

# SALVA VIDAS

Juntos por una infancia hidratada

**MANUAL CORPORATIVO**





# ESTUDIO

<b>Antecedentes.....</b>	<b>6</b>
<b>Personalidad.....</b>	<b>8</b>
<b>Concepto de Marca.....</b>	<b>10</b>
<b>Posicionamiento.....</b>	<b>12</b>
<b>Concepto de Comunicación.....</b>	<b>14</b>
<b>Logo.....</b>	<b>16</b>
Justificación.....	18
Réticula.....	19
área de reserva .....	20
Escala de grises.....	21
Usos del logo.....	22
Usos prohibidos.....	23
Tamaño mínimo.....	24
Fondos del logo.....	25
Positivo y negativo.....	27
<b>Colores.....</b>	<b>28</b>
<b>Tipografía.....</b>	<b>30</b>
<b>Aplicaciones.....</b>	<b>32</b>
Tarjeta de presentación/Hoja carta.....	33
Sobre Carta.....	34
Aplicaciones del Kit.....	35
Empaque.....	

**ANTECEDENTES**



## ANTECEDENTES

El tema surgió del interés particular de trabajar con infantes en el área de la salud, después de explorar varios campos de temas médicos se encontró una problemática universal, esta es afectada por la falta de información por medio de los padres sobre el tema. Este es un síntoma del cual no está exento ningún niño, adulto o anciano, lo conocemos como deshidratación y es la pérdida de agua y electrolitos en el cuerpo, el cual si no es tratado a tiempo conlleva a la muerte. Los infantes son más propensos a sufrir una deshidratación y es un síntoma que en la mayoría de los casos puede ser prevenido, identificado y tratado en casa. Por esto surgió la necesidad de crear una estrategia de diseño de comunicación visual, con la cual se pueda informar a los padres de una manera clara, didáctica e interactiva sobre cómo prevenir, tratar e identificar la deshidratación infantil.

**PERSONALIDAD**



## PERSONALIDAD

Salvavidas es una mamá de 25 años, con nivel de educación bachiller, casada y con más de un hijo, uno de ellos de 3 años de edad, es una madre responsable, conciente, cariñosa, busca lo mejor para sus hijos y se preocupa por la salud de ellos.

Es una mujer trabajadora, ama de casa y muy familiar, vive en una zona de la ciudad de Cali de un estrato social 3, prefiere la comida casera, saludable y balanceada, amante de beber agua y mantener su cuerpo y el de su familia hidratados. Le gusta compartir con su familia, salir de paseo los fines de semana y disfrutar con sus hijos el día a día, educarlos y enseñarles hábitos saludables de alimentación para que puedan crecer sanos y fuertes. Asiste regularmente a la Fundación Clínica Infantil Club Noel, lugar donde atienden la salud de sus hijos.



**CONCEPTO DE MARCA**

## CONCEPTO DE MARCA

Salva Vidas es una marca que ofrece información médica de una manera didáctica, clara y divertida.

Se relaciona con las madres de una manera INTERACTIVA por medio de un kit pedagógico sobre la deshidratación para promover la prevención, identificación y tratamiento infantil, en infantes de 0-5 años de edad.



**POSICIONAMIENTO**



# POSICIONAMIENTO

concientización



# CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

# CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

"Juntos por una infancia hidratada"



**LOGO**



# SALVA VIDAS

Juntos por una infancia hidratada

## JUSTIFICACIÓN DE FORMA

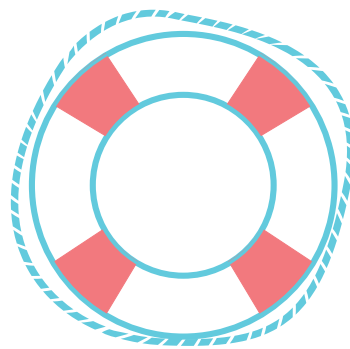
### SÍMBOLO:

Se realizó como símbolo de la marca un salva vidas, el cual es una especie de flotador para la protección de la vida humana en el mar, se tomo este símbolo tanto por su significado de salvar vidas humanas, como por su inicio en el mar, en este se encuentra la mayor cantidad de agua del mundo. El agua compone el 60% del cuerpo humano en un adulto y el 70% en un niño dependiendo de su edad.

### TIPOGRAFÍA:

Se usaron dos tipografías, la primera es palo seco moderna, fue usada en el nombre de la marca y en títulos. La segunda tipografía es una romana moderna y fue usada en el concepto de comunicación, también en cuerpos

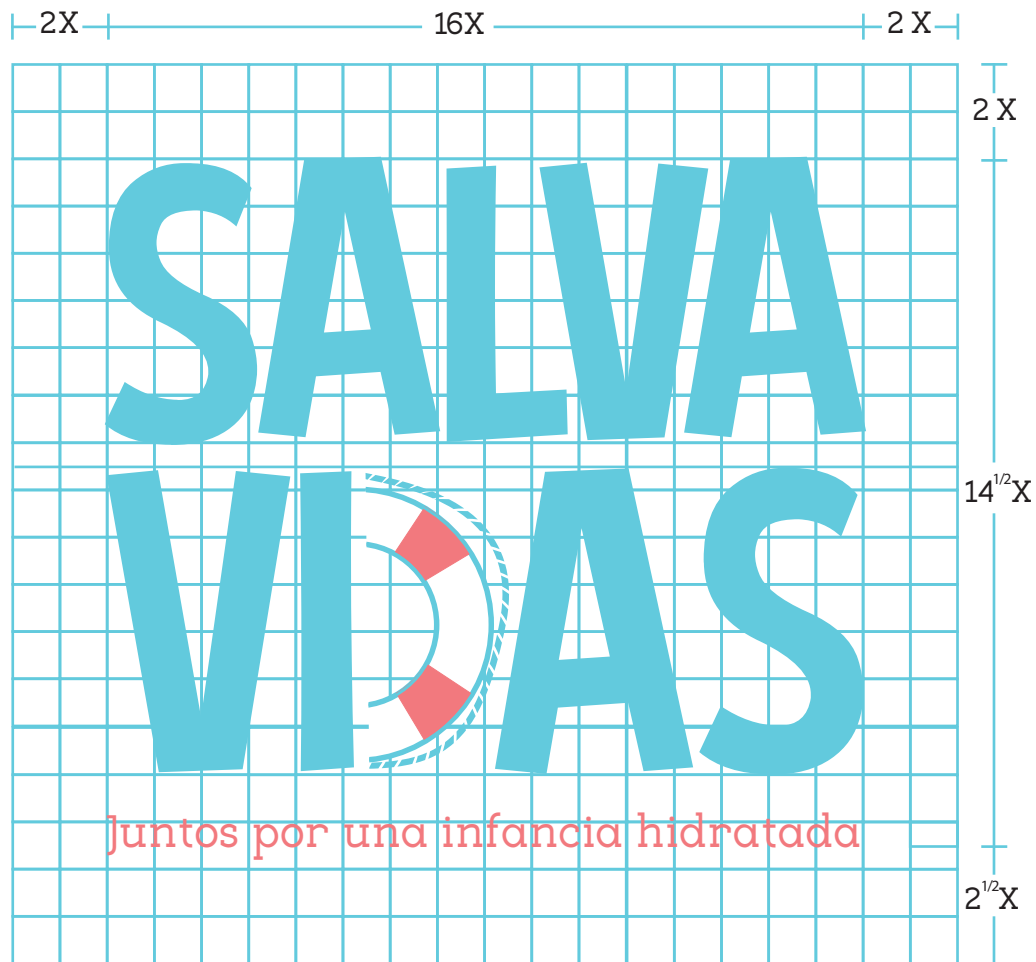
de textos. Se usaron las dos tipografías por que se busca comunicar un tema serio y formal el cual es la salud de los infantes pero se busca llegar al tarjet de una manera joven, didactica, divertida, tierna y clara, esto se logra con la seriedad y formalidad que nos da la tipografía con serif y la parte divertida y joven la aporta la tipografía de palo seco moderna.



SALVA  
VIDAS

Juntos por una infancia hidratada

## RETÍCULA DEL LOGO



Retícula  Es igual a X

## ÁREA DE RESERVA

20



## ESCALA DE GRISES

SALVA  
VIDAS

Juntos por una infancia hidratada



C: 0%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 18%



C: 0%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 43%

## USOS DEL LOGO

1. LOGO COMPLETO: El logo podrá ser utilizado completo siempre que se necesite. Principalmente en las comunicaciones impresas y aplicaciones gráficas. En este el símbolo del salvavidas va por la mitad junto a la I lo que forma la D de "viDas"

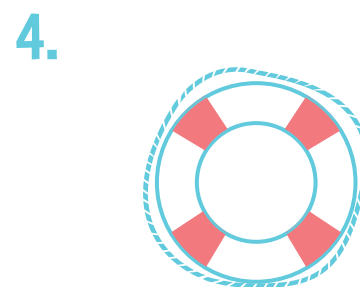
2. SÓLO TIPOGRAFÍA Y SÍMBOLO:

3. SÓLO TIPOGRAFÍA: Puede usarse en comunicaciones impresas y aplicaciones gráficas.

4. SÓLO SÍMBOLO: El símbolo debe ser usado en su forma completa. Se puede usar como identidad visual en aplicaciones gráficas donde ya aparezca el logo completo o sólo la tipografía.



Juntos por una infancia hidratada





## USOS PROHIBIDOS DEL LOGO

El logo nunca deberá sufrir una modificación en sus proporciones.

La tipografía nunca deberá ir ni en la parte superior, inferior, al lado derecho, izquierdo o en el interior del símbolo.

Ni la tipografía ni el símbolo deberán ser rotados.

La diagramación del logo no deberá ser modificada.

El logo no deberá tener modificaciones en la tipografía (ni en el nombre de la marca y el concepto de comunicación)

El interlineado de la tipografía no deberá ser modificada

## TAMAÑO MÍNIMO DEL LOGO

24

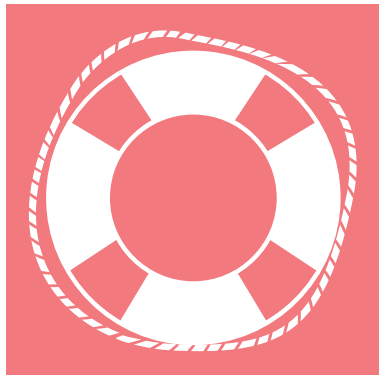
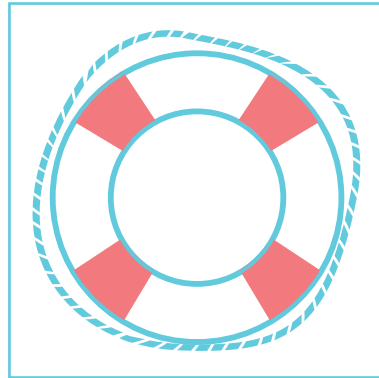


## FONDOS DE LOGO



## FONDOS DEL SÍMBOLO Y DE LA TIPOGRAFÍA

26



## POSITIVO Y NEGATIVO



**COLORES**

# SALVA VIDAS

Juntos por una infancia hidratada

C: 55%  
M: 0%  
Y: 12%  
K: 0%

PANTONE 636 C

C: 0%  
M: 66%  
Y: 38%  
K: 0%

PANTONE 177 C

## TEORÍA DEL COLOR

### AZUL:

Es muy adecuado para presentar productos relacionados con el agua (agua mineral, parques acuáticos, balnearios)

El azul claro se asocia a la salud, la curación, el entendimiento, la suavidad y la tranquilidad

### SALMÓN:

cariño, amor, sensibilidad, inocencia, bebes, niñas, delicadeza, femenino, ingenuidad, bondad.

Da un efecto de protección, de calma, ternura, armonía, buena voluntad y se asocia con la felicidad, la armonía, la amabilidad y la suavidad

**TIPOGRAFÍA**



## TIPOGRAFÍA DEL LOGO

Se uso una tipografía palo seco algo modera y juvenir, pues se esta relfeja la personalidad de la marca

**SALVA  
VIDAS**

Course Casual Regular  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
1234567890

, ; : ... - - - () [] {} «» "" ¿? ! @ # ' / % | ~ ^

## // Juntos por una infancia hidratada //

Eligible

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

1234567890

, ; : ... — - - () [] {} «» "" ¿? ! @ # ' / % | ~ ^

Eligible Regular

**Eligible Bold**

*Eligible Italic*

***Eligible Bold-Italic***

## TIPOGRAFÍA DEL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

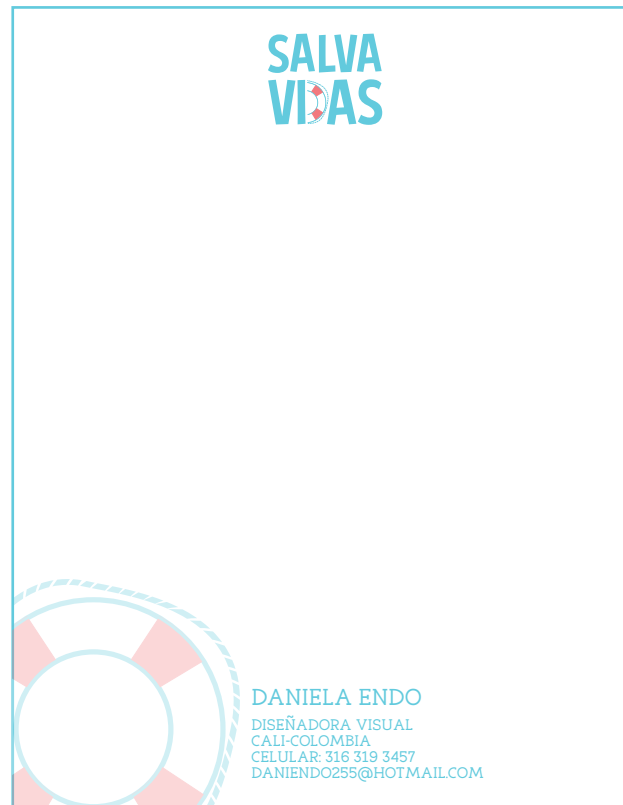
Se uso una tipografía con serif, es una romana moderna, con esta se busca darle el lado serio y responsable a la marca

**APLICACIONES**

# PAPELERÍA

Hoja Carta

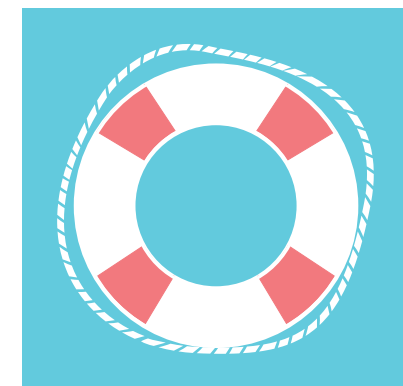
Tarjeta de presentación



Tiro



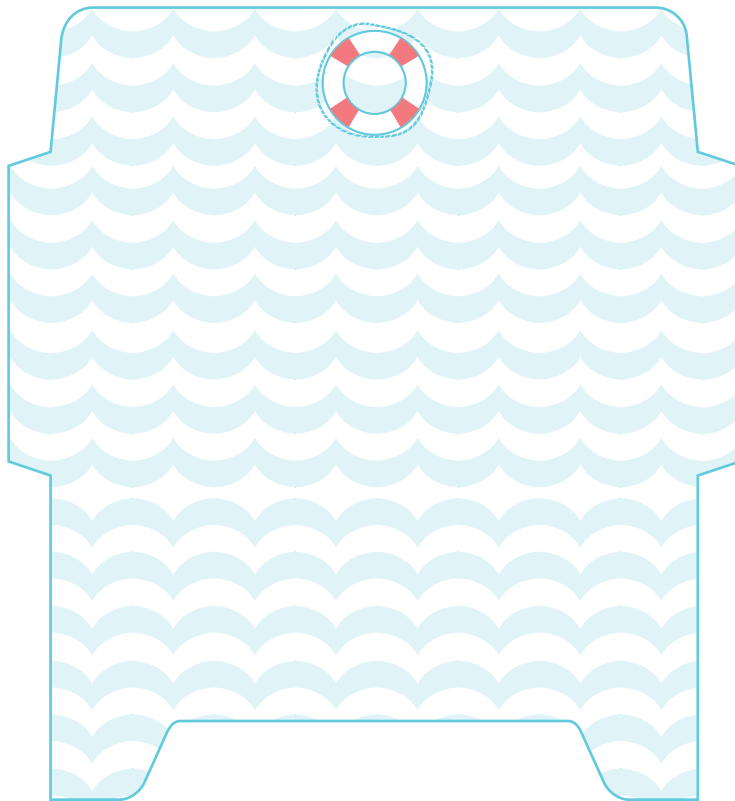
Retiro



# PAPELERÍA

Sobre Carta

Retiro



Tiro



**SALVA  
VIDAS**  
Juntos por una infancia hidratada

CALI-COLOMBIA  
Celular: 316 319 3457  
Daniendo255@hotmail.com

# APLICACIONES

## Agenda

Contiene información básica sobre la deshidratación, su prevención, identificación y tratamiento. También contiene un calendario con el cual la madre puede agendar citas médicas y de más información de seguimiento de la salud del infante.

## Suero de rehidratación oral en polvo

Herramienta básica para prevenir y tratar la deshidratación, necesario en toda casa como parte del botíquín.



### Botella con agua

Agua potable con minerales, básica y necesaria para mantenerse hidratado durante el día. fácil de portar

### Termo

Herramienta básica para mantener hidratado al infante durante todo el día, pequeño y fácil de portar a todas partes.

### Pañal

Este se usa en el caso de deshidratación por diarrea como herramienta para su tratamiento. Se pesa cada vez que el bebé hace deposición y por cada gramo que pese el pañal se repone con 1 cc de suero de rehidratación oral (para este método es necesario restar el peso del pañal sin deposición, este se aproxima a los 500 g)



## Empaque del Kit

