

**DISEÑOS CON EL FIN DE EFECTUAR UN VALOR AGREGADO,
POSICIONAMIENTO Y DISTINCIÓN, FORTALECIENDO LA IMAGEN
CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN BIBAZ-ARQUITECTURA DE
ACABADOS.**

JULIAN MEJIA RESTREPO

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
PRACTICAS ACADEMICAS**

Pereira

2012

**DISEÑOS CON EL FIN DE EFECTUAR UN VALOR AGREGADO,
POSICIONAMIENTO Y DISTINCIÓN, FORTALECIENDO LA IMAGEN
CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN BIBAZ-ARQUITECTURA DE
ACABADOS.**

JULIAN MEJIA RESTREPO

INFORME DE PRÁCTICA ACADÉMICA

TUTOR

**CONSTANZA JÍMENEZ C.
DISEÑADORA INDUSTRIAL**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
PRACTICAS ACADEMICAS**

Pereira

2012

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

DISEÑOS CON EL FIN DE EFECTUAR UN VALOR AGREGADO, POSICIONAMIENTO Y DISTINCION, FORTALECIENDO LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA ORGANIZACIÓN BIBAZ-ARQUITECTURA DE ACABADOS.....	1
TABLA DE CONTENIDO	3
LISTA DE ILUSTRACIONES	5
SÍNTESIS.....	6
ABSTRACT	6
DESCRIPTORES.....	7
DESCRIPTORS.....	7
INTRODUCCIÓN	8
1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	9
2. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE DISEÑO EN LA ORGANIZACIÓN	10
3. DE LÍNEAS O PROYECTOS DE INTERVENCIÓN	11
4. FORMULACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INTERVENCIÓN	12
4.1. JUSTIFICACIÓN.....	12
4.2. OBJETIVO GENERAL.....	12
4.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
5. ANÀLISIS	13
6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	15
7. REQUERIMIENTOS DE DISEÑO	16
8. ALTERNATIVAS DE DISEÑO	17
9. DISEÑO DE DETALLES	18
10. PROPUESTA DEFINITIVA.....	19
10. COSTO DE PRODUCCIÓN	20
PROYECTO 2.	20
4.2. VOLANTE PUBLICITARIO PARA CLEINTES AL DETAL O VISITANTES DE LA SALA DE VENTAS. 20	
4.2.1. JUSTIFICACIÓN.....	20
4.2.2. OBJETIVO GENERAL.....	20
4.2.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	20

5.	ANÀLISIS	21
6.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLANEADAS.....	22
7.	ALTERNATIVAS DE DISEÑO.....	22
8.	DISEÑO DE DETALLES	23
9.	PROPUESTA DEFINITIVA	24
10.	COSTOS DE PRODUCCIÓN	24
PROYECTO 3.		25
4.3CATÁLOGO DIRIGIDO AL VENDEDOR Y ASESOR COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN.....		25
4.1.3. JUSTIFICACIÓN.....		25
4.2.4. OBJETIVO GENERAL.....		25
4.3.5. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....		25
5.	ANÁLISIS	26
6.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDOS PLANEADAS.....	28
7.	ALTERNATIVAS DE DISEÑO	28
8.	DETALLES DE DISEÑO	30
9.	PROPUESTA DEFINITIVA.....	31
11.	COSTOS DE PRODUCCIÓN	32
CONCLUSIONES		33
RECOMENDACIONES		34
BIBLIOGRAFÍA.....		35

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Imagen 001	13
Ilustración 2. Imagen 002	13
Ilustración 3. Imagen 003	14
Ilustración 4. Imagen 004	17
Ilustración 5. Imagen 005	17
Ilustración 6. Imagen 006	17
Ilustración 7. Imagen 007	18
Ilustración 8. Imagen 008	18
Ilustración 9. Imagen 009	19
Ilustración 10. Imagen 010	19
Ilustración 11. Imagen 011	19
Ilustración 12. Referencia corporativa 012	21
Ilustración 13. Alternativa de diseño corporativo.....	22
Ilustración 14. 014.....	23
Ilustración 15. Planteamiento línea de acabados	23
Ilustración 16. Folleto publicitario	24
Ilustración 17. Referencia brochure.....	26
Ilustración 18.....	27
Ilustración 19.....	28
Ilustración 20.....	29
Ilustración 21.....	29
Ilustración 22. Detalles de diseño	30
Ilustración 23. detalles de diseño 02.....	30
Ilustración 24. Catálogo de ventas	31

SÍNTESIS

Este informe, realizado en la empresa BIBAZ-ARQUITECTURA DE ACABADOS, durante el periodo de práctica académica, comprende tres proyectos que surgen por necesidad de la organización para contribuir con el proceso de posicionamiento, contando con el apoyo de su imagen corporativa se lleva a cabo el desarrollo de una serie de volantes publicitarios, que tienen un diseño particular por su forma, color y material, es un proyecto que va dirigido a los clientes al detal o visitantes de paso a la sala de ventas. El segundo aporte de diseño es un catálogo de ventas para el asesor comercial, donde muestra detalladamente los productos y servicios, comprendiendo tres líneas de acabados donde fácilmente se pueden distinguir las intenciones de la empresa con sus respectivas características de diseño. El tercer proyecto es consta de la actualización y rediseño de la pagina web y diseño de un portafolio virtual donde los clientes pueden observar en su totalidad lo que realiza la organización desde cualquier parte del país y del mundo.

ABSTRACT

This report, the company BIBAZ-ARCHITECTURE OF FINISHES, during the academic practice comprises three projects arising from the organization need to contribute to the positioning process, with the support of your corporate image is performed development of a series of flyers that have a particular design for their shape, color and material, is a project that is intended for retail customers or visitors passing through the showroom. The second contribution is to design a sales brochure for the business advisor where shows in detail the products and services, comprising three finishing lines where you can easily distinguish the intentions of the company with their design features. The third project consists of upgrading and redesigning the website and designing a virtual portfolio where customers can see in full what makes the organization from anywhere in the country and the world.

DESCRIPTORES

Imagen corporativa, medios virtuales, diseño grafico, diseño industrial, catálogo de productos, publicidad, mercadeo.

DESCRIPTORS

Corporate image, virtual media, graphic design, industrial design, product catalog, advertising, marketing.

INTRODUCCIÓN

El trabajo consiste en un desarrollo que comprende tres proyectos, que se apoyan de la imagen corporativa de la organización, dando a conocer los proyectos y servicios que brinda la empresa, por medio de redes sociales, página web, y medios impresos con sus respectivas características que especifican las intenciones hacia el cliente y de una manera que se pueden satisfacer la necesidades del mismo.

Este informe se realiza para expresar detalladamente el proceso de diseño aplicado según los objetivos establecidos para obtener un resultado satisfactorio que resuelve las necesidades de la organización, vendedor, asesor comercial y cliente.

1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

BIBAZ – ARQUITECTURA DE ACABADOS - , es una empresa creada en la ciudad de Pereira, que se ubica en el área comercial, especializada en acabados arquitectónicos institucionales, corporativos y de hogar. La larga experiencia en las compañías que representamos a nivel nacional, nos permiten ofrecer alternativas modernas asociadas a los amoblamientos de empresas como el Aeropuerto Internacional Matecaña, Estadio Hernán Ramírez Villegas, Centro Comercial Parque Arboleda, Centro Comercial Regional Victoria, Cinemark, Rose Pistol, Color Siete, Uniplex, Arista, Confamiliares de Caldas, Cadenas Hoteleras, Falabella de Colombia S.A., Multident, Tiendas BE, entre otras cuentas particulares y corporativas. A su vez desarrollamos en la línea de acabados exteriores Decks, Muebles, Diseño, Construcción y Mantenimiento de piscinas, baños turcos, jacuzzis, venta de productos químicos.

En la línea de acabados presentamos las alternativas de cocinas, muebles de baño, centros de entretenimiento, puertas, oficinas, sillas empresariales, porcelana sanitaria, griferías, estructuras de ducha, accesorios de baño, cerraduras institucionales y de hogar, pisos en porcelanato, automatización de hogares, línea de persianas para ventanas, pasamanos en acero inoxidable.

2. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE DISEÑO EN LA ORGANIZACIÓN

La empresa cuenta con una amplia sala de ventas y de exhibición, donde se va a intervenir con una redecoración y distribución de los productos elaborados por la organización, teniendo en cuenta el manejo de color apoyado con el concepto de vitrinismo, generando espacios agradables y atractivos para los clientes.

Generar nuevas propuestas de diseño con base a los productos ofrecidos por la empresa y de esta manera satisfacer las diversas necesidades de los clientes.

Proponer nuevos materiales o combinación de estos para tener una perspectiva de la versatilidad de los materiales aplicados a un producto generando innovación.

Dar a conocer los proyectos realizados de una forma clara y eficiente, (catálogos de ventas, volantes, redes sociales y actualización de la página web) apoyándose con la imagen corporativa, para obtener un mayor reconocimiento de la empresa. De esta manera el público tendrá una idea específica de los productos y servicios que presta la organización.

3. DE LÍNEAS O PROYECTOS DE INTERVENCIÓN

Se desarrollaran los siguientes proyectos que permitirán efectuar un valor agregado a la empresa:

- Diseño y actualización de página web y redes sociales (PORTAFOLIO VIRTUAL)
- Catálogo de productos y servicios (VENDEDOR-ASESOR COMERCIAL)
- Volantes publicitarios para clientes al detal.

4. FORMULACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INTERVENCIÓN

- Rediseño - actualización de la página web y diseño del portafolio virtual de la organización.

4.1. JUSTIFICACIÓN

La página web de la organización no comprende en su totalidad los productos y servicios que esta brinda, es necesario incluir los proyectos con sus respectivas descripciones para tener un punto fuerte y un buen respaldo de diseño, obteniendo créditos por medio de las obras realizadas en diferentes partes del eje cafetero que aun no se reflejan estratégicamente para obtener un posicionamiento en el mercado.

4.2. OBJETIVO GENERAL

Actualizar la página web de la organización por medio de un catálogo virtual, dando a conocer en su totalidad los productos y servicios que ofrece la empresa.

4.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la página web de la empresa.
- Identificar los puntos que faltan por atacar estratégicamente.
- Definir los proyectos, productos y servicios que se plantearan para el diseño de un portafolio virtual.

5. ANÁLISIS

Teniendo en cuenta los factores que contribuyen con la identificación del problema, los medios electrónicos, bibliográficos y las tipologías, se convierten en un apoyo para generar un buen desarrollo a la necesidad de la empresa.

- Diseño web.
- Diagramación.
- Manejo de color.
- Estrategias de mercado.

Apoyos digitales (catálogos virtuales)



Imagen 1.

Ilustración 1. Imagen 001

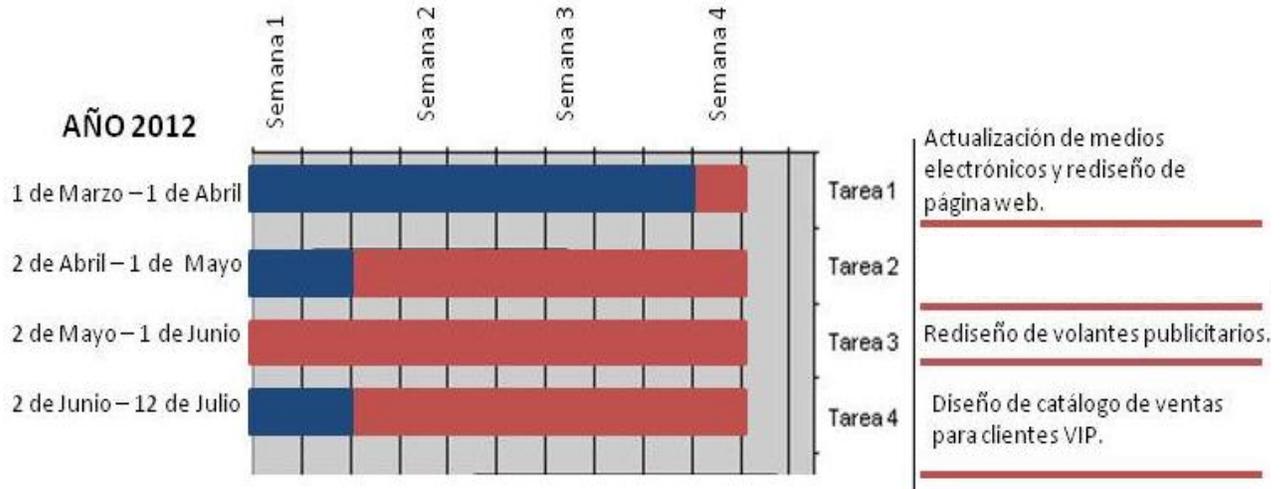


Imagen 2.

Ilustración 2. Imagen 002

<http://www.formasmodulares.com.co>

6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



7. REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

REQUERIMIENTOS	DETERMINANTES-PARÁMETROS
Arte corporativo.	Identificar cada punto con el apoyo de Logo – manejo de color corporativo.
Fácil acceso a los diferentes ítems establecidos.	Diagramación dinámica
Mostrar en su totalidad con detalles los mejores proyectos.	Fotografías-imágenes-ilustraciones-planos.
Diseño gráfico	Puntos clave para la ubicación de lo que se va a plantear en primeras planas.
Factor estético	Diseño agradable y fácil de percibir (fluidez visual)
Factor formal	Las artes que se van a plantar estarán identificadas con la imagen corporativa.

8. ALTERNATIVAS DE DISEÑO

Muebles de baño



Belleza y funcionalidad Belleza y funcionalidad

bibaz
[arquitectura de acabados]

IMAGEN 4.

Ilustración 4. Imagen 004



IMAGEN 5.

Ilustración 5. Imagen 005



IMAGEN 6.

Ilustración 6. Imagen 006

9. DISEÑO DE DETALLES

IMAGEN 7.

PAPELERIA BIBAZ				
FOTO	PRODUCTO	CANTIDAD	ACABADOS	TAMAÑO
	Tarjetas de presentación	2.500 (9 referencias)	Propalcode 300 grms mate	5 x 9 cm
	Sobre carta blanco	300	Propalcode mate 115 grm	12 X 23,5 cm
	Hoja membrete carta	500	Kimberly blanco artico 120 grm	21,5 X 28 cm

Ilustración 7. Imagen 007

IMAGEN 8.

	Etiquetas	300	Mate	9 X 22 cm
	Blogs	5 (Blogs x 50 hojas) Total hojas: 250	Bond 75 grms Blanco	21,5 X 28 cm
	Factureros	500 (+ las copias)	---	28 X 21,5 cm
	Recibos de caja	1.000 (+ las copias)	---	21,5 X 13,5 cm

Ilustración 8. Imagen 008

10. PROPUESTA DEFINITIVA

- Diseño portafolio virtual (22 páginas) y rediseño página web.



IMAGEN 9.

Ilustración 9. Imagen 009

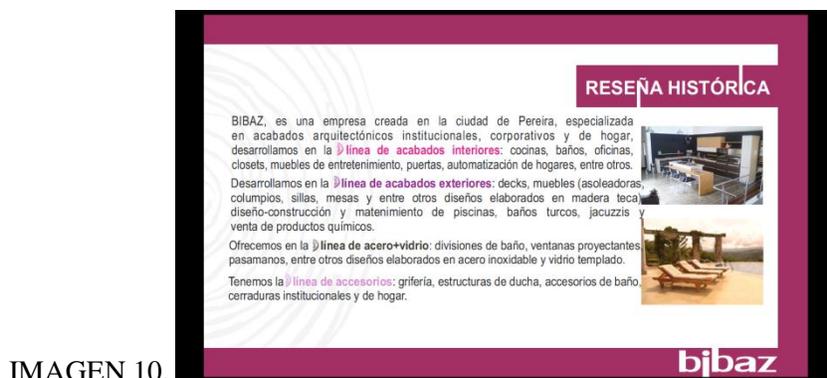


IMAGEN 10.

Ilustración 10. Imagen 010



IMAGEN 11.

Ilustración 11. Imagen 011

10. COSTO DE PRODUCCIÓN

Diseño web (programación - actualización) pago trimestral \$90.000

PROYECTO 2.

4.2. VOLANTE PUBLICITARIO PARA CLIENTES AL DETAL O VISITANTES DE LA SALA DE VENTAS.

4.2.1. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto surge por medio de la necesidad de los clientes y visitantes de la sala de ventas, de tal manera que se propone diseñar un volante publicitario donde rápidamente describa los productos y servicios que brinda la empresa.

4.2.2. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un volante publicitario como estrategia para los clientes al detal y visitantes de la sala de ventas, con el fin de contribuir con el posicionamiento de la organización ante el público.

4.2.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar las tipologías existentes de los diferentes volantes publicitarios de reconocidas empresas de diseño.
- Desarrollar folletos que interactúen con el usuario.
- Realizar un formato dinámico y práctico.

5. ANÁLISIS

La identidad corporativa es un instrumento fundamental de la estrategia de empresa, se deben aplicar los complementos visuales que conforman la marca en los proyectos de diseño, teniendo en cuenta estos factores, se ataca la problemática con el apoyo de las diferentes propuestas de estrategia para generar conocimiento ante el público.

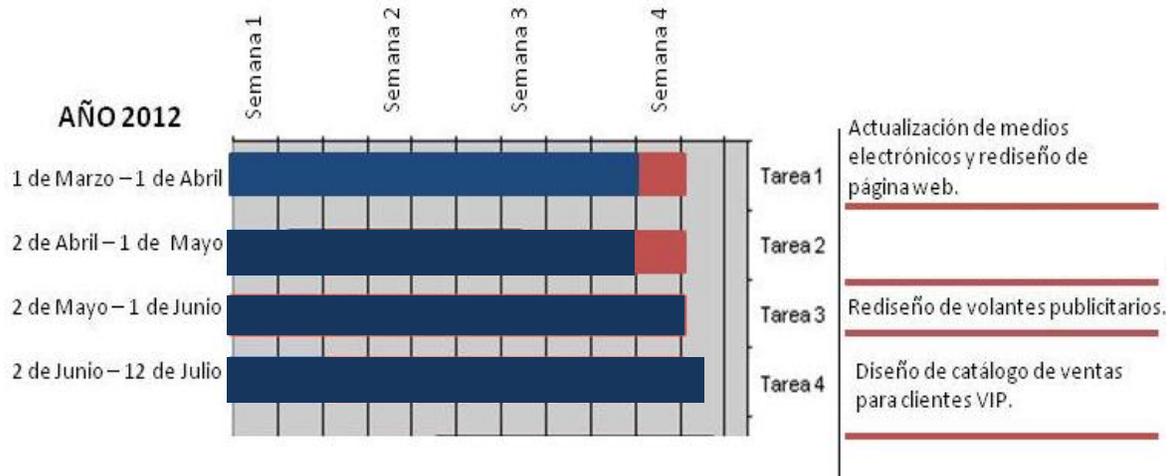


IMAGEN 12.

Ilustración 12. Referencia corporativa 012

<http://markartechile.blogspot.com>

6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLANEADAS



7. ALTERNATIVAS DE DISEÑO



Ilustración 13. Alternativa de diseño corporativo



Ilustración 14. 014

8. DISEÑO DE DETALLES

PLANTEAMIENTO DE LÍNEAS DE ACABADOS

BIBAZ-ARQUITECTURA DE ACABADOS, cuenta con diferentes líneas de acabados, donde se encuentra un amplio portafolio de productos y servicios, para satisfacer y dar respuesta a todas las necesidades de nuestros clientes.

- LÍNEA INTERIOR
- LÍNEA EXTERIOR
- LÍNEA ACERO + VIDRIO
- LÍNEA ACCESORIOS

IMAGEN 15.

bibaz

Ilustración 15. Planteamiento línea de acabados

9. PROPUESTA DEFINITIVA

FOLLETO ABIERTO



FOLLETO CERRADO



Ilustración 16. Folleto publicitario

IMAGEN 16.

10. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Descripción: volante publicitario (full color) plegable.

Tipo de papel, fotográfico

Precio x unidad \$1.170

PROYECTO 3.

4.3CATÁLOGO DIRIGIDO AL VENDEDOR Y ASESOR COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN.

4.1.3. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta los factores que contribuyen con la identificación del problema, los medios electrónicos, bibliográficos y las tipologías, se convierten en un apoyo para generar un buen desarrollo a la necesidad de la empresa, ya que el vendedor no cuenta con un apoyo para ofrecer los productos y servicios que brinda la organización, se plantea un catálogo donde muestre detalladamente las intenciones de la misma.

- Diseño de brochure
- Diagramación.
- Manejo de color.
- Ofrecer productos – detalles
- Convencimiento visual

4.2.4. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar – diseñar, un catálogo de productos y servicios para el vendedor y asesor comercial de la organización.

4.3.5. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las líneas de acabados que ofrece la empresa para caracterizar cada uno de los productos y servicios.
- Definir los proyectos, productos y servicios que se plantearan para el diseño de un catálogo de ventas.
- Adecuar la imagen corporativa como punto fuerte de exhibición ante el público.

5. ANÁLISIS

Este proyecto surge por la necesidad que presenta el cliente y asesor comercial a la hora de exhibir los productos y servicios cuando se encuentra fuera de la organización, ya que solo puede aportar al cliente una tarjeta personal donde no se visualiza ninguna imagen alusiva a los proyectos o intenciones de la empresa. De tal manera que se propone un catálogo donde fácilmente pueda registrar un pedido y ofrecer un producto con un apoyo visual y confiable.

MUESTRAS 01



Ilustración 17. Referencia brochure

<http://www.bizion.org>

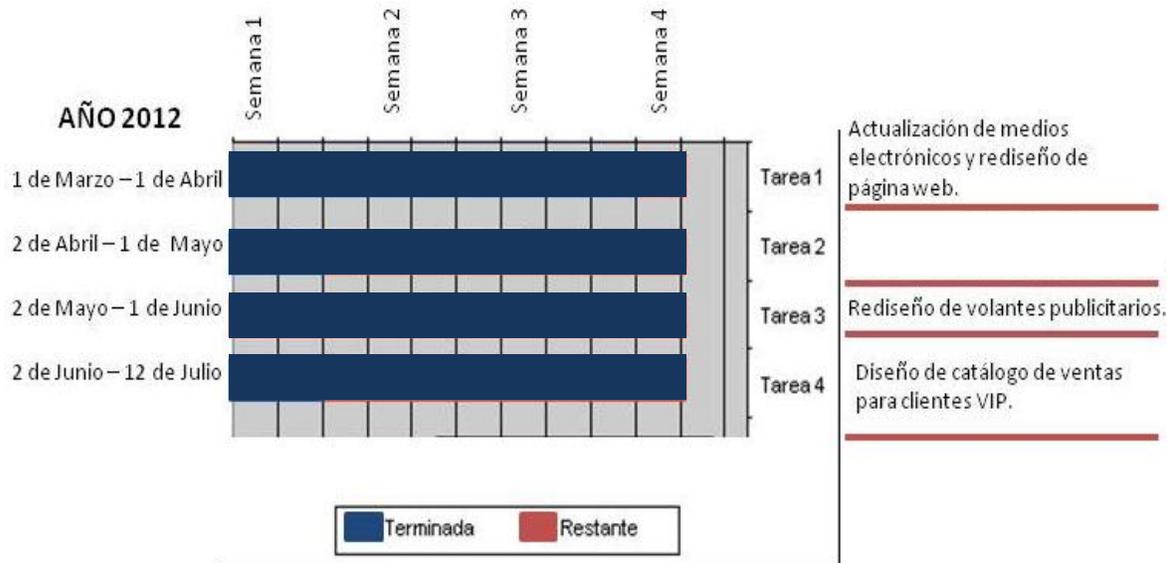
MUESTRA 02



Ilustración 18.

<http://www.portafolio-quickton.com>

6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLANEADAS



7. ALTERNATIVAS DE DISEÑO

Av. 32 de Agosto #50-90
Tel: 303 13 00
administrativo@bibaz.com.co
PEREIRA - COLOMBIA
www.bibaz.com.co

lista de precios

LISTA DE PRECIOS ENERO DE 2012
GRIFERIAS Y COMPLEMENTARIOS

LCM

NOTA: LOS SIGUIENTES PRECIOS NO INCLUYEN IVA

FOTO	REF.	DESCRIPCION	precio de venta en millones de pesos
	50718	MONOCONTROL LAVAMANOS DE MURO CROMO	\$ 265.000
	1284	MONOCONTROL LAV DE MURO PALANCA	\$ 390.000
	1286	MEZC. COCINA MONOCONTROL PALANCA	\$ 325.000
	50711	MONOCONTROL LAVAMANOS CROMO	\$ 240.000
	50712	MONOCONTROL LAVAMANOS ALTO CROMO	\$ 380.000
	50702	MONOCONTROL DUCHA CROMO 889	\$ 250.000

IMAGEN 17.

Ilustración 19.

IMAGEN 18.

Av. 30 de Agosto #10-03
 Tel: 328 33 03
 bibaz@arquibaz.com.co
 PISO 10A, C.C. SURESA
 www.bibaz.com.co

bibaz
Arquitectura de Acabados

LISTA PRECIOS ENERO DEL 2012
MEBLES DE VIDRIO
MODELOS COMERCIALES

NOTA: LOS SIGUIENTES PRECIOS NO INCLUYEN IVA

FOTO	REFERENCIA	DESCRIPCION	PRECIO PUBLICO 2012 NO INCLUYE IVA
	4	LAVAMANOS VIDRIO AZUL OPAO	\$ 118.000
	9	LAVAMANOS VIDRIO NEGRO OPAO	\$ 135.000
	10	LAVAMANOS VIDRIO NEGRO TRANSPARENTE	\$ 135.000
	14	LAVAMANOS VIDRIO MORADO	\$ 119.000
	15	LAVAMANOS VIDRIO ROSADO	\$ 119.000
	23	LAVAMANOS VIDRIO AZUL TRANSPARENTE	\$ 119.000

Ilustración 20.

IMAGEN 19.

BIBAZ - ARQUITECTURA DE ACABADOS

NOTA: LOS SIGUIENTES PRECIOS NO INCLUYEN IVA

LISTA PRECIOS ENERO 2012
ACCESORIO
LCM

FOTO	REF.	DESCRIPCION	PRECIO DE VENTA
LINEA 3600			
	3655B	PORTARROLLO	\$ 55.000

Ilustración 21.

8. DETALLES DE DISEÑO



IMAGEN 20.

Ilustración 22. Detalles de diseño

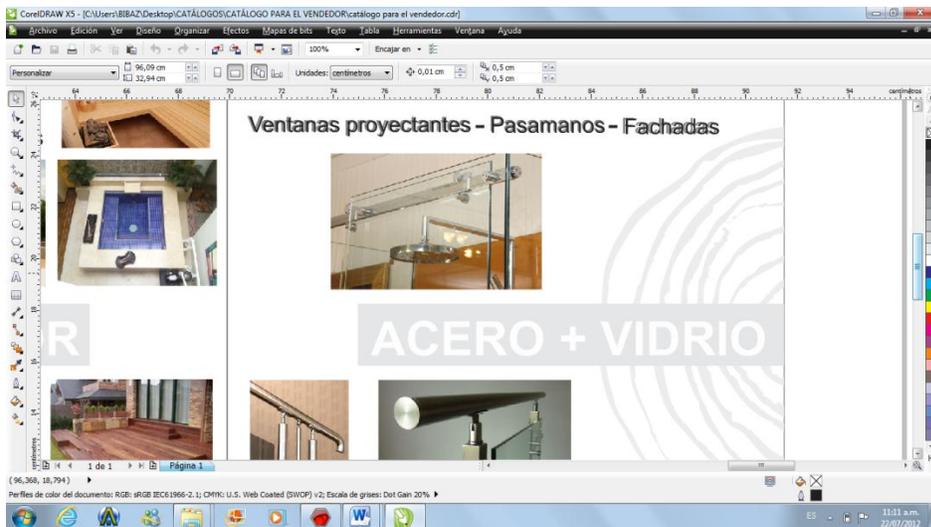


IMAGEN 21.

Ilustración 23. Detalles de diseño 02

11. COSTOS DE PRODUCCIÓN

- Descripción: catálogo plegable
- 2 hojas
- 4 páginas
- Full color
- Tipo de papel propalcote brillante
- Precio por unidad \$3.600

CONCLUSIONES

Cuando se cumple con un objetivo que se apoya de algunos específicos, podemos hablar de la satisfacción de un proyecto que se trabajo siguiendo los pasos adecuados para aportar ideas claras y estrategias de diseño en este caso con la organización, estableciendo algunos puntos fuertes para el reconocimiento ante el público, en esta búsqueda por la satisfacción lo que permite que el diseñador pueda explotar sus conocimientos y mostrar las diversas alternativas de materiales, colores, tamaños, funciones y entre otras características que se pueden reflejar ante un proyecto con propuestas alternas de diseño y de esta manera llegar a un producto deseado.

El proceso de avance consta de algunos ítems que periódicamente se deben estudiar para un objetivo:

- Análisis
- cronogramas
- Requerimientos
- Determinantes
- Parámetros
- Alternativas
- Detalles
- Propuestas
- Correcciones

Con lo anterior se puede observar y entender que un resultado final tiene una coordinación y unas etapas que se llevaron a cabo durante el tiempo de proceso según cronogramas, y puntos de entrega o fechas establecidas, satisfaciendo las necesidades de la organización y del cliente.

RECOMENDACIONES

La programación y planificación son características esenciales para el cumplimiento de un objetivo, es decir que un proceso de diseño debe estar bien estipulado para tener resultados satisfactorios, así como en la organización se establecieron diferentes ítems para las tareas que se aproximan, con una serie de recomendaciones de diseño para que los objetivos que se van a plantear puedan llevar un cronograma de actividades con fechas establecidas donde el cliente pueda observar las etapas en las que los avances serán demostrados sin obtener inconformidades por parte de estos, ya que es muy importante la comunicación en una empresa para el trabajo constante y el seguimiento de los proyectos que se encierran en un círculo comunicativo entre jefe, diseñador y cliente.

BIBLIOGRAFÍA

es.wikipedia.org

[Garate, E. \(11 de Septiembre de 1997\). Recuperado el 11 de Septiembre de 1997, de <http://www.blogartesvisuales.net/identidad-corporativa/logotipos/introduccion>](http://www.blogartesvisuales.net/identidad-corporativa/logotipos/introduccion)

[Munari, B. \(1986\). Como nacen los objetos. En B. Munari, *Como nacen los objetos* \(pág. 338\). Italia: GG Diseño.](#)

<http://www.bibaz.com.co>

<http://www.formasmodulares.com.co>

<http://www.construtorasantelmo.com>

<http://www.imagencorporativaypublicitaria.com>

<http://www.estrategiacreativaf.com/>

