

# Diseño de la Identidad corporativa y promocional online para la Concejalía de Sanidad



# Comunicación Visual y Creativa

- La creatividad es entendida como una capacidad innata en todas las personas, la definiremos como la capacidad de generar nuevas asociaciones entre ideas y conceptos, donde nosotros como creativo produciremos soluciones originales, inéditas, innovadoras identificando con ello el valor que queremos aportar a nuestros clientes últimos.
- La comunicación visual va ligada al diseño gráfico, debemos de ser capaces de comunicar nuestros mensajes específicos mediante imágenes, dibujos, textos.
- La actividad del diseño gráfico no es solo idear, concebir, plasmar sino que hay que proyectar y realizar la comunicación visual producida para todos los medios precisos;
  - Digital: web, banners.
  - Impresa: folletos, papelería, cartelería...
  - Imagen: fotografías y video,Para transmitir el mensaje a los usuarios determinados.

## El proyecto TFG

---

- Crear la marca de un proyecto dentro de una Institución Pública. El fin de la misma es encontrar su propia identidad gráfica, construyendo a la vez el mensaje visual preciso, para poder plantear una comunicación visual que llegue al público objetivo.
- La creación de esta marca nueva, debía de tener la esencia de la propia historia de la institución el Ayuntamiento de Gandia, y plasmar el proyecto con los valores, características y sentimientos del mismo.
- Se busca encontrar la identidad gráfica que sitúe el proyecto tanto en el mapa local como nacional siendo necesaria una imagen que la diferencie de otros departamentos del ámbito local y que la sitúe con diferencia dentro de la red nacional de “Ciudades Saludables”.

## Consideraciones a tener presente

- Hoy en día la imagen es vital para cualquier empresa, individuo o servicio, proyecta todo lo que es en esencia y quiere transmitir. “una imagen vale mas que mil palabras”.
- Para lograr que esta nueva marca se haga visible y se mantenga en el tiempo se debe pensar en todos sus aspectos tanto estéticos como funcionales antes de definir ya sea logo, Imagotipo.
- Además se debe tener presente que el diseño no sea tan formal que pueda quedar obsoleto rapidamente ni tan vanguardista que provoque rechazo a los más tradicionalistas.
- La consideración final es pensar en la usabilidad del nombre en todas sus variantes visual, escrita y hablada. Y en conjunto no solo se debe ver al arte final propiamente dicho sino que hay que procurar transmitir toda la articulación que gira en torno a ella.

## Descripción

---

En el Trabajo Final de Grado es la creación de la Identidad Corporativa para el proyecto de la Concejalía de Políticas Saludables del Ayuntamiento de Gandia, este va a plantear una serie de opciones para hacerse visible y comunicar en el conjunto local y nacional, que constará de:

- Briefing, que establecerá las bases como el naming.
- Manual de Identidad Gráfica.
- Diseño de la página web y su plan comunicativo.
- Campañas promocionales, publicitarias online e impresas.

En conjunto como diseño gráfico se tiene que prestar atención tanto al manejo visual como textual, para una buena comunicación visual. Textos, formas, e imágenes. Parece simple pero a la vez es muy complejo.

# Objetivos

---

Los objetivos propuestos a conseguir en este TFG se clasifican en principales y secundarios:

## Principales:

- Según resultados de Briefing, desarrollar la imagen visual.
- Planificar y realizar todas las tareas de diseño gráfico y dirección de arte para concretar las aplicaciones impresas y online.
- Plantear una estrategia creativa de campaña en base a una investigación estética de la actualidad unida a los objetivos comunicativos y los objetivos claves del propio proyecto dándole el valor propio para llegar al público objetivo.

# Objetivos

---

## Secundarios:

- Poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el Grado Multimedia para desarrollar una metodología de trabajo que pueda impulsar el inicio de una actividad profesional.
- Investigar y plantear soluciones tecnológicas en función de las necesidades que sirvan para futuros proyectos de diseño, afianzando y adquiriendo nuevos conocimientos.
- Entrar en contacto directo con el mundo de la Identidad Visual Corporativa en mi ciudad.
- Desarrollar mis aptitudes creativas, a nivel profesional, aplicar las herramientas de diseño adecuadas al proyecto.

# Planificación

---

El desarrollo de este proyecto no ha sido lineal ni estanco, sino más bien cuatro grandes bloques por donde movernos para identificar y construir la idea y concepto, donde una fase nos lleva a otra.

**El marco del proyecto**, el mapeo, sentarme con el equipo del ayuntamiento, para determinar los límites del proyecto y que se quería realmente conseguir, así como dar valor a aquello a crear.

**Análisis;** recopilar toda la información a través del proceso de exploración desde logos históricos, las palabras claves, los valores, los sentimientos que despertaban en el equipo, la lluvia de ideas, para afrontar el *desafío del diseño*.

**Diseño;** que empieza con la ideación y el prototipo del logo marca, con diferentes diseños para un posterior testeo, una vez aprobada, empezamos con el diseño de la estructura de la Web, y el plan de comunicación visual, creación de todos los elementos que lo integran.

**Desarrollo;** La implementación final, creación del manual de identidad, la página web, y los banners publicitarios.

# Planificación

Las fechas de entrega claves marcadas por la UOC para este TFG son;

Evaluaciones	Descripción	Inicio	Fin
Pac1	<b>Definición y planificación</b> Elección, definición, objetivos, métodos, fases, tareas y herramientas del proyecto. (Primera versión de la memoria)	21-09-16	04-10-16
Pac2	<b>Método, herramientas y desarrollo</b> Inicio del desarrollo del proyecto, primeros hitos de la planificación, presupuesto, análisis de mercado (Segunda versión de la memoria)	05-10-16	02-11-16
Pac3	<b>Desarrollo del proyecto</b> Concluyendo fases, revisar documentación para subsanar errores y aplicar cambios. (Tercera versión de la memoria)	03-11-16	04-12-16
Pac Final	<b>Entregables del proyecto</b> Proyecto, memoria, presentación al público en general, presentación video para el tribunal de evaluación, auto informe, publicación de los mismos.	07-12-16	16-01-17

# Naming

El nombre es parte fundamental del imagotipo, mediante el Naming se intenta dotar del mejor nombre para el proyecto, que deberá estar integrado directamente en el logo, formando el Imagotipo.

Categoría		Nombre propuesto
Descriptivo.		Ciutat Saludable. Gandia. Gandia Saludable.
Acrónimos.	Nutrición + Ciudad. Nombre ciudad + Salud.	Nutricia. Gansa.
Libres-Históricos.	Diosa de la salud Griega.	Higía.
Creativos.	Salud y bienestar.	Amate.

Después de varias reuniones, con el equipo del departamento, y mediante la lluvia de ideas, quedo el cuadro anterior, eligiendo por unanimidad **“Ciutat Saludable. Gandia”**. Expresando lo que realiza el proyecto en sí.

# Benchmarking

Estudio de las tendencias actuales en la creación de logotipos así como de Diseño Web, para poder generar ideas antes del bocetaje.



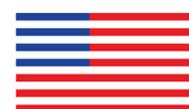
Hexágono



Formas simples



Formas Geométricas



Barras simples



Diseños Responsive una sola página



Diseños Responsive varias páginas

# Benchmarking

Estudio histórico del logo del Ayuntamiento de Gandia y Ciudades Saludables.

Histórico Ayuntamiento:



Utilizados hasta 2007



Utilizados Actualmente



Logos de proyectos del ayuntamiento

Ciudades Saludables:



Algunos ejemplos para ir cogiendo ideas

## Imagotipo

---

Las formas, elementos, símbolos, colores, tipografía, eslogan, donde cada uno tiene una importancia y significado guardando una relación con el resto, en conjunto. Tiene que ser capaz de definir el conjunto de características humanas asociadas al proyecto, sus rasgos, su personalidad, que la diferencie y la haga única.

Elementos Utilizados:

1. **Componente verbal:** El naming “Ciutat Saludable. Gandia”
2. **Componente icónico :** diseño gráfico creado compuesto, las dos partes de la ciudad Gandia y Grau, sus gentes haciendo deporte.
3. **Componente cromático:** colores primarios morado, azul y verde, colores secundarios naranja que identifican sus rasgos.
4. **Componente psicológico:** las emociones plasmadas en las torres del escudo convertidas en la ciudad, esa unión de las dos partes, los valores de salud, igualdad y los colores que evocan las sensaciones feminidad, masculinidad, elegancia, inteligencia....

## Imagotipo características que debía tener

---

Debe de reconocerse la ciudad y sus gentes.

Transmitir el valor único, unión, igualdad y “Salud”.

Transmitir movilidad.

Se transmite en las dos lenguas fácilmente (Castellano-Valenciano).

Fácil de distinguir entre otros similares.

Indica características propias del servicio y la ciudad.

Fácil de recordar para el usuario final .

# Imagotipo Creación

Parte1; Historia, Ciudad. Líneas simples



Parte 2; símbolos formas, Gentes, ciudadanos movilidad salud:



Parte 3; Naming y el valor final la salud:

Ciutat **Saludable**  
**GANDIA**

Imagotipo final:



## Definir colores

Es muy importante tener definidos los colores para nuestro Imagotipo y tenerlo disponible para ser utilizado, reproducirlo y no tener distorsiones ni modificaciones ni en colores ni en tipografías.

### Colores principales:



Violeta Fuerte  
Pantone 260 C



Violeta Claro  
Pantone 258 C



Azul Fuerte  
Pantone Blue C



Azul Claro  
Pantone 285 C



Verde  
Pantone 361 C

### Su significado y emoción psicológica

Violeta; color de la ciudad de Gandia, nos da calma, también representa el autocontrol y el feminismo o a la mujer.

Azul; color del mar del Grao-Playa, da sensación de transparencia, de cielo, agua, seriedad, seguridad y al hombre.

Verde; vida, salud, libertad, juventud, naturaleza, y renovación.

### Colores secundarios:



Naranja  
Pantone 166 C

Naranja; vida, salud, libertad, juventud, naturaleza, y renovación.

## Definir tipografía

Las tipografías a utilizar también se definen su uso para una correcta utilización.

Tipografía principal:

**Myriad Pro - Bold**

**abc def ghi jkl mno p qrs tuv wxyz**

**ABC DEF GHI JKL MNO PQRS TUV WXYZ**

Myriad Pro - Regular

abc def ghi jkl mno p qrs tuv wxyz

ABC DEF GHI JKL MNO PQRS TUV WXYZ

Tipografía Secundaria:

Garamond - Regular

abc def ghi jkl mno p qrs tuv wxyz

ABC DEF GHI JKL MNO PQRS TUV WXYZ

**Garamond - Bold**

**abc def ghi jkl mno p qrs tuv wxyz**

**ABC DEF GHI JKL MNO PQRS TUV WXYZ**

*Garamond- Italic*

*abc def ghi jkl mno p qrs tuv wxyz*

*ABC DEF GHI JKL MNO PQRS TUV WXYZ*

Myriad Pro - Bold se utilizará para los etiquetados de texto que se quiera destacar para dar un énfasis.

Myriad Pro - Regular es la tipografía principal utilizada en el logotipo. Se usará como tipografía estándar para los títulos y etiquetados.

Garamond Regular es la tipografía secundaria utilizada para todas las otras formas de cuerpo de texto estándar.

Garamond Bold se utilizará para el texto que se quiera dar un énfasis.

Garamond Italic se usará para los neologismos, abreviaturas y otros términos especiales..

## Imagotipo definitivo

Combinando todo ello y dándole el peso en el espacio a cada elemento se consiguen las premisas establecidas. La cualidad de la movilidad la dan los deportistas. Las posiciones de cada elemento dan profundidad y cada uno es reconocible fácilmente. Quedando de la siguiente forma.

Imagotipo a color



Imagotipo Blanco y negro, contratipo.



Pretendemos que este Imagotipo, se popularice, se interiorice en los ciudadanos y que con el tiempo, se puede reconocer de inmediato, formando parte de cada individuo sin incluso aparecer el nombre de la ciudad Gandia.

## Identidad debe responder

---

¿Cómo queremos ser vistos? Con nuestro Imagotipo, y el valor de ciudad y salud.

¿Quién es el mercado y a quién va dirigido? Los ciudadanos de cualquier edad, tanto locales, nacionales.

¿En qué lugares se mostrará el logo? En material interno, externo, tanto impreso como digital, (papelería, tarjetas de presentación, publicidad, internet, etc.).

¿Transmitirá el mismo mensaje donde se coloque? Siempre debe de transmitir el eslogan, el mismo.

¿Un cambio de idea o estrategia requiere un cambio Imagotipo? No.

Las reglas de utilización se establecen y diseñan en el **manual de identidad con el máximo detalle.**

## La web

---

Empezamos con el análisis de las tendencias para poder determinar nuestra estructura de la misma, definiéndonos que esta fuera **Diseño Responsive** es decir que se pueda visualizar en distintos dispositivos ya sea móvil, Pc o Tablet.

Luego establecemos **la estructura**, que viene determinada por los elementos en común siendo:

- **Encabezado;** Donde incluimos el logotipo el menú horizontal, espacio de redes sociales y de idiomas, esto debe ser fijo en todas las páginas de la web.
- **Cuerpo;** Varía, es el espacio central, que cambia a lo largo de las páginas, ya que lo determina el contenido de cada sección, pero todas con un mismo estilo y coherencia dando unidad al sitio web.
- **Pie;** Común para todas las páginas, con información general, normas legales, redes sociales, y la sección de donde encontrarnos y como.
- **Navegación;** Determinamos el árbol de contenido del sitio, así como sus detalles internos como el buscador en determinadas partes, y su interactividad.

## La web

---

**Diseñamos;** los iconos, pictogramas, los botones, así como el estilo a aplicar a los elementos de imagen, video, o documentación.

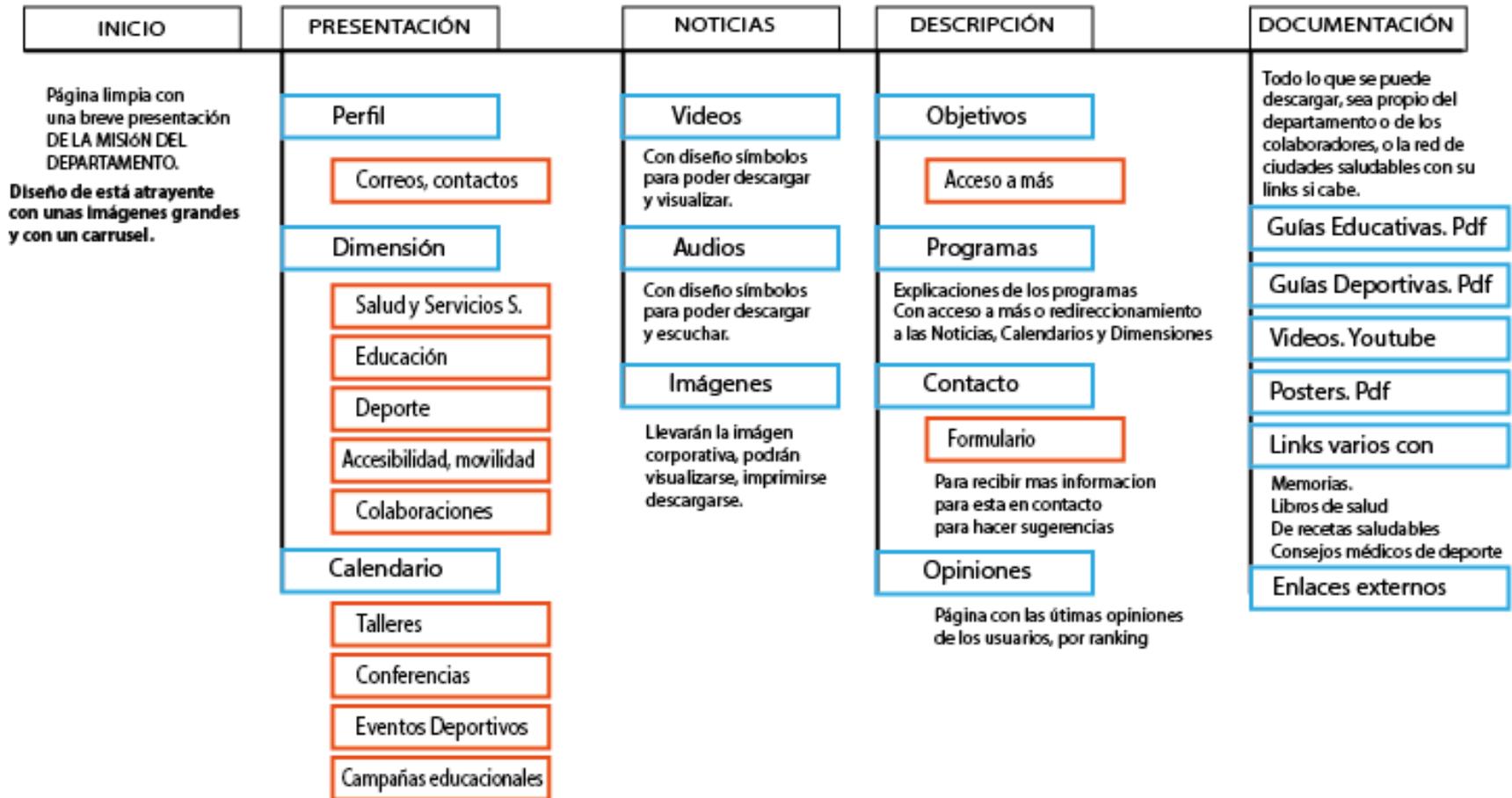
Creamos todos **los Wireframes**, tanto en Baja Calidad, para la aprobación como los Wireframes de Alta Calidad.

Realizamos un **test heurístico**, con usuarios reales, para ver su funcionabilidad, su navegación y lo mas importante si el diseño grafico en todo su conjunto, la comunicación visual ha sido comprendida sin especificarla, como es el Imagotipo y color principal.

Se **analizan los resultados de los test**, y se realizan las recomendaciones para generar el Wireframe de Alta calidad definitivo. Que pasaría ya a programación con Css y Html o software de código abierto para crear webs como **Wordpress**.



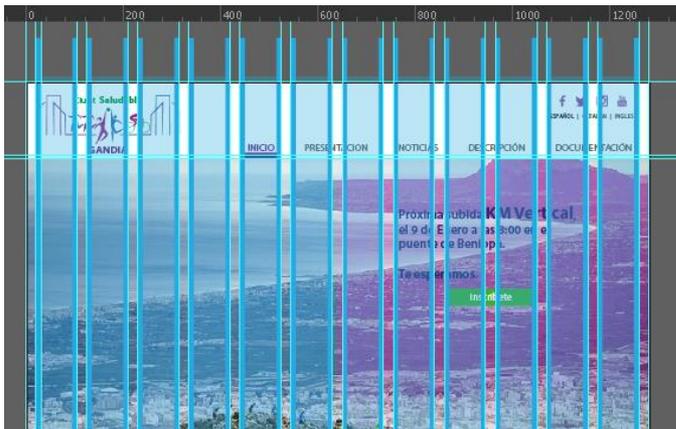
## El árbol de contenidos del sitio web



## Diseño de elementos web

Cada elemento de la web, mantiene los colores primarios y secundarios siguiendo un planteamiento acorde a la imagen corporativa, tanto en su estructura varias páginas, distribución a columnas de 1, 4 y 2, formas de iconos, pictogramas siguiendo lo que nos marcan los pictogramas del imagotipo, así como un tratamiento del espacio mediante un grill de 12 columnas, para que mantengan todo en conjunto una unidad, concordancia y equilibrio. Manteniendo un diseño dentro de la línea minimalista, modernista.

**Grill o Rejilla;** La tendencia actual es diseñar dentro de una rejilla para facilitar el trabajo ya sea a los programadores o seguir el diseño responsive, que permite un mejor tratamiento tanto en CSS como en HTML5.



Optando por la rejilla de 12, que permite una mejor distribución posterior en columnas de 2, 3, 4, 6..

## Diseño de elementos web

**Menús;** Sencillo, claro, y estructura lineal. Cada elemento del mismo se resalta al quedar activado, con un línea, propia del Imagotipo que representaría el paso (paseo que da acceso a Gandia y Grau) función de acceder a otro nivel del sitio web.

INICIO
 PRESENTACION
 NOTICIAS
 DESCRIPCIÓN
 DOCUMENTACIÓN

INICIO
PRESENTACIÓN
NOTICIAS
DESCRIPCIÓN
DOCUMENTACIÓN

INICIO
PRESENTACIÓN
NOTICIAS
DESCRIPCIÓN
DOCUMENTACIÓN

**Web,** posición Horizontal, Letra condensada.

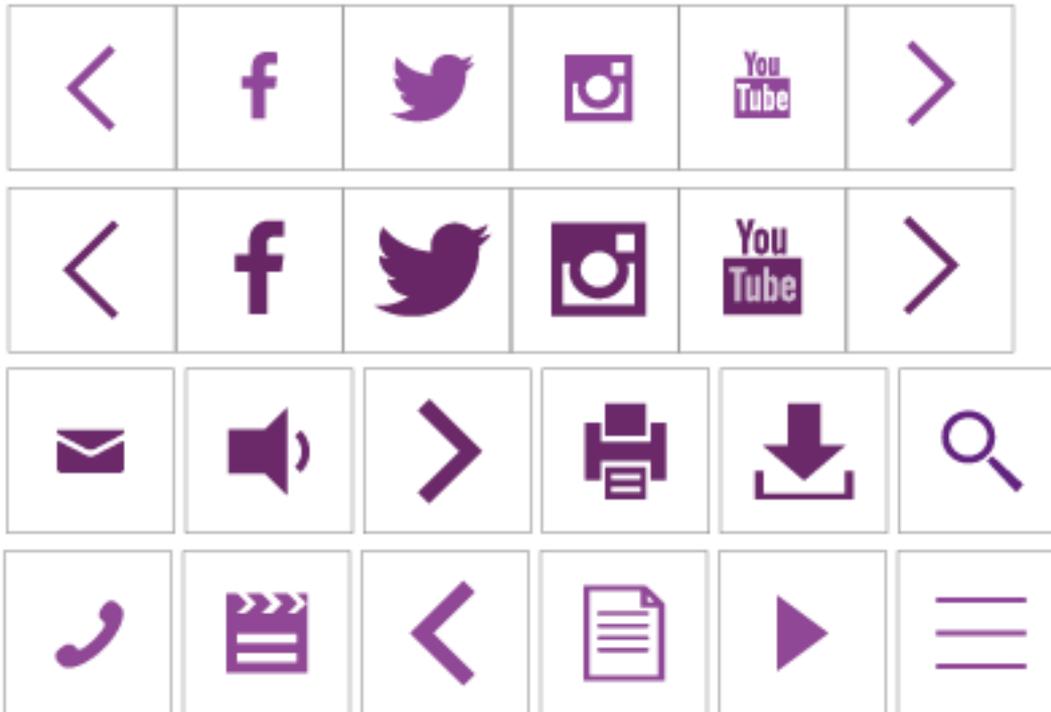
- **Activo** color principal al texto y línea.
- **Inactivo** color gris, sin línea.

**Móvil,** posición Vertical, Letra condensada.

- **Activo** botón tipo recuadro con fondo blanco, borde color principal, y en el centro el texto y línea.
- **Inactivo** botón color gris, sin línea letra de color gris.

## Diseño de elementos web

**Iconos;** Se crean toda una serie de iconos que serán comunes tanto en web como en diseño móvil, siguiendo la línea **geométrica sencilla lineal**. La interacción de activo inactivo se denotara por los colores de fondo y del propio icono. Siendo estos los de redes, flechas, descargas, impresión...



**Estado inactivo** color violeta claro o blanco.

**Estado activo** color violeta fuerte el principal.

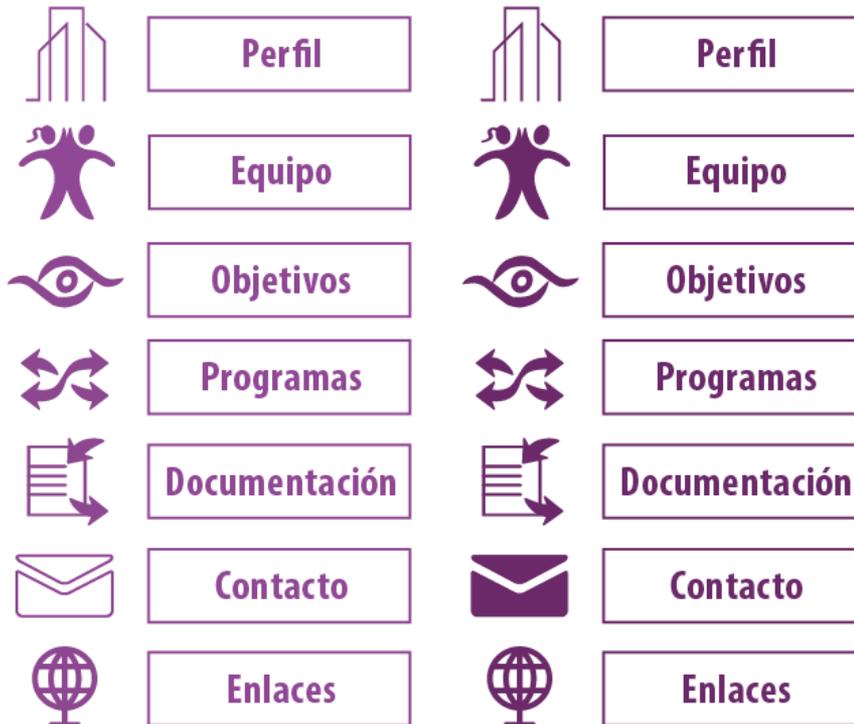
**Tamaño,** varia según su lugar en la estructura del diseño.

Se mantienen dos medidas:

- Icono **de 25**, dentro de el recuadro de 62.
- Icono **de 35**, dentro del recuadro o espacio de 62.

## Pictogramas acompañan título sección

**Pictograma de sección;** Se crean una serie de pictogramas icónicos que acompañaran a las secciones al lado del título de los mismos, teniendo dos estados activo y desactivo. Su diseño sigue las líneas de los pictogramas del logo e intenta representar visualmente a la propia sección.



**Estado inactivo** color violeta claro o blanco que acompaña al título como se ve en esta línea.

**Estado activo** color violeta fuerte el principal.

**Navegación**, en scroll, al pasar por encima se activa y va a ese lugar quedando activo con el color primario.

## Botones

**Botones;** Se crean tres tipos de botones los que se encuentran en alguna parte importante y llevan a una página interior como insíbete, que nos llevaría a la sección Contacto. Cuyo color de fondo es verde y letras en blanco para incitar y realzar, al activarse se convierte en violeta y blanco.



Un segundo botón que abre una ventana inferior dando toda la información, que está compuesto por elementos icónicos creados para cada una de ellas sería la sección de Dimensión, dentro de la página principal.



Un tercer botón que se encuentra en los apartados de búsqueda.



## Botones creados



## Diseño Imágenes

**Imágenes;** Estas son de gran importancia para transmitir valores e informar por ello a ser posible debíamos coger primeros planos, con sentimientos o grandes planos para eventos deportivos, conferencias .. debido a la propia temática de la web.

Se crea un **estilo propio** *dividir la imagen en dos mitades*, simbolizando la división de la ciudad y el grao y se aplica a cada parte un estilo distinto una parte se mantiene todos los colores y la otra se aplica un filtro de violeta claro o azul, evocando la luz y color y los colores propio de la ciudad.(Gandia violeta, playa azul)

Pero también mantenemos imágenes sin aplicar estilo como serían las de perfil o las de documentación que lleva la propia imagen.



# Diseño Estructura

“Construimos una Ciudad Saludable.  
Participa, Disfruta, Aprende.  
Te escuchamos, cuidandote, descubrimos Gandia.”

Esta página se le informara de todas las actividades, talleres, e infraestructuras que este nuevo departamento esta generado para usted. Esperamos que la visita sea de su agrado. El departamento y sus funcionarios están disponibles para resolver cualquier duda o informar de todo aquello que necesiten.

Estamos a la escucha de aquellas necesidades de nuestros ciudadanos y sus necesidades, escuchando, informando y gestionando. No dude en contactar con nosotros.

La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.  
**Organización Mundial de la salud**

Una ciudad saludable es aquella en la que se logra un pacto social entre las organizaciones representativas, las instituciones de varios sectores, y las políticas municipales.  
**Mejorar la calidad de vida.**



Una Ciudad Saludable es aquella que da una alta prioridad a la salud en todas sus actuaciones. Cualquier ciudad puede ser saludable si se compromete con la salud, tiene una estructura para trabajar por ella y comienza un proceso para conseguir más salud.

La salud es algo más que la ausencia de enfermedad o la actividad curativa de los servicios sanitarios: puede crearse si el entorno donde vivimos nos facilita estilos de vida más sanos. Las acciones dirigidas a mejorar la salud deben actuar de manera más amplia y tener en cuenta los distintos sectores implicados.

Por ello realizamos, conferencias para el público, talleres de prevención a la ciudadanía, formación a profesiona, desayunos saludables en las escuelas, manuales infantiles y para adultos de la buena alimentación, así como de valores de nuestra dieta mediterránea.

La web debe ser limpia, minimalista, muy visual, y clara.

Para ello diseñamos la estructura con grandes espacios vacíos consiguiendo con ello **dar aire** al contenido ya sea gráfico, textual o de imagen, así como conseguir una elegancia visual.

Debido al contenido del sitio web, se realizan distintos tipos de distribución del espacio según el contenido;

- 1 columna textos generales
- 2 columnas (Perfil)
- 3 columnas (Galería de imágenes)
- 4 columnas (Equipo)
- 6 columnas (Dimensiones)

# Diseño Estructura

Aquí encontraras tus últimas noticias.

Eventos, Audios, Videos e Imágenes.

Introduce texto a buscar

FILTRADO FECHAS:  
desde formato dd/mm/aa

FILTRADO TIPO:  
 Video  Audio  
 Imagen  Todo

Nuestros audios



Nuevo Canal Youtube



El contenido de la parte más visual se encuentra en noticias, aquí **hemos intentado realizar un estilo tipo picteres con una distribución de estructura distinta**, manteniendo 3 columnas, de diferentes tamaños, y anchuras, pero manteniendo una columna en la parte izquierda, otra en el centro y la tercera a la izquierda.

## Wireframes



INICIO PRESENTACION NOTICIAS DESCRIPCION DOCUMENTACION



Proxima subida **KM Vertical**, el 9 de Enero a las 8:00 en el puente de Beniopa.

Te esperamos

Inscríbete

“Construimos una ciudad Saludable. Participa, Disfruta, Aprende. Te escuchamos, cuidandote, descubrimos Gandia.”

Esta página se le informara de todas las actividades, talleres, e infraestructuras que este nuevo departamento esta generado para usted. Esperamos que la visita sea de su agrado. El departamento y sus funcionarios están disponibles para resolver cualquier duda o informar de todo aquello que necesiten.

Estamos a la escucha de aquellas necesidades de nuestros ciudadanos y sus necesidades, escuchando, informando y gestionando. No dude en contactar con nosotros.

La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.

Organización Mundial de la salud

Una ciudad saludable es aquella en la que se logra un pacto social entre las organizaciones representativas, las instituciones del sector sanitario, y las políticas municipales.

Mejorar la salud de vida.



Salud

Participación

Ayuda

Espacios Públicos

Actividades Formativas

Actividades Deportivas

Una Ciudad Saludable es aquella que da una alta prioridad a la salud en todas sus actuaciones. Cualquier ciudad puede ser saludable si se compromete con la salud, tiene una estructura para trabajar por ella y comienza un proceso para conseguir más salud.

La salud es algo más que la ausencia de enfermedad o la actividad curativa de los servicios sanitarios: puede crearse si el entorno donde vivimos nos facilita estilos de vida más sanos. Las acciones dirigidas a mejorar la salud deben actuar de manera más amplia y tener en cuenta los distintos sectores implicados.

Por ello realizamos, conferencias para el público, talleres de prevención a la ciudadanía, formación a profesiona, desayunos saludables en las escuelas, manuales infantiles y para adultos de la buena alimentación, así como de valores de nuestra dieta mediterránea.

NOTA LEGAL | CONTACTA | ACCESIBILIDAD

ciudad.saludable@gandia.es | Ayuntamiento Baza, Plaza Mayor | 962 840 000



INICIO PRESENTACION NOTICIAS DESCRIPCION DOCUMENTACION



Video de Presentación Ciudad Saludable Gandia, mostrándonos la ciudad con sus actividades, actuales, las futuras y el equipo de trabajo encargado.

\*El video se activa nada mas se accede.

Perfil

Gandia cuenta con 6 distritos municipales y una población de 80.000 habitantes, en 6 Barrios, y dos áreas geográficas, diferenciadas, pero unidas, el Gras y Gandia Ciudad.

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las impresoras y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro de textos.

Lorem Ipsum es simplemente el texto de relleno de las impresoras y archivos de texto. Lorem Ipsum ha sido el texto de relleno estándar de las industrias desde el año 1500, cuando un impresor (N. del T. persona que se dedica a la imprenta) desconocido usó una galería de textos y los mezcló de tal manera que logró hacer un libro.

Equipo



Lideressa Gil Climent  
Concejala

es Senadora de Alicante, Concejala Delegada de Sanidad Pública, Políticas Sociales y Relaciones Internacionales. Licenciada en Anglología por la UN. Profesora de profesión. Desde el año 1995, habiendo pasado por la Concejalía de Cultura, Seguridad Ciudadana, Deportes, Juventud, Bienestar Social. Habla Castellano, Inglés, Francés, Alemán y Valenciano.



Loles Llacer Navarro  
Jefa de departamento



Nacho Sola Vila  
Psicólogo del departamento



Mati Selser Vidal  
Nutricionista del departamento

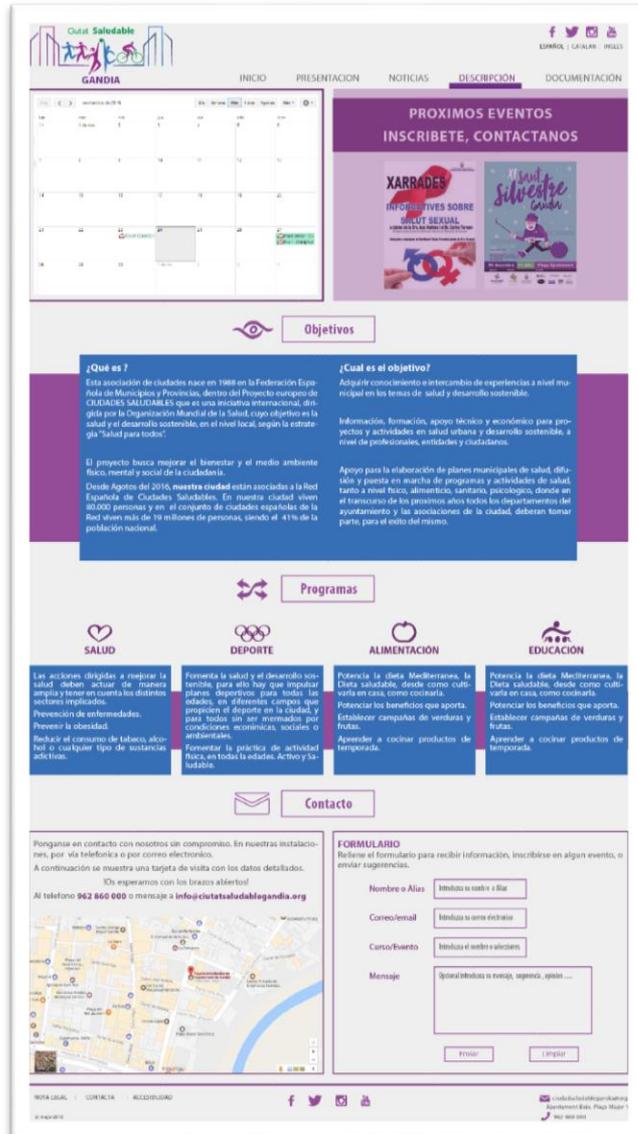
NOTA LEGAL | CONTACTA | ACCESIBILIDAD

ciudad.saludable@gandia.es | Ayuntamiento Baza, Plaza Mayor | 962 840 000

## Wireframes



# Wireframes



## Presupuesto

El presupuesto lo abordamos teniendo en cuenta, tanto el equipo humano, como las herramientas técnicas a utilizar, y los recursos externos ya fueran estos, servicios o estudios. Por ello se determina tanto la tarea que se desarrolla por parte de cada uno, las horas que le dedica y el precio por hora, variando según apartado.

Cuyo coste total del proyecto asciende a **9.182, €**

CONCEPTO	TAREAS	Nº HORAS	PRECIO €/H	TOTAL
Diseñadora Gráfica	Creación y Diseño de la identidad corporativa.	60	40	2.400,00 €
Diseñadora Multimedia	Desarrollo de la arquitectura de la información.	70	35	2.450,00 €
Estudio de Mercado	Estudio de mercado, análisis DAFO,...	30	35	1.050,00 €
Licencias software	Licencias del paquete Adobe Creative CS6.			72,00 €
Dominio Web	Compra del dominio Web www.ciutatsaludablegandia.com			10,00 €
Dirección del proyecto	Seguimiento y Control del proyecto.	80	40	3.200,00 €
			<b>TOTAL</b>	<b>9.182,00 €</b>
				8€/Mes

# Usuarios

---

El proyecto no tiene un usuario concreto, va dirigido a toda la ciudadanía desde niños hasta la tercera edad, siendo este abanico muy diverso en edad, en intereses y situación socioeconómica y cultural.

Nuestro público objetivo último es llegar a todos los ciudadanos, plataformas, instituciones, empresas dedicadas al deporte, salud, educación, alimentación.

Por todo lo anterior los clasificamos en dos apartados:

- **Según la interacción con el sitio web**
  - Usuario navegante; se informa.
  - Usuario afiliado; accede con asiduidad e interactúa.
  - Editor; funcionario que tiene acceso al sitio web y pueden actualizar los contenidos.
  - Administrador; encargado del sitio web y su funcionamiento.
- **Como se conectan a la web:**
  - Conocedor; Perfil mediana edad y jóvenes con o sin estudios, pueden estar relacionados con algún servicio o no.
  - No conocedor; no domina internet, suelen ser muy jóvenes o de mayor edad, interesados en los servicios o que acceden por azar.

## Test

Realizamos una **evaluación heurística** así como **un test** a dos grupos de usuarios que se encuentran en el abanico de la clasificación, con el fin de analizar e inspeccionar minuciosamente la interface desde los modelos HI-FI para determinar si cada uno de sus elementos se adhieren o no a los principios de usabilidad, **diseño** y arquitectura de la información.

Siguiendo los diez principios de Nielsen para establecer si el usuario puede navegar fácilmente, con una experiencia positiva, aportándole valor, ya sea **por el diseño, como por los contenidos que el sitio presenta**, consiguiendo que se encuentre cómodo, le guste lo que ve, como se presenta y entienda sin tener que recordar **el logo, los colores, la información y la navegación**, siendo optima y precisa.

Se realizaron 10 cuestionarios, pretest, test y posttest, y se **recopilaron los datos aportados**, estos se **analizan**, y **las conclusiones se plasman en nuevas versiones (resultado los Wireframes anteriores)**.

Los Wireframes del test se realizaron en línea con la aplicación Marvel.com

<https://marvelapp.com/3213iee>

<https://marvelapp.com/1b161b8>

## Usabilidad

---

La usabilidad es primordial en el desarrollo web, no tenemos que tener solo contenido o diseño, sino que todo junto debe de aportar valor al usuario final además de crear en él la sensación de una experiencia gratificante no frustrante.

Con el test pretendíamos mejorar la usabilidad de la web, con estas características mínimas;

- Navegación, eficacia y eficiencia.
  - Varios tipos de navegación.
- Contenido, claro, conciso y estructurado.
  - Buscadores para los mas expertos.
- Diseño flexible, entendible, aspecto visual agradable.
  - Menús claros, y en lugares donde se espera.
  - Iconos reconocibles y fáciles de usar.
  - Colores, y formas, descriptivos por si solos.
- Que el usuario tenga el control en cada momento.
  - Páginas fáciles de aprender y recordar.

## Banners

---

Para el plan de publicidad online, se establece la creación de cada nuevo curso o servicio mediante banners, ya sean verticales o horizontales en la propia página del ayuntamiento, como en todas las que se puedan entrar.

El banner también se da en formato estático para publicidad, en el propio departamento, escuelas o la inclusión en alguna revista o periódico de tirada local.

Esto los diseñamos para cada nuevo curso, conferencia, o evento, su **intención última es llamar a la acción y comunicar el mensaje.**

**El diseño de los mismos,** siempre seguirá el manual de identidad y los colores primarios, aunque pueden variar los pictogramas, para dar mayor juego o provocar alguna experiencia en los usuarios finales.

Se realizan con Illustrator (para poder ser impresos) y Anímate para poder ser incluidos en los sitios web que se acuerden.

## Banners Verticales



**CICLO DE CONFERENCIAS**

Sobre la salud para todos los ciudadanos

Profesionales de la salud, el deporte, y la alimentación, nos informaran y formaran para poder conseguir el equilibrio entre nuestra salud, la alimentación y nuestra ciudad.

[ciutatsaludable@gandia.org](mailto:ciutatsaludable@gandia.org)

**GRATIS, INCRIBETE**

Tamaño de 300 x 600

Tamaño de 160 x 600



**OSTEOPOROSIS**

Taller de 15:00 a 16:00, Martes y Jueves, C/ Barcelona nº1.

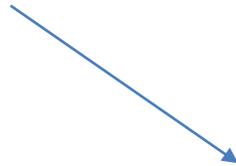
Es un programa de prevención, con sesiones de 60 minutos, de calentamiento, suaves y estiramientos.

[ciutatsaludable@gandia.org](mailto:ciutatsaludable@gandia.org)

**INSCRIBETE,  
!YA!**

## Banners Horizontales

Tamaño de 700 x 250



**Ciutat Saludable**  
GANDIA

**DEPORTES AL AIRE LIBRE**  
Este trimestre, tenemos varios eventos deportivos donde puedes participar, disfrutar o aprender, individualmente o en familia

**VEN, PARTICIPA DE TU CIUDAD**  
ciutatsaludable@gandia.org

Tamaño de 728 x 90, además este sería también dinámico, canales de Youtube, intros de video...



**Ciutat Saludable**  
GANDIA

**TALLERES**  
**CURSOS**  
**CONFERENCIAS**

Salud  
Alimentación  
Deporte

**PROFESIONALES**  
**CIUDADANOS**  
**DEPORTISTAS**

**LAS 24 HORA EN LA CIUDAD**  
Todo esta disponible en nuestra pagina web, o en nuestra redes sociales, dedicate 30 minutos diarios.

f [Twitter] [Instagram] [YouTube]

## Futuro

---

La proyección de futuro pasará por varias etapas y mejoras:

- **Implementar la web.** Realizar todo el apartado de la programación ya sea mediante lenguajes propios como HML5 o con software Wordpress, tanto para pc como para móvil.
- **Creación del espacio social, es decir en todas la redes sociales,** que después de un estudio se vieran más viables de mantener y actualizar, con un personal formado para poder generar una participación activa y ser un foco hoy en día principal de publicidad y registro en el subconsciente de los ciudadanos, generando más seguidores.
- **Creación de una animación para intros;** Donde los protagonistas fueran los pictogramas y la ciudad, de unos 10 segundos. Que pudieran visualizarse en videos propios del ayuntamiento de Gandia.
- **Creación de un video promocional;** como complemento a la campaña de marketing de publicidad online, que presentará todo el departamento y los servicios que se realizará, sirviendo de presentación y publicidad al mismo tiempo.



**Muchas gracias...**