

Desarrollo de la imagen corporativa e identidad visual para el nuevo producto de infusión de Stevia para un proyecto de innovación.

DEVELOPMENT OF CORPORATE IMAGE AND VISUAL IDENTITY FOR THE NEW STEVIA INFUSION PRODUCT FOR AN INNOVATION PROJECT

¹Michael Alexander Torres-Rodríguez

²Yorwil Enrique Quintero-Rodríguez

³Ender José Barrientos-Monsalve.

Recibido: Enero 23 de 2018 Aceptado: Mayo 17 de 2018

Resumen

Se verá reflejado en este proyecto parámetros que se establecieron para generar la imagen visual del producto infusión de stevia siendo un producto con propiedades beneficiosas y totalmente naturales pero que no son conocidas muy bien por ende como prioridad se generara investigaciones y análisis del producto para partir de ahí con la elaboración y generación de bocetacion para posibles prototipos de imagen los que pasan por rigurosos filtros de creación y creatividad para darle dinamismo, forma, color, equilibrio para dar por finalizado un arte final de imagen para el producto y darle vida a la marca de infusión de stevia para su posible introducción al mercado

Palabras clave: imagen visual, infusión, stevia, identidad corporativa.

Abstract

It will be reflected in this project. They have been set to generate the image. Image of stevia infusion product. There it is with the elaboration and the generation of sketches for the prototypes of the image that go through the rigorous filters of creation and creativity to give it dynamism, form, color, balance to give for finalized a final art of the image for the product and give life to the stevia infusion brand for its possible introduction to the market.

Keywords: visual image, infusion, stevia, corporate identity.

¹Profesional en diseño gráfico, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, ma.torres@fesc.edu.co, Cúcuta-Colombia

²Profesional en diseño gráfico, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, ye.quintero@fesc.edu.co, Cúcuta-Colombia

³Ciencia, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, ej_barrientos@fesc.edu.co, Cúcuta-Colombia

*Autor de Correspondencia
Correo: c_marulanda@fesc.edu.co

© 2018 Fundación de Estudios Superiores Comfanorte. Este es un artículo bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Introducción

Actualmente el mundo enfrenta desafíos en todas sus áreas del conocimiento, así lo refleja (Monsalve, 2017) Un mundo altamente complejo como el actual, expresa una profunda crisis, esto se vive también en Colombia en todos los sectores y entre los escenarios de las comidas se deben innovar para crecer de manera óptima, es por ello que en Colombia hay muy pocos productos bajos en azúcar que están hechos a partir de la stevia, productos naturales que realmente ayuden a controlar la diabetes, lo que más se ve son endulzantes, pero bebidas como el Té o infusiones naturales es algo que no se encuentra en el mercado Según (fondo colombiano de enfermedades de alto costo, 2017).

En Colombia, durante el último año se reportaron a la CAC 1012.002 personas con diabetes de las cuales el 58,1% son mujeres. La prevalencia país se ubicó en 2,1% con una incidencia general de 1,9%.” Esto nos indica que los roles de género y las dinámicas de poder pueden influir sobre la vulnerabilidad de la diabetes.

En este contexto, siendo que el Norte de Santander se encuentra avanzando en las exportaciones este rubro podría prometer un desarrollo económico a la región, además Medina (2015) señala: “las cuales están creciendo muy rápido”(p.14), por su parte (Arenales, 2017), y en Cúcuta se refleja como uno de los primeros departamentos con altas cifras de esta problemática, luego de una investigación de mercados se llegó a la conclusión que hay muy pocos productos naturales de estas propiedades, para ayudar y contrarrestar un poco esta enfermedad que es la diabetes se quiere introducir este producto natural para ser un acompañamiento y sobre llevar a los que la padecen y así cuidar un poco más de su salud.

A partir de esta problemática se busca crear un proyecto con responsabilidad ambiental la cual costa de generar un infusión de stevia para su comercialización, por la producción del plantín, la siembra y posteriormente su cultivo, , se maneja la post cosecha, se obtiene el extracto y por último

se da la comercialización de productos que se deriven de la planta Stevia. Luego de una investigación de mercados se llegó a la conclusión que hay muy pocos productos naturales de estas propiedades, para ayudar y contrarrestar un poco esta enfermedad que es la diabetes se quiere introducir este producto natural para ser un acompañamiento y sobre llevar a los que la padecen y así cuidar un poco más de su salud.

Al momento de que este producto sea comercializado se ve la necesidad de crear toda su imagen de identidad corporativa y generar una estrategia de marketing para ser promocionado y que pueda impactar al consumidor como lo dice (Nana González (s.f.):

Si desea que tu marca se destaque en un mercado tan saturado como en el que se vive hoy en día, deberá tener como un requisito de negocio, establecer su imagen corporativa demarca de inmediato; para lograr aumento en las ventas, disfrutar de los beneficios y asegurar el éxito que se quiere conseguir”. Entonces se establecerá un plan de contenido para impulsar y promocionar dicho producto dando alternativa a la problemática que se maneja y ejecutar el lanzamiento del producto que dará un mayor desarrollo productivo en la región, con esto se quiere según Ruiz (2015) “...se pretende conocer el nivel de satisfacción percibida”(p.80) y con esto tener en cuenta la reacción de los clientes con base a este producto.

La diabetes es una enfermedad grave, donde según (la organización mundial de salud, 2015) “el páncreas no produce suficiente insulina la cual es la hormona que se encarga de regular los niveles de azúcar que hay en la sangre “las cifras dicen que hay 422 millones de personas adultas en todo el mundo con diabetes”. Cifra bastante alta de los cuales se desprende muchos factores y ha ido duplicándose cada día más la cual es una importante causa de la ceguera, insuficiencias renales, amputación de los miembros inferiores del cuerpo humano y accidentes cerebrovasculares.

Donde una gran cantidad de personas van generando esta enfermedad progresivamente, de lo que van obteniendo complicaciones de las que no se dan cuenta, como lo afirma (Atlas de la Diabetes, 2015):

pasando a un total de número de afectados con 77% promedio son quienes viven en países de ingresos medios y bajos, donde es una constante reproducción de esta enfermedad a un ritmo alarmante, las cuales últimas cifras sacadas del Atlas de la Diabetes diagnostica un preocupante impacto de la diabetes como principales amenazas para el futuro desarrollo mundial.

A nivel global, la diabetes es igualitaria en personas de ambos sexos, pero es un poco más inclinado a hombres con una cifra de “215,2 millones contra un 2015 199,5 millones”. Donde según (la fundación de la diabetes, 2015) afirma:

“Uno de cada 15 adultos tiene tolerancia a la glucosa alterada, y uno de cada siete nacimientos se ve afectado por la diabetes gestacional”. Ambas condiciones están asociadas con un mayor riesgo de desarrollar, más tarde en la vida, diabetes tipo.

La diabetes ha venido aumentando en todo el mundo y en un país como lo es Colombia se ve bastante crecimiento de la población a medida del transcurrir de los años aumenta esta grave enfermedad, como lo señaló (Alejandro Gaviria, 2016):

La enfermedad cobra la vida de 20.000 personas cada año que pasa, es un grave problema de salud pública y las cifras son muy alarmantes con unos 3.3 millones de personas con diabetes, 2.2 millones que ya están diagnosticadas y más de 1 millón de personas aún no diagnosticadas con la enfermedad.

De esta manera las cifras altas que no se gestionan soluciones para la mayoría que las padecen según (la International Diabetes Federación (IDF), 2013) “Colombia se ubica como el segundo país con mayor número de diabéticos en la región de Centro y Sur América.”

La Diabetes está dentro de las 10 primeras causas de mortalidad en el país según la Organización Mundial de la Salud, en el perfil epidemiológico: “ocho de cada 100 adultos en Colombia tienen diabetes Tipo 2”.

Una persona con diabetes vive diez años menos de lo que iba a vivir si no controla su enfermedad, por eso es importante ayudar a la prevención y al tratamiento de estas personas que sufren a causa de la diabetes, prevenir el sobrepeso y la obesidad disminuyen el riesgo de padecerla, pero para ello se tiene que contar con varios factores como tratamiento médico, alimentación sana, ejercicio y productos que ayuden a sobrellevar la enfermedad.

En Colombia hay muy pocos productos bajos en azúcar que están hechos a partir de la stevia, productos naturales que realmente ayuden a controlar la diabetes, lo que más se ve son endulzantes, pero bebidas como el Té o infusiones naturales es algo que no se encuentra en el mercado. Según (el fondo colombiano de enfermedades de alto costo, 2017):

En Colombia, durante el último año se reportaron a la CAC 1012.002 personas con diabetes de las cuales el 58,1% son mujeres. La prevalencia país se ubicó en 2,1% con una incidencia general de 1,9%.” Esto nos indica que los roles de género y las dinámicas de poder pueden influir sobre la vulnerabilidad de la diabetes.

En este contexto, en Cúcuta se refleja como uno de los primeros departamentos con altas cifras de esta problemática. Según (El diario la Opinión, 2016):

La diabetes, entendida en términos sencillos es una enfermedad que se caracteriza por los altos niveles de glucosa (azúcar) en la sangre debido a la insuficiencia en la producción y acción de la insulina. Esta enfermedad es la séptima causa principal de muertes en Colombia, según el más reciente estudio del Observatorio Nacional de Salud.

A partir de esta problemática se busca crear un proyecto con responsabilidad ambiental la cual costa de generar un infusión de stevia para su comercialización, por la producción del plantín,

la siembra y posteriormente su cultivo, se maneja la post cosecha, se obtiene el extracto y por último se da la comercialización de productos que se derivan de la planta Stevia. Luego de una investigación de mercados se llegó a la conclusión que hay muy pocos productos naturales de estas propiedades, para ayudar y contrarrestar un poco esta enfermedad que es la diabetes se quiere introducir este producto natural para ser un acompañamiento y sobre llevar a los que la padecen y así cuidar un poco más de su salud.

Al momento de que este producto sea comercializado se ve la necesidad de crear toda su imagen de identidad corporativa y generar una estrategia de marketing para ser promocionado y que pueda impactar al consumidor como lo dice (Nana González (s.f.) : “Si desea que tu marca se destaque en un mercado tan saturado como en el que se vive hoy en día, deberá tener como un requisito de negocio, establecer su imagen corporativa demarca de inmediato; para lograr aumento en las ventas, disfrutar de los beneficios y asegurar el éxito que se quiere conseguir”. Entonces se establecerá un plan de contenido para impulsar y promocionar dicho producto dando alternativa a la problemática que se maneja y ejecutar el lanzamiento del producto que dará un mayor desarrollo productivo en la región.

Análisis de producto de infusión de stevia **Cultivo de stevia**

Aunque la stevia es originaria de zonas subtropicales, se ha adaptado muy bien a las zonas más templadas y tropicales. (global stevia, 2017) Señala que Para cultivarse es necesario bastante agua (1400-1800 l/m² al año) no es capaz de soportar sequías muy extensas, es necesario la aplicación de riegos regularmente. Es una planta a la cual le gusta el sol y el calor, (global stevia, 2017)

Afirman que su temperatura tiene que ser superior a los 13 °C (estupendo entre los 15 °C y 30 °C) es capaz de resistir temperaturas de 43 °C. Puede aguantar temperaturas entre 5 °C y 15 °C, no obstante esto haría que su desarrollo fuera mucho más lentos,

si bien, con temperaturas inferiores la planta podría morir, por lo que, en lugares donde el invierno es muy frío, lo más recomendable es que se cultive en invernaderos o en casa.

La cadena de producción del endulzante natural stevia, pasa por la producción del plantín, la siembra y posteriormente su cultivo, se maneja la post cosecha, se obtiene el extracto y por último se da la comercialización de productos que se derivan de la planta Stevia.

Los múltiples beneficios de la planta Stevia como señala : (Kosierb, 27)“ No contiene ningún tipo de calorías, es capaz de reducir la ansiedad que generan los dulces es muy recomendada para personas diabéticas, además de que cuida la piel y también el cabello, controla efectivamente el peso, reduce la hipertensión, reduce los niveles de azúcar en la sangre”.

Cuando se da por finalizado el proceso de reconstrucción y cultivo de la stevia se da por finalizado el producto queriendo introducirlo al mercado, entregando una infusión de stevia que tiene múltiples beneficios y ofreciendo un producto de la más alta calidad. Por lo tanto, nuestro negocio tiene como misión, crear valor tanto para la compañía como para la sociedad mostrando nuestro compromiso con la responsabilidad ambiental.

Materiales y métodos

El método empleado en la investigación descriptiva se realizó por medios de (sitios web, revistas y libros) anexos al tema en cuestión de los derivados de endulzantes naturales como la infusión y conocimiento de la planta stevia y sus beneficios, pasando a estudios de identidad visual e imagen corporativa para la ejecución de marca para dar un arte final.

El análisis de la información obtenida se ve reflejado en el proceso de creación de prototipos para una propuesta como arte final para el producto.

Proceso creativo

Realizar prototipos de la imagen corporativa del producto de infusión de stevia.

Proceso creativo:

- Creación del nombre (naming)
- Bocetos de imagen

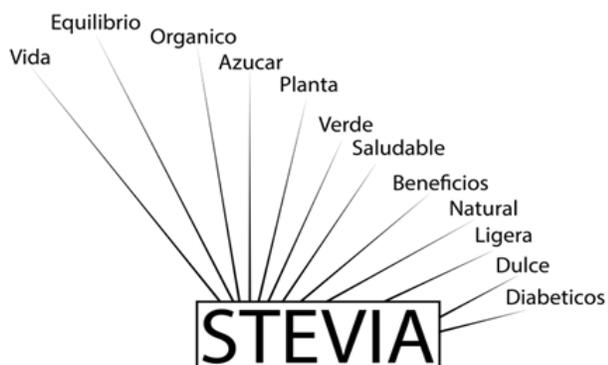


Ilustración 1(proceso de naming, 2018)

Lo primero a desarrollar es escoger el tema al cual vamos a abordar para posteriormente definir algunas propiedades y cualidades que nos servirán más adelante para con ella crear y unir palabras que serán claves para el desarrollo del nombre del producto, pasando por un proceso muy meticuloso para la elaboración del naming, sacado palabras de los beneficios, aspecto, textura y colores que la planta presenta y así conjugar nombre propios.

Cualidades	Propiedades	Prototipos
Stevia te	Florecer	Verde
Fructosa	Semillas	Natural
Tropical	Vegetal	Cultivo
Diabetes	Suspira te	Cuidado
Cultivo	Ambiental	Pureza
Planta	Suspiro	Sustancia
Salud	Green Sign	Nutrastevia
Digestivo	Viate	Suspiria
Hoja	Frescura	Bienstevia
Raices	Relajacion	Herbastevia

Ilustración 1(proceso de naming, 2018)

Para poder tener éxito en la realización de cualquier logotipo es necesario llevar un proceso en el cual se analiza y se escogerá el nombre más adecuado y pertinente para el proyecto de infusión de stevia.

Nombre del producto:

Surgen cuatro propuestas

- Bienestevia
- Green-singh
- Suspiria
- Herbastevia

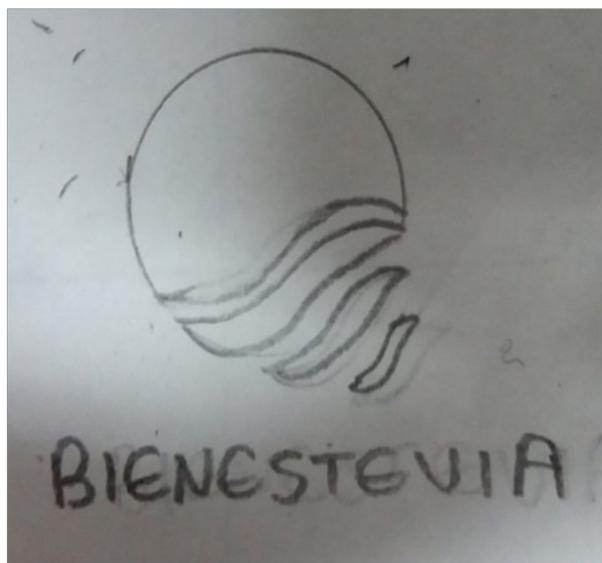


Ilustración 2 (boceto bienestevia, 2018)

En este primer prototipo (Imagotipo) es la fusión o trabajo juntos de logotipo más isotipo, donde se dio relevancia a un amanecer con formas circulares para darle movimiento con pequeñas líneas intercaladas y formas oblicuas dando forma al cultivo de la planta para crear el Isotipo.



Ilustración 3 (boceto suspiria, 2018)

Suspira es un prototipo que va unido por dos palabras suspiro y stevia con el fin de lograr un nombre más dinámico.

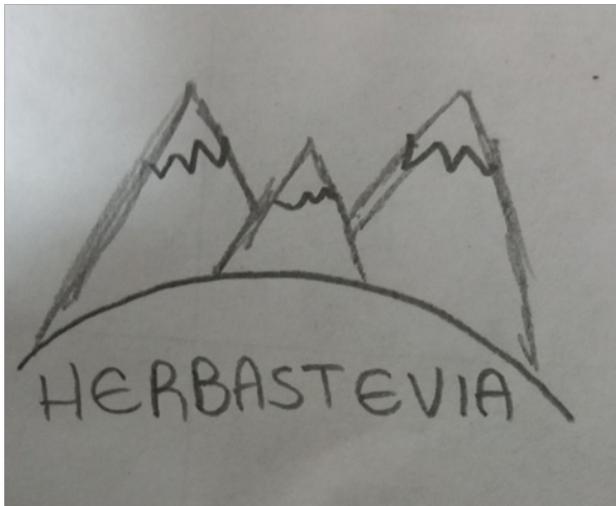


Ilustración 4 (boceto Herbasteveia, 2018)

Este prototipo se hizo para representar nuestras montañas colombianas donde nace todo, se fusionan la palabra Herba (hierba) y la palabra Stevia.

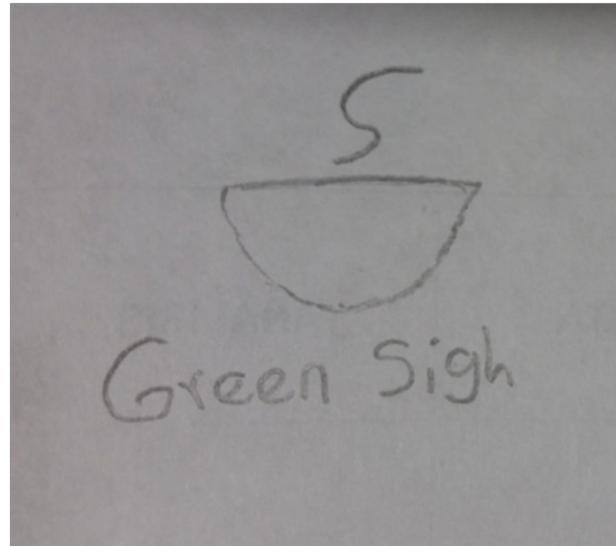


Ilustración 5 (boceto Green sigh, 2018)

En este prototipo se fusionaron dos de palabras en inglés Green (Verde) y Sign (Suspiro)

Prototipos de imagen:

Se generaron cuatro propuestas para el producto dando forma y color a cada una partiendo de un concepto diferente, pero todo bajo el concepto de los beneficios de la planta stevia y como es cultivada.



Figura 6 (ilustración digital Green Sigh) se generó la forma una taza de té dando forma aroma



Figura 7 (ilustración digital herbastevia) se generó la forma de las montañas donde el producto crece dando formas triangulares y con una tipografía gruesa para darle fuerza



Figura 8 (ilustración digital suspiria) se generó la forma de la planta naciente en su campo para dar el concepto de crecimiento de la planta.

*De esta manera es aplicado colores derivados de la gama de verdes referentes de la planta, el **Color Verde** es un color relajante y refrescante que induce a quién lo contempla sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud.*

Resultados y discusión.



Diseño del arte final para la infusión de stevia

Por lo tanto se establece por totalidad un Imagotipo (Imagotipo es la fusión o trabajo juntos de logotipo más isotipo), donde se dio relevancia a un amanecer con formas circulares para darle movimiento con pequeñas líneas intercaladas y formas oblicuas dando forma al cultivo de la planta para crear el Isotipo.

De esta manera para el logotipo se manejó la tipografía **“Swis721 BlkCn BT Black”** gruesa y a palo seco dando fuerza al nombre.

Los colores se generan de la gama de verdes que se mencionan anteriormente dando ese toque de naturaleza, serenidad y armonía, acompañado de un degrade de amarillo a naranja dando lucidez y dinamismo al imagotipo para su finalidad.

Conclusiones

Todo lo que conlleva esta enfermedad donde a lo largo del proyecto surgieron una variedad de investigaciones que arrojaron todo sus efectos los cuales con simples medicinas no basta que en el mercado hay mucha falencia para los que la padecen con poca variedad de productos bajos de azúcar o endulzantes naturales.

Por ende el estudio realizado y el análisis de propiedades del producto fueron esenciales para la ejecución de los prototipos realizados y así concluir imágenes visuales pertinentes en momento de escoger formas a crear y el proceso de elaboración para el desarrollo del Producto

Por lo que fue esencial el proceso del proyecto para darle más desarrollo a la región siendo un producto natal y por medio de su elaboración fue esencial el ejecutar su proceso de creación y ejecución de su imagen e identidad visual del producto mostrando sus beneficios bajo una rigurosa investigación para dar por final un resultado a marca y manejo de la imagen corporativa del producto.

Referencias

- Alejandro Gaviria. (2016). Obtenido de <http://www.radiosantafe.com/2018/08/09/en-colombia-hay-3-3-millones-de-personas-que-sufren-de-diabetes/>
- Arenales, G. (2017). Situación económica del Norte de Santander por el carbón. Convicciones, file:///C:/Users/pc2/Downloads/239-Texto%20del%20art%C3%ADculo-474-1-10-20180707.pdf.
- Costo, f. c. (2017). *cuentadealtocosto.org*. Recuperado el 2018, de https://cuentadealtocosto.org/site/images/Publicaciones/boletines/2017/Boletin_Dia_mundial_diabetes_14Nov_2017.pdf
- Diario la opinion. (julio de 2016). Obtenido de <https://www.laopinion.com.co/vida-y-salud/norte-de-santander-entre-los-5-departamentos-con-mas-casos-de-diabetes-115446>
- Fondo colombiano de enfermedades de alto costo. (2017). *cuentadealtocosto.org*. Obtenido de https://cuentadealtocosto.org/site/images/Publicaciones/boletines/2017/Boletin_Dia_mundial_diabetes_14Nov_2017.pdf
- Fundacion de la diabetes . (20 de 10 de 2016). <https://www.fundaciondiabetes.org>. Recuperado el 25 de 08 de 2018, de https://www.fundaciondiabetes.org:https://www.fundaciondiabetes.org/upload/publicaciones_ficheros/95/IDF_Atlas_2015_SP_WEB_oct2016.pdf
- Global stevia. (2017). <http://globalstevia.institute.com>. Recuperado el 25 de 11 de 2018, de <http://globalstevia.institute.com/es/consumidores/historia-de-la-stevia/que-es-la-stevia/>
- Kosierb, R. (2017 de 11 de 27). <https://mejorconsalud.com>. Obtenido de <https://mejorconsalud.com:https://mejorconsalud.com/beneficios-de-la-stevia/>. La International Diabetes Federación (IDF). (2013). *Organización mundial de la salud*. Obtenido de <http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/diabetes>
- La Universidad EAN . (2011). Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/963/MedinaAngelica2011.pdf?sequence=2>.
- Leche de soia. (2018). *leche de soia*. Obtenido de <https://lechedesoja.net/stevia/>
- Mayo clinic. (2018). Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/nutrition-and-healthy-eating/in-depth/artificial-sweeteners/art-20046936>
- Medina Vargas, Y., & Miranda Mnedez, H. (2015) Comparación de Algoritmos Basados en la Criptografía Simétrica DES, AES y 3DES. Mundo FESC, 5(9), 14-21.
- Monsalve Maldonado, J., & Barrientos Monsalve, E. (2017). Formación para la gerencia del docente en la promoción y desarrollo de una cultura ambientalista. Mundo FESC, 7(13), 98-105. Tomado de: <http://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/108/160>.

Paul Capriotti. (2013). Obtenido de https://issuu.com/rodrigoespinoza3/docs/planificaci__n_estrat__gica_de_la_i.

Organizacion Mundial de la Salud. (30 de 10 de 2018). <http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/diabetes>. Recuperado el 22 de 08 de 2018, de <http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/diabetes>: <http://www.who.int/es>

Rivera, D., & Ruiz, M. (2015). Satisfacción del Estudiantes que Actualmente Cursa Electivas en Bienestar Institucional FESC. Mundo FESC, 5(9), 79-94.