

memoria

TRABAJO FINAL DE GRADO. JUNIO 2017

Alberto Alarcón

PIMPIL. *funny cooking*

Identidad visual de una empresa
que se quiere diferenciar



Índice

1. Introducción	3
2. Definición de la empresa	4
3. Estudio de mercado	5
4. Naming.....	7
5. Creación logotipo y tagline.....	9
6. Proceso creativo del logotipo	11
7. Creación manual identidad corporativa.	13
8. Web.....	15
9. Video	21
10. Folleto explicativo	22
11. Bibliografía	23
12. Anexos.....	25

1

1. Introducción

Esta memoria es la explicación de los diferentes trabajos realizados para el Proyecto final de Grado.

Para la realización del Proyecto Final de Grado se ha calendarizado cada apartado a través del programa Ganttter (software para realizar el “project management”).

Con este tipo de software vemos la evolución y si se cumplen los tiempos estipulados. También se puede marcar diferentes extrategias en caso de no poder seguir lo marcado.

▣ PAC 2 - Desenvolupament i consolidació I	23d?	06/03/2017	05/04/2017
Estudio de mercado	5d	06/03/2017	10/03/2017
Naming	2d	10/03/2017	13/03/2017
Enseñar al tutor	1d	13/03/2017	13/03/2017
Creación logotipo y slogan	5d	14/03/2017	20/03/2017
Creación manual identidad corporativa. Elementos básicos	10d	17/03/2017	30/03/2017
Enseñar al tutor	1d?	30/03/2017	30/03/2017
Informe para UOC	5d	30/03/2017	05/04/2017
▣ PAC 3 - Desenvolupament i consolidació II	22d?	06/04/2017	05/05/2017
Creación manual identidad corporativa. Aplicaciones	5d	06/04/2017	12/04/2017
Publicidad	4d	12/04/2017	17/04/2017
Enseñar al tutor	1d?	17/04/2017	17/04/2017
Desarrollo prototipo web	4d	17/04/2017	20/04/2017
Enseñar al tutor	1d?	20/04/2017	20/04/2017
Diseño web	8d	21/04/2017	02/05/2017
Informe para la UOC	4d	02/05/2017	05/05/2017
▣ Lliurament final	29d?	10/05/2017	19/06/2017
Creación storyboard para el vídeo	3d	10/05/2017	12/05/2017
Enseñar al tutor	1d?	12/05/2017	12/05/2017
Creación del vídeo explicativo del trabajo	10d	15/05/2017	26/05/2017
Creación memoria del trabajo	10d	26/05/2017	08/06/2017
Margen seguridad	8d	08/06/2017	19/06/2017

Tabla trabajada en Ganttter

Link del archivo para trabajar online:

<https://drive.google.com/open?id=0B2n75SJPfLTKY3BWampwMTFzWEE>

El software utilizado para realizar el trabajo son del paquete Adobe CC 2017. Illustrator para diseñar, Photoshop para retocar las imágenes, Premier para edición de vídeo, Indesign para maquetar, Muse para crear la maqueta de la web, Audition y After Effects para retoques en el vídeo.

2

2. Definición de la empresa

PIMPIL es una compañía nueva que se dedica al diseño y distribución de productos de cocina.

Sus productos están enfocados a las familias que quieren compartir momentos con sus hijos en la cocina, PIMPIL ofrece una gama de productos para disfrutar juntos.

Hay dos líneas de productos: eléctricos y de silicona. Dentro de los productos eléctricos encontramos heladeras o máquinas de hacer cupcakes. En la línea productos de silicona tenemos por ejemplo moldes para hacer gofres o magdalenas.

La empresa, a través de diferentes empresas en China, consigue fabricar con gran calidad a un coste competitivo.

El funcionamiento de la compañía es sencillo. Ofrece el producto a grandes distribuidoras como Aldi o Carrefour. Cuando se realiza un pedido por parte de estas empresas, se empieza a fabricar en China. De esta manera se consigue tener un stock 0.

PIMPIL introduce mejoras en productos que ya se fabrican en China para conseguir un mejor diseño y calidad en el acabado. El diseño del packaging se realiza desde Barcelona y una empresa externa se dedica a controlar la calidad de la producción en China.

Uno de los elementos que se introduce en los productos PIMPIL es el color. Se utiliza el color para que el producto final tenga un carácter más desenfadado y sea más atractivo para el público infantil.

3

3. Estudio de mercado

La actividad de PIMPIL no es nueva en el mercado español, existen diferentes empresas con actividades parecidas.

Si buscamos por Internet productos de cocina focalizados en niños-familia nos aparecen los productos de las grandes empresas de distribución, ellos saben, pueden y tienen un buen posicionamiento SEO.

IKEA, por ejemplo centra su mayor negocio son los muebles, pero también podemos encontrar una amplia gama de utensilios de cocina aunque estos no están pensados para familias.

Flying Tiger Copenhagen o Ale-Hop también tienen productos de cocina. Ambas empresas ofrecen una amplia abanico de productos muy económicos y con un diseño aceptable. En las webs de ambas compañías nos muestran sus productos y algunos servicios más pero no podemos comprar sus productos online.

Las compañías de regalos para empresas también tienen en sus catálogos productos de cocina, pero no hay una gran variedad y la calidad no es muy buena. Un ejemplo lo podemos encontrar en Dono-Dare.

Lekue sería un claro ejemplo de productos de cocina con un buen diseño. La empresa anteriormente fabricaba la marca blanca de grandes empresas de distribución. La estrategia de negocio cambió porque no podía competir con los precios que ofrecían en Asia. Añadió el diseño a sus productos que fabricaba en La Llagosta (Barcelona) y creó su propia marca y su red de distribución. El resultado fue muy bueno y actualmente tiene una fábrica en China.

Este es un buen ejemplo de cómo el buen diseño da valor a un producto y utilizado oportunamente consiguió que una fábrica en quiebra sea ahora una empresa con un gran crecimiento.

Otra empresa parecida a PIMPIL es Jocca. La empresa zaragozana tiene en su catálogos una sección de productos de cocina. Jocca empezó el negocio suministrando a grandes distribuidoras productos que compraba en China. Ahora tiene una fábrica en China (donde fabrica parte de sus productos), almacenes en Zaragoza y Valencia. Desde hace poco Jocca también vende sus productos online.

Si evaluamos a la competencia a nivel gráfico de marca, podríamos clasificarla en 2 grupos.

3

El primer grupo estaría formado por empresas que, aun con estrategias comerciales diferentes, cuidan mucho la imagen corporativa y apuestan fuertemente por ésta para diferenciar sus productos. IKEA, Flying Tiger Copenhagen o LÉKUÉ son ejemplos de empresas de este tipo.

flying tiger
copenhagen

LÉKUÉ

El segundo grupo aglutinaría empresas que descuidan su imagen. La marca queda en un segundo plano. Hay muchos puntos de mejora como el marcaje o el packaging. La imagen que nos transmite es de producto de poca calidad, aunque sea el mismo producto que vende LÉKUÉ. Ejemplos de este grupo pueden ser Jocca y Jata.

JOCCA
HOME&LIFE

Jata

4

4. Naming

El nombre de la nueva empresa tenía que cumplir una serie de requisitos como:

- Que sea corto
- Fácil de recordar
- Que no sea malsonante
- Que se pueda pronunciar igual en diferentes idiomas
- Que se pueda relacionar con la cocina
- Que tenga un carácter lúdico.
- Que se pueda registrar y no haya problemas con los dominios.

Para evitar problemas con el registro del nombre consulté a expertos en el ámbito legal y me recomendaron lo siguiente:

- Que no sea un nombre común
- Que si es un nombre común juegue con diferentes idiomas (blue mar) o bien cambie alguna grafía (por ejemplo klinika).

Se trabajó con tres propuestas:

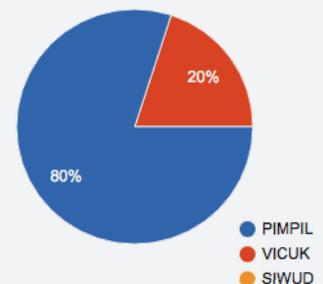
SIWUD, VICUK y PIMPIL.

Se realizó una encuesta a personas del mundo de la imagen corporativa y la seleccionada por una gran mayoría fue PIMPIL

METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA:

- Se selecciona a las personas que participaran en la encuesta. Seis personas relacionadas con la actividad (3 diseñadores gráficos, 1 persona de comunicación, 1 logística, 1 relación con proveedores).
- Se crea una encuesta con Google Form. En ésta se explica la actividad de la empresa. Después se da ha escoger a los participantes una de las 3 opciones planteadas.
- Se envía un email individualizado para cada participante.
- Todos los participantes responden a la pregunta.

Resultado de la encuesta realizada con Google Forms



4

Una vez escogido el nombre comercial de la empresa se comprueba que no esté ya registrado por otra empresa. El registro no es obligatorio pero sí recomendable. Existen diferentes modelos de registros, dependiendo del ámbito, si es nominativo o nominativo con imagen (logotipo con unas formas y colores).

Actualmente no hay ninguna institución o web a la que ir y registrar fácil y rápidamente.

En la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) encontramos toda la información para el registro. Podemos rellenar los datos y pagar 122,89 € para solicitar el registro en línea. Una vez solicitado, la institución se revisa el expediente, y pasado un tiempo lo aprueban o deniegan.

En la web de la OEPM encontramos diferentes enlaces a bases de datos internacionales donde podemos buscar si el nombre de nuestra marca está ya registrado. Aunque no lo encontrásemos podría ser que estuviese registrado.

Para evitar complicaciones en caso de que hubiese otra empresa ya registrada que se opusiera al registro de PIMPIL, una buena opción podría ser contar con los servicios de un bufete de abogados. En Internet se pueden encontrar varios especializados en el registro.

Referente al dominio web se ha realizado la búsqueda en diferentes empresas que ofrecen el servicio de registro de dominio y hosting. No hemos encontrado ningún problema con los dominios más comunes como “.com” o “.es”.

5

5. Creación logotipo y tagline

Una vez el nombre está claro se crea el logotipo. Parte fundamental de la imagen corporativa de la empresa.

Se trabaja teniendo en cuenta que se quiere que transmita frescura, que sea algo divertido y diferente a los posibles competidores. Otro elemento fundamental del logotipo es que tenga una buena legibilidad en los marcajes de los diferentes productos.

Se trabaja en dos líneas muy diferentes y se elabora dos propuestas. También en este caso se realiza una encuesta.



OPCIÓN 1

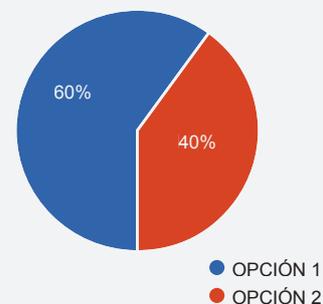


OPCIÓN 2

METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA:

- Se selecciona a las personas que participaran en la encuesta (las mismas personas que escogieron el nombre).
- Se crea una encuesta con Google Form con dos opciones de logotipo (se inserta un imagen de cada opción). El participante solo puede escoger una opción
- Se envía un email individualizado para cada participante.
- Todos los participantes responden a la pregunta.

Resultado de la encuesta realizada con Google Forms



La opción ganadora juega con las sílabas “PIM” y “PIL” de la marca dentro de dos cajas de colores. Estas no están alineadas, pues la segunda caja está más subida. Este juego de no alineación hace que haya dos planos diferentes, cosa que dinamiza la composición y así se consigue la frescura que se buscaba.

El color es otro elemento esencial, el azul (color frío) que refleja la frescura y limpieza, y el verde que simboliza lo natural y la armonía.

La intención del tagline es asociar la marca PIMPIL a un concepto, en este caso a "funny cooking" (cocina divertida). Para dar más dinamismo a la composición se escoge una tipografía manuscrita y la distancia entre el tagline y el logotipo es mayor de lo normal. Se pretende con ello que ambas entidades no se molesten sino que se complementen.

funny cooking

TAGLINE

6

6. Proceso creativo del logotipo

El logotipo en su proceso de creación pasa por diferentes etapas hasta conseguir lo que se quiere transmitir.

Estas han sido las fases que hasta conseguir el logotipo de PIMPIL.

PIMPIL

De esta propuesta de logotipo me interesa que visualmente se reproduzca en tamaños pequeños y que manche. Empiezo a probar un logotipo en mayúsculas, sin símbolo. El logotipo es elegante y puede funcionar para una empresa que transmita elegancia y sencillez. Este no es nuestro caso, no transmitiríamos la frescura y el dinamismo que deseamos y que sí lo encontramos en el naming (PIMPIL).

B B C

El logotipo de la BBC siempre me ha parecido muy elegante y versátil. El logotipo actual es de 1997 y no está desfasado porque utiliza una estructura fácil y reconocible (las iniciales sobre recuadros). La tipografía, la Gill Sans, es una de las fuentes clásicas que no pasan de moda.

PIMPIL

Añado un recuadro a sangre de color rosa. Esta opción es más fresca pero le falta movimiento y es demasiado alargada.

PIMPIL

Cambiamos la tipografía a otra más comprimida (de la Replica Bold a Lovelo Black). Ahora queda más compacto el logotipo. Pero aún le falta el dinamismo.

PIMPIL

Realicé la prueba de romper la unidad con una separación por sílabas, igual que se pronuncia fonéticamente [pim 'pil]. Esta versión empieza a verse más dinámica, pero todavía le falta movimiento y es fría al predominar los tonos azules. Además la letra "L" no es muy legible.

L3 L9
Sud

Una tarde al volver a casa del trabajo cogí el tranvía y me dí cuenta del símbolo de la línea L9 sud (del metro) no tenía la misma alineación que la L3. No me gustó, incluso me dio la sensación de error, pero vi que ese juego me podía servir para el logotipo de PIMPIL.

PIMPIL

Rompo la estructura del logotipo en dos palabras. La segunda más alta (subir tiene una conotación positiva). Modifico un poco los colores para que sean más brillantes y transmita más dinamismo.



Como la letra "L" no tiene una buena legibilidad amplio el recuadro por la parte inferior.



Rectifico el orden de los colores y el brillo para que tenga una mejor legibilidad.
Ya tenemos el logotipo que transmite lo que buscábamos, dinamismo, frescura y sencillez.



Diseño la imagen de las líneas de negocio de PIMPIL.
Me gusta el concepto que aplica la BBC en sus diferentes áreas, éstas destacan sobre el logotipo.
Este diseño se aplicará en otra fase.

funny cooking

Creo un tagline para explicar la compañía.
Busco una tipografía manuscrita para dar más frescura al logotipo. Caveat es la escogida.



Se integra el tagline con el logotipo dejando una separación mayor de lo normal para que no se molesten.
Para crear un vínculo entre ambas el tagline se cambia el color a azul.

funny cooking

7

7. Creación manual identidad corporativa

Una vez definidos el logotipo y el tagline se empieza a crear el manual de identidad corporativo de PIMPIL.

El manual de identidad corporativa es una guía de uso de marca PIMPIL. Este documento se recoge las directrices generales de uso de marca. Las pautas expuestas en el documento deben ser respetadas con el fin de crear una identidad homogénea y coherente.

El manual de identidad es un elemento que no está cerrado, las empresas pueden cambiar de estrategia de negocio y la imagen corporativa se tiene que adaptar esos cambios.

Defino en el manual los apartados que considero básicos para la empresa PIMPIL considerando que es una empresa de nueva creación y que fabricará en Asia.

El manual se estructura en 6 apartados.

Introducción

Se explica qué se encontrará en el manual, qué es la marca y los elementos básicos que los representan.

Elementos básicos

Se explica de una manera muy visual cómo se construye el logotipo, qué versiones se pueden utilizar y cuales no, los colores principales y secundarios, las tipografías y cómo aplicar el logotipo sobre diferentes fondos de colores.

Papelería

Se diseñan los elementos básicos para que una nueva empresa empiece a funcionar. Papel de carta, tarjetas de visita, carpetas, explicación de cómo colocar el logotipo en los diferentes documentos en papel (manuales, etc.)

Digital

Se explica los elementos más comunes en el día a día de una empresa, la firma de los correos electrónicos y las presentaciones en power point.

Packaging

Es uno de los puntos importantes de manual porque lo trabajarán diferentes proveedores, tiene que ser un punto claro y fácil de aplicar. Se crea una versión para formato vertical y otra para formato apaisado o cuadrado.

También se contempla el packaging de transporte, un elemento muy visible y con gran importancia para la imagen de la empresa.

Publicidad

La publicidad es un elemento importante para una empresa que comienza, a través del lenguaje visual de la publicidad el cliente puede confiar en los productos y en la empresa o no.

Se diseñan dos líneas, una más enfocada al producto, destinada al distribuidor y otra destinada al usuario del producto. Ambas tienen una línea gráfica parecida pero cambian el estilo de fotografías a utilizar.

7

En resumen es un manual fácil de comprender y de seguir. Los elementos básicos para una empresa nueva están presentes. El manual crecerá según lo haga la empresa.

El manual está online en:

<http://online.anyflip.com/wkhe/yncx/mobile/index.html>

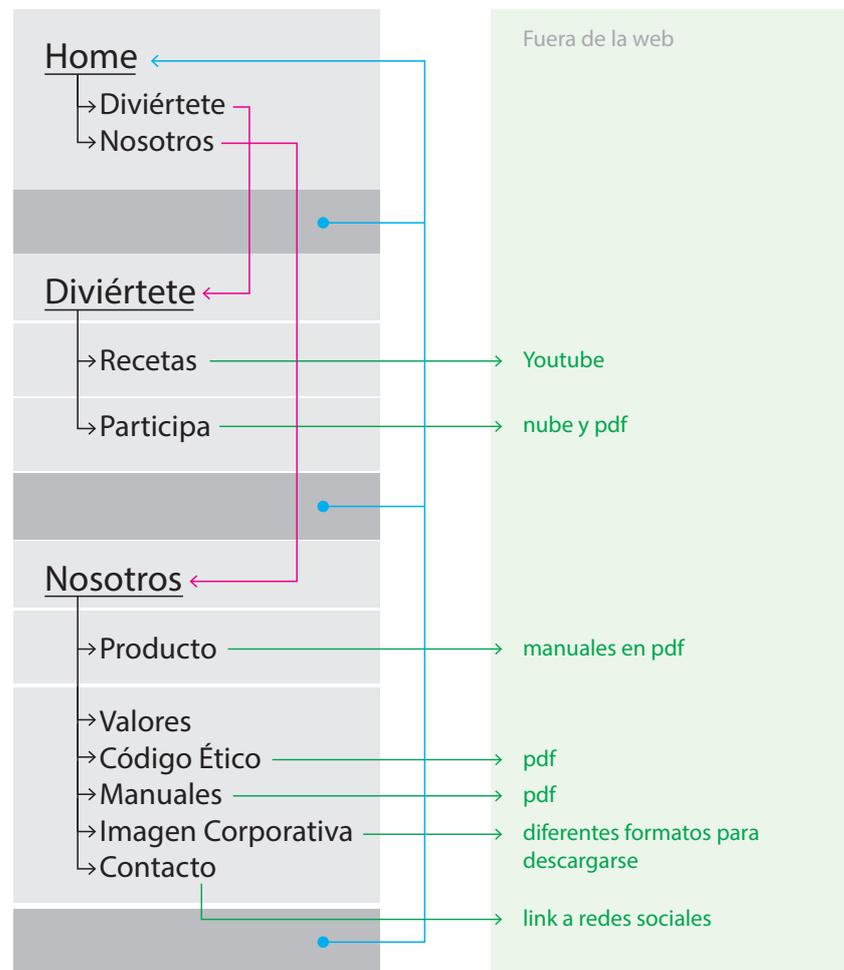
8

8. Web

La web de PIMPIL ha de transmitir frescura y dinamismo que tiene el logotipo.

Empiezo a definir los contenidos: La *home*; un apartado para que el usuario participe en la web y otro apartado de empresa más informativo.

Una vez que están los contenidos defino la arquitectura y la navegabilidad.



Sitemap de la web

La web de PIMPIL está ideada para que el comprador pueda fidelizarse con el producto y para explicar la compañía. Diseñada como una página vertical continua, responsive, colorida y de fácil navegación. No se puede comprar producto.

La arquitectura de la web es sencilla, el contenido se estructura en 2 apartados. El primero (Diviértete) está enfocado al usuario que ya ha comprado o quiere comprar el producto. El segundo (Nosotros) va destinado a quien quiere conocer la empresa y lo que ésta ofrece.

A nivel visual de la web sigue la imagen gráfica de PIMPIL. Los colores y las tipografías son las que indican el Manual de Identidad Corporativo.

Al ser una página continua se separan los contenidos (con color, líneas y tamaños de letra) para que no se pisen entre ellos.

En la web se prioriza el apartado más social y humano, se pretende que el usuario visualice videos de cocina con los productos PIMPIL (publicados en YouTube) y además se les invita a participar en la web enviando sus vídeos.

Al no tener la opción de poder comprar producto directamente el apartado de "Nuestros productos" pasa a ser un catálogo general dinámico.

La interface es muy sencilla e intuitiva. La navegación es en vertical y en algún caso en horizontal para evitar que todo el contenido esté visible al mismo tiempo.



Diseño de la web en formato vertical

HOME



La home es visualmente clara y agradable. Destaca el logotipo y el fondo con una foto.

El fondo siempre respirará a blancos.

No hay un menú destacado pero si un buscador en la parte inferior de la página.

SEPARADOR



Para romper la continuidad de la página se crean separadores que son frases célebres relacionadas con la cocina.

El logotipo hace de hipervínculo a la home.

diviértete PIMPIL RECETAS PARTICIPA

RECETAS
Aprende a cocinar con PIMPIL en nuestro canal de YouTube. Descubrirás que divertido es.

Bizcocho con birutas de chocolate
3:30

Galletas con naranja
1:40

PARTICIPA
Envíanos tu video cocinando y ganarás diferentes premios. **Cada semana uno.**
Los vídeos se publicarán en nuestro canal de Youtube.

Haz clic aquí para subir tu video a nuestro servidor

Instrucciones

Condiciones de uso y derechos

El apartado "Diviértete" es el más importante de la web. Utiliza los colores primarios de la marca.

El usuario tiene que pararse, descubrir y aprender de una forma amena qué puede hacer con los productos PIMPIL.

Además, si al usuario le gusta lo que ve en la web, tiene la posibilidad de participar.

Los videos estan en un canal de YouTube. No hace falta visitar la web para visualizar los videos.

Hay un juego de positivo y negativo que separa los subapartados.

En "Recetas" la navegación es horizontal para conseguir la claridad y limpieza que son la base de la imagen corporativa.

NOSOTROS **PIMPIL**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus elementum non ipsum semper ornare. Donec at felis eget justo tempus lobortis. Quisque non volutpat ante. Donec sed venenatis tortor. Aenean ac elit eget eros vehicula eleifend vitae non tellus. Pellentesque pretium diam nec nisl pretium, a consectetur dolor sagittis. Proin.



NUESTROS PRODUCTOS



< 1 2 **3** 4 5 ... >



Nombre producto

Características:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Quisque cursus nunc non risus facilisis cursus. Morbi et ornare diam. In velit magna, placerat at.

Donde comprar el producto:

Aldi, Carrefour y Lidl.



El apartado “Nosotros” es el área más corporativo de la empresa.

En “Nuestros productos” la navegación también es horizontal como en “Recetas”.

El fondo es blanco para que se pueda leer mejor la información que aparece (hay más texto).

NOSOTROS

VALORES **CÓDIGO ÉTICO** **MANUALES** **IMAGEN CORPORATIVA** **CONTACTO**

VALORES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus elementum non ipsum semper ornare. Donec at felis eget justo tempus lobortis. Quisque non volutpat ante. Donec sed venenatis tortor. Aenean ac elit eget eros vehicula eleifend vitae non tellus. Pellentesque pretium diam nec nisl pretium, a consectetur dolor sagittis. Proin.



CÓDIGO ÉTICO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus elementum non ipsum semper ornare. Donec at felis eget justo tempus lobortis. Quisque non volutpat ante.



Versión completa en formato pdf



MANUALES



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

IMAGEN CORPORATIVA



Manual identidad corporativa



Plantilla presentaciones



Plantilla papel de carta



Logotipos



Logotipos

Todos los archivos están comprimidos con contraseña.

CONTACTO

Dirección

Consectetur adipiscing elit. Vivamus elementum non 00000 Ciudad (Provincia). País

Teléfono atención al cliente

Mail



En “Nosotros” la retícula es más sencilla y se utilizan los colores secundarios para separar contenido.

Gran parte del contenido son archivos de recursos que el usuario puede descargarse o visualizar con su navegador en otra pestaña (sale de la web).

Los archivos de “Imagen Corporativa” estarán disponibles en la web pero están protegidos con una contraseña. De esta manera se evita su mal uso.

Video navegación:

https://youtu.be/_VWUhXQ5X5g

Maqueta publicada en:

<http://www.morabaite.es/pimpil/>

9

9. Video

El video se realiza de una manera casera y sin grandes medios técnicos.

Empiezo el trabajo con un storyboard. En este se reflejan los apartados que aparecerán en el vídeo: introducción, el desarrollo del proyecto, decisiones y conclusiones. También es esta parte del trabajo se deciden los planos y carátulas.

Decido trabajar en un formato de 1920 x 1080 píxeles, 16:9 uno de los más estándares actualmente.

Escojo aparecer en un plano medio (sin cambiar de plano) y no utilizar voz en off. Dispongo de un material técnico casero, así que evito aquellos planos o estructura que puedan dar problemas técnicos.

Para que el video no sea muy monótono juego con carátulas que separan cada apartado, el fondo con un bucle muy sutil, con rótulos que nos indican conceptos clave y con la música que ayuda a seguir la explicación.

La grabación se realiza en varias secuencias. Se utiliza el mismo *set* para que en la edición se pueda realizar sin problemas un *chroma key*.

Se seleccionan las secuencias y se editan con Premier CC. Se elimina el ruido de fondo con Audition.

La imagen visual del video es limpia y clara. Sin efectos en las transiciones o rótulos muy llamativos (fundidos y movimientos de elementos).

El resultado final es un vídeo casero de algo más de 11 minutos dinámico y que no se hace pesado.



Captura de diferentes secuencias del video

Link del video en Youtube

<https://youtu.be/h6mN9qoZOEK>

10

10. Folleto explicativo

Decido realizar un folleto explicativo impreso, en una cara se explica la compañía y en otra los beneficios de cocinar (y de usar sus productos). De esta manera se sigue el mismo concepto que aparece en manual de identidad, apartado publicidad.

La idea surgió cuando fui a una tienda de juguetes y vi que al lado del juguete había un display con un folleto explicativo. Pensé que era una buena idea crear un tríptico impreso y que estuviese al lado del producto (o que se diese cuando se compra éste).

El tríptico tiene un formato A4 cerrado a 4+4 tintas, un gramaje de 200 gr. El tríptico tendría un laminado mate y un UVI brillante en el recuadro blanco de la portada y la contraportada donde está el logotipo.

El folleto también estará en formato digital (pdf) y se podrá descargar en la web de PIMPIL.

Se crea también una bolsa de tela, un elemento de propaganda útil que tiene un diseño desenfadado y fresco, que además nos sirve para explicar la marca. La bolsa será de color verde o azul dependiendo de a quién vaya dirigida (igual que aparece en la portada y contra del tríptico).



Tríptico



Bolsa de tela

11. Bibliografía

Ambrose, Gavin; Harris Paul (2015). *The Fundamentals of Graphic Design*. London: Fairchild Books

Dabbs, Alistair; Campbell Alastair (2006). *Biblia del diseñador digital*. Colonia: Taschen

Olga_spb/freepik. *Elementos de cocina negros Vector Gratis* (5 de marzo de 2017).
http://www.freepik.es/vector-gratis/elementos-de-cocina-negros_893787.htm#term=cocina&page=1&position=41

Proveedores de Utensilios de Cocina. (15 de marzo de 2017). Sant Cugat del Vallès (Barcelona)
<http://www.proveedores.com/utensilios-de-cocina/>

Oficina Española de Patentes y Marcas. [20 de marzo de 2017]. Madrid
<http://www.oepm.es/es/index.html>

OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. [20 de marzo de 2017]. Ginebra
<http://www.wipo.int/branddb/>

Flyingtiger. [22 de marzo de 2017].
<http://es.flyingtiger.com/es-es>

Lekue, tienda online de utensilios. [22 de marzo de 2017]. Barcelona
<https://www.lekue.com/es>

Sosa, V. (3/06/2013). "El fabricante de accesorios de cocina Lékué se centra en Asia". *El Economista* [artículo digital]. [Fecha de la consulta: 22 de marzo de 2017].
<http://www.economista.es/catalunya/noticias/4877146/06/13/El-fabricante-de-accesorios-de-cocina-Lekue-se-centra-en-Asia.html>

Jata [28 de marzo de 2017]. Abadiano (Vizcaya)
<http://www.jata.es/inicio>

Jocca, home & Life [28 de marzo de 2017]. Zaragoza
<http://www.jocca.es>

Dono Dare [1 de abril de 2017]. Zaragoza
<http://www.donodare.com/>

Guía básica de la marca Gas Natural Fenosa (04/2010). [Fecha de la consulta: 1 de abril de 2017].
<http://www.guiasgtp.com/pdf/301706-b.pdf>

Identidad Corporativa Fundación Abertis. [Fecha de la consulta: 1 de abril de 2017].
<http://www.fundacioabertis.org/identidad-corporativa/>

Company Folder. (15 de abril de 2017). Keego Harbor, Michigan, EE.UU.
<http://www.companyfolders.com/design/mockups/front-and-inside>

Mockup World. (15 de abril de 2017). Hamburgo, Alemania.
<https://www.mockupworld.co/all-mockups/>

FDR. (22 de abril de 2017). Banda Aceh, Indonesia
<http://freedesignresources.net/free-psd-magazine-mockups/>

FDR. (22 de abril de 2017). Banda Aceh, Indonesia
<http://freedesignresources.net/free-box-packaging-mockup/>

FDR. (24 de abril de 2017). Banda Aceh, Indonesia
<http://freedesignresources.net/free-5-premium-screen-mockup/>

FDR. (24 de abril de 2017). Banda Aceh, Indonesia
<http://freedesignresources.net/free-cardboard-box-psd-mockup/>

Freepik. (22 de abril de 2017). Málaga
http://www.freepik.es/foto-gratis/sin-maqueta-publica-cartel-de-la-tarde_1040133.htm

Freepik. (30 de mayo de 2017). Málaga
http://www.freepik.es/vector-gratis/caja-blanca_777606.htm#term=mockups-packaging&page=1&position=27

Resende Rafael. *Behance.* (30 de mayo de 2017). Mineiros, Brasil
<https://www.behance.net/gallery/43439815/Freebie-Mock-up-Branding-Stationery>

Smashing Magazine (01/2011). [Fecha de la consulta: 6 de mayo de 2017].
<https://www.smashingmagazine.com/2011/01/guidelines-for-responsive-web-design/#more-75660>

Freelancer. (30 de abril de 2017). Australia
<https://www.freelancer.com/community/articles/100-style-guides-you-should-see-before-designing-yours>

Gallina Blanca. (6 de mayo de 2017). L'Hospitalet de Llobregat, Barcelona
<http://www.gallinablanca.es/noticia/frases-celebres-de-cocina/>

Grafiteca. (2 de junio de 2017). Sitio web diseñado y escrito por +Santi F
<http://www.grafiteca.info/2015/06/bolsas-de-la-compra-en-mockup-psd-parte.html>

12

12. Anexos

En este anexo están los derechos de utilización de los materiales de banco de imagen que aparecen en este trabajo.

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Katemangostar
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	senior family woman group shoulder
Download date:	13 May 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/senior-family-woman-group-shoulder_1072668.htm

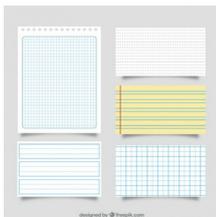
LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Pressfoto
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	Mother helping her daughter with pizza dough
Download date:	13 May 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/mother-helping-her-daughter-with-pizza-dough_856897.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Freepik
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	Great pack of different paper sheets
Download date:	10 Jun 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/great-pack-of-different-paper-sheets_1013672.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Freepik
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	Dice stars cut with a mold with flour
Download date:	10 Jun 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/dice-stars-cut-with-mold-with-flour_974710.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Mrsiraphol
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	Cupcakes
Download date:	20 May 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/cupcakes_1114936.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Teksomolika
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	Children cooking with their mother and throwing flour
Download date:	13 May 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/children-cooking-with-their-mother-and-throwing-flour_984514.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Creativeart
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	child working standing handsome sophisticated
Download date:	13 May 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/child-working-standing-handsome-sophisticated_1078092.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Freepik
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	Businesspeople having fun at the meeting
Download date:	13 May 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/businesspeople-having-fun-at-the-meeting_962035.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Topntp26
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	blueberry biscuit pies
Download date:	20 May 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/blueberry-biscuit-pies_1129543.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Olga_Spb
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	Black kitchen elements
Download date:	03 Jun 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/black-kitchen-elements_893787.htm

LICENSE TERMS AND CONDITIONS



This document certifies the purchase of:

License type:	Premium license (Unlimited use without attribution) *
Licensor's Author:	Valeria_Aksakova
Licensee:	alarcon2alberto
For the item:	Apple pie
Download date:	20 May 2017
Subscription ID:	sub_A71qv6Qb8VYC4P **
Item url:	http://www.freepik.com/free-vector/apple-pie_964323.htm



memoria

TRABAJO FINAL DE GRADO. JUNIO 2017

Alberto Alarcón

PIMPIL. *funny cooking*

Identidad visual de una empresa
que se quiere diferenciar