

memoria

bellas artes

2017-2018



MENCIÓN: Artes Visuales y Diseño

TÍTULO: *Spetit.*
Tienda online de diseño gráfico

ESTUDIANTE: Sara Fernández Montejano

DIRECTOR/A: Eduardo Jesús Marín Sánchez



PALABRAS CLAVE: Tienda, online, diseño, personalizado, eventos.

RESUMEN: *Spetit* es una propuesta de empresa online enfocada a la venta de productos propios de diseño gráfico para eventos y regalos personalizados. Comprende estilos diferentes dirigidos a un target que varía entre los 15 a 40 años de edad.
En el apartado “Curiosos” de la web de la tienda, se exhibe el proceso de creación de los productos para dar a conocer el trabajo de un Diseñador Gráfico.
Para la presentación se expondrá una simulación de mesas de eventos con la decoración y productos de *Spetit*.

Índice

	pág/s.	
1. Propuesta y Objetivos	03 - 04	04
2. Referentes	05 - 08	08
3. Justificación de la propuesta	09 - 11	11
4. Proceso de Producción	12 - 14	14
5. Resultados	15 - 31	31
6. Bibliografía	32 - 33	33

1 PROPUESTA Y OBJETIVOS

La propuesta es la creación de una tienda-estudio online de merchandising y de los diseños, adaptables a los clientes, que se venderían en ella.

La web *Spetit* de diseño gráfico se muestra como un lugar de venta en línea, limpio, jerarquizado, atractivo, didáctico e interactivo.

A pesar de que *Spetit* no disponga de tienda física, cuenta con una web completa que incluye un catálogo fotográfico organizado y detallado de todos sus productos, una pestaña de contacto, un statement personal con la información, gustos e inclinaciones gráficas de la diseñadora y un blog llamado "Curiosos" en el que se suben los procesos creativos: desde la idea principal hasta las fotografías del resultado final de cada proyecto. Además, la página está enlazada a redes sociales donde también se suben imágenes de los proyectos.

En la web podemos diferenciar 3 estilos visuales diferentes:

- 1- Ilustraciones Kawaii, con personajes y objetos personificados.
- 2- Fotografías ilustradas.
- 3- Flat design, con una estética minimalista y escandinava.

La idea es que determinados productos puedan ser personalizables a partir de diseños preestablecidos. Dichos diseños están compuestos por una estructura gráfica fija y otra modular adaptable al gusto del cliente.

La intención de personalizar los diseños es ofrecer a los clientes exclusividad en la decoración de sus eventos, creando una serie de productos como etiquetas, banderines o toppers que, manteniendo una misma línea de diseño, puedan ser adaptados a diferentes usos.

OBJETIVOS

- Diseñar un logotipo para la tienda que sea efímero, fácil de reconocer, reproducir y recordar.
- Crear una página web ordenada, interactiva y funcional.
- Crear un muestrario de los productos.
- Evitar estereotipos de género en los colores y diseños.
- Mostrar el proceso de trabajo como diseñadora a través del blog de la página web “Curiosos”.



2. REFERENTES

Diseño minimal

“Menos es más”.

Esta frase del arquitecto alemán Mies Van Der Rohe se ha convertido en la definición no oficial del diseño minimalista.

Spetit resalta el purismo estructural, reduce las figuras a formas sencillas y atractivas como la filosofía minimalista. En la web se percibe esta pureza en los espacios en blanco y en la ausencia de adornos superfluos.

Diseño escandinavo

El diseño escandinavo o nórdico, se intuye sobretodo por la paleta de colores con tonalidades poco saturadas. También por el empleo de módulos y por la alusión a la naturaleza y su conservación.

Eguchi Hisashi

Investigando otros estilos de ilustración encontramos a este “mangaka”¹ e ilustrador japonés.

Influenciado por artistas como Andy Warhol, Eguchi trabaja el manga al modo Pop Art.

Sus trazos y coloreados han servido como referente para las ilustraciones que se venden en *Spetit*.



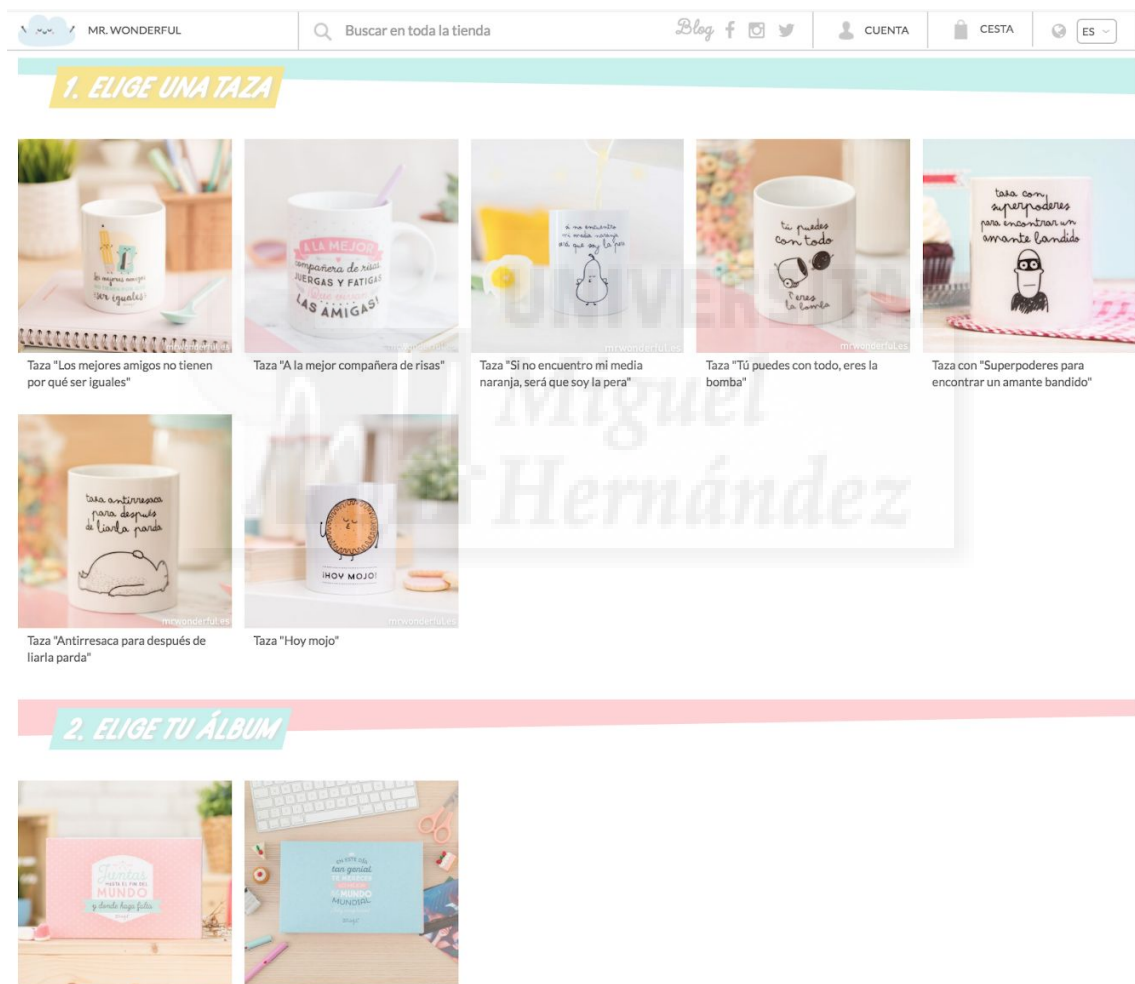
Ilustración 1. Colección pop art/ Dibujo a lápiz, digitalizado y coloreado / 2000.

¹ Palabra japonesa designada para referirse al creador de una historieta o cómic.

Mr. Wonderful

Fué una idea de tienda online que surgió de un matrimonio de diseñadores gráficos que empezaron a lanzar diariamente en las redes sociales sus diseños con mensajes motivadores, tan alegres y divertidos que rápidamente empezaron a expandirse por todo internet hasta que diversas organizaciones y marcas famosas se interesaron y empezaron a colaborar con ellos. En poco tiempo las papelerías y pequeños puntos de venta empezaron a hacerles encargos llegando a convertirse en una gran empresa de diseño a nivel internacional.

Esta tienda online ofrece la posibilidad de crear y personalizar tu “box²” con los diseños que más te gusten.



Imágen 2. Página Web oficial tienda online Mister Wonderful <https://www.mrwonderfulshop.es/es/>

² Box: Caja o cesta en la que se arreglan un pack de productos para regalar. Suele presentarse envuelta en papel celofán transparente con una cinta decorativa.

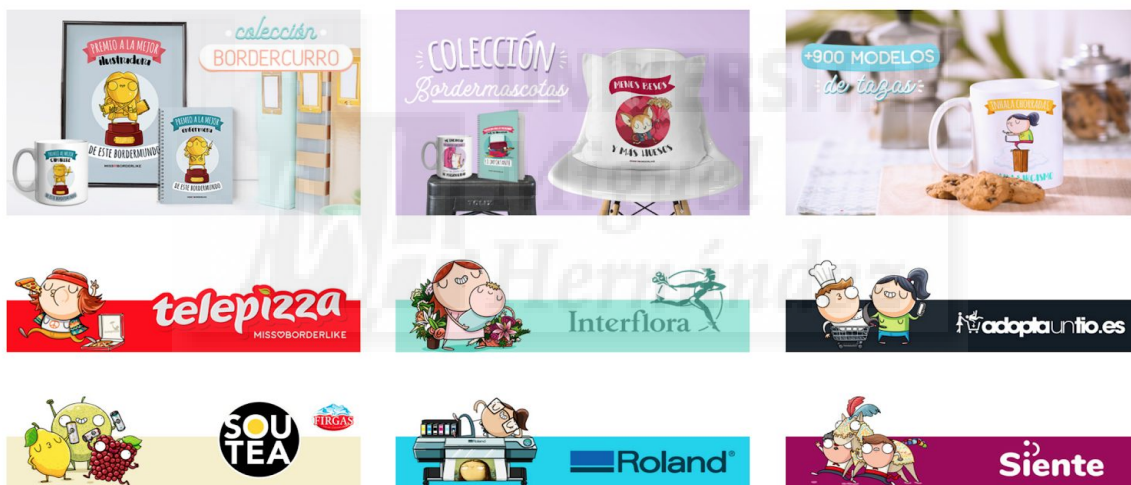
Miss Borderline

A raíz del revuelo que causó la marca Mr. Wonderful, empezaron a surgir nuevas empresas que seguían su estela.

Miss Borderline consiguió hacerse un sitio respetado en un mercado en que las ilustraciones recurrentes y las frases divertidas, irónicas y sarcásticas eran las protagonistas.

Esta mezcla de humor y diseño hicieron estos productos tan atractivos que diversas empresas y personajes famosos decidieron colaborar con ellos.

Es un referente en cuanto que dicha empresa supo explotar su potencial y meterse de lleno en la nueva tendencia mostrando siempre su diferencia respecto a las demás y la intención de Spetit es introducirse en el mundo de diseños de productos de decoración de fiestas con la diferencia de ofrecer la posibilidad de decorar los eventos con diseños personalizados para cada cliente y adaptándolos a diversos productos.



Imágen 3. Web oficial tienda online Miss Boerderlike <https://www.missborderlike.es>

La fiesta de Olivia

La fiesta de Olivia es un referente temático. Esta web expone a la venta artículos de decoración de eventos organizado por: temas, diseños, colores y edades. Esto ayuda a orientar a los usuarios, uno de los factores a tener en cuenta en la venta de productos y servicios online.

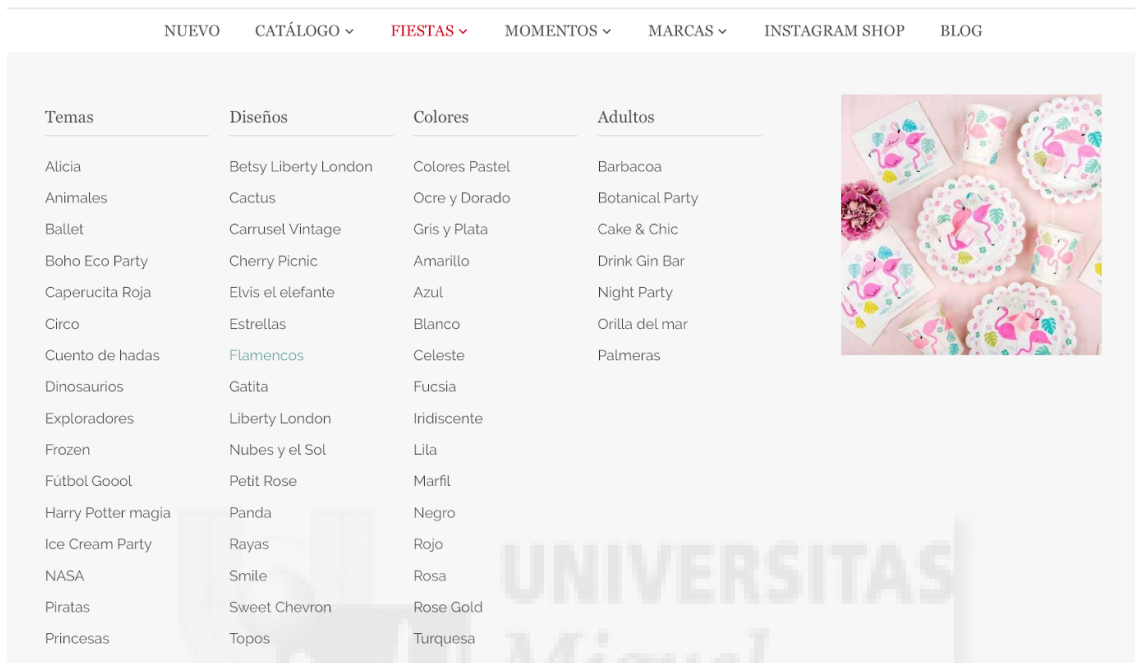


Imagen 4. Tienda online oficial La Fiesta de Olivia <https://lafiestadeolivia.com> 27/05/2018

Berry

Por último, Berry, es una tienda física en la que yo (Petit Sara) estuve prestando mis servicios como diseñadora hasta hace unos meses.

El negocio se dedica a vender detalles para BBC³ tales como (banderines con el nombre, etiquetas para los productos, box personalizables con productos de la tienda...). Pero sus diseños "personalizados" son bajados de internet.

De esta tienda aprendí mucho sobre el tipo de target al que tiene que dirigirse Spetit, quiénes compran y quiénes lo consumen, sus gustos etc.

³ BBC: Bodas, Bautizos y Comuniones

3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

“El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y escultura que son la realización de las visiones personales y de los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas.”⁴

La tienda online de diseño gráfico *Petit Sara*, está dirigida a un público que oscila entre los 15 y los 40 años de edad. En esta tienda se puede encontrar un servicio de diseño gráfico para que, tanto las fiestas como los eventos de los clientes sean únicos y especiales, personalizando banderines, toppers, etiquetas, tarjetones etc.

Petit Sara dispone de tres estilos visuales distintos:

1. **Ilustraciones Kawaii.** Un estilo que parece no pasar nunca de moda por ser “mono”, como definen en su página web Andrés Sanchis y Sonia Viu, dos ilustradores de Valencia fundadores de *Squid&Pig*.

Para este estilo Petit Sara hace uso de dos técnicas: ilustraciones con tinta china, vectorizadas y coloreadas, con un resultado más artístico y, por otro lado, ilustraciones creadas a partir de previos dibujos a lápiz pero rediseñados digitalmente a partir de vectores y formas más limpias, obteniendo un resultado más gráfico.

2. **Diseños escandinavos y minimalistas.** Es un estilo muy diferente al anterior, en que predomina una paleta de colores poco saturada, cálidos colores crema y pasteles con algún toque más brillante de color, líneas y formas sencillas, limpias. Estos diseños juegan con tipografías muy distintas entre ellas. Se trabajan los estampados que evocan a la naturaleza como lo hace el diseño nórdico o escandinavo.

El diseño Escandinavo empezó sobre el 2015 y parece que todavía perdurará un tiempo más gracias a su pureza, su funcionalidad. Su enfoque sencillo, diseños serenos y sofisticados evocan a la naturaleza y al confort. El arte Escandinavo es el resultado de una impoluta mezcla de estilos, formas y materiales, y además, ha impulsado el reciclaje. Por todo esto ha sido capaz de aguantar en momentos de crisis e incluso propagarse por el resto de Europa. Se le atribuye una belleza atemporal que le ha reportado un reconocimiento público que facilita su asentamiento entre nosotros de forma permanente.

⁴ FUNDAMENTOS DEL DISEÑO de *Wucius Wong*

3. Fotografías ilustradas. La ingente cantidad de fotografías que se realizan en la actualidad (cámaras digitales y teléfonos móviles principalmente) ha abierto camino a esta técnica en la que el ilustrador altera la apariencia de las instantáneas. Los filtros digitales realizan modificaciones mecánicas, en contraste con los ilustradores que aportan frescura y exclusividad, cualidades que una máquina no puede ofrecer.

Aparte de la sección de diseños para eventos, la página web dispone de un apartado con las últimas novedades, ofertas y la sección especial llamada “curiosos” .

“Curiosos” muestra el trabajo, el esfuerzo y las destrezas gráficas que conlleva la elaboración de los diseños. Aquí se suben capturas de pantalla documentadas con los pasos que se han seguido desde la propuesta inicial hasta la finalización del proyecto o encargo. Así, tanto los curiosos como los mismos clientes pueden apreciar la evolución de los trabajos, conocer este oficio y aprender a valorar el trabajo que hacemos los especialistas de este sector.

La página incorpora también un chat para una rápida comunicación en línea entre el cliente y la diseñadora. Incluye también la opción de subir archivos desde la pestaña contacto y de votar y valorar la experiencia en la web.

¿Porqué una tienda on-line?

Las razones de empezar de manera online son las siguientes:

1. Desde mediados de la década de los 60, nace internet, una red de intercambio de información y comunicación remota que no tiene los límites que tiene un negocio únicamente físico. Contar con el servicio web facilita la difusión publicitaria.
2. No es necesario un capital inicial elevado.
3. Su catálogo es fácilmente actualizable.
4. La producción se adapta y actualiza fácilmente a la demanda y su target.
5. Es al mismo tiempo un portfolio artístico que puede ayudar a encontrar socios que impulsen la creación de la tienda física.
6. “Durante 2016, se ha mantenido el crecimiento de las personas que realizan compras a través de internet”. Datos extraídos de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares por el Instituto Nacional de Estadística (INE) *⁵

⁵Datos extraídos del: Informe de Evolución y perspectivas eCommerce. Estudio realizado por el Observatorio eCommerce & Transformación Digital junto con el Centro de Estudios EY. / Pág.8

Este estudio también demuestra⁶ que desde 2007 las empresas han llegado a triplicar sus ventas por internet.

Herramientas de comunicación como las redes sociales, los blogs y los boletines de noticias logran penetraciones superiores al 58%. Otras, como el zoom o la vista ampliada para mejorar la visualización del producto alcanzan hasta el 41% y el 59% respectivamente.

Las redes sociales son una alternativa para captar clientes y es la tercera fuente de tráfico hacia la web, por eso la tienda cuenta con el refuerzo de redes sociales externas para ampliar su visualización, la primera es a través de los buscadores SEO con el que Spetit también cuenta, la segunda el Tráfico directo y en tercera posición junto a los buscadores SEM nos encontramos con la captación a través de redes sociales.

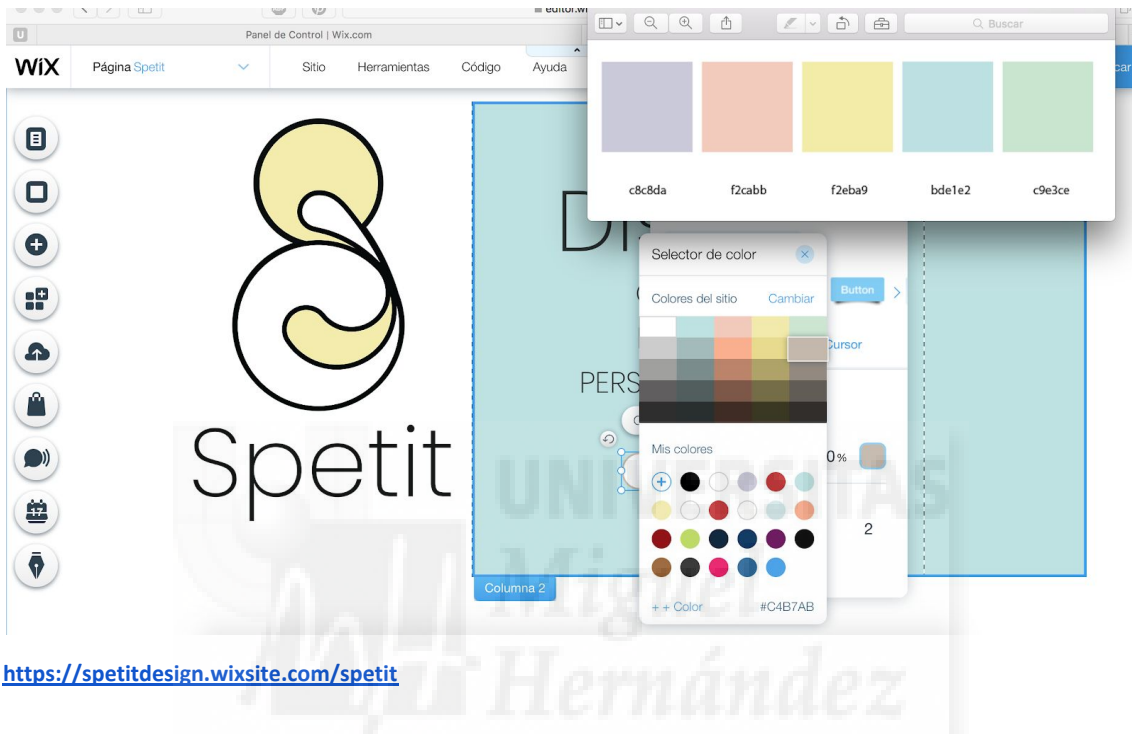


⁶ Informe de Evolución y perspectivas eCommerce. / Pág 12.

4. PROCESO DE PRODUCCIÓN

En el Anexo I que adjunto a la memoria aparece el proceso de creación del isologotipo para la marca Spetit.

Web Spetit



<https://spetitdesign.wixsite.com/spetit>

Desde *Adobe.color* se ha confeccionado una paleta con los colores corporativos de la tienda y únicamente se emplean dos familias de tipografías diferentes la *Poppins* y la *Platynum*. Se ha creado un gmail y un dropbox, incluye servicio chat, barra de valoración, cupones descuento, etc.

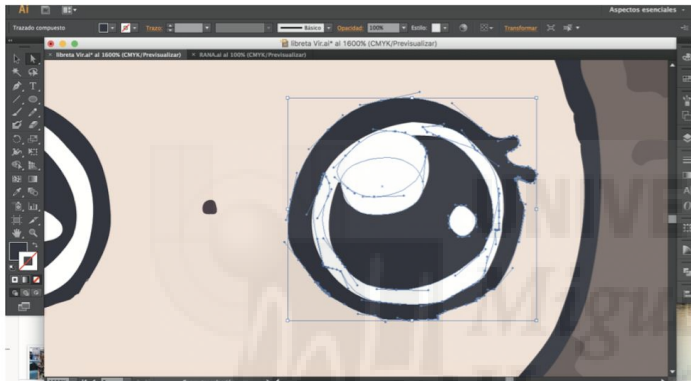
Productos

El ejemplo que se espone más abajo de la producción de una libreta, es el mismo que para los packs.

- 1- Dibujo a tinta china, se contornea con bolígrafo calibrado
- 2- Vectorizar el dibujo.
- 3- Hacen pruebas de tipografía y modulos.
- 4- Modificar los vectores necesarios.
- 5- Componer el diseño según las medidas del soporte.



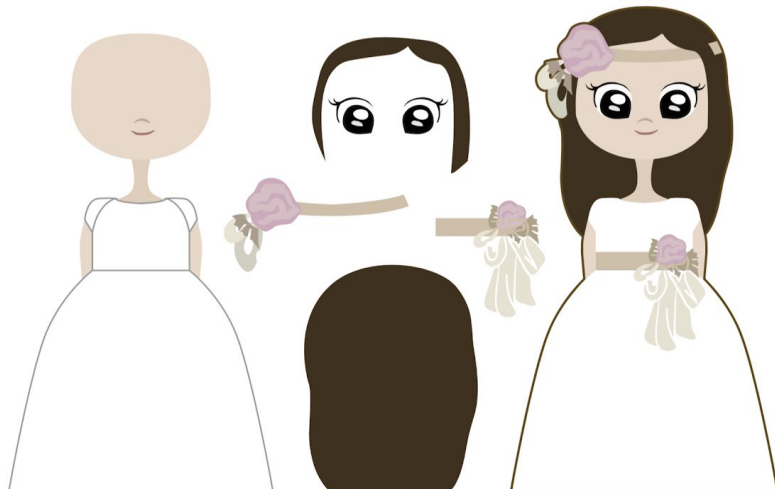
LIBRETA
PARA LAS IDEAS
más estúpidas



5- Terminado el diseño se manda a la imprenta, se corta con guillotina nuestro diseño, la tapa y contraportada transparente y el gusanillo adecuado a las páginas que tenga.

6- Se troquelan los agujeros para el gusanillo y se monta la libreta.

Avatar



Fotografías ilustradas:



A partir de una foto se crean los contornos desde photoshop.

Se colorea con tintas planas y algun efecto de luz, sombra, brillo esencial.

5. RESULTADOS

Web

-Página de Inicio:

Es la página de bienvenida y se estructura en tres partes: menú principal, Isologotipo en la columna izquierda y a su derecha el eslogan que hace referencia al servicio que se ofrece.

-Catálogo:

Carga todos los productos de la tienda, se pueden ordenar según categoría, precio, color...

Esta pestaña tiene un desplegable con los productos ordenados por packs.

A la parte inferior los clientes pueden ver, valorar y calificar esta web con estrellas.

-Curiosos:

A forma de blog, se suben capturas del proceso de trabajo de los proyectos en marcha.

En el test de la izquierda los clientes pueden opinar sobre el tema propuesto. Con sus respuestas como datos de estudio de mercado entran en un sorteo de algún producto de la marca.

-Statement:

A modo carta sutilmente informal, Sara Fernández se presenta como diseñadora y expone su formación. Hace un breve resumen de su página web, de sus referentes y sus servicios.

“Los ingenieros sin experiencia, que acaban de recibirse, por lo general no saben cuáles son las cosas que se consideran imposibles” (*Tracy-Kindder*)

Diseños

Con estos diseños se espera empezar un negocio de merchandising que cree un entorno agradable visualmente en las fiestas.

Los colores pastel y tierra de la paleta de colores corporativos de la empresa predominan en prácticamente todos los diseños, exceptuando las fotografías ilustradas, que tienen un estilo diferente aunque siguen manteniendo los espacios en blanco.

Tienda online

El resultado final tanto de la web como de sus diseños, refleja un aire fresco y juvenil, que impulsa a en un futuro a poder ampliar no solo los productos, sino también el merchandising de estos diseños, llevarlos al mercado de la papelería y productos escolares: mochilas, estuches, bolígrafos, libretas, agendas, carpetas... al terreno de diseño textil, con ropas de cama, camisetas, calcetines.



Diseños



Chapa Pack "Flores y Cinta" 50mm



Pack "Flores y Cinta"



Lámina Arbol de huellas, Pack "Flores y Cinta"

BANDERÍN



TOPPERS CUPCAKES



X 3



X 3



X 3



X 3

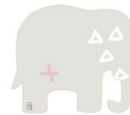


X 3



X 3

ADHESIVOS



X 3

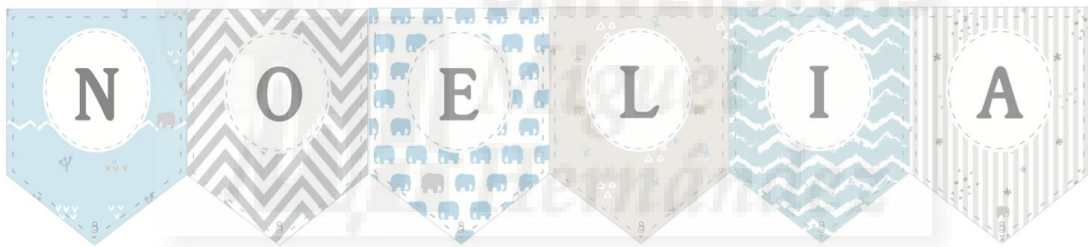


X 3



LÁMINA PORTAFOTOS
(10 x 15) o (15 x 20)

Pack "Happy Elephant" verde
BANDERÍN



TOPPERS CUPCAKES



X 3



X 3



X 3



X 3



X 3



X 3

ADHESIVOS



X 3



X 3



LÁMINA PORTAFOTOS
(10 x 15) o (15 x 20)

Pack "Happy Elephant" azúl



Banderín 13x16cm (cada lámina de banderín)



Pack "Elefante feliz"



Banderín Pack "Elefante feliz" 13x16cm cada lámina



Banderín Pack "Nubes" 13x16cm cada lámina



Banderín "Minie Mouse" 13x16cm cada lámina



Lámina "Minie Mouse"



Lámina "Sonrisa"



Lámina "No importa la distancia"



Lámina "Diva"



Lámina "Cactus"



Lámina "Rana"



Sobre "Vida feliz"

Fotografías ilustradas



Ilustración Pareja



Autoilustración

Catálogo Spetit

Página de inicio

Spetit

Inicio Catálogo Curiosos Statement Contacto

Search Site

Diseños PERSONALIZADOS

ESE PEQUEÑO DETALLE QUE MARCA TU DIFERENCIA

ENTRAR

Necesitas ayuda?

Catálogo

Spetit

Inicio Catálogo Curiosos Statement Contacto

Search Site

PRODUCTOS

Organizados por

Categoría

- Todos
- Comunión flores y cinta
- Rey Elefante

Precio

€1.08 €44.00

Color

Idioma

- Castellano

Fotografías ilustradas €30.00

Lámina Happy Elephant €12.00 €10.00

24 Toppers Happy Elephant €12.00 €10.00

Banderín Happy Elephant €15.00

Pack Completo Happy Elephant

Pack Completo Flores y Cinta

15 Etiquetas personalizadas

Banderín Flores y cinta

Necesitas ayuda?

-Pack Rey Elefante Azul

The screenshot shows the Spetit website homepage. The header includes the Spetit logo, a search bar, and navigation links: Inicio, Catálogo, Curiosos, Statement, and Contacto. The main content area features four product listings:

- Lámina Happy Elephant**: A blue birthday card for Noelia's 20th birthday. Price: €12.00 (delisted) / €10.00.
- 24 Toppers Happy Elephant**: A set of 24 birthday toppers. Price: €12.00 (delisted) / €10.00.
- Pack Completo Happy Elephant**: A complete set including a card, toppers, and a banner. Price: €30.00 (delisted) / €25.00.
- Banderín Happy Elephant**: A birthday banner for Noelia. Price: €15.00.

At the bottom, there is a subscription banner: "Suscríbete para recibir nuevas promociones" and a "Necesitas ayuda?" button with a user icon.

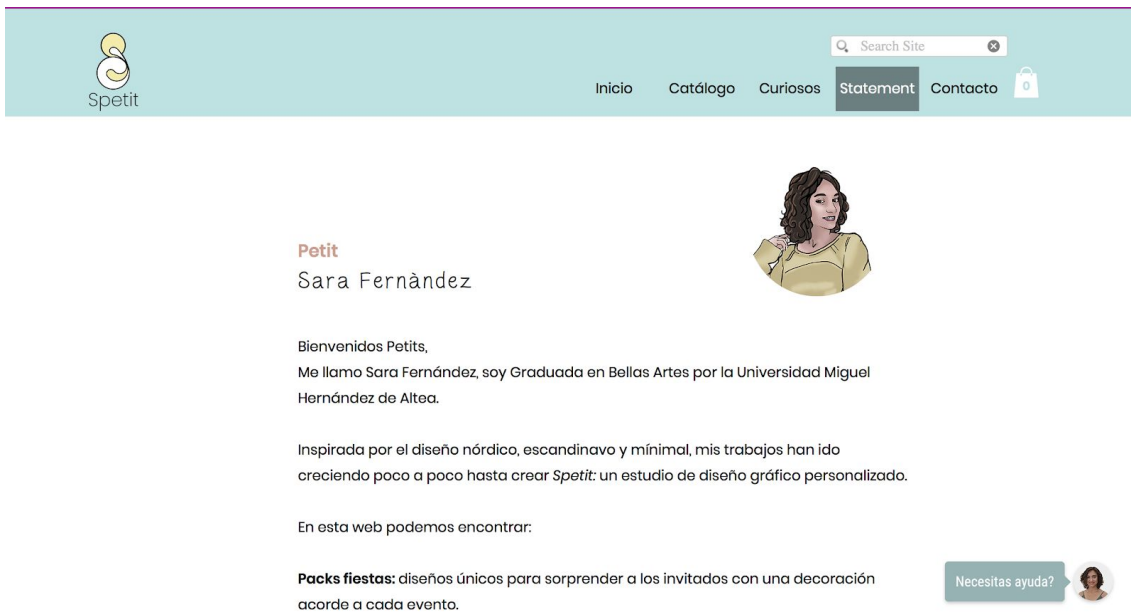
Curiosos

The screenshot shows the Spetit website's 'Curiosos' section. The header is identical to the previous page. The main content area features a survey titled "SORTEOS" (Contests) with the following questions and options:

- ¿Quiere participar en el sorteo de una ilustración personalizada?
- *Elige tu regalo -
- * ¿Qué estilo de Spetit le gusta más?
 Plano y minimal
 Kawaii
 Fotografías ilustradas

There is an "Opinar" (Opinion) button and a "Free website tools" icon at the bottom of the survey. A "Necesitas ayuda?" button with a user icon is also present in the bottom right corner.

Statement



The screenshot shows the 'Statement' page of the Spetit website. The header includes the Spetit logo, a search bar, and navigation links for Inicio, Catálogo, Curiosos, Statement, and Contacto. The main content area features a profile for Sara Fernández, including a portrait, her name, and a bio. The bio states she is a graduate in Fine Arts from the Miguel Hernández University in Valencia and is inspired by Nordic, Scandinavian, and minimalist design. A 'Packs fiestas' section highlights unique designs for events. A 'Necesitas ayuda?' chat bubble is visible in the bottom right corner.

Petit
Sara Fernández

Bienvenidos Petits,
Me llamo Sara Fernández, soy Graduada en Bellas Artes por la Universidad Miguel Hernández de Altea.

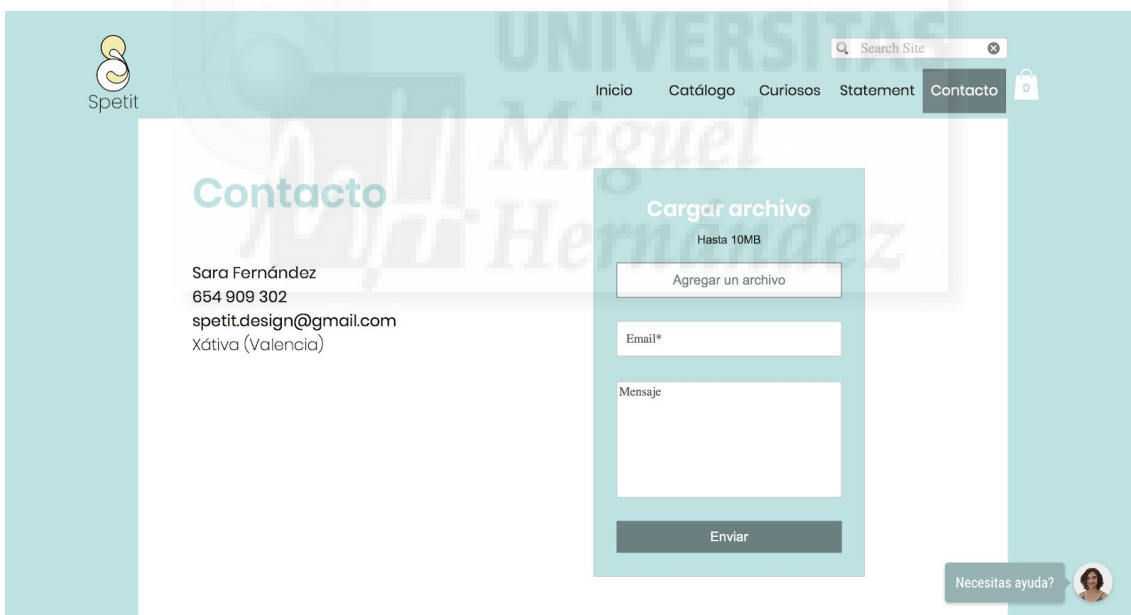
Inspirada por el diseño nórdico, escandinavo y minimal, mis trabajos han ido creciendo poco a poco hasta crear *Spetit*: un estudio de diseño gráfico personalizado.

En esta web podemos encontrar:

Packs fiestas: diseños únicos para sorprender a los invitados con una decoración acorde a cada evento.

Necesitas ayuda?

Contacto



The screenshot shows the 'Contacto' page of the Spetit website. The header is identical to the previous page. The main content area features contact information for Sara Fernández and a contact form. The contact information includes her name, phone number, email address, and location. The contact form has a 'Cargar archivo' section with a file upload button and a 10MB limit, an 'Email*' field, a 'Mensaje' text area, and an 'Enviar' button. A 'Necesitas ayuda?' chat bubble is visible in the bottom right corner.

Contacto

Sara Fernández
654 909 302
spetit.design@gmail.com
Xàtiva (Valencia)

Cargar archivo
Hasta 10MB

Agregar un archivo

Email*

Mensaje

Enviar

Necesitas ayuda?

<https://spetitdesign.wixsite.com/spetit>

Isologotipo



6. BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Nicholas Negroponte. (1995). El Mundo Digital (*Being Digital*). Barcelona (España). Ediciones B,S.A. ISBN: 84-406-5925-3.
- Tracy-Kidder (1983). El alma de una nueva máquina. Buenos Aires. Ed. *Gedisa S.A.*
- Wucius Wong (1979). Fundamentos del diseño bi-dimensional. Ed. Gustavo Gili.

Artículos de revista:

- VV.AA: Inma Rodríguez Ardura, Antoni Meseguer Artola y Jordi Vilaseca Requena. (2007). Sistemas de venta en línea. Revista Journal of Information Systems and Technology Management vol. 4, No. 1, 2007, p 95 - 108.

Número monográfico de revista:

- AECEM⁷. Libro blanco del comercio electrónico para PYMES. España. [En línea] URL: <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/#>
- Observatorio eCommerce & Transformación Digital junto al Centro de Estudios EY. (2017). Informe de Evolución y Perspectivas de *eCommerce 2017*. [En línea] URL: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-informe-de-evolucion-y-perspectivas-ecommerce-2017/\\$FILE/ey-informe-de-evolucion-y-perspectivas-ecommerce-2017.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-informe-de-evolucion-y-perspectivas-ecommerce-2017/$FILE/ey-informe-de-evolucion-y-perspectivas-ecommerce-2017.pdf)

Referencias tomadas de internet:

- Ana Bedoya. (20/11/2013). “Tendencias Contemporáneas del diseño gráfico”. [En línea] URL: <https://prezi.com/g4k7wrl1wx1m/tendencias-contemporaneas-del-diseno-grafico/>
- Arancha Bustillo. (05-03-2012). “Dime cuánto dinero tienes y te diré qué negocio puedes crear”. [En línea] URL: <http://www.expansion.com/2012/03/05/empleo/emprendedores/1330942859.html>
- D.S. (17/08/2015). “Diseño gráfico tipografías parte 3”. [En línea] URL: https://www.youtube.com/watch?v=KLqm8_Clcbw&index=2&list=PLDztup4PBIFT2ospyEvrHr2zfsY6iNq_3
- Estudios Mique VV.AA. “Diseño gráfico plano o flat design” (2017) [En línea] URL: <http://www.mique.es/disenio-grafico-plano-o-flat-design/>

⁷ Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional

- Manuel Franco. (07-10-2017). "Bueno Bonito Barato". Murcia. [documental en línea]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5Qd4psdF4w4>
- Mapi. "Estilo escandinavo". 2018. URL: <http://estiloescandinavo.com/>
- Marcos García. Canal Youtube: "Marco Creativo". Desde 2017. [En línea], URL: <https://www.youtube.com/user/marcocreativo>
- Metropolis VV.AA. "Hisashi Eguchi, Mangaka & Ilustrador". 20-10-2017. [En línea] URL: <https://metropolisjapan.com/toco-toco-hisashi-eguchi-mangaka-illustrator/>
- Vong Yonghow. Halcyonrealms. [En línea] URL: <http://halcyonrealms.com/?s=Eguchi+Hisashi+>
<https://metropolisjapan.com/toco-toco-hisashi-eguchi-mangaka-illustrator/>
- Webnova VV.AA. "Teoría del diseño minimalista". [en línea], URL: <http://www.webnova.com.ar/teoria-del-diseno-minimalista/>

