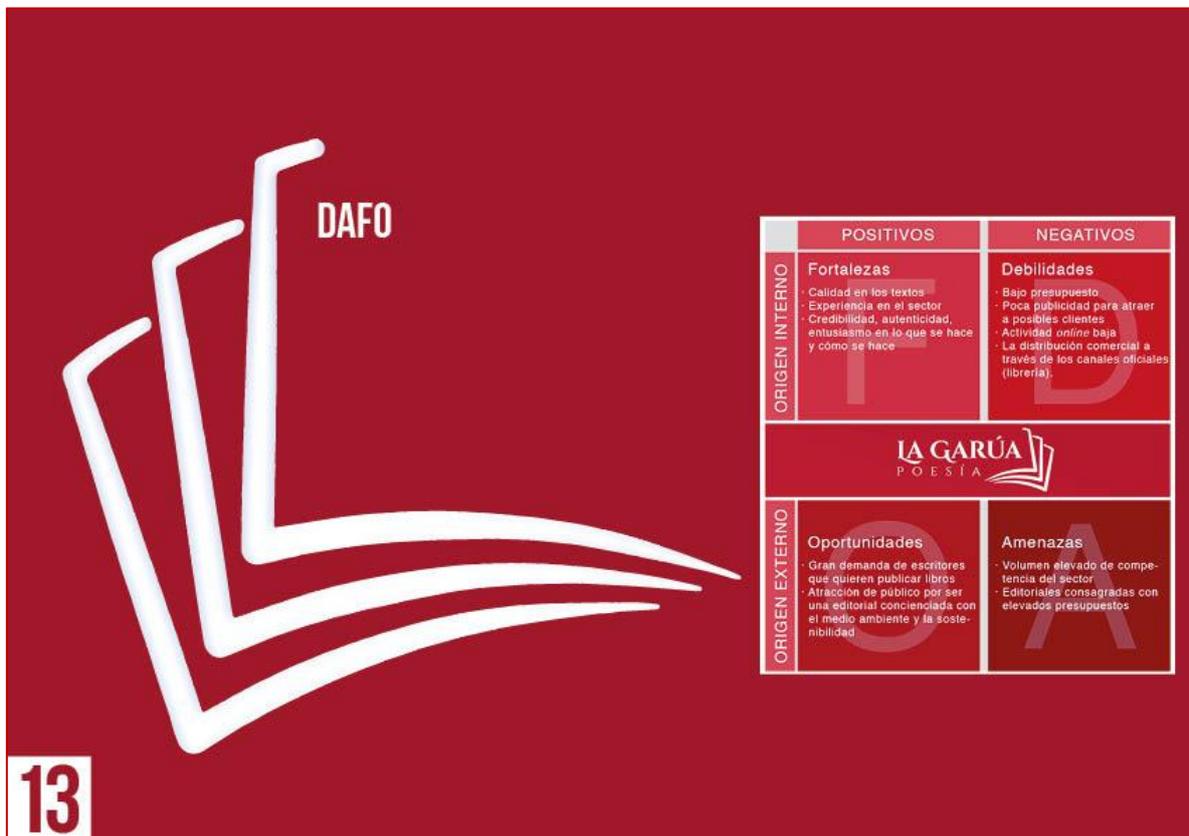


Figura 109 - Briefing: DAFO

14.Propuestas logotipos



Figura 110 - Logotipos: Portada



Figura 111 - Logotipos: Propuestas



Figura 112 - Logotipos: Propuestas 1de2



Figura 113 - Logotipos: Propuestas 2de2



Figura 114 - Logotipos: Primeros bocetos



Figura 115- Logotipos: Bocetos

15. Mockups



Figura 116 - Mockups: Portada



Figura 117 - Mockups: Propuestas



Figura 118 - Mockups: Propuestas 1



Figura 119 - Mockups: Propuestas 2



Figura 120 - Mockups: Propuestas 3



Figura 121 - Mockups: Propuestas 4



Figura 122 - Mockups: Propuestas 5



Figura 123 - Mockups: Propuestas 6

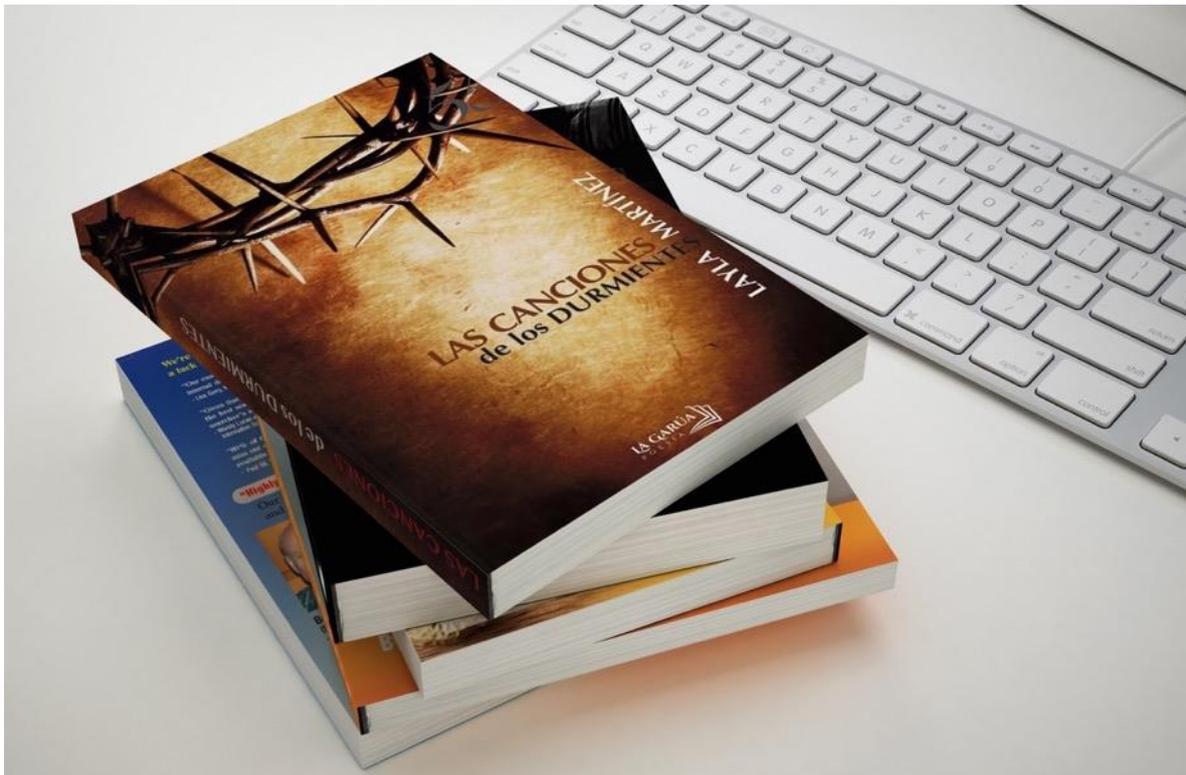


Figura 124 - Mockups: Propuestas 7



Figura 125 - Mockups: Propuestas 8



Figura 126 - Mockups: Propuestas 9



Figura 127 - Mockups: Propuestas 10



Figura 128 - Mockups: Propuestas 11



Figura 129 - Mockups: Propuestas 12



Figura 130 - Mockups: Propuestas 13



Figura 131 - Mockups: Propuestas 14

16. Proyección a futuro

En este proyecto se ha procedido al rediseño de la identidad visual de la marca y al diseño de los prototipos del sitio web, tanto para versión escritorio como versión móvil, finalmente, por falta de tiempo y la carga de trabajo que requería, se ha desestimado el diseño del catálogo de los libros que tiene actualmente la editorial.

Hay varios puntos a mejorar y crear de cara al futuro:

- Desarrollar el sitio web manteniendo la línea de la nueva marca y basándonos en los prototipos que se han creado.
- Diseño de catálogo para versión *online* / *offline*.
- Creación de vídeos, tanto corporativos, *booktrailers*, entrevistas a escritores,... de manera que enriquezcan a la editorial y poder así atraer a un mayor público.
- Desarrollo de campañas y mantenimiento en redes sociales.

17.Presupuesto

CONCEPTO	HORAS	PRECIO/HORA	TOTAL
1. Definición del proyecto	25	25€	625€
1.1. Descripción del proyecto	10	25€	250€
1.2. Propuesta formal	15	25€	375€
2. Análisis de mercado / análisis / DAFO	30	25€	750€
3. Diseño corporativo	70	30€	2100€
3.1. Desarrollo del logotipo	10	30€	300€
3.2. Definición de tipografía	10	30€	300€
3.3. Creación de manual de identidad	50	30€	1500€
4. Diseño de los prototipos	65	30€	1950€
4.1. Esquemas de interfaz	10	30€	300€
4.2. Desarrollo de prototipo Lo-Fi	25	30€	750€
4.3. Desarrollo de prototipo Hi-Fi	30	30€	900€
5. Licencias			235,97€
5.1. Licencia Moqups		13€ x 2 meses	26€
5.2. Licencia Adobe CC Full		69,99€ x 3 meses	209,97€
TOTAL PRESUPUESTO			5660,97€

Tabla 2 - Presupuesto

18. Conclusiones

Llegados a este punto, es el momento de hacer balance de lo que ha significado el proyecto para mí. El balance global ha sido muy positivo, aunque por otro lado ha sido algo duro de llevar a cabo teniendo que compaginarlo con la vida laboral y la vida familiar.

En un principio no acababa de tener claro como enfocar el proyecto, ya que, aunque he estado involucrado en varios, nunca había tenido la responsabilidad de hacerlo desde cero. He tenido muchas dudas en diferentes fases del proyecto, he cometido bastantes errores que he ido solventando a lo largo del proceso, gracias a la ayuda y los consejos de Pere, que ha sido de gran ayuda a la hora de ir encaminándolo.

Como novato en la creación de proyectos, he tenido que ir refrescando la memoria, haciendo muchas búsquedas en los materiales que he ido estudiando en los últimos años (gestión de proyectos, arquitectura de la información, diseño gráfico, imagen y lenguaje visual, diseño de interfaces multimedia,...), además del proceso de investigación que he tenido que hacer para poder abordar el proyecto.

Finalmente, y una vez concluido el proyecto, puedo decir que, aunque me habría gustado profundizar más en algunos aspectos, hacer análisis más profundos y detallados de alguno de los procesos, estoy satisfecho con el resultado final y en un futuro próximo seguiré con la segunda fase del proyecto que consistirá en la realización de los puntos comentados en el apartado de proyección a futuro.

Ha sido un proyecto enriquecedor a nivel personal, profesional y una buena manera de finalizar el grado.

Anexo 1. Entregables del proyecto

Memoria: PAC_FINAL_mem_HidalgoRomero_Daniel.pdf

Proyecto: PAC_FINAL_prj_HidalgoRomero_Daniel.zip, que contiene los archivos de los diferentes diseños:

- PAC_FINAL_Briefing_HidalgoRomero_Daniel.pdf
 - PAC_FINAL_Archivos.zip
 - PAC_FINAL_Propuestas_Logos_HidalgoRomero_Daniel.pdf
 - PAC_FINAL_Manual_Identidad_Corporativa_HidalgoRomero_Daniel.pdf
 - PAC_FINAL_Mockups_HidalgoRomero_Daniel
 - *Moqups*_Prototipos
- (versión online: <https://app.moqups.com/danihr/yqJZli3ETO/view/page/aa9df7b72>)

Presentaciones:

- Escrita-Visual: PAC_FINAL_prs_HidalgoRomero_Daniel.mp4
- Vídeo defensa TFG: PAC_FINAL_vid_HidalgoRomero_Daniel.mp4

Autoinforme: PAC_FINAL_Informe_Autoevaluacion_HidalgoRomero_Daniel.pdf

Anexo 2. Capturas de pantalla



Figura 132 - Diseño campaña navidad

		POSITIVOS	NEGATIVOS
ORIGEN INTERNO	Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> Calidad en los textos Experiencia en el sector Credibilidad, autenticidad, entusiasmo en lo que se hace y cómo se hace 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> Bajo presupuesto Poca publicidad para atraer a posibles clientes Actividad <i>online</i> baja La distribución comercial a través de los canales oficiales (librería) 	
ORIGEN EXTERNO	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> Gran demanda de escritores que quieren publicar libros Atracción de público por ser una editorial comprometida con el medio ambiente y la sostenibilidad 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> Volumen elevado de competencia del sector Editoriales consagradas con elevados presupuestos 	

Figura 133 - DAFO



Figura 134 - Diseño portada libro



Figura 135 - Diseño pack libros

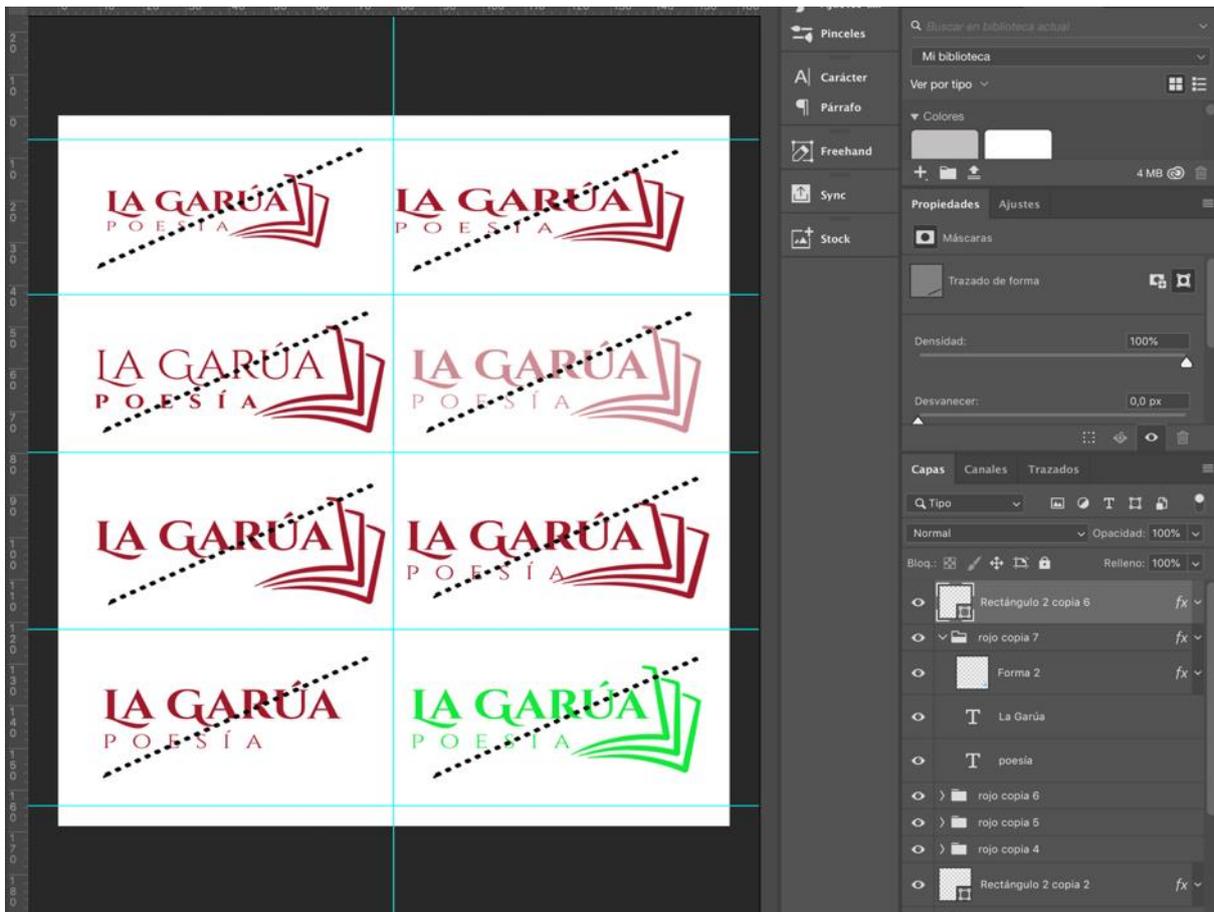


Figura 136 - Normas mal uso



Figura 137 - Logo - Área seguridad



Figura 138 - Logos La Garúa

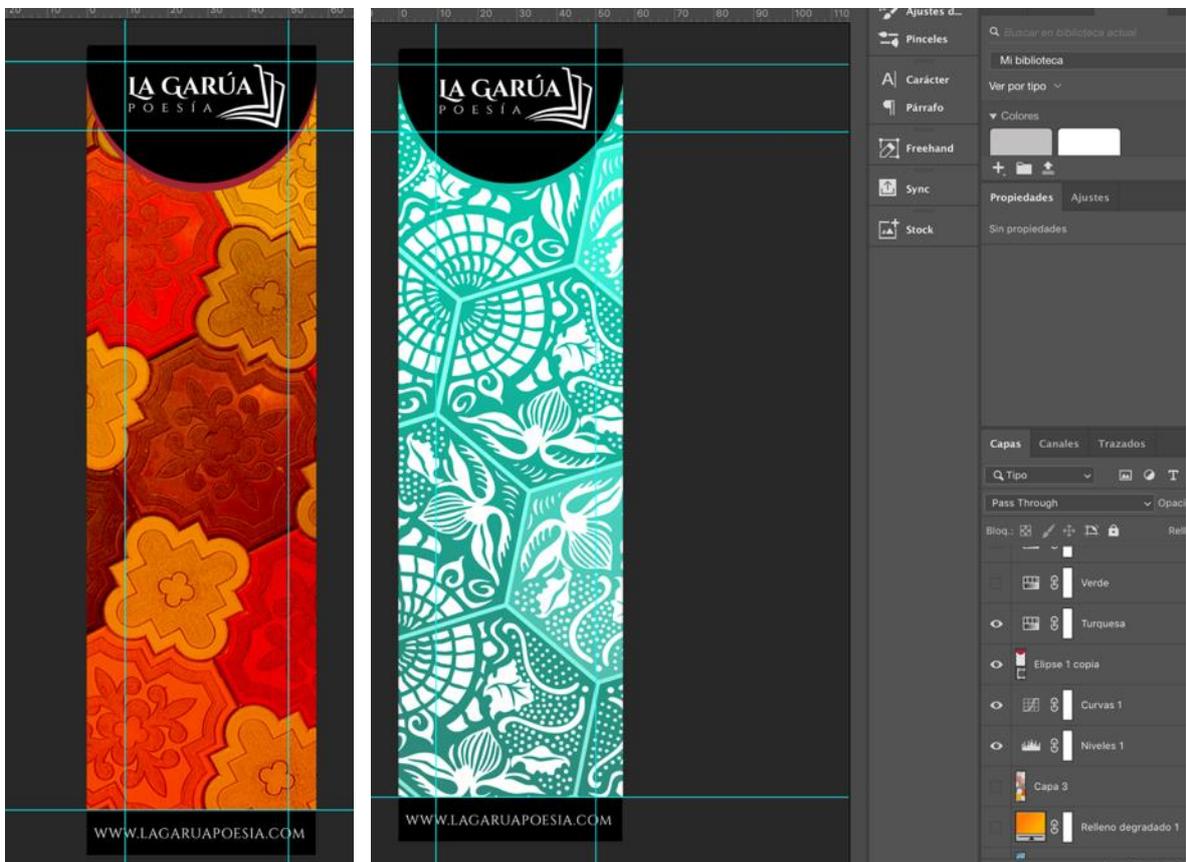


Figura 139 - Diseño puntos de libro



Figura 140 - Maqueta Manual Identidad InDesign

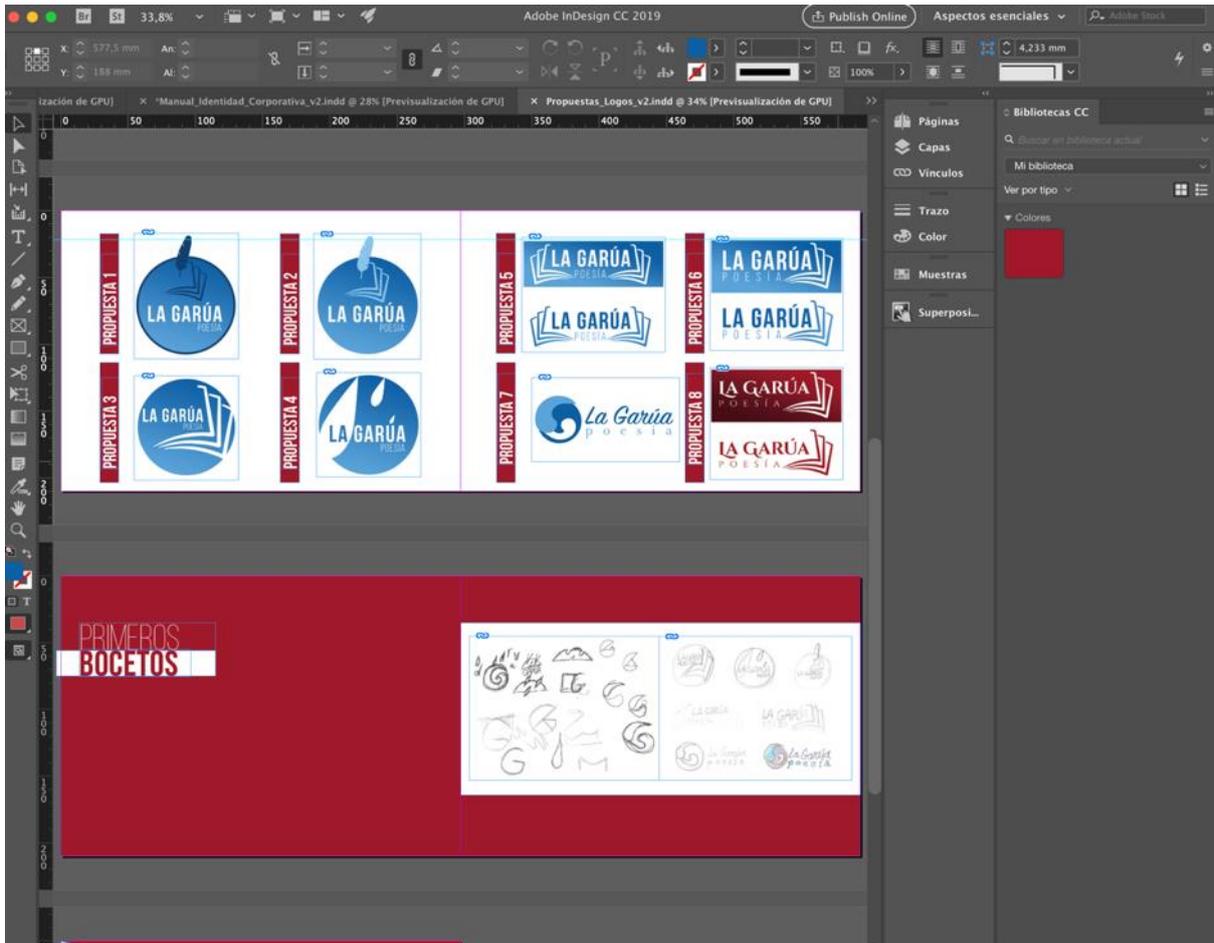


Figura 141 - Maqueta Propuestas Logos InDesign

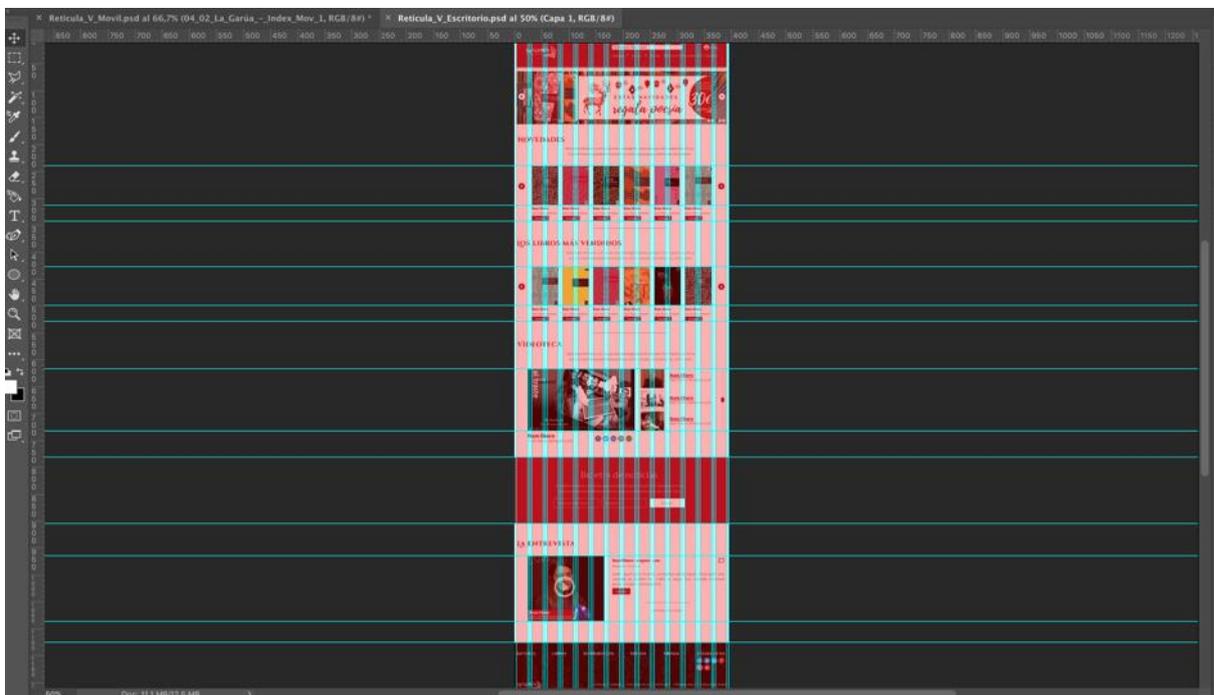


Figura 142 - Retícula versión escritorio

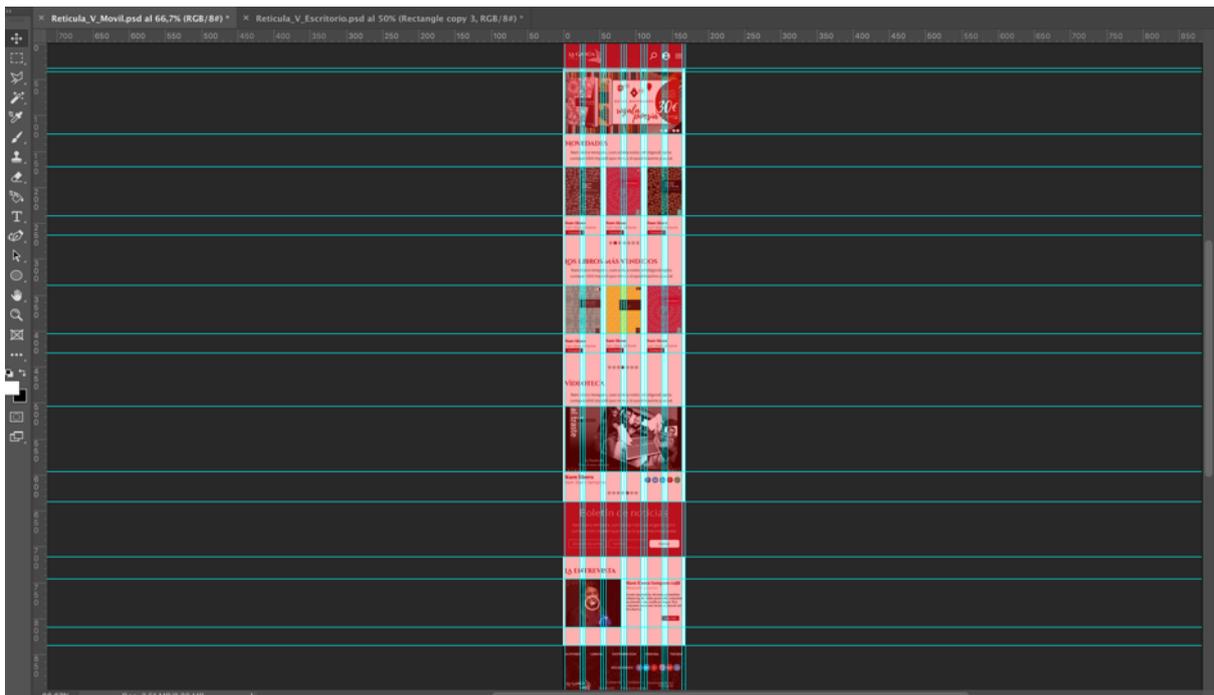


Figura 143 - Retícula versión móvil



Figura 144 - Proyecto Presentación escrita-visual After Effects

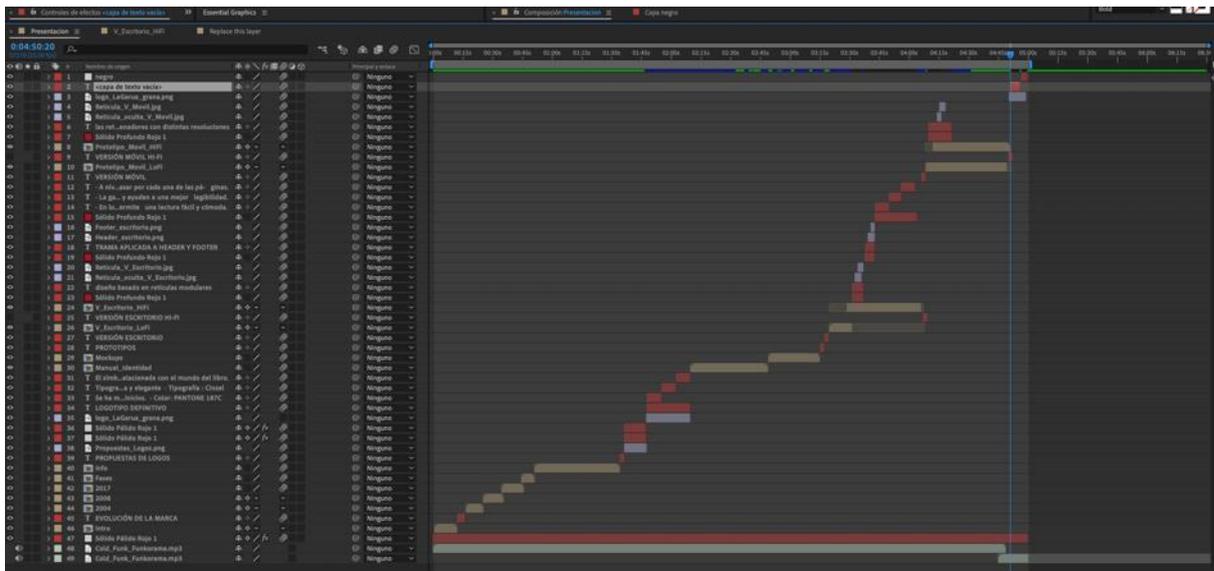


Figura 145 - Timeline Proyecto Presentación escrita-visual After Effects

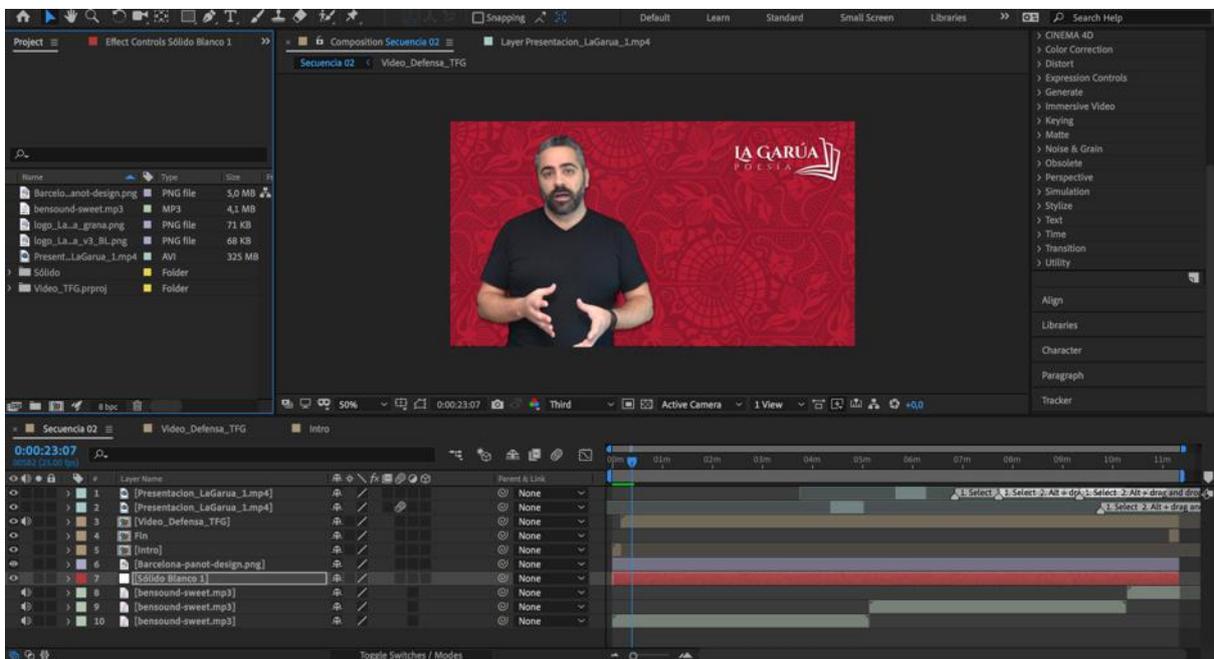


Figura 146 - Proyecto Defensa TFG - After Effects



Figura 147 - Diseño prototipo web Moqups

Anexo 3. Bibliografía

¿Cómo han evolucionado los logotipos de las marcas más famosas? [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.mique.es/evolucion-logotipos-marcas-mas-famosas/>.

¿Cómo surgió el logo de Stranger Things? | Revista Merca2.0 |. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.merca20.com/surgio-logo-stranger-things/>.

Origen y Evolución Histórica del surgimiento de las Marcas y las Marcas Colectivas. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.econlink.com.ar/marcas-colectivas-1>.

6 x 9 Book with Dust Jacket and iPhone 6 Mockup - Covervault. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://covervault.com/6-x-9-book-with-dust-jacket-and-iphone-6-mockup/>.

7 fases para crear y diseñar el logotipo ideal de una empresa o marca. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <http://www.numericco.com/cultura/7-fases-para-la-creacion-y-el-diseno-de-un-logotipo-corporativo>.

2018 Logo Trends | Articles | LogoLounge. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.logolounge.com/articles/2018-logo-trends>.

Free PSD Mockups for Editorial Designers. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://stockindesign.com/50-free-psd-mockups-editorial-designers/>

Bauhaus, la primera escuela de diseño del siglo XX | cultier. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <http://www.cultier.es/bauhaus-la-primera-escuela-de-diseno-del-siglo-xx/>.

Booky Page Holder & Bookmark Handmade wooden light | Etsy. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. https://www.etsy.com/es/listing/617641641/booky-page-holder-bookmark-handmade?ref=shop_home_feat_2

Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa, Paul Capriotti Peri. 2009. [PDF].

Branding Mockups. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://lstore.graphics/branding-mockups.html>.

Branding, ¿qué es branding? | *Branderstand*. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <http://www.branderstand.com/branding-que-es-branding/>.

Cartonlab | Proyectos internacionales de eventos y stands. Tienda online. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://cartonlab.com/>.

DeProfundis: Libros Raros / Manual de identidad corporativa by Francisco Raja - *issuu*. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. https://issuu.com/franciscoraja/docs/manualdeprofundis_franciscoraja.

Descarga 40 manuales de marca profesionales para tu inspiración. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <http://gtechdesign.net/es/blog/descarga-los-mejores-manuales-de-marca-para-tu-inspiracion>.

Design Thinking. Business innovation, Maurício Vianna, Ysmar Vianna, Isabel K. Adler, Brenda Lucena, Beatriz Russo. 2011. [PDF].

Diseño de Identidad Corporativa. Guillermo Albarrán Valenzuela. [PDF].

Diseño de marca. La marca: origen, historia y evolución. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.denou.com/disenio-de-marca-origen-historia-evolucion/>.

EcoFriendly - SelfPackaging. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://selfpackaging.es/content/8-ecofriendly>.

Editorial Amarante. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://editorialamarante.es/>.

Editorial Ars Poetica | Boutique de poesía | Libros de poesía | Ars Poetica. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.arspoetica.es/>.

Editorial de poesía: Ediciones Rilke. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://edicionesrilke.com/>.

Editorial Poesía eres tú. Publicar un libro de poesía. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://poesiaerestu.com/>.

Ejemplos de storytelling en marcas de gran consumo | ShowerThinking. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.showerthinking.es/inbound-marketing-blog/los-mejores-ejemplos-storytelling-marcas-gran-consumo/>.

El Briefing creativo, qué es y cómo hacer uno. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.arturogarcia.com/el-briefing-creativo-que-es-y-como-hacer-uno/>.

El Nuevo Branding Las Marcas del Mañana, hoy. Branzai. [PDF].

Fases del desarrollo de una estrategia de comunicación: El Briefing - Jaime Fernández - Marketing Digital, Marca Personal, Consultoría. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <http://www.jaimefernandez.com/fases-del-desarrollo-de-una-estrategia-de-comunicacion-el-briefing/>.

Historia de McDonald's, de la barbacoa al negocio de bienes raíces | Tentulogo. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://tentulogo.com/historia-de-mcdonalds-de-la-barbacoa-al-negocio-de-bienes-raices/>.

Imprenta Ecológica Naturaprint® [Productos reciclados] . [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://imprentaonline-naturaprint.com/ecologica>.

Imprenta online para profesionales. Información sobre la empresa | impresum.es. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.impresum.es/informacion-sobre-la-empresa>.

Impresión ecológica, papeles ecológicos | Fragma. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <http://www.fragma.es/siempre-ecologicos>.

La Evolución del Branding | MercadoNegro. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.mercadonegro.pe/la-evolucion-del-branding-2/>.

La historia de la marca nos dice que la primera marca data de. – Alfredo Salinas's Blog. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://aalfredosalinas.wordpress.com/2010/09/30/la-historia-de-la-marca-nos-dice-que-la-primera-marca-data-de/>.

Costa, Joan. La imagen de marca : un fenomeno social. Paidós, 2004. https://books.google.es/books?id=Jh1Xkx0QuDMC&pg=PA21&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false.

La imprenta y la ecología. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://www.laimprentacg.com/la-imprenta-y-la-ecologia/>.

Las 6 Mejores Páginas para Descargar MockUp gratis en PSD. [consulta en línea] [Fecha de acceso

Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://escuela.marketingandweb.es/paginas-descargar-mockup-gratis-psd/#Mockup-World>.

Las 12 tendencias en diseño de logos más increíbles de 2018. [consulta en línea] [Fecha de acceso

Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://factoryfy.es/disenio-logo-2018/>.

Las fuentes tipográficas Cinzel: un toque moderno con un estilo clásico | El pingüino tolkiano.

[consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://elpinguinotolkiano.wordpress.com/2015/09/17/las-fuentes-tipograficas-cinzel-un-toque-moderno-con-un-estilo-clasico/>.

Las Marcas comerciales y su evolución. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero

2019]. <https://es.slideshare.net/Jorgegonzalezarce/las-marcas-comerciales-y-su-evolucion>.

Logo Design Gone Wrong: 10 Offbeat Examples. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018

– Enero 2019]. <https://www.hongkiat.com/blog/logo-design-gone-wrong/>.

Logos Responsive: tu identidad corporativa adaptable - SYNERGY INTERNET. [consulta en línea]

[Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.synergyweb.es/blog/logos-responsive-identidad-corporativa.html>.

Logos, identidad, brand. Reflexiones del diseño gráfico en la actualidad. Eduardo López Guimera, Cristina Pineda Diéguez. [PDF].

Logotipo de Google | AdnLogo. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://www.adnlogo.com/logotipo-de-google/>.

Los maravillosos suelos de Barcelona, un artista nos invita a pasear sobre las baldosas - Cultura Inquieta. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://culturainquieta.com/es/arte/disenio/item/10086-los-maravillosos-suelos-de-barcelona-un-artista-nos-ivita-a-pasear-sobre-las-baldosas.html>.

Mailer Templatemaker.nl. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://www.templatemaker.nl/index.php?template=mailer&lang=es>.

Profesor Manuel Lecuona. *Manual sobre Gestión de Diseño para empresas que abren nuevos mercados*. [PDF].

Marcas con Historia. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

http://www.marcasconhistoria.com.ar/index_ext.php.

Metodología de diseño de marcas y sistemas de identidad. Gorricho. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <http://gorricho.com.ar/metodologia-de-diseno-de-marcas/>.

Hasso Plattner. Mini guía: una introducción al Design Thinking. Editado por Traducido al español por: Felipe González. [PDF].

Omán en verde: nuestra apuesta por las tintas ecológicas. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://www.omanimpresores.com/articulos/oman-en-verde-nuestra-apuesta-por-las-tintas-ecologicas/>.

Pinterest - Mosaicos. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://www.pinterest.es/pin/398287160771298955/>.

Pinterest - TFG Creació Gràfica. Pere Bàscones. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://www.pinterest.es/espainomada/tfg-creació-gràfica/>.

Planeta de Libros. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://www.planetadelibros.com/>.

Publicar en verde | Terra.org - Ecología práctica. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <http://www.terra.org/categorias/articulos/publicar-en-verde>.

Creative Market. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://creativemarket.com/search?q=brand+manual&categoryIDs=0>.

Stacked Magazines Mockup. [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019].

<https://www.anthonyboyd.graphics/mockups/stacked-magazines-mockup>.

Un sistema gráfico para las cubiertas de libros. Hacia un lenguaje de parámetros. Rosa Llop. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2014. [libro].

¿Qué información debe contener un Manual de Identidad Corporativa? [consulta en línea] [Fecha de acceso Octubre 2018 – Enero 2019]. <https://uzkiaga.com/blog/disenio-grafico/que-informacion-debe-contener-un-manual-de-identidad-corporativa>.