



moveo

manual de identidad visual

Valors

Logo

Final

Construcció i grandària

Àrea de protecció

Versions i usos

Color

Tipografia

Patrons i símbols

Imatges

Cartelleria

Aplicació mòbil

Altres aplicacions

Valors

Moveo és un projecte transversal dirigit a la ciutadania amb la finalitat de promoure una mobilitat sostenible.

El caràcter dels missatges serà divulgatiu, dinàmic i pròxim, adaptat a un públic jove i a un llenguatge en constant actualització.

Es busca cridar l'atenció a través de missatges curts i simples, però al mateix temps concrets.

Valores

Moveo es un proyecto transversal dirigido a la ciudadanía con la finalidad de promover una movilidad sostenible.

El carácter de los mensajes será divulgativo, dinámico y cercano, adaptado a un público joven y a un lenguaje en constante actualización.

Se busca llamar la atención a través de mensajes cortos y simples, pero al mismo tiempo concretos.

sostenibilitat

Busquem aconseguir solucions que assegurin les necessitats del present sense comprometre les necessitats de futures generacions.

transparència

Compromís amb el bon ús de les dades i la rendició de comptes amb els usuaris i la societat.

ecología

Tenemos una visión integradora de las relaciones entre las personas y el entorno persiguiendo la eficiencia en el uso de recursos.

dinamismo

Promovemos la participación activa, el movimiento y la innovación dentro de un escenario de cambios y transformaciones constantes.

Logo

Aquesta és la versió oficial del logo de moveo formada per una combinació de símbol i text (imagotipo), que transmet de manera gràfica els valors de la marca exposats prèviament.

Logo

Esta es la versión oficial del logo de moveo formada por una combinación de símbolo y texto (imagotipo), que transmite de forma gráfica los valores de la marca expuestos previamente.



moveo

Construcció

El logo està compost per tres elements:

El **cercle**, figura geomètrica en la qual tots els punts estan a la mateixa distància del centre, representant els valors d'un projecte accessible i global. Una "m" en tipografia manual que es vincularà amb els recursos gràfics. I el nom de la marca, **moveo**.

Grandària

Des d'una grandària màxima, s'estableixen unes grandàries mínimes de reproducció per a mantindre bona llegibilitat.

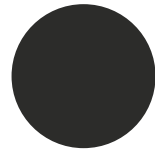
Construcción

El logo está compuesto por tres elementos:

El **círculo**, figura geométrica en la que todos los puntos están a la misma distancia del centro, representando los valores de un proyecto accesible y global. Una "m" en tipografía manual que se vinculará con los recursos gráficos. Y el nombre de la marca, **moveo**.

Tamaño

Desde un tamaño máximo, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción para mantener buena legibilidad.



círculo
accesible
global



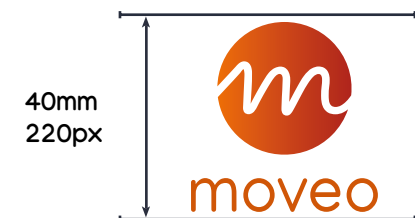
"m" tipografía
sacramento en
minúsculas

moveo

nombre marca
tipografía manjari
en minúsculas



moveo



Àrea de protecció

S'ha establert una àrea de protecció entorn del imatip.

Aquest àrea haurà d'estar exempta d'elements gràfics que interferisquen en la percepció i lectura de la marca.

La construcció de l'àrea de respecte queda determinada per la mesura "m". Sempre que siga possible, és preferible augmentar aquest espai separant el imatip de la resta d'elements.



Área de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al imatipo.

Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "m". Siempre que sea posible, es preferible aumentar este espacio separando el imatipo del resto de elementos.



Versions i usos

Vertical

Logo oficial. Cartells, imatges o gràfics, a més de formats que requerisquen una disposició vertical.

Horizontal

Documents oficials, targetes de presentació o formats que requerisquen una disposició horitzontal.

Simplificat

Es pot utilitzar només el símbol o el text per a usos creatius i de publicitat (cartelleria, xarxes socials o marxandatge).

Versiones y usos

Vertical

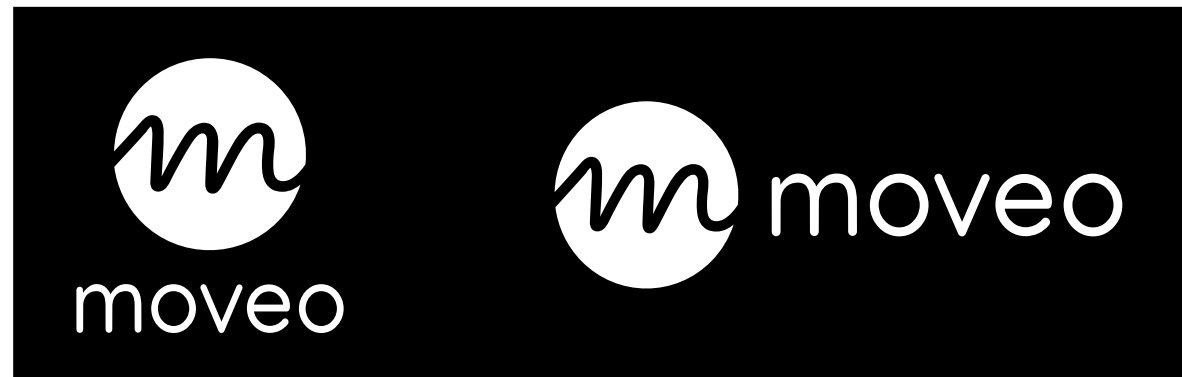
Logo oficial. Carteles, imágenes o gráficos, además de formatos que requieran una disposición vertical.

Horizontal

Documentos oficiales, tarjetas de presentación o formatos que requieran una disposición horizontal.

Simplificado

Se puede utilizar solo el símbolo o el texto para usos creativos y de publicidad (cartelería, redes sociales o merchandising).



Color

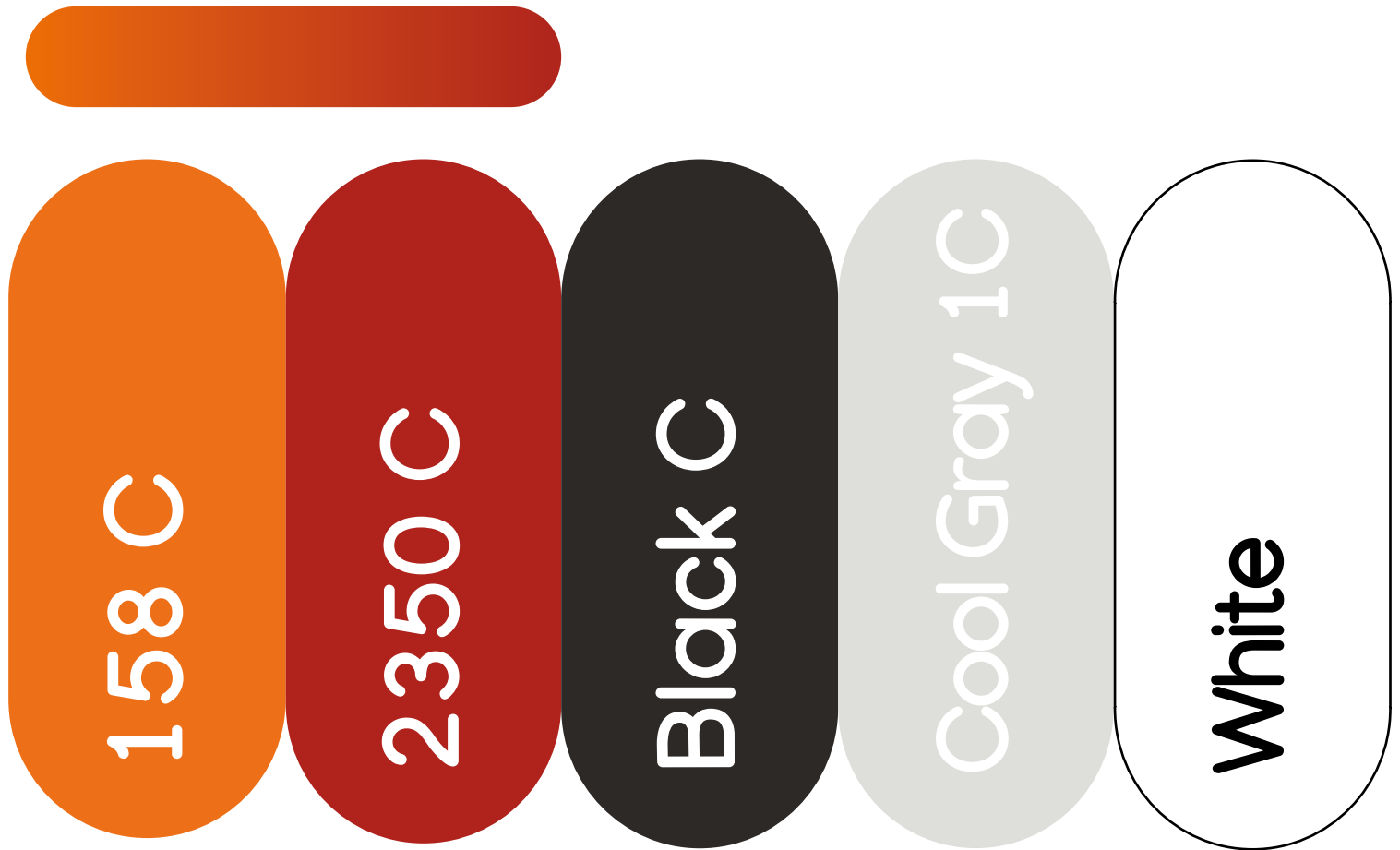
S'han triat dos colors principals que representen visualment a moveo, sent utilitzats també com degradat. Encara que aquests siguen els colors oficials es poden utilitzar altres tonalitats amb finalitats de creativitat i màrqueting.

A més, s'afigen dues tonalitats de grisa i el blanc pur, pensats especialment perquè siguen els colors base de l'aplicació de mòbil.

Color

Se han escogido dos colores principales que representen visualmente a moveo, siendo utilizados también como degradado. Aunque estos sean los colores oficiales se pueden utilizar otras tonalidades con fines de creatividad y márketing.

Además, se añaden dos tonalidades de gris y el blanco puro, pensados especialmente para que sean los colores base de la aplicación de móvil.



RGB: 229 105 22
CMYK: 0 67 100 0
Hex: #e56916

RGB: 175 35 28
CMYK: 0 99 100 19
Hex: #af231c

RGB: 45 41 38
CMYK: 65 66 68 82
Hex: #2d2926

RGB: 217 217 214
CMYK: 10 7 5 0
Hex: #d9d9d6

RGB: 255 255 255
CMYK: 0 0 0 0
Hex: #ffffff

Tipografia

Manjari és la tipografia oficial de moveo. Es va triar per la seua forma i traç arrodonit en poder vincular-se fàcilment amb l'estil gràfic de la marca.

S'utilitzarà per als títols, subtítols i cartelleria.

Per al text, cossos de documents, web o aplicacions s'usarà la font Open Sans.

Tipografía

Manjari es la tipografía oficial de moveo. Se eligió por su forma y trazo redondeado al poder vincularse fácilmente con el estilo gráfico de la marca.

Se utilizará para los títulos, subtítulos y cartelería.

Para el texto, cuerpos de documentos, web o aplicaciones se usará la fuente Open Sans.

Aa

Manjari Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#?

Aa

Manjari Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#?

Aa

Manjari Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#?

Aa

Open Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

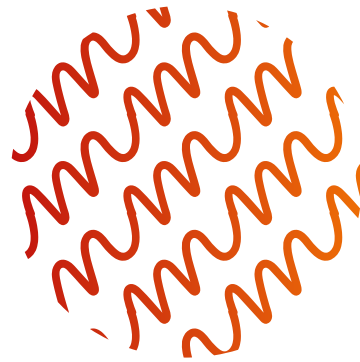
1234567890!@#?

Las tipografías, tienen licencia Open Font y se puede encontrar en:
<https://fonts.google.com/specimen/Manjari>
<https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans>

Patrons i símbols

S'han dissenyat tres tipus de patrons per a acompanyar la marca visual de moveo. Basats en l'ús del símbol "m" del logo, i en el disseny de carreteres i camins, potenciant el caràcter flexible i lleuger del traç.

S'han desenvolupat diferents símbols i icones relacionades amb els traços i les petjades tant per a aplicacions de publicitat com en el disseny d'interfície de dispositius digitals.



Patrones y símbolos

Se han diseñado tres tipos de patrones para acompañar la marca visual de moveo. Basados en el uso del símbolo "m" del logo, y en el diseño de carreteras y caminos, potenciando el carácter flexible y ligero del trazo.

Se han desarrollado distintos símbolos e iconos relacionados con los trazos y las huellas tanto para aplicaciones de publicidad como en el diseño de interfaz de dispositivos digitales.



Imatges

El processament de les imatges seguirà unes pautes per a crear unitat en la manera de comunicar. Es partirà sempre d'una fotografia amb alt contrast en blanc i negre.

A aquestes se li afegirà l'una de les dues capes de color mostrades, podent ser utilitzats altres colors corporatius o el degradat. La primera opció és recomanable usar-la si es col·locarà text per a acompanyar a la fotografia.



Capa color #e56916
transparencia 60%



Capa color #e56916
modo de fusión superponer

Imágenes

El procesamiento de las imágenes seguirá unas pautas para crear unidad en la forma de comunicar. Se partirá siempre de una fotografía con alto contraste en blanco y negro.

A estas se le añadirá la una de las dos capas de color mostradas en el ejemplo, pudiendo ser utilizados otros colores corporativos o el degradado. La primera opción es recomendable usarla si se va a colocar texto para acompañar a la fotografía.



Cartelleria

Exemples de cartelleria urbana seguint els patrons, símbols e guies d'imatge prèviament exposats.

Cartelería

Ejemplos de cartelería urbana siguiendo los patrones, símbolos e guías de imagen previamente expuestos.

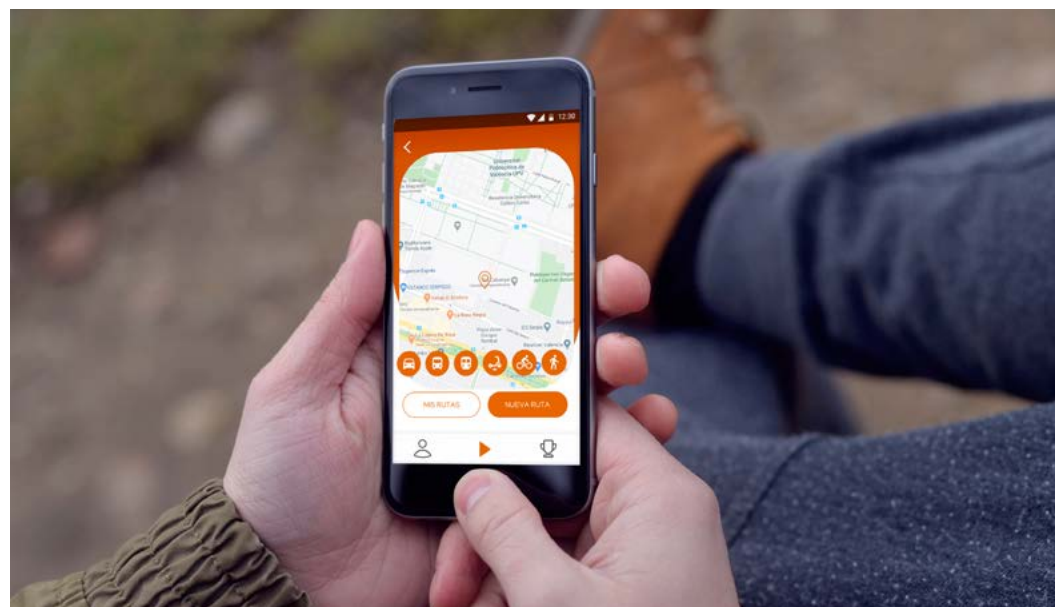
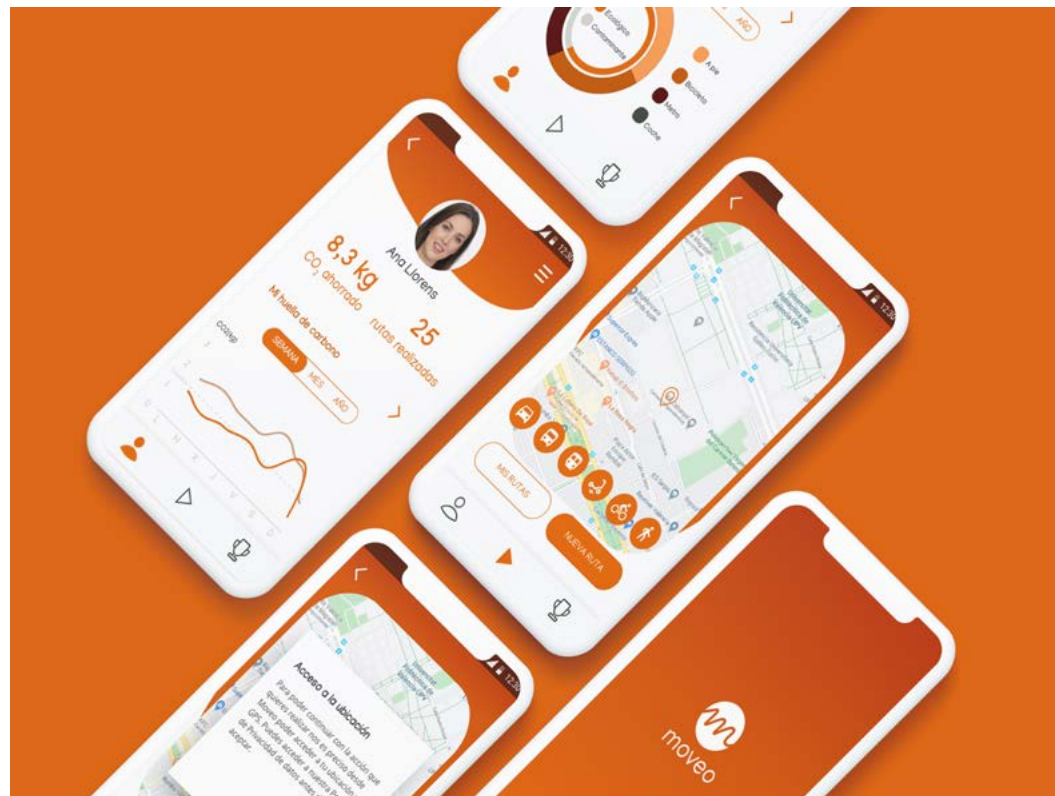


Aplicació mòbil

S'ha començat la creació d'una aplicació per a dispositius mòbils denominada moveo, amb l'objectiu d'incentivar hàbits de mobilitat sostenibles en entorns urbans.

Aplicación móvil

Se ha comenzado la creación de una aplicación para dispositivos móviles denominada moveo, con el objetivo de incentivar hábitos de movilidad sostenibles en entornos urbanos.



Altres aplicacions

Proposades d'adaptació de la imatge visual de la marca per a merchandatge.

Otras Aplicaciones

Propuestas de adaptación de la imagen visual de la marca para merchandising.





Investigación del Usuario

Análisis de datos y segmentación del target de moveo para adecuar el producto y su comunicación al usuario.

Nuestro análisis parte de los datos proporcionados por el Servicio de Alumnado de la Universitat Politècnica de València (UPV). Dichos datos provienen de la encuesta de matriculación que realiza el estudiantado que va formar parte de la universidad el curso consecutivo. Los datos que se nos han proporcionado son los siguientes:

1. ID anonimizado de cada estudiante.
2. Código Postal de la vivienda durante el curso.
3. Titulación que va a cursar.
4. Centro en el que va a cursar la titulación.
5. Previsión de la frecuencia de uso semanal de los siguientes medios de transporte:
 - Pie
 - Bicicleta
 - Coche
 - Coche con Acompañante
 - Moto
 - Moto con Acompañante
 - Tren
 - Bus
 - Metro o Tranvía
 - Metro Bus
 - Taxi

Uno de los principales valores de moveo es la transparencia, por ello desde el principio queremos mostrar los datos y análisis que realizamos con una visualización clara y sencilla. Por ello el análisis y las conclusiones es público a través de la herramienta Tableau y se puede visitar en el siguiente enlace <<https://public.tableau.com/profile/andrea.paricio#!/vizhome/VisualizacinAlumnos-UPV/Conclusiones>>. Posteriormente, se visualizará en la web que se está desarrollando.

Nuestro público objetivo en la primera fase del proyecto es la comunidad universitaria de la UPV. En base a este análisis se han realizado las dos primeras segmentaciones dentro del colectivo del estudiantado de la UPV. La tercera segmentación se ha realizado en base al informe de Rendición de Cuentas de la UPV, que se encuentra público en su web.

Conocer a nuestro público nos ayuda a entender sus necesidades y nos permite adecuar nuestro producto y mensaje a los usuarios.

Persona 1: Contaminante



Bio

Ana es una estudiante de último año de Arquitectura en la UPV, actualmente se encuentra matriculada únicamente del TFM. Utiliza su coche particular para desplazarse a la universidad tres días a la semana, a veces recoge a compañeros por el camino. La conexión de transporte público entre su residencia familiar y la universidad es muy pobre por lo que no la considera una opción óptima para desplazarse.

Metas •

Conseguir unas prácticas en un estudio de arquitectura que le permita diseñar espacios innovadores. Quiere conservar su nivel de vida actual pero adaptándolo a un estilo de vida más sostenible.

Frustraciones •

Le preocupa su futuro ya que el sector en el que quiere especializarse actualmente está en crisis.

Sentimientos actuales •

Últimamente está preocupada por la situación actual pero al mismo tiempo quiere luchar y trabajar para conseguir sus metas.

Huella de carbono •

Su huella de carbono está en la media. Está preocupada por el medio ambiente pero le cuesta tomar decisiones ecológicas si estas afectan a su modo de vida.

Conocimiento tecnológico •

Usa portátil y móvil a diario. Está acostumbrada a la tecnología y es fiel a las marcas como Apple, no le importa pagar por un servicio si es de calidad.

Nombre
Ana Llorens

Edad
24 años

Ocupación
Estudiante de Arquitectura

Localización
Campanar, València

Persona 1

Su estilo de vida se basa en la comodidad y busca productos que le permitan mantener tanto esa comodidad como un status social. Es fiel a las marcas que le aporten calidad y a un determinado tipo de estética. En un primer momento no parece que vaya a modificar sus hábitos de conducta, pero si percibe un cambio en el entorno se suma a la corriente.

La forma en que moveo va a apelar a este público es a través de una publicidad limpia y cuidada; además de la potenciación de la parte de la aplicación dedicada a los grupos y retos. A efectos estadísticos consideramos que este tipo de consumidor puede utilizar el producto (la app) con fines de autoconocimiento, antes que con fines de sostenibilidad. Por lo que, potenciaremos la visualización de datos y la capacidad de adaptar dicha visualización de forma individual de cada usuario a través de su perfil.

Persona 2: Concienciado



Bio

Jaume es un estudiante de 2º año de Bellas Artes en la UPV. Es de un pueblo de la provincia de Alicante pero se ha mudado a València para estudiar la carrera que quería. Vive en un piso alquilado con otros estudiantes cerca de la universidad pero coge transporte público todos los días para ir, ya que tiene que transportar mucho material.

Metas ◦

Quiere aprovechar su etapa universitaria para conocerse a sí mismo y experimentar dentro del campo del arte.

Frustraciones ◦

No tiene una situación económica favorable y esto se convierte en muchas ocasiones en una barrera para experimentar.

Sentimientos actuales ◦

Está dudando entre la rama digital o tradicional dentro de las opciones de la carrera; el gasto económico de cada opción es determinante.

Huella de carbono ◦

Su huella de carbono está por debajo la media. Está interesado y concienciado sobre el cambio climático y no le importa tomar decisiones que afecten a su estilo de vida si éstas no suponen costes extra.

Conocimiento tecnológico ◦

Usa el móvil a todas horas para comunicarse y estar conectado al mundo actual. No tiene problemas para adaptarse a las novedades tecnológicas.

Nombre
Jaume Escrivà

Edad
19

Ocupación
Estudiante de Bellas Artes

Localización
Benimaçlet, València

Persona 2

Movido por una conciencia ecologista este sector de la población realiza cambios en su estilo de vida si esto le lleva a un modo de vida más sostenible y beneficioso para el ecosistema. No es fiel a las marcas, pero sí a los valores que representan.

Este es el público objetivo de la marca pues se alinea con todos los valores del proyecto, se intentará llegar a él a través de una publicidad y divulgación enfocada en el medio ambiente y en la movilidad sostenible. Así como también se potenciará el apartado de premios dentro de la aplicación contactando con empresas y entidades que aporten artículos o experiencias en función de las estadísticas de los usuarios.

Persona 3: Trabajadores



Bio

Joaquín es un profesor titular del Departamento de Ingeniería Eléctrica de la UPV desde hace 20 años. Le gusta la tranquilidad y la rutina. Vive en una casa con su familia a las afueras de la ciudad por lo que utiliza su coche particular diariamente para desplazarse a la universidad y los fines de semana para ir al pueblo a relajarse.

Metas •

Conservar su nivel y estilo de vida actual introduciendo pequeños cambios de forma paulatina para hacerla más cómoda.

Frustraciones •

Su coche necesita cada vez más reparaciones, o cuál le molesta porque pasa largos periodos de tiempo sin poder utilizarlo.

Sentimientos actuales •

Los cambios de planes le generan malestar por lo que está planteando la compra de un coche eléctrico que le permita jubilar su anterior vehículo.

Huella de carbono •

Su huella de carbono está por encima de la media. Es consciente de que existe un peligro medioambiental, pero no cree que los cambios individuales tengan un impacto global.

Conocimiento tecnológico •

Usa el móvil y el ordenador de forma diaria pero le cuesta adaptarse a los nuevos programas. No está acostumbrado al uso de aplicaciones móviles.

Nombre
Joaquín Galvany

Edad
56

Ocupación
PDI Titular de Universidad

Localización
Torrent, València

Persona 3

El tercer sector corresponde a los trabajadores de la UPV pues, aunque son un porcentaje reducido del total de la comunidad universitaria su segmentación geográfica, es completamente distinta al estudiantado. Este tercer segmento se caracteriza por una media de edad mayor, vivienda lejos de la universidad y relación con la tecnología diferente a la del estudiantado.

La principal herramienta para fidelizar a este público es que la usabilidad y la accesibilidad de la aplicación sean altos, ya que cuánto más fácil sea de usar más probable es que la usen si les reporta algún beneficio como los premios o la capacidad de acceder a sus visualizaciones individuales. Además, al mismo tiempo es uno de los sectores más contaminantes por lo que nuestro objetivo es llegar a ellos y establecer mecanismos para inventivar un uso más sostenible del transporte.

ANEXO 3

Vídeo de previsualización de la aplicación móvil
<<https://vimeo.com/432532575>>