

proyecto integral  
de comunicación visual

# asociación celiaca argentina

-año 2018-



## Abstract

Actualmente en la Argentina se calcula que 1 de cada 100 habitantes es celiaco. Puede darse tanto en la niñez como en la adultez y está asociada a otras enfermedades.

Inicialmente se llevó a cabo el proceso de investigación de la Asociación Celiaca Argentina con el fin de detectar los problemas de comunicación existentes, partiendo de tres ejes: identitario - Informativo - Entorno

Como resultado de esta investigación se planteó generar una identidad propia de la asociación para difundir y desmitificar que la celiacía es una enfermedad, y a su vez promover, concientizar e informar a la sociedad para su detección temprana.

Para este proyecto se planteó un plan de intervención basados en los tres ejes anteriores, diseñando a partir de ellos la identidad de la asociación para que pueda reposicionarse y llegar a más personas.

Los recursos gráficos utilizados para el desarrollo del proyecto fueron seleccionados a partir de los conceptos de vitalidad, social y contención, teniendo en cuenta a su vez que el rango etario al que va dirigido es amplio.

La mayoría de las personas desconoce sus síntomas, la detección temprana y el tratamiento oportuno son de gran importancia para evitar complicaciones secundarias de la celiacía. El principal objetivo es contribuir a mejorar la calidad de vida del celiaco y su familia.

## Diagnóstico

- La institución no posee un sistema de identidad propio, la marca que se utiliza es la utilizada para informar que el alimento envasado no contiene TACC.

-La asociación cuenta con medios de difusión, aunque algunos no son utilizados correctamente y no actualizan su información.

- Las piezas gráficas de comunicación no se encuentran sistematizadas y poseen mucha información.

- No posee ningún tipo de identificación de la sede.

- Posee piezas gráficas que no han sido actualizadas.

## Estrategia

Generar una identidad propia de la asociación para difundir y desmitificar que la celiacía es una enfermedad, y a su vez promover, concientizar e informar a la sociedad para su detección temprana.

## Entorno

FRENTE SEDE NACIONAL



FOOD TRUCK

## Identidad

MARCA



Versión vertical



Variante policromática



Variante monocromática



Variante monocromática



Variante monocromática



Pantone: 151 C 100%  
C: 0% M: 58,81% Y: 94,5% K: 0%  
R: 240% G: 128% B: 25%  
Hexagesimal: #FF8300

Pantone: P Process Black C 100%  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%  
R: 29% G: 29% B: 27%  
Hexagesimal: #1C1C1B

Pantone: P Process Black C 30,2%  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 30,2%  
R: 166% G: 166% B: 165%  
Hexagesimal: #A5A5A5

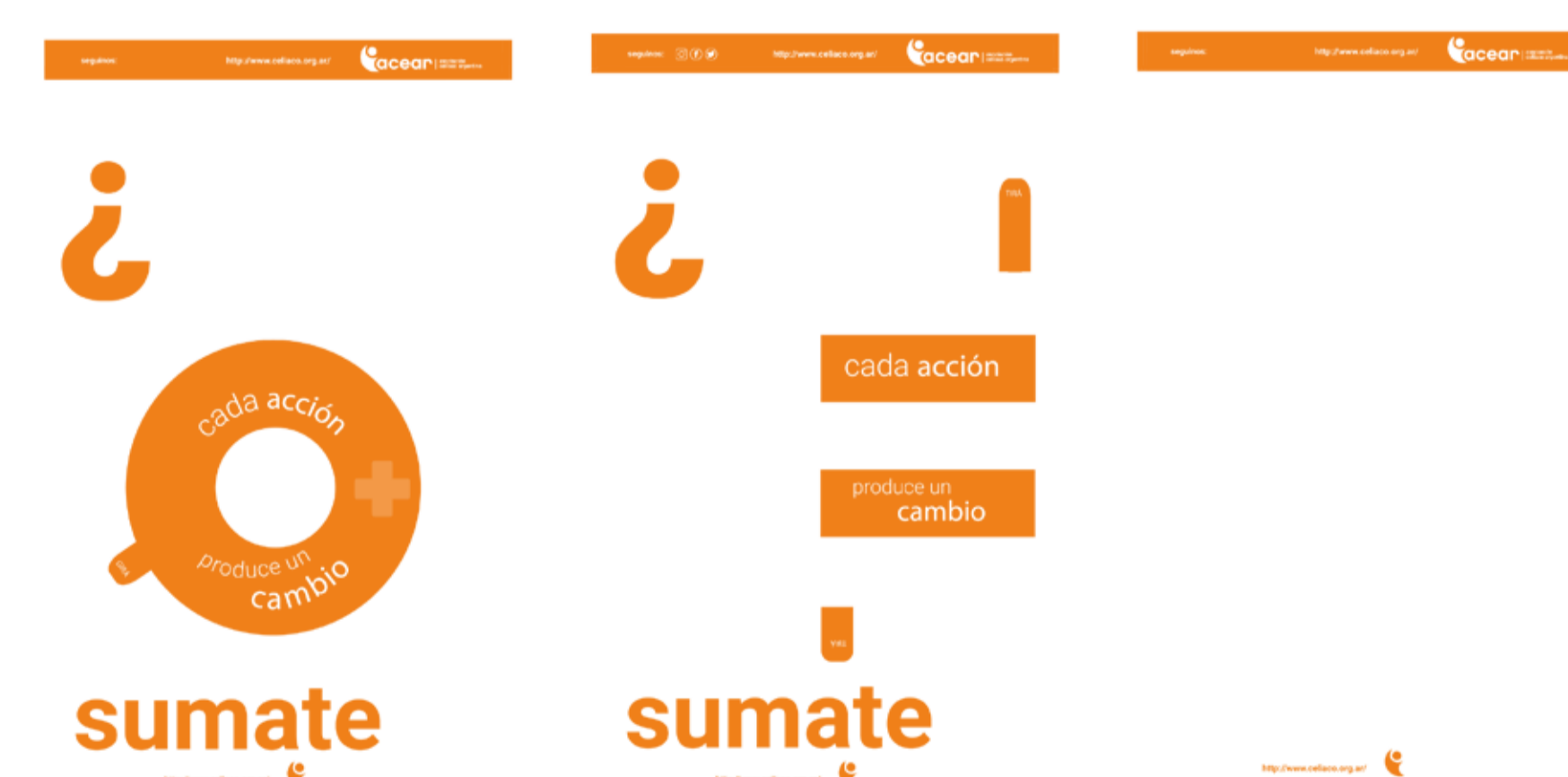
Pantone: P Process Black C 100%  
C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%  
R: 29% G: 29% B: 27%  
Hexagesimal: #1C1C1B

PAPELERIA INSTITUCIONAL

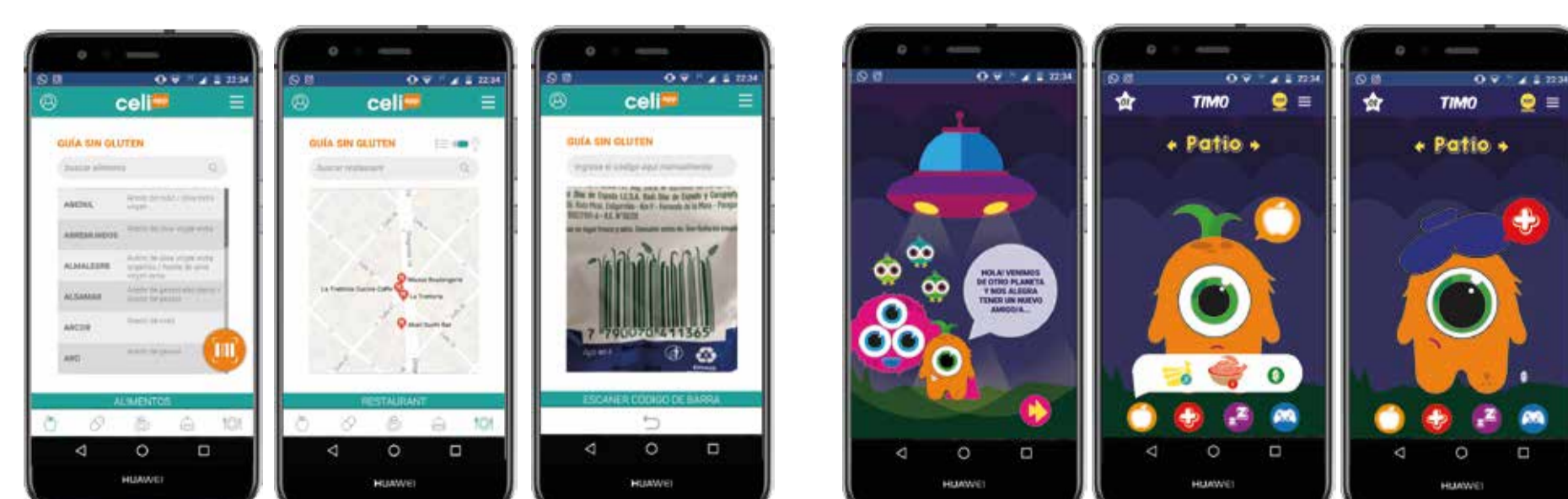
## Comunicación

WEB

AFICHES



APLICACIONES



FOLLETOS

