



Universidad<sup>®</sup>  
Católica  
de Manizales

VIGILADA MINEDUCACIÓN

*Obra de Iglesia  
de la Congregación*



Hermanas de la Caridad  
*Dominicas de La Presentación*  
de la Santísima Virgen

Manizales, 21 de enero de 2019

Trabajo de Grado

Proyecto de desarrollo: We On Design

*Programa de Especialización en Branding y Comunicación Estratégica*

A photograph of three young people sitting on stone steps outdoors. On the left, a man with a beard and a dark sweater over a collared shirt is smiling. In the center, a woman with long dark hair is smiling. On the right, a man in a white button-down shirt is looking towards the woman. The background shows a building with a tiled roof and a church tower. The entire image is overlaid with a teal color filter.

**01**

**Estudiante(s)**

Bryan Santiago Grisales Chica

Daniel Augusto Ocampo Rincón

The background features a dark blue field with several large, light blue, abstract shapes. These shapes include thick, curved lines and circular forms, some of which are partially cut off by the edges of the frame. The overall aesthetic is modern and graphic.

we  
on  
design

## justificación

El dinamismo propio del mercado contemporáneo exige que las marcas, productos, servicios e ideas se muestren a través de una buena estrategia de marketing. Por eso nos complace presentar we-on desing, una empresa que nace con el fin de visibilizar y potencializar los emprendimientos e ideas de negocio de quienes en el futuro serán nuestros amigos.

Bajo la premisa de diversificar la oferta del segmento y generar relaciones estratégicas eficientes y duraderas, esta iniciativa, cien por ciento manizaleña, fundamenta su praxis en la innovación, compromiso y capacidad de convertir una historia en una gran estrategia publicitaria y comunicativa.

En We-On nos mueve la amistad, así que cuéntanos tu historia y hagamos equipo.

## quienes somos

We-On Design, es la materialización de un proyecto de emprendimiento de dos apasionados por la imagen... ¡una empresa de amigos! Con más de 6 años de trayectoria en el segmento de publicidad y comunicación, esta iniciativa 100% manizaleña, ofrece servicios y soluciones en las áreas de producción audiovisual, fotografía, diseño multipropósito y marketing deportivo.

Con la firme intención de convertirnos en aliados estratégicos de las personas que dan vida a marcas, productos y servicios hemos diseñado un paquete de soluciones ajustable para cada historia y necesidad; Cuéntanos la tuya ¡Porque en We-On no tenemos clientes, tenemos amigos!

## nuestra misión

Brindar soluciones en las áreas de producción audiovisual, diseño multipropósito y marketing digital, a través de la implementación de estrategias de comunicación asertiva acordes a las necesidades del medio y las marcas... porque cada amigo tiene su propia historia.

## nuestra visión

### **corto plazo**

Posicionarnos como empresa líder en el eje cafetero (Caldas, Risaralda y Quindío) en el segmento de la producción audiovisual y el marketing deportivo, que se diferencie dentro del sector por la capacidad de comunicar a partir de historias emotivas con fines publicitarios asertivos, concretos y efectivos.

### **mediano plazo**

Generar reconocimiento nacional por la calidad y efectividad de nuestras producciones, así como por las alianzas estratégicas que posibilitan nuestro crecimiento.

### **largo plazo**

Consolidar y promover nuestro proyecto en el ámbito nacional e internacional a partir de la ponderación de nuestro talento humano, que en esencia, es el elemento de valor y diferenciación para crear historias impregnadas de emotividad publicitaria y efectividad comunicativa.

## valores corporativos

- **Pasión** por nuestro trabajo
- **Confianza** mutua en virtud de la amistad
- **Complicidad** para contar grandes historias
- **Incondicionalidad** en el momento exacto
- **Ética** para cuidar cada detalle
- **Sinceridad** para hacer posible un gran momento
- **Respeto** que haga sólida nuestra amistad



## objetivos

- Comunicar de manera asertiva las necesidades de nuestros clientes o amigos.
- Seleccionar asertivamente el medio y la producción adecuada para cada una de las necesidades de comunicación.
- Consolidar alianzas que permitan potencializar nuestra marca, llevándola a una proyección nacional e internacional.
- Entender e interpretar las historias de nuestros amigos para generar estrategias y un producto final efectivo en el medio.
- Generar contenidos audiovisuales y de diseño ajustados a las necesidades de comunicación de cada cliente, entendiendo su entorno y su correcta planeación de medios.

## público objetivo

We-On tiene cuatro segmentos importantes en el mercado, definidos a partir de cada una de las submarcas y la trayectoria de cada una de ellas.

El primero es **We-On Audiovisual**, cuyo nicho de mercado está centrado en grandes empresas, cuyos productos o servicios brindan una experiencia a su consumidor o usuario. Estas empresas tienen el capital, desarrollo e infraestructura para hacer exposición del producto final, ya sea televisión nacional, pauta en cine o medios digitales.

**We-On Fotografía**, realiza producciones y sesiones fotográficas en eventos empresariales y corporativos, con todas las herramientas y tecnología necesaria para generar contenido de valor que potencialice la imagen de sus aliados.

**We-On Branding y Diseño**, atiende a las necesidades de creación, desarrollo y manejo de identidad de pequeñas empresas o marcas que requieren un plan efectivo de desarrollo en medios digitales.

**We-On Marketing Deportivo**, tiene un nicho de mercado conciso, especializado en jugadores profesionales de fútbol y futuras promesas del deporte, con interés en desarrollar una imagen establecida, integral y con alto impacto gracias a su contenido de valor.

## nuestros enfoques



**We-On Audiovisual:** tiene el enfoque de posicionarse a partir de la emoción. Esto, por medio de producciones que se compenetren con cada uno de los clientes, siguiendo sus valores y atributos, obteniendo historias que emocionan y cautivan. Hacer parte de We-On hace sentir a los clientes exclusivos, tanto por la calidad narrativa como visual. El cliente siente que We-On se apropia de su historia y la potencia, propiciando escribir nuevas aún más increíbles.

| nuestros  
enfoques



**We-On Fotografía:** está enfocada en crear, producir, registrar y captar imágenes que tengan la capacidad de contar historias inolvidables; absorbiendo la esencia de cada momento para transformarlo en fotografías memorables.

## nuestros enfoques



**We-On Branding y Diseño:** está enfocada en crear estrategias de comunicación asertivas y acordes con las necesidades del medio, destinando cada uno de sus esfuerzos en crear, establecer y proyectar marcas que impacten en medios con mensajes integrales y estrategias con alto impacto gracias a su contenido de valor.

## nuestros enfoques



**We-On Marketing Deportivo:** tiene como tipo de posicionamiento el consumidor, con la capacidad para entender el estilo de vida, valores y gustos de cada persona, we-on genera todo un desarrollo de marketing que va alineado directamente con el cliente, eliminando cualquier tipo de contacto genérico, trata de apropiarse de la historia de cada uno de ellos para de este modo, exponerla de manera asertiva y contundente a sus públicos objetivos.

inspiración  
de marca

| we + on + ●



amistad y  
complicidad



pasión e  
innovación



encendido  
y acción

conformación  
de logotipo

we  
on  
design



amistad y  
complicidad



pasión e  
innovación

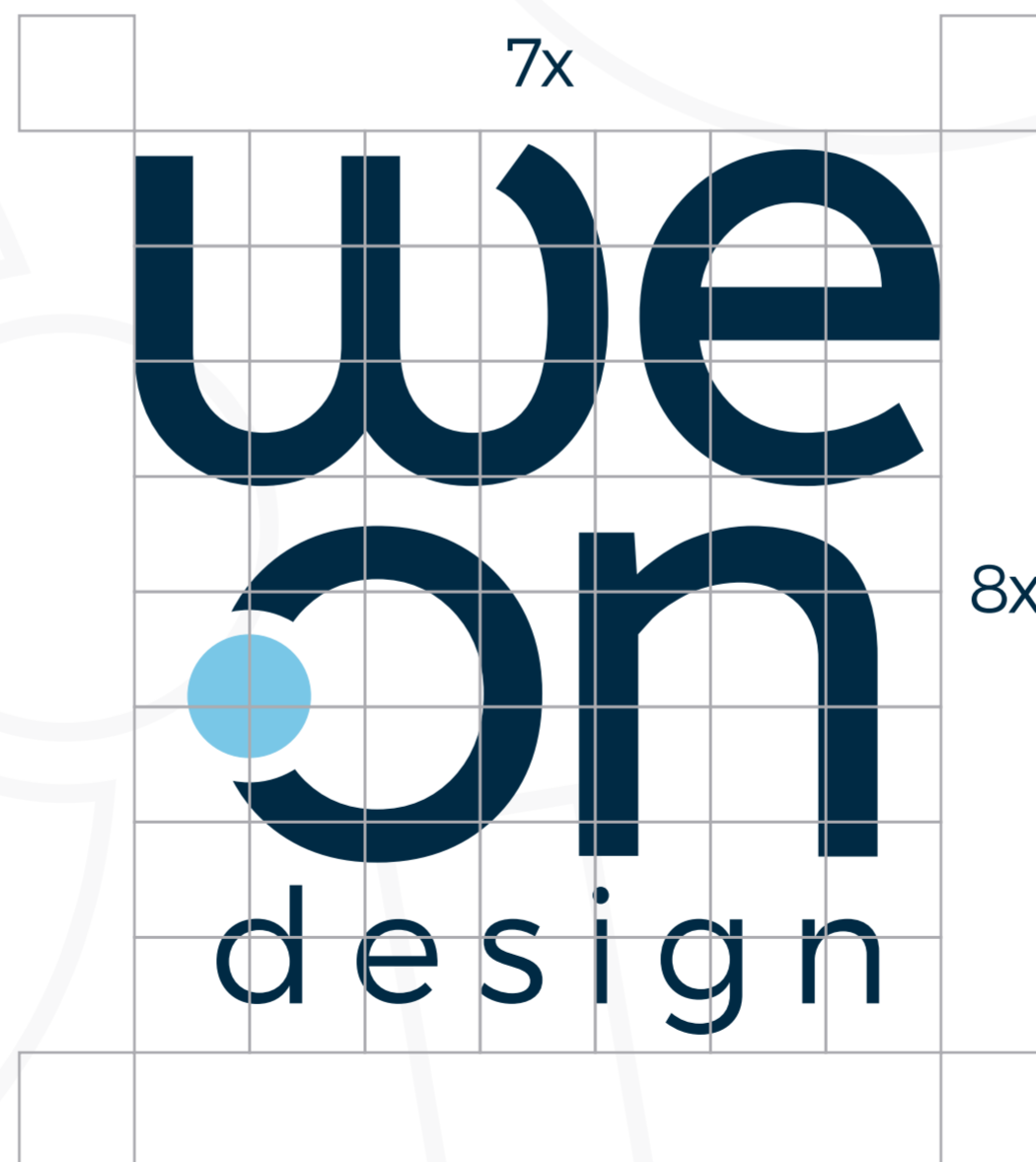


encendido  
y acción



## modulación de logotipo

El logotipo de We On Design, ha sido conformado a partir de una cuadrícula en proporción de 7x8 unidades. Esto lo dispone con distribución levemente vertical, pero con una perfecta distribución visual, propiciando así, una adecuada aplicación en diferentes superficies y formatos.



## área de protección

Se ha establecido un área de protección para el logotipo, partiendo de un elemento que lo compone como lo es la letra “n”, esta área permite que la relación con otros elementos, ya sean marcas, elementos gráficos, tipográficos, entre otros, no interfieran tanto en la lectura como en la correcta visualización de marca con sus respectivos atributos, formales y cromáticos.



## tamaños mínimos de reproducción

Los tamaños mínimos se disponen como reglas básicas para la correcta visualización y legibilidad del logotipo, desde su aplicación en offset y serigrafía, como en digital.

En sistemas con bajos valores de reproducción (relieves, grabados, etc), se recomienda un mayor tamaño o realizar la aplicación secundaria de marca "w" (ver más adelante), atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.



we  
on  
design



offset  
20mm de alto



we  
on  
design



serigrafía  
20mm de alto



we  
on  
design



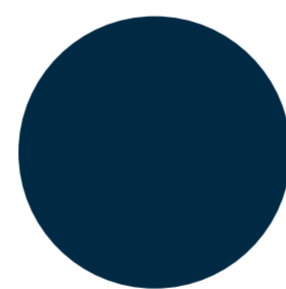
digital  
100px de alto

## relación cromática

El color define un escenario de valores emocionales concretos que se deben considerar para su aplicación en cualquier soporte de comunicación.

Su composición cromática parte una relación por contraste de familias de color. El azul oscuro representa la confianza, la sinceridad, ética y respeto, valores fundamentales de la esencia de marca, del mismo modo representa el acento del contraste. El cyan representa la complicidad, incondicionalidad y por su luminosidad y vibración, la pasión; por su dinamismo, este color es utilizado en mínima cantidad produciendo un contraste estable y equilibrado.

we  
on  
design



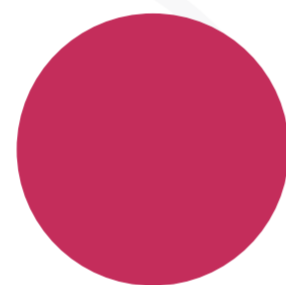
**CMYK** 98 · 90 · 53 · 33  
**RGB** 0 · 42 · 68 - #002A44  
**Pantone 2965 C**



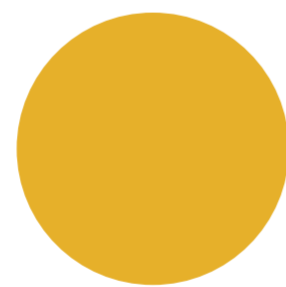
**CMYK** 69 · 0 · 10 · 0  
**RGB** 121 · 202 · 234 - #79CAEA  
**Pantone 311 C**

## relación cromática complementaria

Paleta cromática que complementa el contraste por familia de color principal de la marca. Estos pretenden generar mayor luminosidad y dinamismo a las composiciones de marca, por ello dos de ellos son colores cálidos y aunque el tercero es frío, tiene la luminosidad suficiente para contrastar sobre el tono de acento (azul oscuro). La aplicación de esta paleta es parte fundamental de la aquitectura de marca.



**CMYK** 0 · 95 · 46 · 0  
**RGB** 199 · 45 · 91 - #C72D5B  
**Pantone P 62-8 C**



**CMYK** 0 · 36 · 94 · 0  
**RGB** 233 · 179 · 42 - #E9B32A  
**Pantone P 14-8 C**



**CMYK** 30 · 0 · 92 · 0  
**RGB** 206 · 221 · 63 - #CEDD3F  
**Pantone P 160-8 C**

| tipografía  
primaria

**Montserrat Bold**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp  
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789**

Montserrat Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp  
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789

tipografía  
secundaria

Century Gothic Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp

Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789

**Century Gothic Bold**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp**

**Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

**0123456789**

aplicaciones cromáticas





## USOS incorrectos



1. Girar
2. Inclinar
3. Desproporcionar
4. Alterar orden de elementos

5. Agregar elementos
6. Cambiar colores
7. Agregar sombra sobre blanco
8. interrumpir área de respeto

## aplicación secundaria como isotipo de la marca

Se presenta como una abstracción del logotipo principal de la marca, este se presta para aplicaciones como isotipo. Conserva los mismos estándares de identidad, composición, área de respeto, contraste cromático y tamaños mínimos de reproducción que el logotipo. Esta aplicación es fundamental en la conformación de la arquitectura de marca, que categoriza la marca por servicios.



| arquitectura  
de marca



Además de categorizar los servicios, identifica cada uno de ellos con un color que representa adecuadamente sus valores y atributos, según la categoría de mercado a la cual se dirige. Magenta: acción, Cyan: innovación, Verde: dinamismo y movimiento, Amarillo: creatividad.

aplicaciones



## aplicaciones



aplicaciones



aplicaciones



aplicaciones





branding

aplicaciones



## responsabilidad social empresarial

Nuestra estrategia está direccionada a la responsabilidad social empresarial, pretende unir los esfuerzos comunicativos de dos marcas ligadas con We On Design, José Cuadrado + Fundación Pequeño Corazón, con el objetivo final de maximizar el mensaje de recolección de fondos para salvar vidas de pequeños corazones que están en riesgo.

José Cuadrado cuenta con más de 50 mil seguidores y un alcance mensual de más de 500.000 personas, una imagen de marca que We On Design se ha encargado de hacer sólida, íntegra y humana, acorde a los lineamientos que como marca el jugador ha desarrollado.

Por ello hemos decidido conectar a uno de nuestros principales amigos con una de las campañas de recolección de fondos de la Fundación Pequeño Corazón, en donde José se dispone para ser embajador de marca con el fin de unificar y maximizar el mensaje.

Además de tener presencia digital como medio principal a nivel de campaña, se contará con actividades 360°, en eventos presenciales, que permitan conectar a las personas y acercar por medio de su reconocimiento al proyecto de la fundación.



UNIMOS GRANDES AMIGOS PARA CONSTRUIR HISTORIAS DE

# corazón

Porque creemos en la complicidad y alegría de la niñez, hemos decidido unir a nuestros amigos para salvar pequeños corazones que de seguro escribirán grandes historias. Ahora **We-On Design** y **José Cuadrado**, jugador de la Selección Colombiana de Fútbol escriben una gran historia con la **Fundación Pequeño Corazón**.



boromdin

| nuestros amigos



vive digital



Responsible and Healthy  
BEAUTY



w

## bibliografía

- Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Ediciones infinito.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Grupo editorial Design.
- Chavez, N. (n.d.). *Diseño y Credibilidad del mensaje*.
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gil S.A.
- García Ramos, R. (2014). *Design Thinking*. Recuperado el 10 de octubre de 2015, de [www.designthinking.es](http://www.designthinking.es)
- Papanek, V. (2014). *Diseñar para el mundo real, ecología humana y cambio social*. New York: Pollen Editions.
- Costa, J. (2004). *La imagen como marca: un fenómeno social*. Grupo Planeta (GBS).
- Capriotti Peri, P. (2009). *Branding corporativo: fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago, Chile: Colección de libros de la empresa.
- García, M. (2004). *Arquitectura de marcas*. Esic Editorial.



# Universidad<sup>®</sup> Católica de Manizales

VIGILADA MINEDUCACIÓN

*Obra de Iglesia  
de la Congregación*



Hermanas de la Caridad  
*Dominicas de La Presentación*  
de la Santísima Virgen

**Universidad Católica de Manizales**  
Carrera 23 # 60-63 Av. Santander / Manizales - Colombia  
PBX (6)8 93 30 50 - [www.ucm.edu.co](http://www.ucm.edu.co)