



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A

ELABORADO POR:

Eskarleth Zuleika Lord Arias

Carné: 22001877

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2026

Proyecto de graduación

Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

Eskarleth Zuleika Lord Arias

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc

Cartas

Guatemala 07 de mayo de 2025

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMÁGEN CORPORATIVA PARA NORMAR EL USO Y LAS APLICACIONES CORRECTAS DEL LOGOTIPO DE LA MARCA DE JOYERÍA PIERCINGS GUATEMALA**. Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruiz sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Eskarleth Zuleika Lord Arias
22001877



Licda. Claudia Ruiz
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM
UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Guatemala 20 de mayo de 2025

Señorita:
Eskarleth Zuleika Lord Arias
Presente

Estimada Señorita Lord:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMÁGEN CORPORATIVA PARA NORMAR EL USO Y LAS APLICACIONES CORRECTAS DEL LOGOTIPO DE LA MARCA DE JOYERÍA PIERCINGS GUATEMALA**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruiz como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM
UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Guatemala, 1 de diciembre de 2025

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA NORMAR EL USO Y LAS APLICACIONES CORRECTAS DEL LOGOTIPO DE LA MARCA DE JOYERÍA PIERCINGS GUATEMALA**. Presentado por la estudiante: *Eskarleth Zuleika Lord Arias*, con número de carné: 22001877, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Licda. Claudia Ruiz
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
LA REVOLUCIÓN EN LA EDUCACIÓN

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 04 de febrero de 2026

Señorita
Eskarleth Zuleika Lord Arias
Presente

Estimada Señorita Lord:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Lelzer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 7 de abril de 2026

**Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.**

Señor Decano:

Le informo que la tesis **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA NORMAR EL USO Y LAS APLICACIONES CORRECTAS DEL LOGOTIPO DE LA MARCA DE JOYERÍA PIERCINGS GUATEMALA**. De la estudiante Eskarleth Zuleika Lord Arias, carné: 22001877, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,



*Gladys Patricia Sánchez de Palacios
Licenciada en Periodismo
Colegiada No. 23996*

**Licda. Gladys Patricia Sánchez de Palacios
Asesora Lingüística
Universidad Galileo**



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 22 de abril de 2026

Señorita:
Eskarleth Zuleika Lord Arias
Presente

Estimada Señorita Lord:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMÁGEN CORPORATIVA PARA NORMAR EL USO Y LAS APLICACIONES CORRECTAS DEL LOGOTIPO DE LA MARCA DE JOYERÍA PIERCINGS GUATEMALA**. Presentado por la estudiante: Eskarleth Zuleika Lord Arias, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios por darme la vida y permitirme llegar a cumplir mis metas.

A mi familia que siempre me apoyó en todo momento a pesar de las adversidades.

A mis compañeros de estudio que siempre estuvieron ahí y que juntos recibimos el conocimiento que nos formó.

A mis catedráticos que abrieron mi mente y dejaron la semilla del conocimiento que hoy germina y que me ayudará a desenvolverme en mi vida profesional.

A la Universidad que me acogió en sus brazos y me dejó las herramientas necesarias para enfrentarme a un mundo cambiante.

Por último, dedico este proyecto a mi madre, quien estuvo presente en todo el proceso académico, apoyándome tanto en lo material como en lo sentimental, dándome fuerzas y motivación cada día para ser la mejor versión de mí misma. Y, finalmente, a mí misma, por nunca bajar la mirada, por la disciplina diaria de querer superarme, por las noches de desvelo y las horas sin descanso para salir adelante, por ser una mujer fuerte ante todas las adversidades.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Piercings Guatemala se identificó que no cuenta con lineamientos claros que regulen el uso del logotipo y demás elementos de identidad visual corporativa.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y cualitativo. El primero sirvió para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evaluó el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 15 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó un manual de identidad e imagen corporativa para Piercings Guatemala; con su principal propósito de normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca dirigido a los colaboradores internos responsables del manejo de la identidad visual de la marca, conformados por hombres y mujeres de entre 20 y 30 años, con nivel socioeconómico C2, C3 y C medio, residentes en áreas urbanas de la ciudad de Guatemala (zonas 13, 5 y Mixco), para la empresa Piercings Guatemala.

Y se recomendó a Piercings Guatemala colocar el manual de identidad e imagen corporativa en formato PDF interactivo dentro de la intranet de la empresa, almacenándolo en una carpeta compartida en Google Drive accesible para todos los colaboradores, garantizando su disponibilidad inmediata y actualización centralizada.

Para efectos legales, únicamente la autora ESKARLETH ZULEIKA LORD ARIAS es responsable del contenido de este proyecto y de su presentación audiovisual, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

El autor también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción.....	1
-------------------	---

Capítulo II: Problemática

Contexto.....	2
---------------	---

Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	4
---	---

Justificación.....	4
--------------------	---

Magnitud.....	4
---------------	---

Vulnerabilidad.....	5
---------------------	---

Trascendencia.....	5
--------------------	---

Factibilidad.....	5
-------------------	---

Capítulo III: Objetivos del Diseño

Objetivo General.....	7
-----------------------	---

Los Objetivos Específicos.....	7
--------------------------------	---

Información General del Cliente y Datos Complementarios.....	8
--	---

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

Perfil Geográfico.....	10
------------------------	----

Perfil Demográfico.....	10
-------------------------	----

Perfil Psicográfico.....	12
--------------------------	----

Perfil Conductual.....	12
------------------------	----

Capítulo VI: Marco Teórico

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio.....	14
--	----

Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño.....	16
---	----

Tecnologías, Tendencias, Ciencias Auxiliares, Artes y Teorías.....	23
--	----

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Aplicación de la Información Obtenida en el Marco Teórico.....	29
--	----

Conceptualización.....	32
------------------------	----

Bocetaje.....	36
---------------	----

Proceso de Bocetaje

Propuesta Preliminar.....	66
---------------------------	----

Capítulo VIII: Validación Técnica

Población y Muestreo.....	73
---------------------------	----

Método e Instrumentos.....	74
----------------------------	----

Resultados e Interpretación de Resultados.....	79
--	----

Cambios en Base a los Resultados.....	94
---------------------------------------	----

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

Plan de Costos de Elaboración.....	151
------------------------------------	-----

Plan de Costos de Producción.....	152
-----------------------------------	-----

Plan de Costos de Reproducción.....	152
-------------------------------------	-----

Plan de Costos de Distribución.....	152
-------------------------------------	-----

Margen de Utilidad.....	153
-------------------------	-----

Cuadro con Resumen General de Costos.....	153
---	-----

Capítulo XI: Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones.....	154
-------------------	-----

Recomendaciones.....	156
----------------------	-----

Capítulo XII: Conocimiento General

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XI: Anexos

Capítulo

Introducción

Capítulo I: Introducción

Introducción

Piercings Guatemala es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de joyería de alta gama, en relación con perforaciones corporales. Fue fundada en 2014 y actualmente se encuentra en proceso de consolidación, fortaleciendo su presencia en el mercado local. Sin embargo, no cuenta con lineamientos claros que regulen el uso del logotipo y demás elementos de identidad visual corporativa. Por esta razón se diseñará un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

Para crear el concepto creativo se usará el método de SCAMPER y a través de un método inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación. A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestas al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado, y obtener un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Posteriormente, se digitalizará la propuesta gráfica preliminar a través de las herramientas de diseño para validar con el cliente, grupo objetivo y expertos a través de una encuesta online y realizar cambios con base a los resultados y llegar a la propuesta final del manual de identidad corporativa que regule los lineamientos del logotipo.

En conclusión, con toda la información recopilada se diseñará el manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo para que la empresa Piercings Guatemala cuente con los lineamientos necesarios para el buen uso y aplicación de la marca tanto interna como externamente.

Capítulo II

Problemática

Capítulo II: Problemática

La necesidad de una comunicación visual coherente en Piercings Guatemala surge ante la carencia de lineamientos claros que regulen el uso del logotipo y demás elementos de identidad visual corporativa. Esta falta de normalización ha generado inconsistencias en la presentación gráfica de la marca, afectando su reconocimiento, profesionalismo y posicionamiento en el mercado.

A partir de esta situación, el problema de investigación se centra en la inexistencia de un manual de identidad e imagen corporativa que establezca normas de aplicación del logotipo y sus variaciones, limitando la capacidad de la empresa para proyectar una imagen unificada.

El presente proyecto propone el diseño de dicho manual para Piercings Guatemala, dirigido a sus colaboradores internos, ubicado en el Edificio Narama, zona 13 de la ciudad de Guatemala, durante el 2025. Su propósito es fortalecer la identidad visual de la marca y contribuir al reconocimiento y fidelización de sus clientes mediante una comunicación visual profesional y consistente.

Contexto

Piercings Guatemala fue creada el 14 de abril de 2014 por los señores Brandon Tai y Xavier Urizar, quienes fundaron el primer estudio especializado en joyería y perforaciones corporales en el municipio de Panajachel, departamento de Sololá. Actualmente, la empresa es dirigida por el señor Xavier Urizar, tras la separación de los socios fundadores.

La marca se dedica a la producción y comercialización de joyería de alta gama, elaborada con materiales como oro de 24 quilates, cristales legítimos, piedras preciosas y titanio grado implante, con un enfoque en joyas únicas que reflejan la identidad y esencia personal de cada cliente.

Con más de 12 años de experiencia y más de 70 certificaciones internacionales, Piercings Guatemala se ha consolidado como pionera en el mercado nacional, integrando arte, tradición y modernidad en sus diseños, lo que le ha permitido obtener reconocimiento internacional y una posición de liderazgo en el sector de la joyería corporal.

Durante el acercamiento inicial con el propietario, se identificó que, a pesar del prestigio alcanzado, la empresa carece de un sistema visual estandarizado que oriente el uso de su logotipo y elementos gráficos. Esta situación ha generado inconsistencias en su identidad visual, dificultando la proyección de una imagen profesional y coherente.

A partir de este requerimiento, surge la necesidad de diseñar un manual de identidad e imagen corporativa que norme las aplicaciones del logotipo y fortalezca la comunicación visual de la marca.

Requerimiento de Comunicación y Diseño

A la marca de joyería Piercings Guatemala le hace falta el diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo, con el fin de garantizar la coherencia visual de la marca en sus diferentes canales de comunicación.

Justificación

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

Magnitud

En la República de Guatemala habitan aproximadamente 18,654,186 personas, distribuidas en 22 departamentos. En el departamento de Guatemala, donde actualmente se ubica la sede principal de Piercings Guatemala, residen alrededor de 1,236,048 habitantes. Dentro de este contexto, existen aproximadamente 50 empresas dedicadas a la venta de joyería y perforaciones corporales. Entre ellas, Piercings Guatemala destaca por atender a un promedio de 500 clientes reales, consolidándose como una marca reconocida dentro de su segmento.

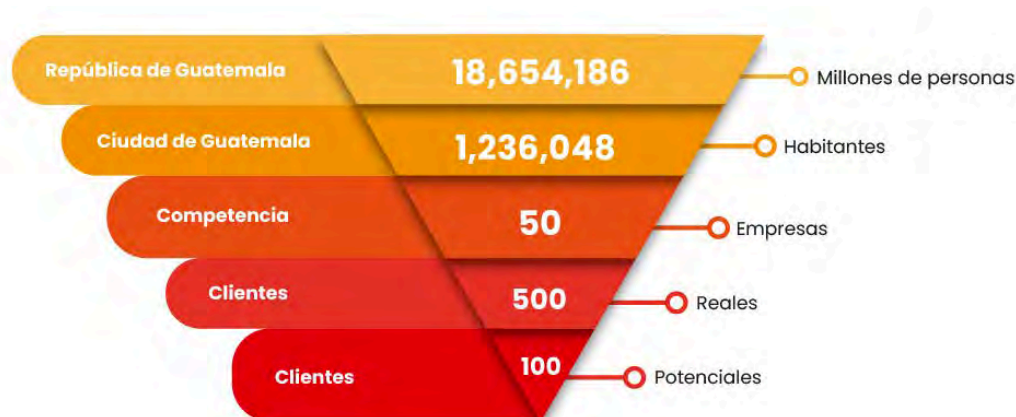


Figura 1. Realizada por Eskarleth Lord. Gráfica de magnitud.

Vulnerabilidad

La falta de un manual de identidad e imagen corporativa en Piercings Guatemala vulnera la coherencia visual de la marca. Esta carencia provoca inconsistencias en la aplicación del logotipo y demás elementos gráficos, lo que debilita su reconocimiento y posicionamiento en el mercado guatemalteco. En consecuencia, la marca corre el riesgo de proyectar una imagen poco profesional, afectando su capacidad de comunicación con clientes reales y potenciales.

Trascendencia

La implementación de un manual de identidad e imagen corporativa permitirá a Piercings Guatemala regular el uso de su logotipo y elementos visuales, fortaleciendo su identidad gráfica institucional. Este proyecto contribuirá a mejorar el posicionamiento de la marca en el mercado, proyectando una imagen coherente y profesional.

Asimismo, favorecerá la consolidación de su liderazgo dentro del sector de la joyería y perforaciones corporales en Guatemala, potenciando su competitividad y valor de marca.

Factibilidad

El diseño del manual de identidad e imagen corporativa para Piercings Guatemala es factible, ya que la organización dispone de los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos necesarios para su ejecución.

Recursos Humanos. La empresa Piercings Guatemala cuenta con el capital humano que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones manual de identidad visual corporativa de las aplicaciones correctas del logotipo de la marca que se realizan dentro de la organización.

Recursos Organizacionales. La empresa autoriza al personal correspondiente a brindar la información y documentación necesarias para el desarrollo del proyecto, demostrando apertura y disposición institucional.

Recursos Económicos. Piercings Guatemala dispone de los recursos financieros necesarios que garantizan la viabilidad del proyecto y la futura aplicación del manual de identidad visual.

Recursos Tecnológicos. La empresa cuenta con los equipos y herramientas tecnológicas indispensables para la producción y difusión del resultado final. Por su parte, el comunicador-diseñador dispone de los recursos técnicos y competencias profesionales necesarias, así como del siguiente equipo:

- Computadora Macbook Pro 2020
- Cámara fotográfica marca Canon Eos T8i
- Programas de diseño de la Suite de Adobe; como Photoshop, Illustrator, After Effects, InDesing, Premier Pro, etc.

Capítulo III

Objetivos del Diseño

Capítulo III: Objetivos del Diseño

Objetivo General

Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

Los Objetivos Específicos

Recopilar información de Piercings Guatemala a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief, para que sea integrada al diseño del manual de identidad e imagen corporativa, y facilite la accesibilidad de los colaboradores internos.

Investigar conceptos, teorías, tecnologías y tendencias relacionados con el diseño de manuales de identidad corporativa, a través de fuentes bibliográficas, que respaldan científicamente la propuesta de diseño de normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca, que será utilizada por los colaboradores internos.

Diagramar los elementos internos del manual de identidad e imagen corporativa de Piercings Guatemala, organizando su estructura visual y contenido para garantizar un uso práctico y eficiente por parte de los colaboradores internos de la empresa.

Establecer la aplicación adecuada de la versión digital interactiva del logotipo dentro del manual de identidad e imagen corporativa para garantizar la funcionalidad en las plataformas digitales.

Capítulo IV

Marco de Referencia

Capítulo IV: Marco de Referencia

Información General del Cliente y Datos Complementarios

Piercings Guatemala fue fundada el 14 de abril de 2014 por los señores Brandon Tai y Xavier Urízar, quienes hicieron el primer estudio especializado en joyería y perforaciones corporales en el municipio de Panajachel, departamento de Sololá.

La empresa surgió con el propósito de transformar la experiencia de la joyería corporal, integrando materiales de alta calidad como oro de 24K, cristales legítimos, piedras preciosas y titanio de grado implante, para crear joyas únicas que reflejan la esencia personal de sus clientes. Actualmente, liderada por Xavier Urízar tras la separación de los socios fundadores, Piercings Guatemala se dedica principalmente a la producción y comercialización de joyería artesanal de alta gama, posicionándose como una marca pionera en el mercado guatemalteco.

Con más de 12 años de trayectoria, la empresa ha consolidado su presencia en el sector gracias a su compromiso con la calidad y la innovación, respaldado por más de 70 certificaciones internacionales que avalan su excelencia profesional.

Misión

Materializar la esencia humana a través de joyería legítima, creando piezas únicas que cuentan historias personales y generan un impacto estético perdurable en el tiempo.

Visión

Ser líderes a nivel nacional e internacional en la creación de joyería artesanal de alta gama, reconocidos por nuestra innovación, calidad inigualable y compromiso con la expresión personal, estableciendo nuevos estándares en la industria de la joyería.

FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia consolidada respaldada por certificaciones internacionales que avalan la calidad profesional de la empresa. 2. Uso exclusivo de materiales de alta gama, lo que diferencia su oferta frente a competidores con productos de menor valor estético. 3. Posicionamiento como pionera en Guatemala por integrar arte, tradición y modernidad en la joyería corporal. 4. Reconocimiento internacional que fortalece su prestigio y atrae a un público diverso. 5. Enfoque diferencial en la seguridad del cliente mediante un trato humano, empático y personalizado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantenerse a la vanguardia en protocolos de bioseguridad para reforzar la confianza de los clientes. 2. Ampliar su alcance mediante estrategias de marketing digital y colaboración con influencers. 3. Incrementar ventas a través de canales de comercio electrónico. 4. Incorporar materiales biocompatibles e innovadores, reforzando su compromiso con la seguridad y calidad. 5. Fortalecer su visibilidad de marca y posicionamiento mediante redes sociales y su sitio web.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de un manual de identidad corporativa, lo que genera inconsistencias visuales en su comunicación. 2. Dependencia de un equipo reducido de siete colaboradores, limitando su capacidad operativa ante una mayor demanda. 3. Falta de una estrategia digital integral que unifique su presencia en plataformas. 4. Ubicación centralizada en un área urbana específica, restringiendo el acceso de clientes de otros departamentos. 5. Limitada diversificación de productos, lo que podría reducir su alcance a segmentos de menor poder adquisitivo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia directa que ofrece joyería y perforaciones a precios más accesibles. 2. Avance tecnológico y digitalización de competidores, quienes podrían automatizar procesos y reducir costos. 3. Creciente número de profesionales en el mismo rubro, lo que intensifica la competencia. 4. Cambios en las tendencias de consumo que podrían desplazar la preferencia hacia otros tipos de accesorios. 5. Falta de un manual de identidad corporativa que pueda derivar en una mala imagen profesional de la empresa en sus redes sociales.

Figura 2. Realizada por Eskarleth Lord. FODA.

Ver brief completo en Anexo 1.

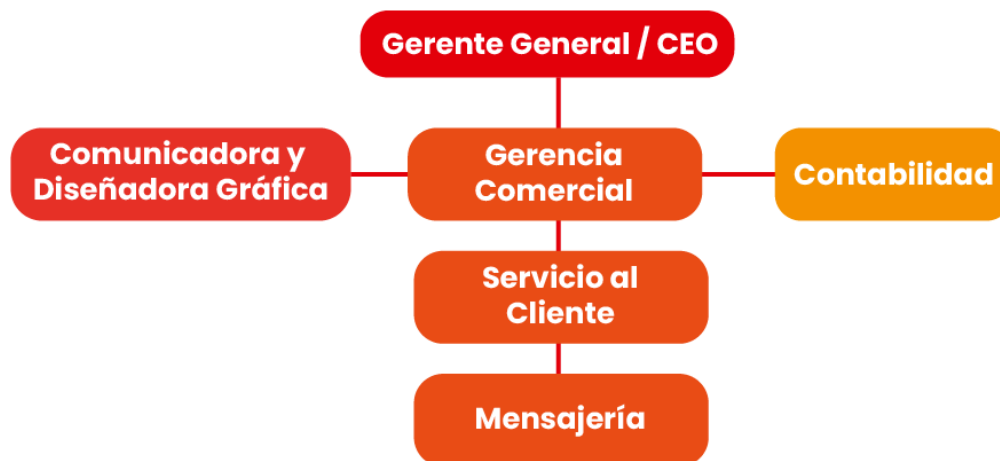
Organigrama.

Figura 3. Realizada por Eskarleth Lord. Organigrama.

Capítulo V

Definición Del Grupo Objetivo

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

El proyecto está dirigido al grupo objetivo interno de Piercings Guatemala, conformado por los colaboradores responsables del manejo de la identidad visual de la marca. Este grupo está integrado por hombres y mujeres de entre 20 y 30 años, con nivel socioeconómico C2, C3 y C medio, quienes poseen formación académica universitaria y afinidad por la cultura digital, el diseño y las expresiones artísticas.

Son los principales beneficiarios del manual de identidad corporativa, ya que su correcta aplicación fortalecerá la coherencia visual y comunicacional de la empresa.

Perfil Geográfico

El grupo objetivo reside principalmente en áreas urbanas de la ciudad de Guatemala, especialmente en las zonas 13, 5 y el municipio de Mixco. Desarrollan su actividad laboral en el Edificio Narama, ubicado en la 15 avenida 16-14, local 104, nivel 1, zona 13 de la ciudad de Guatemala.

Este entorno se caracteriza por su alta concentración de oficinas, comercios y espacios de tránsito profesional, lo que favorece la accesibilidad y exposición del proyecto.

Los integrantes frecuentan zonas de entretenimiento como Oakland Mall, La Estación, y cafeterías como La Terminal o El Basto, además de plataformas digitales como Instagram, YouTube, Spotify y Netflix.

Perfil Demográfico

El grupo objetivo está compuesto principalmente por mujeres, con un solo hombre entre los siete colaboradores. La mayoría tiene entre de 20 a 30 años, siendo dos de ellos adultos dentro del rango. Con un NSE C2, C3 y C medio-alto; donde el nivel C3 incluye un sueldo medio con bachillerato culminado y estudios universitarios en curso, el nivel C2 y C refleja

condiciones similares con ingresos medios y acceso a educación superior parcial, y contempla las características establecidas por tabla de NSE Multivex 2018.

Ver tabla completa de NSE en Anexo 2

Niveles socioeconómicos C1, C2 y C3

Características	Nivel C1	Nivel C2	Nivel C3
Ingreso	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00
Educación padres	Superior, licenciatura	Licenciatura	Licenciatura
Educación hijos	Hijos menores colegios privadas, mayores en U privadas o post grado extranjero con beca.	Hijos menores colegios privados, mayores en U privada o estatal.	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal.
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor.	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.	Comerciante, vendedor, dependiente.
Vivienda	Casa/departamento rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, garage para 2 vehículos.	Casa/departamento rentado o financiado, 1-2 recámaras, sala, garage para 2 vehículos.	Casa/departamento rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala.
Otras propiedades	Sitios/terrenos interiores o por herencias.	Sitios/terrenos interiores o por herencias.	
Personal de servicio	1-2 personas de tiempo completo, chofer.	Por día	Eventual
Servicios financieros	1-2 ctas Q monetarios, TC y ahorro, Plazo fijo, 1 TC int, seguro colectivo salud	1 cta Q monetaria, 1 de ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local
Posesiones	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro
Bienes de consumo	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, equipo de audio, más de 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/miembro, microondas/electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Cine, centros comerciales, parques temáticos locales	Cine eventual, centros comerciales, parques, estadio	Centros comerciales, parques, estadio

Figura 4. Realizada por Eskarleth Lord. Perfiles socioeconómicos.

Perfil Psicográfico

El grupo objetivo se caracteriza por ser detallista, extrovertido e innovador. Muestran interés por actividades culturales, digitales, fitness y gastronómicas, valorando el equilibrio entre el trabajo y el ocio.

Son personas empáticas y colaborativas, con una actitud positiva hacia el servicio y la atención al cliente. Aunque la mayoría cree en Dios, no practica una religiosidad activa; sin embargo, mantienen valores humanos como el respeto, la empatía y la responsabilidad social.

Disfrutan de espacios como cines, gimnasios y cafeterías, así como del consumo de contenido digital en redes sociales y plataformas de streaming. Su estilo de vida combina lo profesional con lo recreativo, orientándose a la superación personal y la búsqueda de experiencias significativas.

Perfil Conductual

El grupo objetivo manifiesta una actitud proactiva ante la gestión visual de la marca, aunque experimenta frustración por la falta de lineamientos claros en la aplicación del logotipo y otros elementos visuales.

Reconocen la importancia de un manual de identidad corporativa para estandarizar los procesos de comunicación interna y externa.

Además, muestran una alta disposición para utilizar materiales de apoyo visuales, siempre que sean claros, accesibles y funcionales. Aunque poseen un nivel educativo universitario, su conocimiento técnico en diseño gráfico y branding es limitado, por lo que el manual deberá emplear un lenguaje didáctico, visual y fácil de comprender.

Su familiaridad con entornos digitales y herramientas tecnológicas les permite acceder con facilidad a manuales en formato PDF o en plataformas virtuales, sin barreras de idioma ni comprensión.

Capítulo VI
Marco Teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio

Empresa

Una empresa es una organización económica, social y jurídica que se constituye con el propósito de producir bienes o prestar servicios para satisfacer necesidades del mercado. Su objetivo principal es generar valor económico, aunque también puede perseguir fines sociales, culturales o ambientales, según su naturaleza y misión. Las empresas operan dentro de un entorno cambiante, donde deben adaptarse a las exigencias del mercado y las transformaciones tecnológicas (Chiavenato, 2017).

Atención al cliente

Es el nivel en la organización que sirve al cliente directamente y está en contacto íntimo con él por medio de servicios, productos y sistemas. Este personal está atento a las necesidades del cliente, al momento que se presentan. Esto nos da un nivel de respuesta, atención y voluntad que hace que el cliente califique al servicio como superior, regresan y recomiendan el buen servicio a otros (Velázquez Medina. 2001).

Personal interno

Es la función que permite la colaboración eficaz de las personas para alcanzar los objetivos organizacionales e individuales, buscando la eficacia organizacional. (Escat. 2002).

Clientes

Es quien recibe un servicio o un producto. Es el receptor de uno o más de los resultados especificados de un proceso. Es el centro, el vértice donde todo gira a su alrededor. Es la razón de ser de la empresa, de la cultura de servicio. Todo está orientado hacia él. (Velázquez Medina. 2001).

Joyería artesanal

Son piezas exclusivas elaboradas por los diseñadores de joyas que llevan su sello personal y expresan de alguna manera sus criterios estéticos. El mismo concepto indica que no son piezas producidas en cadena, sino hechas a mano. El carácter artesanal es uno de los factores que distingue a la joyería de autor, las series de joyas son pequeñas para darle a cada una los atributos de ser únicas y exclusivas (Germán Joyero, 2020).

Perforación corporal

Es un tipo de modificación corporal que se realiza insertando una aguja de gran calibre a través de la piel o el cartílago para crear una abertura similar a una fístula donde se pueden llevar adornos decorativos como anillos, pendientes o prendedores (Van Hoover, C., Rademayer, C. A., & Farley, C. L. 2017).

Normas de bioseguridad

Están destinadas a disminuir el riesgo de transmisión de microorganismos de fuentes conocidas o no reconocidas de infección, vinculadas a accidentes por exposición a sangre y fluidos corporales. (Bermolen et al., 2017).

Imagen corporal

La imagen corporal está íntimamente ligada a la autoimagen, a la autoestima y al sentimiento de sí o identidad, en tanto el cuerpo como tal y la imagen que se forma en el psiquismo de dicho cuerpo, formarán parte de la identidad personal y social del sujeto (Cornejo, S., & Estebecorena, P. 2016).

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación Es la transmisión de un mensaje de una persona o grupo a otro, lo que requiere de la existencia de voluntad de interacción entre ambas partes, es decir que se cree un proceso de influencia mutua y recíproca, mediante el intercambio de pensamientos, sentimientos y reacciones que se manifiestan a través del feed-back que se establece entre los comunicantes (Frías Azcárate, R. 2000).

Harold Lasswell Es un modelo básicamente descriptivo cuya finalidad recae en establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos, los cuales podían ser descritos a partir de responder 5 interrogantes: ¿quién?, ¿qué?, ¿por qué?, ¿a quién?, ¿con qué? (Lovera, J. 2013).

Umberto Eco La comunicación no se limita a transmitir información, sino que actúa como un proceso que posibilita la construcción de significados. Esta requiere de un sujeto capaz de interpretar signos de acuerdo con códigos culturales establecidos. Así, la comunicación se convierte en una mediación entre los estímulos y su interpretación simbólica (Vidalez, C. 2009).

Proceso de comunicación Es el acto de transmisión de información entre dos o más personas (emisor y receptor), donde pueden ser pensamientos, sentimientos, ideas y emociones. Siendo el interlocutor quien está en la capacidad de recibir e intercambiar el mensaje de la información (Eskarleth Lord. 2025).

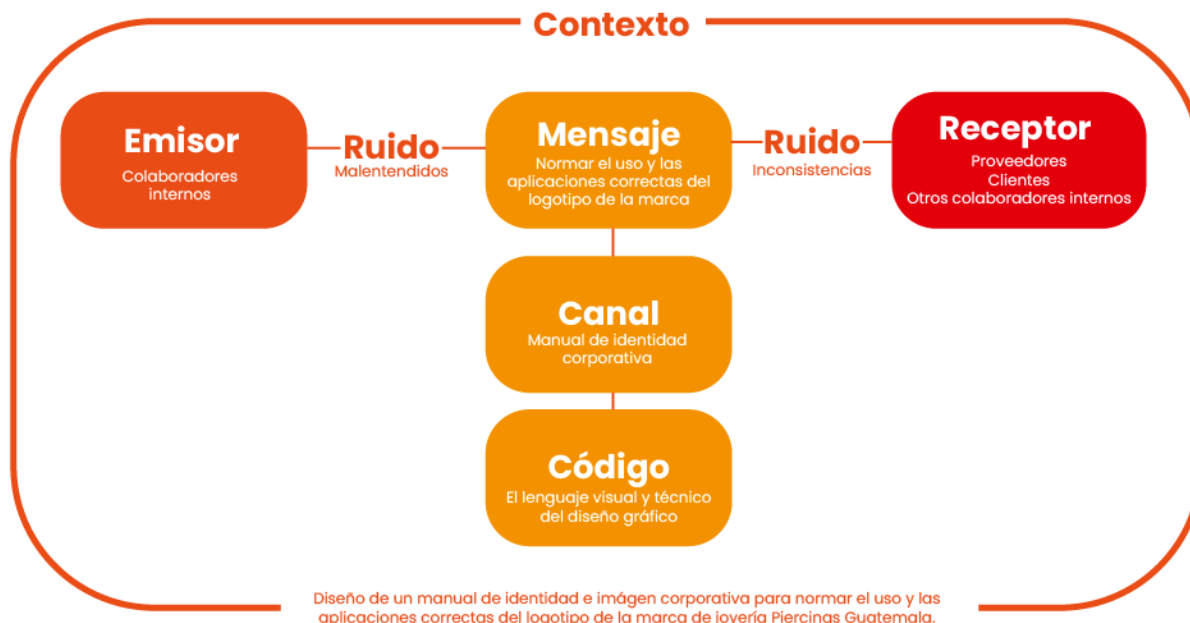


Figura 5. Realizada por Eskarleth Lord. Gráfica modelo lineal de comunicación.

Comunicación organizacional Según Goldhaber (1984), es el flujo de comunicaciones internas, (ascendentes y descendentes y horizontales) que se dan dentro de una organización, para establecer relaciones entre los individuos que conforman la organización (Rivera et al., 2005).

Funciones de la comunicación Basado en los modelos de Karl Bühler y Roman Jakobson, se describe que el lenguaje es un instrumento fundamental para transmitir emociones, pensamientos, experiencias y para influir en el comportamiento de los demás. Jakobson identifica seis funciones principales: referencial, emotiva, apelativa, fática, poética y metalingüística (Islas, B. M. 2019).

Estrategias de la comunicación Permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que

determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente (Ríos Pacheco, E. F., Barbosa Trigos, J. F., & Páez Quintana, H. A. 2020).

Teoría de comunicación persuasiva Bettinghaus (Fernández 1991:227), considera que la comunicación persuasiva implica una intención consciente de un individuo por cambiar la conducta de otro individuo o grupo de individuos a través de algún mensaje. (Gómez, 1996)

(Hovland, Jenis y Kelley 1953) comentan que existen algunos elementos y predisposición a los efectos del mensaje como son la credibilidad en el comunicador, las apelaciones al miedo, la organización de los elementos persuasivos, la personalidad y la susceptibilidad a la persuasión (Gómez. 1996).

Conceptos fundamentales relacionados con diseño gráfico

Diseño Es exactamente el gráfico que lo define, es un lenguaje que ofrece una solución a un problema, que transmite información a la sociedad y que a su vez genera conocimiento. La finalidad del diseño es comunicar (González. 2016).

Joan Costa (2003) Se refiere a la información para comunicar o persuadir, que se transmite utilizando las dos principales clases de imágenes que utiliza la comunicación gráfica; los pictogramas (iconos) y los fonogramas (la letra) (Costa, J. 2015).

Marín García (2011). Como una actividad compleja. Las últimas tendencias abogan por considerar el diseño no solamente como un producto que ofrece una utilidad técnica, sino como un elemento de comunicación que debe proporcionar experiencias satisfactorias. (Marín García, 2011, p. 87).

Concepto diseño gráfico Según Milton Glaser se define como la habilidad de crear y desarrollar ideas visuales que comuniquen de manera efectiva información, emociones, valores y estética. Es una disciplina que combina arte, comunicación y tecnología para crear soluciones visuales y comunicativas. Consiste en la creación y organización de elementos como imágenes, tipografías, colores y formas, con el objetivo de transmitir un mensaje de manera efectiva y estética (Ceballo, M. 2023).

Tipos del diseño Según (Pérez. 2024) comenta que el diseño gráfico abarca distintas especializaciones, cada una con su propia forma de comunicar y se adapta a diferentes necesidades y contextos; siendo estas diseño editorial, diseño de experiencia de usuario (UX), diseño publicitario, diseño de textiles, diseño de envases y embalajes (Packaging), diseño de identidad corporativa o marca, diseño de tipografías, diseño multimedia, ilustración, animación 3D, señalética y diseño técnico.

Manual de identidad Es un documento que recopila las directrices a seguir para mantener un orden sobre la identidad visual de una empresa. Recoge los principales elementos gráficos y explica cómo debemos aplicarlos visualmente. Basada en unos valores y visión de la empresa que vamos a buscar trasladar a los clientes; para mantener una coherencia visual en el resto de nuestra comunicación (Llasera. 2020).

Logotipo El término ‘logotipo’ o ‘logo’ se refiere nombres propios, completos o abreviados, y, por consiguiente, a letras, cifras y palabras escritas con cierta clase de fuente, tipografía o caligrafía, sobre todo, estilizada o con algún diseño que las destaque. Así podemos decir: “logotipo = nombre + diseño” (Harada. 2014).

Versiones del logotipo Variaciones creadas para complementar al logotipo principal, asegurando versatilidad y coherencia en cualquier soporte. Recomienda tener al menos: logo principal, logo secundario, logotipo (parte tipográfica), submarca (icono o monograma), sello o circular, y versiones en blanco y negro y negativo. Cada una se usa según el espacio y el contexto de aplicación (Mayter. 2021).

Jerarquía tipográfica Es el uso de diferentes tamaños, pesos, estilos y colores de letra para crear un orden visual en un diseño. Esto ayuda a los espectadores a comprender rápidamente la información más importante y a escanear el texto de forma eficiente (Masso. 2023).

Composición Es adecuar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual, previamente seleccionado, combinándolos de tal forma que todos ellos sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores del mismo (Echeverría. 2022).

Jerarquía visual Es un principio fundamental en el diseño que se refiere a la organización y priorización de los elementos visuales dentro de una composición. Su objetivo principal es guiar la atención del espectador, destacando la información más importante y facilitando una lectura y comprensión eficientes del contenido (Galileo Universidad. 2018).

Paleta corporativa Son los colores institucionales que se usan para el logo y toda la identidad visual de una organización (Workana. 2022).

CMYK Por sus siglas en inglés (CYAN, MAGENTA, YELLOW Y KEY) (cyan, magenta, amarillo y negro) son los 4 colores con los que se trabaja la creación de artes para imprenta, esto se llama impresión por registro (freddy. 2022).

Pantone Es una marca que se dedica a crear colores de tinta directa mediante códigos, utilizado en métodos de impresión (freddy. 2022).

RGB Es un color luz y por sus siglas en inglés RED, GREEN, BLUE (rojo, verde y azul) son la base del color luz. La mezcla de estos tres colores emite luz y se representan con coordenadas de color (freddy. 2022).

Color Hex El color hexadecimal se es utilizado como color luz y es para ser usado en momentos de crear códigos para alguna plataforma digital; en hacer una selección de color más eficiente a nivel código (freddy. 2022).

Papelería corporativa Son aquellos elementos gráficos tales como cartas, tarjetas de visita, sellos, facturas, sobres; que se caracterizan por su uso funcional, con una finalidad específica (José. 2021).

Packaging Se trata de un embalaje bien diseñado y ejecutado con el fin de que sea una de las características que marque la diferencia del producto y ser elegido por el consumidor, entre otros muchos de la misma categoría (Campus. 2024).

Mockups Se utilizan como maquetas que se asemejan lo máximo posible al producto o resultado final; que permite que los diseñadores gráficos puedan mostrar a sus clientes cómo quedarán sus diseños en productos o utilidades (Comunicación. 2021).

Digitalización De León Nazareno (2023) comenta que se refiere a la incorporación de tecnología digital en diversos procesos y actividades empresariales. Esto incluye el uso de herramientas digitales para mejorar la eficiencia operativa, automatizar tareas y optimizar flujos de trabajo; centrándose en la mejora de la productividad y la optimización de los procesos internos.

Diagramación Es un oficio del Diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos visuales y multimedia en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas (Cedeño. 2009).

Tecnologías, tendencias, ciencias auxiliares, artes y teorías

Tecnologías

Adobe Photoshop Es un programa de edición fotográfica, diseño gráfico y creación de imágenes, basado en píxeles, además crear composiciones, maquetas de sitios web, diseño de artes gráficas, contenido de redes sociales, ilustración, diseño de producto, además cuenta con funciones para crear objetos en 3D y animaciones digitales (Motion graphics) (Photoshop. 2022).

Adobe Illustrator Software de diseño gráfico basado en la creación de gráficos vectoriales, sin pérdida de calidad, una herramienta ideal para; la creación de logotipos, ilustraciones, iconos, y cualquier diseño que requiera una alta calidad de impresión o que necesite ser ajustado a diferentes tamaños y formatos (MarcosNew. 2022).

Adobe After Effects Software de motion graphics y composición para posproducción de imágenes en movimiento, animación, alterar y componer creaciones en espacios 2D y 3D con varias herramientas nativas, dando como resultado animaciones para todo referente a diseño audiovisual como televisión, publicidad, etc. (Moreno. 2017).

Tendencias

Minimalismo Según la RAE (2025) menciona que se refiere a la tendencia estética e intelectual que busca la expresión de lo esencial eliminando lo superfluo. Sin embargo, es un movimiento artístico que se caracteriza por la simplicidad, la geometría elemental, la reducción de elementos visuales y la neutralidad de la expresión.

Less is more (menos es más), este origen se atribuye principalmente al arquitecto alemán Ludwig Mies van der Rohe. Este lema cápsula la filosofía fundamental del minimalismo que aboga por la simplicidad, la claridad y la eliminación de lo superfluo en el diseño y otras áreas

creativas. El término minimalista se refiere a cualquier cosa que haya sido reducida a lo esencial (González. 2024).

Ciencias Auxiliares

Semiología Ferdinand De Saussure (1857-1913) propuso el término “semiología” para nombrar a la ciencia que estudia el uso de los signos en el seno de la vida social. Esta ciencia se basa en el estudio de los signos y como las personas perciben el razonamiento de una imagen (significante) y el significado (la idea principal) (Editorial. 2019).

Sociología Según Anthony Giddens, (1998) es el estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedades. Siendo la disciplina que estudia en comprender cómo los grupos sociales influyen en la conducta, las creencias, los valores y las formas de comunicación; gracias a esta, podemos entender cómo las personas se expresan y comunican dentro de su entorno social (Universidad Nacional de Colombia, s.f.).

Antropología cultural Se ocupa de la descripción y análisis de las culturas, las tradiciones socialmente aprendidas del pasado y del presente. La comparación de culturas proporciona la base para hipótesis y teorías sobre las causas de los estilos de vida del ser humano (Harris. 2007).

Desde la antropología cultural, el cuerpo no se ve solo como algo físico, sino como un espacio donde las personas expresan su cultura. Por eso, prácticas como los piercings no se hacen solo por estética, sino también para mostrar quiénes son, a qué grupo pertenecen o qué valores comparten; siendo las perforaciones, una forma de comunicación cultural y personal.

Psicología de la comunicación Según mi interpretación, la psicología de la comunicación se encarga de analizar cómo las personas interpretan los mensajes (entre emisor y receptor), cómo esta interpretación afecta la toma de decisiones sociales, involucrando procesos

de percepción; cognición, emoción y comportamiento, tanto en la comunicación verbal como no verbal, a nivel individual o grupal.

Esta visión coincide con la definición de Martínez Torres, (2012), quien señala que la psicología de la comunicación estudia la influencia mutua entre conducta y comunicación, su estructura y funciones, así como las dimensiones cognitivas, sociales y semióticas implicadas en el acto comunicativo.

Psicología del color Según Sánchez Borrero, (2024), es una disciplina que se encarga de estudiar cómo los colores influyen en las emociones, pensamientos y comportamientos. (p. 119). Analizando como las personas son susceptibles a la influencia de cada color y las respuestas emocionales de estas, teniendo en consideración que la percepción del color es subjetiva y que puede cambiar o varias de persona en persona, ya sea en publicidad, diseño o mercadeo.

Andragogía Se centra en el estudio de los métodos, estrategias, técnicas y procedimientos eficaces para el aprendizaje del adulto, y en la ayuda y orientación eficaz que este debe recibir de parte del facilitador para el logro de los aprendizajes (Caraballo. 2007).

Siendo esta la relación que se vincula con el diseño gráfico en la creación del manual de identidad, al momento de desarrollar estrategias visuales dirigidas a públicos mayores de edad que no tienen un conocimiento fuerte en el tema; que puedan comprender de forma clara, como procesan la información y qué factores les motivan, en relación con el diseñador, este puede construir piezas visuales más efectivas, claras y funcionales.

Artes

Fotografía Según (Mogylianets. 2024) La fotografía es el arte, la ciencia y la práctica de crear imágenes duraderas mediante el registro de luz u otra radiación electromagnética, ya sea electrónicamente mediante un sensor de imagen o químicamente mediante un sensor de luz. En pocas palabras; se basa en la captura de momentos, emociones u objetos con la finalidad de transmitir y comunicar a través de una imagen.

Tipografía La tipografía se entiende hoy en día como la disciplina que tiene como objetivo hacer la apariencia de un texto tan atractiva y funcional como sea posible para captar la atención del lector y convertir su lectura en una experiencia eficaz y placiente (Universitat Oberta de Catalunya, 2017, p. 5).

Teorías

Teoría de la Gestalt Se centra en cómo las personas perciben visualmente los elementos como conjuntos organizados en lugar de partes aisladas, basándose en la idea fundamental de que “el todo es más que la suma de sus partes”. Siendo los principios más resonados a lo largo del tiempo como lo es; la ley de la proximidad, de cierre, continuidad, semejanza, figura y fondo, y simetría.

Siendo su funcionalidad para los diseñadores gráficos el poder crear composiciones creativas, bien estructuradas y sobre todo comunicativas a través de una buena organización de los elementos visuales que componen un diseño (Román, 2024).

Teoría del recorrido visual Se refiere a entender cómo los usuarios navegan e interactúan con el contenido visual, identificando qué elementos llaman la atención de los usuarios y cuáles no; para evaluar cómo perciben la calidad visual de un diseño, así como para medir su satisfacción y preferencia hacia diferentes opciones de diseño, identificando puntos,

zonas y objetos que resultan llamativos o relevantes (Aguirre-Hernández, M. J., & Torres-Medina, E. M. 2023).

Herramientas de Comunicación y Colaboración

Google Docs Herramienta de Google que permite crear y editar documentos en línea por medio de dispositivos electrónicos. Siendo una herramienta fácil de compartir los documentos con otras personas y trabajar en ellos de forma colaborativa (Abner. 2023).

Google Forms Herramienta de Google que permite crear formularios personalizados para recopilar información de manera sencilla y rápida; con una gestión de datos eficiente y retroalimentación inmediata (Estevez. 2025).

Google Meet Es un servicio de conferencia en tiempo real que permite a los usuarios conectarse y comunicarse simultáneamente a través de video, audio y chat, con la capacidad de compartir pantalla y documentos en tiempo real (Abner. 2023).

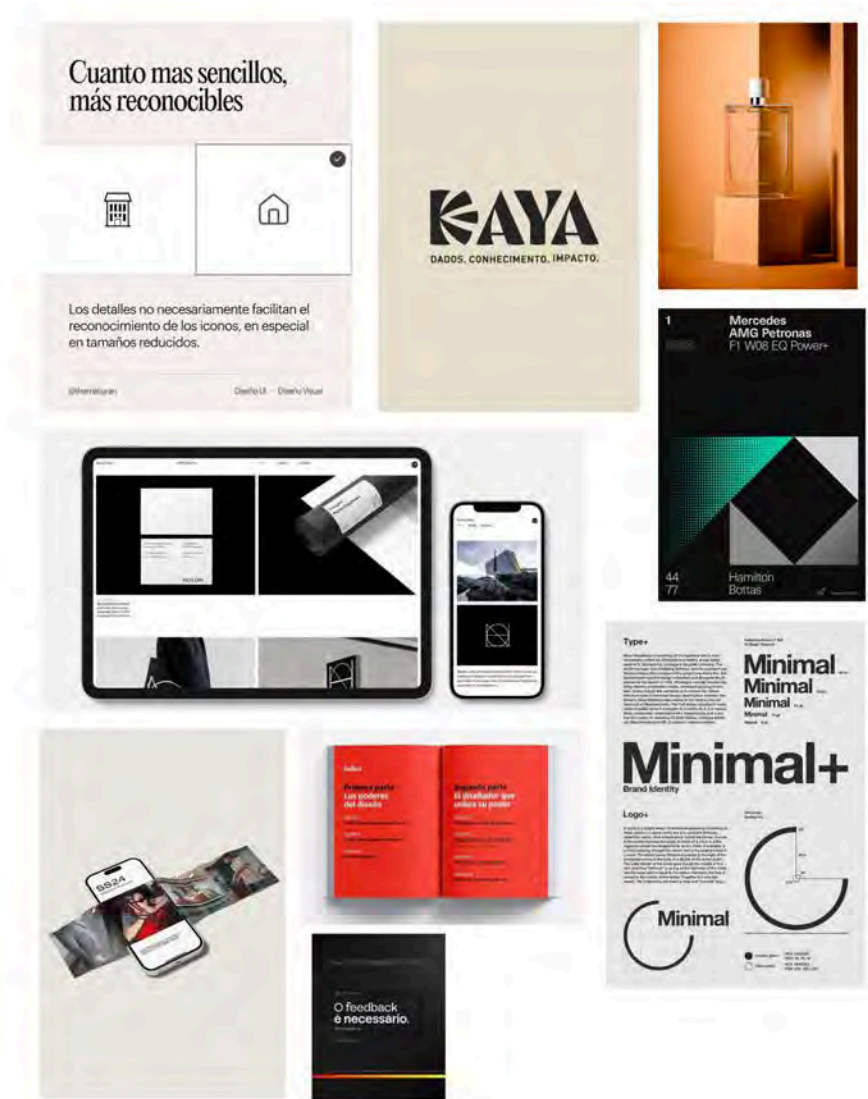


Figura 6. Realizada por Eskarleth Lord. Tablero de tendencias que desglosa la corriente del minimalismo. Elaborado a partir de la investigación en Anexo III.

Capítulo VII

Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Para llevar a cabo el proyecto de graduación y alcanzar los objetivos establecidos en el capítulo III con éxito, se integran los conceptos y herramientas derivados de: ciencias, teorías, artes, tecnologías y tendencias.

Estos elementos se combinan de forma estratégica para elaborar el manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones del logotipo, asegurando que responda a las necesidades de la empresa Piercings Guatemala y se ajuste a las exigencias contemporáneas del mercado.

A continuación, se detalla su implementación en el proyecto.

Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico

Comunicación

La comunicación se fundamenta en el modelo lineal, donde los colaboradores internos actúan como emisores del manual hacia receptores como clientes y socios. Su aplicación busca transmitir un mensaje claro sobre la identidad visual, adaptado al perfil digital del grupo objetivo. De esta forma se asegura una aplicación efectiva en soportes como redes sociales y empaques.

Comunicación Organizacional

Se implementa para coordinar el flujo interno de información entre los siete colaboradores de Piercings Guatemala. Esta aplicación permite que haya consistencia en el uso del logotipo, fortaleciendo la interacción ascendente y descendente dentro del organigrama empresarial.

Diseño

El diseño se aplica como herramienta estratégica para crear un lenguaje visual que elimine las inconsistencias de identidad presentes en la marca. A través de la estructuración de los elementos gráficos del manual, se busca proyectar profesionalismo y dinamismo.

Fortaleciendo la percepción de la marca en el entorno competitivo del mercado joyero.

Manual de Identidad

Se desarrolla como un instrumento normativo que recopila directrices para el uso del logotipo y otros elementos visuales de la marca. Su estructura incluye ejemplos prácticos y lineamientos técnicos que garantizan una correcta aplicación en medios impresos y digitales, contribuyendo a la uniformidad y reconocimiento visual de la marca.

Semiología

Se aplica para analizar e interpretar los signos visuales que conforman la identidad de la marca, tales como: colores, formas, tipografías y símbolos. Su propósito es asegurar que el mensaje transmitido evoque exclusividad y coherencia cultural, fortaleciendo la comunicación visual entre la marca y sus públicos.

Psicología del Color

La psicología del color orienta la elección cromática del manual, priorizando tonalidades asociadas a la elegancia, confianza y autoridad. Este enfoque permite generar una conexión emocional positiva con los clientes y colaboradores, reforzando los valores y la identidad visual de Piercings Guatemala.

Tipografía

Se selecciona considerando criterios de legibilidad, modernidad y coherencia estética. Se establecen parámetros de jerarquía, espaciado y proporción que orientan su aplicación en medios

digitales e impresos, garantizando uniformidad y profesionalismo en las comunicaciones visuales de la marca.

Fotografía

Se utiliza como recurso visual que documenta y refleja la calidad de las piezas de joyería, procedimientos y resultados de las perforaciones. A través de técnicas de iluminación y composición; se busca transmitir exclusividad, limpieza al igual que confianza, fortaleciendo la narrativa visual del manual y su aplicabilidad en campañas de promoción.

Teoría de la Gestalt

Se emplea para organizar los elementos del manual, aplicando principios como proximidad, semejanza, simetría, dirección, figura, fondo, continuidad y cierre. Se agrupan el logotipo, la paleta de colores, fotografías, textos para guiar la percepción de los receptores, asegurando una lectura visual coherente; esto para mejorar la estructura del diseño.

Teoría del Recorrido Visual

Se emplea para establecer jerarquías gráficas que orienten la mirada del espectador hacia los elementos más relevantes, como el logotipo, colores y fotografías. De este modo, se optimiza la comprensión y experiencia visual del usuario dentro del manual.

Adobe Photoshop

Se aplica como herramienta principal de edición fotográfica para optimizar imágenes de producto y generar mockups de aplicación del logotipo. Se ajustan tonos, iluminación y texturas para obtener una presentación visual, realista y profesional, adaptada a diferentes formatos.

Adobe Illustrator

Se utiliza para la creación y vectorización de los elementos gráficos del manual, garantizando escalabilidad y precisión. Su uso permite mantener la calidad visual de los componentes en cualquier tamaño o soporte, asegurando la consistencia técnica del diseño.

Google Docs

Se utiliza como herramienta colaborativa para la redacción y revisión en tiempo real del manual. Facilita la participación simultánea de los colaboradores, permitiendo correcciones inmediatas y una gestión eficiente del contenido.

Google Forms

Se aplica para recopilar retroalimentación de los colaboradores y expertos en el tema de comunicación y diseño; sobre avances del manual. Se diseñan encuestas que evalúan su utilidad, ajustando el contenido según las respuestas, asegurando que el manual responda a las necesidades prácticas del equipo.

Minimalismo

Se integra como tendencia, aplicando “menos es más” con líneas simples y una paleta reducida. Se elimina lo innecesario para destacar el logotipo y sus elementos, alineándose con la estética moderna de Piercings Guatemala; reforzando una imagen limpia y profesional.

Conceptualización

La conceptualización guía la elaboración de los elementos del manual de Piercings Guatemala, siendo este proceso creativo, el moldear una identidad profesional y accesible integrando un diseño minimalista y funcional que resuelve las inconsistencias visuales previas.

Cada color y forma se diseña para captar la atención del público joven, mientras el logotipo actúa como eje, apoyado por tipografías y elementos gráficos que refuerzan la

profesionalidad. Este enfoque creativo integra una identidad moderna, optimizada para plataformas digitales, asegurando un estándar uniforme y coherente que refleja la visión de liderazgo de la marca en el sector joyero.

Método

Técnica SCAMPER El método creativo “SCAMPER” fue creada por Alex Osborn, y es usada principalmente para estimular la generación de ideas mediante preguntas que incentivan la innovación y resolución de problemas.

El método técnico de creatividad SCAMPER funciona de la siguiente forma: emplea un mnemotécnico con categorías específicas (Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Utilizar para otros usos, Eliminar, Reordenar) para formular preguntas que inspiren soluciones creativas. (Neuronilla, 2008).

Esta herramienta guía el proceso de ideación al explorar alternativas al problema planteado, fomentando un enfoque divergente y estructurado. Se debe llevar el siguiente esquema:

1. Establecimiento del problema, definiendo claramente la situación que requiere solución.
2. Planteamiento de preguntas SCAMPER, utilizando las categorías para generar opciones innovadoras.
3. Generación de ideas, recopilando todas las respuestas posibles a las preguntas planteadas.
4. Evaluación de las ideas, seleccionando las más adecuadas según criterios preestablecidos.
5. Integración de las ideas seleccionadas, aplicándolas para resolver el problema inicial.

Con estos pasos, se completa la solución al problema planteado, proporcionando un marco flexible para la creatividad.

Para el proyecto de Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala, se aplicó la técnica de creatividad titulada (SCAMPER). Se desarrollaron los siguientes pasos:

1. Establecimiento del problema, identificando la necesidad de normar el uso del logotipo de Piercings Guatemala.
2. Planteamiento de preguntas SCAMPER, como: ¿Sustituir el negro por otro color?, ¿combinar el logotipo con otros elementos más elegantes?, ¿modificar la tipografía?, ¿utilizar el manual en empaques?, ¿eliminar detalles innecesarios?, ¿reordenar la estructura del diseño?, ¿sustituir elementos gráficos por otros más minimalistas?, ¿combinar el logotipo con fotografía adaptada a la línea gráfica?, ¿adaptar la paleta corporativa (CMYK, RGB, Pantone, Hex) a diferentes soportes?, ¿modificar las normas de aplicación del logotipo para mayor flexibilidad?, ¿utilizar una versión digital e interactiva del logotipo en plataformas online?, ¿eliminar versiones del logotipo que no cumplan con el reconocimiento visual?, ¿adaptar la jerarquía tipográfica para mejorar la composición?, ¿adaptar la diagramación de elementos para una estructura más clara?, ¿combinar mockups con papelería corporativa para pruebas visuales?, ¿modificar la psicología del color para reforzar la identidad de marca?
3. Generación de ideas, proponiendo soluciones como un diseño minimalista, integración de cultura local o un formato digital interactivo.
4. Evaluación de las ideas, seleccionando las más viables según criterios como coherencia con la misión y accesibilidad para los colaboradores.
5. Integración de las ideas seleccionadas al manual, asegurando que reflejen la identidad profesional y cultural de Piercings Guatemala.

SCAMPER		Problema: Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala. <i>"Elegancia minimalista en la modernidad"</i>	
	S	SUSTITUIR • Sustituir elementos gráficos complejos por un diseño más minimalista. • Sustituir tipografías inadecuadas por unas más moderna y legible.	• Sustituir las normas de aplicación por un formato más flexible para soportes digitales.
	C	COMBINAR • Combinar mockups con fotografía adaptada a la línea gráfica. • Combinar la paleta corporativa con la línea gráfica minimalista.	• Combinar papelería corporativa con elementos interactivos en el manual. • Combinar animación de logotipo con elementos visuales para soportes digitales.
	A	ADAPTAR • Adaptar la paleta corporativa (CMYK, RGB, Pantone, Hex) a soportes digitales.	• Adaptar la diagramación a las necesidades de los colaboradores jóvenes. • Adaptar la jerarquía tipográfica a una composición minimalista.
	M	MODIFICAR • Modificar las normas de aplicación del logotipo para mayor flexibilidad. • Modificar la jerarquía tipográfica para mejorar la composición visual.	• Modificar la psicología del color para enfatizar elegancia y modernidad. • Modificar los mockups para incluir más variaciones de uso del logotipo.
	P	UTILIZAR PARA OTROS USOS • Utilizar el manual en empaques y papelería corporativa. • Utilizar una versión digital e interactiva del logotipo en plataformas online.	• Utilizar la fotografía adaptada en campañas de redes sociales. • Utilizar la paleta corporativa en presentaciones corporativas.
	E	ELIMINAR • Eliminar versiones del logotipo que afecten el reconocimiento visual. • Eliminar detalles innecesarios para un diseño más limpio.	• Eliminar colores redundantes de la paleta corporativa. • Eliminar elementos gráficos que rompan el minimalismo.
	R	REORDENAR • Reordenar la diagramación de elementos para una estructura más clara. • Reordenar la psicología del color para reforzar la identidad de marca.	• Reordenar la composición de elementos gráficos y contenido. • Reordenar las normas de aplicación según prioridad de uso.

Figura 7. Realizada por Eskarleth Lord. Tablero de método creativo SCAMPER.

Definición del Concepto

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase **“Elegancia minimalista en el diseño moderno”**.

La elegancia representa la sofisticación y exclusividad que caracteriza a Piercings Guatemala, conectando con el público joven que valora la estética refinada y el sentido humano de la marca.

El enfoque minimalista promueve un lenguaje visual limpio y ordenado, donde cada elemento cumple una función específica, eliminando lo innecesario para resaltar la esencia del diseño.

Finalmente, el término diseño moderno refleja la adaptabilidad del manual de identidad a entornos digitales y plataformas contemporáneas, respondiendo a las necesidades de colaboradores y clientes actuales.

Aunque la empresa cuenta ya con un eslogan corporativo, esta frase conceptual funcionará como referente inspiracional para la propuesta, orientando la selección cromática, tipográfica y compositiva. De este modo, el concepto se convierte en el eje que articula la coherencia visual, la claridad comunicativa y la identidad profesional del manual.

Bocetaje

Con base en la frase “Elegancia minimalista en el diseño moderno” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje de diagramación o bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

Tabla de requisitos

Tabla de requisitos

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica/Herramienta	Emoción/Atributo
Orientación	Definir la disposición vertical u horizontal del lienzo para optimizar la visualización del manual en presentaciones digitales.	Adobe Illustrator: Configurar lienzo 1920px ancho x 1080px alto. Tamaño presentación.	Claridad y profesionalismo.
Diagramación	Organizar los elementos del manual de manera clara y funcional, reflejando elegancia y minimalismo para los colaboradores.	Adobe Illustrator: Diseñar layouts con guías de alineación.	Orden y accesibilidad.
Reticulas	Establecer una estructura de rejilla que guíe la composición minimalista y moderna del logotipo y contenido.	Adobe Illustrator: Crear retículas modulares.	Estructura y armonía.
Color	Identificar a Piercings Guatemala con una paleta corporativa que transmita elegancia moderna.	Adobe Color: Elegir paleta básica para aplicar en logotipo y manual.	Sofisticación y serenidad.
Fotografías	Destacar la calidad de las joyas, adaptándolas a una línea gráfica minimalista.	Adobe Photoshop: Editor iluminación y recortes.	Exclusividad, atención y armonía.
Tipografía	Establecer una fuente moderna y legible que refuerce la jerarquía visual y elegancia de la marca.	Adobe Illustrator: Ajustar kerning, espaciado y verificación de legibilidad.	Profesionalismo y claridad.
Líneas	Delimitar y estructurar el diseño con líneas limpias que refuercen el minimalismo y la modernidad.	Adobe Illustrator: Dibujar líneas vectoriales.	Simplicidad y elegancia.
Logotipo	Representar la identidad de Piercings Guatemala, integrando las normas correctas de los elementos en un diseño minimalista.	Adobe Illustrator: Vectorizar y simplificar formas.	Reconocimiento y exclusividad.
Paleta Corporativa	Definir un sistema de colores (CMYK, RGB, Pantone, Hex) consistente y adaptable a diferentes medios.	Adobe Color: Generar variaciones para soportes digitales e impresos.	Coherencia y modernidad.
Normas de Aplicación	Establecer directrices claras para el uso del logotipo, asegurando coherencia en empaques y plataformas digitales.	Adobe Illustrator: Documentar guías visuales.	Estándar y confianza.
Mockup	Crear visualizaciones realistas del logotipo en soportes como empaques y papelería, reflejando elegancia moderna.	Adobe Photoshop: Diseñar simulaciones.	Realismo y persuasión.
Versión Digital	Desarrollar una animación del logotipo, optimizado para plataformas online.	Adobe After Effects: Animación del logotipo.	Profesional y creativo.

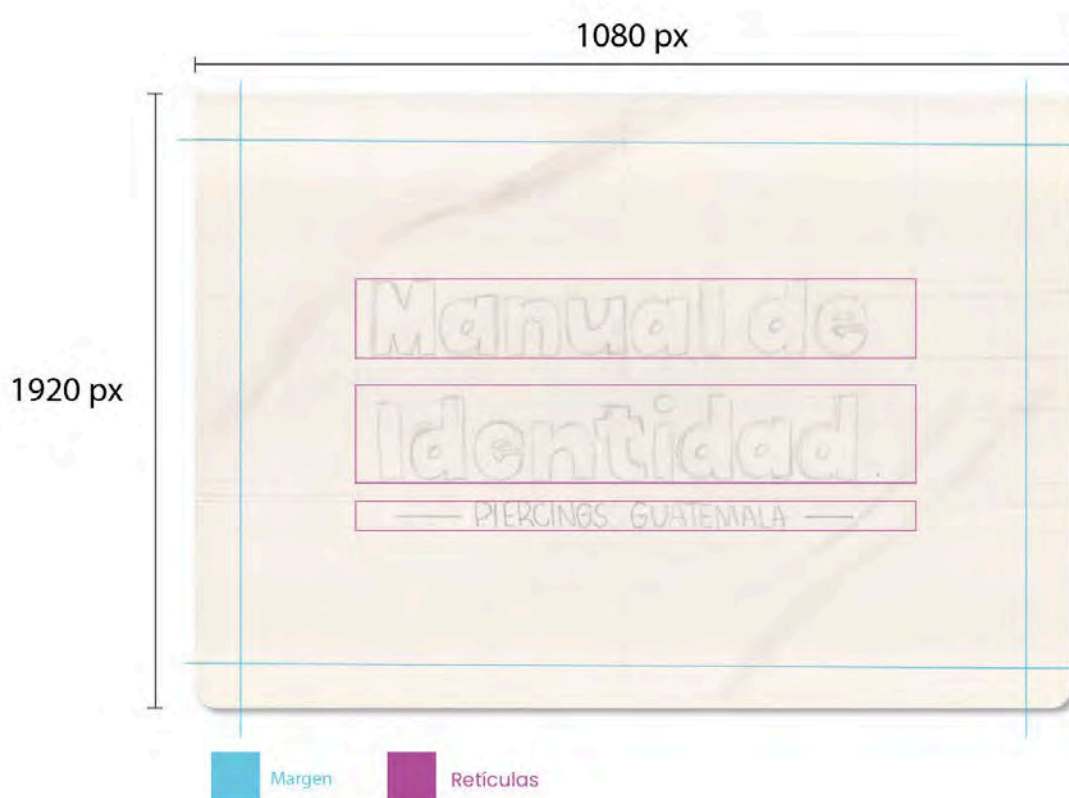
Figura 8. Realizada por Eskarleth Lord. Tabla de requisitos.

Proceso de Bocetaje

Se desarrolló el proceso de bocetaje para el manual de identidad de Piercings Guatemala, presentando cinco propuestas a mano a lápiz en un tamaño de 1080px alto x 1920px ancho. Este proceso incluyó dos o más alternativas por concepto, explorando la portada, versiones del logotipo, familia tipográfica, uso correcto de fotografía y un mockup de caja para joyería, con el objetivo de reflejar las ideas principales de visualización de este.

Bocetaje Inicial

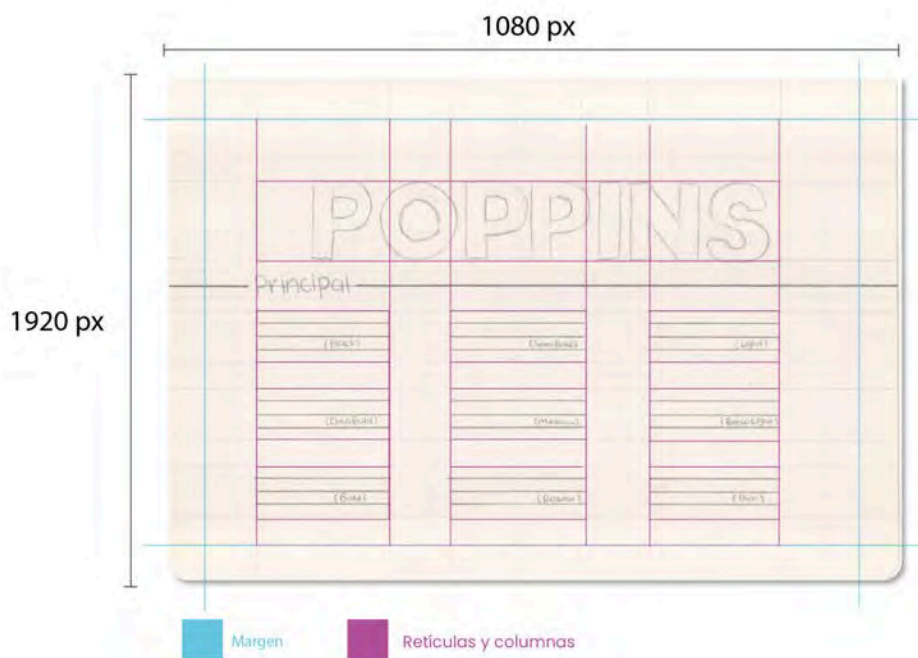
Boceto 1 de Portada



Boceto 2 de Versiones de logotipo



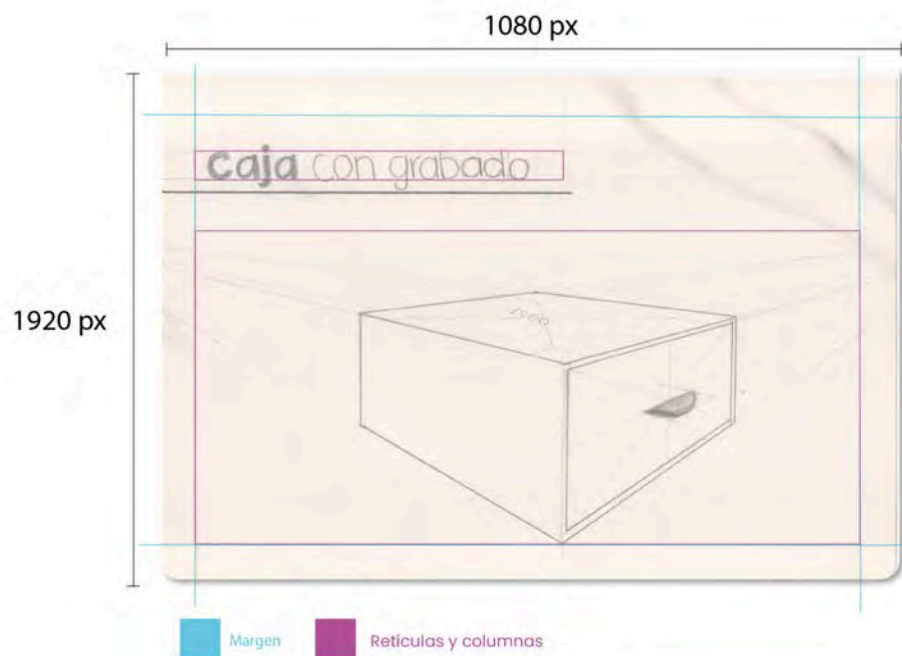
Boceto 3 de Familia tipográfica



Boceto 4 de Uso correcto de fotografía

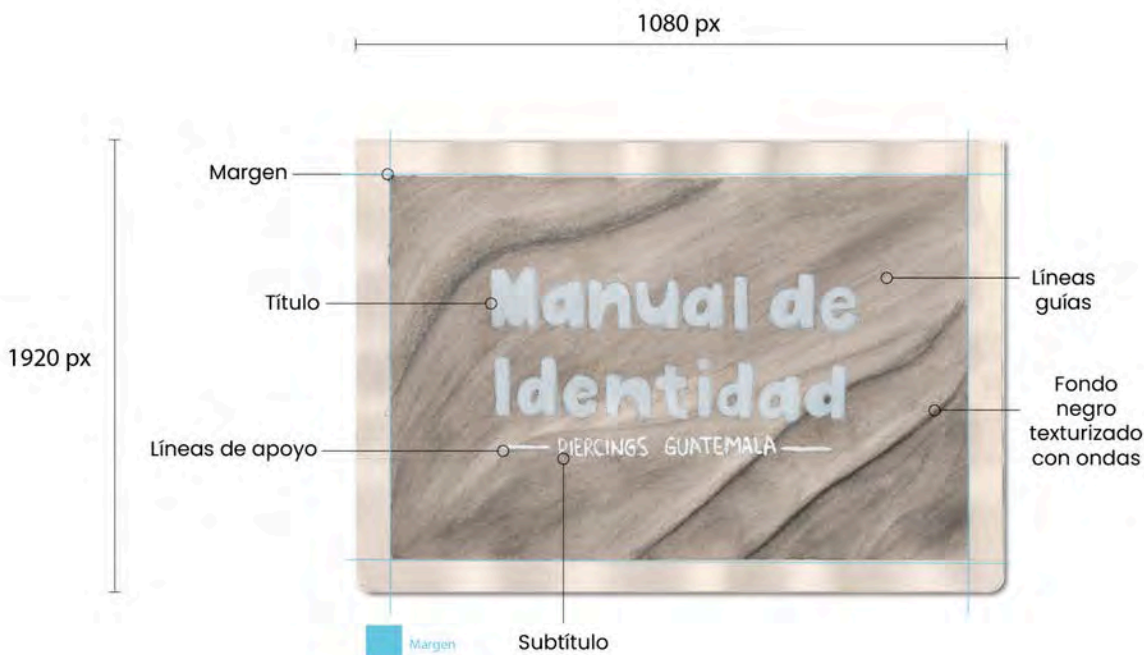


Boceto 5 de Mockup de caja



Bocetaje formal a color

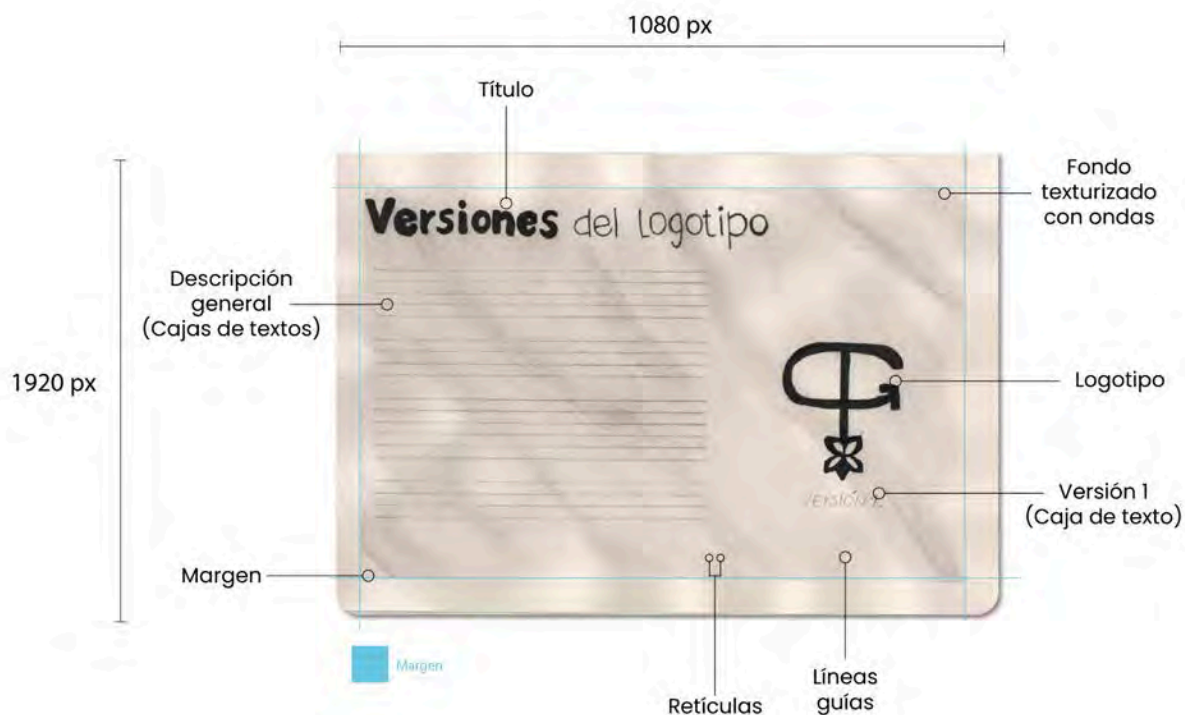
Boceto 1 de Portada



Descripción. Este boceto natural presenta la portada del manual, diseñada para establecer una entrada sofisticada y moderna. El fondo texturizado de ondas negras con simulación de tela, inspirado en una pared ondulada del estudio, evocando elegancia y coherencia visual. El título "Manual de Identidad" se resalta en negrilla centrado, con líneas guías que definen la retícula, asegurando alineación precisa.

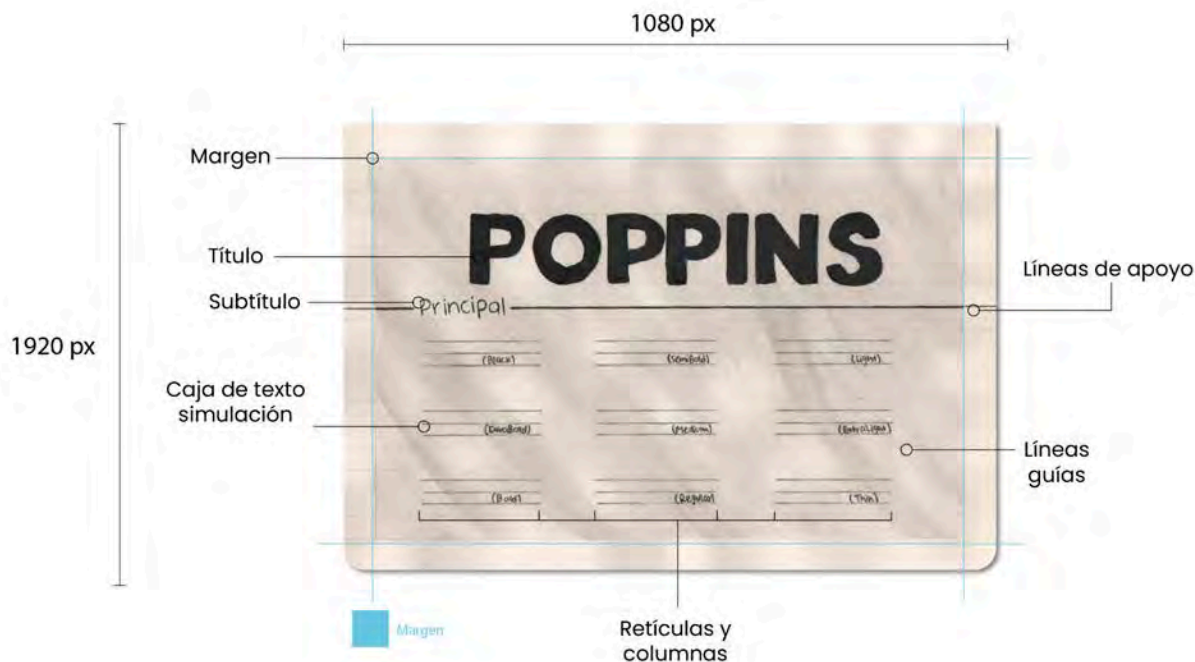
Una caja de simulación de texto en la parte inferior, con tipografía normal regular, reserva espacio para créditos o versión, manteniendo un diseño minimalista y funcional para conectar con el público objetivo.

Boceto 2 de Versiones de logotipo



Descripción. Este boceto formal muestra dos alternativas de versiones del logotipo, diseñadas para estandarizar la identidad de Piercings Guatemala. El fondo texturizado de ondas grises tenues en fondo blanco aporta elegancia, pensando en la diagramación de las versiones y su respectiva información. Líneas, guías y cajas de texto bajo cada versión, asegurando claridad y adaptabilidad a soportes diversos.

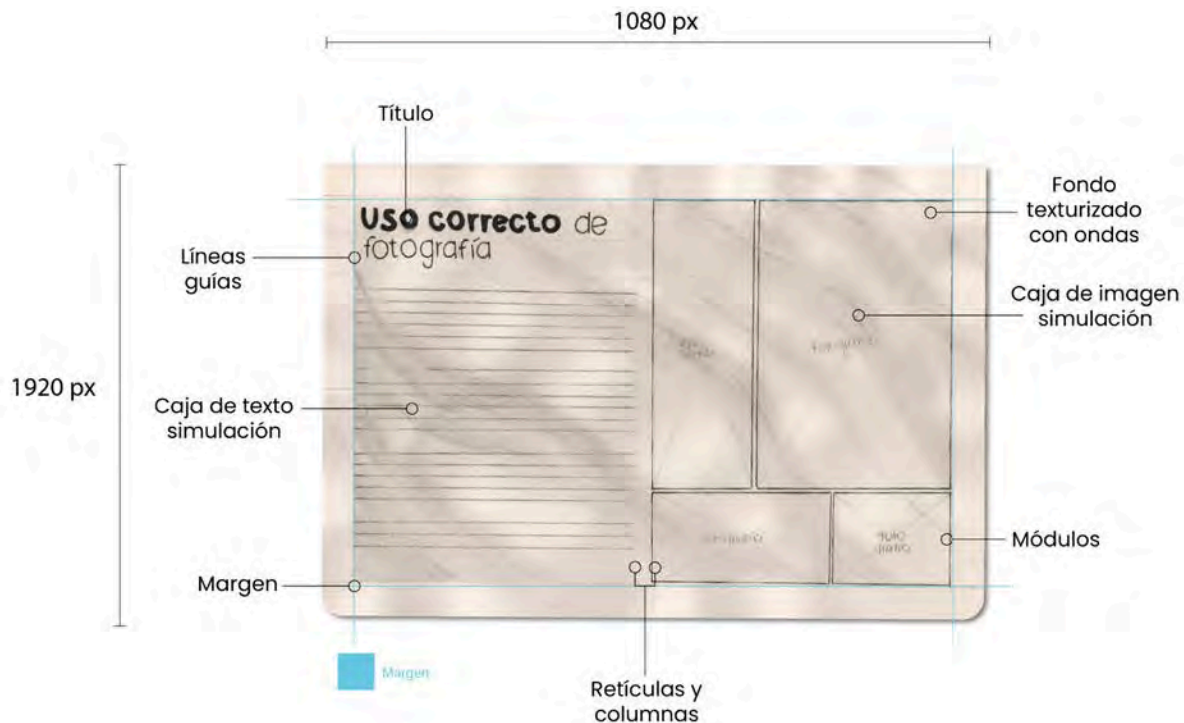
Boceto 3 de Familia tipográfica



Descripción. Este boceto explora la familia tipográfica para el manual, enfocándose en jerarquía y elegancia. El fondo texturizado de ondas grises tenues en fondo blanco, proporciona un trasfondo sofisticado, mientras que el texto en negrilla, como "Familia Tipográfica", resalta títulos clave, y el texto normal, como "Descripción", muestra el cuerpo principal.

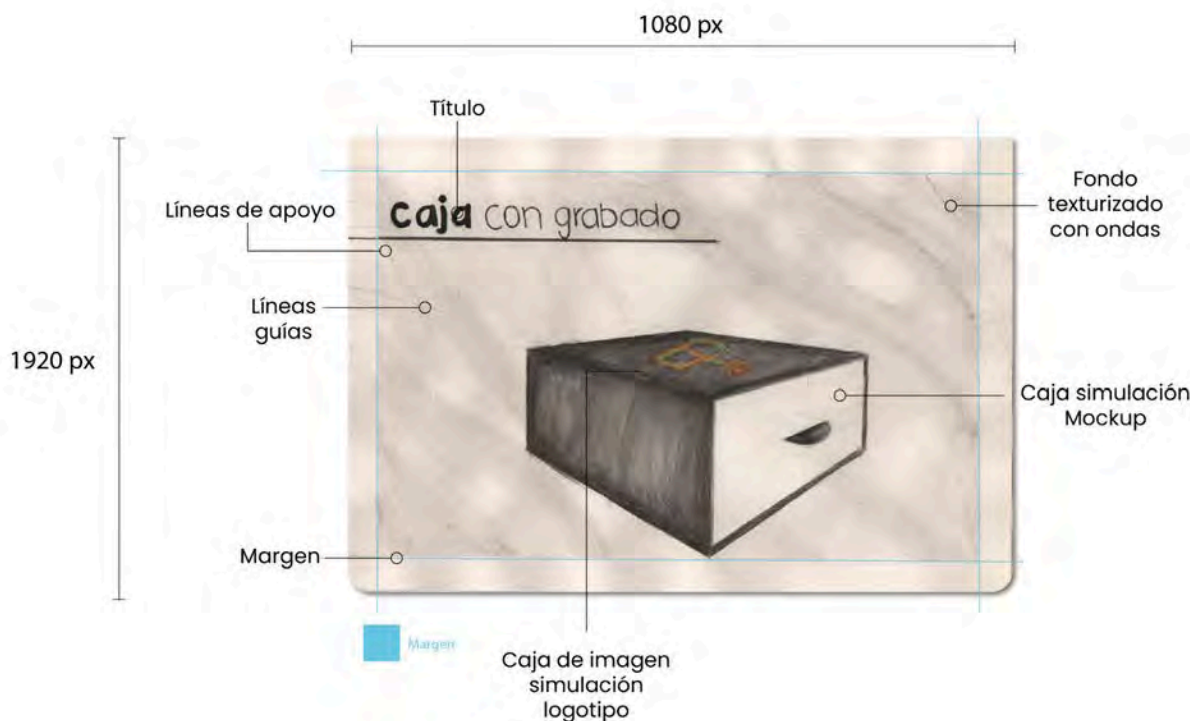
Líneas guías de separación definen la retícula, y una caja de simulación con texto indica espacio para variaciones, promoviendo un diseño legible y moderno.

Boceto 4 de Uso correcto de fotografía



Descripción. Presenta dos enfoques para el uso correcto de fotografía, destacando la calidad. El fondo texturizado de ondas grises tenues en fondo blanco, mientras se presentan cajas dónde irán los tipos de fotografías. Líneas guías de separación alinean las imágenes según la retícula, y cajas de texto bajo cada una, detallan técnicas, garantizando consistencia visual.

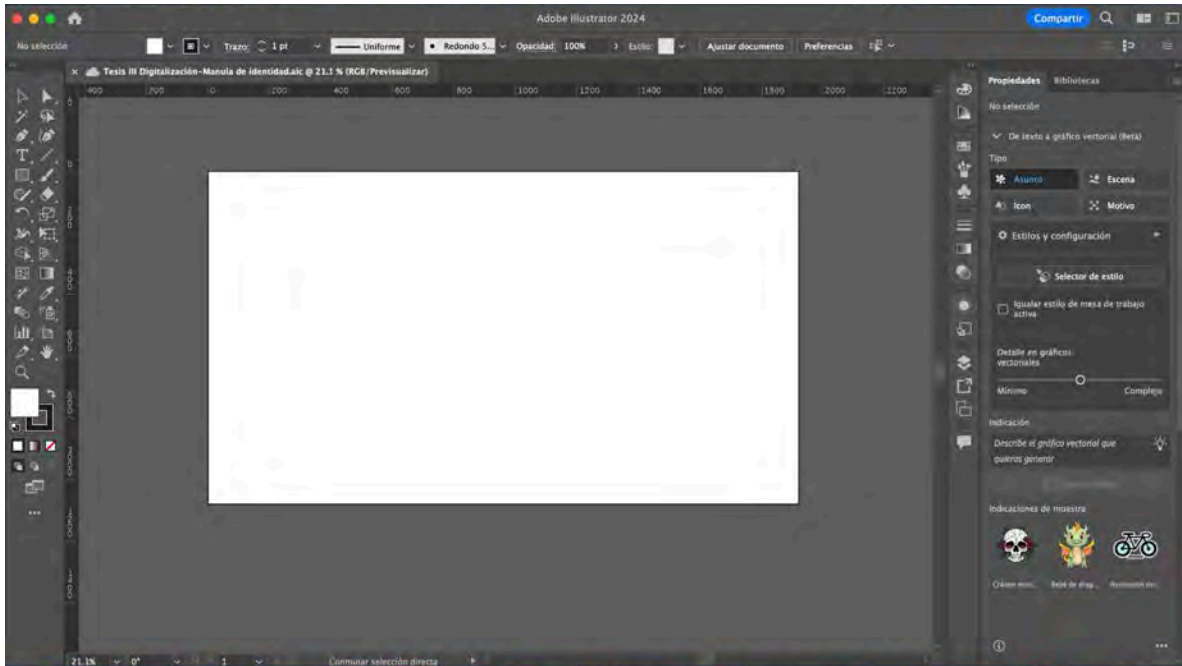
Boceto 5 de Mockup de caja



Descripción. Visualiza un mockup de caja para joyería, reforzando la aplicación práctica del logotipo. El fondo texturizado de ondas grises tenues evoca elegancia en un fondo blanco, y la caja tridimensional con grabado incluye el logotipo en la tapa. Líneas guías de separación definen la retícula, mientras que el texto simulado "Piercings Guatemala" y detalles resaltan puntos clave. Una caja de simulación, alineándose con el diseño moderno y minimalista.

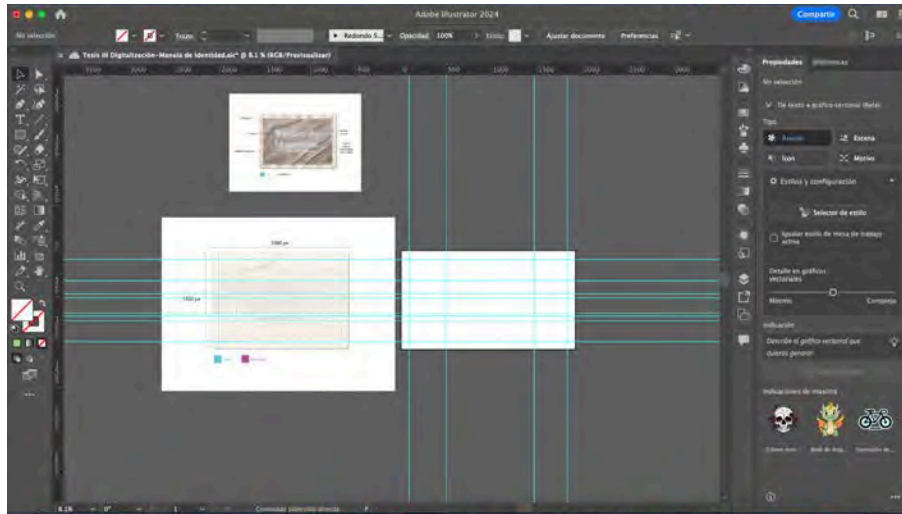
Proceso de Digitalización de los Bocetos

Proceso 1 de Portada digitalizada

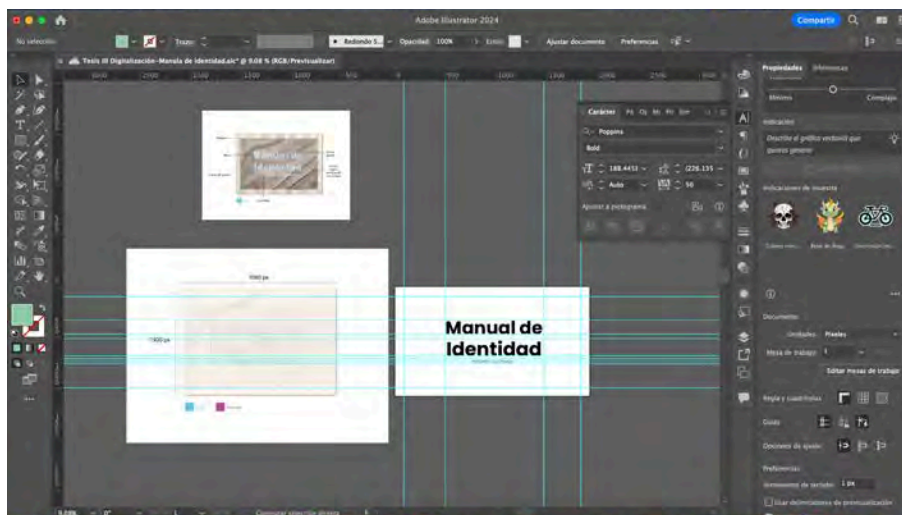


Paso 1. Inicialmente con la creación de un lienzo en blanco en Adobe Illustrator; con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB estableciendo una base proporcional que optimiza la visualización en presentaciones digitales y dispositivos modernos.

Proceso 1 de Portada digitalizada



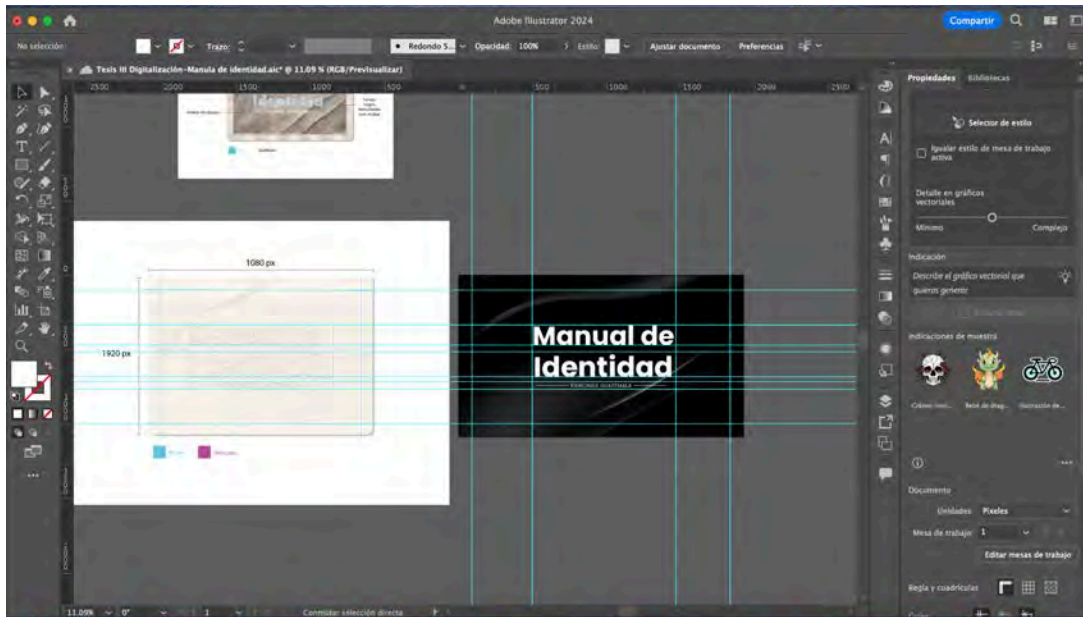
Paso 2. Se delimitó de referencia el boceto a lápiz, sirviendo como una guía de calco al momento de establecer las líneas guías en el programa, lo que permitió delimitar con precisión las cajas de los textos y el margen alrededor del lienzo, asegurando una composición ordenada y alineada.



Paso 3. Con base en las líneas guías establecidas, se procedió a incorporar el título “Manual de Identidad” y su subtítulo “Piercings Guatemala”, utilizando la familia tipográfica

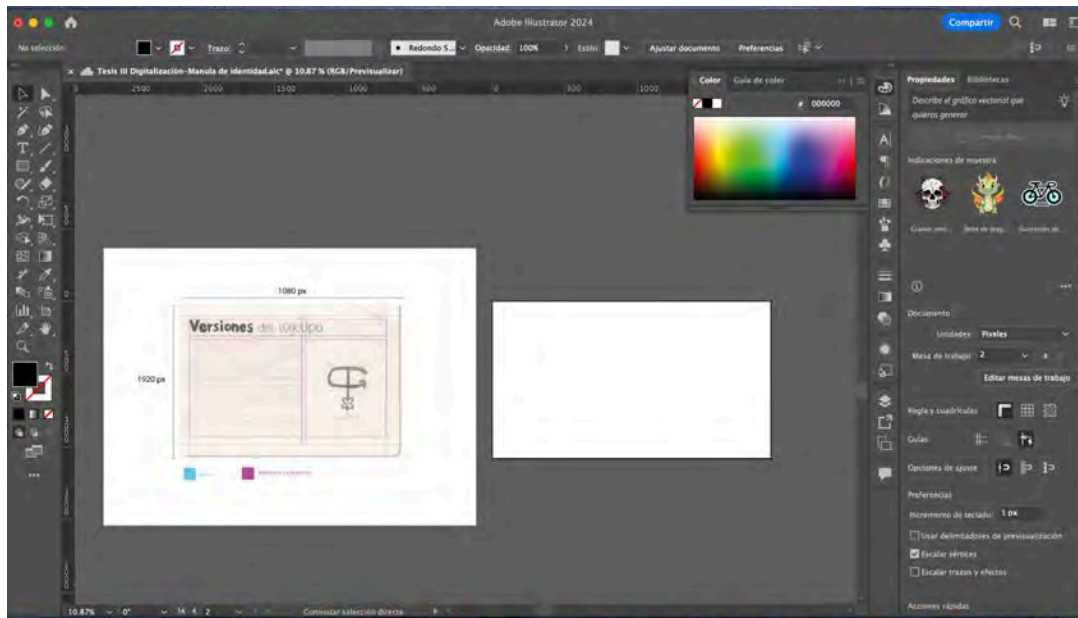
especificada en el Brief de la marca, "Poppins", en el lienzo, garantizando una alineación precisa y una presentación coherente al boceto a lápiz.

Proceso 1 de Portada digitalizada

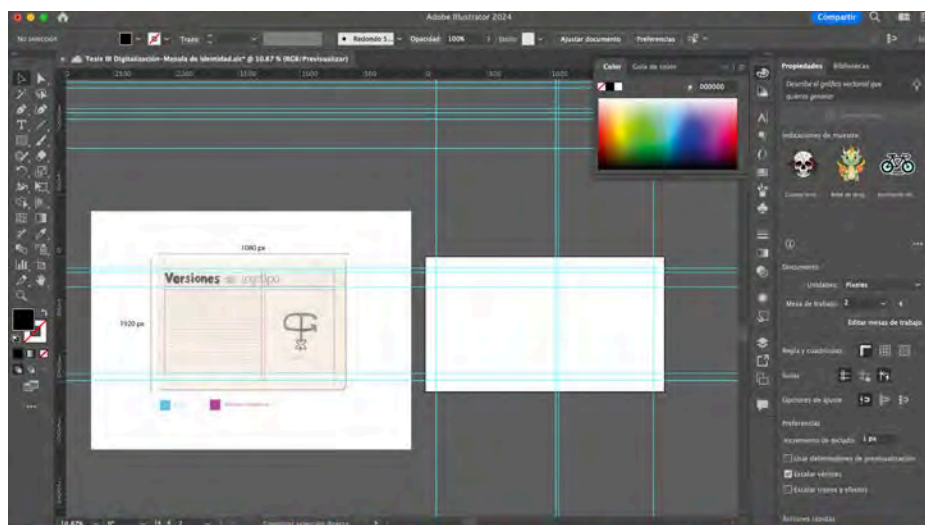


Paso 4. Posteriormente, se modificó el color de la tipografía a blanco para garantizar una mayor visibilidad y contraste sobre el fondo texturizado de color negro con ondas y sutiles luces, cuya combinación evoca una interpretación de elegancia y lujo, alineándose con la esencia sofisticada y moderna de Piercings Guatemala en el lienzo.

Proceso 2 de Versiones de logotipo digitalizado



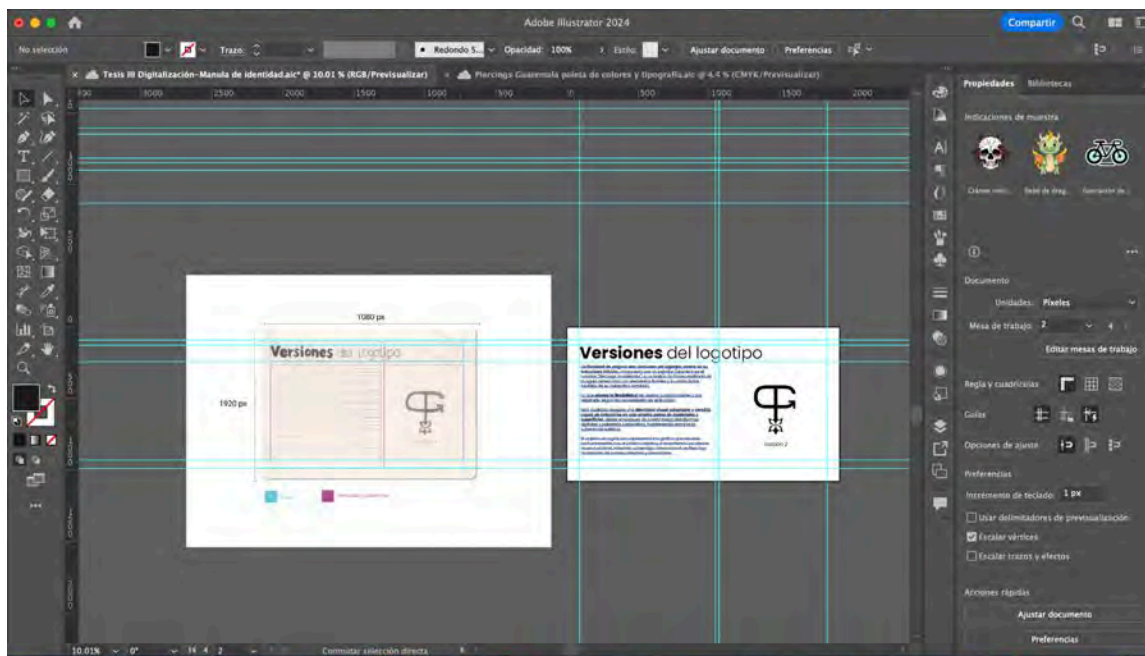
Paso 1. Inicialmente con la creación de un lienzo en blanco en Adobe Illustrator; con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB estableciendo una base proporcional que optimiza la visualización en presentaciones digitales y dispositivos modernos.



Paso 2. Se delimitó de referencia el boceto a lápiz, sirviendo como una guía de calco al momento de establecer las líneas guías en el programa, lo que permitió delimitar con precisión

las cajas de los textos, el margen alrededor del lienzo y las columnas, asegurando una composición ordenada y alineada.

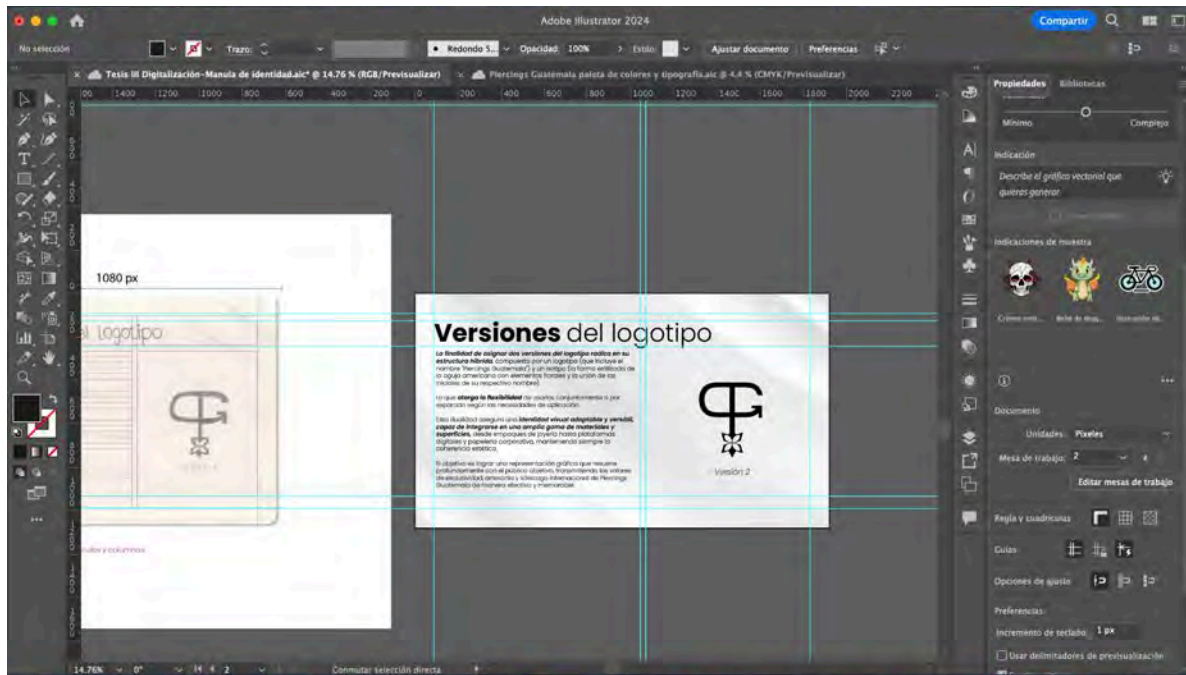
Proceso 2 de Versiones de logotipo digitalizado



Paso 3. Por siguiente, se incorporó el título en la familia tipográfica “Poppins”, alternando entre las variaciones Bold y Light para transmitir un enfoque distintivo y jerárquico al título, destacando su relevancia visual.

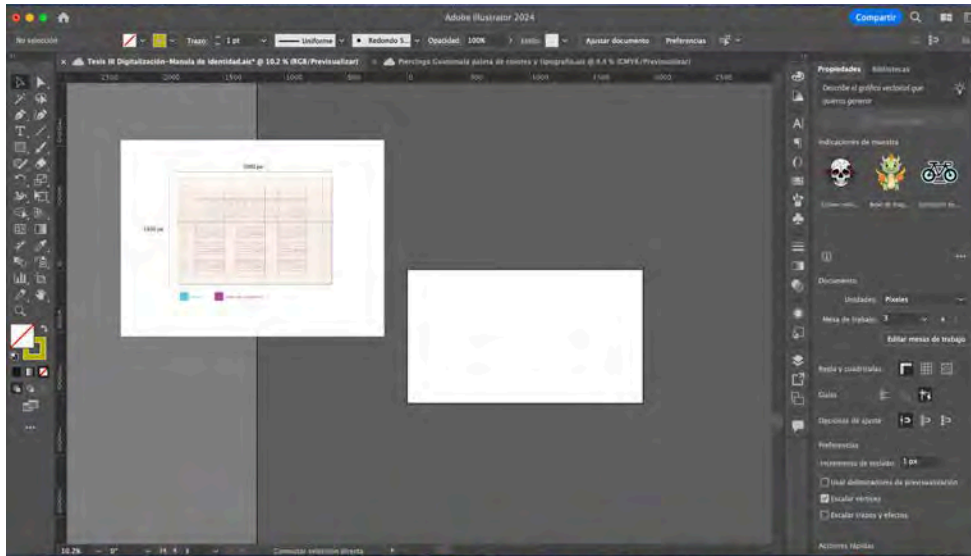
De igual manera, se dispuso en la caja de texto la información esencial acerca de la finalidad del uso correcto de las variaciones del logotipo, acompañada estratégicamente por una de las versiones del logotipo ubicada a su lado, integrando un diseño coherente que refleja la elegancia minimalista y la versatilidad de Piercings Guatemala en el proceso de digitalización.

Proceso 2 de Versiones de logotipo digitalizado

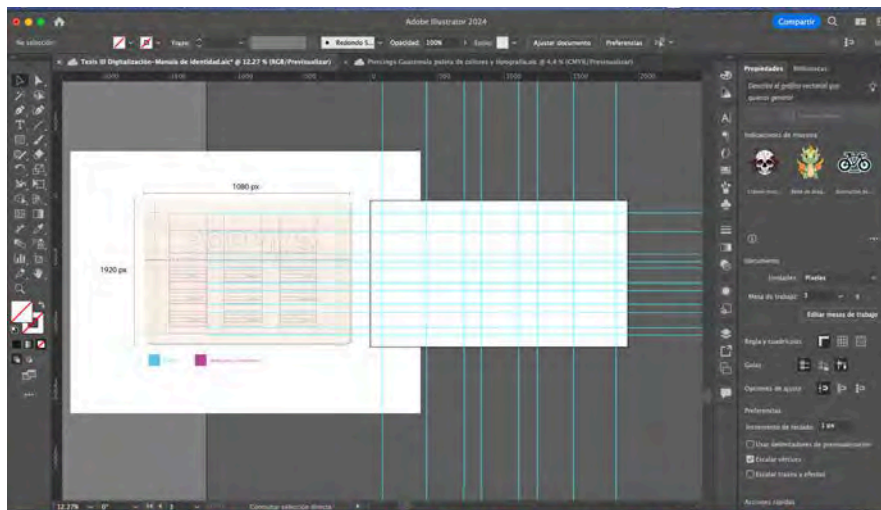


Paso 4. Siguiendo con la implementación de una textura grisácea en tonalidad tenue, se logró una interpretación de elegancia, movimiento y personalización en el fondo, culminando en un diseño que resalta como elegante y minimalista al evitar saturar todo el lienzo con elementos que podrían resultar ruidosos o excesivamente cargados, consolidando así una estética refinada y funcional para las versiones del logotipo de Piercings Guatemala.

Proceso 3 de familia tipográfica



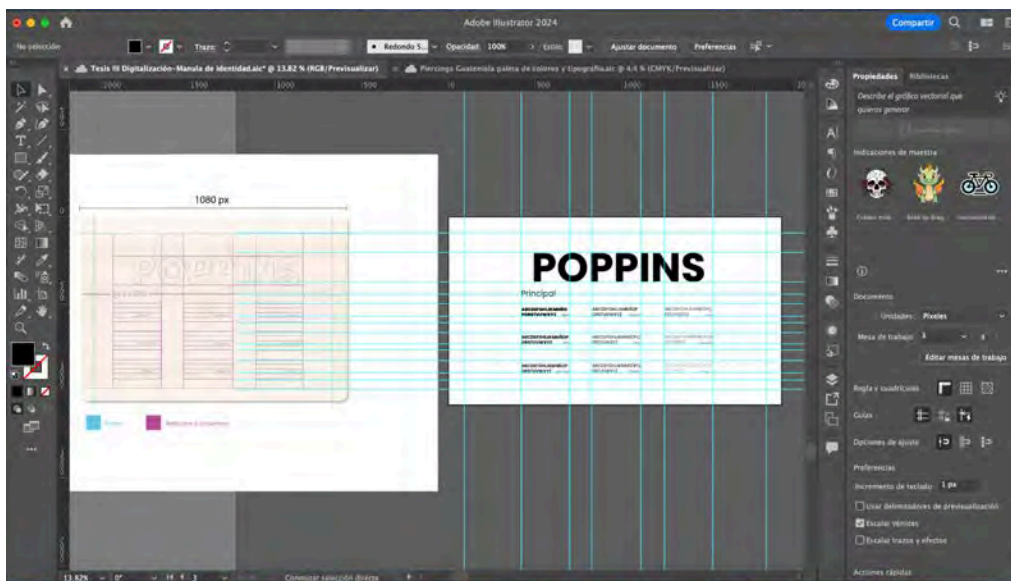
Paso 1. Inicialmente con la creación de un lienzo en blanco en Adobe Illustrator; con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB estableciendo una base proporcional que optimiza la visualización en presentaciones digitales y dispositivos modernos.



Paso 2. Se delimitó de referencia el boceto a lápiz, sirviendo como una guía de calco al momento de establecer las líneas guías en el programa, lo que permitió delimitar con precisión

las cajas de los textos, el margen alrededor del lienzo y las columnas, asegurando una composición ordenada y alineada.

Proceso 3 de familia tipográfica

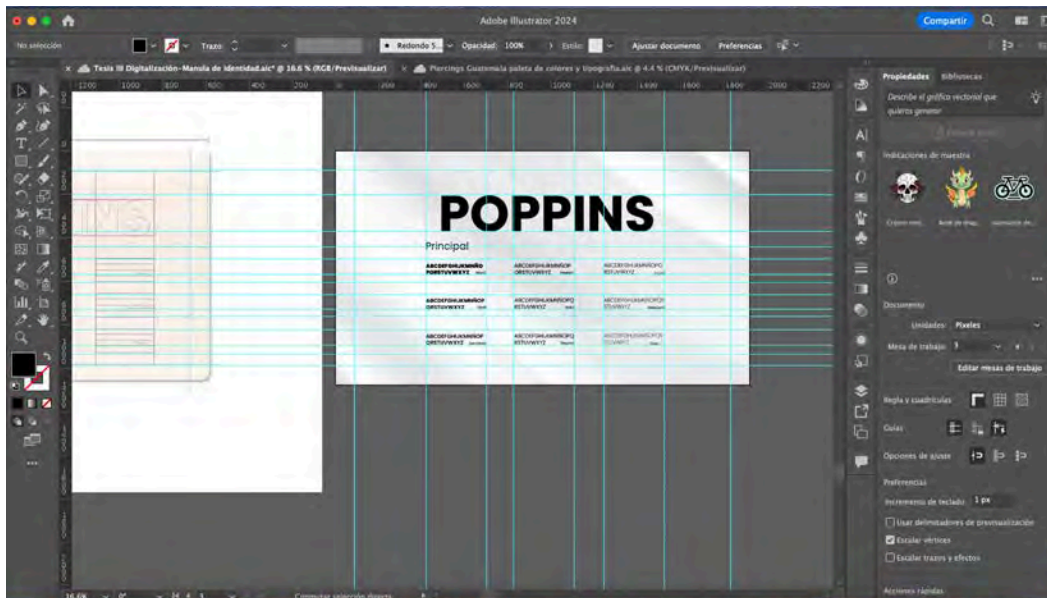


Paso 3. Por siguiente, se incorporó el título en la familia tipográfica “Poppins”, alternando entre las variaciones más importantes y significativas de esta tipografía, organizándolas en columnas junto con su respectivo nombre para facilitar una estructura clara y visualmente ordenada.

Agregando una línea negra para transmitir la separación de elementos relevantes como lo es el título y el subtítulo, siendo de guía para el ojo.

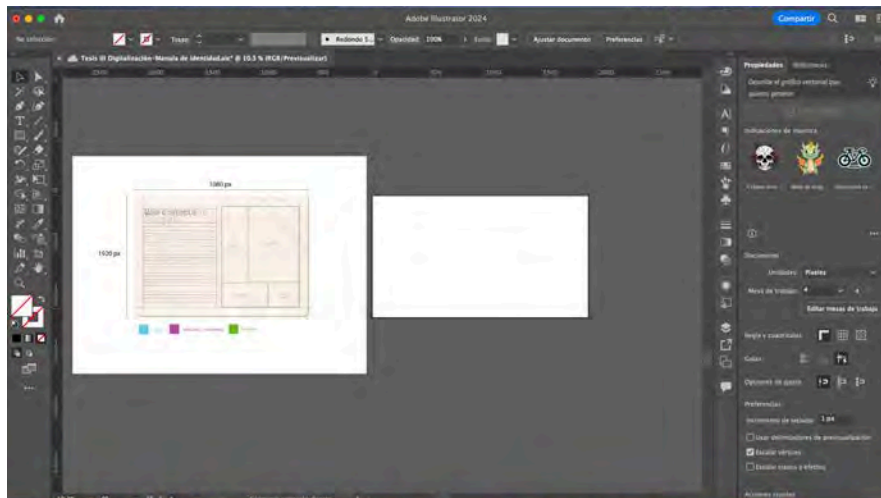
Esta disposición busca transmitir un enfoque distintivo y jerárquico al título, resaltando su relevancia visual y promoviendo un diseño minimalista que garantiza una fácil comprensión de las características y aplicaciones de la tipografía, alineándose con la elegancia y simplicidad.

Proceso 3 de familia tipográfica

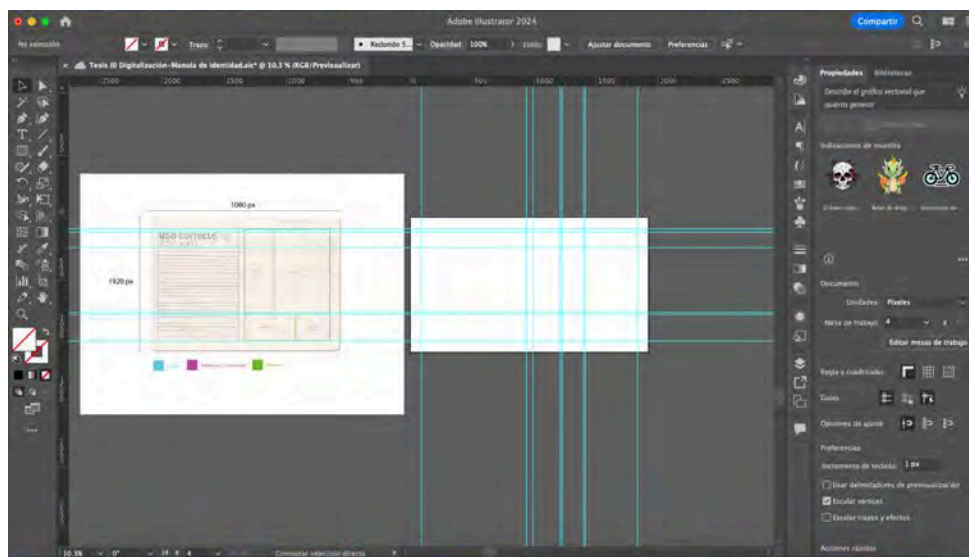


Paso 4. Siguiendo con la implementación de una textura grisácea en tonalidad tenue, se logró una interpretación de elegancia, movimiento y personalización en el fondo, culminando en un diseño que resalta como elegante y minimalista al evitar saturar todo el lienzo, consolidando así una estética refinada y funcional para las versiones del logotipo de Piercings Guatemala.

Proceso 4 de Uso correcto de fotografía



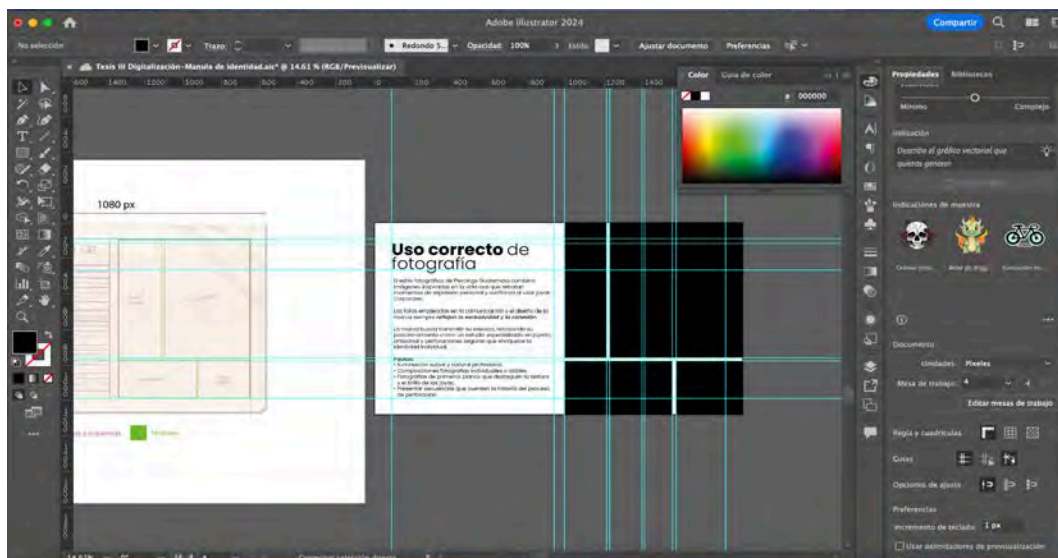
Paso 1. Inicialmente con la creación de un lienzo en blanco en Adobe Illustrator; con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB estableciendo una base proporcional que optimiza la visualización en presentaciones digitales y dispositivos modernos.



Paso 2. Se delimitó de referencia el boceto a lápiz, sirviendo como una guía de calco al momento de establecer las líneas guías en el programa, lo que permitió delimitar con precisión

las cajas de los textos, el margen alrededor del lienzo, las columnas y los módulos donde irán las fotografías, asegurando una composición ordenada y alineada.

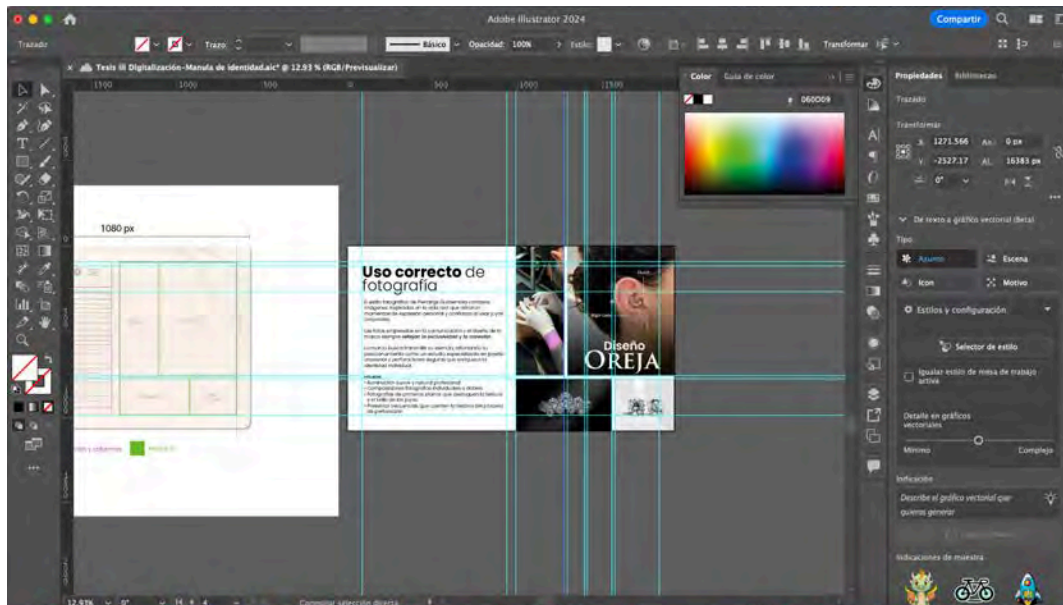
Proceso 4 de Uso correcto de fotografía



Paso 3. Se localiza y se incorpora el título en la familia tipográfica “Poppins”, alternando entre las variaciones más importantes y significativas de esta tipografía para establecer una jerarquía visual clara, junto con la especificación detallada del uso correcto del tipo de fotografía que debe seguir Piercings Guatemala, incluyendo puntos de referencia y las razones que sustentan dichas pautas, destacando su alineación con la esencia de elegancia y minimalismo de la marca.

Además, se agregan cajas negras que delimitan los espacios y organizan de manera precisa las fotografías aptas para la marca, facilitando una presentación estructurada que refleja la sofisticación y la identidad visual.

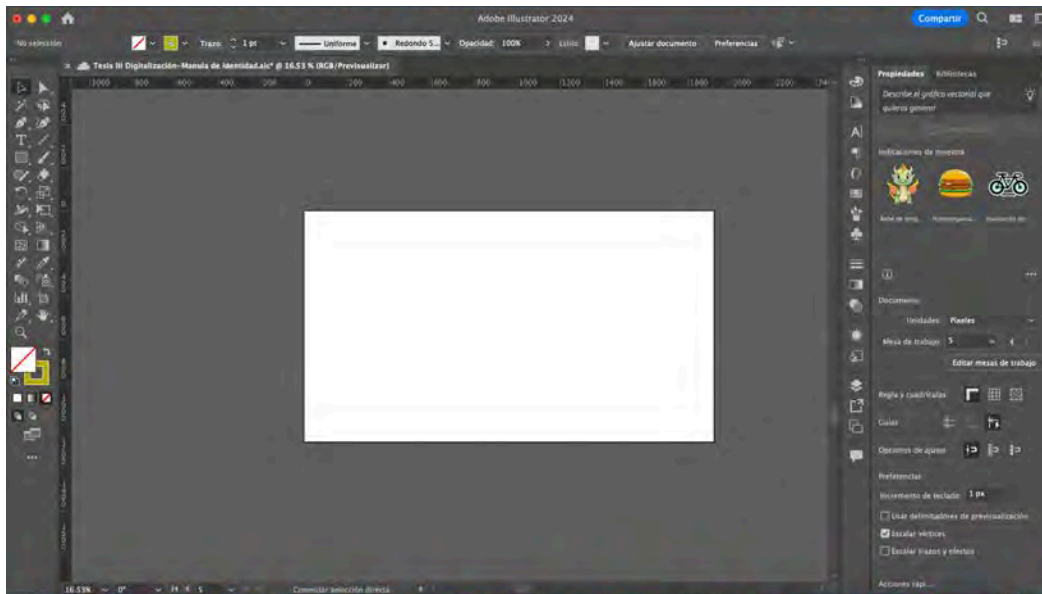
Proceso 4 de Uso correcto de fotografía



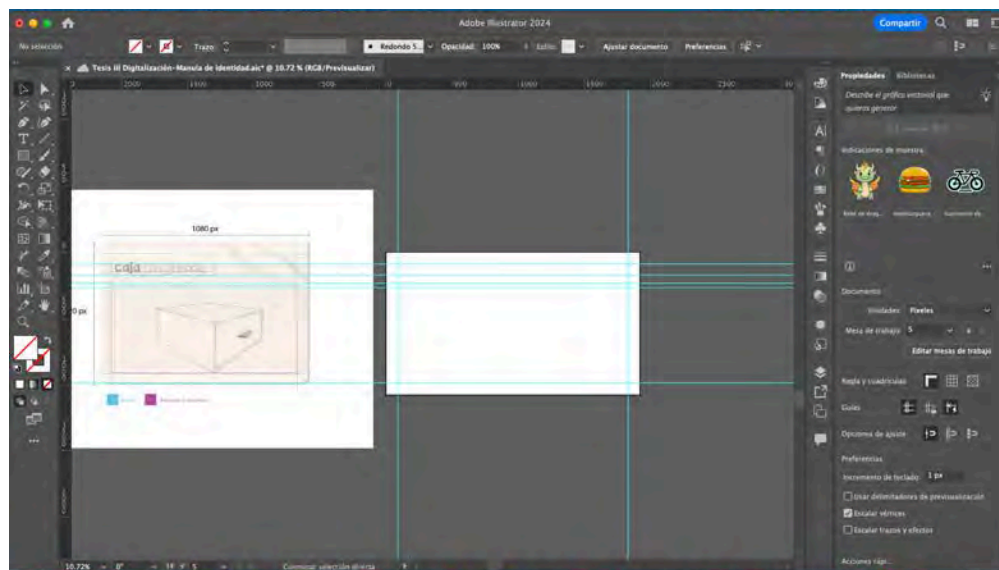
Paso 4. Se colocan los tipos de fotografía, tanto aquellos ya brindados por la marca, como la realización de nuevos diseños fotográficos desarrollados específicamente, con el propósito de ofrecer claridad sobre cómo debe manejarse la línea gráfica coherente a lo largo de todos los elementos que se presentan en distintas ocasiones, asegurando una narrativa visual unificada que refuerza los valores de exclusividad, artesanía y conexión emocional con el público objetivo.

Siguiendo con la implementación de una textura grisácea en tonalidad tenue, se logró una interpretación de elegancia, movimiento y personalización en el fondo.

Proceso 5 de Mockup de caja



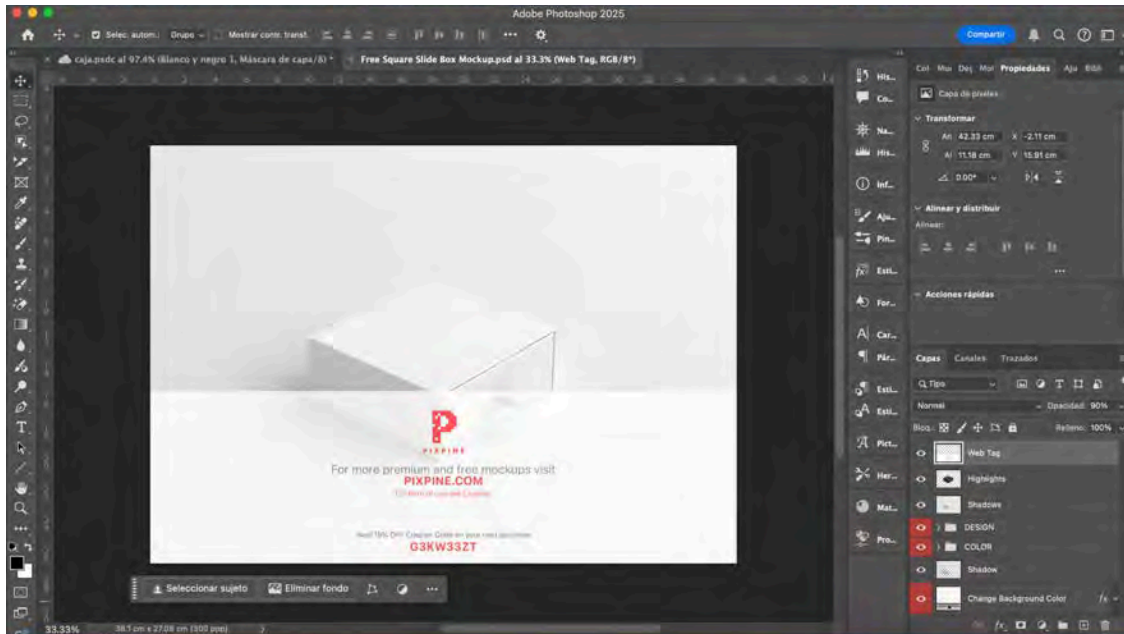
Paso 1. Inicialmente con la creación de un lienzo en blanco en Adobe Illustrator; con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB estableciendo una base proporcional que optimiza la visualización en presentaciones digitales y dispositivos modernos.



Paso 2. Se delimitó de referencia el boceto a lápiz, sirviendo como una guía de calco al momento de establecer las líneas guías en el programa, lo que permitió delimitar con precisión

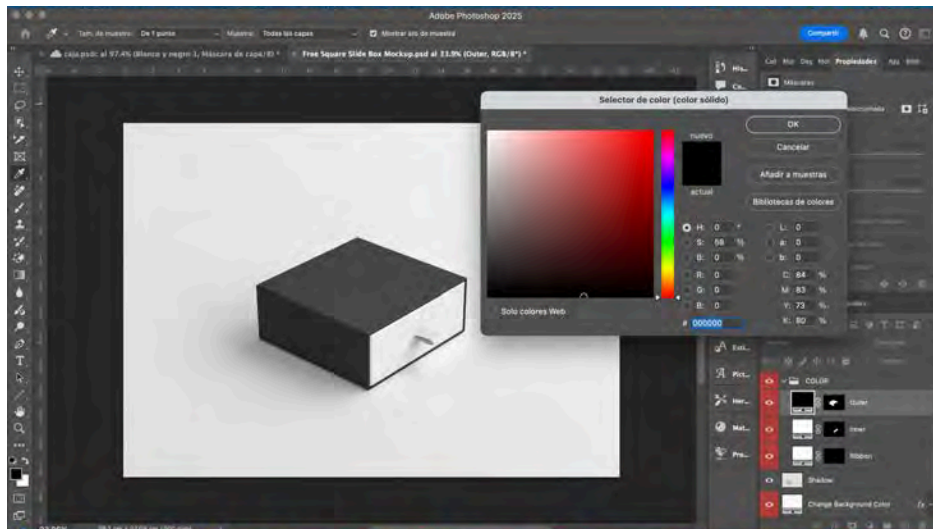
las cajas de los textos y el margen alrededor del lienzo, asegurando una composición ordenada y alineada.

Proceso 5 de Mockup de caja

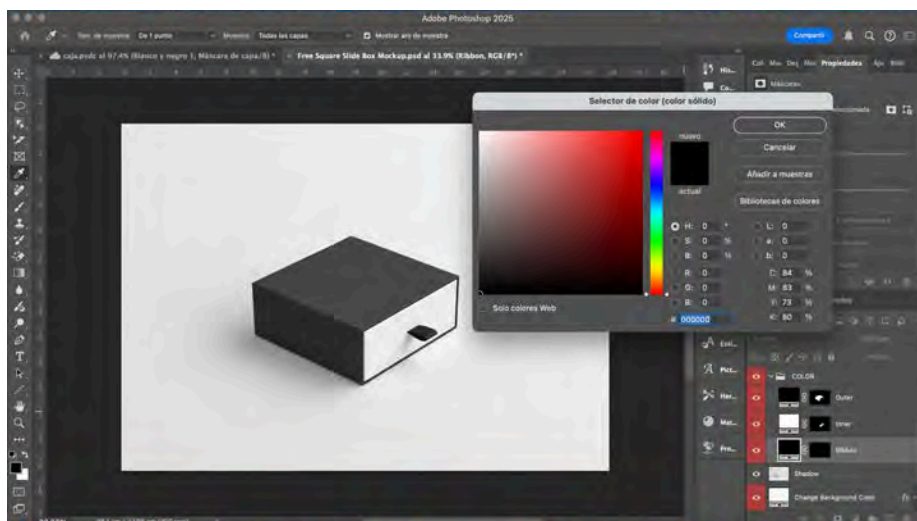


Paso 3. Se continuó con la descarga de un mockup muy similar a la propuesta inicial a lápiz, **iniciando** su edición en el programa Adobe Photoshop para adaptar y perfeccionar los elementos visuales, asegurando que refleje la identidad de la marca.

Proceso 5 de Mockup de caja

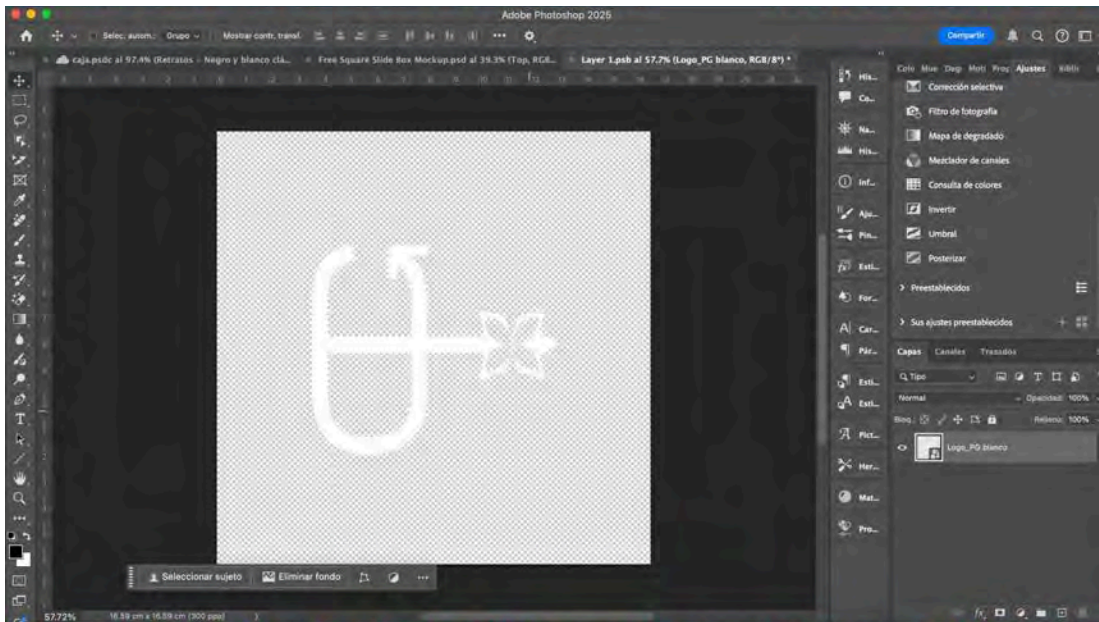


Paso 4. Se indagó en las capas correspondientes, siendo el primer paso el cambio del color de la caja a negro, siguiendo como referencia los colores especificados en el **brief**, donde el negro predomina como tonalidad principal de la marca, permitiendo transmitir una sensación de lujo y calidad que refuerza la identidad de la marca.

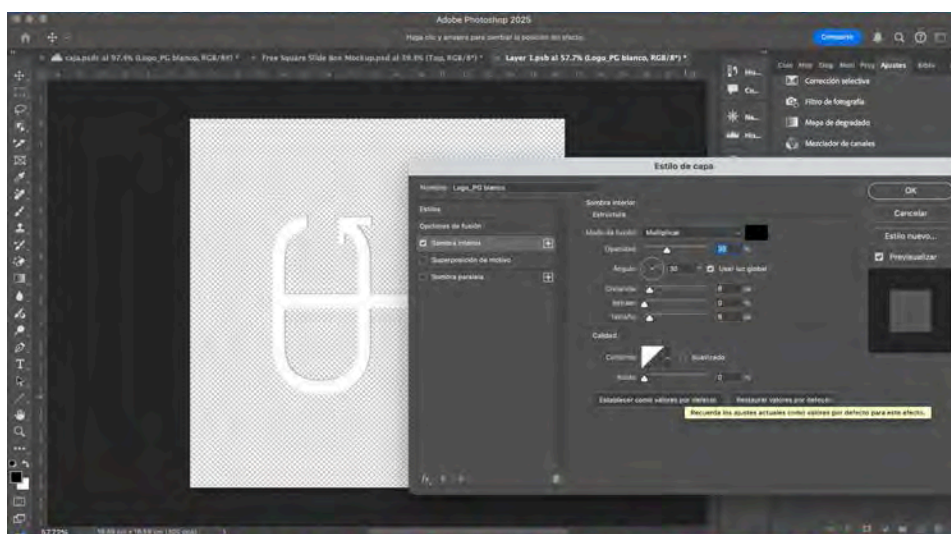


Paso 5. Además, se modificó el color de la agarradera de la caja a negro, mientras que la caja interior se mantuvo en blanco, asegurando una línea gráfica coherente que resalta la elegancia y simplicidad.

Proceso 5 de Mockup de caja

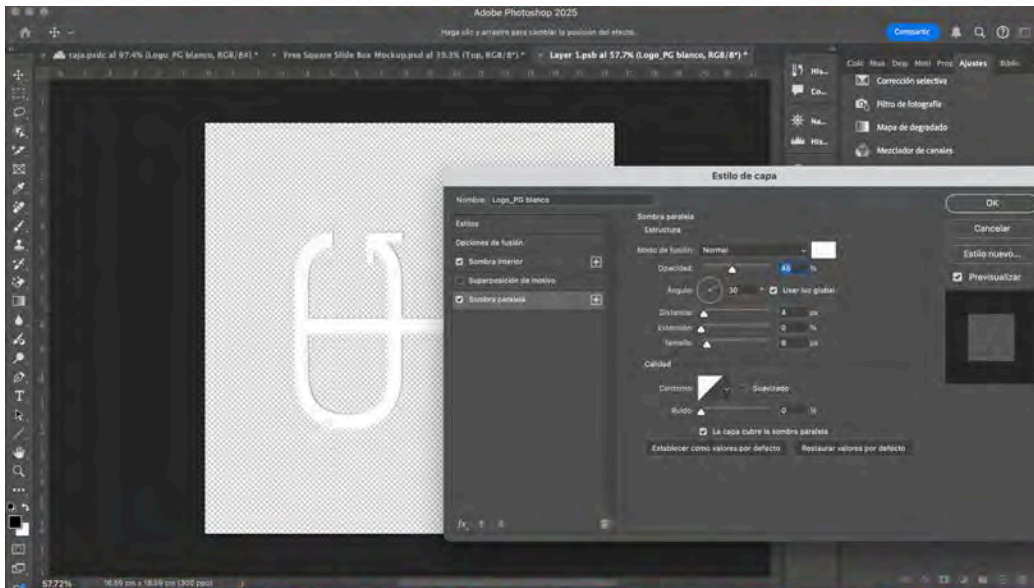


Paso 6. Al momento de agregar el logotipo, se accedió a la capa de objeto inteligente, donde se colocó la variación 2 del logotipo, utilizando únicamente el isologo sin el nombre, con el propósito de evitar saturar la caja con múltiples elementos y transmitir una sensación de limpieza y minimalismo.

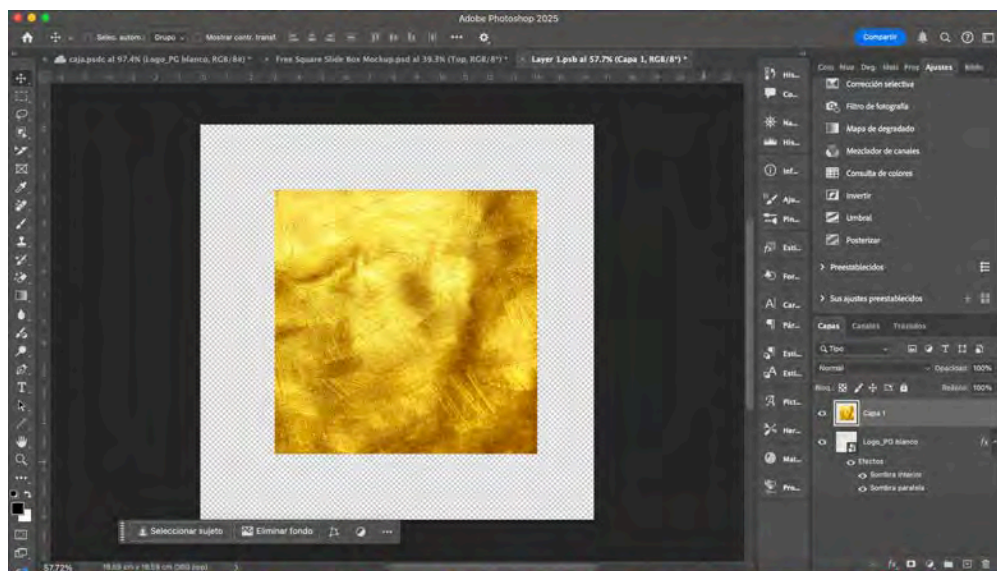


Paso 7. Al logotipo se le aplicó en los estilos de capa una sombra interior, creando una simulación de grabado que resalta las sombras en su interior, aportando profundidad.

Proceso 5 de Mockup de caja

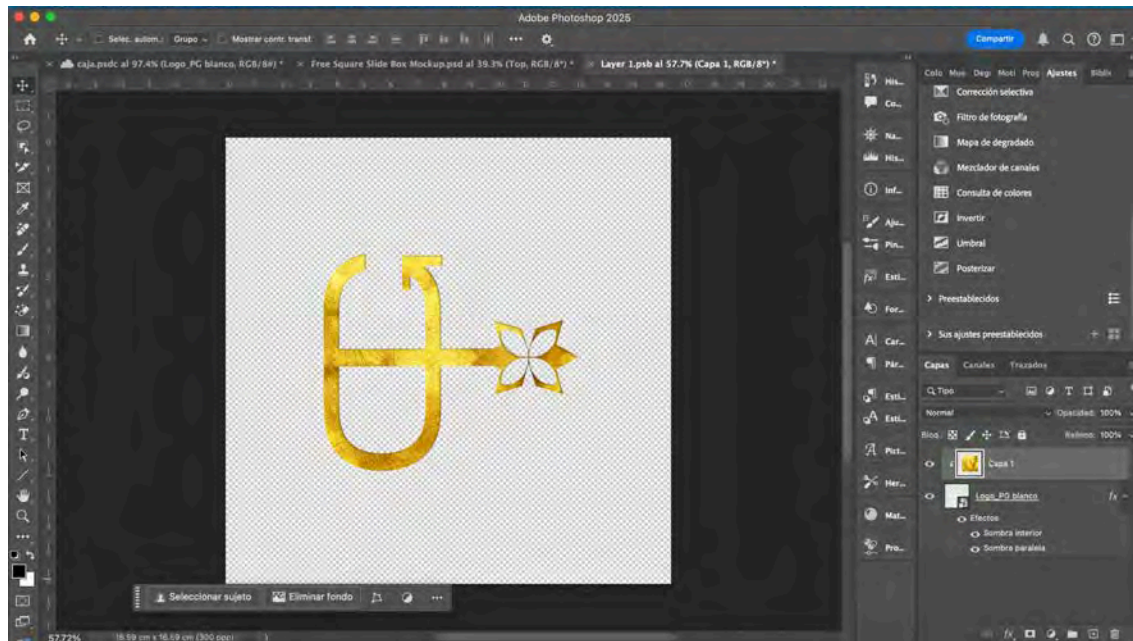


Paso 8. Se agregó también en los estilos de capa una sombra paralela, que aporta luz y resalta la profundidad del logotipo, enriqueciendo su dimensión visual y reforzando el acabado sofisticado y tridimensional.

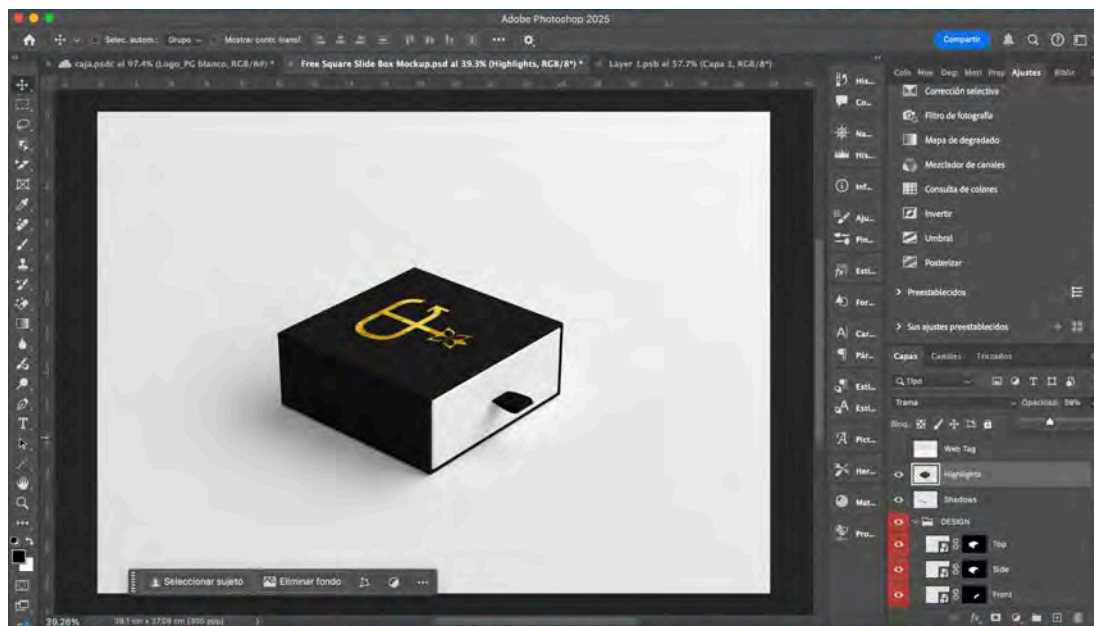


Paso 9. Siendo el siguiente paso, se colocó una textura de oro que simula un grabado en oro sobre papelería, superponiéndola en una capa superior sobre el elemento del logotipo, con el objetivo de presentar una propuesta de lujo que exalta la exclusividad y diferenciación.

Proceso 5 de Mockup de caja

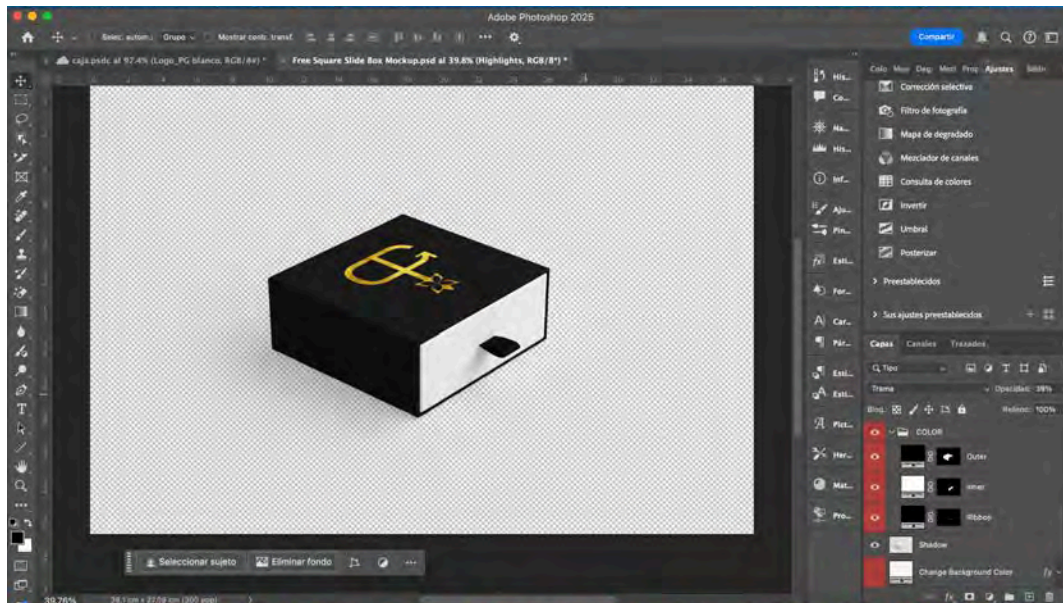


Paso 10. Siendo este el resultado de la simulación del logotipo en grabado en dorado.

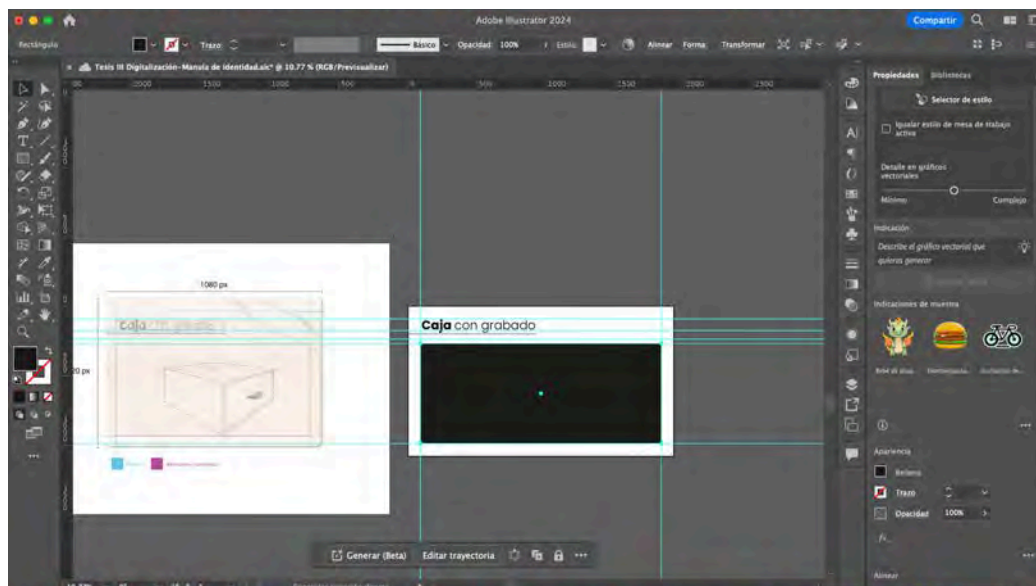


Paso 11. Como resultado de un enfoque elegante, se redujo la opacidad del elemento del color de la caja en negro, permitiendo que se perciba con mayor fuerza y saturación, lo que intensifica la presencia visual.

Proceso 5 de Mockup de caja



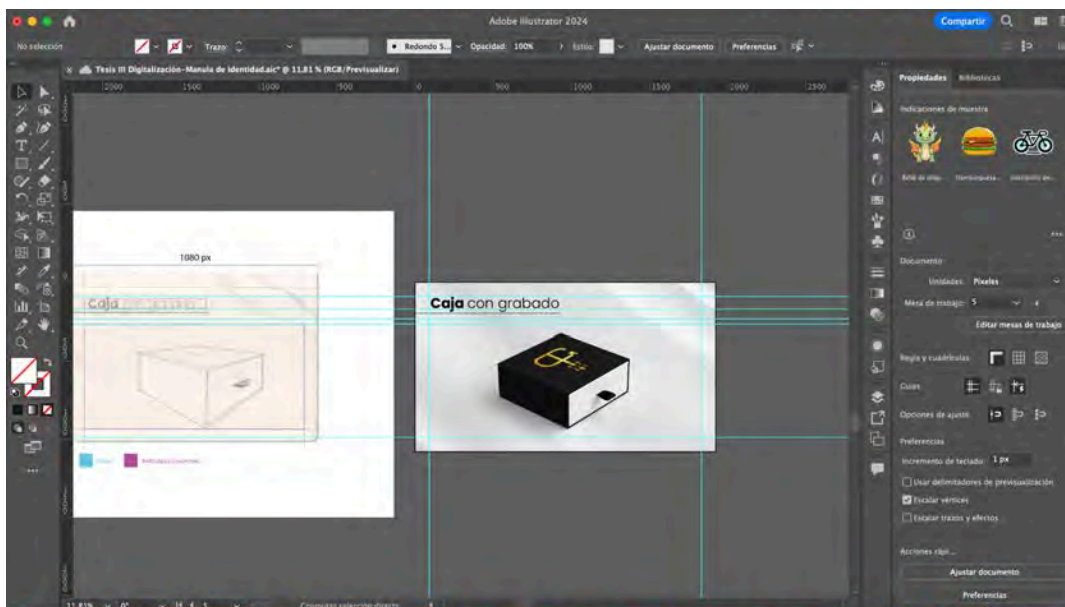
Paso 12. Como siguiente paso, se ocultó la capa de fondo, dejando visibles únicamente la sombra y la caja para exportar el diseño sin fondo blanco, integrándolo posteriormente en la hoja correspondiente del lienzo en Adobe Illustrator, donde se le asignará su título y fondo adecuado.



Paso 13. Se localiza y se incorpora el título en la familia tipográfica “Poppins”, alternando entre las variaciones más importantes y significativas de esta tipografía para

establecer una jerarquía visual clara. Además, se agrega la caja negra que delimita el espacio y organiza la ubicación del mockup, asegurando una presentación estructurada y alineada.

Proceso 5 de Mockup de caja



Paso 14. Se agrega el mockup de la caja con grabado, acompañado de un fondo de textura grisácea en tonalidad tenue, logrando un resultado elegante y atractivo que realza la proyección de papelería.

Propuesta Preliminar

Portada



Descripción. Este resultado final del proceso de elaboración en la digitalización de la portada del manual de identidad de Piercings Guatemala presenta logrando una composición minimalista y sofisticada que refleja la frase “Elegancia minimalista en el diseño moderno”, con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB.

Propuesta Preliminar

Versión de Logotipo



Descripción. Este resultado final del proceso de elaboración en la digitalización del tema “Versiones del logotipo” del manual de identidad de Piercings Guatemala presenta logrando una composición minimalista y sofisticada. Con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB.

Propuesta Preliminar

Familia Tipográfica



Descripción. Este resultado final del proceso de elaboración en la digitalización del tema “Familia tipográfica” del manual de identidad de Piercings Guatemala presenta logrando una composición minimalista y sofisticada. Con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB.

Propuesta Preliminar

Uso correcto de fotografía



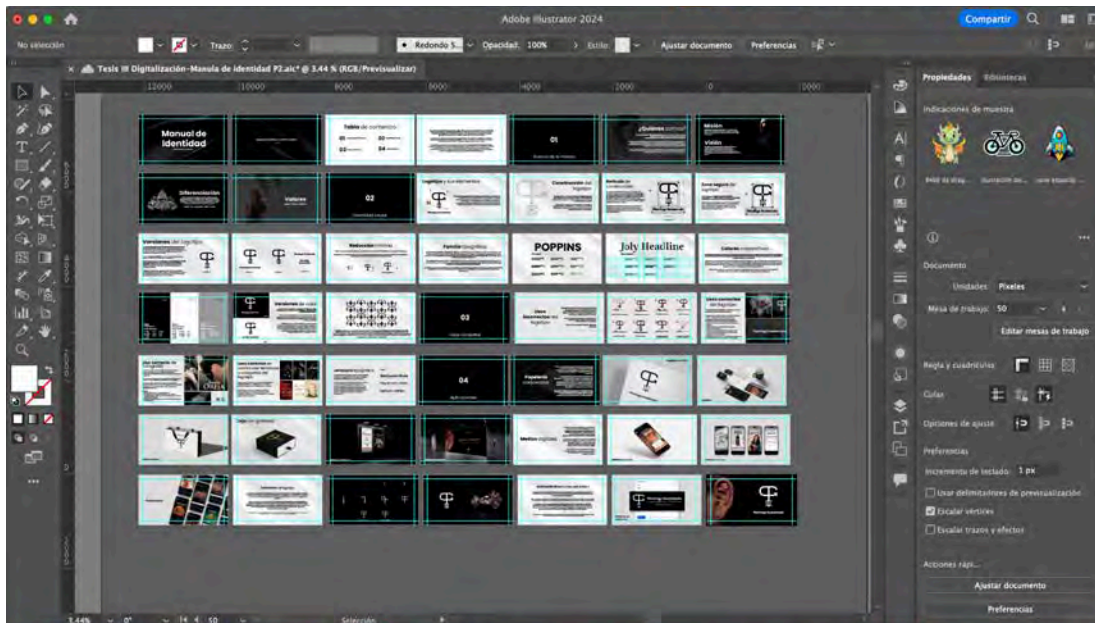
Descripción. Este resultado final del proceso de elaboración en la digitalización del tema “Uso correcto de fotografía” del manual de identidad de Piercings Guatemala presenta logrando una composición minimalista y sofisticada. Con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB.

Propuesta Preliminar

Mockup de caja



Descripción. Este resultado final del proceso de elaboración en la digitalización del tema “Mockup de caja con grabado” del manual de identidad de Piercings Guatemala presenta logrando una composición minimalista y sofisticada. Con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB.



El desarrollo del manual de identidad se llevó a cabo mediante un enfoque detallado que comenzó con el análisis de la esencia de la marca, destacando su elegancia, sofisticación y minimalismo. Con dimensiones específicas de 1080px de ancho por 1920px de alto, 72ppp de resolución, en RGB.

Se definieron los elementos clave, como el logotipo, la paleta corporativa, la familia tipográfica, el patrón derivado y las normas de uso, asegurando su aplicación coherente en diversos contextos. Este proceso incluyó la creación de una presentación en PDF y una versión interactiva para facilitar su comprensión y adopción, normando el uso del logotipo en papelería, digitales y más.

Para visualizar la presentación interactiva:

https://www.canva.com/design/DAGxOvYiz3Q/t_lrJNhlXjenGPjPDwbNug/view?utm_content=DAGxOvYiz3Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utm_d=h7abb2e8ccf

Capítulo VIII
Validación Técnica

Capítulo VIII: Validación Técnica

Una vez finalizada la propuesta preliminar del Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala, se dió inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en la que se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de dos maneras: de forma virtual a través de Google Forms para clientes y grupo objetivo, e impresas para expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a quince (15) personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

Población y Muestreo

Las encuestas se realizaron a una muestra de 15 personas divididas en tres grupos:

Clientes

Xavier Urizar, gerente general / CEO

Deyaneira Lemus, gerente comercial

Marie Celada, servicio al cliente

Paola Navas, contabilidad

Expertos

Profesionales en distintas áreas de la comunicación y el diseño, la publicidad y el área del diseño que aplica.

Lic. Mgtr. Arnulfo Guzman 1. Experto en Comunicación

Msc. Licda. Sandra Escobar 2. Experto en Comunicación

Ing. Christian López 3. Experto en Comunicación

Lic. Antonio Gutierrez 4. Experto en Comunicación

Licda. Lissette Perez Aguirre 5. Experto en Comunicación y Diseño

Grupo Objetivo

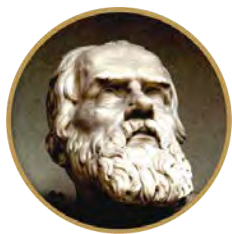
Dirigida a personas; Jóvenes/adultas entre 17 y 45 años, con poder adquisitivo medio-alto, en etapa de búsqueda de autenticidad, autoexpresión y experiencias positivas en el mundo del Body Piercing.

Método e Instrumentos

La herramienta que se emplea es la encuesta. Que consiste en un procedimiento a través del que se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Dentro de esta se usará el método de la escala tipo Likert, esta escala consiste en una forma psicométrica usada comúnmente en cuestionarios.

Se colocan distintos grados o niveles en los que el encuestado estará de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem y posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo, se hará uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado responderá “sí” o “no”, según considere.

Modelo de la Encuesta

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género F	<input type="checkbox"/>	Experto	<input type="checkbox"/>	Nombre	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente	<input type="checkbox"/>	Profesión	<input type="text"/>
Edad	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del Proyecto de:

Manual de Identidad - Piercings Guatemala

Antecedentes:

La empresa Piercing Guatemala fue creada en 2014 por Xavier Urfzar, y actualmente se dedica principalmente a la producción y comercialización de joyería de alta gama, elaborada con materiales como oro de 24K, cristales legítimos, piedras preciosas y titanio grado implante, enfocándose en piezas únicas que reflejan la identidad y esencia personal de sus clientes.

Al visitar la empresa se pudo observar que no cuenta con un manual de identidad e imagen corporativa que norme las aplicaciones del logotipo, lo que limita la capacidad de la marca para proyectar una imagen profesional y uniforme.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta del Manual de Identidad y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios en blanco.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala?

SÍ ___ NO ___

2. ¿Considera importante recopilar información de Piercings Guatemala a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief, para que sea integrada al diseño del manual de identidad e imágenes corporativa, y facilite la accesibilidad de los colaboradores internos?

SÍ ___ NO ___

3. ¿Considera adecuado investigar conceptos relacionados con el diseño de manuales de identidad corporativa, a través de fuentes bibliográficas, que respaldan científicamente la propuesta del diseño de normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca, que será utilizada por los colaboradores internos?

SÍ ___ NO ___

4. ¿Considera adecuado diagramar los elementos internos del manual de identidad e imagen corporativa de Piercings Guatemala, organizando su estructura visual y contenido para garantizar un uso práctico y eficiente por parte de los colaboradores internos de la empresa?

SÍ ___ NO ___

5. ¿Considera adecuado establecer la aplicación adecuada de la versión digital interactiva del logotipo dentro del manual de identidad e imagen corporativa para garantizar la funcionalidad en las plataformas digitales?

SÍ ___ NO ___

Parte Semiológica:

6. ¿Considera adecuados a una empresa de perforaciones y joyería de alta gama, los colores corporativos (Negro (#000000, Pantone 6 C), Blanco (#FFFFFF, Pantone 000 C), Plata (#B2B2B2, Pantone P 179-6 C)) propuestos en el diseño son?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

7. ¿Cree que la tipografía usada dentro del manual de identidad e imagen corporativa (Poppins y Joly Headline) son?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

8. ¿Los diseños, ilustraciones, fotografías de la propuesta gráfica dan a entender la idea?

Poca Elegancia y modernidad ___ Nada de Elegancia y modernidad ___

Parte Operativa:

9. Considera que el buen uso de la jerarquía tipográfica utilizada en el diseño es:

Muy bueno ___ Poco bueno ___ Nada bueno ___

10. ¿Cree que las aplicaciones del logotipo en diferentes usos, tanto en medios impresos como digitales, como fotografías, patrones, entre otros, en la propuesta gráfica presentada son visibles?

Visibles ___ Poco visibles ___ Nada visibles ___

11. Según su criterio ¿El tamaño (físico y virtual) de la propuesta es ideal para normar el buen uso de las aplicaciones del logotipo en diferentes contextos, como su transportabilidad, visualización en dispositivos móviles u otros medios?

SÍ ___ NO ___

12. ¿Considera que la orientación y el tamaño de la presentación del manual (1080 px de ancho x 1920 px de alto) son funcionales?

Funcionales ___ Poco funcionales ___ Nada funcionales ___

13. ¿Considera que la diagramación de los elementos, textos, títulos y fotografías en la propuesta del manual para guiar la implementación del logotipo y mantener la coherencia visual de Piercings Guatemala es adecuada?

Muy adecuada ___ Poco adecuada ___ Nada adecuada ___

14. ¿Considera que el concepto del slogan “Elegancia minimalista en el diseño moderno” refleja adecuadamente la identidad y los valores de Piercings Guatemala en la propuesta del manual?

SÍ ____

NO ____

15. ¿Considera que la tendencia minimalista implementada en el manual refleja la identidad visual y los valores de Piercings Guatemala en la propuesta gráfica es?

Muy adecuada ____

Poco adecuada ____

Nada adecuada ____

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Resultados e Interpretación de Resultados

Parte Objetiva

¿Considera usted necesario diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala?



Interpretación

El 95.7% de los encuestados indicó que es necesario diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca, mientras que el 4.3% sugirió que no es necesario. Por consiguiente, esto demuestra que existe un fuerte respaldo sobre la importancia de establecer un manual que regule la correcta implementación del logotipo. Por lo tanto, se cumple el objetivo general del proyecto.

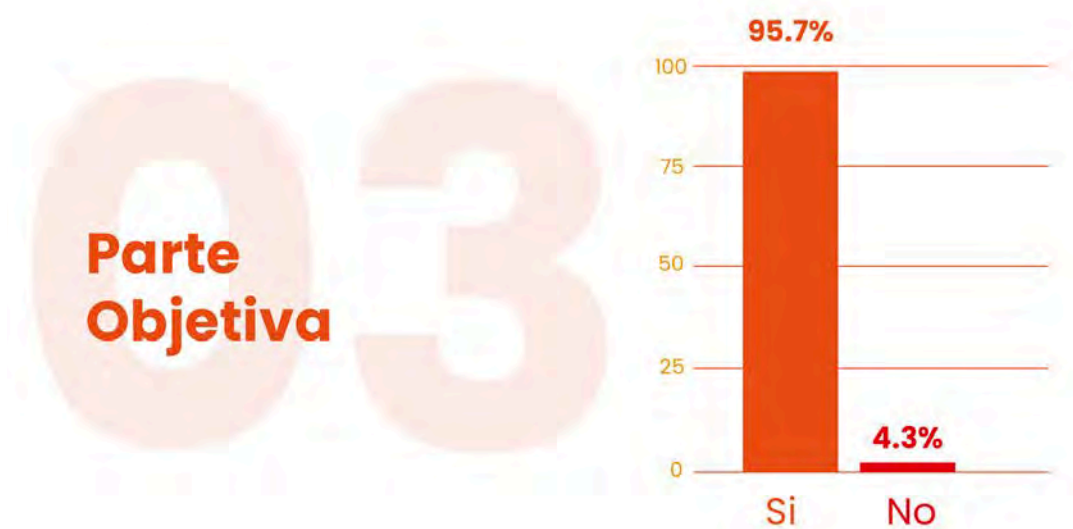
¿Considera importante recopilar información de Piercings Guatemala a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief, para que sea integrado al diseño del manual de identidad e imágenes corporativa, y facilite la accesibilidad de los colaboradores internos?



Interpretación

El 100% de los encuestados indicó que considera importante recopilar información a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief, para que sea integrado al diseño del manual de identidad e imágenes corporativa y facilite la accesibilidad de los colaboradores internos. Por consiguiente, se cumple el primer objetivo específico del proyecto.

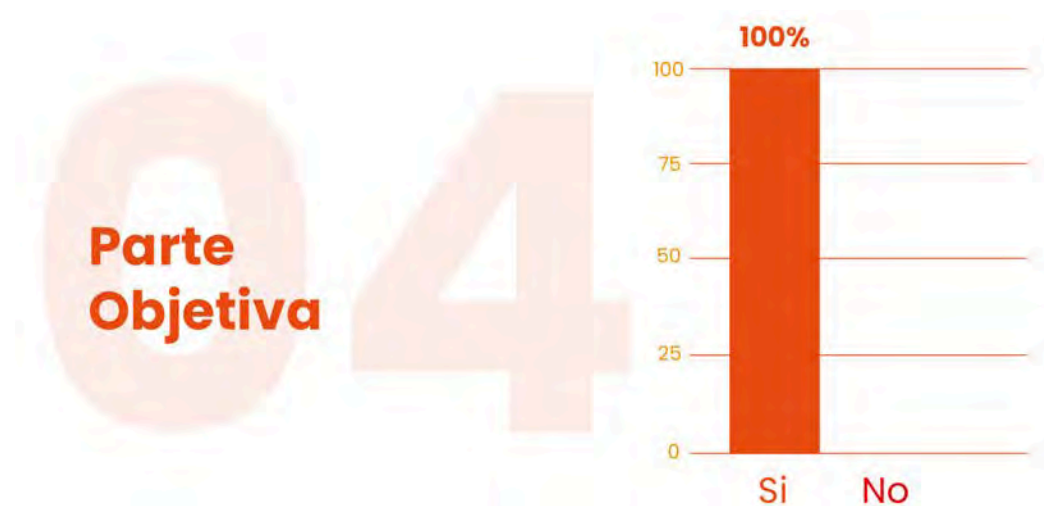
¿Considera adecuado investigar conceptos relacionados con el diseño de manuales de identidad corporativa, a través de fuentes bibliográficas, que respaldan científicamente la propuesta de diseño para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca, que será utilizada por los colaboradores internos?



Interpretación

El 95.7% de los encuestados consideró adecuado investigar conceptos relacionados con el diseño de manuales de identidad corporativa a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del diseño, mientras que el 4.3% indicó que no lo considera adecuado. Por consiguiente, esto demuestra que existe un amplio respaldo a la importancia de basar el diseño en investigaciones científicas. Por consiguiente, se cumple el segundo objetivo específico del proyecto.

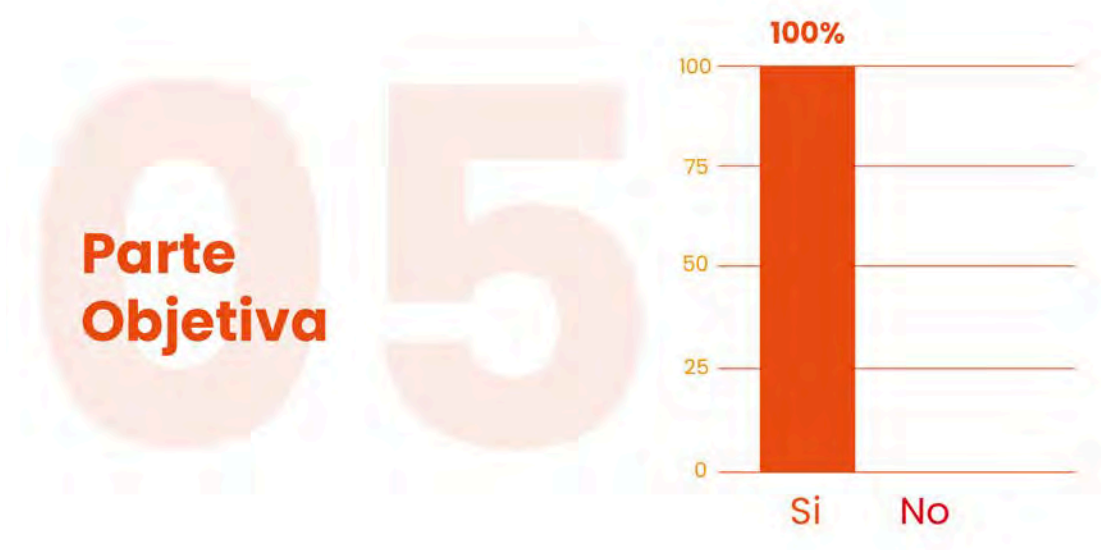
¿Considera adecuado diagramar los elementos internos del manual de identidad e imagen corporativa de Piercings Guatemala, organizando su estructura visual y contenido para garantizar un uso práctico y eficiente por parte de los colaboradores internos de la empresa?



Interpretación

El 100% de los encuestados consideró adecuado diagramar los elementos internos del manual de identidad e imagen corporativa, organizando su estructura visual y contenido para garantizar un uso práctico y eficiente por parte de los colaboradores internos de la empresa, mientras que el 0% no hubo respuestas negativas por parte de los encuestados. Por consiguiente, se cumple el tercer objetivo específico del proyecto.

¿Considera adecuado establecer la aplicación adecuada de la versión digital interactiva del logotipo dentro del manual de identidad e imagen corporativa para garantizar la funcionalidad en las plataformas digitales?

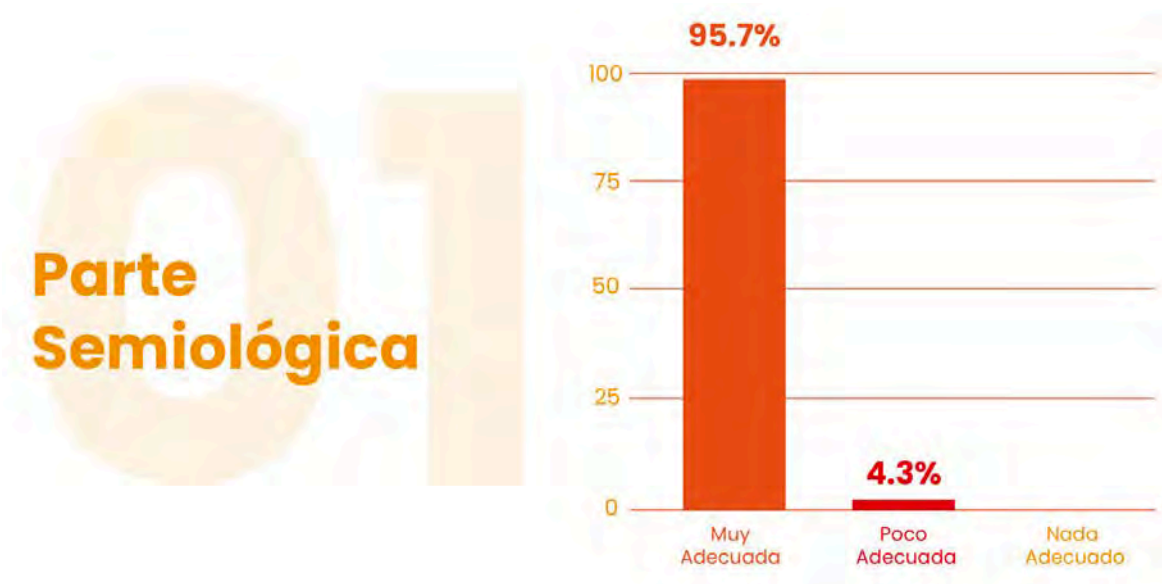


Interpretación

El 100% de los encuestados consideró adecuado establecer la aplicación adecuada de la versión digital interactiva del logotipo dentro del manual de identidad e imagen corporativa para garantizar la funcionalidad en las plataformas digitales, Por consiguiente, esto refleja un acuerdo total sobre su importancia para optimizar el uso en entornos digitales.

Parte Semiológica

¿Considera que los colores corporativos propuestos en el diseño (Negro (#000000, Pantone 6 C), Blanco (#FFFFFF, Pantone 000 C), Plata (#B2B2B2, Pantone P 179-6 C)) son adecuados para una joyería de perforaciones de alta gama?



Interpretación

El 95.7% de los encuestados consideró muy adecuada la propuesta de los colores corporativos para una empresa de perforaciones y joyería de alta gama, mientras que el 4.3% lo consideró poco adecuado. Por consiguiente, esto indica un fuerte respaldo a la selección de colores, reforzando su apropiación para la marca, aunque la minoría sugiere áreas para revisión.

¿Cree que la tipografía usada dentro del manual de identidad e imagen corporativa (Poppins y Joly Headline) es adecuada?



Interpretación

El 95.7% de los encuestados consideró muy adecuada la tipografía usada dentro del manual de identidad e imagen corporativa, mientras que el 4.3% la consideró poco adecuada. Por consiguiente, esto refleja un fuerte apoyo a la elección tipográfica, reforzando su adecuación para la marca, aunque la minoría sugiere posibles ajustes.

¿Los diseños, ilustraciones, fotografías de la propuesta gráfica dan a entender la idea?

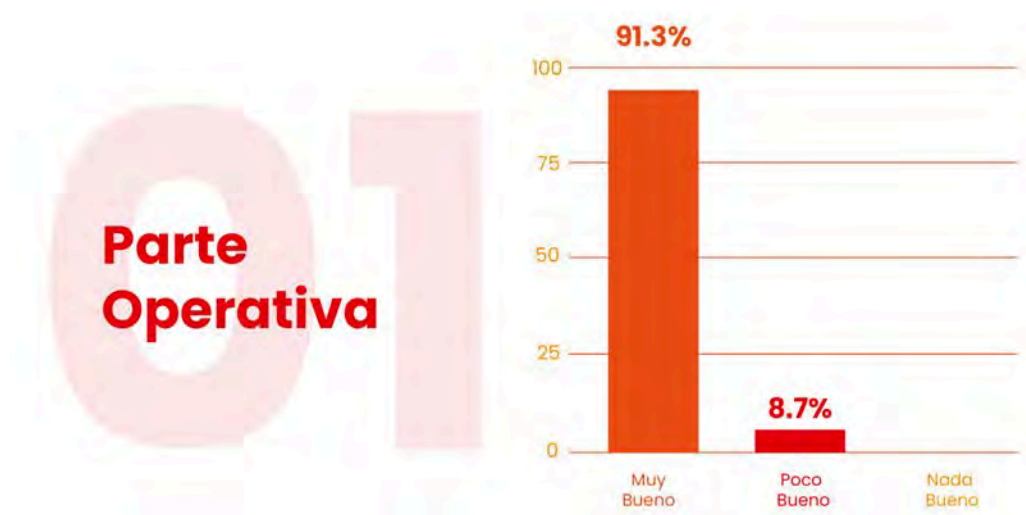


Interpretación

El 100% de los encuestados indicó que los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica transmiten mucha elegancia y modernidad. Por consiguiente, esto demuestra un acuerdo unánime sobre la efectividad de los elementos gráficos para comunicar la idea propuesta, destacando su impacto estético y moderno.

Parte Operativa

Considera que el buen uso de la jerarquía tipográfica utilizada en el diseño es:



Interpretación

El 91.3% de los encuestados consideró que el buen uso de la jerarquía tipográfica utilizada en el diseño es muy bueno, mientras que el 8.7% lo calificó como poco bueno. Por consiguiente, esto indica un amplio respaldo a la efectividad de la jerarquía tipográfica, reforzando su adecuación para el diseño, aunque la minoría sugiere áreas potenciales de mejora.

¿Cree que las aplicaciones del logotipo en diferentes usos, tanto en medios impresos como digitales, como fotografías, patrones, entre otros, en la propuesta gráfica presentada son visibles?



Interpretación

El 100% de los encuestados consideró que las aplicaciones del logotipo en diferentes usos, tanto en medios impresos como digitales, como fotografías, entre otros, en la propuesta gráfica presentada son visibles. Por consiguiente, esto refleja un acuerdo sobre la claridad y visibilidad de las aplicaciones, destacando su efectividad en la propuesta presentada.

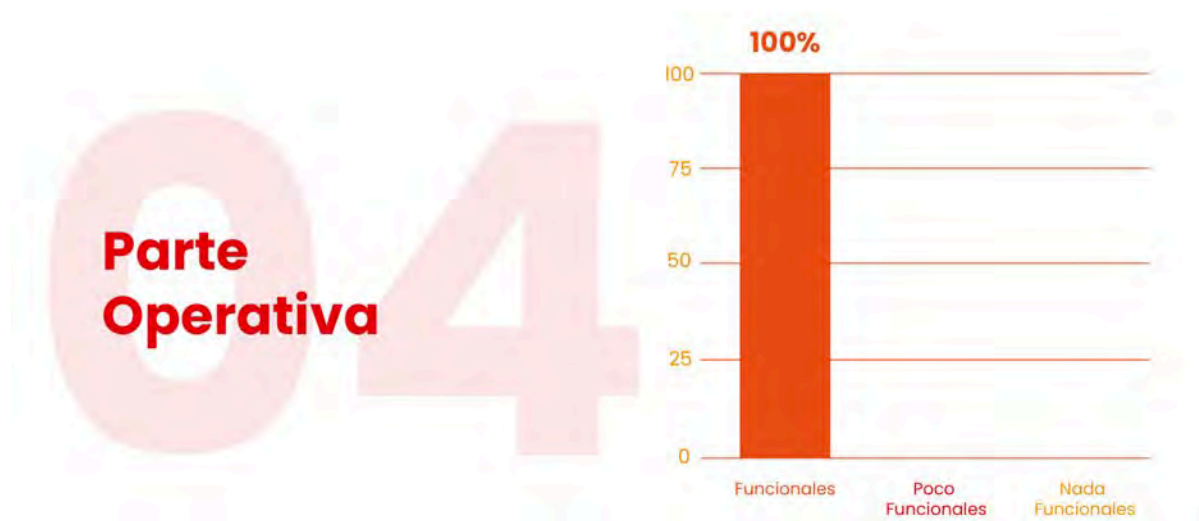
Según su criterio, ¿El tamaño (físico y virtual) de la propuesta es ideal para normar el buen uso de las aplicaciones del logotipo, diferentes contextos, como su transportabilidad, visualización en dispositivos móviles u otros medios?



Interpretación

El 100% de los encuestados indicó que, según su criterio, el tamaño (físico y virtual) de la propuesta es ideal para normar el buen uso de las aplicaciones del logotipo en diferentes contextos, como su transportabilidad y visualización en dispositivos móviles u otros medios. Por consiguiente, esto demuestra un acuerdo sobre el tamaño propuesto, asegurando su practicidad y adaptabilidad en diversos formatos.

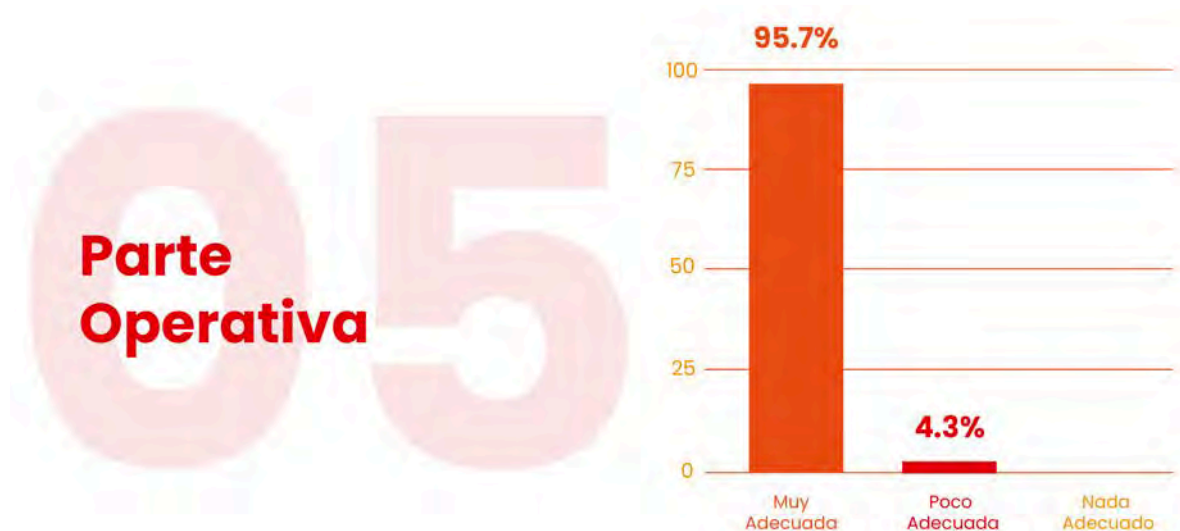
¿Considera que la orientación y el tamaño de la presentación del manual (1080 px de ancho x 1920 px de alto) son funcionales?



Interpretación

El 100% de los encuestados consideró que la orientación y el tamaño de la presentación del manual son funcionales. Por consiguiente, esto refleja un acuerdo sobre la funcionalidad de las dimensiones propuestas, garantizando su buen uso.

¿Considera que la diagramación de los elementos, textos, títulos y fotografías en la propuesta del manual para guiar la implementación del logotipo y mantener la coherencia visual de Piercings Guatemala es adecuada?



Interpretación

El 95.7% de los encuestados consideró que la diagramación de los elementos, textos, títulos y fotografías en la propuesta del manual para guiar la implementación del logotipo es muy adecuada, mientras que el 4.3% la calificó como poco adecuada. Por consiguiente, esto indica un amplio respaldo a la efectividad de la diagramación propuesta, reforzando su contribución a la coherencia visual, aunque la minoría sugiere posibles ajustes.

¿Considera que el concepto del slogan “Elegancia minimalista en el diseño moderno” refleja adecuadamente la identidad y los valores de Piercings Guatemala en la propuesta del manual?



Interpretación

El 100% de los encuestados consideró que el concepto del slogan “Elegancia minimalista en el diseño moderno” refleja adecuadamente la identidad y los valores de la marca en la propuesta del manual. Por consiguiente, esto demuestra un acuerdo sobre la pertinencia del slogan, destacando su alineación con la identidad de la marca.

¿Considera que la tendencia minimalista implementada en el manual refleja la identidad visual y los valores de Piercings Guatemala en la propuesta gráfica es?



Interpretación

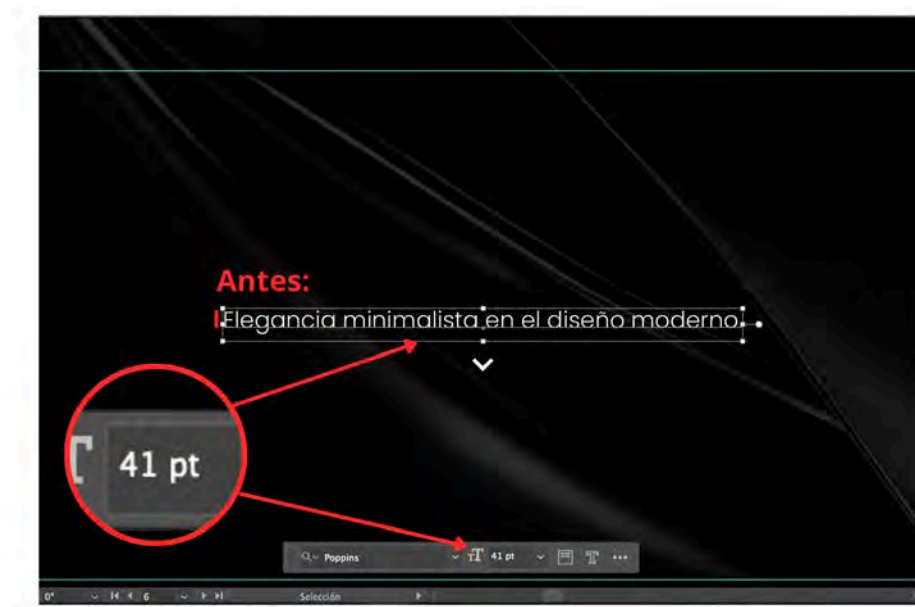
El 100% de los encuestados consideró que la tendencia minimalista implementada en el manual refleja la identidad visual en la propuesta gráfica de manera muy adecuada. Por consiguiente, esto demuestra un acuerdo sobre la adaptación de la tendencia minimalista, reforzando su alineación con la identidad de la marca.

Cambios con base a los resultados

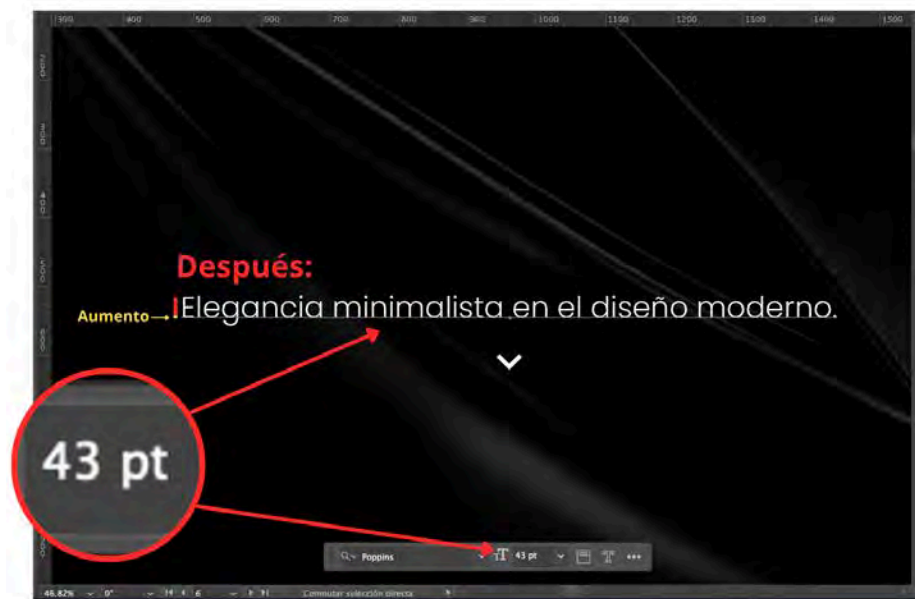
Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto, se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario cambiar (en la parte semiológica): aumentar 1pt más el tamaño de la fuente en el manual de identidad.
- Es necesario cambiar (en la parte operativa): reducir la cantidad de animaciones en la presentación digital del manual de identidad y disminuir el uso de gerundios en la información a lo largo del manual.

Antes



Después



Justificación

El tamaño inicial de la fuente "Poppins" era de 41 puntos, y tras la validación, se incrementó a 43 puntos. Este ajuste, aunque leve y apenas perceptible, añade un toque delicado que mejora la legibilidad y refuerza la estética.

Antes

Zona segura del logotipo

29 pt → La zona segura se **define a partir del cuadrado denominado "X", estableciendo un espacio de protección que impide ser invadido por elementos externos.**

Esto asegura que el logotipo no se mezcle con contenidos ajenos, **definiendo la distancia mínima de aproximación para cualquier elemento gráfico alrededor, con una retícula de referencia de 23.3x de ancho y 23x de alto, preservando la integridad visual.**

estableciendo Gerundio

s, definiendo l Gerundio

preservando Gerundio

Después

Zona segura del logotipo

30 pt → La zona segura se **define a partir del cuadrado denominado "X", y establece un espacio de protección que impide ser invadido por elementos externos.**

Esto asegura que el logotipo no se mezcle con contenidos ajenos, **lo que define la distancia mínima de aproximación para cualquier elemento gráfico alrededor, con una retícula de referencia de 23.3x de ancho y 23x de alto, para mantener la integridad visual.**

y establece Cambio

lo que define Cambio

para mantener Cambio

Justificación

El tamaño de la tipografía se incrementó en un punto adicional, un ajuste sutil que no resulta muy notorio, pero que aporta un toque refinado a la presentación. Asimismo, se realizó la corrección de reducir gerundios, reemplazando “estableciendo” por “y establece”, “definiendo” por “lo que define” y “preservando” por “para mantener”, preservando la narrativa original.

Antes



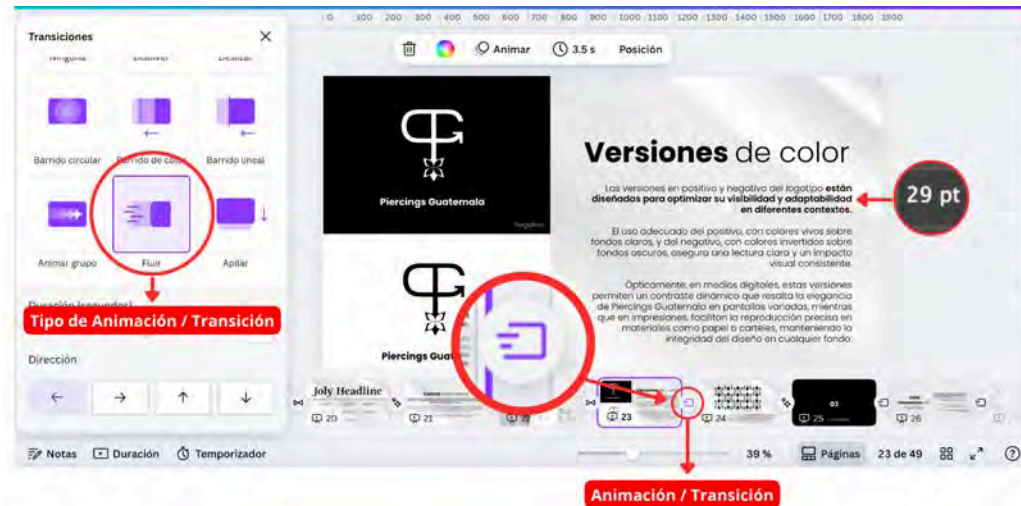
Después



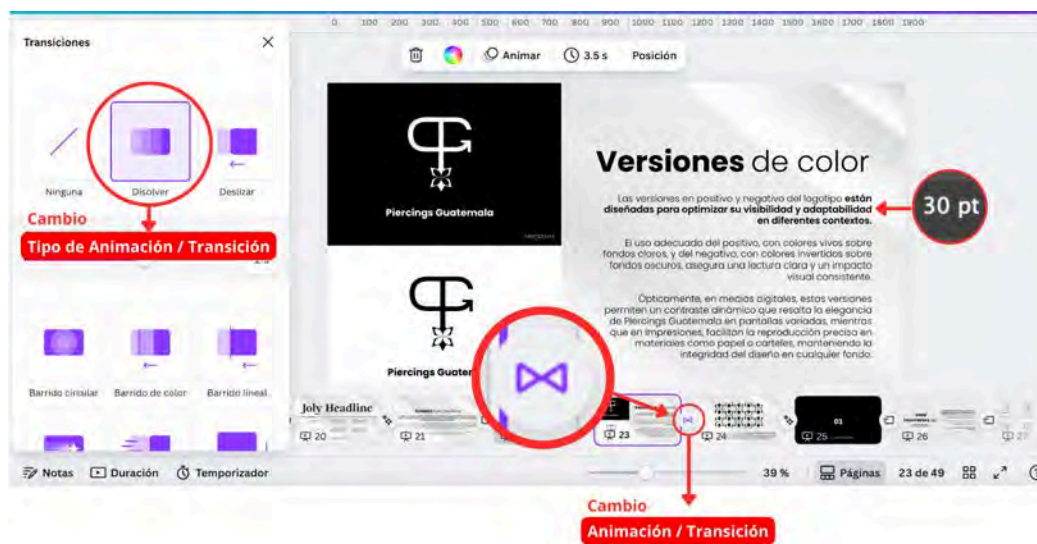
Justificación

El tamaño de la tipografía se incrementó en un punto adicional, un ajuste sutil que no resulta muy notorio, pero que aporta un toque refinado a la presentación. Asimismo, se realizó la corrección de reducir gerundios, reemplazando “alineándose” por “lo que alinea” y “destacando” por “lo que destaca”, preservando la narrativa original.

Antes



Después



Justificación

El tamaño de la tipografía se incrementó en un punto adicional, un ajuste sutil que no resulta muy notorio, pero que mejora la presentación visual. Además, se realizó la corrección de reducir animaciones fuertes o saturantes, reemplazando la animación “Fluir” por “Disolver”, adoptando un estilo más suave y equilibrado en más diapositivas.

Capítulo IX

Propuesta Gráfica Final

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Posterior a realizar los cambios recomendados por los expertos, se obtuvo la propuesta gráfica final del manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

El manual fue diseñado con un formato digital de 1080 píxeles de ancho por 1920 píxeles de alto, con una resolución de 72 ppp y en modo de color RGB, adecuado para su visualización en plataformas digitales y dispositivos móviles.

En la propuesta gráfica final se definió una paleta cromática compuesta por los colores negro, blanco y plata (gris), los cuales representan la elegancia, la pureza y la modernidad de la marca. Como tipografías institucionales se seleccionaron Poppins para los textos principales y Joly Headline como tipografía secundaria, garantizando una lectura clara y una coherencia visual en todas las aplicaciones.

El logotipo se presenta en sus cuatro variaciones oficiales: vertical, horizontal e imagotipo, asegurando su correcta aplicación en distintos formatos y soportes. En cuanto a los elementos gráficos complementarios, se incorporaron un patrón, una línea, un rectángulo y un degradado, que refuerzan la identidad visual de la marca y contribuyen a mantener la unidad estética en todas las piezas comunicacionales.

https://www.canva.com/design/DAGxOvYiz3Q/t_lrJNhlXjenGPjPDwbNug/view?utm_content=DAGxOvYiz3Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniqueinks&utlId=h7abb2e8ccf

Paleta de Colores

La paleta cromática de Piercings Guatemala está compuesta por los colores principales y secundarios, que representan elegancia, modernidad y pureza. Estos tonos fueron seleccionados para reflejar la esencia minimalista y sofisticada de la marca, manteniendo una coherencia visual en todas sus aplicaciones gráficas.

Colores Principales

<p>Negro Pantone: 6 C HTML #000000</p> <p>C: 91% R: 0 L: 100 M: 79% G: 0 A: 0 Y: 62% B: 0 B: 0 K: 97%</p>	<p>Blanco Pantone: 000 C HTML #FFFFFF</p> <p>C: 0% R: 255 L: 0 M: 0% G: 255 A: 0 Y: 0% B: 255 B: 0 K: 0%</p>
---	--

Color Secundario

<p>Plata Pantone: P 179-6 C HTML #B2B2B2</p> <p>C: 0% R: 178 L: 73 M: 0% G: 178 A: 0 Y: 0% B: 178 B: 0 K: 40%</p>

Familia Tipográfica

La identidad tipográfica de Piercings Guatemala está compuesta por dos familias principales: Poppins como tipografía institucional y Joly Headline como complementaria. Ambas incluyen sus variaciones, lo que permite una aplicación flexible y coherente en los distintos niveles de comunicación visual.

Poppins se utiliza en títulos y párrafos por su legibilidad y estructura geométrica, mientras que Joly Headline se aplica en detalles y acentos gráficos, aportando un carácter distintivo que refuerza la personalidad elegante y moderna de la marca.

Tipografía

Principal

Poppins

AaBbCc

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Mm

Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww

Xx Yy Zz 1234567890

: + (*&1%\$# = ?@

Thin

Thin Italic

ExtraLigh

ExtraLigh Italic

Light

Light Italic

Regular

Italic

Medium

Medium Italic

SemiBold

SemiBold Italic

Bold

Bold Italic

ExtraBold

ExtraBold Italic

Black

Black Italic

Tipografía

Secundaria

Joly Headline

AaBbCc

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Mm

Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx

Yy Zz 1234567890

: + (*&1%\$# = ?@

Regular

Medium

Bold

Black

Regular Italic

Medium Italic

Bold Italic

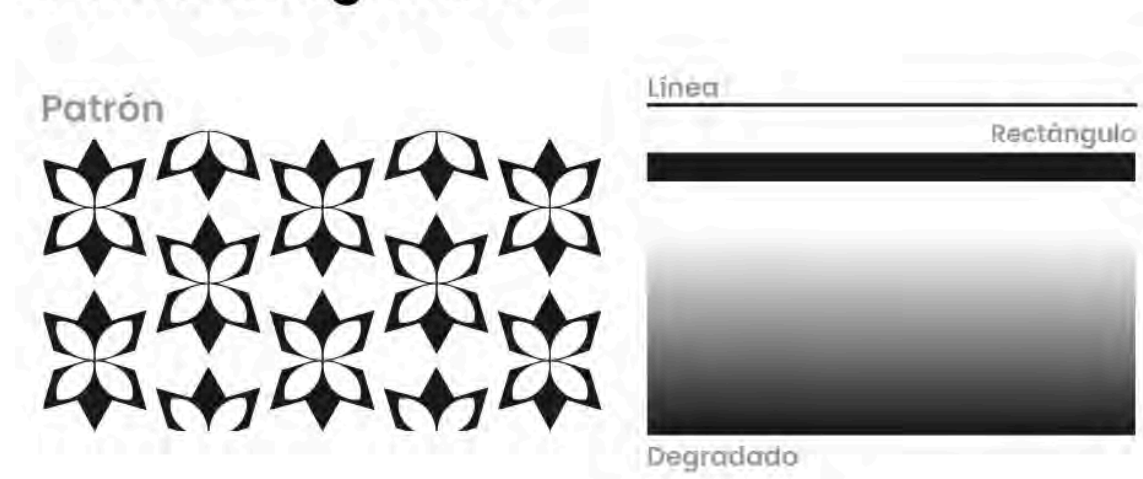
Black Italic

Elementos Gráficos

Implementados en el manual de identidad están conformados por un patrón, una línea, un rectángulo y un degradado, los cuales refuerzan la coherencia visual y el estilo minimalista de la marca.

Cada elemento fue diseñado para complementar las aplicaciones del logotipo y mantener una composición equilibrada en las piezas gráficas. El patrón se emplea como recurso decorativo, la línea y el rectángulo funcionan como guías visuales que estructuran la información, mientras que el degradado aporta profundidad y dinamismo en fotografías y fondo, evocando la elegancia.

Elementos gráficos



Logotipo Variaciones



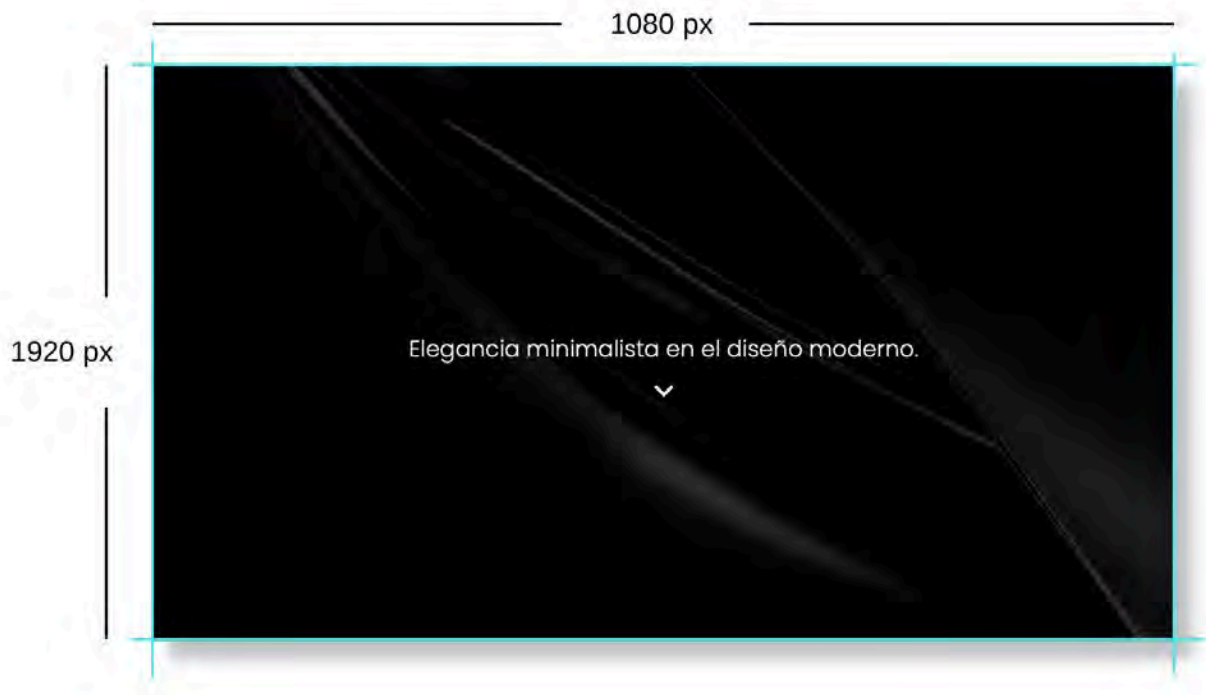
Pieza 1

Portada. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 2

Frase del concepto implementado. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



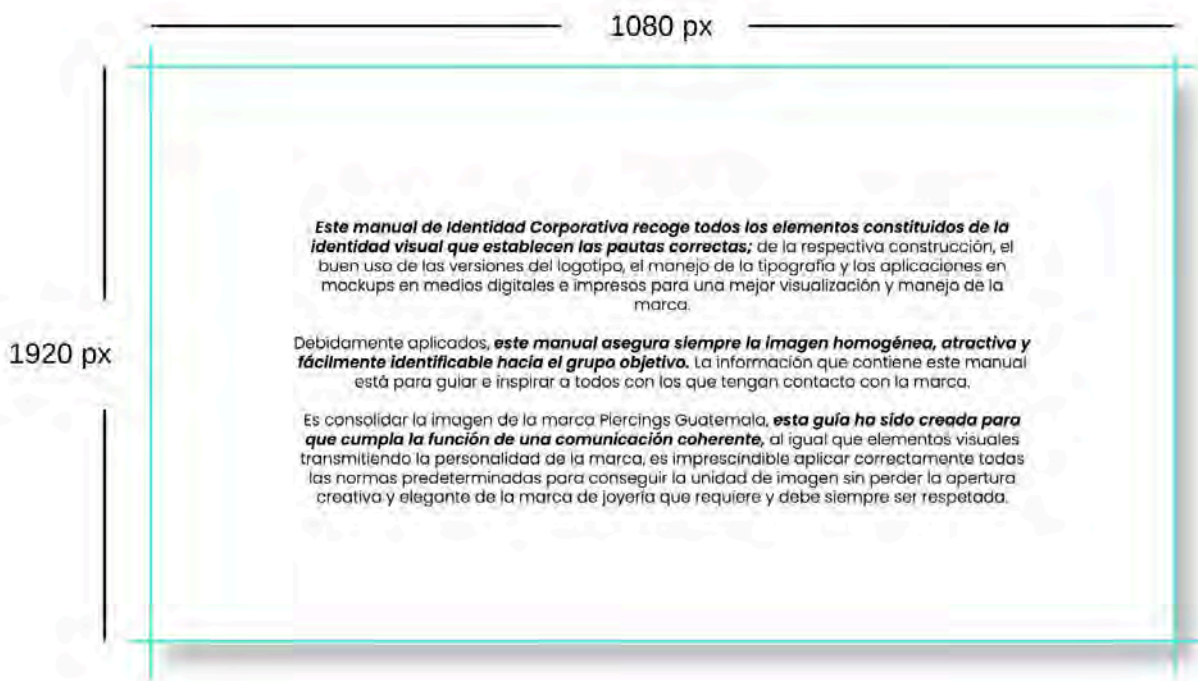
Pieza 3

Índice o tabla de contenido. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.

Tabla de contenido	
01 Acerca de la marca	02 Identidad visual
03 Usos correctos	04 Aplicaciones

Pieza 4

Índice o tabla de contenido. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 5

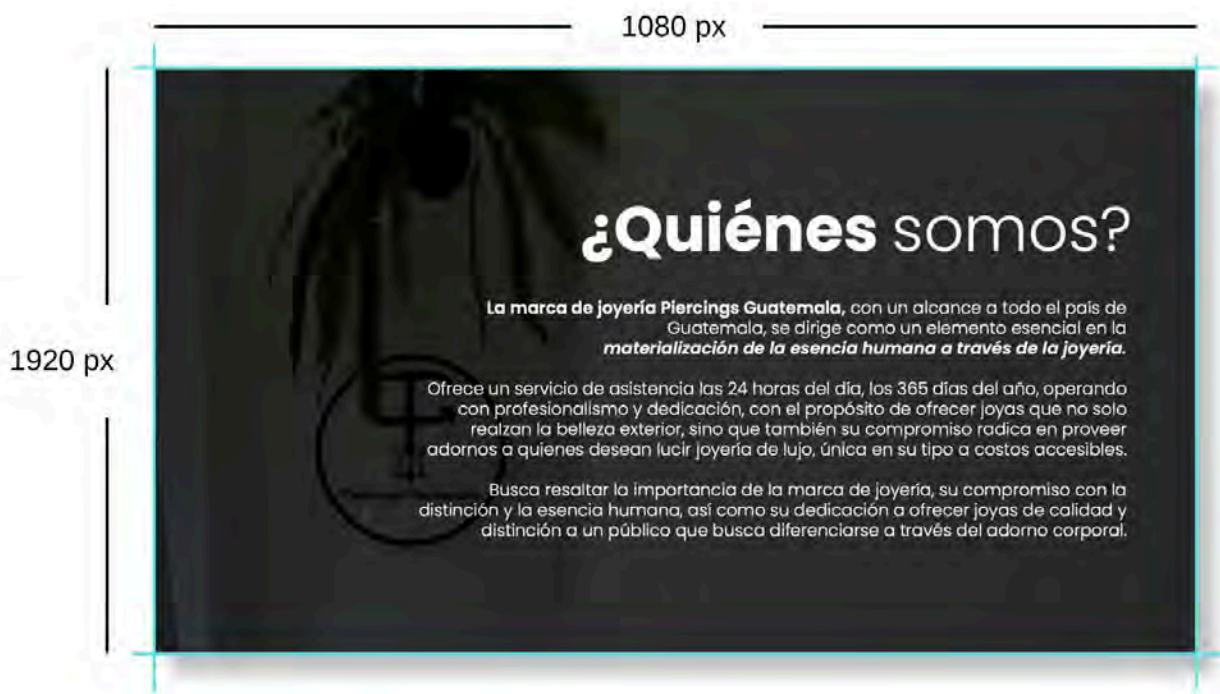
Portada divisoria sección 01 Acerca de la marca.

Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 6

¿Quiénes somos? Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



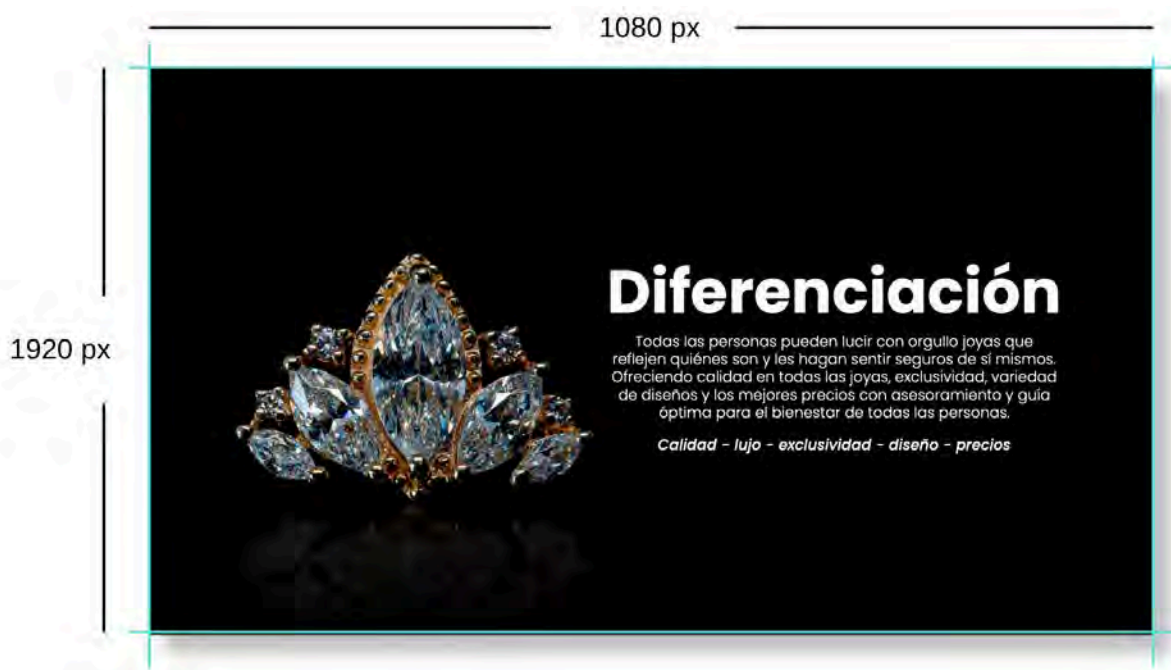
Pieza 7

Misión y visión. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



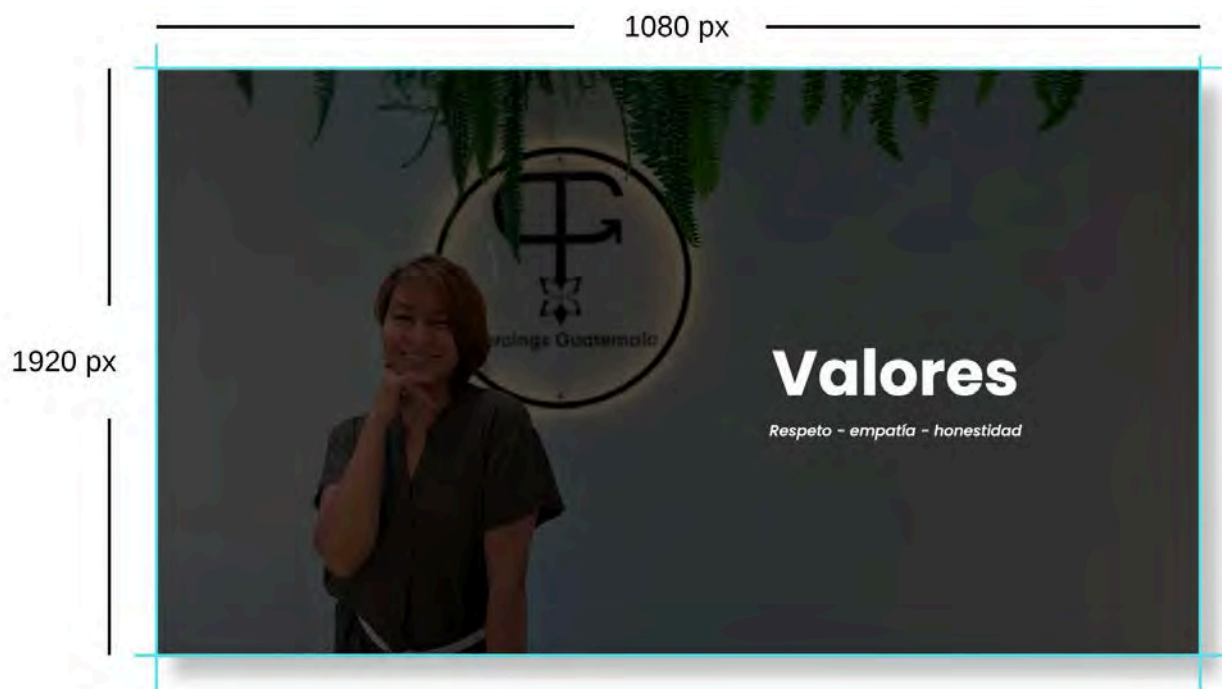
Pieza 8

Diferenciación. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 9

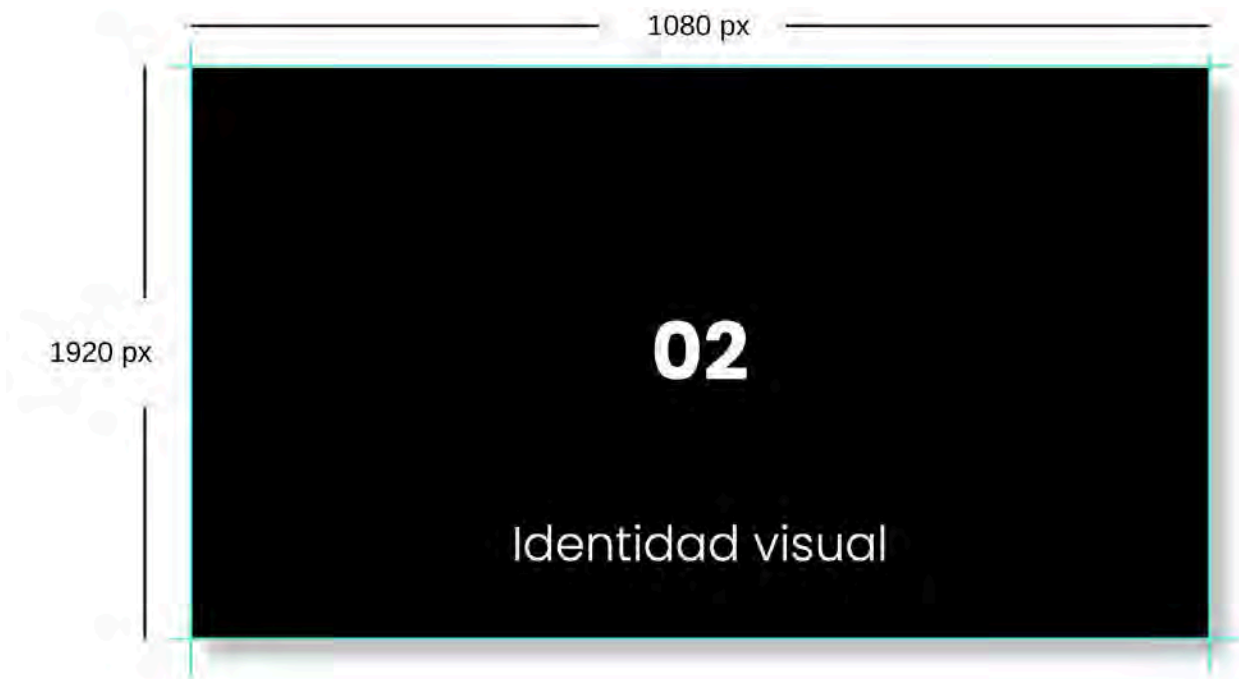
Valores. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 10

Portada divisoria sección 02 Identidad visual.

Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



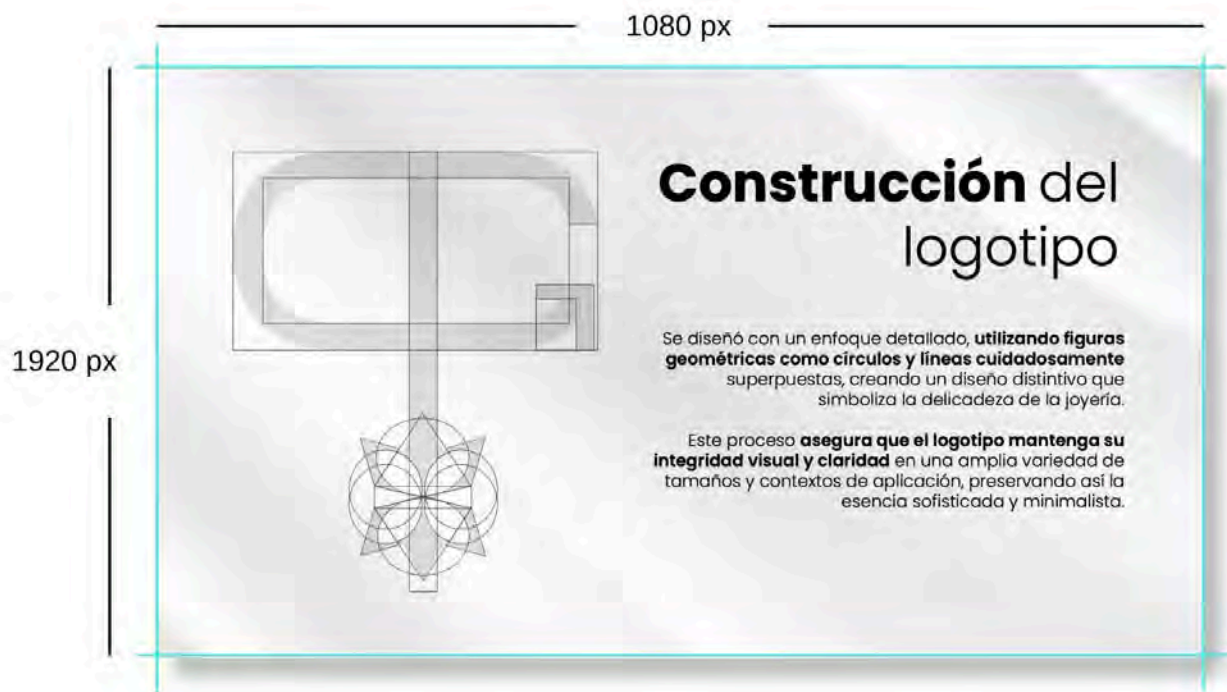
Pieza 11

Logotipo y sus elementos. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 12

Construcción del logotipo. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 13

Retícula de construcción. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 15

Versiones de logotipo. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.

1080 px

Versiones del logotipo

La finalidad de asignar dos versiones del logotipo radica en su estructura híbrida, compuesta por un logotipo (que incluye el nombre "Piercings Guatemala") y un isotipo (la forma estilizada de la aguja americana con elementos florales y la unión de las iniciales de su respectivo nombre).

Lo que **otorga la flexibilidad** de usarlos conjuntamente o por separado según las necesidades de aplicación.

Esta dualidad asegura una **identidad visual adaptable y versátil, capaz de integrarse en una amplia gama de materiales y superficies**, desde empaques de joyería hasta plataformas digitales y papelería corporativa, que mantiene siempre la coherencia estética.

El objetivo es lograr una representación gráfica que resuene profundamente con el público objetivo, que comunica los valores de exclusividad, artesanía y liderazgo internacional de Piercings Guatemala de manera efectiva y memorable.

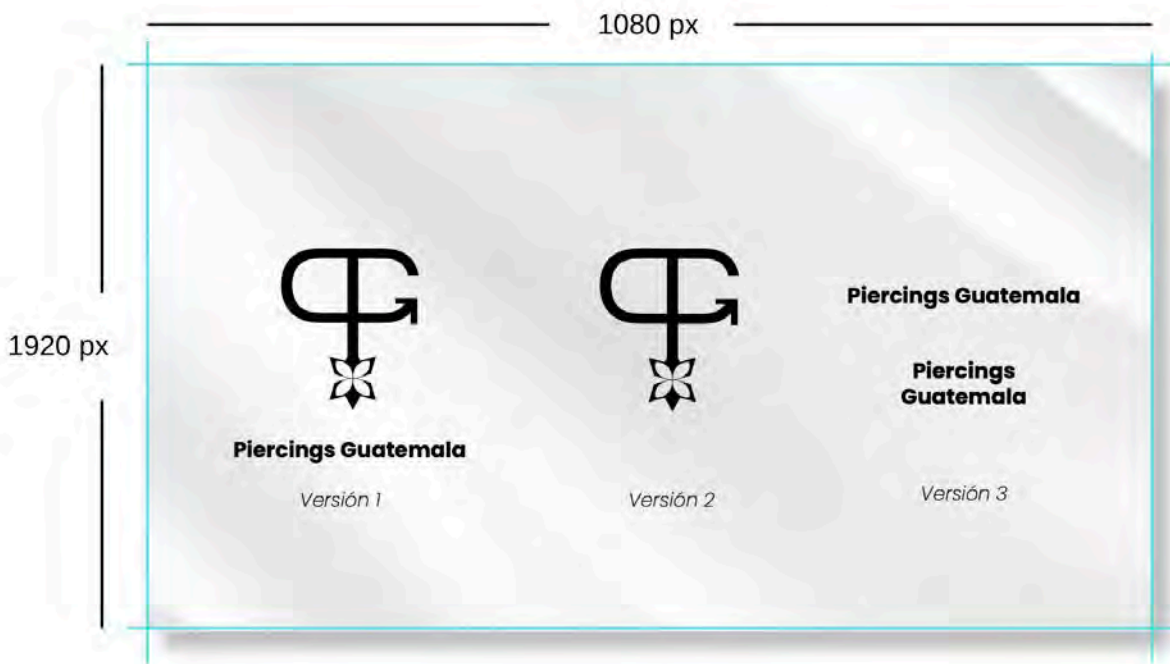


Versión 2

1920 px

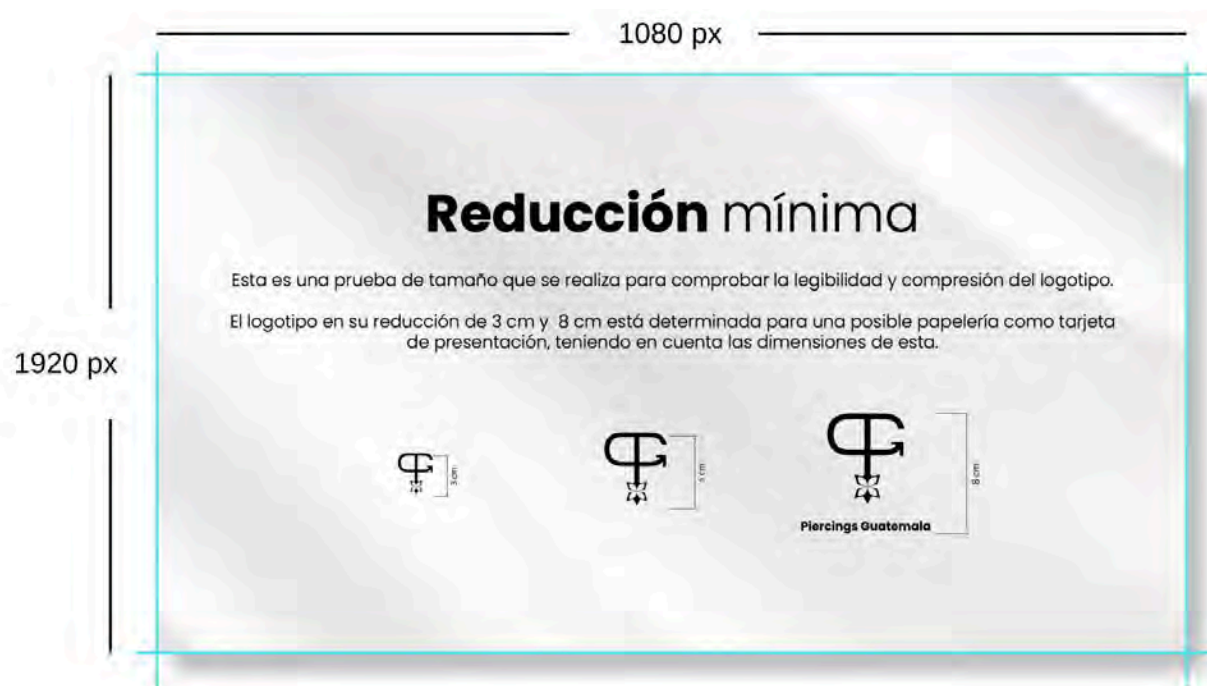
Pieza 16

Versiones de logotipo. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 17

Reducción mínima. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 18

Familia tipográfica. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 19

Familia tipográfica Poppins. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 20

Familia tipográfica Joly Headline. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



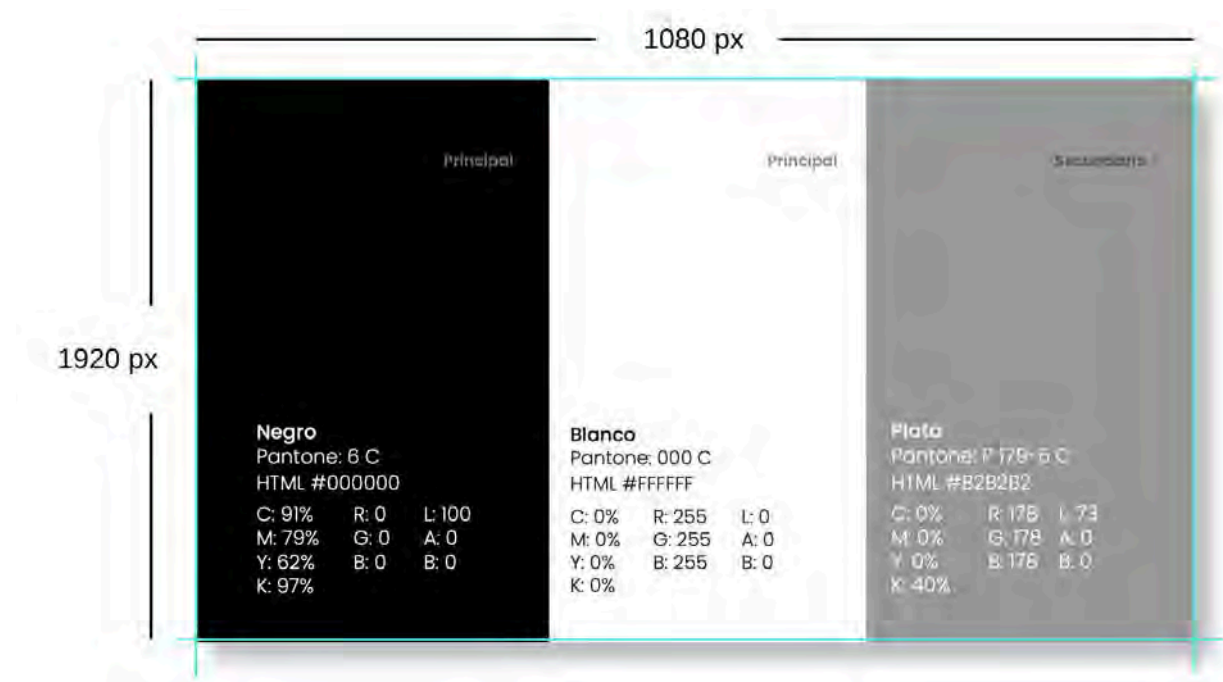
Pieza 21

Colores corporativos. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 22

Colores corporativos. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



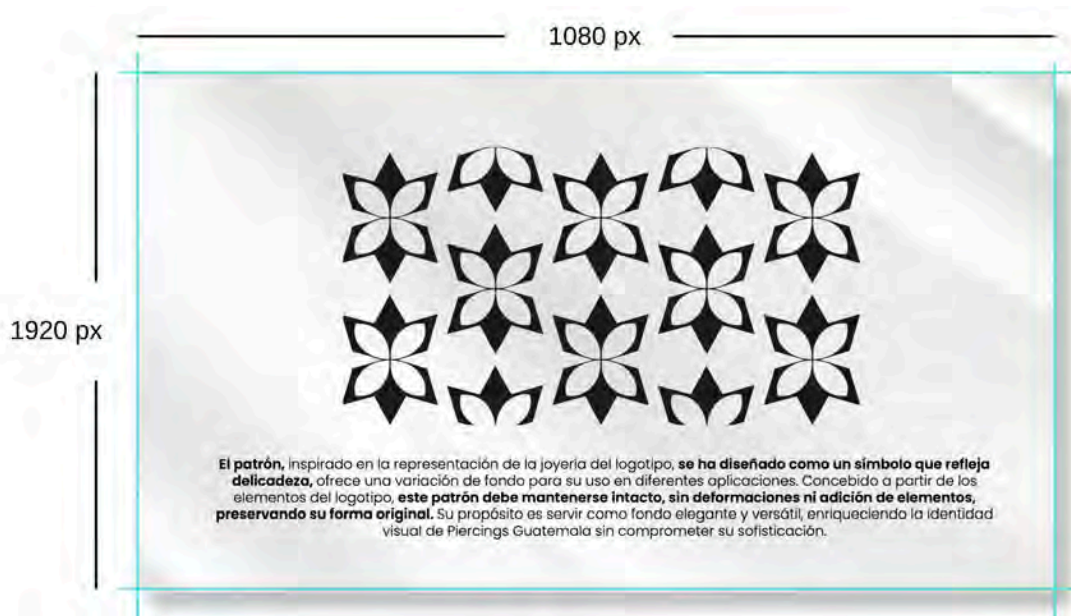
Pieza 23

Versiones de color. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 24

Patrón. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 25

Portada divisoria sección 03 Usos correctos.

Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



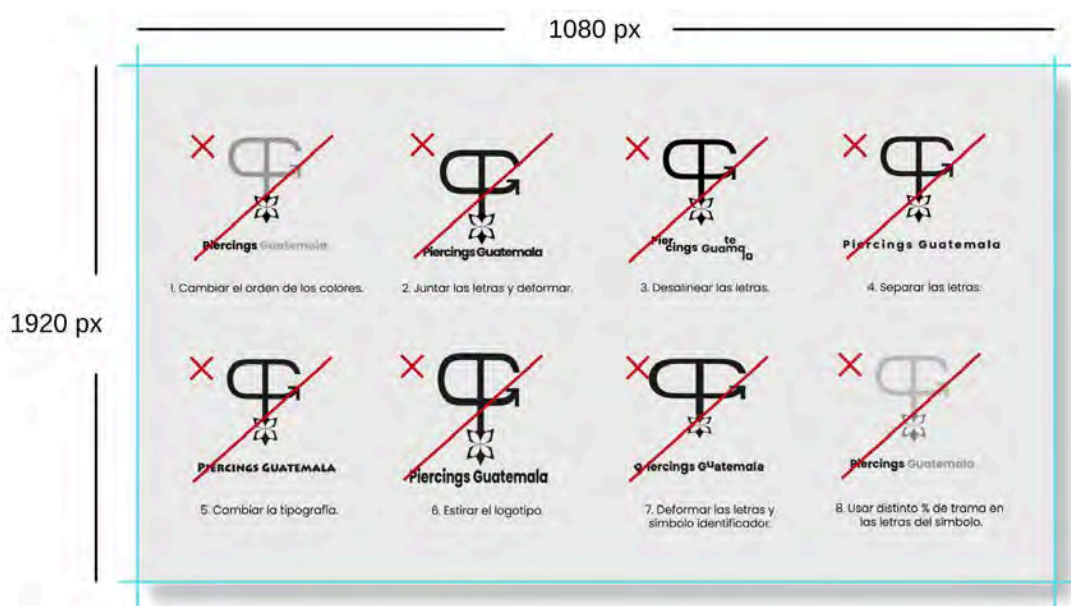
Pieza 26

Usos incorrectos del logotipo. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 27

Usos incorrectos del logotipo. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 28

Usos correctos del logotipo. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.

1080 px

1920 px

Usos correctos del logotipo

Para garantizar la integridad y coherencia, se deben seguir estos usos correctos del logotipo:

1. Aplicarlo en su versión positiva o negativa según el fondo, respetando los colores corporativos.
2. Mantener las proporciones de construcción.
3. Usarlo dentro de la zona segura, respetando la distancia mínima de aproximación de elementos gráficos.
4. Reproducirlo en tamaños legibles, evitando reducciones excesivas.
5. Aplicarlo en medios digitales e impresos con el contraste adecuado (positivo en fondos claros, negativo en fondos oscuros).
6. Utilizar el patrón derivado como fondo, sin deformarlo ni añadir elementos, para resaltar su delicadeza.



Piercings Guatemala

Pieza 29

Uso correcto de fotografía. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.

1080 px

1920 px

Uso correcto de fotografía

El estilo fotográfico de Piercings Guatemala combina imágenes inspiradas en la vida real que retratan momentos de expresión personal y confianza al usar joyas corporales.

Las fotos empleadas en la comunicación y el diseño de la marca siempre **reflejan la exclusividad y la conexión**.

La marca busca transmitir su esencia, lo que refuerza su posicionamiento como un estudio especializado en joyería artesanal y perforaciones seguras que enriquece la identidad individual.

Pautas:

- Iluminación suave y natural profesional.
- Composiciones fotografías individuales o dobles.
- Fotografías de primeros planos que destaquen la textura y el brillo de las joyas.
- Presentar secuencias que cuenten la historia del proceso de perforación.



Daitb

High Lobe

Diseño OREJA

Pieza 30

Usos incorrectos en variaciones, temáticas o categorías del logotipo.

Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.

1080 px

1920 px

Usos correctos en variaciones temáticas o categorías del logotipo

El logotipo de Piercings Guatemala **puede adaptarse a diferentes temáticas o categorías** con un enfoque planificado, asegurando su versatilidad y coherencia.

Se recomienda usarlo en catálogos, portadas de revistas, folletos promocionales o presentaciones corporativas, aplicando las versiones positiva o negativa según el fondo y el objetivo.



The image displays six variations of the Piercings Guatemala logo, arranged in a 2x3 grid. The top row shows three dark-themed variations: 'CATÁLOGO' with jewelry icons, 'JOYERÍA' with jewelry icons, and 'LA CIENCIA DE LOS PIERCINGS' with a scientific illustration. The bottom row shows three light-themed variations: 'CATÁLOGO' with jewelry icons on a red background, 'CATÁLOGO' with jewelry icons on a white background, and 'JOYERÍA' with a floral illustration.

Pieza 31

Jerarquía tipográfica. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.

1080 px

1920 px

Jerarquía tipográfica

Poppins

Es fundamental distinguir los casos de uso **correctos** al aplicar las tipografías de marca para mantener la **coherencia visual** de Piercings Guatemala.

Se debe asegurar el cumplimiento de estas pautas al utilizar la familia tipográfica Poppins y sus grosores, asignándolos según la importancia del contenido: **títulos en grosores más destacados y textos secundarios en opciones más ligeras**, para reforzar la elegancia y claridad en todas las aplicaciones.

Bold para título

Regular para cuerpo

Ligth para detalles

Pieza 32

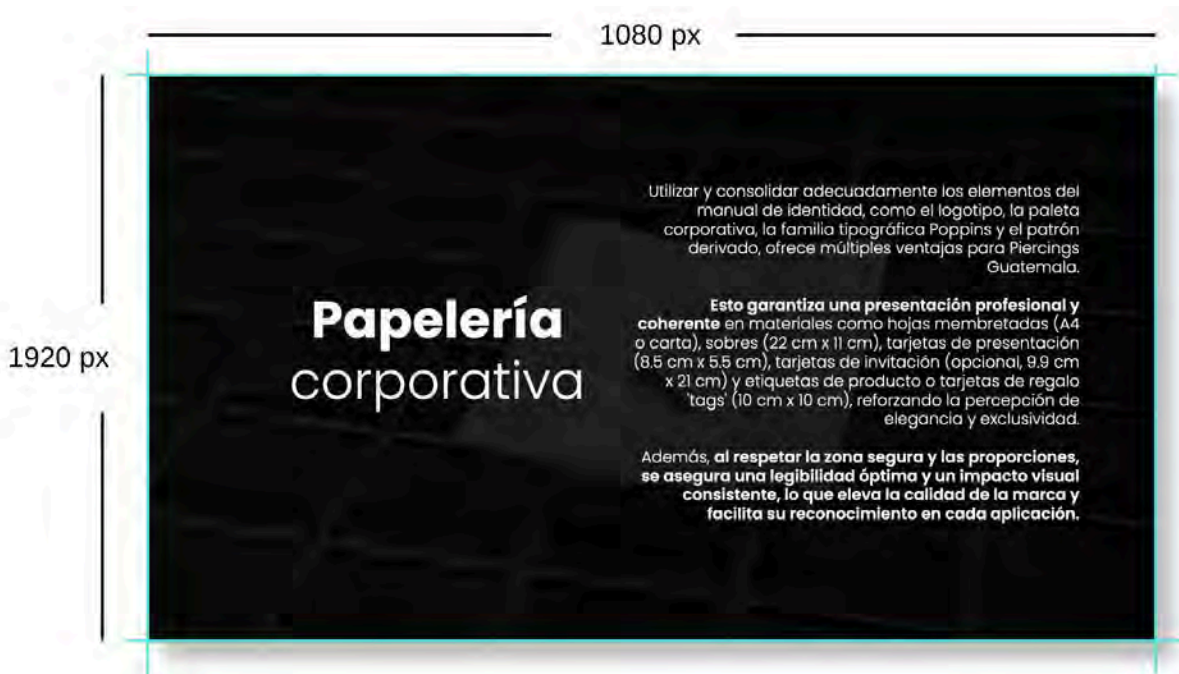
Portada divisoria sección 04 Aplicaciones

Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



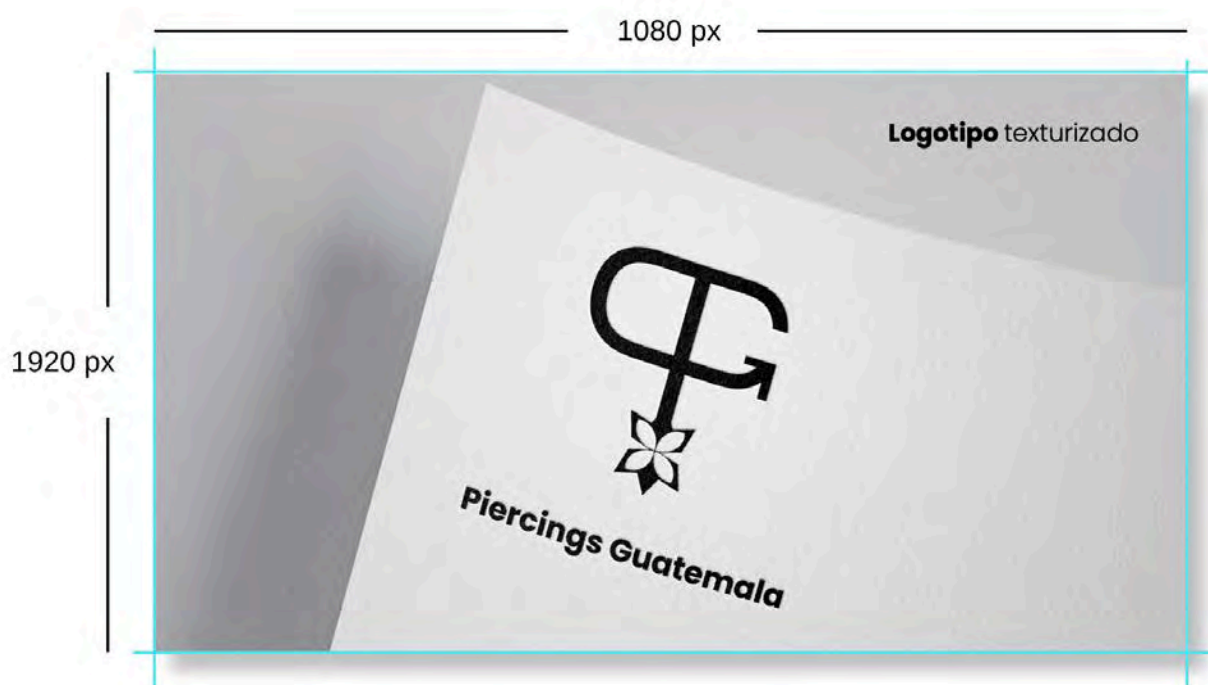
Pieza 33

Papelería corporativa. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 34

Logotipo texturizado. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 35

Papelería. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 36

Bolsa, empaque. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 37

Caja con grabado. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



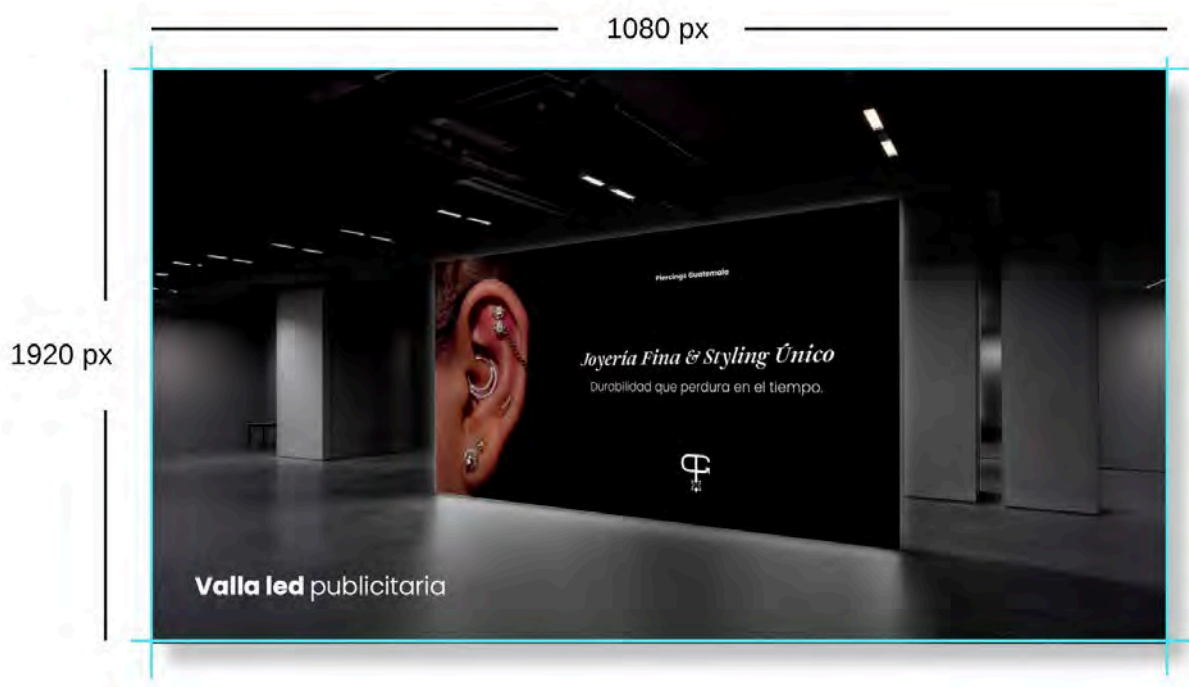
Pieza 38

Mupis publicitarios. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 39

Valla led publicitaria. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



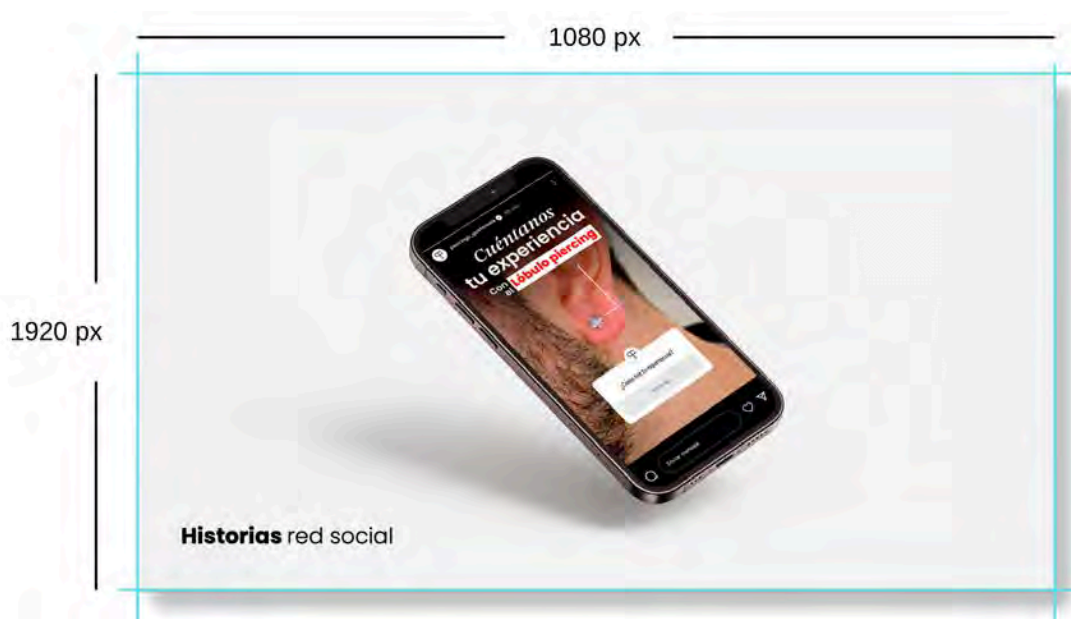
Pieza 40

Medios digitales. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



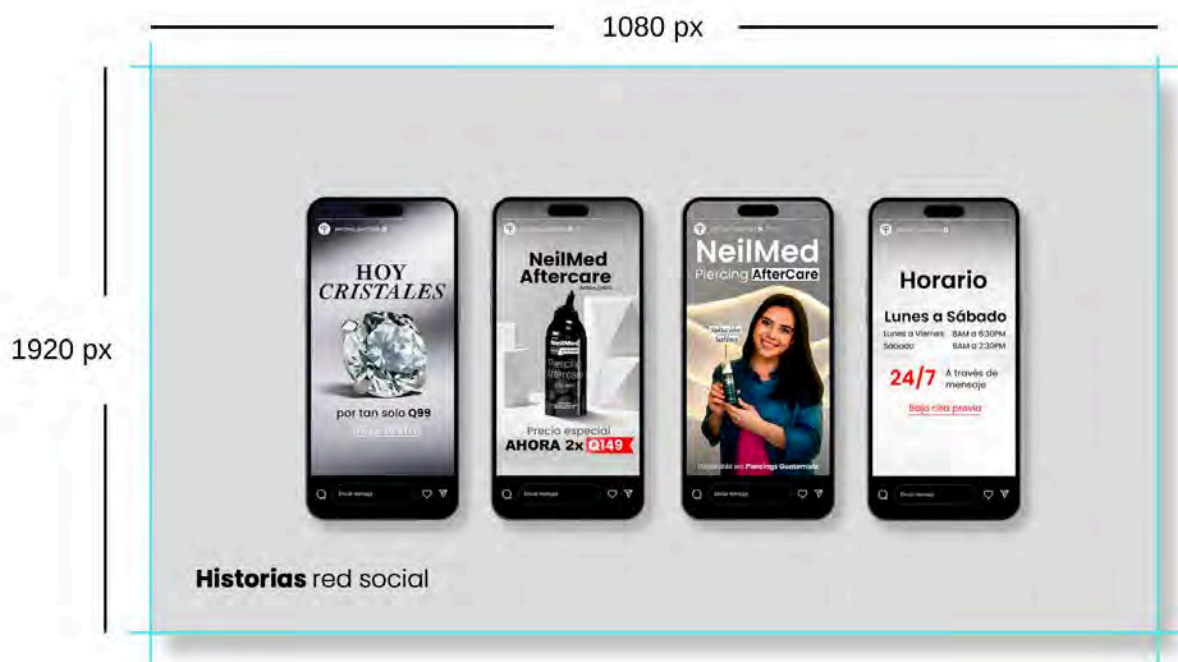
Pieza 41

Historias red social. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 42

Historias red social 2. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



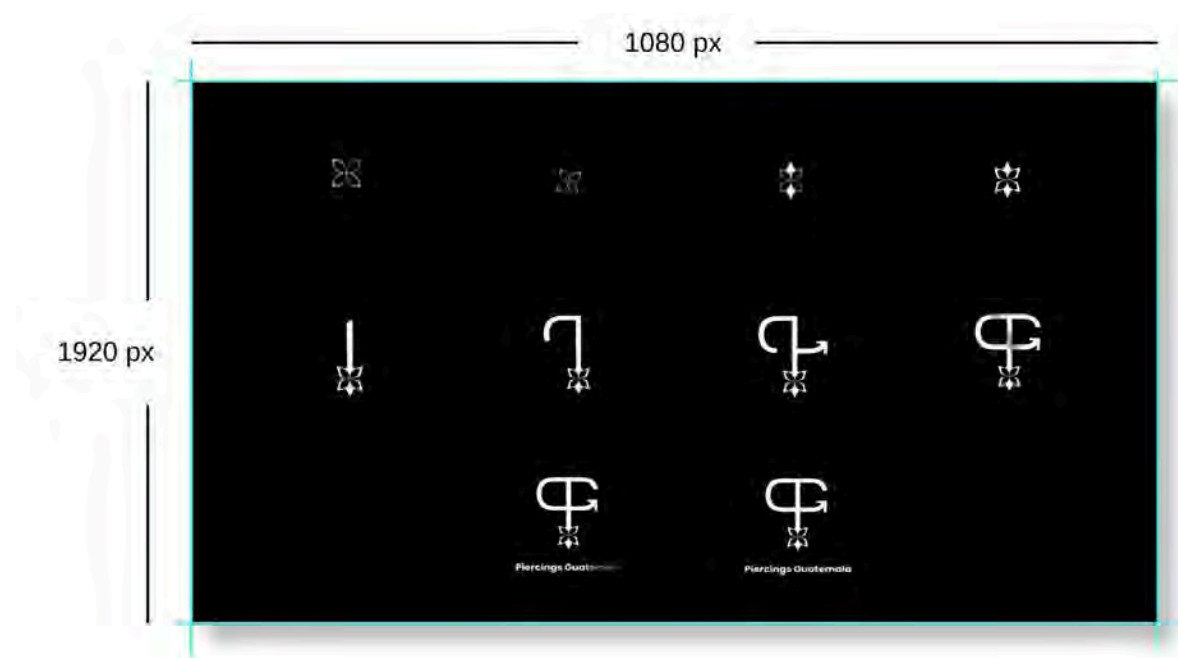
Pieza 43

Animación de logotipo. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



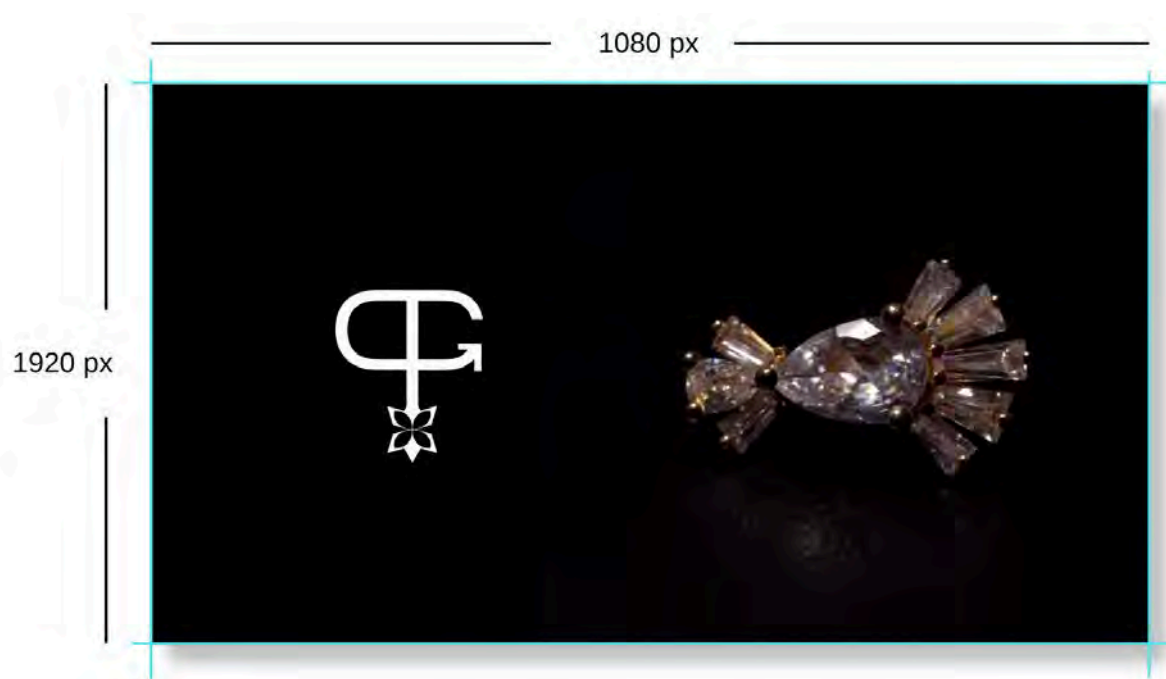
Pieza 45

Animación de logotipo secuencia. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 46

Animación de logotipo y video joyería. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 47

Animación firma correo electrónico. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.

1080 px

Animación firma correo electrónico

Incorporar una animación de firma de correo electrónico es esencial para reforzar la identidad visual de Piercings Guatemala, **proyectando elegancia y profesionalismo en cada comunicación digital.**

Esta animación, basada en el logotipo y la paleta corporativa; debe ser ligera y fluida para no afectar la carga del correo, destacando la sofisticación de la marca de manera sutil.

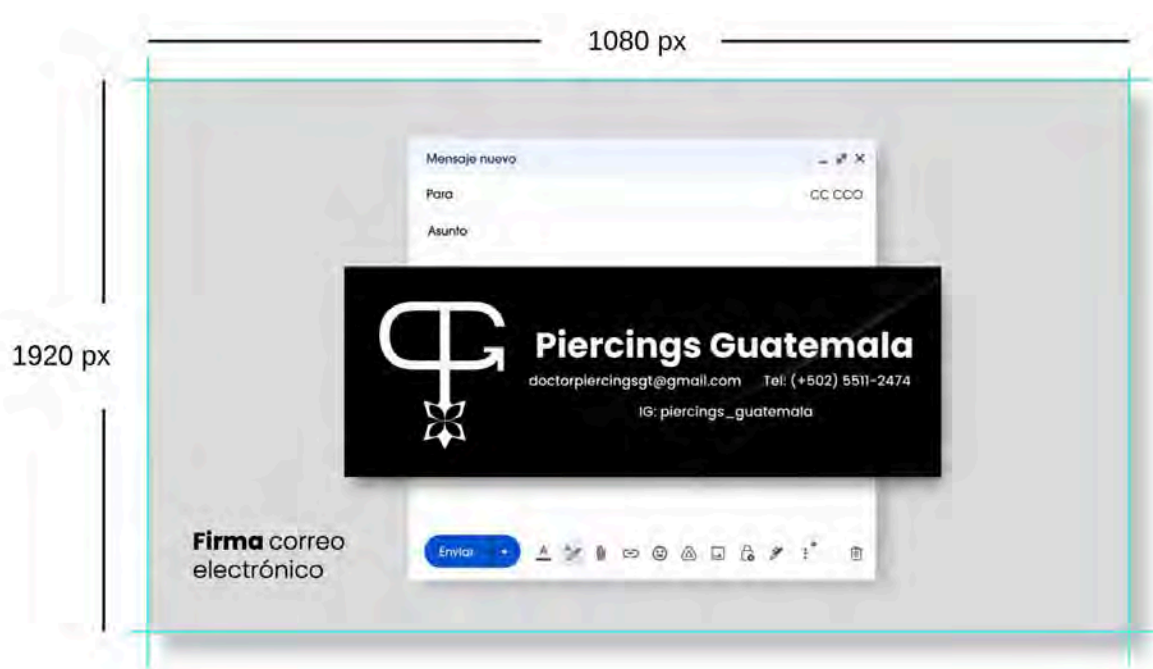
Sus buenos usos incluyen aplicarla únicamente en firmas corporativas oficiales, respetando la retícula de 570px de alto y 200px de ancho, evitando deformaciones o excesos de movimiento, y asegurando que sea compatible con plataformas de email comunes, manteniendo así una imagen coherente y de alta calidad.

https://www.canva.com/design/DAGyB-oWrzs/YQYy-Uz7m8N7H06t-vZHQ/watch?utm_content=DAGyB-oWrzs&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlid=ha88cd20c1

1920 px

Pieza 48

Firma correo electrónico. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Pieza 49

Contraportada final. Medidas 1080 px de ancho y 1920 px de alto.



Capítulo X

Producción, Reproducción y Distribución

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

Plan de Costos de Elaboración

Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q. 6,000.00, el pago del día trabajado es de Q. 200.00 y la hora se estima en un valor de Q. 25.00.

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	1	2	Q50.00
Recopilación de información	1	3	Q75.00
Bocetaje	2	18	Q400.00
Total de costos de elaboración			Q525.00

Plan de Costos de Producción

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	2	84	Q2,100.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q500.00
Artes finales del Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.	1	3	Q75.00
Total de costos de producción			Q2,675.00

Plan de Costos de Reproducción

El presente proyecto no requiere un costo de reproducción, ya que será ubicado en las instalaciones de la empresa.

Plan de Costos de Distribución

El presente proyecto no requiere un costo de distribución, puesto que será ubicado en las instalaciones de la empresa.

Margen de Utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q3,200.00

Utilidad 20% = Q640.00

Cuadro con Resumen General de Costos

Detalle	Total de costo
Plan de costos de elaboración	Q525.00
Plan de costos de producción	Q2,675.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
Subtotal I	Q3,200.00
Margen de utilidad 20%	Q640.00
Subtotal II	Q3,840.00
IVA 12%	Q460.80
TOTAL	Q4,300.80

Capítulo XI

Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

Se diseñó un manual de identidad e imagen corporativa para Piercings Guatemala; con su principal propósito de normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca dirigido a los colaboradores internos responsables del manejo de la identidad visual de la marca, conformados por hombres y mujeres de entre 20 y 30 años, con nivel socioeconómico C2, C3 y C medio, residentes en áreas urbanas de la ciudad de Guatemala (zonas 13, 5 y Mixco), para la empresa Piercings Guatemala.

Se investigaron a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manuales de identidad corporativa, respaldando científicamente la propuesta con conceptos, teorías, tecnologías y tendencias que garantizan coherencia visual y funcionalidad práctica. Para la creación del manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

A través de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria de la empresa para la creación del manual de identidad e imagen corporativa, integrando los datos proporcionados en el brief para facilitar la accesibilidad y comprensión de los colaboradores internos.

Se diagramaron los elementos internos del manual de identidad e imagen corporativa de Piercings Guatemala, organizando su estructura visual y contenido para garantizar un uso práctico y eficiente por parte de los colaboradores internos de la empresa, empleando un lenguaje didáctico, visual y fácil de comprender que resuelve la frustración por la falta de lineamientos claros.

Se estableció la aplicación adecuada de la versión digital interactiva del logotipo dentro del manual de identidad e imagen corporativa para garantizar la funcionalidad en las plataformas digitales, optimizando la visibilidad y adaptabilidad para el grupo objetivo con alta familiaridad en entornos digitales.

Se validó el proyecto mediante retroalimentación del cliente (colaboradores internos) y por los expertos; incorporando y aplicando todos los cambios señalados durante las revisiones, dando como resultado un manual final ajustado a las necesidades específicas de la empresa y listo para su implementación inmediata.

Recomendaciones

Se recomienda a Piercings Guatemala colocar el manual de identidad e imagen corporativa en formato PDF interactivo dentro de la intranet de la empresa, en una carpeta compartida en Google Drive accesible para todos los colaboradores, garantizando su disponibilidad inmediata y actualización centralizada.

Se recomienda a Piercings Guatemala capacitar anualmente a los colaboradores internos mediante talleres prácticos de 2 horas sobre el uso correcto del manual, enfocados en la aplicación del logotipo, versiones de color y zona segura, tanto a los nuevos integrantes como a los que ya llevan tiempo en la empresa, para reforzar la coherencia visual en todas las comunicaciones internas y externas.

Se recomienda a Piercings Guatemala integrar un enlace directo al manual digital en la firma de correo electrónico corporativo de cada colaborador, facilitando su consulta rápida durante la creación de materiales promocionales, publicaciones en redes sociales y papelería oficial.

Se recomienda a Piercings Guatemala realizar auditorías semestrales de los materiales gráficos producidos (tarjetas de presentación, redes sociales, empaques) comparándolos con las especificaciones del manual, corrigiendo desviaciones y premiando el cumplimiento para mantener la integridad de la marca en el tiempo.

Se recomienda a Piercings Guatemala designar un responsable de branding interno (coordinador de identidad visual) que supervise el mantenimiento y actualización del manual, gestionando revisiones anuales menores y proponiendo mejoras basadas en nuevas tendencias o necesidades operativas.

Se recomienda a Piercings Guatemala crear una versión resumida del manual en formato infográfico o póster digital de una página, para consulta rápida en dispositivos móviles y espacios físicos de la oficina, reforzando el uso diario sin necesidad de acceder al documento completo.

Capítulo XII

Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento General



Este mapa conceptual permite visualizar la relación entre los conocimientos adquiridos durante la carrera y su aplicación en el proyecto de graduación. La estructura por categorías evidencia la formación integral del estudiante, destacando la importancia de cada área en la construcción de una propuesta académica completa, funcional y fundamentada.

Capítulo XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

A

Aguirre-Hernández, M. J., & Torres-Medina, E. M. (2023). Alfabetización visual y diseño de la información en estudiantes universitarios: revisión de literatura. *En-claves del pensamiento*, 17(33), 221–240. Recuperado de:

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-8437202300010022

1

Abner, C. (2023, enero 24). *Google Docs: Qué es, cómo funciona, características y más*. Blog IPNET. Recuperado de:

<https://www.ipnet.cloud/blog/es/google-workspace-es/google-documentos-todo-lo-que-necesitas-saber/>

Abner, C. (2023, marzo 21). *Google Meet: ¡Qué es, características y más!* Blog IPNET.

Recuperado de:

<https://www.ipnet.cloud/blog/es/google-workspace-es/google-meet-que-es-caracteristicas-y-mas/#%C2%BFQu%C3%A9-es-Google-Meet?>

ASALE, R.-. (2025). *minimalismo*. Diccionario de La Lengua Española - Edición Del Tricentenario. Recuperado de: <https://dle.rae.es/minimalismo>

B

Bermolen, L. P., Díaz Silveira, C. E., Fagundez Silva, D. L., Freyre Vásquez, K., & Lorenzo y Losada, M. N. (2017). *Conocimientos y aplicación de normas básicas de bioseguridad en tatuadores de tres barrios de Montevideo* (Trabajo final de grado, Universidad de la República, Facultad de Enfermería). Biblioteca Virtual en Salud Enfermería Uruguay.

Recuperado de: <https://www.bvsenf.org.uy/local/tesis/2017/FE-0720TG.pdf>

C

Chiavenato, I. (2017). *Introducción a la teoría general de la administración* (7.^a ed.).

McGraw-Hill. Recuperado de:

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20I%20dalverto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf

Cornejo, S., & Estebecorena, P. (2016). Cuerpo, imagen e identidad. Una relación (im)perfecta.

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (58), 157–177.

Recuperado de:

https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232016000300017

Costa, J. (2015). Hacia una definición del diseño según Joan Costa. *ARXIU. Revista de l'Arxiu*

Valencià del Disseny. Recuperado de:

https://www.academia.edu/30430105/Definici%C3%B3n_del_dise%C3%B1o_seg%C3%BAn_Joan_Costa

Campus, C. (2024, febrero 20). ¿Qué es el packaging? Tipos que existen. *Creative Campus*.

Recuperado por: <https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/que-es-packaging/>

Comunicación. (2021, febrero 17). *¿Qué es un Mockup y Cómo se hace? Paso a Paso*. Escuela

Artesanía. Recuperado de: <https://escuelaartesania.com/que-es-un-mockup/>

Cedeño Yépez, M. J. (2009, julio 26). *Qué es la diagramación... Usos en InDesign y*

QuarkXPress. ESPOL - EDCOM. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/doc/17761131/Diagramacion>

Caraballo Colmenares, R. (2007). La andragogía en la educación superior. *Investigación y Postgrado*, 22(2), 187–206. Recuperado de:

https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-00872007000200008&script=sci_arttext

D

De León Nazareno, D. O. (2023). *Digitization, digitalización y transformación digital: conceptos clave para la práctica empresarial*. Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas, 16(10), 44–68. Recuperado de:

<https://oaji.net/articles/2023/9141-1697079929.pdf>

E

Escat, R. (2002). *Modelos de gestión de Recursos Humanos*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tepeji/n8/a13.html>

Echeverría, Y. (2022, septiembre 24). *Diseño y composición* (Trabajo académico, Universidad de Panamá). Scribd. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/document/606493914/Diseno-y-Composicion>

Estevez, A. (2025, enero 16). *Google Forms en Educación 2025*. INED21. Recuperado de:

<https://ined21.com/google-forms-en-educacion/>

F

Frías Azcárate, R. (2000). Una aproximación al concepto comunicación y sus consecuencias en la práctica de las instituciones. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, (1), 1–20. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/181/18100103.pdf>

freddy__gtz. (2022, agosto 2). *¿Qué es CMYK, RGB, PANTONE, HEX?* Blank. Recuperado por:

<https://blnk.mx/es/que-es-cmyk-rgb-pantone-hex/>

Editorial, E. (2019, noviembre 29). *Semiología - Concepto, función y relación con la semántica.*

Concepto. Recuperado de: <https://concepto.de/semiologia/>

G

Germán Joyero. (2020). *¿Qué son las joyas de autor?* Recuperado de:

<https://www.germanjoyero.com/blog/que-son-joyas-autor/>

Gómez, G. (1996). *Consideraciones relativas a una teoría de la comunicación persuasiva.*

Anuario CONEICC. Recuperado de:

<http://bibliotecadigitalconeicc.iteso.mx/bitstream/handle/123456789/7588/AI0005.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González Mardones, S. (2016). *El diseño gráfico y sus profesionales: Retos y definiciones* (Tesis doctoral, Universitat de Barcelona). Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona.

Recuperado de: <https://hdl.handle.net/2445/97623>

Galileo Universidad. (2018, septiembre 3). *Diseño visual jerárquico.* Recuperado de;

<http://elearningmasters.galileo.edu/2018/09/03/disenio-visual-jerarquico/>

González, A. (2024). *Minimalismo en el arte* (Documento PDF). Scribd. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/document/729966314/MINIMALISMO-EN-EL-ARTE>

H

Harada Olivares, E. (2014). *Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración*

terminológica. Revista Mixcoac. De la academia a la sociedad, 11(2), 36–47. Recuperado de:

<http://bibliotecadigitalconeicc.iteso.mx/bitstream/handle/123456789/7588/AI0005.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Harris, M. (2007). *Antropología cultural* (PDF). Academia.edu. Recuperado de:

https://www.academia.edu/27754094/Antropolog%C3%ADa_Cultural_Marvin_Harris

I

Islas, B. M. (2019). El lenguaje y sus funciones. *Unidades de Apoyo para el Aprendizaje*.

CUAED/Facultad de Estudios Superiores Acatlán-UNAM. Recuperado de:

https://repositorio-uapa.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1427/mod_resource/content/1/contenido/index.html

J

José. (2021, octubre 6). ¿Qué es la papelería corporativa y por qué debes usarla en tu negocio?

Habbility. Recuperado de: <https://openprint.com/que-es-la-papeleria-corporativa/>

L

Lovera, J. (2013). *La teoría de la aguja hipodérmica y el modelo de Harold Lasswell*

[Presentación en PDF]. Recuperado de:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56592045/Presentacion_Teoria_Hipodermica-Lasswell-libre.pdf?1526583901=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_Teoria_de_la_Aguja_Hipodermica_y_el_M.pdf&Expires=1748401159&Signature=REg83525W23qRD5B~Bc2d8cxj1O~rEIX~DYr24IwnkGCDIPYuUuEDXWkxJI0X0wzoYyhEPQSwdXMbzFoN2yf1oJqf-wol7ArfFNMAhHc6DvQaW1I3qnGqjXFy23fnop-CnJaw8AFTEF8JmR7z835CjsBRwLad-FO7PGN9RltZdB1Cc2wChff0tN2gQjtfP97E4LrZT9SZ~zC4L41vif~yT5yQji7y1vTqlCITdNMEaPeRdG07Xv6yTyu03oANlhjVPCGITLkhlnJOaBe0e8UZPZXTUNZ7dvm67K17Kgz6Hknihg3QllfeFKISFLyjsO1a-sk6rsJ6MX-8Eh2qDvnQ_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Llasera, J. P. (2020, enero 15). *Manual de identidad: Qué es y cómo realizar uno de forma correcta*. Hey Jaime. Recuperado de: <https://heyjaime.com/blog/manual-de-identidad/>

M

Marín García, T. (2011). *Arte, creatividad y diseño*. Universitat Oberta de Catalunya.

Recuperado de:

<https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Arte%2C%20creatividad%20y%20dise%C3%B1o.pdf>

Mayter, P. (2021, julio 30). *Cómo se utiliza un logo y cuándo se usa cada versión*. Paula Mayter.

Recuperado de: <https://paulamayter.com/como-usar-un-logo-y-sus-versiones/>

Masso, ana. (2023, octubre 4). *¿Qué es la jerarquía tipográfica y cómo jerarquizar la información de un texto?* Trisorgar. Recuperado de:

<http://trisorgar.es/jerarquia-tipografica/>

Mogylianets, K. (2024, abril 30). Definición de fotografía. *Jollylook*. Recuperado de:

<https://jollylook.com/es/blogs/blog/photography-definition>

Martínez Torres, M. (2012). *Psicología de la comunicación*. Universitat de Barcelona.

Recuperado de:

https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nM Martinez_M.pdf

MarcosNew. (2022, diciembre 14). *CEI: Centro de Estudios e Innovación Diseño y Marketing*.

CEI: Centro de Estudios e Innovación Diseño y Marketing. Recuperado de:

<https://cei.es/que-es-adobe-illustrator/>

Moreno, J. D. (2017, septiembre 19). *Cálamo&Cran*. Cálamo & Cran. Recuperado de:

<https://www.calamoycran.com/blog/curso-after-effects/>

N

Neuronilla. (2008). *SCAMPER*. Recuperado de: <https://neuronilla.com/scamper/>

P

Pérez, A. (2024, octubre 10). *Los 12 tipos de diseño gráfico para elegir tu rama y especialidad*.

ESDESIGN Barcelona. Recuperado de:

<https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/8-especialidades-para-dise-nadores-graficos>

R

Rivera, A. B., Rojas, L. R., Ramírez, F., & Álvarez de Fernández, T. (2005). La comunicación como herramienta de gestión organizacional. *Negotium*, 1(2), 32–48. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>

Ríos Pacheco, E. F., Barbosa Trigos, J. F., & Páez Quintana, H. A. (2020). *Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento*. Editorial Redipe. Recuperado de:

<https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>

Román, A. (2024, julio 6). *Humanízame*. Humanízame. Recuperado por:

<https://humanizame.com/teoria-de-la-gestalt/>

U

Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). *¿Qué es la Sociología?* Facultad de Ciencias

Humanas, Departamento de Sociología. Recuperado de:

<https://www.humanas.unal.edu.co/2017/unidades-academicas/departamentos/sociologia/programas/pregrado/que-es-la-sociologia>

Universitat Oberta de Catalunya (UOC). (2017). *Tipografía: Guía de uso y aplicación*.

Recuperado de:

https://disseny-test.uoc.edu/recursos/tipo/wp-content/uploads/sites/18/2017/11/tipografia_esp.pdf

V

Velázquez Medina, M. M. (2001). *La importancia de la atención a clientes como valor agregado a productos y servicios* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México). Repositorio Universitario UNAM. Recuperado de:

<https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000288492/3/288492.pdf>

Van Hoover, C., Rademayer, C. A., & Farley, C. L. (2017). Body Piercing: Motivations and Implications for Health. *Journal of Midwifery & Women's Health*, 62(5), 521–530.

Recuperado de: <https://doi.org/10.1111/jmwh.12630>

Vidalez, C. (2009). Semiótica, Cultura y Comunicación. *Las bases teóricas de algunas confusiones conceptuales entre la semiótica y los estudios de la comunicación*.

Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520908010.pdf>

W

Workana. (2022, marzo 30). *Paleta de colores: Qué es y cómo aplica a la identidad de tu marca*.

Workana Blog - Este Es El Blog de Workana, La Primera y Más Grande Plataforma de Freelancing de América Latina. Recuperado de:

<https://blog.workana.com/emprendimiento/paleta-de-colores-que-es-y-como-aplica-a-la-identidad-de-tu-marca/>

Capítulo XI

Anexos

Capítulo XI: Anexos

Anexo I: Brief



BRIEF

BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Eskarleth Zuleika Lord Arias

No. de Carné: 22001877 **Celular:** 5460 5047

Email: eskarlethlord@gmail.com

Proyecto: Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Piercings Guatemala

Dirección: Edificio Narama, 15 avenida 16-14, local 104- nivel 1, zona 13 Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Email: doctorpiercingst@gmail.com **Tel:**

Contacto: Xavier Urizar **Celular:** 5511 - 2474

Antecedentes: Piercings Guatemala tuvo su origen el 14 de abril de 2014, cuando fue fundado por dos personas, el señor Brandon Tai y el señor Xavier Urizar, quienes establecieron el primer estudio especializado en joyería y perforaciones corporales en el municipio de Panajachel, departamento de Sololá. Inicialmente, ambos socios colaboraron durante aproximadamente seis meses; sin embargo, debido a las exigencias de sus respectivas carreras educativas y compromisos personales, decidieron disolver la sociedad. Como parte del acuerdo de separación de bienes, Xavier Urizar adquirió la propiedad del estudio, consolidando así los nacimientos de la empresa de manera más definida.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

El proyecto surgió de la fascinación compartida por el impacto transformador de la joyería, especialmente cuando esta se integra al cuerpo humano, marcando una distinción entre un antes y un después en la identidad personal. En sus inicios, la marca no llevaba el nombre de Piercings Guatemala, sino que operaba bajo el nombre XOBSA, una combinación de las iniciales de los fundadores, reflejando su visión conjunta.

Actualmente, Piercings Guatemala cuenta con cinco colaboradores directos, complementados por un equipo administrativo de dos personas, sumando un total de siete integrantes que sostienen las operaciones de la empresa.

Oportunidad identificada: Diseño de un manual de identidad e imágenes corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Materializar la esencia humana a través de joyería legítima, creando piezas únicas que cuentan historias personales y generan un impacto estético perdurable en el tiempo.

Visión: Ser líderes a nivel nacional e internacional en la creación de joyería artesanal de alta gama, reconocidos por nuestra innovación, calidad inigualable y compromiso con la expresión personal, estableciendo nuevos estándares en la industria de la joyería.

Delimitación geográfica: Abarca el territorio de Guatemala, específicamente el departamento de Guatemala, en la zona 13 de la ciudad capital, ubicado en el Edificio Narama, 15 avenida 16-14, local 104, nivel 1.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Grupo objetivo: Está dirigido por personas que sienten atracción por la joyería y valoran el amor propio como una forma de expresión personal. Este segmento incluye principalmente jóvenes de ambos sexos, con un rango de edad entre 15 y 45, quienes buscan destacar a través de detalles sutiles o llamativos que reflejan buen gusto y aprecio por el diseño único de joyería corporal. Aunque la marca tiene una mayor afinidad con el público femenino, su enfoque es inclusivo, a compartir también a hombres que comparten el interés por lucir piezas distintivas y personalizadas

Principal beneficio al grupo objetivo: El principal beneficio para el grupo objetivo, compuesto por los colaboradores internos de Piercings Guatemala, radica en la implementación de un manual de identidad e imagen corporativa que facilita el trabajo interno al proporcionar lineamientos claros para el uso correcto del logotipo y los elementos gráficos. Esto permitirá una gestión visual uniforme, promoviendo que la marca sea fácilmente identificada por su nombre y reconocida ante la competencia, lo que fortalecerá su presencia y conexión con los clientes.

Competencia: Se posiciona como pionero en el mercado guatemalteco al ser el primer estudio en ofrecer un nivel elevado de calidad y profesionalismo en joyería y perforaciones corporales. Este enfoque les ha permitido diferenciarse de la competencia local, logrando un reconocimiento internacional que los consolida como líderes en el sector. A pesar de la presencia de otros competidores en el mercado, la combinación de su experiencia, calidad y prestigio internacional les otorga una ventaja significativa, destacándolos frente a estudios que no han alcanzado el mismo nivel de profesionalización ni visibilidad global.

Posicionamiento: Se posiciona como una marca líder en el mercado de joyería y

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

perforaciones corporales, enfocada en la creación de piezas únicas de alta gama elaboradas con materiales exclusivos, como oro, cristales legítimos y piedras preciosas. Este enfoque permite a la empresa materializar la esencia humana en adornos que trascienden su función decorativa, convirtiéndose en piezas que narran historias personales y reflejan la identidad de quienes las portan, consolidando así su prestigio en el mercado guatemalteco e internacional.

Factores de diferenciación: Se distingue en el mercado por su compromiso con la creación consciente de joyería para el cuerpo humano, utilizando materiales legítimos de la más alta calidad. La marca está respaldada por más de 12 años de experiencia y cuenta con más de 70 certificaciones internacionales que avalan su excelencia profesional. Además, se posiciona como pionera en Guatemala al integrar arte y modernidad en el diseño de sus piezas, ofreciendo una propuesta única que combina innovación y valor cultural en el ámbito de la joyería corporal.

Objetivo de mercadeo: Posicionar su joyería como piezas exclusivas y de alta calidad, elaboradas con oro sólido hasta 24K, lo que garantiza un brillo excepcional y una durabilidad que trasciende el tiempo. Cada diseño se distingue por estar adornado con gemas y cristales legítimos, cuidadosamente seleccionados para resaltar su belleza y singularidad, transformando las joyas en auténticas obras de arte que narran historias y reflejan la esencia de quienes las portan. Además, la marca ofrece una línea exclusiva de joyería de titanio grado implantable, un material biocompatible y resistente a la corrosión, dirigida a clientes que buscan alternativas hipoalergénicas y duraderas, fortaleciendo así su propuesta de valor en el mercado.

Objetivo de comunicación: Establecer el uso correcto de los elementos gráficos en el diseño de manual de identidad e imagen corporativa.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Mensajes claves a comunicar: Adornar nuestro cuerpo de manera consiente y sobre todo con seguridad. Palabras claves: calidad, exclusividad, seguridad, consciencia, durabilidad, personalización, arte, innovación, prestigio e identidad.

Estrategia de comunicación: La estrategia de comunicación se implementará a través del manual de identidad e imagen corporativa como medio principal para estandarizar y difundir las normas de uso del logotipo y los elementos gráficos de Piercings Guatemala.

Este manual servirá como una guía integral que unifique la aplicación visual de la marca en todos sus puntos de contacto, asegurando que tanto los colaboradores internos proyecten una imagen coherente y profesional, lo que contribuirá a reforzar el reconocimiento y la percepción de la marca en el mercado guatemalteco.

Reto del diseño y trascendencia: El reto del diseño consiste en crear un manual de identidad e imagen corporativa que estandarice el uso del logotipo de Piercings Guatemala, asegurando coherencia visual en todos sus puntos de contacto.

La trascendencia de este proyecto radica en fortalecer la identidad de la marca, mejorar su posicionamiento en el mercado guatemalteco y facilitar una gestión profesional de sus elementos gráficos, logrando una comunicación visual uniforme que eleva su reconocimiento y competitividad para los colaboradores internos de la empresa.

Materiales a realizar: Descripción de la marca, logotipo y sus variantes, paleta de colores, tipografía, elementos gráficos y pictóricos, aplicaciones del logotipo, normas de uso en soportes específicos, normas de uso indebido, etc.

Presupuesto: No hay gastos de producción y distribución.

BRIEF

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Los colores que mantiene imago tipo es el negro y blanco a una tinta.

Color blanco: RGB: (255, 255, 255), CMYK: (0, 0, 0, 0)

Color negro: RGB: (0, 0, 0), CMYK: (0, 0, 0, 100)

Tipografía: La familia tipográfica implementada en el nombre "Piercings Guatemala" es

Poppins y en estilo Bold.

Forma: Este imago tipo fusiona con ingenio las iniciales "P" y "G" de "Piercings Guatemala" en una forma abstracta y moderna. La terminación de esta unión se transforma sutilmente en la punta de una aguja americana, aludiendo directamente al servicio ofrecido. Un elemento floral estilizado, inspirado en el diseño de joyería local, se integra a la base, aportando un toque de belleza y conexión cultural. Además, una flecha ascendente incorporada en la "G" dinamiza el conjunto, transmitiendo modernidad, precisión, un toque de lujo y una visión de progreso para la marca en Guatemala.

LOGOTIPO



Fecha: Nueva Guatemala de la Asunción, 5 de mayo de 2025

Anexo II: Tabla de niveles socioeconómicos

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos sin escuela	Hijos sin escuela	Sin estudios
Desempeño	Proprietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 clas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y clas en US\$	2-3 clas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y clas en US\$	1-2 clas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud	1 ctá Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 ctá Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avión-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 6-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton electrica y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques, temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo III: Tablero de tendencias

Cuanto mas sencillos, más reconocibles

Los detalles no necesariamente facilitan el reconocimiento de los iconos, en especial en tamaños reducidos.

@thematigran Diseño UI · Diseño Visual

KAYA
DADOS. CONHECIMENTO. IMPACTO.



1 Mercedes AMG Petronas F1 W08 EQ Power+

44 77
Hamilton Bottas

Type+ Minimal+ 14 pt
Minimal+ 20 pt
Minimal+ 27 pt
Minimal+ 36 pt
Minimal+ 48 pt

Minimal+ Brand Identity

Logo+

Accuracy system: HEX #E62E2E, #E62E2E, #E62E2E, #E62E2E, #E62E2E, #E62E2E
Width scale: HEX #E62E2E, #E62E2E, #E62E2E, #E62E2E, #E62E2E, #E62E2E

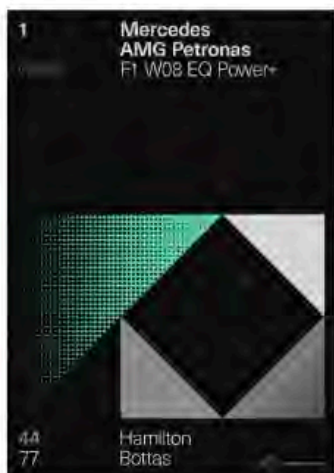
Indice

Primera parte: Los poderes del diseño

Segunda parte: El diseñador que utiliza su poder

O feedback, e necesario.

Ficha técnica



Elemento	Detalle
Título	<i>Formula One Poster Series – Mercedes AMG Petronas</i>
Autor/Diseñador	Duane Dalton
Fecha de diseño	26 de mayo de 2017
Técnica	Diseño gráfico digital
Estilo	Minimalismo / Diseño modernista
Colores predominantes	Negro, blanco, verde turquesa, gris
Elementos gráficos	Tipografía sans serif, geometría simple, puntos halftone, contraste tipográfico
Formato	Póster digital (1 de una serie de 10)
Contenido textual	Nombre del equipo de F1, auto F1 W08 EQ Power+, números de pilotos (44, 77), apellidos de los corredores (Hamilton y Bottas)
Créditos	© Diseñado por Duane Dalton, 2017 – Fuente: https://duanedalton.tumblr.com/post/161104326504

Cuanto más sencillos, más reconocibles



Los detalles no necesariamente facilitan el reconocimiento de los íconos, en especial en tamaños reducidos.

Elemento	Detalle
Título	<i>Cuanto más sencillos, más reconocibles</i>
Autor/Diseñador	@thematigran (Matias Granata)
Fecha de publicación	Abril de 2024 (estimado por la publicación en redes)
Técnica	Diseño gráfico digital (UI/UX - iconografía)
Estilo	Minimalismo / Diseño visual funcional
Colores predominantes	Blanco, negro, gris suave
Elementos gráficos	Íconos lineales, tipografía serif moderna, estructura dividida en cuadrantes
Formato	Publicación en Instagram (post educativo de diseño)
Contenido textual	"Los detalles no necesariamente facilitan el reconocimiento de los iconos, en especial en tamaños reducidos."
Fuente	https://www.instagram.com/p/DF8rLO5R0W/?resh=anA4dWNsZ2U1bTh&img_index=5
Categoría	Diseño UI · Diseño Visual
Descripción	Referencia visual de diseño minimalista aplicado a iconografía y comunicación clara.



Elemento	Detalle
Título	<i>Índice: Los poderes del diseño</i>
Autor/Diseñador	No especificado (extraído de publicación visual en redes de diseño)
Fecha de publicación	Abril 2024 (estimado, según publicación en redes)
Técnica	Diseño editorial digital (mockup de libro impreso)
Estilo	Minimalismo / Tipografía funcional / Contraste visual
Colores predominantes	Rojo intenso (fondo), blanco y negro (tipografía)
Elementos gráficos	Tipografía sans serif, jerarquía tipográfica clara, bloques alineados
Formato	Imagen digital tipo mockup
Contenido textual	Índice temático dividido en dos partes: Los poderes del diseño y El diseñador que utiliza su poder
Fuente original	https://www.instagram.com/p/DH6js23RdBq/?img_index=4
Vía de acceso	https://www.cosmos.so/e/615688372
Descripción	Ejemplo de diseño editorial minimalista que combina claridad funcional y fuerza visual para estructurar contenido.



Elemento	Detalle
Título	Sin título oficial
Autor/Diseñador	No especificado (publicación año 2023 en GoSee.News)
Fecha de publicación	2023 (estimado, según GoSee.News)
Técnica	Composición digital / Fotografía aplicada al diseño visual
Estilo	Minimalismo / Identidad visual / Estética abstracta
Colores predominantes	Blanco, negro, cafés, anaranjados.
Elementos gráficos	Figura geométrica simple (círculo/oval), fondo limpio, tipografía minimalista
Formato	Imagen digital editorial para publicación visual
Contenido textual	Texto inexistente, concentración en forma y espacio negativo
Fuente original	GoSee.News, imagen ID 714863 (https://www.gosee.news/image/714863/repsnews/27698/rep/7424)
Vía de acceso	https://www.cosmos.so/e/896388336
Descripción	Referencia visual que ilustra el uso de la forma y el espacio negativo para reforzar significado en diseño minimalista.



Elemento	Detalle
Título	Diseño de Identidad Minimalista (sin título oficial)
Autor/Diseñador	Nabèr Studios
Fecha de publicación	Probablemente 2022–2023 (según portafolio online)
Técnica	Diseño gráfico / Diseño de identidad
Estilo	Minimalismo / Estética monolínea y simplificada
Colores predominantes	Negro, blanco y beige
Elementos gráficos	Representación lineal simplificada de objeto teléfono; uso de espacio negativo
Formato	Imagen digital para portafolio de marca personal
Contenido textual	Sin tipografía, enfoque en forma visual pura
Fuente original	Nabèr Studios: https://naber-studios.de/
Se encontraba en	Pinterest: https://es.pinterest.com/pin/3588874697523581/
Descripción	Ejemplo representativo de identidad minimalista que utiliza formas puras y espacio negativo para transmitir concepto visual.



Elemento	Detalle
Título	Diseño minimalista en logotipo y patrones (sin título oficial)
Autor/Diseñador	No especificado (publicación en cuenta de Instagram)
Fecha de publicación	Publicación estimada en mayo–junio 2023 (según cuenta de Instagram)
Técnica	Diseño digital (logotipo y patterns)
Estilo	Minimalismo / Branding abstracto
Colores predominantes	Negro sobre blanco
Elementos gráficos	Logotipo icónico simple + patrones circulares repetitivos
Formato	Imagen digital compartida en Instagram
Contenido textual	Ninguno (composición visual pura)
Fuente original	Instagram: https://www.instagram.com/p/CVpi_4FsA9b/?img_index=6
Vía de acceso	Cosmos: https://www.cosmos.so/e/436932836
Descripción	Ejemplo de identidad visual minimalista que combina logotipo icónico y patrones, demostrando coherencia visual y repetición formal.



Elemento	Detalle
Título	Identidad visual minimalista con patrón (sin título oficial)
Autor/Diseñador	Colectivo - estudio brasileño de diseño y comunicación (publicación en cuenta de Instagram)
Fecha de publicación	2023 (estimado según publicación en Instagram)
Técnica	Branding digital / pattern design
Estilo	Mínimalismo / Diseño visual
Colores predominantes	Negro, blanco y beige
Elementos gráficos	Logotipo icónico, composiciones modulares, repetición de formas geométricas en animación
Formato	Imagen digital publicada en Instagram
Contenido textual	No incluye texto; se enfoca en la coherencia visual a través de patrones en la animación
Fuente original	Instagram: https://www.instagram.com/p/DC2NiOOPpQ3/?img_index=6
Via de acceso	Cosmos: https://www.cosmos.so/c/559432803
Descripción	Ejemplo de cómo una identidad visual puede transmitirse exclusivamente con elementos gráficos y sin texto, fomentando reconocimiento visual minimalista.



Elemento	Minimal
Título	<i>Swiss Graphic Design – Ejemplo de composición tipográfica y modular</i>
Autor/Diseñador	No especificado (publicación en Inspirationfeed)
Fecha de publicación	2020 (según contexto del artículo sobre diseño suizo modular)
Técnica	Diseño gráfico digital (composición modular, tipografía y espacio negativo)
Estilo	Minimalismo / Swiss Design / Estética Bauhaus
Colores predominantes	Gris y negro
Elementos gráficos	Cuadriculas, tipografía sans serif, proporciones geométricas, alineación precisa
Formato	Imagen digital ilustrativa de estilo editorial
Contenido textual	No presenta texto visible; se centra en la estructura visual y disposición
Fuente original	Inspirationfeed: https://inspirationfeed.com/swiss-graphic-design/
Vía de acceso	Cosmos: https://www.cosmos.so/e/1128848824
Descripción	Referente visual del estilo Swiss Design: uso de retícula, tipografía clara y espacio negativo para comunicar orden y legibilidad.

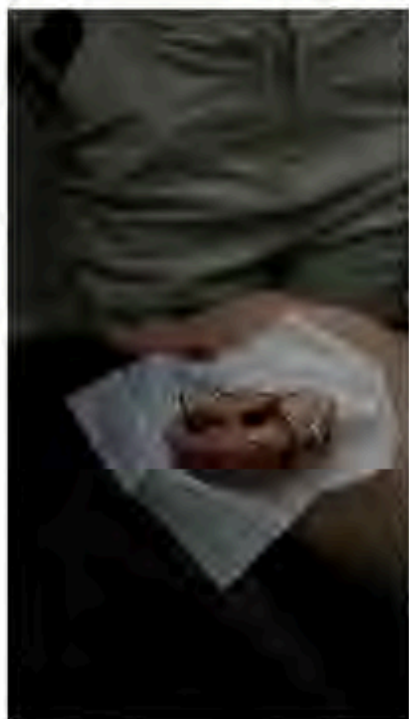


Elemento	Detalle
Título	Modern Minimalist Branding Design (sin título oficial proporcionado)
Autor/Diseñador	No especificado (publicación en cuenta de Instagram)
Fecha de publicación	2023 (estimado según la publicación en Instagram)
Técnica	Diseño visual digital / Branding minimalista
Estilo	Minimalismo / Formas puras / Monocromo
Colores predominantes	Blanco y negro
Elementos gráficos	Ícono geométrico simple, disposición central, gran espacio negativo
Formato	Imagen digital compartida en Instagram
Contenido textual	Ninguno; el diseño se enfoca en la forma y la composición visual
Fuente original	Instagram: https://www.instagram.com/p/C_1RaQrO4PY/
Se encontró en	Pinterest: https://es.pinterest.com/pin/76631631193193161/
Descripción	Ejemplo de identidad visual minimalista que utiliza un ícono potente y espacio negativo para transmitir simplicidad y claridad visual en branding.

Anexo IV: Propuesta preliminar



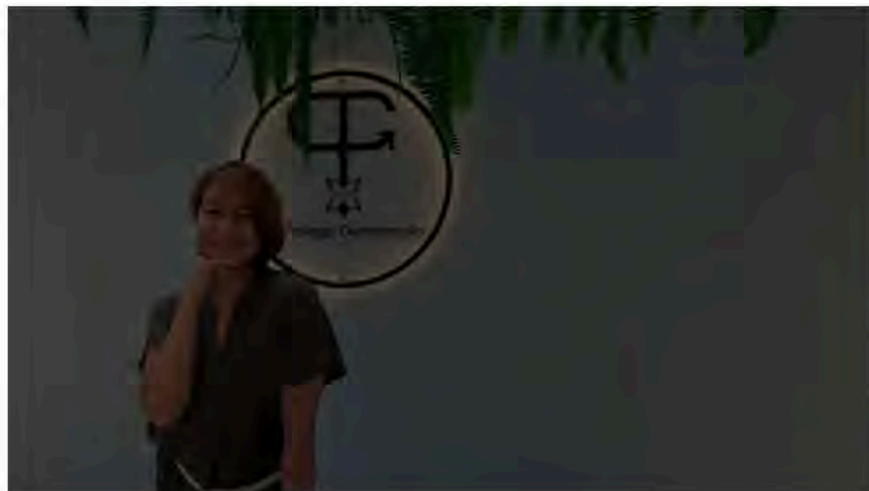
Elemento	Imagen de la Vitrina de Joyería
Título	No especificado
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional
Estilo	Corporativo con enfoque en exhibición y lujo
Colores predominantes	No especificados
Elementos gráficos	Vitrina exhibiendo joyería fina de alta gama, iluminación destacada
Formato	Imagen digital
Contenido textual	Ninguno
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Imagen de la vitrina de joyería entregada, mostrando una exhibición de joyería fina de alta gama con iluminación que resalta su brillo y calidad, diseñada para enfatizar la exclusividad de la marca.



Elemento	Imagen del Proceso de Perforación
Título	No especificado
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional
Estilo	Documental corporativo con enfoque en detalle y precisión
Colores predominantes	Neutros con reflejos de joyería, alineados con negro, blanco y plata.
Elementos gráficos	Escena del proceso de perforación, destacando herramientas y joyería fina
Formato	Fotografía digital
Contenido textual	Ninguno
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Imagen del proceso de perforación, mostrando el procedimiento con un enfoque en la precisión y la joyería fina utilizada, diseñada para reflejar la calidad y profesionalismo del servicio.



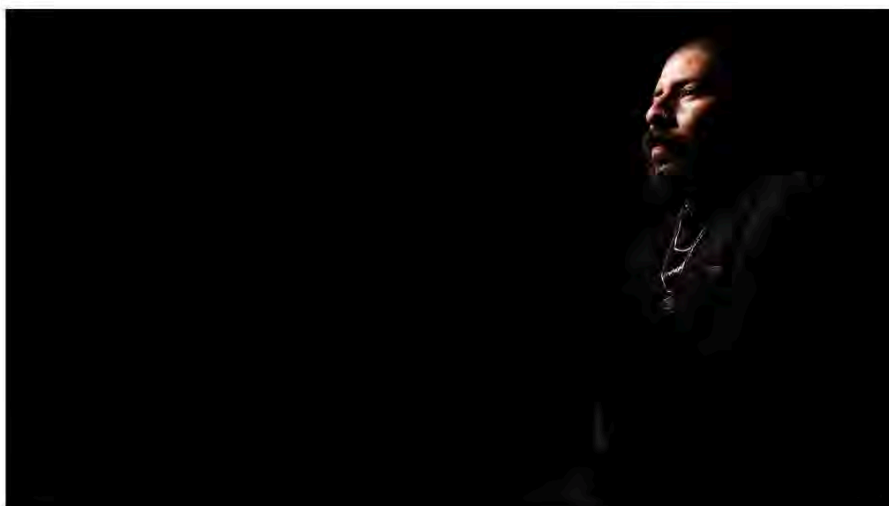
Elemento	Imagen del Proceso de Perforación
Título	No especificado
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional
Estilo	Documental corporativo con enfoque en detalle y precisión
Colores predominantes	Neutros con reflejos de joyería, alineados con negro, blanco y plata.
Elementos gráficos	Exhibiendo procedimiento de perforación
Formato	Imagen digital
Contenido textual	Ninguno
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Imagen del proceso de perforación mostrando el procedimiento con un enfoque en la precisión, para reflejar la calidad y profesionalismo del servicio.



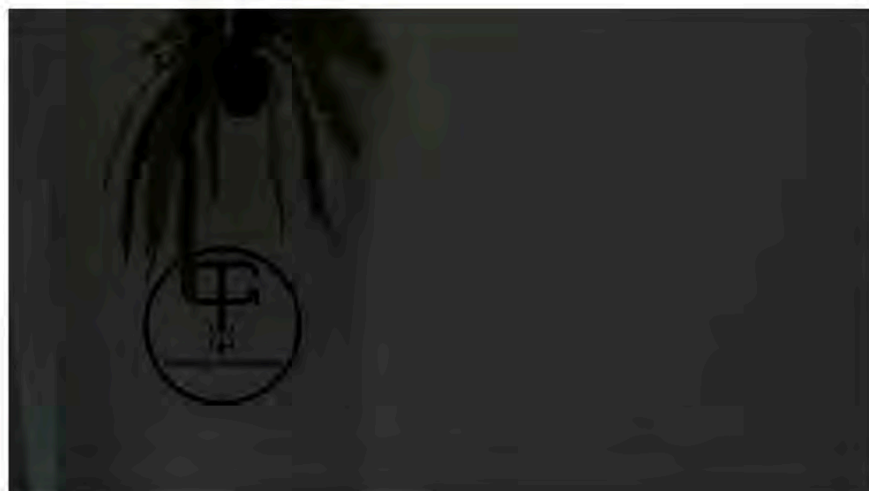
Elemento	Foto Corporativa
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional (posible edición digital)
Estilo	Corporativo
Elementos gráficos	Imagen del entorno o productos de Piercings Guatemala.
Formato	Imagen digital
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Foto Corporativa entregada por Piercings Guatemala en 2025, diseñada para reflejar la identidad de la marca.



Elemento	Video de Joyería Fina
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Grabación y edición digital (video profesional)
Estilo	Corporativo con enfoque lujoso y detallista
Elementos gráficos	Imagen del entorno o productos de Piercings Guatemala.
Formato	Video digital
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Video en MP4, destacando joyería fina de alta gama con un enfoque en el brillo y detalles a través de acercamientos, diseñado para resaltar la exclusividad de la marca.



Elemento	Fotografía de retrato
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional
Estilo	Corporativo, con enfoque en formalidad y profesionalismo
Elementos gráficos	Imagen del CEO, fondo limpio en negro.
Formato	Imagen digital
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Fotografía del retrato del CEO entregada por Piercings Guatemala, diseñada para reflejar la autoridad y profesionalismo de la marca.



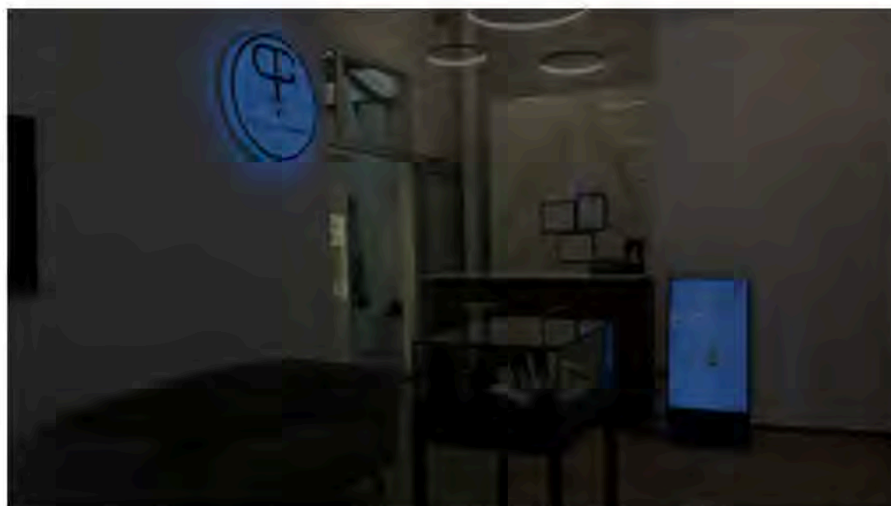
Elemento	Foto de la clínica
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional
Estilo	Corporativo con enfoque arquitectónico y branding
Elementos gráficos	Logotipo de Piercings Guatemala en fondo blanco
Formato	Imagen digital
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Fotografía del establecimiento entregada, con un enfoque destacado en el logotipo, diseñada para resaltar la presencia de la marca en el espacio físico.



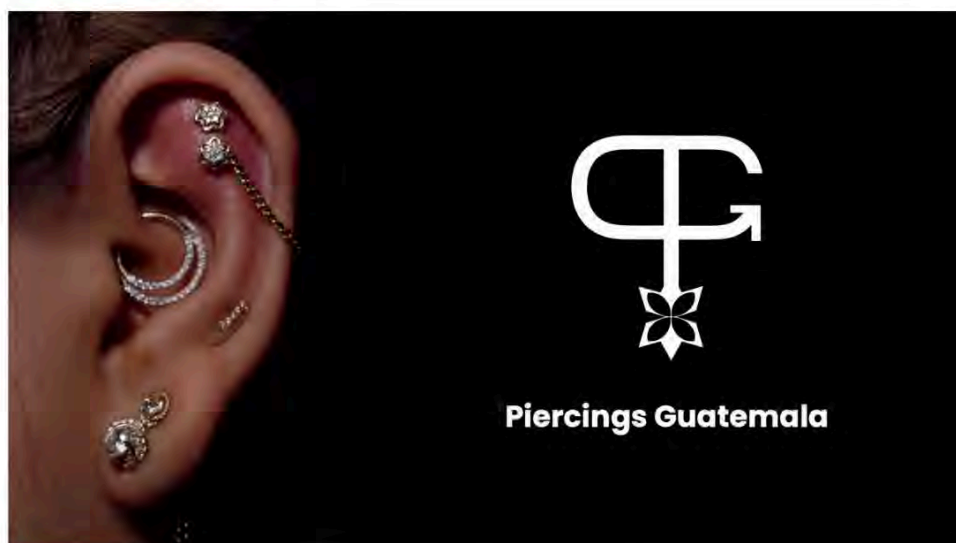
Elemento	Imagen del Proceso de Perforación en joyería
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional
Estilo	Documental corporativo con enfoque en detalle y lujo
Elementos gráficos	Escena del proceso de perforación, destacando joyería fina de alta gama
Formato	Imagen digital
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Imagen del proceso de perforación, mostrando la aplicación de joyería fina de alta gama con un enfoque en los detalles y el brillo, diseñada para destacar la calidad y exclusividad del servicio.



Elemento	Imagen de Joyería de Alta Calidad
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional
Estilo	Corporativo con énfasis en lujo y detalle
Elementos gráficos	Joyería fina de alta gama, destacando texturas y brillo
Formato	Imagen digital
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Imagen de joyería de alta calidad, diseñada para resaltar la exclusividad y el brillo de las piezas mediante un enfoque detallado, reflejando la sofisticación de la marca.



Elemento	Imagen de la Clínica del Establecimiento
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Fotografía profesional
Estilo	Corporativo con enfoque en ambiente clínico y acogedor
Elementos gráficos	Interior de la clínica, áreas de espera, logotipo, vitrina.
Formato	Imagen digital
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Imagen de joyería de alta calidad, mostrando el espacio donde las personas realizan citas, consultas o esperan su perforación, diseñada para reflejar un ambiente limpio, profesional y acogedor.



Elemento	Video Promocional de Joyería
Autor/Diseñador	Equipo de Piercings Guatemala
Fecha de publicación	Año 2025
Técnica	Video profesional
Estilo	Cinematográfico con enfoque delicado y profesional
Elementos gráficos	Tomas panorámicas de joyería en la oreja de una modelo
Formato	Video digital MP4
Fuente original	Proporcionada directamente por la empresa Piercings Guatemala
Descripción	Ejecutado para mostrar de manera profesional y delicada las diferentes tomas panorámicas de joyería en la oreja de una modelo, destacando la calidad y sofisticación de la marca.

Anexo V: Validación técnica

Encuesta

Manual de Identidad

PIERCINGS GUATEMALA

Encuesta de validación / Proyecto de Graduación

Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM.

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto Manual de Identidad - Piercings Guatemala

Antecedentes:

La empresa Piercing Guatemala fue creada en 2014 por Xavier Urizar, y actualmente se dedica principalmente a la producción y comercialización de joyería de alta gama, elaborada con materiales como oro de 24K, cristales legítimos, piedras preciosas y titanio grado implante, enfocándose en piezas únicas que reflejan la identidad y esencia personal de sus clientes.

Al visitar la empresa se pudo observar que no cuenta con un manual de identidad e imagen corporativa que norme las aplicaciones del logotipo, lo que limita la capacidad de la marca para proyectar una imagen profesional y uniforme.

Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala.

Para observar de forma interactiva el Manual de Identidad:

https://www.canva.com/design/DAGxOvYiz3Q/t_lrJNhIXjenGPjPDwbNug/view?utm_content=DAGxOvYiz3Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlid=h7abb2e8ccf

INSTRUCCIONES

Con base a lo anterior, observe la propuesta del Manual de Identidad y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios en blanco.

Siguiente

Borrar formulario

Sección 2 de 5

Información personal

Descripción (opcional)

Nombre *

Texto de respuesta breve

Profesión *

Texto de respuesta breve

Puesto *

Texto de respuesta breve

Edad

Texto de respuesta breve

Género

Masculino

Femenino

Grupo al que pertenece

Experto en Comunicación y Diseño (Dentro de Universidad Galileo)

Cliente (personal dentro de Piercings Guatemala)

Grupo objetivo

Sección 3 de 5

Parte Objetiva



Descripción (opcional)

¿Considera usted necesario diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca de joyería Piercings Guatemala?

Sí

No

¿Considera importante recopilar información de Piercings Guatemala a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief, para que sea integrado al diseño del manual de identidad e imágenes corporativa, y facilite la accesibilidad de los colaboradores internos?

Sí

No

¿Considera adecuado investigar conceptos relacionados con el diseño de manuales de identidad corporativa, a través de fuentes bibliográficas, que respaldan científicamente la propuesta del diseño de normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca, que será utilizada por los colaboradores internos?

Sí

No

¿Considera adecuado diagramar los elementos internos del manual de identidad e imagen corporativa de Piercings Guatemala, organizando su estructura visual y contenido para garantizar un uso práctico y eficiente por parte de los colaboradores internos de la empresa?

Sí

No

¿Considera adecuado establecer la aplicación adecuada de la versión digital interactiva del logotipo dentro del manual de identidad e imagen corporativa para garantizar la funcionalidad en las plataformas digitales?

Sí

No

Después de la sección 3 Ir a la siguiente sección

Sección 4 de 5

Parte Semiológica



Descripción (opcional)

¿Considera adecuados a una empresa de perforaciones y joyería de alta gama, los colores corporativos (Negro (#000000, Pantone 6 C), Blanco (#FFFFFF, Pantone 000 C), Plata (#B2B2B2, Pantone P 179-6 C)) propuestos en el diseño son?

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada



¿Cree que la tipografía usada dentro del manual de identidad e imagen corporativa (Poppins y Joly Headline) son?

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

¿Los diseños, ilustraciones, fotografías de la propuesta gráfica dan a entender la idea de?

- Mucha Elegancia y modernidad
- Poca Elegancia y modernidad
- Nada de Elegancia y modernidad

Sección 5 de 5

Parte Operativa



Descripción (opcional)

Considera que el buen uso de la jerarquía tipográfica utilizada en el diseño es:

- Muy bueno
- Poco bueno
- Nada bueno



¿Cree que las aplicaciones del logotipo en diferentes usos, tanto en medios impresos como digitales, como fotografías, patrones, entre otros, en la propuesta gráfica presentada son visibles?

- Visibles
- Poco visibles
- Nada visibles

Según su criterio ¿El tamaño (físico y virtual) de la propuesta es ideal para normar el buen uso de las aplicaciones del logotipo diferentes contextos, como su transportabilidad, visualización en dispositivos móviles u otros medios?

- Sí
- No

¿Considera que la tendencia minimalista implementada en el manual refleja la identidad visual y los valores de Piercings Guatemala en la propuesta gráfica es?

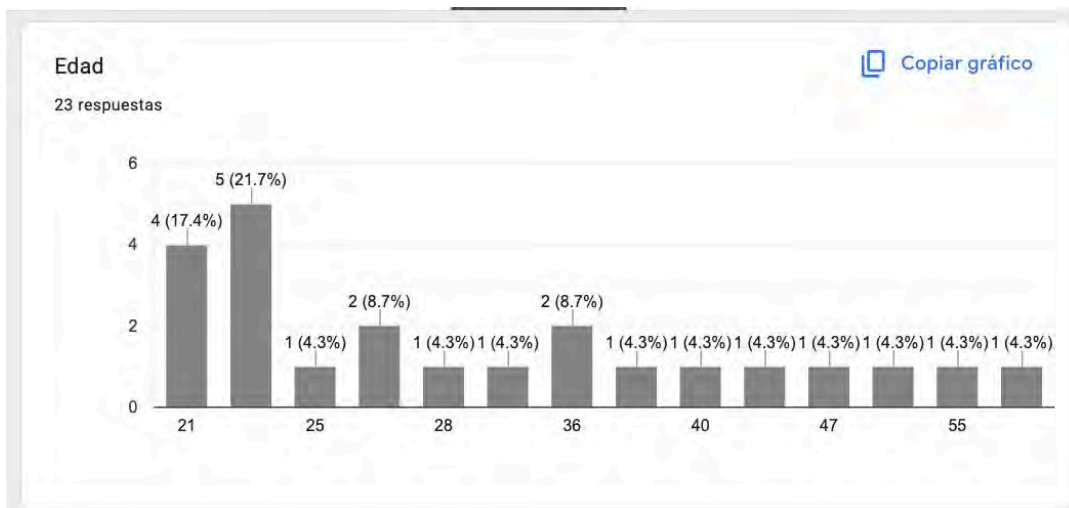
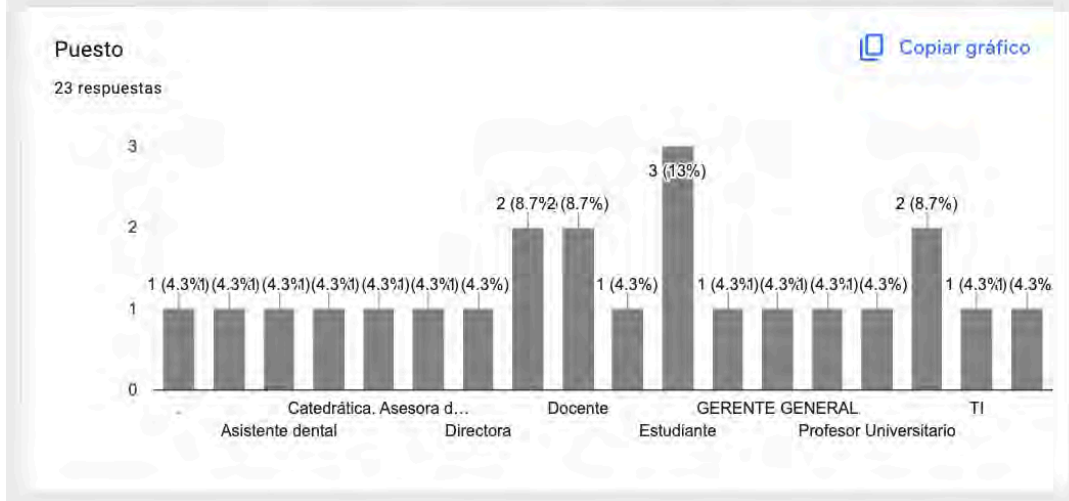
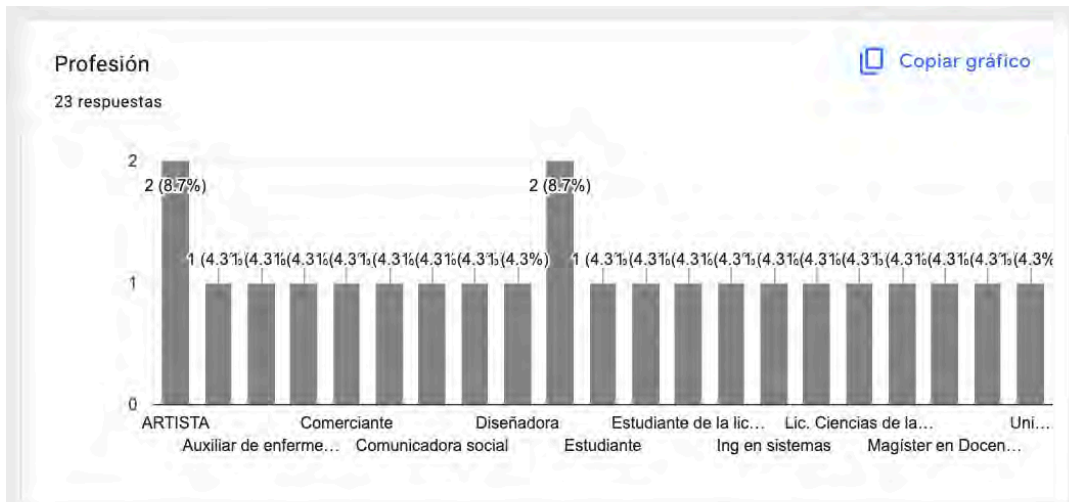
- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Texto de respuesta largo

Anexo VI: Evidencia Respuesta a Formulario



De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

12 respuestas

Excelente presentación de marca

El manual refleja claramente los objetivos, está completo y bien realizado. Felicitaciones.

:p

¡Enhorabuena!

En general. lo veo muy bien ejecutado.

Hay áreas que siento que se mueven mucho dentro del manual por lo que hasta cierto punto choca un poco a la vista.

¡Nivel Pro! Te felicito, te deseo mucho éxito.

ninguna sugerencia

Comentarios para mejorar el proyecto. 1. valdría la pena ver el color plateado de fondo y oscurecer más para

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

12 respuestas

Comentarios para mejorar el proyecto. 1. valdría la pena ver el color plateado de fondo y oscurecer más para que la tipografía blanca sea legible. 2. Como en ciertos lugares hay mucha información valdría la pena aumentar 1 punto el tamaño de la fuente y 3. Muy importante tienes demasiados gerundios en la redacción, son todos los terminando en ando y indo, operando, dedicando... y otros muchos, sustituye por: al operar, al dedicar o cambia de tiempo el verbo. Todo el proyecto está muy bien logrado vale la pena los cambios. Felicitaciones

Este proyecto me ha parecido bastante profesional, se refleja y transmite la identidad de la marca de manera efectiva.

Felicito a la señorita Lord por su gran esfuerzo y dedicación, se ha convertido en una excelente comunicadora y diseñadora gráfica.

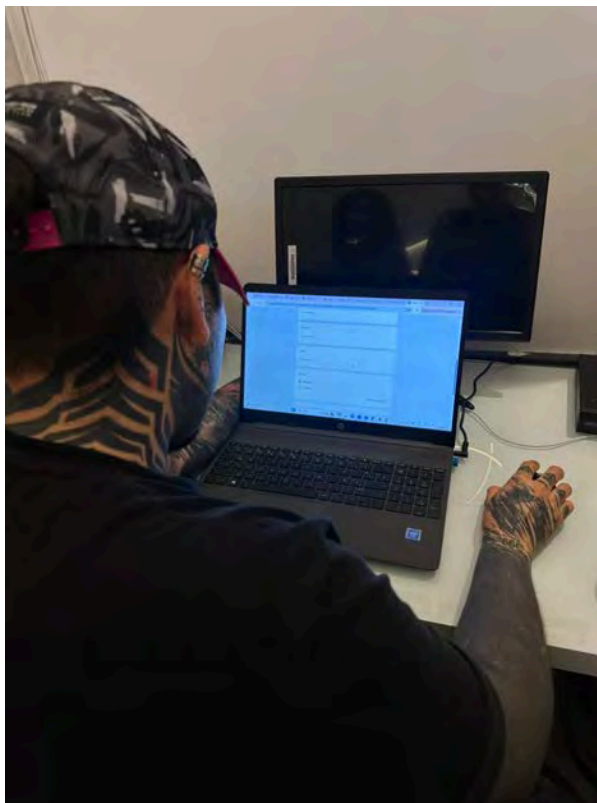
Le deseo mucho éxito en su vida personal y profesional; y que Dios siempre guíe su camino y corazón.

Con afecto,
Ayelén Alejandra

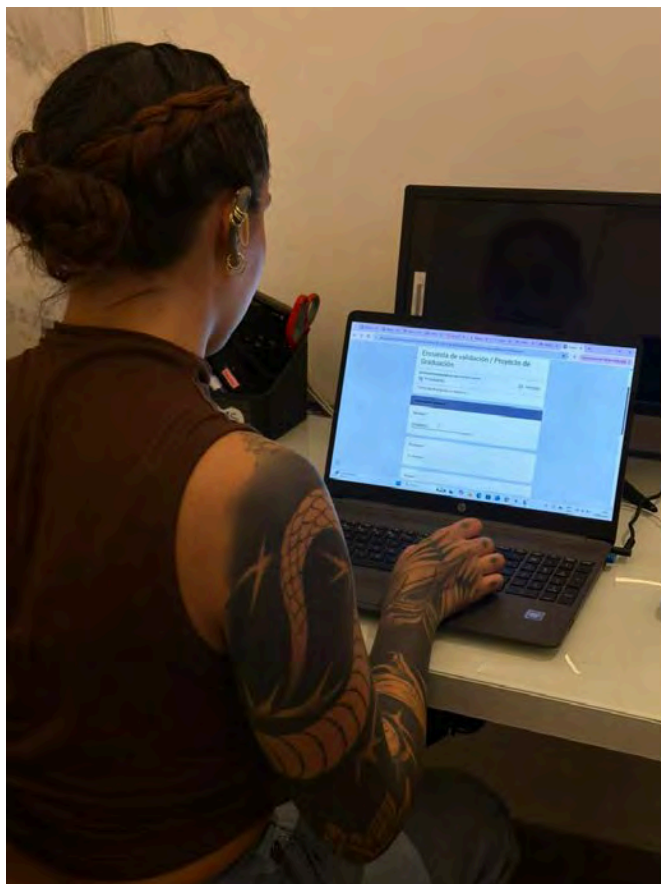
Todo muy bueno, felicitaciones

Trabajo de excelencia y alta calidad.

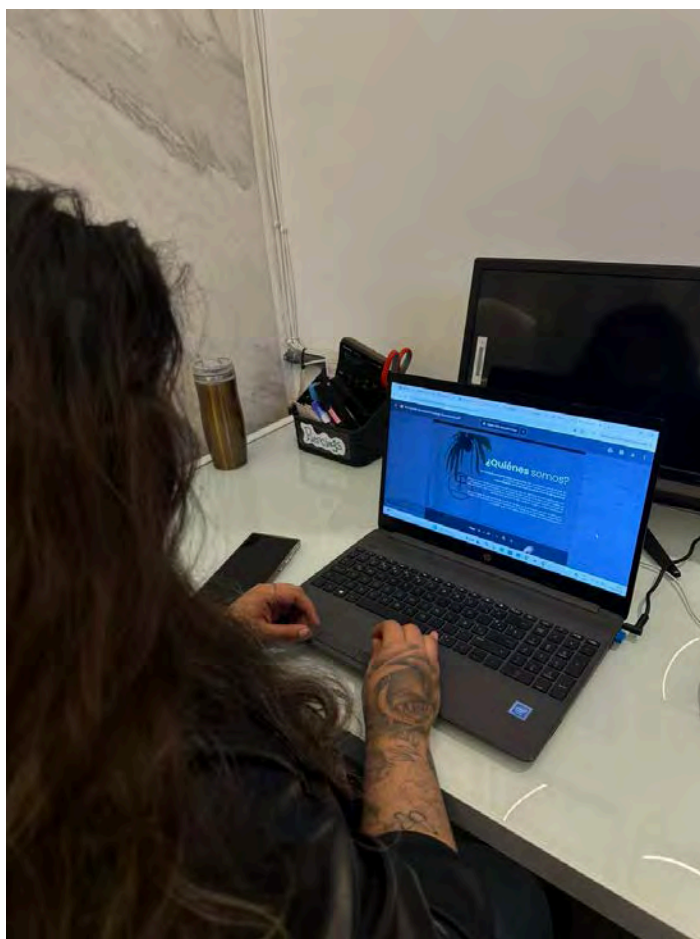
Cientes



Xavier Urizar, gerente general / CEO



Deyaneira Lemus, gerente comercial



Marie Celada, servicio al cliente

Encuesta de Validación del proyecto de: Manual de Identidad - Piercings Guatemala 🗑️ 📄

E Eskarleth Zuleika Lord Arias <eskarleth.lord@galileo.edu>
para kppn2010 ▾ 📧 mar, 9 sept, 16:38 ☆ ↶ ⋮

Estimados expertos y participantes,

Les invito a participar en la encuesta de validación para el proyecto de graduación "Manual de Identidad - Piercings Guatemala", desarrollado por Eskarleth Zuleika Lord Arias (carné 22001877), estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

Su opinión es esencial para asegurar que el manual normar el uso y las aplicaciones correctas del logotipo de la marca.

Si fuera de mucha ayuda en responder todas las preguntas del formulario para una retroalimentación completa. Adjunto el PDF del proyecto y el siguiente es el enlace a la presentación interactiva:

https://www.carva.com/design/DAGxOvYz3Q/it_r/NhlXienGPIPDwbNug/view?utm_content=DAGxOvYz3Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlid=h7abb2e8ccf

Enlace a la encuesta: <https://forms.gle/SqWhAoHY71vFG4bA6>

Agradezco de antemano su tiempo y aportes. Su colaboración contribuye al éxito de este proyecto.

Atentamente,
Eskarleth Zuleika Lord Arias
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Universidad Galileo

1 archivo adjunto • Analizado por Gmail 📧 📎 Añadir a Drive


Manual de identi...

Paola Navas, contabilidad

Expertos

Encuesta de Validación del proyecto de: Manual de Identidad - Piercings Guatemala Recibidos x

E Eskarleth Zuleika Lord Arias <oskarleth.lord@galileo.edu>
para Arnulfo

Estimado Licenciado Arnulfo Guzman

Es un placer invitarlo a participar como experto en la validación del proyecto de graduación "Manual de Identidad - Piercings Guatemala", desarrollado por Eskarleth Zuleika Lord Arias (carné 22001877), estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

Su experiencia profesional es fundamental para evaluar este proyecto en elementos gráficos y normativas propuestas, asegurando que el manual optimice el uso del logotipo y refuerce la identidad de la marca.

Le recomiendo completar todas las preguntas del formulario adjunto. Incluimos el PDF del proyecto y el enlace a la presentación interactiva:
https://www.canva.com/design/DAGxOvYz3Q/t_InJhIXienGPiFDwbNuj/view?utm_content=DAGxOvYz3Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=uniqueinks&utlid=h7abb2a8cct

Enlace a la encuesta: <https://forms.gle/SgWnAqHY71vFG4bA6>

(Y adjuntar una fotografía de su persona validando el proyecto)

Agradezco de antemano su valiosa contribución. Su perspectiva enriquecerá significativamente este trabajo.

Atentamente,
Eskarleth Zuleika Lord Arias
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Universidad Galileo

1 archivo adjunto • Analizado por Gmail Añadir a Drive

Manual de Identidad

Manual de identi...



Arnulfo Guzman
para mí

lun, 29 sept, 10:52

Listo Eskarleth, muy buena su propuesta preliminar. Que le vaya muy bien en el término de su proyecto.

Mgtr. Arnulfo Guzmán
Catedrático

Lic. Arnulfo Guzman

Encuesta de Validación del proyecto de: Manual de Identidad - Piercings Guatemala Recibidos x

Eskarleth Zuleika Lord Arias <eskarleth.lord@galileo.edu>
para Sandra

Estimada Licenciada Sandra Roxana Escobar Barrientos

Es un placer invitarte a participar como experto en la validación del proyecto de graduación "Manual de Identidad - Piercings Guatemala", desarrollado por Eskarleth Zuleika Lord Arias (carné 22001877), estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

Su experiencia profesional es fundamental para evaluar este proyecto en elementos gráficos y normativas propuestas, asegurando que el manual optimice el uso del logotipo y refuerce la identidad de la marca.

Le recomiendo completar todas las preguntas del formulario adjunto. Incluimos el PDF del proyecto y el enlace a la presentación interactiva:
https://www.canva.com/design/DAGxOvYz3Q/rJr-1NvX8nGPfDwHhugivaw?utm_content=DAGxOvYz3Q&utm_campaign=soseshare&utm_medium=link&utm_source=unsplash&utm_referrer=unsplash

Enlace a la encuesta: <https://forms.gle/SqWnAqHY71vFG4bA6>

(Y adjuntar una fotografía de su persona validando el proyecto)

Agradezco de antemano su valiosa contribución. Su perspectiva enriquecerá significativamente este trabajo.

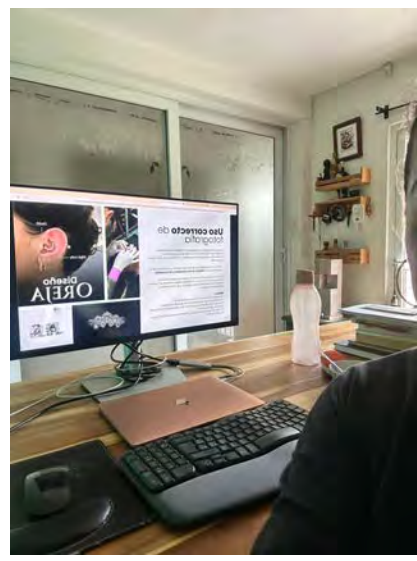
Atentamente,
Eskarleth Zuleika Lord Arias
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Universidad Galileo

1 archivo adjunto • Analizado por Gmail Añadir a Drive

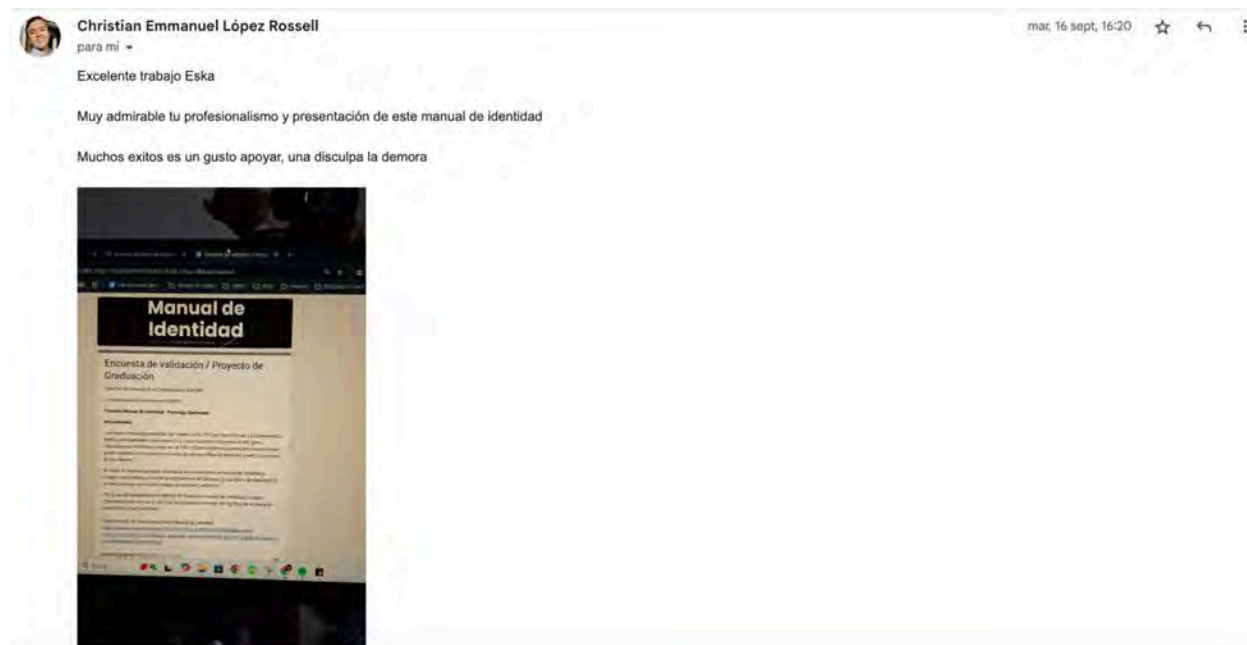


Sandra Roxana Escobar Barrientos <sandra.escobar@galileo.edu>
para mí

Saludos. Te deseo lo mejor, te felicito y te deseo éxito.



Licda. Sandra Escobar



Ing. Christian López

Encuesta de Validación del proyecto de: Manual de Identidad - Piercings Guatemala Recibidos x



Eskarleth Zuleika Lord Arias <eskarleth.lord@galileo.edu>
para Rafael

lun, 22 sept, 16:02

Estimado Licenciado Antonio Gutierrez

Es un placer invitarlo a participar como experto en la validación del proyecto de graduación "Manual de Identidad - Piercings Guatemala", desarrollado por Eskarleth Zuleika Lord Arias (carné 22001877), estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

Su experiencia profesional es fundamental para evaluar este proyecto en elementos gráficos y normativas propuestas, asegurando que el manual optimice al uso del logotipo y refuerce la identidad de la marca.

Le recomiendo completar todas las preguntas del formulario adjunto. Incluimos el PDF del proyecto y el enlace a la presentación interactiva:
https://www.cerva.com/design/DAGxQvYr3Q/ItLrJNhIXenGP/DPDwBNuo/view?utm_content=DAGxQvYr3Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=uniquelinks&utlid=h7abb2e8ccf

Enlace a la encuesta: <https://forms.gle/SqWnAcHY71vFG4bA6>

(Y adjuntar una fotografía de su persona validando el proyecto)

Agradezco de antemano su valiosa contribución. Su perspectiva enriquecerá significativamente este trabajo.

Atentamente,
Eskarleth Zuleika Lord Arias
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Universidad Galileo

1 archivo adjunto • Analizado por Gmail Añadir a Drive



Rafael Antonio Gutierrez Herrera
para mí

lun, 22 sept, 17:35

Buenas tardes, Apreciable Eskarleth Zuleika,

Dios la bendiga,

Felicitaciones por estar culminando sus estudios universitarios.

Con todo gusto, adjunto las imágenes de referencia solicitadas.

Ánimo y adelante. Atte. AG



Lic. Antonio Gutierrez

Encuesta de Validación del proyecto de: Manual de Identidad - Piercings Guatemala Recibidos x

Eskarleth Zuleika Lord Arias eskarieth.lord@galileo.edu
para Aura ▾ lun, 29 sept, 10:57 ☆ ↶ ⋮

Estimada Licenciada Lissette Perez

Es un placer invitarlo/a a participar como experto en la validación del proyecto de graduación "Manual de Identidad - Piercings Guatemala", desarrollado por Eskarleth Zuleika Lord Arias (carné 22001877), estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Universidad Galileo.

Su experiencia profesional es fundamental para evaluar este proyecto en elementos gráficos y normativas propuestas, asegurando que el manual optimice el uso del logotipo y refuerce la identidad de la marca.

Le recomiendo completar todas las preguntas del formulario adjunto. Incluimos el PDF del proyecto y el enlace a la presentación interactiva:
https://www.canva.com/design/DAGxOvYg3Q/LnJNhi3jynGPIPDvwhNua/view?utm_content=DAGxOvYg3Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlid=h7abb2e8cct

Enlace a la encuesta: <https://forms.gle/SqWnAcHY71vFG4bA6>

(Y adjuntar una fotografía de su persona validando el proyecto)

Agradezco de antemano su valiosa contribución. Su perspectiva enriquecerá significativamente este trabajo.

Atentamente,
Eskarleth Zuleika Lord Arias
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Universidad Galileo

1 archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ  Añadir a Drive



Aura Lissette Perez Aguirre
para mi ▾ lun, 6 oct, 16:21 ☆ ↶ ⋮

Listo Eskarleth. Lo veo muy bien ejecutado, saludos

Licda. Lissette Perez Aguirre

Anexo VII: Cotización

COTIZACIÓN DE SERVICIO DE DISEÑO

Datos

Proyecto: Diseño del Manual de
Identidad e Imagen Corporativa

Cliente: Piercings Guatemala

Diseñador/a: Eskarleth Lord

Fecha de emisión: 07/11/2025

Duración estimada del proyecto: 7 semanas

Cotización # 00000001

Fecha 07. Noviembre. 2025

Producto	Descripción	Subtotal
1. Costos de Elaboración	Análisis, recopilación de información y bocetaje	Q525.00
2. Costos de Producción	Digitalización, costos operativos y artes finales	Q2,675.00
3. Costos de Reproducción	No aplica	Q0.00
4. Costos de Distribución	No aplica	Q0.00
Subtotal 1		Q3,200.00
Margen de Utilidad (20%)		Q640.00
Subtotal 2		Q3,840.00
IVA (12%)		Q460.80
TOTAL A PAGAR:		Q4,300.80

Condiciones del servicio

- El proyecto incluye: diseño, digitalización, y entrega del manual en formato digital.
- El pago se realiza en 1 parte: 100% al entregar el proyecto final.
- Cualquier cambio adicional fuera del alcance inicial será cotizado por separado.
- Duración estimada: 7 semanas a partir de la aprobación del presupuesto.