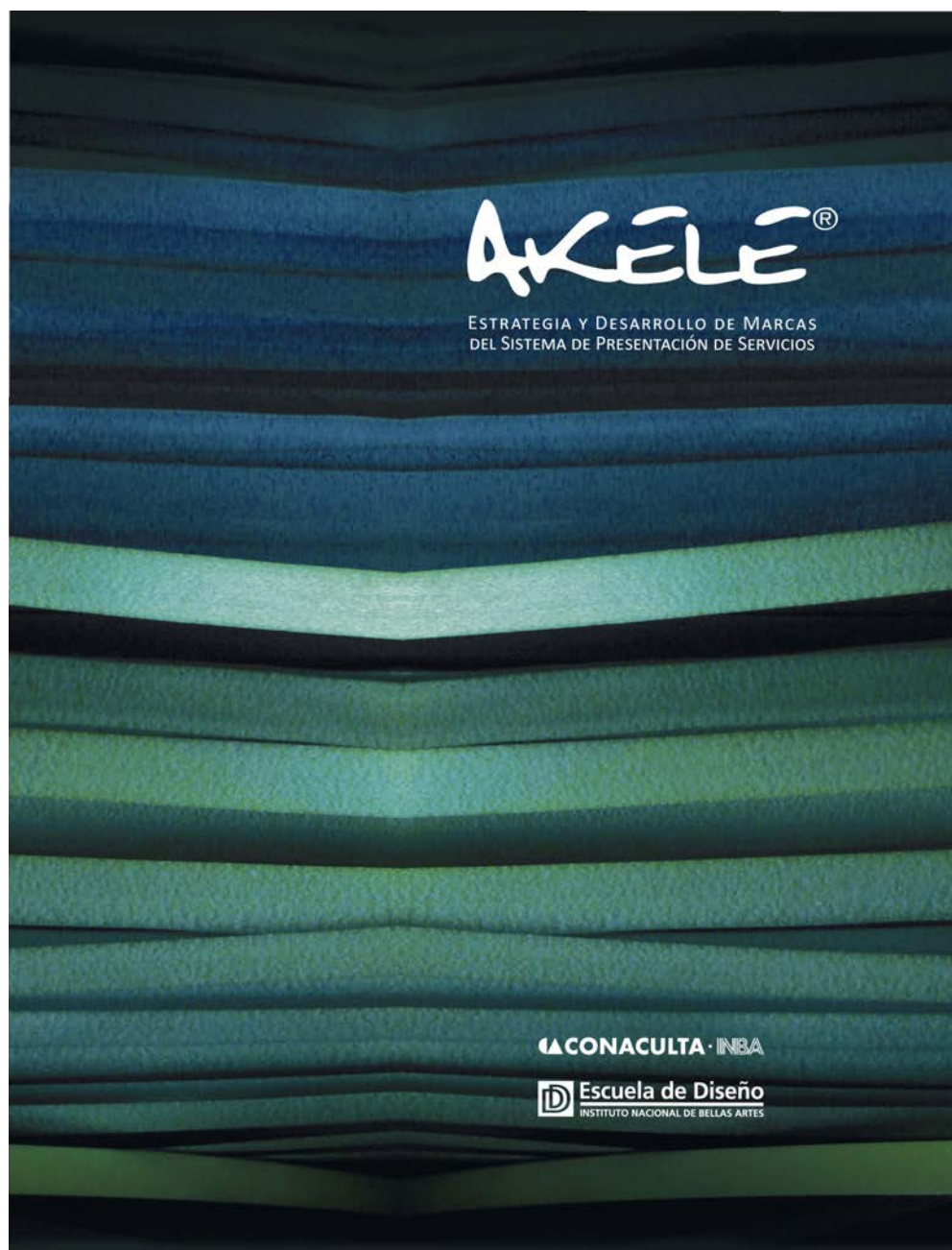


INBA Digital

Repositorio de investigación y educación artísticas
del Instituto Nacional de Bellas Artes



www.inbadigital.bellasartes.gob.mx

Formato digital para uso educativo sin fines de lucro.

Cómo citar este documento: Gómez Moya Emmanuel Jazbeck, Fonseca Durán Joselyn, García Vera Itzaé.

AKELE. Estrategia y desarrollo de marcas del sistema de prestación de servicios,

EDINBA/INBA/CONACULTA, México, D.F., 2010

Descriptor Temático (palabras clave): Diseño de marcas, Logotipo, Diseño para PYMES, Diseño Web, Identidad Gráfica

7. GLOSARIOS Y BIBLIOGRAFÍA



GLOSARIOS Y BIBLIOGRAFÍA

7.1.2 GLOSARIO DE TÉRMINOS EMPLEADOS EN EL DOCUMENTO

ANÁLISIS FODA:

(En inglés, SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), también conocido como Análisis DAFO o Matriz “DOFA” es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

La situación interna se compone de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas. p 21

CLASE SOCIAL:

Se encuentra segmentada en distintos estratos sociales, los cuales se refieren a la distribución de bienes, en el caso de la clase A/B se refiere al más alto nivel de vida con ingresos promedio mensuales de por lo menos \$85,000.00 pesos; mientras que para la clase C+ los ingresos mensuales aproximados son de \$36,000.00 pesos.

EXTRUSIÓN:

Proceso de prensado empleado para dar a un metal o plástico la forma deseada haciéndolo pasar por un molde adecuado gracias al empuje proporcionado por un émbolo. p 12

GALVANIZADO:

Es el proceso electroquímico por el cual se puede cubrir un metal con otro. p 14

GESTALT O LA PSICOLOGÍA DE LA FORMA:

Es una corriente de la psicología moderna, surgida en Alemania a principios del siglo XX, y cuyos exponentes más reconocidos han sido los teóricos Max Wertheimer, Wolfgang Köhler, Kurt Koffka y Kurt Lewin.

El término Gestalt proviene del alemán y fue introducido por primera vez por Christian von Ehrenfels.

No tiene una traducción única, aunque se lo entiende generalmente como “forma”. Sin embargo, también podría traducirse como “figura”, “configuración” e, incluso, “estructura” o “creación”.

El supuesto básico de la teoría es que no percibimos las cosas como elementos inconexos sino que las organizamos por el proceso de la percepción en conjuntos significativos. Esos conjuntos son gestalt en: estructuras, configuraciones, formas organizadas e integradas. p 44

INSIGHTS:

Poseer un claro y profundo entendimiento de una situación compleja. p 29

OFFSET:

Es un método de reproducción de documentos e imágenes sobre papel o materiales similares, que consiste en la impresión mediante planchas metálicas modo que hay una plancha por cada uno de los cuatro colores (cian, magenta, amarillo y negro) que se quiera representar. p 62

POLIETILENO (PE):

Es un material termoplástico blanquecino, de transparente a translúcido. Es posible añadir pigmentos a su composición para darle color, e incluir aditivos que le doten de ciertas características, como resistencia a la oxidación, altas temperaturas, etc. p 12

SEGMENTACIÓN DE MERCADO:

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. p 15

SISTEMA DE NAVEGACIÓN:

Se denomina así al conjunto de elementos presente en cada una de las páginas que permite a un usuario moverse por las diferentes secciones de un sitio web. p 126

7.1.2 GLOSARIO DE INDIVIDUOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE ESTE PROYECTO

ABANICOS, TAQUERÍA LOS

Orgasmo gastronómico. | 2. En donde se encuentra el mejor taco.

AKELE, JORGE

1. m. Promotor. | 2. adj. Emprendedor. | 3. Comprensión. | 4. Apertura. | 5. Director de PyME. | 6. Se dice de aquel que confía. | 7. adj. Que ofrece oportunidades en el momento adecuado. | 8. Individuo con quien se disfruta el trabajo.

AMIGOS

1. m. y f. Persona, animal o cosa que sirve de talismán, que trae buena suerte. | 2. Colegas de trabajo talentosos con quienes discutir | 3. Asistentes en el cumplimiento de la mitad del trabajo de diseño (racionalización y análisis).

AMOR, EL

1. adj. Persona amada. | 2. Sentimiento que enriquece los momentos. | 3. Motor de las cosas que se hacen en la vida. | 4. Buen pretexto para terminar un proyecto.

AQUINO, CAROLINA

1. f. Persona de capacidad mental formidable. | 2. adj. Vivificante. | 3. Consultor en aspectos de redacción y ortografía. | 4. Se dice de la aguja en el pajar.

BAUTISTA, MELISA

1. f. Amiga. | 2. Abogada. | 3. Siempre en defensa de los suyos. | 4. Perseverancia. | 5. Que siempre logra lo que quiere.

CASTELLANOS, CARLOS JESÚS

1. m. Padre. | 2. Arquitecto. | 3. Naturalmente el padre de una diseñadora. | 4. Encargado de logística, alimentación, servicio de despertador, servicio de café, recursos monetarios, materiales y amor. | 4. Persona que siempre tiene un buen consejo que dar. | 5. Aquel que pide lo mismo al desayunar.

CASTELLANOS, MERCEDES

1. f. Abuela. | 2. Madre. | 3. Ejemplo de vida, fortaleza, perseverancia y fe. | 4. Fuente de maravillosas historias. | 5. adj. Que da sentido al presente y construye el sustento del futuro.

DE VALLE, CLAUDIA

1. f. Diseñadora Gráfica. | 2. Maestra. | 3. Consejera en diseño editorial. | 3. adj. Aficionada de Batman. | 4. Ávida consumidora de gomas *Pelikan*.

DURÁN, MA. ISABEL

1. f. Madre. | 2. Mujer alegre y carismática con el superpoder de generar ambientes de sonrisas perpetuas. | 3. Asistente, consejero y supervisor emocional de situaciones de alto estrés. | 4. Persona dotada de eficiencia e ingenio para la solución de problemas de carácter irremediable. | 5. Chicotito.

DURÁN, SABAS

1. m. Abuelo. | 2. Hombre modelo. | 3. adj. Que alberga en sí sabiduría, constancia, valor y perseverancia.

FONSECA, EDUARDO

1. m. Padre (Del lat. *super* –*pater*), hombre ejemplar de gran sabiduría e ingenio. | 2. Experto en finanzas. | 3. Que posee una capacidad sobrehumana para proveer protección y felicidad a su familia | 4. Niño de siete años que responde al nombre de Laloboom.

FONSECA, JESSICA

1. f. Hermana | 2. Mujer con la capacidad de convertirse en la persona que es necesitada en cualquier momento y circunstancia. | 3. Confidente | 4. Cómplice | 5. adj. Que funge como juez y parte. | 6. Amiga | 7. Mentor.

FUENTES, ANA VICTORIA

1. f. Prima. | 2. Compañera de gran cantidad ataques de risa. 3. | Origen de increíbles anécdotas. | 4. Amiga incondicional.

GRATITUD:
(Del lat. *gratitūdo*).
1. f. Sentimiento que nos obliga a estimar el beneficio o favor que se nos ha hecho o ha querido hacer, y a corresponder a él de alguna manera.

Real Academia Española
[http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=gratitud]
Consulta: 26 -09-10

AGRADECER:
1.tr. Sentir o mostrar gratitud por algo recibido.

Word reference
[<http://www.wordreference.com/>]

GALLEGOS, MARÍA LUCIANA

1. f. Amiga. | 2. Diseñadora. | 3. adj. Cercano y distante. | 4. Sujeto fotográfico excepcional. | 5. Fuente de información vital sobre diseño web. | 6. Que comparte características con un gato.

GÁMEZ, JOANNA

1. f. Hermana menor. | 2. Reflejo de la juventud perdida. | 3. adj. Esperanzador. | 4. Asistente en la elaboración de modelos. | 5. Individuo que ofrece una perspectiva sencilla.

GÁMEZ, JOSÉ LUÍS

1. m. Padre. | 2. Ejemplo a seguir. | 3. Presencia reconfortante al llegar a casa. | 4. Se dice del apoyo esencial y universal en el transcurso de la licenciatura de diseño.

GÁMEZ, JOSÉ LUÍS JR.

1. m. Hermano mayor. | 2. Compañero de cuarto a distancia. | 3. Ingeniero en electrónica y comunicaciones. | 4. Consejero en áreas diversas. | 5. Se dice de la alternativa paterna. | 6. Especialista que ofrece asesoría en el mantenimiento de software y hardware.

GÁMEZ, JOSELIN YEFNE

1. f. Hermana mayor. | 3. Licenciada en administración de empresas turísticas. | 4. Cómplice. | 5. Apoyo emocional. | 6. Persona que dispone apropiadamente del sarcasmo y el humor negro.

GÁMEZ-MOYA, JUANA ARACELI

1. f. Madre. | 2. Fuerza de espíritu. | 3. Individuo responsable y trabajador. | 4. Entrega incondicional al desarrollo de los hijos.

GARCÍA, AIDÉE

1. f. Maestra. | 2. Asesora. | 3. Fuente de gran claridad para definir un camino. | 4. Origen de sugerencias o alternativas de desarrollo. | 5. Que brinda conocimientos sobre Marketing entre otros.

GIRÓN, HAYDÉE

1. f. Diseñadora Gráfica. | 2. Asesora. | 3. Profesora comprometida con sus alumnos, abierta y amigablemente honesta. | 4. adj. Ejemplo a seguir en la rama del diseño gráfico.

HERNANDEZ, ARLEN TANIA

1. f. Amiga. | 2. Diseñadora. | 3. Bailarina tremenda. | 3. adj. Perteneciente o relativa a la provincia mexicana. | 4. Fuente de perspectiva sobre la profesión del diseño.

IBARRA, DANIELA

1. f. Amiga. | 2. Mujer de peinado perfecto. | 3. adj. Chistosa | 4. Apoyo y disposición. | 5. Fuente de información vital sobre diseño web.

JUÁREZ, BEATRIZ

1. f. Amiga. | 2. Que sobresale en el área textil. | 3. adj. El mejor tipo de ñoñez. | 4. adj. Confiable, responsable y segura.

MARTÍNEZ, SOCORRO

1. f. Abuela. | 2. Se dice de quien provee cariñosas muestras de afecto. | 3. Que ofrece tranquilidad y serenidad a quien se le acerca.

MAYORGA, JESÚS

1. m. Amigo. | 2. adj. Buen gusto y placer en la música. | 3. Pauta de desempeño cívico y social. | 4. Expresión de inconformidad. | 5. Se dice de lo opuesto a lo mediocre. | 6. adj. Rebeldía racional.

MENA, GIBRÁN

1. m. Amigo incondicional. | 2. Desencanto humorístico. | 3. Perspectiva. | 4. Persona que sale bien librada si confía en sus instintos. | 5. Espacio para desahogarse. | 6. Capaz de comprender.

QUESADILLAS, SEÑORA DE LAS

1. f. Persona trabajadora. | 2. Apoyo alimenticio esencial. | 3. adj. Buen gourmet.

RODRÍGUEZ, GERARDO

1. m. Tutor. | 2. Consejero | 3. Guía. | 4. Mentor. | 5. Maestro. | 6. Sabio. | 7. La perspectiva oportuna. | 8. Menester de nuestra preparación.

SANTANA, EBLEM

1. m. Amigo. | 2. Artista plástico. | 3. Compañero de sueños festivos. | 4. Cómplice de ideas locas. | 5. Responsable de la correcta conclusión del trabajo ajeno.

SARIHUELLA

1. f. Amiga. | 2. Diseñadora responsable | 3. adj. Mujer luchadora. | 4. Comprometida frente a la adversidad económica, social y política.

SHANDI

1. f. Mascota. | 2. Mamífero doméstico de la familia de los Cánidos, de tamaño mediano y pelo corto y muy delgado. Se caracteriza por su Inocencia, lealtad y torpeza. | 4. Boxer | 5. Compañía durante el desvelo. | 6. Fuente de calor en noches frías. | 7. Detector de fantasmas.

TOVAR, GEORGINA

1. f. Amiga. | 2. Ingeniera química. | 3. Confidente gatuno. | 4. Persona siempre dispuesta a convivir tranquilamente. | 5. Persona que siempre tiene algo nuevo que compartir.

TWISTER, MR.

1. f. Dachshund o perro salchicha. | 2. Mascota siempre dispuesta a ser consentida. | 3. adj. De fácil transporte para acariciar en todo momento. | 4. Perfecto distractor en períodos de tensión.

VASCONCELOS, BIBLIOTECA

1. Espacio reconfortante, seguro y bello. | 2. Locación idónea para trabajar y pensar. | 3. adj. donde se ocultan buenos recuerdos.

VERA, MARÍA GUADALUPE

1. f. Madre. | 2. Aquello que necesita superarse. | 3. Buenos deseos. | 4. Inspiración para salir adelante.

VILCHIS, ARTURO

1. m. Profesor | 2. adj. Compañero. | 3. Consultor en el área de administración y gestión del diseño.

YERALDINE

1. f. Coordinadora de servicios de papelería y presentación. | 2. Se dice del buen servicio y la amabilidad. | 3. adj. Que ayuda a resolver problemas. | 4. Herramienta invaluable en el diseño.

ZAMORA, MILENA

1. f. Diseñadora Industrial. | 2. Fuente de excelentes consejos para la vinculación con los usuarios y la sensibilización a su contexto.

7.2 BIBLIOGRAFÍA

Akele Achcar, Jorge. Archivo privado de nuestro equipo de diseño. Entrevista con Jorge Akele Achcar, representante legal de AKELE mobiliario. Tienda Izazaga 161-F, Col. Centro. México, Distrito federal. 2009.

Arellano, Rolando C. *Marketing: Enfoque latinoamérica*. McGraw hill. 2002.

Cairo, Alberto. *Visualización Interactiva de Información de Prensa*. Ed. ALAMUT. 2008.

Carrasco Dávila, Alan. F. *La micro y pequeña empresa mexicana*. Ed. Observatorio de la Economía Latinoamericana. 2005.

Castells, Manuel. *La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red*. Siglo XXI Editores. 2002.

Chaves, Norberto. *La imagen global*. Ed. Gustavo Gili México. 1990.

Contacto PyME.
[<http://www.contactoPyME.gob.mx>]
Consulta: 20-3-09

Costa, Joan. *Identidad Corporativa*. Ed. Trillas. 1993.

Mariotti, John L. *Smart: lo fundamental y más efectivo acerca de las marcas y el branding*. Editorial Mcgraw-Hill. 2001.

Nacional Financiera. [<http://www.nafin.com/portalfn/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/clasificacion-pymes.html>]
Consulta: 20-4-09

Randall, Geoffrey. *Branding: Guía práctica para planear su estrategia de marcas*. Ed. Panorama. 2002.

Secretaría de Economía.
[<http://www.economia.gob.mx/?P=7200>]
Consulta: 18-3-09



Itzaé García Vera,
Jazbeck Gamez Moya y
Dzoara Fonseca Durán;
egresados en el 2009 de la Li-
cenciatura en Diseño por parte
de la Escuela de Diseño del Ins-
tituto Nacional de Bellas Artes,
comienzan aquí su camino en la
búsqueda y consolidación de un
diseño responsable y creativo
dentro de su profesión.

Los egresados de las carreras de comunicación gráfica hacemos diseño, al menos tratamos de hacerlo, incorporándonos a la vida laboral a partir de proyectos en los que, frecuentemente, el carácter creativo de la profesión se reduce al montaje de conceptos preconcebidos, cuya aportación consiste –principalmente– en fortificar los cimientos de empresas y economías ya de por sí muy sólidas en lo que a influencia visual se refiere.

La aplicación de un proceso de diseño real y acoplable a la producción en los sectores de economías emergentes, implica establecer un nuevo modo de operación para los diseñadores de comunicación gráfica, así como una renovación de la factibilidad del diseño como solucionador de problemas.

El diseño en estos rubros no atañe al punto central de esta reflexión, es el diseño proyectado para las economías emergentes lo que apremia resolver.

Como profesionales, estudiantes o docentes, es tarea nuestra –de los diseñadores gráficos– darnos cuenta del medio donde trabajamos, y de cómo este interactúa con el escenario económico y social para desarrollar un nuevo enfoque que nos permita trasladar la disciplina del estrato inorgánico al orgánico, es decir, dejar de reproducir pautas ajenas para originar formas de vida propias en el diseño mexicano.

“Las PyMES necesitan un diseñador distinto”
Kenya Gaona Tovar, FOROALFA



CONACULTA · INBA

D Escuela de Diseño
INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES