

# **Propuesta de identidad de marca para los equipos deportivos de la Universidad Antonio Nariño para las sedes de la ciudad de Bogotá**

**Hecho por: Diego Alejandro Rojas Rueda**

**octavo semestre**

**Trabajo de grado**

**Profesor Hector Bernal**



## RESUMEN

Este proyecto consiste en generar una propuesta de identidad de marca deportiva para los equipos donde participan los estudiantes de la Universidad Antonio Nariño (UAN). Ya que la universidad no cuenta con una identidad de marca bien estructurada en el área de deportes. De esta forma se busca contribuir a los equipos de la universidad, desde la perspectiva de diseño gráfico, se espera establecer un enfoque equitativo al trabajar con todos los equipos de la universidad, evitando preferencias hacia uno u otro, presentando una modalidad colaborativa y distintiva. Buscando consolidar los equipos deportivos de la UAN como referentes deportivos de la universidad para fortalecer el sentido de pertenencia de los jóvenes integrantes de la comunidad deportiva. Gracias al acercamiento con las comunidades se pueden generar piezas de apoyo a la creación de esta identidad para poder realizar una mayor visibilidad de los equipos dentro y fuera de la universidad.

## **ABSTRACT**

This project consists of generating a proposal for sports brand identity for the teams where students of the Universidad Antonio Nariño (UAN) participate. Since the university does not have a well-structured brand identity in the area of sports. In this way we seek to contribute to the university teams, from the perspective of graphic design, it is expected to establish an equitable approach to work with all university teams, avoiding preferences to one or another, presenting a collaborative and distinctive modality. Seeking to consolidate the UAN sports teams as sports references of the university to strengthen the sense of belonging of the young members of the sports community. Thanks to the approach with the communities, it is possible to generate pieces of support to the creation of this identity in order to achieve greater visibility of the teams inside and outside the university.

# INTRODUCCIÓN

La elección de este proyecto de grado se originó por un entusiasmo en el deporte y un interés en branding, esto condujo a indagar más a fondo sobre cómo se podían combinar estas dos áreas y del cómo una identidad visual puede favorecer a los distintos equipos que integran a la Universidad Antonio Nariño (UAN).

Con base en esto se empezó con la idea de poder dar más visibilidad a un equipo de la universidad. En este caso, el primer equipo que se tuvo en mente fue el equipo de fútbol sala femenino de la UAN, se buscó hablar con los representantes correspondientes que fueron los coordinadores de deportes de la universidad en las sedes de Bogotá D.C.

En este proceso se tuvo el acompañamiento de dos coordinadores. El primer acercamiento que hubo fue con la coordinadora de deportes, Yurani Gonzáles, La cual le había parecido interesante la idea del proyecto, pero debido a diversas circunstancias el puesto de coordinador fue ocupado por el señor Carlos Sánchez.

Después se realizó la primera reunión con el coordinador de deportes de

bienestar universitario de Bogotá, D.C. Carlos Sánchez, al cual se le compartió la idea del proyecto y brindó unas recomendaciones, ya que nos dio una perspectiva mucho más amplia de la que se tenía, en donde no solo el equipo de fútbol sala femenino estaba siendo perjudicado por la falta de una identidad, sino que era un problema general que tenían todos los equipos de la Universidad.

Partiendo de este problema se decidió ampliar la idea del proyecto con un enfoque que abarcara a todos los deportes de una forma más general para así poder lograr una unidad para los equipos junto con una promoción por igual de estos dentro de la comunidad.

Cabe resaltar que en el ámbito universitario ya se han presentado casos en Bogotá, en donde varias universidades han empezado a utilizar una identidad de marca propia para los deportes, tales como la Universidad Javeriana, Universidad de los Andes, Universidad del Externado, entre otras instituciones.

Estas han logrado implementar una idea de marca deportiva más estructurada y compacta de lo que quieren transmitir como equipo sin dejar de lado su identidad institucional, esto permite explorar un gran campo de acción para trabajar con la Universidad Antonio Nariño en las sedes de Bogotá.

Por tal razón se implementó un proceso de investigación basada en una variedad de instrumentos con los cuales se eligieron las entrevistas semiestructuradas cualitativas, aplicadas a un focus group de representantes de los equipos de la universidad junto a sus dirigentes, luego se implementó una entrevista semiestructurada para expertos en el tema a manejar en el proyecto para así generar una producción de impacto asertiva y eficaz, todo este proyecto tendrá piezas de apoyo en distintos canales de comunicación, cada uno con funciones específicas ya sean informativas o de promoción con el fin de tener una mayor presencia en las sedes de la Universidad y mantener a la comunidad informada de las convocatorias que lleguen a realizar los equipos deportivos, partidos o compromisos importantes en los que esté participando la universidad. Estas piezas deberán lograr incentivar a más estudiantes a que sean parte de estos equipos universitarios.

# OBJETIVOS

## Objetivo general

Crear una propuesta de identidad de marca de los equipos deportivos de los estudiantes de la Universidad Antonio Nariño en Bogotá D.C, para incentivar una mayor participación de la comunidad con los equipos. Donde logre ser implementado a inicios del siguiente semestre (2024-1).

## Objetivos específicos

- Diseñar un escudo para los equipos deportivos de los estudiantes de la universidad Antonio Nariño (UAN) y sus valores institucionales, con el que logren sentirse representados con base en las entrevistas desarrolladas y el brief de la marca.
- Crear una indumentaria que vaya acorde al estilo visual propuesto en la identidad de marca para los equipos deportivos de los estudiantes de la Universidad Antonio Nariño (UAN) y su respectivo brand board.
- Generar 5 piezas en diferentes medios y plataformas para los equipos deportivos de la comunidad Universidad Antonio Nariño, que promuevan a los deportistas de la Universidad para que los inviten a participar o formar parte del equipo de la (UAN).

# JUSTIFICACIÓN

La intención de este proyecto de grado consiste en crear la identidad de marca deportiva de los equipos donde participan los estudiantes de la Universidad Antonio Nariño (UAN). La elección de este proyecto de grado se origina en el entusiasmo por el fútbol y un interés en branding que condujo a una investigación sobre cómo combinar estas dos áreas. Así mismo se presentaron circunstancias personales; por ejemplo, se tuvo conocimiento de la existencia de fútbol sala femenino en la UAN y al explorar más profundamente el ámbito del bienestar junto con los diversos equipos universitarios, se observó la carencia de una identidad de marca, está limita significativamente la visibilidad de los equipos dentro y fuera de la universidad.

El propósito de este proyecto es contribuir mediante la creación de una identidad de marca, como diseñador gráfico, se espera establecer un enfoque equitativo al trabajar con todos los equipos de la universidad, evitando preferencias hacia uno u otro, presentando una modalidad colaborativa distintiva.

Se propone una identidad visual que busca lograr que los equipos se sientan representados para así poder distinguirlos de los competidores universitarios a través de un foco emocional con sus valores, así mismo con la creación de un uniforme junto con piezas gráficas que sean pertinentes y logren plasmar estas

ideas de los equipos de la Universidad Antonio Nariño (UAN).

En este contexto se han encontrado algunos referentes que trabajan con una gran variedad de equipos de deportes en distintas áreas que aplican y manejan una identidad como marca y una unión de esto con sus uniformes y escudos como por ejemplo; La **Universidad Politécnico Grancolombiano** es una de las universidades que maneja un diseño distintivo en sus indumentarias deportivas, donde podemos destacar que manejan uniformes de locales y visitantes para los deportistas.

Figura No.1



Nota. Politécnico Grancolombiano 2022. Juego de las Estrellas 2022.

La **Universidad de los Andes** también utiliza piezas gráficas en la página web para informar de las convocatorias que realizan para los distintos deportes y competiciones en las que actúan.

Figura No.2



Nota. Universidad de los Andes 2023-2. Torneos internos 2023-2.

La **Universidad del Externado** cuenta con una sección de deportes dentro de la página de la universidad, donde trata de explicar con más detenimiento el paso a paso de la inscripción de los equipos con los que cuenta e informa los medios de comunicación que maneja, también la indumentaria que necesita y explica en donde debe ser solicitada.

Figura No.3



Nota. Universidad el Externado. El Externado de Colombia es subcampeón de la versión XXXV de los Juegos Universitarios Cerros. (09/11/2022).

Como último referente se tiene al grupo de Compensar juvenil el cual maneja también un número grande de equipos deportivos en donde busca manejar una unidad y distintos escenarios para una variedad amplia de públicos objetivos, su uniforme está bien establecido y pensado para que sus equipos puedan llegar a tener un ambiente mucho más profesional.

Figura No.4



Compensar Recreación, Cultura y Deporte 2023.

## CONTEXTO DEL PROYECTO

En el contexto de este proyecto se han puesto como bases fundamentales el reconocimiento de los equipos universitarios de la UAN haciendo un análisis y acercamientos de observación a los representantes de los equipos logramos evidenciar que había cierta desinformación sobre los equipos de los estudiantes en donde no se tenía certeza de qué equipos había o en donde competían, indagando más a fondo con algunos estudiantes miembros de los equipos de la universidad junto con los encargados correspondientes de bienestar se pudo averiguar que los equipos de bienestar que hay actualmente son Fútbol 11, Fútbol sala, Baloncesto, Voleibol, Taekwondo, Tenis de Mesa y Billar, estos tienen una indumentaria la cual se renueva cada año, otro aspecto que se evidenció es que los equipos deportivos de la UAN no cuentan con un identificador gráfico propio y esto dificulta su promoción y visibilidad dentro y fuera de la universidad.

Estos equipos no cuentan con un identificador visual propio, sino que usan el logo institucional como escudo. Pensando en la línea de ejecución más adecuada se planteó hacer un identificador que tuviera elementos generales para los equipos y que solo tuviera un diferenciador para las distintas áreas de deportes. Esta idea también nos fue dada por los referentes que se fueron explorando el referente

principal de esto fueron los juegos olímpicos de Tokio 2020 para sus identificadores utilizados para todos los deportes.

Siguiendo con la búsqueda de referentes ya más cercanos a nuestro contexto, encontramos que hay universidades que han propuesto identificadores gráficos para los equipos deportivos junto a una propuesta de uniforme con un estilo visual algo ya más definido que el de la UAN. En los primeros acercamientos con los integrantes de distintos equipos a ellos les pasan el uniforme ya definido cada año el cual se entrega en la sede Federman, pero ellos son libres de proponer sus ideas para el uniforme del siguiente semestre, aunque hay esta opción no han logrado tener una unidad visual y siguen estando inconformes con los uniformes actuales dado a su estilo visual, es aquí donde entra a jugar el proyecto un papel importante, ya que si se plantea una identidad visual sólida, que logre representar a los distintos equipos se puede obtener un key visual y unos elementos gráficos que aporten para la creación de estos uniformes.

También se generó un acercamiento con el entrenador de los equipos de fútbol femenino de la UAN, este nos comentó que en la primera reunión de este semestre con el coordinador de deportes se le solicitó poder ver antes los uniformes y que fueran llamados a la reunión para elegir los uniformes más pertinentes para los chicos y se tuvo como apoyo y un vistazo al nuevo uniforme de este semestre el cual no tiene mayores cambios al anterior.

Otros referentes que se encontraron eran las escuelas deportivas, estas suelen usar elementos representativos de algún deporte o con las tipografías que usan, incluyendo distintas composiciones de escudo que son usadas frecuentemente.

Se investigaron definiciones sobre los instrumentos de investigación establecidos para el desarrollo del proyecto, se comenzó con el focus group. Este método consiste en un método cualitativo de recolección de datos. Basado en una entrevista grupal, un moderado neutral, cuyo objetivo es recoger información sobre un número de preguntas predefinidas. (Wilkinson 2004). Luego siguió con el término de entrevista semiestructurada, el cual se basa en poder brindar al investigador un margen de respuesta mayor para estudiar a los encuestados, además de que mantiene la estructura básica de la entrevista.

Otro concepto es el Benchmarking (en español, punto de referencia) consiste en un estudio profundizado sobre tus competidores para entender las estrategias y mejores prácticas utilizadas por ellos. Siendo así, este análisis permite que tu empresa reproduzca o adapte algunas de las acciones para atraer al público y reconquistarlo. También se está trabajando con el relevamiento, este consiste en la búsqueda de referentes que se dividen en unas categorías específicas, las cuales utilizan algo en concreto que las unifique, ya sea la forma, el color, o la tipografía, entre otras, y a partir de estas poder tener una estructura más clara de los

referentes y sobre los elementos pueden ser utilizados como guías.

Todo esto enfocado en cómo se utiliza una producción de impacto para crear una estrategia específica, generando un cambio en el público o comunidad a intervenir. Esta producción de impacto consta de varios instrumentos los cuales tienen unas finalidades específicas para analizar ese hecho en relación con el contexto del proyecto, ayudando a tener una mejor noción del cambio que espera lograr.

Ya en el tema del identificador gráfico se ha explorado el término de heráldica. La heráldica es el arte del blasón. Es decir, es la expresión artística que describe gráficamente los escudos de armas de una localidad, dinastía, familia o institución. Para ello no se usaban diseños aleatorios, sino que cada elemento que conforma el escudo se elegía a conciencia por su significado de composición (Heráldica orígenes y significado).

Gracias a este concepto podemos tener una forma más asertiva de como y que transmite un escudo, sus valores y abordarlo por partes entendiendo cada una de estas y qué significados tiene un escudo, con esto claro podemos empezar a investigar y observar qué elementos son los que pueden llegar a representar a los equipos y de qué manera plasmarlo para así poder lograr que se sientan identificados y poder generar ese sentido de pertenencia que se busca cabe aclarar que estos bocetos e ideas que se mostrarán son posibles acercamientos

que hemos pensado y que a su vez estarán sujetos a cambios en el transcurso del proyecto, ya que se necesitan implementar todos estos instrumentos anteriormente mencionados y acercamientos con las comunidades correspondientes.

Para finalizar en esta propuesta de escudo y uniforme se deben tener como base los colores institucionales de la universidad, pero también se deben generar cambios en la composición, en especial del uniforme, puesto que se han evidenciado que más universidades frecuentan el uso de estos colores para sus uniformes. Lo que queremos es que la UAN pueda distinguirse de los demás equipos universitarios en los torneos en los cuales compite.

La búsqueda de estos referentes estuvo basada en un instrumento de investigación el cual es el relevamiento este instrumento se basa en la búsqueda de referentes locales como internacionales, en este caso se buscaron escuelas deportivas u organizaciones las cuales han implementado ideas similares sobre este proyecto de grado desde su identidad como marca hasta tonos de comunicación con su comunidad empezando por los más cercanos que fueron a nivel bogotá . Como ya lo mencione anteriormente buscando escuelas deportivas y equipos que tuvieran una identidad como marca definida, su estilo visual, composición gráfica, tipografías, color y demás elementos que utilizan para así tener un panorama amplio de cual es la actualidad de estos equipos y brindar ideas para implementar en el proyecto, de mismo modo se investigaron referentes latinoamericanos y mundiales para no quedarnos solo con ideas de un solo lugar sino ampliar el panorama distinguiendo distintos estilos e ideas las cuales son una fuente de inspiración grande a la hora de pensar en los bocetos e ideas que

surgen en el camino.

También se implementaron unas matrices, estas matrices son utilizadas en la producción de impacto las cuales sirven para aterrizar el problema que se va a abordar y cómo hacerlo, para esto se debe tener una claridad en qué entregables se van a realizar cuál será su función, los objetivos claros del proyecto así se puede catalogar el problema para poder evidenciar la mejor forma de abordarlo dependiendo de cómo se plantee la matriz y la comunidad a la que va dirigida.

# METODOLOGÍA DE TRABAJO PARA EL PROYECTO

Para poder tener unas bases más definidas sobre los conceptos e ideas del proyecto se realizó una búsqueda de información sobre los conceptos que manejamos tales como lo que es una identidad de marca, una producción de impacto y los distintos instrumentos que la complementan. A continuación explicaremos estos conceptos e ideas a partir de autores que tengan bases sobre este tema y definir el cómo complementan este proyecto de grado para así poder implementarlos de una mejor manera.

Según Philip Kotler y G. Armstrong, la definición de identidad de marca se basa en “un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño o una combinación de todos estos elementos, que identifica al fabricante o vendedor de un producto o servicio, y que lo diferencia de la competencia” ( Kotler & Armstrong, 2008 ).

Esta definición refuerza la idea de que a través de un logo, un identificador, puede generar una unificación para los equipos a partir de sus valores logrando crear una base sólida de valores, formas y colores para tener más presencia dentro y fuera de la universidad.

Encontramos una segunda definición publicada en un artículo de la universidad de Chile en la cual se dice que “La identidad de marca es el atractivo

estético y de diseño de una marca se ha convertido en un componente esencial del marketing corporativo (Schmitt & Simonson, 1997)".

Con esta segunda definición podemos ver que el atractivo estético es una de las partes fundamentales a la hora de atraer un público con lo que se quiere transmitir, este componente debe tener una solidez muy fuerte en su concepto o idea y se debe plasmar de una forma exacta sin que dé cabida a fallos o transmita mensajes que no se adecuen a lo que se busca

Por último encontramos una definición de un concepto similar a fin con el tema a tratar en este proyecto que está más relacionada con el ámbito deportivo dada por el autor Edison Saldarriaga el cual dice que

El marketing deportivo se refiere al proceso de construcción y gestión de la marca de una organización deportiva, ya sea un club, una liga, un evento o una asociación. Implica crear una identidad sólida y coherente que comunique los valores, la historia y la personalidad de la entidad, generando una conexión emocional con los seguidores y diferenciándose de la competencia (Javier Villarreal Doldán y Edison Saldarriaga Junio de 2023).

Esta última definición muestra que una identidad de marca deportiva debe tener como fundamental aliado el concepto de marketing deportivo de esta forma se le puede generar una estrategia idónea para lo que se quiere lograr y el cómo dirigir las comunicaciones a las comunidades correspondientes.

Gracias a estas definiciones podemos tener un panorama más claro de lo que significa una identidad de marca, el porqué es importante este término para el proyecto. Con esto claro lo que se busca es poder darles una identidad sólida distintiva que represente lo que son los equipos deportivos de la UAN, teniendo también como base una referencia del concepto de marketing deportivo para así lograr cautivar a la comunidad universitaria para ser parte de los equipos mejorando su imagen y promocionándolos tanto dentro como fuera de la universidad.

Ahora el paso siguiente a realizar fue investigar una definición de lo que representa un hexágono en el branding y el porqué se tomó esta forma como base “Un hexágono es una forma muy poco utilizada en la publicidad o deseo pero tiene un significado: Perfección, Unidad, Sinergia, trabajo, sabiduría” (Nadia Reyes Jul 4, 2017).

Después se comenzó a utilizar los instrumentos de investigación establecidos para el desarrollo del proyecto, se comenzó con el focus group. Este método de los focus groups o grupos focales consiste en un método cualitativo de recolección de datos. Basado en una entrevista grupal, un moderado neutral, cuyo objetivo es recoger información sobre un número de preguntas predefinidas.

Luego siguió con el término de entrevista semiestructurada, el cual se basa en poder brindar al investigador un margen de respuesta mayor para estudiar a los encuestados, además de que mantiene la estructura básica de la entrevista. Incluso si se trata de una conversación guiada entre investigadores y entrevistados,

permitiendo que se genere una contra pregunta con base en las respuestas de los entrevistados luego siguió el relevamiento, este consiste en la búsqueda de referentes que se dividen en unas categorías específicas, las cuales utilizan algo en concreto que las unifique, ya sea la forma, el color, o la tipografía, entre otras.

Así a partir de estas poder tener una estructura más clara de los referentes y sobre los elementos pueden ser como guías, todo esto enfocado en una producción de impacto se utiliza una herramienta que consiste en la producción de impacto para crear una estrategia específica para lograr generar un cambio en nuestro público o comunidad a intervenir.

En este punto se implementan unas entrevistas semi estructuradas dirigidas a diseñador senior de la UAN, al coordinador de deportes de la universidad y a los integrantes de los distintos equipos que hay en la universidad con estas entrevistas se pretenden recolectar información de sus valores junto con algunas de sus emociones dentro del equipo para así identificar el concepto clave para generar un diseño acorde lo que se busca representar del equipo.

Seguidamente se continúa con la exploración de bocetos e ideas para el identificador gráfico en base a la percepción propia que se venía trabajando y se crean ideas nuevas en base a las respuestas de las personas entrevistadas para poder ir definiendo el identificador gráfico, su manual de marca junto con el estilo visual para diseñar el uniforme más las piezas gráficas pertinentes.

## DESARROLLO

El proyecto tiene como punto de inicio la investigación de los conceptos ya mencionados con su implementación de dichos conceptos. Partiendo de lo realizado el semestre pasado y la idea del proyecto, se optó por cambiar el enfoque de este mismo, incluyendo a todas los equipos de la UAN. También se realizó la búsqueda de las definiciones de estos conceptos, mientras este proceso se realizaba se buscó seguir en contacto con el coordinador de deportes de bienestar para así tener una vía directa de contacto con los equipos y sus entrenadores.

En este proceso se tuvo que hacer la solicitud formal del permiso para poder generar un primer acercamiento directo con los equipos a través de un correo en este correo se explicaba cuál era el proyecto con los permisos necesarios para poder hablar con todos los equipos de la UAN este correo se fue entregado al coordinador de deportes de bienestar el cual nos autorizó para poder tener dicho acercamiento y acceso a la información que llegara a solicitar. A partir de este punto se tuvieron breves acercamientos a los equipos.

A algunos integrantes de distintos equipos con los que se pudo tener una conversación se les comentó el proyecto, los cuales dieron su visto bueno con las cuales se les realizó una solicitud formal para crear el focus group, de esta manera se pudo definir la reunión para la primera entrevista en la cual se fijaron los conceptos y valores representativos de los equipos, a partir de esto se produjeron los bocetos para el escudo y el estilo visual.

Realizamos los instrumentos de investigación que ya mencionaba con anterioridad, en los cuales a partir de la producción de impacto se definieron y se elaboraron un conjunto de ideas que ayudan a definir con más claridad este proyecto y sus objetivos

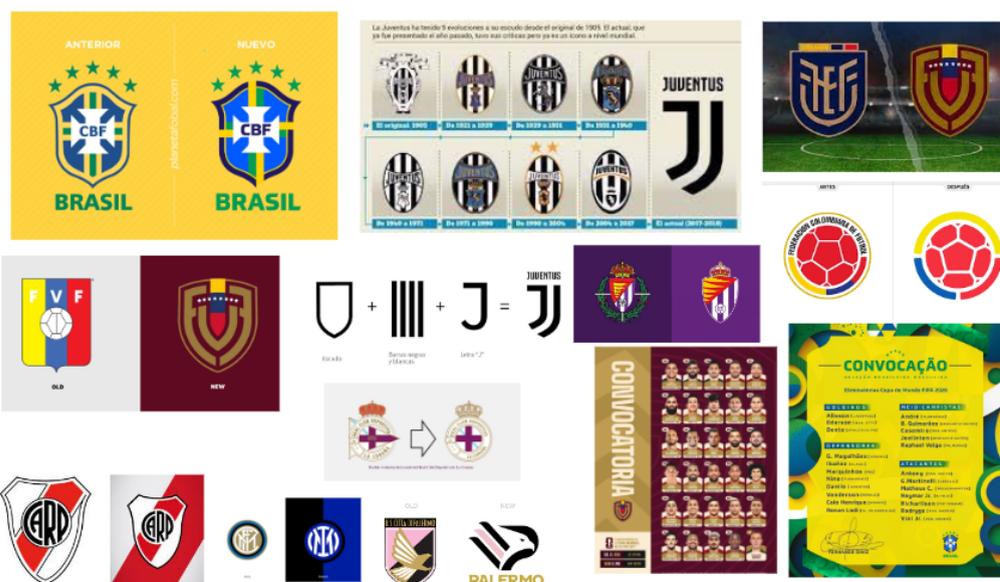
Como punto de inicio se tuvo la herramienta de relevamiento, la cual consiste en hacer una amplia búsqueda de referentes para categorizarlos por elementos en común, los cuales sirvan como guías visuales para posibles ideas. Esta categorización se da por secciones específicas, empezando con los referentes locales, ya sean desde escuelas deportivas hasta divisiones inferiores de equipos en Bogotá. Con esta primera categorización buscamos patrones visuales semejantes y o elementos que suelen utilizarse de manera frecuente en los equipos, ya sea formas como balones o composiciones de escudo e incluso los colores que se usan, estos suelen ser los institucionales o más representativos, dependiendo de donde sean estos equipos, así mismo se fue realizando la búsqueda ya de una manera más amplia o global en esta primera etapa de desarrollo una búsqueda de referentes en equipos de la CONMEBOL ya fueran clubes o selecciones nacionales que hayan realizado una modernización de su escudo. Lo mismo se busca a nivel global en Europa, con esto se logra ver referentes que brindan una idea mucho más amplia de los elementos y formas que se usan actualmente.

Figura No 5



Nota. Relevamiento Fuente propia 2023

Figura No 6



Nota. Relevamiento Fuente propia 2023

Cómo paso siguiente se utilizó una matriz de impacto la cual nos categoriza

el tema a tratar la cual nos permite trabajar de una manera más clara y estructurada de cómo se debe abordar para saber qué acciones se requieren para realizar este proyecto.

Partiendo de acá se define el mensaje que se quiere transmitir con este proyecto el cual consiste en crear una identidad de marca que a través de su uniforme y unas piezas gráficas pertinentes logren posicionar y generar un sentido de apropiación y pertenencia de los equipos de la UAN.

Figura No 7



Nota. Matriz de impacto Fuente propia 2023

Figura No 8

MENSAJE DE LA CAMPAÑA	META DE IMPACTO	AGENTES CLAVE	DINÁMICA DE IMPACTO	TAREAS DE IMPACTO
Lograr que los estudiantes se identifiquen con una identidad de equipo	Lograr que el escudo propuesto impacte positivamente a los distintos públicos que lo vean	Miembros de los equipos de deportes de la UAN Comunidad de bienestar universitario	Crear emociones positivas	Diseñar la propuesta de escudo y su manual de marca
Generar orgullo	Hacer que el uniforme propuesto logre agradar a los equipos y refleje todo lo que el proyecto representa	Deportistas de los equipos de la UAN Seguidores de los mismos equipos de la UAN	Generar la aprobación de los equipos y la comunidad sobre el uniforme	Diseñar la propuesta de uniforme
Generar mayor participación de la comunidad	Más personas ingresen o quieran ser parte de los equipos deportivos de la universidad	Estudiantes de la UAN	Generar motivación y pertenencia	Crear piezas publicitarias

24

Nota. Matriz de impacto 2. Fuente propia 2023

Figura No 9

META DE IMPACTO	INDICADOR DE IMPACTO	HERRAMIENTA/TÉCNICA	PUNTO DE PARTIDA	FECHAS 1/2/3/4
Lograr que el escudo propuesto impacte positivamente a los distintos públicos que lo vean	Que el escudo sea aprobado y utilizado por todos los equipos de la universidad de las sedes de Bogotá	Entrevistas y evidencia visual	Reuniones con los equipos y dirigentes	Finales de Septiembre y principios de octubre
Hacer que el uniforme propuesto logre agradar a los equipos y refleje todo lo que el proyecto representa	Que los uniformes sean implementados y usados por cada miembro de los equipos de la universidad	Evidencia fotográfica y de primera mano	Reuniones con los equipos y dirigentes	Finales de noviembre
Más personas ingresen o quieran ser parte de los equipos deportivos de la universidad	Que se genere un aumento de integrantes en todos los equipos de la universidad	Entrevistas y registros después de la implementación del proyecto	Reuniones con los equipos y dirigentes	Inicio del semestre 2024-1

Nota. Matriz de impacto 3. Fuente propia 2023

Siguiendo este orden de ideas logramos empezar a generar unos primeros bocetos a partir de una percepción propia de lo que se tenía en mente para el identificador gráfico y con base a eso primeros bocetos fuimos descartando opciones y trabajando con elementos los cuales podrían funcionar, así fuimos evolucionando las ideas siempre buscando representar una unidad.

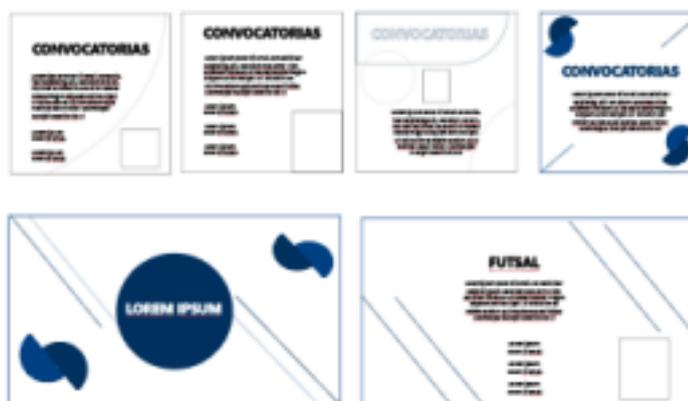
Figura No 10



Nota: primeros bocetos. Fuente propia 2023

En estos primeros acercamientos se buscó generar una representación de un escudo y en esta implementar el logo institucional de la UAN, en estas exploraciones se manejaron más los temas de composición del escudo evocando al estilo de cortado en heráldica.

Figura No 11



Nota. primeros bocetos de piezas. Fuente propia 2023

Figura No 12



Nota. brand board. Fuente propia 2023

En estos bocetos de piezas lo basamos a partir de una percepción propia del autor, buscando crear un estilo limpio y que jugara con algún elemento gráfico en estas para que les diera más dinamismo a estas piezas.

Figura No 13



Nota: Segundas versiones de los bocetos. Fuente propia

En estas versiones del logo empezamos a definir cómo se debería manejar el estilo del logo. Se definió que era más idóneo manejar el identificador por separado sin implementar el logo institucional en este pero que si estuviera presentes en las demás piezas y buscando cómo complementar el escudo con elementos gráficos se realizaron ideas representativas de una de las ideas de mascotas que se tenía para la universidad, en este caso el búho, así empezamos a buscar formas de representar esta idea del búho en el escudo y con la misma idea de composición de cortado de la heráldica.

Figura No 14



Nota. Versiones cercanas. Fuente propia

Figura No 15



Nota. Versiones cercanas. Fuente propia

En estas versiones se maneja una opción del logo un tanto más cercana al final en la cual se seguía manejando una composición similar pero con algunos cambios y elementos que iban representando de una mejor manera los conceptos y valores que se reflejaban en los equipos abordados desde una percepción propia del autor.

Se fue trabajando de esta forma hasta que se pudieron implementar las entrevistas a los focus group para conocer a los equipos sus integrantes y ver que valores sienten hechos que los representa lo que ellos nos comentaron era que estos equipos son como una familia para ellos, un lugar donde se pueden sentir

como en familia y hacer alguna actividad que les guste y que cada integrante muestra un compromiso y una entrega muy buena para con el equipo. Esto fue lo que nos dijeron.

sobre el equipo digamos que consolidado un poco más, más en la parte, pues digamos que anímica favorece mucho porque digamos que el deporte para nosotros pues digamos que nos saca un poquito de la rutina, tiene muchas cualidades como las que pues nos enseña valores interculturales como la responsabilidad el compromiso la perseverancia, entonces sentimos que pues eso es lo que nos identifica o lo que identifica a este grupo que ya ha ido consolidando. Equipo de fútbol 11 de la UAN comunicación personal (Agosto del 2023).

Con esta respuesta podemos ir reconociendo valores y pensamientos de los jugadores con sus compañeros de equipo así como con su compromiso con la Universidad de siempre dar lo mejor de sí para dejarla en alto. A Continuación otro fragmento de la entrevista con estos chicos.

“ Una unidad. Pues yo creo que claramente cómo nos gusta, nos enamora el deporte queremos ganar. Y que hay si alguien le pegó a un compañero. Bueno, a protegerlo y apoyarnos a sacar adelante al equipo y entre el equipo comenzamos, a impulsarnos y mejorar entre todos, yo creo que la unión la Unión el compañerismo, el el trabajo en

equipo es lo importante” equipo de fútbol 11 de la UAN comunicación personal.

En este fragmento gracias a la respuesta que nos da este chico se puede ver como se hace presente el valor y concepto de unidad y protección, de salir adelante por la meta y mejorar entre todos y esto es lo que queremos destacar de los equipos de la UAN lazos y trabajos en conjunto que forman una fuerza y una unión con la cual se pueden dar resultados sorprendentes.

“Contentas contentas con el cambio creo que ha sido muy bueno el entrenador es excelente. Yo creo que nos ha llevado a mejorar y aparte de mejorar a superar muchos como muchos cierres mentales que teníamos antes de que llegara y se ha notado cómo hemos logrado crecer en tan poquito tiempo”. Equipo de voleibol femenino de la UAN comunicación personal ( Agosto del 2023).

Sobre esto empezamos a buscar qué valores y pensamientos estaban presentes en los equipos, para esto fueron fundamentales las entrevistas que realizamos.

“Bueno, a mí me motiva y me mantiene en el equipo tal vez la familiaridad que hemos creado con las chicas, el retornos disfrutarnos los partidos y entrenamientos, pues a todas nos gusta el voleibol por aparte y pues encontrar una familia que le gusta hacer

esto, pues me motiva a seguir ahí. Equipo de voleibol femenino de la UAN". comunicación personal ( Agosto del 2023).

Gracias a esto empezamos a mirar cómo se podrían representar estilos valores con la identidad de marca, lo que nos llevó a una exploración de formas y lo que representan, al final optamos por un polígono (hexágono) que este se suele relacionar con la unidad, trabajo, sabiduría y cabe mencionar que también es una forma muy presente en la naturaleza asociada con el panal de abejas y esta idea de panal y de las abejas como equipo nos refuerza la idea de unidad y trabajar en equipo por una meta, y gracias a esta forma se pudo partir a generar nuevas ideas para el logro teniendo como base esta forma, luego de que estaba la composición externa del logo pasamos a los elementos internos los cuales consisten en las siglas de la universidad con una distorsión superior que nos ayuda a evocar una idea de dirección y compromiso.

Figura No 16



Nota. Bocetos cercanos. Fuente propia

Sobre estos acercamientos se fueron descartando opciones y recolectando las que más se ajustaban a la idea que buscábamos representar y a partir de estos elementos acoplamos de una mejor manera las siglas de la universidad.

Ya al tener una idea mas clara del identificador gráfico procedemos con la creación del manual de marca y las piezas visuales que acompañaran esta identidad incluyendo el uniforme aca se opta por manejar un estilo mas sobrio y limpio jugando con la forma del hexagono con unos patrones que representan lazos de amistades y compromisos de los integrantes con sus equipos y manejando como base los colores institucionales como lo son la gama de azul de la universidad y unos colores secundarios como el amarillo y los grises para darle un aire más juvenil y limpio a esta propuesta.

Con el uniforme se optó por manejar como base un azul oscuro ya que por consejo del diseñador senior de la universidad el cual ya ha trabajado con telas y ropa deportiva e incluso ha llegado a proponer una propuesta de uniformes para la universidad nos dijo que gracias a estos colores se pueden reutilizar de una mejor medida los uniformes que por el contrario los colores claros en estos en especial para los deportes de contacto o al aire libre pueden tener un mayor maltrato con el color y a tener un mal aspecto visual, a continuación cito lo que él nos dice al respecto.

Nosotros podemos jugar con la gama completa de los azules no tiene que ser solo uno sí, hay otra cosa que tienes que tener en cuenta que uniformes blancos no tanto porque no se puedan usar sino porque no

duran un carajo porque tú sabes, por ejemplo, los de fútbol dos posturas ya esa tela nunca más en la vida y vuelvo a ser blanca. En cuanto al color porque usamos estos colores oscuros es para que duren más, sí y los claritos mueren, mueren muy rápido a menos de que sea, por ejemplo, un tenis de mesa sí, algo que no sea como muy o sea, que no vayan a ser el campo abierto y que no sean de contacto porque por ejemplo en fútbol si te pones una blanca y preciso el chino fue tan de malas que le rompieron una ceja. Chao uniforme, tú sabes que en fútbol es una herida de las más comunes de sacar la ceja cualquier golpecito acá y se fue la ceja completa, entonces eso eso también tenlo muy presente. Entrevista con el diseñador senior de la UAN. comunicación personal ( Agosto del 2023).

Figura No 17



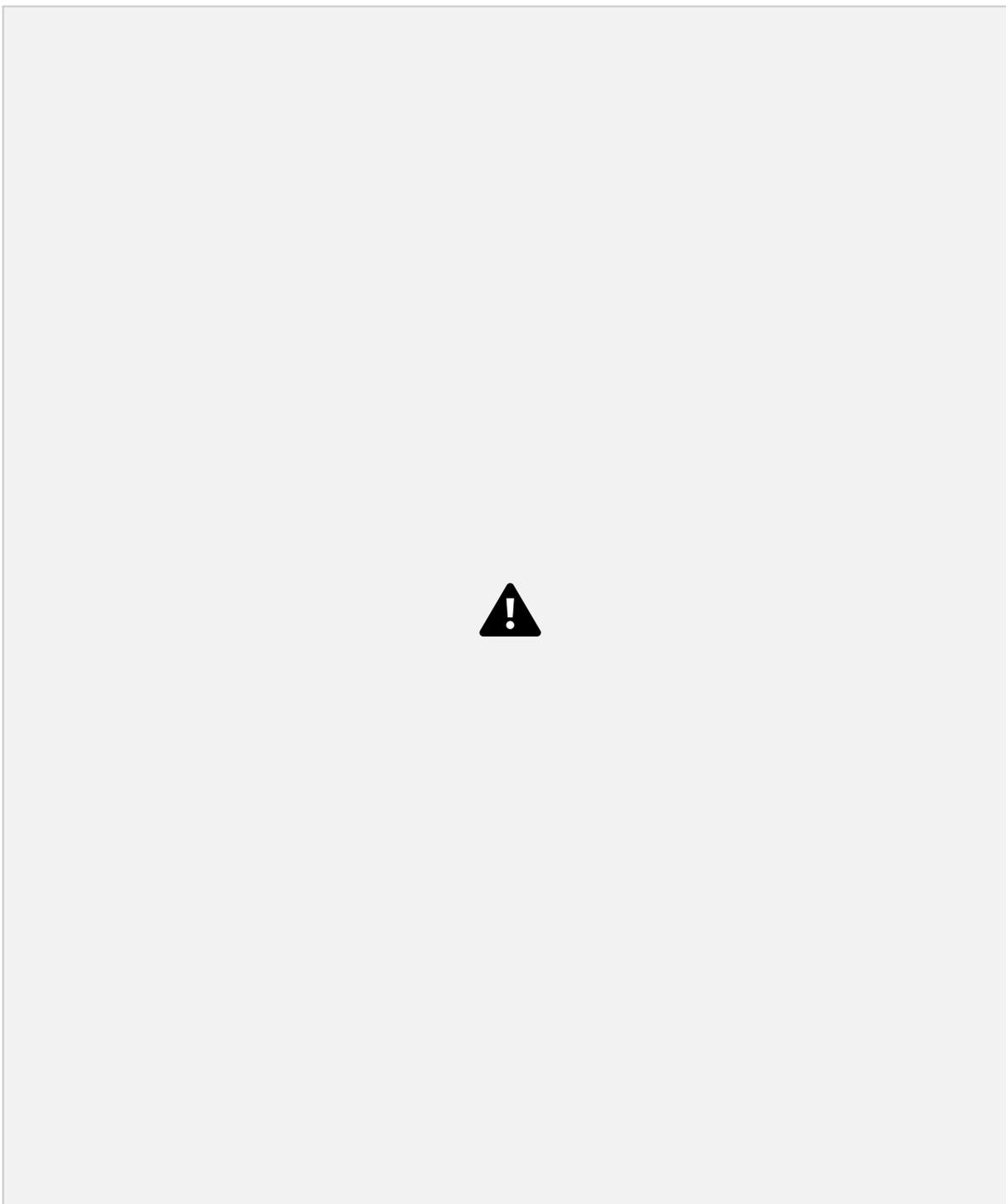
Nota. Primeras ideas del uniforme. Fuente propia (Octubre del 2023)

Figura No 18



Nota. Primeras ideas del uniforme 2. Fuente propia (Octubre del 2023)

Figura No 19



Nota. Primeras ideas del uniforme 3. Fuente propia (Octubre del 2023)

También le preguntamos sobre qué representan los uniformes de la universidad y el nos comenta lo siguiente

“Una de las cosas que representa es la jovialidad y una de las cosas que se busca más con este uniforme es generar una identidad que la persona que lo esté portando la sienta como propia y de ese modo la va a lucir más. Sí, yo creo que eso es lo que se debe lograr si tú haces algo que de verdad te guste o que esperaste todo el año para comprarse un juego y uno lo tiene ahí uno lo guarda y pues muchos lo atesora. Eso es lo que se pretende con el uniforme y a lo que debes apuntarle”. Entrevista con el diseñador senior de la UAN.  
comunicación personal ( Agosto del 2023).

Para las piezas se utiliza la paleta de colores ya establecida y se manejan dos tipografías institucionales que son la tipografía rancho y la segoe UI en sus pesos de semibold, bold, bold display y black y se usará un estilo visual limpio con algo de gráfica complementaria.

## ALCANCE

El alcance de este proyecto está pensado para que sea implementado a nivel Bogotá ya que por cuestiones logísticas al autor de este proyecto se le facilitan la movilidad entre sedes y comunicación con los equipos de la UAN. También con esta propuesta crear una idea sólida de identidad de marca y su uniforme, para así pasar la propuesta al área administrativa de bienestar para que entren a evaluar y decidir si se implementa en los equipos deportivos de la UAN.

Para esto debemos tener muy estructurado cada costo y cada valor de los uniformes recalcando las ventajas que se le agreguen y con qué material trabajarlo de esta forma al momento de pasar la propuesta se tendrá una base sólida con datos y características específicas de estos uniformes junto con la idea conceptual sólida que le da fuerza la proyecto que será la unidad de los equipos y sus valores esta propuesta deberá ser aprobada principalmente y en primera instancia por el coordinador de deportes y después de que se haya presentado este proyecto y su propuesta para los equipos se hablarán con las personas correspondientes para que evalúen la opción de implementarlo para el semestre 2024-1.

Para que este proyecto pueda ser implementado a otra ciudad u otras sedes de la universidad fuera de Bogotá, se deberá ajustar y presentar otra opción visua

tanto de colores, mensajes que se quieran transmitir en los equipos y de propuestas de uniformes dependiendo del lugar y los equipos de esa sede o ciudad. Por este motivo, para manejar un alcance más realista y sólido se planea a nivel Bogotá en primera instancia.

A esto último se debe agregar que el punto que definirá esto será bienestar universitario, ya que dependiendo de lo que se hable de este proyecto con los representantes y dirigentes de esta área de la Universidad que decidirán si se implementa o no a Bogotá o si incluso lo quieren volver macro este proyecto e implementarlo a las demás sedes.

Sobre el manual de marca se piensa dejar una versión en digital y se imprimirán. Uno que será entregado a bienestar y otro que será donado en biblioteca para que quede a disposición de la comunidad educativa, para el uniforme solo se piensa sacar uno para tener el día de la muestra y para cuando toque hablar con los representantes de bienestar y puedan ver de primera mano este uniforme, y las piezas que se planean entregar serán unas plantillas guías para redes que será para e mailing y otras para Instagram, ya que son las redes más utilizadas por bienestar para dar comunicados a los equipos y demás comunidad educativa, también se planea imprimir un banner que pueda ser utilizado en algún espacio importante de los equipos ya sea para algún evento que se realice o incluso para colgar en algún partido que tengan.

Para finalizar este proyecto se estará evaluando para implementarlo para estos e debe realizar las reuniones pertinentes con los dirigentes y el área administrativa de bienestar para esta reunión se considera que después de presentado este proyecto se realice un documento donde se den a conocer las opiniones de los integrantes de los equipos de la UAN sobre estas propuestas y así poder tener más bases sólidas para la hora de presentar el proyecto.

## **PROPUESTA CONCEPTUAL**

En esta propuesta conceptual mostraremos los resultados finales obtenidos con el proyecto explicaremos punto a punto el identificador gráfico creado y lo que representa y se mostrarán las propuestas de uniformes para los equipos de la UAN.

Figura No 20



Nota. Logo final Deportes UAN. Fuente propia (Octubre del 2023)

El concepto que se manejó tiene como bases la unidad de los integrantes de nuestros equipos que se ve reflejada en la que trabajan todos por un mismo objetivo y ver cómo en este proceso se van volviendo una familia, este concepto de unión, familia y trabajo en equipo lo plasmamos en nuestro escudo a partir de un hexágono este representa el concepto de unidad y familia y sus elementos que lo acompañan da la alusión de apoyo y trabajo en equipo. También utilizamos estas composiciones modulares

inspirados en los distintos patrones de la diversidad cultural presente en la UAN en sus distintas sedes a nivel nacional y con esto generar una gráfica complementaria que haga alusión a esta unión de culturas y disciplinas.

Se usaron estos colores en la elaboración del identificador gráfico para que se apegara a los colores institucionales de la universidad y se añadieron los colores amarillos como color complementario y darle un aire mucho más fresco y alegre al logo. Las tipografías que se usaron fueron la segoe UI en el peso Bold display y se optó por poner deportes como el logo general y se realizaron los identificadores con el nombre de cada área correspondiente a los equipos que tiene la universidad, cada uno de estos logos con los mismos usos permitidos al del logo general.

En el manual de marca decidimos usar un estilo visual que fuera ordenado y limpio, esto con base en el compromiso y disciplina de los equipos de la UAN teniendo esto presente creamos una composición en donde jugamos con las tipografías rancho regular y segoe UI Black para los títulos y subtítulos y usando colores distintos siempre dejando como base el azul oscuro institucional y para la diagramación jugamos con las posiciones de los títulos y subtítulos y dándole un balance al costado para no sobrecargar a un solo costado la información, en primera instancia encontrarán el concepto que tuvimos de base como ya mencionamos este concepto surgió de las respuestas y valores representativos de los equipos.

Para el uniforme como lo mencione anteriormente buscamos jugar con los elementos ya seleccionados para el logo y el estilo visual y acoplarlo, teniendo claro que la forma que se manejó fue el hexágono, en base al concepto de unidad y de

patrones optamos por darle protagonismo a este elemento el cual recorre todo el uniforme desde la parte superior de la camiseta hasta la parte inferior de esta forma podemos representar las distintas uniones que se forjan en los equipos también usamos el color amarillo para representar la alegría y logros obtenidos de los equipos este color se usa en el cuello mangas y parte inferior de la pantaloneta en las manga izquierda se coloca el logo de la UAN esto para resaltar de que es un uniforme para la universidad y que su logo tiene que estar en este mismo también se coloca en la espalda en la parte inferior de la camisa y en la pantaloneta también en la parte inferior.

Figura No 21



Nota. Propuesta de uniforme local. Fuente propia (Octubre del 2023)

En el uniforme de visitante se optó por manejar el color amarillo como predominante para manejar un estilo mucho más dinámico, juvenil. Se dejó el color azul oscuro como color complementario, en los elementos gráficos que se emplean en este uniforme se utiliza los mismos elementos gráficos, la diferencia en composición radica en aprovechar mejor otros elementos gráficos que quedaban en un segundo plano en las demás piezas y que se pueden aprovechar más en este uniforme siguiendo la composición generada por los patrones de los hexágonos obtuvimos estas formas que al agruparlas en vertical generaban una combinación igual de llamativa que la anterior y en la parte inferior se optó por manejar la figura del hexágono en un mayor tamaño para las mangas.

Sé jugó con el uso de los colores en estas tramas y así darle una familiaridad mayor con el uniforme de local de los equipos, se optó por usar el color azul en la parte superior en diagonal, ya que se quería generar un estilo más llamativo y menos formal del uniforme ya en la distribución de los elementos en la espalda se distribuyó de la misma manera igual con los logos.

Figura No 22



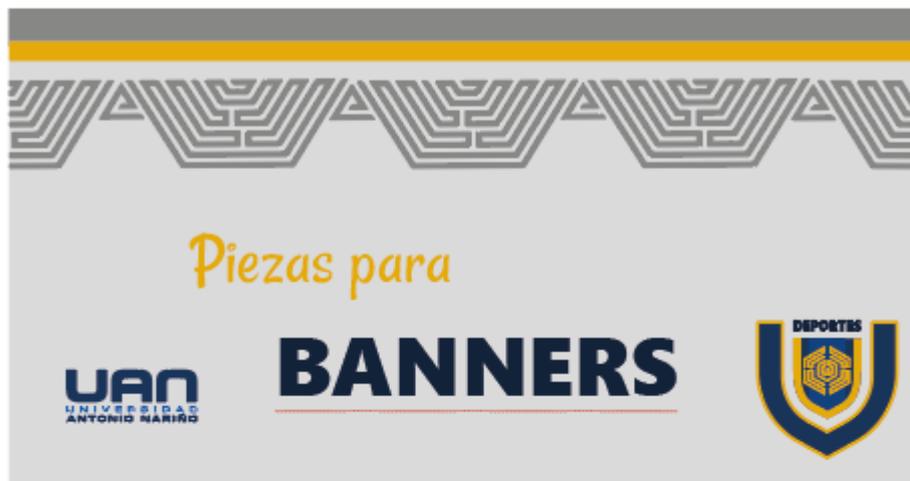
Nota. Propuesta de uniforme visitante. Fuente propia (Octubre del 2023)

Figura No 23



Nota. Propuesta de uniformes basket tennis de mesa y sudaderas. Fuente propia (Octubre del 2023)

Figura No 24



Nota. Propuesta de Banner. Fuente propia (Octubre del 2023)

Para las piezas se usa un estilo más ordenado y siguiendo la base que teníamos del estilo visual en el manual de marca en esta pieza se utiliza la gráfica complementaria y las tipografías rancho y segoe acá se buscó jugar más con los colores en las tipografías resaltando los valores principales de los equipos y el logo.

Figura No 25



Nota. Propuesta de piezas para redes. Fuente propia (Octubre del 2023)

Figura No 26



Nota. Propuesta de piezas para redes. Fuente propia (Octubre del 2023)

## CONCLUSIONES / RECOMENDACIONES

En conclusión, este proyecto nos brindó una perspectiva mucho más amplia de lo que se puede lograr con perseverancia, constancia, disciplina, mostró que estos chicos tienen un gran compromiso consigo mismos y con la universidad. En donde muestran que siempre que les toca salir a representarla lo van a hacer demostrando todo lo que tienen. Así mismo, el ver como distintos patrones y valores se van reflejando en los equipos, sus integrantes es algo que se admira mucho en este proyecto.

Este proyecto deja una gran enseñanza de cómo muchos campos de acción con personas enfocadas en distintas áreas, como lo pueden ser los equipos deportivos de la universidad, tienen un enfoque similar en donde se forjan lazos muy grandes. Se vuelve gratificante el ver como un elemento gráfico que puede incluso en ocasiones pasar casi que desapercibido puede tener una carga emocional tan significativa y fuerte como para permitir que sea una imagen que dé vida a unos valores, conceptos que se encuentran en estos equipos, ver como esta forma permite la creación de nuevas cosas.

Siendo piezas que se unen armónicamente y generan estas formas tan especiales plasmadas en el identificador gráfico junto con su uniforme de la misma forma que cada uno de los conceptos bases tiene su lugar con un protagonismo en estos teniendo un resultado que ha venido siendo visto, generando buenas expectativas con los resultados junto con su posible implementación para el siguiente semestre.

Actualmente este proyecto ha sido presentado al coordinador de deportes Carlos Sanchez, al equipo de voleibol, baloncesto y futsal femenino los cuales ya han dado su aprobación y sus opiniones sobre los resultados los cuales han sido muy bien recibidos por la comunidad a continuación encontrarán unos comunicados personales dados por los integrantes de estos equipos.

“Les gustó el uniforme, Dicen que sí son diferentes y les gusta que tiene como un aspecto pre colombino según ellos Y por lo que son diferentes a todo lo que hemos pasado o hecho”. Comunicado personal. Equipo de Baloncesto 2023.

“Hola, no para nada. Fue un gusto, mil gracias a tí, por tu compromiso y dedicación, de verdad que sí. El resultado fue increíble. Tranquilo, no hubo molestias, fue con completo gusto ”. Comunicado personal. Equipo de Voleibol 2023.

“Esta muy lindo, me gusta. Aunque siento yo que el color de los uniformes, por lo menos el de visitante esta un poco muy amarillo, pero en si es porque quien conoce la UAN sabe que esos son como por decirlo asi, colores secundarios. Pero de resto creeme que se ve lindo, está muy genial. Espero te vaya supremamente bien, te felicito”. Comunicado personal. Equipo futsal femenino 2023.

Es lo que más fuerza tiene ver que este proyecto es muy bien recibido por las personas en las que fue pensado y desarrollado. Sin más que decir, gracias por la atención prestada y su tiempo dispuesto en este proyecto de grado.

## BIBLIOGRAFÍA

*Compensar Recreación, cultura y deporte*. Facebook. (n.d.).

<https://www.facebook.com/CompensarRecreacionCulturaYDeporte/photos>

DS, N. (n.d.). *Linea Grafica - Futbolchandon*. Behance.

<https://www.behance.net/gallery/118811679/LINEA-GRAFICA-FUTBOLCHANDON?trackin>

Landing. (n.d.).

<https://www.areandina.edu.co/bienestar-universitario/deportes-bogota>

Login • instagram. (n.d.). <https://www.instagram.com/futboljaveriana/>

Medina, A. C. (n.d.). *Equipos del Fútbol Peruano - Liga 3 - Parte 1*. Behance.

<https://www.behance.net/gallery/81656623/Equipos-del-futbol-peruano-Liga-3-Parte-1>

*Navegación. Actividad física y deporte - Vida universitaria - Pontificia*

Universidad Javeriana. (n.d.).

[https://www.javeriana.edu.co/medio-universitario/actividad-fisica-deporte/-/asset\\_publisher/xhbyRJGeC5m6/content/id/4017874](https://www.javeriana.edu.co/medio-universitario/actividad-fisica-deporte/-/asset_publisher/xhbyRJGeC5m6/content/id/4017874)

*Noticia*. Politécnico Grancolombiano | Programas de estudio virtuales y presenciales en Colombia. (n.d.).

<https://www.poli.edu.co/noticias/juego-de-las-estrellas-2022-fue-un-encuentro-de-futsal-con-sentido-social>

Noviembre 6. (n.d.). *Polideportes*. POLIDEPORTES.

<https://polideportes.poligran.edu.co/>

Reyes, N. (2017, July 4). *Psicología de las formas en tu marca*. PuroMarketing.

<https://www.puromarketing.com/27/29010/psicologia-formas-marca#:~:text=Un%20hex%C3%A1gono%20es%20una%20forma,%2C%20Sinergia%2C%20tra bajo%2C%20sabidur%C3%ADa.>

*Seleccionados Deportivos*. Universidad Externado de Colombia. (n.d.).

<https://www.uexternado.edu.co/bienestar-universitario/seleccionados-deportivos/>

*Torneos Internos*. Uniandes. (2023, October 26).

<https://decanaturadeestudiantes.uniandes.edu.co/deportes/torneos-internos>

V., P., & Fernández, V. (1970, January 1). *Repositorio Académico - universidad de chile*. Repositorio Académico de la Universidad de Chile.

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/194159>

Login • instagram. (n.d.-a).

[https://instagram.com/futbol\\_uan?igshid=NzZhOTFIYzFmZQ](https://instagram.com/futbol_uan?igshid=NzZhOTFIYzFmZQ)

Login • instagram. (n.d.-b).

[https://instagram.com/voleibol\\_uan?igshid=NzZhOTFIYzFmZQ](https://instagram.com/voleibol_uan?igshid=NzZhOTFIYzFmZQ)

Login • instagram. (n.d.-c).

[https://instagram.com/uan\\_futsalafem?igshid=NzZhOTFIYzFmZQ](https://instagram.com/uan_futsalafem?igshid=NzZhOTFIYzFmZQ) Login •

instagram. (n.d.-d). [https://www.instagram.com/grupo\\_cerros/?hl=es](https://www.instagram.com/grupo_cerros/?hl=es)

Serrano, F. (2017, February 20). *Taller de heráldica. cómo diseñar y describir un escudo*. Academia.edu.

[https://www.academia.edu/31528433/TALLER\\_DE\\_HER%C3%81LDICA\\_C%C3%93MO\\_DISE%C3%91AR\\_Y\\_DESCRIBIR\\_UN\\_ESCUDO](https://www.academia.edu/31528433/TALLER_DE_HER%C3%81LDICA_C%C3%93MO_DISE%C3%91AR_Y_DESCRIBIR_UN_ESCUDO)

V., P., & Fernández, V. (1970, January 1). *Repositorio Académico - universidad de chile*. Repositorio Académico de la Universidad de Chile.

<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/194159>

### **Entrevistas transcritas del proyecto**

[https://docs.google.com/document/d/1ld\\_gF3e9uAVKhrn3hG5VIRRiKuDj5MHaOSqeAUJfXb8/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1ld_gF3e9uAVKhrn3hG5VIRRiKuDj5MHaOSqeAUJfXb8/edit?usp=sharing)