

LOGO: Nombre y Diseño

Selección de nombre y
diseño del logo para el proyecto



Gabarrus Nerín, Antonio

Barberán Alcober, Miguel Ángel

0. ÍNDICE

1. Introducción	Pág. 2
2. Desarrollo de la IMÁGEN GRÁFICA	Pág. 3
2.1 El Comienzo	Pág. 3
2.2 La Evolución	Pág. 5
2.3 El Desarrollo Final	Pág. 7
3. Selección de NOMBRE para el PROYECTO	Pág. 9
4. Conclusión	Pág. 10
5. Anexos	Pág. 11

1. INTRODUCCIÓN

Sirva el presente documento para justificar el trabajo realizado en el desarrollo de la imagen corporativa y selección de nombre para el proyecto de fin de grado en los estudios de Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma del Centro San Valero del año académico 2021 – 2022. Suscriben el proyecto sus autores: Miguel Ángel Barberán Alcober y Antonio Gabarrús Nerín.

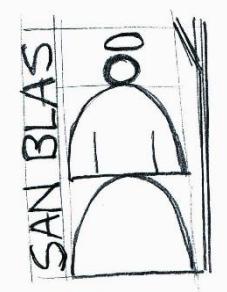
Para la realización de este subproyecto se han realizado diferentes actividades en conjunto como son tormentas de ideas, diseños a mano alzada de las ideas que se deseaban plasmar, desarrollo técnico del logo evaluando su proporcionalidad y selección cromática final para su mejor visualización, de este modo se obtiene una imagen corporativa completa que puede utilizarse tanto en blanco y negro como a color, consiguiendo una mayor versatilidad.

Nos hemos basado en la propia experiencia personal de cada uno para la realización de estas tareas y se ha pretendido realizar una evolución completa, partiendo desde cero hasta la obtención tanto del logotipo como del nombre pretendiendo que fuese una idea completamente nueva, sin parentescos con otros logotipos del mercado.

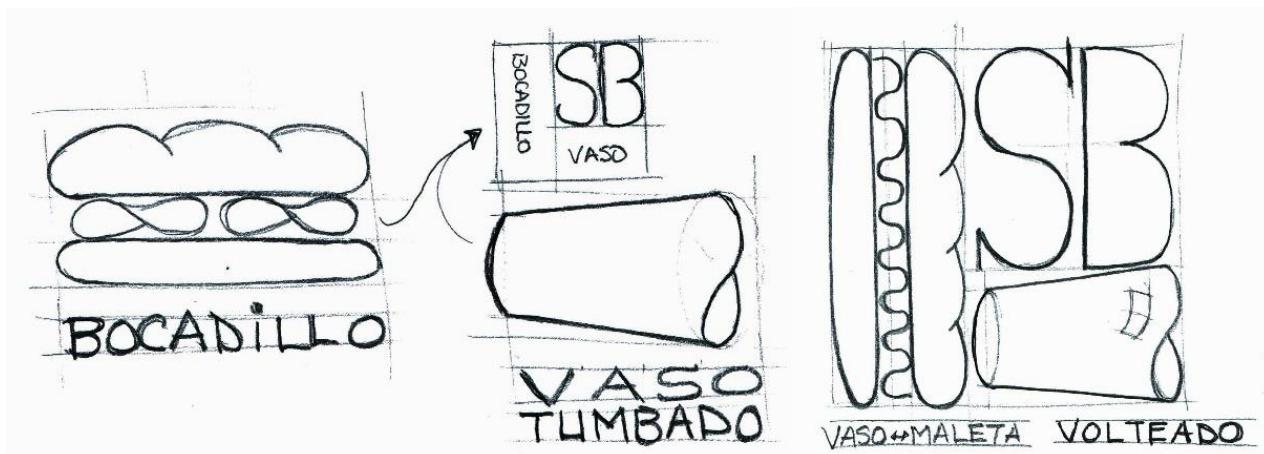
2. DESARROLLO DE LA IMAGEN GRÁFICA

2.1 EL COMIENZO

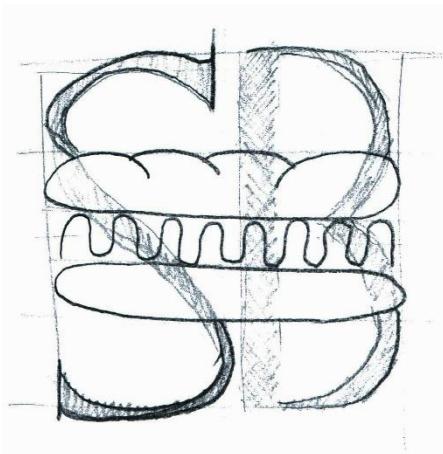
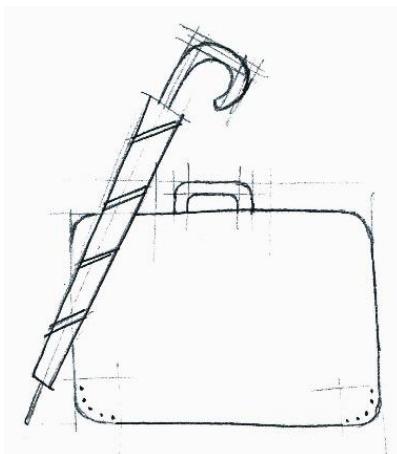
En un primer momento comenzamos sin ideas para el nombre ya que el proyecto se va a integrar en una asociación ya creada. Dada la evolución lógica del proyecto y tras diversas conversaciones nos dimos cuenta que debía ser un nombre más genérico dada la previsible escalabilidad del proyecto, es decir, según fue creciendo la idea el proyecto pasó a ser una posible herramienta de gestión genérica para empresas del sector tercero.



Al principio, sin tener la idea clara, vagamos sin rumbo a través de las **ideas relacionadas** con lo que habíamos visto en la asociación: las labores que realizan, cómo interactúan con los usuarios, los servicios que dan. Y esto no llevó a pensar en las comidas que dan, con este motivo empezamos a desarrollar bocetos relacionados con este tema.



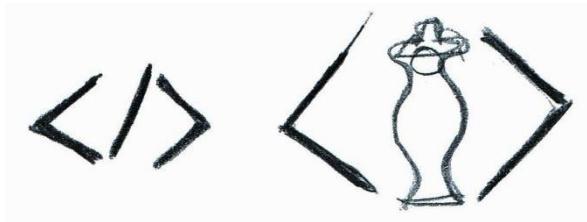
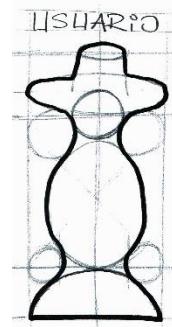
Seguidamente tratamos de **enlazar** la idea de las comidas que sirven con la del **servicio de consigna** que ofrecen pretendiendo aunar en una sola imagen los dos servicios principales que presta la fundación. Para ello utilizamos la imagen de una maleta que es el objeto que más se puede encontrar en la consigna.



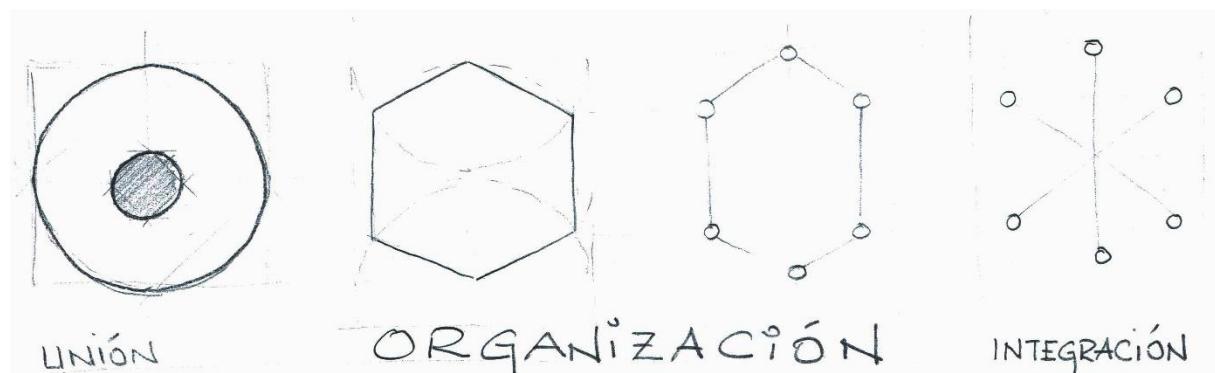
Pronto nos dimos cuenta de que este tipo de desarrollos nos estaban llevando más hacia ideas relacionadas con el **mundo de la restauración** y, por tanto, nos encaminábamos hacia un logotipo que podría encajar mucho mejor en la imagen que quisiera reflejarse de un restaurante. Por este motivo dejamos a un lado la idea de seguir adelante con este tipo de motivos y comenzamos a buscar otras ideas.

2.2 LA EVOLUCIÓN

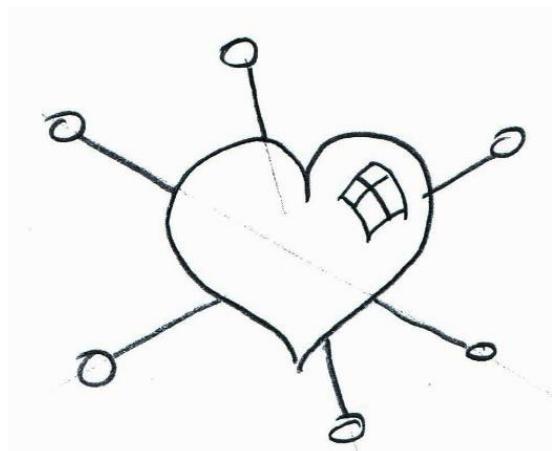
Esta evolución nos llevó a la idea de “Gestión de San Blas”, centrándonos ya en la aplicación que se desarrolla para la administración integral de la fundación. Una primera idea fugaz fue la de unir las ideas de **programación y usuarios** en una única imagen. La idea se basaba en la sustitución de la silueta de un usuario por la barra “slash” dentro del símbolo de programación “< / >”, pero rápidamente la desestimamos pensando en generalizar aún más la idea.



Siendo pues el objetivo una herramienta de gestión “genérica” pudimos centrarnos en los valores **que queríamos aplicar** a nuestro nombre. Teniendo claro que se trata de aplicarlo al tercer sector los valores que queríamos reflejar eran aquellos que pudieron transmitirnos desde la asociación, a saber: cercanía con los sin hogar, la integración, la organización tanto de la propia fundación como de la información que se desea administrar, la seguridad de los trabajadores del centro y de la información sensible que se maneja o la unión de los trabajadores y voluntarios para conseguir con mucho esfuerzo sacar adelante un mismo objetivo.

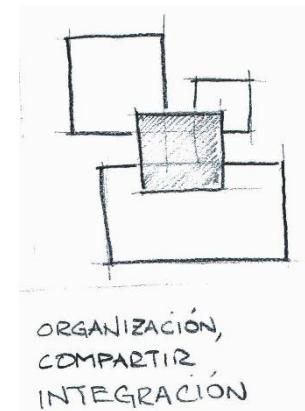


Además, quisimos centrarnos en el **objetivo principal** del proyecto que no es otro que la gestión de los datos que maneja la asociación, relativos a datos personales de los usuarios y la consigna. Esto nos llevó a manejar la idea de la gestión ('management' traducido al inglés) para nuestro nombre de proyecto.



Recabando **información para el nombre** nos pusimos a investigar los sistemas de gestión que utilizaban las diferentes asociaciones del sector. No pudimos acceder a esta información en concreto pues para ello deberíamos ponernos en contacto con personas de alguna asociación que nos permita acceder a esta información, cosa que haremos a lo largo del desarrollo del proyecto.

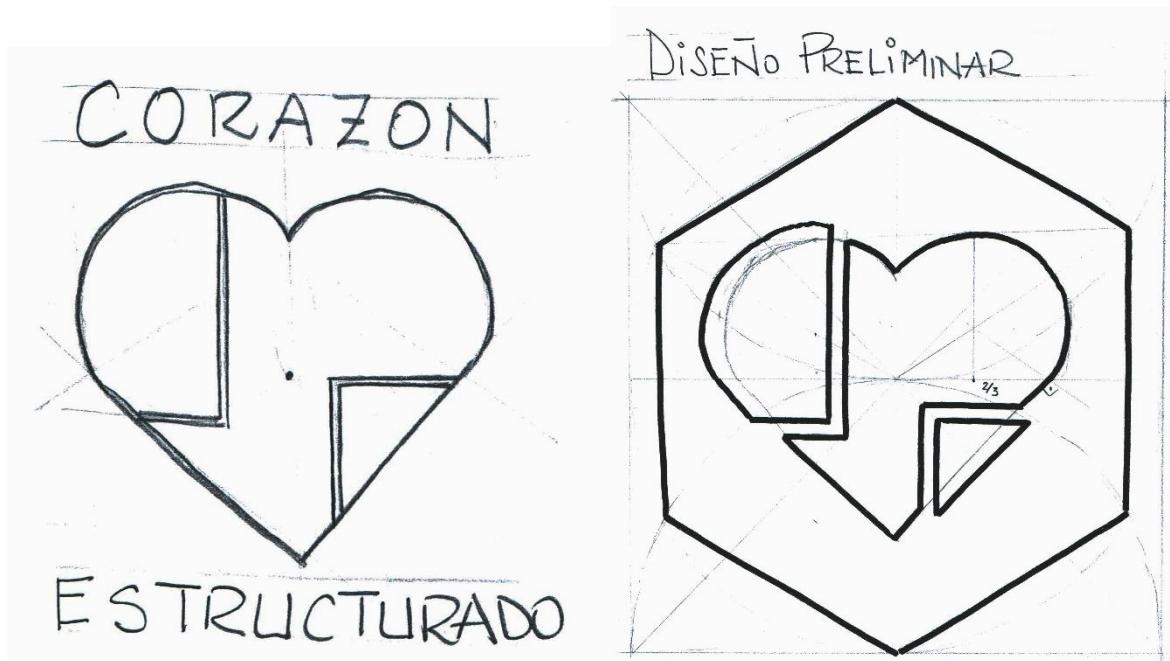
No obstante, si pudimos analizar los logos que se manejan en el sector y nos dimos cuenta de que se centraban en el tema de la cercanía con los usuarios finales, la caridad y el cariño con el que los tratan. Este fue el motivo que nos llevó a decidiros por el uso de **un gran corazón** como punto central del logo. Con estas ideas en la cabeza nos sentamos, boli y papel en mano, para poder abordar a través de un 'brainstorming' los nombres que podíamos utilizar.



2.3 EL DESARROLLO FINAL

Los conceptos a reflejar en la imagen final debían estar relacionados con la gestión empresarial, la esperanza, la cercanía con la gente que son algunos de los valores que se mantienen en el sector al que se refiere este proyecto. Así comenzamos a unir la forma del corazón con los conceptos abstractos de organización, integración, compartir y unión.

La **conclusión** de todas estas ideas nos condujo al “corazón partido” pero igualmente estructurado y bien organizado, en el que las piezas encajan perfectamente y funciona como un reloj suizo. De este modo, recogemos en un único concepto los valores que hemos nombrado con anterioridad de cercanía y cariño hacia los usuarios finales en el corazón y, a la par, quedan reflejados los atributos de organización, integración, compartir y unión en el hexágono y en las particiones del corazón.



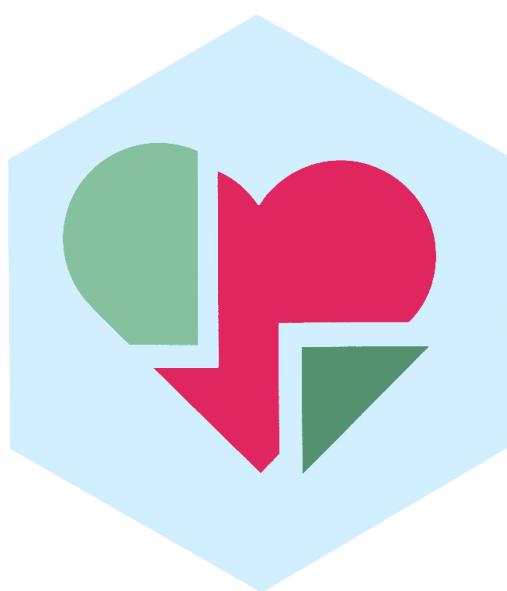
Además, intrínsecamente, la forma del **hexágono** lleva aparejada una connotación de fortaleza pues, como bien es sabido, se encuentra en la naturaleza en muchas estructuras inorgánicas como pueden ser los copos de nieve, los cristales de minerales, la estructura atómica del carbono o las celdas de los panales de las abejas.

De este modo, nos encontramos ante la **morfología** de una imagen a la que fácilmente le podemos encontrar un centro, simetrías, es sencillo y fácilmente escalable. Estas propiedades se aprecian mucho en el mundo del diseño gráfico pues facilitan el acople de esta imagen a diferentes tipos de soportes, papelería, páginas web o cualquier otro elemento susceptible de incluir una imagen corporativa.

En este momento disponemos ya de un logotipo funcional en blanco y negro que para según qué necesidades ya puede ser útil. Para completarlo, seleccionamos los colores que vamos a utilizar y qué queremos que transmitan a aquellas personas que lo vean.

Tras diversas pruebas de color quedó la siguiente **combinación cromática**: para el corazón decidimos mantener el rojo obvio, el azul para el hexágono y verde para las partes integradas en el corazón. Con esto pretendemos transmitir pasión y cercanía con el color rojo del corazón, organización y fortaleza a través del azul y el hexágono y esperanza e integración a través de los elementos verdes del corazón que se integran en él. Por último, decir que los colores se han seleccionado en la modalidad “pastel” para suavizar la imagen general.

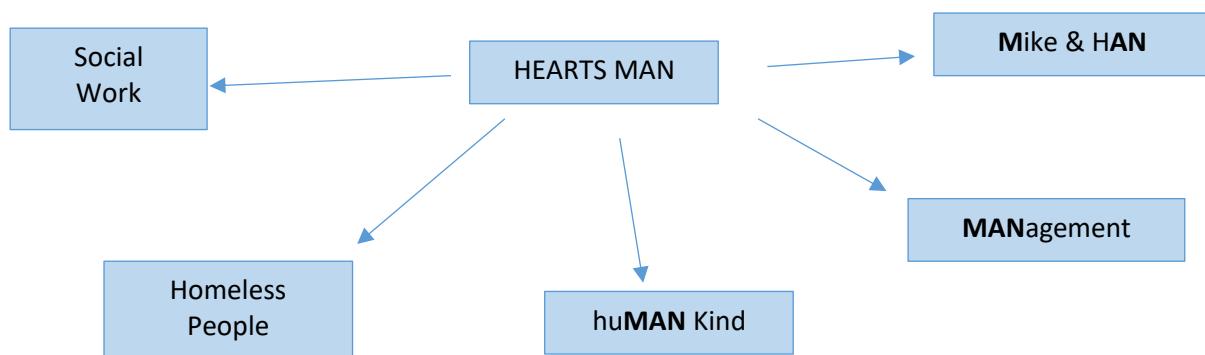
Todas estas ideas nos llevan a nuestra imagen final del logo:



3. SELECCIÓN DE NOMBRE PARA EL PROYECTO

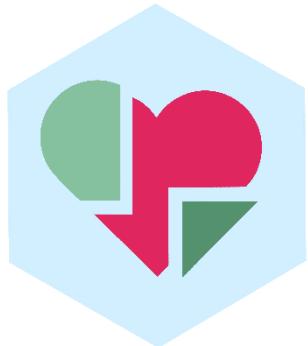
A la par que desarrollábamos el tramo final de la imagen corporativa comenzábamos a pensar el nombre que podíamos utilizar. Para ello el proceso fue fluyendo sin prisa, dejándonos llevar por los **conceptos previos** que ya habíamos trabajado hasta ahora.

Se este modo, una vez finalizado el logotipo, nos sentamos papel en mano e hicimos un '**brainstorming**' con todos los conceptos que habíamos trabajado hasta el momento para ver qué ideas surgían y como entrelazaban entre ellas. En resumen, hemos querido reflejar esa tormenta de ideas en el siguiente cuadro.



La relación de estos conceptos nos llevó a querer utilizar la palabra 'corazón' como elemento vinculante de las ideas. A la par teníamos que reflejar la solución informática que vamos a crear y así llegamos a la conclusión de que los que íbamos a hacer era la gestión de los corazones que viven en la calle y surgió: HEARTS MAN. Nos hemos decantado por la opción del uso del inglés ya que las opciones para estas ideas en español no tienen la sonoridad o el empaque que transmite la dupla de estas dos palabras.

4. CONCLUSIÓN



HEARTS MAN

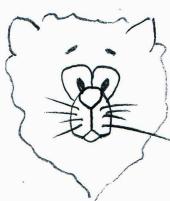
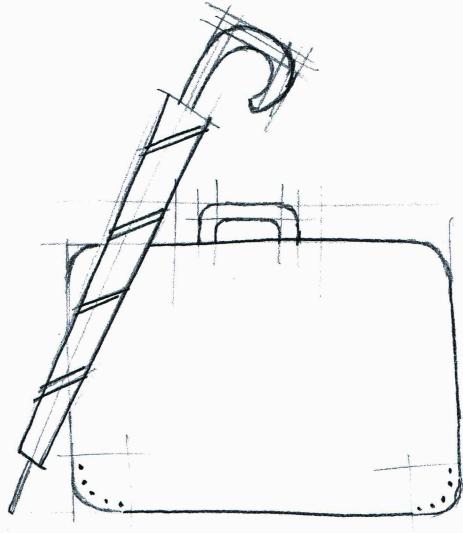
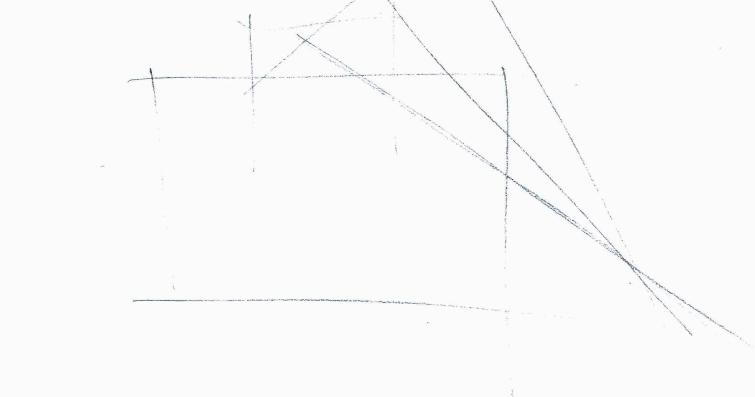
Dado el desarrollo que hemos justificado en este documento podemos aseverar que la presente imagen corporativa cumple con los requisitos básicos para ser un buen logotipo. Como se ha indicado, es un diseño compacto y transmite fortaleza y esperanza. Es fácilmente escalable y su combinación cromática hueye de la estridencia dados sus tonos pastel.

4. DOCUMENTACIÓN ANEXA:

BOCETOS Y

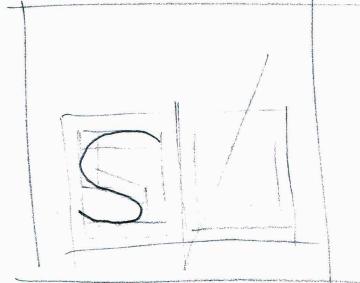
BRAINSTORMING

LOGO: IMÁGEN

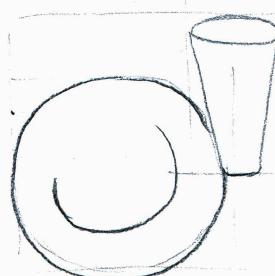


LOGO

PLATO Y
VASO

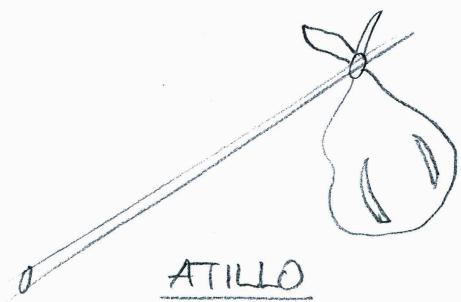
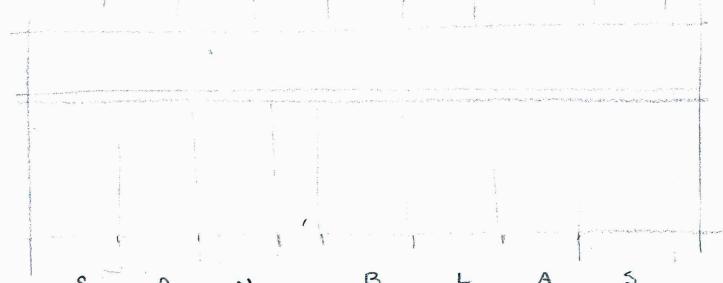


PLATO-VASO

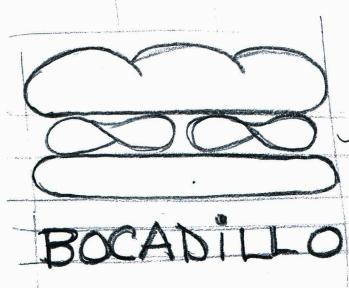


S B

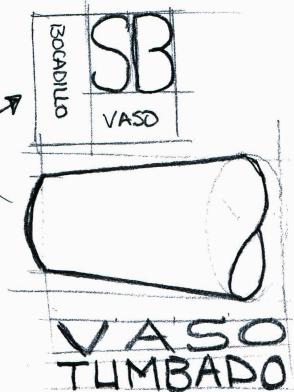
F U N D A C I O N



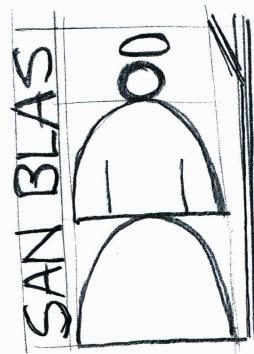
ATILLO
ZAPATOS



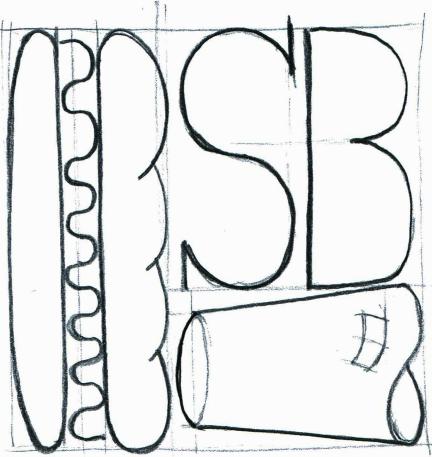
BOCADILLO



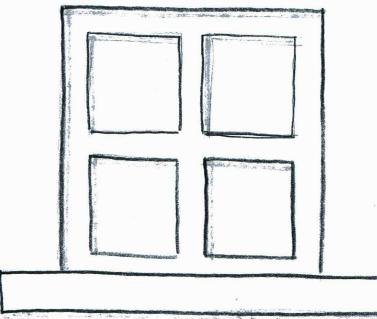
BOCADILLO
VASO
TUMBADO



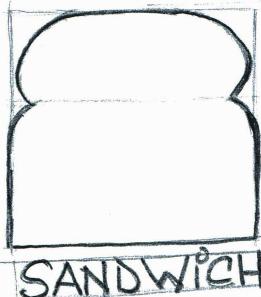
SAN BLAS



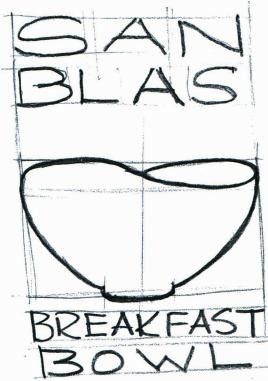
VASO-MALETA VOLTEADO



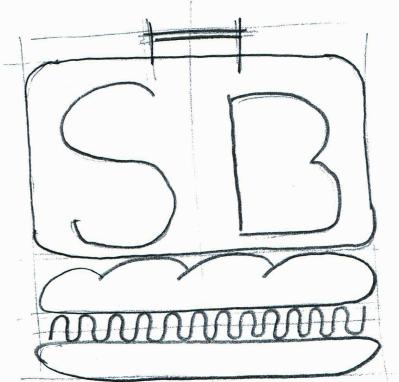
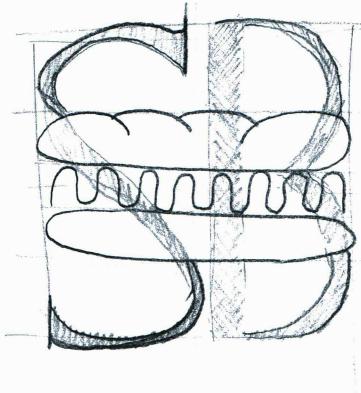
EJEMPLO DE
SOMBREADO
PARA LOGO



SANDWICH



BREAKFAST
BOWL



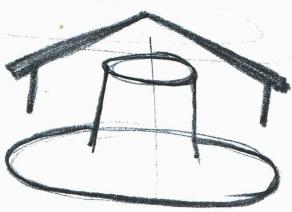
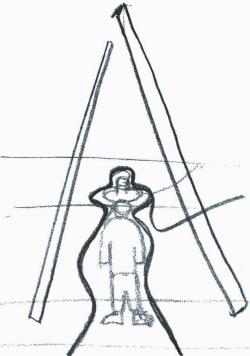
MALETA - BOCATA



NUEVA IDEA: SGE

SISTEMA DE GESTION EMPRESARIAL

$$E = (2-x)^2 - x$$

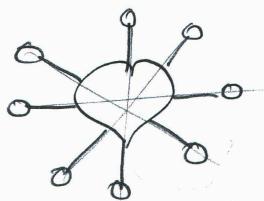


VALORES

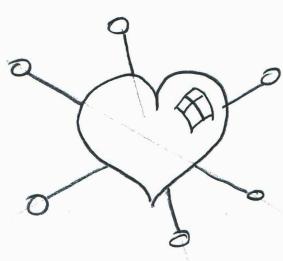
Sin ánimo de lucro.
Ayuda humanitaria
Gestión directa de
recursos.

Médicos sin Fronteras
ORAZAM
CARITAS
Payasos sin Fronteras
UNICEF
Save the Children.

TODOS USAN
CORAZÓN ROJO.

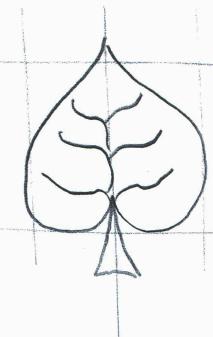


humanidad
(cercanía)

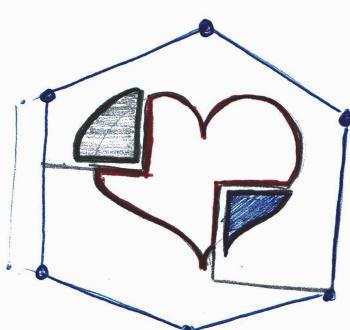
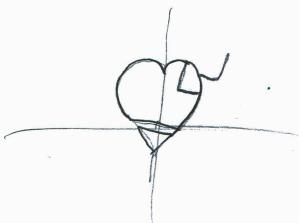


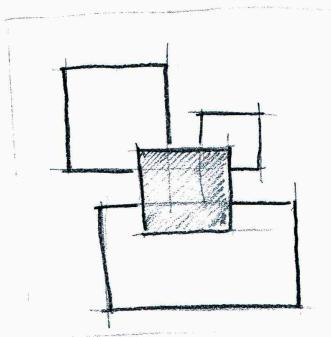
recursos

sin ánimo
de lucro

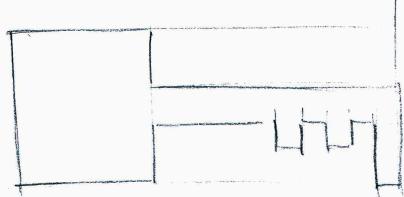


TODO
CORAZÓN
SCHEME
HEARTS





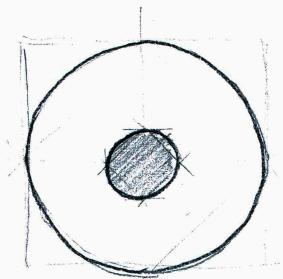
ORGANIZACIÓN,
COMPARTIR
INTEGRACIÓN



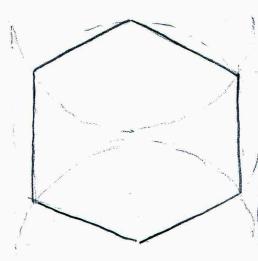
LLAVE
SEGURIDAD



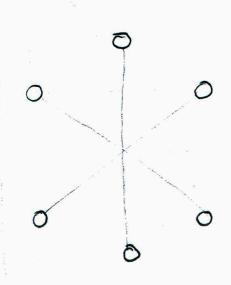
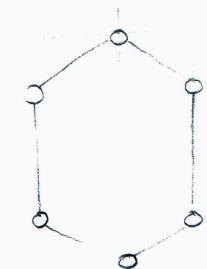
HOMELESS



UNIÓN

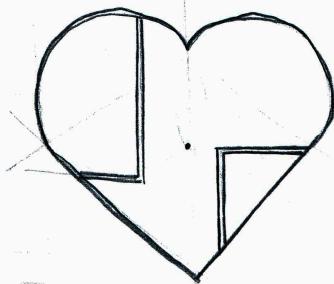


ORGANIZACIÓN



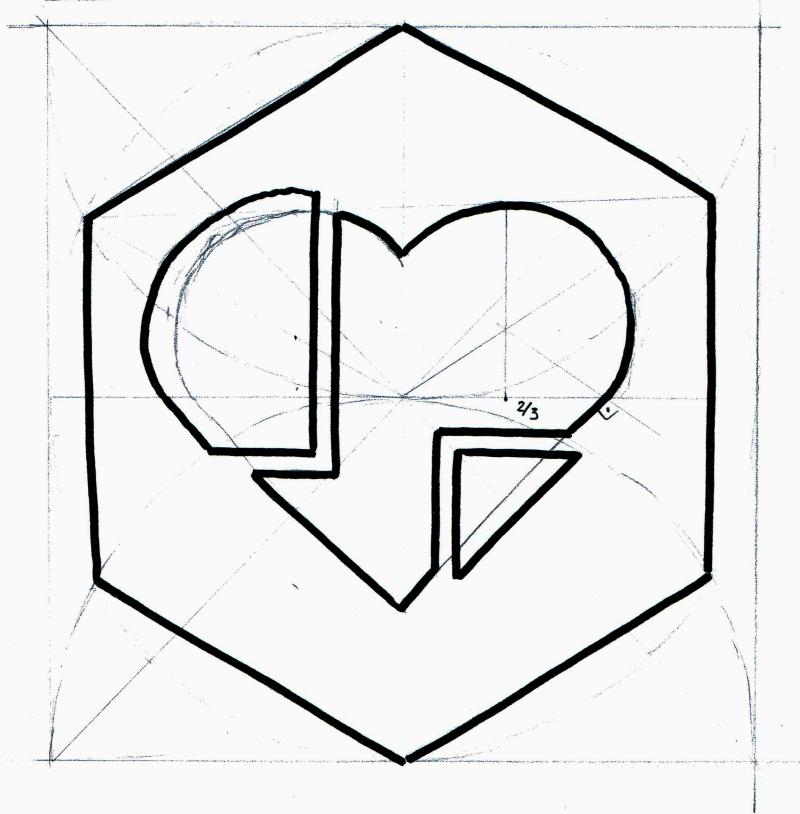
INTEGRACIÓN

CORAZÓN

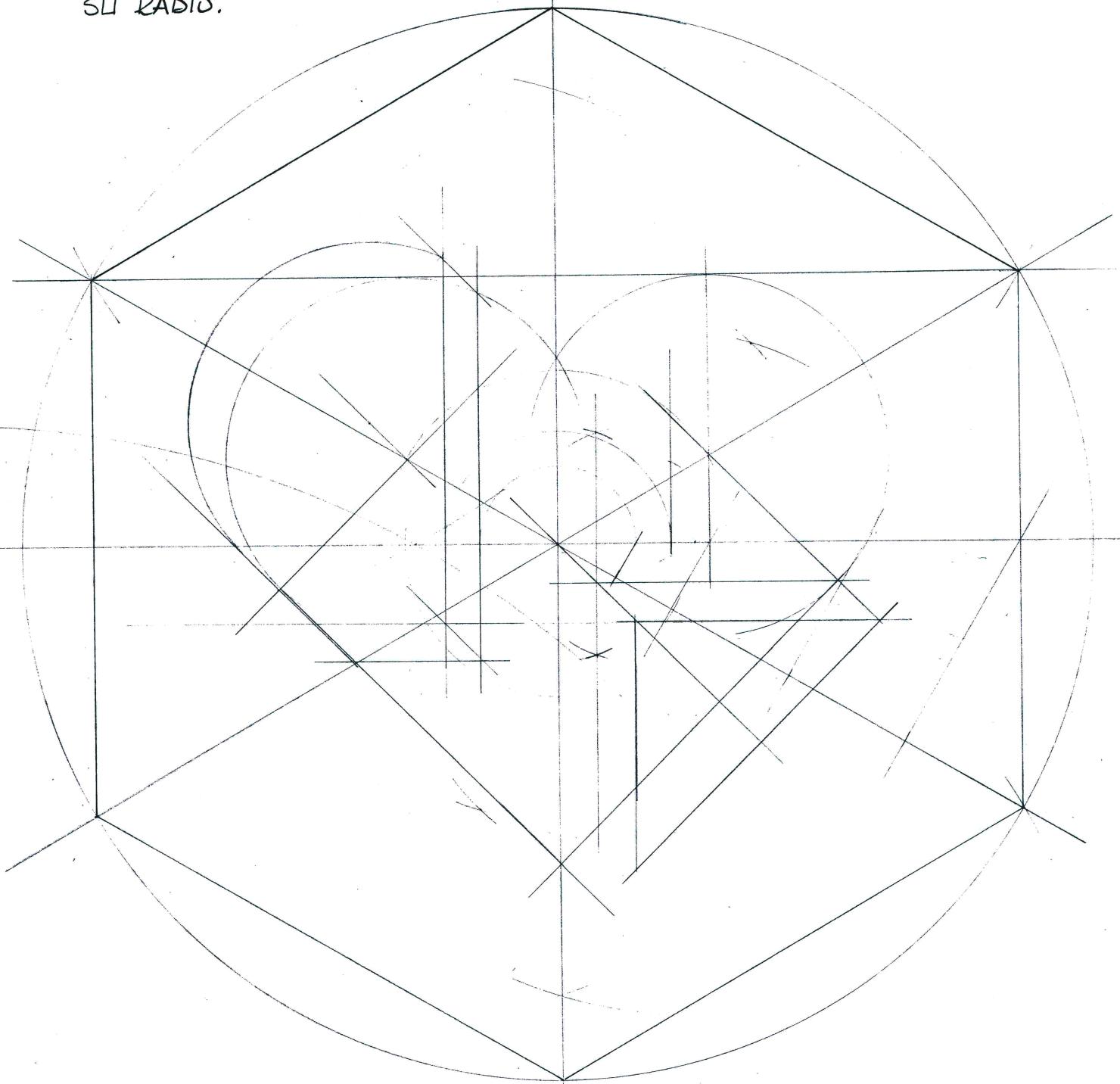


ESTRUCTURADO

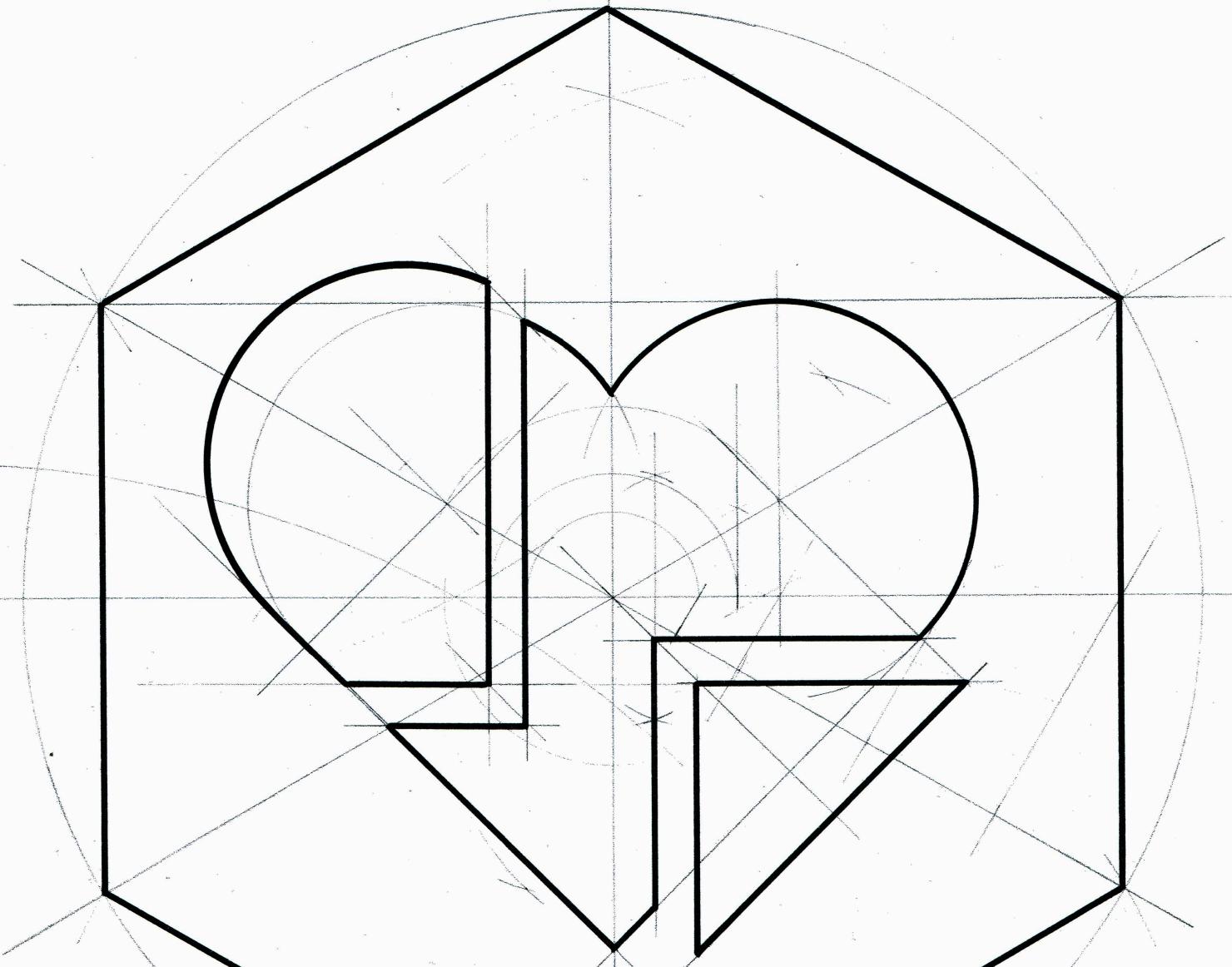
DISEÑO PRELIMINAR



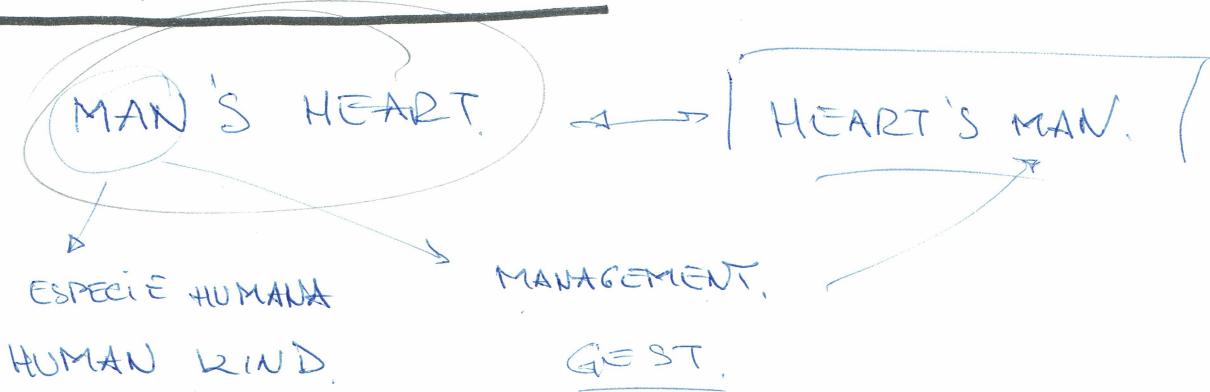
DISEÑO GEOMÉTRICO COMPLETO: REALIZADO CON UTENSILIOS CLÁSICOS DE DIBUJO TÉCNICO. PARA SU MEDIDA SE HAN MANTENIDO LAS PROPORCIONALIDADES TÍPICAS DE UN HEXAGONO RELACIONADAS CON SU RADIO.



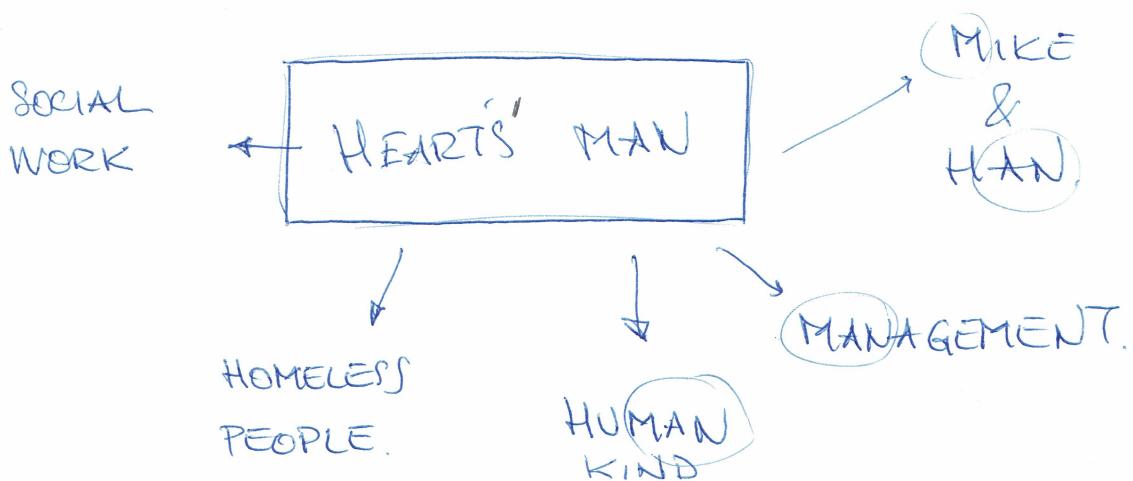
ENTINTADO B/N SOBRE DISEÑO GEOMÉTRICO



LOGO : NOMBRE (BRAINSTORMING)



CARS' Whe.



- 1º NOMBRE → SAN BLAS. PRODUCTO PARA ELLOS (MANTENER)
- 2º EMPRESA INDEP. → GESTION Y HUMANIDAD.
- 3º VUELTA