

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



Programa de Tecnología en Computación y
Diseño Gráfico



TESIS DE GRADO

Previo a la Obtención del Título de
Tecnólogo en Diseño Gráfico y Publicitario

TEMA :

Campaña Publicitaria para una Organización de
Beneficio Social

MANUAL DE DISEÑO

AUTORES :

Martha Elizabeth Flores Molestina
Estefanía Patricia Medina Cáceres

DIRECTOR :

Lcdo. José Daniel Santibañez



Año 2003

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN COMPUTACIÓN Y
DISEÑO GRÁFICO

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO

TEMA:
CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA UNA ORGANIZACIÓN DE
BENEFICIO SOCIAL

MANUAL DE DISEÑO

AUTORES:
MARTHA ELIZABETH FLORES MOLESTINA
ESTEFANÍA PATRICIA MEDINA CÁCERES

DIRECTOR:
LCDO. JOSÉ DANIEL SANTIBAÑEZ

AÑO 2003



AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros padres, Juanita de Flores y Franklin Flores, Patricia de Medina y Leopoldo Medina y a la abuelita Piedad de Flores, a todos ellos por su apoyo incondicional.

Al Lcdo. José Daniel Santibáñez, nuestro Director de Tesis, quien ha sabido guiarnos en la realización de la misma.



DEDICATORIA


Dedicamos este manual nuevamente a nuestros padres, a la abuelita y a nosotras por todo el esfuerzo que hemos puesto en la realización de la misma.



DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expresadas en esta Tesis de Grado nos corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma al PROTCOM (***Programa de Tecnología en Computación***) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. (Reglamento de Exámenes y títulos Profesionales de la ESPOL)

FIRMA DEL DIRECTOR DE TESIS



Lcdo. José Daniel Santibáñez

FIRMA DE LAS AUTORAS DE LA TESIS



PROFESORADO DE INGENIERÍA

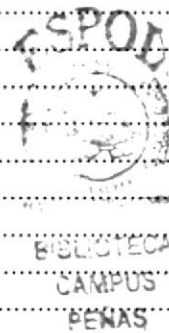
BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

Martha Elizabeth Flores Mojestina

Estefanía Patricia Medina Cáceres

TABLA DE CONTENIDO

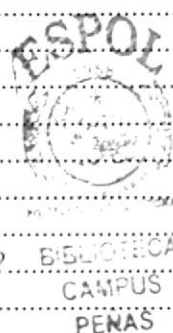
| Contenido | Pág. |
|--|---|
| CAPÍTULO 1 Generalidades | |
| 1.1 | Introducción..... 1 |
| 1.2 | Objetivos del manual..... 2 |
| 1.3 | A quién va dirigido..... 3 |
| CAPÍTULO 2 Estrategias de Relaciones Públicas para Fasinarm | |
| 2.1 | Antecedentes..... 4 |
| 2.2 | Análisis de la situación..... 5 |
| 2.3 | Público de Fasinarm..... 7 |
| 2.4 | Comunicación..... 8 |
| 2.4.1 | Con el público Interno..... 8 |
| 2.4.2 | Con el público Mixto..... 8 |
| 2.4.3 | Con el público Externo..... 8 |
| 2.5 | Pronóstico..... 9 |
| 2.6 | Determinación de los objetivos..... 10 |
| 2.6.1 | Objetivos generales..... 10 |
| 2.6.2 | Objetivos específicos..... 10 |
| 2.7 | Determinación de las estrategias..... 11 |
| 2.7.1 | A Corto Plazo..... 11 |
| 2.7.2 | A Mediano Plazo..... 11 |
| 2.7.3 | A Largo Plazo..... 11 |
| 2.8 | Fijación de los planes de acción..... 12 |
| 2.8.1 | Plan operativo..... 12 |
| 2.8.2 | Acciones específicas..... 12 |
| 2.9 | Implantación..... 13 |
| 2.10 | Control del plan..... 14 |
| 2.11 | Planes contingenciales..... 15 |
| CAPÍTULO 3 Estrategia de Comunicación para Fasinarm | |
| 3.1 | Definición de los objetivos..... 16 |
| 3.2 | Determinación de los destinatarios del mensaje..... 17 |
| 3.2.1 | Público de Fasinarm..... 17 |
| 3.2.2 | ¿Hay en estos públicos un interés por el tema? 17 |



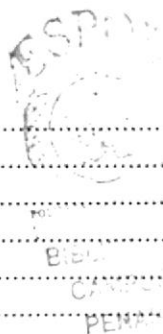
| Contenido | Pág. |
|--|-------------|
| 3.2.3 ¿A que medios suelen exponerse más los integrantes de los distintos públicos..... | 18 |
| 3.2.4 ¿Qué importancia o implicación personal tiene el tema para los integrantes de los públicos? | 18 |
| 3.2.5 ¿Qué nivel de conocimiento es predominante en los públicos acerca del tema? | 19 |
| 3.2.6 ¿Cómo puede cada tipo de público favorecer o perjudicar nuestros propósitos? | 19 |
| 3.3 Elaboración de los mensajes..... | 20 |
| 3.3.1 ¿Cómo tenemos que presentar los argumentos para que ejerzan la mayor influencia persuasiva? | 20 |
| 3.3.2 ¿Cómo atraer la atención y estimular el interés de los destinatarios? | 20 |
| 3.3.3 ¿Qué lenguaje debemos favorecer para establecer una nueva relación comunicativa? | 20 |
| 3.3.4 ¿Qué necesidades del destinatario vamos a evocar? | 20 |
| 3.3.5 ¿Qué imagen debemos proyectar a los públicos acerca de Fasinarm? | 21 |
| 3.3.6 ¿Debemos explicitar o no las conclusiones de los mensajes?..... | 21 |
| 3.3.7 ¿Nuestros mensajes deben ser racionales o emocionales?..... | 21 |
| 3.4 Estrategia de Medios..... | 22 |
| 3.4.1 ¿Qué medios debemos emplear para transmitir nuestros mensajes? ¿Con qué frecuencia? | 22 |
| 3.4.2 ¿Qué comunicadores o medios ejercen la mayor influencia sobre los públicos seleccionados? | 23 |
| 3.5 La Retroalimentación..... | 24 |
| 3.5.1 ¿Cuáles elementos o mecanismos vamos a utilizar para conocer si los propósitos de nuestra estrategia se están cumpliendo?..... | 24 |
| 3.6 La Logística..... | 25 |
| 3.6.1 ¿Con qué recursos cuento para desarrollar la estrategia?..... | 25 |

CAPÍTULO 4 *Estrategia Creativa para Fasinarm*

| | |
|---|----|
| 4.1 Producto y mercado..... | 26 |
| 4.1.2 Mercado..... | 26 |
| 4.1.3 Producto..... | 26 |
| 4.2 Target..... | 27 |
| 4.3 Competencia..... | 28 |
| 4.4 Posicionamiento..... | 29 |
| 4.5 Promesa..... | 30 |
| 4.6 Soporte..... | 31 |
| 4.7 Tono y manera..... | 32 |
| 4.8 ¿Cómo la publicidad construirá la marca?..... | 33 |
| 4.9 Restricciones..... | 34 |



| Contenido | Pág. |
|---|-------------|
| CAPÍTULO 5 Folleto Institucional Fasinarm | |
| 5.1 Rediseño del Folleto..... | 35 |
| 5.2 Análisis Cromático..... | 35 |
| 5.3 Tipografía..... | 36 |
| 5.4 Formato..... | 37 |
| 5.5 Reticula..... | 38 |
| 5.6 Pieza gráfica..... | 39 |
| CAPÍTULO 6 Folleto Fasinarm C.E.V.E. (Centro de Entrenamiento Vocacional y Empleo) | |
| 6.1 Rediseño del Folleto..... | 47 |
| 6.2 Análisis Cromático..... | 47 |
| 6.3 Tipografía..... | 48 |
| 6.4 Formato..... | 49 |
| 6.5 Reticula..... | 50 |
| 6.6 Pieza gráfica..... | 51 |
| CAPÍTULO 7 Página Web | |
| 7.1 Rediseño de para el sitio..... | 53 |
| 7.2 Análisis Cromático..... | 53 |
| 7.3 Tipografía..... | 54 |
| 7.4 Funcionamiento..... | 55 |
| 7.5 Formato..... | 55 |
| 7.6 Reticula..... | 56 |
| 7.7 Pieza gráfica..... | 57 |
| CAPÍTULO 8 Boletín Huellas | |
| 8.1 Rediseño del Boletín..... | 72 |
| 8.2 Análisis Cromático..... | 72 |
| 8.3 Tipografía..... | 72 |
| 8.4 Formato..... | 73 |
| 8.5 Reticulas..... | 74 |
| 8.6 Pieza gráfica..... | 76 |
| CAPÍTULO 9 Memoria Anual | |
| 9.1 Rediseño de la Memoria Anual..... | 86 |
| 9.2 Análisis Cromático..... | 86 |
| 9.3 Tipografía..... | 87 |



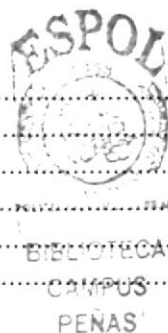
| | Contenido | Pág. |
|-----|--------------------|-------------|
| 9.4 | Formato..... | 88 |
| 9.5 | Reticula..... | 89 |
| 9.6 | Pieza gráfica..... | 90 |

CAPÍTULO 10 Afiches

| | | |
|------|----------------------------|----|
| 10.1 | Diseño de los afiches..... | 92 |
| 10.2 | Análisis Cromático..... | 92 |
| 10.3 | Tipografía..... | 92 |
| 10.4 | Formato..... | 93 |
| 10.5 | Reticulas..... | 94 |
| 10.6 | Pieza gráfica..... | 96 |

CAPÍTULO 11 Avisos de revista

| | | |
|------|--------------------------------------|-----|
| 11.1 | Diseño de los avisos de revista..... | 104 |
| 11.2 | Análisis Cromático..... | 104 |
| 11.3 | Tipografía..... | 104 |
| 11.4 | Formato..... | 105 |
| 11.5 | Reticula..... | 106 |
| 11.6 | Pieza gráfica..... | 107 |



CAPÍTULO 12 Avisos de periódico

| | | |
|------|--|-----|
| 12.1 | Diseño de los avisos de periódico..... | 112 |
| 12.2 | Análisis Cromático..... | 112 |
| 12.3 | Tipografía..... | 112 |
| 12.4 | Formato..... | 113 |
| 12.5 | Reticula..... | 114 |
| 12.6 | Pieza gráfica..... | 115 |

CAPÍTULO 13 Agenda Juvenil

| | | |
|------|--------------------------|-----|
| 13.1 | Diseño de la Agenda..... | 124 |
| 13.2 | Análisis Cromático..... | 124 |
| 13.3 | Tipografía..... | 126 |
| 13.4 | Contenido..... | 126 |
| 13.5 | Formato..... | 127 |
| 13.6 | Reticula..... | 128 |
| 13.7 | Pieza gráfica..... | 129 |

CAPÍTULO 14 *Agenda Mujer*

| | | |
|------|--------------------------|-----|
| 14.1 | Diseño de la Agenda..... | 162 |
| 14.2 | Análisis Cromático..... | 162 |
| 14.3 | Tipografía..... | 163 |
| 14.4 | Contenido..... | 163 |
| 14.5 | Formato..... | 164 |
| 14.6 | Reticula..... | 165 |
| 14.7 | Pieza gráfica..... | 166 |

CAPÍTULO 15 *Comerciales TV*

| | | |
|------|--|-----|
| 15.1 | Comercial Institucional..... | 190 |
| 15.2 | Comerciales por Fechas Especiales..... | 198 |



CAPÍTULO 1: *Generalidades*



1. GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

Esta campaña fue creada pensando en una forma de difusión de la imagen de Fasinarm, Fundación de Asistencia Psicopedagógica para Niños, Adolescentes y Adultos con Retardo Mental, la cual es una organización privada sin fines de lucro creada en 1966 por la Educadora Especial Marcia Gilbert de Babra como una respuesta a las necesidades educativas de niños con retardo mental en Guayaquil.

La misión de esta organización es el mejoramiento de la calidad de vida de personas con discapacidad intelectual principalmente de aquellas en difíciles circunstancias económicas. Como parte del proceso se dará una orientación familiar.

1.2 OBJETIVOS DEL MANUAL

Este manual servirá de guía para el diseño de cualquier pieza publicitaria con el objeto de mantener así una línea gráfica.

El objetivo principal es dar a conocer la labor que Fasinarm realiza en la sociedad proyectando una imagen de igualdad de derechos y oportunidades para las personas con discapacidad mental. Ésta es la base de la campaña.



1.3 A QUIÉN VA DIRIGIDO

Va dirigido a quienes vayan a poner en práctica la campaña. Aquí se podrán encontrar las especificaciones técnicas de las piezas gráficas de la misma, además de información acerca de la institución.



CAPÍTULO 2: *Estrategia de Relaciones Públicas
para Fasinarm*



2. ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS PARA FASINARM

2.1 ANTECEDENTES

Fasinarm, Fundación de Asistencia Psicopedagógica para Niños, Adolescentes y Adultos con Retardo Mental, es una fundación privada sin fines de lucro creada en 1966 por la Educadora Especial Marcia Gilbert de Babra como una respuesta a las necesidades educativas de niños con retardo mental en Guayaquil – Ecuador.

Esta fundación comenzó como una pequeña institución llamada Infancia Inadaptada después de que Marcia Gilbert terminó sus estudios sobre Educación Especial en Francia. Acompañada por Ana Garcés, Martha Salvatierra y Maria Leonor Guarderas de Ortega, pusieron en marcha esta labor de beneficio social.

La misión de esta organización es el mejoramiento de la calidad de vida de personas con discapacidad intelectual principalmente de aquellas en difíciles circunstancias económicas. Como parte del proceso se dará una orientación familiar, a través de:

- Centros educativos y de formación ocupacional de calidad que permitirán que estas personas se integren dentro de la sociedad y puedan desempeñar actividades laborales.
- Cursos de capacitación para maestros y padres de familia
- Servicios para empresas
- Vínculos con organismos de servicio social para ayudar a personas con diferentes necesidades

2.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Fasinarm

La organización se encuentra compuesta por:

- El Centro Educativo, que atiende a niños y adolescentes;
- El Centro de Entrenamiento Vocacional y Empleo (CEVE), que brinda servicios de formación, capacitación y colocación ocupacional de jóvenes y adultos con discapacidad intelectual y,
- El Centro de Recursos, que se encuentra conformado por cursos de arte, unidades de información, y de capacitación y asistencia técnica.

Los servicios, acciones y proyectos de Fasinarm son ejecutados por un equipo profesional y voluntario conformado por:

- 75 técnicos, docentes y administradores
- 35 voluntarios del grupo “Amigos de Fasinarm”
- Asociación de padres de familia
- Consejo Directivo, integrado por reconocidos guayaquileños:

- Miguel Babra Lyon
- Deborah Chiriboga High
- Isabel Cueto de Guarderas
- César Durán-Ballén Cordovez
- Jorge García Torres
- Marcia Gilbert de Babra
- Juan González Portés
- María Leonor Guarderas de Ortega
- Aurelia High de Chiriboga
- María Leonor Lasso Muñoz
- Gilda Macías Carmigniani
- Miguel Macías Carmigniani
- José Salame Santos
- Francisco Solá Tanca
- Mario Vera Arrata



Fasinarm es una organización de gran prestigio; se encuentra dirigida por un gran grupo de reconocidos ciudadanos guayaquileños y cuenta con la activa participación de voluntarios, auspiciadores nacionales e internacionales, medios de comunicación y empresas importantes de todo el país.

Fasinarm comercializa una línea de producción propia, de gran aceptación en el mercado, pero cuenta con un presupuesto que no alcanza a cubrir los gastos que tiene la misma, además de no permitir mejoras en la infraestructura, ni adquirir una mejor y mayor cantidad de material didáctico; tampoco cuenta con una estrategia definida de comunicación ni un departamento de Relaciones Públicas.



2.3 PÚBLICO DE FASINARM

| | |
|-----------------|--|
| Público Interno | <ul style="list-style-type: none">– Directora General– Coordinadores de las distintas unidades– Profesores– Administradores– Técnicos– Secretarias– Guardianes– Conserjes |
| Público Mixto | <ul style="list-style-type: none">– Consejo Directivo– Amigos de Fasinarm– Asociación de Padres |
| Público Externo | <ul style="list-style-type: none">– Padres de niños y adolescentes con problemas mentales– Comunidad– Medios de comunicación |

2.4 COMUNICACIÓN

2.4.1 Con el Público Interno

Se da a través de reuniones entre la Directora General y el resto del personal cuando es necesario, por lo menos 2 veces al año. También tienen un boletín llamado Huellas que llega a todo el personal (trimestralmente), en donde se tratan distintos temas que tienen que ver con la misión de esta organización y con actividades que se realizan dentro de ella, pero en realidad no existe una política de comunicación explícita dentro de la organización.

2.4.2 Con el Público Mixto



No hay ningún tipo de comunicación, salvo reuniones muy esporádicas (2 veces al año) con el Consejo Directivo, Amigos de Fasinarm y la Asociación de Padres. Así mismo también reciben el boletín Huellas y un Informe anual de actividades.

2.4.3 Con el Público Externo

Fasinarm mantiene relaciones con la prensa y otros medios de comunicación, pero solamente cuando se planifica algún evento especial. La respuesta de los medios es positiva pero moderada. Existe comunicación con el gobierno municipal y provincial, cuando se va a realizar debido algún tipo de actividad en el que se necesite permisos legales.

2.6 DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS

2.6.1 Objetivos generales

- Crear conciencia en el público externo, interno y mixto de la filosofía y principios de Fasinarm, que compromete su acción para la igualdad de oportunidades y la eliminación de toda forma de discriminación contra las personas con discapacidad.

2.6.2 Objetivos específicos

- Ampliación de cobertura, es decir llegar a más personas.
- Relaciones públicas

2.7 DETERMINACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS



2.7.1 A Corto Plazo

— Rediseñar boletines, folletos institucionales e informativos donde se escriban artículos cortos sobre lo que Fasinarm hace (artículos de actividades en general, comentarios sobre los estudios en los centros educativos, etc.).

2.7.2 A Mediano Plazo

— Promoción de las actividades que se vayan realizando a través del desarrollo de la estrategia de medios (publicidad por tv, periódico, revista, página Web, etc.).

— Propuesta de nuevas actividades de acuerdo a las fechas importantes del calendario.

2.7.3 A Largo Plazo

— Designar a una persona que haga de relacionista público de Fasinarm, que mantenga la comunicación con los benefactores actuales y futuros contribuyentes de esta organización.

— Definir una estrategia de comunicación que permita que Fasinarm se proyecte como una institución que apoya la igualdad de oportunidades y la eliminación de toda forma de discriminación contra las personas con discapacidad y que logre que más personas se integren a la labor de Fasinarm obteniendo con esto más ingresos para un mejor desempeño en la educación de los niños, jóvenes y adultos con discapacidad.

2.8 FIJACIÓN DE LOS PLANES DE ACCIÓN

2.8.1 Plan Operativo

Empezará a establecerse el 1 de enero del 2004. Al iniciar la campaña publicitaria no se contará con muchos recursos y Fasinarm tendrá que asumir los costos mediante conversaciones con los benefactores de la organización que podrán colaborar con sus donaciones.

2.8.2 Acciones específicas

- Rediseño de los boletines (trimestral), informativo (anual) y folletos.
- Elaboración de un presupuesto de costo de los boletines, folletos e informativos.
- Elaboración de afiches que den a conocer a Fasinarm por medio de mensajes dirigidos al público y que vayan de acuerdo a lo que se celebre en el mes.
- Rediseño de la página Web con la información acerca de lo que es Fasinarm, su misión, objetivos y actividades
- Elaboración de los diseños de las agendas para el 2004
- Elaboración de avisos publicitarios para revista y periódico según la actividad que se vaya a promocionar. Se publicarán en la revista HOGAR y en el diario EL UNIVERSO en las fechas indicadas en la implantación.
- Elaboración del storyboard de un comercial de televisión en el que se anunciará un evento planificado en el cronograma de trabajo de la institución. Este se transmitirá en ECUAVISA en la mañana y en la tarde durante todo el año en espacios esporádicos según lo permita el canal.

2.9 IMPLANTACIÓN

- Febrero 14: Sé un amigo de Fasinarm (Invitación a formar parte del grupo Amigos de Fasinarm)
- Mayo: Regala una Sonrisa (Promoción de tarjetas para el día de las madres)
- Junio 1: Feria de dulces por el día del niño
- Junio: Regala una Sonrisa (Promoción de tarjetas para el día del padre)
- Julio 23: Casa abierta por la Fundación de Guayaquil
- Septiembre 4: Publicidad Comida Manabita
- Octubre 8: Promoción de artículos de madera por la Independencia de Guayaquil
- Diciembre: Regala una Sonrisa (promoción de las tarjetas de Navidad).

2.10 CONTROL DEL PLAN

Marzo 2: Primera evaluación de los resultados de las actividades realizadas hasta este mes.

Julio 1: Segunda evaluación

Diciembre 12: Evaluación del año

2.11 PLANES CONTINGENCIALES

El punto débil del plan es que las personas que participan en la difusión del material visual (publicidad por televisión, revistas, periódicos, etc.) no reciben ningún incentivo económico, simplemente lo hacen por apoyar la noble causa que Fasinarm cumple para ayudar a estas personas con discapacidad mental y darles un lugar laboral dentro de la sociedad.

Si no existiera la colaboración de los medios, se trataría de continuar con la elaboración de los afiches, folletos, boletines, informativo, etc., gracias a la imprenta con la que cuenta Fasinarm y que estos lleguen a los diferentes públicos (interno, externo y mixto).

CAPÍTULO 3: *Estrategia de Comunicación para Fasinarm*



3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FASINARM

3.1 DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS

- Crear conciencia en el público externo, interno y mixto de la filosofía y principios de Fasinarm, que compromete su acción para la igualdad de oportunidades y la eliminación de toda forma de discriminación contra las personas con discapacidad.
- Presentar al público externo lo que se ha logrado con alumnos de Fasinarm como prueba de que esta organización sí logra sus objetivos.
- Ampliación de cobertura, es decir llegar a más personas.
- Relaciones públicas

3.2 DETERMINACIÓN LOS DESTINATARIOS DEL MENSAJE

3.2.1 Público de Fasinarm

| | |
|--|---|
| <p>Público Interno: Integrado por hombres y mujeres mayores de 24 años de clase baja a alta.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – Directora General – Coordinadores de las distintas unidades – Profesores – Administradores – Técnicos – Secretarias – Guardianes – Conserjes |
| <p>Público Mixto: Integrado por hombres y mujeres de clase media a alta.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – Consejo Directivo – Amigos de Fasinarm – Asociación de padres |
| <p>Público Externo: Integrado por hombres y mujeres de todas las clases sociales.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – Padres de niños y adolescentes con problemas mentales – Comunidad – Medios de comunicación |



3.2.2 ¿Hay en estos públicos un interés por el tema?

Público Interno: Sí, porque son personas que se encuentran comprometidas con esta organización debido a que forman parte de ella diariamente desempeñando algún tipo de actividad dentro de la misma.

Público Mixto: Sí, porque son personas que se encuentran apoyando a la organización y así mismo buscan mucho más apoyo de otras personas.

Público Externo: Poca, ya que no conocen lo que es Fasinarm ni su misión, si no habría una mayor contribución, lo que beneficiaría a los alumnos de Fasinarm, ya que con esto se conseguiría una mejor enseñanza.

3.2.3 ¿A qué medios suelen exponerse más los integrantes de los distintos públicos?

Público Interno: Periódicos, revistas económicas, noticieros televisivos y programas de opinión, Internet.

Público Mixto: Periódicos, revistas, noticieros y programas televisivos, folletos, Internet.

Público Externo: Periódicos, folletos, revistas.

3.2.4 ¿Qué importancia o implicación personal tiene el tema para los integrantes de los públicos?

Público Interno: Bastante. Los integrantes de este público desean que la imagen de Fasinarm sea buena y transmita que esta organización compromete su acción con la igualdad de oportunidades y la eliminación de toda forma de discriminación contra las personas con discapacidad, aunque no saben exactamente cómo lograrlo debido a la falta de presupuesto lo que hace imposible contratar asesoría externa.

Público Mixto: Bastante. Debido a que ellos también se encuentran comprometidos con esta organización de manera personal y emotiva. Conocen la necesidad e importancia de la imagen que una organización como ésta debe presentar a la comunidad.

Público Externo: Escasa. Es seguro que con un mayor conocimiento de la organización por parte de la comunidad, habría una mayor contribución, lo que beneficiaría directamente a los alumnos.

3.2.5 ¿Qué nivel de conocimiento es predominante en los públicos acerca del tema?

Público Interno: Alto, debido a que son personas que se encuentran tratando con este tipo de asunto todo el tiempo, debido al trabajo que desempeñan.

Público Mixto: Medio, ya que se encuentran en contacto a través de publicaciones o reuniones en donde se toman estos temas.

Público Externo: Bajo, debido a que este tipo de público no tiene en realidad ningún tipo de comunicación constante con relación al tema.

3.2.6 ¿Cómo puede cada tipo de público favorecer o perjudicar nuestros propósitos?

Público Interno: Es el que más favorece, debido a que éste es el que tiene mayor contacto e información del tema, por lo tanto por medio de éste podremos obtener datos de importancia para la elaboración de la campaña.

Público Mixto: Como la mayoría de los integrantes de este público pertenecen a la clase alta, tienen relaciones personales y contactos con distintos medios de comunicación y personas influyentes en la sociedad, lo que ayudaría en la realización del proyecto.

Público Externo: Este público es el que nos traería dificultades en la elaboración de la campaña por la falta de colaboración de los padres debido a la imagen negativa que los medios han creado de los chicos con discapacidad al ser presentados como personas a las que hay que tenerles lástima y no como personas que al igual que las demás pueden ayudar en el desarrollo de la sociedad al desempeñarse dentro de un campo laboral. Así mismo los medios de comunicación podrían no colaborar con la difusión de Fasinarm y lograr lo objetivos planteados en la campaña.

3.3 ELABORACIÓN DE LOS MENSAJES

3.3.1 ¿Cómo tenemos que presentar los argumentos para que ejerzan la mayor influencia persuasiva posible?

Debemos mostrar los trabajos realizados con los chicos de Fasinarm y establecer la experiencia como mayor ventaja. Los argumentos deben ser racionales y emotivos.



3.3.2 ¿Cómo atraer la atención y estimular el interés de los destinatarios?

- A través de los boletines trimestrales,
- Del informativo anual,
- De folletos,
- De afiches que contendrán mensajes de acuerdo a lo que se celebre en el mes y con esto dando a conocer a Fasinarm,
- De la página Web con la información acerca de lo que es Fasinarm, su misión, objetivos y actividades,
- De las agendas y la promoción de las tarjetas según lo que se celebre en cada mes de año,
- De los avisos publicitarios para revista y periódico según la actividad que se vaya a promocionar, y
- Del comercial de televisión en el que se anunciará un evento planificado en el cronograma de trabajo de la institución.

3.3.3 ¿Qué lenguaje debemos favorecer para establecer una buena relación comunicativa?

Debe ser serio e informativo, tomando como punto importante la dignidad de los chicos de Fasinarm.

3.3.4 ¿Qué necesidades del destinatario vamos a evocar?

En lo que se refiere al Público Interno y Mixto, se destacará la importancia de una imagen positiva para Fasinarm, lo cual ayudará enormemente a la organización y sus servicios.

En el Público Externo, por ejemplo, los padres de niños con discapacidad mental necesitan información sobre el aprendizaje de sus hijos y cómo manejar esta situación.

3.3.5 ¿Qué imagen debemos proyectar a los públicos acerca de Fasinarm?

- Debemos presentar a Fasinarm como una organización profesional capaz de realizar excelentes trabajos en el área educacional de los niños con discapacidad mental.
- Debemos presentar a Fasinarm como una organización que toma como punto de gran importancia la dignidad de los chicos.
- Debemos presentar a Fasinarm como una organización capaz de ubicar a los chicos dentro de un campo laboral y de esta forma hacerlos parte de la sociedad.

3.3.6 ¿Debemos explicitar o no las conclusiones de los mensajes?

Sí. Mientras más claridad haya, mejor. La incapacidad mental es un tema que no está bien comprendido en nuestro medio, por lo tanto, mientras más explícitos sean los mensajes, los targets o públicos comprenderán mejor las ventajas de tener una organización de tan alto nivel como es Fasinarm.

3.3.7 ¿Nuestros mensajes deben ser racionales o emocionales?

Ambos. Porque se puede apelar con la razón sobre las ventajas de que los padres trabajen junto a una organización profesional en la educación de los chicos con incapacidad mental, pero, al mismo tiempo, indicando la sensación de bienestar de una buena asesoría familiar que haga más llevadera la relación padres e hijos que se encuentren en esta situación.

3.4 MEDIOS

3.4.1 ¿Qué medios debemos emplear para transmitir nuestros mensajes. ¿Con qué frecuencia?

Público Interno:

- A través de los boletines trimestrales, y
- Del informativo anual.

Público Mixto:

- A través de folletos institucionales,
- Del informativo anual, y
- De los boletines trimestrales.



Público Externo:

- A través de afiches que contendrán mensajes de acuerdo a lo que se celebre en el mes y con esto dando a conocer a Fasinarm,
- De la página Web con la información acerca de lo que es Fasinarm, su misión, objetivos y actividades,
- De las agendas y tarjetas,
- De los avisos publicitarios para revista y periódico según la actividad que se vaya a promocionar, y
- Del comercial de televisión en el que se anunciará un evento planificado en el cronograma de trabajo de la institución.

3.4.2 ¿Qué comunicadores o medios ejercen una mayor influencia sobre los públicos seleccionados?

Público Interno: En este público definitivamente ejerce mayor influencia lo que es la prensa escrita es decir los boletines trimestrales.

Público Mixto: En este ejerce influencia los boletines institucionales y el informativo anual.

Público Externo: En este influencia la televisión y el periódico.

3.5 LA RETROALIMENTACIÓN

3.5.1 ¿Cuáles elementos o mecanismos vamos a utilizar para conocer si los propósitos de nuestra estrategia se están cumpliendo?

A través de un formulario que se encontrará dentro de la página Web el cual será llenado por las personas interesadas en el tema.

3.6 LA LOGÍSTICA

3.6.1. ¿Con qué recursos cuento para desarrollar la estrategia?

Se cuenta con una imprenta para la elaboración de las agendas, folletos, afiches, boletines, informativo y la colaboración de los medios masivos como periódicos, revista y televisión, que nos ayudarán a llegar más rápidamente a los targets, además de las distintas relaciones sociales que los integrantes del público interno, y mixto tienen dentro de la clase alta.

CAPÍTULO 4: *Estrategia Creativa para Fasinarm*



4. ESTRATEGIA CREATIVA PARA FASINARM

4.1 PRODUCTO Y MERCADO

4.1.2 Mercado

Existe una falta de conocimiento por parte de la sociedad en lo que respecta a lo que es la discapacidad mental.

Muchos padres y demás no saben como tratar a este tipo de personas, por lo tanto no saben como educarlos ni convivir con ellos.

La sociedad, en gran parte, les ha cerrado las puertas y no los ubica dentro de un campo laboral.

4.1.3 Producto

Fasinarm, Fundación de Asistencia Psicopedagógica para Niños, Adolescentes y Adultos con Retardo Mental, es una fundación privada sin fines de lucro creada en 1966 por la Educadora Especial Marcia Gilbert de Babra como una respuesta a las necesidades educativas de niños con retardo mental en Guayaquil.

La misión de esta organización es el mejoramiento de la calidad de vida de personas con discapacidad intelectual principalmente de aquellas en difíciles circunstancias económicas. Como parte del proceso se dará una orientación familiar.

Fasinarm cuenta con:

- Centros educativos y de formación ocupacional de calidad que permitirán que estas personas se integren dentro de la sociedad y puedan desempeñar actividades laborales.
- Cursos de capacitación para maestros y padres de familia
- Vínculos con organismos de servicio social para ayudar a personas con diferentes necesidades

4.2 TARGET

| | |
|--|---|
| <p>Público Interno: Integrado por hombres y mujeres mayores de 24 años de clase baja a alta.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – Directora General – Coordinadores de las distintas unidades – Profesores – Administradores – Técnicos – Secretarias – Guardianes – Conserjes |
| <p>Público Mixto: Integrado por hombres y mujeres de clase media a alta.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – Consejo Directivo – Amigos de Fasinarm – Asociación de padres |
| <p>Público Externo: Integrado por hombres y mujeres de todas las clases sociales.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – Padres de niños y adolescentes con problemas mentales – Comunidad – Medios de comunicación |

4.3 COMPETENCIA

Su competencia es indirecta, es decir, hay distintas organizaciones de beneficio social para niños, sin embargo ninguna de ellas trabaja con chicos con discapacidad mental, por ejemplo:

- INNFA: Fundación dedicada al niño y la familia.
- Crecer: Fundación dedicada a los niños de la calle.
- Fundación con Cristo: Se encarga de la salud, educación integral y apoyo a la población discapacitada.
- Fundación paso a paso: Una fundación sin fines de lucro, formada en 1991 por un grupo de padres de niños con necesidades especiales y profesionales en campos afines, dedicada a mejorar la calidad de vida del niño con necesidades especiales y su núcleo familiar.
- CONADIS: Es un organismo público y autónomo que genera políticas e información, planifica y coordina acciones con los sectores públicos y privado, en el ámbito de las discapacidades y canaliza recursos nacionales e internacionales en este campo.
- Fundación Junto con los Niños-Juconi: Ofrece un programa de cuatro años de servicios personalizados de tipo educativo-terapéutico para niños que trabajan en la calle y sus familias.
- Fundación Jacinta y Francisco: Se dedica exclusivamente al cuidado de la población con discapacidad mental.



4.4 POSICIONAMIENTO

Público Interno

A. “Me gusta el trabajo que realizo en Fasinarm educando a los niños, lástima que la organización no cuenta con los recursos necesarios para obtener mejores materiales que ayuden en su aprendizaje.”

B. “Me siento realmente identificado con esta organización, puedo dar mi testimonio de lo bien que trabajan los chicos.”

Público Mixto

A. “Yo converso con personas acerca de Fasinarm, pero creo que faltan muchas cosas para lograr convencerlas de que realmente es una buena organización”

B. “Ahora cuando converso acerca de Fasinarm ya no sólo les doy mi testimonio, sino que puedo demostrar lo que hablo con los diferentes materiales de información que se han obtenido.”

Público Externo

A. “La verdad es que no conozco mucho sobre Fasinarm, pero creo que es una escuela donde hacen jugar a los niños enfermitos.”

B. “Es excelente la labor en Fasinarm, no sólo educan a los niños con discapacidad mental, también los preparan para trabajar en el futuro.”

4.5 PROMESA

Fasinarm es el mejor lugar de asistencia psicopedagógica para personas con discapacidad mental, en ella se desarrollarán digna y laboralmente dentro de la sociedad.

4.6 SOPORTE

- Imprenta del CEVE en la que trabajan los chicos y en la que se podrá realizar la impresión del material gráfico.
- Excelente relación que la organización tiene con los medios de comunicación.
- Las distintas relaciones sociales que los integrantes del público interno, y mixto tienen dentro de la clase alta.

4.7 TONO Y MANERA

Será informativo se dará a conocer el tipo de labor que realiza la institución y emotivo porque con la campaña llegará a sensibilizar al público.



4.8 ¿CÓMO LA PUBLICIDAD CONSTRUIRÁ LA MARCA?

Ayudando a que los distintos públicos vean a los chicos de Fasinarm como personas con dignidad, que también forman parte del desarrollo de la sociedad y que ellos pueden desempeñar un papel laboral, y que gracias a la ayuda de los distintos públicos se podrá entregar una mejor educación a los chicos con discapacidad mental.



4.9 RESTRICCIONES

No se debe presentar una imagen negativa o de lástima de los alumnos de Fasinarm, más bien deberán ser presentados como personas con dignidad, capaces de desempeñar un papel laboral dentro de la sociedad.

CAPÍTULO 5: *Folleto Institucional Fasinarm*



5. FOLLETO INSTITUCIONAL FASINARM

5.1 REDISEÑO DEL FOLLETO

El folleto anterior contiene una información completa de Fasinarm, pero es necesario trabajar con retícula para mejorar el diseño y también cambiar el troquel utilizando formas abstractas. Parte del rediseño es la utilización de fotografías, la modificación de la fuente y su diagramación, con esto se llamará la atención del lector y será más atractivo.

El diseño del folleto está compuesto por imágenes que representan a la institución, tanto el troquel como el diseño están basados en el logo, es decir sus colores y forma.

Se han usado pestañas de color amarillo para resaltar los títulos y líneas de color naranja, celeste y verde como parte del diseño.

Sus páginas se encuentran numeradas debido a que su contenido es extenso y está distribuido en varias hojas. Los números de las páginas son de color gris.

5.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Se ha utilizado para el rediseño los mismos colores del logo, amarillo, naranja, celeste, verde, azul y colores auxiliares como gris y negro.

Amarillo

| | |
|----|----|
| C: | 1 |
| M: | 20 |
| Y: | 98 |
| K: | 0 |

Naranja

| | |
|----|-----|
| C: | 0 |
| M: | 40 |
| Y: | 100 |
| K: | 0 |



Celeste

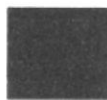
C: 100
 M: 26
 Y: 0
 K: 0

**Verde**

C: 83
 M: 0
 Y: 99.61
 K: 0

**Azul**

C: 98.04
 M: 98.04
 Y: 1.96
 K: 0.39

**Gris**

C: 50
 M: 40
 Y: 30
 K: 0

**Gris**

C: 1.96
 M: 51.37
 Y: 0
 K: 0

**5.3 TIPOGRAFÍA**

El texto está escrito con fuente Myriad Roman de 10 pt. color negro, los títulos son Myriad Bold de 14 pt. y en los subtítulos se usa el color naranja, celeste o verde, conservando la misma tipografía del texto.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:()""'!¿?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:()""'!¿?

Se usa sangría de 15 puntos. Esta será más grande que la del folleto del C.E.V.E. debido a que las columnas son más anchas.

Para la diagramación del texto se usa una retícula de 9 columnas.

5.4 FORMATO

Tamaño de folleto abierto

Horizontal: 45.07 cm.

Vertical: 30.03 cm.

Tamaño de folleto cerrado

Horizontal: 15 cm.

Vertical: 15 cm.

Stroke: 2 pt.



UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

BIBLIOTECA
CAMPUS /
PEÑAS

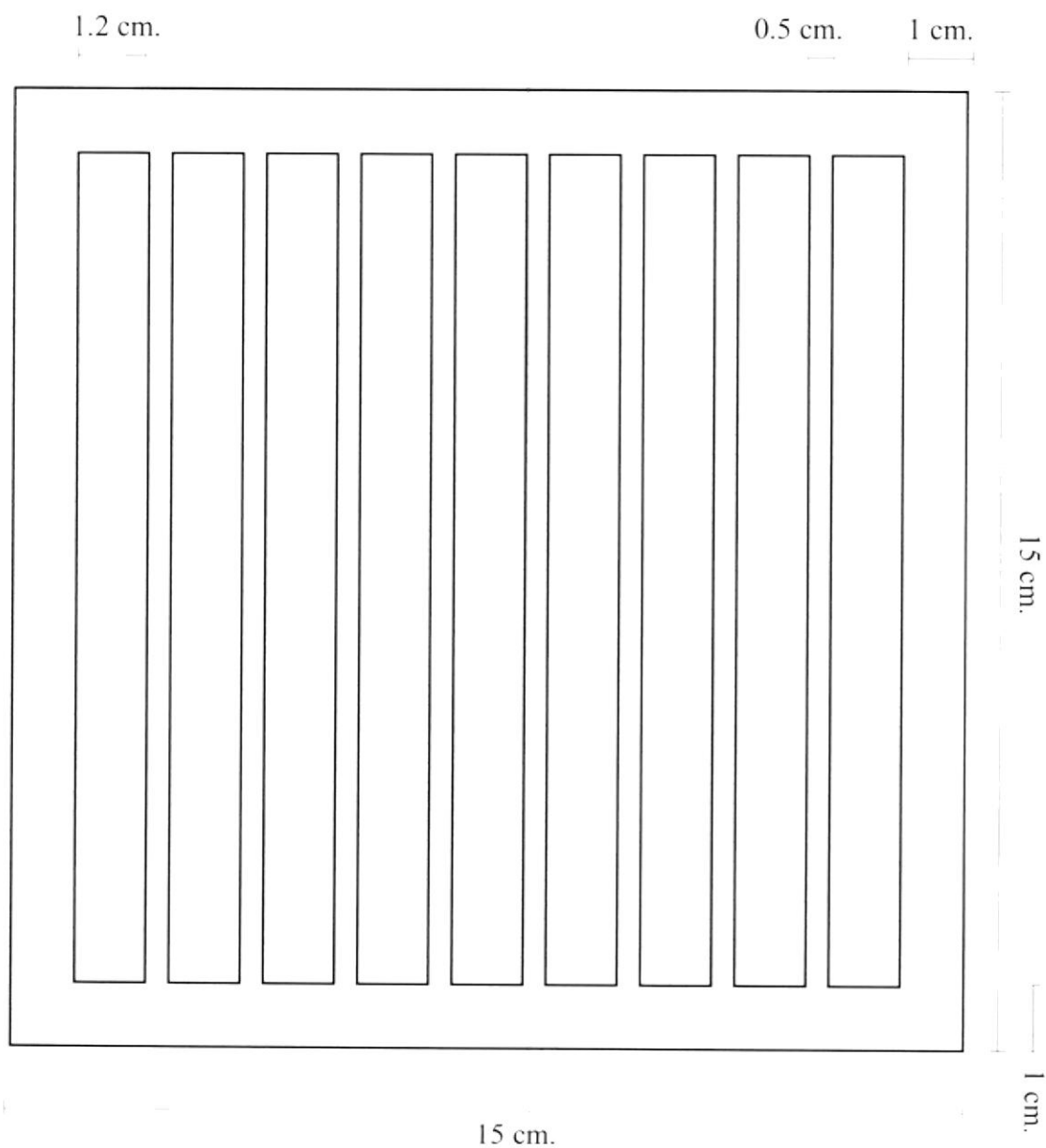
Márgenes

Todos los márgenes son de 1 cm.

Tipo de papel

Cartulina marfil lisa

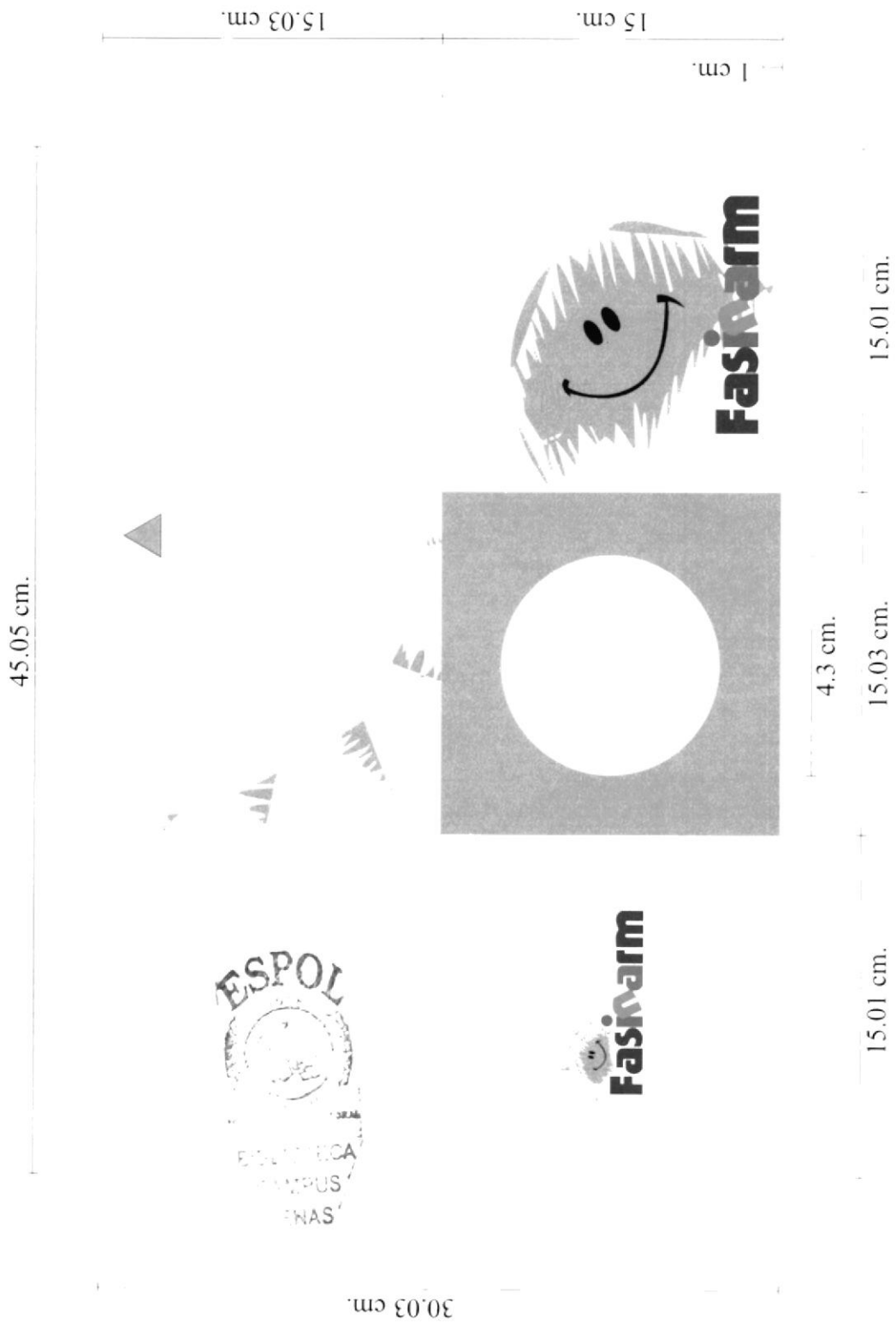
5.5 RETÍCULA



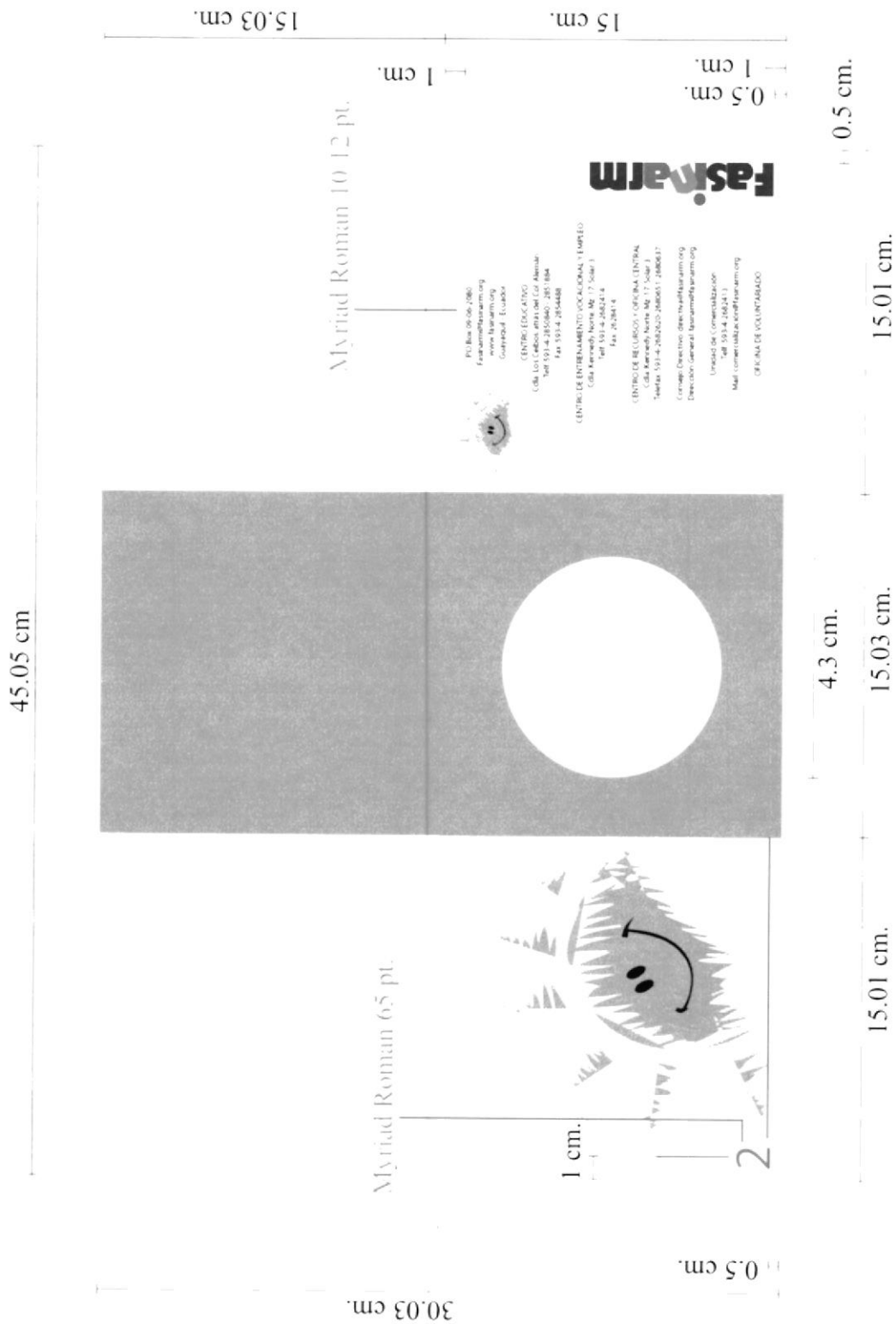
Esta retícula fue usada en el diseño del folleto Institucional en todas sus páginas.

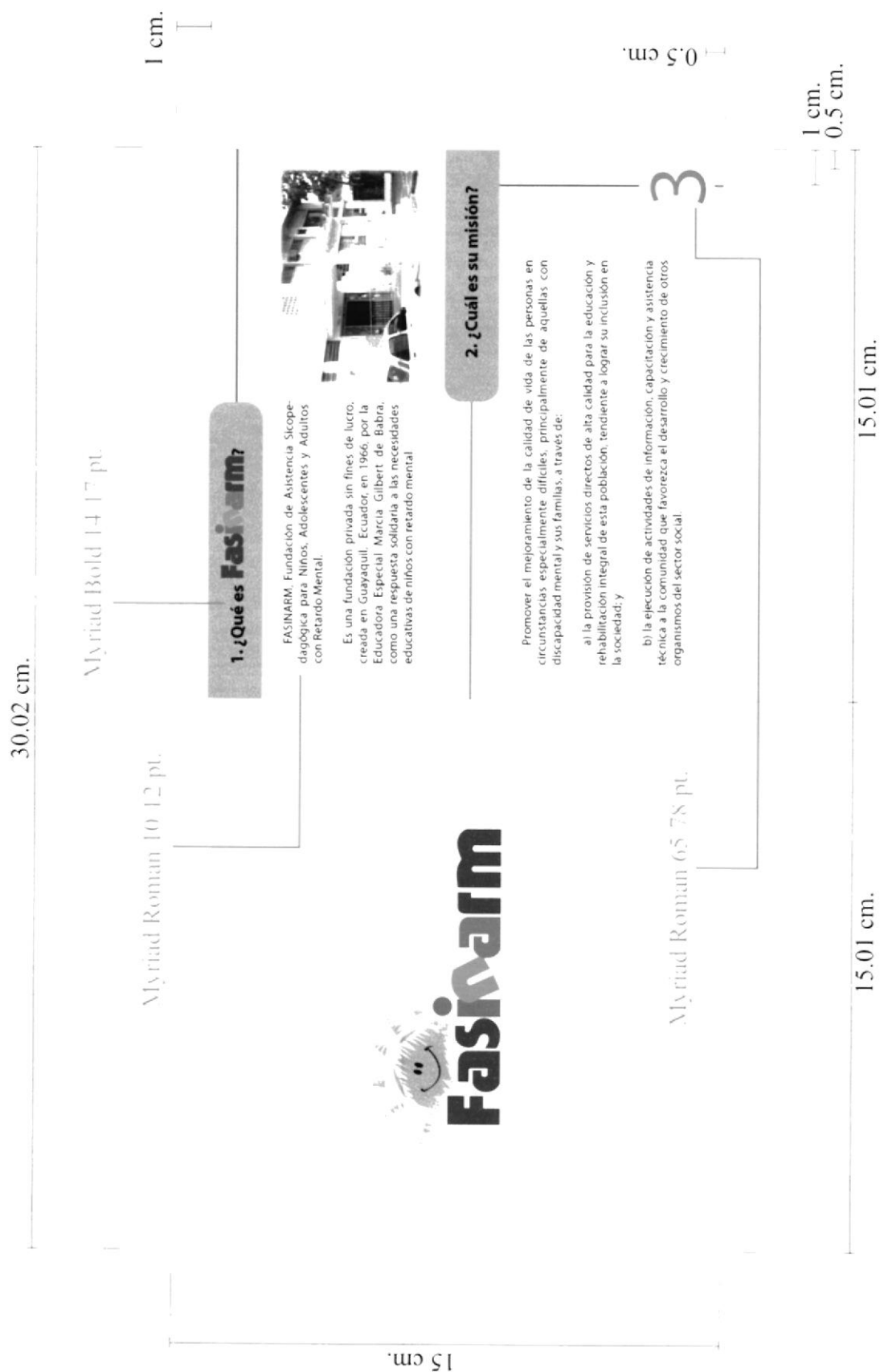
5.6 PIEZA GRÁFICA

Portada



Contraportada





30.02 cm.

Myriad Bold 14 17 pt.

3. ¿Quiénes hacen Fasinarm?

Los servicios, acciones y proyectos de FASINARM son ejecutados por un equipo profesional y voluntario, profundamente comprometido con el desarrollo humano, cuyos miembros trabajan con un enfoque integral:

- 85 técnicos, docentes y administradores que trabajan a tiempo completo.
- 35 voluntarios del grupo "Amigos de FASINARM"
- Asociación de Padres de Familia
- Consejo Directivo, integrado por ciudadanos guayaqueños.



4. Miembros del Consejo Directivo

- Representante Asociación de Padres
- Representante Amigos de FASINARM
- Miguel Babra Lyon
- Deborah Chiriboga High
- Isabel Cueto de Guarderas
- César Durán Ballén
- Jorge García Torres
- Marcia Gilbert de Babra
- Juan González Portés
- Ma Leonor Lasso Muñoz
- Audelia High de Chiriboga
- Gilda Macías Carmigniani
- Miguel Macías Carmigniani
- José Salame Santos
- Francisco Solà Tanca
- Mario Vera Arrata

4

Myriad Roman 65-78 pt.

Myriad Roman 10-12 pt.

15.01 cm.



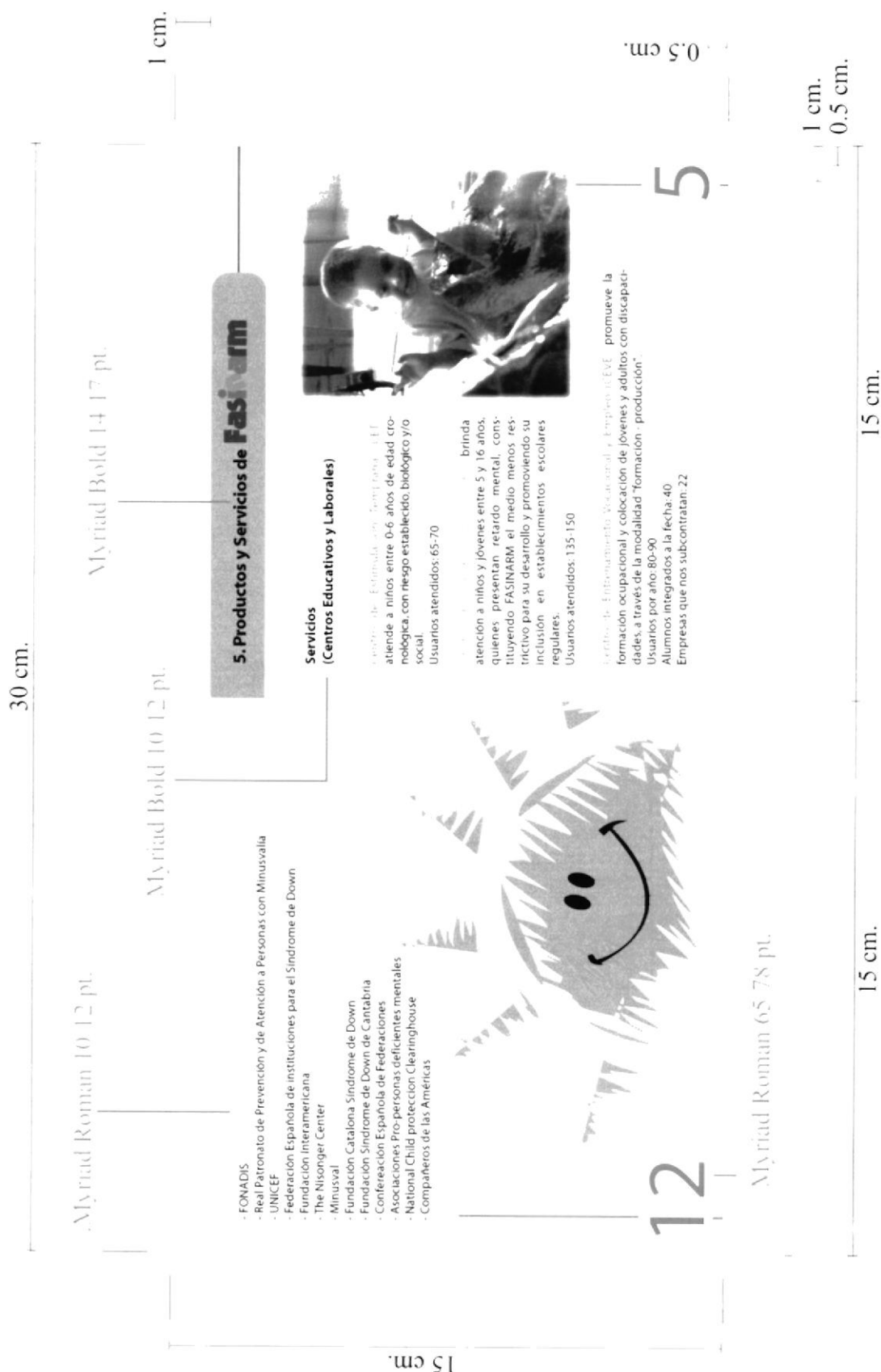
COMUNIDAD
DE PADRES
Y AMPUS
PENAS

1 cm.

0.5 cm.

0.5 cm.

15.01 cm.



29.98 cm.

Myriad Roman 10 12 pt.

Myriad Bold 10 12 pt.

1 cm.

4. Ha diseñado 41 Módulos Instructivos, a través de los cuales ha entrenado a cerca de 40.000 personas en diversos temas durante sus años de trayectoria

5. Ha lanzado, con el auspicio de ESQUEL, la Primera Campaña de Calidad Humana en Ecuador, la cual pretende mejorar la imagen de las personas con discapacidades. Dicha campaña ha involucrado radio, prensa y televisión, y la capacitación de personal de medios de comunicación para que utilicen la terminología adecuada y los nuevos abordajes sobre el tema

6. Ha liderado organismos nacionales e internacionales, habiendo presidido el Grupo Latinoamericano para la Participación, Integración e Inclusión de las Personas con Discapacidad (GLAIP - IIPD Internacional)

7. Se ha hecho acreedora de varias distinciones nacionales y en el año 2002 ganó la licitación convocada por el CONADIS con la presentación del Proyecto "por el Derecho a la Inclusión"

9. Publica un boletín internacional con cobertura a 1000 organizaciones en América Latina.

10. Representa a Very Special Arts en Ecuador.

10

0.5 cm.

tos. Ofrece cursos abiertos y bajo demanda (novedades técnicas)

Otros servicios a la comunidad

Es un programa nacional, afiliado desde 1986 a Very Special Arts International, cuyo objetivo es promover y coordinar actividades artísticas para personas con discapacidades, con apoyo interinstitucional y familiar.

Desde 1975, FASINARM ha coordinado las actividades de la especialización de Pedagogía Terapéutica de la Universidad de Guayaquil, de la cual han egresado 8 promociones hasta la fecha.

Productos

FASINARM cuenta con su propia línea de diseño y comercialización de productos navideños (tarjetas y papelería) y de oficina (agenda, carpetas), en cuyo diseño participan alumnos de la Unidad Básica Educativa de FASINARM y reconocidos artistas ecuatorianos.

La producción generada en la Unidad de Comercialización apoya en gran medida la sostenibilidad de los programas y es respaldada por la prestigiosa Agencia de Publicidad Nortop Thompson Association



7

1 cm.
0.5 cm.

14.99 cm.

Myriad Roman 6.5 7.8 pt.

14.98 cm.

29.98 cm.

Myriad Roman 10 12 pt.

Myriad Bold 14 17 pt.

1 cm.



El Centro de Entrenamiento Vocacional y Empleo también contribuye a su autodesarrollo, a través de la producción de los talleres de artesanía, imprenta, costura, carpintería y subcontratos.

Estos sirven como espacio de formación ocupacional de jóvenes y adultos con discapacidades, con miras a lograr su inclusión socio-laboral.

6. Filosofía y Principios de Fasinarm

FASINARM compromete su acción en base a las Declaraciones y Acuerdos Nacionales e Internacionales sobre el respeto a la diversidad, igualdad de oportunidades y la eliminación de toda forma de discriminación contra las personas con discapacidad.

Se ampara en los principios consagrados en la Constitución Política de la República del Ecuador, y se inspira en la Declaración Universal de Derechos Humanos.

Los fundamentos institucionales se encuentran recogidos dentro del Código Ético.

8

Myriad Roman 6,5 7,8 pt.

14.99 cm.

7. Fasinarm y la Comunidad



FASINARM privilegia la educación de aquellas personas que se encuentran en mayor situación de desventaja socio-económica, favoreciendo actualmente cerca del 94% de sus estudiantes.

El trabajo disciplinado y sistemático en el campo de discapacidades ha llevado a la institución a los siguientes logros:

1. FASINARM inició la carrera de Pedagogía Terapéutica en la Universidad Estatal de Guayaquil en 1975, bajo el apoyo de la Facultad de Medicina.

En la actualidad han egresado diez promociones de este programa.

2. Ha fortalecido las relaciones interinstitucionales, a nivel nacional, a través de la conformación del Capítulo Ecuatoriano GLARP y la Red Nacional de Discapacidades, siendo miembro además de varias redes sociales.

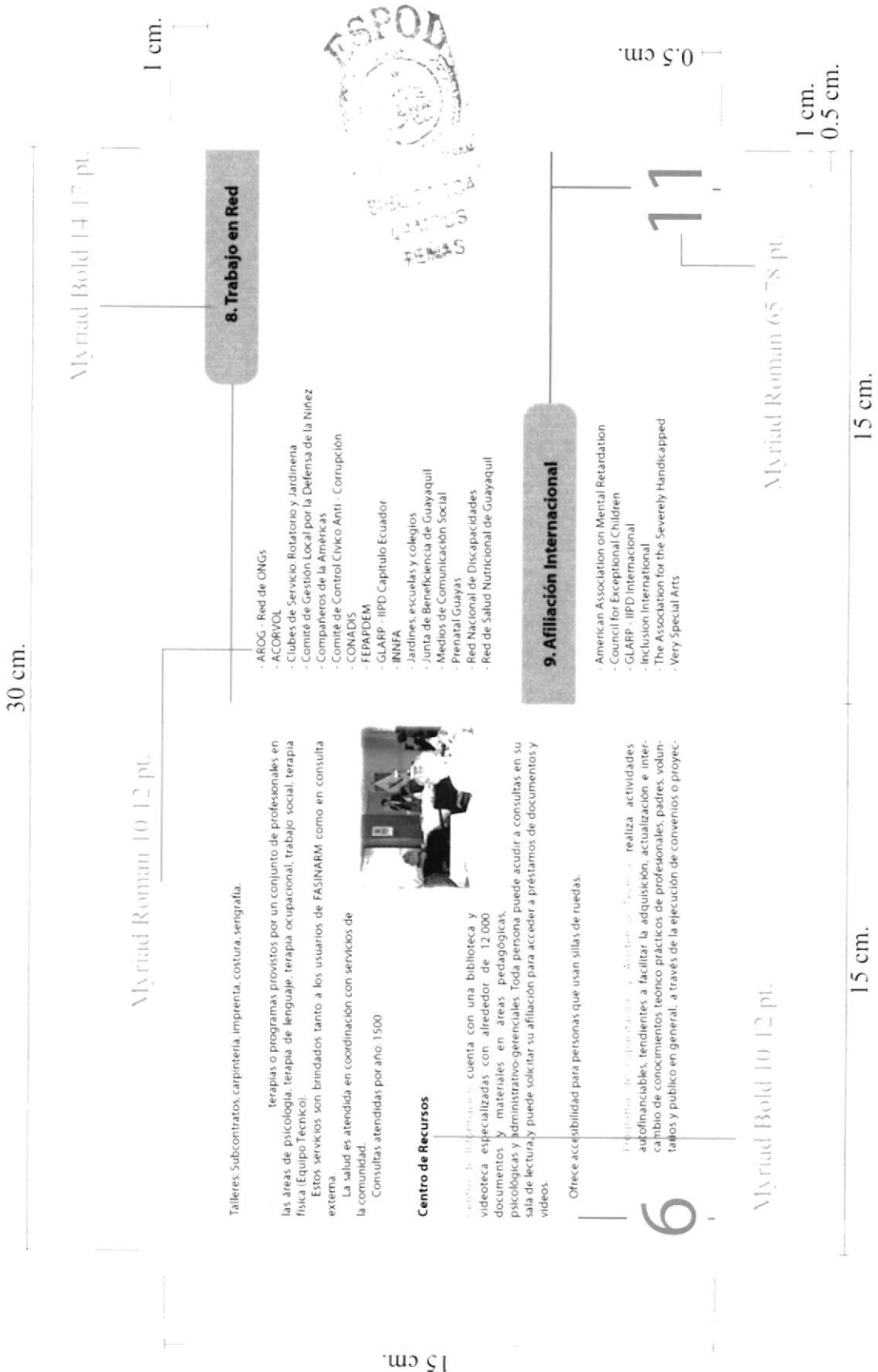
3. Ha ejecutado 44 proyectos en diversas áreas, con el apoyo técnico o financiero de organizaciones tales como: AID, OEA, UNICEF, High Scope, CAF, City Bank, Microsoft, CONADIS, INNFA y ministerios ecuatorianos del Frente Social.

9

0.5 cm.

1 cm.
0.5 cm.

14.99 cm.



CAPÍTULO 6: *Folleto Fasinarm C.E.V.E.*
(*Centro de Entrenamiento Vocacional y Empleo*)



6. FOLLETO FASINARM C.E.V.E. (Centro de Entrenamiento Vocacional y Empleo)

6.1 REDISEÑO DEL FOLLETO

El folleto anterior contiene una información completa del C.E.V.E., pero es necesario trabajar con retícula para mejorar el diseño y también cambiar el troquel utilizando formas abstractas.

El diseño del folleto está compuesto por imágenes que representan a la institución, tanto el troquel como el diseño están basados en la imagen del logo.

Se han usado pestañas de color amarillo para resaltar los títulos y líneas de color naranja, celeste y verde como parte del diseño.

No tiene numeración como el folleto institucional de Fasinarm porque no es necesario debido a que es corto y no lleva página intermedias.

6.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Se ha utilizado para el rediseño los mismos colores de folleto institucional de Fasinarm ya rediseñado, con esto se conservará la línea gráfica. Estos colores son: amarillo, azul, celeste, naranja, verde, colores del logo.

Amarillo

C: 1
M: 20
Y: 98
K: 0

Naranja

C: 0
M: 40
Y: 100
K: 0



Celeste

C: 100
M: 26
Y: 0
K: 0

**Verde**

C: 83
M: 0
Y: 99.61
K: 0

**Azul**

C: 98.04
M: 98.04
Y: 1.96
K: 0.39

**6.3 TIPOGRAFÍA**

El texto está escrito con fuente Myriad Roman de 10 pt. de color negro, en los títulos se aplica negrilla y en los subtítulos o en la numeración se cambia a color naranja. También se utiliza para el texto un color azul como auxiliar para resaltar. La sangría es de 8 puntos. Para la diagramación del texto se usa una retícula de 3 columnas.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:()""!¿?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:()""!¿?

6.4 FORMATO

Tamaño de folleto abierto

Horizontal: 45 cm.

Vertical: 45 cm.

Tamaño de folleto cerrado

Horizontal: 15 cm.

Vertical: 15 cm.

Stroke: 2 pt.

Márgenes

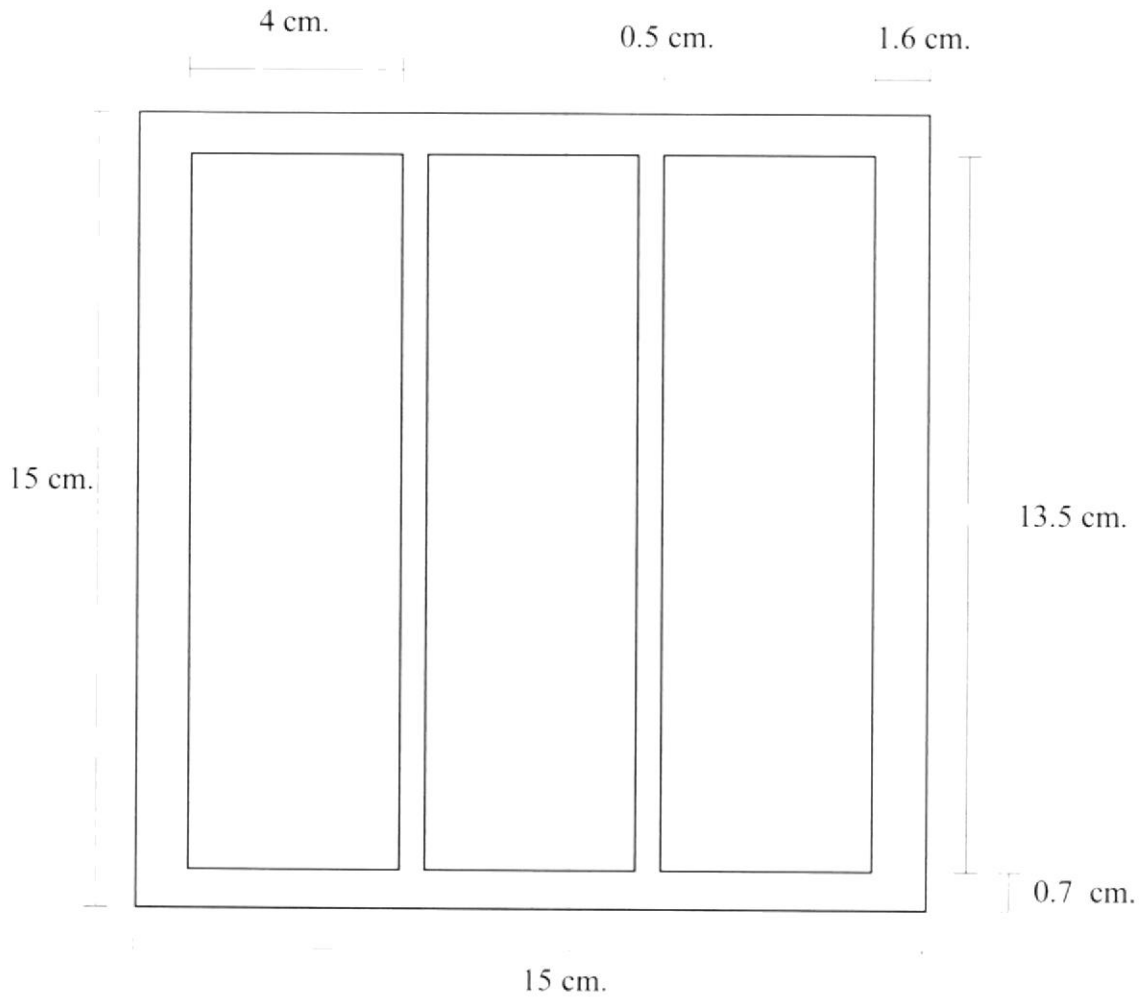
Todos los márgenes son de 1 cm.

Tipo de papel

Cartulina marfil lisa



6.5 RETÍCULA



Esta retícula fue usada en el diseño de todas las páginas del folleto del C.E.V.E.

6.6 PIEZA GRÁFICA

Tiro

45 cm.

Myriad Bold 10 12 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

11 cm.

15 cm.

15 cm.

45 cm.

Fasinarm
CEVE

ESPOL
BIBLIOTECA
CAMPUS
PENAS

Retiro

Myriad Bold 10 12 pt.

Resistencia corporativa: hacemos de las palabras un negocio.

Desde el momento en que se creó el primer periódico, el hombre ha buscado formas de comunicar sus ideas y sentimientos. Hoy, con el avance de la tecnología, el medio de comunicación más utilizado es el periódico. Este medio de comunicación es el que más se utiliza en el mundo y es el que más se vende.

El periódico es un producto que se vende en todo el mundo. Es un producto que se vende en todo el mundo. Es un producto que se vende en todo el mundo.

El periódico es un producto que se vende en todo el mundo. Es un producto que se vende en todo el mundo. Es un producto que se vende en todo el mundo.

Myriad Roman 10 12 pt.



1 cm.

15 cm.

1 cm.

15 cm.

45 cm.



Las personas con discapacidad en nuestro negocio

Según el estudio realizado en Latinoamérica, las personas con discapacidad representan el 10% de la población. Este grupo de personas es el que más se necesita en el mundo y es el que más se vende.

El estudio realizado en Latinoamérica muestra que las personas con discapacidad representan el 10% de la población. Este grupo de personas es el que más se necesita en el mundo y es el que más se vende.



Clase a distancia

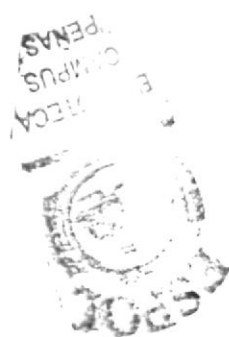
El estudio realizado muestra que las personas con discapacidad representan el 10% de la población. Este grupo de personas es el que más se necesita en el mundo y es el que más se vende.

El estudio realizado muestra que las personas con discapacidad representan el 10% de la población. Este grupo de personas es el que más se necesita en el mundo y es el que más se vende.



45 cm.

CAPÍTULO 7: *Página Web*



7. PÁGINA WEB

7.1 REDISEÑO PARA EL SITIO

El sitio web de Fasinarm es muy básico y contiene toda la información de la institución. Sus imágenes son de 28 dpi de resolución.

Las modificaciones que se han realizado al sitio son las de diseño ya que no mantenía una línea gráfica que identifique a la organización. Además se han incluido imágenes con mejor resolución, adecuadas para la Web.

Con esto se ha logrado obtener una nueva página mucho más funcional y a la vez dinámica.

Los elementos del sitio están compuestos por imágenes fotográficas y el logo que representa a Fasinarm, lo que se complementa con la parte gráfica que contrasta en color con el texto.

El fondo de las páginas está establecido por la línea gráfica de las demás piezas de diseño ya que contiene un cuarto de círculo utilizado anteriormente de color amarillo, también líneas y pequeñas barras.

7.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Las páginas se han elaborado con los colores de la línea gráfica establecida en las anteriores piezas de diseño para mantener la línea gráfica.

Los colores utilizados son: amarillo, azul, celeste, naranja y verde, los mismos tonos del logo.

Amarillo

| | |
|----|----|
| C: | 1 |
| M: | 20 |
| Y: | 98 |
| K: | 0 |



Naranja

C: 0
M: 40
Y: 100
K: 0

**Celeste**

C: 100
M: 26
Y: 0
K: 0

**Verde**

C: 83
M: 0
Y: 99.61
K: 0

**Azul**

C: 98.04
M: 98.04
Y: 1.96
K: 0.39



7.3 TIPOGRAFÍA

El texto está escrito con fuente Myriad Roman en color negro para el contenido, naranja para títulos y verde para subtítulos y organizado en tablas sin marcos. Los vínculos están subrayados para que sean más fáciles de identificar y en color azul, manteniendo la armonía cromática.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;()""'!¿?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;()""'!¿?



La fuente es utilizada en imágenes JPG para que sean vistas por los que no la posean en su sistema.

7.4 FUNCIONAMIENTO

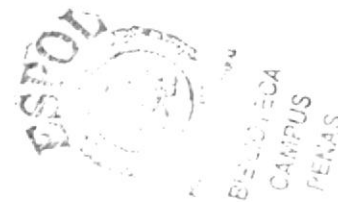
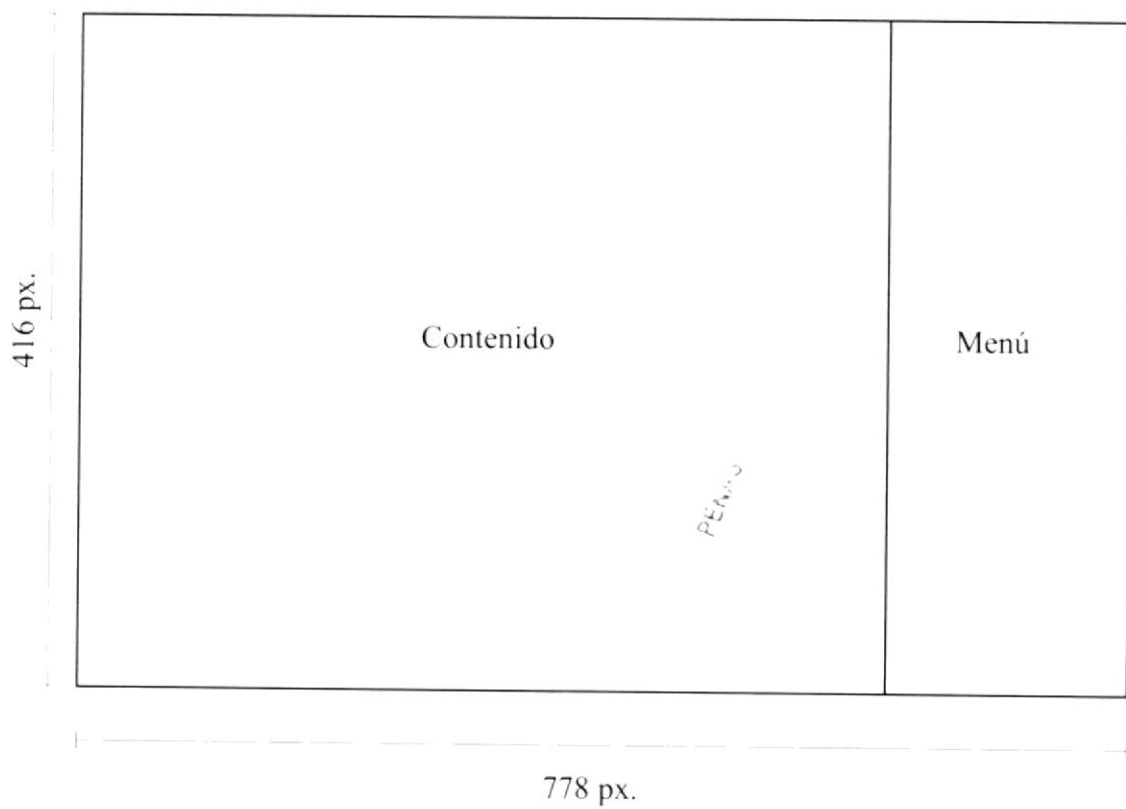
El sitio está compuesto por dos frames (cuadros), menú a la derecha y contenido a la izquierda de cada página; al hacer click en uno de los vínculos del cuadro menú se activa la información y las imágenes del cuadro contenido. Si la página tiene contenido extenso aparece en la parte inferior un vínculo llamado “siguiente” para continuar con la información que falta y uno “anterior” para retroceder si es necesario. Cada página tiene una imagen diferente.

7.5 FORMATO

Tamaño de la página

Horizontal: 778 px.
Vertical: 416 px.

7.6 RETÍCULA

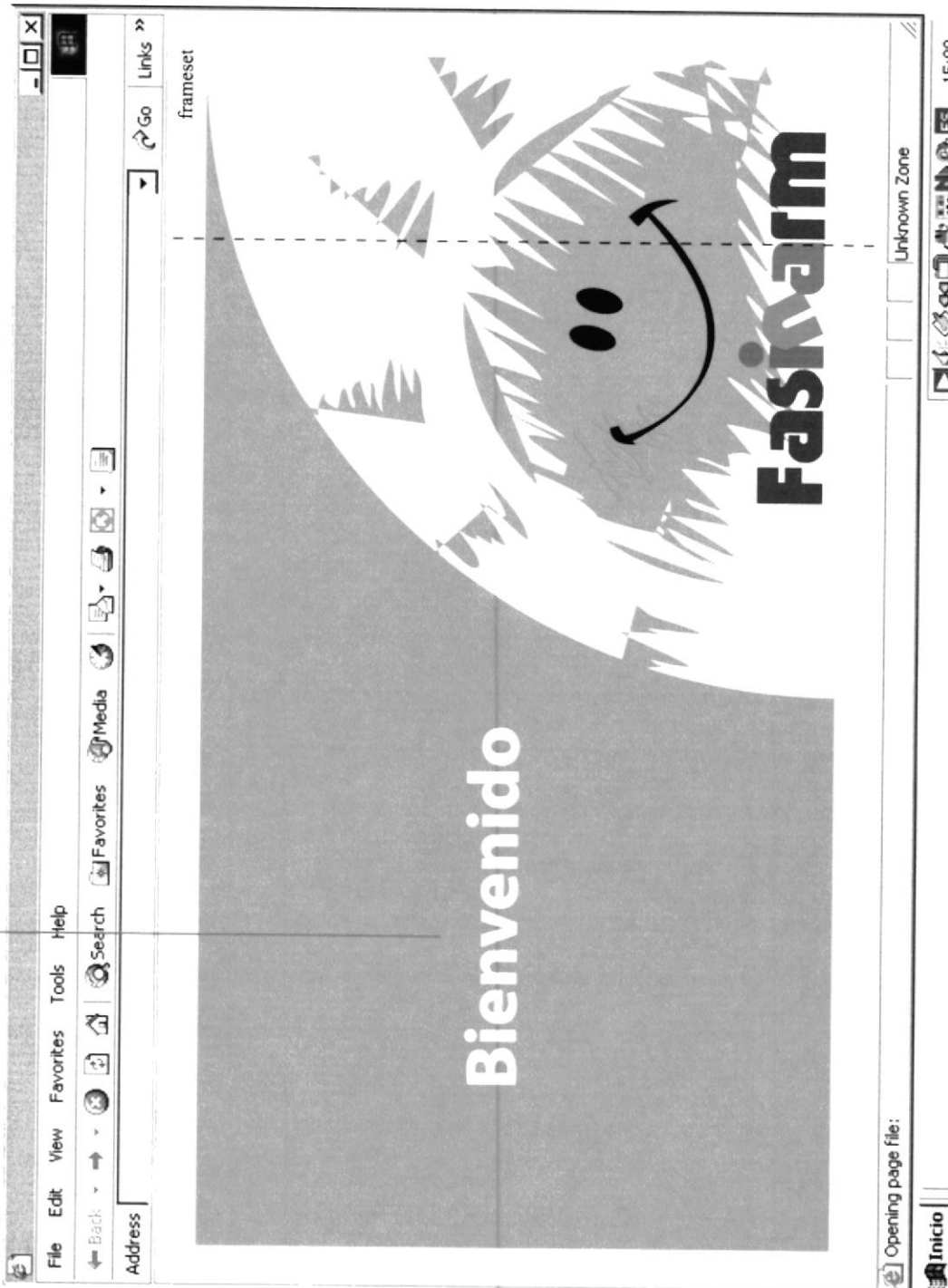


Esta retícula fue usada en el diseño de toda la página web.

7.7 PIEZA GRÁFICA

Página de bienvenida

Myriad Roman 36 38 pt.

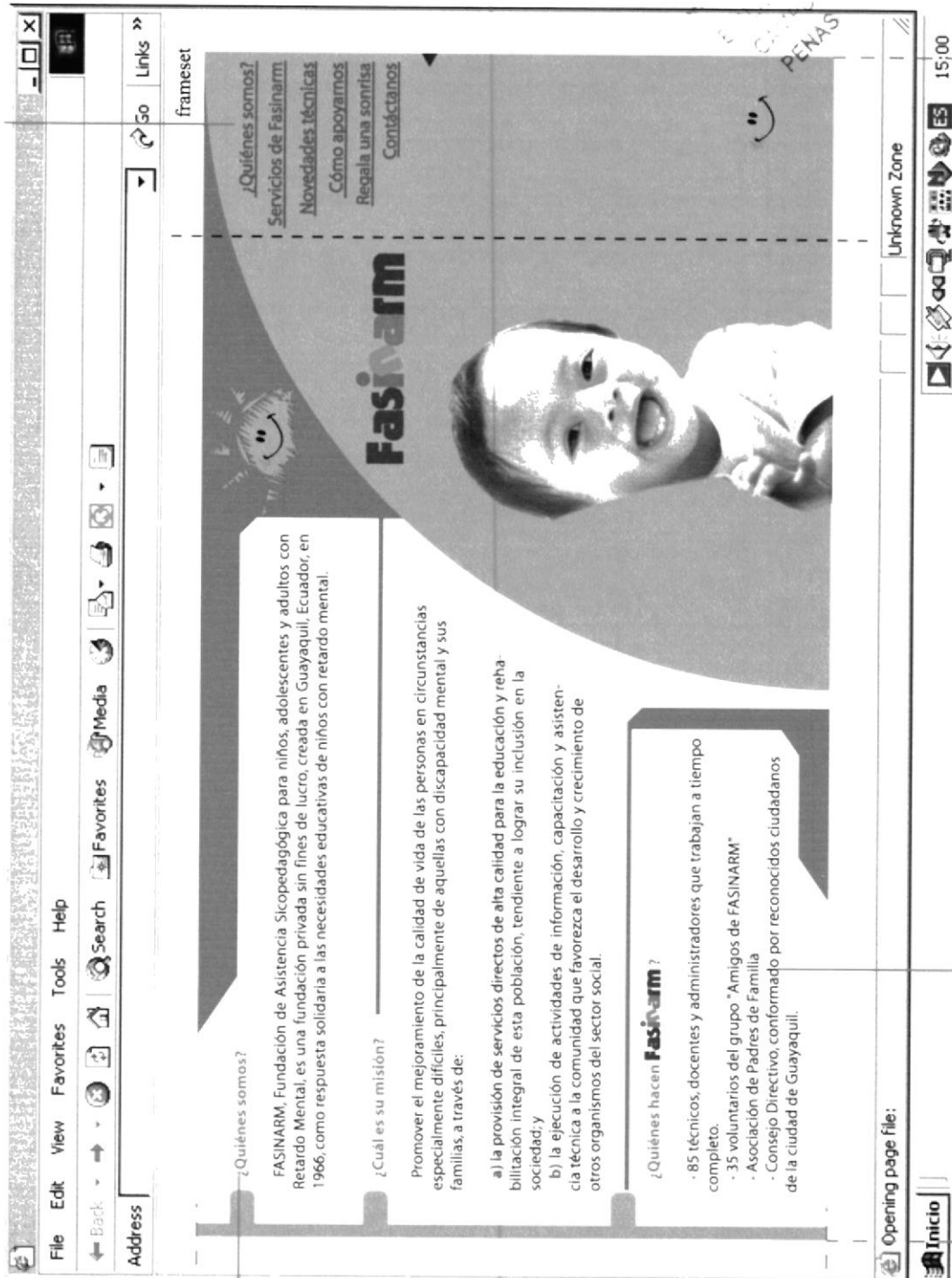


778 px.



Página “¿Quiénes somos?”

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold 10-12 pt.

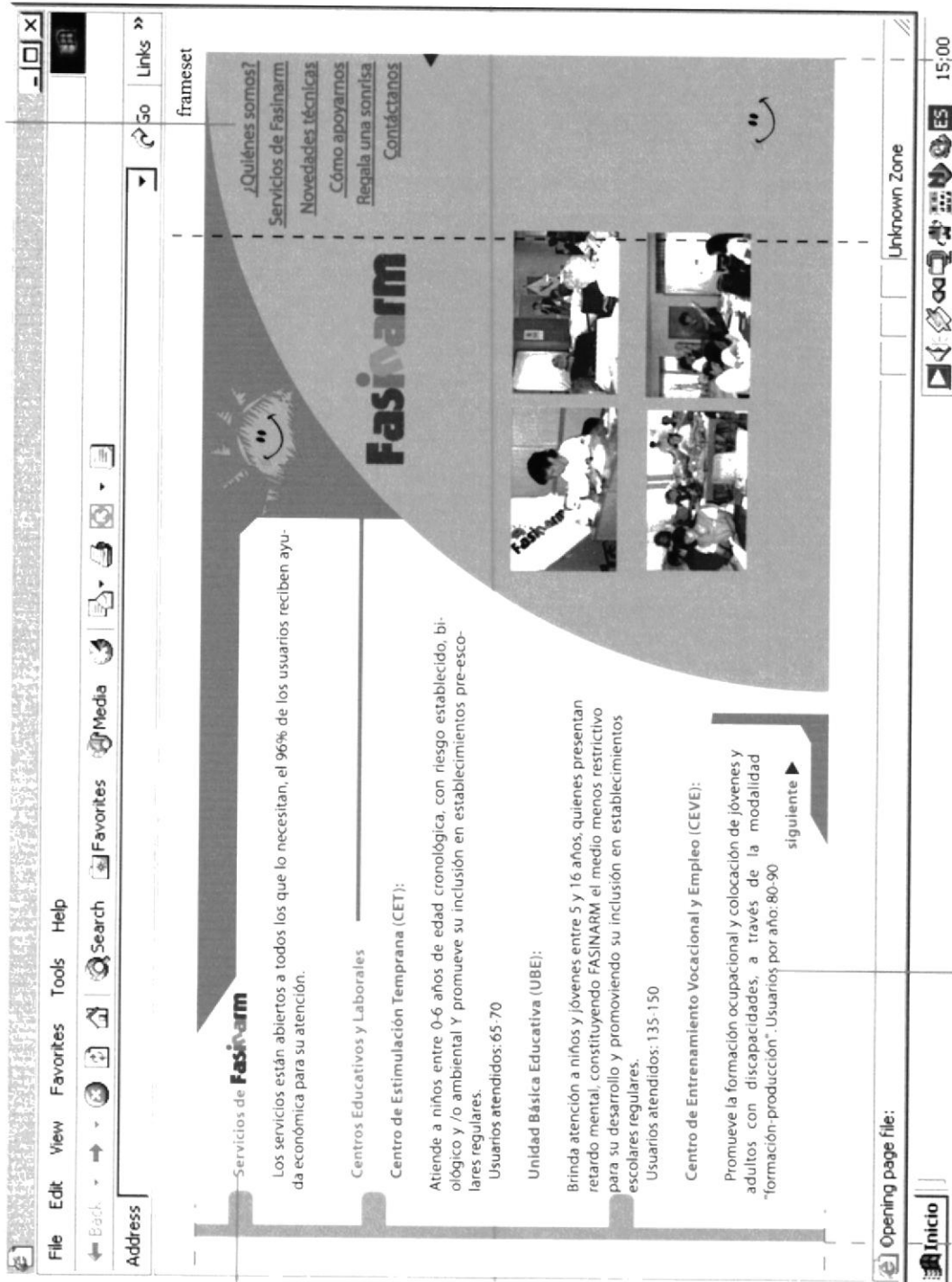
416 px.

Myriad Roman 10-12 pt.

778 px.

Página "Servicios de Fasinarm"

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10-12 pt.

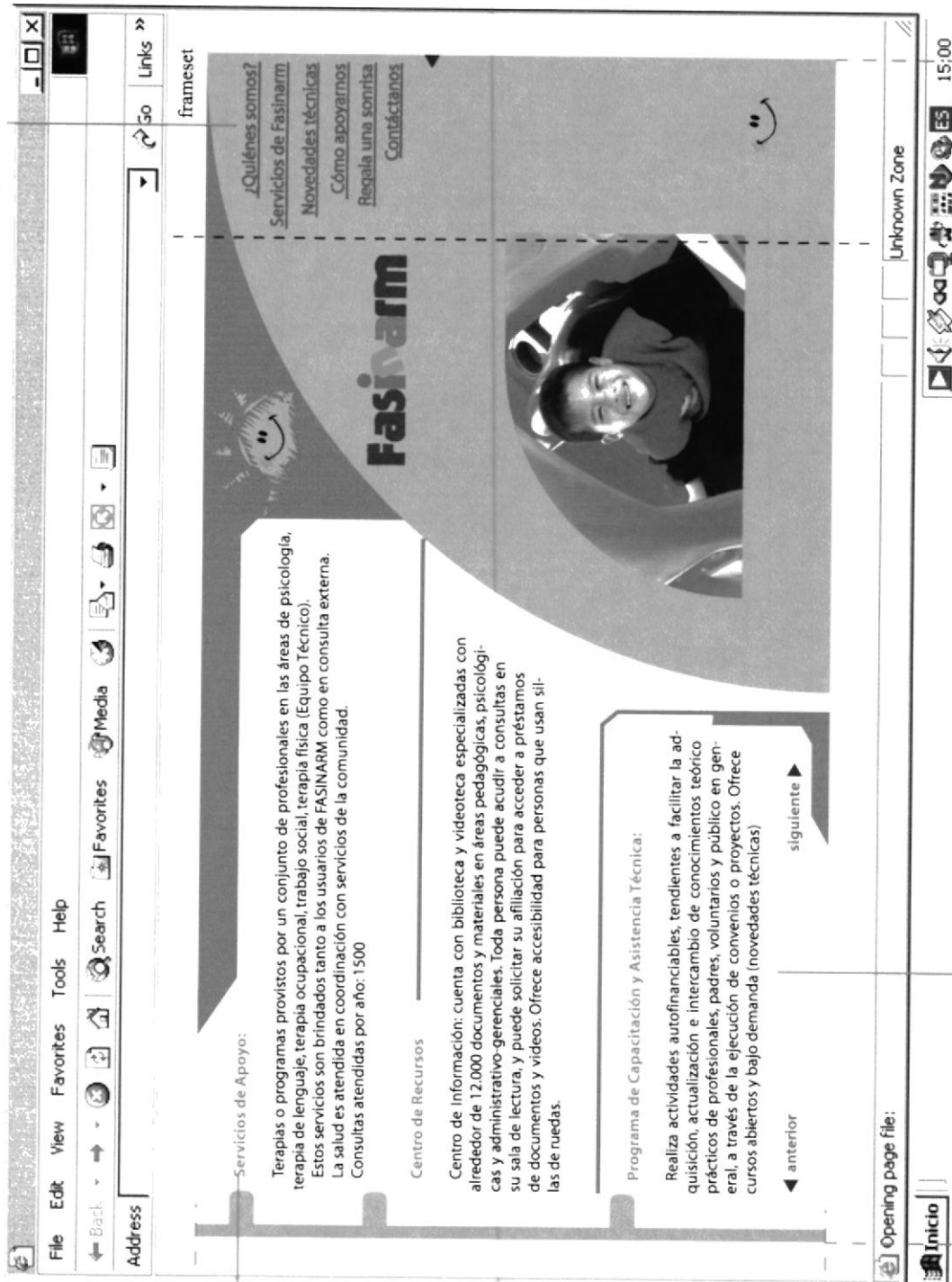
416 px.

778 px.

Myriad Roman 10-12 pt.

Continuación 1 de la página "Servicios de Fasinarm"

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10.12 pt.

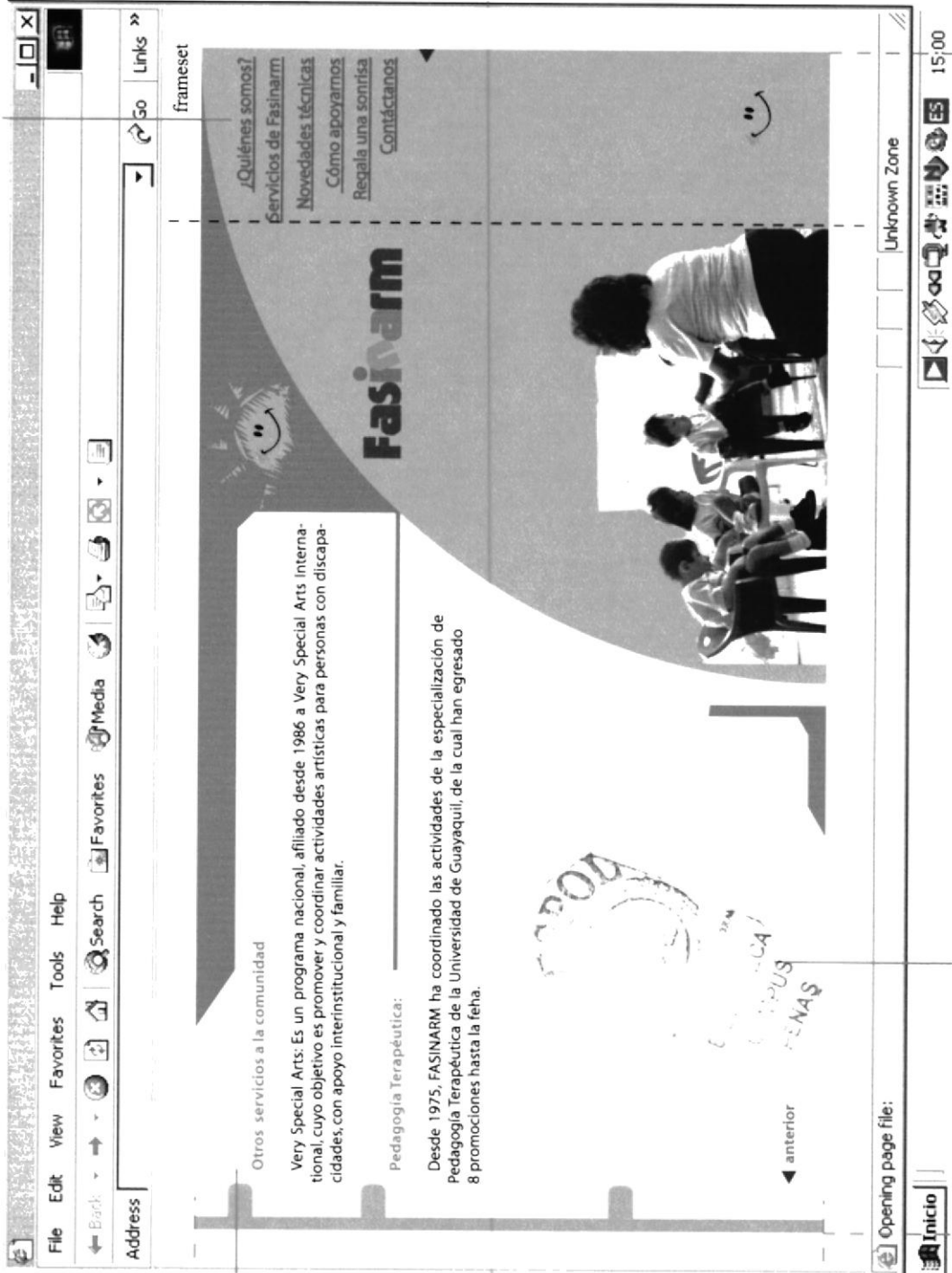
416 px.

778 px.

Myriad Roman 10.12 pt.

Continuación 2 de la página "Servicios de Fasinarm"

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10-12 pt.

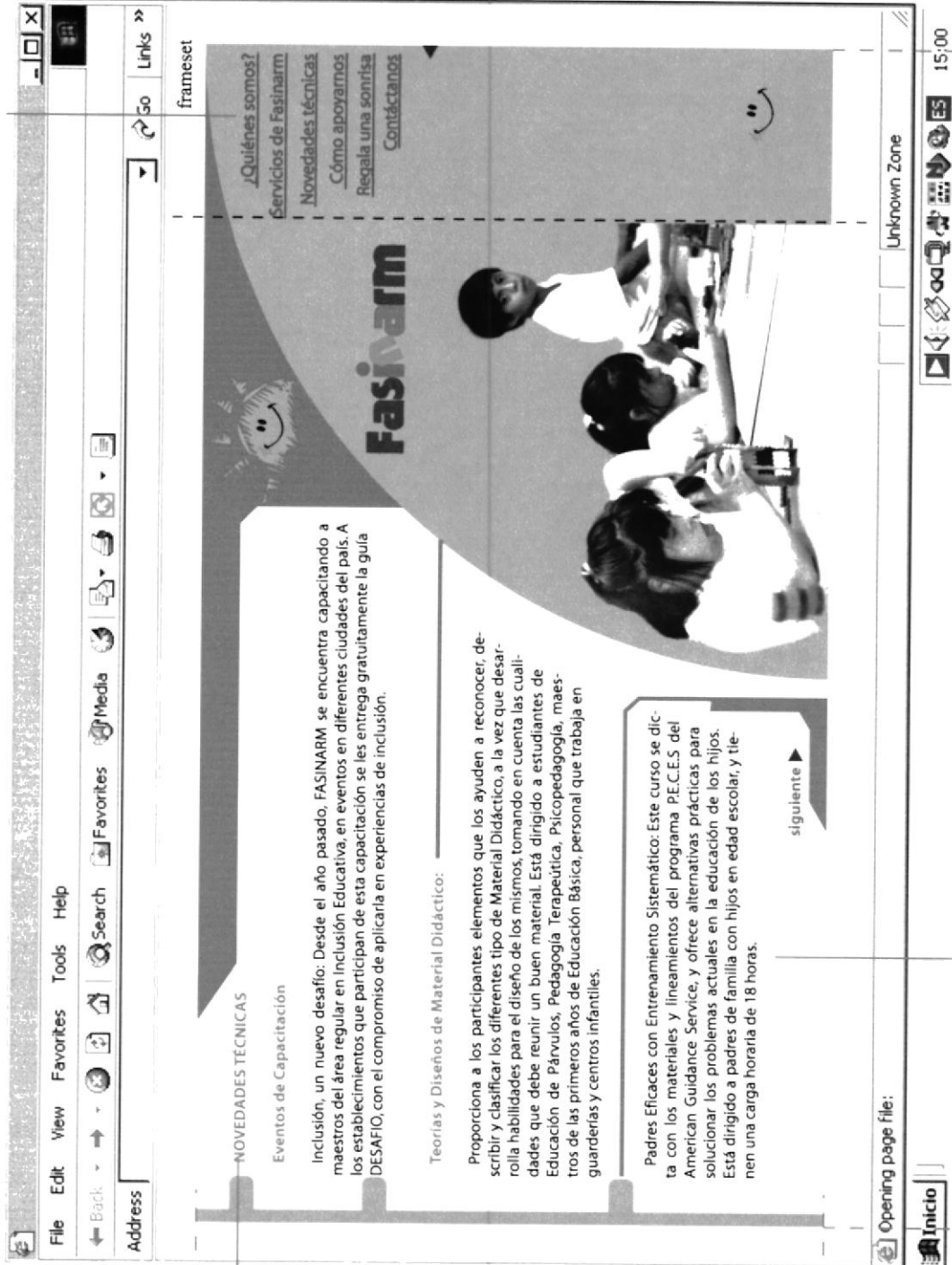
416 px.

778 px.

Myriad Roman 10-12 pt.

Página "Novedades técnicas"

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold 10/12 pt.

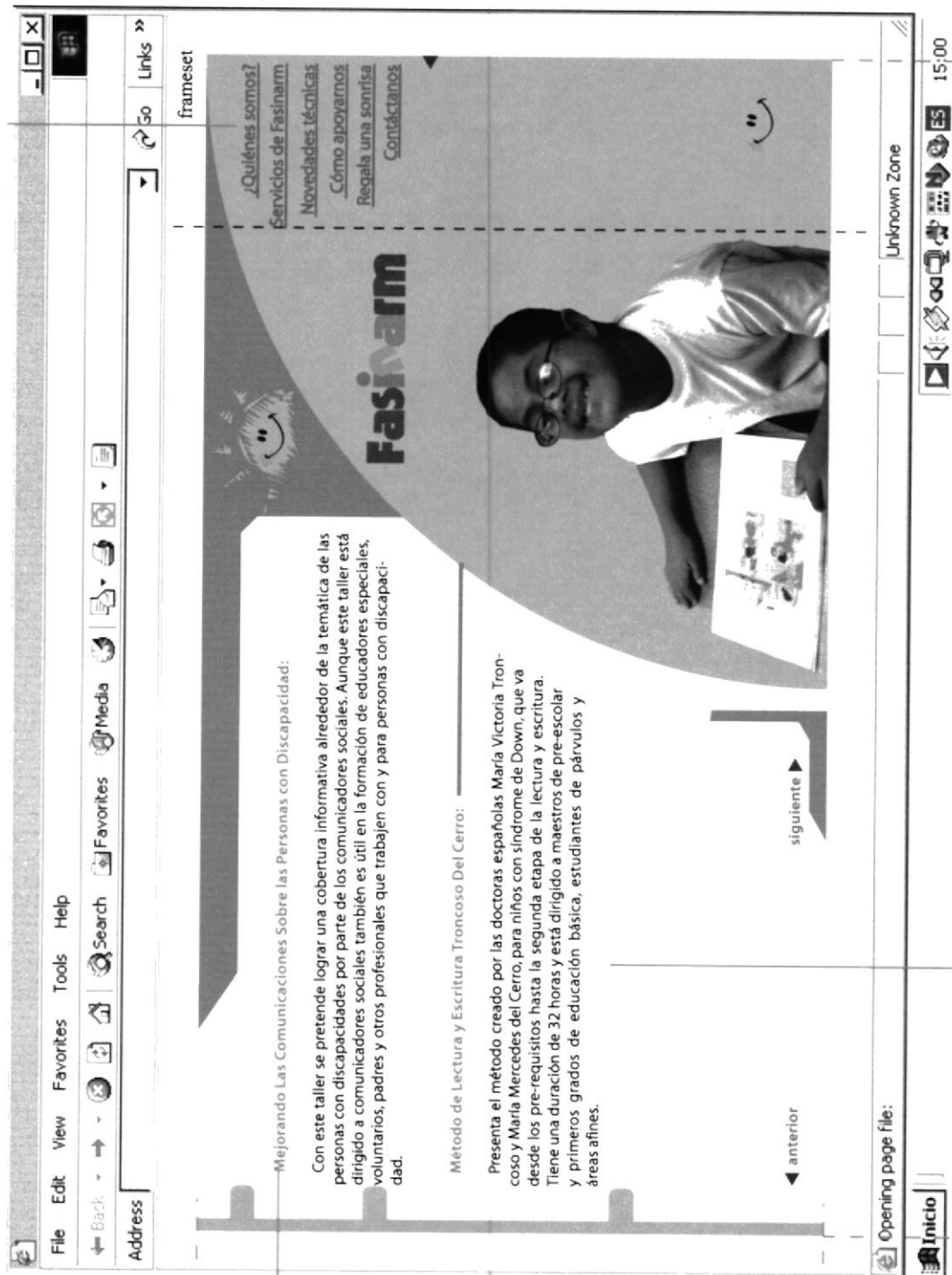
416 px.

778 px.



Continuación 1 de la página “Novedades técnicas”

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10/12 pt.

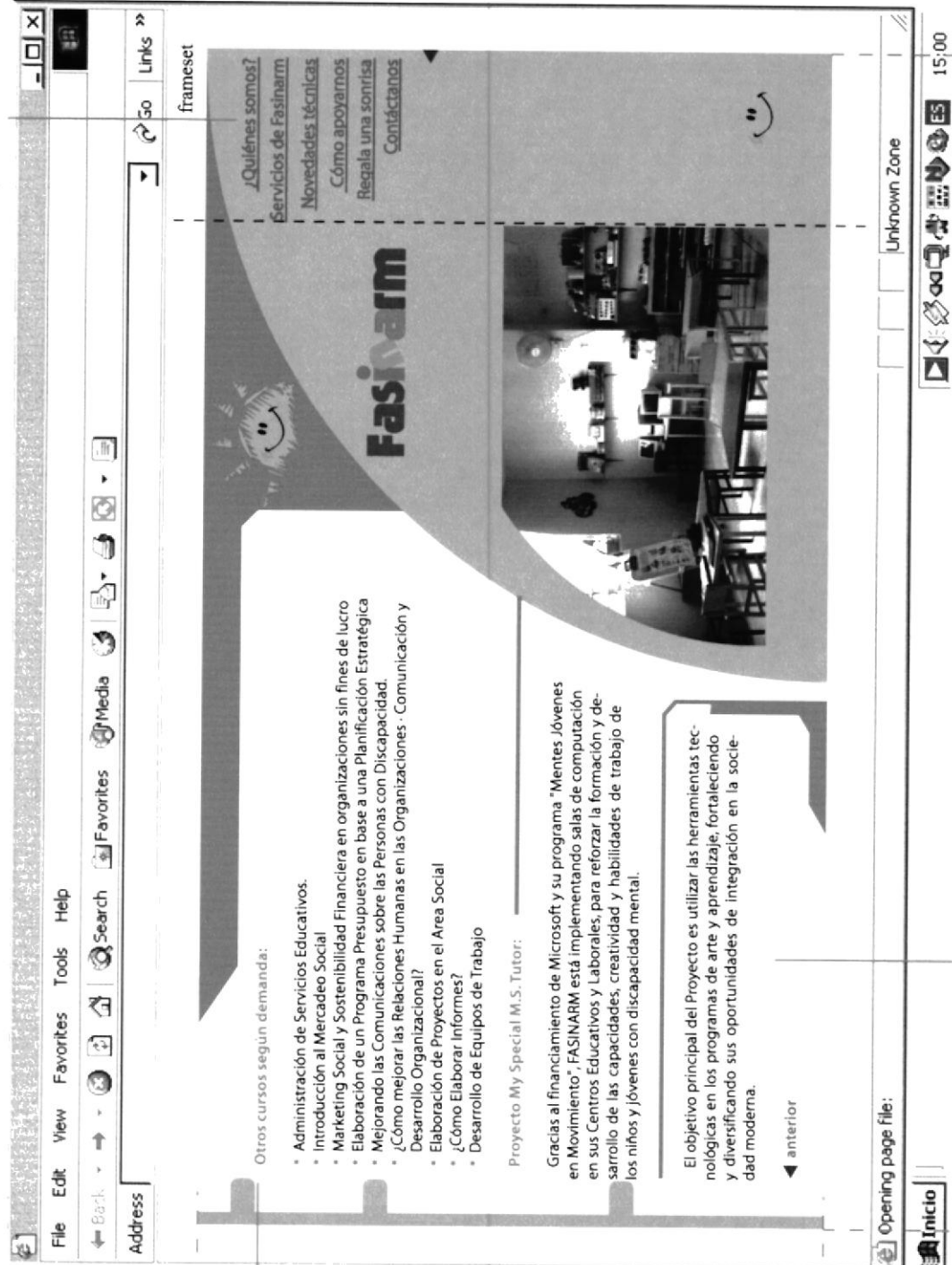
416 px.

778 px.

Myriad Roman 10/12 pt.

Continuación 2 de la página "Novedades técnicas"

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10-12 pt.

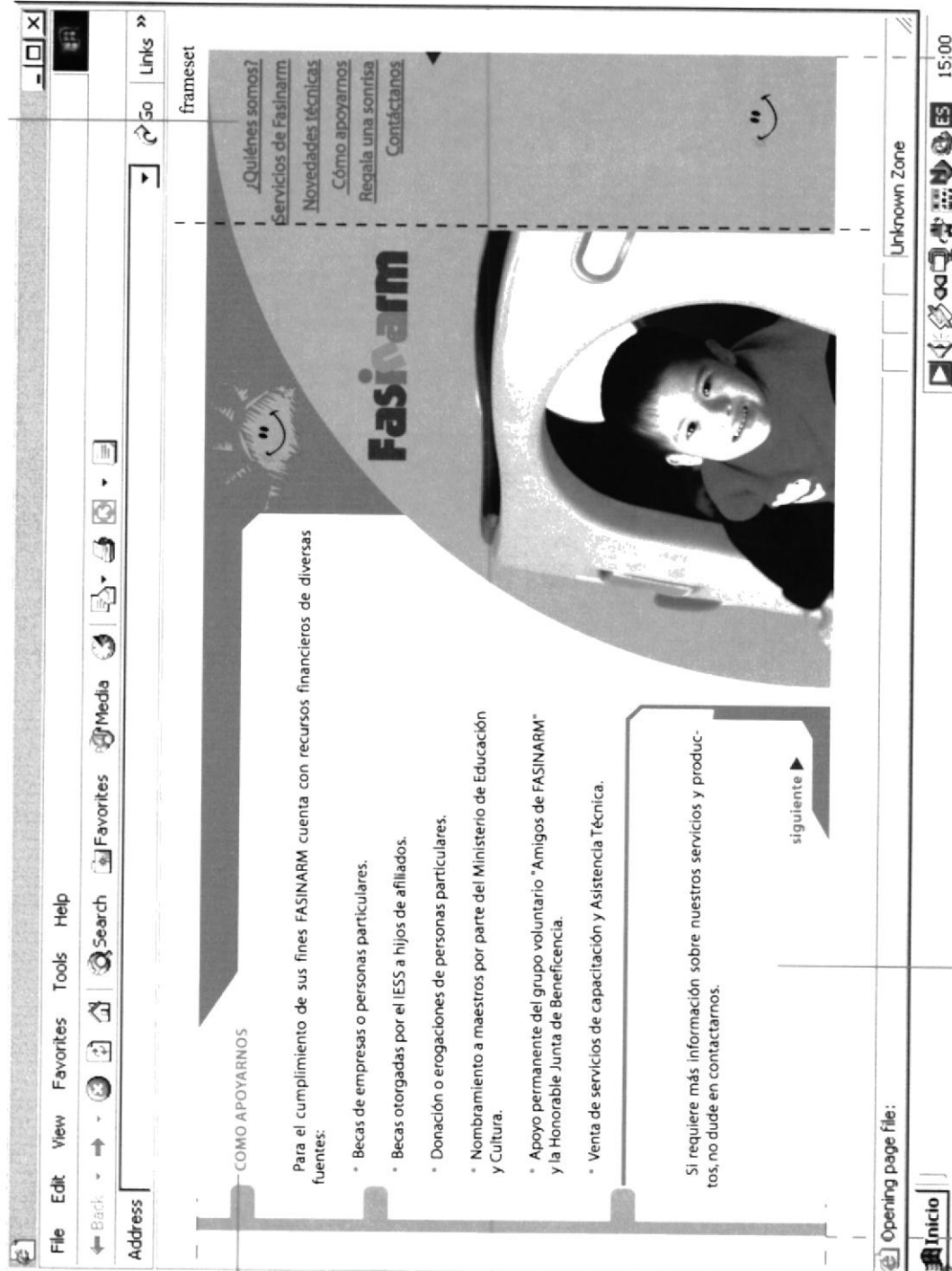
416 px.

778 px.

Myriad Roman 10-12 pt.

Página "Cómo apoyarnos"

Myriad Roman 36 pt.



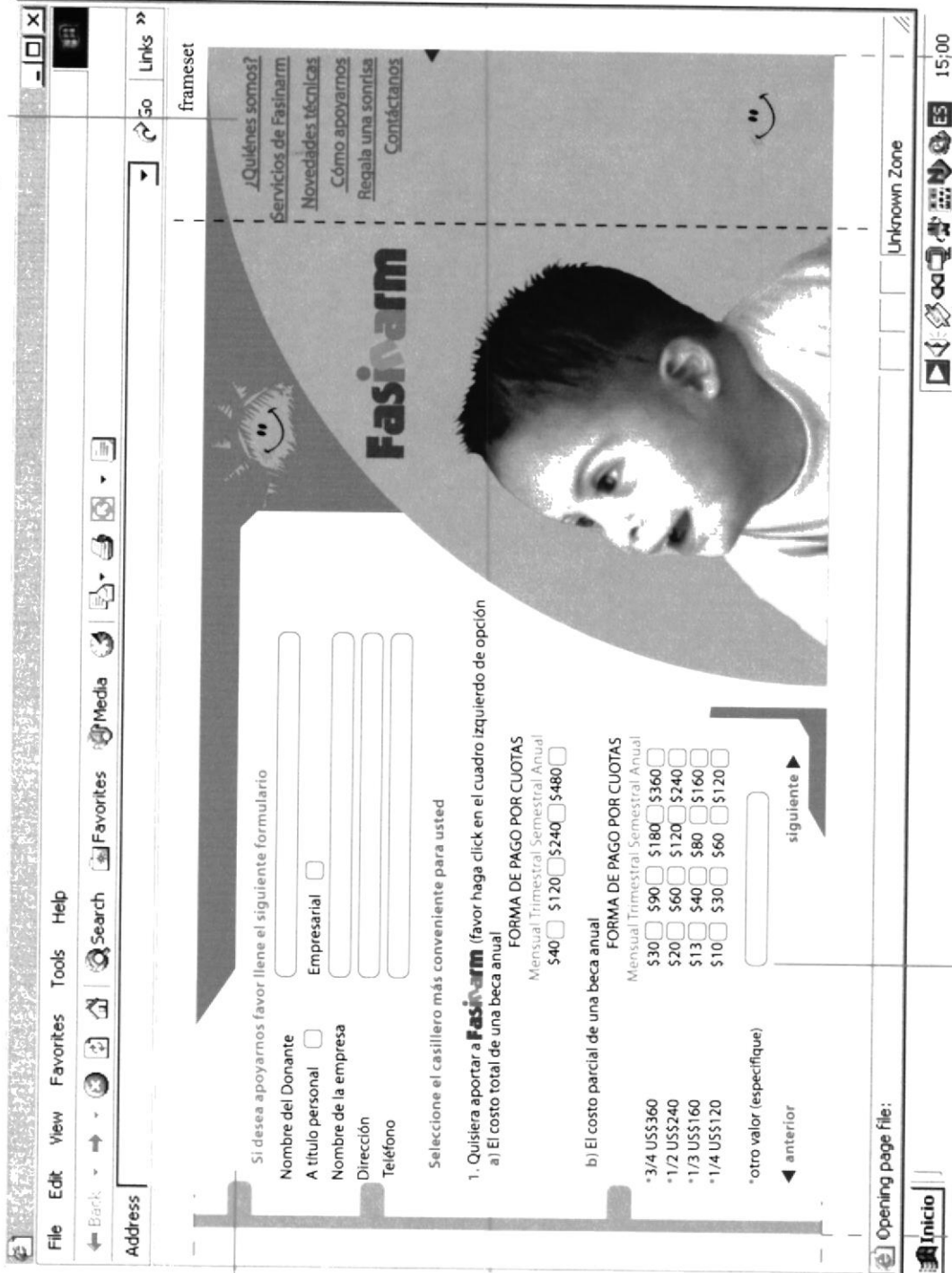
Myriad Bold
10-12 pt.

416 px.

778 px.

Continuación de la página "Cómo apoyarnos"

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10-12 pt.

416 px.

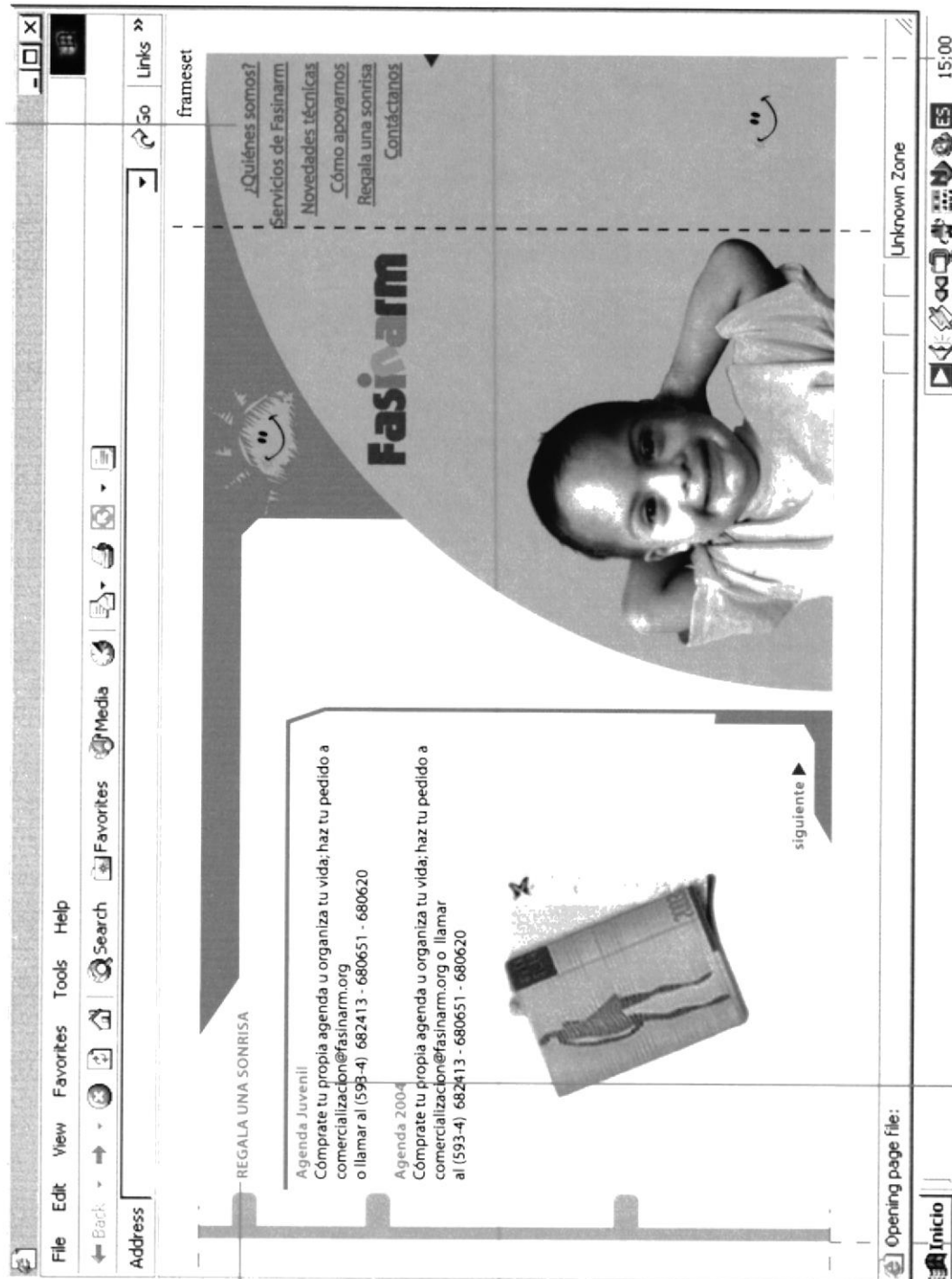
Myriad Roman 10-12 pt.

778 px.



Página "Regala una sonrisa"

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10-12 pt.

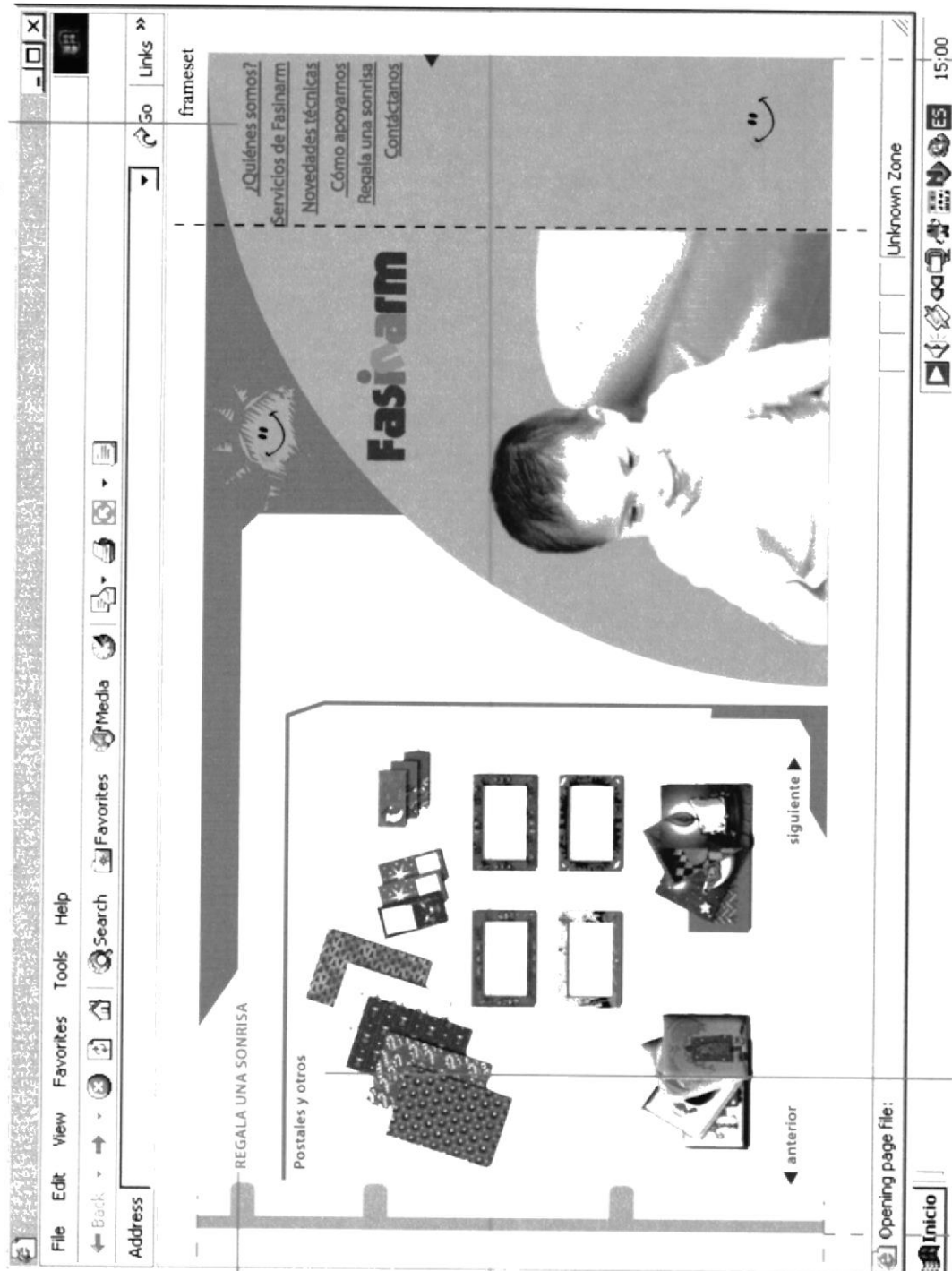
416 px.

778 px.

Myriad Roman 10-12 pt.

Continuación 1 de la página “Regala una sonrisa”

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10-12 pt.

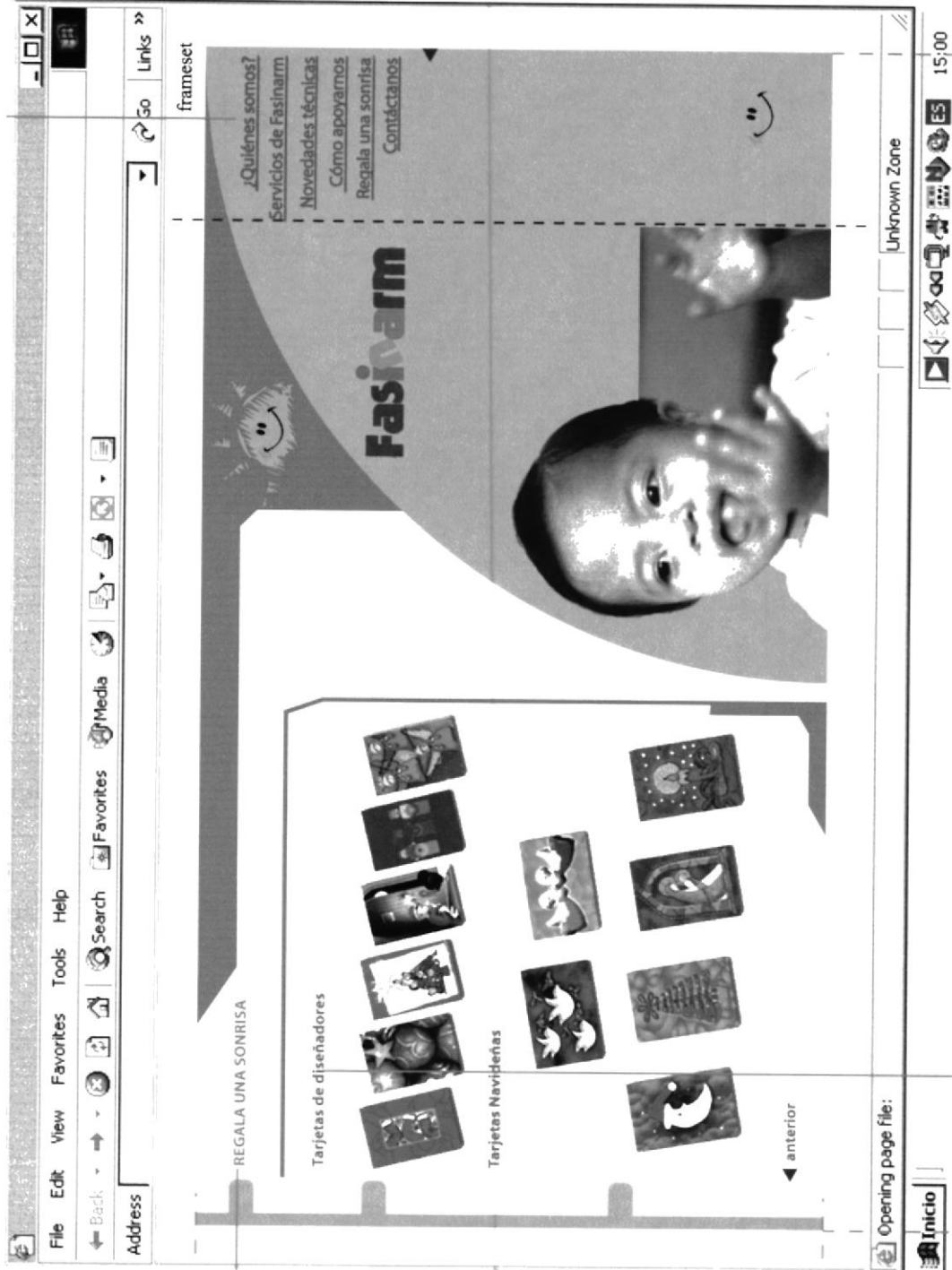
416 px.

778 px.

Myriad Roman 10/12 pt.

Continuación 2 de la página "Regala una sonrisa"

Myriad Roman 36 pt.



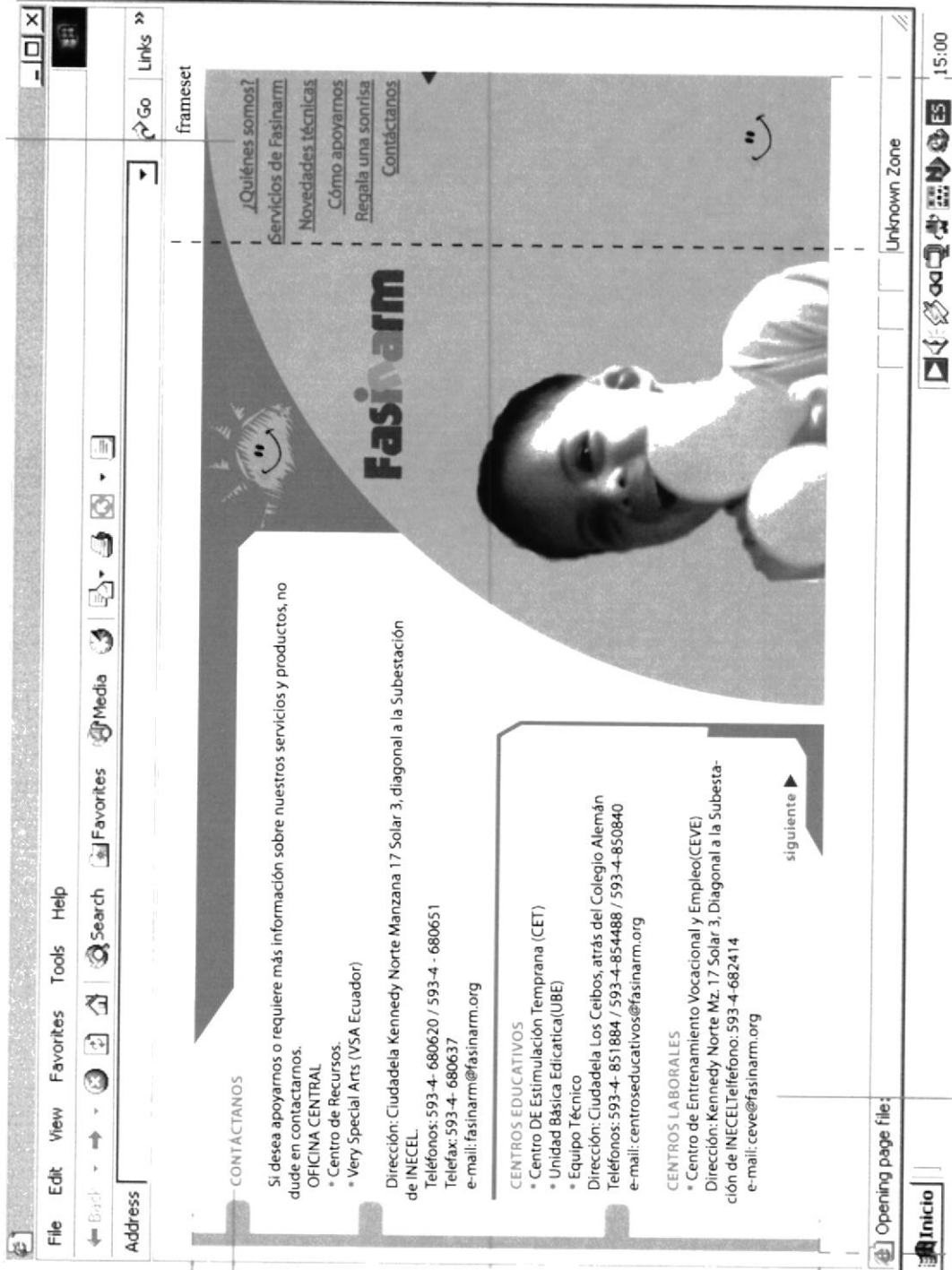
Myriad Bold
10-12 pt.

416 px.

Myriad Roman 10-12 pt. 778 px.

Página "Contáctanos"

Myriad Roman 36 pt.



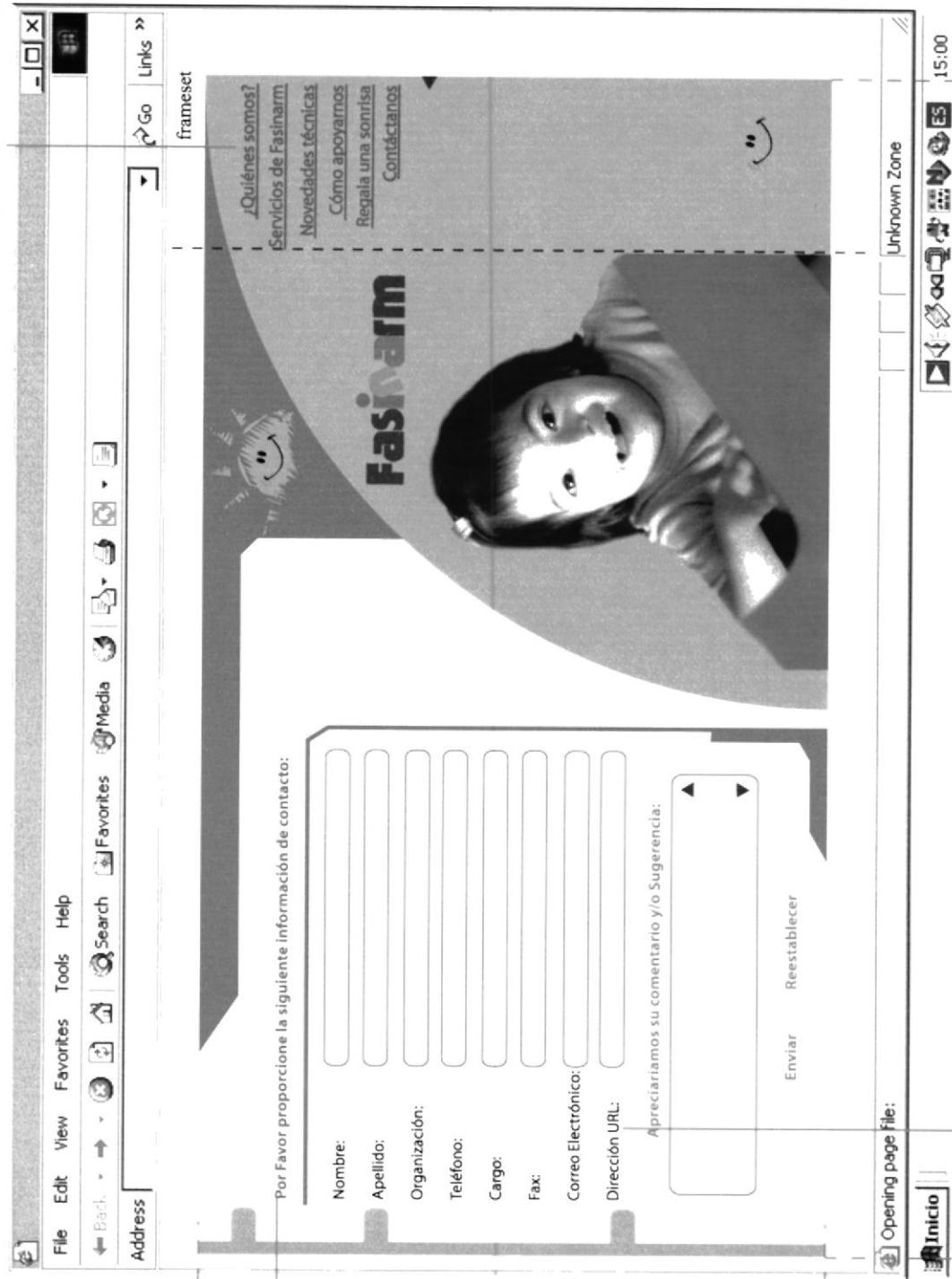
Myriad Bold 10 12 pt.

416 px.

778 px.

Continuación de la página "Contáctanos"

Myriad Roman 36 pt.



Myriad Bold
10 12 pt.

416 px.

Myriad Roman 10 12 pt.

778 px.



CAPÍTULO 8: *Boletín Huellas*



8. BOLETÍN HUELLAS

8.1 REDISEÑO DEL BOLETÍN

Este periódico es uno de los más extensos debido a la gran cantidad de información del mismo. Se manejaron simplemente dos colores, con el objeto de mantener una imagen seria y su diagramación fue a base de retículas.

Se han utilizado cuadros y líneas para separar el texto. Las fotografías utilizadas serán de 100 dpi. Éstas serán fotografías de actividades realizadas por la institución. La línea gráfica será la misma de los folletos a excepción del color, es decir llevará las mismas líneas y cuadros que son parte de los diseños anteriormente mencionados.

8.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Los colores utilizados son: celeste y negro. Mismos que son utilizados en los diseños anteriores.

Celeste

C: 100
M: 26
Y: 0
K: 0



8.3 TIPOGRAFÍA

El texto está escrito con fuente Myriad Roman de 10 pt. en color negro para el contenido, Myriad Roman de 14 pt. en color blanco con fondo celeste para los títulos, Myriad Roman de 10 pt. en color celeste para los subtítulos y Myriad Roman de 16 pt. para el nombre del boletín "Huellas" que estará ubicado en la parte superior del boletín.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;()'"!¿?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:()"!";!¿?

La sangría es de 15 pt. y las retículas variarán de 2 a 3 a columnas.

8.4 FORMATO

Tamaño del boletín abierto

Horizontal: 42.4 cm.

Vertical: 30 cm.

Márgenes

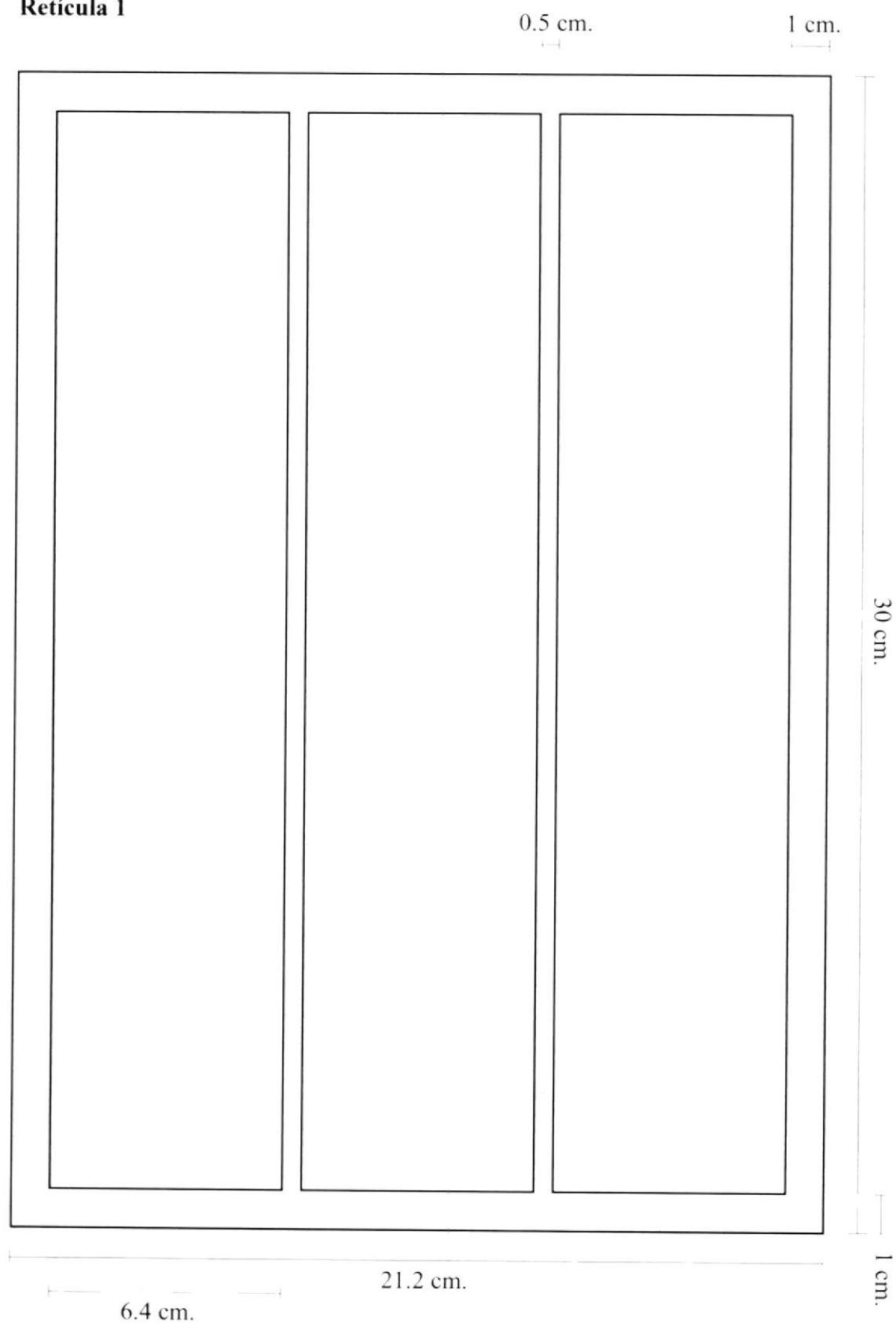
Todos los márgenes son de 1 cm.

Tipo de papel

Papel bond 90 gr.

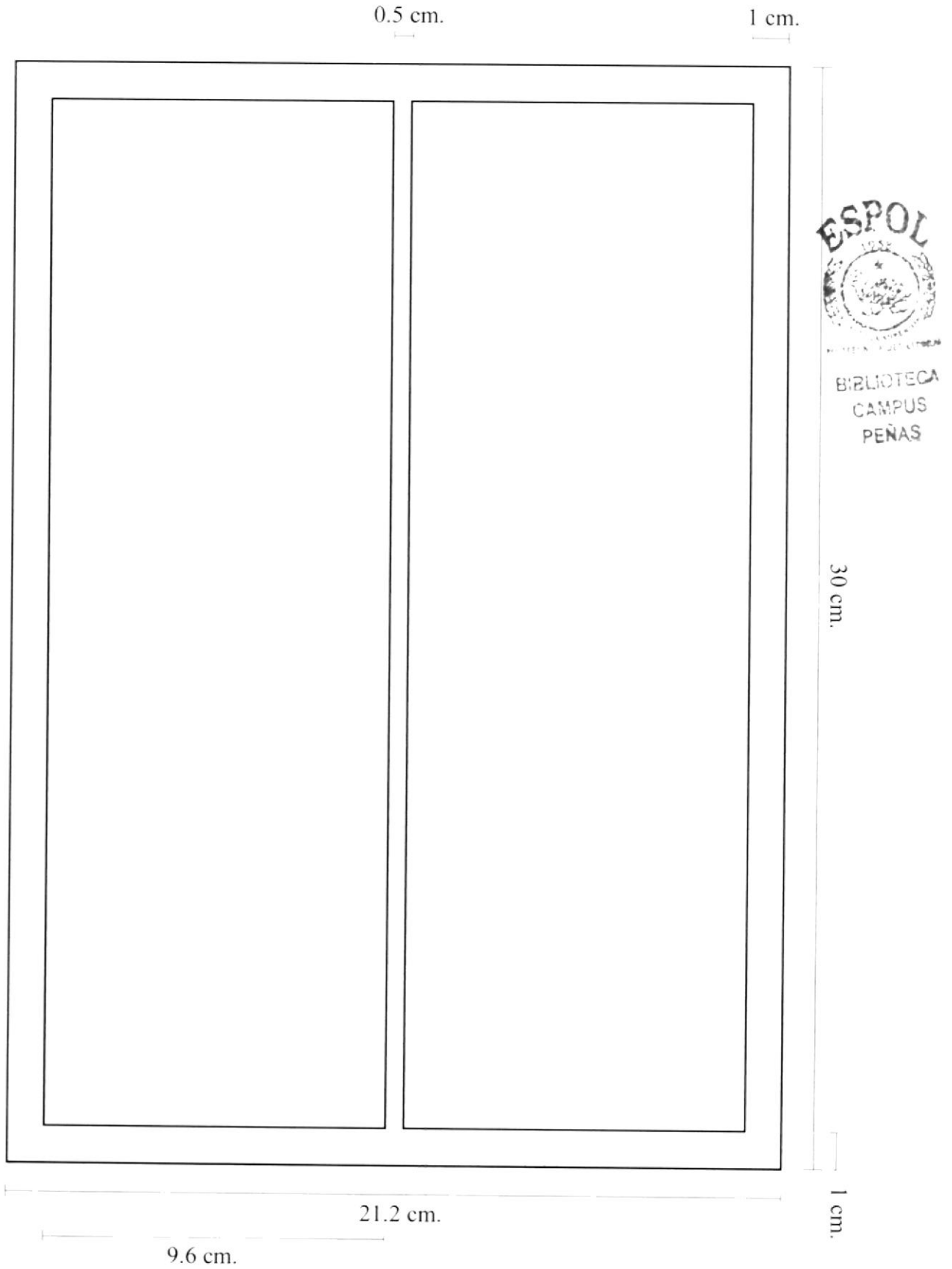
8.5 RETÍCULAS

Retícula 1



Esta retícula fue usada en las páginas: 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 14, 15, 16, 17 del boletín.

Retícula 2



Esta retícula fue usada en las páginas: 2, 10, 11, 12, 13, 14, 18, 19, 20 del boletín.

8.6 PIEZA GRÁFICA

Página 20 y 1

1 cm.

21.2 cm.

Myriad Roman 14 17 pt.

Myriad Roman 25 30 pt.

21.2 cm

Myriad Roman 32 38 pt.

30 cm.

42.4 cm.

1 cm.

0.5 cm.


0.5 cm.

Myriad Roman 12 14 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

CONGRESO INTERNACIONAL

Por el derecho a la inclusión de las personas con discapacidad



intercambiar experiencias en temas de inclusión educativa y laboral

Algunos de los profesionales en temas específicos relacionados con la discapacidad:

Profesional en temas de discapacidad

Seminarios, talleres metodológicos para trabajar con personas con discapacidad, de 8:30 a 10:30 hrs. (día 4) profesores del área

Charlas sobre el tema del día a cargo de personas expertas en el tema, tanto nacionales como internacionales.

Un panel sobre el tema del día, con la participación de profesionales, padres y madres, personas con discapacidad

Profesional en temas de discapacidad

Inclusión educativa

El Congreso Internacional en una sociedad conjunta de la Municipalidad de Guayaquil, FASINARM y el COMADIS, con el apoyo del Consejo Nacional de Discapacitados, que convocan a un congreso internacional que aboga por el derecho a la inclusión de las personas con discapacidad mental.

El Congreso Internacional, Capiteño Guevarra, coordina con el Congreso Educativo, Duce, el Ministerio de Educación y Cultura y la División Nacional de Educación.

La inclusión significa oportunidad para las personas con discapacidad para participar plenamente en todas las actividades educativas, de empleo, de consumo de ocio y tiempo libre, comunitarias y de tipo doméstico, que caracteriza a la sociedad actual.

El enfoque de la inclusión propone que los niños, jóvenes y adultos con discapacidad se incorporen en los espacios considerando un ningún tipo de discriminación.

Queremos que este concepto y este enfoque lleguen a la luz pública y no se queden circunscritos a los gráficos de y para personas con discapacidad.

Profesional en temas de discapacidad

Favorecer un espacio para sensibilizar a la comunidad para la equiparación de oportunidades de las personas con discapacidad.

Comprometer a distintos actores sociales en relación al derecho a la inclusión educativa y laboral de las personas con discapacidad.

Motivar e involucrar a los medios de comunicación en la difusión y promover una imagen positiva de las personas con discapacidad.

intercambiar experiencias en temas de inclusión educativa y laboral

Algunos de los profesionales en temas específicos relacionados con la discapacidad:

Profesional en temas de discapacidad

Seminarios, talleres metodológicos para trabajar con personas con discapacidad, de 8:30 a 10:30 hrs. (día 4) profesores del área

Charlas sobre el tema del día a cargo de personas expertas en el tema, tanto nacionales como internacionales.

Un panel sobre el tema del día, con la participación de profesionales, padres y madres, personas con discapacidad

Profesional en temas de discapacidad

Inclusión educativa

El Congreso Internacional en una sociedad conjunta de la Municipalidad de Guayaquil, FASINARM y el COMADIS, con el apoyo del Consejo Nacional de Discapacitados, que convocan a un congreso internacional que aboga por el derecho a la inclusión de las personas con discapacidad mental.

El Congreso Internacional, Capiteño Guevarra, coordina con el Congreso Educativo, Duce, el Ministerio de Educación y Cultura y la División Nacional de Educación.

La inclusión significa oportunidad para las personas con discapacidad para participar plenamente en todas las actividades educativas, de empleo, de consumo de ocio y tiempo libre, comunitarias y de tipo doméstico, que caracteriza a la sociedad actual.

El enfoque de la inclusión propone que los niños, jóvenes y adultos con discapacidad se incorporen en los espacios considerando un ningún tipo de discriminación.

Queremos que este concepto y este enfoque lleguen a la luz pública y no se queden circunscritos a los gráficos de y para personas con discapacidad.

Profesional en temas de discapacidad

Favorecer un espacio para sensibilizar a la comunidad para la equiparación de oportunidades de las personas con discapacidad.

Comprometer a distintos actores sociales en relación al derecho a la inclusión educativa y laboral de las personas con discapacidad.

Motivar e involucrar a los medios de comunicación en la difusión y promover una imagen positiva de las personas con discapacidad.

Octubre del 2003

Fasinarm

Boletín Huellas No. 10

Carta de la Dirección General

Queridos amigos,

Tenemos la gran satisfacción de presentarles el décimo periódico del Boletín Técnico "Huellas", el cual recoge vivencias y testimonios de nuestra vida institucional.

Marta Teresa Gando y David Valer, nos dan esta edición, fundacional, una cálida despedida y Gloria Garzón de Garmá, querida compañera y amiga de muchos años, quien fuera terapeuta de lenguaje de los Centros Educativos y abogada madre de familia.

Siendo el proceso de Purificación Estratégica y Desarrollo Institucional un hecho muy importante en la vida de FASINARM, algunos miembros del personal nos cuentan sus experiencias en este proceso.

Al respecto, Lourdes Vilchik, comparte sus sentimientos en la realización del Día E, cuando personal, alumnos y padres de Estudiantes, con un nuevo espíritu de ternura y amistad con los directivos y equipo de la Agencia Mónica Thompson.

De que manera, sabed Cuello de Guadalupe, miembros del Consejo Directivo, en el momento de la realización del Día E, cuando personal, alumnos y padres de Estudiantes, con un nuevo espíritu de ternura y amistad con los directivos y equipo de la Agencia Mónica Thompson.

Benavente a cabo en la ciudad de México, durante los días 11 al 14 de junio del 2002, invitándonos a sumarnos a esta causa.

Presentamos también un interesante artículo de la Dra. Leah Madaleno E. Asesor de Educación Especial del Ministerio de Educación de Costa Rica, quien comparte sus reflexiones, "Ternura, Memria (Discapacidad Cognitiva o Discapacidad Intelectual)... Un debate inclusivo".

Por último, expresamos nuestros orgullo de que el Ecuador haya sido el primer país que más se ha distinguido por su labor en el área de las discapacidades. La primera vez que un país latinoamericano, ha sido reconocido con este premio, siendo muy relevante en esta asección la labor del Consejo Nacional de Discapacitados (CONADIS) en los diez años de existencia.

Para finalizar los U.S. 50.000, parte del premio, el COMADIS, convoca a un concurso nacional de proyectos sobre discapacidades. La propuesta presentada por FASINARM, "Un proyecto de apoyo a la conciente inclusivista del país", ha sido elegida como ganadora por lo cual nos sentimos muy emocionados.

Queremos agradecer las expresiones de felicitación recibidas, compromisos dados con la plena confianza de que la comunidad parte para el de este esfuerzo nacional y tanto logramos cumplir nuestro objetivo.

Cordialmente,

Alegria Barroqueta de Vera

Indice

| | |
|--|---------|
| En memoria de Gloria..... | Pag. 2 |
| Reflexión mental..... | Pag. 3 |
| Reflexión mental y otras propuestas..... | Pag. 10 |
| Experiencias en PETS..... | Pag. 11 |
| Comunicación inter nacional..... | Pag. 15 |
| Derecho a la inclusión..... | Pag. 18 |
| Notas de nuestros lectores..... | Pag. 19 |
| Congreso Interno nacional..... | Pag. 20 |

OPICINA CENTRAL Y CENTRO DE RECURSOS

Calle Kennedy Norte, Mz. 17 Solar 3

Teléfono: 24832620

Teléfono: 24860317

CENTRO DE ENTRENAMIENTO VOCACIONAL Y EMPLEO

Tel: 3934-262414

GRUPO VOLUNTARIO

GRUPO VOLUNTARIO "Amigos de FASINARM"

Tel: 3934-268211

CENTRO EDUCATIVO

Calle Los Cedros

Tel: 3934-285080 - 2851884

Fax: 3934-285488

P.O. Box 09-06-0380

Fasinarm@fasinarm.org

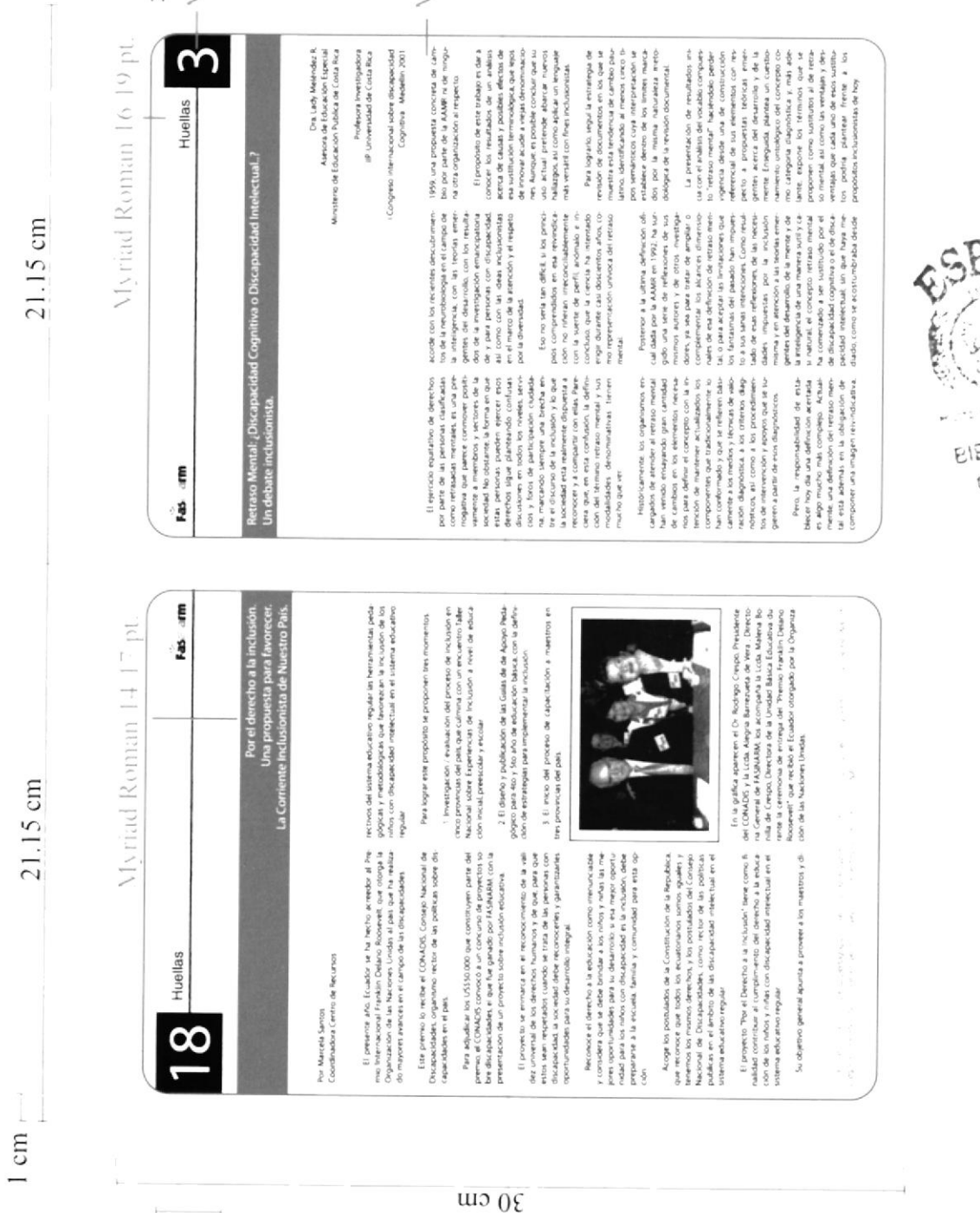
www.fasinarm.org

Guayaquil - Ecuador

PROTCOM

Cap.8 – Pág. 76

ESPOL



18

Huellas

Fasinarm

Por el derecho a la inclusión. Una propuesta para favorecer. La Corriente Inclusionista de Nuestro País.

Por: Mercedes Santos
Coordinadora Centro de Recursos

El sistema educativo en Ecuador se ha hecho acreedor al Premio Internacional Franklin D. Roosevelt que otorga la Organización de las Naciones Unidas al país que ha realizado los mayores avances en el campo de las discapacidades.

Este premio lo recibe el COMADIS, Consejo Nacional de Discapacidades, organismo rector de las políticas sobre discapacidades en el país.

Para adquirir los US\$10.000 que constituyen parte del premio, el COMADIS y el Centro de Recursos de las discapacidades realizaron una campaña de difusión y presentación de un proyecto sobre inclusión educativa.

El proyecto se enmarca en el reconocimiento de la voluntad del Ecuador de garantizar el derecho de los niños discapacitados a la educación, los cuales son respetados cuando se trata de que los discapacitados la sociedad debe reconocerlos y garantizarles oportunidades para su desarrollo integral.

Reconocer el derecho de los educandos como miembros de la sociedad y considerar que se debe brindar a los niños y niñas las mismas oportunidades para su desarrollo. Si esa mejor oportunidad para los niños con discapacidad en la inclusión, debe prepararse a la escuela, familia y comunidad para esta opción.

Agrade los postulados de la Constitución de la República que reconoce que todos los ecuatorianos somos iguales y tenemos los mismos derechos, y los postulados del Consejo Nacional de Discapacidades que respalda las políticas públicas en el ámbito de las discapacidades intelectuales en el sistema educativo regular.

El proyecto "Por el Derecho a la Inclusión" tiene como beneficiarios a los niños y niñas con discapacidad intelectual en el sistema educativo regular.

Su objetivo general apunta a promover a los maestros y di-

rectivos del sistema educativo regular las herramientas pedagógicas que favorecen la inclusión de los niños con discapacidad intelectual en el sistema educativo regular.

- 1. Investigar con evaluación del proceso de inclusión en cinco provincias del país, que culmina con un encuentro taller Nacional sobre Experiencias de Inclusión a nivel de educación inicial, preescolar y escolar.
- 2. El diseño y publicación de las Guías de Apoyo Pedagógico para Ato y No Ato de educación básica con la definición de estrategias para implementar la inclusión.
- 3. El inicio del proceso de capacitación a maestros en tres provincias del país.



Fasinarm

Huellas

3

Myriad Roman 16 19 pt.

± 0.5 cm

Myriad Roman 65 78 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

Dr. Ledy Méndez R. Adreón, Investigadora del Centro de Recursos de Discapacidades del Ministerio de Educación Pública de Costa Rica.
Profesora Investigadora IF Universidad de Costa Rica
Congreso Internacional sobre discapacidad Cognitiva, Medellín 2001

1999. Una propuesta concreta de cambios por parte de la AAMP re de ingreso en esta organización al respecto.

El propósito de este trabajo es describir los resultados de un estudio acerca de causas y posibles efectos de una sustitución terminológica, que busca de innovar acude a etapas de normalización por la diversidad.

Eso no será tan difícil si los principios comprendidos en esa revisión (con la suerte de perfil, acabado e ingreso durante casi doscientos años, como representación unívoca del retraso mental.

Posteriormente, los organismos encargados de atender el retraso mental han venido empujando gran cantidad de cambios en los elementos necesarios de mantener actualizados los componentes que tradicionalmente lo han conformado y que se reflejan básicamente en los medios y técnicas de diagnóstico, así como a los procedimientos de intervención y apoyo que se surgen a partir de esos diagnósticos.

Pero, la responsabilidad de este hecho hoy día una definición acertada en algo mucho más complejo. Actualmente una definición del retraso mental esta además en la obligación de comprender una imagen individualizada.

La presentación de resultados en el campo de la psicología y la pedagogía, el "retraso mental" hace posible referencial de sus elementos con respecto a propuestas teóricas presentadas en el congreso internacionalmente. Enseguida plantea un cuestionamiento: un diagnóstico y más adelante, expone los términos que se han comenzado a ser utilizados por el mundo así como las ventajas y desventajas que cada uno de esos sustitutos podría plantear frente a los propósitos inclusivistas de hoy.

1 cm ± 1 cm



42.3 cm

1 cm.

21.1 cm.

Myriad Roman 16 19 pt.

2.5 cm.

0.5 cm.

Myriad Roman 65 78 pt.

16

Huellas

Fas. am

- 1) Deberá conocer prioritariamente los derechos que sean exigibles y deberá incorporar medidas que garanticen el ejercicio de los derechos humanos y sociales con discapacidad.
- 2) No aceptará normas que estén por debajo de la normativa sobre derechos humanos existente.
- 3) Asegurará la consistencia con las normas existentes de derechos humanos y de las condiciones socioeconómicas.
- 3) Legitimará su propuesta, como una condición esencial, con la máxima calidad y en igualdad de condiciones con las organizaciones representativas, incluyendo las organizaciones de padres y familias con discapacidad para que participen en el desarrollo de su propuesta.
- 4) Promoverá un mecanismo eficaz para vigilar y asegurar su aplicación.
- 5) Los derechos que debieran de estar reconocidos en el nuevo tratado fueron reunidos en 36 puntos. A continuación se recogen algunos de los más significativos.
 - 6) El derecho a formar asociaciones de personas con discapacidad.
 - 7) Derechos familiares.
 - 8) El derecho a formar asociaciones de diversidad de los tipos de familias.
 - 9) El derecho de los padres con discapacidad a adoptar y en todo caso contar con hijos.
 - 10) El derecho a formar familias para vivir en igualdad.
 - 11) El derecho de las familias con discapacidad a conservar educar y sostener a sus hijos.
 - 12) El derecho a una vida libre de tortura y de trato inhumano y degradante.
 - 13) Prohibición de tratamientos forzados.
 - 14) El derecho a la integridad física y psicológica.
 - 15) Derecho a conocer prioritariamente los derechos que sean exigibles y deberá incorporar medidas que garanticen el ejercicio de los derechos humanos y sociales con discapacidad.
 - 16) Derecho a la comunicación.
 - 17) Derecho a la información.
 - 18) Derecho a la comunicación en lenguaje de señas, Braille y Braille.
 - 19) Derecho a la comunicación.
 - 20) Derecho a la comunicación.
 - 21) Derecho a la comunicación.
 - 22) Derecho a la comunicación.
 - 23) Derecho a la comunicación.
 - 24) Derecho a la comunicación.
 - 25) Derecho a la comunicación.
 - 26) Derecho a la comunicación.
 - 27) Derecho a la comunicación.
 - 28) Derecho a la comunicación.
 - 29) Derecho a la comunicación.
 - 30) Derecho a la comunicación.
 - 31) Derecho a la comunicación.
 - 32) Derecho a la comunicación.
 - 33) Derecho a la comunicación.
 - 34) Derecho a la comunicación.
 - 35) Derecho a la comunicación.
 - 36) Derecho a la comunicación.

Fas. am

cientas para poder proporcionar los datos del proceso de desarrollo que se han ido generando a lo largo de la investigación. Este enfoque ha sido el que se ha utilizado en este estudio.

Se han neurobiológicamente habido un desarrollo cognitivo de los procesos de desarrollo de un retraso en el proceso de la vida que se refiere a los aspectos en esta etapa. Por lo tanto, desde el punto de vista de las deficiencias, como en el caso de las deficiencias de las estructuras, así como con ello pueden ser denominadas en conjunto como retraso mental.

Los estudios con fines psicológicos (Mull, 1984; Gubert et al., 1991; Levine et al., 1983 y López, 1988, por ejemplo) han cuando se refieren a las causas del retraso mental, se refieren a las causas del retraso mental, o las que se clasifican según el momento de la vida en que se supone que se adquieren (forma hereditaria y postnatal); en relación con las deficiencias estructurales que con base en trabajos replicados son posibles de correlacionar con un amplio rango de comportamientos, no con bajo coeficiente intelectual. Estas correlaciones continúan hablando de un comportamiento que se concibe en términos de componentes de este mismo tipo, como la definición de la capacidad de explicar un proceso. Así (Auld, 1991; 1991).

Como datos ejemplos de dichos términos las clasificaciones de los retrasos mentales de la Organización Mundial de la Salud (1992), en las que el retraso mental es considerado como un síndrome con niveles de gravedad que varían desde el retraso mental leve hasta el retraso mental profundo. Esto es, que la clasificación de los retrasos mentales.

Entre las categorías de clasificación.

5

Huellas

que utiliza el DSM-IV para definir una patología incluye a los factores predisponentes, los factores ambientales y los factores desencadenantes. Este enfoque ha sido el que se ha utilizado en este estudio.

Se ha hecho un gran esfuerzo para que la forma de comportamiento cognitivo, emocional y social, sea retraso mental, o las que se clasifican según el momento de la vida en que se supone que se adquieren (forma hereditaria y postnatal); en relación con las deficiencias, como en el caso de las deficiencias de las estructuras, así como con ello pueden ser denominadas en conjunto como retraso mental.

Los estudios con fines psicológicos (Mull, 1984; Gubert et al., 1991; Levine et al., 1983 y López, 1988, por ejemplo) han cuando se refieren a las causas del retraso mental, se refieren a las causas del retraso mental, o las que se clasifican según el momento de la vida en que se supone que se adquieren (forma hereditaria y postnatal); en relación con las deficiencias estructurales que con base en trabajos replicados son posibles de correlacionar con un amplio rango de comportamientos, no con bajo coeficiente intelectual. Estas correlaciones continúan hablando de un comportamiento que se concibe en términos de componentes de este mismo tipo, como la definición de la capacidad de explicar un proceso. Así (Auld, 1991; 1991).

Sobre esta base los educadores que han trabajado con niños con retraso mental, o las que se clasifican según el momento de la vida en que se supone que se adquieren (forma hereditaria y postnatal); en relación con las deficiencias, como en el caso de las deficiencias de las estructuras, así como con ello pueden ser denominadas en conjunto como retraso mental.

21.1 cm.

Myriad Roman 16 19 pt.

0.5 cm.

Myriad Roman 65 78 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

30 cm.

42.2 cm.

1 cm. + 1 cm.

21 cm.

Myriad Roman 14 17 pt.

12

Fás -tm

Huellas

Mi experiencia en PEYDI



Lidia Berroa, Sencator de Marketing y Administradora Ejecutiva Escuelas

El proceso PEYDI (Planificación Estratégica y Desarrollo Institucional) al que he podido asistir y participar en compañía de quienes colaboran, me ha permitido conocer el PEYDI del tiempo desde que nuestra institución la encoñó hasta la fecha actual.

Hemos pasado -ista a diferentes etapas- entornos, ampliación de horizontes, cambios y externos, los que nos han motivado a lo largo de los 15 años de existencia, a ser cada día mejores.

Me lleva alegrado ser parte de FASINARM, institución que ha ido creciendo en el aspecto técnico y en la calidad de sus colaboradores, en la responsabilidad y en la seguridad de brindar siempre un excelente servicio a cada uno de sus programas.

Aspectos analizados en PEYDI como la VISIÓN, LA MISIÓN, LA COMPETENCIA CRÍTICA, nos han servido para actualizar y fortalecer el que hacer de cada día.

Además el reuniones en fechas, onestas de nuestra responsable, en las que nos permite hacer un alto en nuestro día a día y compartir tantos momentos de profundo análisis, como recordar y valorar sus conen y eventos pasados.

En cada reunión me doy cuenta, en poco más nuestro tarea, nos planteamos de cuáles buscamos oportunidades, en qué nos vamos a enfocar, en qué nos vamos a hacer profesionales en nuestro trabajo diario como es el atender a personas con discapacidad intelectual y/o en circunstancias especialmente difíciles y sus familias.

1 cm.

2.5 cm.

30 cm.

21 cm.

Myriad Roman 16 19 pt.

9

Fás -tm

Huellas

ci sobre el desempeño individual y social de la persona o bien, desde sus funciones de diagnóstico social que manejan o integran el diagnóstico de las posibilidades intelectuales.

Uno de los rasgos más importantes de la discapacidad intelectual es la capacidad mental no desarrollada al retraso mental, sino categorizar aquellas formas de limitación que, en dependencia de su origen o con respecto por el pensamiento, la comunicación y otros dominios vinculados con la inteligencia.

La CODD 2, por su naturaleza, no incluye al retraso mental como categoría más práctica, como son las distintas formas de discapacidad intelectual fundamental. Esta categoría incluye una situación de discapacidad intelectual en un contexto dado y para disponer de un diagnóstico de diagnóstico.

El que para síndromes similares, relacionados con limitación intelectual por causas genéticas, orgánicas o ambientales, se demuestran patrones similares de diagnóstico que son predictivos.

El que a diagnóstico y pronósticos similares se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

El que el retraso mental es un atributo de los individuos que conlleva un diagnóstico social que se relaciona con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

0.5 cm.

Myriad Roman 65 78 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

que los conocimientos, herramientas y decisiones profesionales sean humanamente elaborados, para procurar la mejor calidad de vida posible para el ser humano según su biografía, cultura y su condición de diversidad.

A manera de conclusión

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

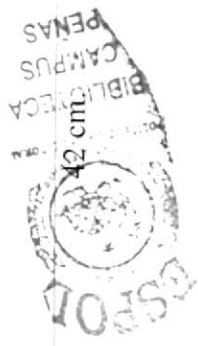
Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

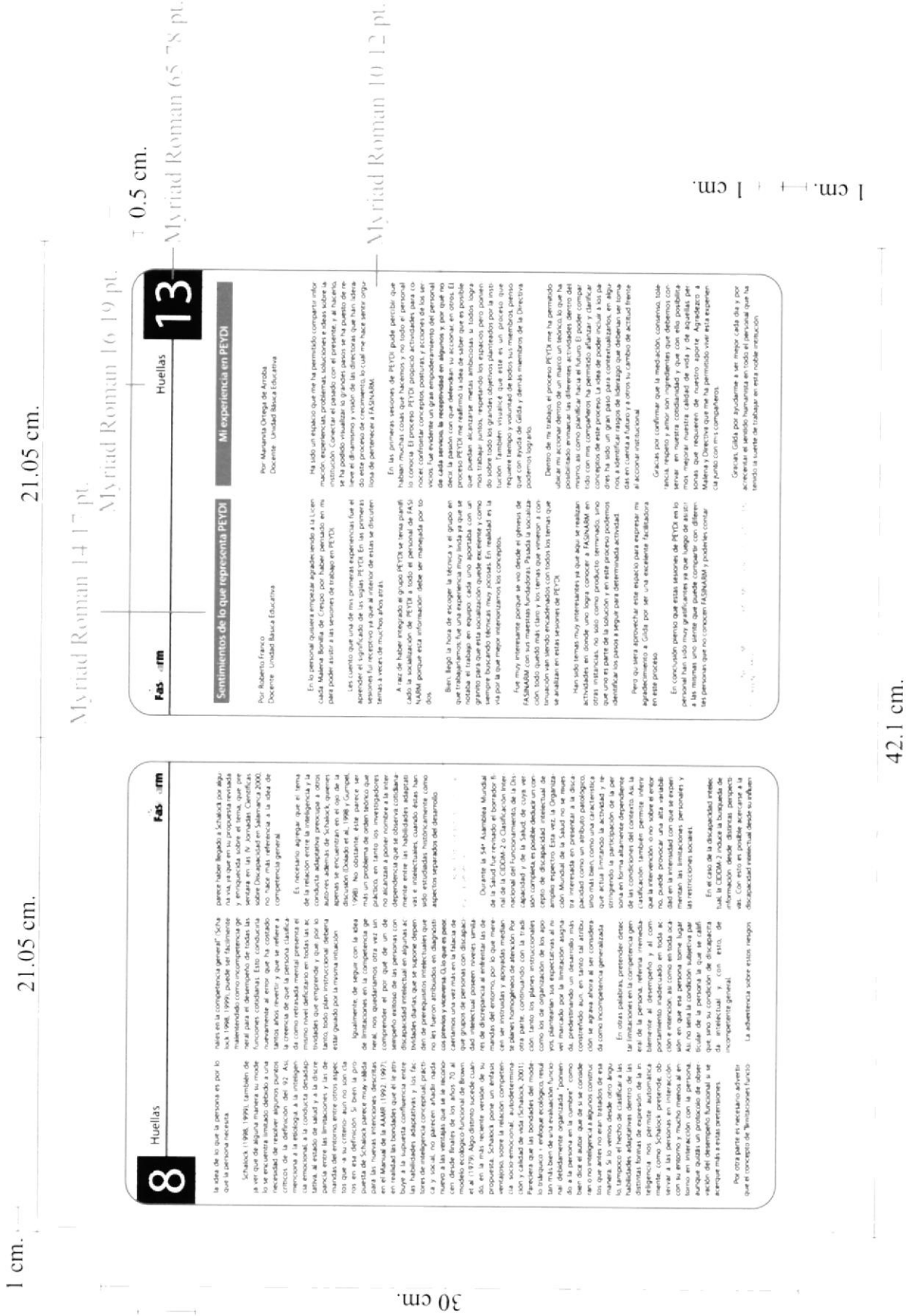
Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

Tratar de definir el retraso mental de la forma que represente a los últimos descubrimientos en relación con los diagnósticos de diagnóstico que se relacionan con un diagnóstico de diagnóstico que son predictivos.

1 cm.





1 cm.

21.1 cm.

21.1 cm.

Myriad Roman 14 17 pt.

Myriad Roman 16 19 pt.

1 0.5 cm.

Myriad Roman 65 78 pt.

6

Huellas

El hecho de que ni aun dos per...
He algo relativamente idéntico...
(Es posible sostener la existencia...
de desarrollo comparable, basta pro...
fundamente la atención sobre las dife...
rencias y las similitudes de los progra...
mas y las técnicas de enseñanza que se...
consideran generalizables. Sin em...
bargo en forma paralela a la investiga...
ción continúa esforzándose por tratar...
los tratamientos, los procedimientos y...
mismo Ammerman (1997), aun con...
do toda evidencia se resiste a la idea...

Lo que hasta ahora parece más consen...
sado de seguir es que tal y como se...
guía Damasio (1996), el paquete gene...
tico y las alteraciones estructurales no...
son más que un equipamiento imperio...
so para cada uno de nosotros que nos...
proceso de las relaciones del individuo...
con su entorno. Lo que permite augurar...
que huellas con similitudes similares...
no serían en común más que en un...
contexto que el sujeto comparte con...
de inclusión (Vachon, 1998).

Y después de responder a todas es...
tas preguntas:
¿Qué algo valió frente a la no dis...
función y lesiones estructurales de...
esta parte conlleva con que el retraso...
mental se ha constituido en una enven...
con social bajo la cual se ha tratado...
de homogeneizar un rasgo a una jer...
que abarcan limitaciones intelectuales...
relacionadas más con la una mental...
dad infra de forma de desarrollo...
adaptativo y discapacitante (Mazzoni...
1999).

En el lugar del retraso mental los...
médicos han descubierto alteraciones...
neurobiológicas, los psicólogos a su...
siempre variables e incompletas y los...
educadores a sujetos ineficaces ba...

15

Huellas

Reunión de expertos sobre:
La Convención Internacional Amplia e Integral
para promover y proteger los derechos y la dignidad de las personas con discapacidad.

En respuesta a la resolución mencio...
ada, y previo a la instalación del Conse...
de la Convención Internacional Amplia...
ma amplia y participativa.
La importancia, en vista de las firm...
cas de las leyes internacionales, de un...
más sobre personas con discapacida...
debatieron preocupaciones específicas...
ción de respeto efectivo hacia las per...
sonas con discapacidad.
Los discursos, presentados, escritos...
sobre el tema gran acalorados de la...
necesidad de identificar los principios...
de la convención y el tipo legal de tra...
concordancia en que el documento...
debería de constituir un tratado de...
rechos Humanos, para otorgarle un...
carácter universal, sin restringirlo a un...
acompañada de adhierecias respues...
de centrar el documento en la persona...
in consideraciones adecuadas de los...
interés colectivo.

La Sesión Mesa Redonda Registra...
de Noboa, primera Dama de la Nación, fue...
enviada a este evento, a título personal...
por su reconocido trabajo en el campo...
de la discapacidad.
Ante la imposibilidad de estar de...
legó la representación a la Trabajadora...
Social Isabel C. de Guadalupe, y a la...
Lola Ivorra Valero.
El evento fue justificado en:

La existencia de un espíritu más am...
de los derechos humanos, este nuevo...
chot humanos de las personas con dis...
capacidad.
La importancia de pedir la adop...
ción de un instrumento internacional...
firmes países para que sean coheren...
con los tratados internacionales que...
han ratificado.

Los compromisos adquiridos en la...
mente en el mandato de Durban, toda...
nobia, el Bururo y formas Conecta...
como prioridad. Los huellas...
de la Convención se encuentran a...
especial a los derechos humanos.

15

Huellas

Reunión de expertos sobre:
La Convención Internacional Amplia e Integral
para promover y proteger los derechos y la dignidad de las personas con discapacidad.

En respuesta a la resolución mencio...
ada, y previo a la instalación del Conse...
de la Convención Internacional Amplia...
ma amplia y participativa.
La importancia, en vista de las firm...
cas de las leyes internacionales, de un...
más sobre personas con discapacida...
debatieron preocupaciones específicas...
ción de respeto efectivo hacia las per...
sonas con discapacidad.
Los discursos, presentados, escritos...
sobre el tema gran acalorados de la...
necesidad de identificar los principios...
de la convención y el tipo legal de tra...
concordancia en que el documento...
debería de constituir un tratado de...
rechos Humanos, para otorgarle un...
carácter universal, sin restringirlo a un...
acompañada de adhierecias respues...
de centrar el documento en la persona...
in consideraciones adecuadas de los...
interés colectivo.

La Sesión Mesa Redonda Registra...
de Noboa, primera Dama de la Nación, fue...
enviada a este evento, a título personal...
por su reconocido trabajo en el campo...
de la discapacidad.
Ante la imposibilidad de estar de...
legó la representación a la Trabajadora...
Social Isabel C. de Guadalupe, y a la...
Lola Ivorra Valero.
El evento fue justificado en:

La existencia de un espíritu más am...
de los derechos humanos, este nuevo...
chot humanos de las personas con dis...
capacidad.
La importancia de pedir la adop...
ción de un instrumento internacional...
firmes países para que sean coheren...
con los tratados internacionales que...
han ratificado.

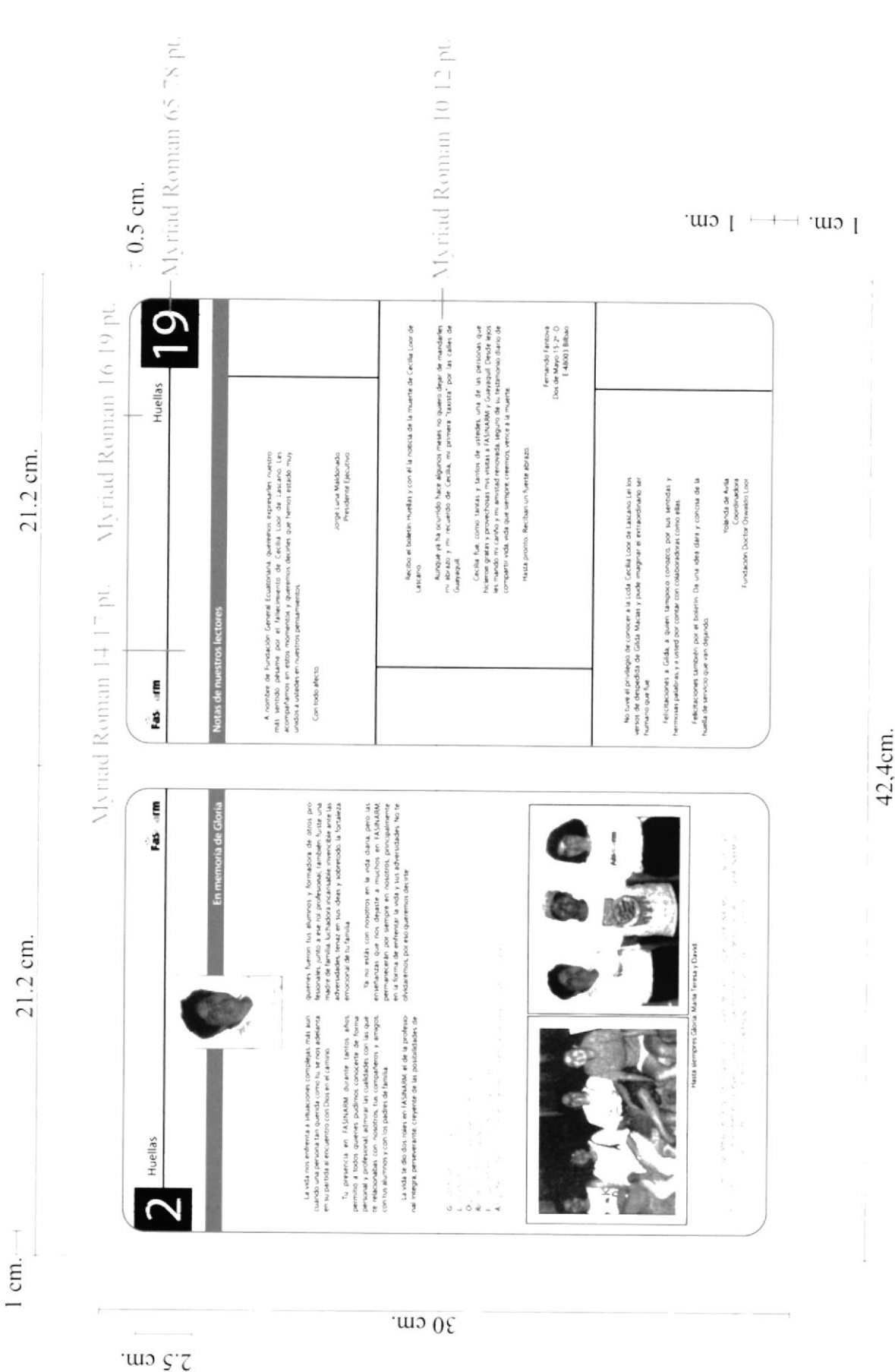
Los compromisos adquiridos en la...
mente en el mandato de Durban, toda...
nobia, el Bururo y formas Conecta...
como prioridad. Los huellas...
de la Convención se encuentran a...
especial a los derechos humanos.

30 cm.

2.5 cm.

42.2 cm.

1 cm.



2 Huellas

FASINARM

En memoria de Gloria



La vida nos enfrenta a situaciones complejas, más aun cuando una persona tan querida como tu se nos adelanta en su partida al encuentro con Dios en el Cielo.

Tu presencia en FASINARM durante tantos años, permitio a todos quienes pudimos, conocer de forma personal y profesional, algunas de las cualidades con las que contaste, como tu capacidad de liderazgo, tu generosidad con tus alumnos y con los padres de familia.

La vida se dio un inter en FASINARM, el día de la profesora que magra, permanentemente, creyente de las potencialidades de quienes fueron tus alumnos y formadores de otros profesionales, junto a ese rol profesional, también fuiste una madre de familia, luchadora incansable, merced a esa fuerza emocional de tu familia.

Tu no estás con nosotros en la vida diaria, pero las enseñanzas que nos distaste a muchos en FASINARM, en la forma de enfrentar la vida y sus adversidades, no se olvidan, por eso queremos decirte:

- Gloria, tu legado es el amor.
- Ojalá que Dios te permita volver pronto.
- Requiere a la familia que te rodea.
- Te amamos y te recordamos siempre.



Hasta siempre Gloria María Teresa y David

FASINARM

19 Huellas

Notas de nuestros lectores

A nombre de Fundación General Ecuatoriana, queremos expresar nuestro más sincero pésame a la familia de Cecilia Lora de Latacunga. Les acompañamos en estos momentos y queremos decirles que hemos estado muy unidos a ustedes en nuestros pensamientos.

Con todo afecto:

Jorge Luis Maldonado
Presidente Ejecutivo

Recibo el dolor, huellas y con el recuerdo de la muerte de Cecilia Lora de Latacunga.

Aunque ya ha ocurrido hace algunos meses no quiero dejar de mandarle mi amor y mi recuerdo de Cecilia, mi primera "tostita" por las calles de Guayaquil.

Cecilia fue como tantas y tantas de ustedes, una de las personas que hemos gran y prometida más vistas a FASINARM y Guayaquil. Desde aquel momento que conocí a Cecilia, me inspiró y me motivó a ser una persona que compartir vida, vida que siempre, siempre, vivió a la muerte.

Hasta pronto. Reciban un fuerte abrazo.

Fernanda Espinosa
Dos de Mayo 1577-D
E-46003 Bilbao

No tuve el privilegio de conocer a la Coda Cecilia Lora de Latacunga. En los veranos de despedida de Gilda Mazañal y puede imaginar el extraordinario ser humano que fue.

Felicidades a Cecilia, a quien siempre conocí, por sus actitudes y hermosas palabras y a usted por contar con colaboradora como ella.

Peticiones también por el bienestar de una idea clara y concreta de la huella de servicio que van dejando.

Yolanda de Arde
Coordinadora
Fundación Doctor Oswaldo Lora

1 cm.

21.2 cm.

21.2 cm.

Myriad Roman 14 17 pt. Myriad Roman 16 19 pt.

± 0.5 cm.

Myriad Roman 65 78 pt.

30 cm.

Myriad Roman 10 12 pt.

1 cm.

42.4cm.

CAPÍTULO 9: *Memoria Anual*

9. MEMORIA ANUAL

9.1 REDISEÑO DE LA MEMORIA ANUAL

Este periódico contiene menos información que el anterior por lo tanto contiene menor número de páginas. Aquí se utilizaron los mismos colores del folleto institucional con el objeto de dar una imagen más alegre debido a que aquí se anunciarán las cosas más importantes del año.

Fue necesario trabajar con retícula para mejorar el diseño. Parte del rediseño es la utilización de fotografías, la modificación de la fuente y su diagramación, con esto se llamará la atención del lector y será más atractivo.

Se han utilizado cuadros y líneas para separar el texto. Las fotografías utilizadas serán de 100 dpi. Éstas serán fotografías de actividades realizadas por la institución. La línea gráfica será la misma de los folletos.

9.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Se ha utilizado para el rediseño los mismos colores de folleto institucional de Fasinarm ya rediseñado, con esto se conservará la línea gráfica. Estos colores son: amarillo, azul, celeste, naranja, verde, colores del logo. Lo único que variará es que aquí también se utilizará una menor saturación del verde naranja y celeste; ésta será del 10%.

Amarillo

C: 1
M: 20
Y: 98
K: 0



Naranja

C: 0
M: 40
Y: 100
K: 0



Celeste

C: 100
M: 26
Y: 0
K: 0



Verde

C: 83
M: 0
Y: 99.61
K: 0



Azul

C: 98.04
M: 98.04
Y: 1.96
K: 0.39



9.3 TIPOGRAFÍA

El texto está escrito con fuente Myriad Roman de 10 pt. en color negro para el contenido. Myriad Roman de 15 pt. para los títulos, Myriad Roman de 25 pt. en color blanco con fondo negro para el nombre de las secciones del periódico, Myriad Roman de 32.39 pt. para el nombre del mismo “Memoria Anual” que estará ubicado en la parte superior. La sangría es de 15 pt. y la retícula es de 2 columnas.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;() " " ¡ ! ¿ ?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;()"!";!¿?

9.4 FORMATO

Tamaño de la Memoria Anual

Horizontal: 63 cm.
Vertical: 29.7 cm.

Márgenes

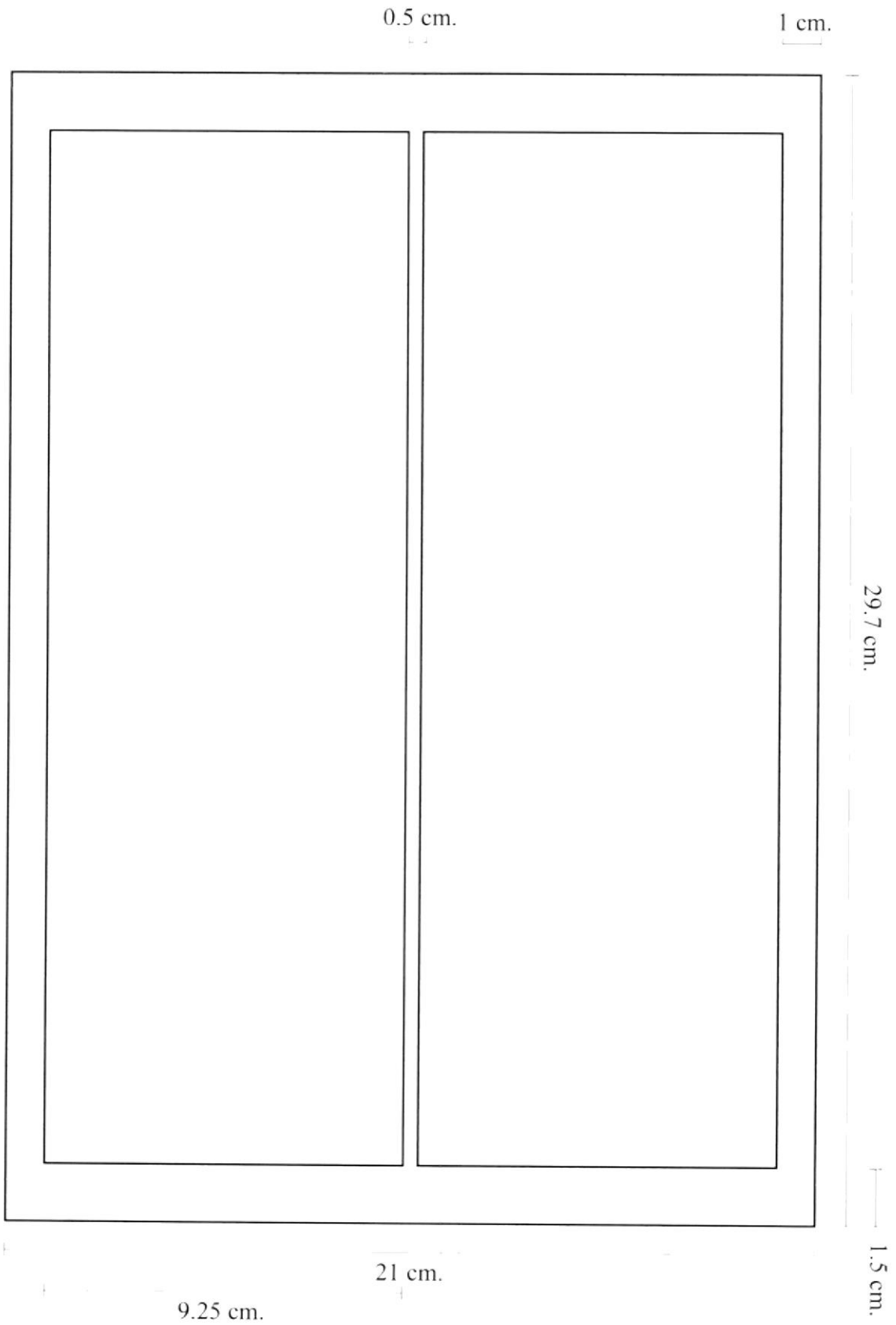
Los márgenes son:

Izquierdo: 1 cm.
Derecho: 1 cm.
Superior: 1.5 cm.
Inferior: 1.5 cm.

Tipo de papel

Papel bond 90 gr.

9.5 RETÍCULA



Esta retícula fue usada en el diseño de la Memoria Anual en todas sus páginas.



CAPÍTULO 10: *Afiches*

CAPÍTULO 10: *Afiches*

10. AFICHES

10.1 DISEÑO DE LOS AFICHES

Fasinarm sólo cuenta con un afiche que es el institucional. Parte de nuestra propuesta es la de sacar más afiches de acuerdo a las fechas importantes del año, tal como se mencionó en las estrategias. Fue necesario trabajar con retícula en el diseño de los mismos.

Se han utilizado barras blancas y amarillas en todos los afiches y el logo de la institución. Las fotografías utilizadas serán de 300 dpi. Éstas serán fotografías de los alumnos de la institución. Los afiches son horizontales y verticales.

10.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Se ha utilizado para el diseño el mismo color amarillo del logo en las barras con esto se conseguirá una relación entre los afiches y los demás diseños.

Amarillo

C: 1
M: 20
Y: 98
K: 0



10.3 TIPOGRAFÍA

El texto está escrito con fuente Myriad Roman de 30 pt. en color blanco y negro según convenga, Myriad Roman de 17.34 pt. para los datos de la institución, slogan y puntos de venta de los productos de Fasinarm y Myriad Roman de 40 pt. para las frases de mayor importancia. La retícula es de 3 columnas.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789

.,:;()'"!¿?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
.,:()""'!¿?

10.4 FORMATO

Tamaño del afiche

Horizontal: 40 cm.

Vertical: 54 cm.

Márgenes

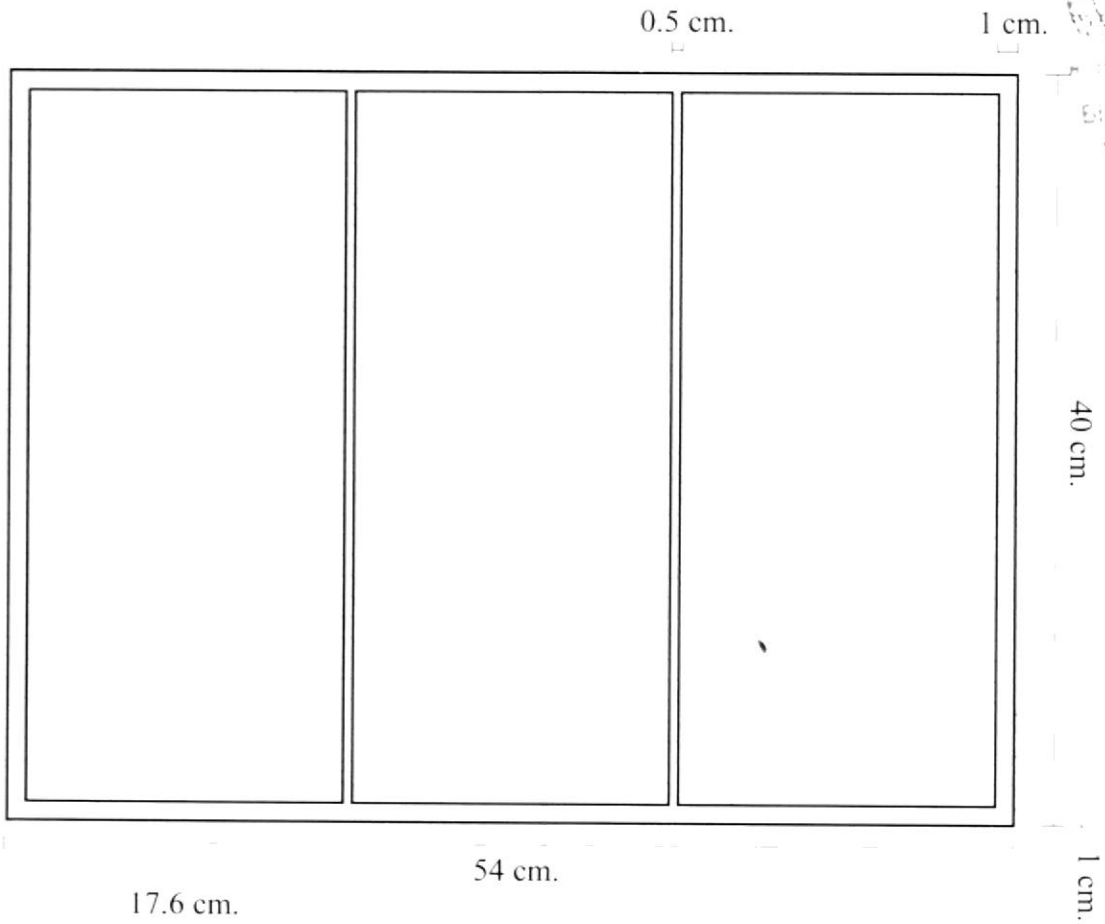
Los márgenes son de 1 cm.

Tipo de papel

Cartulina couché

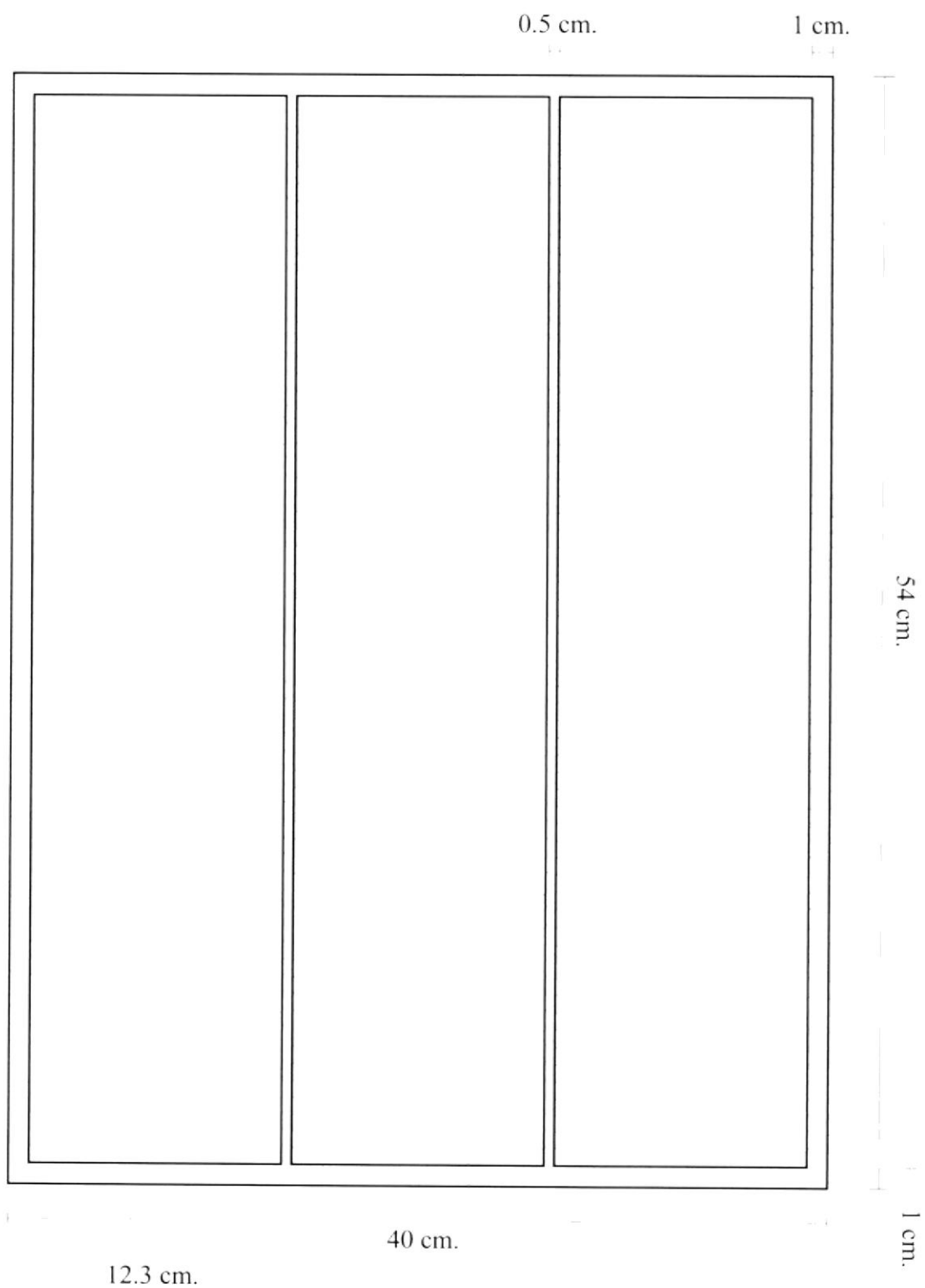
10.5 RETÍCULAS

Retícula 1



Esta retícula fue usada en el diseño de todos los afiches.

Retícula 2



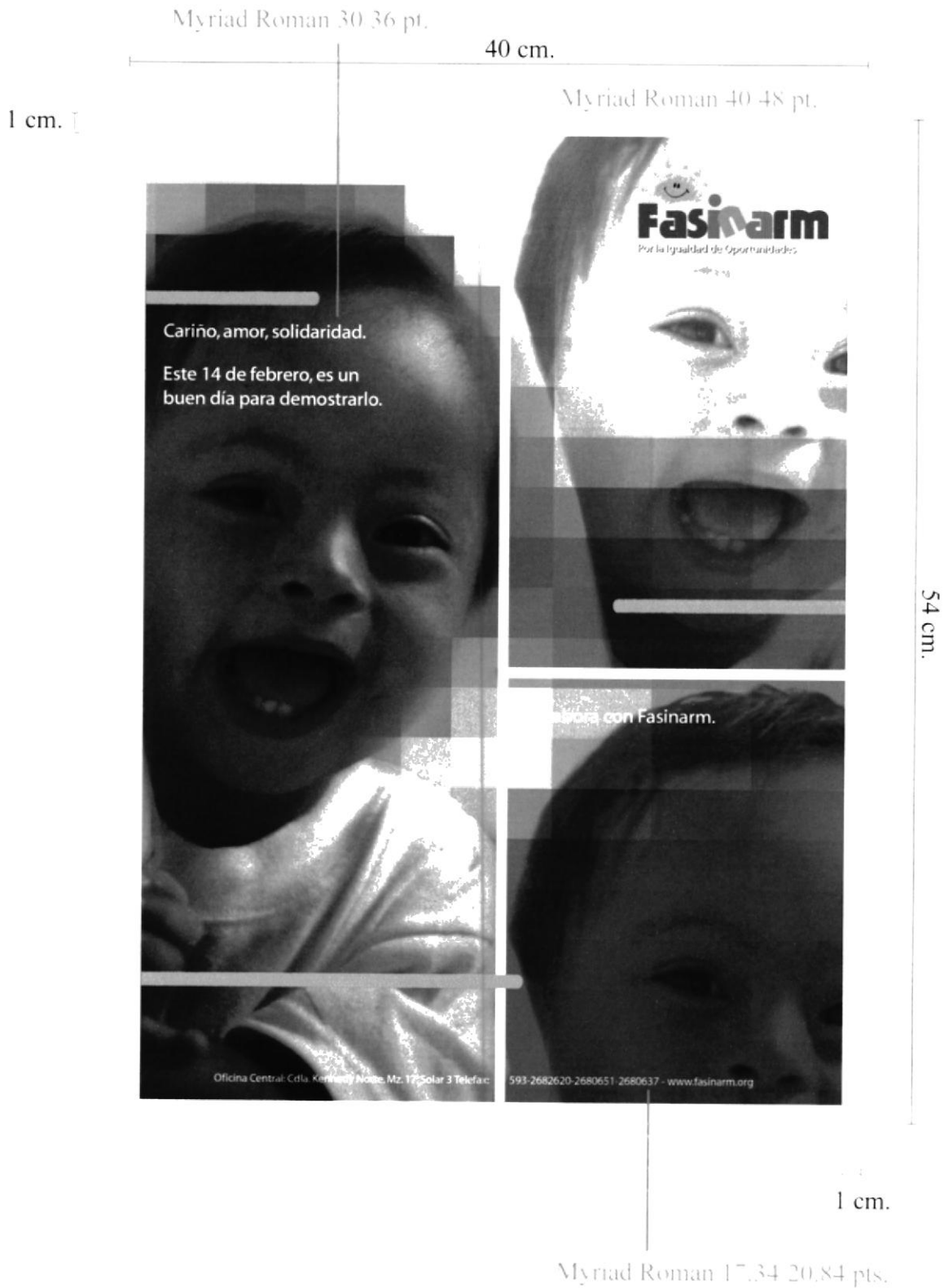
Esta retícula fue usada en el diseño de todos los afiches.

10.6 PIEZA GRÁFICA

Afiche Institucional



Afiche de San Valentín



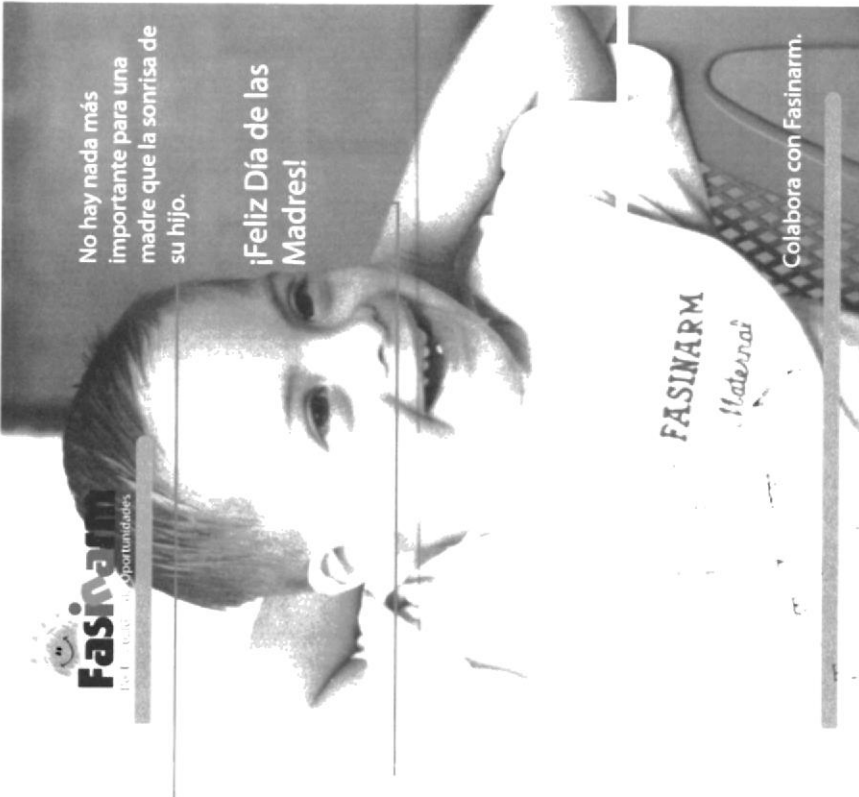
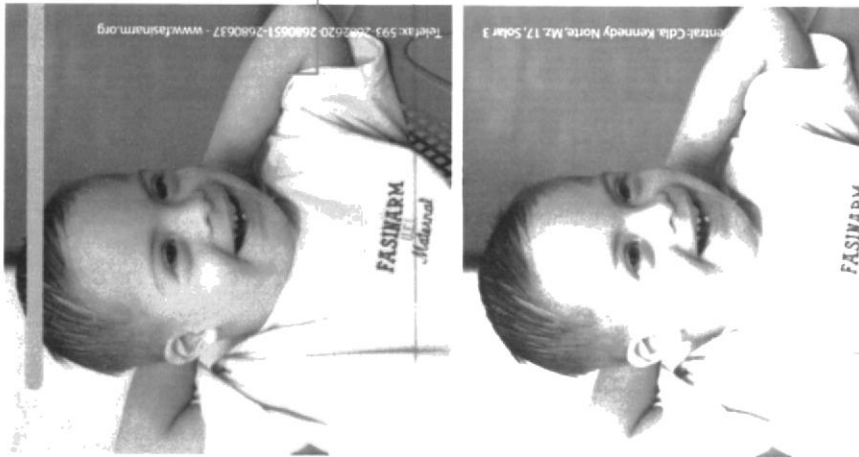
Afiche del Día de las Madres



Myriad Roman 17.34 20.84 pts.

40 cm.

1 cm.



54 cm.

Myriad Roman 30 36 pt.

Myriad Roman 40 48 pt.

1 cm.

Afiche del Día del Niño

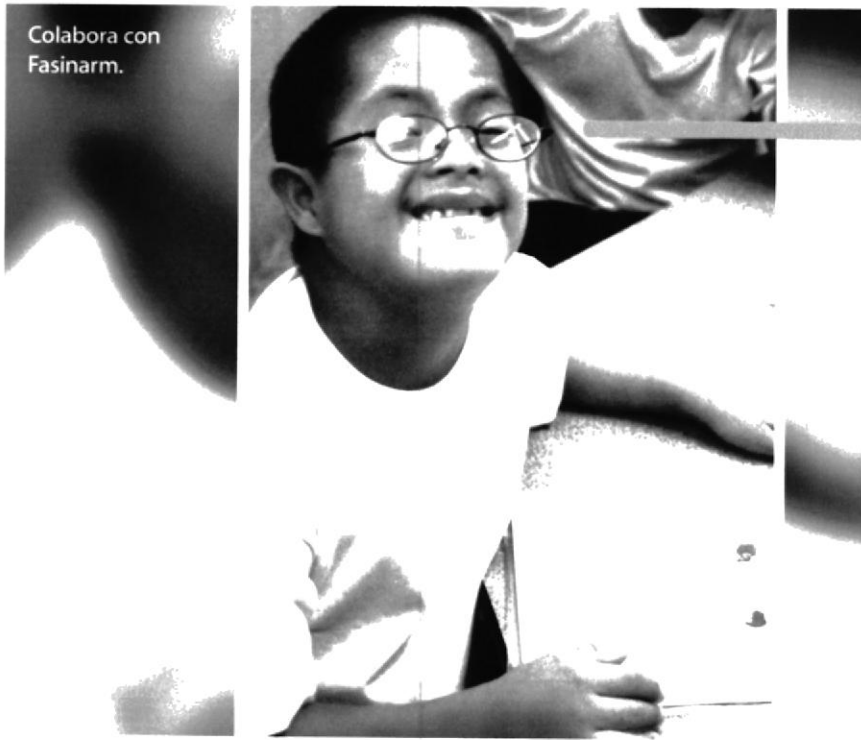
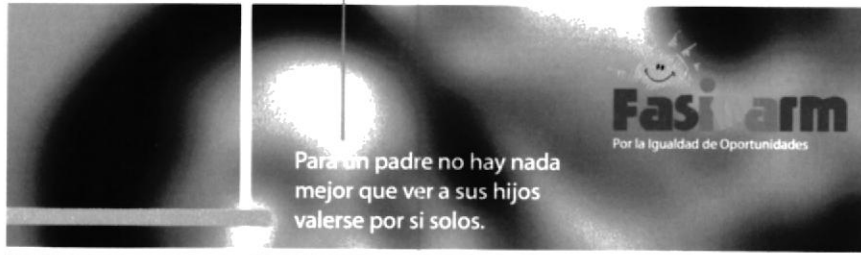


Afiche del Día del Padre

Myriad Roman 30 36 pt.

40 cm.

1 cm.



¡Feliz Día del Padre!

Oficina Central: Cdla. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3 - Telefax: 593-2682620-2680651-2680637 - www.fasinarm.org

Myriad Roman 40 48 pt.

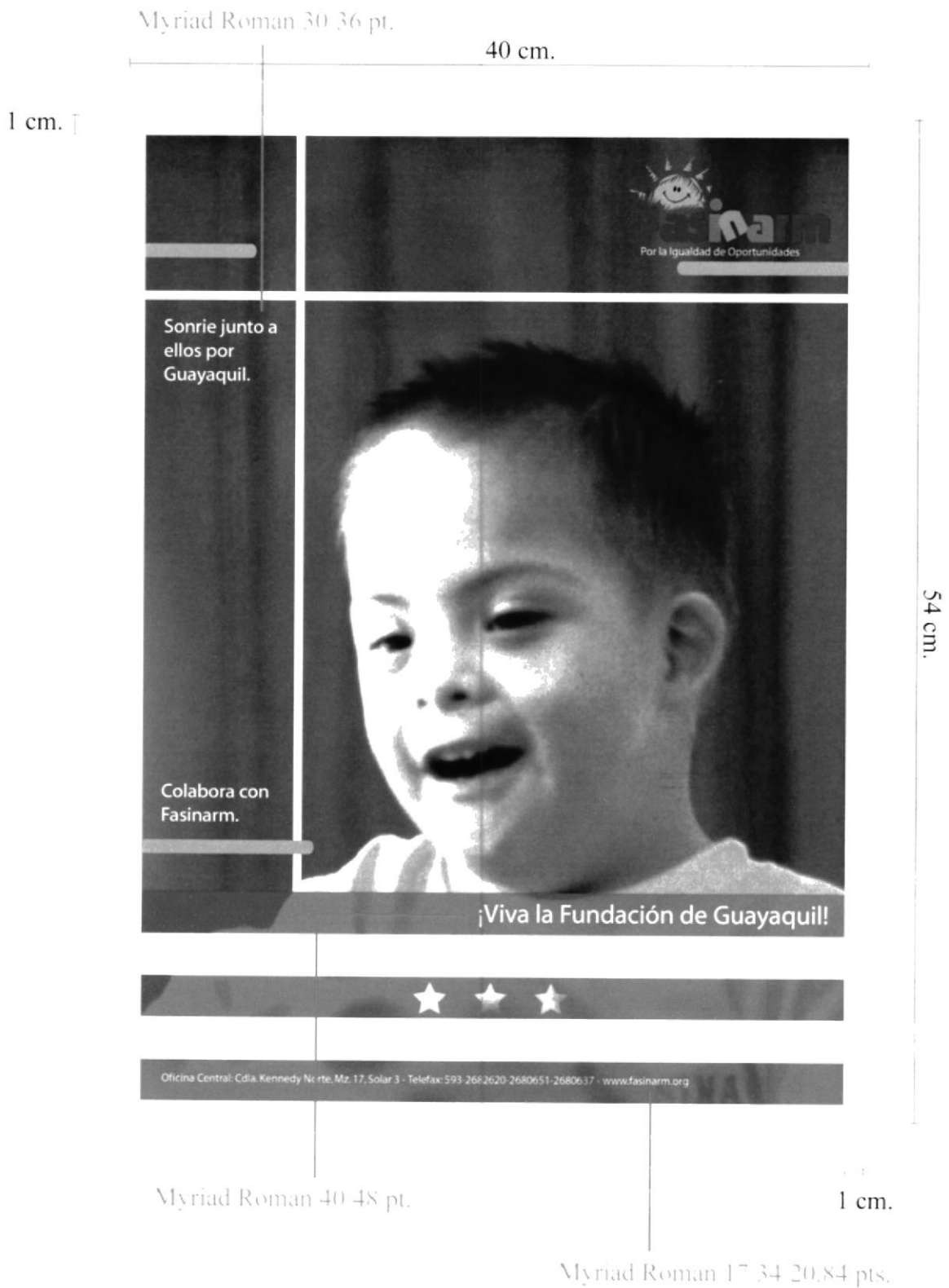
1 cm.

Myriad Roman 17,34 20,84 pts.

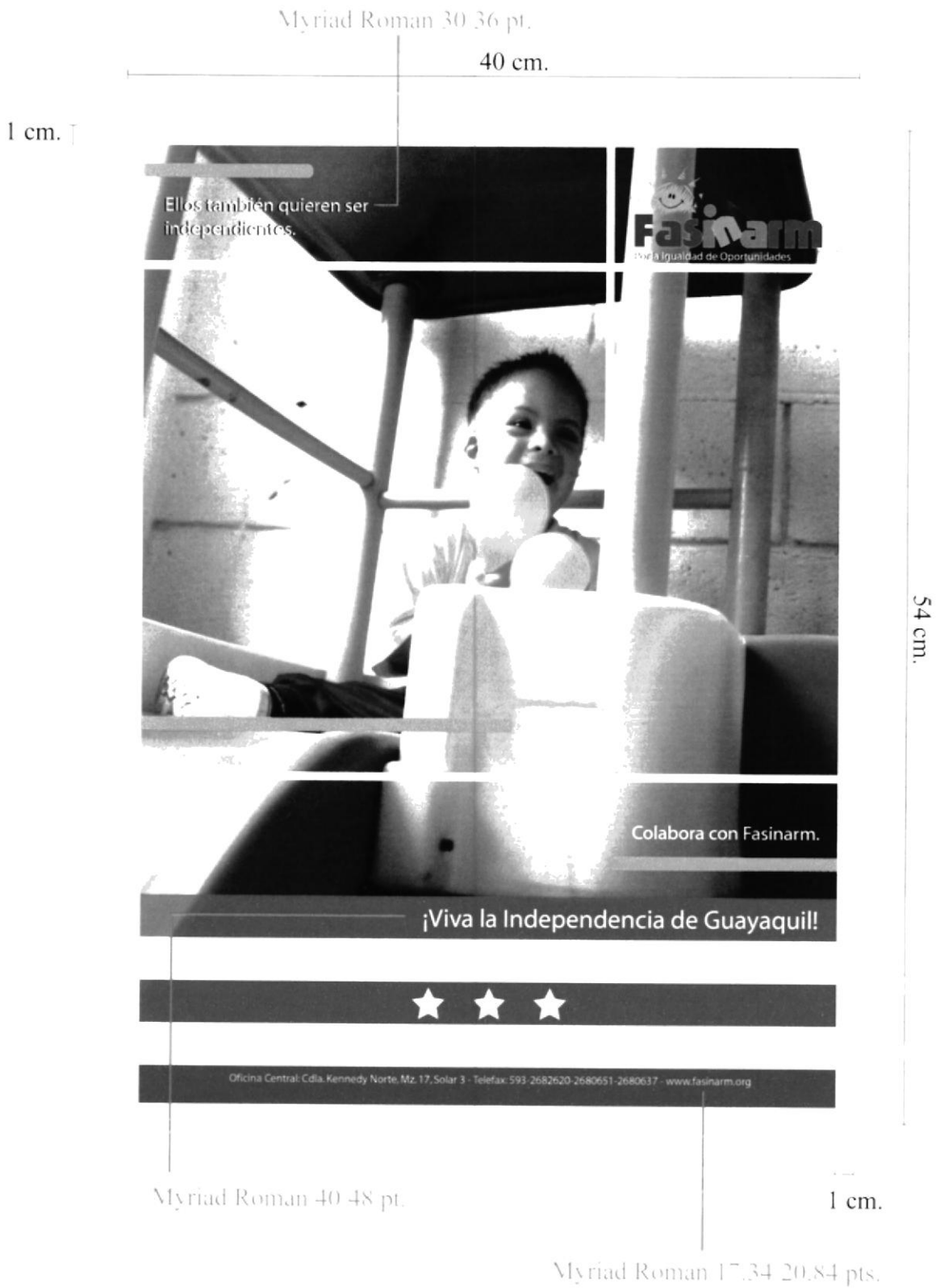
54 cm.



Afiche de la Fundación de Guayaquil



Afiche de la Independencia de Guayaquil



Afiche de Navidad

Myriad Roman 30 36 pt.

40 cm.

1 cm.

54 cm.

ESPOL

BELLA CAMPANA PERAS

¡Feliz Navidad!

Colabora con Fasinarm.

Puntos de venta: Supermaxi - Juan Marcet - Polipapel

Oficina Central: Cda. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3 - Telefax: 593-2682620-2680651-2680637 - www.fasinarm.org

Myriad Roman 40 48 pt.

1 cm.

Myriad Roman 17,34 20,84 pts.

CAPÍTULO 11: *Avisos de revista*

11. AVISOS DE REVISTA

11.1 DISEÑO DE LOS AVISOS DE REVISTA

Parte de nuestra propuesta es la de sacar avisos de revista en ciertos meses especificados en las estrategias. Fue necesario trabajar con retícula en el diseño de los mismos.

Se han utilizado barras blancas y amarillas en todos los avisos y el logo de la institución. Las fotografías utilizadas serán de 300 dpi. Éstas serán fotografías de los alumnos de la institución. Todos tendrán la misma línea gráfica.

11.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Se ha utilizado para el diseño el mismo color amarillo del logo en las barras, con esto se conseguirá una relación entre los avisos y los demás diseños.

Amarillo

C: 1
M: 20
Y: 98
K: 0



11.3 TIPOGRAFÍA

El texto está escrito con fuente Myriad Roman de 15 pt. en color blanco y negro según convenga, Myriad Roman de 10 pt. para los datos de la institución, y puntos de venta de los productos de Fasinarm y Myriad Roman de 20 pt. para las frases de mayor importancia. La retícula es de 3 columnas.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789

.,;:()'"!¿?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
,,:()""i!¿?

11.4 FORMATO

Tamaño de la página de revista

Horizontal: 20.5 cm.

Vertical: 27 cm.

Tamaño de los avisos

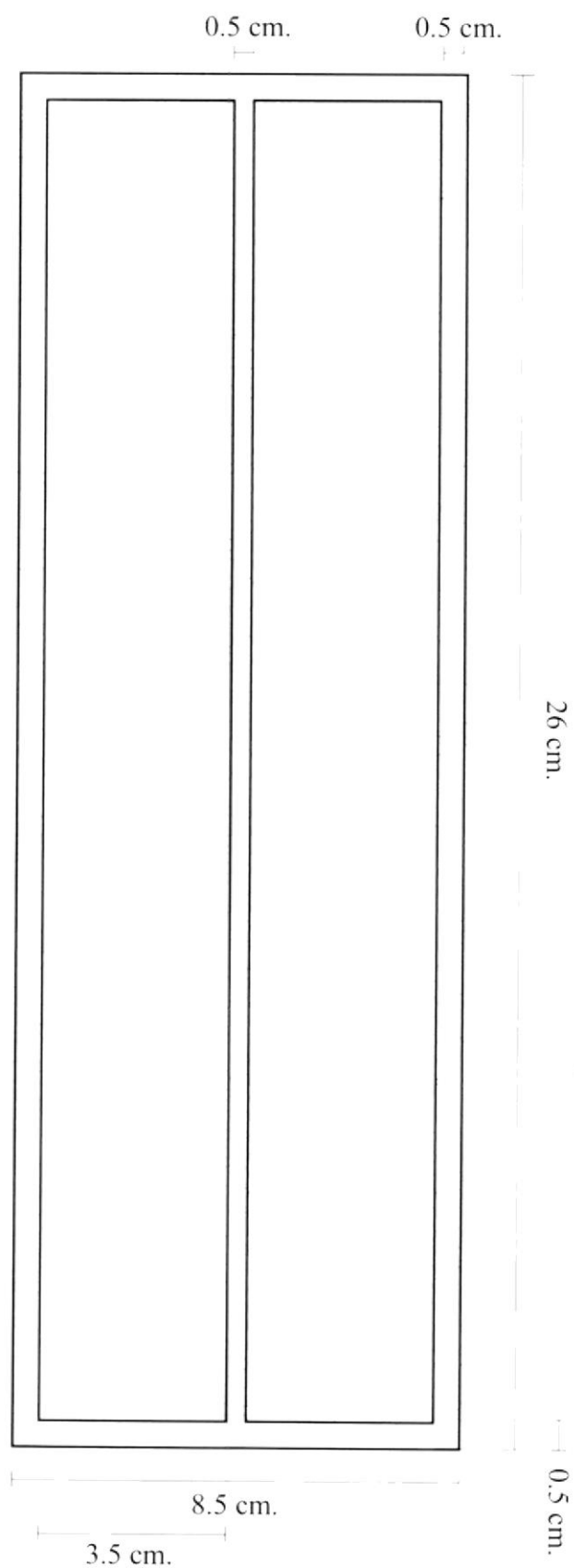
Horizontal: 8.5 cm.

Vertical: 26 cm.

Márgenes

Los márgenes son de 0.5 cm.

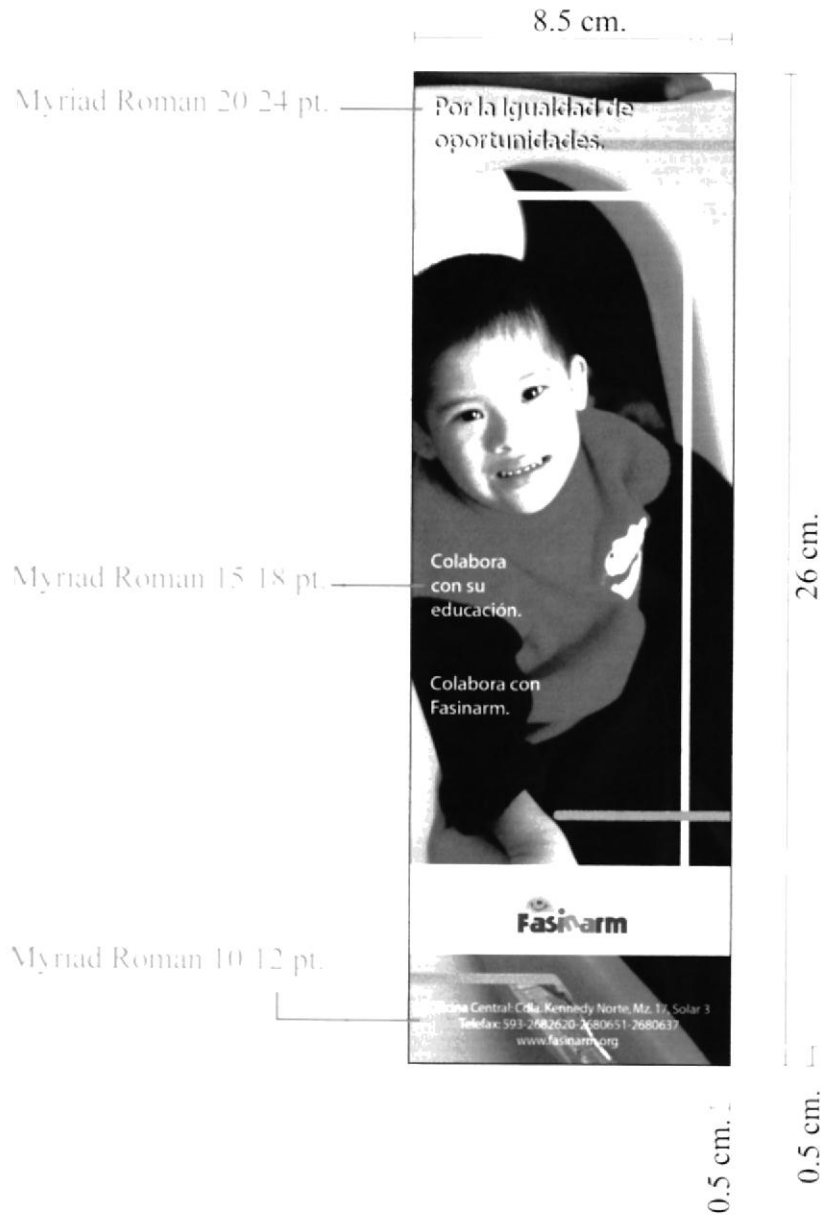
11.5 RETÍCULA



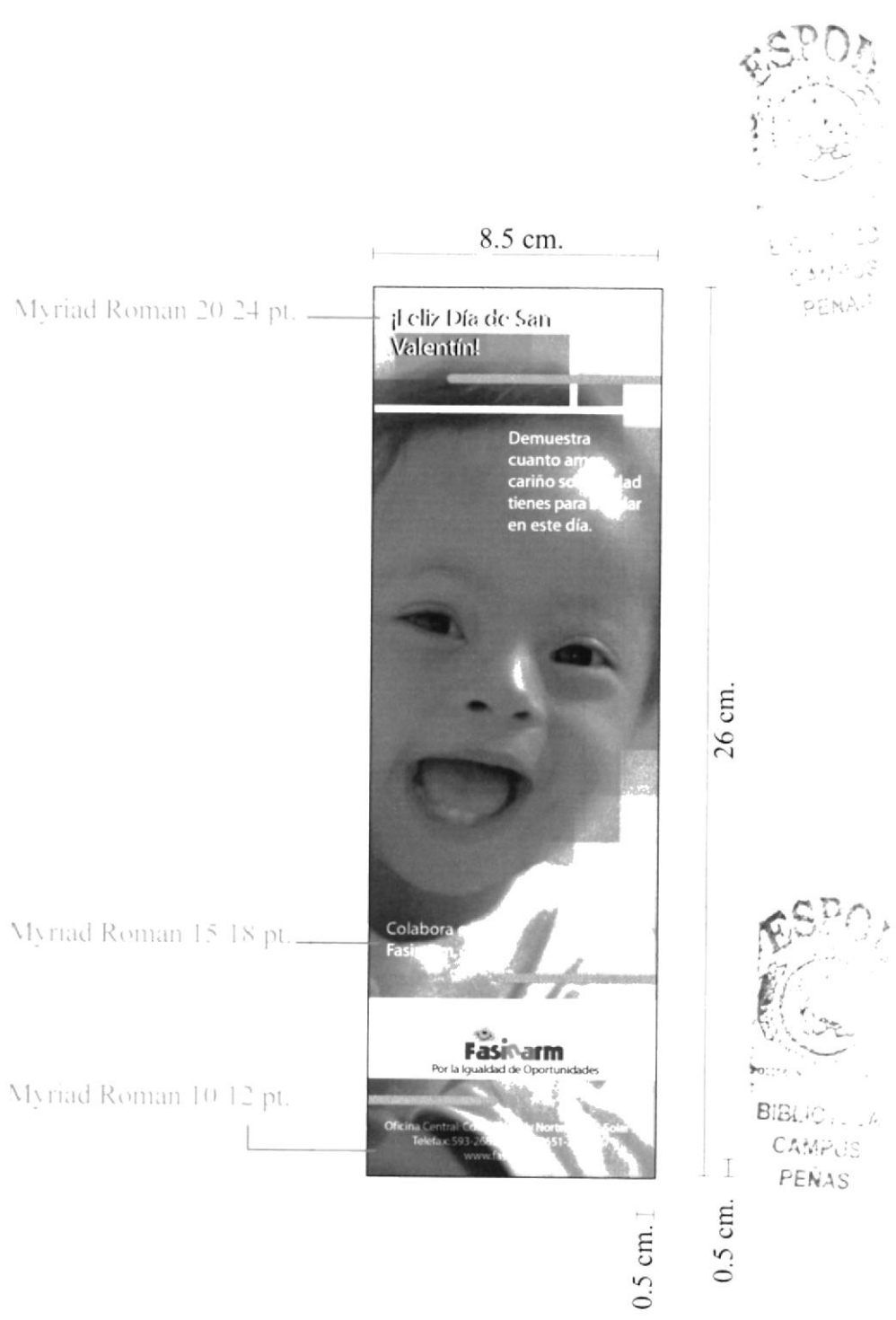
Esta retícula fue usada en el diseño de todos los avisos de revista.

11.6 PIEZA GRÁFICA

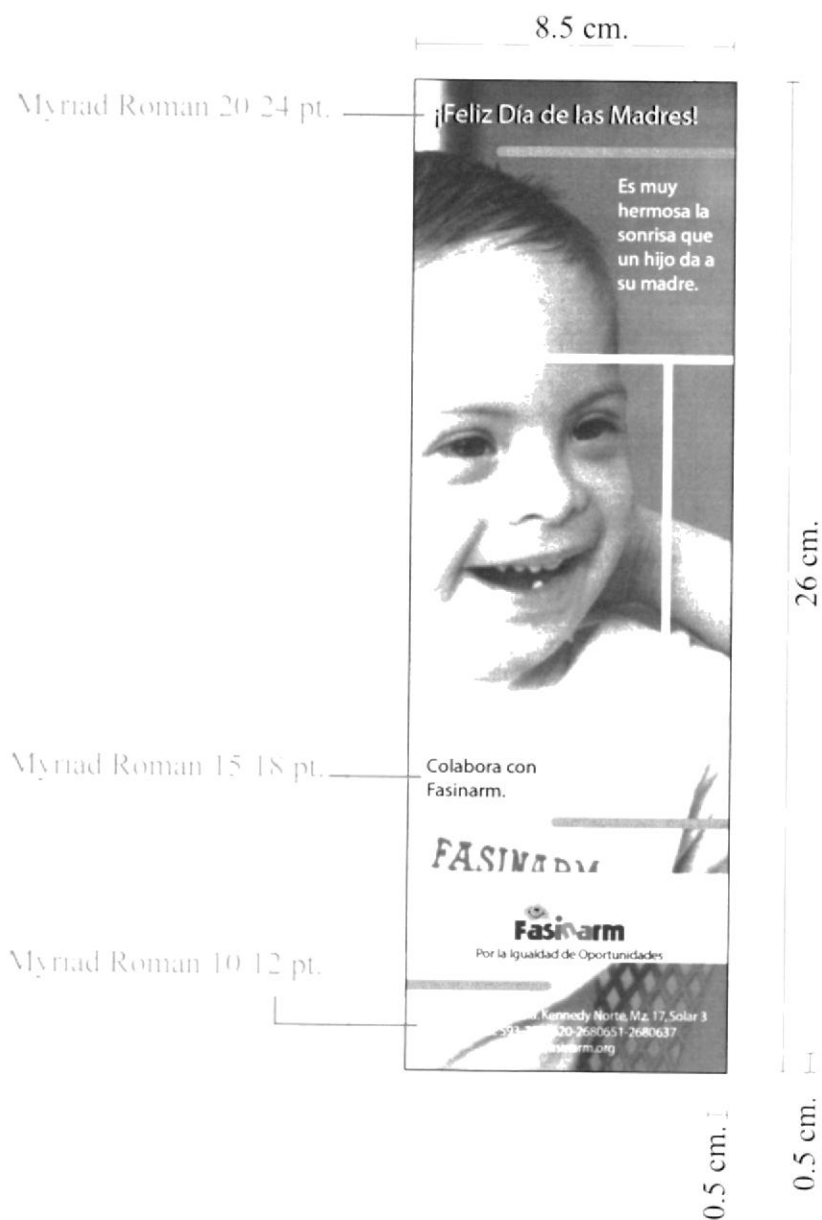
Aviso Institucional



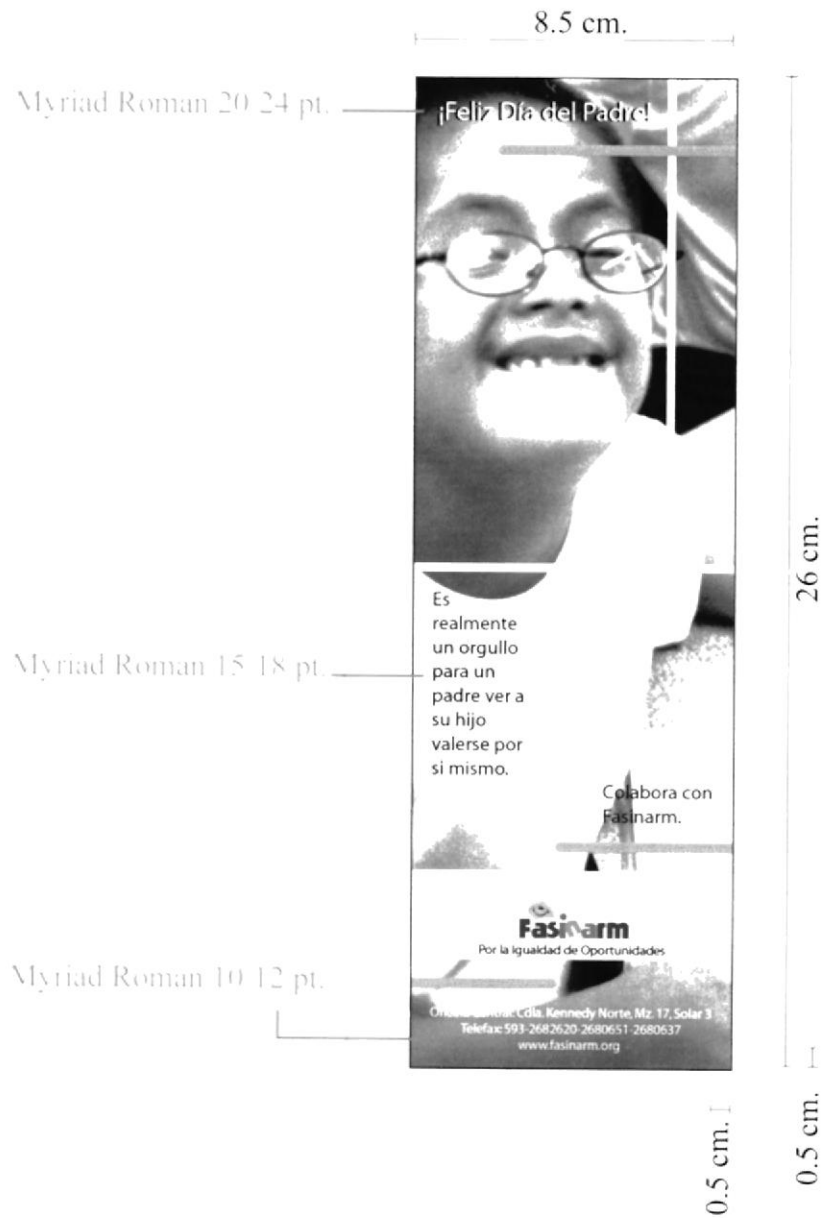
Aviso del Día de San Valentín



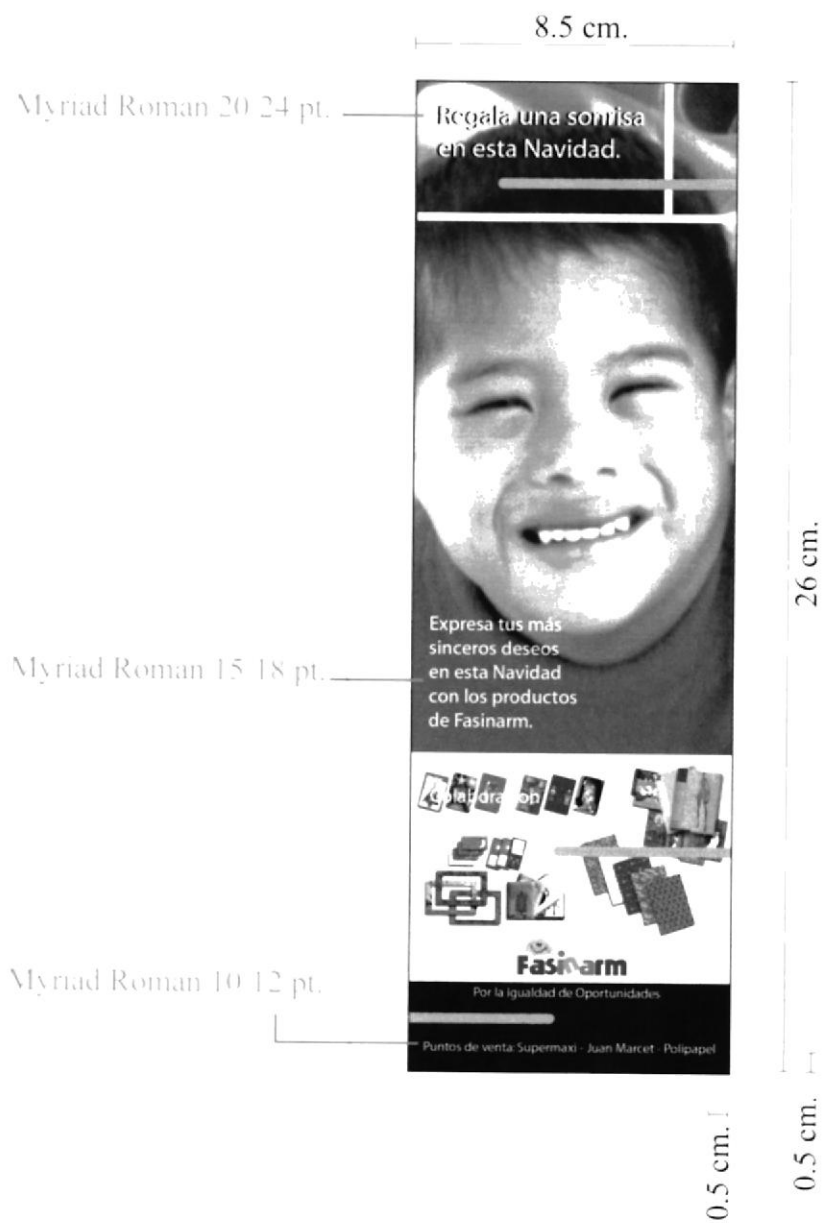
Aviso del Día de las Madres



Aviso del Día del Padre



Aviso de Navidad



CAPÍTULO 12: *Avisos de periódico*



12. AVISOS DE PERIÓDICO

12.1 DISEÑO DE LOS AVISOS DE PERIÓDICO

Parte de nuestra propuesta es la de sacar avisos de periódico en ciertas fechas especificadas en las estrategias. Fue necesario trabajar con retícula en el diseño de los mismos.

Se han utilizado barras blancas en todos los avisos y el logo de la institución. Las fotografías utilizadas serán de 75 dpi. Éstas serán fotografías de los alumnos de la institución. Todos tendrán la misma línea gráfica.

12.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Los avisos serán en blanco y negro porque son económicos.

12.3 TIPOGRAFÍA

El texto está escrito con fuente Myriad Roman de 24 pt. para encabezados, Myriad Roman de 12 pt. y 10 pt. en color blanco o negro según convenga.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789
 .,:;()'"!¿?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;()'"!¿?

12.4 FORMATO

Tamaño de los anuncios

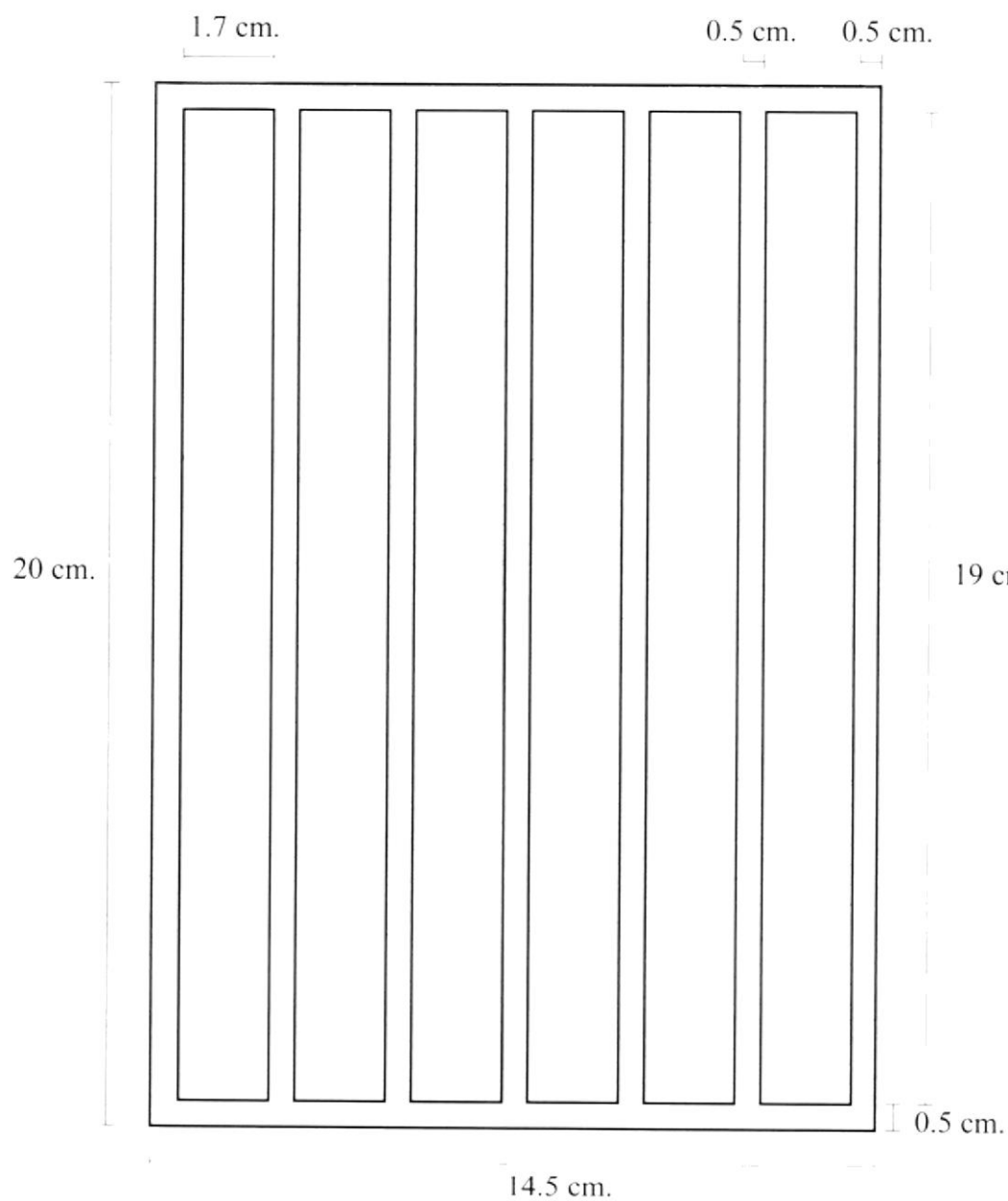
Horizontal: 14.5 cm.

Vertical: 20 cm.

Márgenes

Los márgenes son de 0.5 cm.

12.5 RETÍCULA

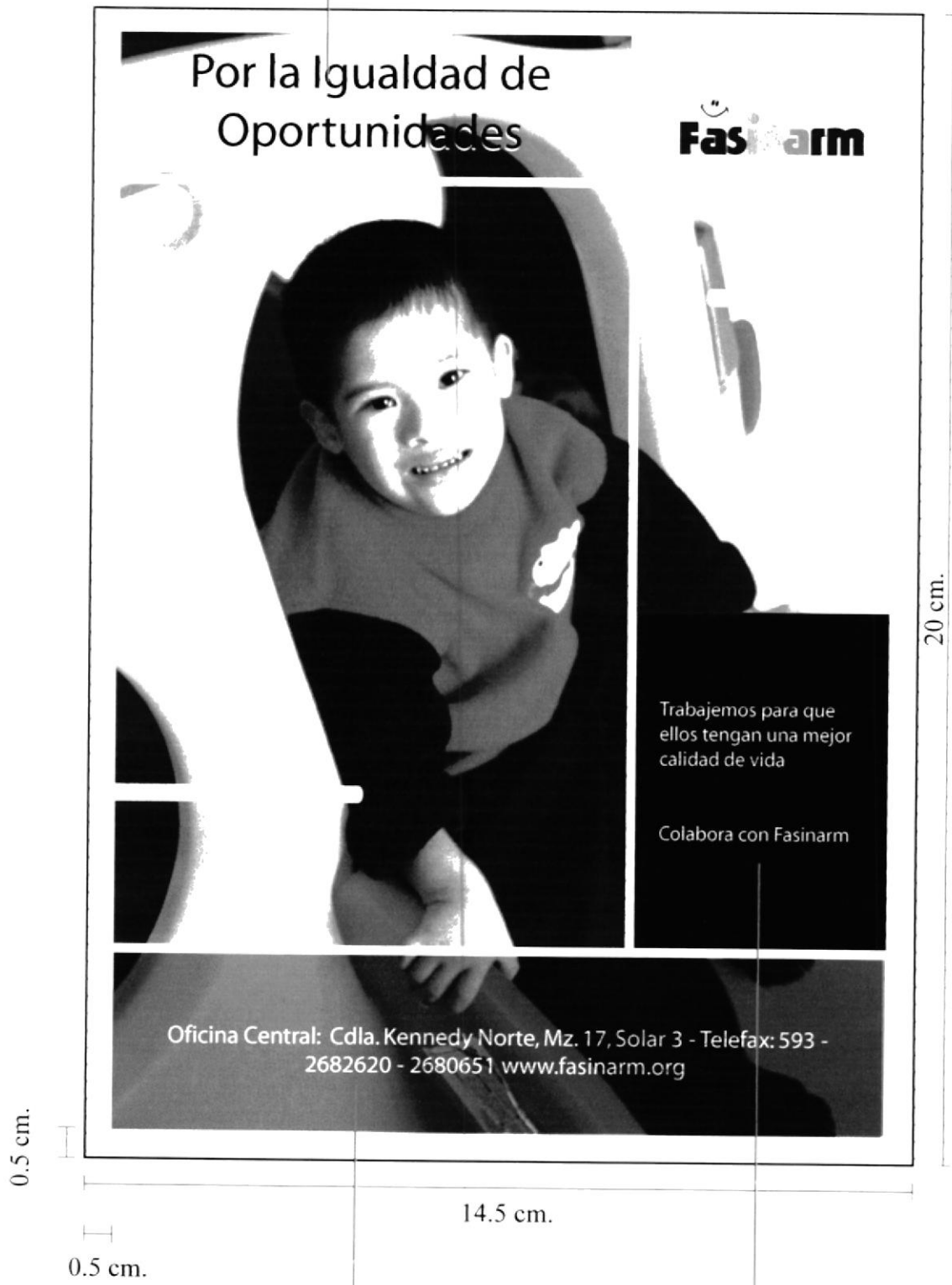


Esta retícula fue usada en el diseño de todos los avisos de periódico.

12.6 PIEZA GRÁFICA

Aviso Institucional

Myriad Roman 24 29 pt.



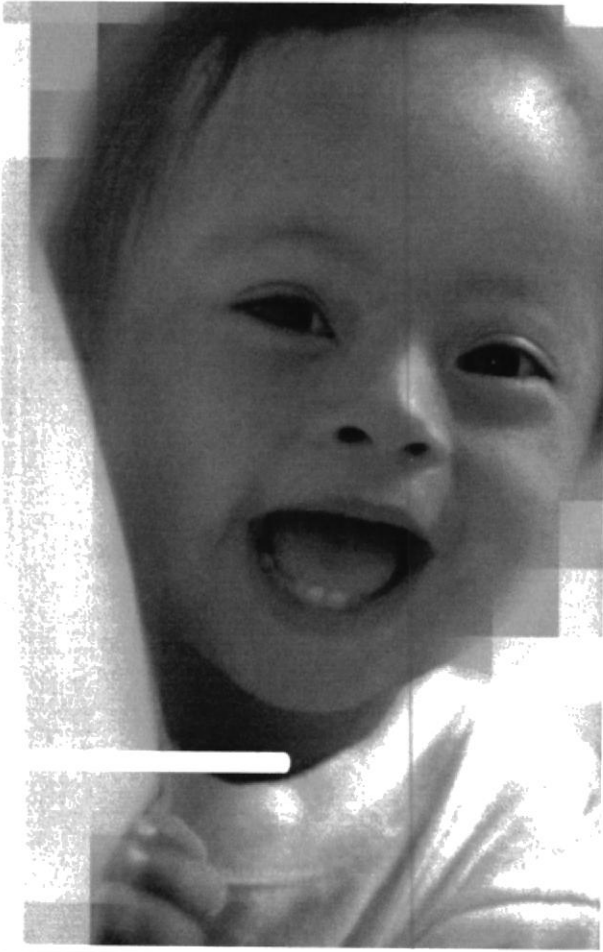
Myriad Roman 12 14 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

Aviso de San Valentín

Myriad Roman 24 29 pt.

Se un amigo de
Fasinarm



En este día especial
te invitamos a
integrarte al grupo de
Amigos de Fasinarm
y apoyar en la
educación de
nuestros niños.

¡Feliz Día de
San Valentín!

Cdla. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3
Sábado 14 de febrero Hora: 10 am - 16pm

0.5 cm.

0.5 cm.

14.5 cm.

20 cm.

Myriad Roman 12 14 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

Aviso del Día de las Madres

Myriad Roman 24 29 pt.

Regala una sonrisa

Fasinarm
Por la Igualdad de Oportunidades

En una tarjeta expresa tus mejores deseos y al mismo tiempo colabora en la educación de nuestros niños.
¡Feliz Día de las Madres!

Puntos de Venta: Supermaxi, Juan Marcet y Polipapel

0.5 cm.

14.5 cm.

20 cm.

0.5 cm.

Myriad Roman 12 14 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

Aviso del Día del Niño

Myriad Roman 24 29 pt.



BIBLIOTECA
CAMPUS
PENAS

Feria de dulces



Fasinarm
Por la Igualdad de Oportunidades

Ven a la feria de dulces
y comparte con tus
niños un día lleno
de muchas sorpresas.

¡Feliz día del niño!

Cdla. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3
Viernes 5 de junio Hora: 10 am

20 cm.

0.5 cm.

14.5 cm.

0.5 cm.

Myriad Roman 12 14 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

Aviso del Día del Padre

Myriad Roman 24 29 pt.

Regala una sonrisa

Fasinarm

Por la Igualdad de Oportunidades

En una pequeña tarjeta encierra los mejores deseos y al mismo tiempo colabora con nuestros niños.

¡Feliz Día del Padre!

Puntos de Venta: Supermaxi, Juan Marcet y Polipape



20 cm.

0.5 cm.

14.5 cm.

0.5 cm.

Myriad Roman 12 14 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

Aviso de la Fundación de Guayaquil

Myriad Roman 24 29 pt.

Casa Abierta

Fasinarm
Por la Igualdad de Oportunidades

Conoce la labor que realizamos en Fasinarm en beneficio a la ciudad educando a personas especiales.

¡Feliz Día Guayaquil!

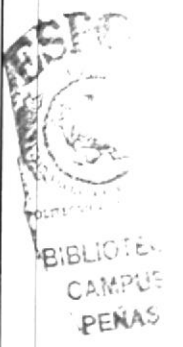
Cda. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3
Viernes 23 de Julio Hora: 10am -15 pm

0.5 cm.

14.5 cm.

0.5 cm.

20 cm.



Myriad Roman 12 14 pt.

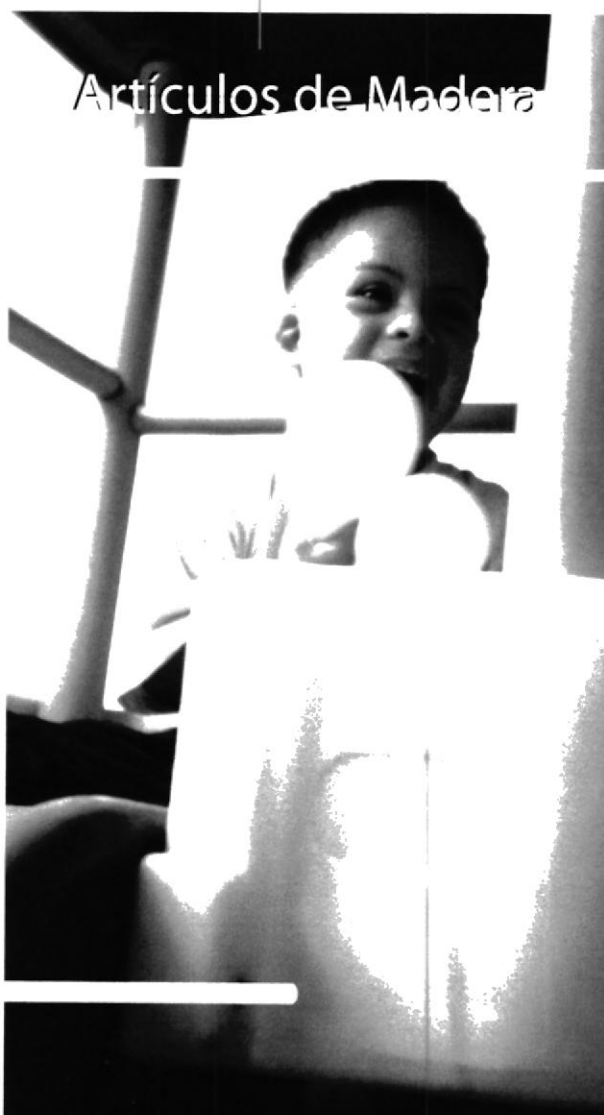
Myriad Roman 10 12 pt.

Aviso del Día de la Independencia de Guayaquil

Myriad Roman 24 29 pt.

Myriad Roman 8 9.5 pt.

Artículos de Madera



Fasinarm
Por la Igualdad de Oportunidades

Ven y adquiere los diversos artículos hechos en madera elaborados en la institución en un día muy importante.
¡Feliz Día Guayaquil!

Cdla. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3
Viernes 8 de Octubre Hora: 10 am - 15 pm

20 cm.


0.5cm.

14.5 cm.

0.5 cm.

Myriad Roman 12 14 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.



Aviso de la Comida Mabita

Myriad Roman 24 29 pt.

Myriad Roman 8 9.5 pt.

The advertisement layout is a vertical rectangle with a grid of design elements. At the top left, the title "Comida Manabita" is written in a large, bold, sans-serif font. Below the title is a black and white photograph of a young child with dark hair, wearing a light-colored shirt, focused on eating from a plate. To the right of the photograph is the "Fasinarm" logo, which consists of a stylized smiley face above the word "Fasinarm" in a bold, sans-serif font. Below the logo is the tagline "Por la Igualdad de Oportunidades". At the bottom of the advertisement, there is a dark rectangular box containing white text that reads: "Cda. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3", "Sábado 4 de septiembre", and "Hora: 10 am - 4 pm".

ESPO
 BIBLIOTECA
 CAMPESINAS
 20 cm.

0.5cm.

14.5 cm.

0.5 cm.

Myriad Roman 12 14 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

Aviso de Navidad

Myriad Roman 24 29 pt. Myriad Roman 8 9.5 pt.

Regala una sonrisa



Regala una sonrisa con las tarjetas navideñas elaboradas por los niños de Fasinarm



Puntos de venta: Supermaxi, Juan Marcet y Polipapel
Visita nuestra página web: www.fasinarm.org

0.5cm. 14.5 cm. 0.5 cm. 20 cm.

Myriad Roman 12 14 pt. Myriad Roman 10 12 pt.



CAPÍTULO 13: *Agenda Juvenil*



13. AGENDA JUVENIL

13.1 DISEÑO DE LA AGENDA

La agenda está dirigida a jóvenes con edades de 16 a 19 años, sexo femenino. Está elaborada a full color para competir con las diferentes marcas que existen en el mercado.

La composición es dinámica contiene cuadros, barras y líneas con colores ya establecidos que contrastan con el fondo.

13.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Los colores escogidos para la elaboración de la agenda son diferentes a las demás piezas gráficas debido a que va dirigido a un target diferente.

Amarillo

C: 0
M: 14
Y: 53
K: 0



Naranja

C: 0
M: 25
Y: 50
K: 0



Celeste

C: 50
M: 25
Y: 0
K: 0



C: 25
M: 12.5
Y: 0
K: 0

Verde

C: 83
M: 0
Y: 99
K: 0



C: 40
M: 0
Y: 50
K: 0



Azul

C: 75
M: 37.5
Y: 0
K: 0



Lila

C: 25
M: 45
Y: 0
K: 0



C: 20
M: 38
Y: 0
K: 0



13.3 TIPOGRAFÍA

La fuente que se ha usado para los titulares es Swiss 911 Regular según el diseño y como fuente auxiliar: Microsoft Sans Serif.

El color del texto varía según el fondo de página para contrastar.

Microsoft Sans Serif

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 .,:;() " " ¡ ! ¿ ?

Microsof Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 .,:;() " " ¡ ! ¿ ?

Swiss 911 Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 .,:;() " " ¡ ! ¿ ?

13.4 CONTENIDO

- Portada
- Página de datos de Fasinarm
- Datos personales
- Calendario 2005
- Calendario 2004
- Horarios
- Fechas para recordar
- 12 diseños de portada de mes
- 12 diseños de página por mes
- Directorio telefónico

13.5 FORMATO

Tamaño

Horizontal: 15 cm.
Vertical: 18 cm.
Stroke: 7 pt.

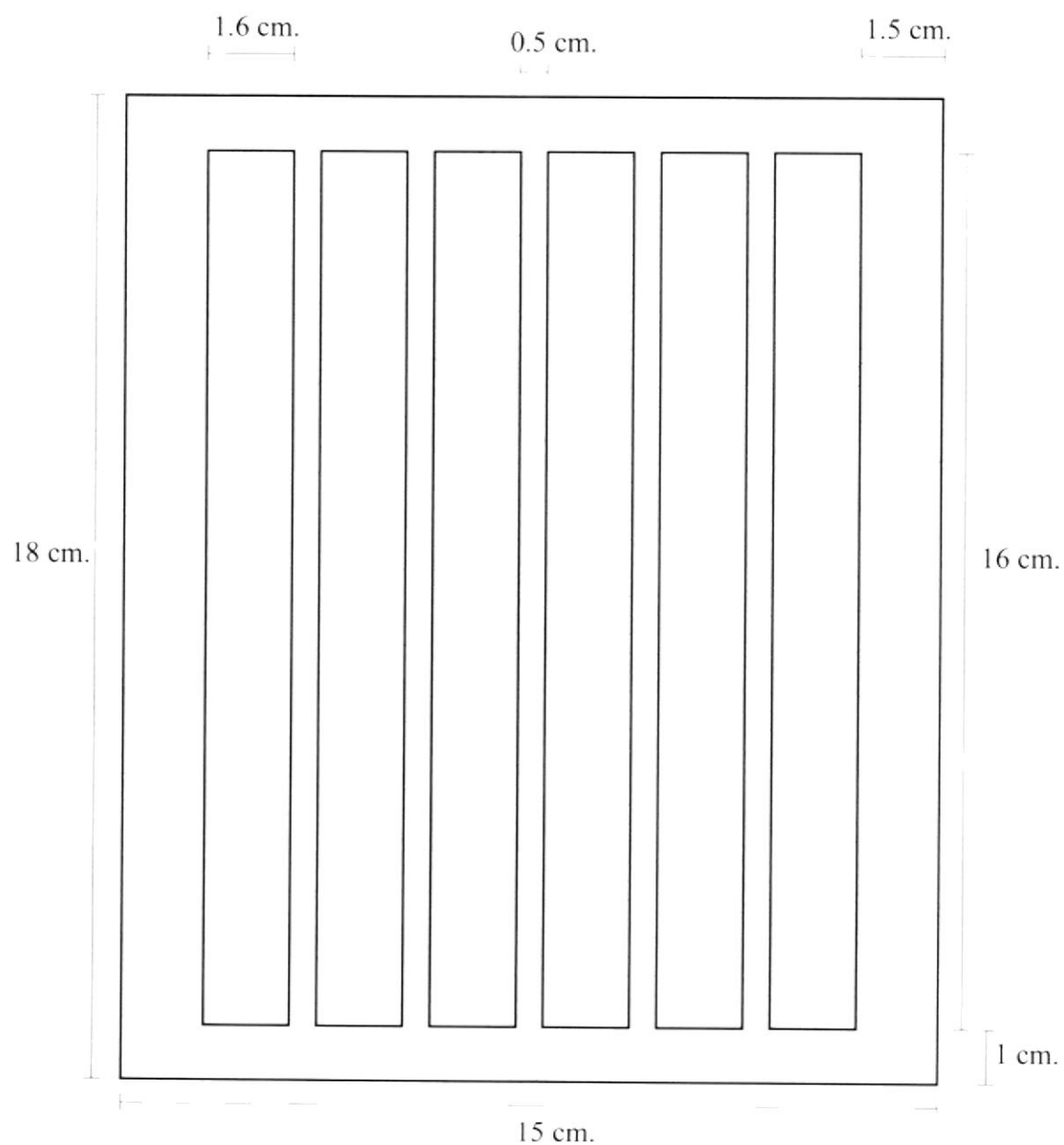
Márgenes

Superior: 1 cm.
Inferior: 1 cm.
Izquierdo: 1.5 cm.
Derecho: 1.5 cm.

Tipo de papel

Papel bond 90 gr.

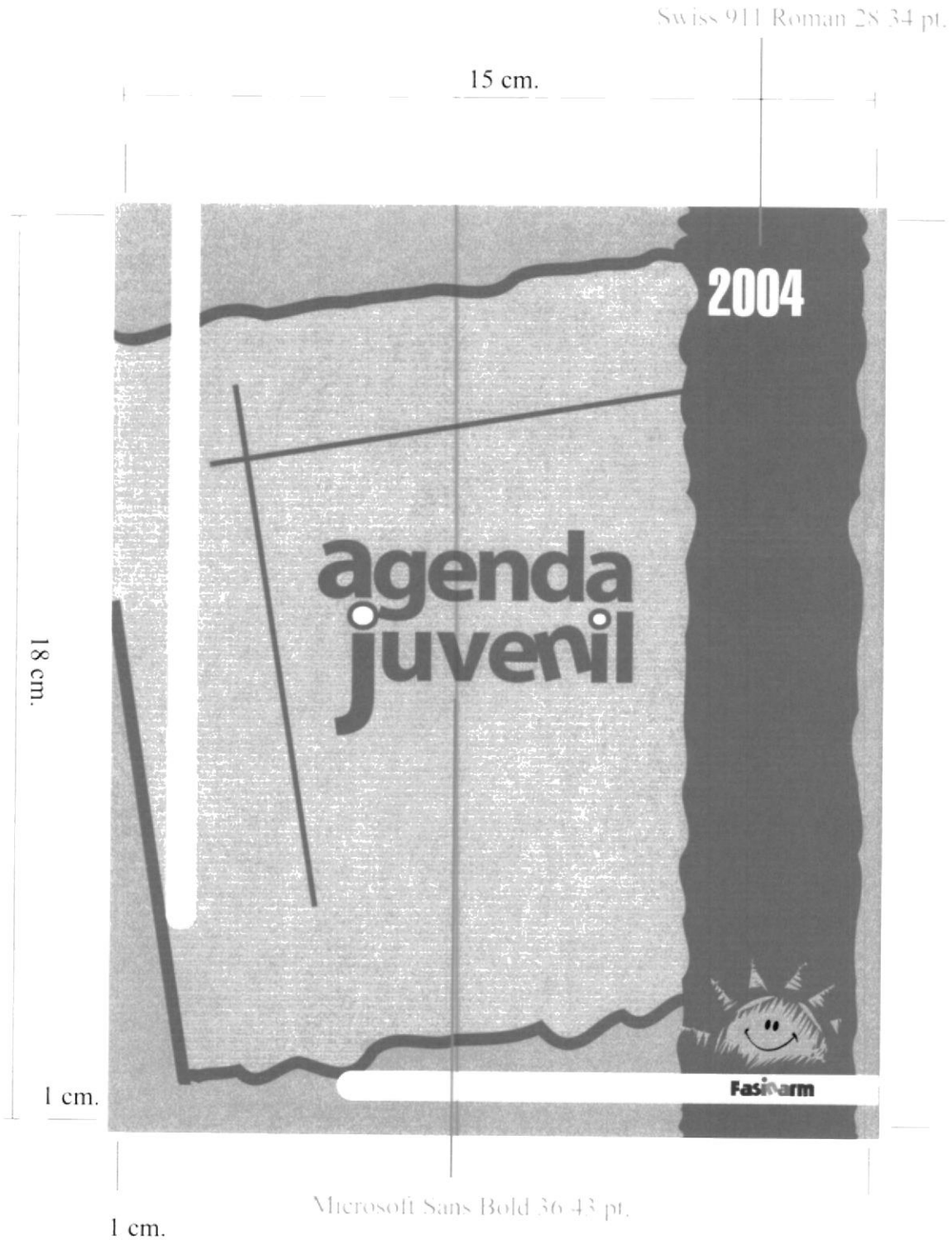
13.6 RETÍCULA



Esta retícula fue usada en el diseño de la Agenda Juvenil en todas sus páginas.

13.7 PIEZA GRÁFICA

Portada de la Agenda (Derecha)



Página "Datos de Fasinarm" (Izquierda)

15 cm.

18 cm.

1 cm.

1 cm.

Myriad Roman 12-43 pt.

P.O.Box 09-06-2080
Fasinarm@fasinarm.org
www.fasinarm.org
Guayaquil - Ecuador

CENTRO EDUCATIVO
Cda. Los Ceibos, atrás del Col. Alemán
Telf. 593-4-2850840 - 2851884
Fax: 593-4-2854488

CENTRO DE ENTRENAMIENTO VOCACIONAL Y EMPLEO
Cda. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3
Telf: 593-4-2682414
Fax: 2628414

CENTRO DE RECURSOS Y OFICINA CENTRAL
Cda. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3
Telefax: 593-4-2682620-2680651-2680637

Consejo Directivo: directiva@fasinarm.org
Dirección General: fasinarm@fasinarm.org

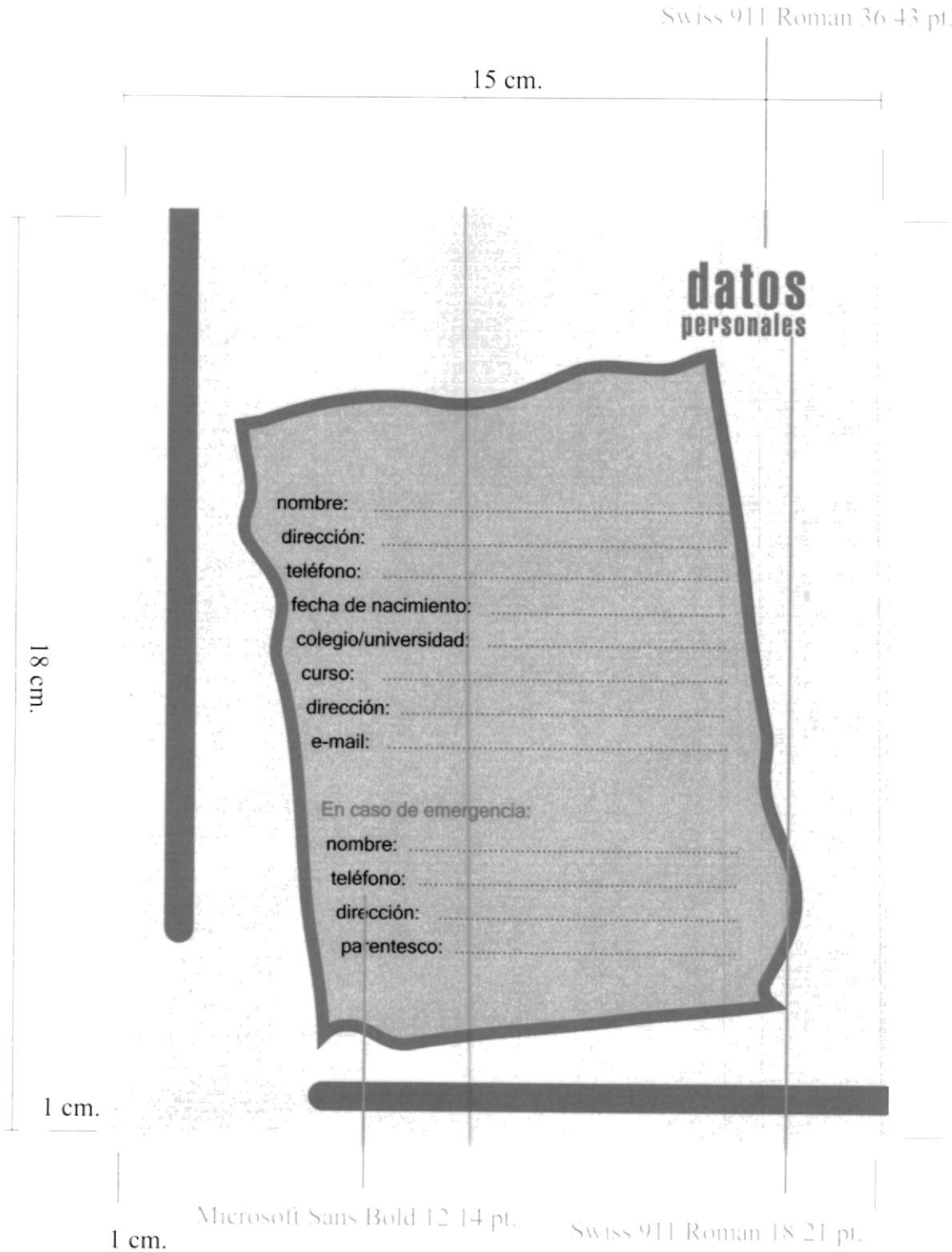
Unidad de Comercialización:
Telf: 593-4-2682413
Mail: comercialización@fasinarm.org

OFICINA DE VOLUNTARIADO
Cda. Kennedy Norte, Mz. 17, Solar 3
Telf: 593-4-2682413

ESPOL
BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

Fasinarm

Página "Datos Personales" (Derecha)



Página "Calendario 2005" (Izquierda)

Swiss 911 Roman 36-43 pt.

15 cm.

18 cm.

1 cm.

1 cm.

Microsoft Sans Bold 10-12 pt.

Swiss 911 Roman 36-43 pt.

calendario

| enero january | | | | | | | febrero february | | | | | | | marzo march | | | | | | |
|---------------|----|----|----|----|----|----|------------------|----|----|----|----|----|----|-------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 29 | 30 | 31 | | | | | |

| abril april | | | | | | | mayo may | | | | | | | junio june | | | | | | |
|-------------|----|----|----|----|----|----|----------|----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 28 | 29 | 30 | | | | | | |

| julio july | | | | | | | agosto august | | | | | | | septiembre september | | | | | | |
|------------|----|----|----|----|----|----|---------------|----|----|----|----|----|----|----------------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 27 | 28 | 29 | 30 | | | | |

| octubre october | | | | | | | noviembre november | | | | | | | diciembre december | | | | | | |
|-----------------|----|----|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D |
| | | | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | | |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 29 | 30 | 31 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | | | | |

2005



Página "Calendario 2004" (Derecha)

Swiss 911 Roman 36 43 pt.

15 cm.

18 cm.

1 cm.

1 cm.

Microsoft Sans Bold 10-12 pt.

Swiss 911 Roman 36 43 pt.

calendario

| enero January | | | | | | | febrero February | | | | | | | marzo March | | | | | | |
|---------------|----|----|----|----|----|----|------------------|----|----|----|----|----|----|-------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | | | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 29 | 30 | 31 | | | | | |

| abril April | | | | | | | mayo May | | | | | | | junio June | | | | | | |
|-------------|----|----|----|----|----|----|----------|----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 28 | 29 | 30 | | | | | | |

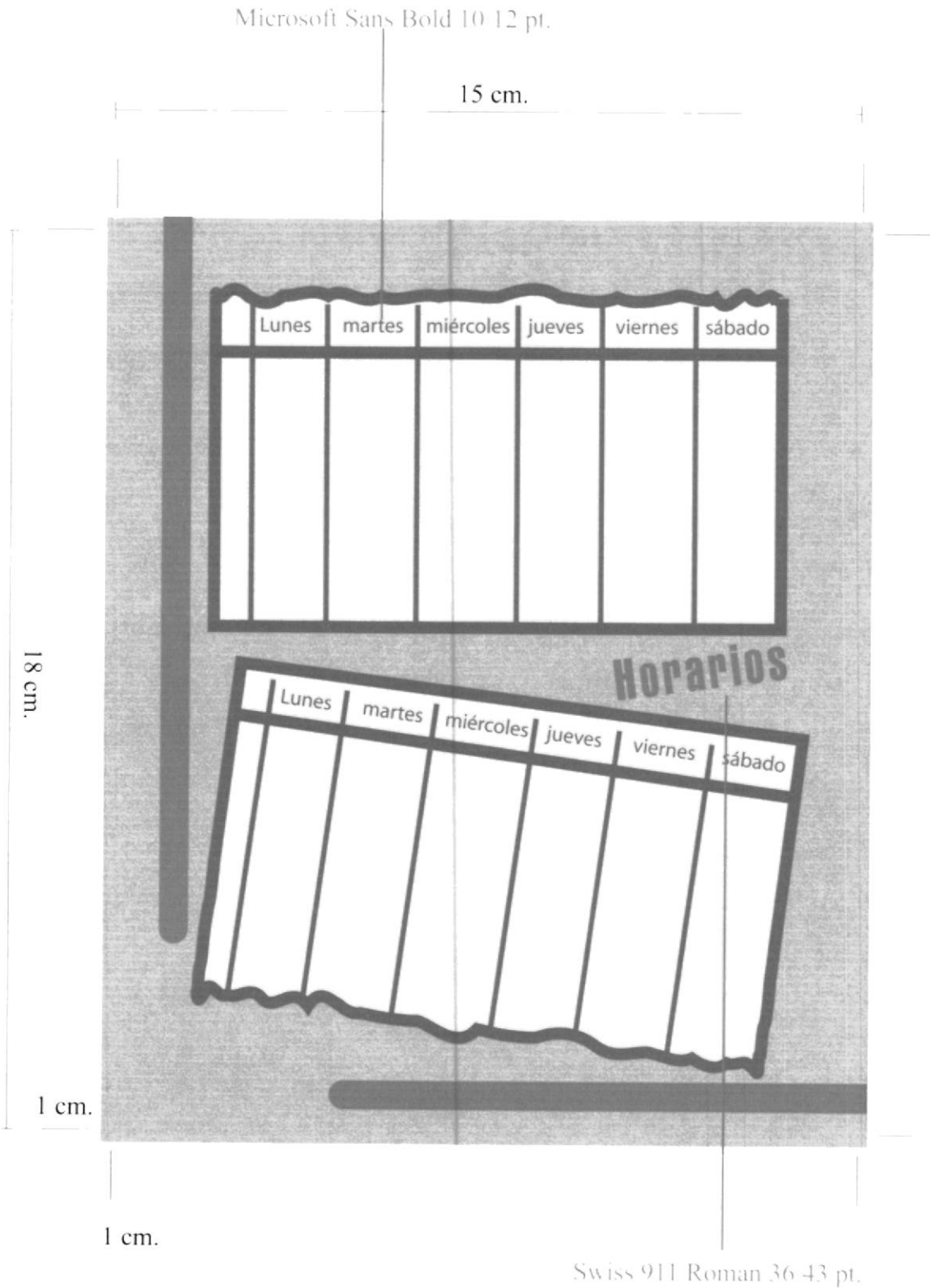
| julio July | | | | | | | agosto August | | | | | | | septiembre September | | | | | | |
|------------|----|----|----|----|----|----|---------------|----|----|----|----|----|----|----------------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | | | | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 27 | 28 | 29 | 30 | | | | |

| octubre October | | | | | | | noviembre November | | | | | | | diciembre December | | | | | | |
|-----------------|----|----|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|----|----|--------------------|----|----|----|----|----|----|
| L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D | L | M | M | J | V | S | D |
| | | | | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 29 | 30 | 31 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | | | | |

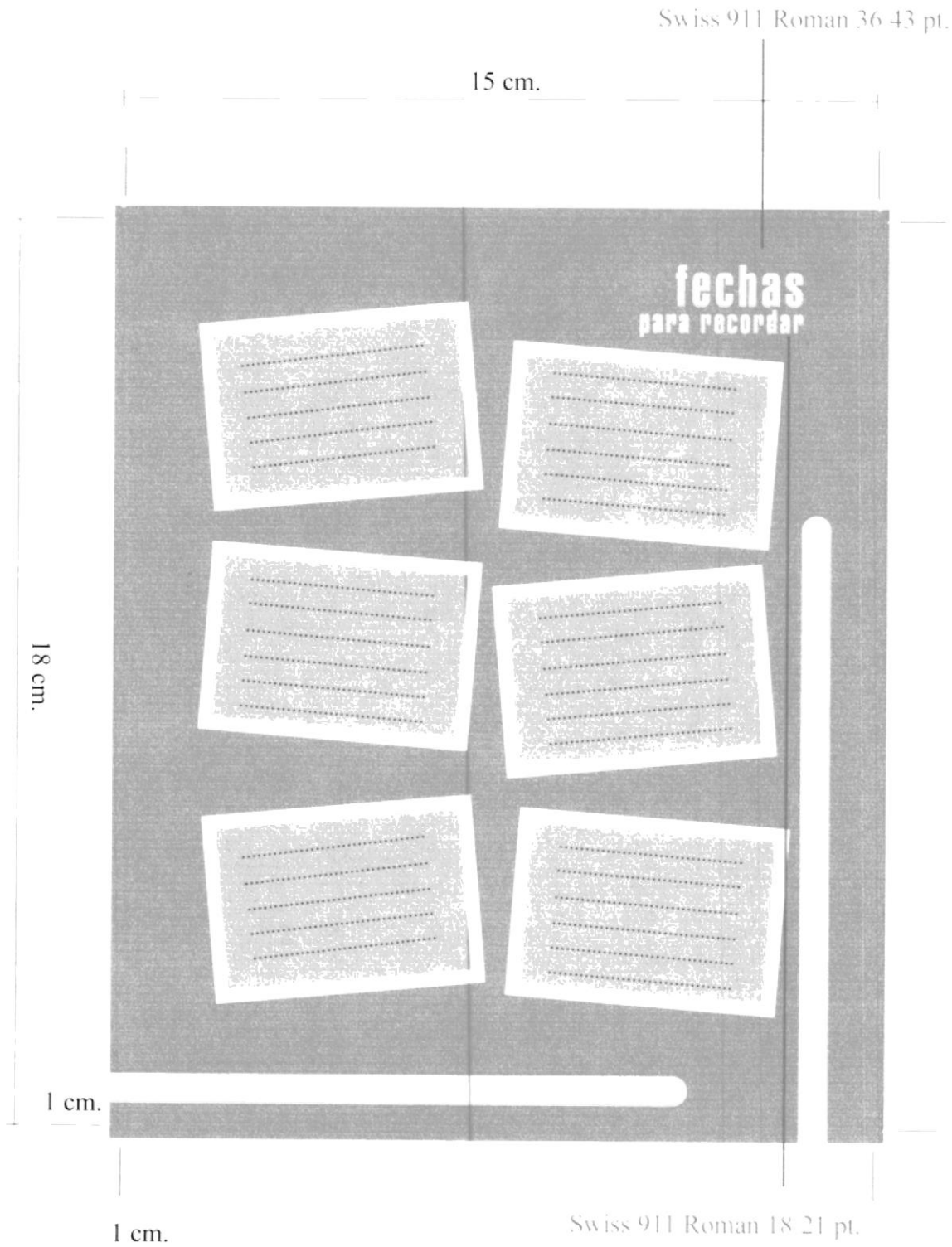
2004

ESPOL
BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

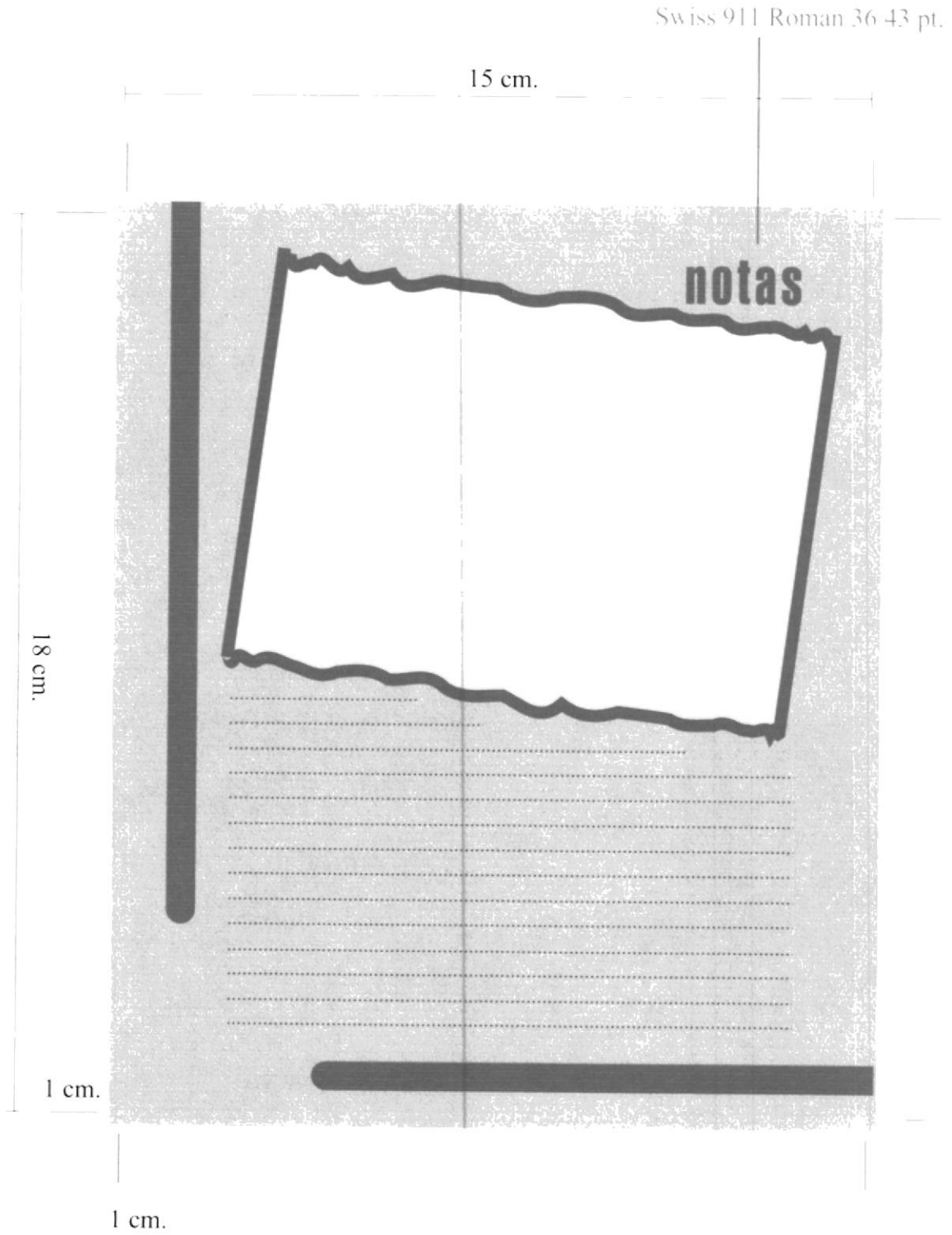
Página "Horarios" (Izquierda)



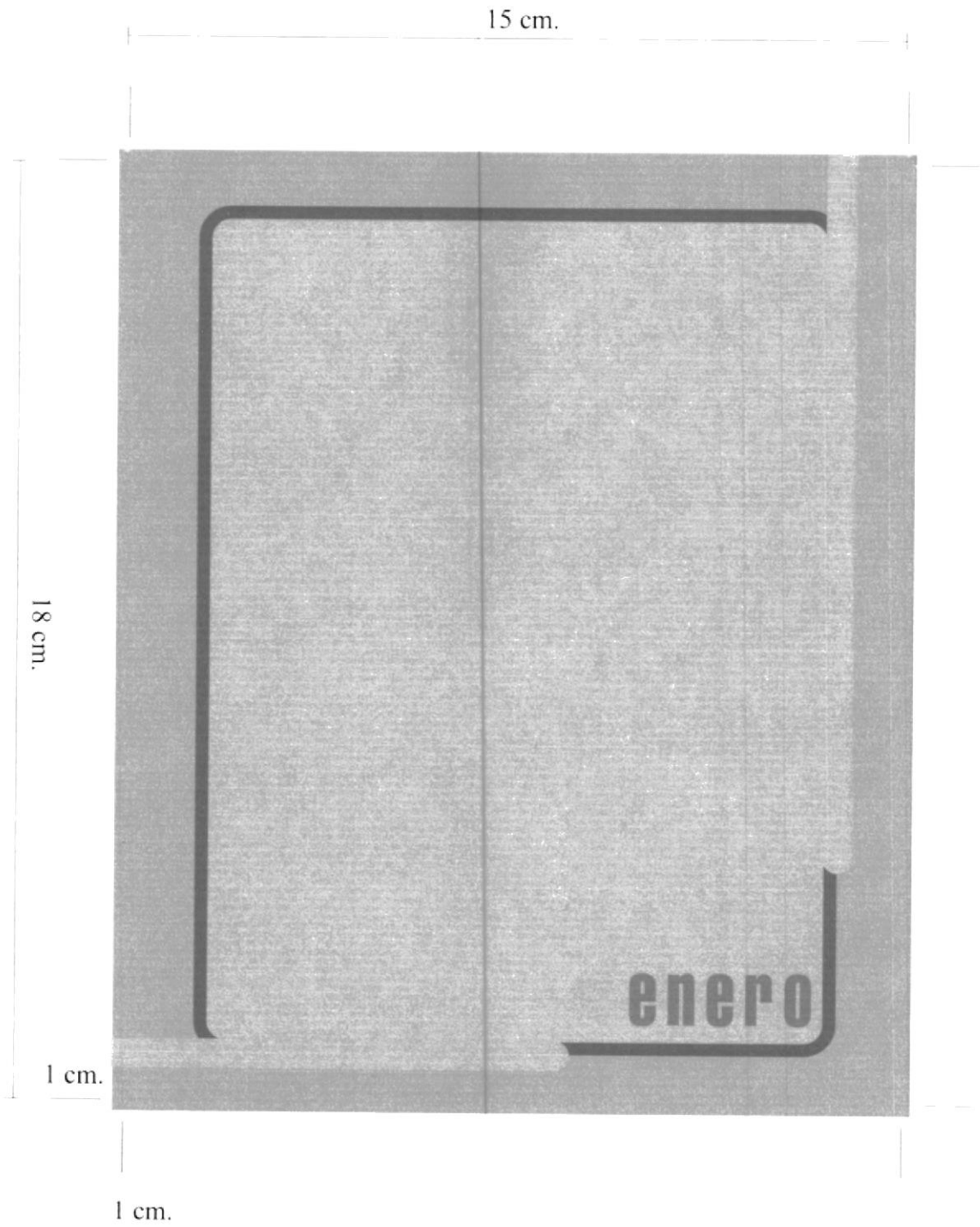
Páginas "Fechas para Recordar" (Derecha)



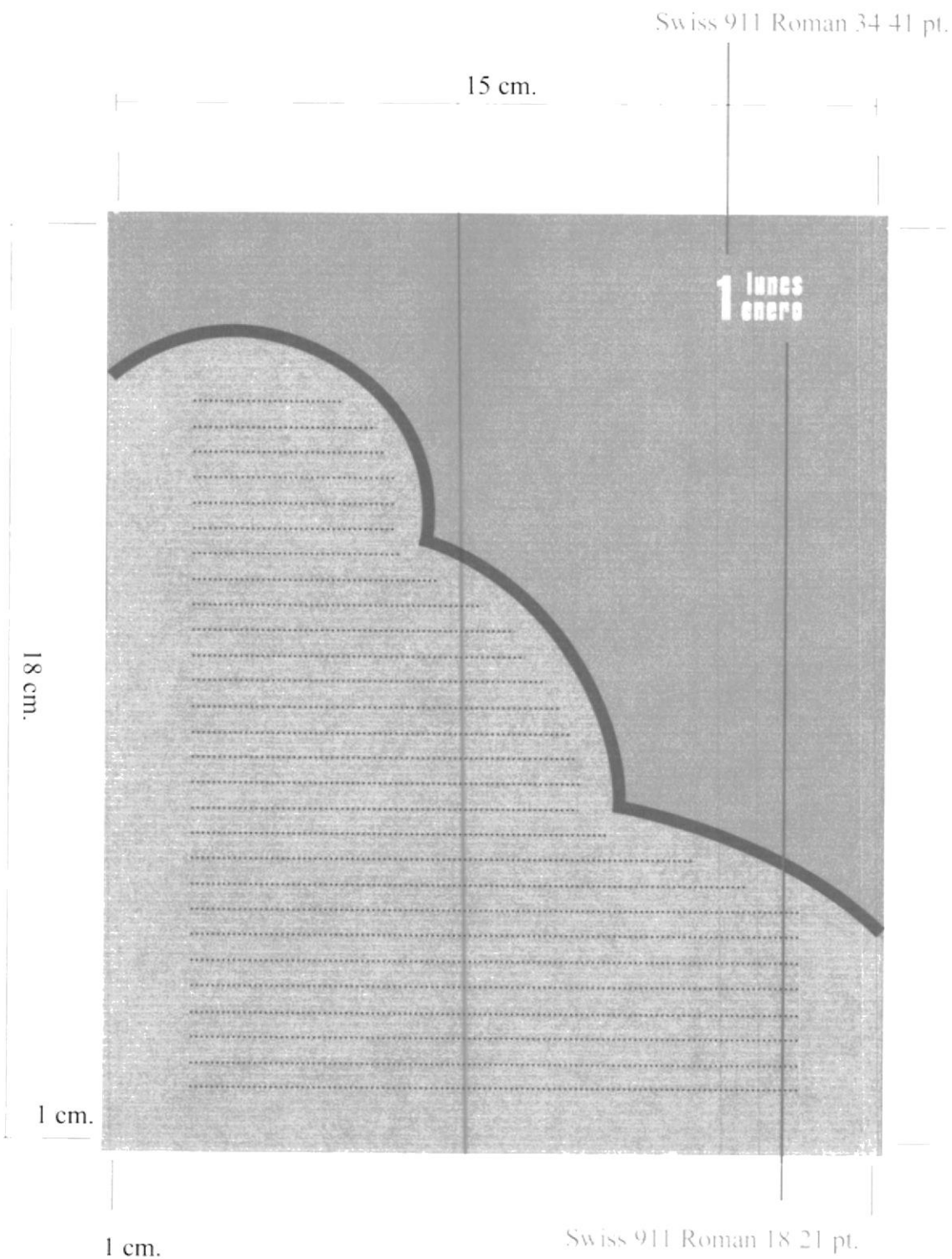
Página "Notas" (Izquierda)



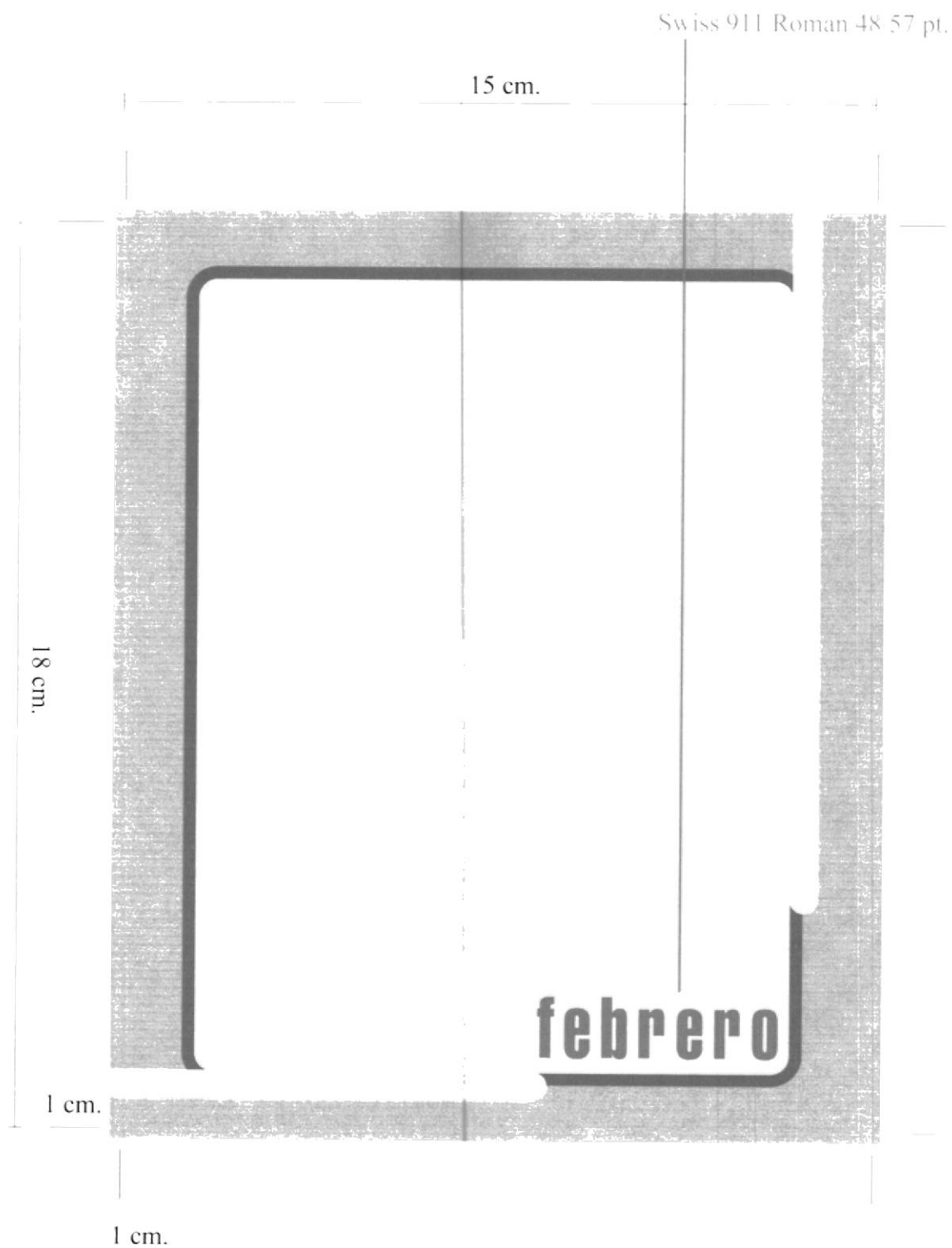
Portada "Enero" (Derecha)



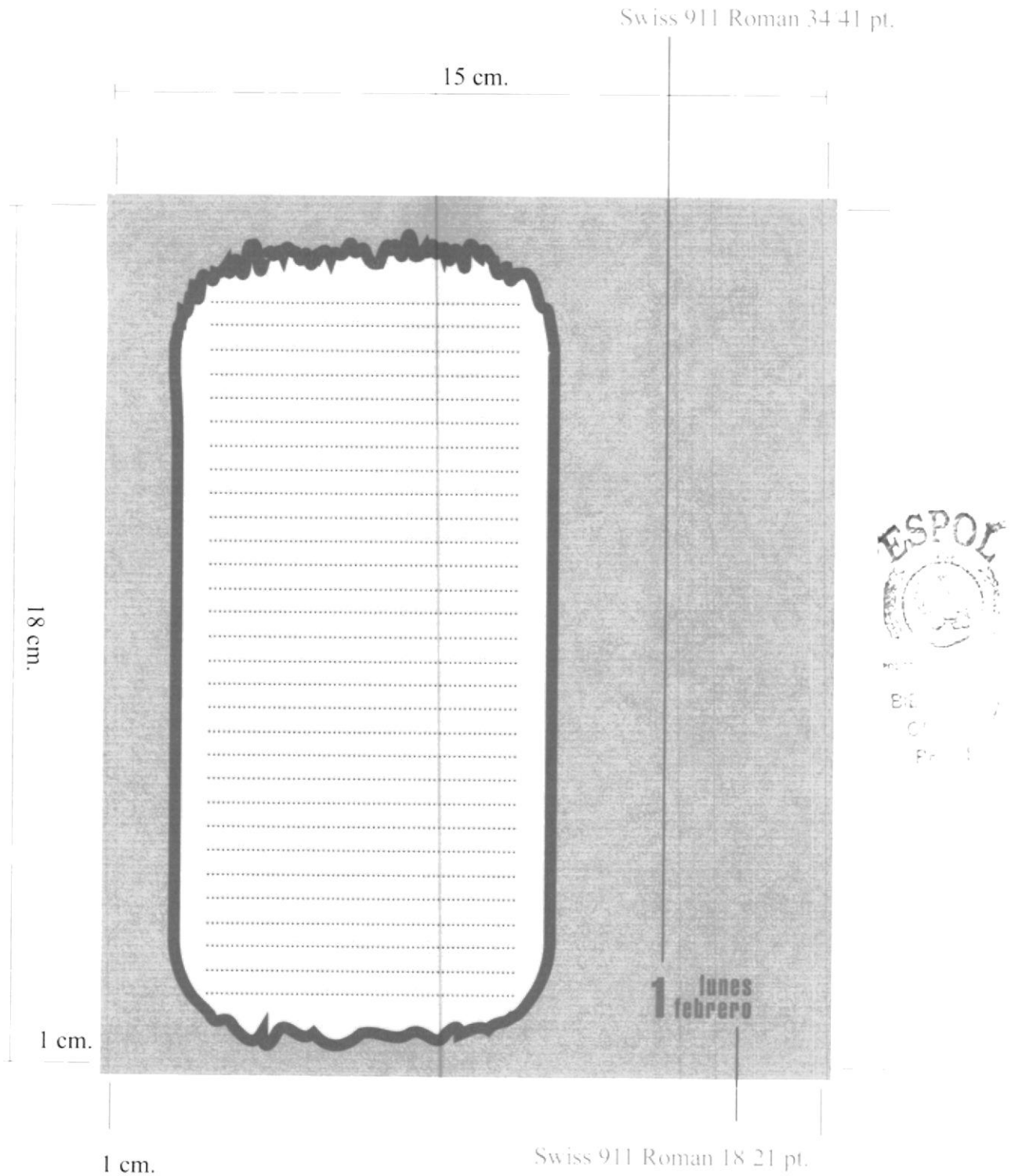
Página "Enero" (Derecha)



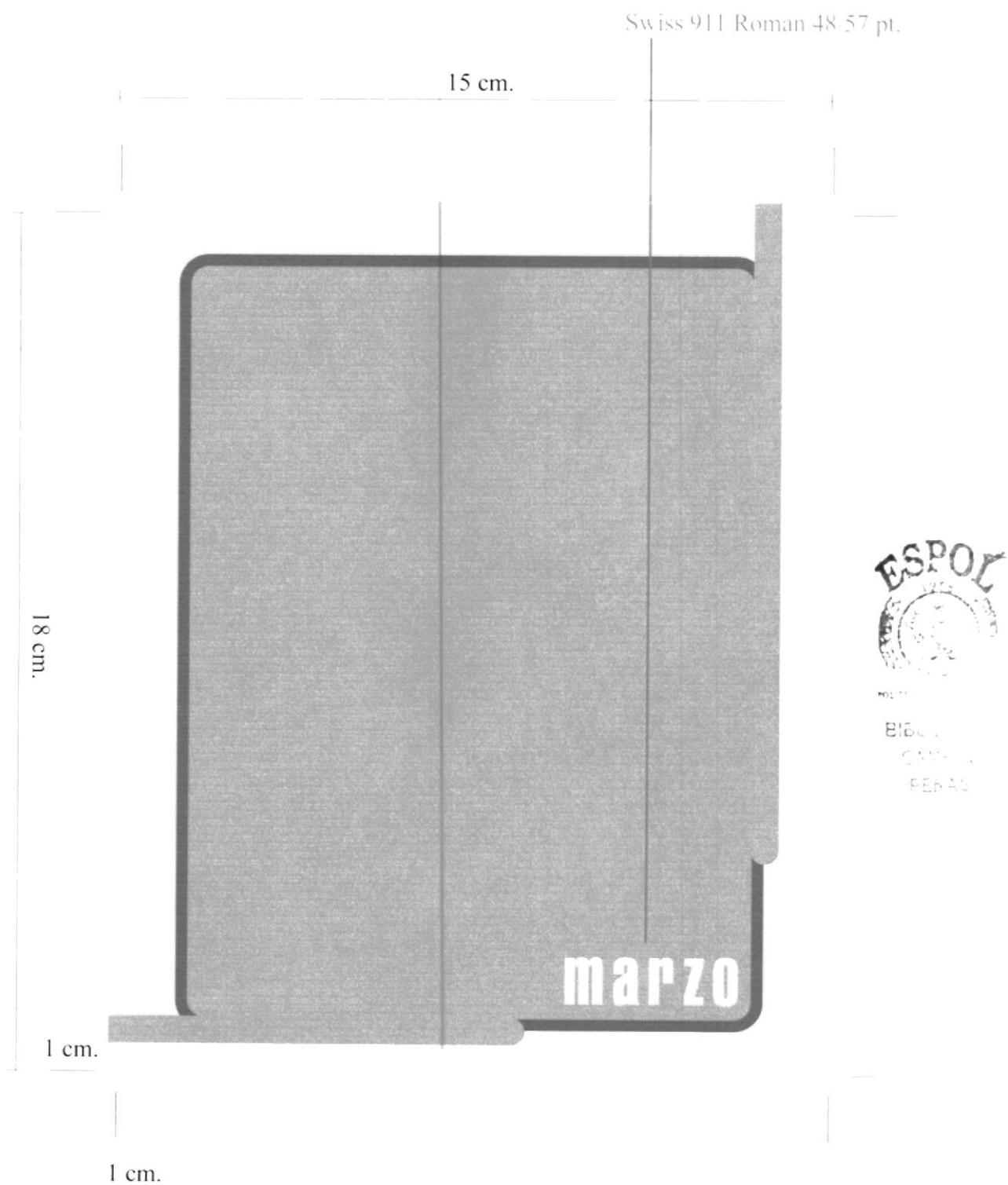
Portada "Febrero" (Derecha)



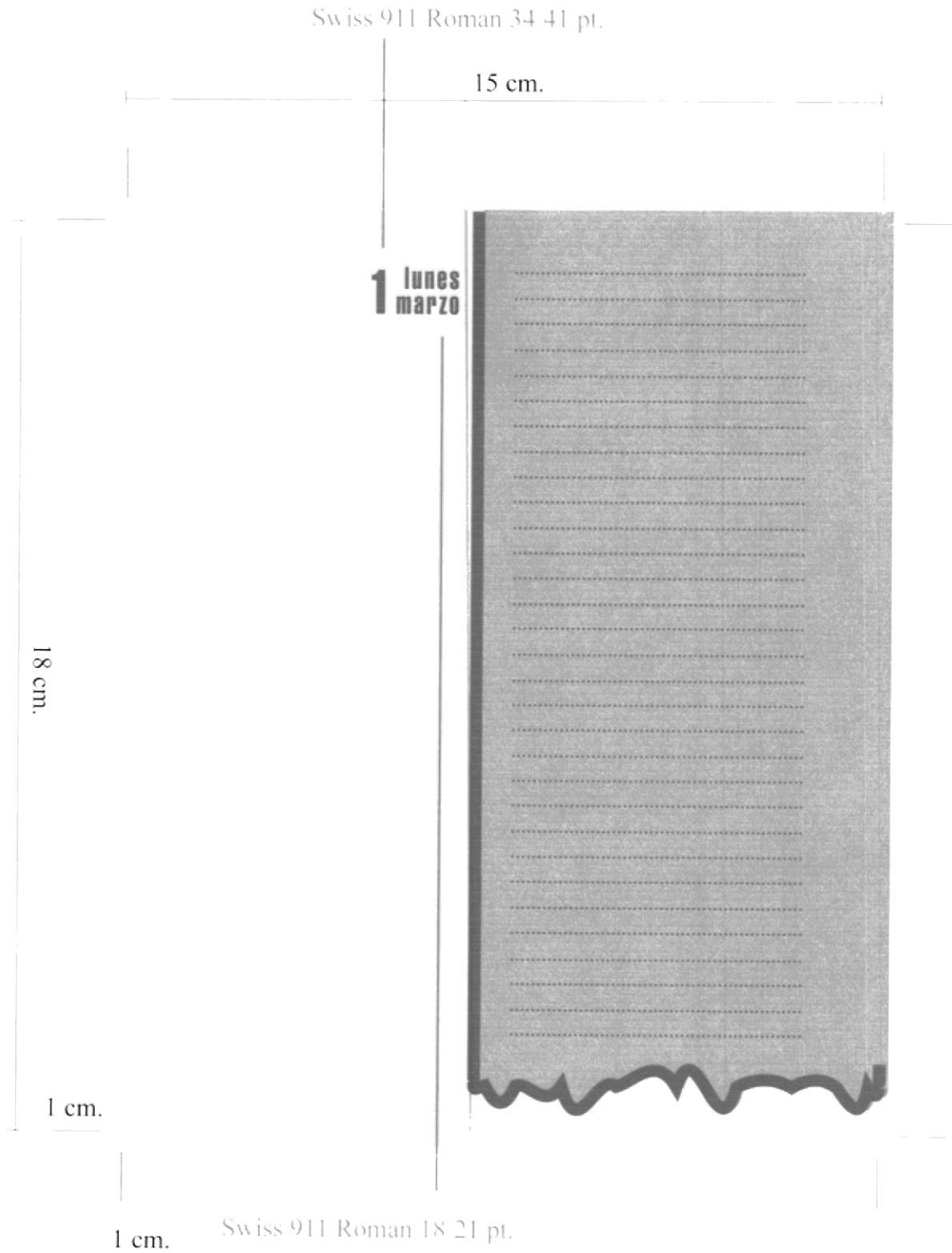
Página "Febrero" (Derecha)



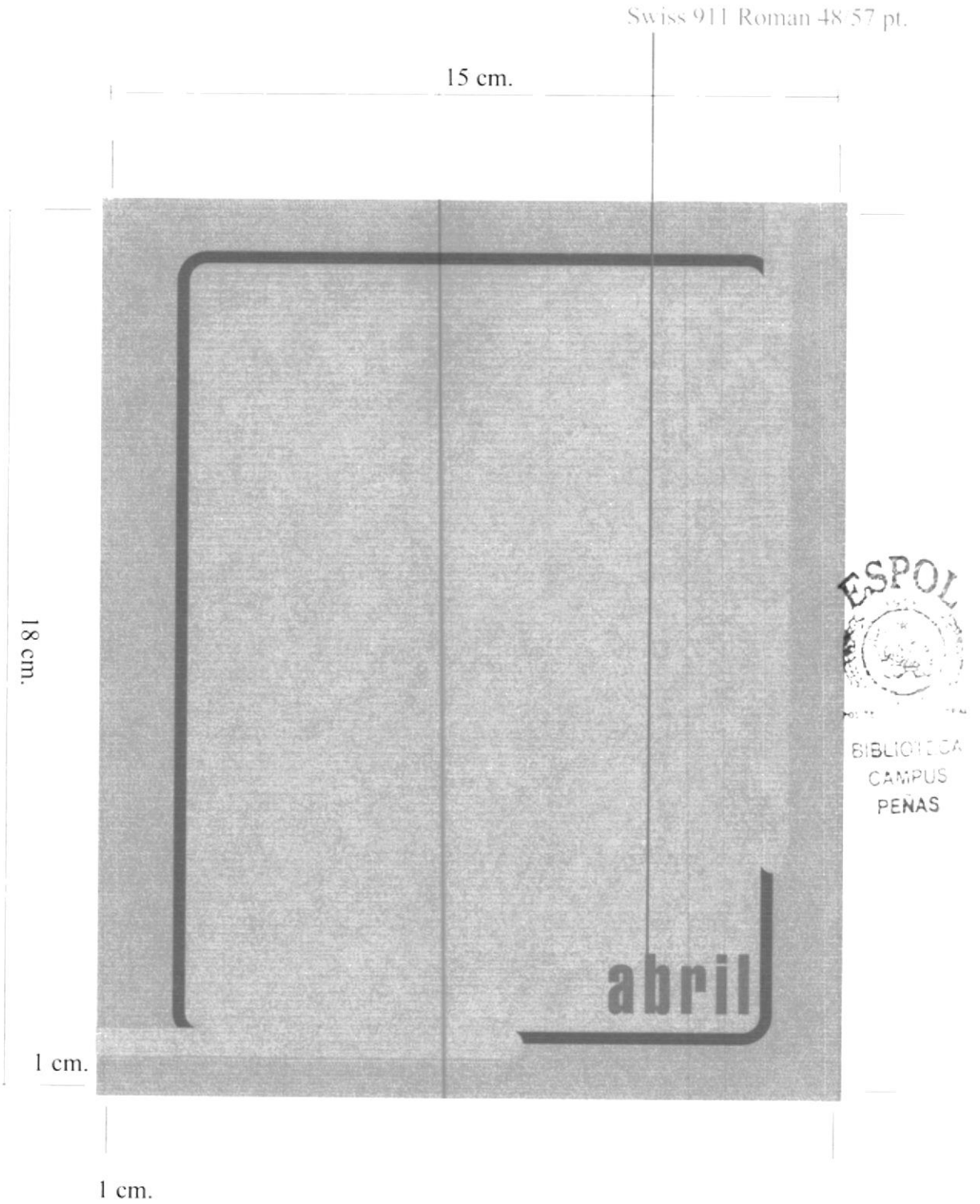
Portada "Marzo" (Derecha)



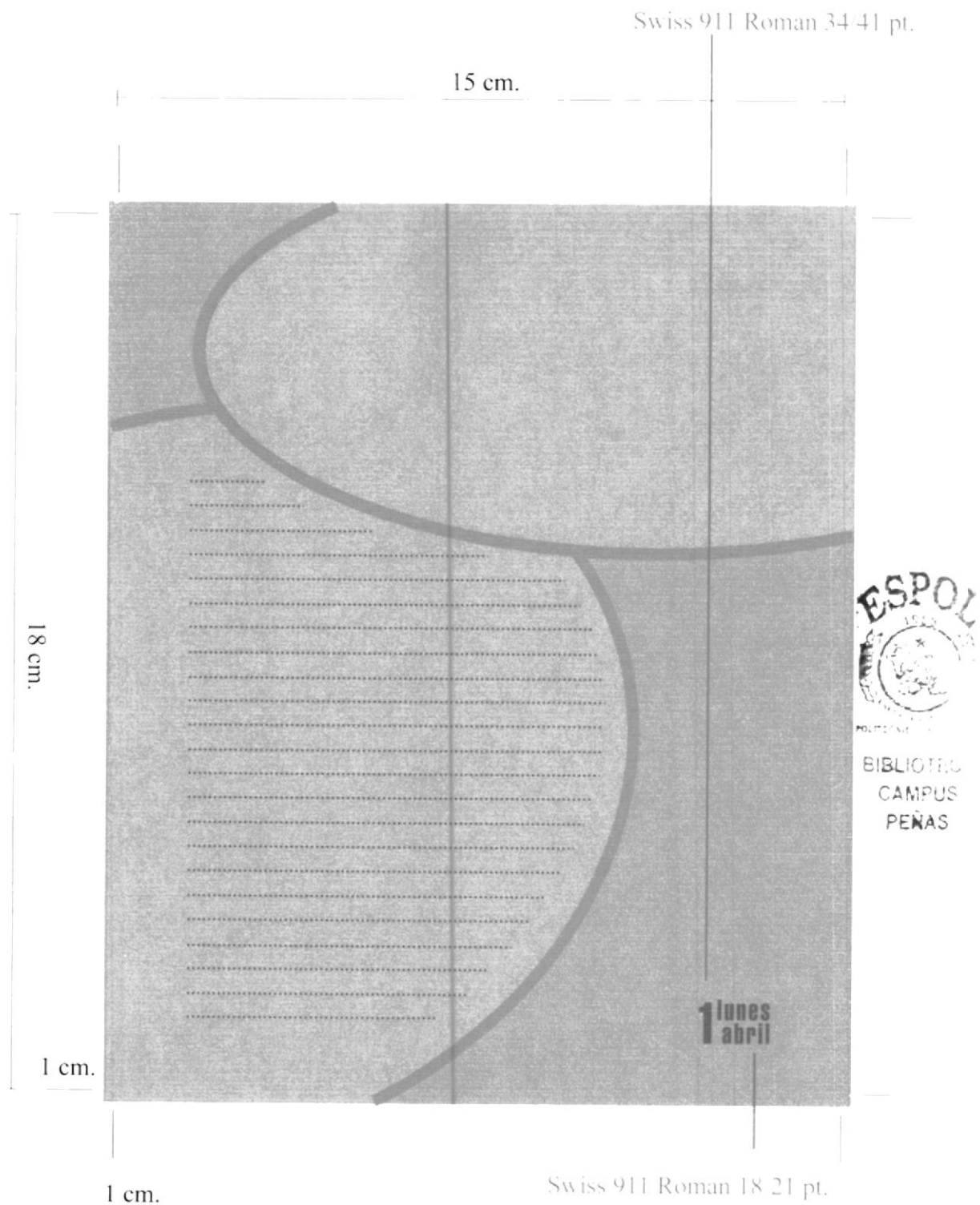
Página "Marzo" (Derecha)



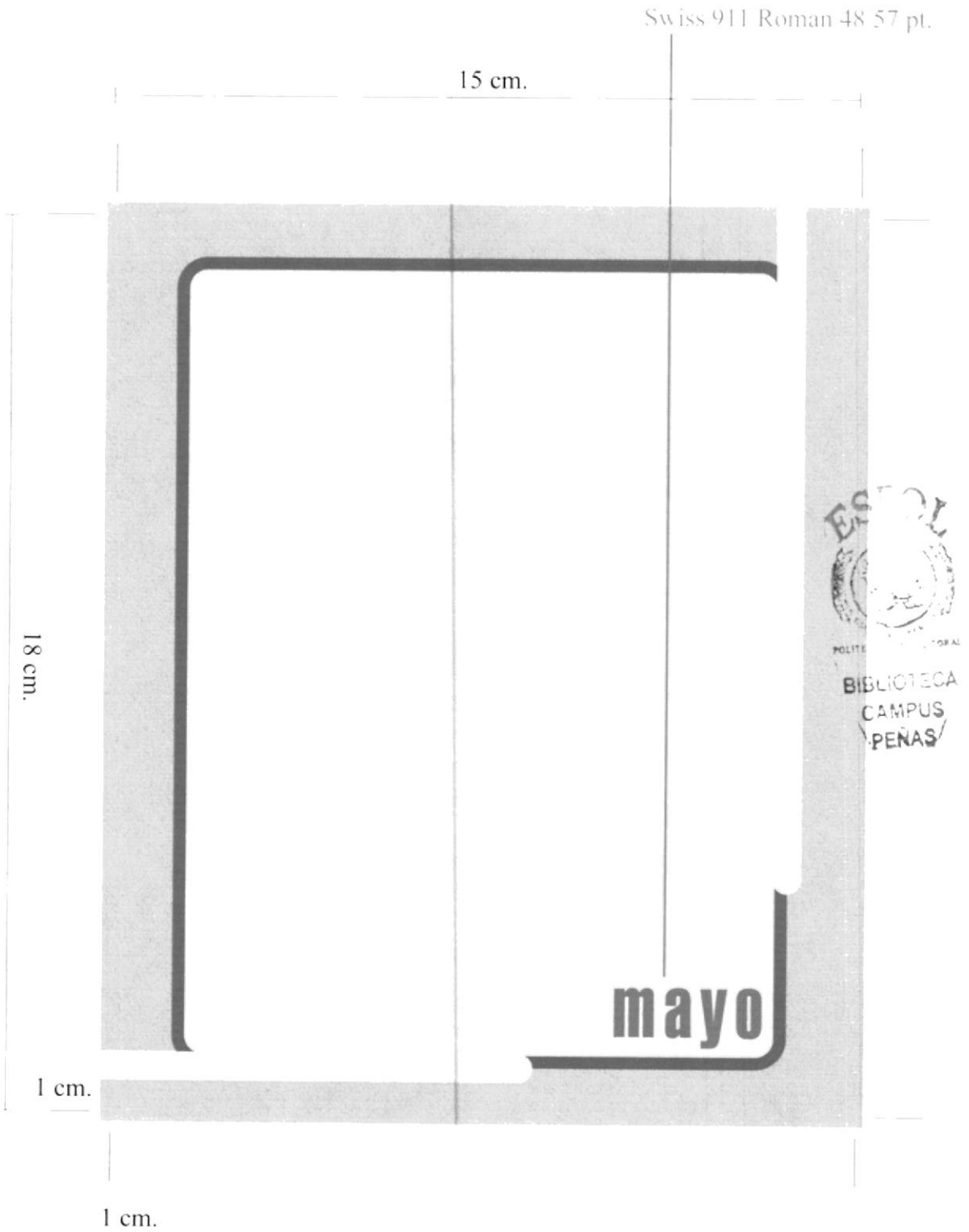
Portada "Abril" (Derecha)



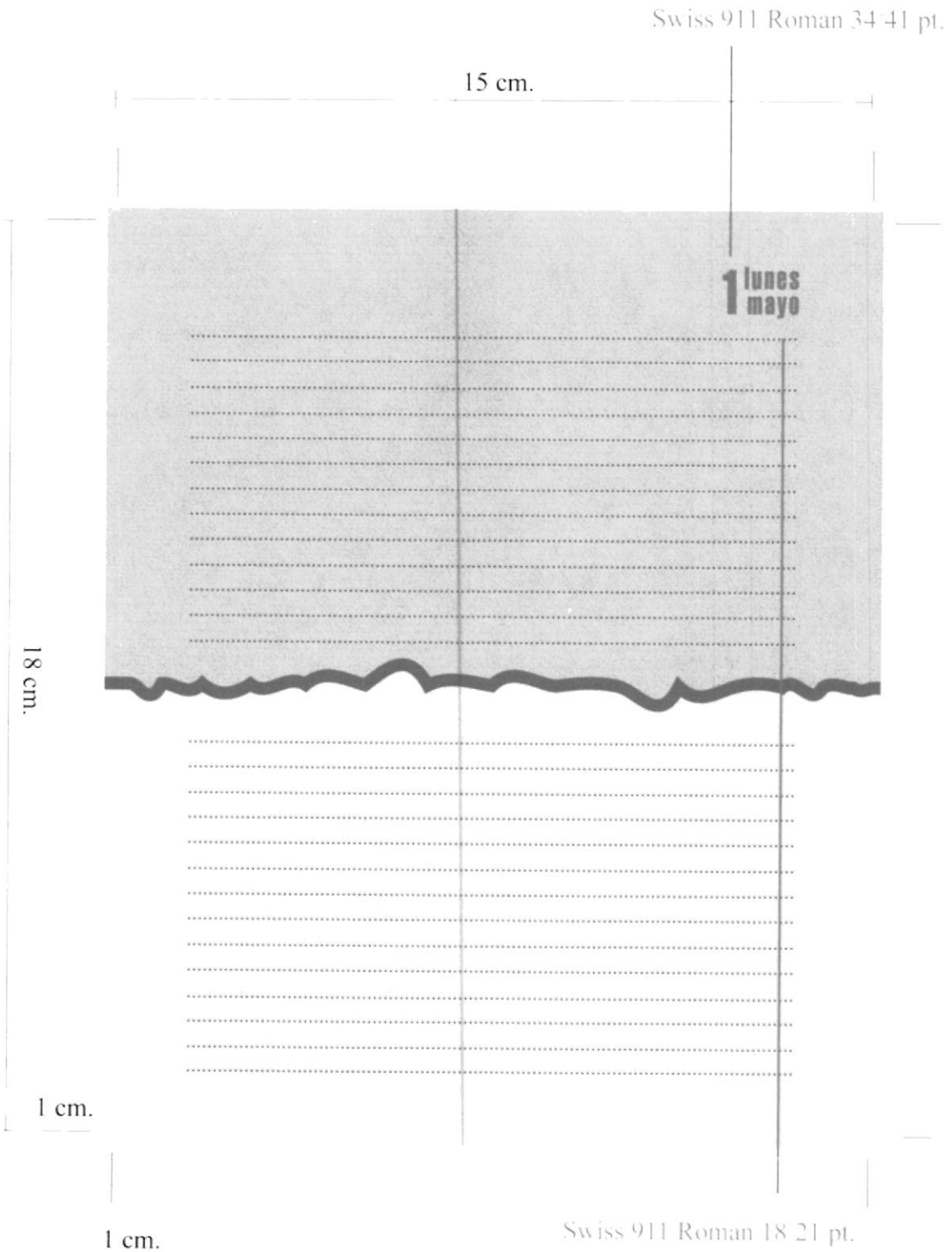
Página "Abril" (Derecha)



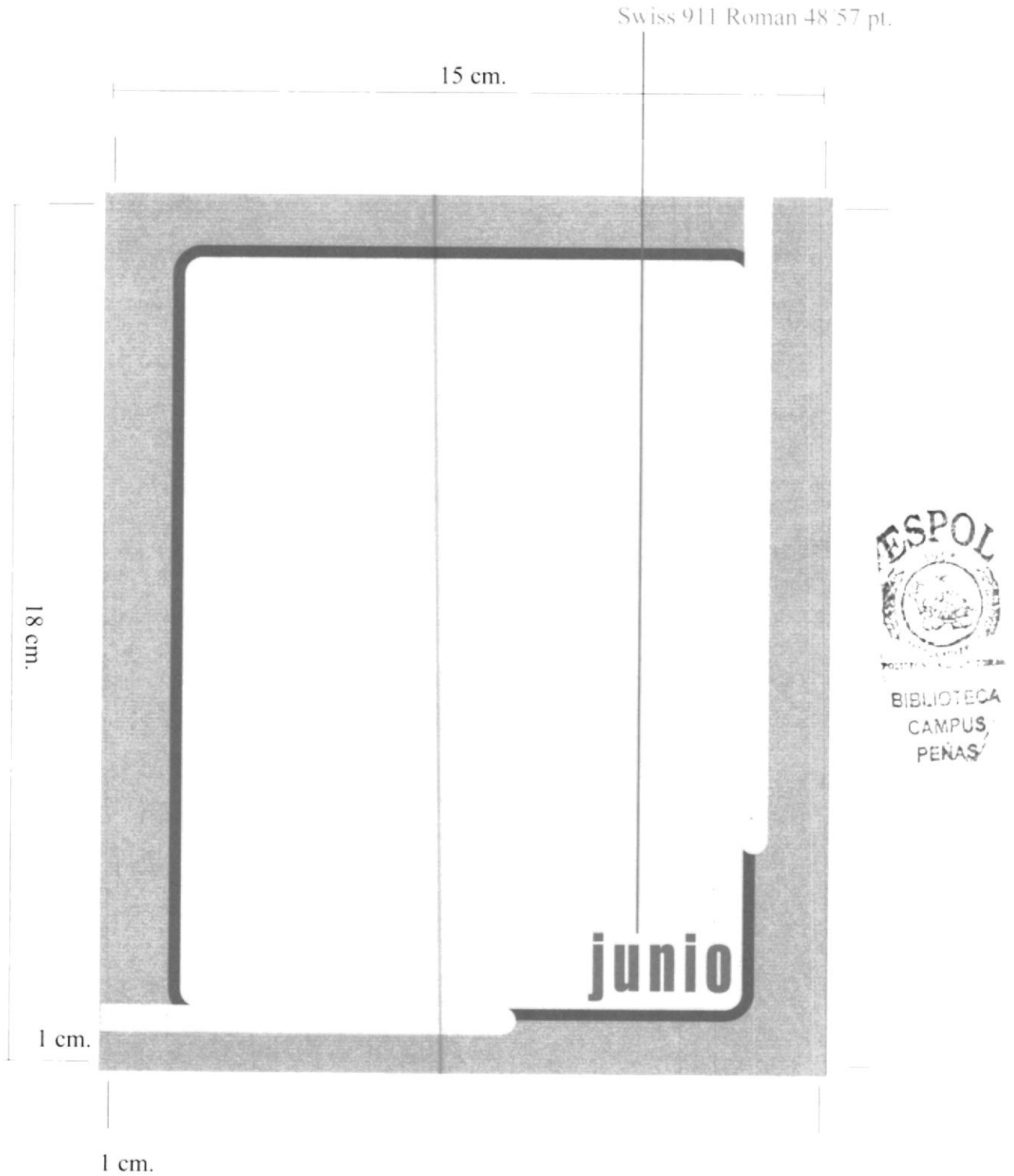
Portada "Mayo" (Derecha)



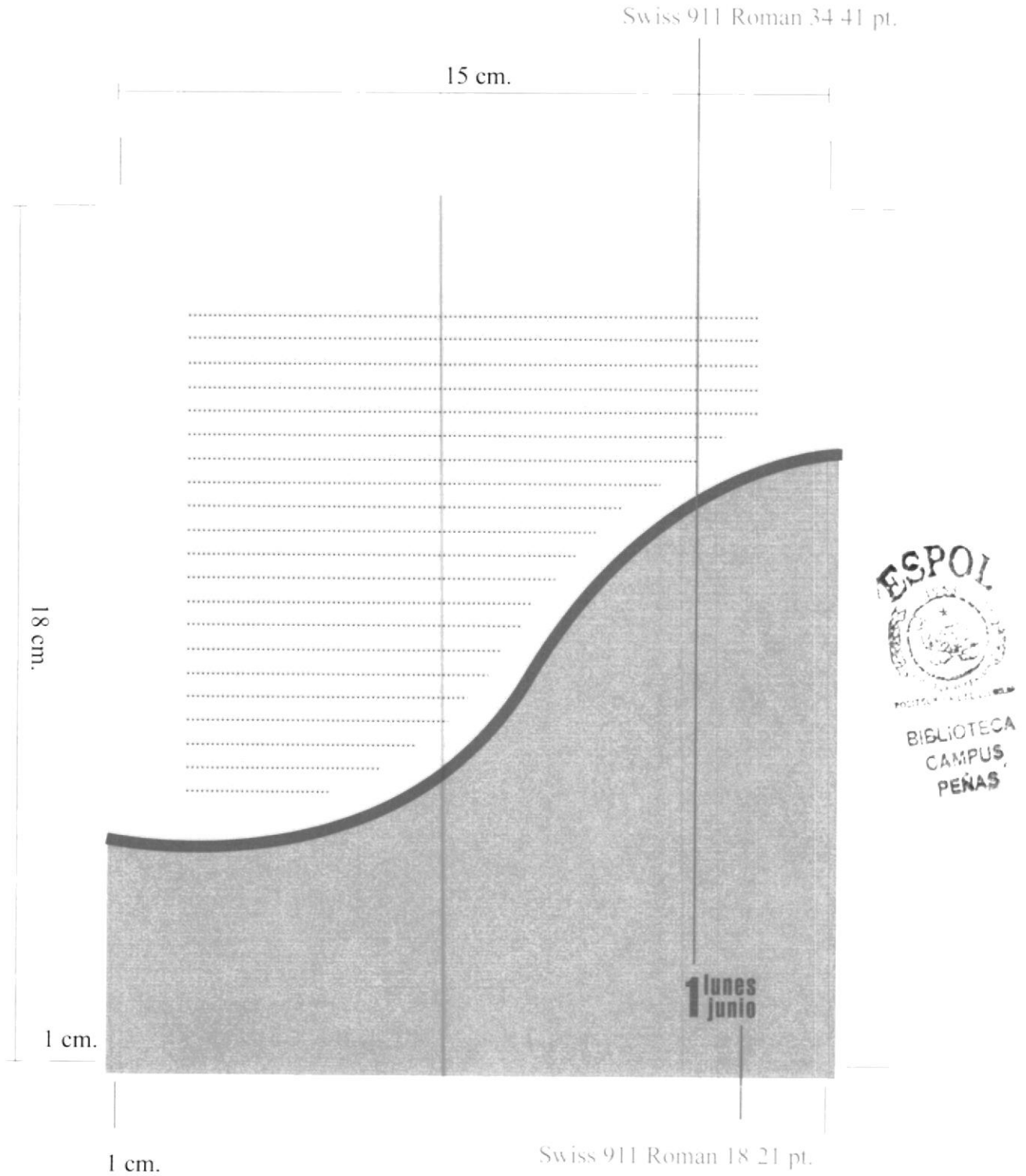
Página "Mayo" (Derecha)



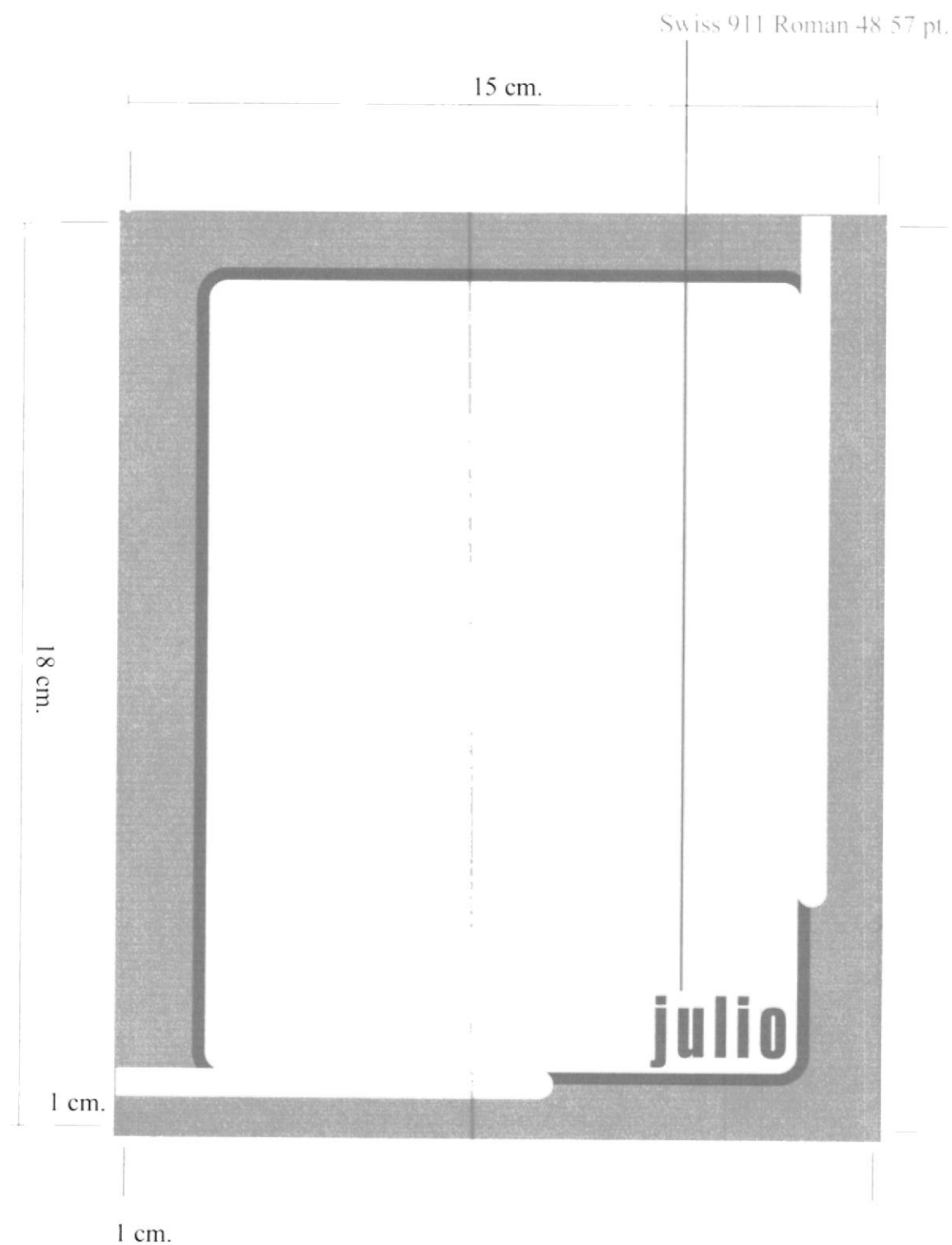
Portada "Junio" (Derecha)



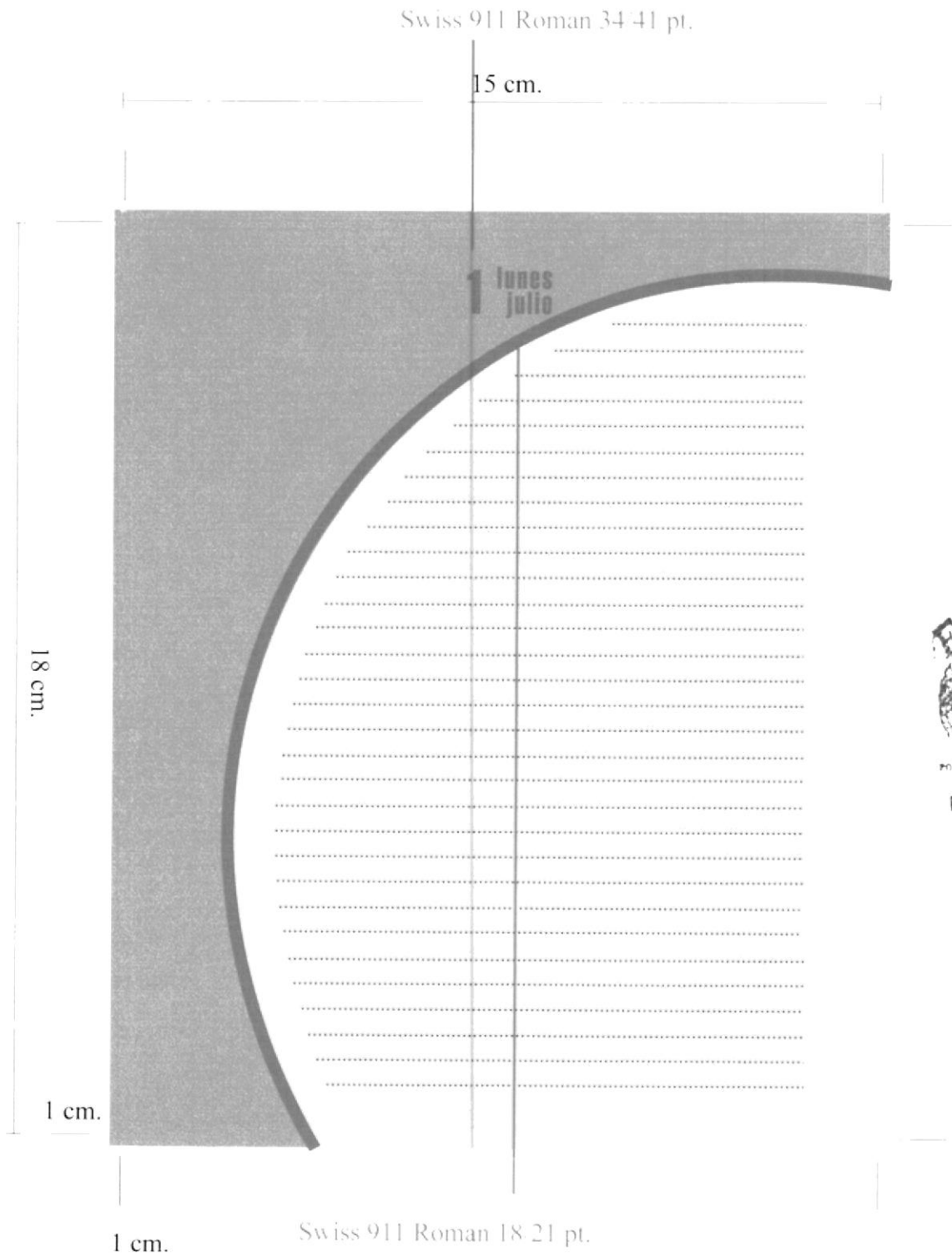
Página "Junio" (Derecha)



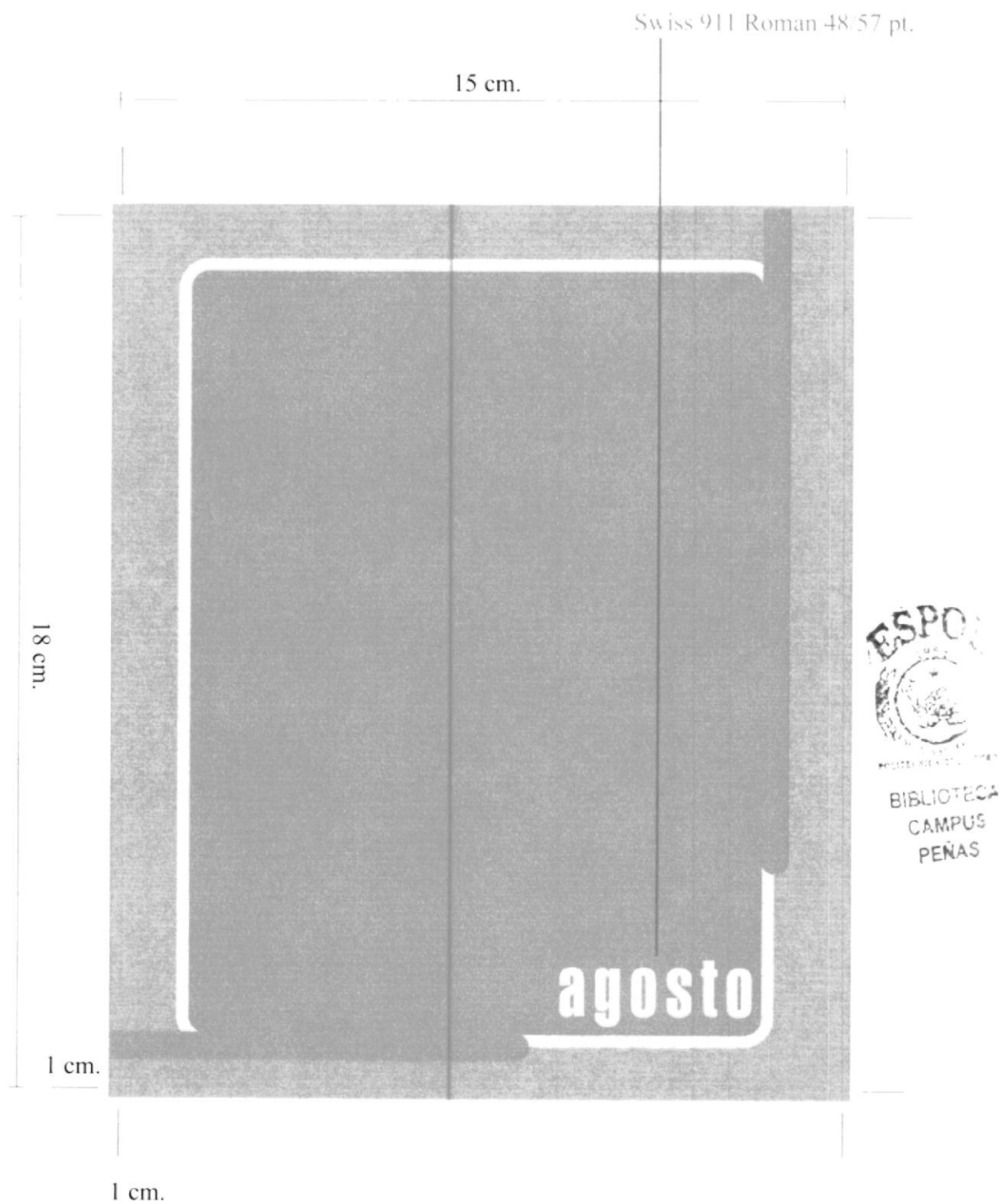
Portada "Julio" (Derecha)



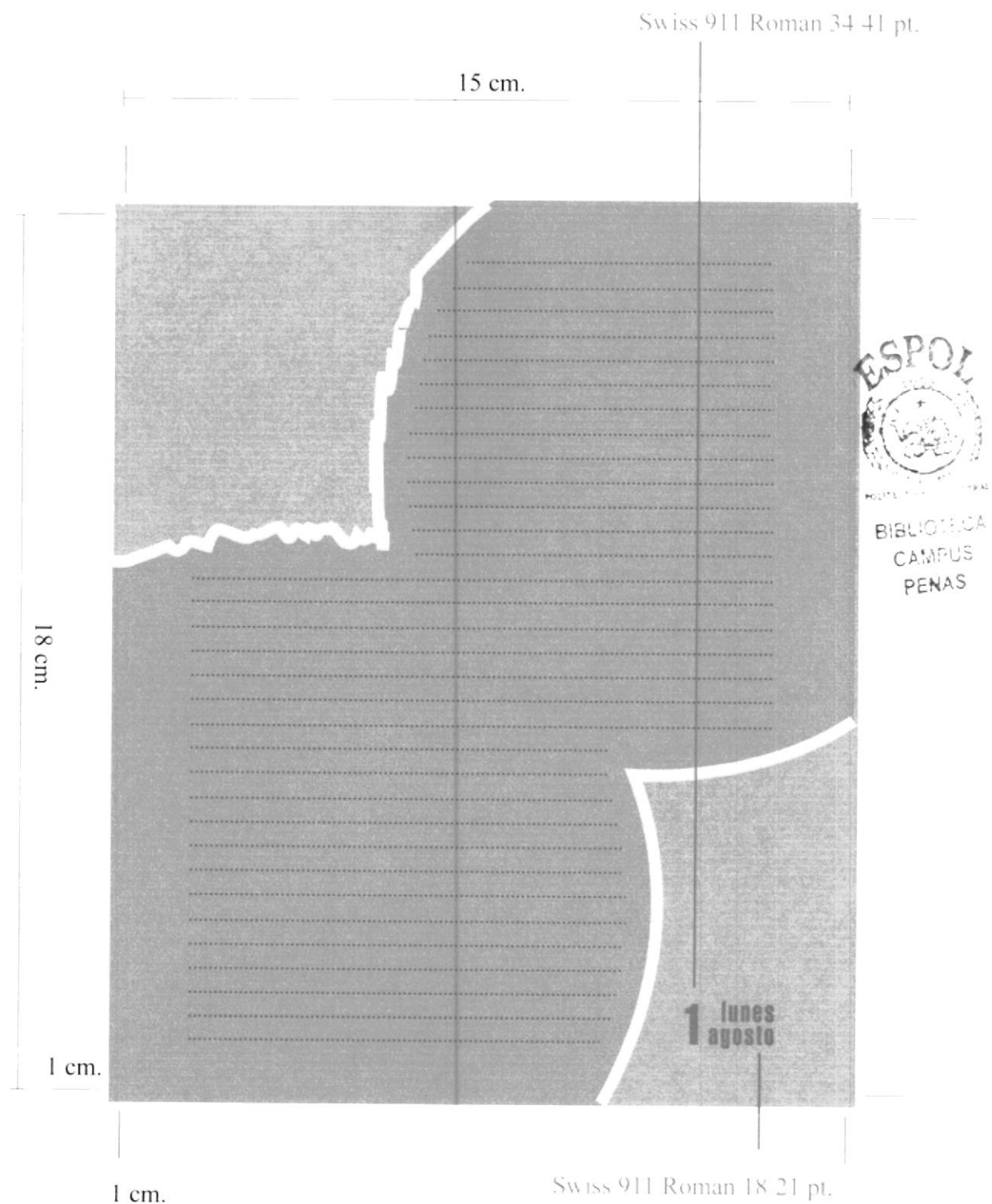
Página "Julio" (Derecha)



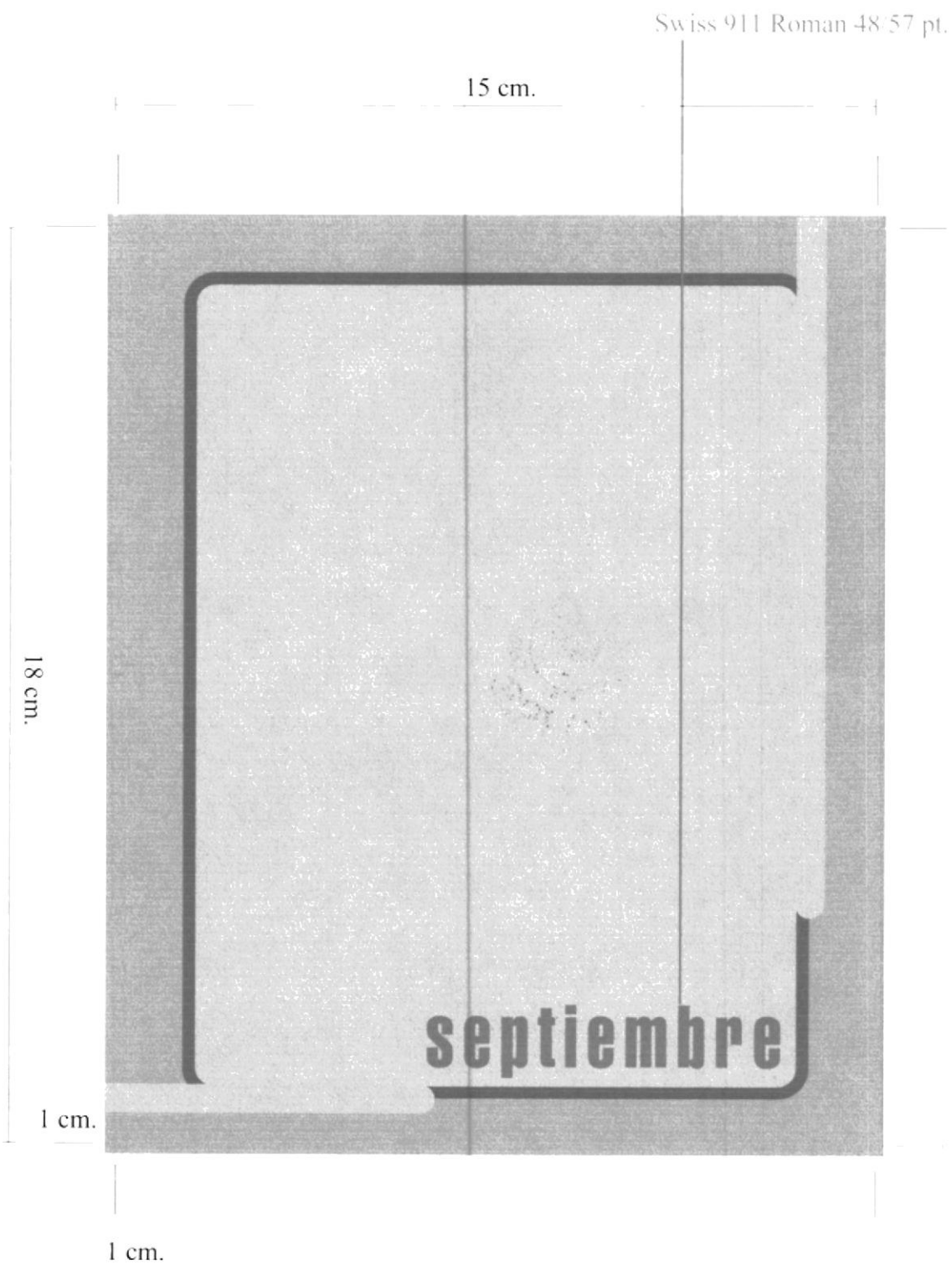
Portada "Agosto" (Derecha)



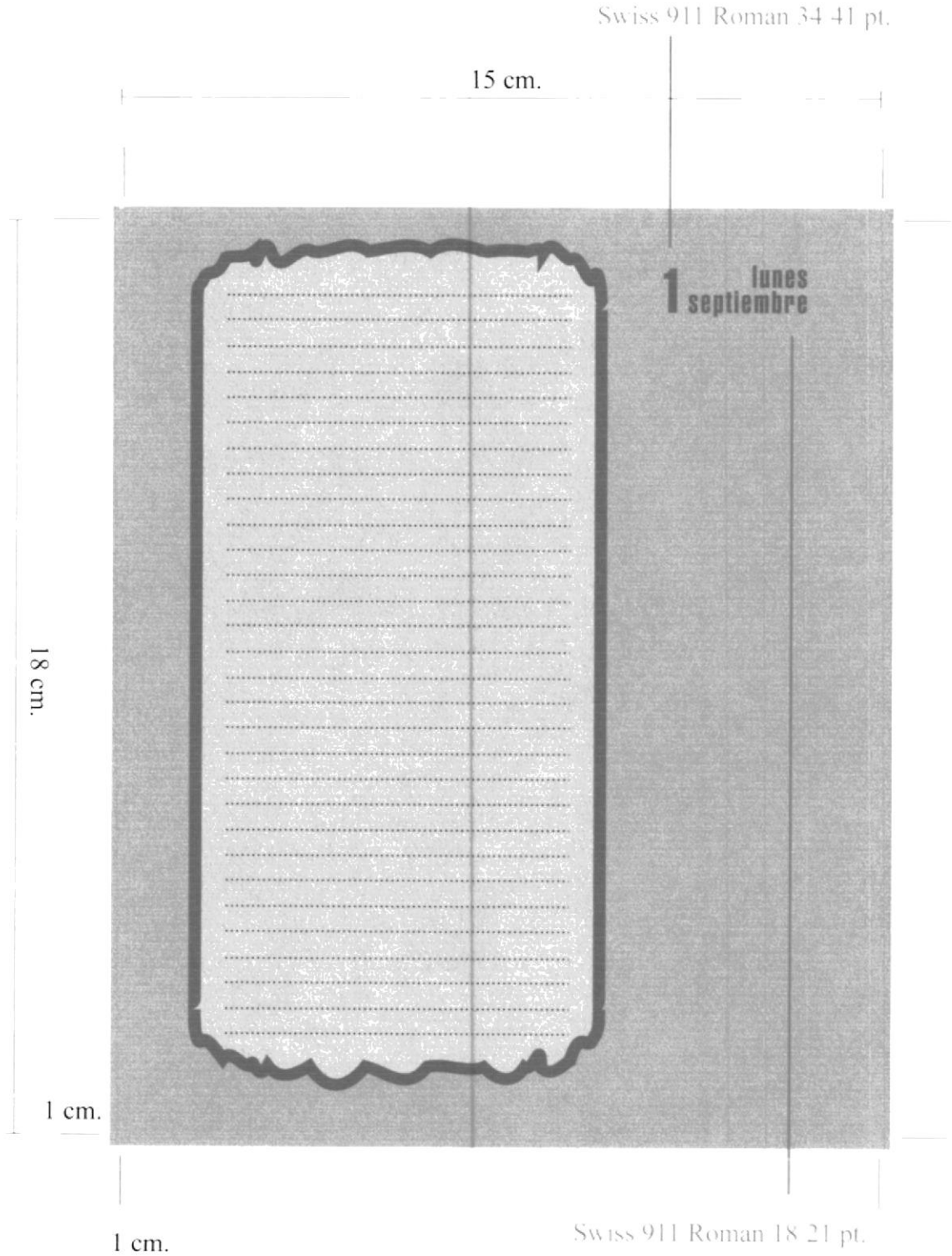
Página "Agosto" (Derecha)



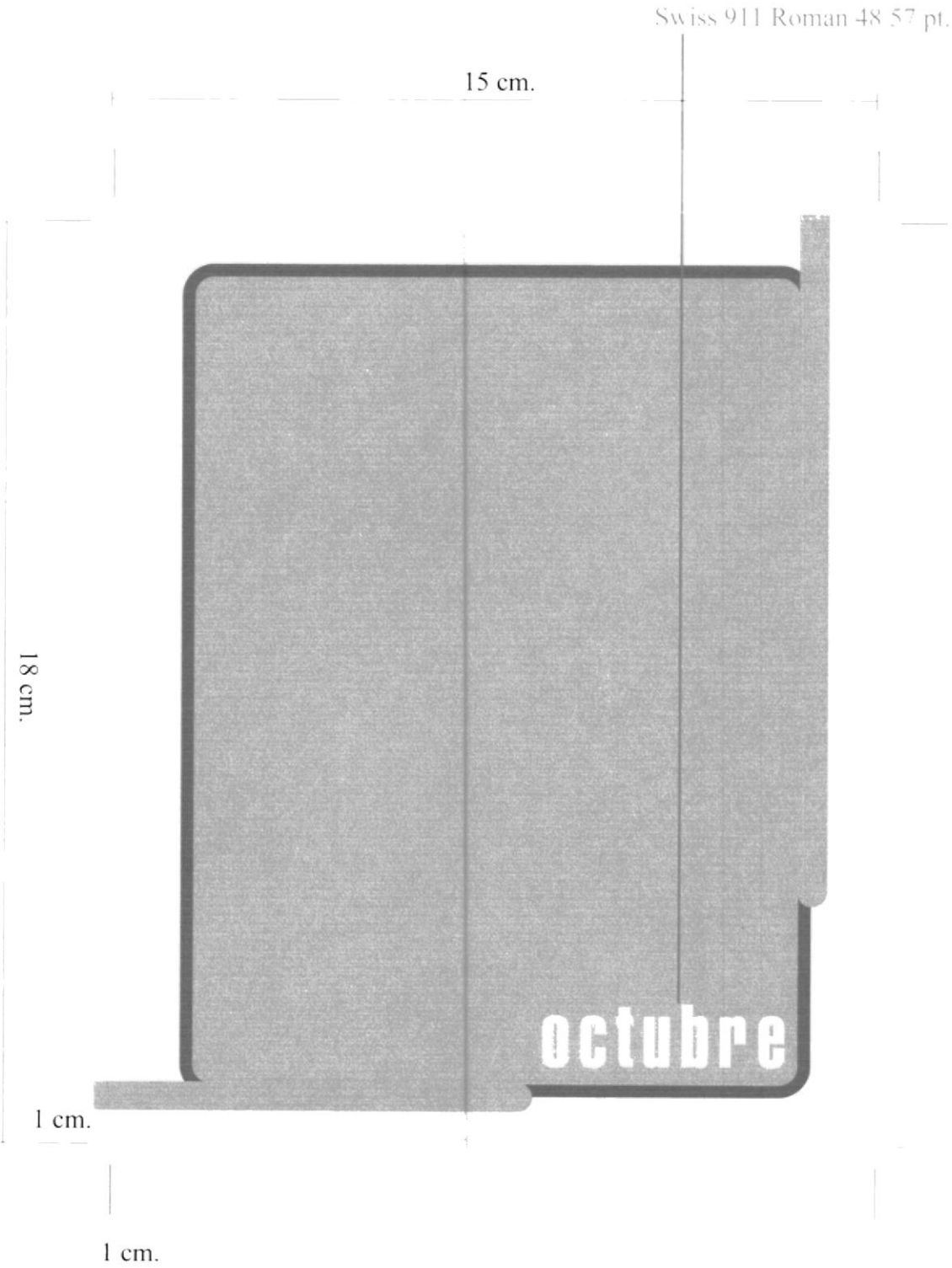
Portada "Septiembre" (Derecha)



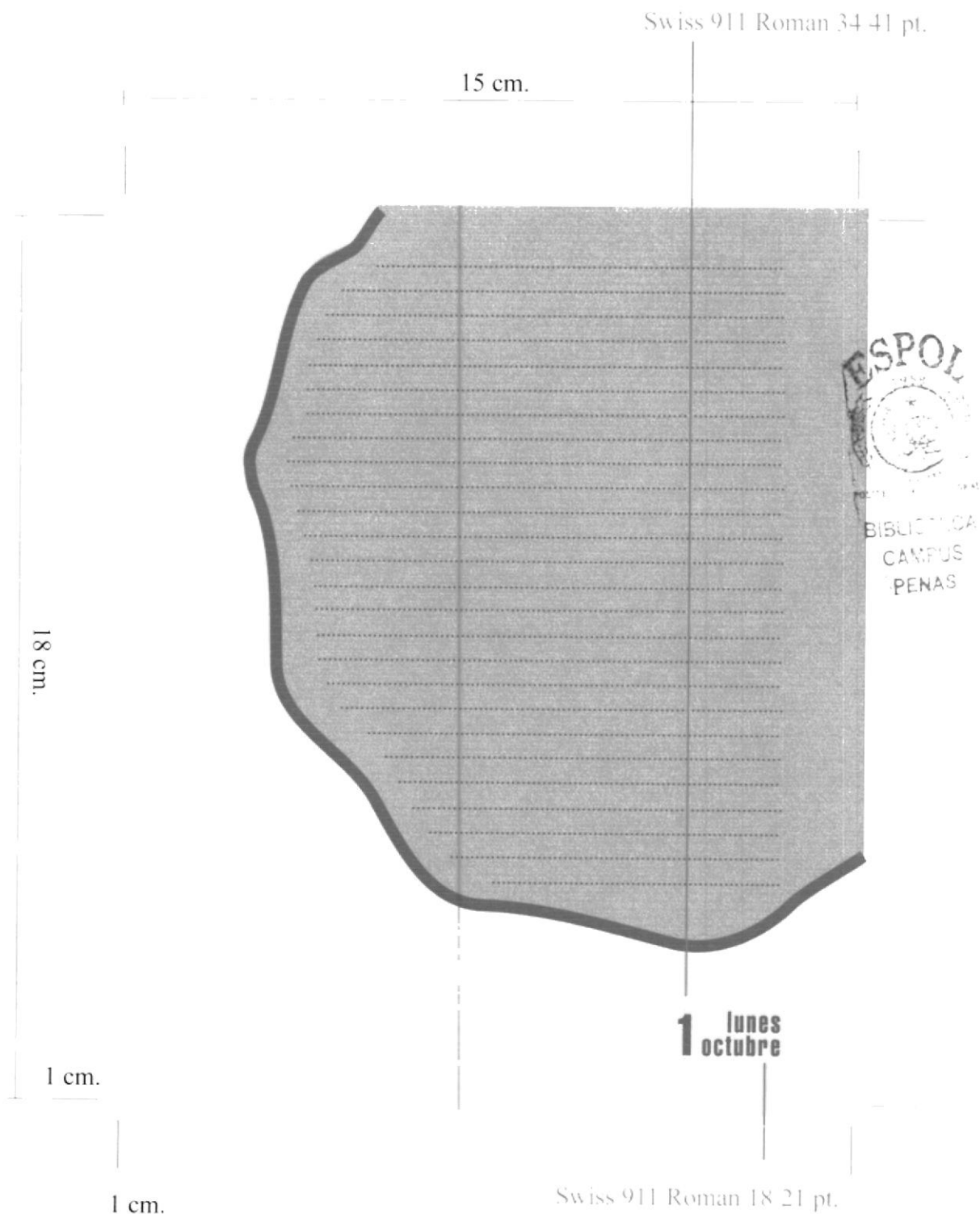
Página "Septiembre" (Derecha)



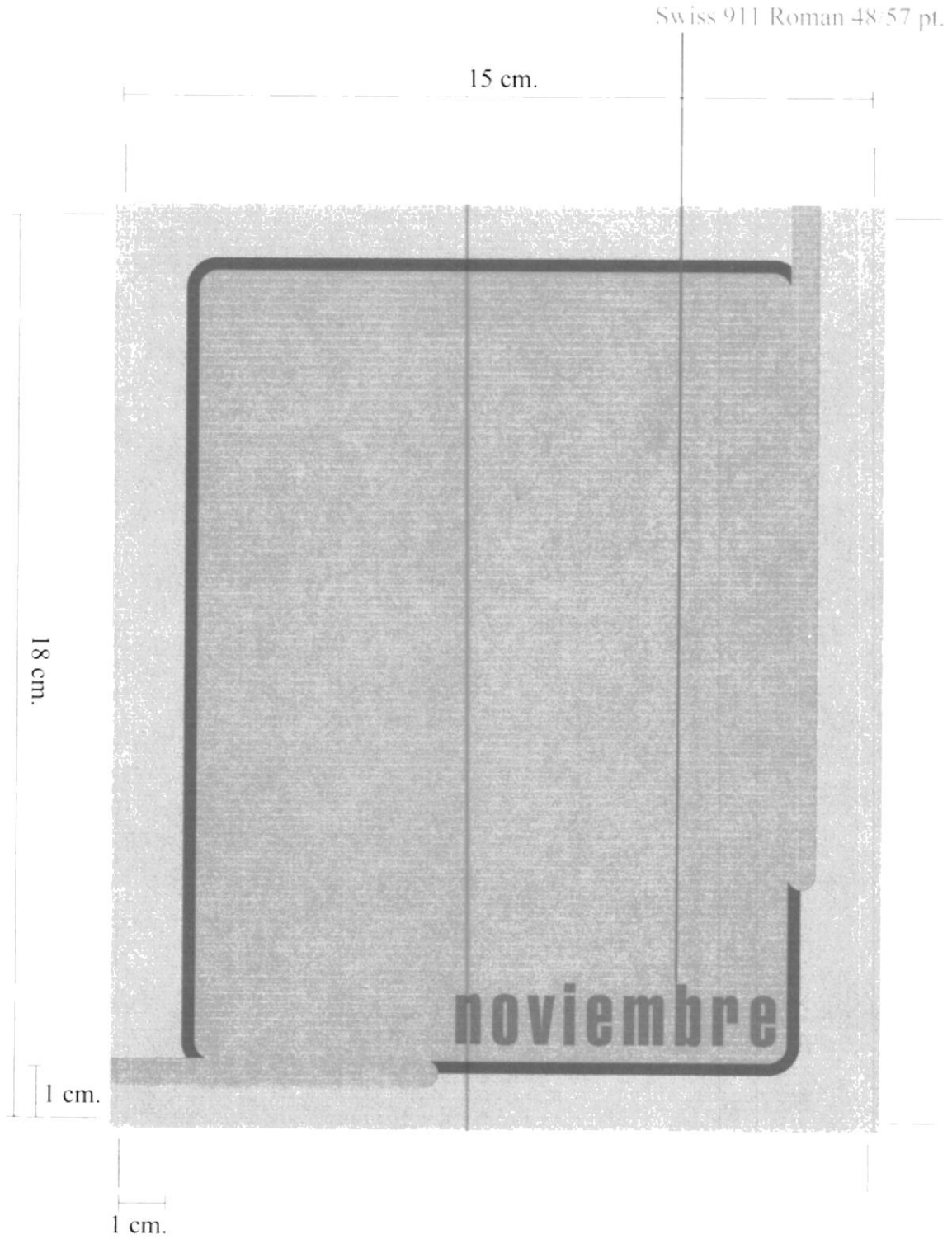
Portada "Octubre" (Derecha)



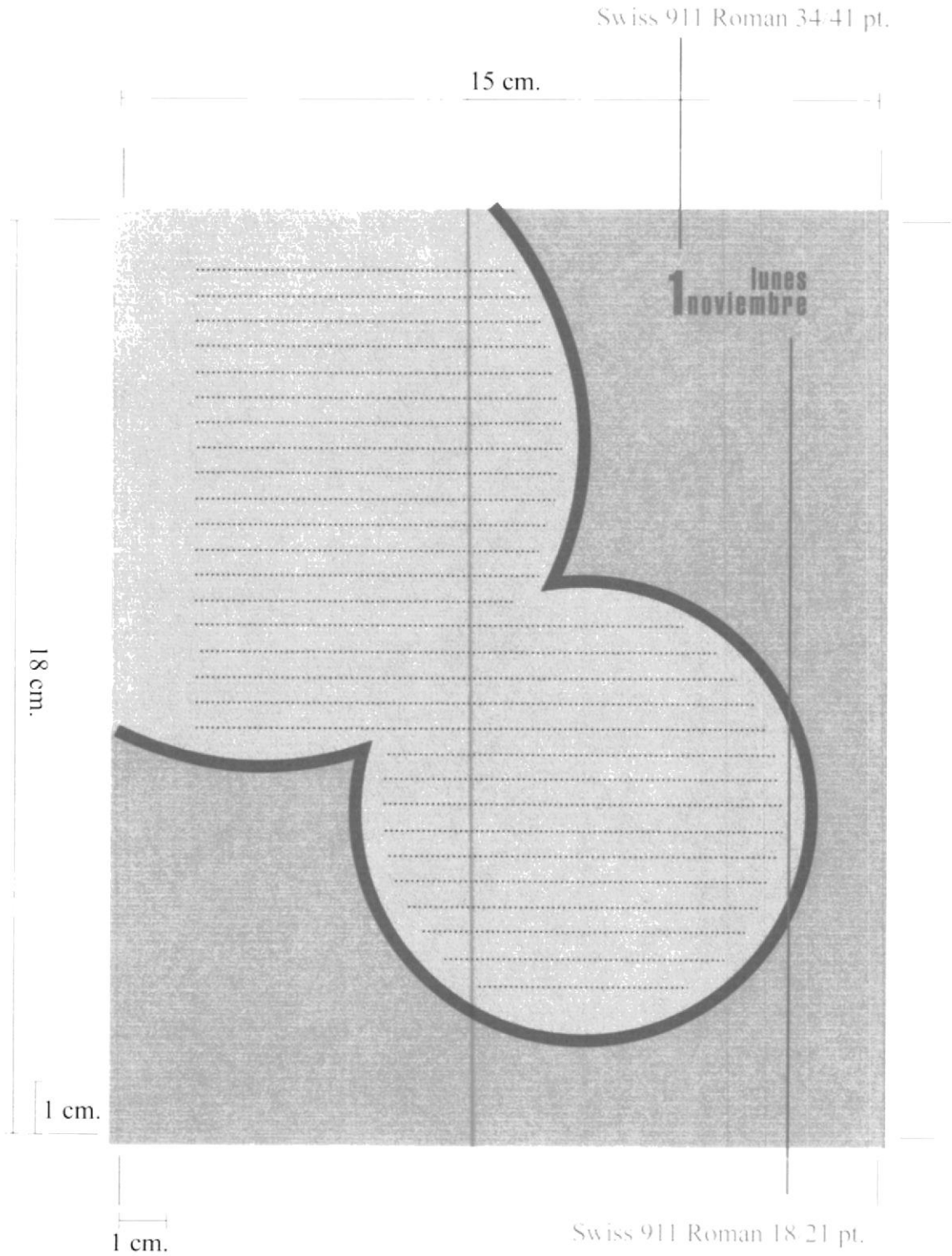
Página "Octubre" (Derecha)



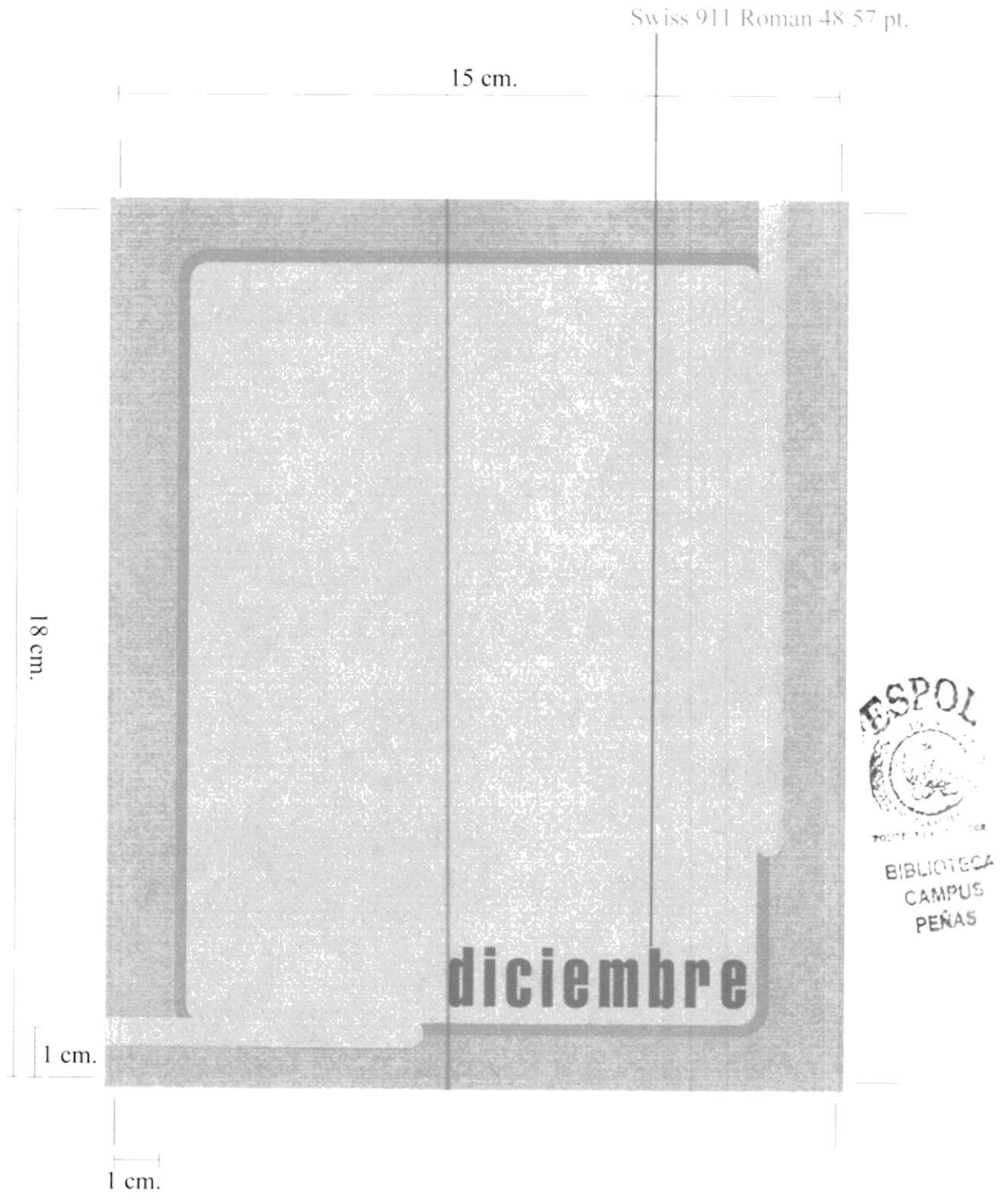
Portada "Noviembre" (Derecha)



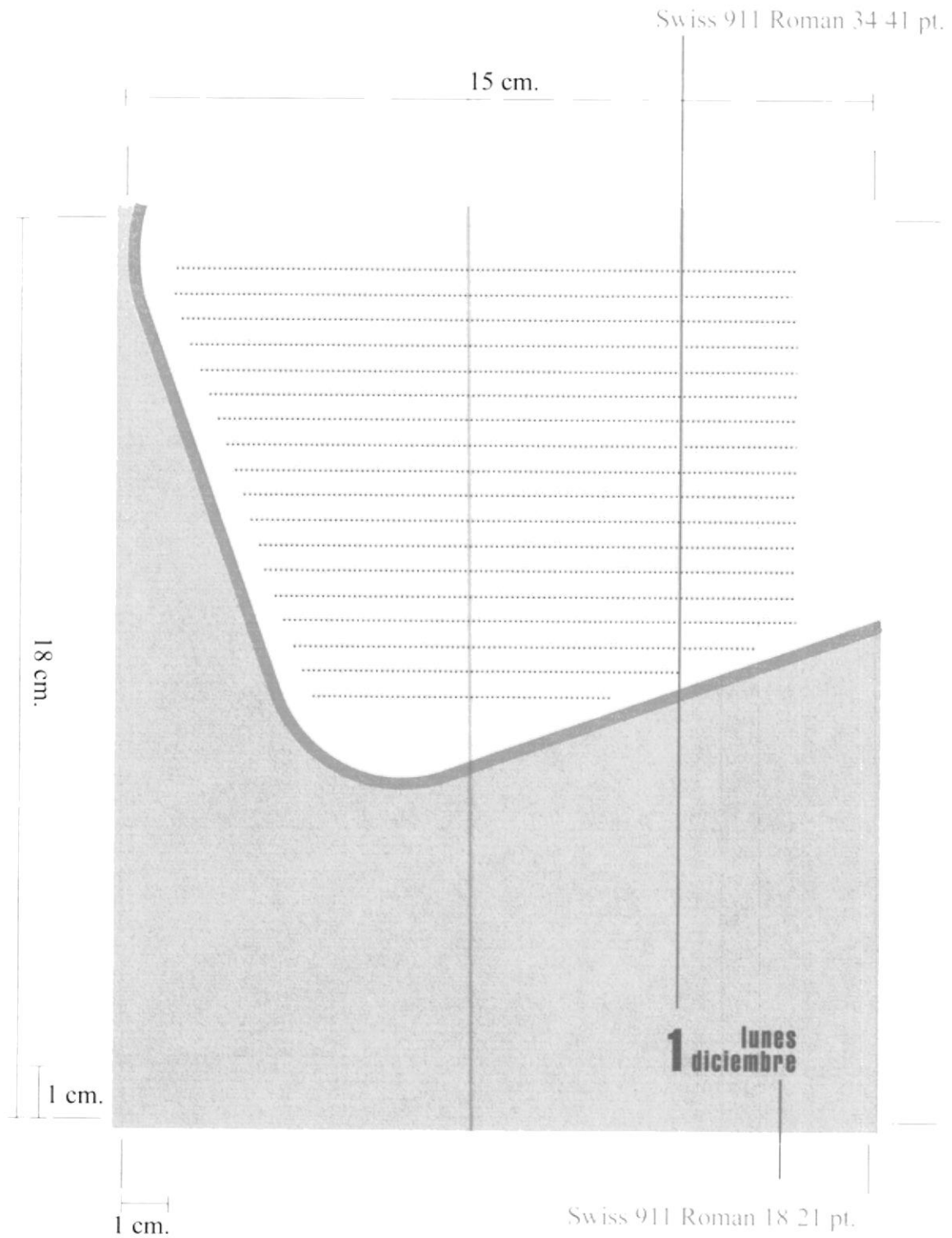
Página "Noviembre" (Derecha)



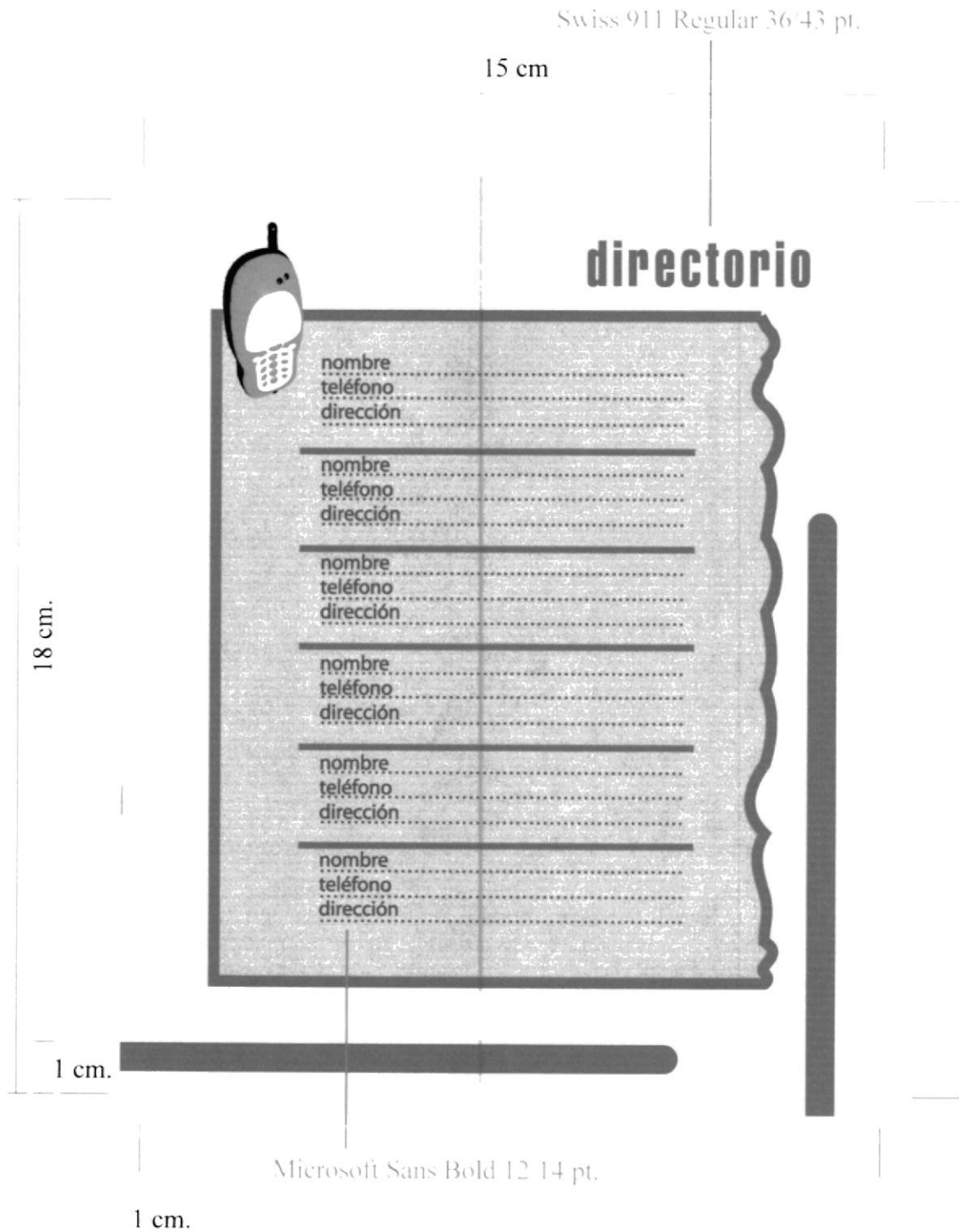
Portada "Diciembre" (Derecha)



Página "Diciembre" (Derecha)



Página "Directorio" (Derecha)



CAPÍTULO 14: *Agenda Mujer*



14. AGENDA MUJER

14.1 DISEÑO DE LA AGENDA

La agenda está dirigida a mujeres con edades de 20 años en adelante. Está elaborada de acuerdo a los colores utilizados en el folleto institucional. Se hizo necesario el uso de retículas en el diseño de la misma.

La composición es dinámica contiene cuadros, barras y líneas de colores de acuerdo a los del logo de la institución.

14.2 ANÁLISIS CROMÁTICO

Los colores escogidos para la elaboración de la agenda son los mismos del diseño de los folletos ya que aparte de ser de la misma línea gráfica gustan al target al que va dirigido.

Amarillo

C: 1
M: 20
Y: 98
K: 0



Naranja

C: 0
M: 40
Y: 100
K: 0



Celeste

C: 100
M: 26
Y: 0
K: 0



Verde

C: 83
M: 0
Y: 99.61
K: 0

**Azul**

C: 98.04
M: 98.04
Y: 1.96
K: 0.39

**14.3 TIPOGRAFÍA**

La fuente que se ha usado en general es Myriad Roman. Su puntaje varía entre 10, 50, 100 y 398.81. Esta última varía ya que su escala horizontal es de 38.32%. El color del texto varía entre blanco, celeste, negro y gris, todo de acuerdo a lo que se requiera.

Myriad Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 0123456789
 .,:;()'"!¿?

Myriad Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;()'"!¿?

14.4 CONTENIDO

- Portada
- Datos de Fasinarm
- Datos personales

- Calendario 2005
- Calendario 2004
- Planeador anual
- Hoteles, restaurantes y teléfonos de emergencia del Ecuador
- 12 páginas de portada de mes
- 1 diseño de página para todos los meses
- Directorio telefónico

14.5 FORMATO

Tamaño

Horizontal: 17.5 cm.
Vertical: 23 cm.

Márgenes

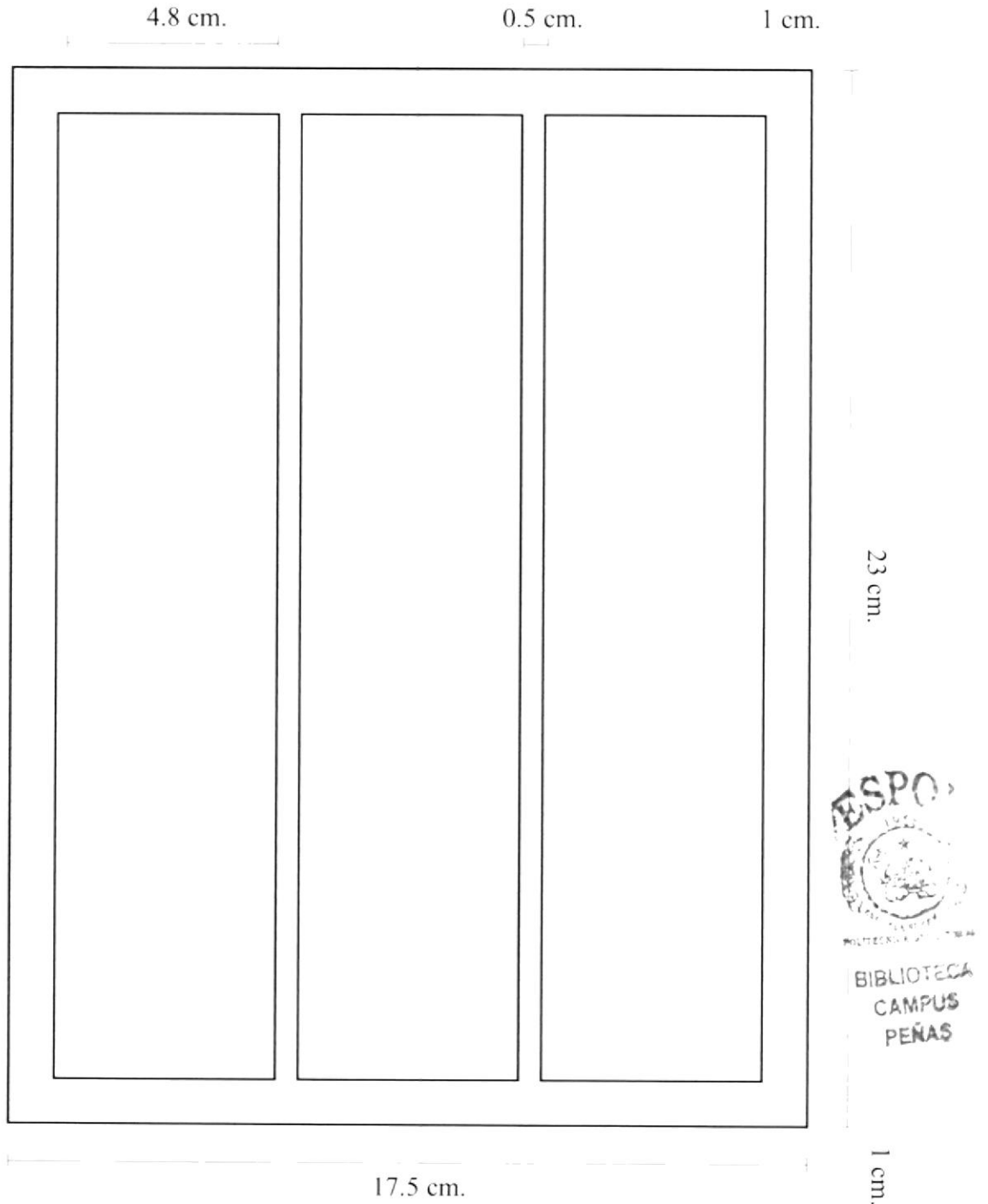
Superior: 1 cm.
Inferior: 1 cm.
Izquierdo: 1 cm.
Derecho: 1 cm.

Tipo de papel

Papel bond 90 gr.



14.6 RETÍCULA



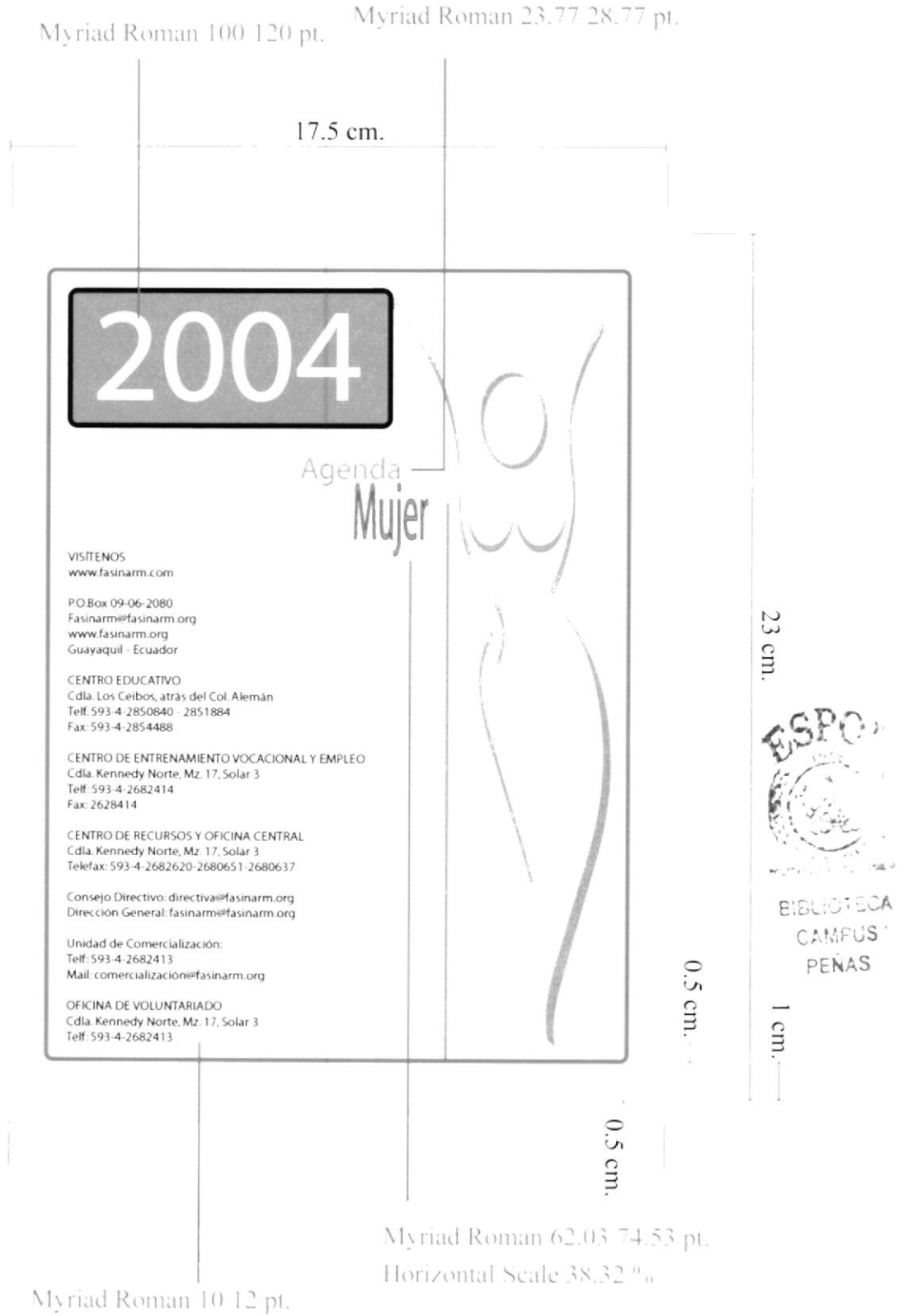
Esta retícula fue usada en el diseño de la Agenda Mujer en todas sus páginas.

14.7 PIEZA GRÁFICA

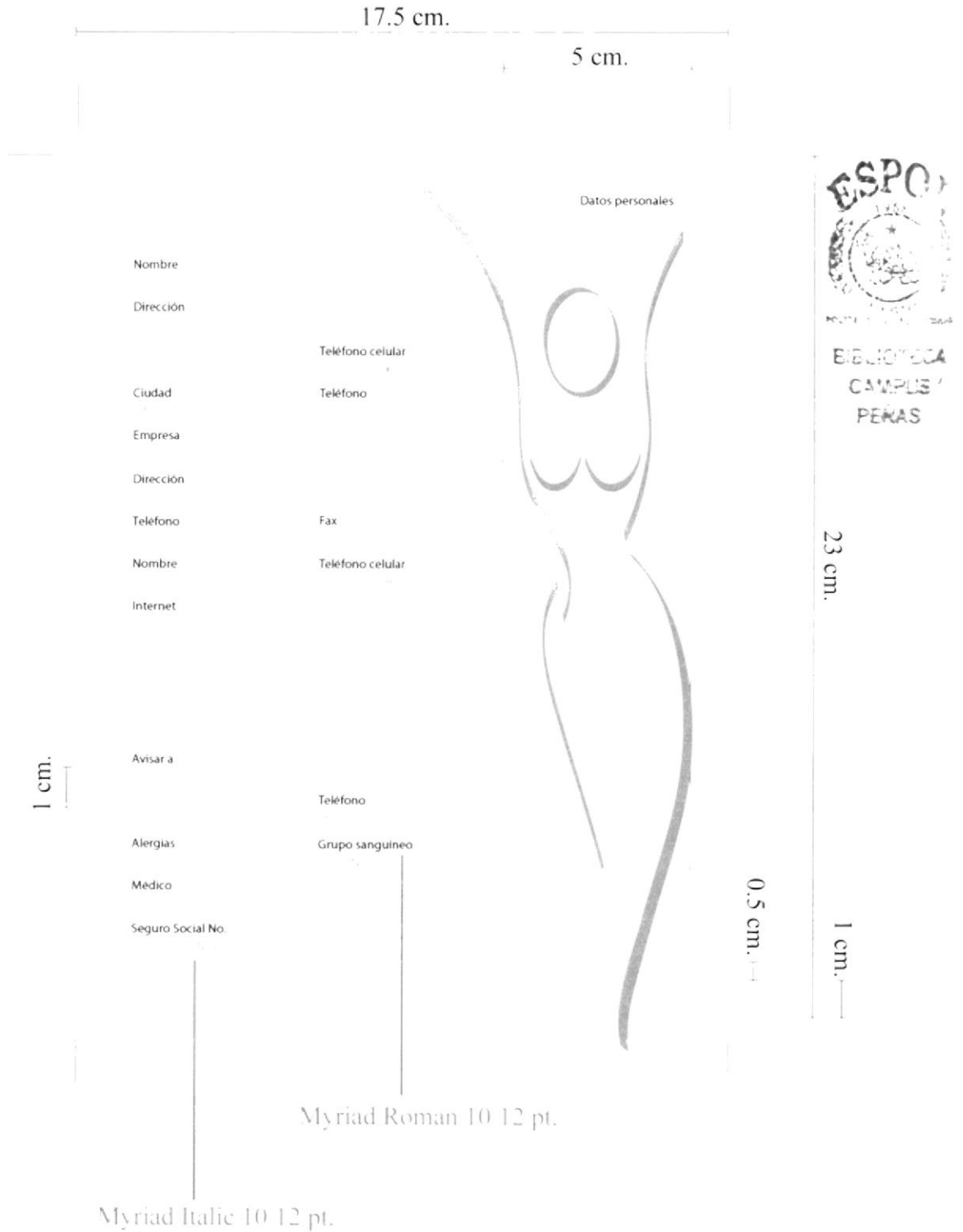
Portada de la Agenda (Derecha)



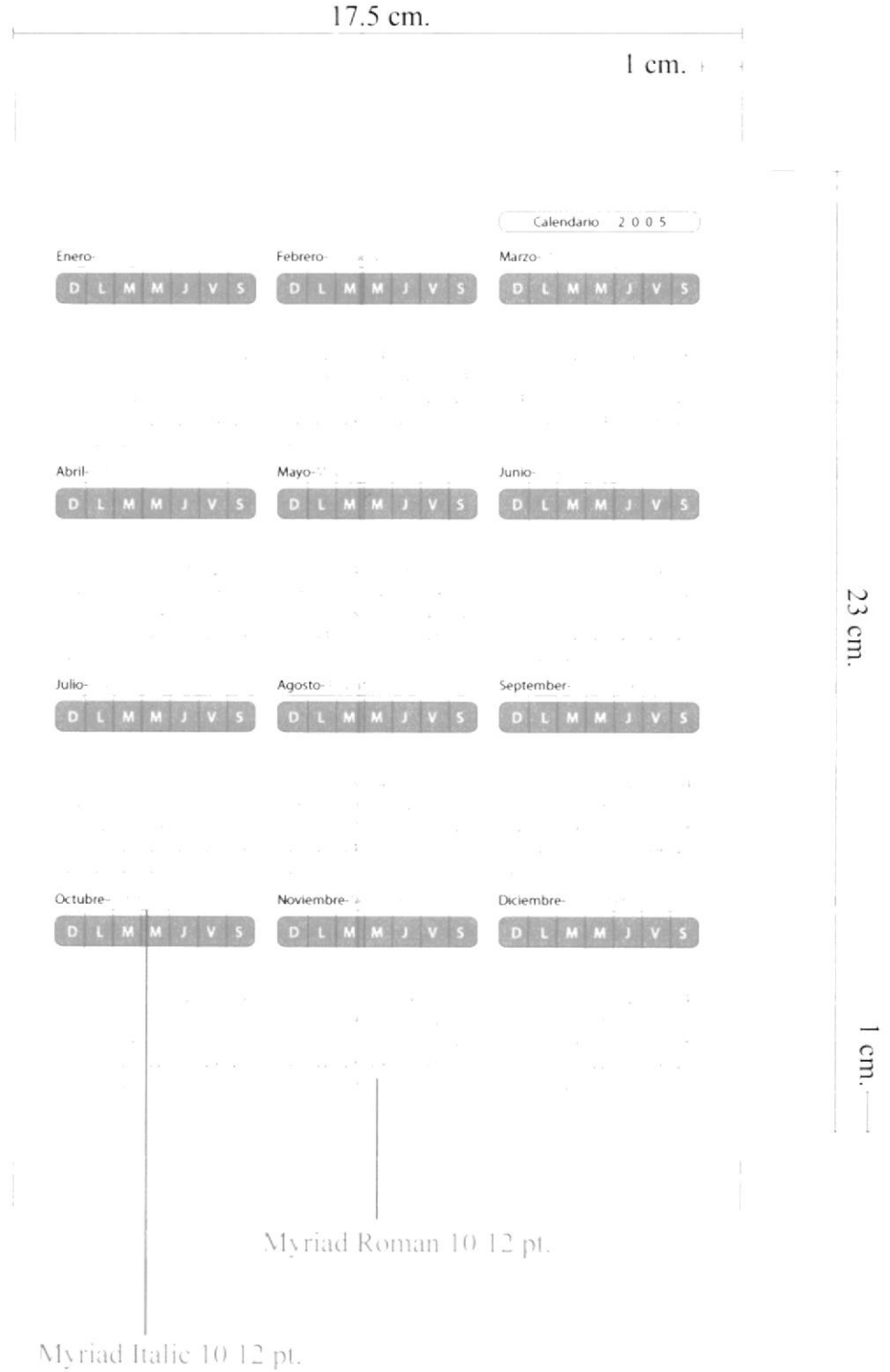
Página "Datos de Fasinarm" (Izquierda)



Página "Datos Personales" (Derecha)



Página "Calendario 2005" (Izquierda)



Página "Calendario 2004" (Derecha)

17.5 cm.

1 cm.

Calendario 2004

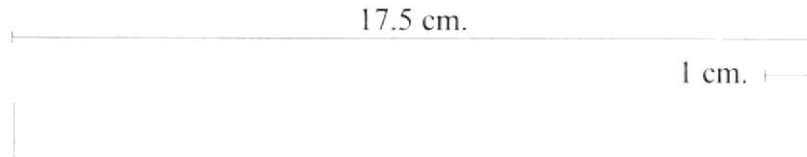
| | | |
|---|--|--|
| <p>Enero-</p> <p>D L M M J V S</p> <p>Myriad Italic 10 12 pt.</p> | <p>Febrero-</p> <p>D L M M J V S</p> <p>Myriad Roman 10 12 pt.</p> | <p>Marzo-</p> <p>D L M M J V S</p> |
| <p>Abril-</p> <p>D L M M J V S</p> | <p>Mayo-</p> <p>D L M M J V S</p> | <p>Junio-</p> <p>D L M M J V S</p> |
| <p>Julio-</p> <p>D L M M J V S</p> | <p>Agosto-</p> <p>D L M M J V S</p> | <p>September-</p> <p>D L M M J V S</p> |
| <p>Octubre-</p> <p>D L M M J V S</p> | <p>Noviembre-</p> <p>D L M M J V S</p> | <p>Diciembre-</p> <p>D L M M J V S</p> |



23 cm.

1 cm.

Página "Planeador Anual 2004" (Izquierda)



Planeador anual 2004

| | Domingo | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Semana |
|-----|---------|--------|---------|-----------|----------|---------|----------|--------|
| | Sunday | Monday | Tuesday | Wednesday | Thursday | Friday | Saturday | Week |
| Ene | 28 | 29 | 30 | 31 | | | | 01 |
| | | | | | | | | 02 |
| | | | | | | | | 03 |
| | | | | | | | | 04 |
| | | | | | | | | 05 |
| Feb | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 06 |
| | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 07 |
| | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 08 |
| | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 09 |
| | 29 | | | | | | | 10 |
| Mar | | | | | | | | 11 |
| | | | | | | | | 12 |
| | | | | | | | | 13 |
| | | | | | 01 | 02 | 03 | 14 |
| | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 15 |
| Abr | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 16 |
| | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 17 |
| | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | | 18 |
| | | | | | | | | 19 |
| | | | | | | | | 20 |
| May | | | | | | | | 21 |
| | | | | | | | | 22 |
| | | | | | | | | 23 |
| | | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 24 |
| | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | 13 | 25 |
| Jun | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 26 |
| | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 27 |
| | 28 | 29 | 30 | | | | | |

23 cm.

1 cm.

Myriad Roman 10 12 pt.

Myriad Italic 10 12 pt.

Página continuación "Planeador Anual 2004" (Derecha)

17.5 cm.

1 cm.

| Semana | Domingo | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | |
|--------|---------|--------|---------|-----------|----------|---------|----------|------|
| Week | Sunday | Monday | Tuesday | Wednesday | Thursday | Friday | Saturday | |
| 28 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | |
| 29 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | |
| 30 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | Jul- |
| 31 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |
| 32 | | | | | | | | |
| 33 | | | | | | | | |
| 34 | | | | | | | | Ago- |
| 35 | | | | | | | | |
| 36 | | | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | |
| 37 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | |
| 38 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | Sep- |
| 39 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | |
| 40 | 27 | 28 | 29 | 30 | | | | |
| 41 | | | | | | | | |
| 42 | | | | | | | | |
| 43 | | | | | | | | Oct- |
| 44 | | | | | | | | |
| 45 | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | |
| 46 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | |
| 47 | 15 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | Nov- |
| 48 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | | | |
| 49 | | | | | | | | |
| 50 | | | | | | | | |
| 51 | | | | | | | | Dic- |
| 52 | | | | | | | | |
| 01 | | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | |
| 02 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | 13 | |

23 cm.



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

1 cm.

Myriad Italic 10 12 pt.

Myriad Roman 10 12 pt.

Página “Hoteles, restaurantes y teléfonos” (Izquierda)



17.5 cm.

1 cm.

Hoteles, restaurantes y teléfonos de emergencia del Ecuador

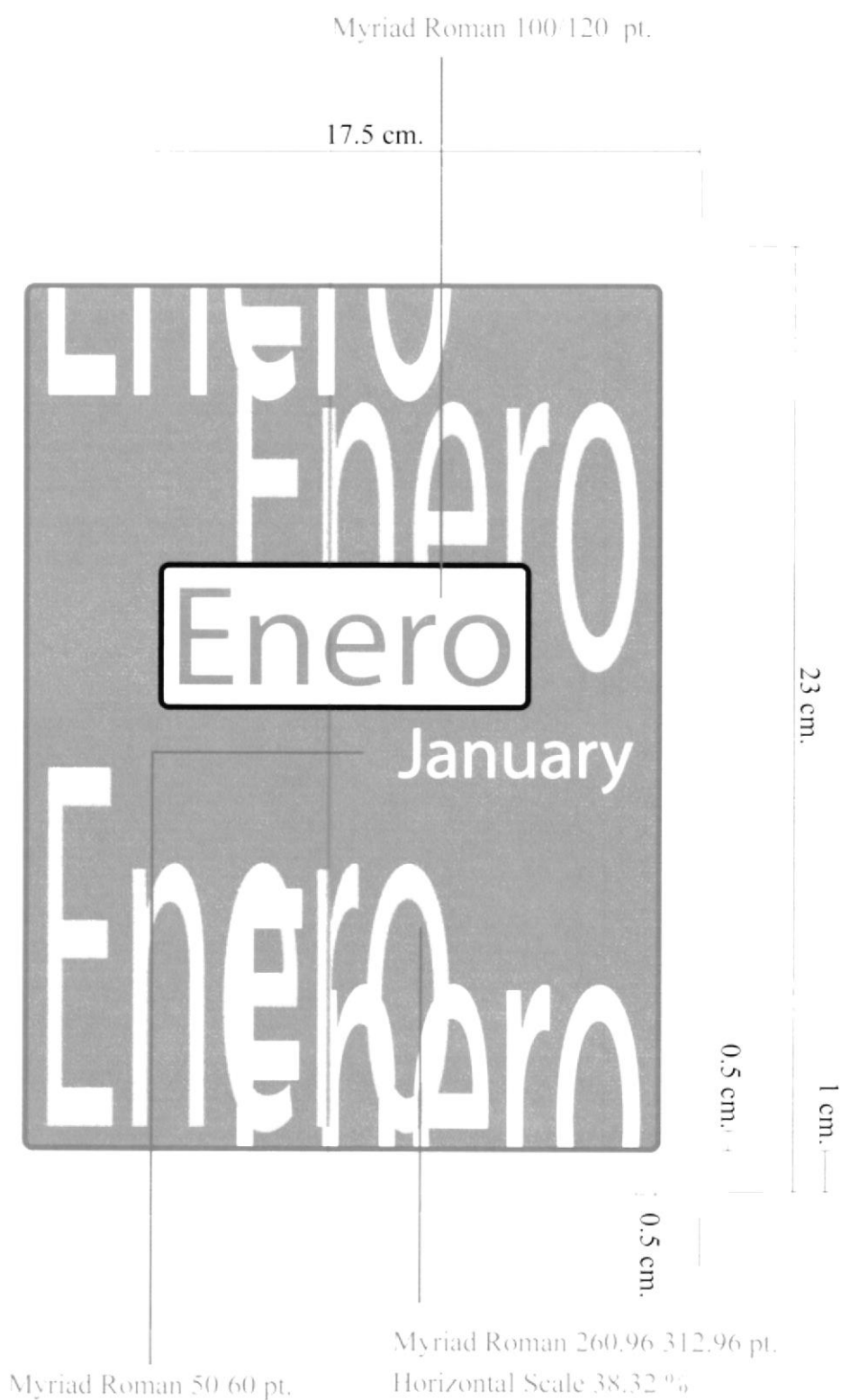
| Hoteles | Restaurantes | Teléfonos de emergencia |
|--|------------------------------------|--|
| | Teléfono: 2329270 | |
| | Teléfono: 2830099 | Aeropuerto Teléfono: 2282100 |
| Teléfono: 2329270 E-mail: informe@hotel.continental.com | Teléfono: 2293309 | Cruz Roja Teléfono: 2560674 - 2560675 |
| | Teléfono: 2882908 | Comisión de Tránsito Teléfono: 103 |
| Teléfono: 2329690 E-mail: grandhot@gye.satnet.net | Teléfono: 2681244 | Cuerpo de Bomberos Teléfono: 102 |
| | Teléfono: 2383456 | Policía Nacional Teléfono: 101 |
| Teléfono: 2689000 E-mail: gmguaquiaquil@hilton.com | Teléfono: 2534599 | Defensa Civil Teléfono: 2321111 - 2421020 |
| | Teléfono: 2389766 | |
| | Teléfono: 2884386 | Aeropuerto Teléfono: 2430555 - 2440084 |
| Teléfono: 2327999 E-mail: ecovg@gye.satnet.net | Teléfono: 2387079 | Agua Potable Teléfono: 2501225 - 2501243 |
| | Teléfono: 2882475 | Banco de sangre Teléfono: 2582480 - 2582481 |
| Teléfono: 2565555 E-mail: hotelea@gye.satnet.net | Teléfono: 2881958 | Cruz Roja (ambulancia) Teléfono: 131 |
| | Nalanis Pizza Teléfono: 2880058 | Cuerpo de Bomberos Teléfono: 102 |
| Teléfono: 2327100 E-mail: ecunii@gye.satnet.net | Teléfono: 2689000 | Policía (radio patrulla) Teléfono: 101 |
| | Teléfono: 2565555 | Defensa Civil Teléfono: 2469099 |

Myriad Roman 10 12 pt.

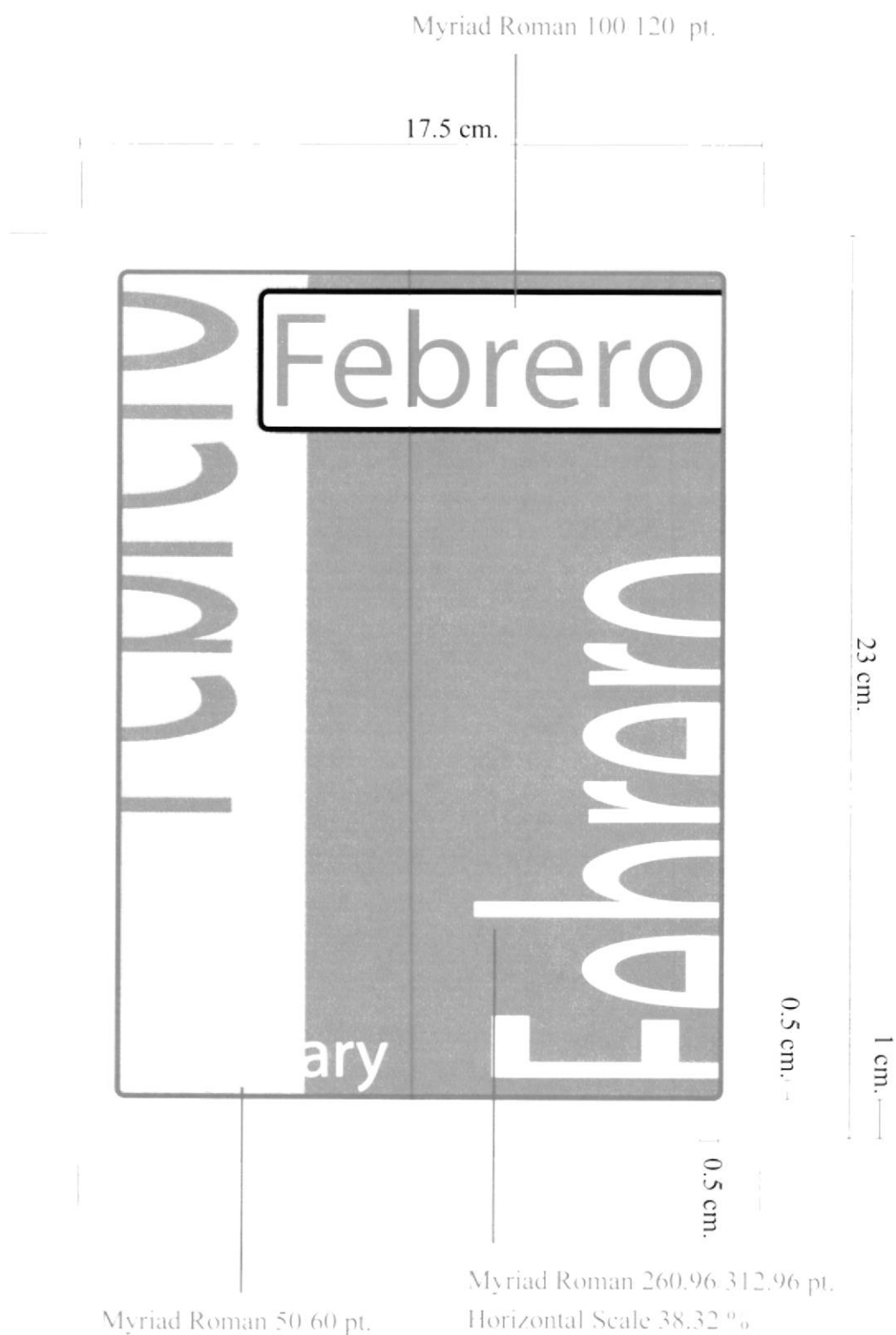
23 cm.

1 cm.

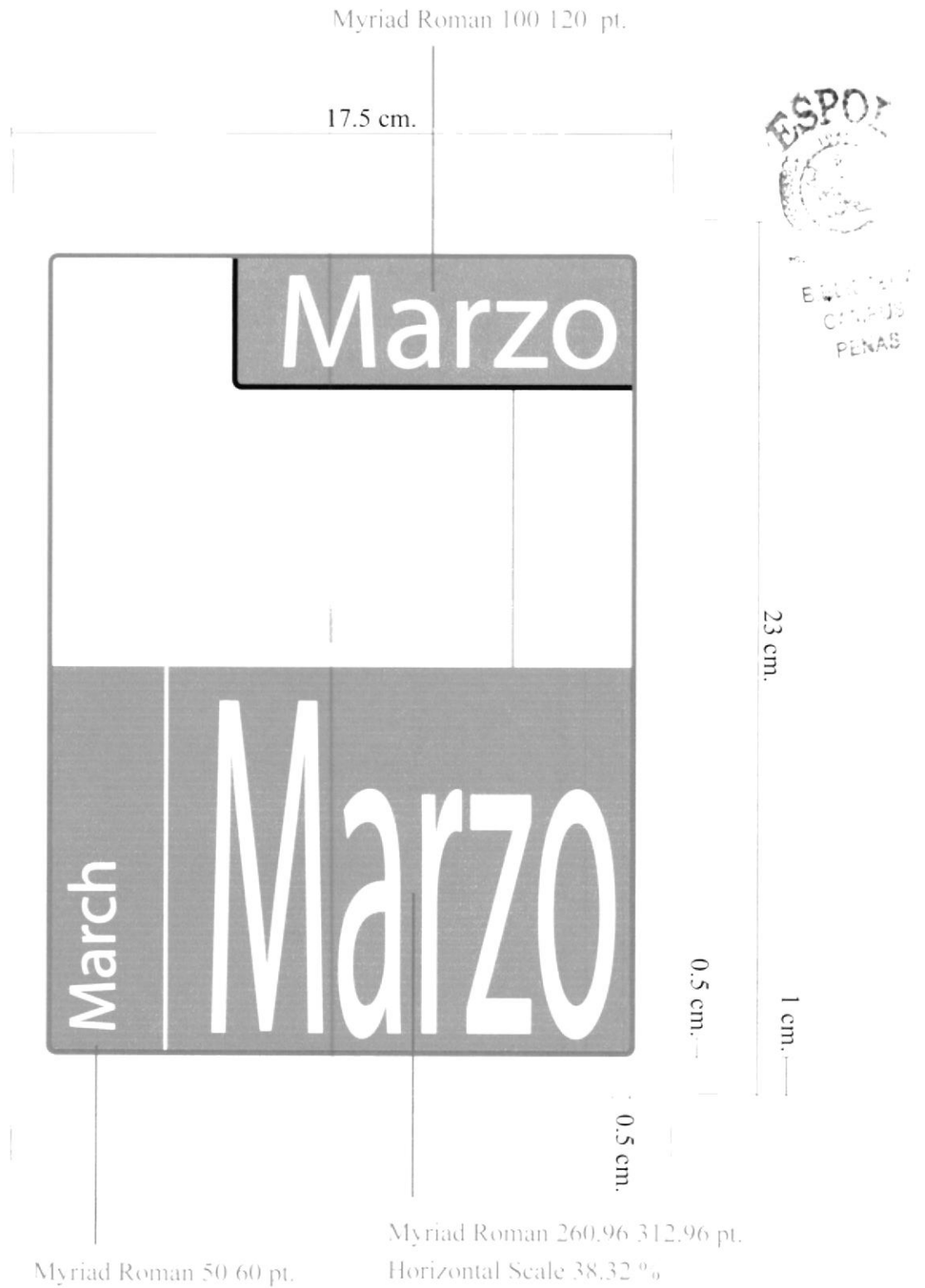
Portada "Enero" (Derecha)



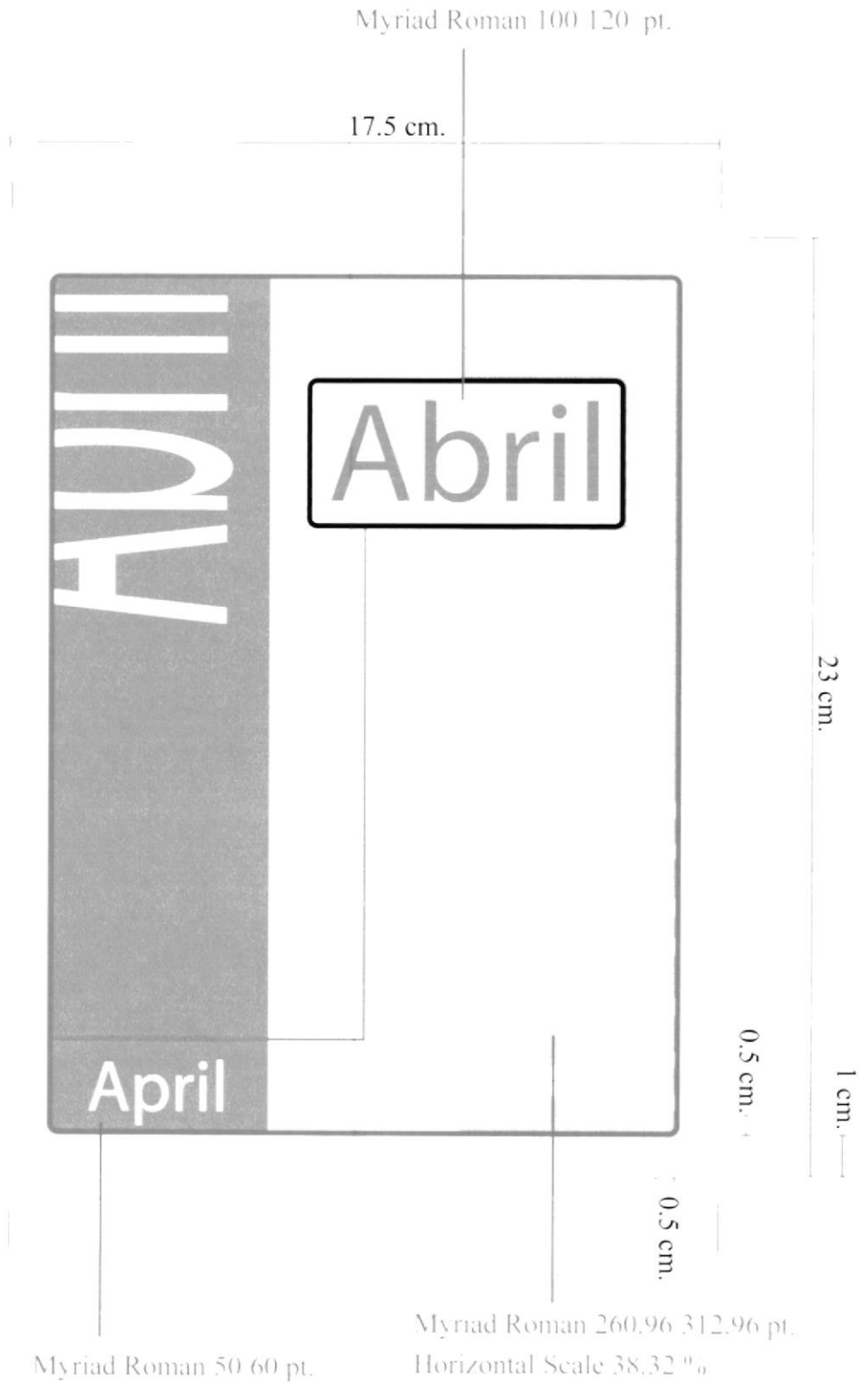
Portada "Febrero" (Derecha)



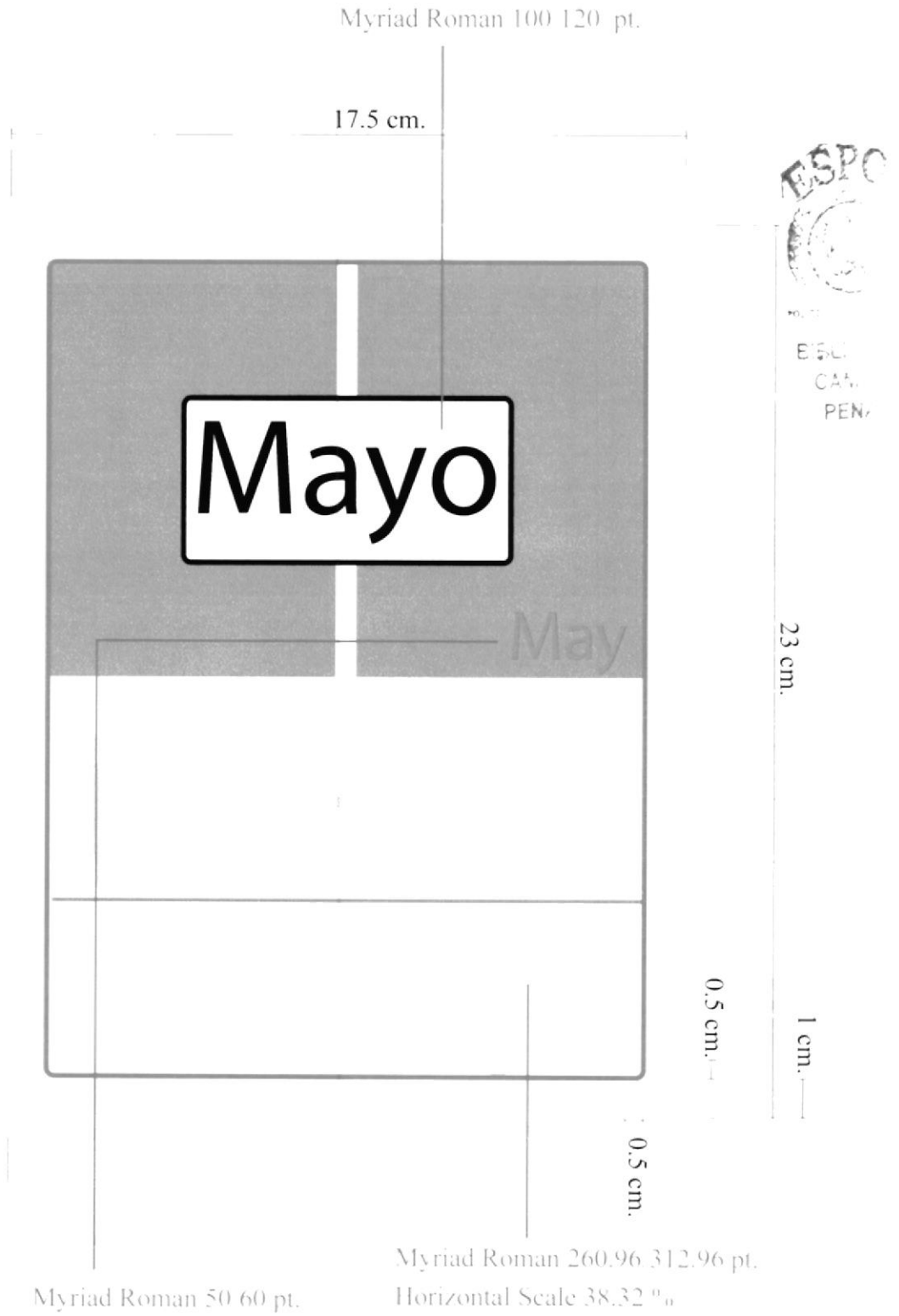
Portada "Marzo" (Derecha)



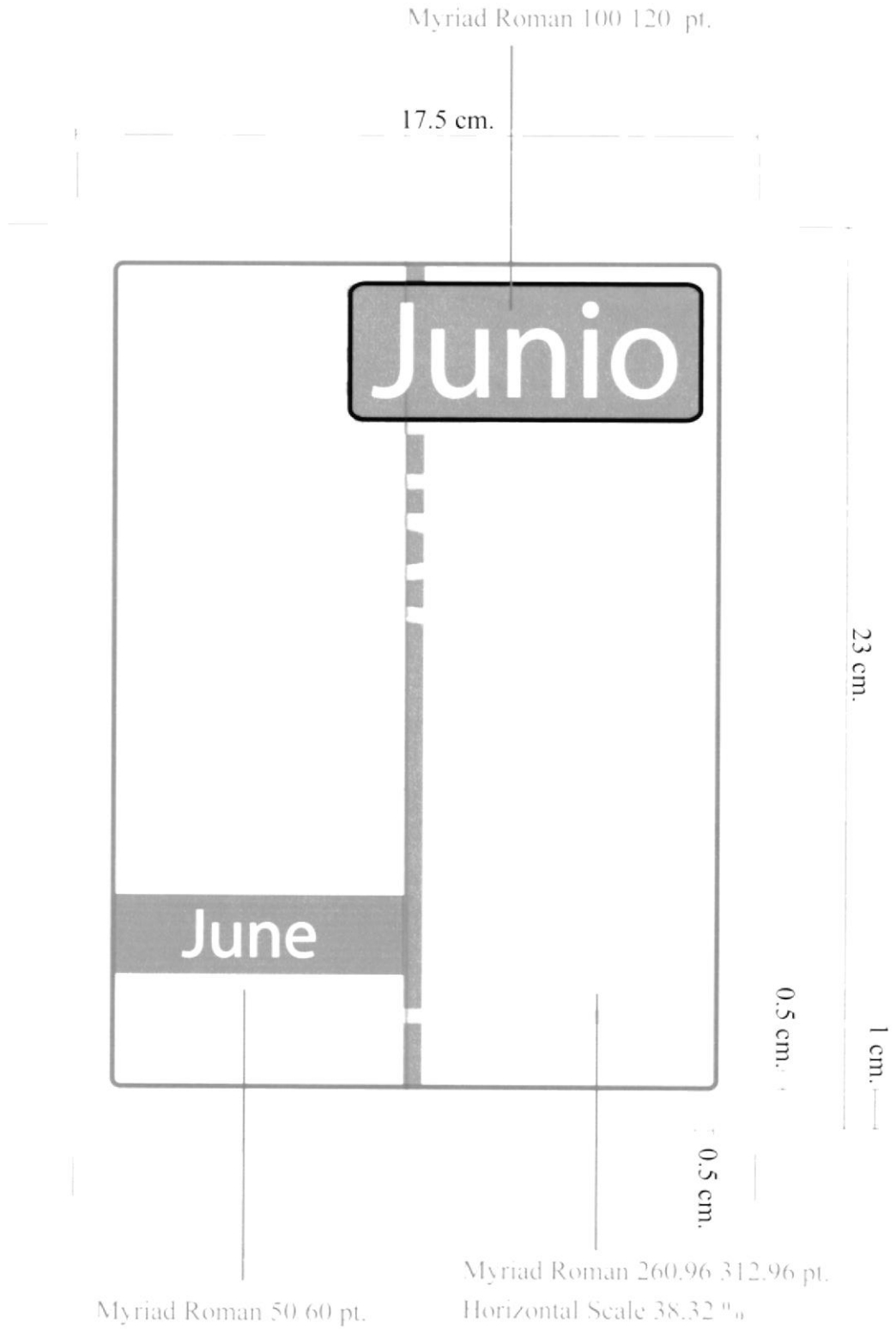
Portada "Abril" (Derecha)



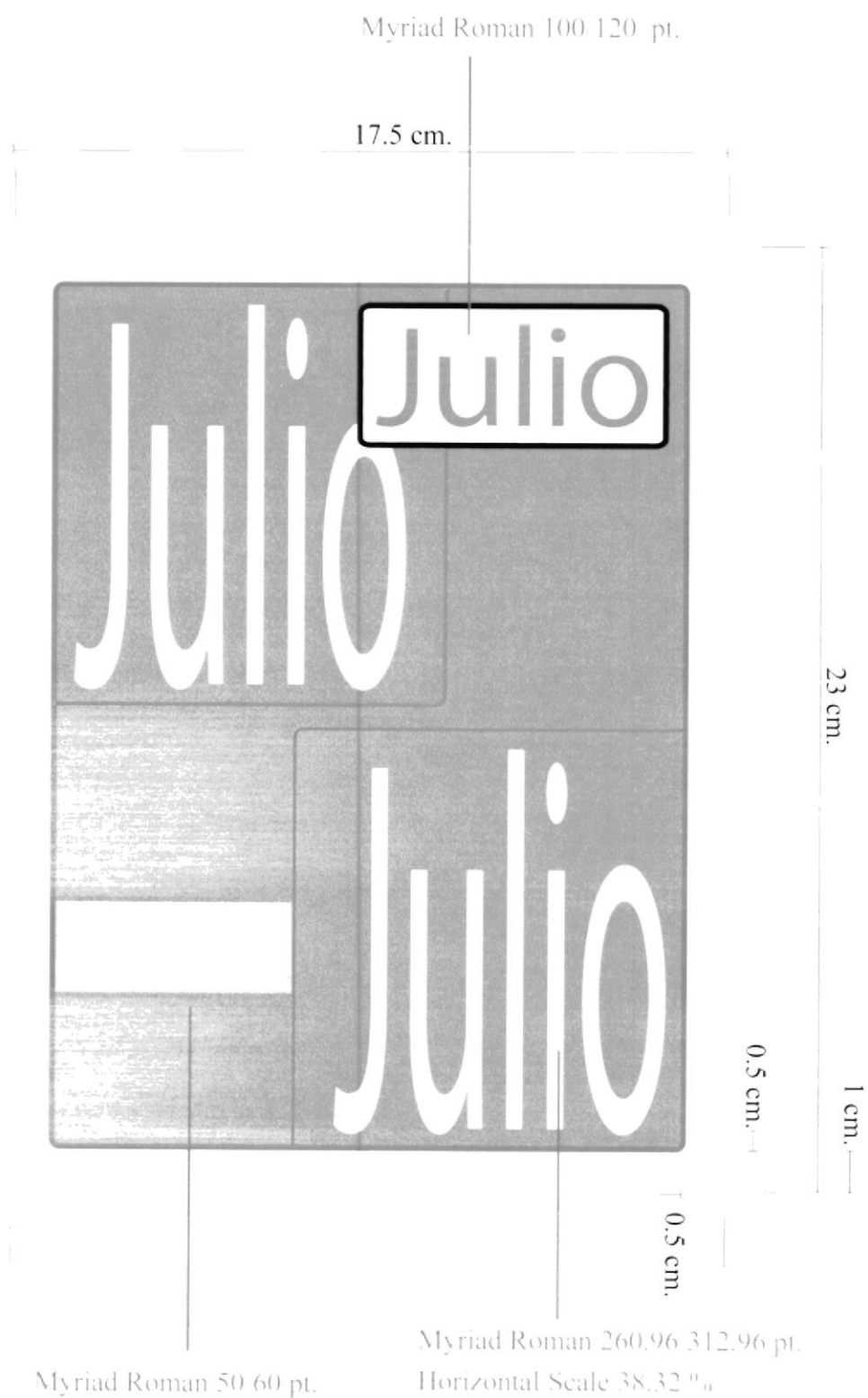
Portada "Mayo" (Derecha)



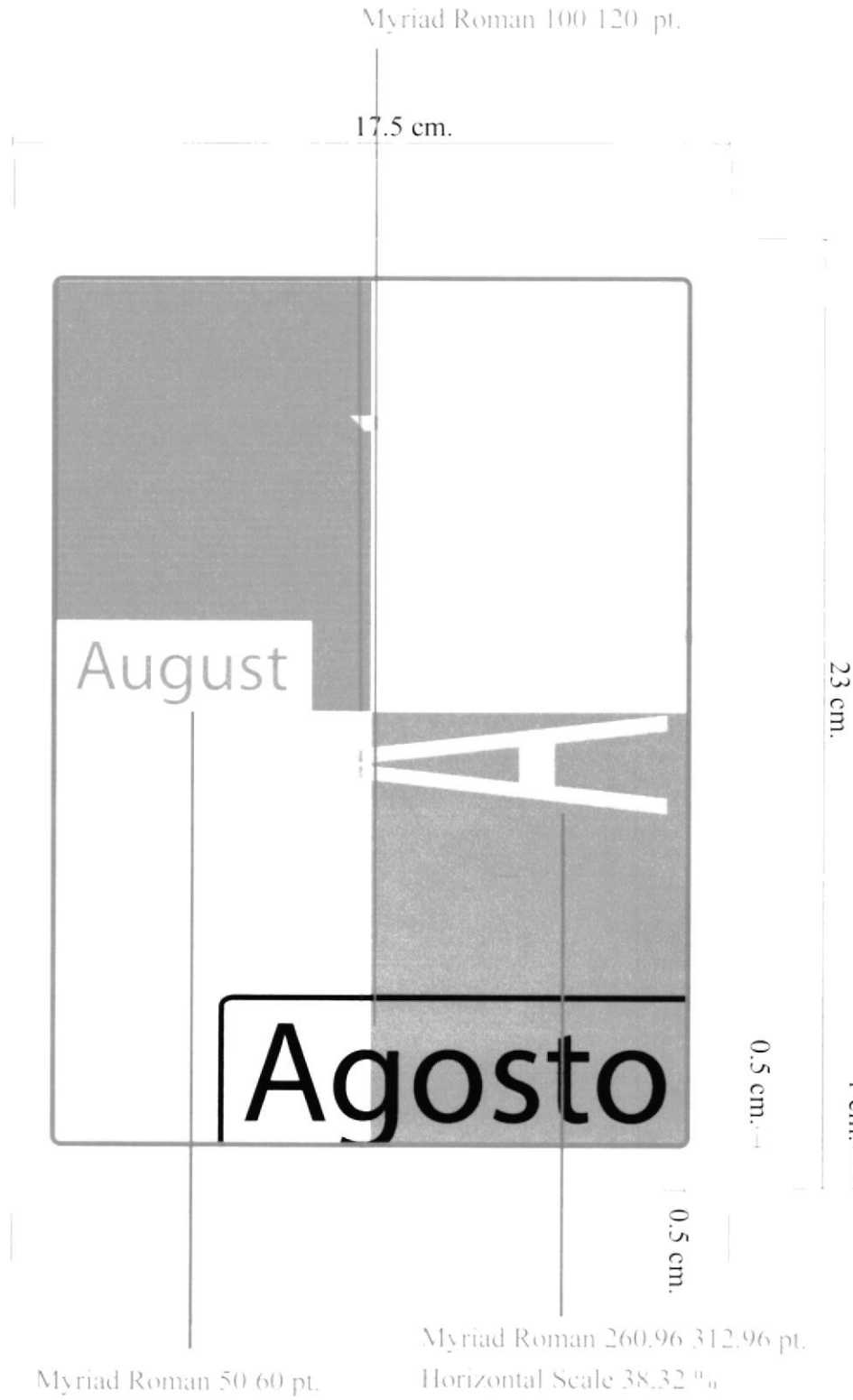
Portada "Junio" (Derecha)



Portada "Julio" (Derecha)



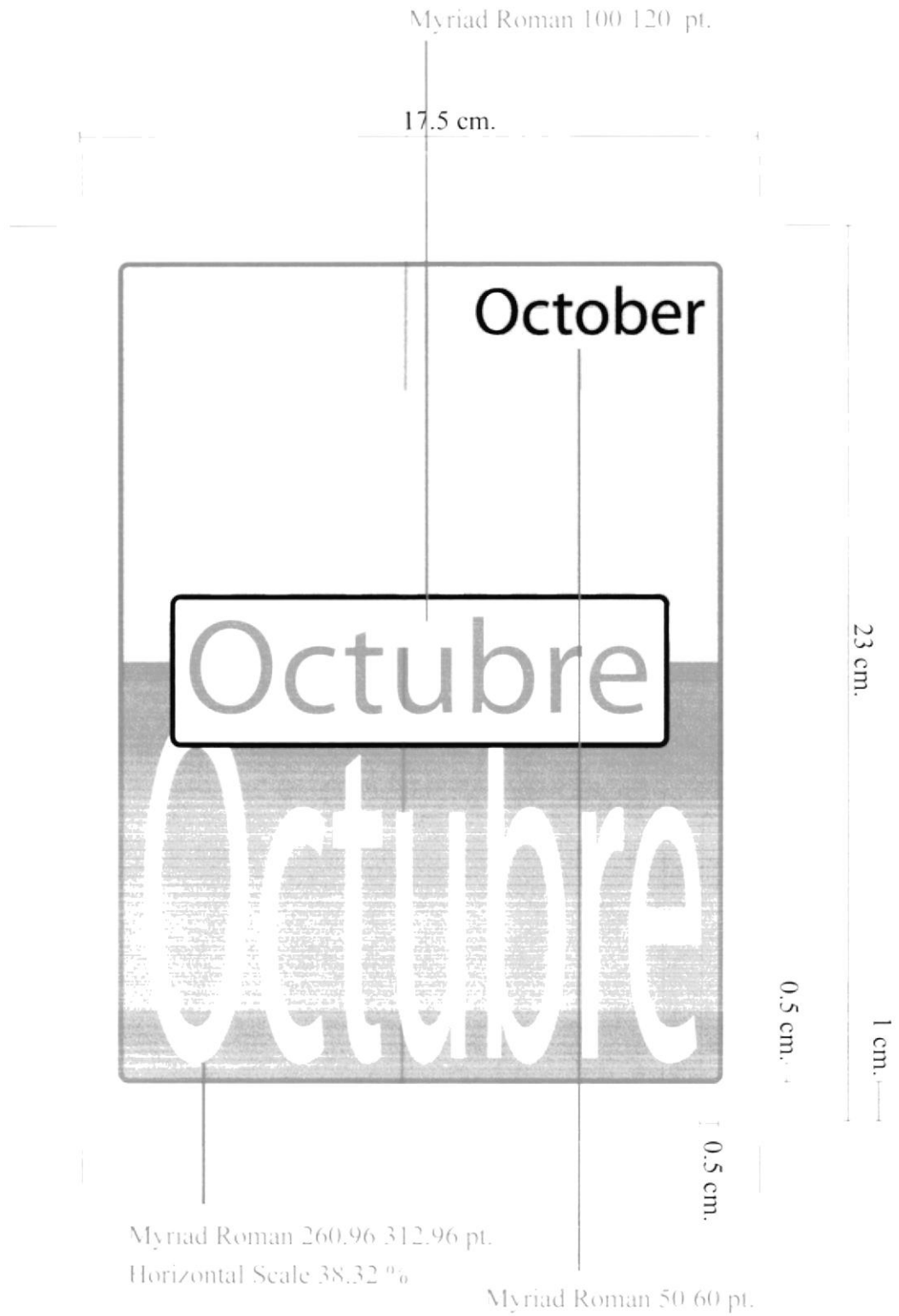
Portada "Agosto" (Derecha)



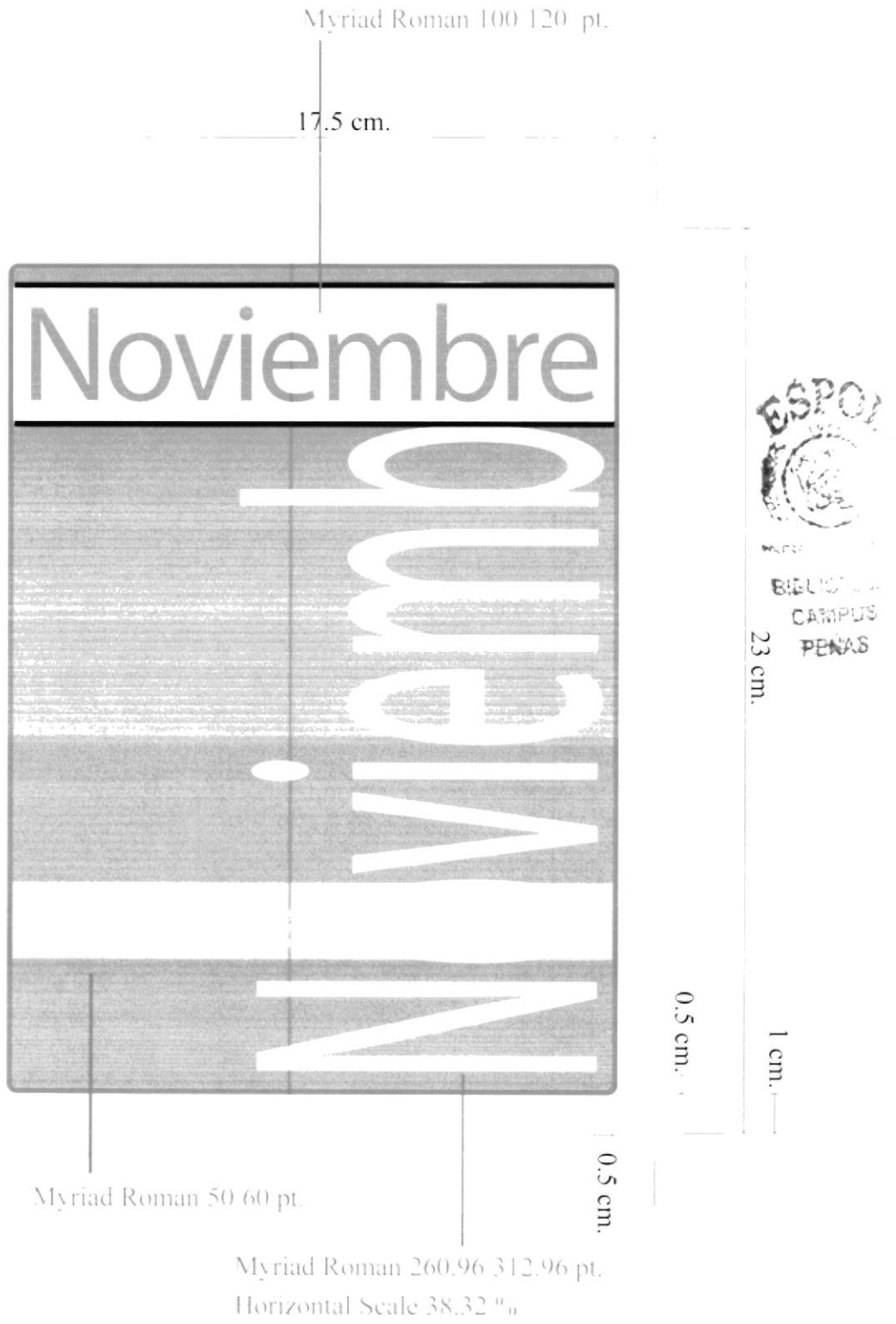
Portada "Septiembre" (Derecha)



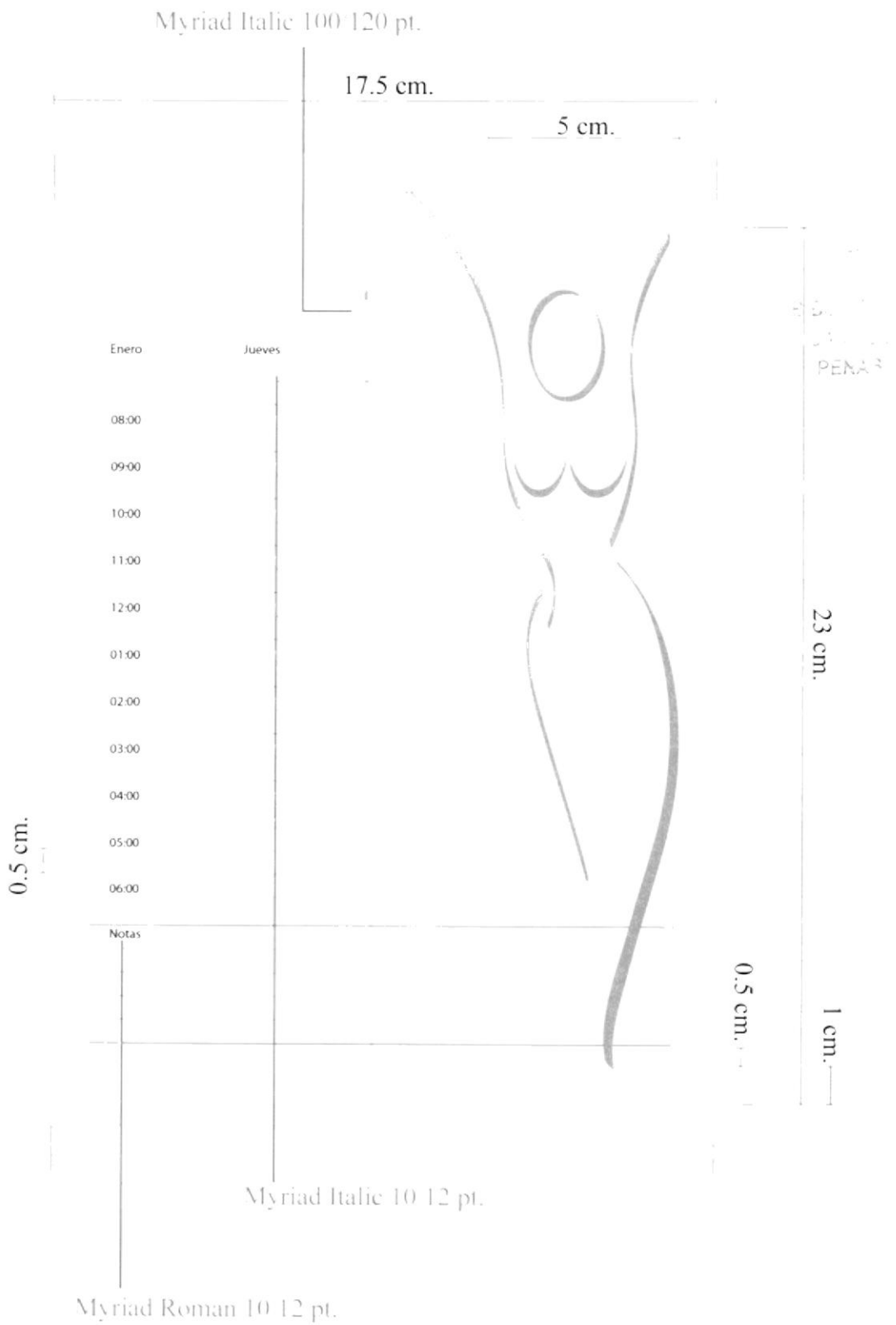
Portada "Octubre" (Derecha)



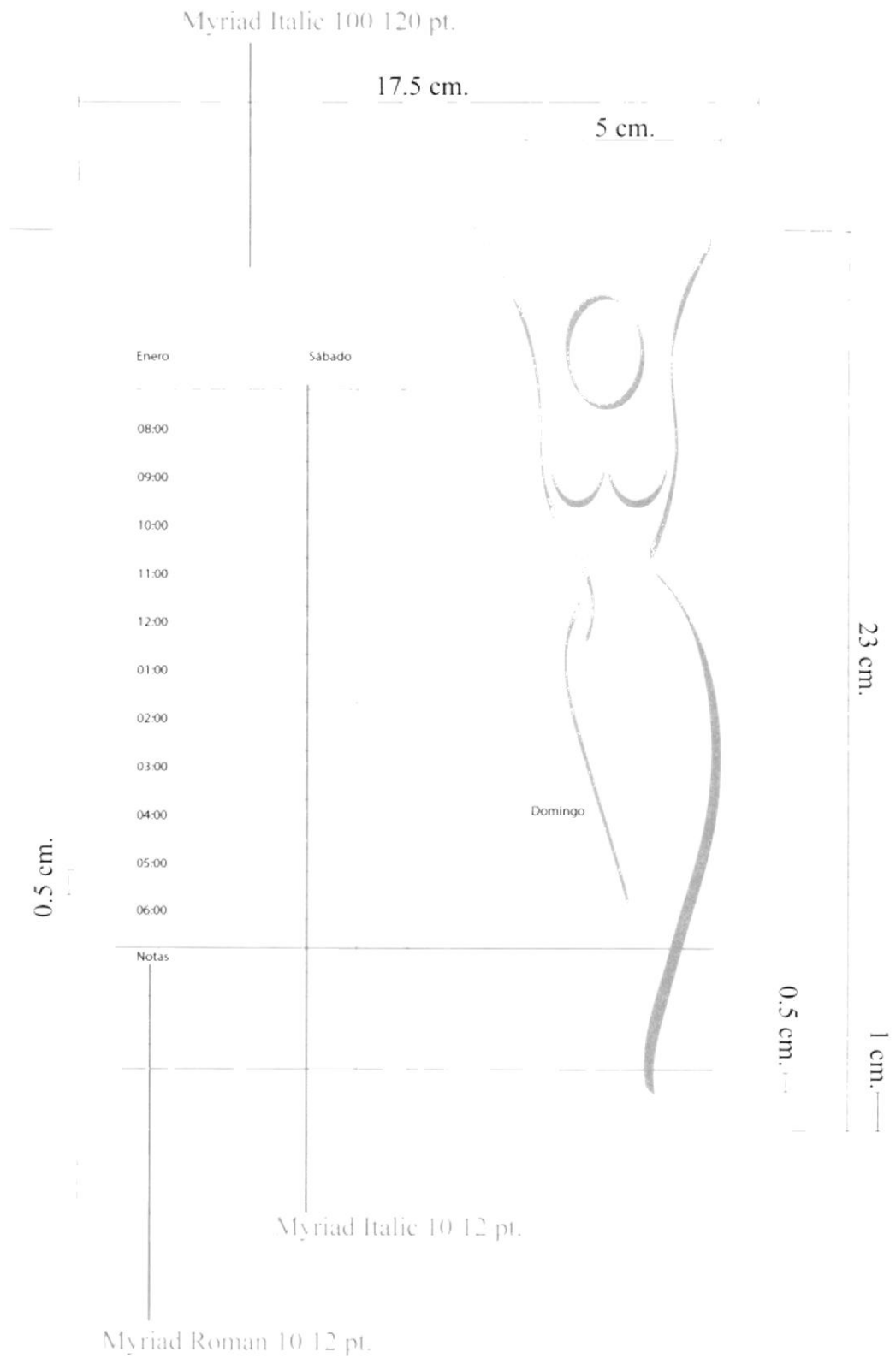
Portada "Noviembre" (Derecha)



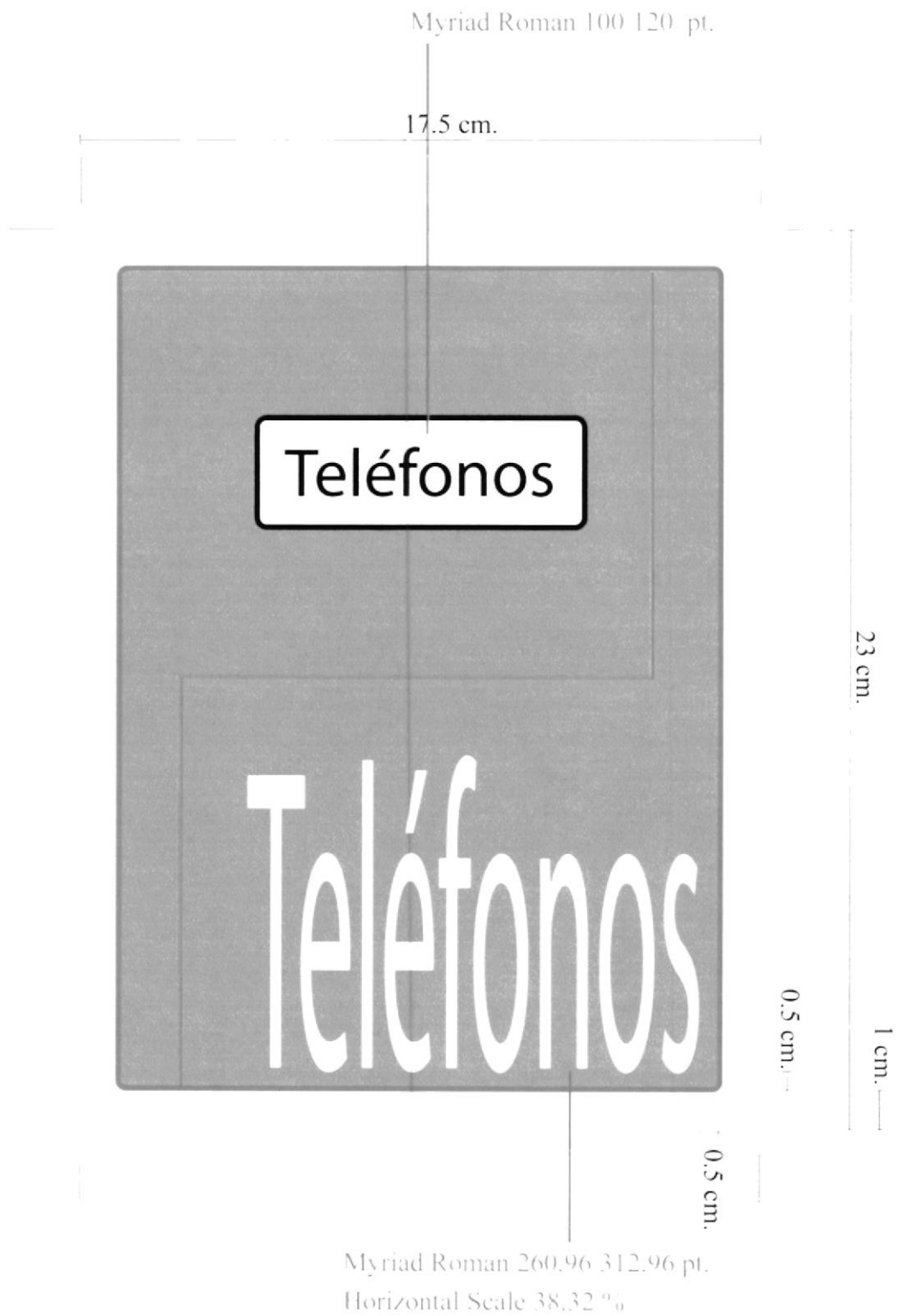
Página de lunes a viernes (Derecha)



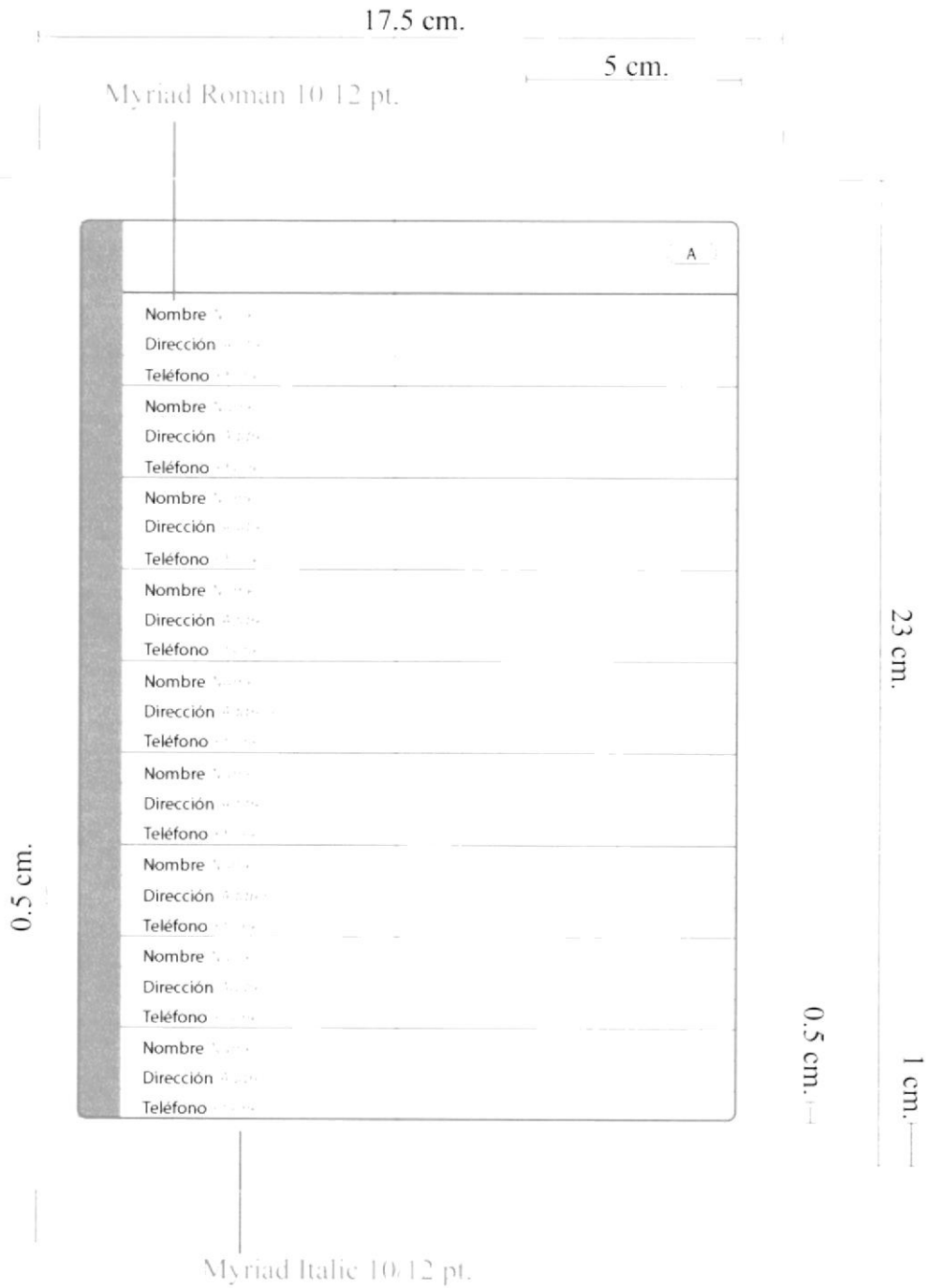
Página de sábado y domingo (Derecha)



Portada "Teléfonos" (Derecha)



Página de teléfono por letra (Derecha)



CAPÍTULO 15: *Comerciales TV*

15. COMERCIALES TV

15.1 COMERCIAL INSTITUCIONAL

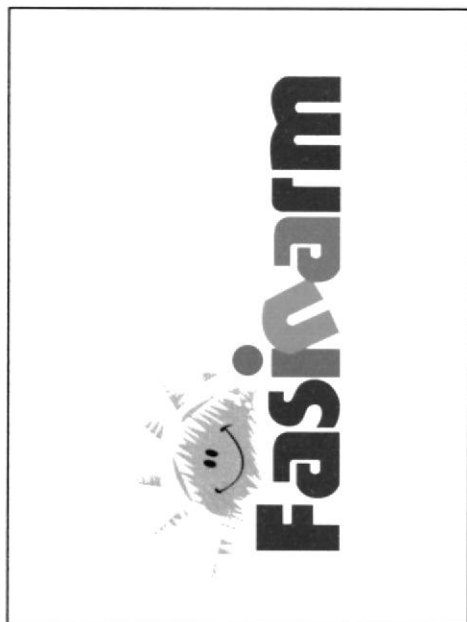
El comercial de televisión dura 30 segundos.

El objetivo del comercial es el agradecimiento que la institución tiene hacia las personas que colaboran con la misma por medio de la compra de sus productos. Esto se realiza a través de un comercial en el que estará como representante de la organización un niño que llegará al público de manera emotiva, además de demostrar que los niños son los beneficiados con el apoyo que recibe Fasinarm.

Comercial Institucional

VIDEO

1 Abre cámara a logo de Fasinarm.



Duración de la toma
1"

Total
1"

AUDIO

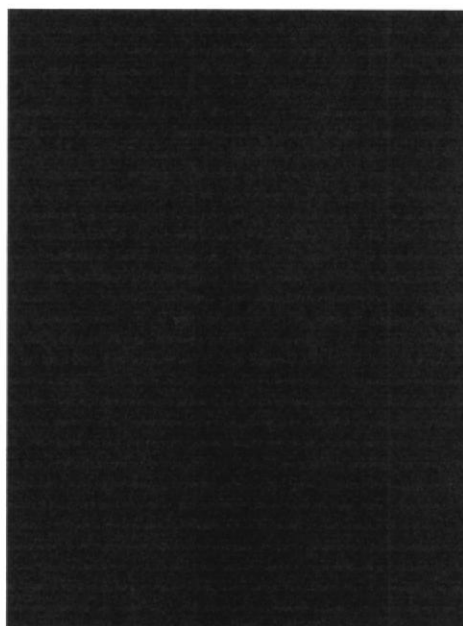
SFX: (Música instrumental. Sigue en el fondo hasta el final del comercial.)

NIÑO EN OFF:

Fasinarm...

VIDEO

2 Se funde a negro.

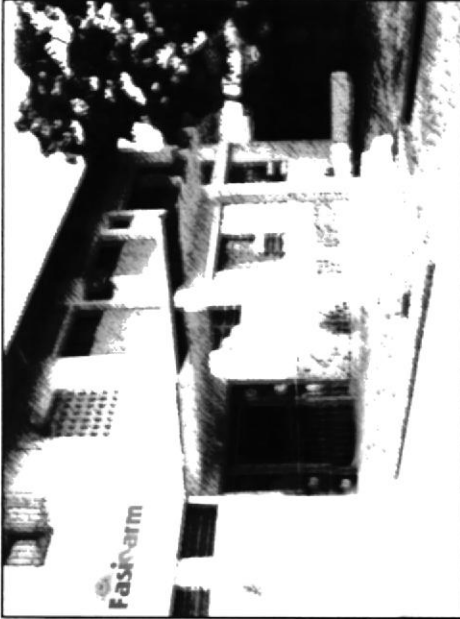


Duración de la toma
1"

Total
2"



AUDIO

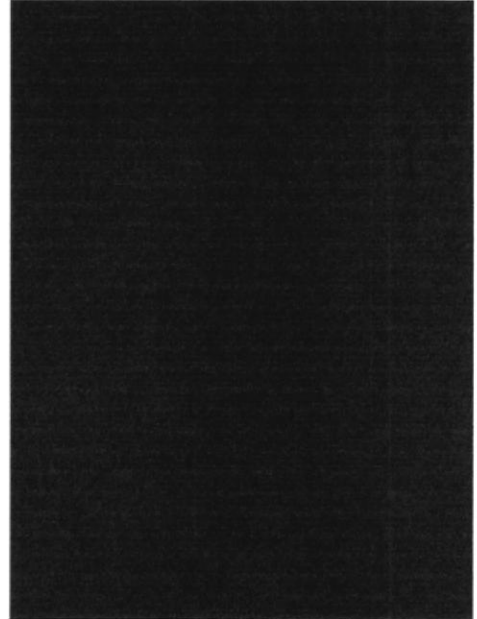


Una sonrisa...

VIDEO

3 Abre cámara a plano general de la institución.

Duración de la toma 1"
Total 3"



Para mamá

VIDEO

4 Se funde a negro.

Duración de la toma 1"
Total 4"

5
PROTCOM

VIDEO

Abre cámara a plano general de madre cargando a su hijo en un parque.



AUDIO

porque me quiere mucho.

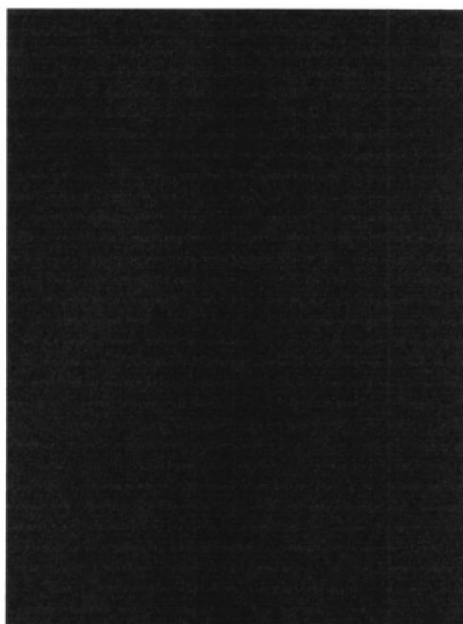
Duración de la toma
2"
Total
6"

Cap. 15 – Pág. 193

6

VIDEO

Se funde a negro.

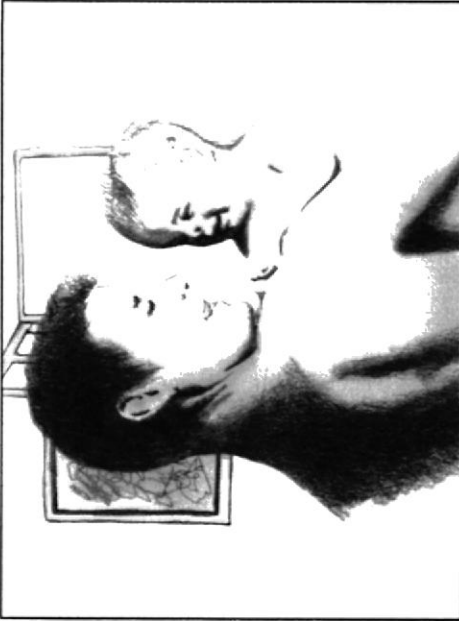


Duración de la toma
1"
Total
7"

Para papá

ESPOL

AUDIO

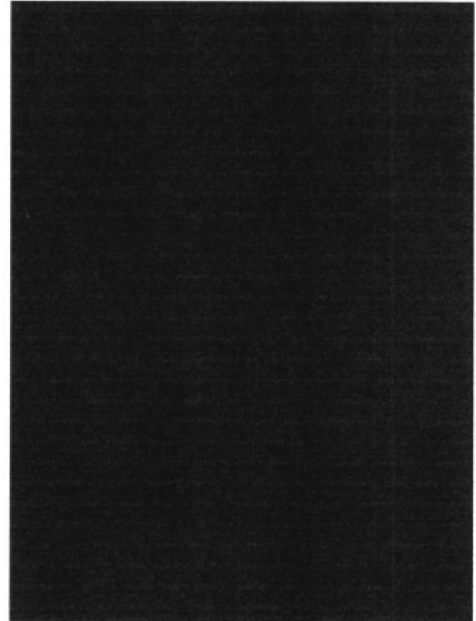


porque siempre está conmigo.

VIDEO

7 Abre cámara a plano medio de padre con su hijo en la habitación.

Duración de la toma 2"
Total 9"



VIDEO

8 Se funde a negro.

Duración de la toma 1"
Total 10"

Una sonrisa...

AUDIO

Para los Amigos de Fasinarm que colaboran con nosotros.

Y porque



VIDEO

VIDEO

9 Abre cámara a plano general de los Amigos de Fasinarm mostrando los platos manabitas.

Duración de la toma
5"

Total
15"

10 Se funde a negro.

Duración de la toma
1"

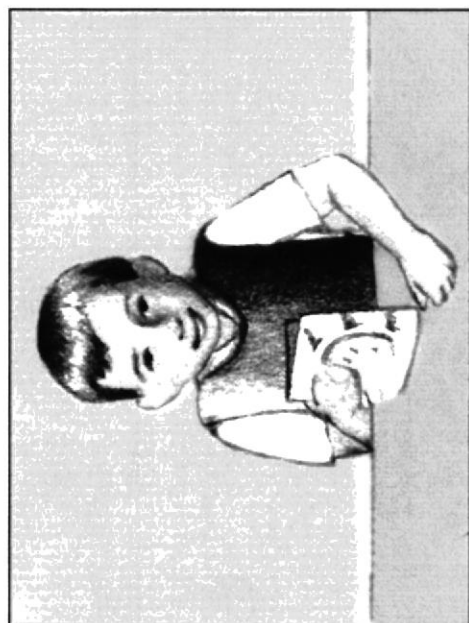
Total
16"

VIDEO

AUDIO

11

Abre cámara a plano medio de niño mostrando las tarjetas de Fasinarm.



Duración de la toma
3"

Total
19"

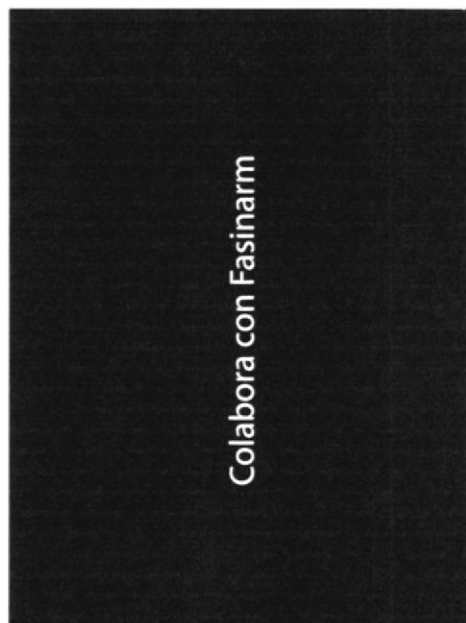
tu también puedes regalar una sonrisa

Colabora con Fasinarm

VIDEO

12

Se funde a negro.



Duración de la toma
2"

Total
21"

AUDIO

Fasinarm...Por la Igualdad de Oportunidades.
Visítanos, www.fasinarm.org



VIDEO

13 Abre cámara a logo de Fasinarm y slogan "Por la Igualdad de Oportunidades" y dirección web de la institución.

Duración de la toma
9"

Total
30"

15.2 COMERCIALES POR FECHAS ESPECIALES

Los comerciales de televisión duran 10 segundos.

Los comerciales son colas, es decir podrán ser presentados a continuación del institucional o de manera individual.

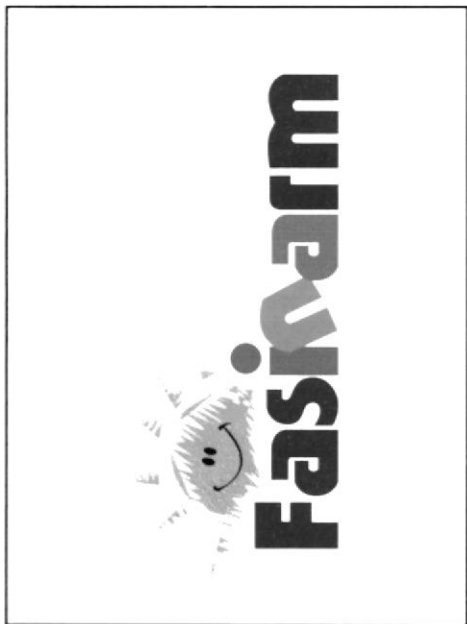
El objetivo de los comerciales es el de promocionar las tarjetas elaboradas por los niños y el evento de la Comida Manabita que se realiza cada año.

Comercial "Día de las Madres"

VIDEO

1

Abre cámara a logo de Fasinarm.



AUDIO

SFX: (Música instrumental. Sigue en el fondo hasta el final del comercial.)

NIÑO EN OFF:

Dile a

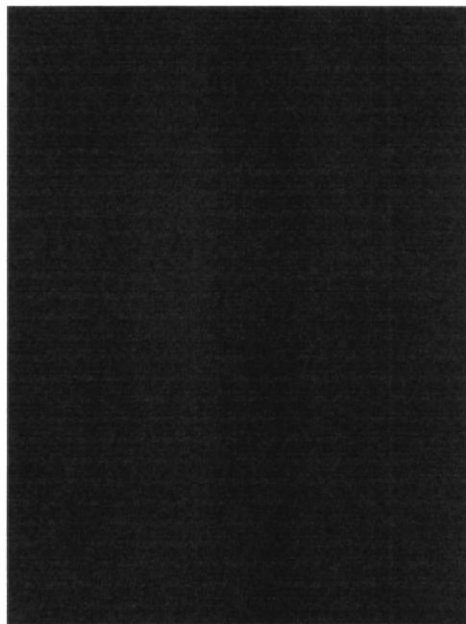
Total
1"

Duración de la toma
1"

VIDEO

2

Se funde a negro.



AUDIO

tu mami

Total
2"

Duración de la toma
1"

AUDIO



cuánto la

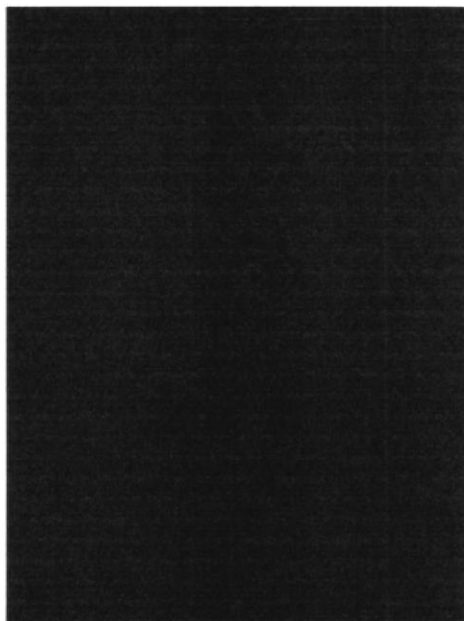
VIDEO

3 Abre cámara a plano medio de madre que carga a su hijo en un parque.

Total
3"

Duración de la toma
1"

AUDIO



quieres con

VIDEO

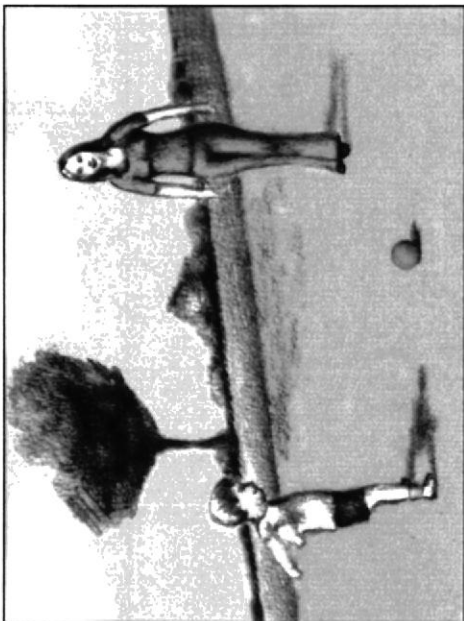
4 Se funde a negro.

Total
4"

Duración de la toma
1"

VIDEO

5 Abre cámara a plano general de madre jugando con su hijo en un parque.



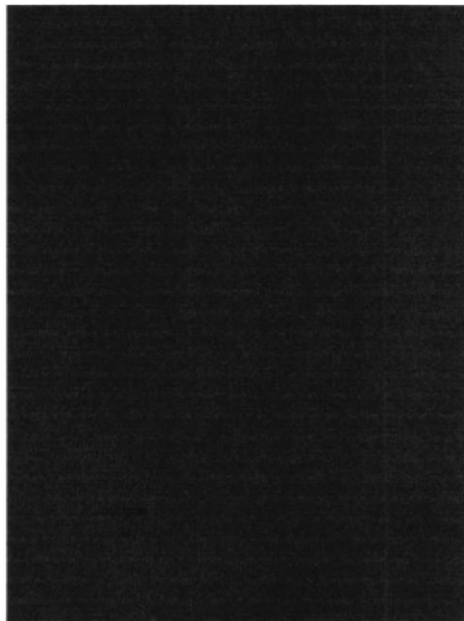
AUDIO

las Tarjetas

Duración de la toma
1"
Total
5"

VIDEO

6 Se funde a negro.



AUDIO

de Fasinarm

Duración de la toma
1"
Total
6"

7
PROTCOM

VIDEO

Abre cámara a close-up de madre y su hijo.



AUDIO

y regala una sonrisa

Duración de la toma
2"
Total
8"

8

VIDEO

Abre cámara a logo de Fasinarm y slogan "Por la Igualdad de Oportunidades" y dirección web de la institución.



AUDIO

¡Felicidades Mamá!

Duración de la toma
1"
Total
9"

VIDEO

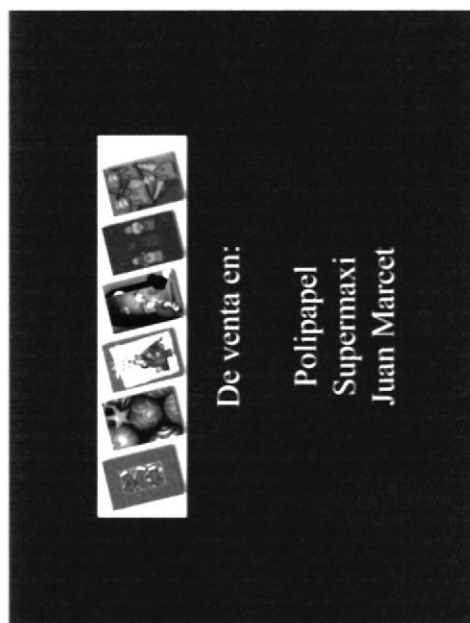
Abre cámara a fondo negro con los puntos de venta de las tarjetas de Fasinarm para el Día de las Madres.

9

PROTCOM

Duración de la toma 1"
Total 10"

Cap. 15 – Pág. 203



ESPOL

Comercial "Día del Padre"

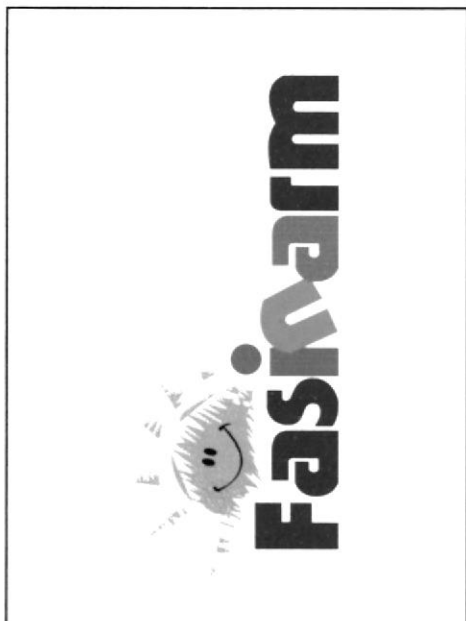


VIDEO

1

Abre cámara a logo de Fasinarm.

PROTCOM



AUDIO

SFX: (Música instrumental. Sigue en el fondo hasta el final del comercial.)

NIÑO EN OFF:

Son muchas

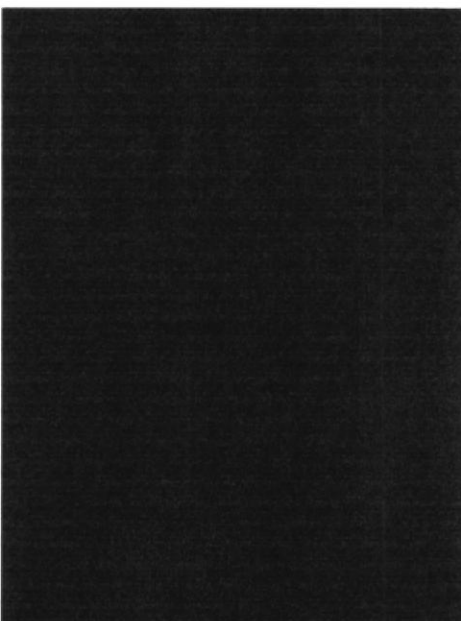
Duración de la toma
1"
Total
1"

Cap. 15 – Pág. 204

VIDEO

2

Se funde a negro.



AUDIO

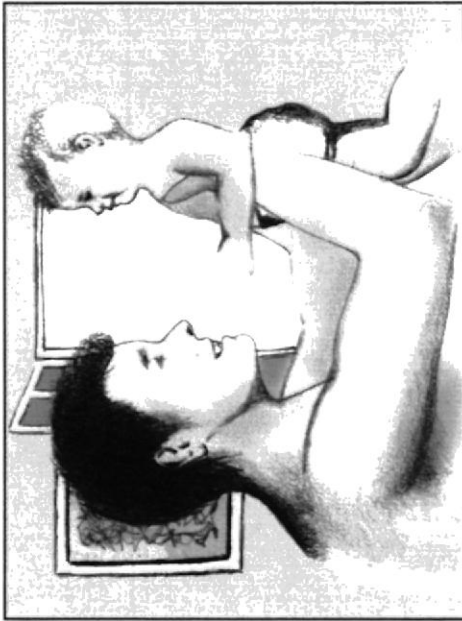


Duración de la toma
1"
Total
2"

las razones

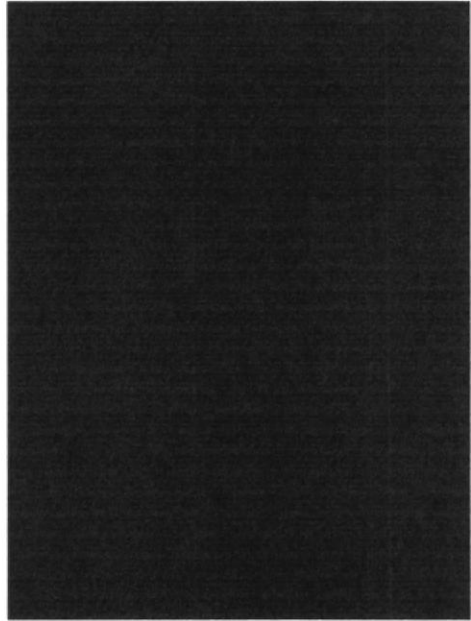
ESPOL

AUDIO



para decirle

AUDIO



que es

VIDEO

3 Abre cámara a plano medio de padre que carga a su hijo y juega con el en una habitación.

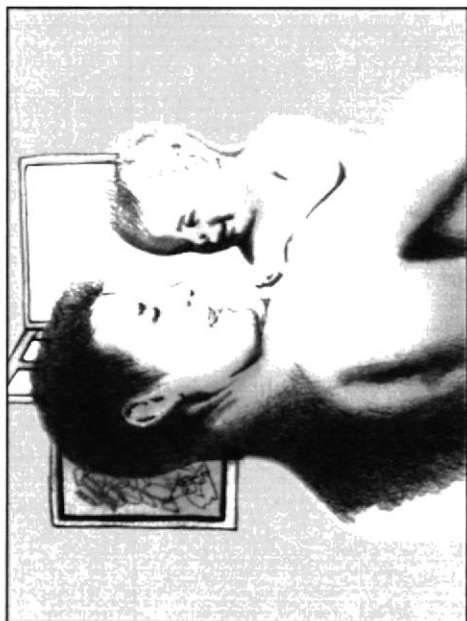
Duración de la toma 1"
Total 3"

VIDEO

4 Se funde a negro.

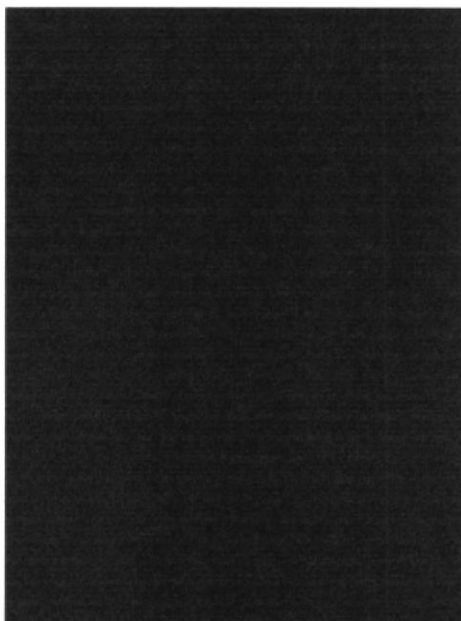
Duración de la toma 1"
Total 4"

AUDIO



el mejor.

AUDIO



Dícelo con

VIDEO

5 Abre cámara a plano medio de padre haciendo dormir a su hijo en la habitación

Duración de la toma 1"
Total 5"

VIDEO

6 Se funde a negro.

Duración de la toma 1"
Total 6"

PROTCOM

VIDEO

- 7 Abre cámara a close-up de bebé durmiendo.

Duración de la toma
2"

Total
8"



AUDIO

las tarjetas de Fasinarm

Cap. 15 – Pág. 207

VIDEO

- 8 Abre cámara a logo de Fasinarm y slogan "Por la Igualdad de Oportunidades" y dirección web de la institución.

Duración de la toma
1"

Total
9"



AUDIO

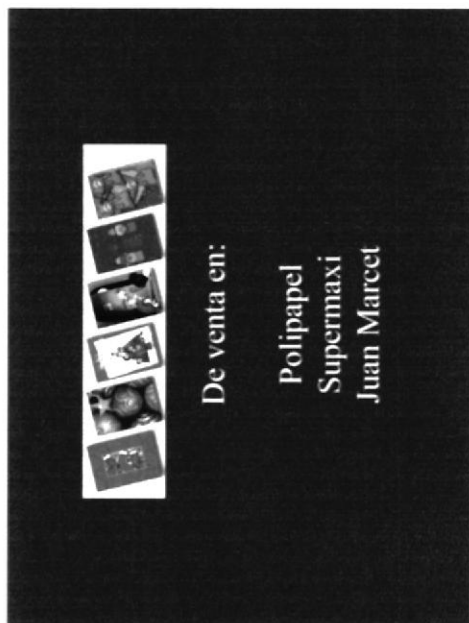
¡Felicidades Papá!

ESPOL

VIDEO

Abre cámara a fondo negro con los puntos de venta de las tarjetas de Fasinarm para el Día del Padre!

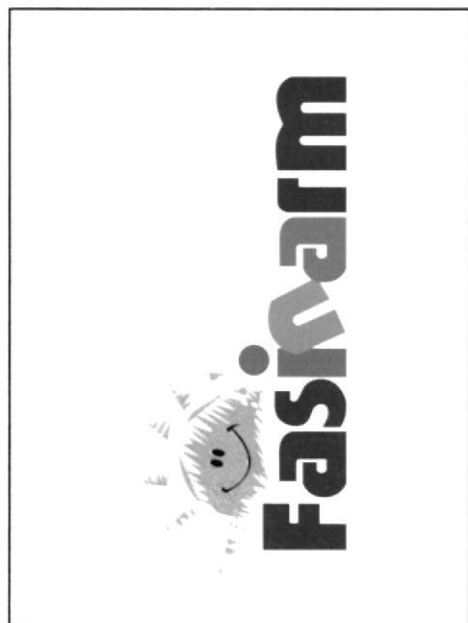
Duración de la toma
1"
Total
10"



Comercial "Comida Manabita"

VIDEO

1 Abre cámara a logo de Fasinarm.



AUDIO

SFX: (Música instrumental. Sigue en el fondo hasta el final del comercial.)

NIÑO EN OFF:

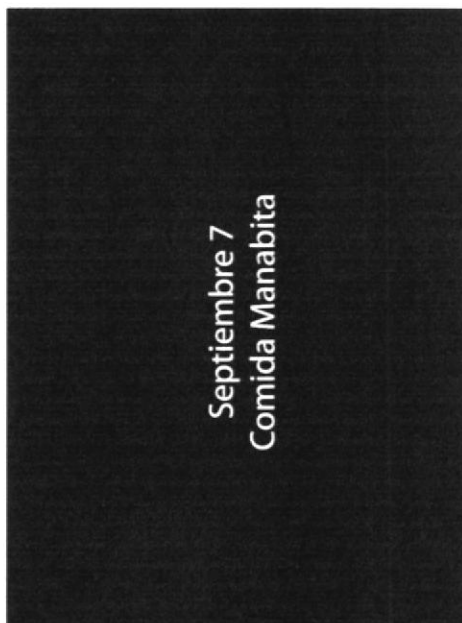
Septiembre siete

Total
1"

Duración de la toma
1"

VIDEO

2 Se funde a negro.



AUDIO

deliciosa comida

Total
2"

Duración de la toma
1"

PROTCOM

Cap. 15 – Pág. 210

ESPOL

VIDEO

3 Abre cámara a señora cocinando ricos platos de la comida manabita

Duración de la toma
1"

Total
3"



AUDIO

manabita, en

VIDEO

4 Se funde a negro.

Duración de la toma
1"

Total
4"



AUDIO

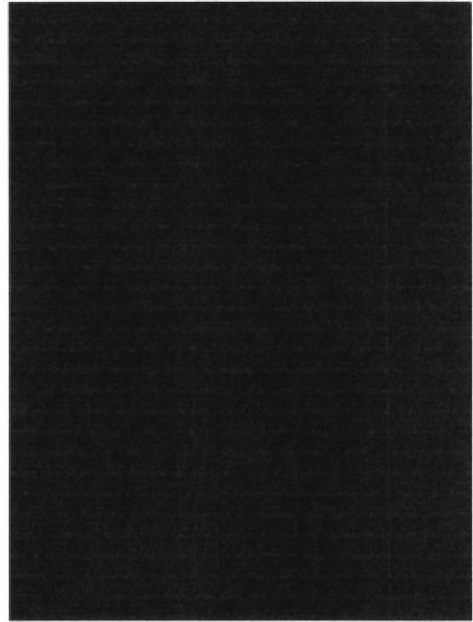
nuestro local

AUDIO



Cdla. Kennedy

AUDIO



Norte, Mz.

VIDEO

5 Abre cámara a close-up de unas ricas empanadas.

Total 5"

Duración de la toma 1"

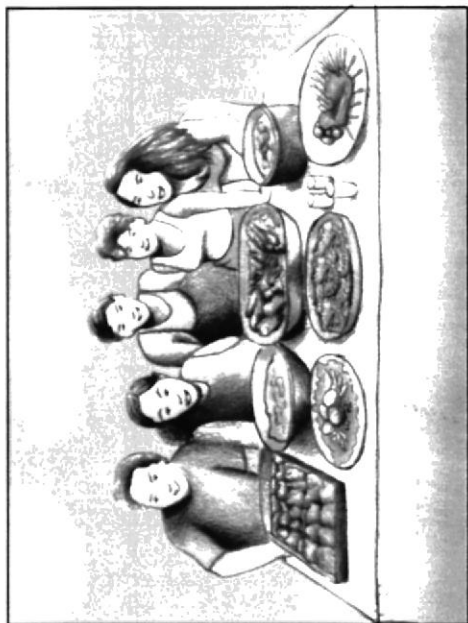
VIDEO

6 Se funde a negro.

Total 6"

Duración de la toma 1"

AUDIO



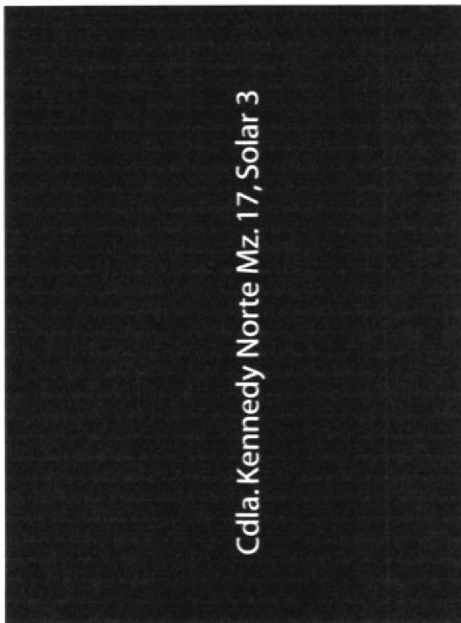
17, Solar 3

VIDEO

Abre cámara a plano general de un grupo de personas, los Amigos de Fasinarm, quienes harán la presentación de todos los platos.

Duración de la toma 1"
Total 7"

AUDIO



colabora con

VIDEO

Se funde a negro.

Duración de la toma 1"
Total 8"

7

PROTCOM

8

ESPOL

AUDIO



Fasinarm...

VIDEO

Abre cámara a logo de Fasinarm con el slogan "Por la Igualdad de Oportunidades" y dirección web de la institución.

| | |
|---------------------|-------|
| Duración de la toma | Total |
| 2" | 10" |



Comercial "Navidad"

VIDEO

1

Abre cámara a logo de Fasinarm.



AUDIO

SFX: (Música instrumental. Sigue en el fondo hasta el final del comercial.)

NIÑO EN OFF:

Regala una

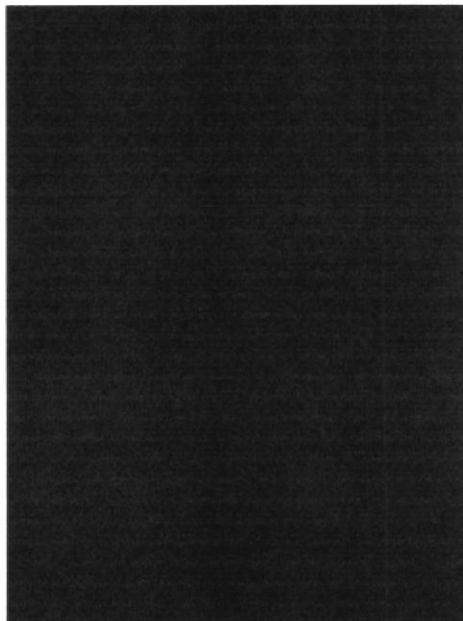
Total
1"

Duración de la toma
1"

VIDEO

2

Se funde a negro.



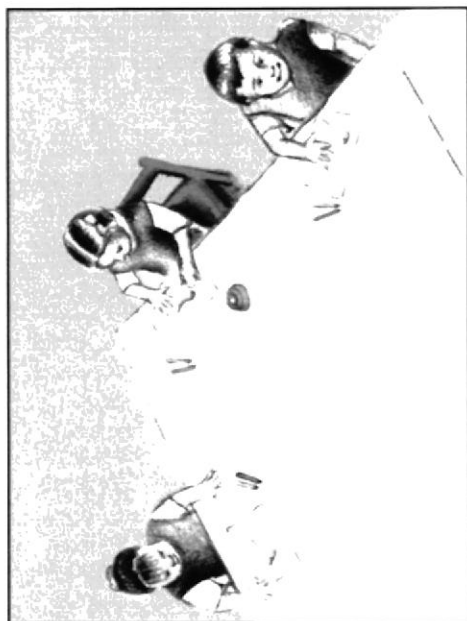
AUDIO

sonrisa con

Total
2"

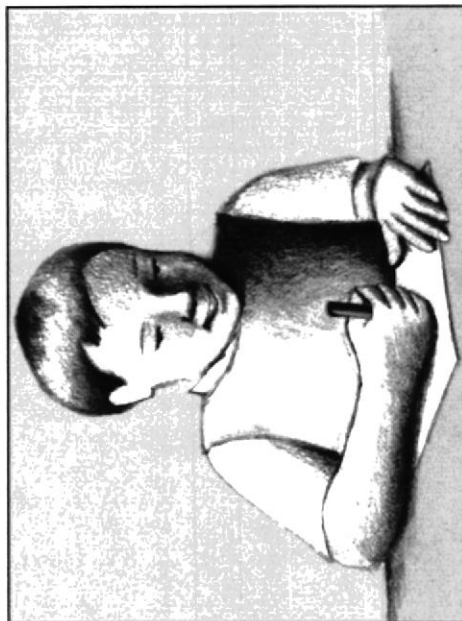
Duración de la toma
1"

AUDIO



la compra de las

AUDIO



tarjetas navideñas

VIDEO

3 Abre cámara a plano general de una toma superior de un grupo de niños pintando tarjetas.

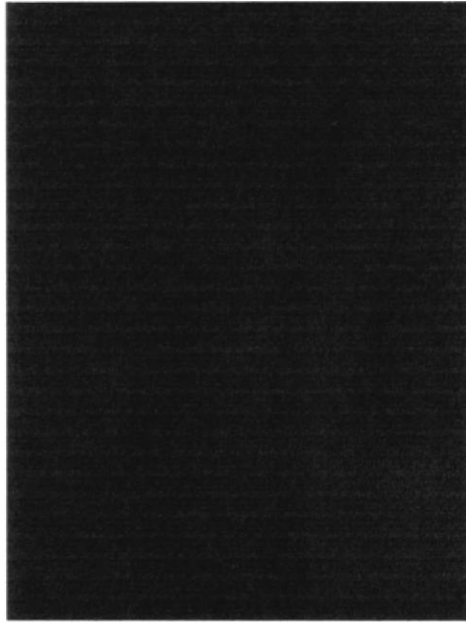
Duración de la toma 2"
Total 4"

VIDEO

4 Abre cámara a plano medio de niño dibujando.

Duración de la toma 1"
Total 5"

AUDIO



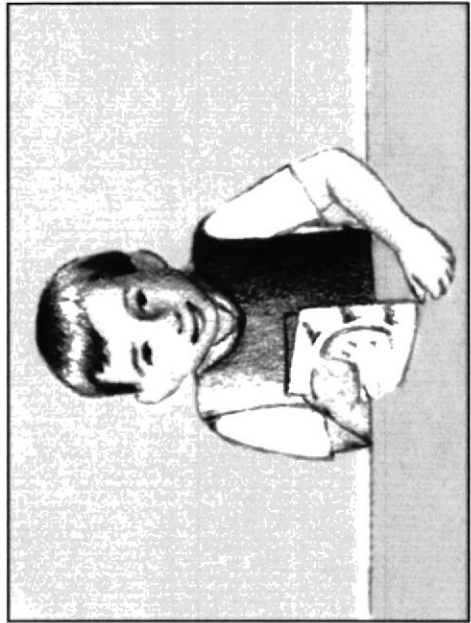
de Fasinarm

VIDEO

5 Se funde a negro.

Duración de la toma 1"
Total 6"

AUDIO



y

VIDEO

6 Abre cámara a plano medio de niño sonriendo y mostrando una tarjeta.

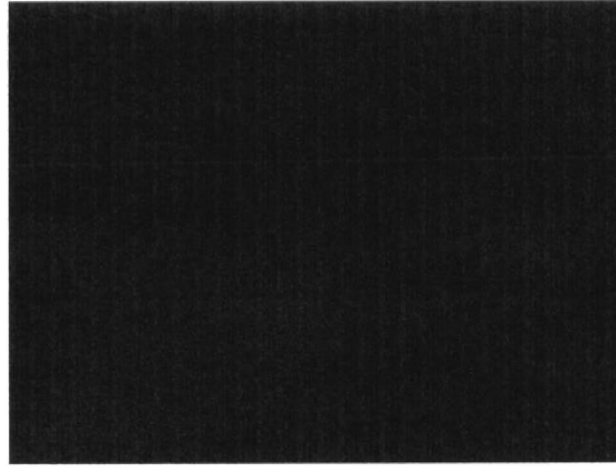
Duración de la toma 1"
Total 7"

PROTCOM

VIDEO

AUDIO

7 Se funde a negro.



Duración de la toma
1"

Total
8"

pasa una

Cap. 15 – Pág. 217

VIDEO

AUDIO

8 Abre cámara a logo de Fasinarm y slogan "Por la Igualdad de Oportunidades" y dirección web de la institución.



Duración de la toma
1"

Total
9"

¡Feliz Navidad!

ESPOL

VIDEO

Abre cámara a fondo negro con los puntos de venta de las tarjetas de Fasinarm de Navidad.

9

