

T745.4
RUEc

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:
CAMPAÑA PROMOCIONAL DE FUNDACIÓN HUANCAVILCA**

MANUAL CORPORATIVO

**AUTORES:
MARÍA JOSÉ RUEDA
LORENA ULLAURI
IVETTE VERA**

**DIRECTOR:
LCDO. JOSÉ DANIEL SANTIBÁÑEZ**

**AÑO
2001**

AGRADECIMIENTO

Por haber culminado este proyecto queremos agradecer a nuestros padres, por el apoyo incondicional que nos han brindado desde siempre.

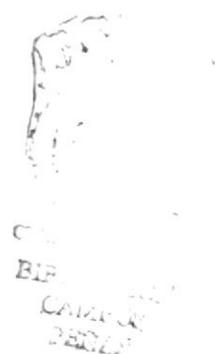
Al Lcdo. José Daniel Santibáñez, por todo el apoyo que hemos recibido a lo largo del trabajo realizado.

Y a todas las personas a cargo de Fundación Huancavilca, por la confianza depositada en nosotras al habernos dado la oportunidad de llevar a cabo este proyecto que nos llevará a la obtención de nuestro título.

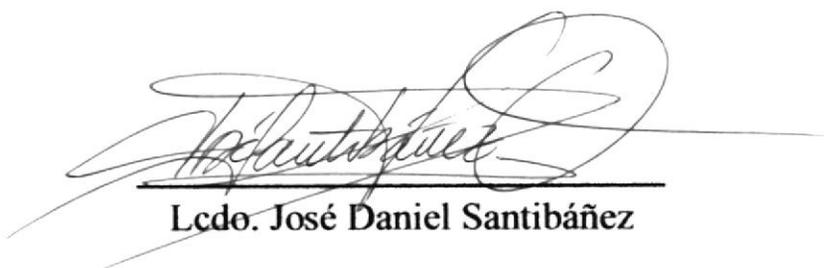
CAJAMA
BIBLIOTECA
CAJAMA
BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a todos aquellos que forman parte de Fundación Huancavilca, sabiendo que darán el mejor uso a este manual, al utilizar las diferentes piezas gráficas elaboradas para la identidad corporativa y la campaña promocional de Fundación Huancavilca.



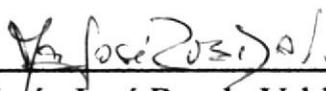
DIRECTOR DE TESIS



Lcdo. José Daniel Santibáñez

BIBLIOTECA
CAMPUS
PERAS

AUTORES DE TESIS



María José Rueda Valdivieso



Lorena Ullauri



Ivette Vera Nieto



PRESENTACIÓN

La Fundación Huancavilca es una entidad que se ha destacado con el tiempo como una institución reconocida y prestigiosa cuyo deseo es convertirse en un modelo ante otras instituciones con objetivos afines, promoviendo el desarrollo del país.

Es por esto que la fundación tiene como principal compromiso, establecer normalizaciones para la correcta aplicación de su identidad corporativa. Dicha identidad debe estar acorde a su función como una institución sin fines de lucro y que demuestre sus características humanitarias y de aporte social.



OBJETIVOS

Este manual corporativo es una guía para la correcta utilización de la marca en cuanto a proporciones, color y tipografía con el fin de que Fundación Huancavilca proyecte una imagen sólida.

No es la finalidad frenar la creatividad de aquellos que posteriormente sean encargados de diseñar piezas publicitarias para la fundación, sino mas bien, proporcionar una base para que exista una línea gráfica consecuente.



INTRODUCCIÓN

La marca es una combinación de estructuras gráficas que se utilizan para dar un soporte de imagen e identidad diferencial de las demás existentes en el medio. La marca indica un compromiso de calidad y de constancia, una garantía de autenticidad y soporte de seguridad.

En este manual se abarca todos los elementos básicos del sistema de identidad de la Fundación Huancavilca, explicando el modo correcto de reproducirlos y aplicarlos a los diferentes soportes.



MANUAL CORPORATIVO



Fundación
Huancavilca

CAMPUS
PERAS

TABLA DE CONTENIDO

- CAPÍTULO 1

Propuesta

1.1 Antecedentes	Pág. 1
1.2 Misión y Visión	2
1.3 Necesidades de la Empresa	3
1.4 Solución Propuesta	4

- CAPÍTULO 2

Identidad Corporativa

2.1 Identidad Visual	1
2.1.1 Isotipo: Réticula	2
2.1.2 Gama Cromática	3
2.1.3 Tipografía	4
2.1.4 Aplicaciones del Isotipo	5
2.1.4.1 Uso y Combinaciones del Isotipo	6
2.1.4.2 Uso Incorrecto del Isotipo	7
2.1.4.3 Ubicación del isotipo con relación a otros	8
2.1.5 Isotipos para programas	9
2.1.5.1 Isotipos: Réticula	10
2.2 Papelería	11
2.2.1 Papelería: Hoja Ejecutiva	12
2.2.2 Papelería: Hoja Standard	13
2.2.3 Papelería: Sobre Ejecutivo	14
2.2.4 Papelería: Sobre Standard	15
2.2.5 Papelería: Sobre Grande	16
2.2.6 Papelería: Tarjeta de Presentación	17
2.2.7 Papelería: Memorándum	18
2.2.8 Papelería: Fax	19
2.2.9 Papelería: Invitación	20
2.2.10 Papelería: Sobre para invitación	21
2.2.11 Papelería: Factura	22
2.2.12 Papelería: Nota de Egreso	23
2.2.13 Papelería: Comprobante de Retención	24
2.3 Boletín Trimestral	25
2.4 Brochure	26
2.5 Señalética	27
2.5.1 Letreros: Oficinas	28
2.5.2 Letreros: Departamentos y Seguridad	29
2.5.3 Letreros: Galería	30
2.5.4 Señalética: Baños, Teléfono, Extintor, No Fumar	31

TABLA DE CONTENIDO

2.6 Uniformes	Pág. 32
2.6.1 Uniformes: Personal de Oficina	33
2.6.2 Uniformes: Conserjes	34
2.6.3 Uniformes: Niños del PETI	35
2.6.4 Uniformes: Equipo de Fútbol	36
2.7 Merchandising	37
2.7.1 Adhesivas	38
2.7.2 Llavero	39
2.7.3 Pluma	40
2.7.4 Jarro	41
2.8 Diplomas	42
2.9 Estandarte	43

- CAPÍTULO 3 Publicidad

3.1 Dípticos	1
3.1.1 Dípticos: Programas	2
3.1.2 Dípticos: Correo Directo	3
3.2 Afiches	4
3.3 Folletos	5
3.3.1 Folletos: Programa PETI	6
3.3.2 Folletos: Hoteles	7
3.3.3 Catálogo	8
3.4 Murales	9



CAPÍTULO 1: PROPUESTA



1. PROPUESTA

1.1 ANTECEDENTES

FUNDACIÓN HUANCAVILCA ha iniciado un proceso innovador en el Ecuador, gracias al apoyo inicial de Fundación Carvajal de Colombia, de FUNDACIÓN CODESPA, FUTURO EN MARCHA de España, contraparte europea de Huancavilca, y de algunas instituciones multilaterales como el Gobierno de España, la CAF, el BID y el FECD, por el cual ha desarrollado una metodología propia de trabajo en comunidades extremadamente escasas de oportunidades de desarrollo, con el insustituible respaldo de la empresa privada del país y de las autoridades locales. Esta metodología es la práctica de las recomendaciones de los diagnósticos previos, que indicaban desde entonces que las condiciones de pobreza crónica solo pueden ser cambiadas cuando los recursos humanos son fortalecidos sobre la marcha y mediante la integración de servicios múltiples a escala barrial y cuando las responsabilidades son compartidas cubriendo todos los servicios, participación, educación, salud, nutrición, abastecimiento, gestión de empleo, vivienda, equipamiento físico, etc.

Fundación Huancavilca funciona como un "Centro de Desarrollo Integral Comunitario" (CDIC), el primero en el país, ubicado en el Guasmo de Guayaquil, el segundo está ubicado en la Prosperina. El presidente y uno de los fundadores de Fundación Huancavilca es el Señor Rodrigo Laniado de Wind.



1.2 MISIÓN Y VISIÓN

La misión de Fundación Huancavilca es facilitar procesos de autogestión para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Su visión es promover el desarrollo humano en áreas de extrema pobreza, reforzando sus valores éticos.

1.3 NECESIDADES DE LA EMPRESA

A raíz de entrevistas con el personal de la Fundación, se encontraron los siguientes problemas:

- No tiene definidas las variaciones y combinaciones del isotipo, así como de la tipografía.
- No cuenta con diseño de papelería en su totalidad.
- No cuenta con piezas gráficas promocionales, lo que da lugar a falta de información, que pudiera incentivar a la comunidad a beneficiarse de los diferentes programas con que cuenta Fundación Huancavilca.
- Falta de señalética en las instalaciones de la fundación.
- No se usa uniforme, con la consecuente falta de identificación del personal en relación con la empresa.

1.4 SOLUCIÓN PROPUESTA

Basándonos en los requerimientos planteados en la propuesta, nuestros objetivos estuvieron dirigidos a la elaboración de los siguientes diseños:

- **Elaboración del Manual Corporativo:**
Definición de las proporciones, colores y uso del isotipo, diseño completo de papelería, diseño de uniformes, diseño de señalética, diseño de objetos promocionales.
- **Diseño de folletería:**
Afiches, dípticos y folletos.
- **Diseño de murales.**
- **Elaboración de una memoria histórica de la fundación.**



CAPÍTULO 2: IDENTIDAD CORPORATIVA



2. IDENTIDAD CORPORATIVA

2.1 IDENTIDAD VISUAL



2.1.1 ISOTIPO: RETÍCULA



Este es el tamaño mínimo del logo

Slogan: No le des un pez, enséñale a pescar.

Soporte literario de definición: Centro de Desarrollo Integral Comunitario.

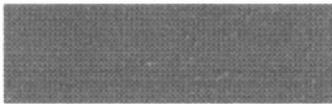
El iconotipo representado por un corazón simboliza el amor, el espíritu solidario y la confraternidad que la Fundación Huancavilca brinda a la comunidad. Las franjas blancas del corazón sobre fondo azul están basadas en la bandera de Guayaquil por ser una entidad netamente guayaquileña. De ahí su nombre Huancavilca, una cultura que existió en lo que ahora son las tierras del Guayas, reconocida por ser luchadora y respetuosa de la justicia. Se tomó de ella su nombre para rescatar sus valores y emularlos.

El isotipo debe ser siempre reproducido con claridad, precisión y la más alta calidad.

El slogan será usado oficialmente en el estandarte y la portada del Brochure; el soporte literario en la Memoria. Su uso en la folletería dependerá de los fines u objetivos de la misma.



2.1.2 GAMA CROMÁTICA



Pantone 221-1 CVS



Porcentaje de cuatricromía:

Cyan 100%

Magenta 35%

Amarillo 0%

Negro 0%

El isotipo está constituido por 2 colores, el azul y el blanco, haciendo alusión a los colores de la bandera de Guayaquil.

2.1.3 TIPOGRAFÍA

Kabel BK BT

ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqr
 stuvwxyz
 1234567890

Futura LT BT

ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqr
 stuvwxyz
 1234567890

Futura Md BT

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqr
stuvwxyz
1234567890

Goudy OISt BT Roman

ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqr
 stuvwxyz
 1234567890

Goudy OISt BT Roman

ABCDEFGHIJKLMN
 ÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqr
 stuvwxyz
 1234567890

Goudy OISt BT Bold

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqr
stuvwxyz
1234567890

Goudy OISt BT Italic

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqr
stuvwxyz
1234567890

La tipografía usada en el logotipo es la Kabel BK BT, por ser esta una clase de letra estilizada que comunica sensibilidad, que es lo que identifica a la Fundación.

La tipografía compatible que será usada para títulos y subtítulos es la Goudy OISt BT.

La tipografía para textos es la Futura LT BT, que es la usada también en las direcciones y teléfonos en la papelería. También se podrá usar la Futura Md BT para casos en que se quiera enfatizar algunas palabras del texto.



2.1.4 APLICACIONES DEL ISOTIPO



2.1.4.1 USO Y COMBINACIONES DEL ISOTIPO

Los colores combinables pueden variar por ejemplo, entre los siguientes:



Lo mismo es aplicable si se lo coloca sobre un fondo de 2 colores.

El isotipo debe ir preferentemente a full color sobre fondo claro, es decir que siempre que vaya sobre un fondo que no sea blanco deberá ser un color que contraste con el color del isotipo y de bajo porcentaje de intensidad, obviando el color negro.



Se usará el isotipo sobre fondo fotográfico siempre y cuando el segmento de la foto en el cual se lo vaya a colocar sea de una tonalidad que contraste, lo mismo en el caso de ser colocado el isotipo sobre fondo de una ilustración.



Se puede usar el iconotipo prescindiendo del logotipo, en las páginas interiores de la folletería, siempre que se presente el isotipo completo, incluido en la portada.

Sólo se usará sombra para el iconotipo en los casos en los que no se use acompañado del logotipo.

2.1.4.2 USO INCORRECTO DEL ISOTIPO



No se debe invertir los colores del iconotipo



No se debe alterar la forma del iconotipo



No se debe cambiar la tipografía



No se debe usar el logotipo delineado



No se debe degradar el color del isotipo



No se debe cambiar de posición al iconotipo



No se debe alterar el pantone



No se debe usar sombra para la tipografía del isotipo

No se debe redibujar o recrear la marca, siempre se deba utilizar los archivos maestros suministrados por el departamento de Relaciones Públicas de la fundación.

2.1.4.3 UBICACIÓN DEL ISOTIPO CON RELACIÓN A OTROS



Al añadir más de dos isotipos irán ubicados en columna hacia abajo y en fila hacia la derecha del isotipo de la fundación anfitriona del evento.

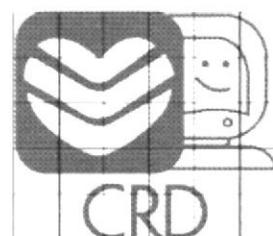
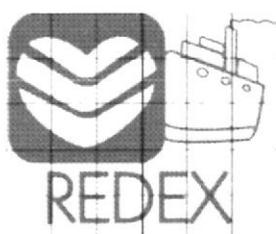
La distancia entre un isotipo y otro es la del tamaño del iconotipo.

Lo mismo se aplicará en los casos en que se desee colocar el isotipo junto a los isotipos de los programas de la fundación, no siendo necesario para el uso de estos en los dípticos y afiches, en los que van ubicados separadamente. (Véase el capítulo 3, los subtítulos 3.1 y 3.2).



2.1.5 ISOTIPOS PARA PROGRAMAS

2.1.5.1 ISOTIPOS: RETÍCULA



Los íconos de los isotipos de cada programa fueron diseñados de acuerdo a lo que describe su nombre, relacionándose simbólicamente con la función del programa.

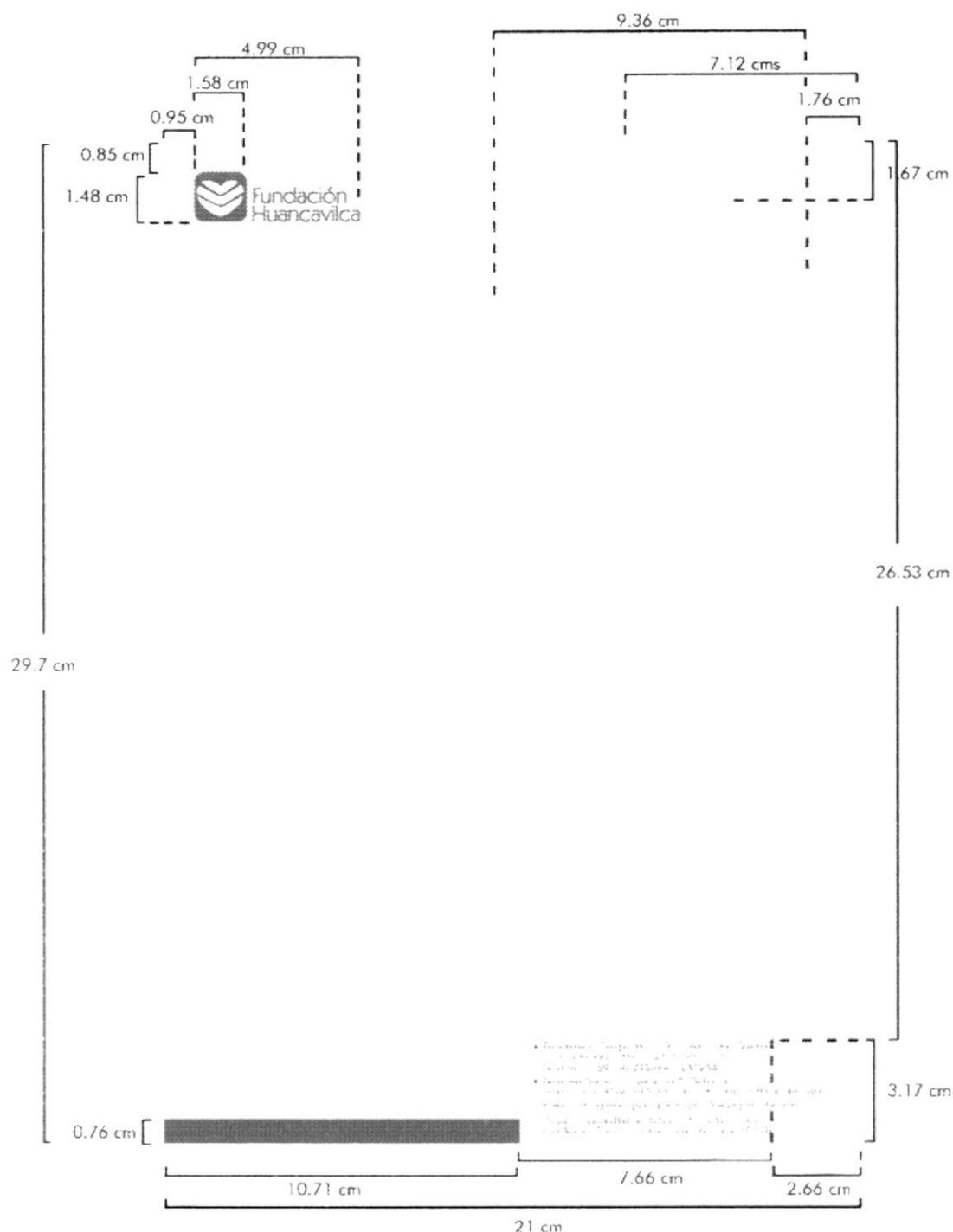
Las condiciones para la correcta aplicación de los isotipos de los programas serán las mismas que las especificadas en este manual para el isotipo de la fundación. (Véase en este capítulo, los subtítulos 2.1.4.1 y 2.1.4.2).



2.2 PAPELERÍA



2.2.1 PAPELERÍA: HOJA EJECUTIVA



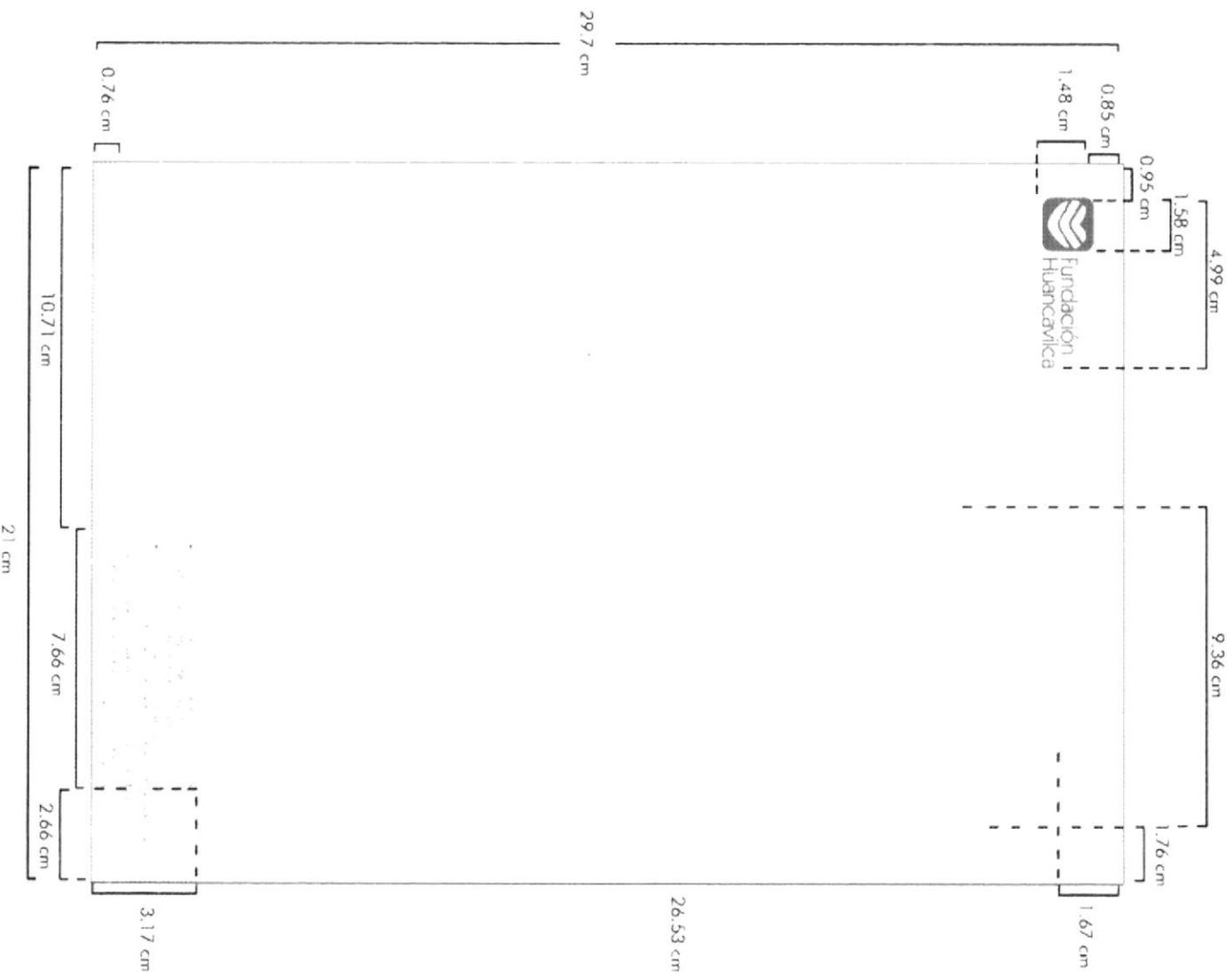
La papelería ejecutiva es para uso externo y uso genencial.

Especificaciones:

- Papel Bond, 75 gr.
- Fondo en 20% y 9%, pantone 221-1 CVS.
- Tipografía de direcciones: Futura Lt BT, 7,5 pt.



2.2.2 PAPELERÍA: HOJA STANDARD

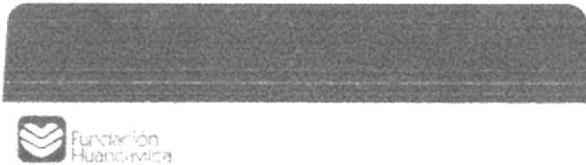
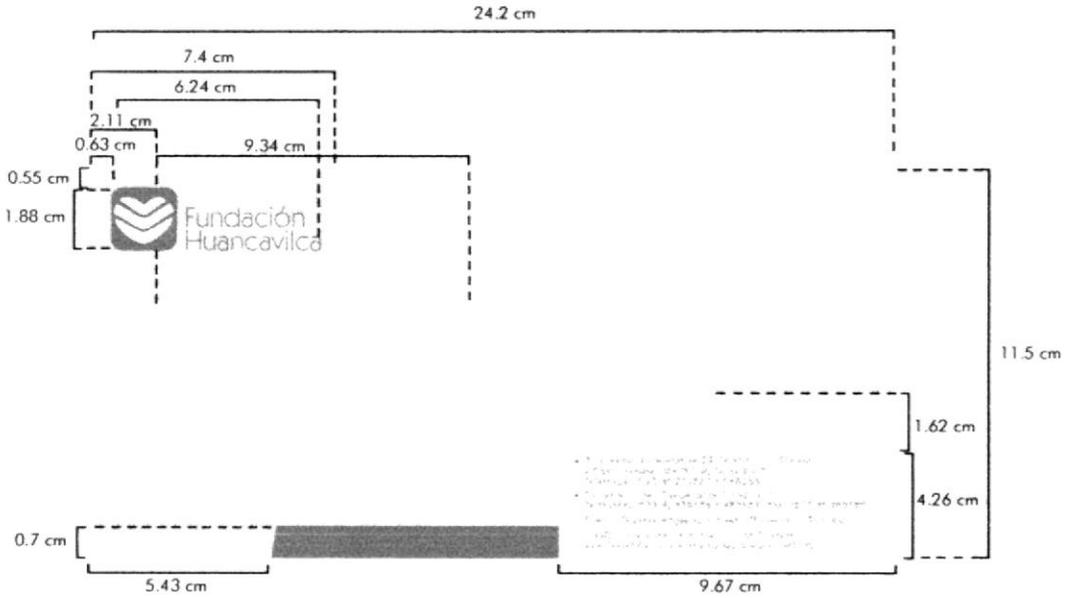


La papelería standard es para uso interno de la fundación.

Especificaciones:

- Papel Bond, 75 gr.
- Fondo en 9%, pantone 221-1 CVS.
- Tipografía de direcciones: Futura Lt BT, 7,5 pt.

2.2.3 PAPELERÍA: SOBRE EJECUTIVO

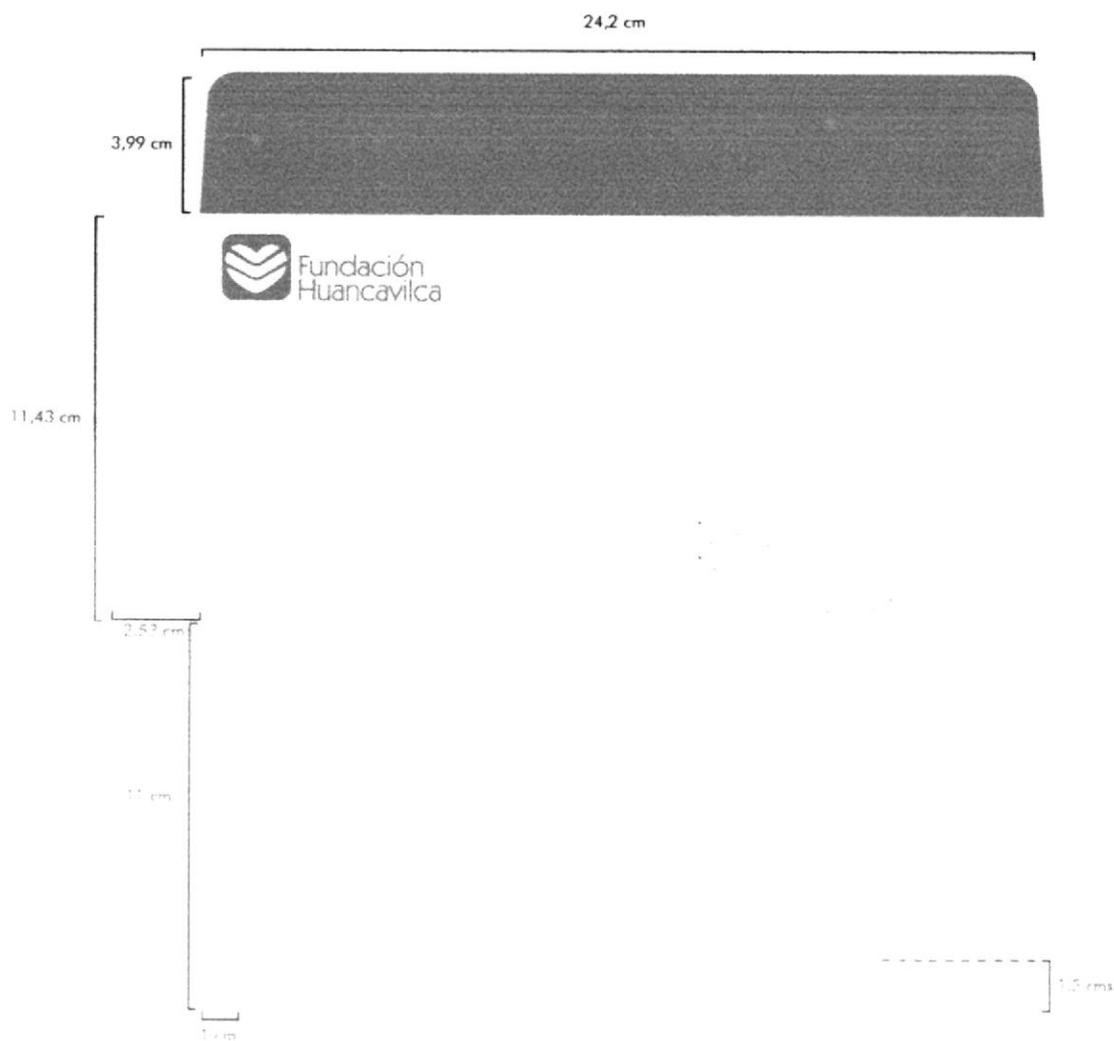


Las medidas de las solapas son las mismas de las del sobre standard. (Véase siguiente pág.).

Especificaciones:

- Papel Bond, 75 gr.
- Fondo en 20% y 9%, pantone 221-1 CVS.
- Tipografía de direcciones: Futura LT BT, 7,5 pt.

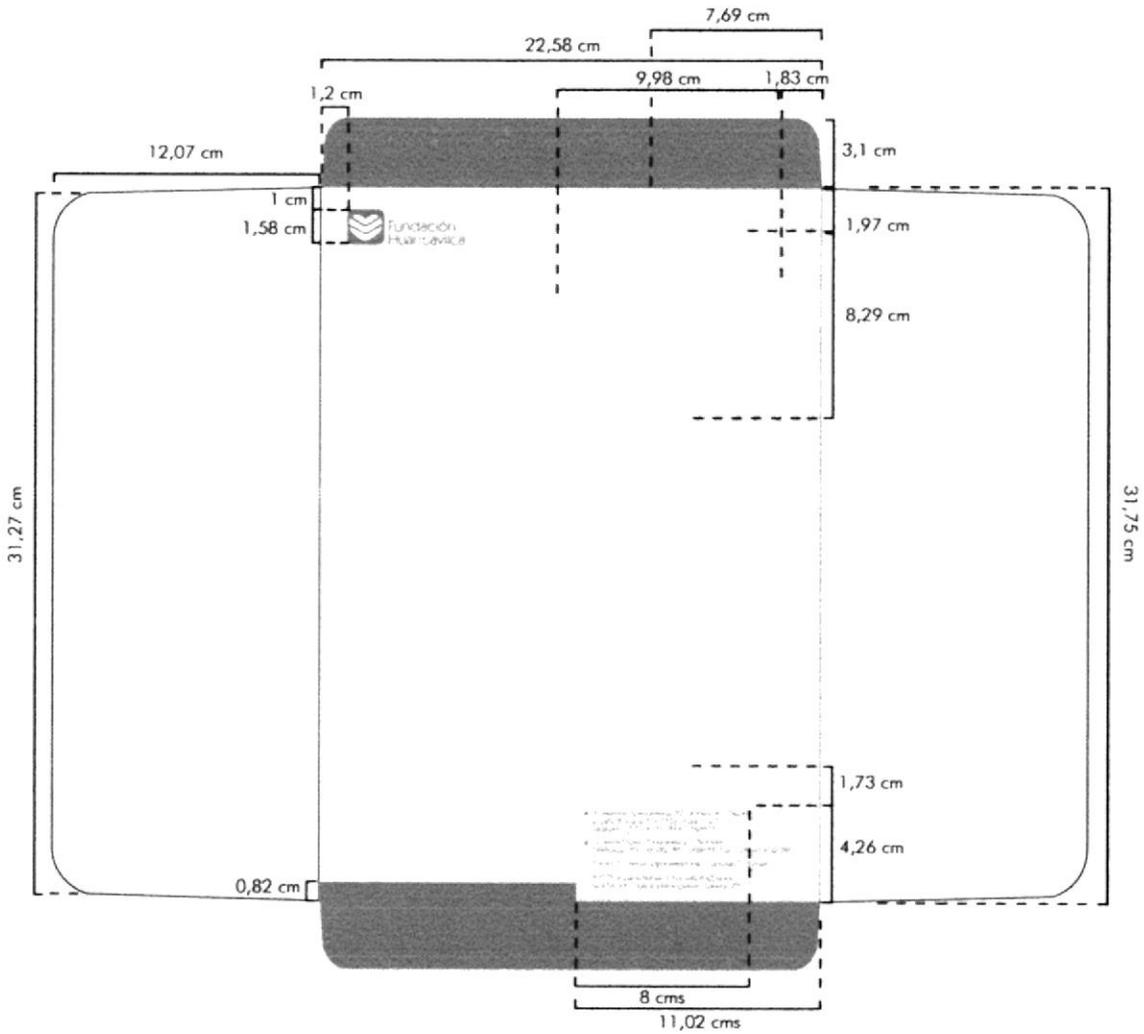
2.2.4 PAPELERÍA: SOBRE STANDARD



Especificaciones:

- Papel Bond, 75 gr.
- Fondo en 9%, pantone 221-1 CVS.
- Tipografía de direcciones: Futura Lt BT, 7,5 pt.

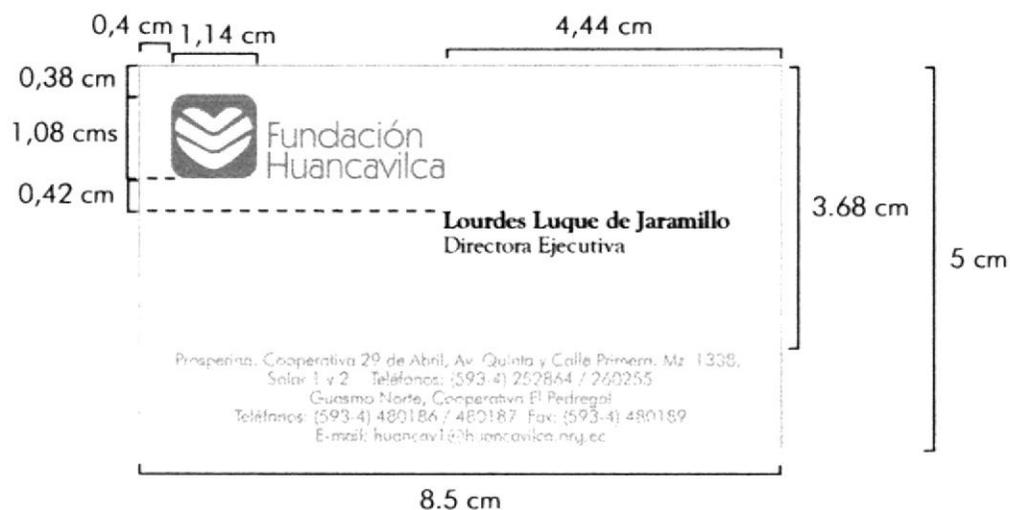
2.2.5 PAPELERÍA: SOBRE GRANDE



Especificaciones:

- Papel Bond, 90 gr.
- Fondo en 20% y 9%, pantone 221-1 CVS.
- Tipografía de direcciones: Futura Lt BT, 9,5 pt.

2.2.6 PAPELERÍA: TARJETA DE PRESENTACIÓN

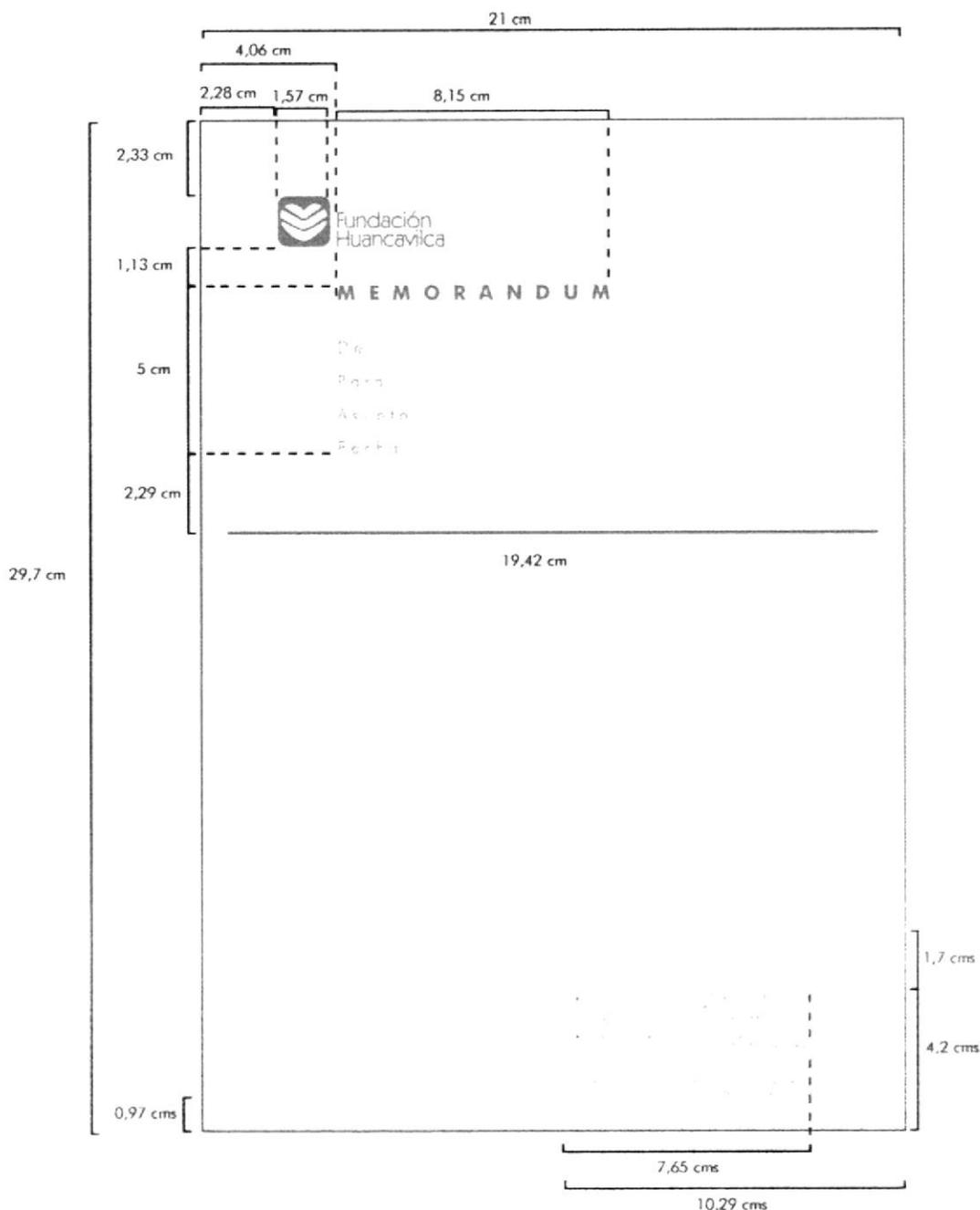


Especificaciones:

- Cartulina de hilo, 200 gr.
- Fondo en 20%, pantone 221-1 CVS.
- Tipografía de direcciones: Futura Lt BT, 6,5 pt.
- Tipografía de nombre: Goudy OlSt BT Bold, 9 pt.
- Tipografía de cargo: Goudy OlSt BT Roman, 8,5 pt.



2.2.7 PAPELERÍA: MEMORÁNDUM

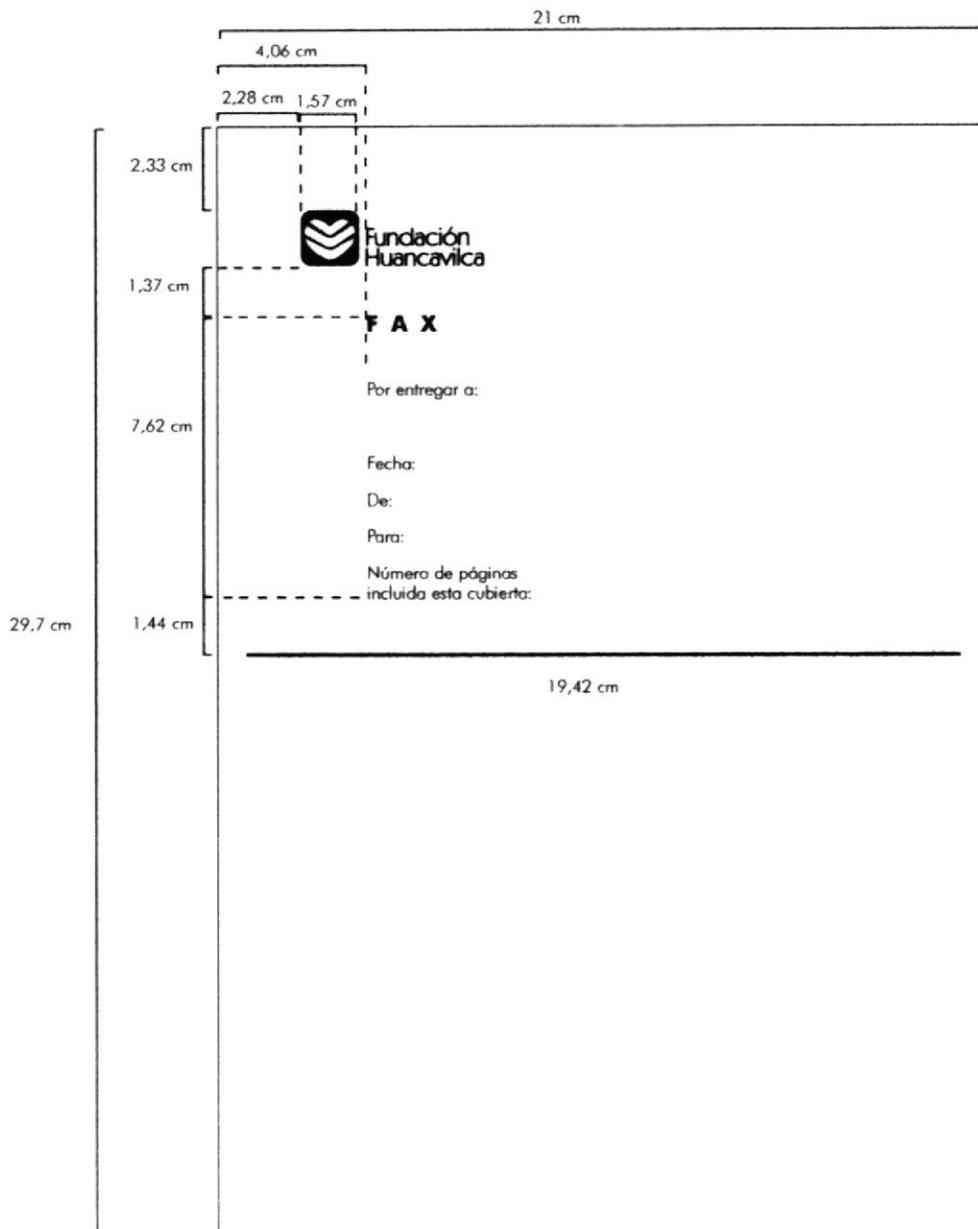


Especificaciones:

- Papel Bond, 75 gr.
- Tipografía de título: Futura Md BT, 17 pt.
- Tipografía de subtítulos: Futura Lt BT, 14 pt.
- Tipografía de direcciones: Futura Lt BT, 7,5 pt.



2.2.8 PAPELERÍA: FAX

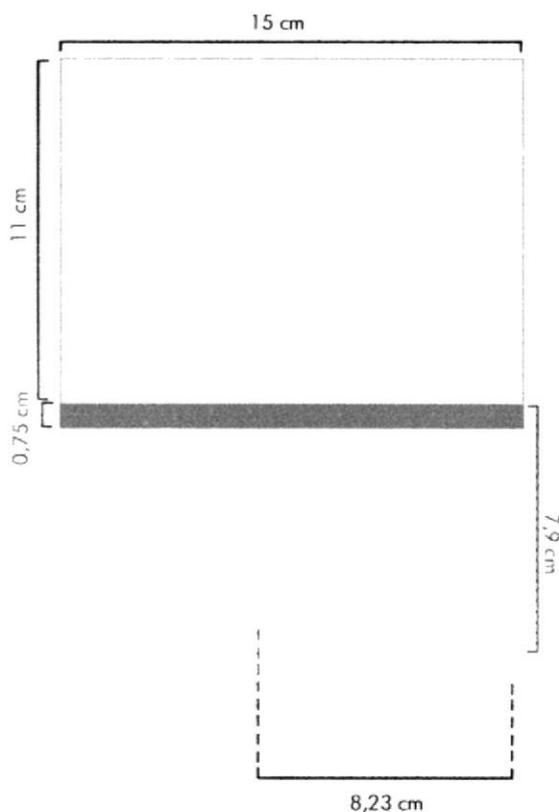


Especificaciones:

- Papel Bond, 75 gr.
- A un solo color: negro.
- Tipografía de título: Futura Md BT, 17 pt.
- Tipografía de subtítulos: Futura Lt BT, 14 pt.

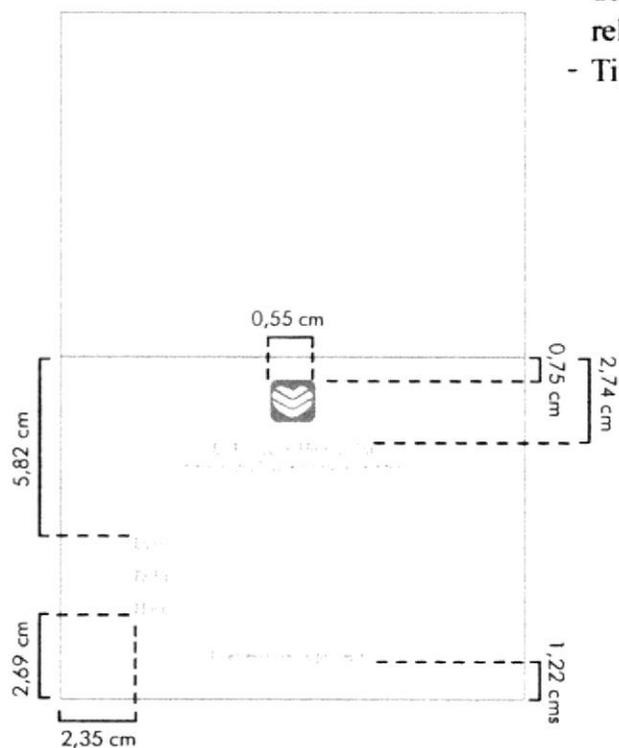


2.2.9 PAPELERÍA: INVITACIÓN

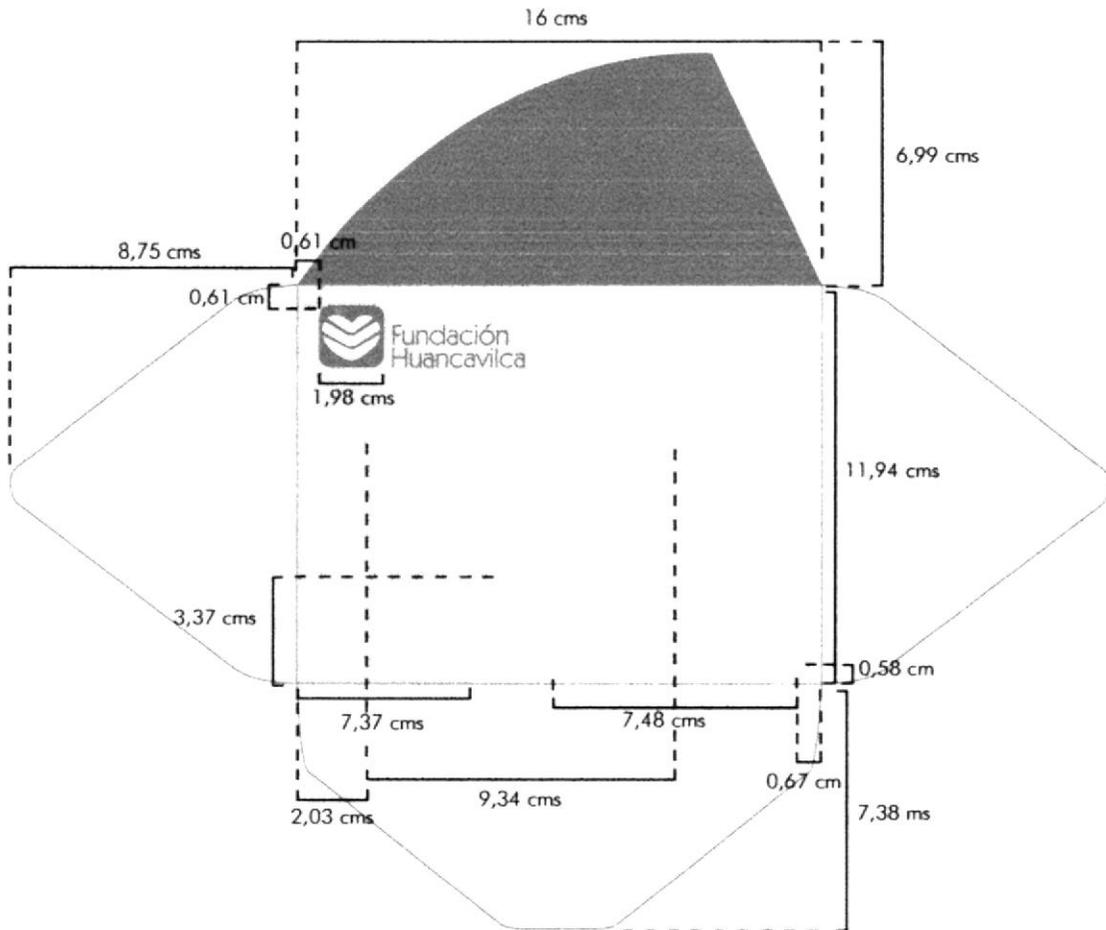


Especificaciones:

- Cartulina de hilo, 200 gr.
- Fondo en 9%, pantone 221-1 CVS.
- La esquina inferior derecha de la portada de la tarjeta va cortada según la forma del corazón, que irá repujado, es decir a relieve, con sombra al 20%.
- Tipografía: Goudy OlSt BT Italic, 14 pt.



2.2.10 PAPELERÍA: SOBRE PARA INVITACIÓN

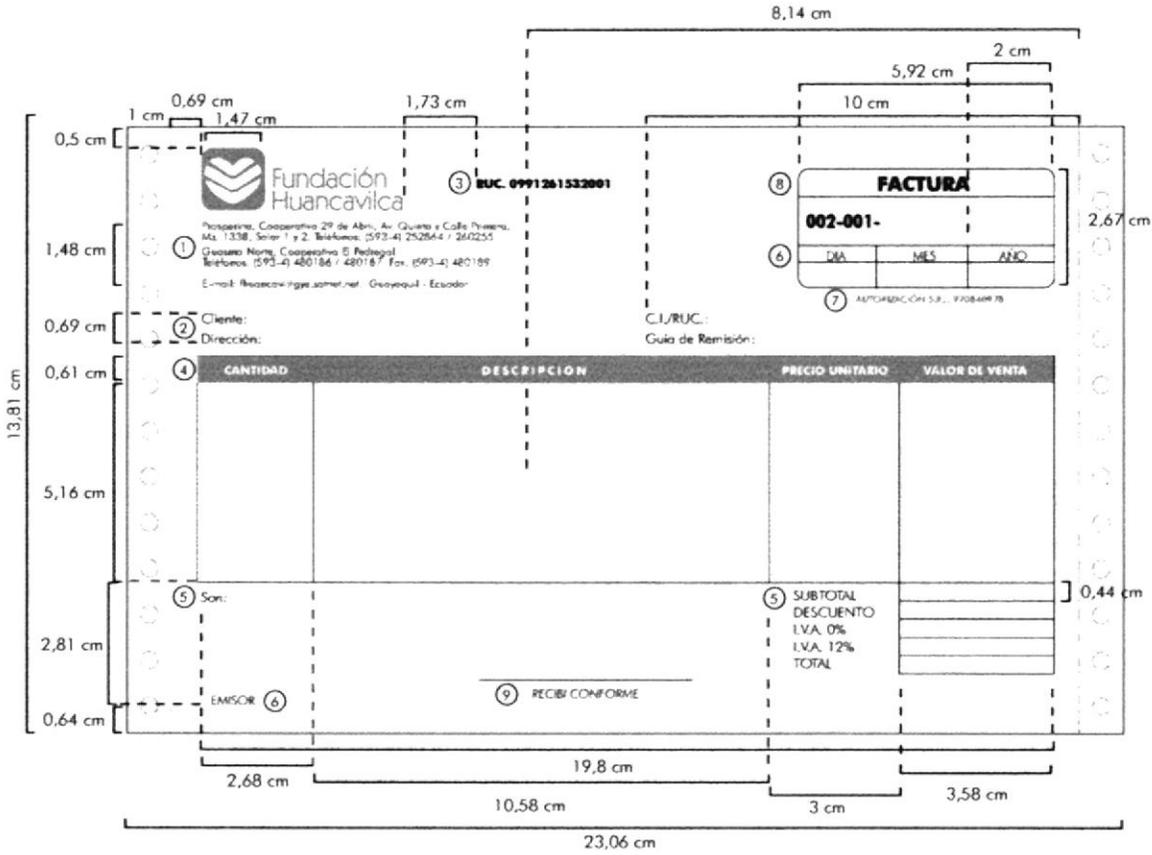


Especificaciones:

- Papel Bond, 90 gr.
- Fondo en 20% y 9%, pantone 221-1 CVS.



2.2.11 PAPELERÍA: FACTURA



TIPOGRAFÍA:

- ① Futura Lt BT 7 pt.
- ② Futura Lt BT 9 pt.
- ③ Futura Md BT 8 pt.
- ④ Futura Md BT 7,5 pt.
- ⑤ Futura Lt BT Italic 9 pt.
- ⑥ Futura Lt BT 8 pt.
- ⑦ Futura Lt BT 6 pt.
- ⑧ Futura Md BT 12,7 pt.
- ⑨ Futura Lt BT Italic 8 pt.

La factura será impresa en papel de impresión.

La impresión será en fondo blanco a dos colores: azul pantone 221-1 CVS para el isotipo, para el fondo de agua al 9%, y negro para el texto.

2.2.12 PAPELERÍA: NOTA DE EGRESO



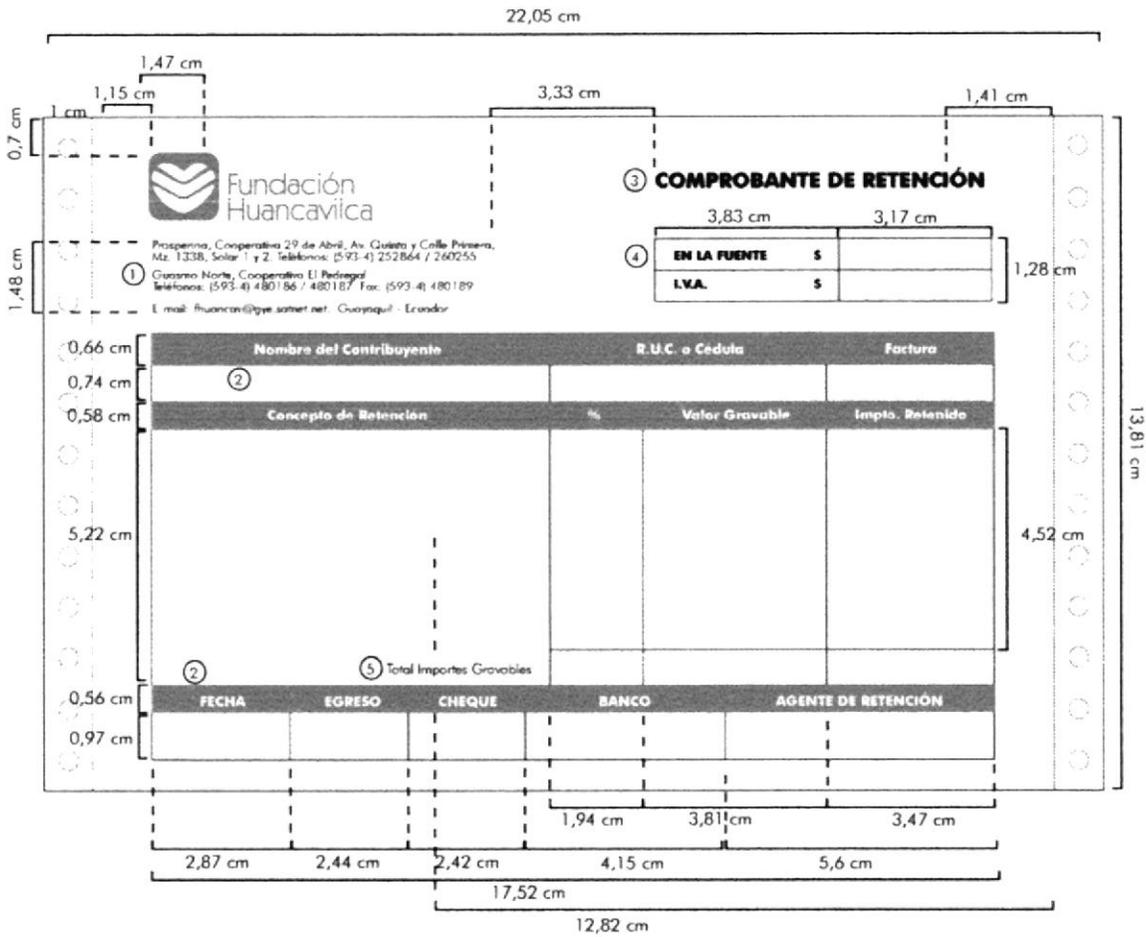
TIPOGRAFÍA:

- ① Futura Lt BT 7,5 pt.
- ② Futura Md BT 8 pt.
- ③ Futura Md BT 14 pt.
- ④ Futura Md BT 7,5 pt.

La nota de egreso será impresa en papel de impresión.

La impresión será en fondo blanco a dos colores: azul pantone 221-1 CVS para el isotipo, para el fondo de agua al 9%, y negro para el texto.

2.2.13 PAPELERÍA: COMPROBANTE DE RETENCIÓN DE RETENCIÓN



TIPOGRAFÍA:

- ① Futura Lt BT 7 pt.
- ② Futura Md BT 8 pt.
- ③ Futura Md BT 12 pt.
- ④ Futura Md BT 7,5 pt.
- ⑤ Futura Lt BT 8 pt.

El comprobante de retención será impreso en papel de impresión.

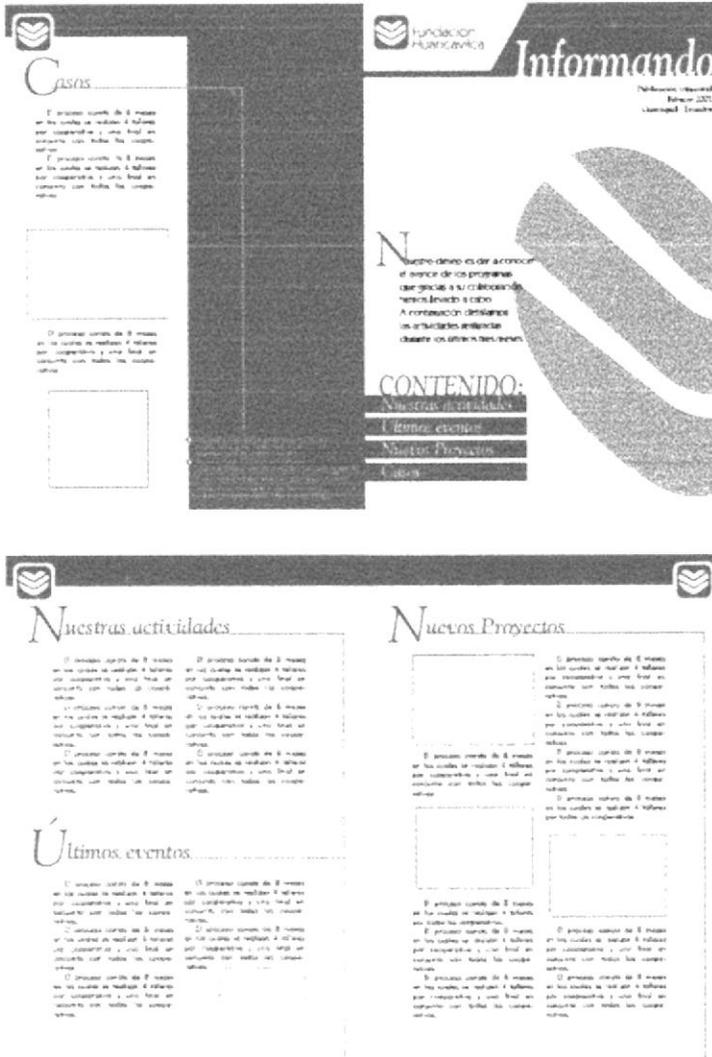
La impresión será en fondo blanco a dos colores: azul pantone 221-1 CVS para el isotipo, para el fondo de agua al 9%, y negro para el texto.



2.3 BOLETÍN TRIMESTRAL

32,5 cm

22,5 cm



El boletín trimestral será impreso en papel bond de 75 gr. a 2 colores: azul y negro. Fondo en 9%, pantone 221-1 CVS, el corazón en la portada al 50%. El texto será tipeado de acuerdo a las actividades pertinentes por trimestre en Futura Lt BT, a 10 pt. en color negro.

La tipografía usada es la especificada en este manual para toda la folletería. (Véase el capítulo 2, el subtítulo 2.1.3).



2.4 BROCHURE



El brochure será impreso a full color sobre papel couché de 120 gr. y consta de 8 páginas.

La figura que se presenta en esta página es la muestra del exterior e interior del brochure. Llevará la descripción de cada uno de los programas que maneja la fundación.

No se usarán los isotipos de los programas por sobrecargarse el diseño.

En la parte inferior de la contraportada irán ubicados los auspiciantes.



2.5 SEÑALÉTICA



2.5.1 LETREROS: OFICINAS



Los letreros de las oficinas van a ser impresos en acrílico blanco. La impresión va a ser a un color: azul, pantone 221-1 CVS.

Estos letreros son de fondo azul, donde las líneas y las letras son de color blanco. La tipografía es Kabel Bk BT.

2.5.2 LETREROS: DEPARTAMENTOS Y SEGURIDAD

2,5 m

26 cm



CENTRO DE CAPACITACIÓN Y MICROEMPRESA

Los letreros para los departamentos van a ser impresos en acrílico blanco. La impresión va a ser a un color: azul, pantone 221-1 CVS.

Estos letreros son de fondo blanco, donde las líneas y las letras son de color azul. La tipografía es Kabel Bk BT.

56 cm

7 cm

PROHIBIDO EL INGRESO A PARTICULARES

1,20 m

25 cm

DISMINUYA LA VELOCIDAD

18,5 cm

7 cm

EXTINTOR

Los letreros de seguridad van a ser impresos en acrílico blanco. La impresión va a ser a un color: azul, pantone 221-1 CVS.

Estos letreros son de fondo azul, donde las líneas y las letras son de color blanco. La tipografía es Kabel Bk BT.

2.5.3 LETREROS: GALERÍA

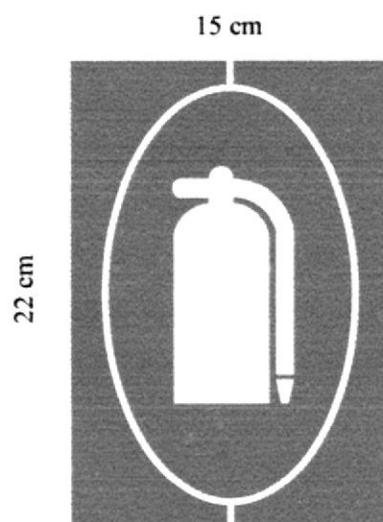
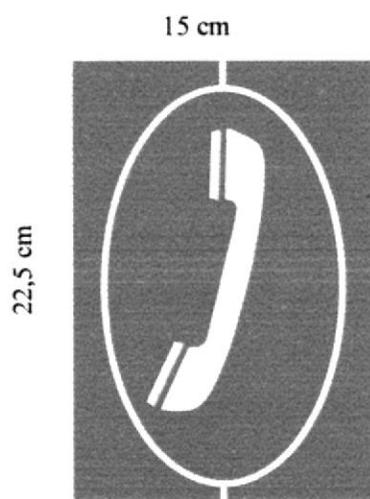


Los letreros para la galería van a ser impresos en acrílico blanco. La impresión va a ser a un color: azul, pantone 221-1 CVS.

La tipografía es Kabel Bk BT.



2.5.4 SEÑALÉTICA: BAÑOS, TELÉFONO, EXTINTOR Y NO FUMAR



La señalética va a ser impresa en acrílico. La impresión va a ser a un color: azul, pantone 221-1 CVS.

La señalética es de fondo azul, donde las líneas y el ícono son de color blanco.



2.6 UNIFORMES



2.6.1 UNIFORMES: PERSONAL DE OFICINA



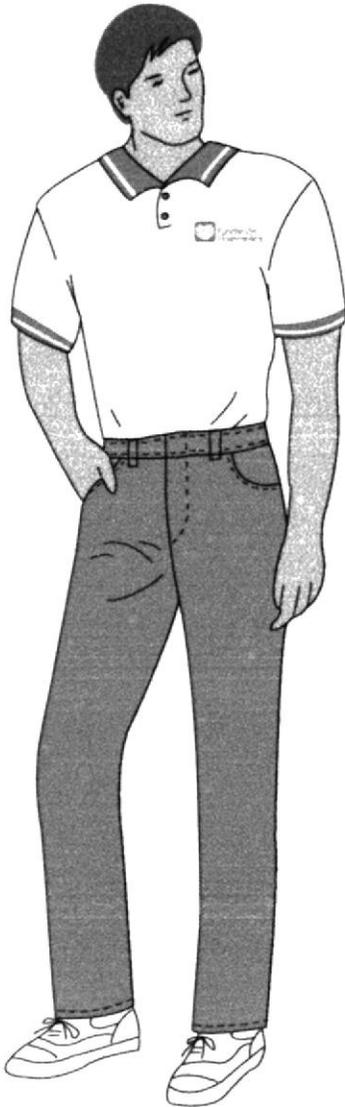
Especificaciones:

- Blusa blanca de Algodón Madrid, con botones blancos.
- Chaleco y falda de Lino Americano en color azul cobalto medio, y los botones del chaleco forrados con la misma tela.
- En el chaleco llevará un pin con el isotipo de la fundación, en metal cubierto con acrílico, en una medida de 1,5 cm. de ancho y alto proporcional.
- Zapatos y cartera de color negro en cualquier modelo.

NOTA: El pin de la fundación será usado también por el personal masculino de oficina, el cual deberá vestir a libre elección, pero de manera formal o semiformal.



2.6.2 UNIFORMES: CONSERJES



Especificaciones:

- Camiseta de la fundación, con las franjas y los botones azul cobalto claro para que armonice con el nuevo tono establecido para el isotipo en este manual.
- Pantalón de tela jean en cualquier tonalidad de azul. Los zapatos son deportivos, en cualquier color combinable con el uniforme.

2.6.3 UNIFORMES: PETI



Especificaciones:

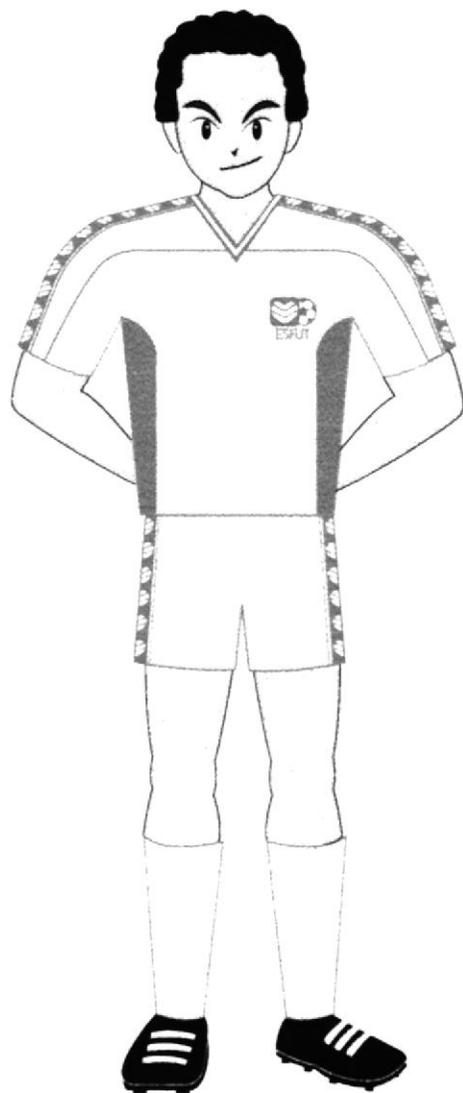
- Delantal de Lino Americano de color azul cobalto claro, con una franja blanca sobrecosida en el cuello y el bolsillo.
- Isotipo del PETI estampado en su lado superior izquierdo, en una medida de 5 cm. de alto y ancho proporcional, sobre un cuadro blanco también estampado, con sus esquinas redondeadas.



Especificaciones:

- Camiseta con doble filo, azul cobalto claro, en el cuello y las mangas, siendo la franja interna más ancha que la externa.
- Isotipo del PETI, en una medida de 14 cm. de alto y ancho proporcional, en el centro de la camiseta.

2.6.4 UNIFORMES: EQUIPO DE FÚTBOL



Especificaciones:

- Camiseta celeste con franjas blancas y azules, de tela Corea 2002.
- Pantalóneta celeste, de tela Corea 2002, cuyos bordes laterales contienen el iconotipo de la fundación repetidamente, al igual que la camiseta.
- Isotipo en la esquina superior derecha, con una medida de 7 cm. de alto y ancho proporcional.
- Medias de color celeste, con tres franjas blancas.
- Zapatos de color negro.



B11

2.7 MERCHANDISING

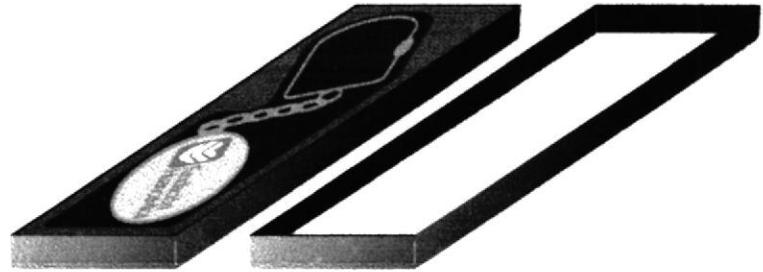
2.7.1 MERCHANDISING: ADHESIVAS



Las adhesivas se imprimirán sobre adhesivo blanco, en el pantone del isotipo, con el borde y el elipse interior en porcentaje 20% del pantone del isotipo en degradé hacia blanco.

El isotipo medirá 8,5 cms. de ancho.

2.7.2 MERCHANDISING: LLAVERO



Especificaciones:

- Elaborado en metal bañado en oro, la sección donde está el isotipo está recubierta con acrílico.
- Isotipo directamente impreso sobre el metal, midiendo 3 cm. de ancho, a dos colores: azul y blanco.
- Colocado en un cartón gamusado negro troquelado de tal forma que dé espacio al objeto, según se indica en esta ilustración, como fondo negro rodeado de fondo gris. A su vez, el cartón gamusado va dentro de un estuche de cartulina plastificada negra, la cual en su interior tiene fondo blanco.
- Estuche de 5 cm. de ancho x 11 cm. de alto.
- Llavero de 11 cm. de largo, siendo el ovoide donde va el isotipo de 2,5 x 4 cm.



2.7.3 MERCHANDISING: PLUMA



Especificaciones:

- Marca Bic.
- Pluma de color blanco, tapa y parte inferior de la pluma de color azul cobalto, en tono muy cercano al del isotipo.
- Impresión del isotipo a un solo color: azul cobalto claro, de 3 cm.

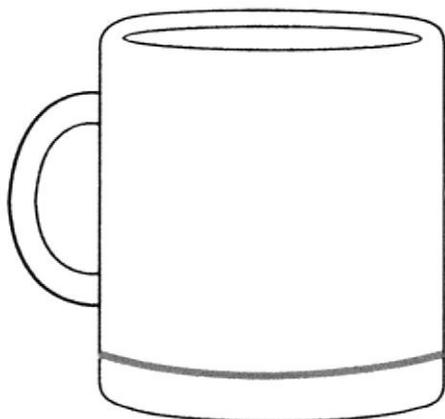


2.7.4 MERCHANDISING: JARRO



Especificaciones:

- Jarro de cerámica, color blanco.
- Impresión del isotipo y franja a un solo color: pantone 221-1 CVS.
- Isotipo de 4 cm. de ancho.
- Corazón al reverso de la taza en porcentaje de 20% del pantone, de 5 cm. de ancho.



2.8 DIPLOMAS

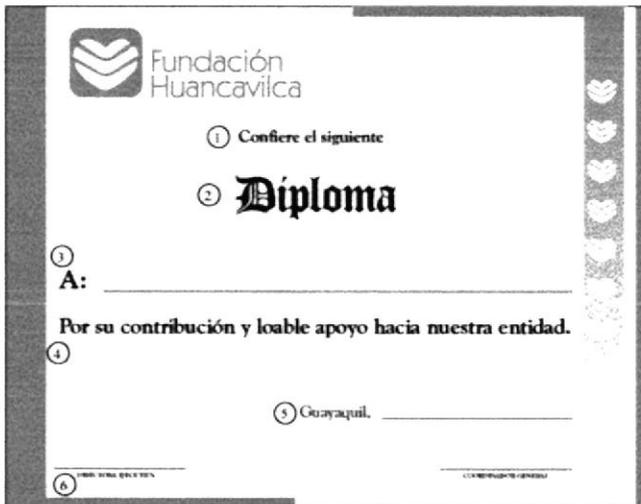


TIPOGRAFÍA:

- ① Kabel Bk BT 21 pt.
- ② Goudy OISt BT Bold 19 pt.
- ③ Goudy OISt BT Bold 52 pt.
- ④ Goudy OISt BT Bold 18 pt.
- ⑤ Goudy OISt BT Bold 16 pt.
- ⑥ Goudy OISt BT Bold 8 pt.

Especificaciones:

- Cartulina kimberly blanca de 220 gr., 28 cm. de ancho x 21 cm. de alto.
- Pantone 221-1 CVS, en la barra lateral que lleva los corazones repetidamente, va en degradé hacia blanco.
- Fondo en 9% del pantone, para el diploma del Centro de Capacitación.



TIPOGRAFÍA:

- ① Goudy OISt BT Bold 21 pt.
- ② Diploma Regular 61 pt.
- ③ Goudy OISt BT Bold 32 pt.
- ④ Goudy OISt BT Bold 26 pt.
- ⑤ Goudy OISt BT Roman 20 pt.
- ⑥ Goudy OISt BT Bold 8 pt.



2.9 ESTANDARTE



El estandarte de la Fundación Huancavilca debe ser emblema presente en todo acto solemne.

Elaborado sobre tela raso.

Pantone 221-1 CVS, que en la parte inferior del estandarte irá degradado hacia blanco.

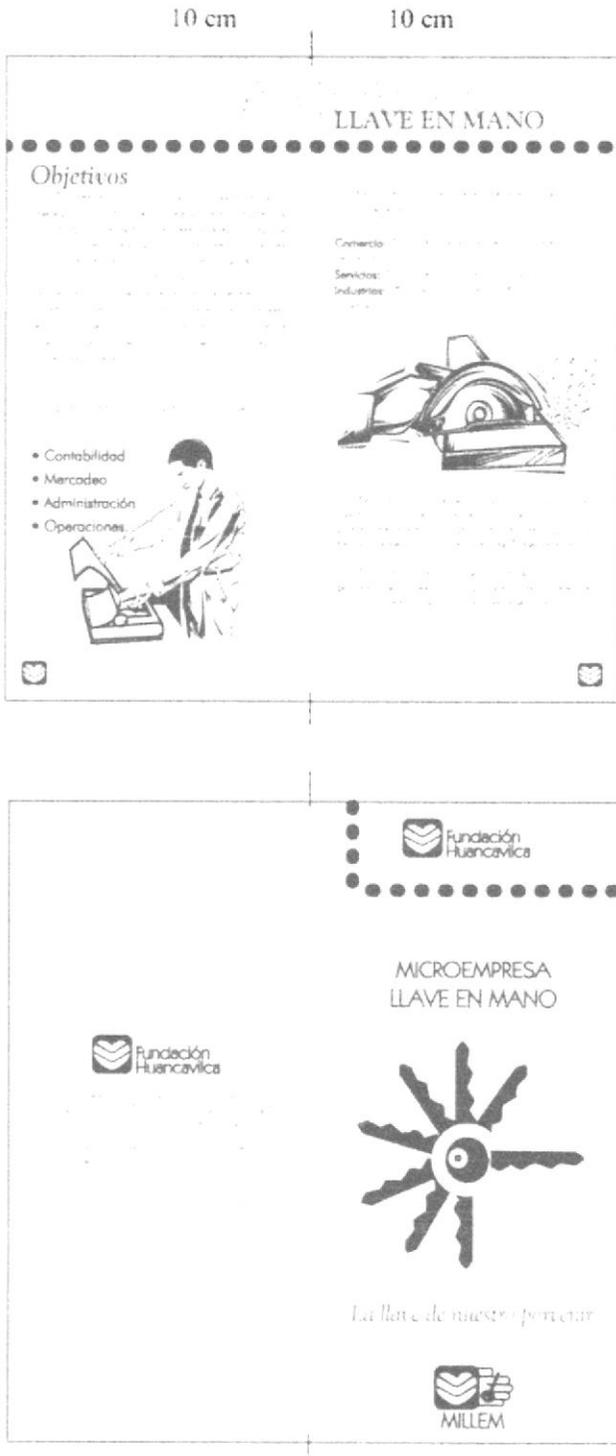
CAPÍTULO 3: PUBLICIDAD

Handwritten notes and a stamp in the bottom right corner. The stamp includes the text "BANK" and "SOUTH" and appears to be a library or archival mark.

3. PUBLICIDAD
3.1 DÍPTICOS

3.1.1 DÍPTICOS: PROGRAMAS

21 cm



Los dípticos de los programas serán impresos en papel bond de 75 gr., en una duplicadora, a un solo color: azul pantone 221-1 CVS.

Las ilustraciones han sido diseñadas dependiendo de la función propia de cada programa.

El isotipo de la fundación irá ubicado en la parte superior central, y el isotipo del programa en la parte inferior central.



3.1.2 DÍPTICOS: CORREO DIRECTO

10 cm 10 cm

18,5 cm

Usted también puede ayudar

Fundación Huancavilca

Ayúdenos a ayudar!

Apoye a la Fundación Huancavilca, más de 70 personas agradecerán su contribución que se canalizará en ayudas urgentes de cada persona que la fundación dirige.

SEÑORES MASTER CARD

Autoricamos un débito de su tarjeta por la cantidad de dinero señalada.

Nombre del socio: _____
 No. de tarjeta: _____
 Cédula de identidad No.: _____
 La cantidad de S.: _____
 Mensual
 Semestral
 Anual
 Una sola vez

Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de las zonas marginales de Chusquea, a través de programas de capacitación, servicios a bajo costo y fortalecimiento de la autogestión.

FIRMA DEL SOCIO

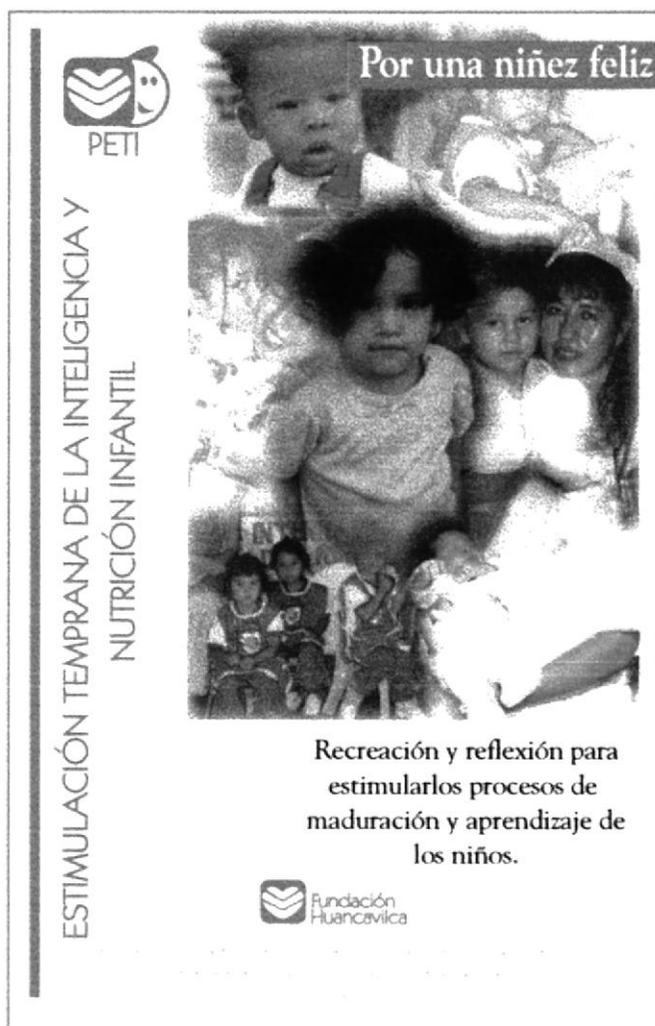
El díptico que será enviado junto con los estados de cuenta de los tarjetahabientes de MasterCard, será impreso a full color, sobre papel couché de 90 gr.

Se usará un collage de fotos para la portada y contraportada, y en el interior un fondo de agua del isotipo colocado repetidamente, usándolo también en las esquinas de las páginas, como en toda la folletería.

3.2 AFICHES

27,9 cms

43 cms

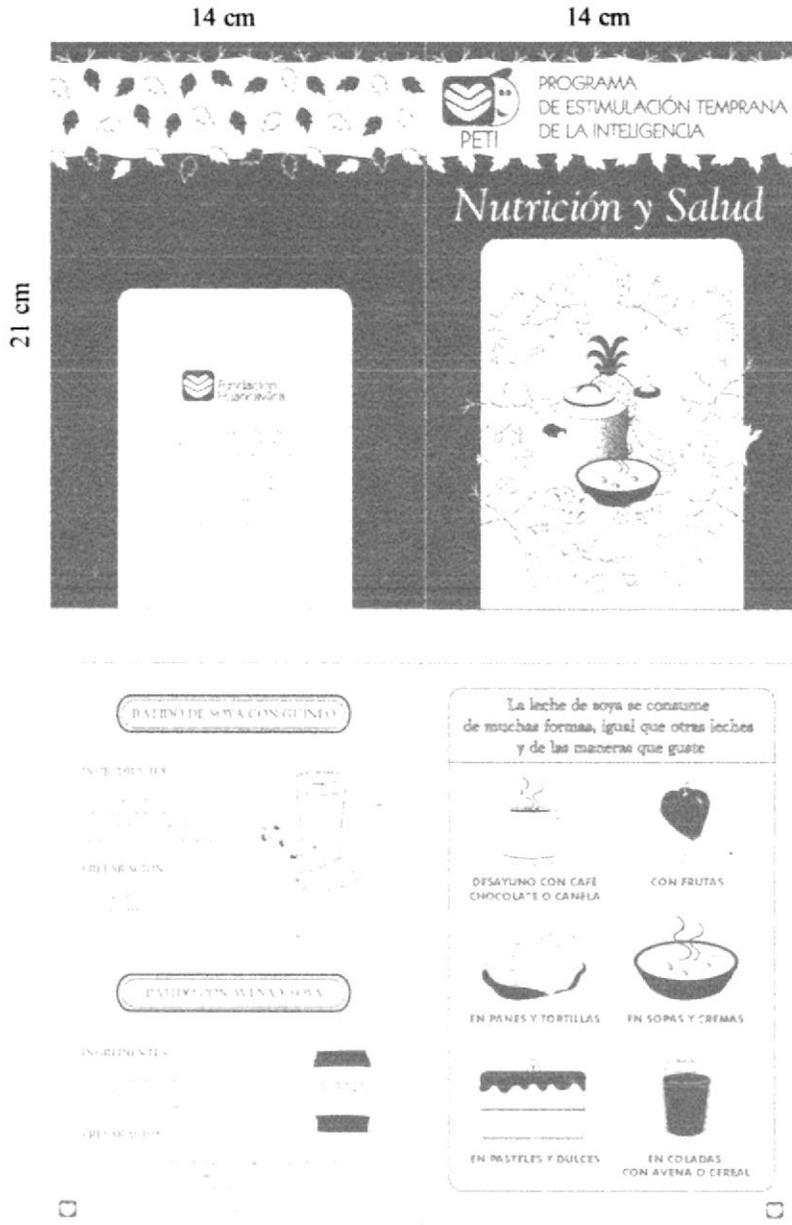


Los afiches serán impresos en tamaño tabloide (27,9 x 43 cm.), a full color, llevando el isotipo del programa en la parte superior izquierda y el isotipo de la fundación y las direcciones, en la parte inferior central. Cada uno llevará un collage de fotos del respectivo programa, que irá ubicado a la derecha del nombre del programa.



3.3 FOLLETOS

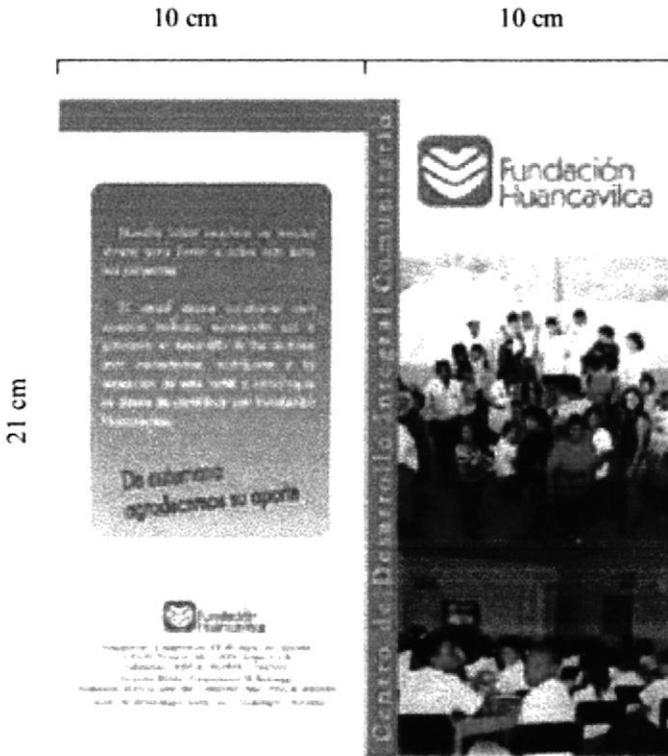
3.3.1 FOLLETOS: PROGRAMA PETI



El folleto nutricional que será entregado a las madres que forman parte del PETI, consta de 16 páginas y será impreso a un solo color: azul pantone 221-1 CVS, sobre papel bond de 75 gr.

En los folletos que sean solo para uso de un determinado programa, como es el caso del folleto nutricional, no se usará el isotipo de la fundación en la portada sino solamente en la contraportada junto a las direcciones y teléfonos.

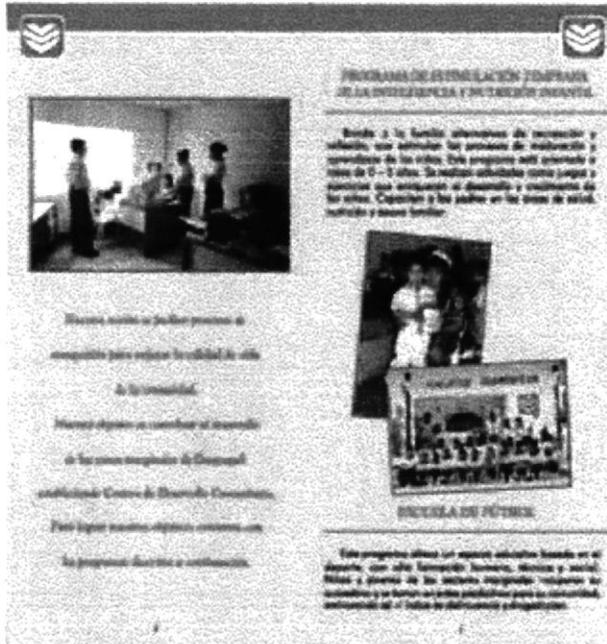
3.3.2 FOLLETOS: HOTELES



Los folletos para ser entregados en los hoteles, constan de 8 páginas y serán impresos a full color, sobre papel couché de 90 gr.

Llevar la descripción de cada programa de la fundación.

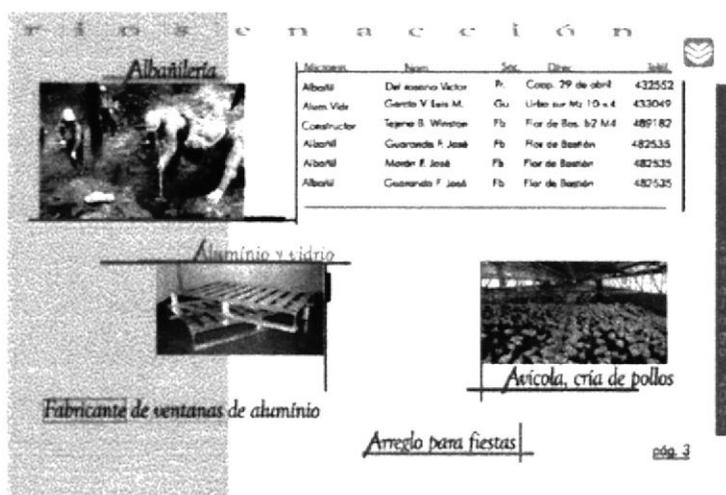
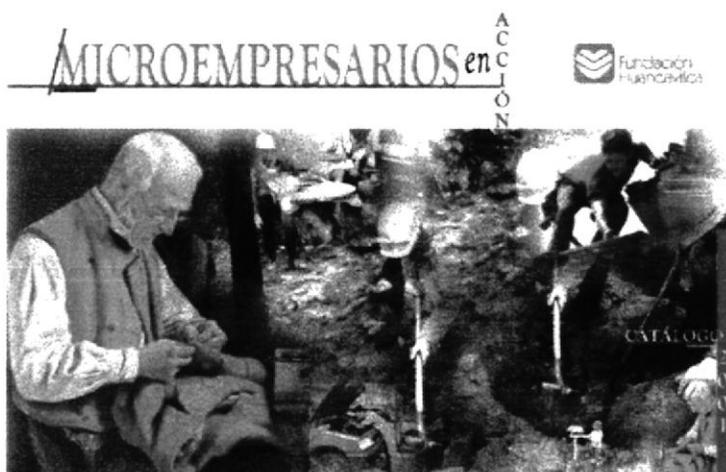
No se usarán los isotipos de los programas por sobrecargarse el diseño.



3.3.3 CATÁLOGO

21 cm

14 cm



El catálogo de microempresarios será impreso a full color sobre papel couché de 90 gr., siendo de 16 páginas.

Los nombres de los microempresarios asociados a la fundación, así como las direcciones y teléfonos de los mismos, serán tipeados según listas actualizadas de datos, en Futura Lt BT, 8 pt.

3.4 MURALES

2 m



Los murales serán elaborados en las paredes exteriores que rodean las instalaciones de la fundación, a una medida de 2 x 2 m. Deberán ser reproducidos con retícula.

Cromático

Relativo al color.

Cuatricromía

Tinta obtenida como resultado de la correcta combinación de 4 colores base: cyan, magenta, amarillo y negro.

Marca

Sello distintivo o exclusivo que diferencia a una entidad de otra.

Está constituida por varios elementos o soportes de marca, que son: isotipo, iconotipo, logotipo, slogan y soporte literario.

Isotipo

Conjunto de iconotipo y logotipo, relación de igualdad entre el ícono y el logo.

Iconotipo

Dibujo, representación gráfica de la marca.

Logotipo

Letra impresa de la marca.

Slogan

Promesa básica puntual de la entidad o empresa.

Soporte literario

Definición de la función de la empresa.

Pantone

Paleta de colores directos utilizada en la aplicación de colores especiales o en caso de no requerir cuatricromía.

Tipografía

Estilo o familia específica de letras.