

Trabajo Fin de Grado

Diseño de la imagen corporativa de la FITCA y
desarrollo de aplicaciones de papelería y página
web

Memoria
1/4

Autor/es

Paola Moriano Recio

Director/es

Ignacio López Forniés

EINA
2017



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

(Este documento debe acompañar al Trabajo Fin de Grado (TFG)/Trabajo Fin de Máster (TFM) cuando sea depositado para su evaluación).

D./D^a. Paola Moriano Recio

con nº de DNI 73214871-Y en aplicación de lo dispuesto en el art.

14 (Derechos de autor) del Acuerdo de 11 de septiembre de 2014, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de los TFG y TFM de la Universidad de Zaragoza,

Declaro que el presente Trabajo de Fin de (Grado/Máster)

Ingeniería diseño industrial y desarrollo del producto (Título del Trabajo)

Diseño de la imagen corporativa de la FITCA

y desarrollo de aplicaciones de papelería y

página web

es de mi autoría y es original, no habiéndose utilizado fuente sin ser citada debidamente.

Zaragoza, 22 de Noviembre, 2017

Fdo: PAOLA MORIANO RECIO

MEMORIA

Diseño y desarrollo
de la imagen corporativa
de la FITCA
aplicaciones y sitio web.

0.01 INTRODUCCIÓN

El proyecto consiste en renovar la imagen de FITCA (Federación de las Industrias Textiles y de la Confección de Aragón) mediante el diseño y desarrollo de su imagen corporativa, de manera que se consiga la transmisión de sus valores de forma correcta y el asentamiento de la imagen de marca.

Todo ello queda reflejando en el Anexo 02: Manual de imagen corporativa. Una de las aplicaciones de la imagen corporativa a desarrollar es la página web de la federación, creando un nuevo sitio web y aplicando las retículas correctamente diseñadas para que refuercen la imagen de la federación. Al tener el sitio web más peso que el resto de las aplicaciones se le ha otorgado un apartado exclusivo dentro del proyecto recogido en la Fase 05 del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web, dedicado expresamente a la creación y diseño de dicha aplicación. Además, se ha creado el Anexo 03: Manual de uso de la web para garantizar su correcto uso y gestión.

Paralelamente al comienzo del proyecto, comencé la realización de unas prácticas de dos meses de duración en la federación para adentrarme en ella y conocer mejor su funcionamiento desde dentro y así poder representar sus valores de la mejor forma posible.

ÍNDICE

0.01 Introducción	p. 4
0.02 Objetivos	p. 8
0.03 Metodología	p. 9
0.04 Planificación	
0.04.02 Planificación inicial	p.10
0.04.02 Planificación final	p.11
FASE 01: Investigación y documentación	
1.01 Documentación	
1.01.01 FITCA	p. 12
1.01.02 Valores a transmitir	p. 14
1.01.03 Conclusiones	p. 15
1.02 Análisis imagotipos	
1.02.01 Conclusiones estudio asociaciones homólogas	p.16
1.02.02 Tabla morfológica	p. 18
FASE 02: Conceptualización	
2.01 Especificaciones	p. 19
2.02 Primera propuesta imagotipos	p. 20
2.03 Segunda propuesta imagotipos	p. 21
FASE 03: Desarrollo del concepto	
3.01 Concepto elegido y evolución	p. 22
3.02 Elementos del imagotipo	p. 23
3.03 Construcción	p. 27
3.04 Área de respeto	p. 28
3.05 Tamaño mínimo	p. 29
3.06 Versión horizontal y sin nombre completo	p. 30
3.07 Identificador auxiliar	p. 31

FASE 04: Aplicaciones

4.01 Papelería y administración p. 32

4.02 Merchandising p. 45

FASE 05: Sitio web p.48

5.01 Conclusiones p. 49

5.02 Menú p. 55

5.03 Inicio p. 56

5.04 Asociados p. 58

5.04.01 Ficha asociados p. 59

5.05 Noticias p. 60

5.06 Formación y empleo p. 61

5.07 Contacto p. 62

5.08 Bibioteca p. 63

5.09 Asóciate p. 64

06. Relexión final p. 65

07. Bibliografía p. 67

0.02 OBJETIVOS

Los objetivos del proyecto que se nos presenta son:

- Estructurar una planificación que se adapte a los posibles cambios de la federación y permita cumplir los objetivos en los plazos previstos.
- Elaborar una fase de investigación y análisis suficientemente amplia para poder generar una serie de conclusiones que sirvan para el posterior diseño del imago tipo.
- Diseñar el imago tipo y retículas del sitio web que mejor transmita los valores que se quieren transmitir.
- Creación de aplicaciones de comunicación con un carácter divulgativo.
- Creación de aplicaciones de papelería necesarias para FITCA como plantillas de presentación, carteles, certificados etc. para que puedan llevar a cabo sus actividades sin perder los valores transmitidos por su imagen corporativa.
- Diseño de las retículas de las diferentes páginas de la web de manera que se adapten a las necesidades de FITCA donde puedan mostrar sus actividades, novedades etc. con una imagen renovada sin perder los valores que buscan transmitir.
- El sitio web será de uso fácil e intuitivo tanto para la federación como para los usuarios que puedan acceder a ella. Además deberá cumplir criterios de accesibilidad para todos los usuarios y requisitos de adaptabilidad a diferentes dispositivos.

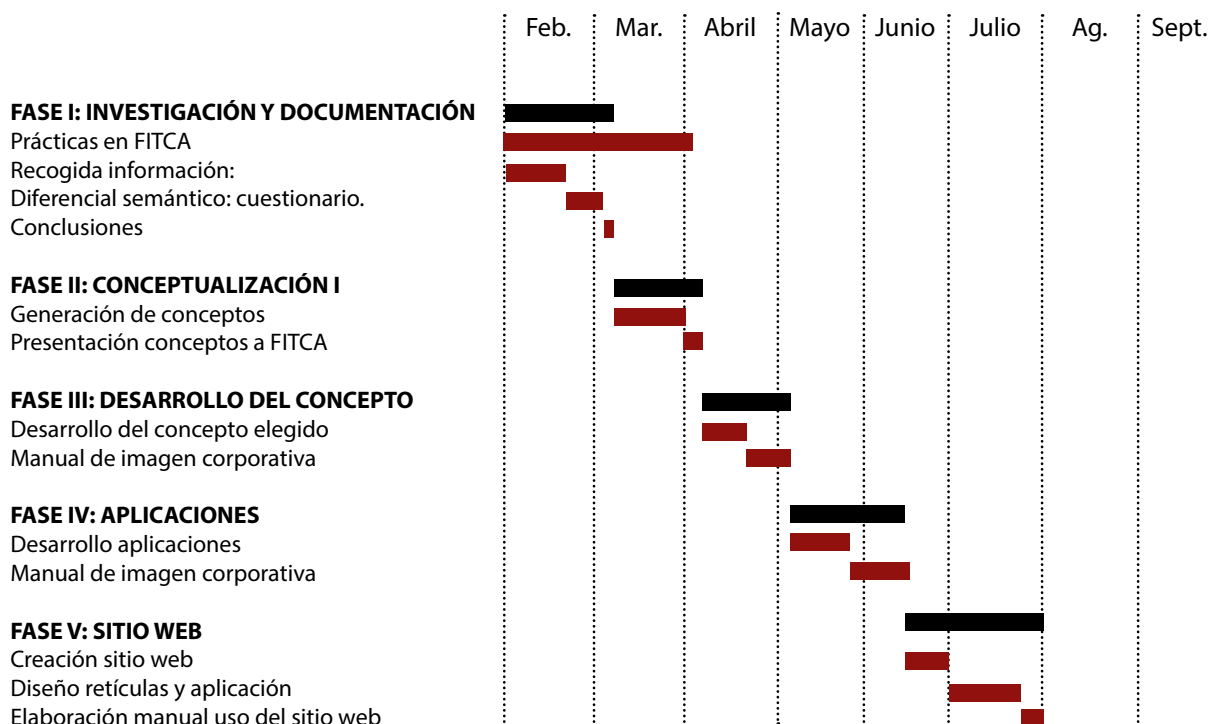
0.03 METODOLOGÍA

Para el correcto desarrollo del proyecto y la consecución de los objetivos establecidos se llevó a cabo una metodología de trabajo con las siguientes fases:

- La primera fase resulta fundamental para la creación de una imagen corporativa que se adapte a las necesidades del cliente y los valores que quiere transmitir. Se realizará una investigación y análisis del cliente, las actividades que desarrolla, la estructura de su organización, sus campos de actuación etc. Se estudiará su imago tipo actual para poder justificar la necesidad de rediseño del mismo. Además, se realizará un análisis exhaustivo de las empresas y federaciones homólogas a FITCA, estudiando sus imago tipos y los valores que transmiten con ellos. Se realizará la técnica del diferencial semántico mediante un cuestionario que se enviará tanto a asociados como a aquellas empresas y profesionales relacionados en el sector, obteniendo una serie de conclusiones que, a través de una tabla morfológica nos permita conocer los aspectos con los que se debe contar para diseñar el correcto imago tipo.
- En la segunda fase, se determinarán las especificaciones requeridas para el imago tipo y se generaran una serie de conceptos que se presentarán en la federación.
- Una vez se haya seleccionado el concepto, comenzará la tercera fase donde se procederá al desarrollo del mismo. Tras definirlo por completo se elaborará el manual de imagen corporativa en el que se recogerán una serie de normas de aplicación del imago tipo que se recogerán el Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.
- En cuarto lugar, se procederá al diseño y desarrollo de las diferentes aplicaciones principalmente de papelería y merchandising recogidas también en el Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.
- Por último, se llevará a cabo la creación un sitio web autogestionable y la aplicación a dicha web de las retículas diseñadas en función de los valores de la imagen de marca. Todo ello se encuentra recogido en el Anexo 02: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa, aplicaciones y sitio web de FITCA y su manual de uso recogido en el Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

0.04 PLANIFICACIÓN

0.04.01 PLANIFICACIÓN INICIAL



Se realizó una planificación inicial previa al inicio del proyecto para gestionar el tiempo de cada una de las fases de la mejor manera y llegar al objetivo final. Dicha planificación, al igual que el proyecto, se divide en 5 fases:

En la primera fase se da la investigación y documentación del proyecto, recogiendo toda la información que sea de utilidad acerca de la FITCA, sus asociados, empresas homólogas y respectivos imagotipos. En ella se llevaría a cabo el diferencial semántico enviando un cuestionario a aquellas empresas/asociaciones y profesionales cuya opinión resulte de interés al tener cierto vínculo con la federación.

La segunda fase recoge la generación de conceptos y presentación a la FITCA, en base a las conclusiones generadas en la fase anterior.

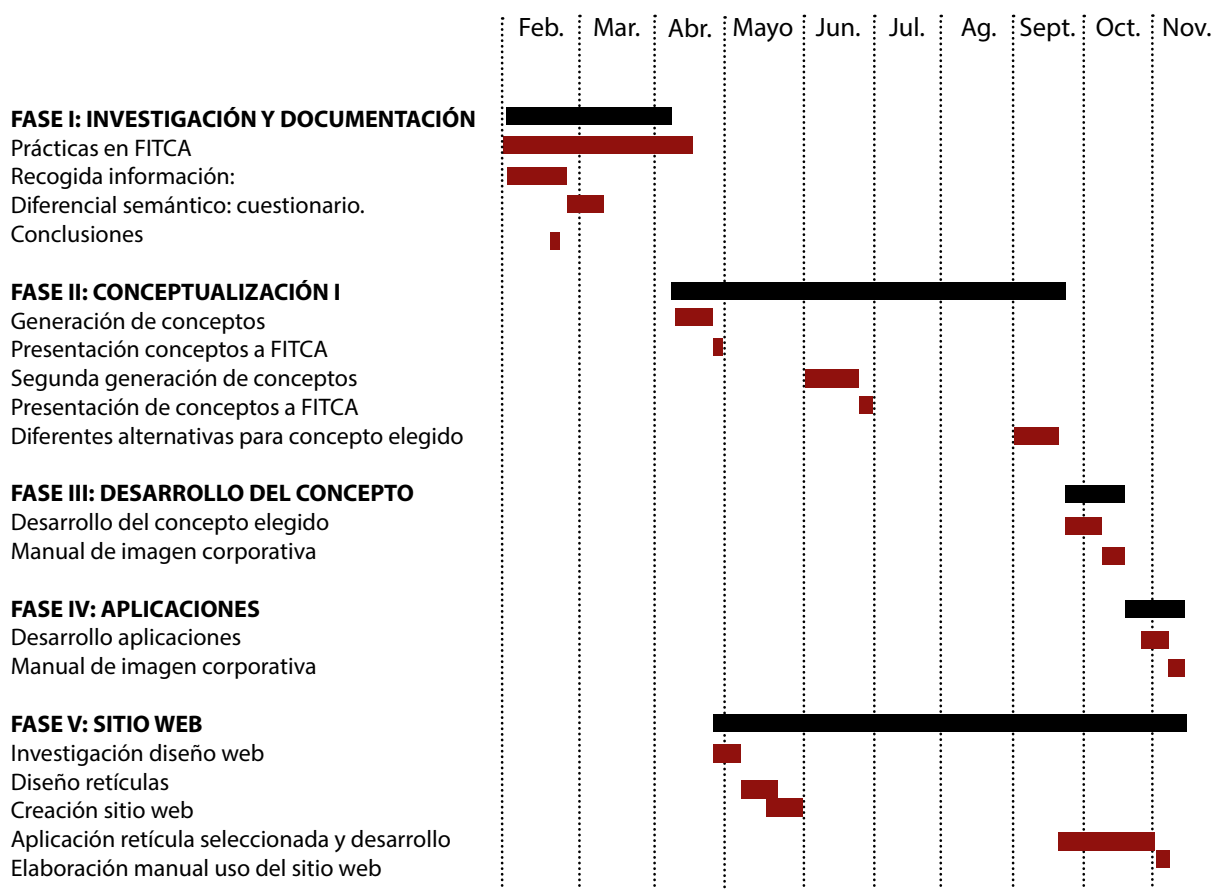
En tercer lugar, se desarrollará el concepto elegido por la FITCA, recogiendo los aspectos técnicos en el manual de imagen corporativa.

Seguidamente se desarrollarán las aplicaciones en la cuarta fase.

Por último se crearía la nueva web de la Federación y se elaboraría el manual para su correcto uso.

0.04 PLANIFICACIÓN

0.04.02 PLANIFICACIÓN FINAL



En la planificación final, los tiempos se retrasaron debido a diversos factores. En primer lugar, la respuesta al cuestionario por parte de aquellas personas vinculadas a la federación fue excesivamente baja (30/800) por lo que se decidió dejar el cuestionario abierto durante más tiempo, pero no se obtuvo éxito. En segundo lugar, los miembros de FITCA se han encontrado durante todo el proyecto dispuestos a la realización de cambios, sin embargo, el proceso de toma de decisiones ha sido lento, retrasando de nuevo el seguimiento de la planificación inicial. Se realizaron varias tandas de generación de conceptos y sus respectivas presentaciones hasta finalmente obtener el imago tipo esperado por todos los integrantes del comité ejecutivo. Por último, a medida que se daba forma a la web la FITCA iba solicitando modificaciones alargando de nuevo el tiempo de dicha fase. Con esto, las dos primeras y quinta fase fueron las más largas, y las fases tres y cuatro se llevaron a cabo en la duración prevista.

1.01 DOCUMENTACIÓN

1.01.01 FITCA

La Federación de Industrias Textiles y de la Confección de Aragón (FITCA), es la organización empresarial de referencia que aúna al sector textil-confección y marroquinería aragonés en todos sus campos: desde la investigación, la formación, la creación y el diseño, pasando por la fabricación, distribución y la comercialización de productos como la vestimenta, la moda, el hogar y decoración, hasta los usos de carácter técnico.

Cuenta con más de treinta años de experiencia y valores como la transparencia, la profesionalidad, la responsabilidad, defendiendo siempre los intereses del sector y de sus asociados, empresas y profesionales pertenecientes a los sectores textil, confección, marroquinería, etc.

Su misión es promover el desarrollo competitivo de las empresas del sector, fundamentado en la industria y sus actividades vinculadas en la formación, las relaciones laborales, la sostenibilidad, la innovación y la internacionalización, mediante la coordinación de los objetivos de sus miembros y actuando como interlocutor ante las administraciones, sindicatos y organizaciones nacionales e internacionales del sector.

FITCA tiene entre sus objetivos prioritarios el apoyo constante a sus asociados en el desarrollo competitivo, aunando esfuerzos y recursos con el fin de emprender proyectos que permitan la continuidad de la industria aragonesa y potencien su futuro.

1.01 DOCUMENTACIÓN

1.01.01 FITCA

Su actividad se divide en tres grupos diferentes:

- Es un centro de servicios encargándose de la internacionalización de sus empresas asociadas, programa de ayudas para empresas, autónomos y personas especializadas en el sector, promoción y cooperación de sus asociados, servicio de comunicación y prensa, asesoría jurídica y laboral, formación especializada, bolsa de empleo etc.
- Además, FITCA es un centro de formación que cuenta con aulas para impartir cursos como los a continuación mencionados: Diseño CAD, Patronaje CAD, Patronaje manual, maquinistas, especialidades transversales. y otras especialidades homologadas por el INAEM. Además, desarrolla planes de formación profesional a través de la Fundación Tripartida para la Formación en el Empleo (FORCEM).
- Por último, FITCA cuenta con un showroom donde se realizan presentaciones de colecciones, misiones comerciales inversas y es una plataforma de moda vinculada a CEM.

En los últimos años se ha dado un cambio en el comité ejecutivo de FITCA, renovándose éste con gente más joven y siendo el punto de partida de la renovación de la imagen de marca.

1. 01 DOCUMENTACIÓN

1.01.02 VALORES A TRANSMITIR

Se establecieron una serie de características o valores que debe transmitir el imago tipo.

TRANSPARENCIA

Se entiende como transparencia el poder mostrarse tal y como son al público, no ocultar ningún tipo de actividad y tratar al cliente de igual a igual.

PROFESIONALIDAD

Una federación que cuida cada uno de los aspectos que le conciernen, que se fija en los detalles y trata de ser lo más clara y limpia posible, ofreciendo siempre el 100% a sus clientes.

INTERNACIONALIZACIÓN

El poder llegar a todos los puntos del mundo, abrir fronteras y no ser solo una federación autonómica. Comenzar a darse a conocer no solo en Aragón, sino en el resto de España y Europa.

EQUIPO

La unidad es una de las claves de la federación, el formar un conjunto sólido y fuerte.

FUTURO

Con futuro se refieren a mirar siempre hacia el futuro, seguir avanzando, integrándose en las últimas tendencias tanto en lo que a moda como a tecnología se refiere. No quedarse obsoletos.

Ver Fase 01. Investigación y documentación del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

1.01 DOCUMENTACIÓN

1.01.03 CONCLUSIONES

CONCLUSIONES ACERCA DE FITCA

De la investigación acerca de la federación y su imago tipo anterior se han obtenido las siguientes conclusiones:

- Asociación sin ánimo de lucro dentro del sector textil-confección.
- Fuerte deseo de atraer nuevos asociados, concretamente, a empresas profesionales, con años de experiencia en el sector cuya imagen de marca se encuentre fuertemente asentada.
- Valores a transmitir: transparencia, profesionalidad, internacionalización, equipo y futuro.
- Recientemente se ha renovado el comité ejecutivo.
- Fuerte necesidad de renovar la imagen corporativa.
- Poca participación por parte de asociados y contactos: para el cuestionario realizado se contaba con 800 correos (200 asociados/600 empresas y profesionales) de los cuales solo se obtuvieron 30 respuestas.
- Actual imago tipo (imagen inferior) plano, débil y poco profesional.



1.02 ANÁLISIS IMAGOTIPOS

1.02.01 CONCLUSIONES ESTUDIO ASOCIACIONES HOMÓLOGAS

Se realizó un análisis de los imagotipos de empresas y asociaciones homólogas a la FITCA mediante la técnica de diferencial semántico, que consiste en evaluar pares de adjetivos opuestos para posteriormente observar las características que cumplen aquellos imagotipos en los que se valora positivamente la percepción de los valores que quiere transmitir la federación.

Para realizar el análisis se creó un cuestionario que fue enviado tanto a asociados (200) como empresas, y profesionales del sector (600). De entre todos los correos enviados, se obtuvieron 30 respuestas, mostrando una falta de participación por parte de aquellos implicados en la federación.

Se dio un giro al estudio, de manera que se analizarían los imagotipos, obteniendo en este caso una serie de conclusiones clasificadas en diferentes ámbitos:

- Certezas sobre la forma en la que se transmiten los valores buscados.
- De qué manera no se transmiten estos valores: símbolos, tipografías, colores, composiciones etc. que no se deben utilizar.
- Por último conclusiones neutras, es decir, aquellas formas en las que no se representar un valor de manera positiva ni negativa.

ACIERTOS/ CERTEZAS

PROFESIONALIDAD

Composiciones centradas.

Composiciones poco recargadas.

Utilización de pocos tonos. En caso de utilizar tres o más, utilizarlos de forma plana, sin crear texturas o sombras.

FUTURO

Tonos grises/plateados y morados.

Composición puede tomar alguna forma alejándose de la forma plana (realizarse dentro de un círculo).

Tipografías sin serifa.

Utilización de formas para colocación del logotipo.

1.02 ANÁLISIS IMAGOTIPOS

1.02.01 CONCLUSIONES ESTUDIO ASOCIACIONES HOMÓLOGAS

TRANSPARENCIA

Formas claras y sencillas.

Formas redondeadas, poco afiladas.

Tipografías manuscritas.

Utilizar el espaciado necesario entre símbolos.

INTERNACIONALIZACIÓN

Utilización de elementos reconocidos a nivel mundial/nacional.

EQUIPO

Utilización nexos unión entre imagen y logotipo (Favorece a la retención en la mente del imagotipo) mismo color, mismo grosor de línea etc.

QUE NO HACER

PROFESIONALIDAD

Utilización de una excesiva cantidad de tonos.

Composiciones no alineadas.

FUTURO

Utilización para representar futuro formas/tipografías cuadradas o rectangulares ya que dan una imagen anticuada.

Colocación de logotipo debajo de la imagen en una línea sin ningún vínculo (tipografía, color)

TRANSPARENCIA

Combinación de tonos que no casan entre sí.

Tipografías alargadas y con serifa muestran una imagen jurídica.

Combinación de tonos verdes y azules, vinculación a la naturaleza.

NEUTRAS

Alineación derecha/izquierda.

Utilización negrita (otorga mayor fuerza a la parte que se ha destacado pero no

1.02 ANÁLISIS IMAGOTIPOS

1.02.02 TABLA MORFOLÓGICA

Con las conclusiones obtenidas se realizó una tabla morfológica de dos entradas en la que se combinan los diferentes elementos que conforman un imagotipo con los valores a transmitir por la imagen de marca.

	Tipografía	Color	Composición	Símbolo
Profesionalidad	Para tipografías de palo seco, mayúsculas	Negro Morado (referencia a textil)	Centrada	El símbolo forma parte del logotipo. No son dos formas diferentes Formas abstractas
	Para manuscritas, minúsculas			
Futuro	Sin serifa	Gris	Unión entre logotipo e imagotipo No lineal	Combinación formas geométricas básicas
internacionalización	Tipografía de palo seco	Azul	Cerrada Centrada	Elementos reconocidos a nivel mundial/nacional Figuras geométricas: círculos que simulen el mundo / Elipses para galaxia
Equipo	Grosor línea regular/grueso No utilizar fino	Rojo	Cerrada Clara unión entre diferentes partes del imagotipo	Contornos cerrados: aunque no sean trazos cerrados (círculo) que el espacio negativo ayude a que se cree un efecto de que no hay "cabos sin atar"
Transparencia	Caligráfica y cuidando cada trazo	Blanco, simbolizando pureza	Utilización espacio negativo	Trazos simples, poro recargado Forma plana

Ver Fase 01. Investigación y documentación del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

2. CONCEPTOS IMAGOTIPO

2.01 ESPECIFICACIONES

NOMBRE

El nombre de FITCA está formado por las iniciales de: “Federación de Industrias Textiles y de la Confección de Aragón”. Actualmente va acompañado del nombre completo, sin embargo, se quiere llegar al punto en el que no sea necesario acompañarlo por el nombre completo y el público pueda relacionar FITCA con la federación.

TIPOGRAFÍA

Se buscará una tipografía de palo seco y rectangular para mostrar profesionalidad de una forma moderna. El principal problema que se encuentra en el nombre de FITCA es el espacio entre la “C” y la “A”. Por ello, se buscará una tipografía con la que no se de este problema y permita leer de forma sencilla el nombre completo, sin que la “A” quede desvinculada del resto de letras.

COLORES

Se utilizarán dos tonos para representar la federación: gris y morado. El gris está relacionado con la industria y, es símbolo de futuro y profesionalidad. El morado hace referencia al mundo textil, siendo su principal representante.

SÍMBOLO

El símbolo no será obligatorio que aparezca en todos los conceptos ya que podrán estar formados únicamente por un logotipo.

Sin embargo, de contar las propuestas con algún símbolo, éste deberá representar algún icono de la industria textil.

ESTILO

Se buscará un estilo moderno y profesional que permita hacer que el imagotipo sea perdurable en el tiempo.

COMPOSICIÓN

Los conceptos estarán formados por composiciones centradas favoreciendo la estructuración de los diferentes imagotipos.

2. CONCEPTUALIZACIÓN

2.02 PRIMERA PROPUESTA IMAGOTIPOS

FITCA

FEDERACIÓN DE INDUSTRIAS TEXTILES
Y DE LA CONFECCIÓN DE ARAGÓN

FITCA

FEDERACIÓN DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES
Y DE LA CONFECCIÓN DE ARAGÓN

FITCA

FEDERACIÓN DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES
Y DE LA CONFECCIÓN DE ARAGÓN

FITCA

FEDERACIÓN DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES
Y DE LA CONFECCIÓN DE ARAGÓN

FITCA

FEDERACIÓN DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES
Y DE LA CONFECCIÓN DE ARAGÓN

FITCA

FEDERACIÓN DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES
Y DE LA CONFECCIÓN DE ARAGÓN



Fitca

FEDERACIÓN DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES
Y DE LA CONFECCIÓN DE ARAGÓN

Ver Fase 02. Conceptualización del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

2. CONCEPTUALIZACIÓN

2.03 SEGUNDA PROPUESTA IMAGOTIPOS

ESPECIFICACIONES

Al presentar los conceptos a la federación, establecieron una nueva especificación respecto al símbolo, el resto de especificaciones continuaron de la misma manera.

SÍMBOLO

Las nuevas especificaciones se centraban únicamente en el símbolo utilizado y es que todos los imagotipos debían contar con uno que fuera fácilmente reconocible, dejando el logotipo en segundo plano.



Ver Fase 02. Conceptualización del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.01 CONCEPTO ELEGIDO Y EVOLUCIÓN

Tras la segunda presentación de propuestas, la federación eligió el siguiente imagotipo:



Se llevaron a cabo una serie de modificaciones. En primer lugar, cada una de las formas rectangulares que conforman el tramado del hilo en el símbolo se modificaron dándole una forma más ovalada que converge en las uniones, dando mayor sensación de trama de hilo. Se modificó el ángulo existente entre los trazados (45°) siendo el nuevo de 30°.

Respecto a la tipografía, se seleccionó finalmente la tipografía Myriad Pro al ser la que más se ajustaba a lo solicitado: no es una tipografía excesivamente rectangular pero conserva la esencia geométrica y rectangular que le otorga profesionalidad y carácter al imagotipo, al tener mayor grosor que el resto le da peso y fuerza. Y, por último, se soluciona el problema que se encontraba del espaciado entre la "C" y la "A" de manera que la "A" ya no queda "descolgada". Por último, la composición pasó de ser horizontal, encontrándose logotipo y símbolo en la misma línea a centrada, encontrándose el símbolo sobre el logotipo.

Con estas modificaciones el imagotipo evolucionó al mostrado a continuación:

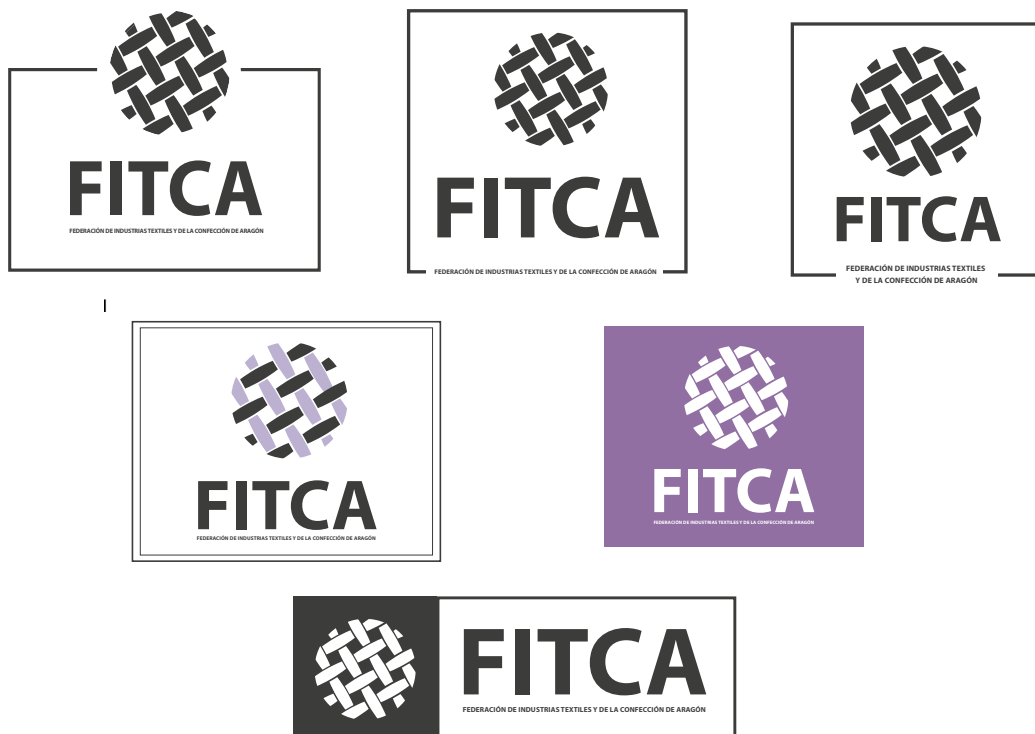


Ver Fase 02. Investigación y documentación del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.01 CONCEPTO ELEGIDO Y EVOLUCIÓN

Con el concepto elegido y algunas modificaciones realizadas, se solicitó que se estudiaran diversas formas para envolver tanto símbolo como logotipo en un conjunto dando la sensación de que es un sello.



Por petición de la federación se modificaron los colores del símbolo por los de la bandera de Aragón (amarillo y rojo), variando la tonalidad de estos para desvincularlo del imagotipo del Gobierno de Aragón, siendo el imagotipo final:



Ver Fase 02. Investigación y documentación del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.02 ELEMENTOS DEL IMAGOTIPO

SÍMBOLO

El símbolo será el encargado de identificar la federación con el sector de la industria y confección. Está compuesto por un tramado de hilo visto de cerca, como si de una vista aumentada se tratara, gracias a su forma circular que simula la vista en detalle.

Es un símbolo reconocible internacionalmente que se vincula fácilmente con el sector implicado. Además, está provisto de los colores de la bandera de Aragón, rojo y amarillo, de manera que se relacione con la comunidad. Dichos colores han sido elegidos por la federación, quienes querían mostrar el lado autonómico del símbolo. Sin embargo, no tienen la misma tonalidad que la bandera o el imagotipo del Gobierno de Aragón para evitar confusiones.

De esta manera, únicamente con el símbolo se puede relacionar la federación con el sector que les compete y la zona geográfica en la que se encuentran.



LOGOTIPO

El logotipo está compuesto por las siglas que forman el nombre de la federación, FITCA y su nombre completo (Federación de industrias textiles y confección de Aragón).

Al estar formado por siglas, se ha utilizado letras mayúsculas en su totalidad. Es un logotipo claro, de fácil legibilidad, gracias a la tipografía utilizada. Se ha optado por una tipografía de palo seco de manera que se muestre una imagen clara, limpia y profesional, y en tonos grises para vincularlo al mundo industrial.

FITCA

FEDERACIÓN INDUSTRIAS TEXTILES Y CONFECCIÓN DE ARAGÓN

Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3.DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.02 ELEMENTOS DEL IMAGOTIPO

TIPOGRAFÍA

Se utilizará la tipografía Myriad Pro Bold en el nombre y Myriad Pro Regular para el nombre completo (Federación de Industrias textiles y Confección de Aragón) al ser perfecta para transmitir los valores de FITCA gracias a su correcta legibilidad, su forma clara y limpieza.

TIPOGRAFÍA: Myriad Pro Bold

Tipografía elegida por su buena legibilidad y porque se adapta perfectamente al símbolo y a los valores que se pretenden transmitir.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 () ? ! ;

TIPOGRAFÍA: Myriad Pro

Tipografía elegida por su buena legibilidad y porque se adapta perfectamente al símbolo y a los valores que se pretenden transmitir.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 () ? ! ;

FITCA

ESTILO

La tipografía, colores y formas utilizadas le dan al imagotipo un aire moderno, profesional e innovador.

Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.02 ELEMENTOS DEL IMAGOTIPO

COMPOSICIÓN

Tiene una composición centrada, todo recogido mediante un cuadrado simulando un sello.

COLORES

La identidad corporativa de FITCA quedará determinada por tres colores, siendo estos los utilizados en su imagotipo.

El gris oscuro muestra el lado más industrial, así como lo serio y profesional. Por otro lado, se utilizarán en el símbolo los colores de la bandera aragonesa, rojo y amarillo. El rojo muestra la fuerza, implicación en el trabajo de la federación, así como la calidez y cercanía. Mientras que el amarillo representa la energía y unión de equipo. La conjunción de dichos tonos muestra una imagen profesional.

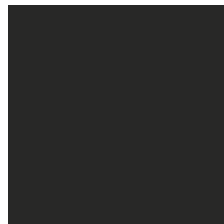
Es muy importante que se utilicen correctamente los colores en sus diferentes versiones, siendo preferible usar la Pantone siempre que sea posible.



PANTONE 50 - 8 C

CMYK: C0 M99 Y91 K47
RGB: R144 G18 B13
WEB: #90120D

Utilizado en las líneas
del símbolo



PANTONE 179-15 C

CMYK: C0 M0 Y00 K95
RGB: R46 G45 B44
WEB: #2E2D2C

Utilizado en logotipo y
resto del imagotipo



PANTONE 4 - 8 C

CMYK: C0 M18 Y100 K0
RGB: R255 G258 B0
WEB: #FD000

Utilizado en las líneas
del símbolo

Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.03 CONSTRUCCIÓN

Con la ayuda de una retícula, se muestra la construcción del imagotipo. A cada una de las cuadrículas de la retícula se le denomina x , y representa una unidad dentro del plano.

La proporción mostrada se debe mantener en cada una de las aplicaciones en las que se incluye el imagotipo corporativo.



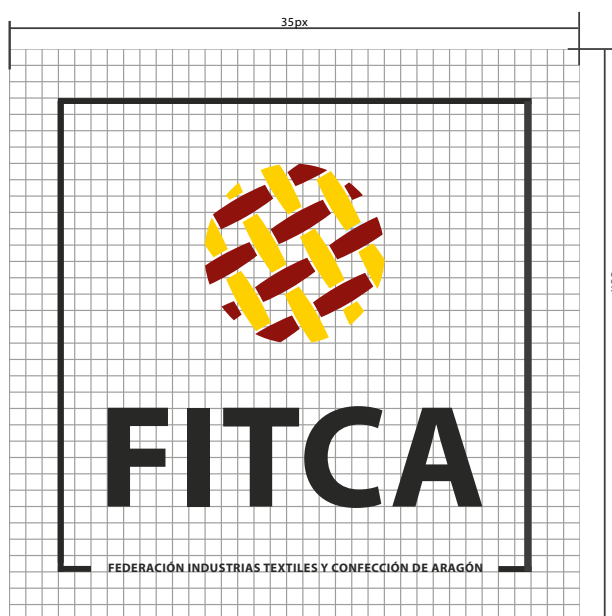
Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.04 ÁREA DE RESPETO

Se considera área de respeto o de seguridad al espacio en blanco que rodea el imagotipo, sin que ningún elemento externo interfiera en ningún caso, consiguiendo así una correcta visualización del mismo e impidiendo, por lo tanto, su contaminación visual.

Se establece alrededor un área que no debe ser ocupada por otros elementos y en la que se debe mantener las proporciones mostradas.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.05 TAMAÑO MÍNIMO

Para asegurar siempre la legibilidad del imago tipo se ha determinado el tamaño mínimo de aplicación. Debido a que la legibilidad del imago tipo es diferente si este usa el nombre completo o no, se han establecido diferentes dimensiones mínimas en función de si el imago tipo incorpora el nombre completo y en función de las aplicaciones utilizadas.

Offset



Serigrafía



Soporte digital



En ocasiones, será necesario utilizar un tamaño menor al establecido anteriormente, y además, se busca eliminar en un futuro el nombre completo de la federación del imago tipo, quedándose el imago tipo únicamente con las siglas FITCA, se ha establecido un tamaño mínimo adicional para cuando dicha supresión se lleve a cabo.

Offset



Serigrafía



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

3.06 VERSIÓN HORIZONTAL Y SIN NOMBRE COMPLETO

En los casos en los que sea muy complicada la reproducción vertical del imago-tipo, se propone la siguiente representación en formato horizontal.

Símbolo y logotipo irán alineados horizontalmente con una separación horizontal entre ambos igual a la mitad de la altura de logotipo y la separación vertical entre el logotipo y el nombre completo será un cuarto de la altura del logotipo.



Para ocasiones en las que se necesite suprimir el nombre completo (Federación de las Industrias Textiles de la Confección de Aragón) o si debido al asentamiento de la imagen corporativa se decide eliminar definitivamente, la estructura del imago-tipo será la siguiente.

En la versión principal, la distancia entre los diferentes elementos continuará siendo la misma que la establecida en la construcción del imago-tipo.

En la versión horizontal, el logotipo aumentará su tamaño con respecto al símbolo, de manera que ambos tendrán la misma altura y su separación horizontal será la mitad de la misma.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

3. DESARROLLO DEL CONCEPTO

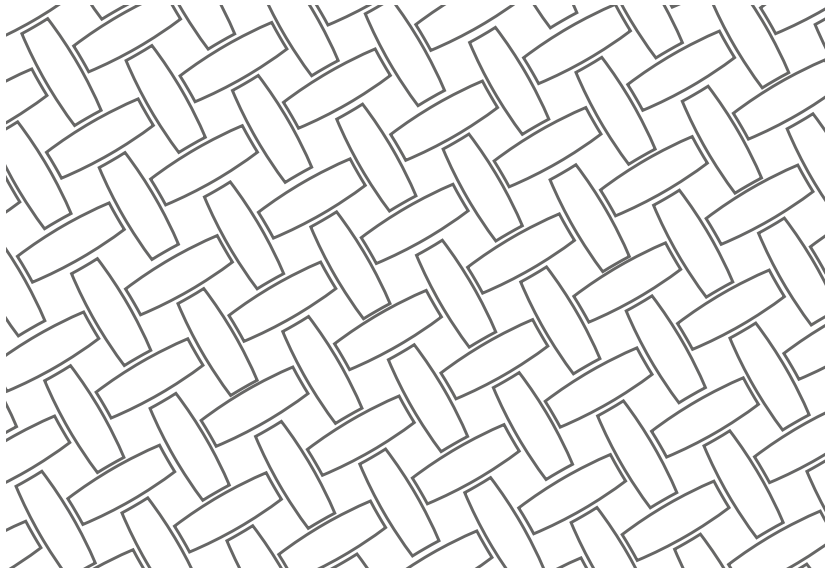
3.07 IDENTIFICADOR AUXILIAR

Asimismo, se ha creado un identificador auxiliar para poder representar a la federación de una forma más formal.

El identificador auxiliar surge a partir del símbolo representando un tramado de hilos visto a modo detalle. En este caso, se elimina el círculo que hace verlo a modo detalle y se cuenta con todo el tramado, presentándolo únicamente mediante su trazado, pudiendo usarse este dentro de cualquier forma y guardando siempre las proporciones que a continuación se mostrarán.

De esta manera, se representa el carácter de industria textil y de la confección al generar un efecto de “cosido”, además de utilizarse el color gris corporativo PANTONE 179-15 C utilizado al 70%.

El tamaño y número de trazados dependerá del formato del soporte utilizado, así como las formas de éste. No se establecen unas medidas de altura y anchura puesto que su utilización puede ser infinita.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

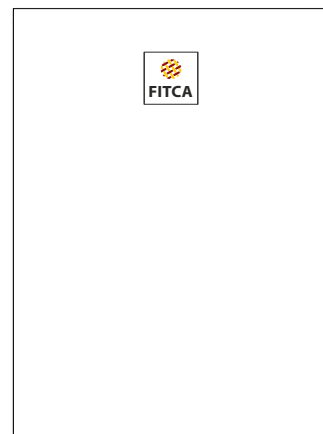
4.01.01 PAPEL DE CARTA A4 CON MEMBRETE

El papel carta con membrete tendrá un tamaño DIN A4 (210x297 mm). En el margen superior izquierdo llevará el imagotipo de la federación a una distancia de 30 mm del borde superior, 30 mm del borde izquierdo y 30 mm de altura. Los datos del membrete se encontrarán a 30 mm del margen superior y a 20 mm del margen derecho. El imagotipo al tener un tamaño menor a 75 mm se reproducirá sin el nombre completo de la federación en la parte inferior, facilitando su legibilidad.



4.01.02 PAPEL DE CARTA A4

El papel carta tendrá un tamaño DIN A4 (210x297 mm). En la parte superior, se encontrará centrado el imagotipo de la federación a una distancia de 30 mm del margen superior y con una altura de 30 mm. El imagotipo al tener un tamaño menor a 75 mm se reproducirá sin el nombre completo.



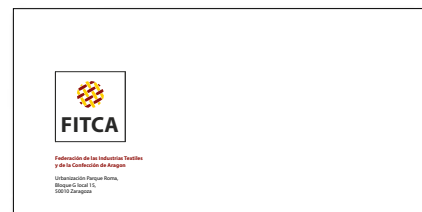
Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

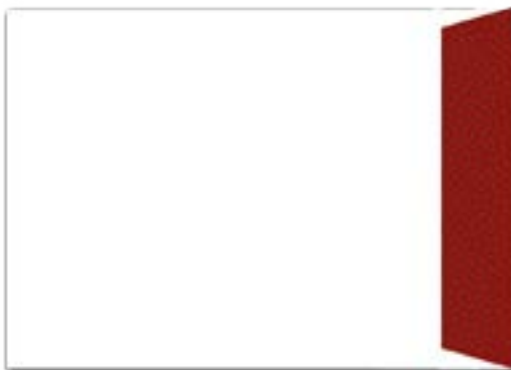
4.01.03 SOBRE AMERICANO

El sobre americano incorpora el imagotipo de FITCA y los datos en la parte inferior izquierda. El imagotipo tendrá una altura de 40 mm. La solapa del sobre tendrá el color corporativo PANTONE 50-8 C. El imagotipo al tener un tamaño menor a 75 mm se reproducirá sin el nombre completo, facilitando su legibilidad.



4.01.04 SOBRE A4

El sobre para papeles A4 tiene unas dimensiones de 320x230 y incorpora el imagotipo de FITCA y los datos en la parte inferior izquierda. El imagotipo tendrá una altura de 40 mm. La solapa del sobre tendrá el color corporativo PANTONE 50-8 C.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.05 TARJETA DE VISITA

La tarjeta de visita tendrá unas dimensiones de 85x55 mm.

En la parte delantera aparecerá el imagotipo de FITCA y el identificador de fondo mientras que en la parte trasera aparecerán los datos de la federación junto al logotipo en PANTONE 179-15C. El imagotipo al tener un tamaño menor a 75 mm se reproducirá sin el nombre completo de la federación en la parte inferior.



4.01.06 TARJETÓN

El tarjetón tendrá unas dimensiones de 210x100 mm. De la misma manera que en la tarjeta, en la parte delantera aparecerá el imagotipo de FITCA y el identificador de fondo mientras que en la parte trasera aparecerán los datos de la federación junto al logotipo en PANTONE 179-15C.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.07 CARPETA DE DOCUMENTOS

La carpeta de documentos tendrá plegada unas medidas de 230x320 mm. Será una carpeta para documentos A4. Se utilizará como color base el PANTONE 50-8 C. En la parte delantera aparecerá el logotipo de FITCA en blanco y centrado, mientras que en la parte posterior llevará los datos de la federación en blanco con la tipografía Myriad Pro.



4.01.08 FAX

El formato de papel fax será A4 y en él aparecen todos los datos fundamentales en cualquier envío de fax. El diseño se presenta en blanco y negro ya que así lo exige su función. El logotipo se encuentra centrado a 30 mm del margen superior y tendrá una altura de 40 mm. Se utilizará la versión el nombre completo de la federación al tener una altura menor a 75 mm.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.09 SELLO

El sello tendrá unas dimensiones de 75x75mm, utilizándose el imagotipo completo, con el nombre completo.



4.01.10 FIRMA ELECTRÓNICA

Se presenta una firma electrónica para los correos. En ella se encuentra en la parte derecha el imagotipo completo, en la parte izquierda los datos referentes a la federación y a la persona que está enviando el correo. En la parte inferior se encontrará cuatro iconos vinculados a las redes en las que se encuentra la federación.



Conchita Sanz - FITCA

*Federación Industrias Textiles
y Confección de Aragón*

Urb. Parque Roma, Bloque G local 15
50010 Zaragoza
976 300 020
csanz@fitca.com / fitca@fitca.com



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.11 PLANTILLAS PARA PRESENTACIÓN POWER POINT

Se han diseñado las plantillas para la presentación de proyectos, diseñando así una portada, contraportada y retículas en las que mostrar el contenido. En los ejemplos se pueden apreciar el resultado de un proyecto diseñado sobre dichas plantillas.

PORTADA



CONTENIDO



CONTRAPORTADA



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.12.01 DOSSIER DOCUMENTOS A4

Se ha diseñado la maquetación para la redacción de proyectos en A4, estableciendo el diseño de la portada, contraportada y diferentes páginas (diferenciando pares e impares). A continuación se puede observar el resultado de un proyecto sobre dichas plantillas.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.12.02 DOSSIER DOCUMENTOS A3

Se ha diseñado la maquetación para la redacción de proyectos en A3, siendo éste utilizado en proyectos con mayor densidad. Se ha establecido el diseño de la portada, contraportada y páginas pares e impares. A continuación se puede observar el resultado de un proyecto sobre dichas plantillas.

PÁGINAS PARES

PORTADA



PÁGINAS IMPARES



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.13 RETÍCULA DE CARTELES PARA CHARLAS

Se ha diseñado una retícula de carteles para promocionar las charlas que se ofrecen en la federación en tamaño A4 (210x297 mm).



4.01.14 RETÍCULA DE CARTELES PARA CURSOS

Se ha diseñado una retícula de carteles para los cursos infantiles (imagen izquierda) y cursos para adultos (imagen derecha) en tamaño A4 (210x297 mm)



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

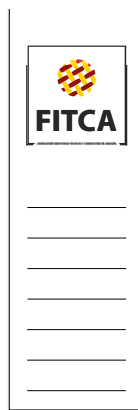
4.01.15 PLANTILLA CERTIFICADOS

Se ha diseñado una plantilla de certificados para entregar en cada uno de los cursos. Estos certificados tendrán un tamaño A4 (297x210 mm) y tendrá la estructura y diseño que se muestra a continuación.



4.01.16 ETIQUETA ARCHIVADOR

Se ha diseñado un identificador lateral para archivadores de anillas respetando el formato que suele presentar esta aplicación. El imago tipo se encuentra centrado a una distancia de 50 mm desde su centro al borde superior y de 50 mm desde su centro hasta la primera línea. Se propone elegir el tono del archivador lo más cercano posible a los tonos PANTONE 179-15 C o PANTONE 50-8 C.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.17 PÓSTER

Se ha diseñado el siguiente póster con unas dimensiones de 870 x 1300 mm. cuya función es exponer el imagotipo e imagen de marca, en caso de que se desee transmitir más información se utilizarán las retículas de carteles o rollers publicitarios.



4.01.18 CARTEL 3D FACHADA

Se ha diseñado un cartel para la fachada en 3D cuyas dimensiones serán 500x500 mm.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.19 PEGATINA ASOCIADOS

Se ha diseñado una pegatina de 100x100 mm para colocarla en los establecimientos de empresas asociadas a la federación.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 PAPELERÍA Y ADMINISTRACIÓN

4.01.20 ROLLERS PUBLICITARIOS

Se han diseñado una serie de rollers publicitarios (850x2000 mm) con los que transmitir información en exposiciones, conferencias etc. La retícula y diseño que se ha seguido es el mostrado en las imágenes a continuación.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.02 MERCHANDISING

4.02.01 INSIGNIA

Se ha diseñado una insignia para la federación con unas medidas de 40x40 mm.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 MERCHANDISING

4.02.02 BOLÍGRAFO

El bolígrafo se presenta en blanco con el imagotipo en versión horizontal con los colores originales.



4.02.03 LÁPIZ

El lápiz se muestra en dos colores. En el caso de que sea blanco, el imagotipo se encontrará con los colores originales, mientras que de ser negro se mostrará en blanco. En ambas versiones se colocará la versión horizontal del imagotipo.



4.02.04 USB

En el caso del USB, se muestra en blanco y en él se encuentra el imagotipo e versión horizontal con los colores originales.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

4. APLICACIONES

4.01 MERCHANDISING

4.02.05 BLOC DE NOTAS

Se propone un diseño para un bloc de notas. Tendrá un tono base PANTONE 179-15 C por lo que se tratará de escoger aquellos con una tonalidad similar. En él, se encuentra el imagotipo en blanco y centrado. Se propone una versión en la que se encuentre además el identificador como fondo.



4.02.06 BOLSA DE TELA

Se propone un diseño sobre una bolsa de tela en la que se encuentre el imagotipo en blanco y centrado.

La bolsa tendrá un tono base PANTONE 179-15 C, por lo que se tratará de escoger aquellas con una tonalidad similar.



Ver Anexo 02: Manual de Imagen Corporativa.

5. SITIO WEB

A la hora de llevar a cabo el diseño de las retículas que seguiría la web en base a la imagen de FITCA se realizaron tres estudios previos.

- Estudio de accesibilidad web; se estudiaron las características tanto técnicas como gráficas que debe cumplir un sitio web para asegurar que la web pueda llegar al máximo número de usuarios.
- Estudio usabilidad web; se estudiaron diferentes aspectos que se deben tener en cuenta y respetar para que los usuarios puedan navegar por la web de forma sencilla y eficaz.
- Estudio de empresas y asociaciones homólogas a FITCA. De forma paralela al estudio de los imatipos de empresas y asociaciones homólogas a FITCA se realizó un estudio de la imagen gráfica de sus webs para detectar tanto carencias como puntos fuertes de diseño.
- Por último, se realizó un estudio de la web de FITCA que se estaba desarrollando para detectar posibles mejoras tanto técnicas como gráficas.

Todo ello generó una serie de conclusiones que se volcaron sobre una tabla comparativa analizando las diferentes webs de las empresas y asociaciones estudiadas para así conocer los rasgos y características que se debían tener en cuenta a la hora de diseñar las retículas para la web de FITCA.

Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

5. SITIO WEB

5.01 CONCLUSIONES

Se establecieron una serie de características que debían cumplirse y que posteriormente se compararon en las diferentes webs estudiadas para conocer los rasgos a tener en cuenta.

INTERFAZ VISUAL

La composición de la página, elementos gráficos utilizados, colores etc. permiten al usuario conocer que significa cada parte de la página y navegar por ella sin necesidad de manual de instrucciones.

CORRECTO CONTRASTE

La combinación de colores utilizados es correcta y no afecta a la legibilidad de los textos o visualización de imágenes.

SOBRESATURACIÓN

Aspecto a evitar referente a páginas recargadas de elementos innecesarios.

TAMAÑO FUENTE

Debe utilizarse un correcto tamaño que permita al usuario leer correctamente.

TIPO FUENTE

La tipografía debe permitir la correcta lectura de los textos de la página, y además estar vinculada a los valores que desea transmitir la empresa/asociación a la que corresponde la página web.

ELEMENTOS GRÁFICOS CORRECTOS

Se refiere a la utilización correcta de imágenes, iconos etc. que correspondan a lo que se desea transmitir y estén colocados en la posición adecuada.

JERARQUÍA

El contenido está estructurado siguiendo un orden y unas pautas que permiten al usuario encontrar lo deseado con facilidad.

MENÚ

Se encuentra en una posición visible y acompaña al usuario durante la navegación.

5. SITIO WEB

5.01 CONCLUSIONES

NAVEGACIÓN CLARA

Aspecto vinculado a la jerarquía, permite al usuario navegar con facilidad y encontrar los contenidos sin ningún problema.

ENLACES CLAROS

Se ve de forma clara cuáles son los enlaces al contar.
















































































































































ADECUACIÓN DESCRIPCIONES

Texto mínimo necesario para la comprensión de la información.

DISEÑO RESPONSIVE

El contenido se adapta al formato del dispositivo utilizado.

 Bien  Regular  Mal

	FITCA por Community	CIE	Moda España	FEDECON	EURATEX	ASEPRI	ACOTEX	TEXFOR	ASECOM	ACME	ASEFMA
DISEÑO Y ACCESIBILIDAD											
Interfaz visual											
Correcto contrarse											
Sobresaturación											
Botones											
Tamaño fuente											
Tipo fuente											
Elementos gráficos correctos											
ESTRUCTURA Y NAVEGACIÓN											
Jerarquía											
Posición menú											
Navegación clara											
Enlaces claros											
Adecuación descripciones											
Diseño responsive											

5. SITIO WEB

5.01 CONCLUSIONES

ESTUDIO MERCADO WEB ASOCIACIONES Y EMPRESAS HOMÓLOGAS

Concluyendo con el estudio de mercado, cabe destacar que muchas de las páginas de asociaciones y empresas homólogas se han quedado algo obsoletas, por lo que de ellas se obtendrán las características de diseño que evitar para dar una imagen moderna y profesional a la página de FITCA. Estas características vienen reforzadas por los requisitos de accesibilidad que debe cumplir una web.

- Se debe evitar el diseño vertical, la combinación de muchos colores, utilización de diversas tipografías, colocación indiscriminada de elementos etc.
- En contraposición, se realizará un diseño horizontal y responsive con la tipografía y colores que vienen determinados en el Anexo 02: Manual de imagen corporativa. Las páginas seguirán una estructura o jerarquía clara para no despistar al usuario y hacer más sencilla su navegación. La página principal es la que cobra mayor importancia al ser la primera que ve el usuario y por la que decide marcharse o quedarse y seguir conociendo el producto, marca o servicio que se ofrece. Por ello, no debe estar saturada con información innecesaria, debe ser limpia y clara y mostrar de una manera sencilla lo que la empresa/federación ofrece.
- Los colores utilizados por las páginas son sus propios colores corporativos combinados con blancos y negros, mostrando de esta manera profesionalidad.
- Cuantas menos tipografías sean utilizadas mejor, es recomendable utilizar la tipografía que venga establecida en el manual de imagen corporativa.
- La mayoría utilizan imágenes grandes (estáticas o en carrusel) y vídeos como portada, atrayendo la atención del usuario.

Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

5. SITIO WEB

5.01 CONCLUSIONES

- Hay imágenes textos etc. que se animan a medida que se baja por la página, dándole mayor dinamismo a esta.
- En cuanto a la estructura, todas ellas tienen en la parte inferior un apartado de contacto y ubicación en el mapa o una página únicamente para el contacto.
- Algunas páginas contiene, un apartado de proyectos o empresas asociadas. En lugar de mostrarlos de forma estática, da mayor dinamismo y supone un toque más moderno en la página el hecho de que estas imágenes vayan variando.

Las que muestran una imagen más moderna y profesional son: CIE, ACME, ACOTEX Y ASEPRI.

Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

5. SITIO WEB

5.01 CONCLUSIONES

ESTUDIO WEB FITCA CREADA POR COMMUNITY NEXT

- Algunos aspectos se han utilizado correctamente como el carrusel de la cabecera.

En contraposición, hay un mayor número de elementos cuya utilización o diseño se debería modificar como son:

- Utilización de imágenes con fondo blanco sobre fondos de color.
- El botón “Ver más” al final de la página en lugar de utilizar Scroll.
- Imágenes pequeñas y excesivo texto.
- En las fichas de asociados, colaboradores etc. cambiar el lugar en el que se encuentra “Noticias recientes” y “Próximos eventos”.

Estos aspectos hacen que la página se muestre poco profesional, amateur e incluso de alguna empresa o comercio local, que no tiene visión de ir más allá. Esto se debe a que dificulta la satisfactoria navegación del usuario haciendo que en lugar de quedarse estos pasen de largo.

ESPECIFICACIONES DE FITCA

- Portada modo carrusel
- Colocación servicios en la parte inferior de todas las páginas
- Colocación de un calendario vinculado a las noticias
- Biblioteca con uso único para asociados
- En apartado “Formación y empleo” doble modo deseleccionar una de las dos secciones: filtrado y vinculación a otra página.

Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web.

5. SITIO WEB

5.01 CONCLUSIONES

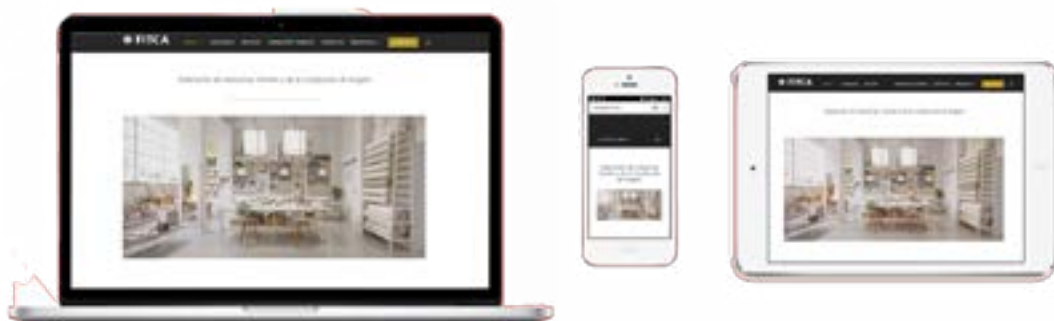
Con las conclusiones obtenidas en los diferentes estudios y anteriormente mencionadas, así como las especificaciones propuestas por FITCA se elaboraron una serie de retículas para aplicarlas a cada una de las páginas de la web. Estas retículas se aplicaron a la plataforma mediante la cual se ha diseñado el sitio web, en este caso, se trata del gestor de contenidos WordPress, siendo la plataforma con la que está familiarizada la federación.

Contiene toda la información referente al grupo organizada en un menú principal y un único submenú, cuyas pestañas están vinculadas a diferentes apartados de la página principal, facilitando así la navegación al usuario.

Además, todas las pantallas serán modo scroll de manera que el usuario a medida que va navegando por la web pueda ir bajando y encontrando nuevo contenido.

El sitio web ha sido diseñado y desarrollado cumpliendo las normas de accesibilidad y Responsive Design.

El diseño y desarrollo del sitio web se encuentra en el Anexo 02: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa, aplicaciones y sitio web se encuentra en el Anexo 04: Manual de uso del sitio web.



5. SITIO WEB

5.02 MENÚ

El menú principal se encuentra colocado horizontalmente en la parte superior de la página, sobre el imagotipo y el resto de información.

El conjunto de pestañas están enmarcadas en un rectángulo de color #2E2D2 (R46 G45 B44). Las pestañas que no están activas se muestran en blanco mientras que la activa destaca sobre el resto en un color #FD000 (R255 G258 B0). Por otro lado, al mover el cursor por encima de las diferentes pestañas, estas cambiarán de color, pasando a #FD000 (R255 G258 B0) para un mayor dinamismo.

Dentro del menú se encuentra el botón *Asóciate*, destacando sobre el resto, con el objetivo de que los usuarios de la web accedan a esta página y con ello, aumente el número de asociados.

Para facilitar la navegación, el menú se muestra en todo momento, independientemente de la página en la que el usuario se encuentre. A la izquierda del menú se muestra el imagotipo en versión horizontal; clicando en él llevará al usuario a la página principal.



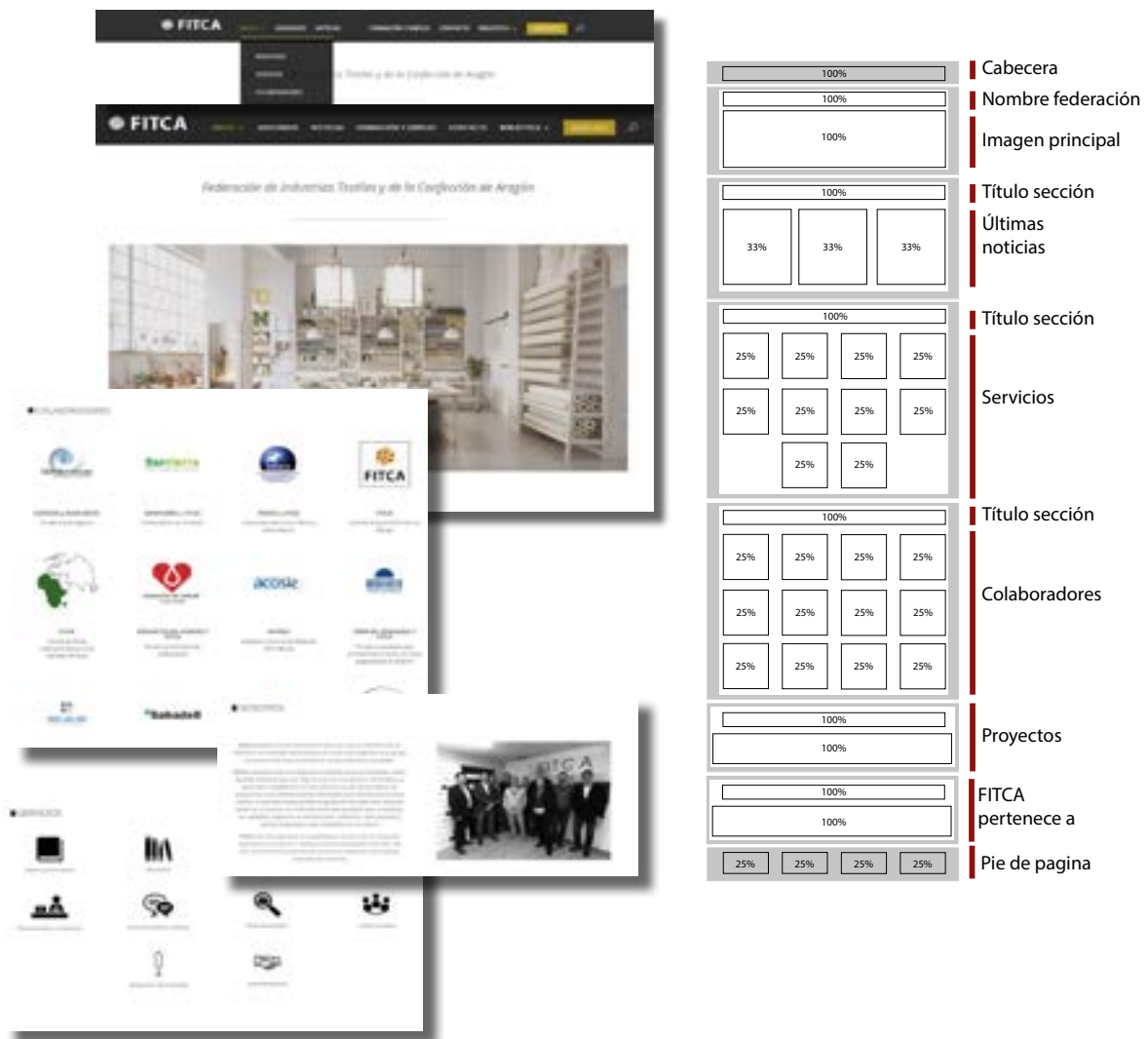
A continuación se describen las diferentes pantallas, mostrando sus imágenes y retículas correspondientes.

Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web. Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.02 INICIO

La pestaña *Inicio* hace referencia a la página principal. Clicando en ella, se puede regresar la página principal independientemente de donde se encuentre el usuario. Al entrar en la página se encuentra una imagen referente al sector y, seguidamente, diferentes secciones que muestran una visión general de la federación. Algunas de ellas, se encuentran en el submenú, llevando directamente a la parte de la página en la que se encuentra. Estas son: *Nosotros*, *Servicios* y *Colaboradores*.



Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web .Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.03 INICIO

Además, dentro de la página principal, se encuentra una sección de *Noticias destacadas*, donde, de forma automática, se colocan las últimas noticias subidas a la web. Por último, se encuentran dos secciones formadas por dos carrusel diferentes en las que se muestra por un lado, los proyectos vinculados a la federación, y, por otro lado, las empresas/instituciones en las que se encuentra FITCA.

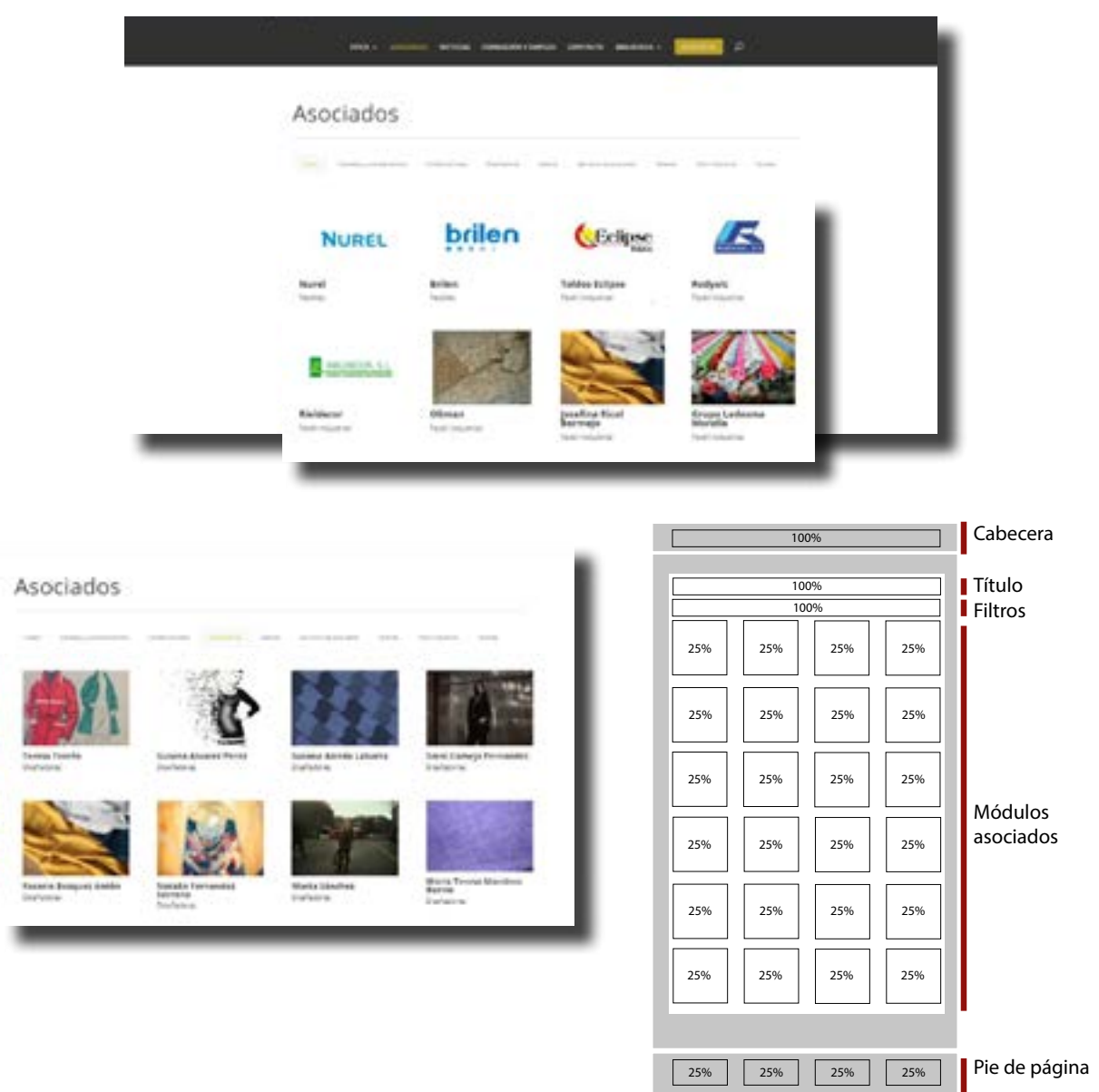


Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web .Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.04 ASOCIADOS

En la página *Asociados*, se muestran las diferentes empresas asociadas a la FIT-CA. Para facilitar la navegación en esta página, se pueden filtrar los diferentes asociados dependiendo del tipo de actividad que realicen, de esta manera resulta más sencillo encontrar la empresa deseada.

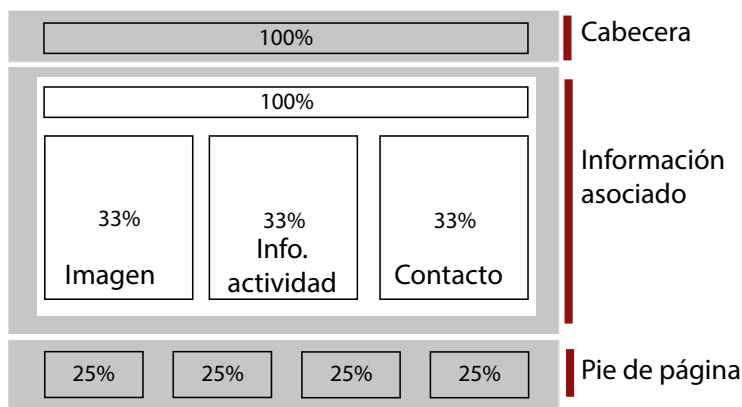
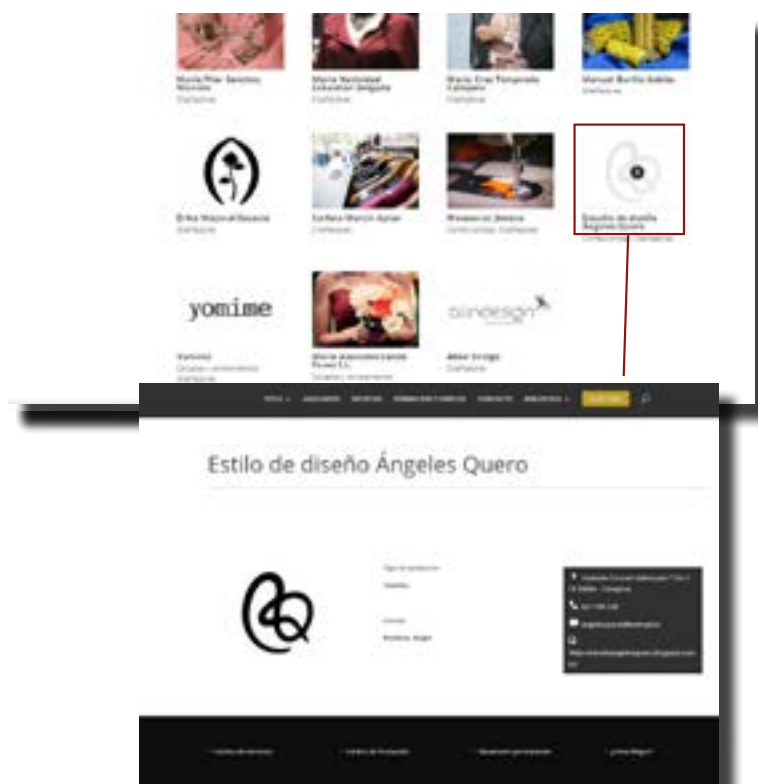


Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web .Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.04.01 FICHA ASOCIADOS

Cada uno de los asociados tiene su ficha propia que se muestra al clicar en su imagen correspondiente. Dentro de esta ficha se encuentra su imago tipo, si posee, o en su defecto, la imagen proporcionada por la federación, información acerca de la actividad que realiza, y, por último, datos como la dirección, teléfono, correo etc.

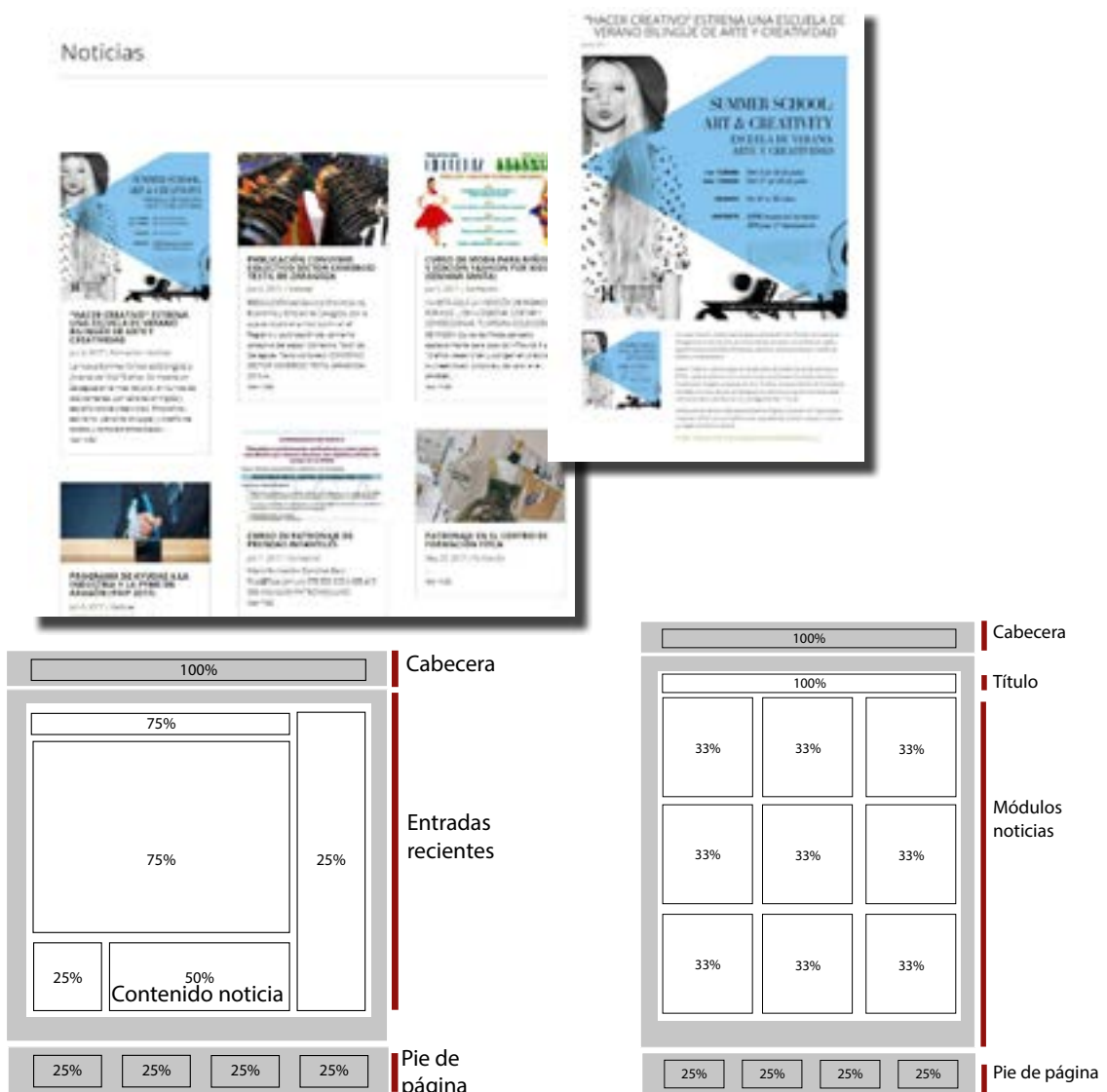


Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web .Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.05 NOTICIAS

La página *Noticias* sigue la misma estructura que la sección *Noticias destacadas* en la página *Inicio*. En ella se muestran de más reciente a más antiguo las noticias subidas a la plataforma por la federación en forma de miniatura. Se muestra una imagen, título y breve descripción. Cada una de las miniaturas vincula a una página con la noticia que se muestra de la siguiente manera:

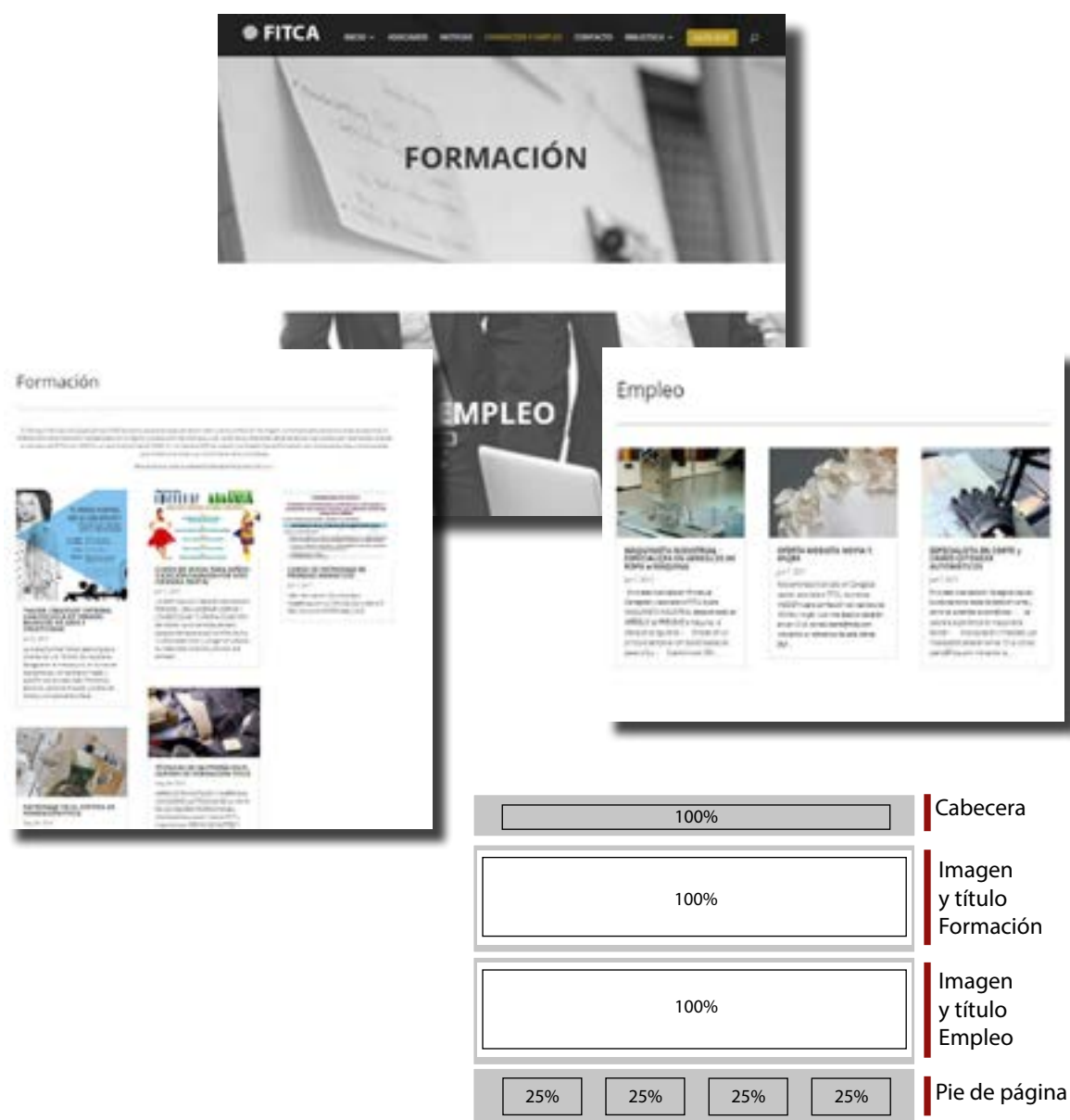


Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web .Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.06 FORMACIÓN Y EMPLEO

En la página *Formación y empleo* se encuentran los títulos de ambos apartados para que el usuario pueda seleccionar el deseado. Cada uno de ellos le redirige a la página *Formación* o la página *Empleo* según haya seleccionado. Dichas páginas siguen la misma estructura que la página *Noticias*.

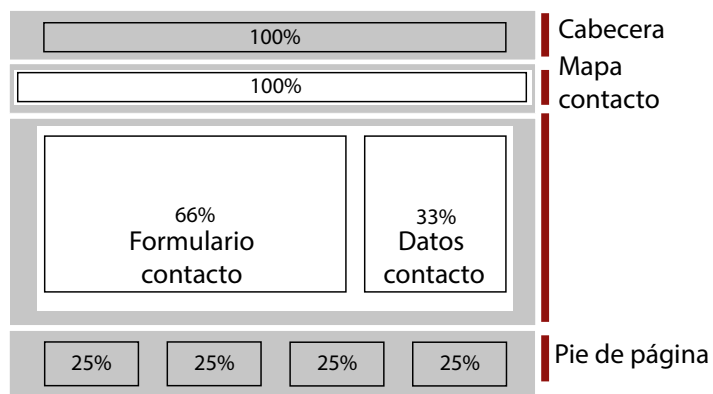
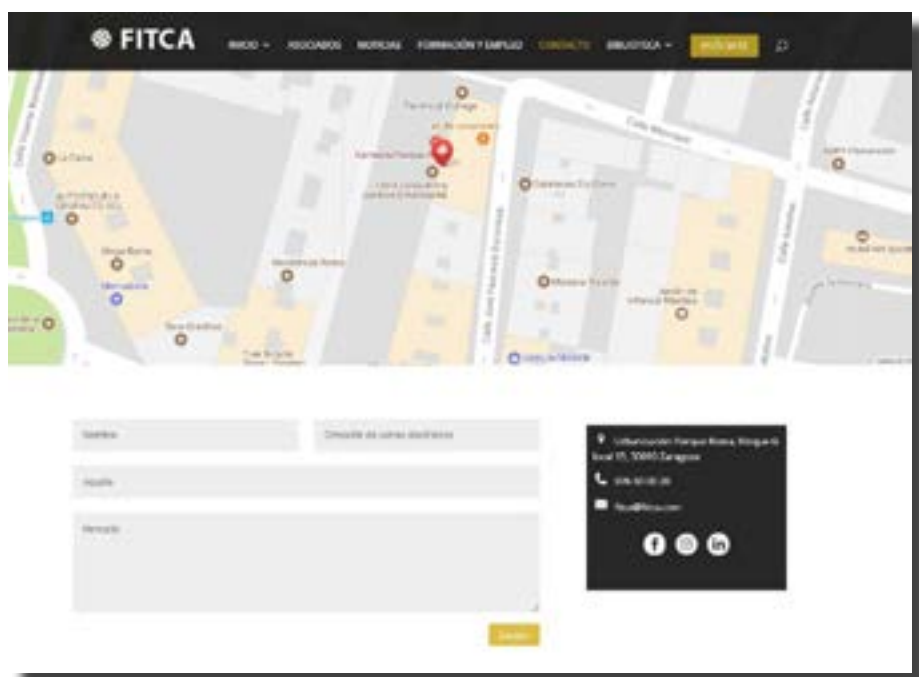


Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web
.Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.07 CONTACTO

En la cabecera de la página *Contacto* se encuentra un mapa interactivo en el que el usuario puede observar donde se encuentra la federación y moverse por él. Además, se encuentra un formulario de contacto y datos de FITCA como la dirección, teléfono, correo etc.



Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web .Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.08 BIBLIOTECA

La página *Biblioteca* es una parte de la web que está pensada únicamente para los asociados. Entrando con una clave, encontrarán un repositorio de información respecto al sector textil y de la confección.

Cualquier usuario que acceda a la web se encontrará con el siguiente inicio de sesión, pero solo aquellos que sean asociados a la federación accederán al contenido.

Biblioteca

ESPACIO DE CONSULTA DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIÓN

* Biblioteca online donde podrás encontrar información sobre Estudios, Informes del Sector en cifras, Convenios Colectivos, Normativas, Tendencias, etc.

- Internacionalización de Empresas
- Procesos y Capacitación
- Convenios Colectivos y Precios
- Estudios y Tendencias Sectorial
- Registros de Aguas
- Normativas
- Jurídico, laboral y convenios colectivos
- Negocios

Internacionalización de empresas



PUTA MURILLO MURILLO
de TONDA/CHARRAS/CHARRAS
DE SALINAS
por 16. 2017

PUTA MURILLO MURILLO
de TONDA/CHARRAS/CHARRAS
DE SALINAS
por 16. 2017

100%	
100%	
100%	
50%	50%
25%	25%
25%	25%

Cabecera

Título

Descripción

Categorías

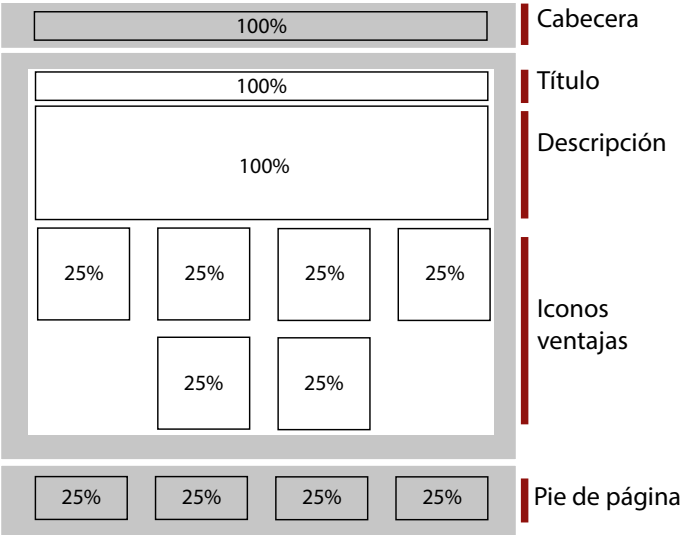
Pie de página

Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web .Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

5. SITIO WEB

5.09 ASÓCIATE

Por último, en la página *Asóciate* se encuentra una breve descripción de las ventajas de ser asociado, así como el link de descarga del formulario para asociarse.



Ver Fase 05. Sitio web del Anexo 01: Diseño y desarrollo de la imagen corporativa de la FITCA, aplicaciones y sitio web .Anexo 03: Manual de uso del sitio web.

6. REFLEXIÓN FINAL

El proyecto se tomó con mucho entusiasmo al suponer todo un reto para mí por diferentes aspectos.

En primer lugar, consistía en un proyecto para un cliente real lo que suponía una experiencia prácticamente nueva. De forma paralela al proyecto, se comenzaron unas prácticas en la federación para conocer a fondo su modo de trabajo, actividades desarrolladas etc. En definitiva, recopilar toda la información posible y de utilidad para el desarrollo del proyecto. En esta parte del proceso mi tutora de las prácticas en la federación trató en todo momento de resolver mis dudas y ser de ayuda.

Uno de los aspectos que más ha repercutido sobre mi proyecto del hecho de trabajar con un cliente real, ha sido que la planificación inicial se desvinculó de los tiempos que se llevaron en la práctica. Aunque he tratado durante todo el proyecto de ajustarme a los tiempos, la federación ha estado muy predispuesta en la realización de cambios pero más lenta en la toma de decisiones. Otro aspecto es que al formar parte en la toma de decisiones, aunque yo les pudiera aconsejar, la decisión final sobre qué camino seguir era suya, a diferencia de otros proyectos realizados anteriormente.

Además, se trataba de un proyecto individual en comparación a la mayoría de proyectos realizados durante los cuatro años de carrera que han sido grupales. Esto ocasionó una serie de ventajas e inconvenientes. Respecto a las ventajas, la principal ha sido el poder adaptar las horas de trabajo según me convenía, aunque en la práctica al realizar el proyecto para un cliente real afectara a los tiempos preestablecidos. En cuanto a los inconvenientes, he encontrado momentos de bloqueo en la fase de creación de conceptos que si se daban en los trabajos en grupo se solucionaban más rápidamente al poder comparar diferentes opiniones.

Respecto al diseño de plantillas para la web a través de WordPress, supuso de nuevo todo un reto al no haber trabajado anteriormente con esta plataforma. Sin embargo, se cogió con muchas ganas y gracias a tutoriales y vídeos se logró seguir adelante con el proyecto favorablemente.

6. REFLEXIÓN FINAL

El único inconveniente respecto a la utilización de dicha plataforma son algunas de las limitaciones respecto a temas de diseño que lleva consigo. Aunque ofrece una gran variedad de posibilidades, algunos pequeños detalles no podían modificarse sin modificar código. Sin embargo, se consiguió que la web respetara las normas establecidas, transmitiera los valores y fuera atractiva e intuitiva para los usuarios.

Cabe destacar que gracias a las asignaturas cursadas a lo largo de los cuatro años, metodologías aprendidas y los consejos de mi tutor del proyecto se han podido solventar los problemas que iban surgiendo a lo largo del desarrollo del proyecto adquiriendo cierta experiencia para realizar proyectos similares fuera de la universidad, valorando finalmente muy positivamente el proyecto.

7. BIBLIOGRAFÍA

Referencias web FITCA

Web actual: <http://fitca.com/>

Web desarrollada por community: <http://fitca.communitynext/>

Psicología del color y tipografía

Los elementos del diseño : manual de estilo para diseñadores gráficos / Timothy Samara.

Diseño de logos : la guía definitiva para crear la identidad visual de una marca / David Airey.

<http://www.puntocreativo.com.gt/>

<https://psicologiaymente.net/miscelanea/psicologia-color-significado>

<http://cualesel.net/>

<https://laprestampa.wordpress.com>

<http://clasificaciontipografica.blogspot.com.es/>

<http://www.domestica.es>

Diferencial semántico

<https://sites.google.com/site/tecnicasdeinvestigaciond38/estadistica-para-las-ciencias-del-comportamiento/2-3-diferencial-semantico>

Sitio web

<https://devcode.la/blog/10-tendencias-del-diseno-web-actual/>

<http://bluemonkeylab.com/>

<http://miposicionamientoweb.es/cambiar-estilo-css-plantilla-wordpress/>

<https://www.silocreativo.com/diferencias-entre-wordpress-org-vs-com/>

https://codex.wordpress.org/es:Main_Page

<http://acceso.uv.es/accesibilidad/Estudio/criterios.htm>

<http://www.santinavarro.es/el-mejor-hosting-para-wordpress/>

<http://www.santinavarro.es/el-mejor-hosting-gratuito-sin-publicidad-wordpress/>