

T004.68
NAVIA

Escuela Superior Politécnica del Litoral



PROGRAMA DE TECNOLOGIA EN COMPUTACION

TESIS DE GRADO

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

Tema:

**IDENTIDAD CORPORATIVA
DISEÑO DE PAGINA WEB
DE "TVO FAMILY"**

MANUAL CORPORATIVO

Autores:

**Fracis Navia
Carolina Chang**

Director:

Lcdo. José Daniel Santibáñez

AÑO

2001 - 2002



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



PROGRAMA DE TECNOLOGÍA EN COMPUTACIÓN

TESIS DE GRADO

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

TEMA:

**IDENTIDAD CORPORATIVA
DISEÑO DE PÁGINA WEB
DE "TVO FAMILY"**

MANUAL CORPORATIVO

AUTORES:

**FRANCIS NAVIA
CAROLINA CHANG**

DIRECTOR:

Lcdo. JOSÉ DANIEL SANTIBÁÑEZ

AÑO:

2001 - 2002

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por la fuerza que nos ha otorgado para seguir adelante, a nuestros padres y hermanos por su apoyo incondicional y opiniones brindadas.

A todas las personas que han colaborado y ayudado con su paciencia y apoyo:

Marcelo Rivera
Roberto Ferrín

A nuestro Director de Tesis Lcdo. José Daniel Santibáñez por sus consejos, ayuda y tolerancia brindada hacia nosotras con el objetivo de obtener buenos resultados finales con nuestro trabajo de tesis.



DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, a mis padres, hermanos, y a todas las personas por el apoyo, paciencia y ayuda constante.

Carolina Chang Mendoza.

Dedico este trabajo a mis padres, pero de manera especial a mi abuelito.

Mariel.



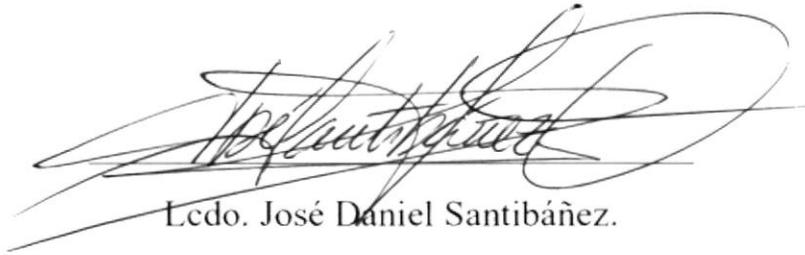
DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad por los hechos, ideas, y doctrinas expuestas en esta Tesis de Grado nos corresponden exclusivamente; y el patrimonio 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).



DIRECTOR DE TESIS



Lcdo. José Daniel Santibáñez.



AUTORES DE TESIS



Grace Carolina Chang Mendoza.



Francis Mariel Navia Paredes.



TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1 - Identidad Corporativa	Pag.
1.1 Identidad Visual	1
1.2 Reticula	2
1.3 Versión en Blanco y Negro	3
1.4 Permisiones en el uso del Imagotipo	4
1.5 Uso Incorrecto del Imagotipo	5
1.6 Gama Cromática	6
1.7 Tipografía	7
CAPÍTULO 2 - Papelería Básica	
Especificaciones	1
2.1 Hoja	2
2.2 Sobre	3
2.3 Tarjeta de Presentación	4
2.4 Factura	5
2.5 Orden de pago	6
2.6 Orden de Pago en Blanco y Negro	7
2.7 Tarjeta de Consumo - Anverso	8
2.8 Tarjeta de Consumo - Reverso	9
CAPÍTULO 3 - Señalética	
3.1 Señalética	1
3.2 Señalética 2	2
3.3 Letrero	3



CAPÍTULO 4 - Publicidad

	Pag.
4.1 Aviso de Prensa - Inauguración 1	1
4.2 Aviso de Prensa - Inauguración 2	2
4.3 Aviso de Prensa - Inauguración 3	3
4.4 Aviso de Prensa - pre-inauguración	4
4.5 Aviso de Prensa - pre-inauguración 2	5
4.6 Aviso de Prensa	6
4.7 Aviso de Prensa	7
4.8 Afiche Promocional	8
4.9 Afiche Difusional	9
4.10 Volante	10
4.11 Volante - opción 2	11
4.12 Volante de Inauguración	12
4.13 Volante de Inauguración Blanco y negro	13
4.14 Tríptico - Anverso	14
4.15 Tríptico - Reverso	15
4.16 Banner - opción 1	16
4.17 Banner - opción 2	17
4.18 Sticker de Afiliado	18
4.19 Invitación de Inauguración	19
4.20 Invitación de Inauguración - abierta	20
4.21 Anuncio de T.V.	21
4.22 Cuña Radial	22
4.23 Presentación de Inauguración - Power Point 1	23
4.24 Presentación de Inauguración - Power Point 2	24

CAPÍTULO 5 - Merchandising

5.1 Sticker	1
5.2 Camiseta	2
5.3 Camiseta 2	3
5.4 Jarro 1	4
5.5 Jarro 2	5
5.6 Gorras	6
5.7 Gorras otras opciones	7



CAPÍTULO 6 - Distribución Interna del Local	Pag.
6.1 Distribución de Interiores 1	1
6.2 Vista Aérea 1	2
6.3 Vista Ángulo 45° - 1	3
6.4 Distribución de Interiores 2	4
6.5 Vista Aérea 2	5
6.6 Vista Ángulo 45° - 2	6
6.7 Gama de Colores	7
CAPÍTULO 7 - Diagrama Jerárquico de la Página	
7.1 Diagrama Jerarquico de la Página	1
CAPÍTULO 8 - Descripción del Sitio Web	
8.1 Cabecera	1
8.2 Menú Principal	2
8.3 Botones	3
8.4 Sub-Menú	4
8.5 Animaciones 1	5
8.6 Animaciones 2	6
CAPÍTULO 9 - Diseño de Pantallas	
9.1 Pantalla Intro 1	1
9.2 Pantalla Intro 2	2
9.3 Pantalla de la Página Principal	3
9.4 Pantalla ¿Quienes Somos?	4
9.5 Pantalla de Servicios	5
9.6 Pantalla de videoconferencia	6
9.7 Pantalla de Net Meeting	7
9.8 Pantalla de Llamadas Internacionales	8
9.9 Pantalla de Alquiler de Computadoras	9
9.10 Pantalla de Internet	10



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

9.11 Pantalla de Listas de Costos	11
9.12 Pantalla de Suministros	12
9.13 Pantalla de Administración	13
9.14 Pantalla Ingreso de clave del Web Master	14
9.15 Pantalla de Menú de Administración	15
9.16 Pantalla de Afiliación	16
9.17 Pantalla de Nuevo Afiliado	17
9.18 Pantalla de Consulta de Afiliado	18
9.19 Pantalla Modificación de Afiliado	19
9.20 Pantalla de Reservación	20
9.21 Pantalla de Creación de Usuario	21
9.22 Pantalla Realizar Reservación	22
9.23 Pantalla Menú de Reservación	23
9.24 Pantalla de Lista de Reservación	24

CAPÍTULO 10 - Anexos

10.1 Estrategia Comunicacional	1
10.2 Estrategia Comunicacional	2
10.3 Estrategia Comunicacional	3
10.4 Estrategia Creativa	4
10.5 Encuesta	5
10.6 Encuesta	6
10.7 Cotización-1	7
10.8 Cotización-2	8
10.9 Cotización-3	9
10.10 Cotización-4	10
10.11 Cotización-5	11



CAPÍTULO 8

8.1 Cabecera	1
8.2 Menú Principal	2
8.3 Sub-Menú	4
8.4 Animación 1 - Intro	5
8.5 Animación de Cabecera	6

MANUAL CORPORATIVO

OBJETIVO

El objetivo del manual es detallar cada una de las estandarizaciones y normas necesarias para la adecuada aplicación de la identidad corporativa presentada.

Los signos de identificación básicos deben someterse a unas reglas o normativas de uso para que sus características intrínsecas no sufran modificaciones esenciales.

El manual garantiza la unidad de la identidad independientemente de que se aplique con posterioridad a otros soportes o se difunda a través de otros medios. Si se hace un correcto uso del manual, se evitará un deterioro progresivo de la identidad.

INTRODUCCIÓN

En este manual se recoge las instrucciones para el uso de la identidad cuando ésta deba reproducirse, se hallan perfectamente explícitas todas las soluciones fundamentales con respecto a la gráfica de la empresa y todas las comunicaciones visuales que ésta encierra.

PRESENTACIÓN

TVO FAMILY es un cyber café que está incursionando en el mercado con una idea innovadora: su meta es formar su propia cadena de videoconferencias.

Es por esto que TVO FAMILY se preocupa por instituir la correcta aplicación de su identidad corporativa para establecerse de una manera efectiva en el medio.



CAPÍTULO 1

Identidad Corporativa

3

1.1 IDENTIDAD VISUAL



TVO FAMILY necesita darse a conocer y para esto se ayuda del imago tipo que es el que lo posicionará en el medio. Éste no podrá ser alterado y deberá ser usado con las regulaciones dadas.

La identidad visual consta de:

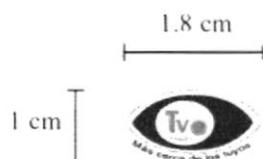
1-Isotipo: La gráfica representa el recurso y enfoque principal de TVO FAMILY (videoconferencia).

2-Logotipo, tipografía de "TV" es Futura BdCn Bt, bold en altas y bajas.
"FAMILY" es Tekton MM, regular en altas con stroke.
 La "O" está representada por el lente de una cámara.

3-El Slogan, tipografía Helvética en altas y bajas.

1.2 RETÍCULA

Tamaño mínimo para reproducir.



El imago tipo es invariable, independientemente del soporte que se vaya a utilizar.

Su medida de reproducción a escala depende de la aplicación que se realice.

La medida mínima utilizada en el aviso de prensa es:

1.8 cm x 1 cm.

No tiene medidas máximas siempre y cuando se respete sus proporciones.



1.3 VERSIÓN EN BLANCO Y NEGRO

Esta versión del imagotipo solo será usado en situaciones en las que no pueda reproducirse en color.



1.4 PERMISIONES EN EL USO DEL IMAGOTIPO



Más cerca de los tuyos

Se debe respetar las normas de uso del imagotipo ya sea su cromática, proporción y tipografía.

1- Se lo puede presentar de la forma tradicional, el isotipo ubicado sobre el slogan.

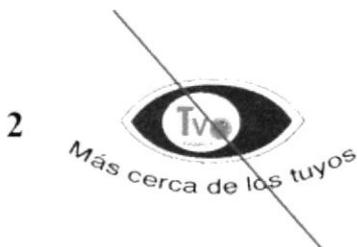
2 - Se lo puede aplicar también sin el slogan.

3 y 4 - Otra manera de presentarlo es a un solo color ya sea naranja o azul en su totalidad.

5 - Sobre fondo de color, varía el color del slogan a blanco.

6- El slogan se puede aplicar en la parte inferior del imagotipo de manera horizontal.

1.5 USO INCORRECTO DEL IMAGOTIPO



Aquí se muestra cómo NO se debe utilizar el imagotipo.

1- No se debe alterar las proporciones.

2 - El imagotipo no debe ser más pequeño que el slogan.

3 - No se debe usar otro color que no sea el establecido.

4 - No se debe usar solo el logotipo.

5 - No se deberá alterar el orden de los elementos.

1.6 GAMA CROMÁTICA

1

**Pantone 2746 CVC**

C	100%
M	87%
Y	0%
K	0%

2

**Pantone 151 CVC**

C	0%
M	43%
Y	87%
K	0%

3



C	0%
M	0%
Y	0%
K	100%

Los colores empleados en la identidad connotan seriedad y seguridad. El Pantone 2746 CVC, además, se relaciona con todo lo referente a informática y comunicación. Este, a la vez, se equilibra con la calidez y dinamismo representado en el Pantone 151 CVC, punto principal de TVO FAMILY.

El color negro da el toque neutral en la identidad.

1.7 TIPOGRAFÍA

1 Futura Bdcn BT bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

2 Tekton MM regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

3 Swiss 721 SWA Roman

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

4 Futura Bk BT book

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

5 HandelGothic BT regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

6 Verdana regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

7 Monotype corsiva regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Se ha establecido diferentes tipografías de acuerdo a sus aplicaciones que son las que representarán a TVO FAMILY como una entidad moderna e innovadora.

Para el imagotipo se emplearon las siguientes tipografías:

1-Futura Bdcn BT bold

2-Tekton MM regular

3-Swiss 721 SWA Roman

En la papelería y piezas gráficas:

4-Futura Bk BT book

5-HandelGothic BT regular

Para la página Web:

6-Verdana regular

Para la invitación:

7-Monotype corsiva regular



CAPÍTULO 2

Papelería

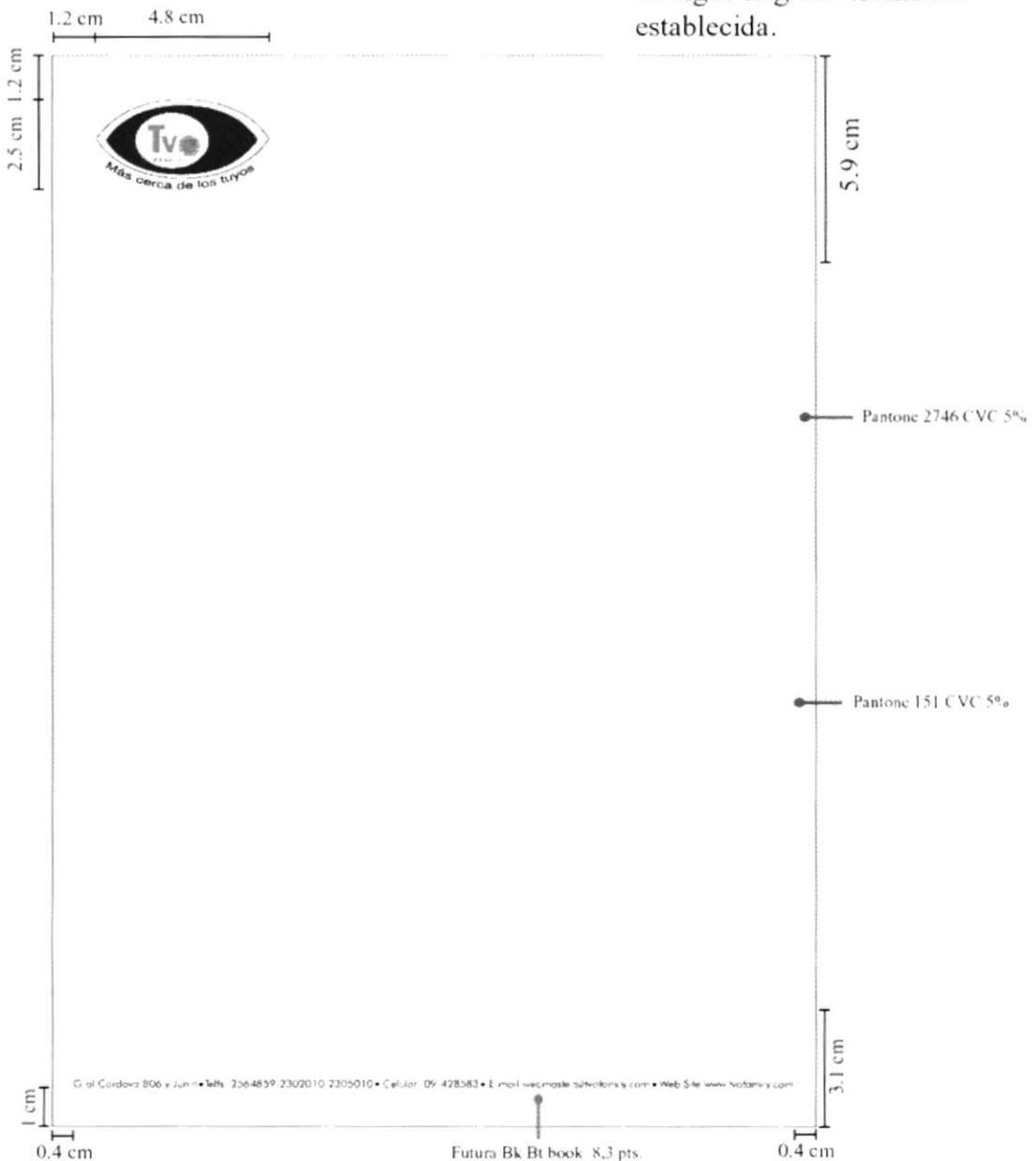
PAPELERÍA

Los colores utilizados en toda la papelería son Pantone 2746 CVC, Pantone 151 CVC y negro. Al 100% y al 5%.
La tipografía empleada es la Futura Bk BT book.



2.1 HOJA

El formato de la hoja es A4 - 21 cm x 29.7 cm. Representada por su imagotipo, en la parte superior, además de la marca de agua, que da un toque diferente a la hoja. Se sigue la gama cromática establecida.



2.2 SOBRE

El formato del sobre es 11.5 cm x 24.5 cm. Siguiendo la misma línea de diseño, y cromática.

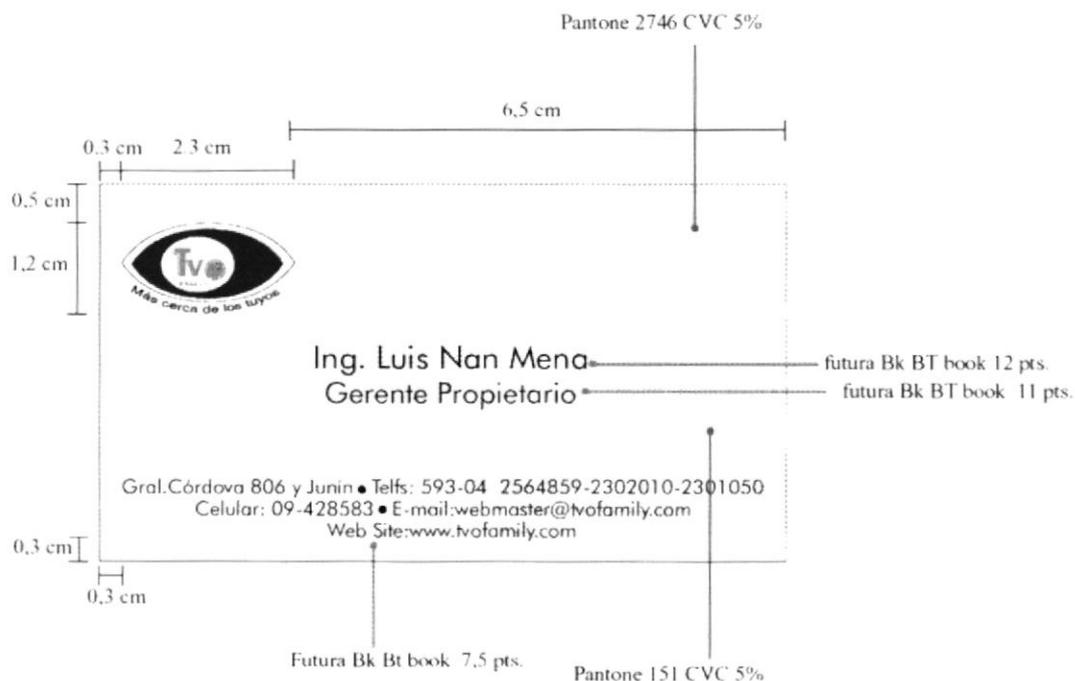


2.3 TARJETA DE PRESENTACIÓN

Su formato es 9 cm x 5 cm.

El imagotipo de TVO FAMILY está en la parte superior, pues la lectura siempre es de izquierda a derecha.

La marca de agua es parte de la línea de diseño.



2.4 FACTURA

El formato es 18.7 cm x 14.7 cm. Se le da esta forma para que haya más comodidad al momento de hacer especificaciones. Toda la tipografía empleada es Futura Bk BT book, 10 pts. Se continúa con la línea de diseño y cromática.

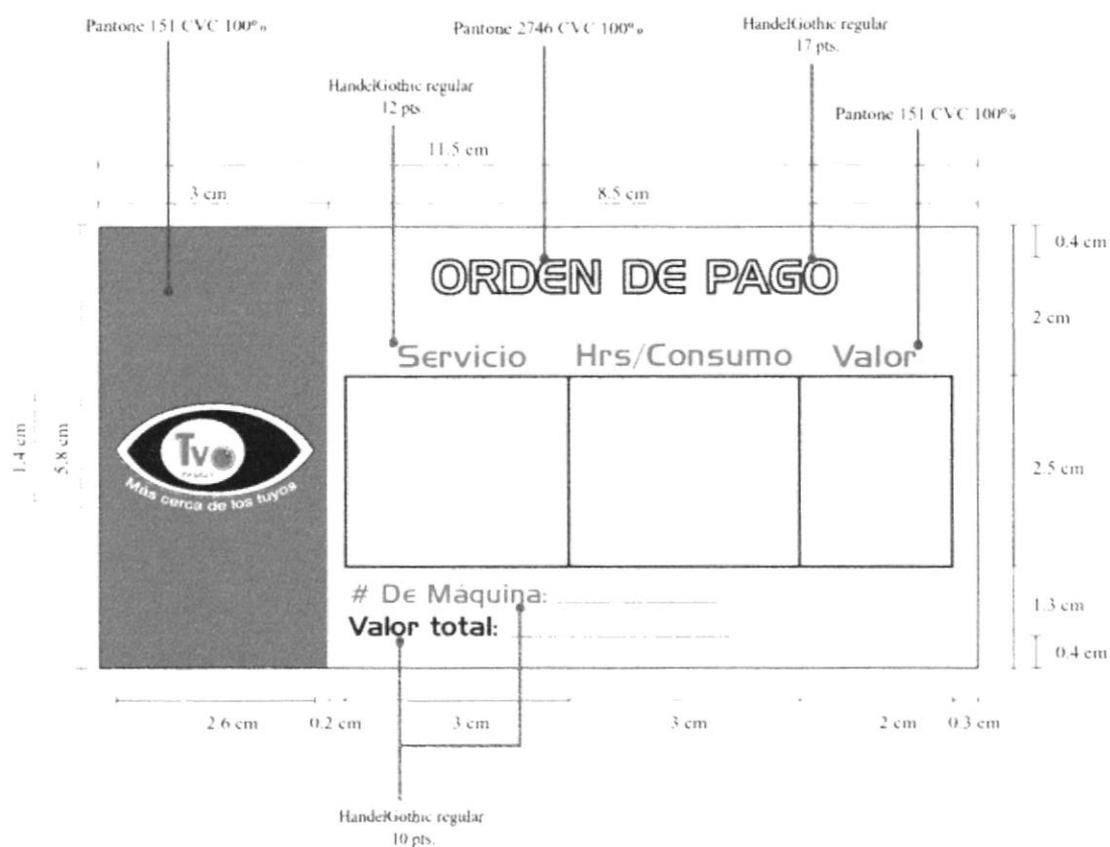
Pantone 151 CVC 5%

	<p>FACTURA N°: 000000000 RUC. 0000000000000 Gral.Córdova 806 y Junín Teléfonos: 2564859-2302010 2301050 Guayaquil-Ecuador</p>				
Fecha: _____					
Cliente: _____	Atendido por: _____				
Cédula-RUC: _____	Ciudad: _____				
Dirección: _____					
	<i>DESCRIPCIÓN</i>	V. Unit.	Horas	V/Hora	Valor Total
Cant.					
Subtotal					
+ IVA					
Total					

Pantone 2746 CVC 5%

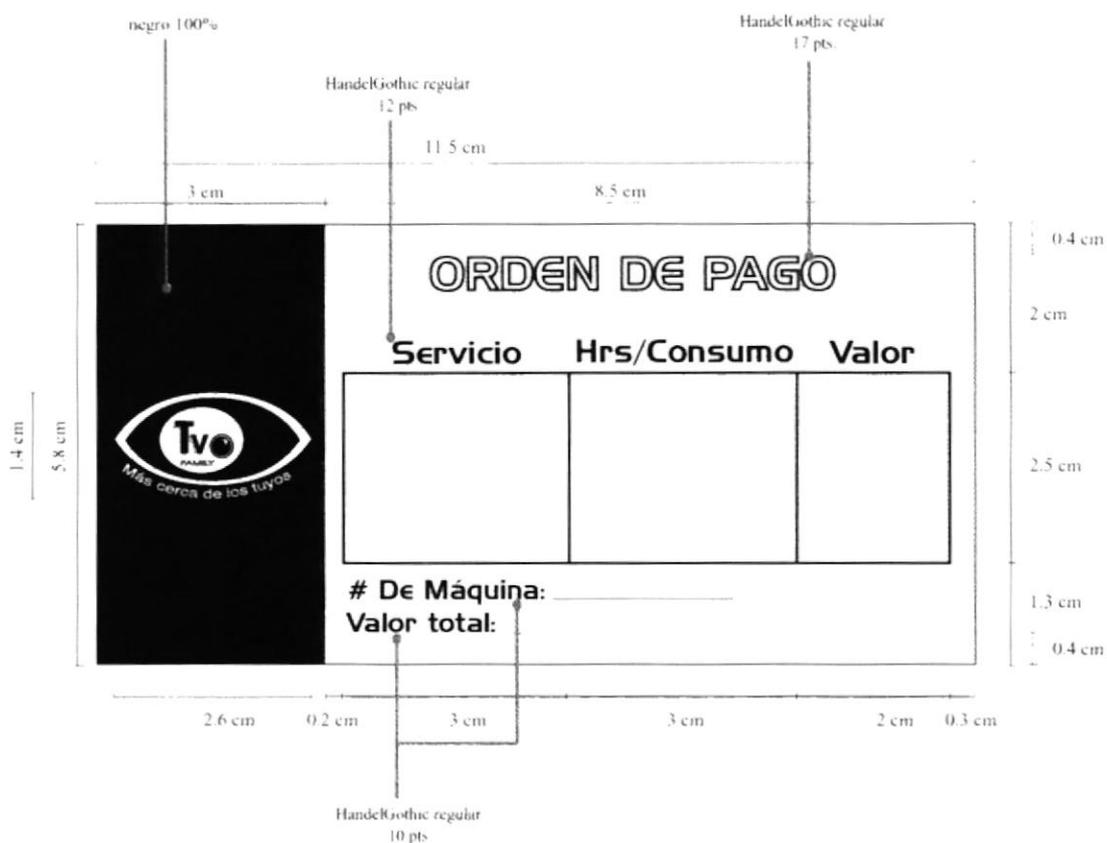
2.5 ORDEN DE PAGO

El objetivo de la orden de pago es para una mejor organización al momento de cobrar. Se especifica el servicio, consumo, valor unitario a pagar, número de máquina para saber cual es el cliente, y valor total a pagar.



2.6 ORDEN DE PAGO B/N

Variación en blanco y negro, con el mismo formato y diseño.

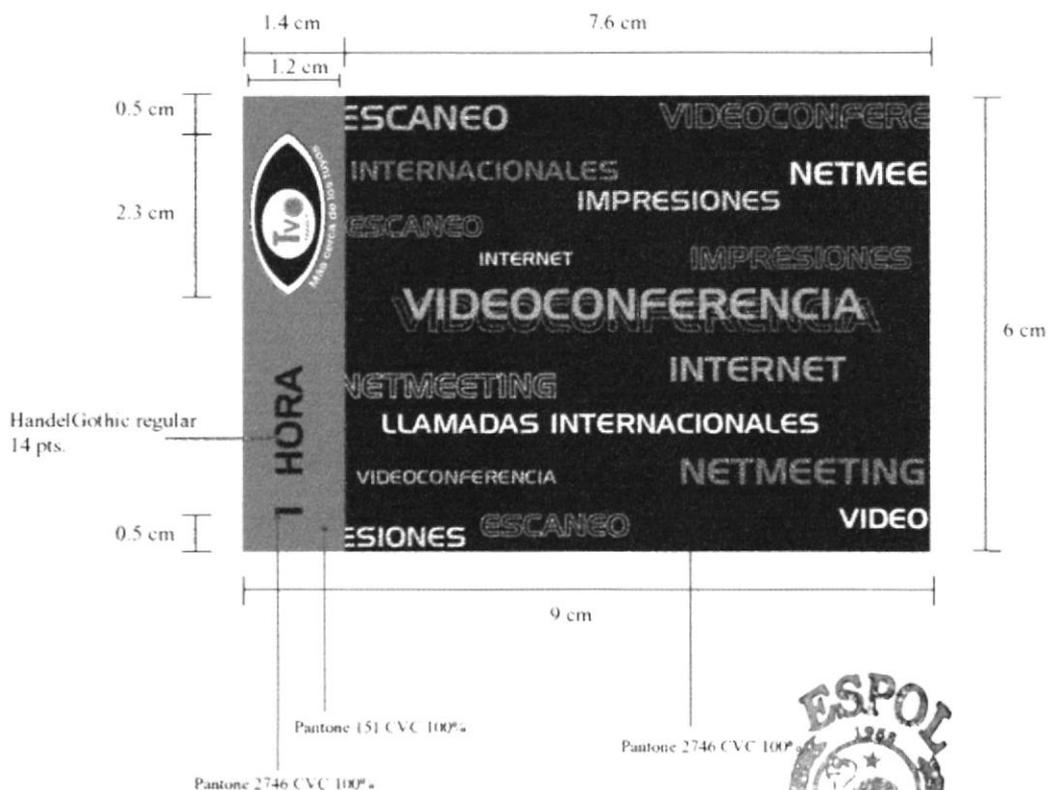


2.7 TARJETA DE CONSUMO (Anverso)

El formato es
9 cm x 6 cm.

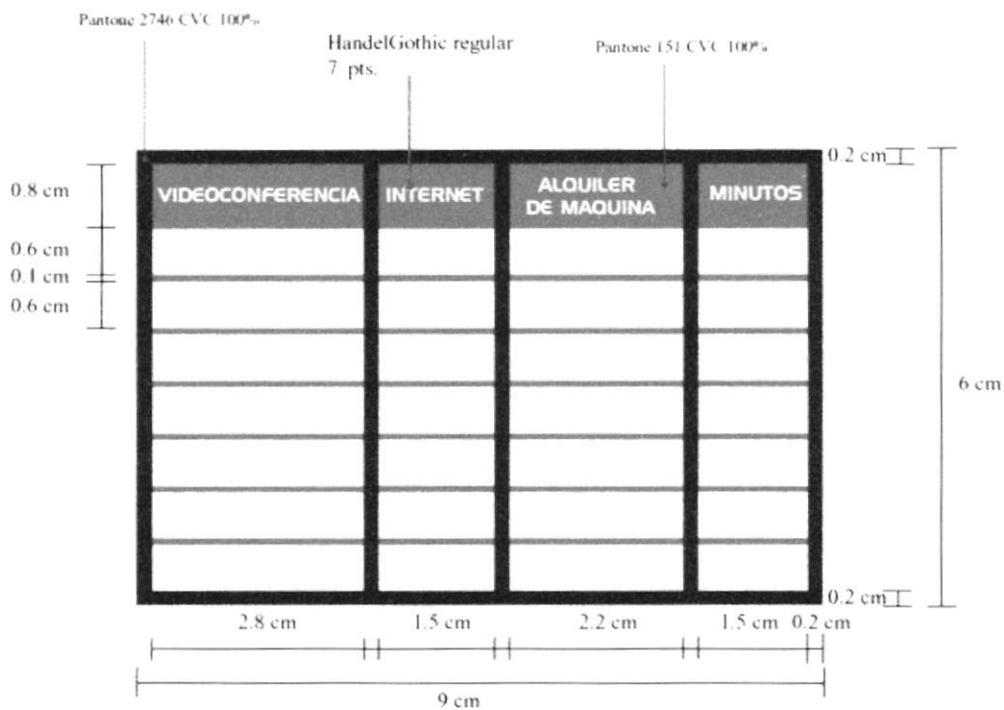
Esta tarjeta fue diseñada para dar mayor facilidad al cliente en sus consumos.

La tipografía empleada es HandelGothic regular, en diferentes puntos, con variaciones en cuanto a relleno y borde, la gama cromática se mantiene, pero el porcentaje de los Pantone y negro varían.



2.8 TARJETA DE CONSUMO (Reverso)

El formato es 9 cm x 6 cm.
Con las divisiones
correspondientes para los
servicios que ameriten el uso
de una tarjeta.



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

CAPÍTULO 3

Señalética



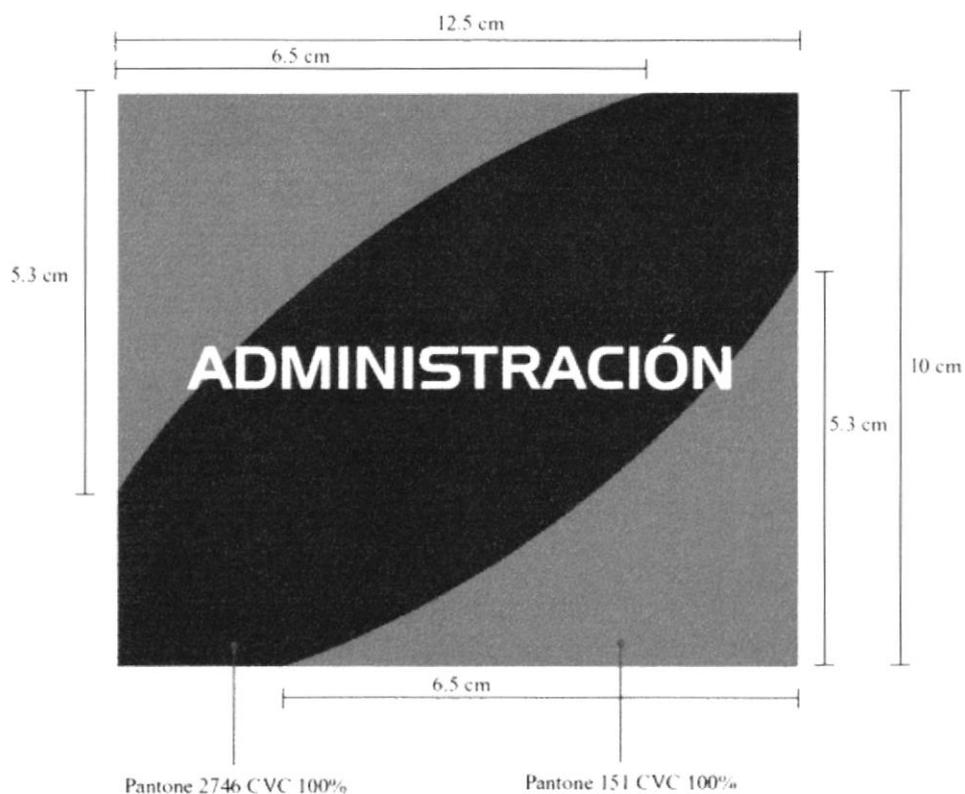
3.1 SEÑALÉTICA

Dentro del local deberán ir cada uno de los letreros, de acuerdo a las áreas establecidas, respetando el color y el formato indicados.

Formato: 10 cm x 12.5 cm.

Tipografía: HandelGothic Regular 31 pts.

Los letreros son hechos en vinil, a dos colores.



3.2 SEÑALÉTICA

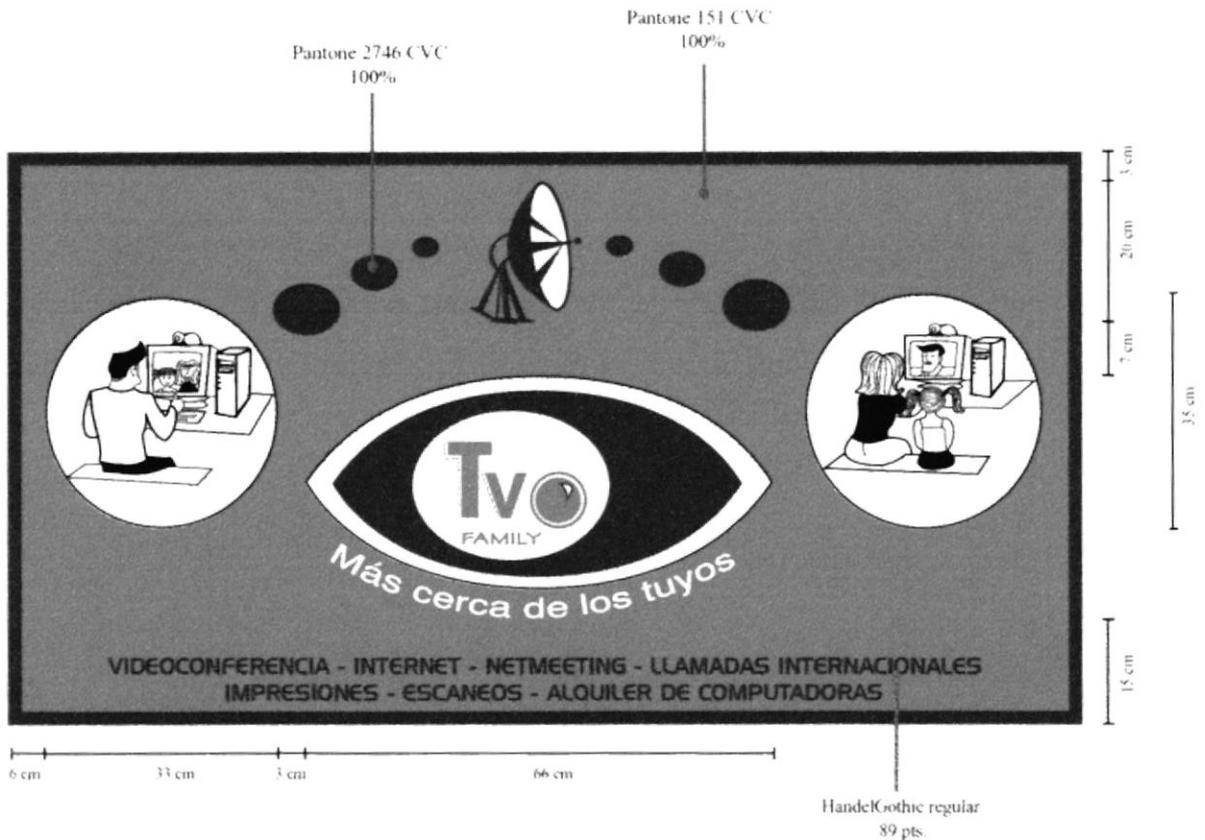
Formato: 12.5 cm x 10 cm.

Tipografía: HandelGothic
Regular 31 pts.



3.3 LETRERO

El letrero luminoso mide 1.50 m x 80 cm.
Sigue con la línea cromática establecida, además de los dibujos que se han venido usando en el material publicitario.



CAPÍTULO 4

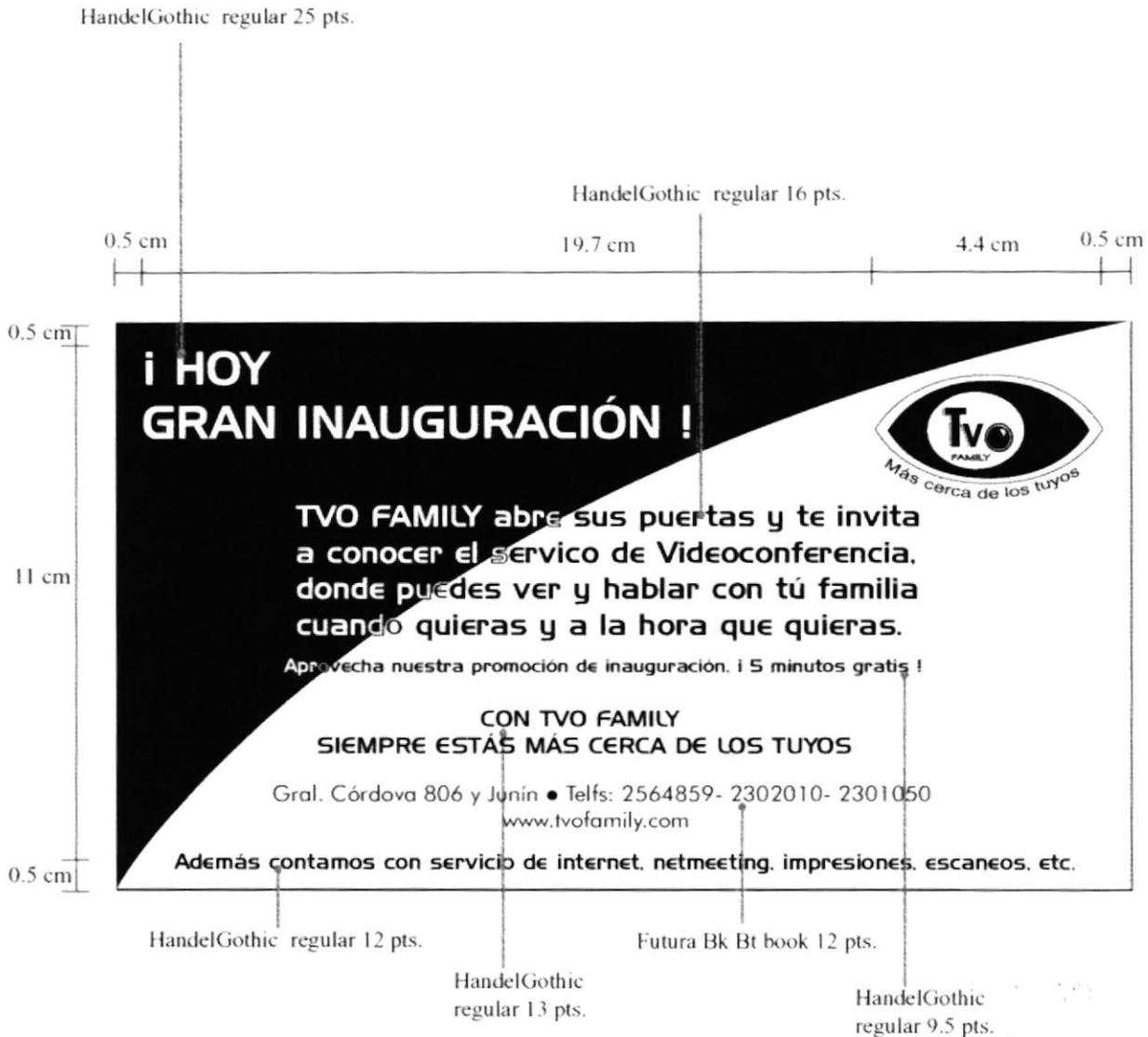
Publicidad

4.1 AVISO DE PRENSA-Inauguración-1

Aviso en blanco y negro,
diseñado especialmente para la
inauguración del local.

Su tamaño es:

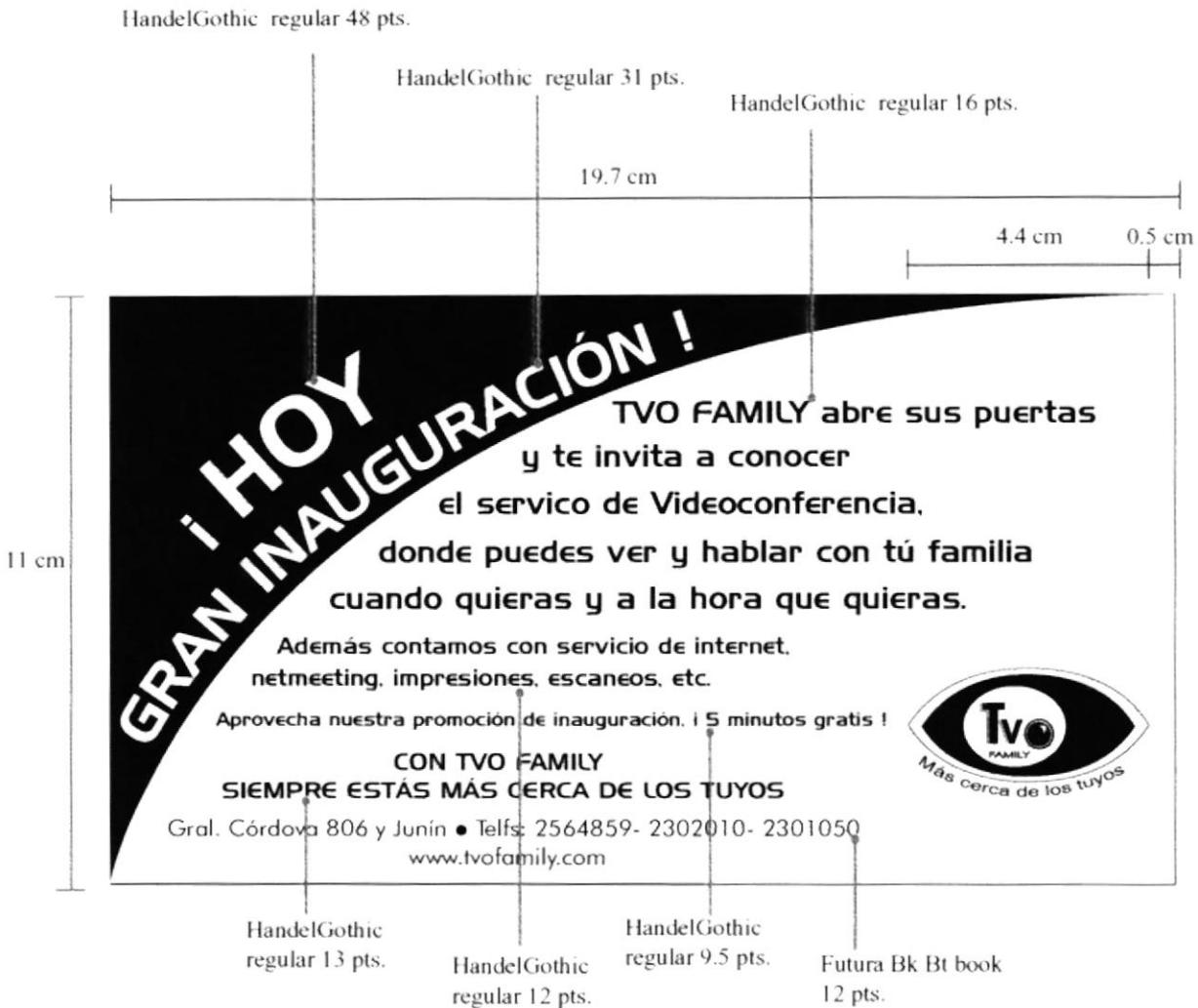
11 cm x 19.7 cm.



4.2 AVISO DE PRENSA-Inauguración-2

Aviso en blanco y negro, esta es la segunda opción diseñado para el día de inauguración del local.

Su tamaño es:
11 cm x 19.7 cm.



4.3 AVISO DE PRENSA-Inauguración-3

Aviso en blanco y negro, de doble tamaño.

Su tamaño es:

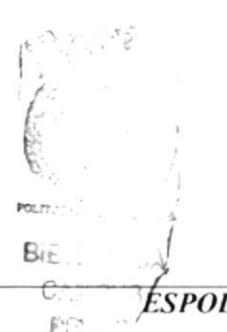
25 cm x 14.6 cm



4.4 AVISO DE PRENSA-Pre-inauguración

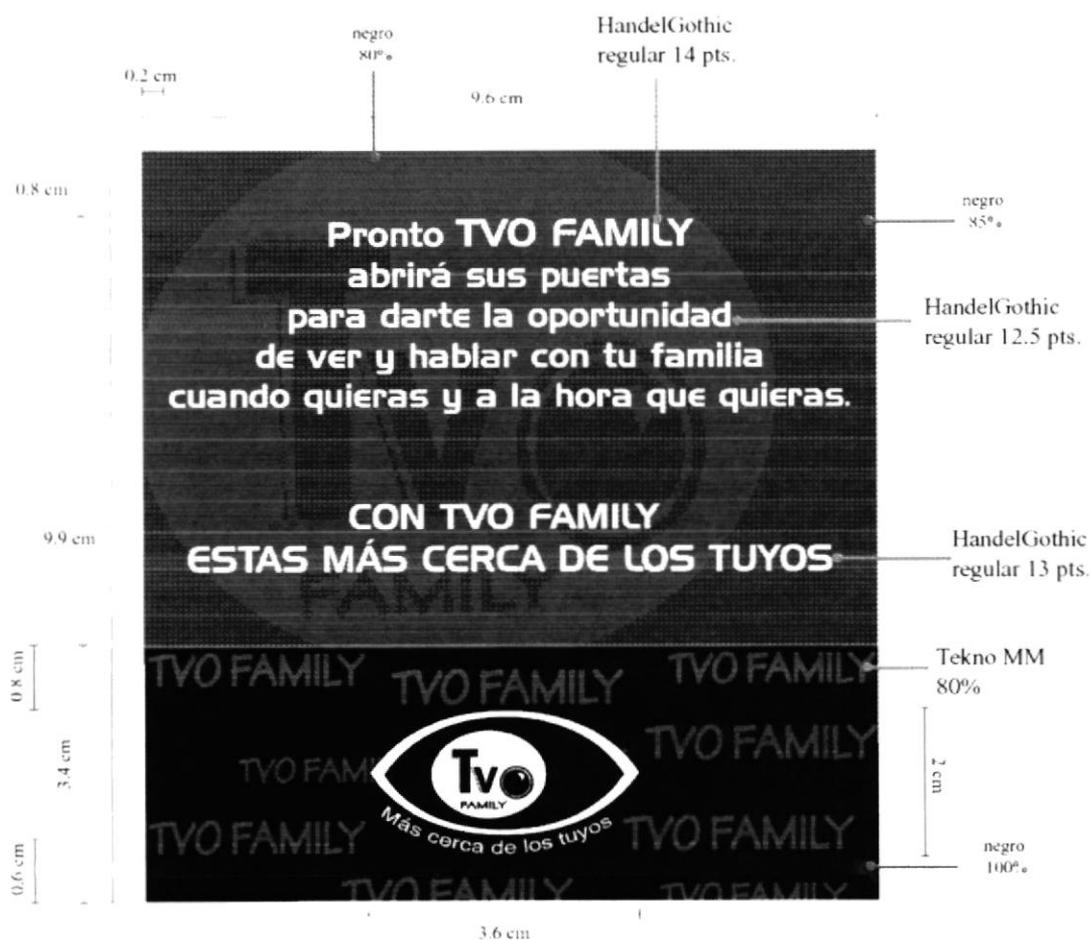
Aviso en blanco y negro, será publicado días antes de la inauguración del local. Cuya función es informar a las personas de lo que se quiere introducir en el mercado.

The advertisement is a black and white graphic with a curved top edge. It features the TVO FAMILY logo (an eye shape with 'Tvo' and 'FAMILY' inside) and the slogan 'Más cerca de los tuyos'. The main text is arranged in a curved path following the top edge, listing services: 'Internet • Llamadas Internacionales • Netmeeting • Impresiones • Escaneo • etc.'. The central text reads: 'TVO FAMILY te invita a conocer el servicio de : Videoconferencia, donde puedes ver y hablar con tu familia, cuando quieras y a la hora que quieras. ¡Espéralo!'. At the bottom, it provides the website 'www.tvofamily.com' and contact information: 'Gral. Córdoba 806 y Junín, •Telfs: 2564859 - 2302010 - 2301050'. The design includes several typographic specifications: 'HandelGothic regular 9 pts.' for the top header, 'HandelGothic regular 19 pts.' for 'TVO FAMILY', 'HandelGothic regular 15 pts.' for 'te invita a conocer', 'HandelGothic regular 18 pts.' for 'Videoconferencia', 'HandelGothic regular 14 pts.' for '¡Espéralo!', 'HandelGothic regular 13 pts.' for the website, and 'HandelGothic regular 8 pts.' for the contact info. Dimensions are marked: 3.3 cm and 9.6 cm for the top header area, 1.8 cm for the logo height, and 9.9 cm for the main text area height.



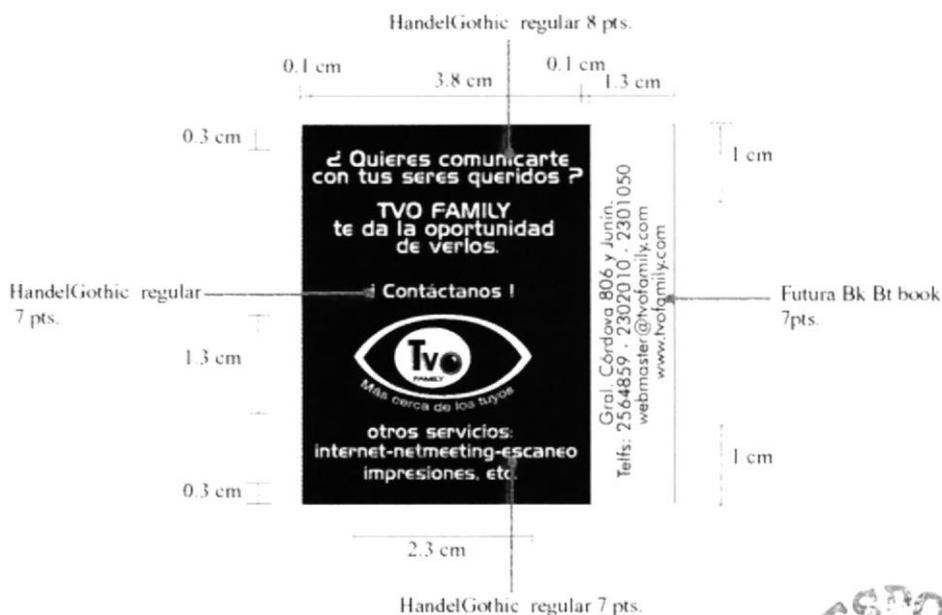
4.5 AVISO DE PRENSA-Pre-inauguración-2

Aviso en blanco y negro, para que se publique antes de la inauguración.



4.6 AVISO DE PRENSA

Aviso de un módulo de 5.1 cm x 5 cm.
Diario El Universo.
En blanco y negro, puede ser publicado en cualquier temporada.



4.7 AVISO DE PRENSA

Aviso de un módulo de
5.1 cm x 3 cm.
Diario El Universo.
Como el aviso anterior este
también es en blanco y negro,
pero con otra opción de tamaño
y diseño.



4.8 AFICHE PROMOCIONAL

Su formato es:
 27.94 cm x 43.18 cm (Tabloide).
 Manteniendo la gama cromática establecida, además de las imágenes que representan a TVO FAMILY en las piezas publicitarias. El afiche es exclusivo para promover los servicios de la empresa.

¿Quieres ver a tus seres queridos?

TVO FAMILY tiene lo que necesitas.

POR MES DE INAUGURACIÓN

¡GRATIS! 5 minutos

de VIDEOCONFERENCIA con enlace a: Norteamérica y Europa

Lunes a Viernes 4 a 6 pm

OTROS SERVICIOS:
 navegación en internet-netmeeting-escaneo-impresiones, etc.

Gral. Córdova 806 y Junín
 Telfs: 2564859-2302010-2301050
 E-mail: webmaster@tvofamily.com
 Web Site: www.tvofamily.com

Tvo
 Más cerca de los tuyos

Dimensions and Font Specifications:

- Top margin: 1 cm
- Left margin: 4.9 cm
- Right margin: 1 cm
- Top text: HandelGothic regular 66 pts.
- Second text: HandelGothic regular 30 pts.
- Third text: HandelGothic regular 34 pts.
- Starburst text: HandelGothic regular 59 pts.
- Starburst text: HandelGothic regular 39 pts.
- Fourth text: HandelGothic regular 30 pts.
- Fifth text: HandelGothic regular 21 pts.
- Bottom left text: HandelGothic regular 34 pts.
- Bottom left text: HandelGothic regular 29 pts.
- Bottom right text: 4.7 cm, 5.6 cm
- Bottom margin: 1.7 cm
- Bottom left margin: 4 cm
- Bottom left text: Pantone 151 CVC 100%
- Bottom center text: Futura Bk BT book 21 pts.
- Bottom right margin: 8.2 cm

Color Specifications:

- Pantone 2746 CVC 100%
- Pantone 2746 CVC 77%
- Pantone 2746 CVC 10%

4.9 AFICHE DIFUSIONAL

Su formato es:

27.94 cm x 43.18 cm (Tabloide).

Este afiche muestra lo que TVO FAMILY quiere brindar a las personas, en especial a las que tienen familia y amigos en el extranjero.

¿Quieres **VER a tus seres queridos ?**

TVO Family
tiene lo que necesitas.

Nuestro servicio especial
de VIDEOCONFERENCIA
enlaces a:
Norteamérica
y
Europa

CON TVO FAMILY
ESTÁS MÁS CERCA DE LOS TUYOS

OTROS SERVICIOS:
navegación en Internet-netmeeting-escaneo-impresiones, etc.

Tvo
MÁS CERCA DE LOS TUYOS

Gral. Córdova 806 y Junin.
Telfs: 2564859 - 2302010 - 2301050
E-mail: webmaster@tvofamily.com
Web Site: www.tvofamily.com

Futura Bk BT book
22 pts

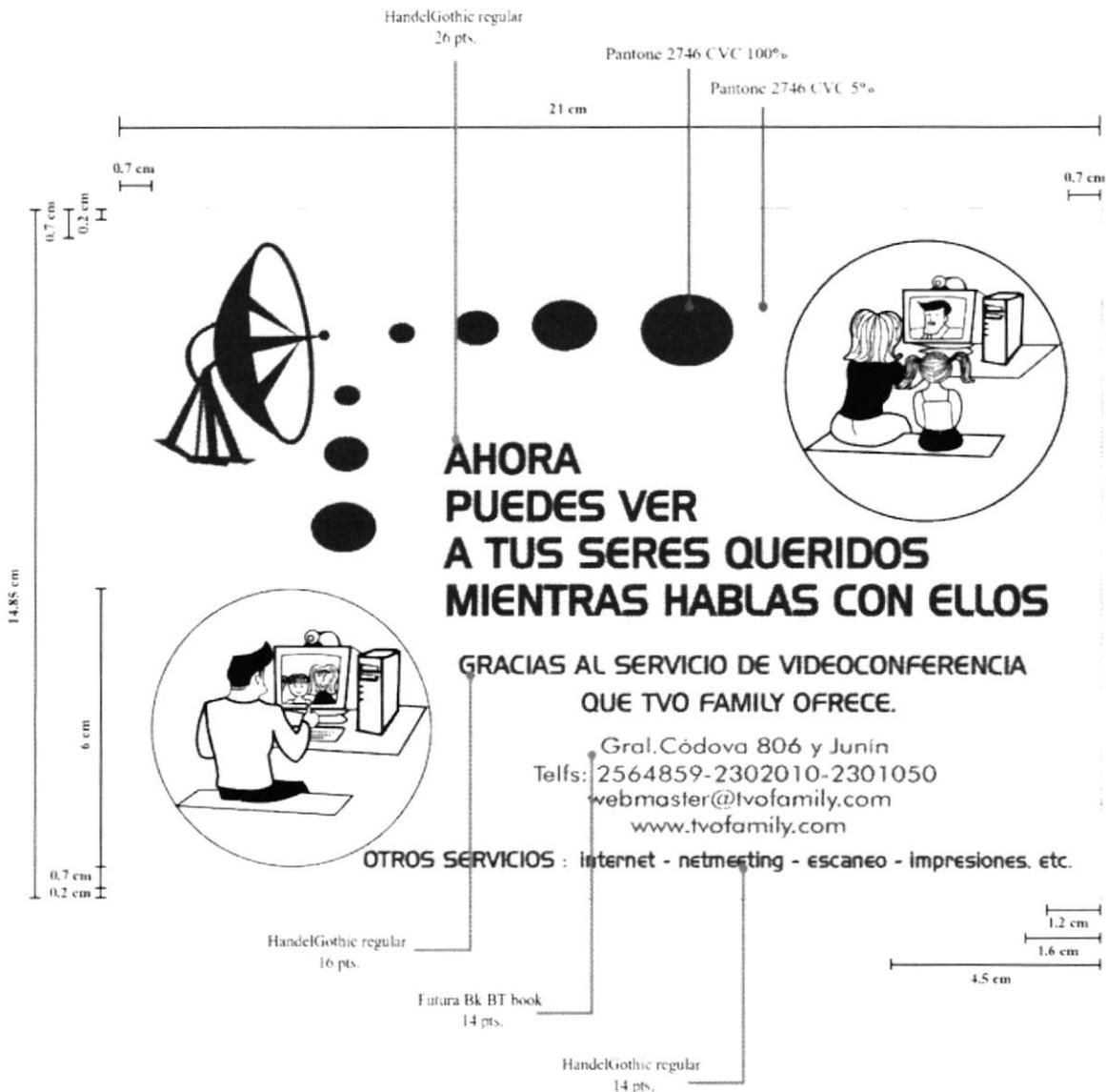
HandelGothic regular 64 pts
HandelGothic regular 48pts
Pantone 151 CVC 100%
HandelGothic regular 45 pts
HandelGothic regular 30pts
HandelGothic regular 26 pts
Futura Bk BT book 22 pts

Pantone 2746 CVC 100%

1.2 cm 5.6 cm 6.2 cm 1.2 cm 4.5 cm 9.6 cm 3 cm

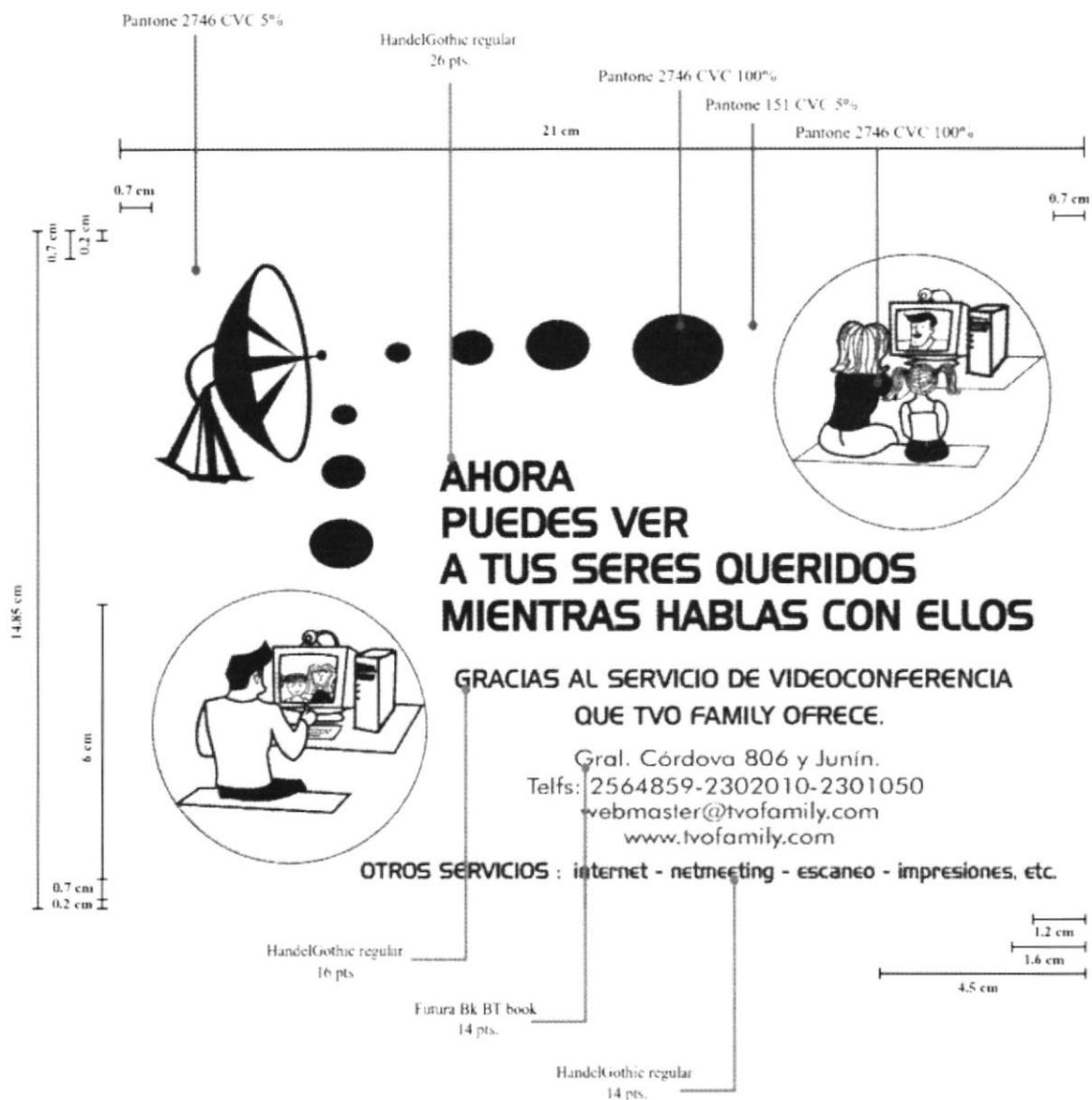
4.10 VOLANTE

El formato 14.85 cm x 21 cm.
 Con esta volante se trata de llegar de una manera más rápida a las personas, "hablándoles" de las facilidades que se les ofrece.
 Gama cromática establecida, con dibujos representativos de TVO FAMILY.



4.11 VOLANTE-opción 2

El formato 14.85 cm x 21 cm.
Volante diseñada en base a los mismos objetivos de la anterior.
Su única variación es el color.



4.12 VOLANTE-inauguración



El formato 14.85 cm x 21 cm.
Diseñada para el mes de inauguración, incluye una promoción.
Sigue la misma línea cromática.



4.13 VOLANTE-inauguración B/N

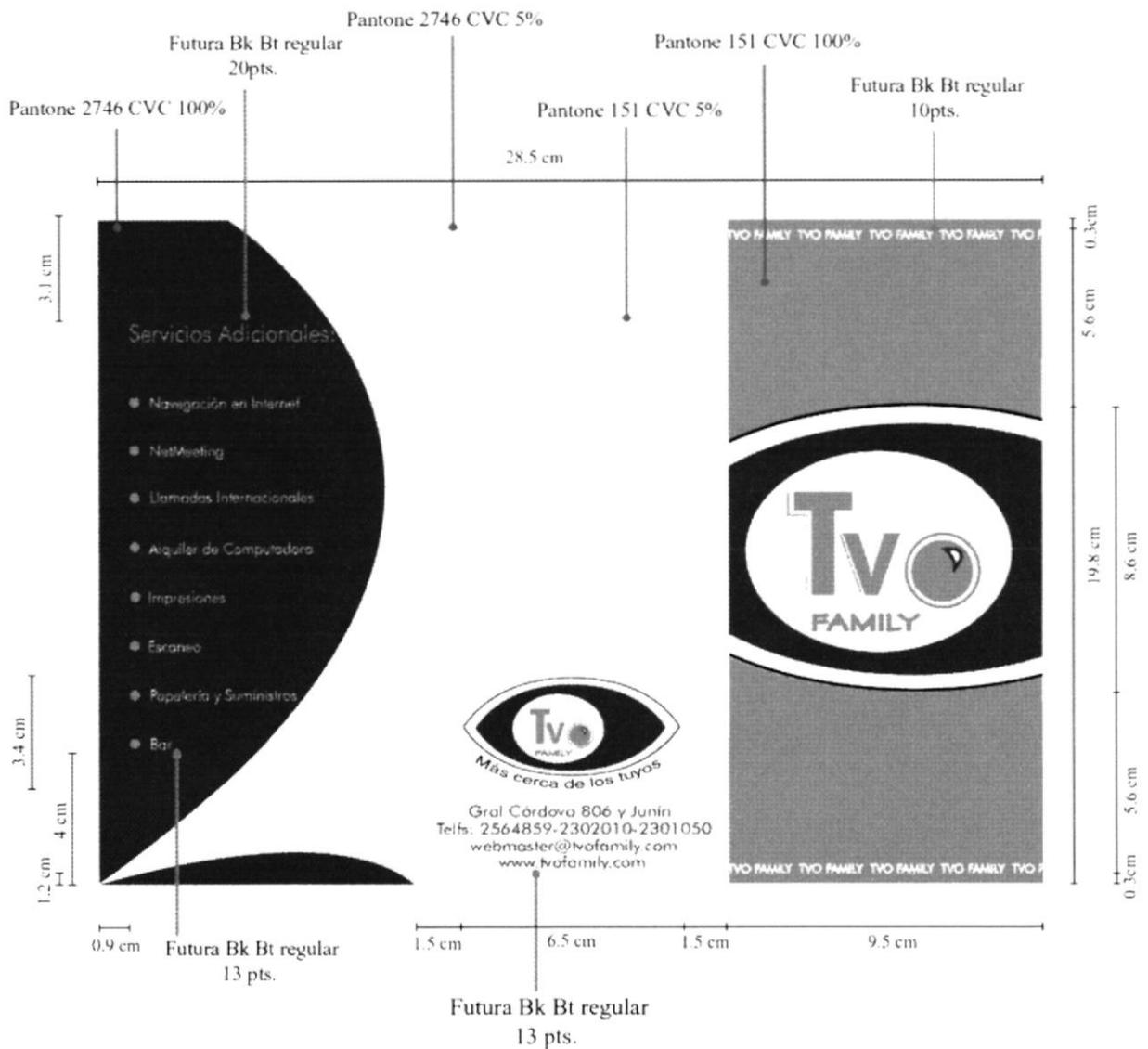
El formato 14.85 cm x 21 cm.
Volante anterior con variación en blanco y negro.



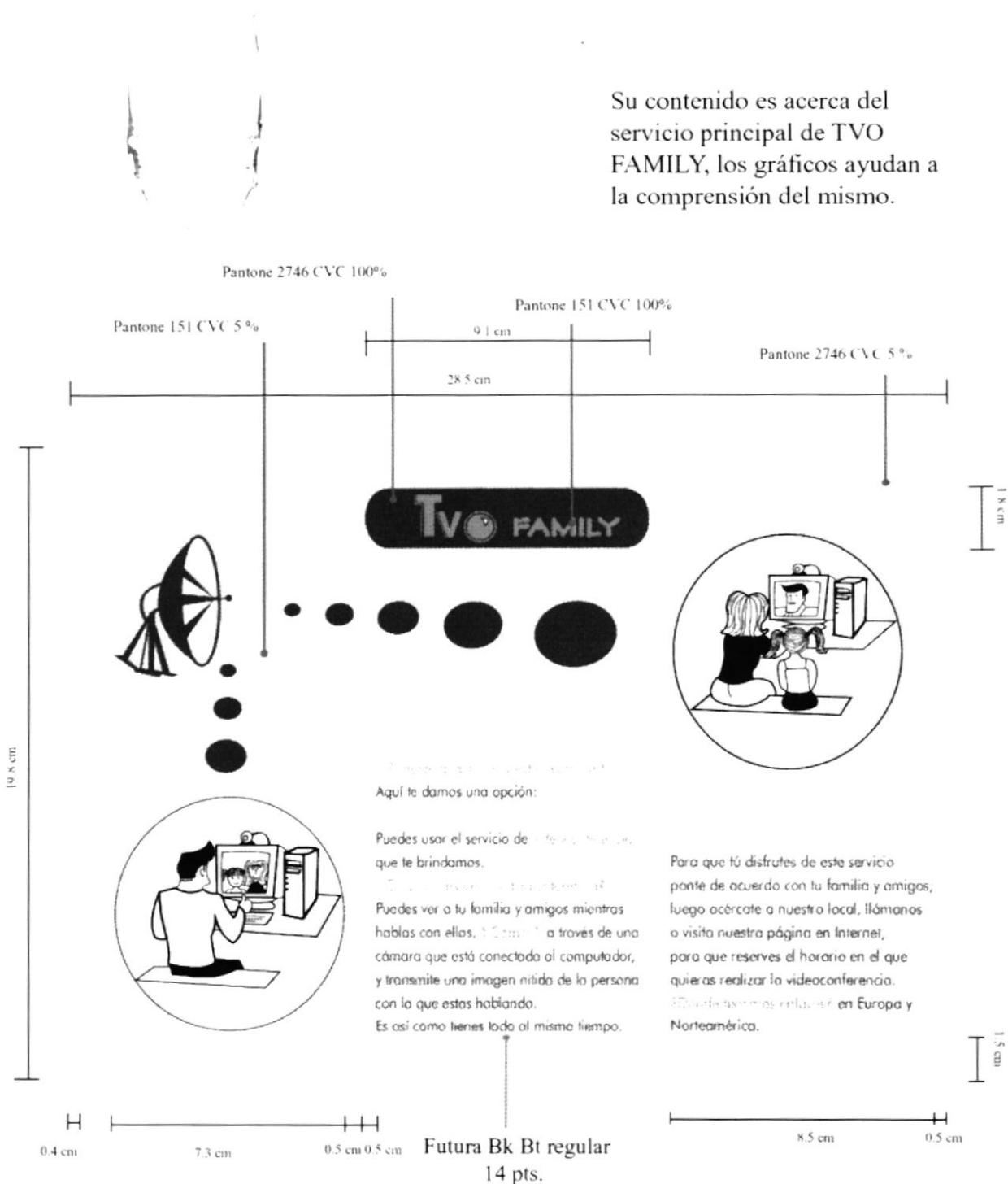
4.14 TRÍPTICO (ANVERSO)

Su formato es A4
21 cm x 29.7 cm respetando las líneas de corte.

Es completamente informativo,
La cromática se mantiene, y se hace énfasis en su imagotipo.



4.15 TRÍPTICO (REVERSO)

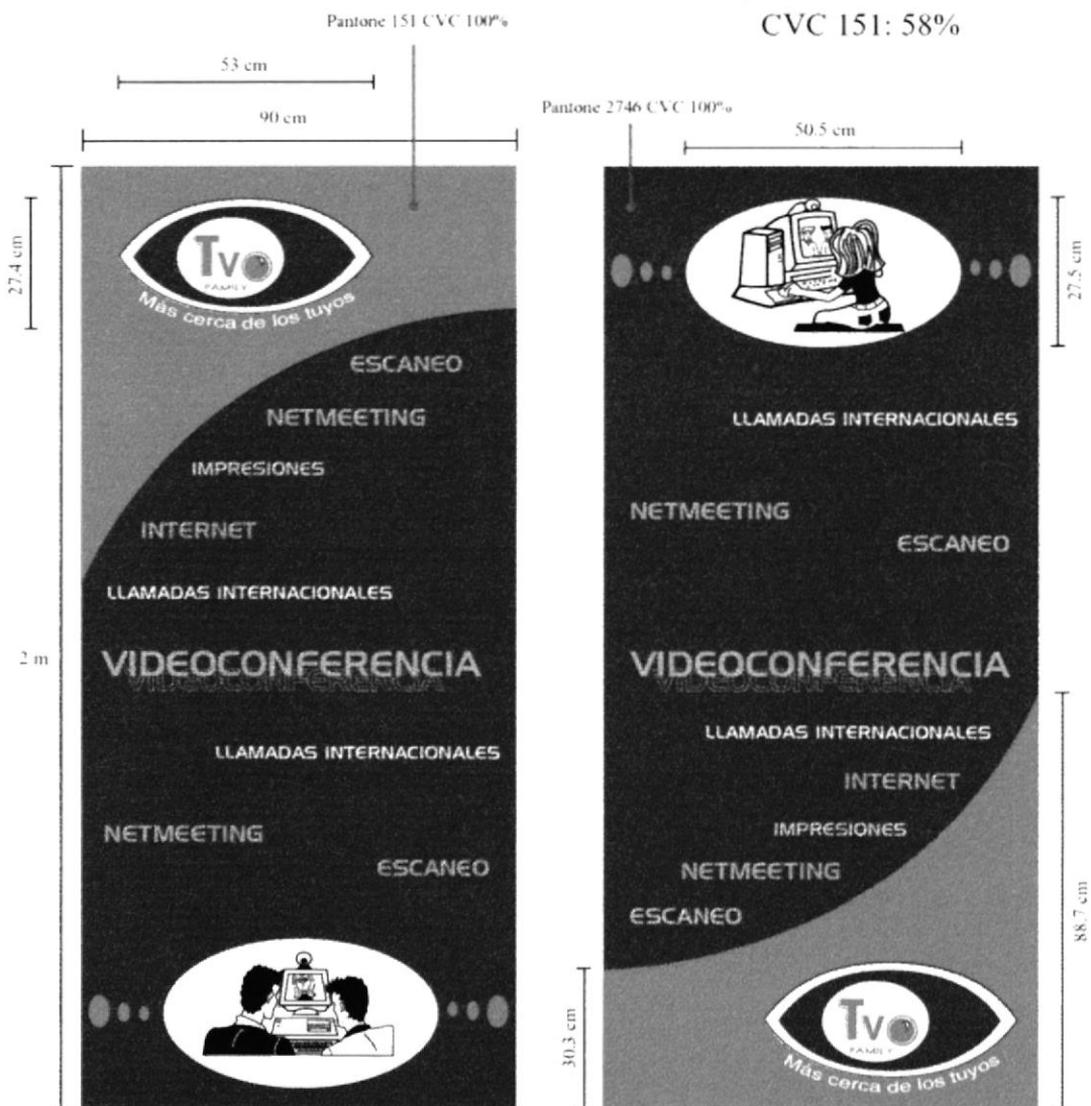


4.16 BANNER-opción 1



Banners de uso funcional, ya que inicialmente serán usados para la inauguración y posteriormente para cualquier evento.

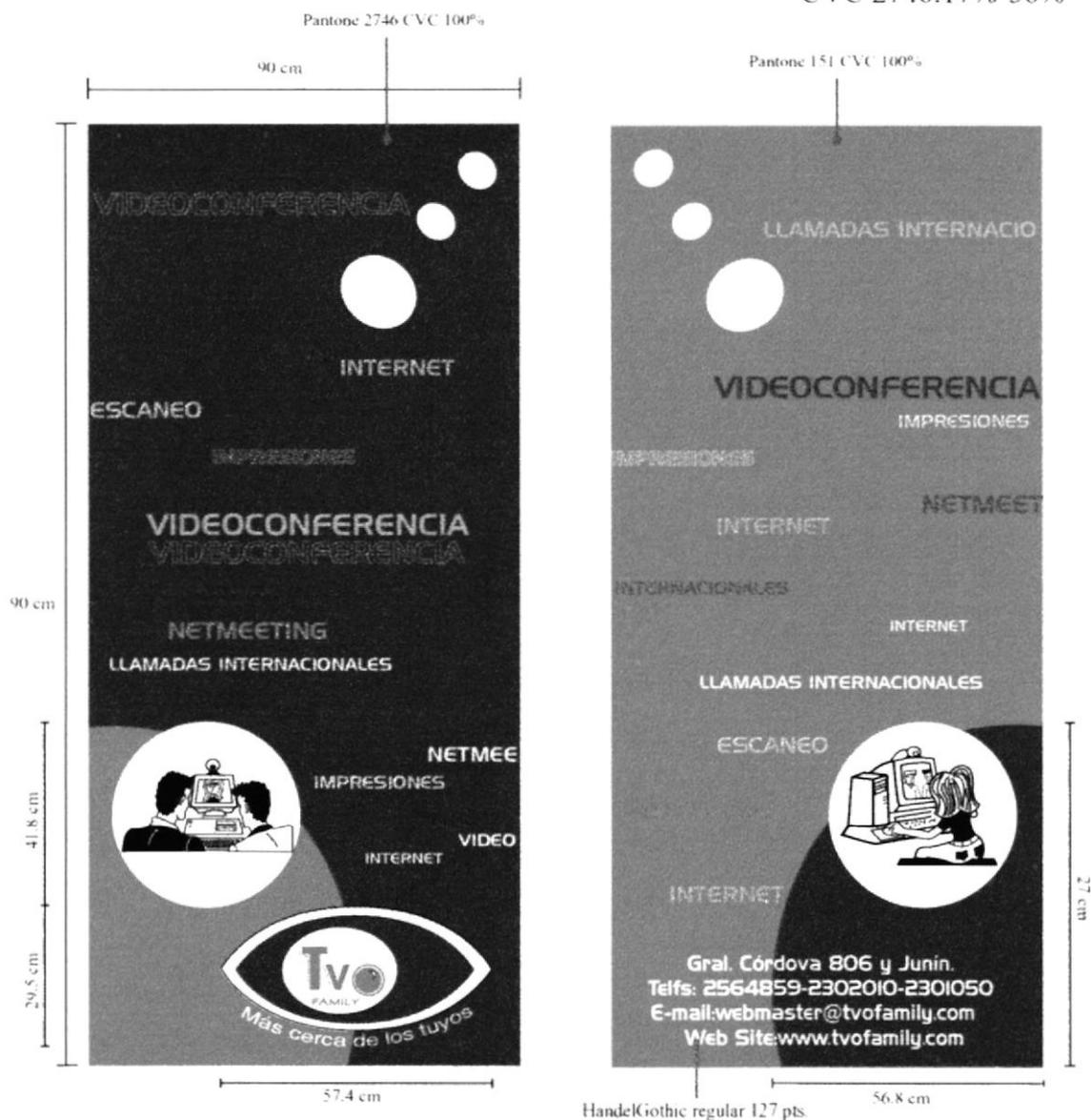
Ambos poseen conexión en diseño y color, mostrando los servicios que ofrece TVO FAMILY. La tipografía empleada es HandelGothic Regular entre 210 y 105 puntos, así mismo los Pantone, CVC 2746: 26%-10%
CVC 151: 58%



4.17 BANNER-opción 2

Se realizó un nuevo diseño como segunda opción. El objetivo es el mismo, su tipografía es HandelGothic Regular entre 180 y 90 puntos.

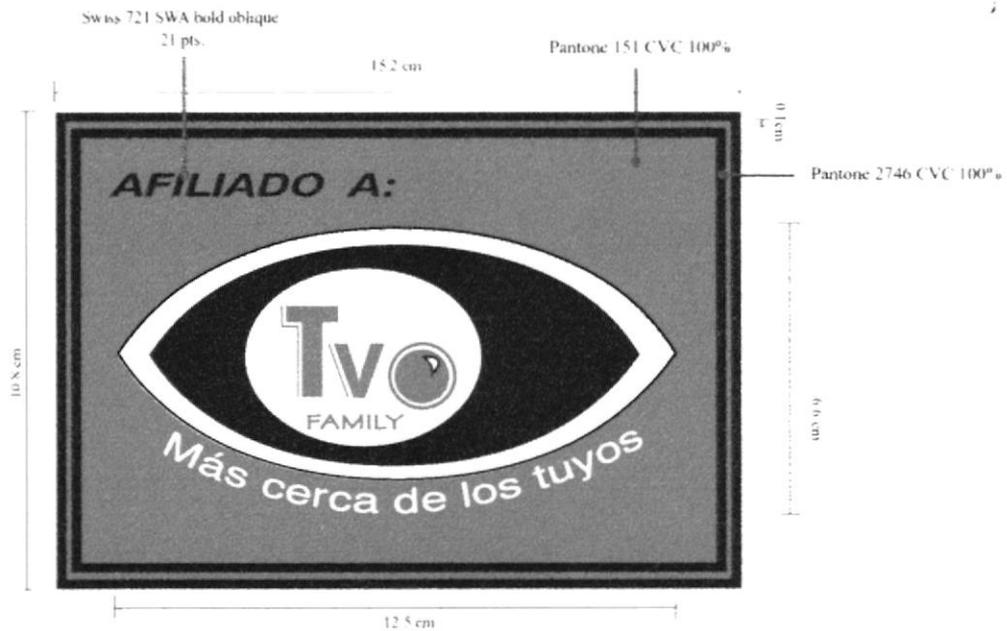
Los Pantone CVC 151:58%-10%
CVC 2746:17%-56%



4.18 STICKER DE AFILIADO



Este sticker se asignará a los cybers que se afilien a la cadena de TVO FAMILY, a modo de identificación. Se puede usar cualquiera de los dos diseños realizados.



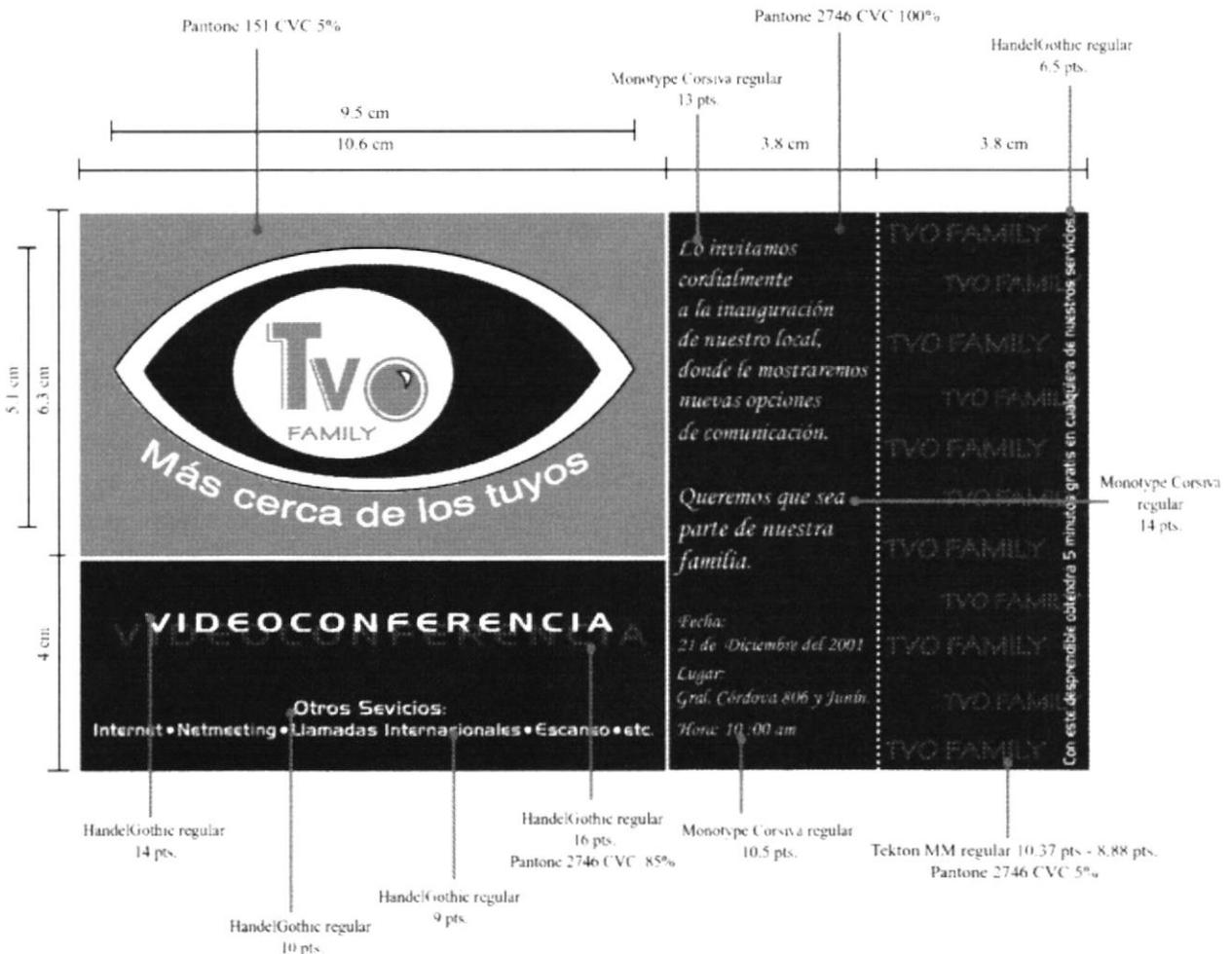
4.20 INVITACIÓN DE INAUGURACIÓN-abierta



Formato es: 10.3 cm x 18.2 cm
Aqui se muestra la información acerca del día de inauguración, y los servicios que se ofrecen.

Lo diferente en esta invitación es el desprendible que contiene promoción.

La parte posterior de la invitación, posee el Pantone 2746 CVC 100%.



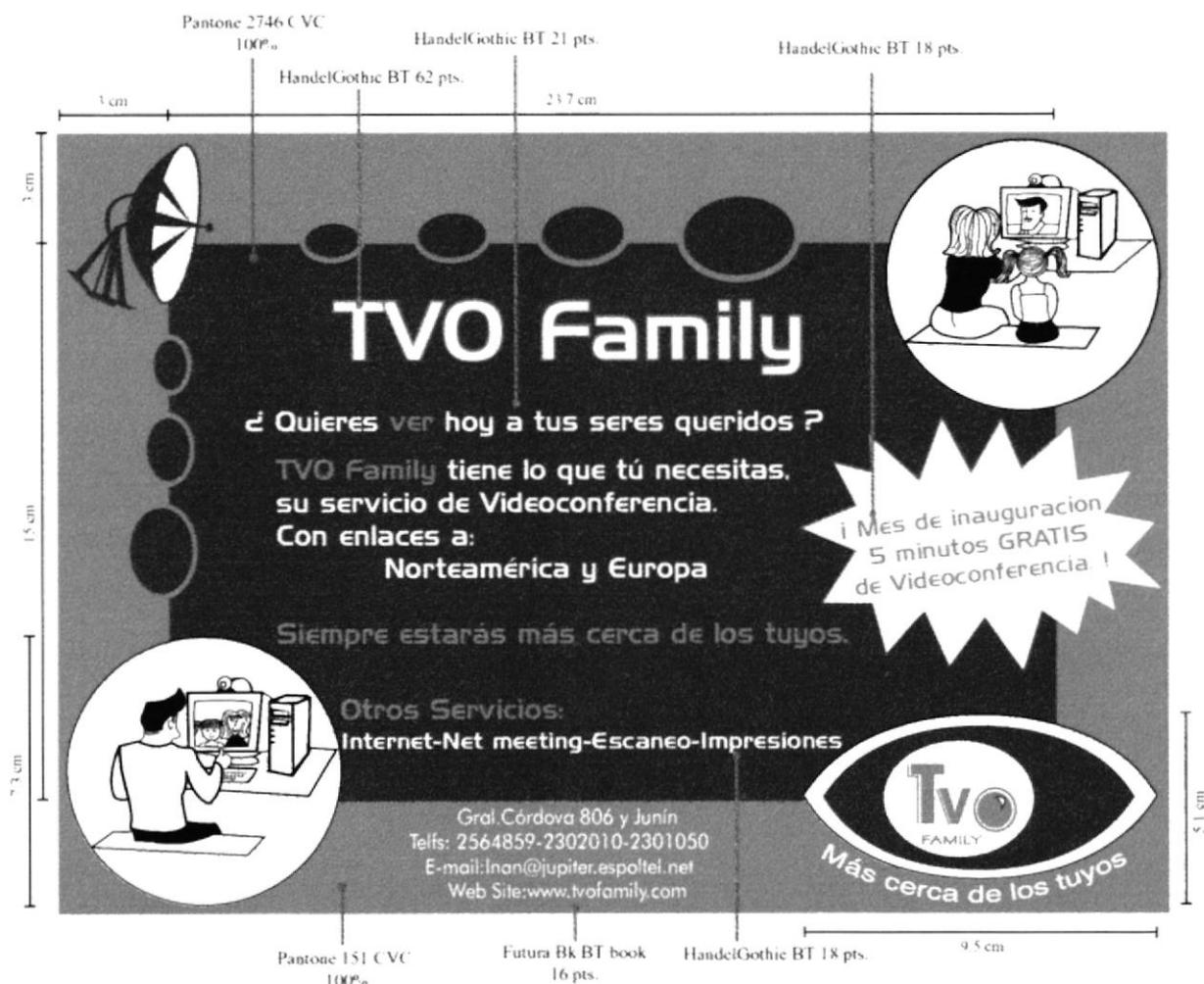
4.21 ANUNCIO DE T.V.

Su tamaño es una A4, como una diapositiva para anuncio clasificado de televisión; sigue la misma línea gráfica.

Sus colores son:

Pantone 2746 CVC 100%

Pantone 151 CVC 100%.



4.22 CUÑA RADIAL

El sentido de la cuña, es dar a conocer a las personas con familia y amigos en el extranjero, que tienen una nueva opción para poder comunicarse con ellos.

PRIMERA OPCIÓN

Locutor: ¿Te preguntas constantemente?

Hombre 1 - ¿Cómo estará mi mamá en los E.E.U.U.?

Mujer 1 - ¿Qué estará haciendo mi novio en Europa?

Mujer 2 - ¿Cómo estará mi hijo en el extranjero?

Locutor: ¡ No pienses más!, con TVO FAMILY los podrás ver cuando quieras, gracias a nuestro servicio de videoconferencia. Aprovecha además nuestros servicios de Cyber, llamadas internacionales, escaneo, impresiones, alquiler de equipos, etc. TVO Family, más cerca de los tuyos.

Ubicado en Gral. Córdova 806 y Junín.

Reservaciones al teléfono: 2564859-2302010-2301050

Visite nuestro web site: www.tvofamily.com

... Adiós a tus dudas!!!



SEGUNDA OPCIÓN

Locutor: Estar lejos de tu familia ya no es un problema si los puedes tener cerca... TVO FAMILY te ofrece el mejor servicio de videoconferencia para poder verlos y escucharlos, todos los días. Aproveche además nuestros servicios de Cyber, llamadas internacionales, escaneo, impresiones, alquiler de equipos, etc.

Ubicado en Gral. Córdova 806 y Junín.

Reservaciones al teléfono: 2564859-2302010-2301050

Visita nuestro web site: www.tvofamily.com

¡No esperes más!!!

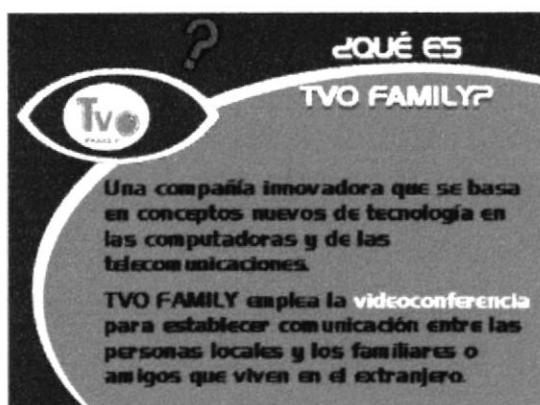
4.23 PRESENTACIÓN DE INAUGURACIÓN-Power Point 1

Son diapositivas que muestran y explican el concepto base de lo que es TVO FAMILY y los servicios que ofrece.

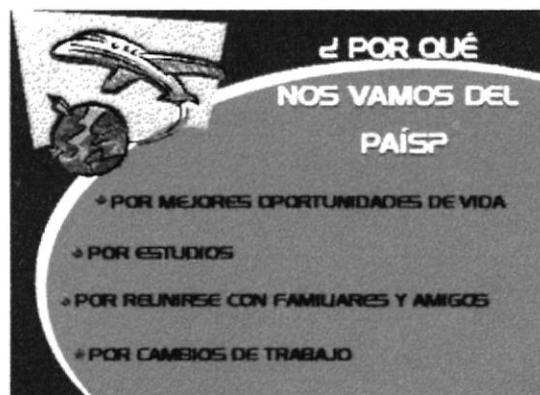
1



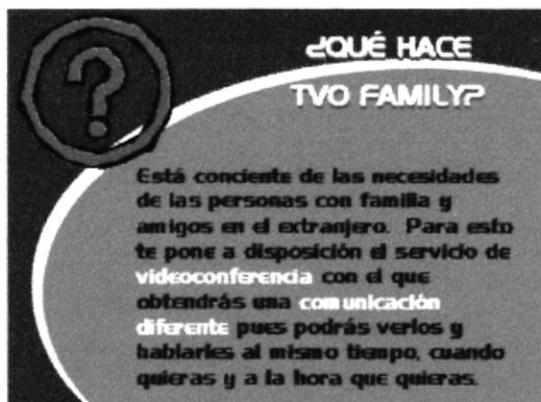
2



3



4



4.24 PRESENTACIÓN DE INAUGURACIÓN-Power Point 2

5



¿QUÉ ES LA VIDEOCONFERENCIA?

Es la unión de audio y video intercambiado en tiempo real.

Es una conversación cara a cara entre dos puntos cualquiera de la red internet.



6



FUNCIONES BÁSICAS

- Enviar y recibir imágenes mediante el empleo de una cámara o un equipo de video.
- Enviar y recibir sonido mediante el uso de un micrófono y tecla, mediante el teclado.
- Transferir archivos en tiempo real.
- Localizar personas que están en videoconferencia.

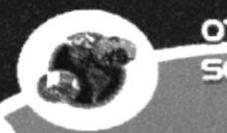
7



¿QUÉ DEBES HACER PARA TENER UNA VIDEOCONFERENCIA?

Necesitas acordar un día y una hora con tu familia y amigos que están en el extranjero y reservar el horario en el que quiera realizar la videoconferencia, ya sea acercándote al local o directamente en el Web Site.

8





OTROS SERVICIOS

Ofrecemos Llamadas Internacionales, NetMeeting, Internet, Alquiler de Computadoras, Impresiones, Escaneo y Suministros.

9



VISIÓN FUTURA

TVO FAMILY, tiene como visión formar su propia cadena de videoconferencia, a nivel nacional e internacional. Para lo cual se ha creado un Web Site, con el fin de promocionar la afiliación de otros locales.

www.tvofamily.com

CAPÍTULO 5

Merchandising

5.1 STICKER

Su medida es 8 cm x 9.3 cm, se imprimirá en papel adhesivo, con los colores de la gama cromática establecida. El objetivo de éste, es dar a que la gente conozca sobre TVO FAMILY y tenga mayor identificación con el imago tipo, es por esto que tiene gran impacto visual.

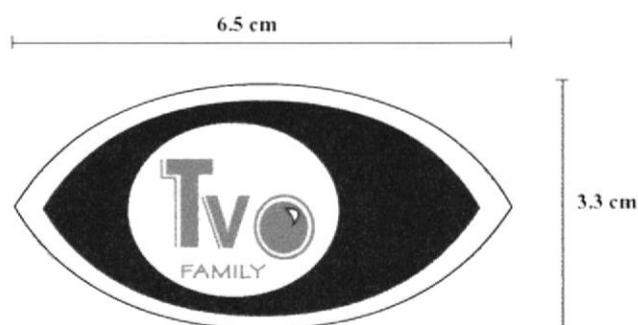
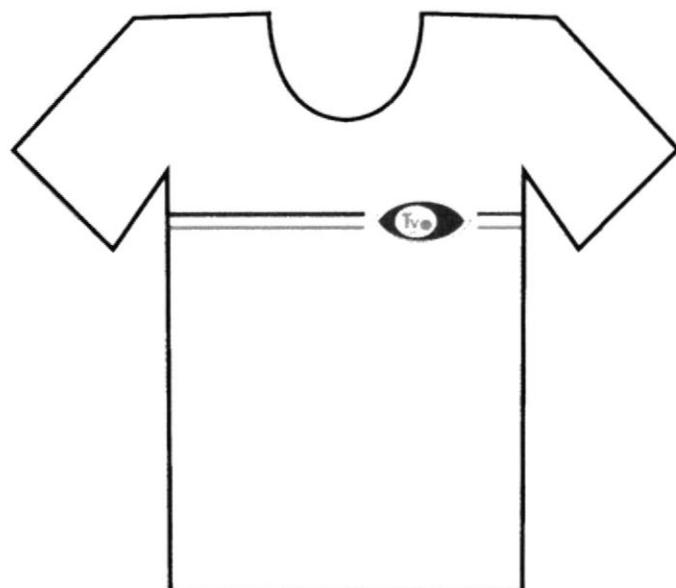


5.2 CAMISETA

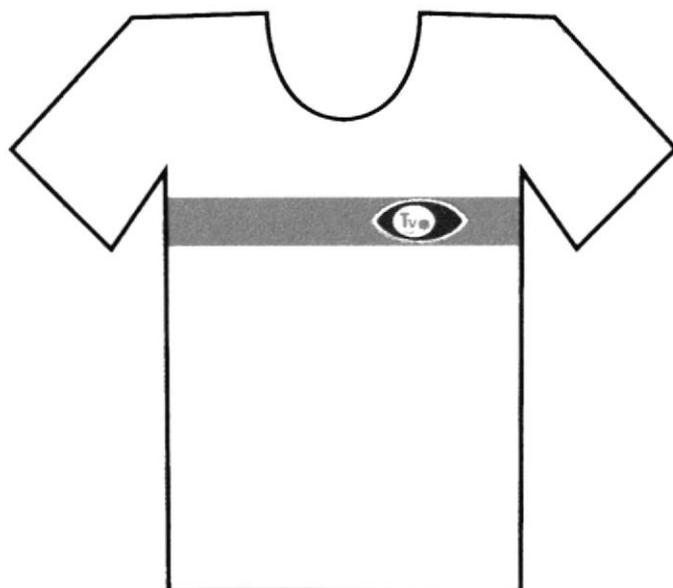
Es uno de los artículos elegidos para dar una publicidad más directa.

Estampado o bordado en camiseta de algodón con cuello redondo.

Imagotipo ubicado de lado izquierdo de la camiseta con las dimensiones establecidas. Las franjas tienen una separación de 1.5 cm y un grosor de 0.3 cm, con los colores de los Pantone respectivos, que van desde las costuras de cada lado de la camiseta hacia el imagotipo.

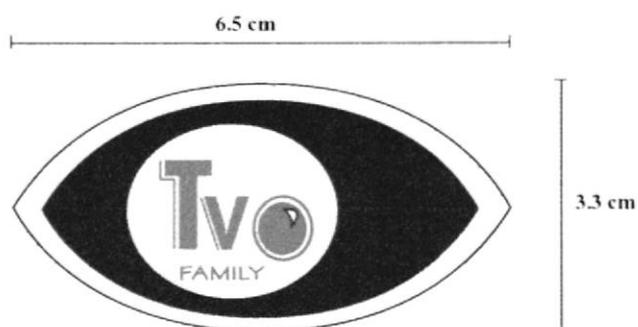


5.3 CAMISETA(2)



Esta es una segunda opción que se tiene en cuanto al artículo.

Imagotipo ubicado de lado izquierdo de la camiseta con las dimensiones establecidas. La franja tienen un grosor de 3.7 cm, con el color del pantone CVC 151 al 100%, que va desde las costuras de cada lado de la camiseta.

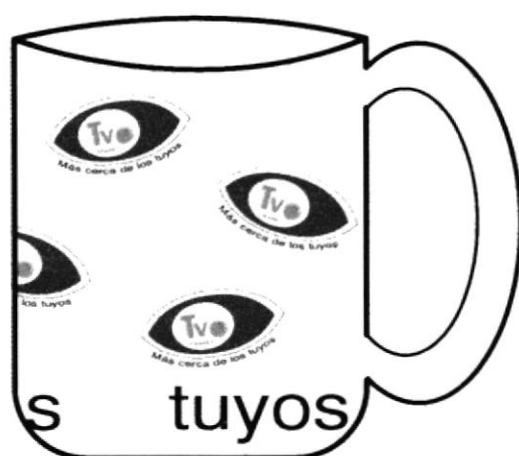


5.4 JARRO

El diseño es muy sencillo, se recalca el slogan de TVO FAMILY, porque esto es lo que quiere ofrecer con su servicio de videoconferencia.

Las dimensiones del imagotipo son: 23 cm x 8 cm.

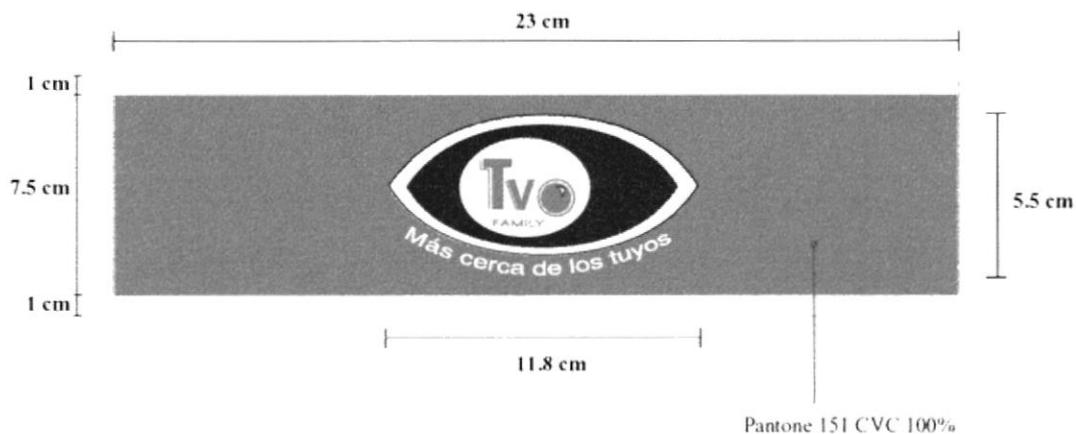
Tipografía Helvética Regular 30 pts.



5.5 JARRO (2)

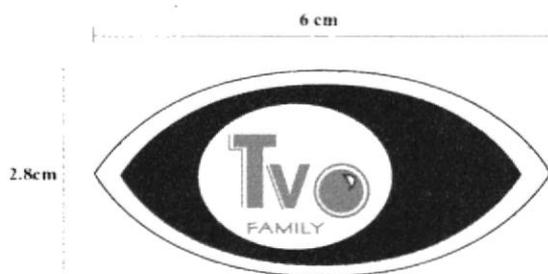
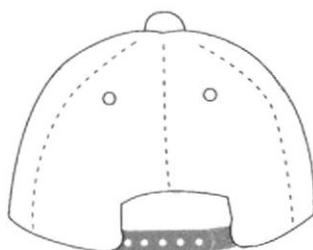
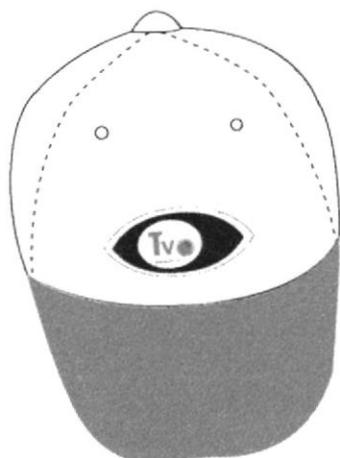
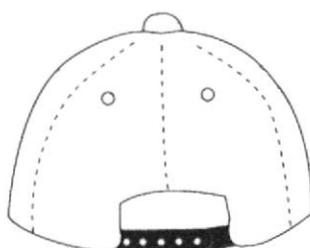
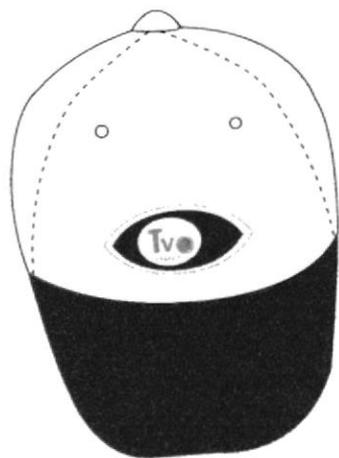
Esta es una segunda opción, pero con enfoque diferente, pero con enfoque diferente, pues aquí lo principal es el imago tipo.

Las dimensiones del diseño son: 23 cm x 7.5 cm.

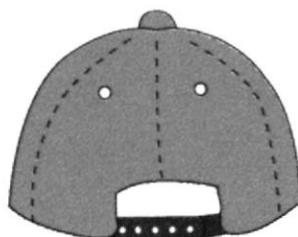


5.6 GORRAS

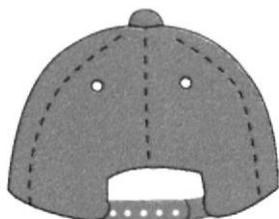
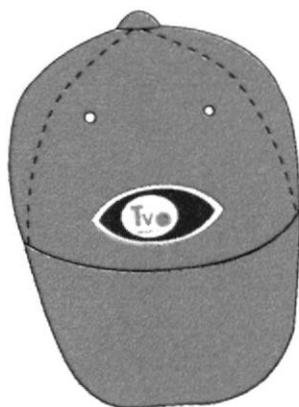
Las dimensiones del logo son:
2.8 cm x 6 cm.



5.7 GORRAS-otras opciones



Otras opciones elegidas por el cliente, utilizando los colores básicos que tiene el logo de TVO FAMILY.



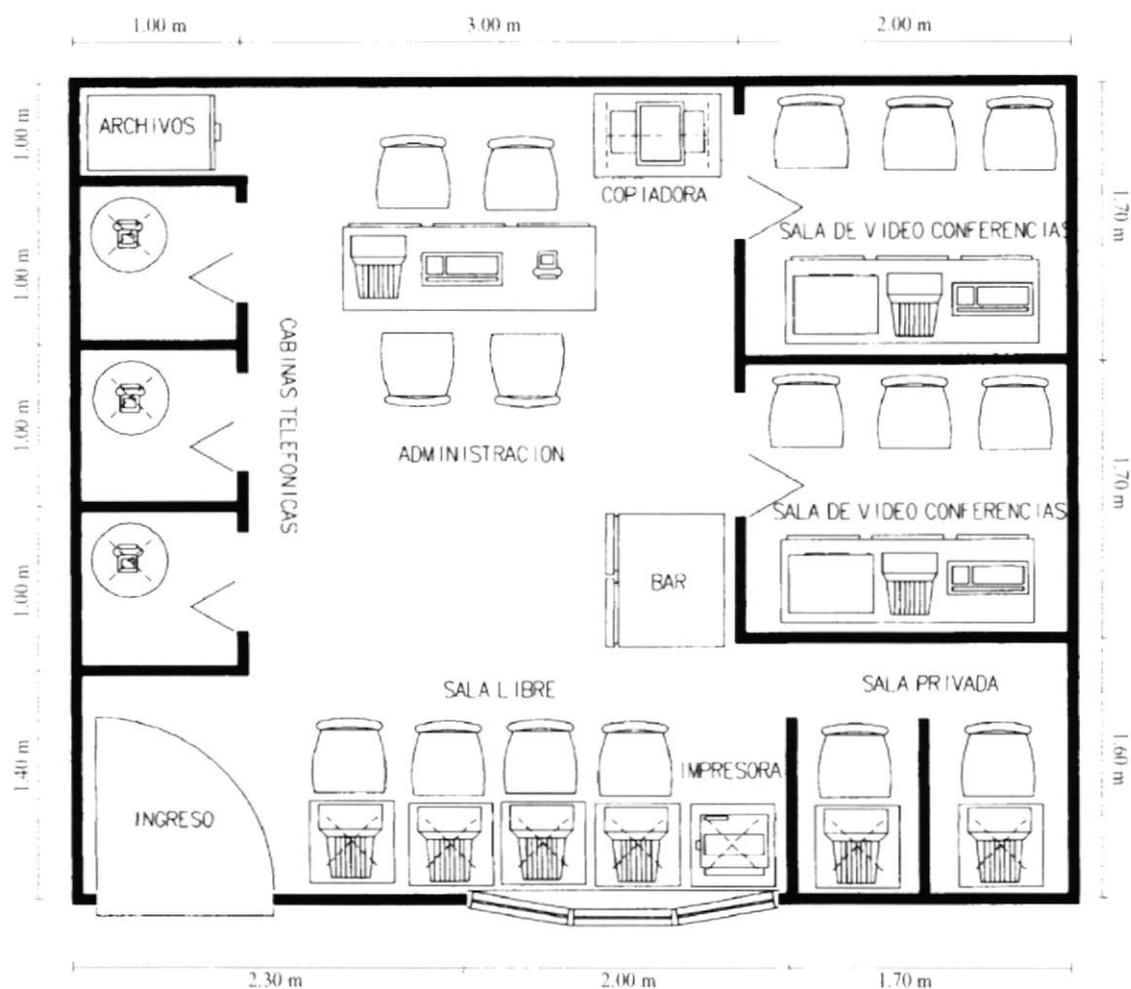
CAPÍTULO 6

Distribución Interna del Local

1

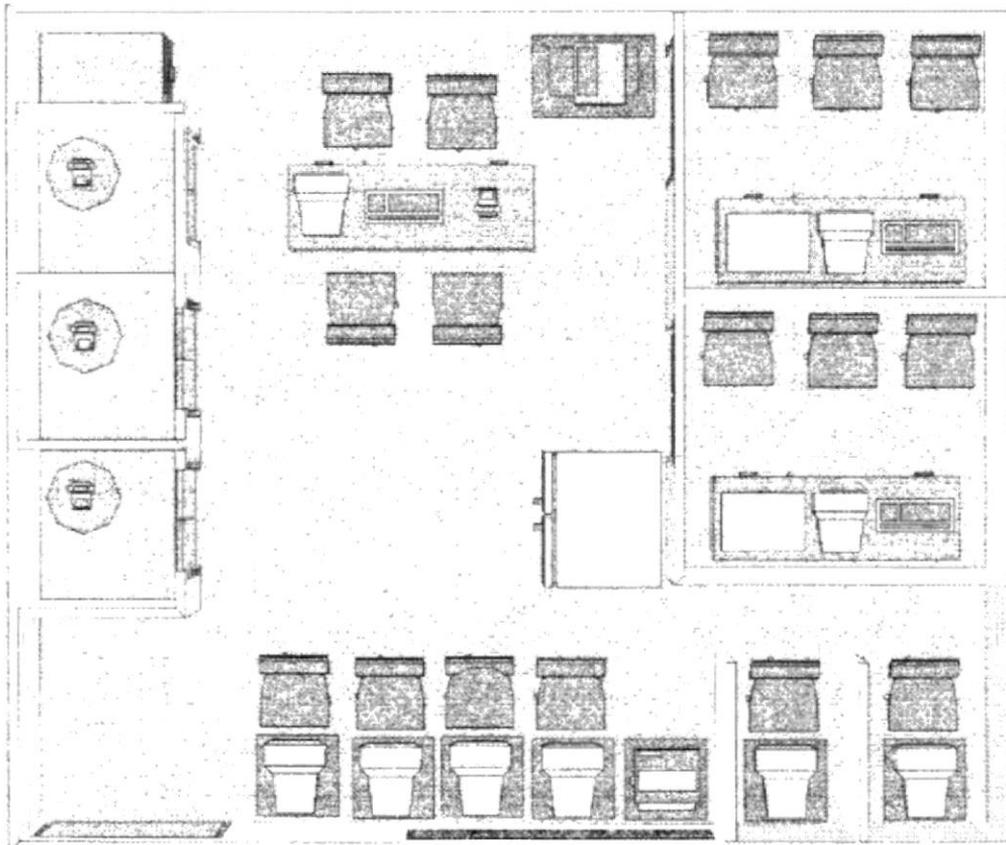
6.1 DISTRIBUCIÓN DE INTERIORES 1

La ampliación del local es una oportunidad a corto plazo ; aquí se detalla la distribución de interiores del futuro local de TVO FAMILY. El área es de 6 m x 5 m.



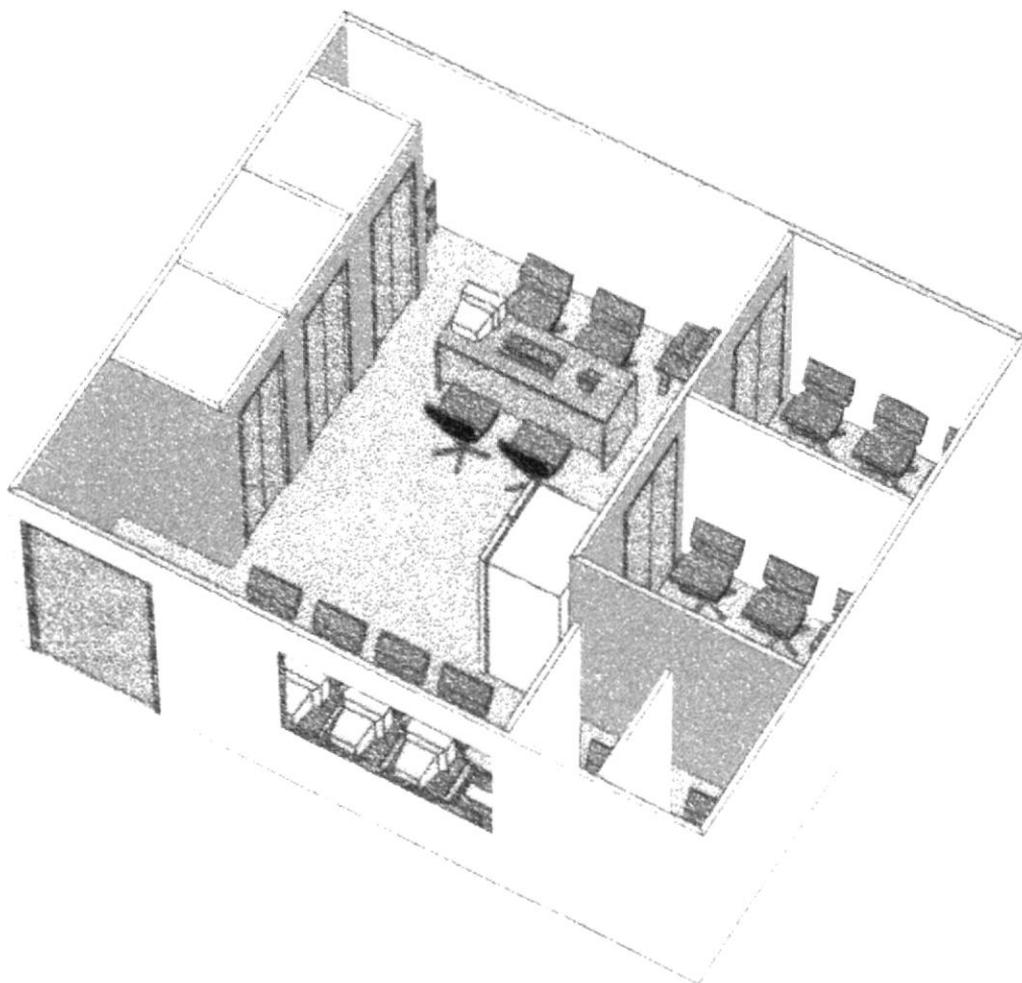
6.2 VISTA AÉREA 1

Aquí se muestra el plano, con una vista en tercera dimensión. Esta opción tiene dos salas de videoconferencia, tres cabinas de teléfono, dos cubículos que forman la sala privada, un área de administración y la sala libre.



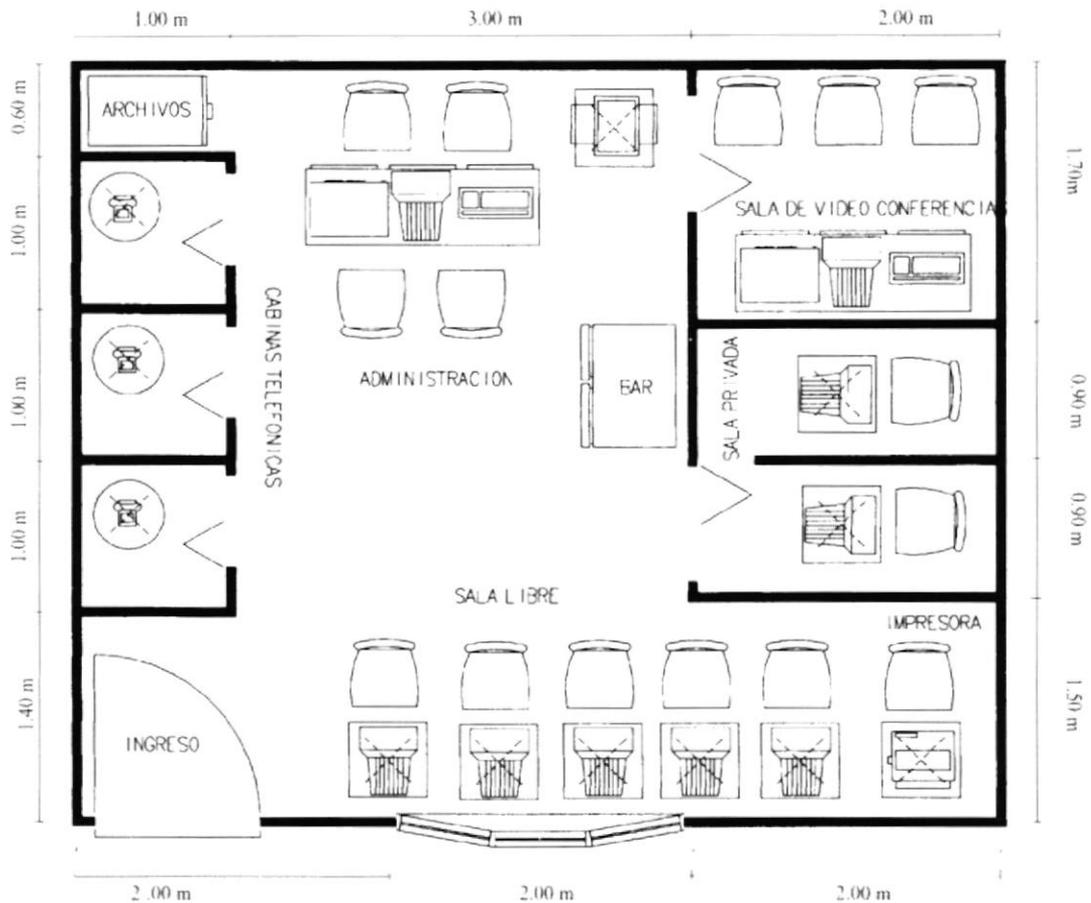
6.3 VISTA ÁNGULO 45° - 1

Es una perspectiva diferente,
ayuda a tener una mejor
orientación del local.



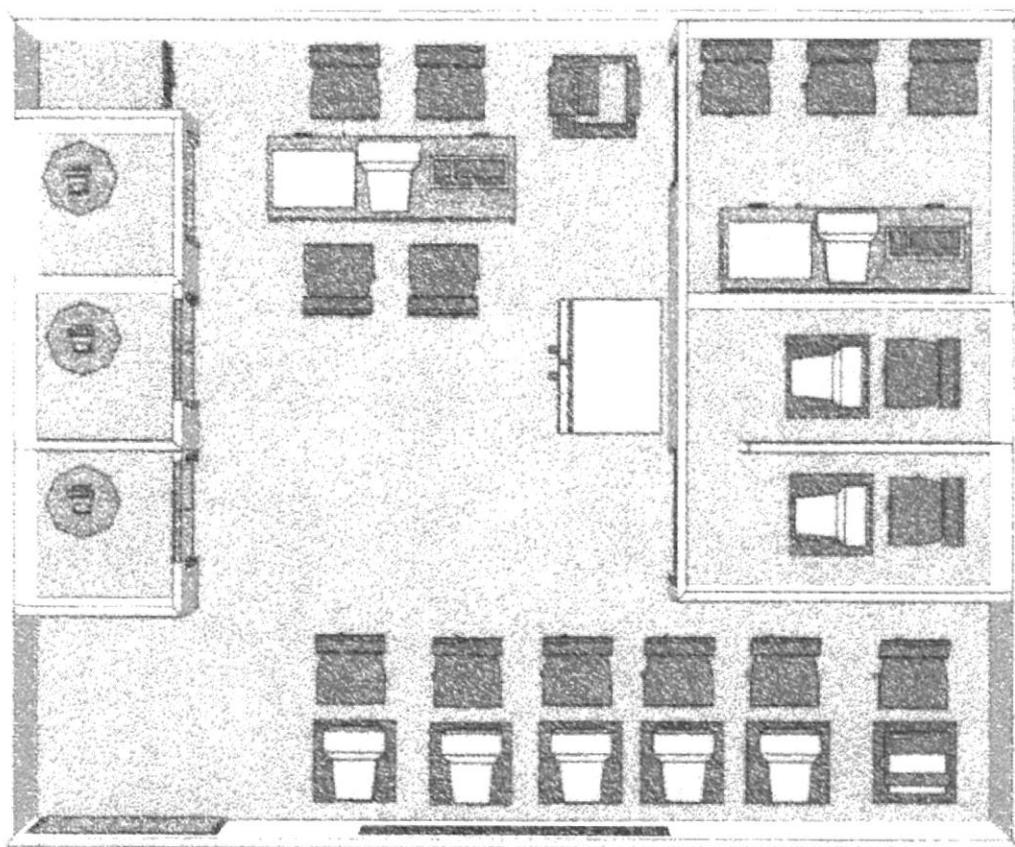
6.4 DISTRIBUCIÓN DE INTERIORES 2

Aquí se detalla una segunda opción para la distribución de interiores del local de TVO FAMILY. Cualquiera de éstas puede ser usada por el cliente dependiendo de su necesidad. El área es de 6 m x 5 m.



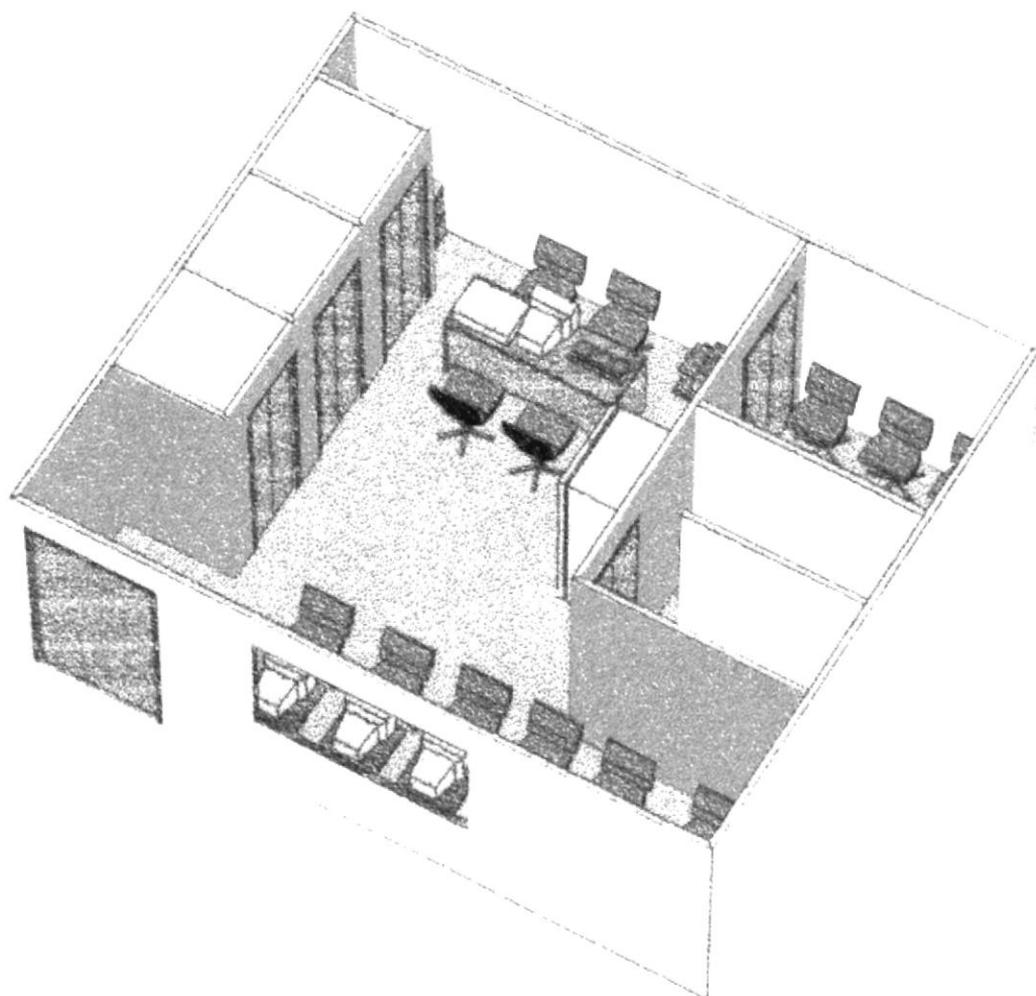
6.5 VISTA AÉREA 2

Éste es el plano, con una vista en tercera dimensión. Esta opción tiene una sala de videoconferencia, tres cabinas de teléfono, una sala completamente privada, un área de administración y la sala libre.



6.6 VISTA ÁNGULO 45° - 2

Perspectiva en ángulo de 45 grados, se le da al cliente una vista diferente de su local.



6.7 GAMA DE COLORES

Se buscaron colores claros para el interior, pues le da más luminosidad y amplitud, al local que no es grande.

Es una gama que denota tranquilidad, comodidad y es lo que se quiso dar en cada ambiente.

Sus códigos y nombres son:

17209 Niebla suave

17211 Verde menta

17206 Melocotón.

Pinturas Pintuco Intervinil, látex mate.



NIEBLA SUAVE

VERDE MENTA

MELOCOTÓN

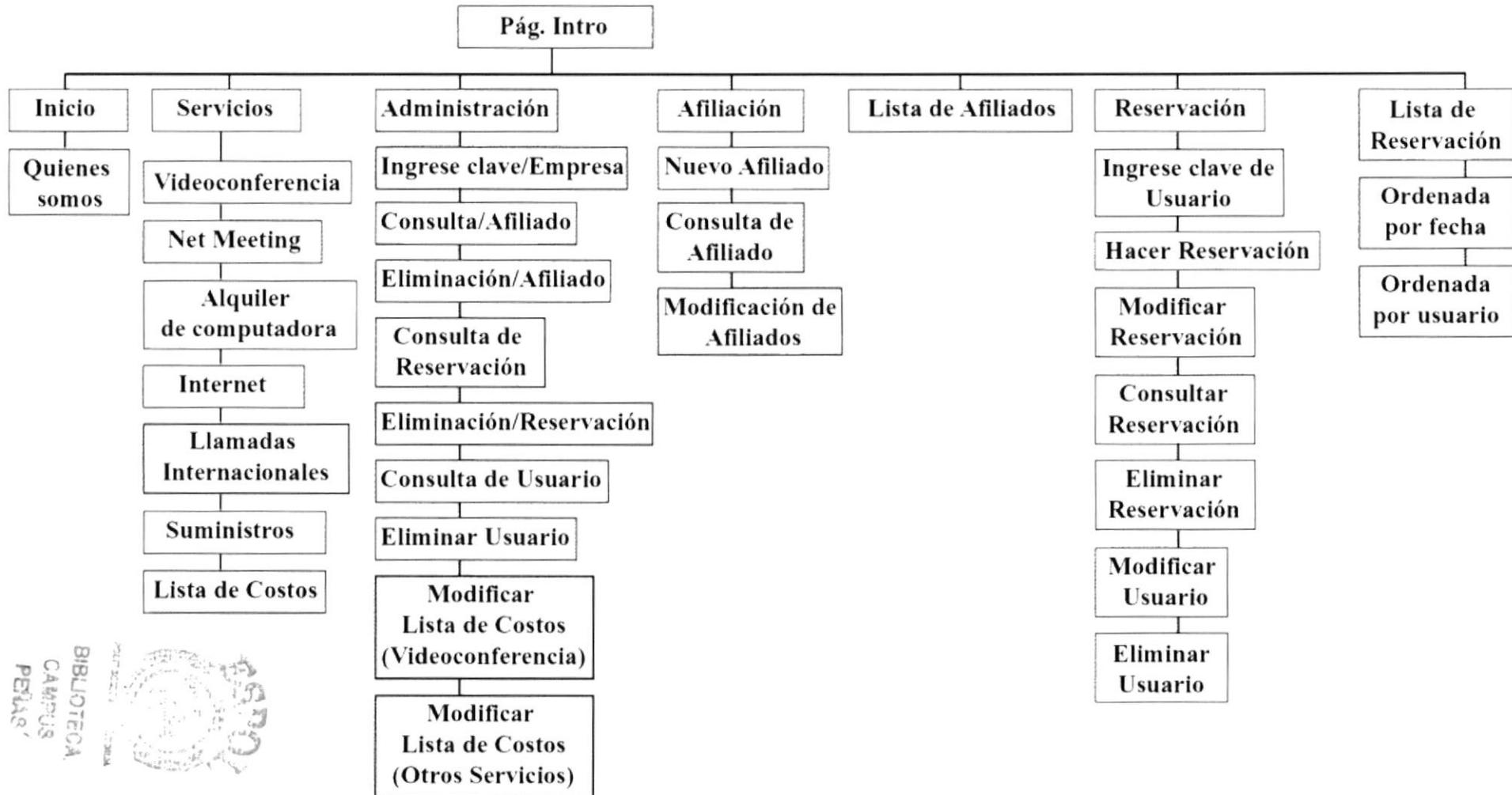
DISEÑO DE PÁGINA WEB

CAPÍTULO 7

Diagrama Jerárquico de la Página



7.1 DIAGRAMA JERÁRQUICO DE LA PÁGINA





Description del Sitio Web

8 CAPITULO

8.1 CABECERA



Figura 8.1 Imagen capturada de la cabecera del Site

La cabecera es parte de cada una de las páginas elaboradas. El imagotipo de TVO FAMILY aparece con el eslogan en la parte inferior.

Su ubicación es positiva ya que se encuentra del lado izquierdo de la página lo que favorece al orden de lectura y da equilibrio a los demás elementos.

8.2 MENÚ PRINCIPAL



Figura 8.2 Imagen del menú principal

Estos son los botones que aparecen en la página principal como menú principal.

El menú varía dependiendo del vínculo que se escoja; la posición de los botones será en el *frame* superior. Al pasar el *mouse* sobre cada botón, éste aumenta de tamaño y, al mismo tiempo, se despliega el nombre con su respectivo ícono.

8.3 BOTONES



La forma de los botones es redonda ya que se asocia con la imagen del lente de una cámara, recurso principal de TVO FAMILY (videoconferencia).

Se conserva los colores representativos del imagotipo, tanto en los botones, como en los fondos de todos los *frames*.

1.-Botón de Afiliación (para cadena de asociados): Tiene la figura de un hombre con una computadora que representa al usuario y su afiliación a la página.

2.-Botón de Lista de Afiliados: Las dos hojas representan la constancia de pertenecer a la lista de afiliados.

3.-Botón de Reservación (para clientes en general): Este ícono sugiere al usuario un acercamiento a obtener su reservación.

4.-Botón de Lista de Reservación: Esta imagen le da a entender al usuario que puede recurrir a ver si su reservación ha sido aprobada.

5.-Botón de Inicio: El ícono de la casa representa el comienzo y regreso a la página inicial.

6.-Botón de Servicios (locales): La computadora hace referencia a los servicios informáticos que se ofrece.

7.-Botón de Administración (derechos reservados): Representa a la persona que se encargará de llevar el control de la página.

8.4 SUB-MENÚ

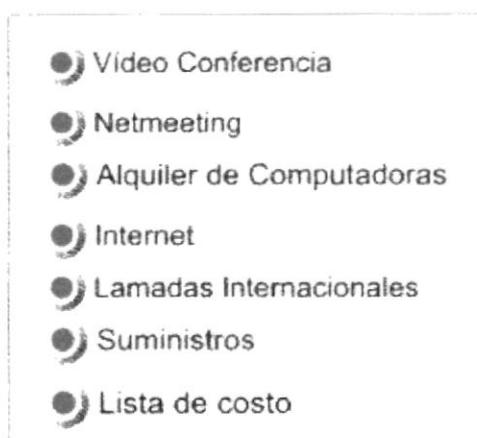


Figura 8.3 Sub-menú de servicios.

Este sub-menú consta de botones dispuestos a manera vertical, al pasar el *mouse* y al presionar, sobre cada una de estas opciones su coloración varía a azul.

8.5 ANIMACIONES-1

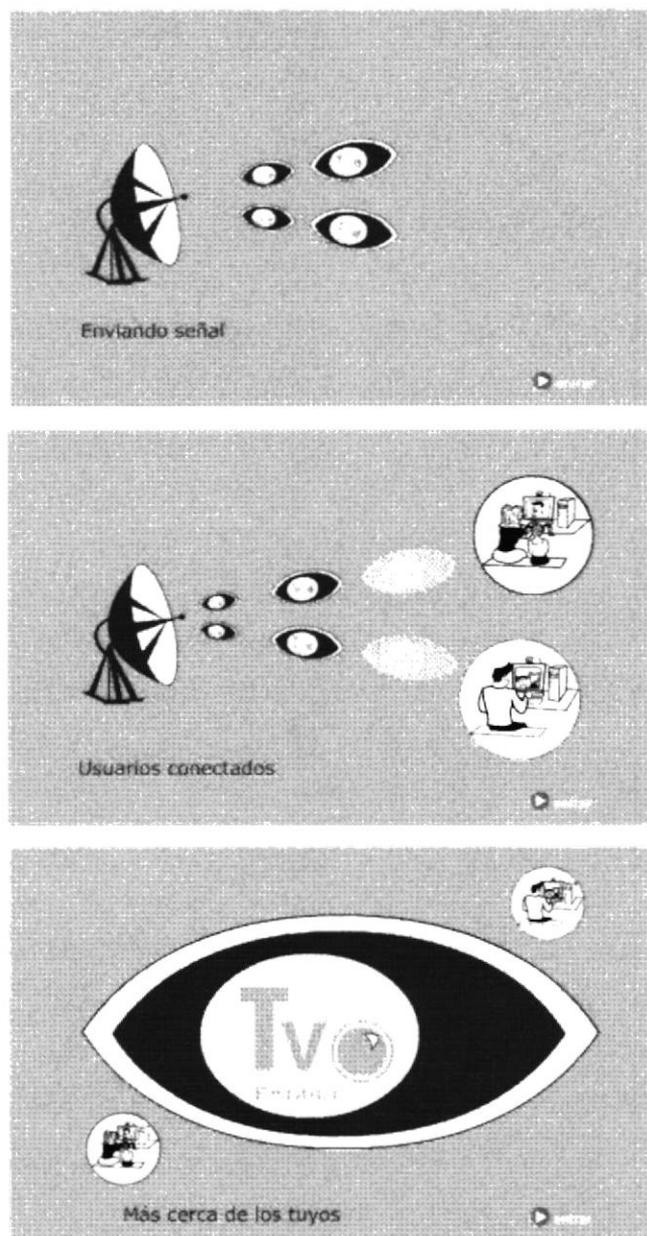


Figura 8.4 Imágenes capturadas de la animación de la página intro.

Para el usuario tiene mayor impacto visual las animaciones, es por esto que se lo ubica en un punto estratégico, como lo es la página intro; pues es lo primero que el usuario visualiza antes de ingresar al Site.

8.6 ANIMACIONES-2

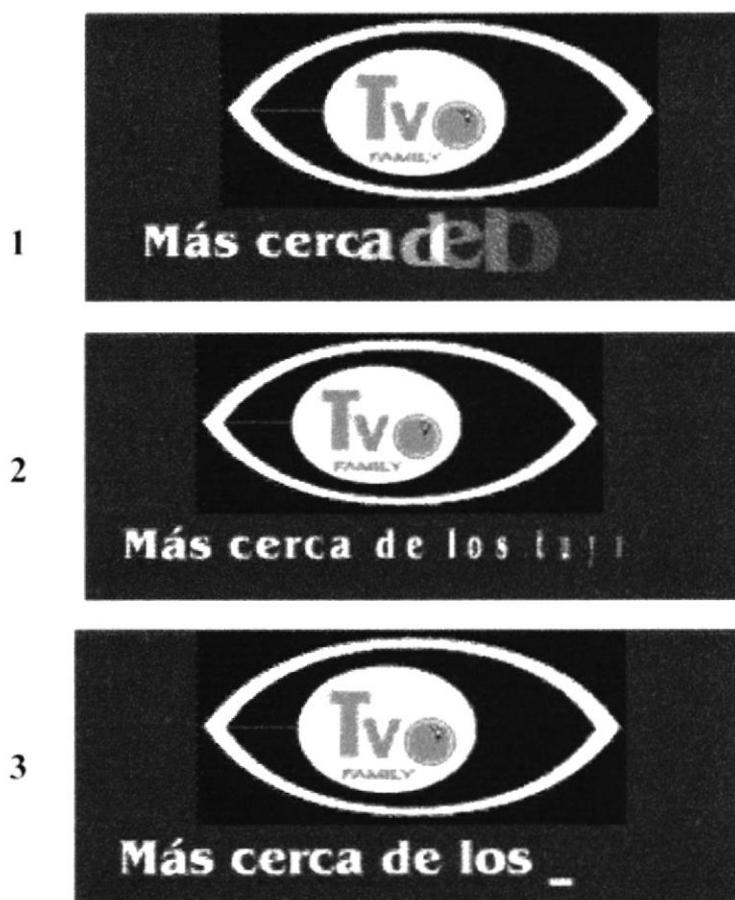


Figura 8.5 Imágenes capturadas de la animación de la cabecera.

En la cabecera se emplearon tres tipos de animaciones, específicamente en el slogan.

1.- Se va formando el eslogan a medida que van apareciendo las letras, aumentando la intensidad de color y variando en tamaño.

2-Cada una de las letras del eslogan aparecen a manera giratoria de izquierda a derecha.

3-En esta animación el eslogan va apareciendo como si estuvieran digitando cada letra.

La animaciones fueron realizadas en Flash, por Jenny Celi compañera de tesis de Análisis de Sistemas.

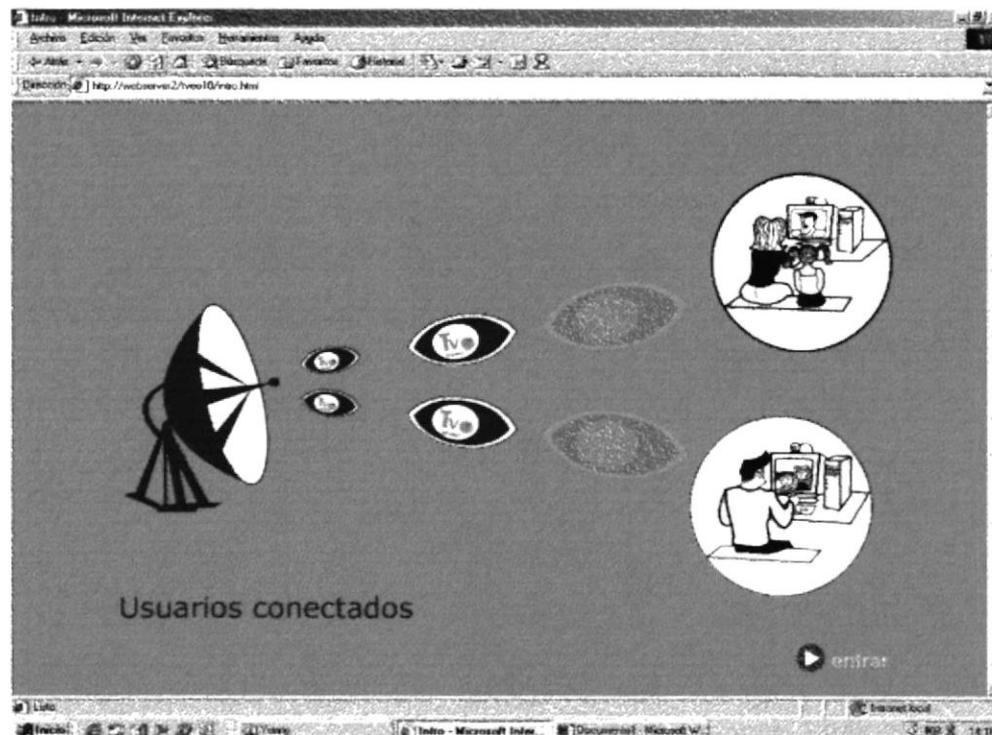
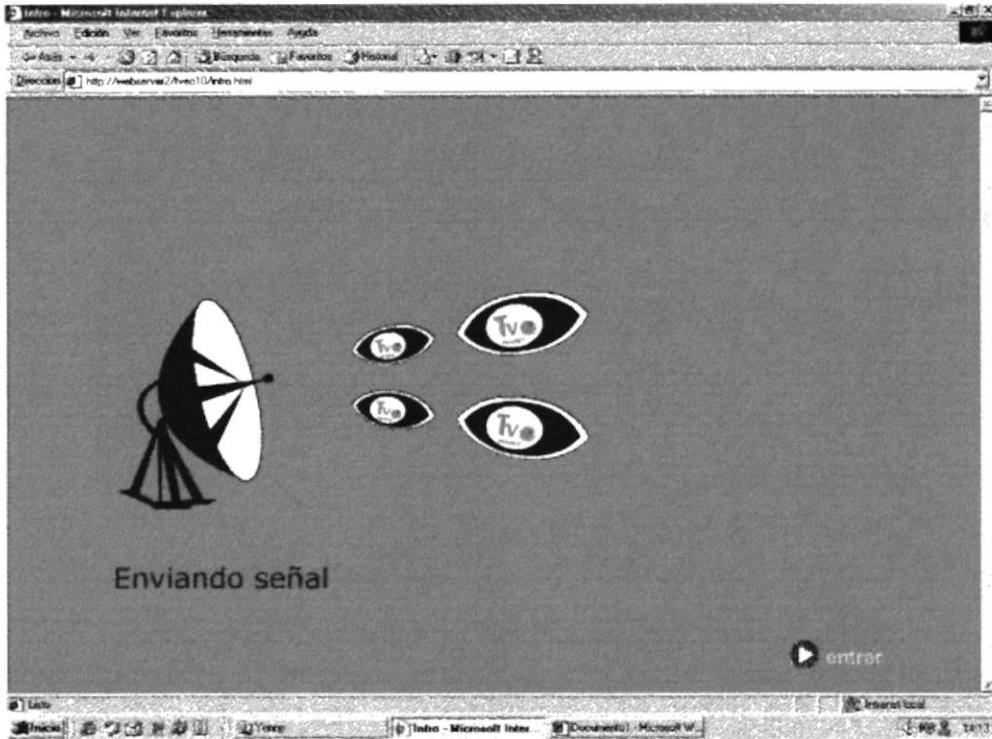
CAPÍTULO 9

Diseño de Pantallas



9.1 PANTALLA INTRO-1

Pantalla Intro: Secuencia 1 y 2 de la Animación.



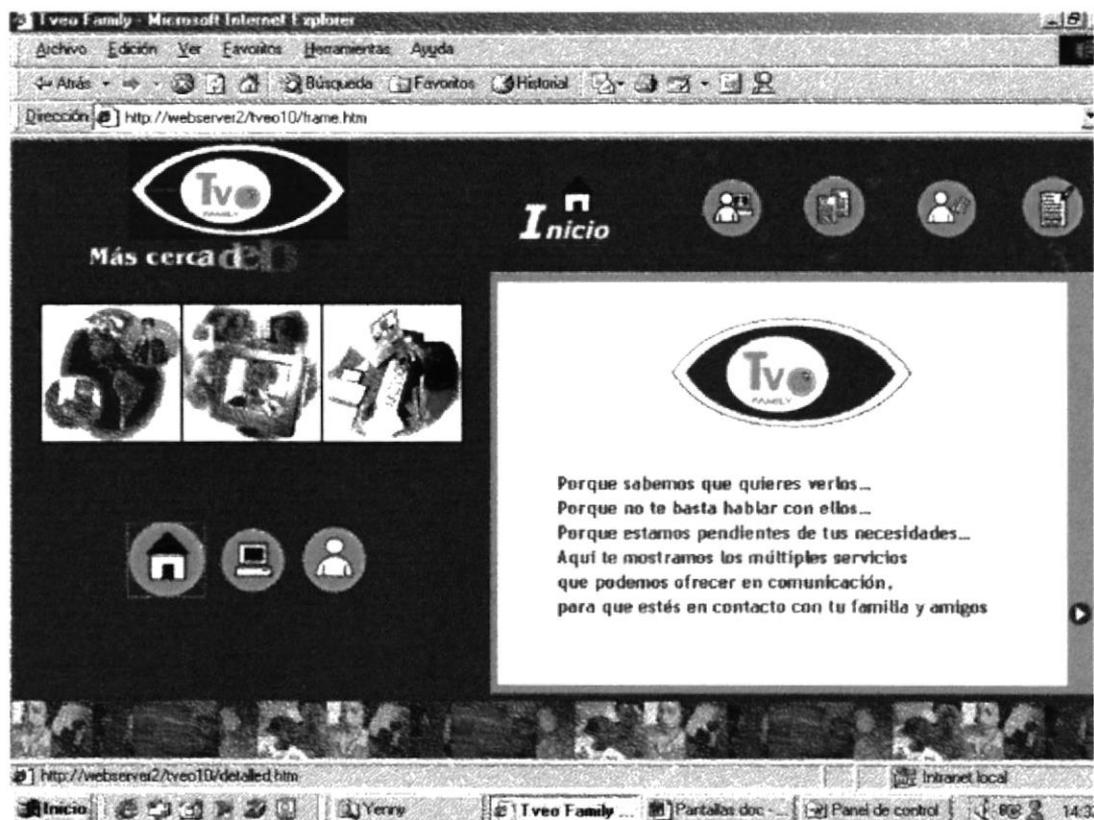
9.2 PANTALLA INTRO-2

Pantalla Intro: Secuencia 3 de la Animación.



9.3 PANTALLA DE LA PÁGINA PRINCIPAL

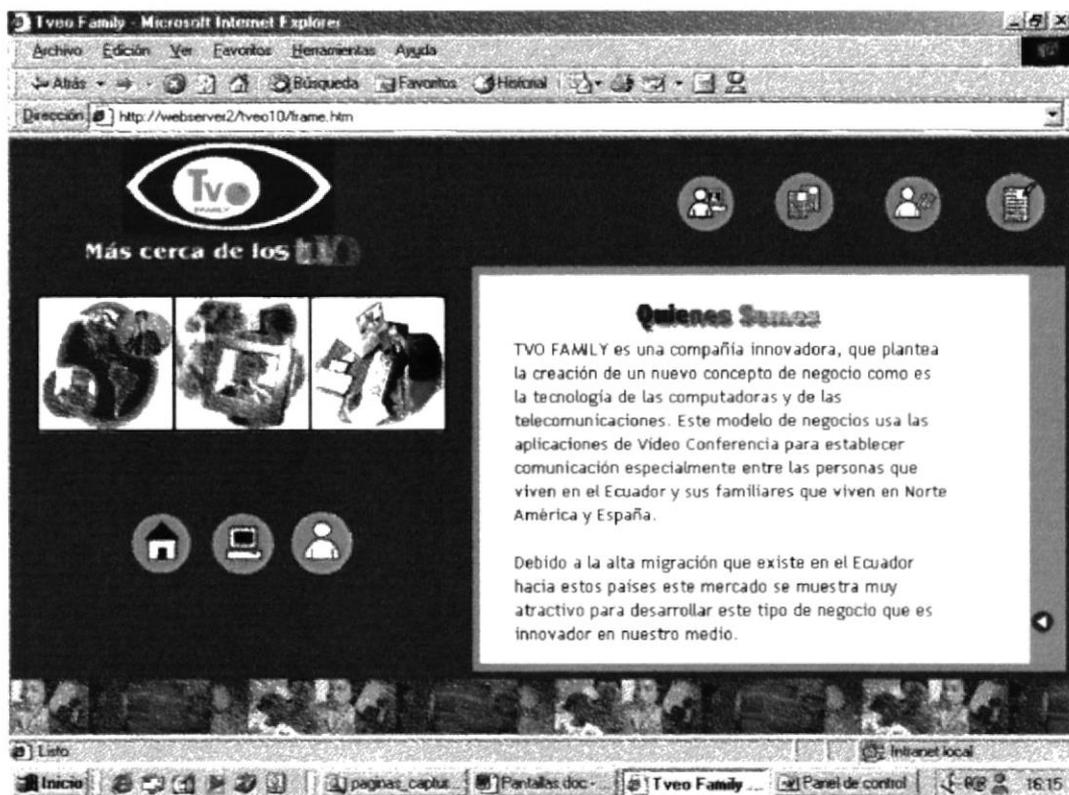
Aparece luego de la animación de la página Intro.



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

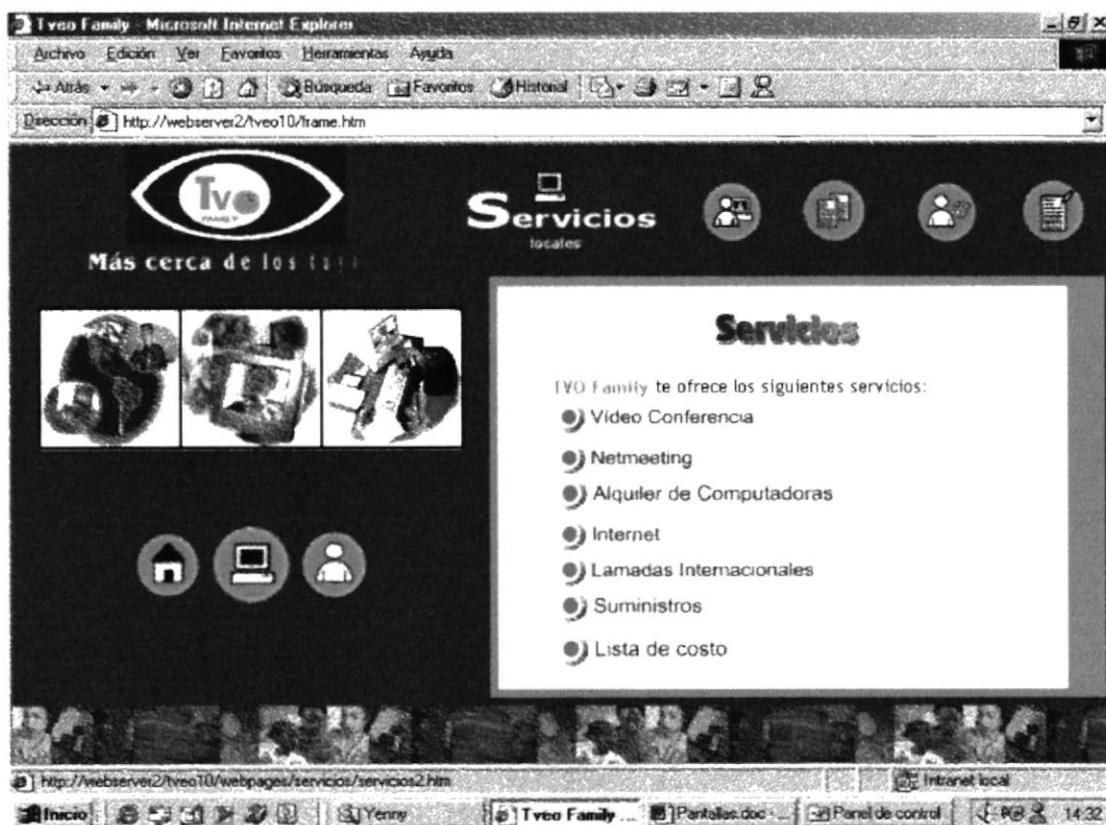
9.4 PANTALLA ¿QUIENES SOMOS?

Contiene información acerca de TVO FAMILY.



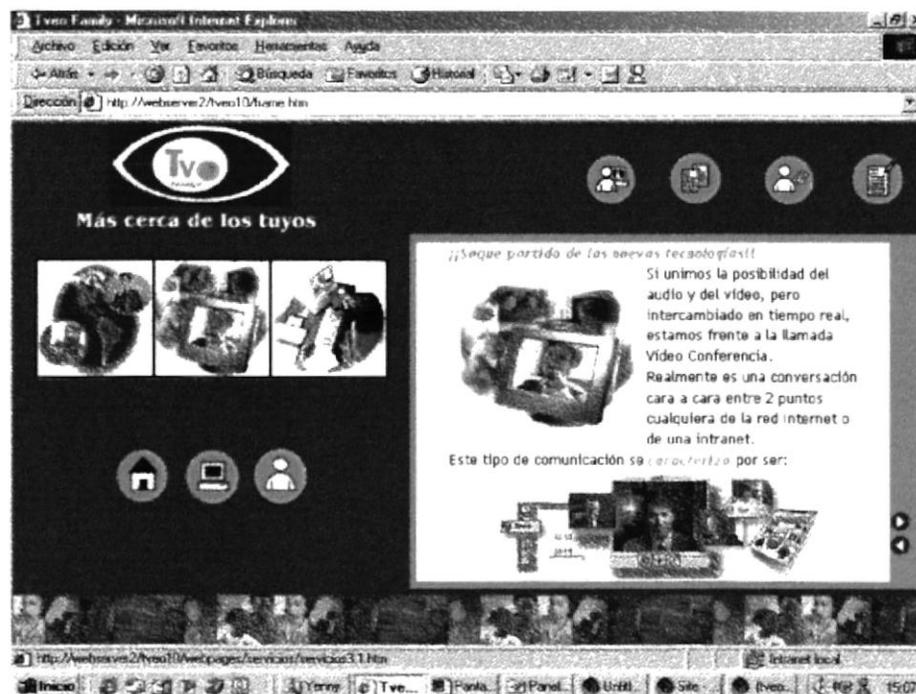
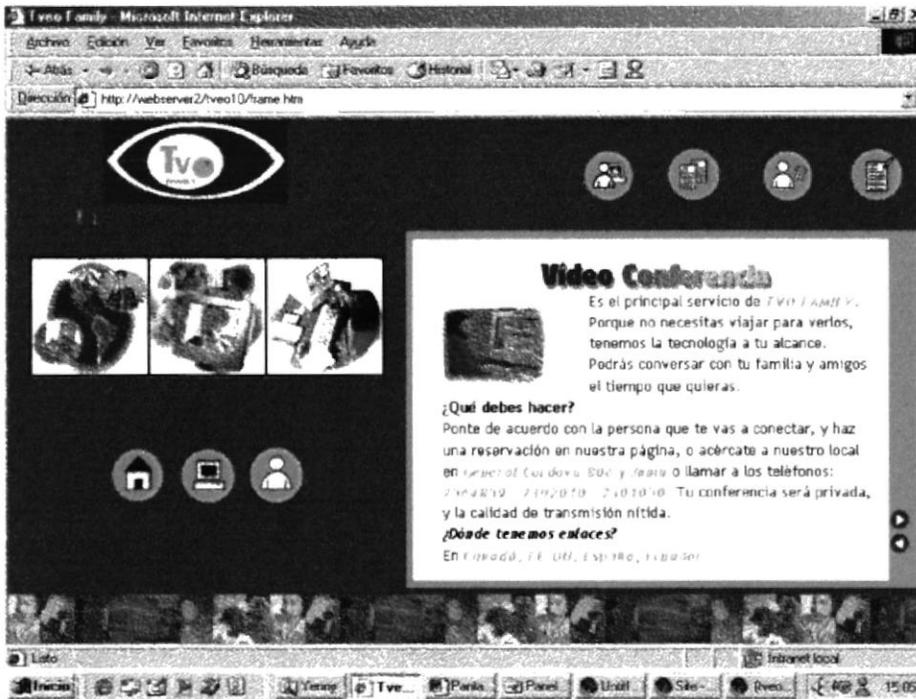
9.5 PANTALLA DE SERVICIOS

Muestra un sub-menú con los servicios locales que brinda TVO FAMILY.



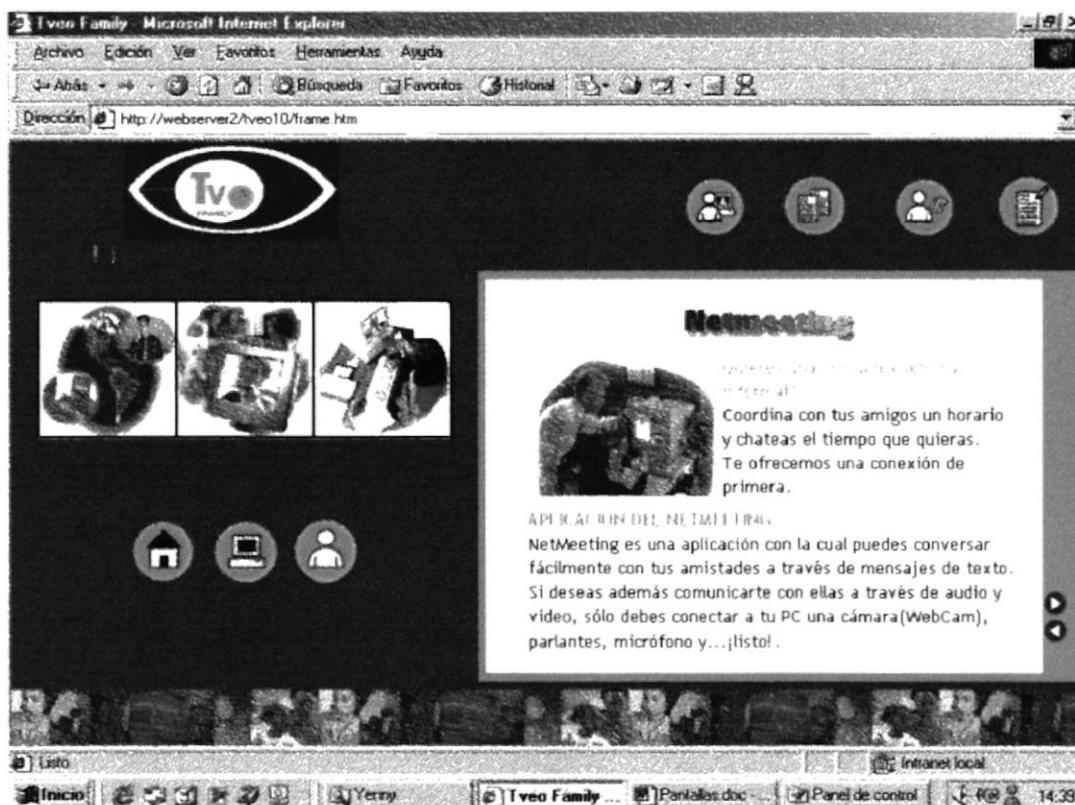
9.6 PANTALLA DE VIDEOCONFERENCIA

Explica en que consiste el servicio de videoconferencia.



9.7 PANTALLA DE NET MEETING

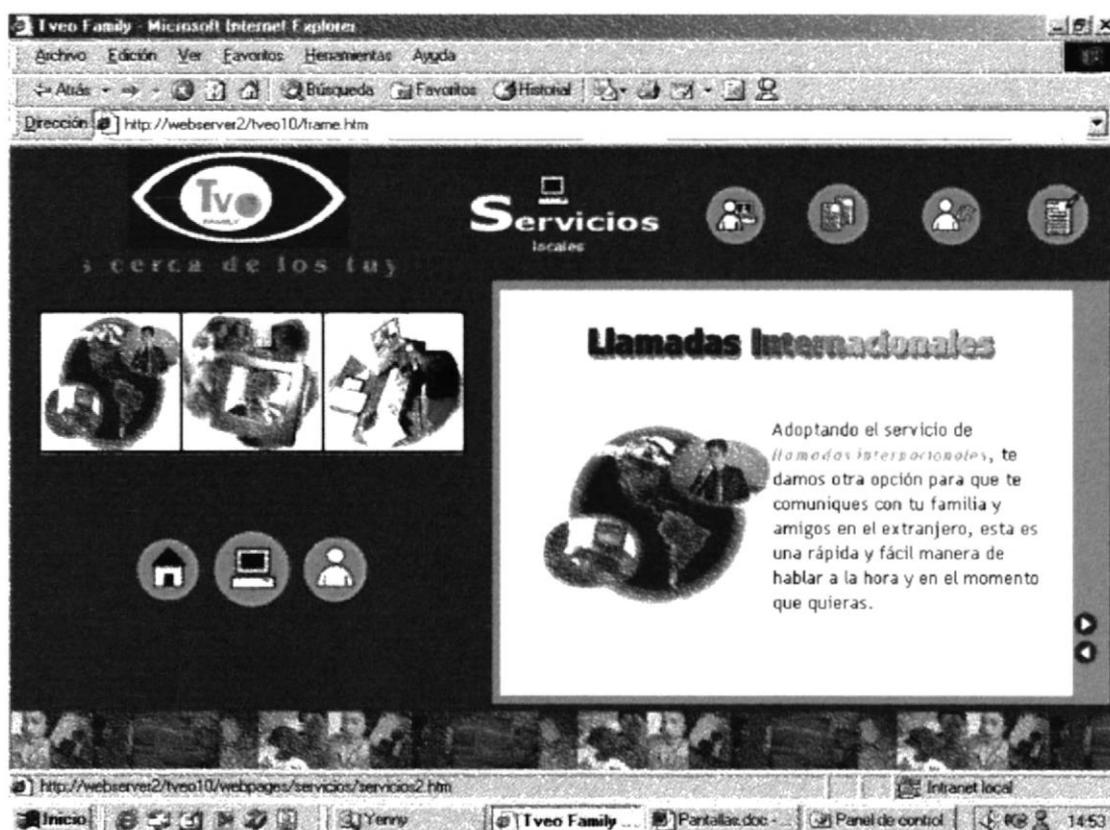
Permite conocer lo que es net meeting.



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

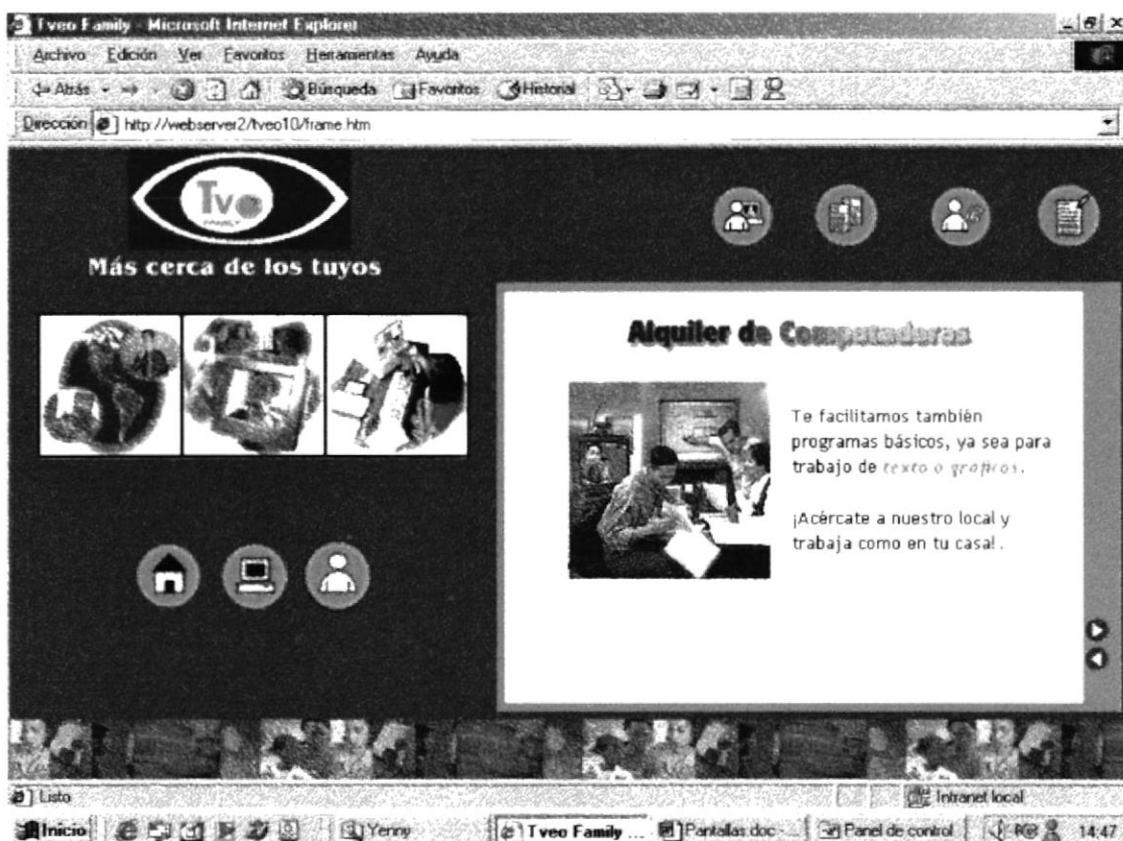
9.8 PANTALLA DE LLAMADAS INTERNACIONALES

Acerca del servicio de llamadas internacionales.



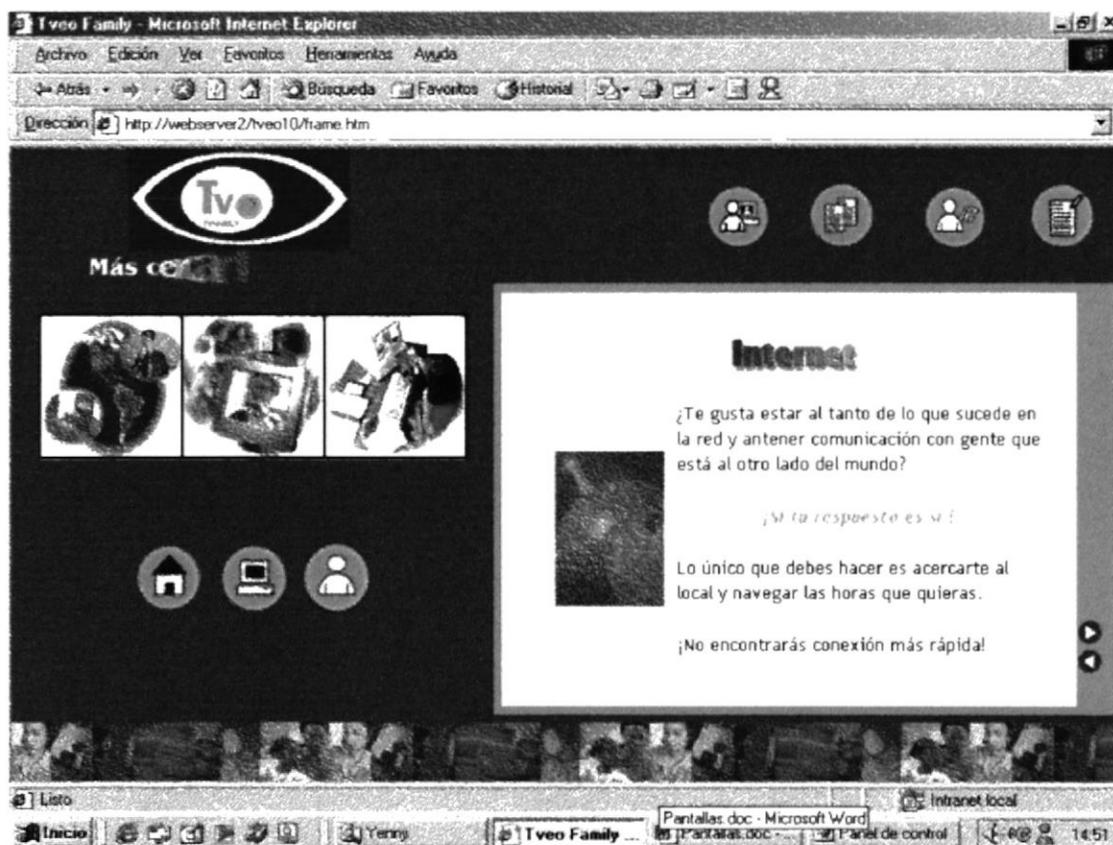
9.9 PANTALLA DE ALQUILER DE COMPUTADORAS

Muestra los beneficios de este servicio.



9.10 PANTALLA DE INTERNET

Explica el uso de este servicio, y sus beneficios al usuario.



9.11 PANTALLA DE LISTA DE COSTOS

Se describen los precios de cada servicio.

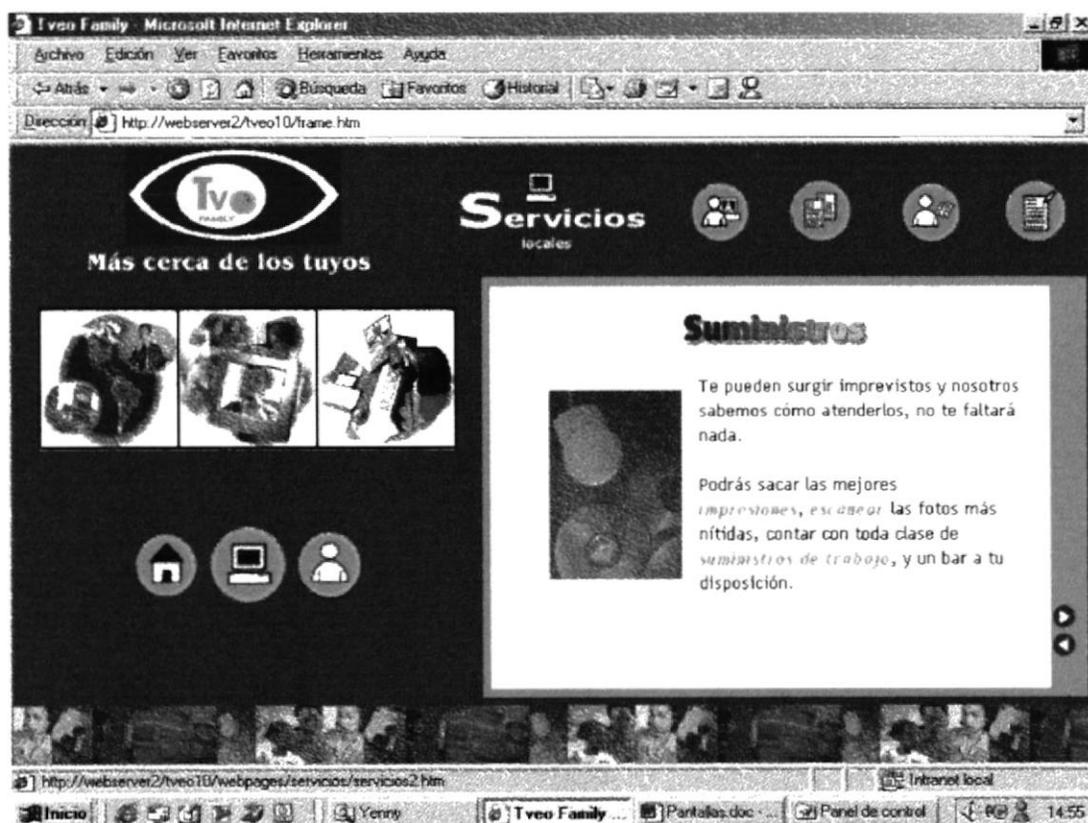
The screenshot shows a web browser window titled 'Tveo Family - Microsoft Internet Explorer'. The address bar displays 'http://webservers2/tveo10/frame.htm'. The main content area features the 'Tveo' logo and a navigation bar with icons for home, search, and user profile. Below the logo, there are three small images representing video services. The central focus is a table titled 'Lista de Costos' (Cost List) with the following data:

Tipo de Servicio	Lugar de Origen	Lugar de Destino	Unidad de Tiempo	Costo
Vídeo Conferencia	Ecuador	Estados Unidos	2 min.	60
Vídeo Conferencia	Ecuador	México	1 min.	50
Vídeo Conferencia	Ecuador	Estados Unidos	1 min.	50
Vídeo Conferencia	Ecuador	Colombia	1 min.	50
Vídeo Conferencia	Ecuador	Perú	1 min.	50

The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with the date and time '14:36' and several open applications including 'Inicio', 'Yerry', 'Tveo Family', 'Pantallas.doc', and 'Panel de control'.

9.12 PANTALLA DE SUMINISTROS

Muestra suministros extras que puede obtener el cliente.



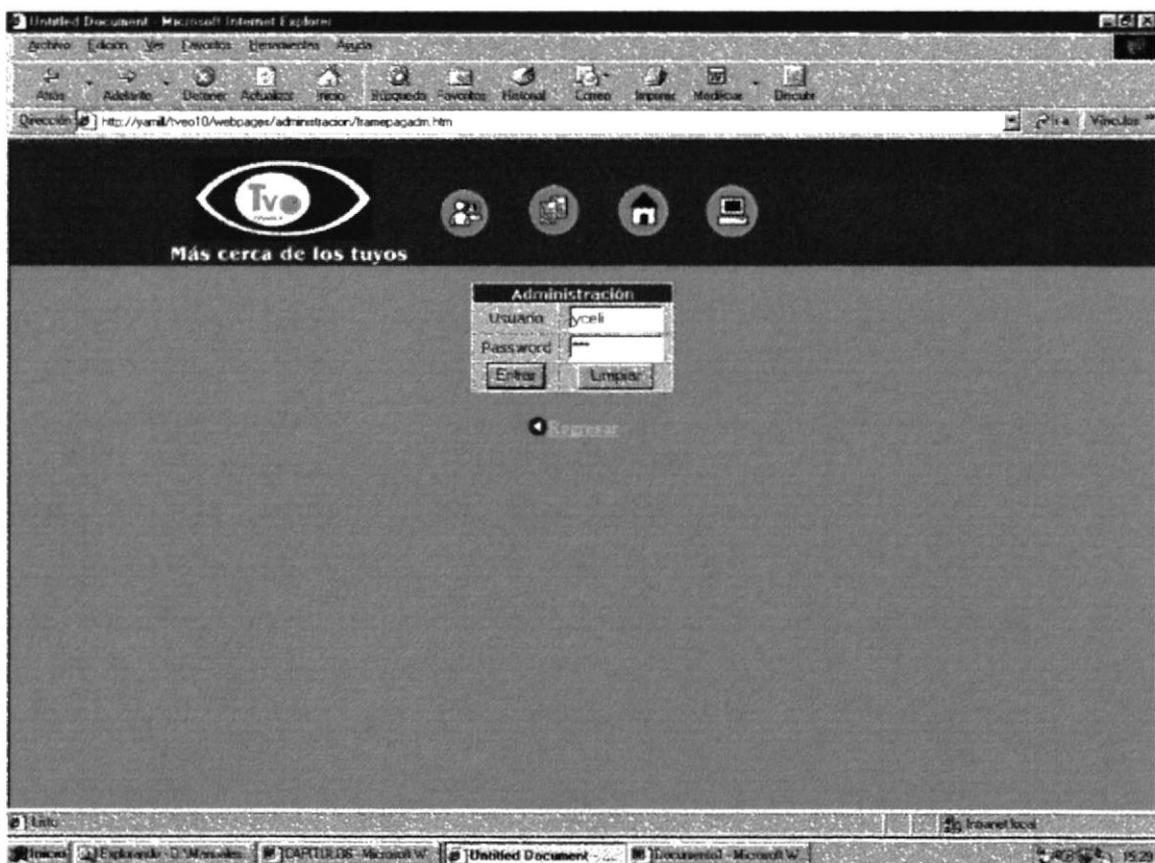
9.13 PANTALLA DE ADMINISTRACIÓN

Uso exclusivo del web Master para manipular información.



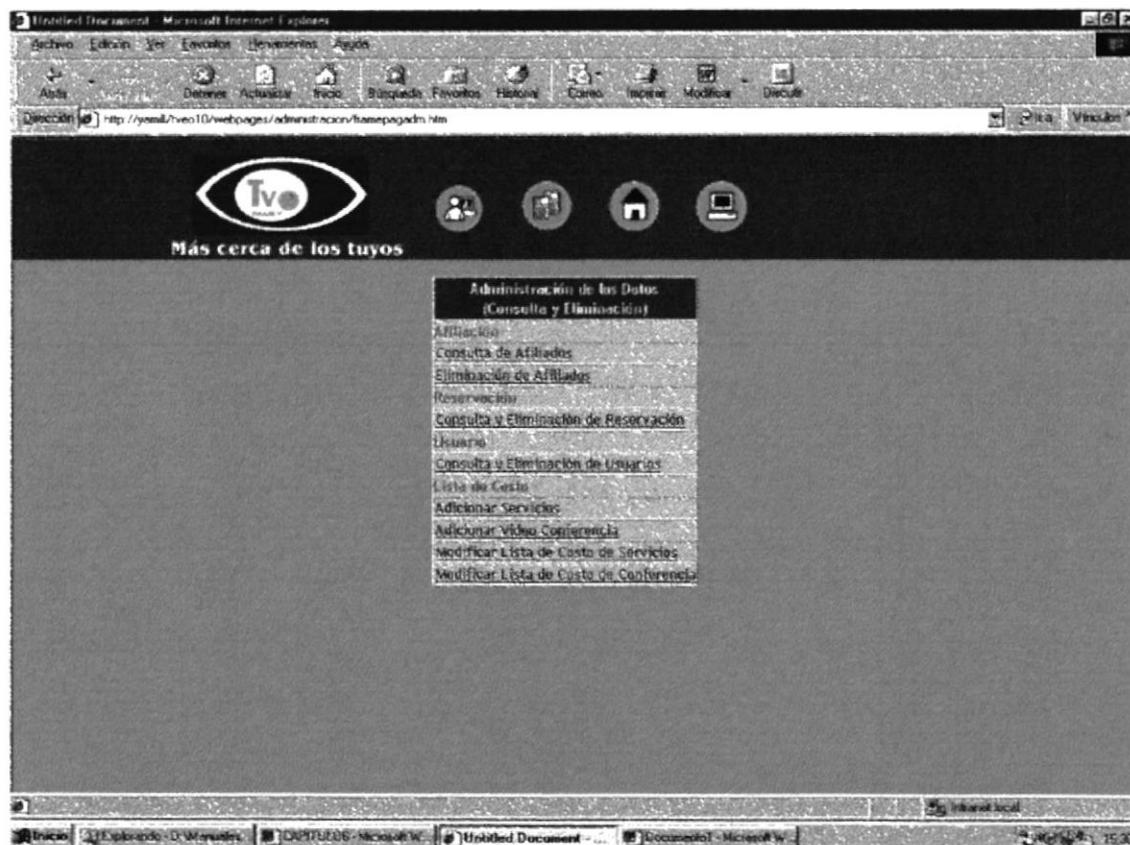
9.14 PANTALLA INGRESO DE CLAVE/WEB MASTER

Aquí se muestra la pantalla donde Web Master puede ingresar la clave.



9.15 PANTALLA MENÚ DE ADMINISTRACIÓN

Dentro de este menú se encuentran las opciones para que el Web Master pueda realizar cambios.



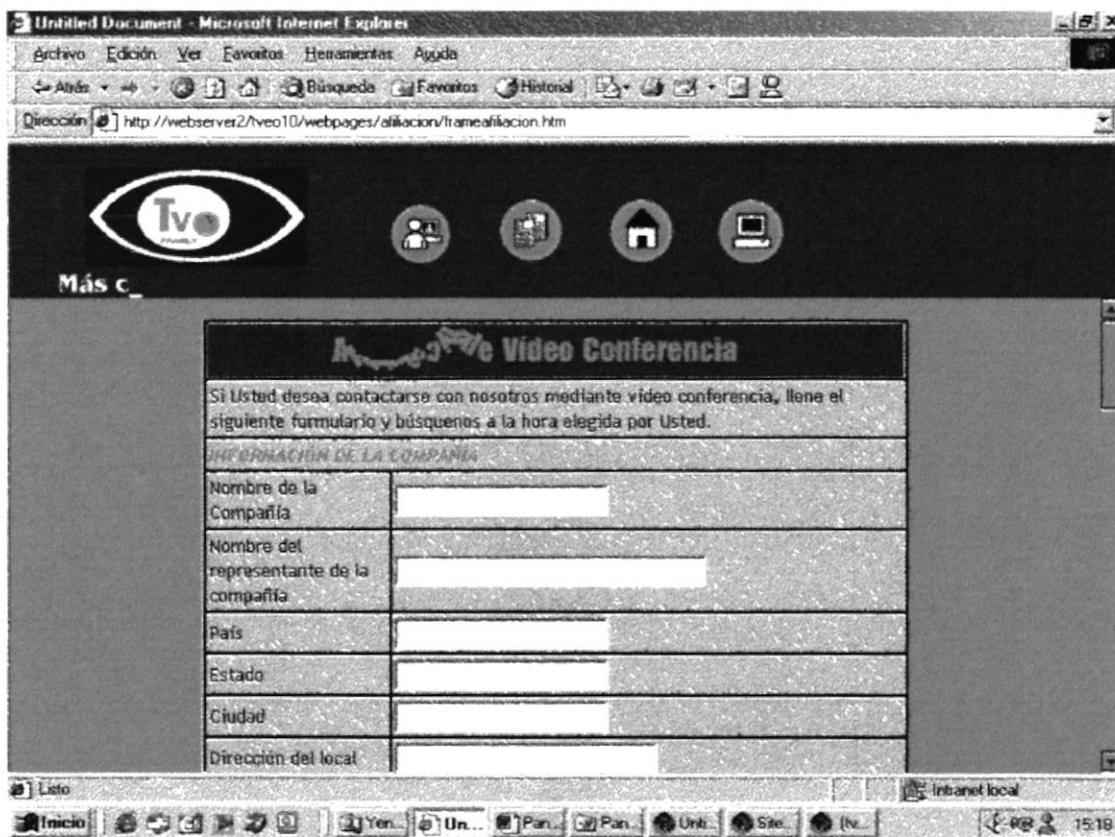
9.16 PANTALLA DE AFILIACIÓN

Aquí se invita a los usuarios a formar parte de la cadena de videoconferencia..



9.17 PANTALLA DE NUEVO AFILIADO

Se ingresan datos para afiliarse la cadena.



The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a web page. The browser's address bar shows the URL: `http://webserver2/veo10/webpages/afiliacion/frameafiliacion.htm`. The page features a dark header with the 'Tvo' logo and several navigation icons. Below the header, there is a section titled 'Más c...' followed by a registration form for a video conference service.

Más c...

Video Conferencia

Si Usted desea contactarse con nosotros mediante video conferencia, llene el siguiente formulario y búsquenos a la hora elegida por Usted.

INFORMACIÓN DE LA COMPAÑIA

Nombre de la Compañía	<input type="text"/>
Nombre del representante de la compañía	<input type="text"/>
País	<input type="text"/>
Estado	<input type="text"/>
Ciudad	<input type="text"/>
Dirección del local	<input type="text"/>

The browser's status bar at the bottom shows 'Listo' and 'Intranet local'. The taskbar at the very bottom includes icons for 'Inicio', 'Yen...', 'Un...', 'Pan...', 'Unk...', 'Site...', and 'In...', along with the system clock showing '15:18'.

9.18 PANTALLA DE CONSULTA DE AFILIADO

Aquí se muestra los afiliados a la cadena.

Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Altas Búsqueda Favoritos Historial

Dirección http://webserver2/tveo10/webpages/afiliacion/trameafiliacion.htm

Tve

Más cerca de los tuyos

Nuestros Afiliados

Nombre	Representante	País	Ciudad	Estado	Correo Electrónico
Alfadomu	Fernando Villavicenc	Estados Unidos	Loja	norte sur	fervilla@mixmail.com
CompuWord	Yamil Lambert	Ecuador	Guayaquil	este	y_lambert@hotmail.com
Docucentro	Sonia Caceres	España	Cuenca	norte	son_caceres@hotmail.com
fdqdfgdg	dfgdf	fdgdf	Quito	norte este	yenny_celi@hotmail.com
Yenny Corp	Ani. Yenny Celi	Ecuador	Guayaquil	oeste	yenny_celi@hotmail.com

Regresar

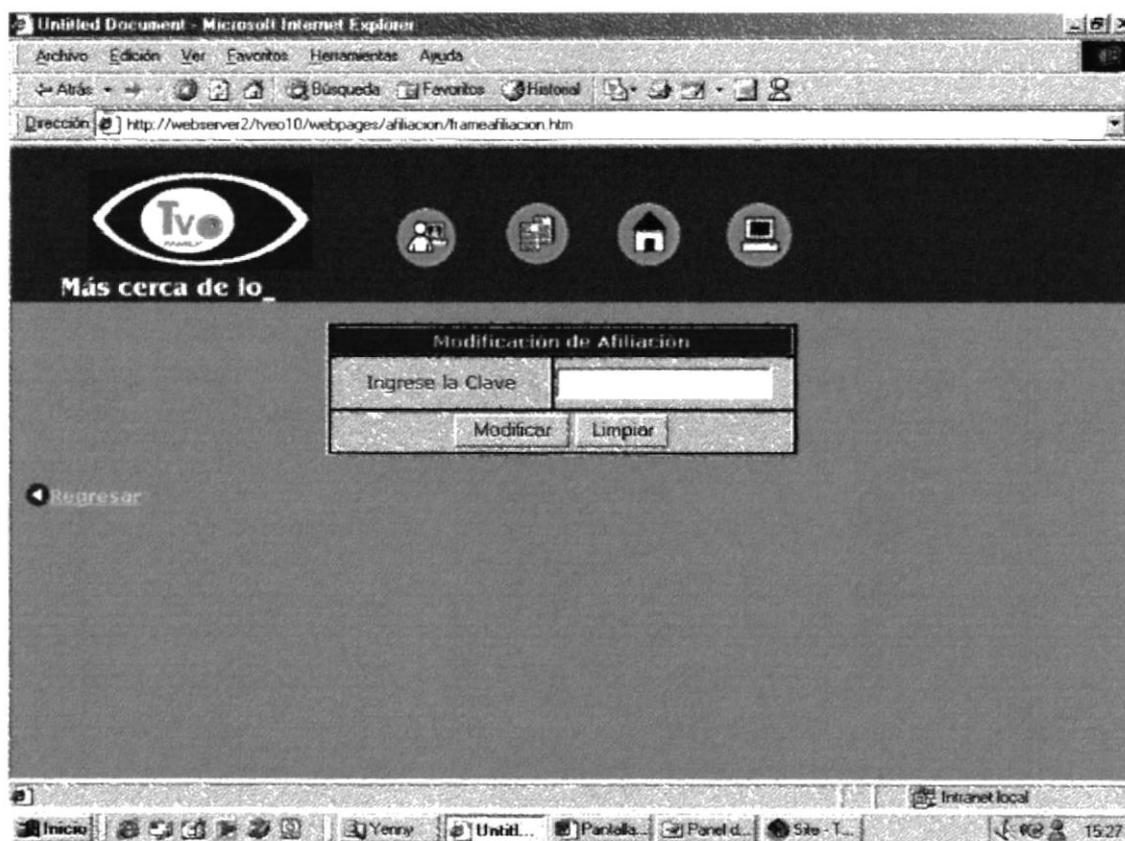
Listo Intranet local

Inicio Yen... Un... Pan... Pan... Uni... Ste... Itv... 15:13



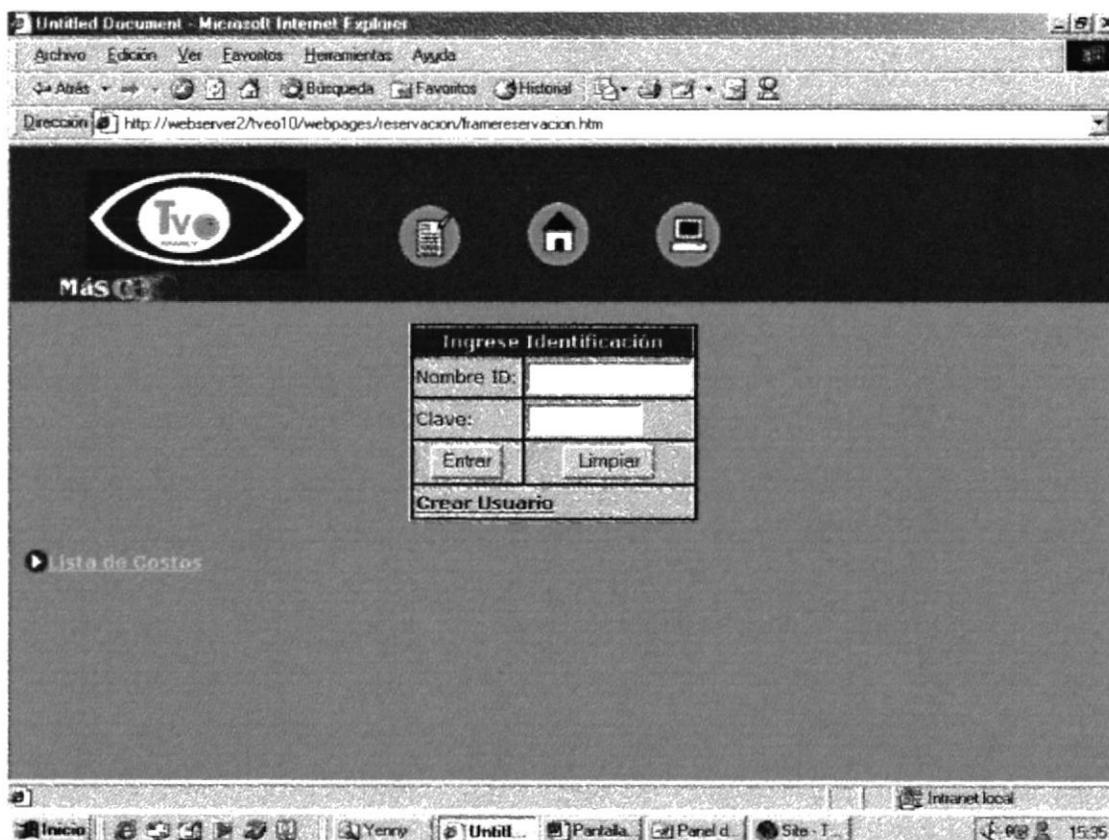
9.19 PANTALLA DE MODIFICACIÓN DE AFILIADO

Se ingresa una clave para realizar modificaciones de afiliación.



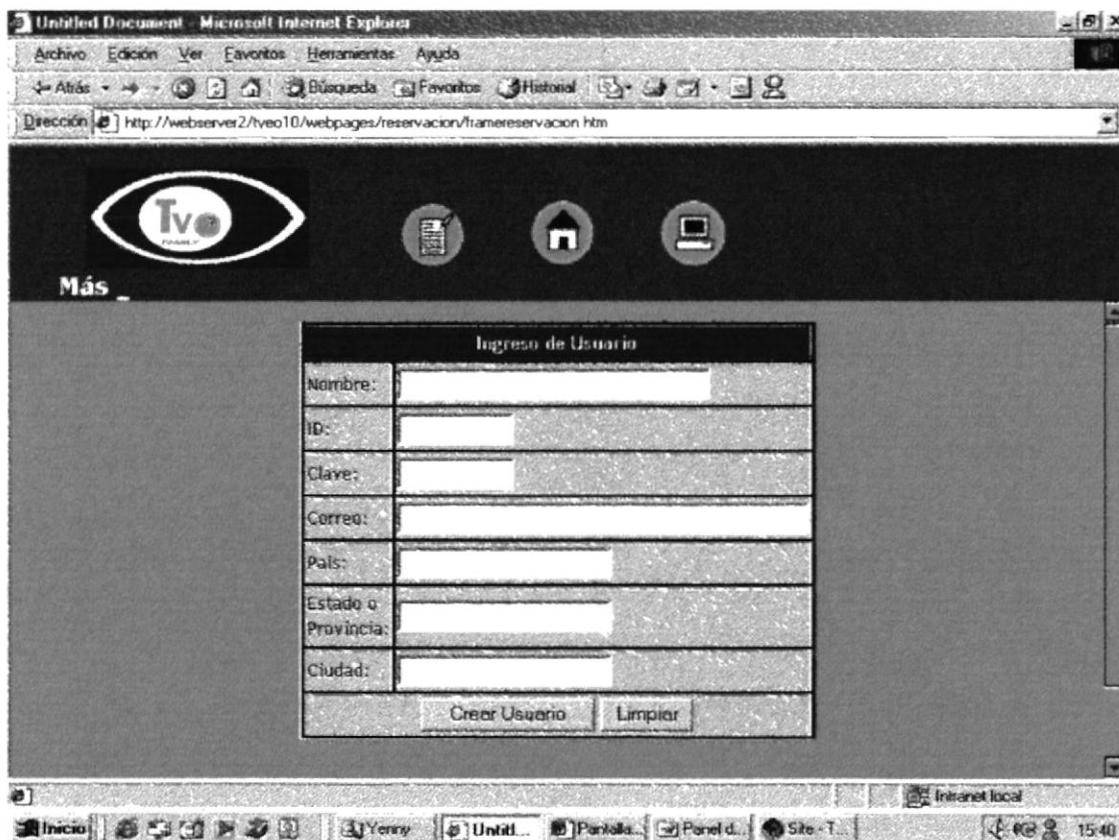
9.20 PANTALLA DE RESERVACIÓN

Se ingresa una clave de usuario, caso contrario se crea uno nuevo, para poder realizar una reservación.



9.21 PANTALLA DE CREACIÓN DE USUARIO

Aquí se ingresan datos del usuario, en caso de que no existiere. Se asigna un *user* y una clave, los que servirán para realizar la reservación.



The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying a web page. The address bar shows the URL: `http://webservice2/tveo10/webpages/reservacion/frameservacion.htm`. The page features a navigation bar with a logo and three icons. Below this is a form titled "Ingreso de Usuario" with the following fields:

Nombre:	<input type="text"/>
ID:	<input type="text"/>
Clave:	<input type="text"/>
Correo:	<input type="text"/>
País:	<input type="text"/>
Estado o Provincia:	<input type="text"/>
Ciudad:	<input type="text"/>

At the bottom of the form are two buttons: "Crear Usuario" and "Limpiar". The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with the time 15:40 and the text "Intranet local".

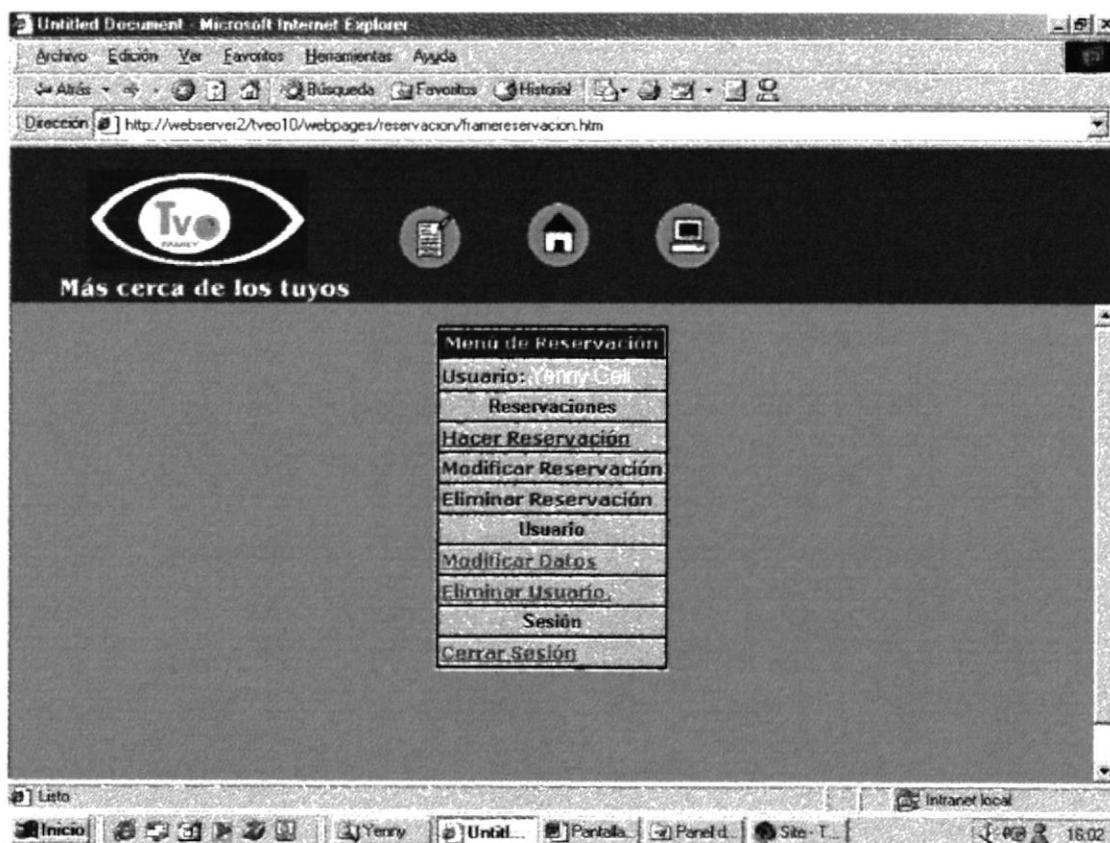
9.22 PANTALLA PARA REALIZAR RESERVACIÓN

En esta página se realiza la reservación para una videoconferencia.

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window. The address bar displays the URL: `http://webserver2/veo10/webpages/reservacion/frameservacion.htm`. The page header features the 'Tvo' logo (an eye shape) and the text 'Más cerca de los tuyos'. Below the header, there are three navigation icons: a document, a house, and a laptop. The main content area is titled 'Reservación de Videoconferencia'. It contains a paragraph explaining the service: 'Tvo Family te brinda un servicio de Videoconferencia que les permitirá tener un contacto con sus familiares de otro país a través de Internet, más personalizado y a tiempo real. Si Usted desea contactarse con nosotros mediante video conferencia, rellene el siguiente formulario y busquen a la hora elegida por Usted.' Below this text is a form titled 'DATOS PERSONALES' with the following fields: 'Nombre' (filled with 'Yenny Celi'), 'Dirección' (empty), 'Teléfono' (empty), and 'Correo Electrónico' (empty). The browser's status bar at the bottom shows 'Listo' and 'Intranet local'. The taskbar at the very bottom includes icons for 'Inicio', 'paginas_captu...', 'Pantallas.doc...', 'Untitled Doc...', 'Panel de control', and a clock showing '16:31'.

9.23 PANTALLA MENÚ DE RESERVACIÓN

Aquí se especifica el nombre del usuario que desea realizar una reservación, también tiene enlaces para modificar y eliminar una reservación así como modificar y eliminar datos de un usuario.



9.24 PANTALLA LISTA DE RESERVACIÓN

Aquí se muestra la lista de usuarios que han realizado alguna reservación; esta lista puede estar ordenada por fecha o por usuarios registrados.

Microsoft Internet Explorer

http://webserver2/tvo10/webpages/reservacion/lista/FrameLista.htm

Tvo

Más cerca de las 11

Ordenados por RE

Hombre	Tiempo Min.	Cadena Origen	Cadena destino	Hora	# Cabina	Fecha
Yenny Celi	12	Tvo Family (Ecuador/oeste/Machala)	Tvo Family (Ecuador/oeste/Machala)	7 AM	1	05/12/2001
Luis	12	tvo family 10 (Ecuador/ Guayas/ Guayaquil)	fdgdfgdg (fdgdf/ fdgdr/dgd)	7 AM	2	20/11/2001
Yenny Celi	12	Tvo Family (Ecuador/ Guayas/ Guayaquil)	Tvo Family (Ecuador/ Guayas/ Guayaquil)	7 AM	3	30/08/2001
Yamil Lambert	20	Tvo Family (Ecuador/ Guayas/ Guayaquil)	Tvo Family (Ecuador/ Guayas/ Guayaquil)	7 AM	4	30/08/2001
Yenny Celi	30	Tvo Family (Ecuador/ Guayas/ Guayaquil)	Tvo Family (Ecuador/ Guayas/ Guayaquil)	7 AM	2	30/08/2001
Yenny Celi	13	Tvo Family	Tvo Family	7 AM	1	30/08/2001

Inicio | paginas_captu... | Pantallas.doc... | Untitled Doc... | Panel de control | 16:44

CAPÍTULO 10

Anexos



10.1 ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

1. DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS

- Introducir el servicio de videoconferencia como el mejor en el mercado.
- Dar a conocer que también es un lugar donde se puede navegar en internet, realizar impresiones y scaneos.
- Convertirse en un centro de comunicación y entretenimiento en el área cercana al Malecón 2000.

2. DETERMINACIÓN LOS DESTINATARIOS DEL MENSAJE

- A. Personas con familiares en el extranjero
- B. Estudiantes Politécnicos que necesitan equipos de alquiler o que quieran navegar en internet.

2.1. *¿Hay en ese segmento de público un interés previo por el tema?*

- A. Sí. Su necesidad de comunicarse los lleva a buscar nuevas formas de contactarse con sus familiares.
- B. Algo. Ellos no ven esto como una herramienta necesaria de comunicación, puesto que se enfocan más en los otros servicios que presta este Cyber.

2.2. *¿A qué medios suelen exponerse más los integrantes de ese segmento?*

- A. Prensa, revista, televisión, radio, P.O.P (material punto de venta)
- B. Televisión, hojas volantes, internet.

2.3. *¿Qué criterios o conocimientos previos hay en ese segmento sobre el tema?*

- A. Tienen el suficiente conocimiento para emplear el servicio de videoconferencia y demás.
- B. Bastante conocimiento porque están al día en las innovaciones del mercado.

2.4. *¿Qué importancia o implicación personal tiene el tema para los integrantes del segmento?*

- A. Bastante. Además de hablar con sus familiares tienen la oportunidad de verlos.
- B. Bastante. Necesitan del hardware y software para efectuar sus trabajos.

2.5. *¿Qué nivel cultural es el predominante en el segmento?*

- A. Medio. Son personas que trabajan y tal vez posean pocos estudios.
- B. Medio, Medio-Alto. Siendo todos parte del estudiantado del Campus Las Peñas, están en medio de una formación académica superior.



10.2 ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Tercero: Diseño de Página Web con visión futura de realizar una red de videoconferencias.

Cuarto: Decoración de local, aplicación de colores y organización.

3.6. *¿Se deberá explicitar o no las conclusiones de los mensajes?*

Sí. Mientras más claridad haya, y más explícitos sean los mensajes, los targets comprenderán mejor las ventajas que puede ofrecer el cyber.

3.7. *¿Los mensajes deben ser racionales o emocionales?*

A. Emocionales, siendo una manera más efectiva de convencer al target de usar videoconferencia.

B. Racionales. Se destacará las ventajas de trabajar con hardware y software de punta como soporte.

4. ESTRATEGIA DE MEDIOS

4.1. *¿Qué medios van a emplear para transmitir los mensajes? ¿Con qué frecuencia, en qué horarios o espacios?*

A. Anuncios de periódico, Clasificado de televisión, Radio. Diariamente, para entrar más rápido en el mercado.

B. Anuncio clasificado de televisión, hoja volante, afiche, con la misma frecuencia que para el segmento A.

4.2. *¿Qué comunicadores o medios ejercen una mayor influencia sobre los públicos seleccionados?*

Aparte de los medios descritos anteriormente, marketing directo es una posibilidad, aunque dependería del presupuesto del anunciante.

5. LA RETROALIMENTACIÓN

5.1. *¿Cuáles elementos o mecanismos se va utilizar para conocer si los propósitos la estrategia se están cumpliendo?*

El personal de Teveo Family deberá llevar un registro de las personas que acuden y solicitan los servicios, para conocer la acogida que está logrando, y así implementar promociones en beneficio de los usuarios. Se debe hacer una base de datos con los clientes del Cyber, realizando encuestas para conocer opiniones sobre los servicios ofrecidos.



BIBLIOTECA
CÁMPUS
PEÑAS

10.3 ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

6. LA LOGÍSTICA

6.1. *¿Con qué recursos cuenta el anunciante para desarrollar la estrategia?*

-Según la información otorgada por el cliente, Teveo Family cuenta con todos los recursos necesarios para poder utilizar medios comunicacionales como prensa, televisión, radio, y, además, hojas volantes, afiches y material de merchandising y la decoración del cybercafé.



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

10.4 ESTRATEGIA CREATIVA

01. - Cómo la publicidad construirá la marca.

Destacando el servicio de videoconferencia, para que los consumidores tengan una opción más moderna de comunicación con precios accesibles.

02. - Público Objetivo (Target)

Hombres y mujeres entre 18-50 años, de nivel socioeconómico medio; son personas que tienen familiares en otros países (EEUU, España, Italia) y que desean mantener contacto continuo con ellos.

03.-Competencia

Directa: Cybers Café que están alrededor.

Indirecta: - Llamadas internacionales,

- Demás Cybers café

04.- Posicionamiento

A. Cómo el público objetivo ve la marca hoy.

"Me gusta comunicarme con mis familiares que se han ido a otros países. Los llamo por Internet dos veces al mes desde cualquier Cyber café que quede cerca."

B. Cómo queremos que el target vea la marca.

"Me he enterado que TEVEO Family tiene servicio de Videoconferencia.

Es mejor porque los veo, además de escucharlos.

Voy a probarlo."

05. - Promesa de Beneficio al Consumidor.

Servicio de primera calidad, imagen clara, conexión perfecta.

06. - Soporte.

-Computadoras (modelo será indicado por el anunciante) y software actuales de la mejor calidad, al igual que el mejor ancho de banda para la conexión.

07. - Tono y Manera.

De manera informativa novedosa atrayente, recalcando el beneficio principal.

08. - Restricciones.

No hay restricciones legales o del cliente.



10.5 ENCUESTA

**El propósito de esta encuesta
es conocer su opinión acerca de el servicio de videoconferencia**
agradecemos de antemano los minutos de su tiempo prestados.

Marque con una X en el casillero que corresponda

Edad entre:

18-30 31-40 41-50 51-60 61-70

¿Tiene familiares o amigos viviendo en el extranjero?

Sí No

¿Está en contacto con ellos?

Sí No

¿Qué medio utiliza para comunicarse?

Teléfono Correo E-mail Chat Videoconferencia

¿Con cuánta frecuencia se comunica con sus familiares?

Diario Semanal Quincenal Mensual esporádicamente

¿Cuál es el tiempo promedio que dura la comunicación?

- 5 minutos +10 minutos +15 minutos +30 minutos +60 minutos

¿Cuánto gasta en comunicarse?

-5 dólares entre 5-10 entre 10-20 entre 20-50 +50 dólares

¿Le gustaría ver en tiempo real a la persona con la que está hablando, a través de una pantalla?

Sí No

¿Estaría dispuesto a pagar \$1.20 por minuto para tener este servicio?

Sí No

¿Le gustaría poder tener la facilidad de cargar el costo a la otra persona?

Sí No

Durante cuánto tiempo lo usaría:

5 minutos 10 minutos 15 minutos 20 minutos o más.

Con qué frecuencia usaría este servicio

Semanal Quincenal Mensual Esporádicamente No lo usaría

10.6 ENCUESTA

¿En qué horario le es más fácil comunicarse?

7-9am 9-12pm 12-3pm 3-6pm 6-9pm 9-11pm

¿Qué días preferiría?

Entre semana Fin de semana

¿Se le hace fácil trasladarse hasta el área del Malecón 2000 para tener la videoconferencia?

Sí No

¿En qué sector de la ciudad vive usted?

¿En qué ciudad del extranjero vive su familia?



10.7 COTIZACIÓN 1

AVISO DE PRENSA

UNIVERSO Clasificados Destacados (Día ordinario)

Ancho de la Columna (5.1cm)x5 \$48

Ancho de la Columna (5.1cm)x3 \$28,80

En blanco y negro, por día de publicación.

EXTRA Aviso Página Interior

Ancho de la Columna (4.9cm)x5 \$46,80

Ancho de la Columna (4.9cm)x3 \$28,08

En blanco y negro día ordinario.

ANUNCIOS CLASIFICADOS EN TELEVISIÓN

TV. Market (294844-294841)

\$5 10 seg. Cuadro \$6

\$6 15 seg. sencillo \$7 Logo y

\$7 20 seg. texto \$8 foto

Mínimo 3 días (+ iva)

TV. CABLE (880441)

\$150 MENSUALES + IVA

Aparece de 40 a 50 veces al día.

RADIO (CUÑA Ó MENCIÓN)

RADIO CRISTAL 6:00 - 9:30 AM 9:30 - 7:30 PM

30 Seg. \$11 \$7

45 Seg. \$13 \$8

60 Seg. \$15 \$9



10.8 COTIZACIÓN 2

FM 89	30 Seg.	\$10	PUNTO ROJO	30 Seg.	\$9
	40 Seg.	\$12		40 Seg.	\$10
	60 Seg.	\$15		60 Seg.	\$15

RUMBA	30 Seg.	\$7
	40 Seg.	\$9
	60 Seg.	\$11

Imprenta Segura
Baquerizo Moreno 712
302019

Tarjetas (1000) full color \$60

Hojas (1000) 75gr.bond full color \$65

Sobres (500) full color \$50

Factura (500) 2 colores ½ oficio bond (1 original y 1 copia)
\$9 cada block 50x2

Volantes (1000) 1 color 56gr. Bond \$40

Sticker/auto (1000) transparente para pegar por dentro. 2 colores de 6x7cm \$410

Centro de Publicaciones (ESPOL)
269228

Volantes 1 color bond 200-400 8 ctvos. 400-800 6 ctvos.
Periódico 200-400 5 ctvos. 400-800 4 ctvos.

Tripticos (500) 72 ctvos.c/u 2 colores.



10.9 COTIZACION 3

Gráficas Chonillo

V.M. Rendón 504
566549

Tarjetas (1000) full color Kimberly \$160

Hojas (1000) 75gr.bond full color \$140

Sobres (1000) 75gr. full color \$160

Factura (500) 2 colores ½ oficio bond (1 original y 1 copia)
\$100

Volantes (1000) 1 color ½ A4 \$20

Tripticos (500) 2 colores bond 90gr. A4 \$120

EDICIONES UNIGRAF

Esmeraldas 1214 y Aguirre.
366349

Tarjetas (1000) full color \$48

Hojas (1000) full color \$74

Sobres (500) full color \$88

Factura (500) 2 colores ½ oficio (1 original y 1 copia)
\$50

Volantes (1000) 1 color ½ A4 \$30

Tripticos (500) 2 colores couché A4 \$128

Sticker/auto (500) transparente 1 color de 6x7cm \$100

10.10 COTIZACIÓN 4

IMPRESIONES

DOCUCENTRO

Afiches (Tabloide) full color y blanco y negro

\$2,50 couche \$2,10 bond

Trípticos (A4) full color y dos colores

\$2,50 couche \$2,10 bond

Sticker para auto (A4) lo que entre en el papel adhesivo.

\$2,50

RAPI PRINT

Camisetas Transfer A4 1 3,50
5% desc. + de 50 transfers.

(el cliente lleva las camisetas) 0,20 ctvos servicio de estampado.

Jarros \$8 + IVA c/u.

GRABA Cia. Ltda.

309343 Luque 630 y Boyacá

Señalética Dos colores Tamaño: 12.5 x 10 \$5



10.11 COTIZACIÓN 5

Precios de servicios en los Cybers

Scaneo 20 ctvos./ 50ctvos.

Impresiones Láser 50 ctvos./ 50 ctvos.B/N
60 ctvos.50% color
\$1 full color

Internet 1 hora \$1/\$1,20/\$1,50
½ hora 55 ctvos./60 ctvos./75 ctvos.
15 minutos 30 ctvos.

Llamadas Internacionales

España casa 35 ctvos. 20 ctvos
Celular 40 ctvos. 35 ctvos.

Italia casa 35 ctvos. 25 ctvos.
Celular 40 ctvos. 40 ctvos.

EEUU casa y celular 15 ctvos. / 15 ctvos.

Videoconferencia

15 minutos \$0.75 ctvos.
30 minutos \$1.50
1 hora \$3.00
(a cualquier parte)

GLOSARIO

- **Imagotipo**
Es el conjunto del isotipo con el Logotipo.
- **Isotipo**
Gráfica que representa a una empresa o entidad.
- **Cromático**
Relativo a los colores.
- **Pantone**
Colores directos, se los emplean en caso de no requerir cuatricomía (CMYK).
- **Tipografía**
Estilo específico de letras.
- **Identidad**
Conjunto de circunstancias que determinan quién y qué es una persona.
- **Connotar**
Hacer relación.