

T746.4  
GAVI

# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



## PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN COMPUTACIÓN

### TESIS DE GRADO

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

TEMA:  
IMAGEN CORPORATIVA DE LA  
FUNDACIÓN BENÉFICA ACCIÓN SOLIDARIA

MANUAL DE MARCA

AUTORAS:  
ROSA ANA GAVILANEZ ORTIZ  
VICKY VIVIANA MARÍN LINDAO  
TATIANA ISABEL ROGASNER COLMONT

DIRECTOR  
PROF. DANIEL NOGALES

AÑO  
2001



## AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento principalmente a Dios, por habernos permitido culminar nuestro proyecto y darnos los medios para hacerlo. A nuestros padres y allegados por su comprensión, sacrificio y apoyo, ya que sin ellos no habiéramos podido lograr nuestros propósitos. A nuestro Director, por los consejos dados. A las personas que nos han colaborado de una u otra manera para obtener los datos y materiales de la fundación. A nuestros profesores, que han compartido con nosotros su tiempo y conocimientos y a todas aquellas personas que nos han ayudado a lo largo de este trayecto.

## **DEDICATORIA**

Dedicamos nuestro trabajo, a Dios y a nuestras familias, en especial a nuestros padres.

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

"La responsabilidad por hechos y doctrinas expuestos en esta Tesis de Grado nos corresponde exclusivamente y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL".

(Reglamento de exámenes y Títulos Profesionales de la E.S.P.O.L.)

**DIRECTOR DE TESIS**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniel Nogales', written over a horizontal line.

Profesor Daniel Nogales

## AUTORAS



---

Rosa Ana Gavilanez Ortiz



---

Vicky Viviana Marín Lindao



---

Tatiana Isabel Rogasner Colmont

## **OBJETIVO GENERAL**

La realización de nuestra Tesis tiene como objetivo general, la Creación de la Imagen Corporativa, Campaña Gráfica de Posicionamiento y el Diseño de la Página Web para la Fundación benéfica Acción Solidaria, aportando de esta manera en el reconocimiento de su imagen nacional e internacionalmente.

## **OBJETIVOS PARTICULARES**

Los objetivos particulares que nos llevaron a la culminación de nuestro proyecto son los siguientes:

- Proporcionar a la Fundación una identidad gráfica, que represente y transmita la esencia de la misma.
- Dar a conocer a la institución de una forma general, organizando su información de tal manera que pueda ser proyectada a través del medio impreso y televisivo.
- Atacar el punto tecnológico actual, la internet, medio importante para la difusión de su imagen, con un campo de acción mayor que ayudará a posicionarla en el medio nacional e internacional.

## **A QUIEN VA DIRIGIDO**

Nuestro trabajo va dirigido exclusivamente a la Fundación Benéfica Acción Solidaria, esperando contribuir con esto en el reconocimiento de su imagen ante el grupo objetivo al cual va dirigido.



# TABLA DE CONTENIDO

## Capítulo 1

### IMAGEN CORPORATIVA

Páginas

1.1	Objetivos de la Fundación.....	1
1.2	Evolución del Isotipo.....	2
1.3	Simbología.....	4
1.4	Grafimetría del Isotipo.....	5
1.5	Tipografía corporativa.....	6
1.6	Aplicación del símbolo y el texto.....	7
1.7	Como no debe emplearse el Isotipo.....	8
1.8	Gama Cromática.....	9
1.9	Gama Cromática aplicada.....	11
1.10	Impresos administrativos	
1.10.1	Papelería standard.....	12
1.10.2	Papelería ejecutiva.....	14
1.10.3	Medidas de la papelería.....	15
1.11	Impresos Comerciales.....	16
1.12	Identificaciones	
1.12.1	Identificación personal.....	17
1.12.2	Identificación vehicular.....	18
1.13	Señalética.....	19
1.13.1	Proporciones.....	20
1.14	Uniformes.....	21
1.15	Aplicaciones.....	22

## Capítulo 2

### CAMPAÑA GRÁFICA DE POSICIONAMIENTO

2.1	Anuncios Publicitarios	
2.1.1	Anuncio de prensa.....	1
2.1.2	Anuncio de revista.....	2

## Páginas

2.2	Publicidad exterior.....	3
2.3	Folletería	
2.3.1	Díptico monocromático.....	4
2.3.2	Tríptico monocromático.....	5
2.3.3	Tríptico full color.....	6
2.4	Correo directo.....	7
2.5	Spot publicitario.....	8
2.5.1	Story board.....	9

### Capítulo 3

#### PÁGINA WEB

Página Web.....	1
-----------------	---

Glosario de Términos





# CAPÍTULO 1

## IMAGEN CORPORATIVA



## 1. IMAGEN CORPORATIVA

### 1.1 OBJETIVOS DE LA FUNDACIÓN



FUNDACION BENEFICA  
ACCION SOLIDARIA



La fundación Acción Solidaria, es una institución que tiene tres objetivos:

- Contribuir con la sociedad mediante la formación y capacitación integral a líderes, para que puedan orientar sus cualidades a la construcción de una sociedad más justa y solidaria.
- Promover la educación en sus diversos niveles y modalidades, favoreciendo principalmente a las personas más necesitadas y cuya realidad socio - económica no les permite acceder a ella. Ésto se logrará mediante el establecimiento de centros de enseñanza, centros de investigación, etc.
- Generar un factor de promoción de labores de difusión por medios escritos, orales y audio visuales: Congresos, foros, seminarios, exposición y asesorías a personas vinculadas al desarrollo productivo del país, en especial, aquellos relacionados con el sector de la microempresa.

Por ello, nosotros les ofrecemos una imagen que les permita dirigirse adecuadamente al grupo objetivo al que precisan llegar, además, opciones con las que puedan difundirse, dentro de los medios más indicados para sus necesidades.

## 1.2 EVOLUCIÓN DEL ISOTIPO

Para llegar a la concepción final de este isotipo, se recorrió por una serie de pasos, comenzando por bocetos a mano alzada, que ayudaron a plasmar la idea que poco a poco se fue desarrollando, hasta llegar al resultado final que a continuación presentamos en este manual.

a)



b)



c)



d)



e)



f)



g)



h)



i)



El isotipo a, fue uno de los primeros en diseñarse. Con él se representaba a la gente caminando junta hacia un mismo objetivo, pero éste no satisfacía totalmente sus necesidades. Posterior a esto se crearon los isotipos b, c y d, éstos se aproximaban un poco más a sus requerimientos, en ellos se destacó y se mantuvo la esencia del color azul. En el isotipo d, se quiso resaltar la idea del mundo graficado en hemisferios y en cuyo fondo se insinuaba una A, con la subida de las personas y la curva del mundo se proyectaba una S. Fue después de esto, que se trabajó en base a esas dos siglas, de donde provinieron en un primer instante el gráfico e, y de éste se desarrollaron los isotipos f, g y h que cumplían con los requerimientos del cliente, pero el que más captó la atención, tanto por sus colores como por su forma fue el h, que posteriormente se lo adecuó con la palabra fundación benéfica y se lo acondicionó solamente en dos tonos, para cumplir con los requerimientos de nuestro cliente.



### 1.3 SIMBOLOGÍA



FUNDACION BENEFICA  
ACCION SOLIDARIA

Basándonos en los objetivos que se han mencionado anteriormente, nosotros realizamos la concepción de una identidad visual por medio de símbolos. Estos símbolos icónicos, lingüísticos y cromáticos, permitirán realizar la proyección de la mencionada identidad visual para la fundación.

Es por eso que necesitamos dar a conocer los verdaderos objetivos de dicha institución. La imagen de la fundación debe ser aceptada reconocida y motivante, para la mayor parte de individuos forjadores de una sociedad necesitada de valores morales y éticos, sobre los cuales la identidad deberá transmitir la esencia e ideología que la identifica.

Se ha querido representar en este símbolo la interrelación entre las siglas de Acción Solidaria y un mundo con ansias de un cambio, que sólo esa acción en solidaridad lo puede lograr.

El símbolo de la fundación Acción Solidaria es una síntesis de la unión de varios elementos. Como elemento principal, el mundo, que se incorpora en una fusión gráfica con la representación de la letra A, que alude a la primera letra de la palabra acción, semejando los paralelos y meridianos del mundo. La letra S, simbolizando la palabra Solidaria, que connota dinamismo, actividad, además de una forma estilizada que representa la solidaridad, que de una forma envolvente abraza al mundo dando respaldo a la comunidad.

La unión de estos símbolos sobre un bloque de color azul logra destacar la firmeza y solidez que desea proyectar la institución, al mismo tiempo que su forma dinámica consigue resaltar la esencia de la misma

## 1.4 GRAFIMETRÍA DEL ISOTIPO

Es aconsejable, que para las ampliaciones o reducciones, en especial las manuales o para cualquier otra aplicación que se requiera, se deberá hacer uso de la cuadrícula, teniendo como base una medida X. Esta medida corresponde a cada uno de los cuadros que forman la cuadrícula, como se explica a continuación.

El iconotipo tendrá 9x de ancho por 8.5x de largo. El logotipo que acompaña al ícono medirá 9x de ancho por 2x de largo.



## 1.5 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Es utilizada en la identidad corporativa la tipografía Humanst 521 Bt, con sus variables. Por ser una tipografía sin serifa denota actualidad y fuerza. Se la ha utilizado, sólo en altas para así poder resaltar la formalidad que proyecta la fundación, especialmente dentro del isotipo.

En la frase fundación benéfica, se ha utilizado la tipografía Humanst 521 regular extendida, para de este modo hacer resaltar la frase Acción Solidaria que con la variable en bold, logra destacar la fuerza, solidez y energía de la institución.

Como tipografía complementaria, se ha utilizado la Arial que por lo general será aplicada en los textos de información, como folletería, publicidad y página web.

### Humanst 521 Bt

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 0123456789, -\*/+=i?.

### Humanst 521 Bt Bold Italic

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**0123456789, -\*/+=i?.**



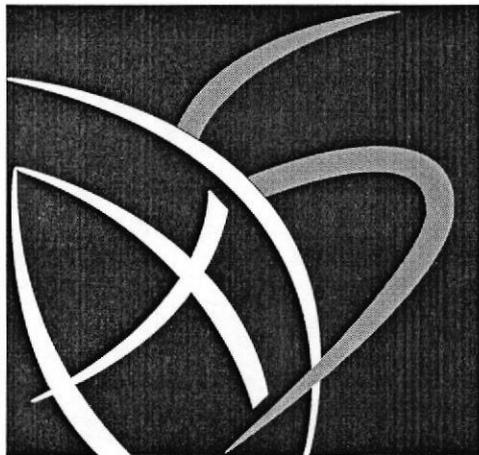
### Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
 0123456789, -\*/+=i?.

### Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**0123456789, -\*/+=i?.**

1.6 APLICACIÓN DEL SÍMBOLO Y EL TEXTO



← Símbolo

**FUNDACION BENEFICA**

← Humanst 521 Bt extendida bold

**ACCION SOLIDARIA**

← Humanst 521 Bt

FUNDACIÓN ACCIÓN SOLIDARIA  
9 de Octubre 1200 y Pedro Moncayo 5to. piso  
Teléfono: (593-4) 301107  
Telefax: (593-4) 566436  
Correo electrónico: cmgec@attglobal.net  
Guayaquil Ecuador

← Arial regular



1.7 COMO NO DEBE EMPLEARSE EL ISOTIPO

Es posible que durante la utilización del isotipo en las diferentes aplicaciones, sea modificado o empleado de una forma incorrecta. A continuación mostramos los diferentes errores que podrían suscitarse en el empleo del isotipo y que deberán ser evitados.



Cambio del color del fondo y del logotipo.



Iconotipo más pequeño que el logotipo.



Logotipo no alineado con el iconotipo.



Isotipo condensado



Isotipo extendido



Utilización del isotipo sin fondo, cambiando el color corporativo del mismo.



Utilización de un tono de azul diferente al asignado originalmente



Logotipo más pequeño que el iconotipo



Iconotipo en un ángulo diferente al logotipo

## 1.8 GAMA CROMÁTICA

Los colores utilizados en el isotipo identificador son los siguientes:

### **Azul:**

Se utilizó este color porque alude al intelecto, también connota seriedad, dignidad, lealtad, verdad y es un color muy espiritual. Por pertenecer a la gama de los fríos, actúa como tranquilizante. Se lo escogió por lo que encierra su significado, pero especialmente por que en él se refleja la seriedad y sobriedad que necesita proyectar la fundación.

### **Naranja:**

Proviene de la mezcla del rojo y amarillo que da como resultado un color estimulante que conlleva una cualidad dinámica de energía, entusiasmo y vitalidad, proyectando así, una sensación cálida y acogedora. Por ser el color complementario al azul, permite al isotipo llamar la atención debida, y causar el efecto deseado al objetivo requerido.

### **Blanco:**

Como color neutro y equilibrante denota pureza, superioridad, espiritualidad, paz, luminosidad, verdad y simplicidad.



ESCALA DE GRISES  
k: 100%

ESCALA DE GRISES  
k: 30%

ESCALA DE GRISES  
k: 46%

ESCALA DE GRISES  
k: 10%



FUNDACION BENEFICA  
ACCION SOLIDARIA

**PANTONE 192-1 CVS (Directo)**  
C: 100  
M: 80

**PANTONE 192-1 CVS (60%)**  
C: 60  
M: 48

**PANTONE 192-1 CVS (40%)**  
C: 40  
M: 32



FUNDACION BENEFICA  
ACCION SOLIDARIA

**PANTONE 22-1 CVS (Directo)**  
M: 40  
Y: 100

**PANTONE 22-1 CVS (60%)**  
C: 24  
M: 60

**PANTONE 22-1 CVS (40%)**  
M: 16  
Y: 40



1.9 GAMA CROMÁTICA APLICADA



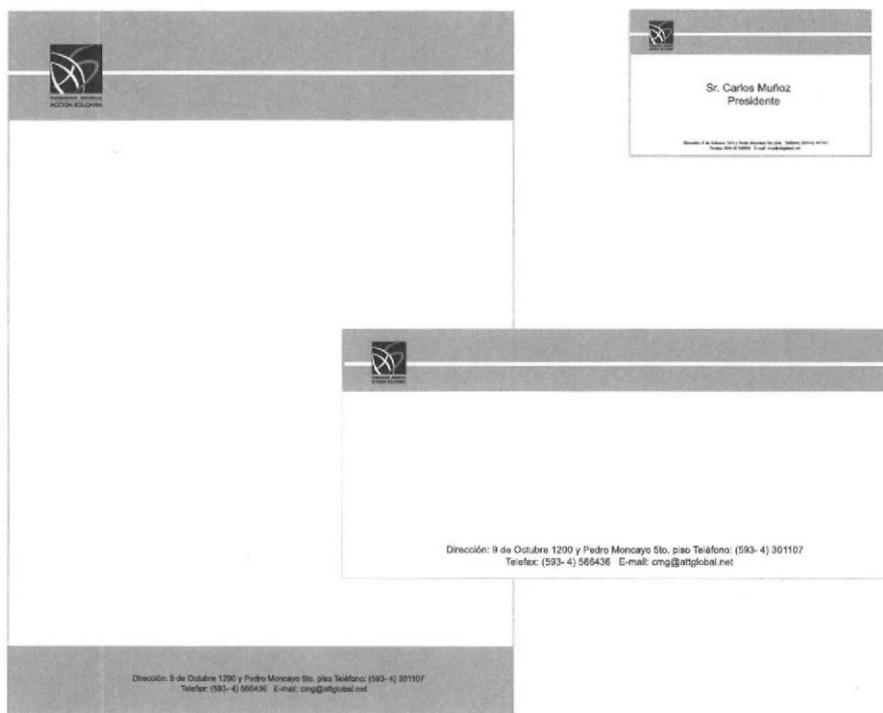
## 1.10 IMPRESOS ADMINISTRATIVOS

La identidad corporativa será transmitida a todas partes a través de una gran variedad de impresos comerciales y administrativos, siendo éstos de vital importancia para dar a conocer la imagen que desea proyectar la institución.

Los impresos administrativos constarán de papelería standard y ejecutiva.

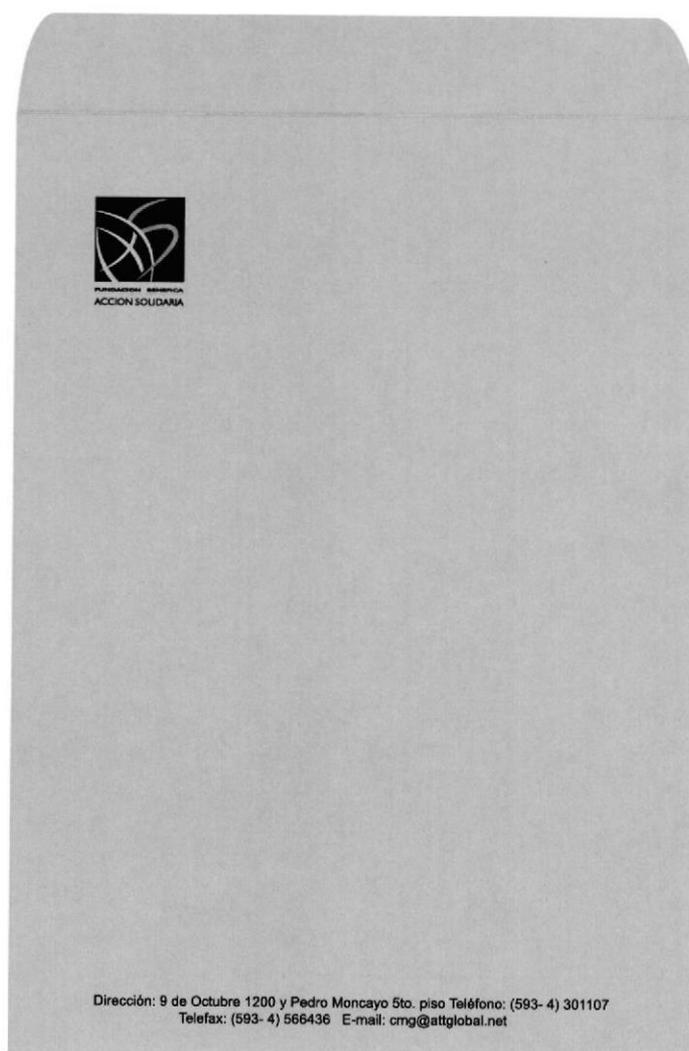
### 1.10.1 PAPELERIA STANDARD

La papelería standard constará de hoja, sobre para carta, tarjeta de presentación y sobre manila. Las hojas medirán 21 cm de ancho por 29,7 cm de largo; los sobres tendrán una medida de 22,5 cm de ancho por 9,8 cm de largo. Ambos serán impresos sobre papel bond de 90gr. Se recomienda al cliente que la impresión sea monocromática en tono azul pantone 192-1 cvs con variaciones en el porcentaje del tramado. La tarjeta de presentación será impresa sobre cartulina kimberly havana y tendrá una medida de 8 cm de ancho por 5 cm de largo.



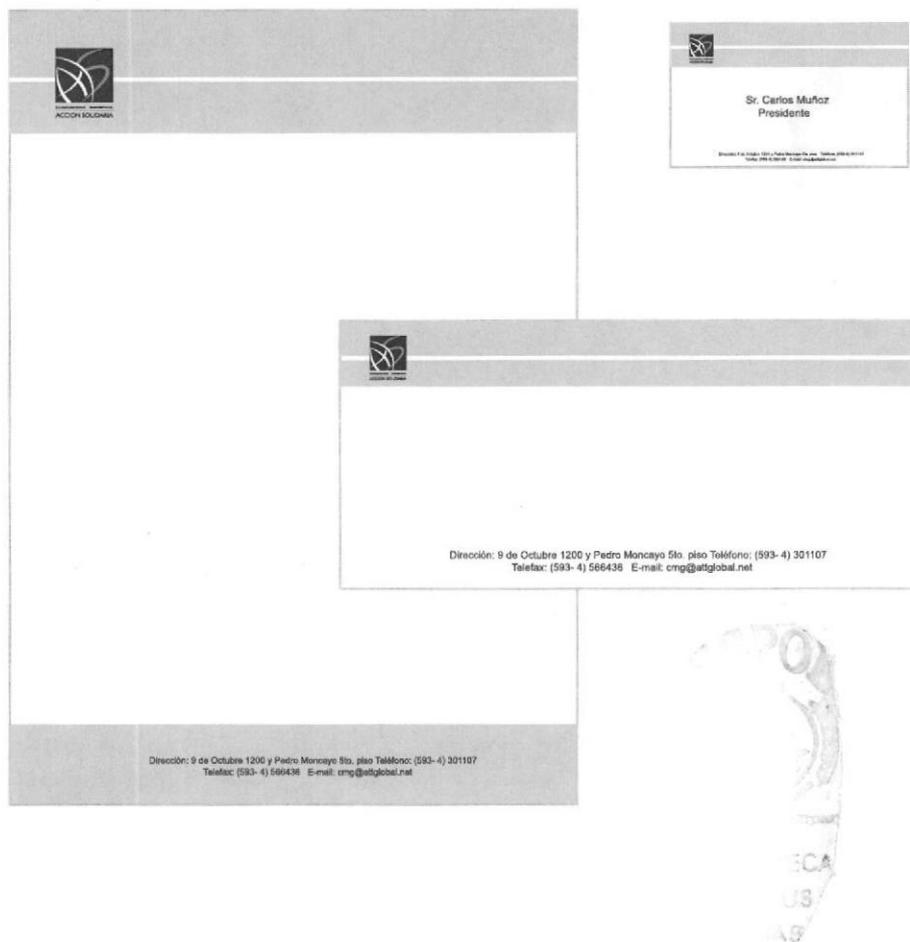


El sobre manila constará del isotipo identificador de la fundación y dirección de la misma. Será impreso en escala de grises. Su tamaño variará de acuerdo a las necesidades de quien lo requiera (oficio, carta, etc).



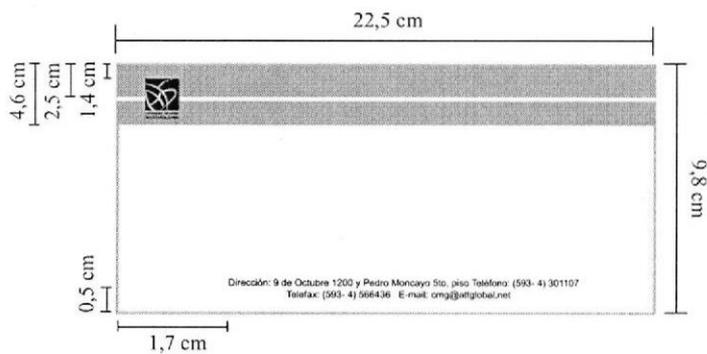
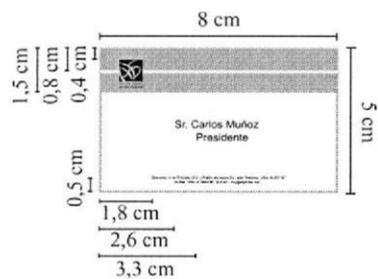
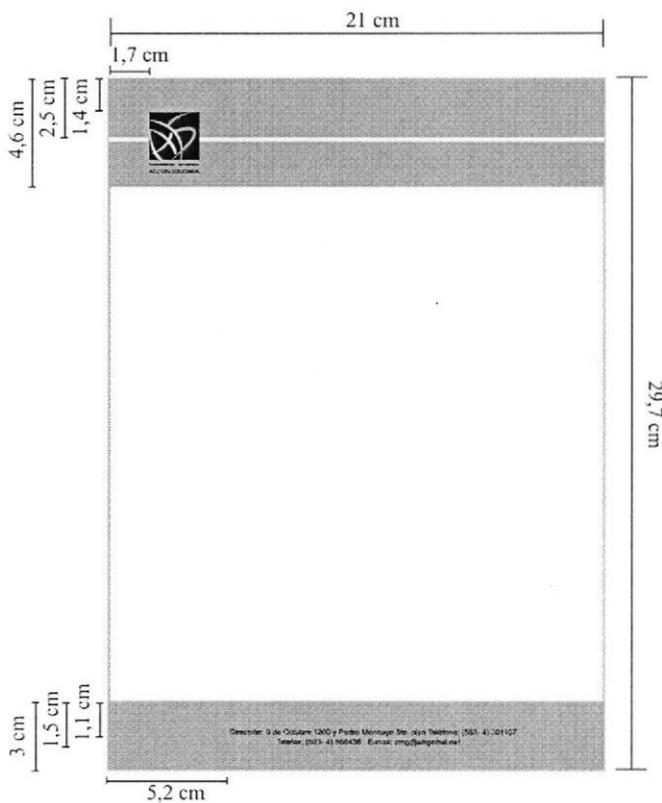
### 1.10.2 PAPELERIA EJECUTIVA

La papelería ejecutiva constará de hoja, sobre para carta y tarjeta de presentación. Las hojas tendrán una medida de 21 cm de ancho por 29,7 cm de largo. El sobre para carta medirá 22,5 cm de ancho por 9,8 cm de largo. Ambos serán impresos sobre papel kimberly executive de 90gr., full color. La tarjeta de presentación será impresa sobre cartulina kimberly havana o marfil sevillano y tendrá una medida de 8 cm de ancho por 5 cm de largo.





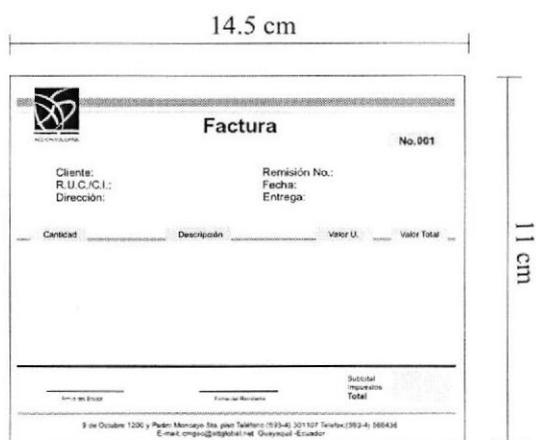
### 1.10.3 MEDIDAS DE LA PAPELERÍA



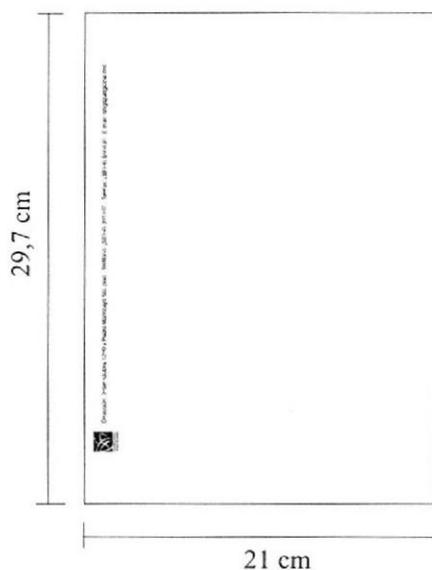
**1.11 IMPRESOS COMERCIALES**

La papelería contable constará de una factura como comprobante de donación y hoja de fax. La factura tendrá una medida de 14,5 cm de ancho por 11 cm de largo. La hoja de fax medirá 21 cm de ancho por 29,7 cm de largo. Éstas serán impresas en escala de grises.

Factura



Hoja de Fax

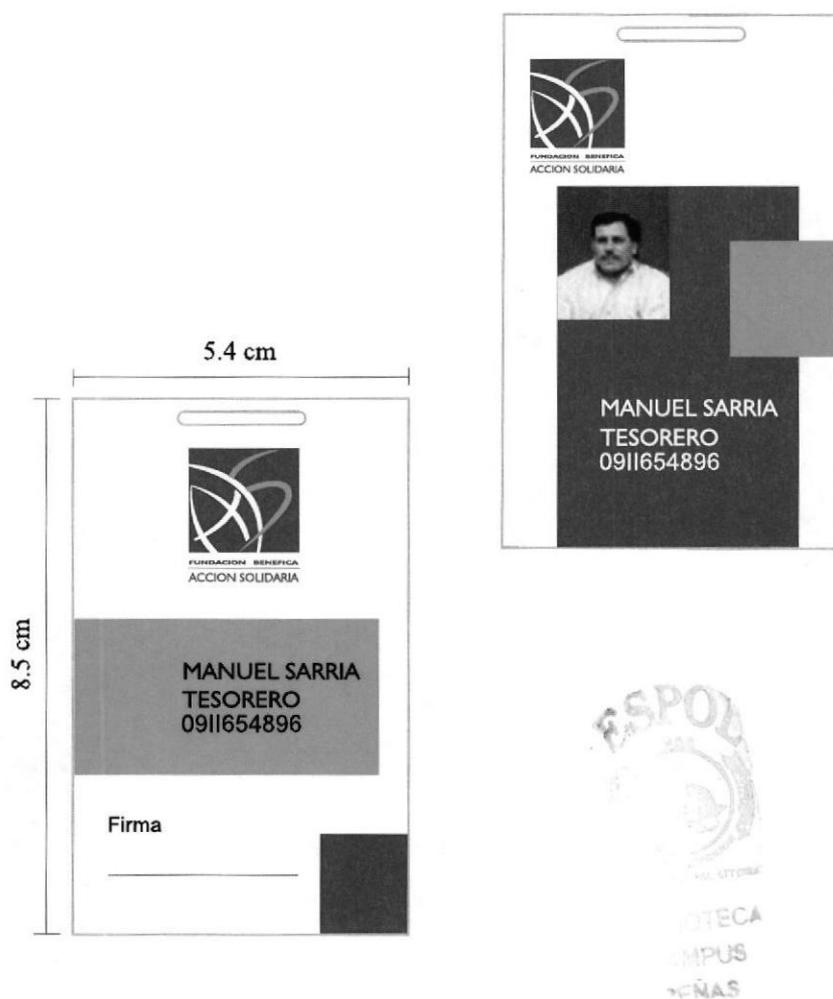


## 1.12 IDENTIFICACIONES

### 1.12.1 IDENTIFICACIÓN PERSONAL

El carnet es un documento de identificación muy importante en toda institución, como tal, la fundación requerirá del uso indispensable de este elemento para identificar a los miembros que conforman dicha institución. El carnet será utilizado en todos los eventos y actividades que la fundación considere necesario.

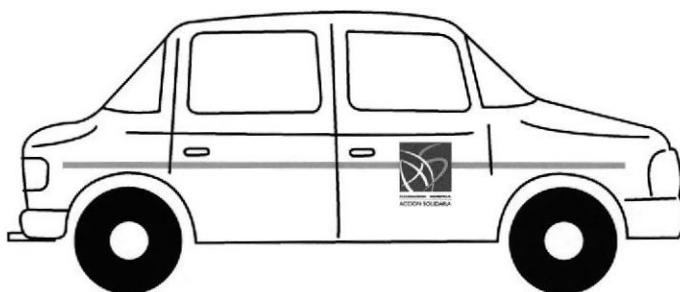
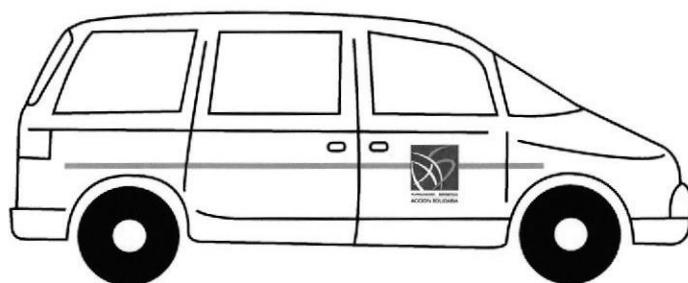
El carnet será elaborado en acrílico blanco e impreso full color. Éste tendrá una medida de 5,4 cm de ancho por 8,5 cm de largo. A continuación presentamos dos opciones que podrán ser utilizados por los miembros de la fundación.





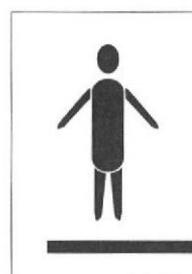
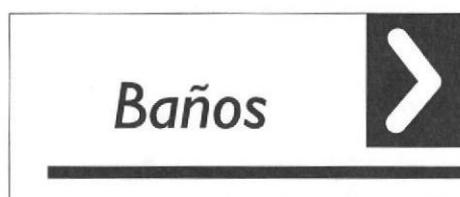
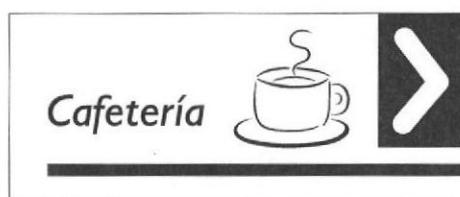
### 1.12.2 IDENTIFICACIÓN VEHICULAR

Para que los miembros de la fundación puedan movilizarse a sus diferentes actividades, y/o transportar delegaciones, se les recomienda colocar el isotipo identificador en los vehículos que puedan utilizar para dichos fines. En lo preferible, es aconsejable que se utilicen vehículos de color blanco, para que se pueda apreciar de una mejor manera el isotipo de la institución. Éste deberá estar ubicado en la puerta delantera, sobre una franja color naranja que recorrerá de manera horizontal el vehículo.



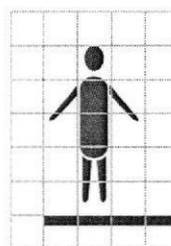
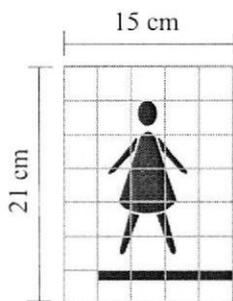
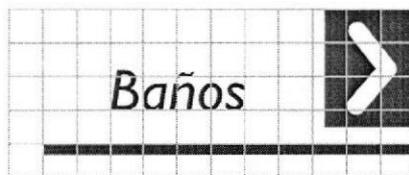
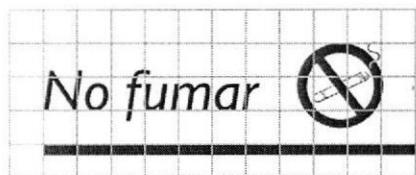
### 1.13 SEÑALÉTICA

La señalética de la fundación será impresa en color azul pantone 192-1 cvs sobre acrílico blanco. Se utilizará la tipografía corporativa Humanst 521 Bt en cursiva. El color señalético es el color de base de seguridad codificada, en este caso el azul corporativo que se usará para atraer la atención. Ésta será utilizada en los establecimientos que la fundación escoja para la realización de sus congresos, convenciones, cursos, foros, seminarios, talleres, etc. La señalética tendrá una medida de 36 cm de ancho por 15 cm de largo y 15 cm de ancho por 21 cm de largo.





### 1.13.1 PROPORCIONES



1.14 UNIFORMES

Seguramente en un futuro la fundación se verá en la necesidad de implantar el uso de uniformes a las personas que conformen dicha institución. Éstos deberán ser usados en las diversas actividades que la institución tenga programada. Es por eso que como una opción que se complementaría con la imagen naciente que quiere proyectar la fundación, aconsejamos la utilización de los siguientes uniformes que junto con sus colores guardan relación con la identidad de la misma. De igual forma los pins deberán ser portados de manera constante por las personas en mención.

Uniformes para charlas a empresarios



Pins



Uniformes para labor social



Uniformes para actividades diarias



## 1.15 APLICACIONES

Para llevar a cabo las múltiples actividades programadas y cumplir con los objetivos trazados, la fundación ha de requerir los siguientes elementos con las aplicaciones del isotipo en ellos. Sugerimos entonces, la utilización de las distintas opciones que ofrecemos a continuación en diversos eventos como congresos, seminarios, talleres, etc. Los vasos, servilletas, carpetas, block de notas y plumas serán entregados a las personas que asistan a las distintas actividades que la fundación programe. Los stickers serán repartidos en campañas solidarias o dentro de algún evento donde se necesite recaudar fondos para un determinado fin. El estandarte institucional deberá ser exhibido en todos los eventos y/o actividades programadas por la institución.

Vaso



Servilleta



Block de notas y Pluma

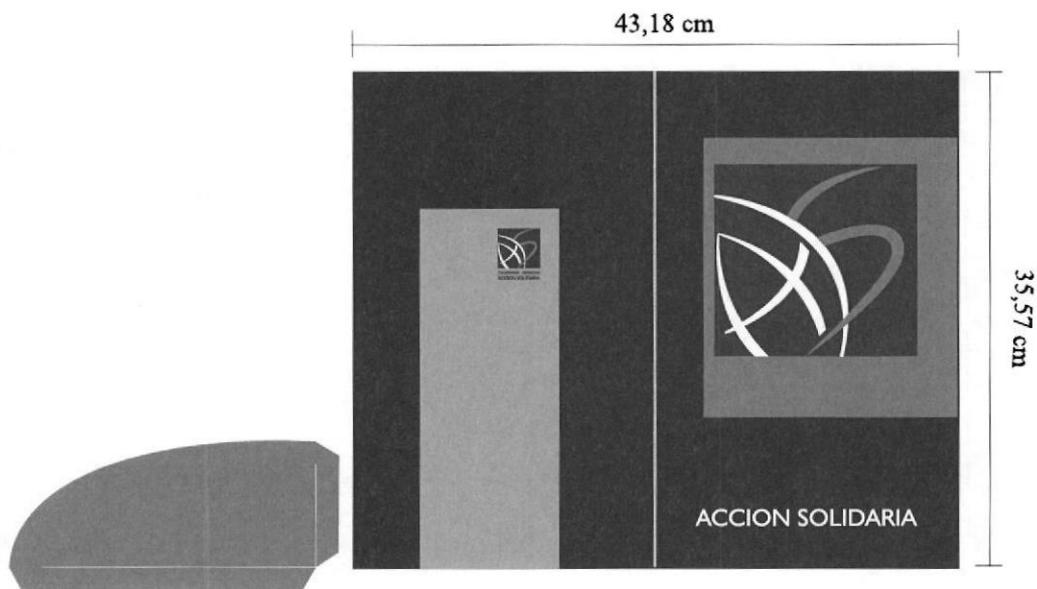


Stickers





Carpeta



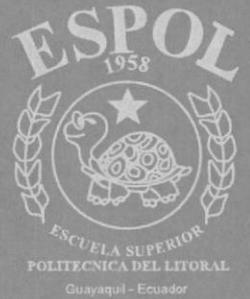
Bandera





## CAPÍTULO 2

# CAMPAÑA GRÁFICA DE POSICIONAMIENTO



## 2. CAMPAÑA GRÁFICA DE POSICIONAMIENTO

### 2.1 ANUNCIOS PUBLICITARIOS

#### 2.1.1 ANUNCIO DE PRENSA

El anuncio de prensa de la fundación será publicado en 1/4 de página ( tres columnas de ancho por 24,8 cm de largo). Éste será impreso en escala de grises. Constará de una foto alusiva a la institución, texto informativo sobre el congreso organizado y el isotipo identificador.

16,1 cm



24,8 cm

*Aportando al cambio,  
en una Acción Solidaria*

Congreso de Universitarios

Lugar: Aula Magna de la Universidad Católica

Fecha: 22 y 23 de Noviembre del 2001

FUNDACIÓN ACCIÓN SOLIDARIA  
9 de Octubre 1200 y Pedro Moncayo Sta. piso  
Teléfono: (593-4) 301107  
Telefax: (593-4) 586436  
Correo electrónico: cmgeo@attglobal.net  
Guayaquil Ecuador



FUNDACIÓN ACCIÓN SOLIDARIA

PROTCOM

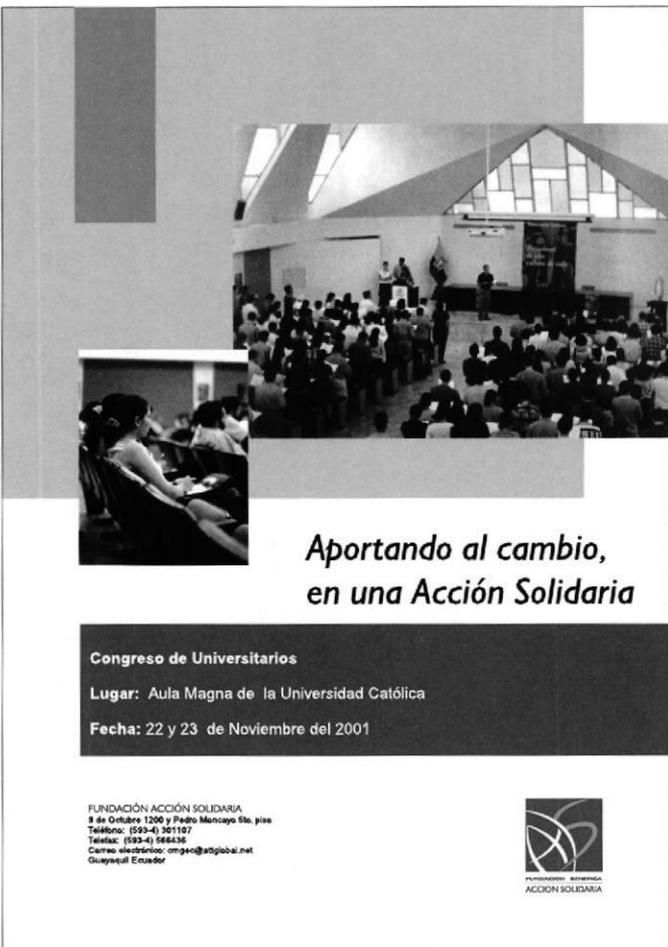
CAPÍTULO 2 - PÁGINA 1

ESPOL

## 2.1.2 ANUNCIO DE REVISTA

El anuncio será impreso full color y publicado en una página entera de revista. Tendrá una medida de 21 cm de ancho por 27 cm de largo. El aviso estará compuesto por fotos alusivas a la fundación, texto informativo referente a la actividad que se anuncia y el isotipo identificador de la institución.

21 cm



*Aportando al cambio,  
en una Acción Solidaria*

**Congreso de Universitarios**  
Lugar: Aula Magna de la Universidad Católica  
Fecha: 22 y 23 de Noviembre del 2001

FUNDACIÓN ACCIÓN SOLIDARIA  
8 de Octubre 1200 y Pedro Moncayo 5to. piso  
Teléfono: (593-4) 501107  
Teléfono: (593-4) 586430  
Correo electrónico: [ongps@atglobal.net](mailto:ongps@atglobal.net)  
Guayaquil Ecuador

27 cm



## 2.2 PUBLICIDAD EXTERIOR

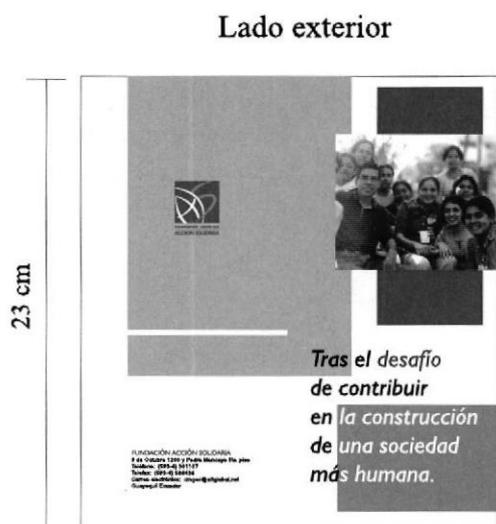
La valla publicitaria va a estar compuesta por una foto donde se muestra la actividad realizada por la fundación, una frase alusiva a ésta y el isotipo identificador. La impresión será full color. La valla seguirá la misma línea de la publicidad y folletería. Tendrá una medida de 8 mt de ancho por 4 mt de largo.



## 2.3 FOLLETERÍA

La folleteria constará de un díptico y un tríptico monocromático así como un tríptico full color. Éstos tendrán fotos y textos referentes a la fundación, así como a funciones y actividades que realiza la misma, también se destacará el isotipo identificador. La folleteria monocromática será impresa en tono azul pantone 192-1 cvs con variaciones en el porcentaje del tramado. Ésta será repartida masivamente en las actividades que realice la fundación como congresos, talleres, etc. El Tríptico full color será entregado exclusivamente a microempresarios o instituciones que apoyen a la fundación y será impreso en una cantidad menor a los anteriores.

### 2.3.1 DÍPTICO MONOCROMÁTICO



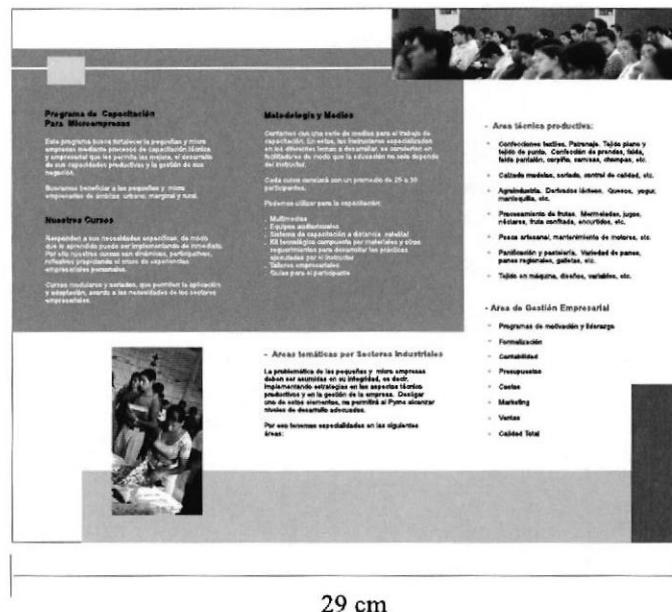


2.3.3 TRÍPTICO FULL COLOR

Lado exterior



Lado interior





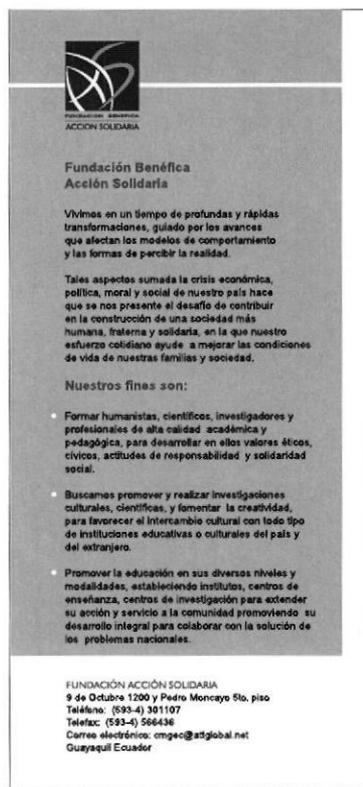
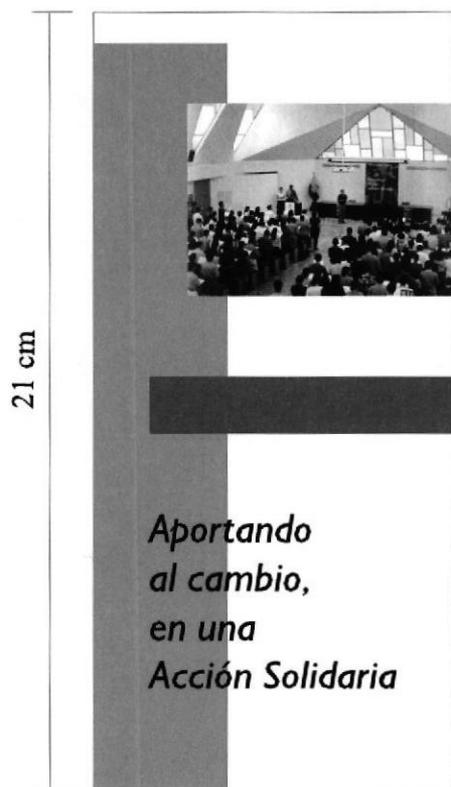
**2.4 CORREO DIRECTO**

El mailing constará de tiro y retiro, será impreso en gama monocromática de color azul pantone 192-1 cvs. En él se destacará una foto alusiva a la institución, texto informativo sobre la misma y el isotipo identificador. Tendrá una medida de 9,7 cm de ancho por 21 cm de largo.

El mailing será repartido al grupo objetivo de interés teniendo como referencia una base de datos.

Tiro

Retiro



## 2.5 SPOT PUBLICITARIO

Como parte complementaria de la campaña gráfica de posicionamiento, hemos propuesto la producción de un Spot publicitario. Por medio de éste se logrará dar a conocer de una forma más masiva al público, las actividades que realizará la fundación.

El Spot publicitario será presentado durante 30", en el que cada escena tendrá una duración de 5". Éstas serán captadas en congresos o en diferentes actividades que la fundación realice, las imágenes aparecerán sucesivamente fusionándose unas con otras de acuerdo al orden de aparición.

A continuación presentamos el Story Board del Spot publicitario propuesto. En éste se muestran las diferentes escenas con su respectivo audio y video, con tomas hechas en exteriores.





### 2.5.1 STORY BOARD

AUDIO	VIDEO
<p>Abre música de fondo, con parte instrumental del tema "Somos convocados" interpretado por el grupo Takillakta.</p>	<p>Empieza escena con un plano general, donde aparece toma de la entrada a un congreso.</p>
<p>Continúa música de fondo</p>	<p>Viene de la escena anterior, fusionándose con una nueva toma, un plano general del interior del congreso.</p>
<p>Continúa música de fondo</p>	<p>Continúa de la toma anterior, una nueva escena, con un medio plano del congresista.</p>



**AUDIO**

**VIDEO**

Continúa música de fondo



De la escena anterior, se enlaza con nueva toma en un plano americano, donde aparecen los asistentes al congreso.

Continúa música de fondo

FX: Locución en off de la frase que aparece en pantalla.

*Aportando al cambio,  
en una Acción Solidaria*

Continúa de la toma anterior, apareciendo en escena la frase, que desvaneciéndose poco a poco, desaparece de pantalla.

Continúa música de fondo, concluyendo en esta toma

FX: Locución de la frase "Fundación benéfica, Acción Solidaria."



De la toma anterior, va apareciendo el isotipo identificador de la fundación, con el que concluye en un fade out.



## CAPÍTULO 3

## PÁGINA WEB

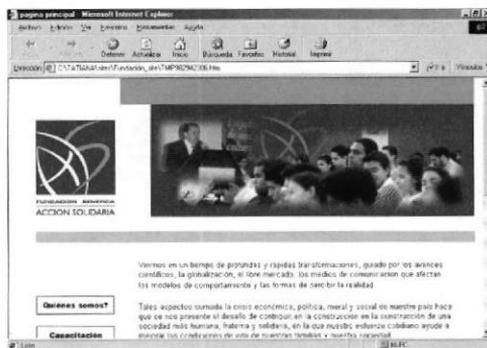


### 3. PÁGINA WEB



Otro medio, aconsejable para la difusión de la imagen y las funciones que cumple la fundación, es la creación de una página web, ya que permitirá el reconocimiento nacional e internacional de la fundación y accesibilidad a la información que ofrece acerca de sus objetivos, funciones y actividades.

A continuación, detallamos capturas de imágenes del web site, diseñado para la fundación.



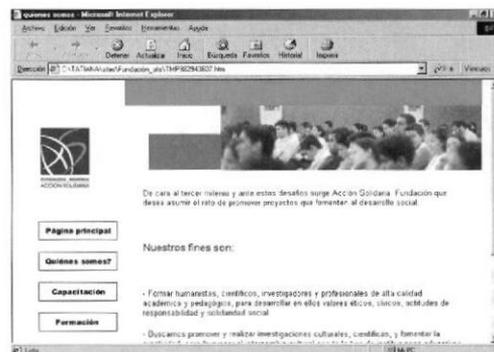
#### Página principal

En ella se detalla una breve introducción de los factores externos que dieron paso al nacimiento de la fundación.

De ésta se puede acceder a tres páginas anexas: Quiénes somos, Capacitación, y Formación.

#### Quiénes somos

Esta página muestra toda la información sobre lo que es en sí la fundación, así como sus objetivos.





◀ **Capacitación**

Esta página trata sobre el Programa de capacitación para microempresarios, sus diferentes cursos, metodologías y medios.

Ésta tiene vínculo con la página de Áreas.

**Áreas** ▶

Aquí se habla sobre áreas temáticas por sectores industriales y detalla cada una de las áreas que abarcará el Programa de capacitación para microempresarios

Esta página tiene vínculo para regresar, o tener acceso a las demás páginas dentro del web site.



◀ **Formación**

Se detalla todo sobre el Centro para la formación de liderazgo y proyección social, sus objetivos y perfiles.

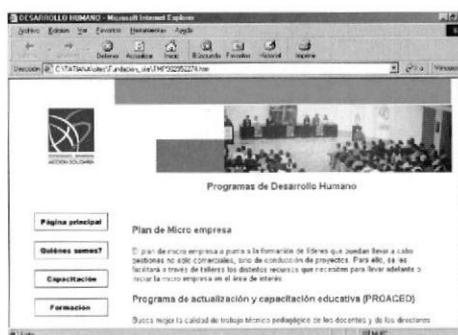
Tiene vínculos con las páginas de actividades y desarrollo humano.



## Desarrollo humano

En ella se puede conocer todo acerca del Plan de microempresas y el Programa de actualización y capacitación educativa.

Tiene vínculos con las demás páginas y para retornar a la anterior.



## Actividades

Contiene información sobre todas las actividades que tiene programada la fundación, como congresos, cursos, convenciones, video foros, programas de orientación permanente, seminarios, talleres de capacitación, etc.

Tiene vínculo con la página anterior y las demás páginas.



BIBLIOTECA  
CAMPUS  
PENAS

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Bocetos.-** Borradores o dibujos a mano alzada de la primera concepción del isotipo.

**Campaña gráfica.-** Serie de estrategias publicitarias que permitirán que una marca sea reconocida por su grupo objetivo.

**Díptico.-** Folleto de tipo informativo, difusional o promocional que puede ser doblado en dos partes

**Fade out.-** Fusión de una toma a negro.

**Fusión Gráfica.-** Combinación de varios gráficos para obtener un todo.

**Gama Cromática.-** Colores utilizados dentro de toda la identidad corporativa de la marca.

**Grafimetría.-** Construcción geométrica o proporciones del isotipo.

**Iconotipo.-** Gráfico del isotipo.

**Imagen Corporativa .-** Imagen ligada a una empresa y a lo que ella representa, expresado por signos gráficos. Ésta abarca la imagen de la empresa y la imagen de marca, ya que implica el conjunto de la empresa, sus producciones y actuaciones.

**Isotipo.-** Relación de igualdad del ícono y la parte tipográfica.

**Locución en off.-** Cuando en un video sólo se escucha la voz del locutor sin verlo.

**Logotipo.-** Texto del isotipo.

**Mailing (Correo directo).-** Publicidad personal enviada al grupo objetivo de interés.



**Manual de Marca.-** Libro que reúne todo el curriculum visual de la empresa e incluso los pasos para desarrollar la marca.

**Medio Plano.-** Toma de los protagonistas en su acción y escasamente al entorno que los rodea.

**Monocromático.-** Utilización de un mismo color en diversas tramas o grados de intensidad.

**Plano Americano.-** Es un aparente plano general, pero que a veces secciona a los protagonistas a nivel del muslo o la cadera

**Plano General.-** Toma de los protagonistas, su acción y entorno en forma general o global.

**Retiro.-** Lado posterior de una impresión.

**Simbología.-** Lo que comprende o contiene un gráfico tanto en cualidad y cantidad.

**Spot publicitario.-** Comercial breve de 30 segundos de duración.

**Story Board.-** Secuencia de imágenes con detalle de audio y video.

**Tiro.-** Lado frontal de una impresión.

**Tipografía.-** Texto utilizado en toda la imagen corporativa de la institución.

**Tríptico.-** Folleto de tipo informativo, difusional o promocional, que puede ser doblado en tres partes.

**Web site.-** Elemento multimedia que consta de páginas gráficas e informativas a las cuales el usuario puede tener acceso para recopilar información dentro del internet.