



**Diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para Establecer el Uso Correcto  
de los Elementos Gráficos del Logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento**

Valentina Jiménez Monterroso

Carné: 23003614

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción

Proyecto de graduación

**Diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para Establecer el Uso Correcto  
de los Elementos Gráficos Del Logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento**

Valentina Jiménez Monterroso

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

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 IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DEL LOGOTIPO DE LA FINCA CAFETALERA EL PENSAMIENTO.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruiz sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Valentina Jiménez Monterroso  
23003614



Licda. Claudia Ruiz  
Asesora



**FACOM** | FACULTAD DE  
UNIVERSIDAD GALILEO | CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

Guatemala 20 de mayo de 2025

**Señorita:**  
**Valentina Jiménez Monterroso**  
**Presente**

Estimada Señorita Jiménez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DEL LOGOTIPO DE LA FINCA CAFETALERA EL PENSAMIENTO**. 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, 5 de diciembre de 2025

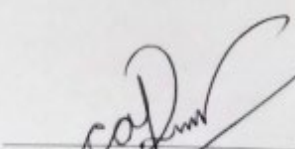
Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

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 ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DEL LOGOTIPO DE LA FINCA CAFETALERA EL PENSAMIENTO**. Presentado por la estudiante: *Valentina Jiménez Monterroso*, con número de carné: *23003614*, 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, 05 de febrero de 2026

Señorita  
**Valentina Jiménez Monterroso**  
Presente

Estimada Señorita Jiménez:

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. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

*[Faint handwritten notes and stamps at the bottom right of the page.]*

Ciudad de Guatemala, 26 de marzo 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 ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DEL LOGOTIPO DE LA FINCA CAFETALERA EL PENSAMIENTO**. De la estudiante Valentina Jiménez Monterroso, carné: 23003614, 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, 21 de abril de 2026

Señorita:  
**Valentina Jiménez Monterroso**  
Presente

Estimada Señorita Jiménez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTABLECER EL USO CORRECTO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DEL LOGOTIPO DE LA FINCA CAFETALERA EL PENSAMIENTO**. Presentado por la estudiante: Valentina Jiménez Monterroso, 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, quien ha sido mi guía y fortaleza para culminar esta meta profesional. A mi abuelo Miguel Ángel Monterroso, quien dejó un legado invaluable de pasión por el café y por la tierra en donde este se cosecha. Valorando a cada persona que interviene en el proceso de su producción con empatía, amor genuino y humildad.

A mis padres, quienes son mi inspiración y ejemplo a seguir, quienes me inculcaron valores y virtudes que son el fundamento de mi diario vivir. Sin ellos no podría haber alcanzado esta meta, ni ser la persona que hoy soy. Porque me inculcaron sobre el trabajo duro, la disciplina y sobre todo, a aprender a levantarse y aprender de cada caída. Gracias por su tiempo, dedicación y amor, que me han permitido culminar una meta profesional cuyo significado va mucho más allá de lo académico.

## Resumen

A través del acercamiento con la empresa Finca Cafetalera El Pensamiento se identificó que la empresa no cuenta con el diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso de los elementos gráficos del logotipo.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento.

El enfoque de la investigación es mixto, ya que se utilizaron métodos cuantitativos y cualitativos. El primero permitió cuantificar los resultados de la muestra, mientras que el segundo evaluó el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 21 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo fue la creación de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento. Este manual está dirigido a un grupo objetivo compuesto por mujeres y hombres, de 20 a 50 años, con niveles socioeconómicos D1, C3, C2 y C1; que se desempeñan en las áreas de mercadeo, diseño y comunicación de la Finca Cafetalera El Pensamiento.

Se recomendó a la empresa colocar el manual de identidad en un Google Drive y distribuir una versión PDF interactiva a todos los colaboradores, proveedores gráficos y agencias externas, para garantizar su consulta inmediata y actualización centralizada.

Para efectos legales únicamente la autora VALENTINA JIMÉNEZ MONTERROSO 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.

## Tabla de Contenido

|   |    |
|---|----|
| Capítulo I: Introducción.....               | 1  |
| Introducción.....                           | 1  |
| Capítulo II: Problemática.....              | 2  |
| Contexto.....                               | 2  |
| Requerimiento de Comunicación y Diseño..... | 3  |
| Justificación.....                          | 3  |
| Magnitud.....                               | 3  |
| Capítulo III: Objetivos del diseño.....     | 7  |
| Objetivo General.....                       | 7  |
| Objetivos Específicos.....                  | 7  |
| Capítulo IV: Marco de Referencia.....       | 8  |
| Información General del Cliente.....        | 8  |
| Misión.....                                 | 8  |
| Visión.....                                 | 8  |
| FODA.....                                   | 9  |
| Organigrama.....                            | 10 |

|   |    |
|---|----|
| Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo.....                            | 11 |
| Perfil Geográfico.....  | 11 |
| Perfil demográfico.....   | 11 |
| Perfil psicográfico.....  | 13 |
| Perfil conductual.....  | 13 |
| Capítulo VI: Marco Teórico.....   | 14 |
| Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio.....      | 14 |
| Empresa.....  | 14 |
| Marca.....  | 14 |
| Identidad corporativa.....  | 14 |
| Finca.....  | 15 |
| Café de especialidad.....   | 15 |
| Sostenibilidad.....   | 15 |
| Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño..... | 16 |
| Conceptos relacionados a la comunicación.....                             | 16 |
| Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....                   | 20 |
| Ciencias auxiliares, artes, teorías, tecnologías y tendencias.....        | 23 |
| Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar.....               | 30 |

|  |    |
|--|----|
| Aplicación de la información obtenida en el marco teórico..... | 31 |
| Comunicación corporativa.....                                  | 31 |
| Diseño gráfico.....  | 31 |
| Psicología del color.....                                      | 31 |
| Psicología organizacional.....                                 | 31 |
| Tipografía.....  | 32 |
| Ilustración.....   | 32 |
| Teoría del color.....  | 32 |
| Adobe Illustrator.....   | 32 |
| Insignias góticas.....   | 33 |
| Artesanal.....   | 33 |
| Conceptualización.....   | 33 |
| Método.....  | 33 |
| Bocetaje.....  | 37 |
| <i>Tabla de Requisitos</i> .....                               | 37 |
| <i>Proceso de Bocetaje</i> .....                               | 40 |
| Bocetaje Natural.....  | 40 |
| Bocetaje Natural.....  | 42 |

|   |    |
|---|----|
| Proceso de Digitalización de los Bocetos..... | 49 |
| Proceso de Digitalización de los Bocetos..... | 50 |
| Proceso de Digitalización de los Bocetos..... | 51 |
| Proceso de Digitalización de los Bocetos..... | 52 |
| Proceso de Digitalización de los Bocetos..... | 53 |
| Propuesta preliminar.....                     | 54 |
| Pieza 1.....                                  | 54 |
| Pieza 2.....                                  | 55 |
| Pieza 3.....                                  | 56 |
| Pieza 4.....                                  | 57 |
| Pieza 5.....                                  | 58 |
| Pieza 6.....                                  | 59 |
| Pieza 7.....                                  | 60 |
| Pieza 8.....                                  | 61 |
| Pieza 9.....                                  | 62 |
| Pieza 10.....                                 | 63 |
| Pieza 11.....                                 | 64 |
| Pieza 12.....                                 | 65 |

|   |    |
|---|----|
| Pieza 13.....   | 66 |
| Pieza 14.....   | 67 |
| Pieza 15.....   | 68 |
| Pieza 16.....   | 69 |
| Pieza 17.....   | 70 |
| Pieza 18.....   | 71 |
| Pieza 19.....   | 72 |
| Pieza 20.....   | 73 |
| Pieza 21.....   | 74 |
| Capítulo VIII: Validación técnica.....  | 76 |
| Población y muestreo.....   | 77 |
| Las encuestas se realizaron a una muestra de 21 personas divididas en tres grupos:..... | 77 |
| Resultados e interpretación de resultados.....  | 84 |
| Cambios en base a los resultados.....   | 96 |
| Logotipo - Antes.....   | 98 |
| Logotipo - Después.....   | 98 |
| Apartado de Paleta Cromática – Antes.....   | 99 |
| Apartado de Paleta Cromática – Después.....   | 99 |

|   |     |
|---|-----|
| Apartado de Tipografía - Antes.....                     | 100 |
| Apartado de Tipografía - Después.....                   | 100 |
| Apartado de Variantes y Usos incorrectos – Antes.....   | 101 |
| Apartado de Variantes y Usos incorrectos – Después..... | 101 |
| Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....               | 104 |
| Paleta de colores.....                                  | 104 |
| Familia tipográfica.....                                | 105 |
| Elementos gráficos.....                                 | 105 |
| Pieza 1.....  | 104 |
| Pieza 2.....  | 105 |
| Pieza 3.....  | 106 |
| Pieza 4.....  | 107 |
| Pieza 5.....  | 108 |
| Pieza 6.....  | 109 |
| Pieza 7.....  | 110 |
| Pieza 8.....  | 111 |
| Pieza 9.....  | 112 |
| Pieza 10.....   | 113 |

|  |     |
|--|-----|
| Pieza 11.....  | 114 |
| Pieza 12.....  | 115 |
| Pieza 13.....  | 116 |
| Pieza 14.....  | 117 |
| Pieza 15.....  | 118 |
| Pieza 16.....  | 119 |
| Pieza 17.....  | 120 |
| Pieza 18.....  | 121 |
| Pieza 19.....  | 122 |
| Capítulo X: Producción, reproducción y distribución..... | 123 |
| Plan de costos de elaboración.....                       | 123 |
| Plan de costos de producción.....                        | 124 |
| Plan de costos de reproducción.....                      | 125 |
| Plan de costos de distribución.....                      | 125 |
| Margen de utilidad.....                                  | 125 |
| Cuadro con resumen general de costos.....                | 126 |
| Capítulo XI: conclusiones y recomendaciones.....         | 127 |
| Conclusiones.....  | 127 |

|  |     |
|--|-----|
| Recomendaciones.....                   | 128 |
| Capítulo XII Conocimiento general..... | 129 |
| Demostración de conocimientos.....     | 129 |
| Capítulo XIII: Referencias.....        | 130 |
| Capítulo XI: Anexos.....               | 135 |

## **CAPÍTULO I**

### **INTRODUCCIÓN**

## Capítulo I: Introducción

### Introducción

La Finca Cafetalera El Pensamiento ha ofrecido sus servicios a clientes reales y potenciales desde 1866. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un manual de identidad e imagen corporativa que establezca el uso de los elementos gráficos de logotipo.

Por esta razón, se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento.

Para crear el concepto creativo se usará el método de Design Thinking a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

El proceso de este proyecto se desarrollará a través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación. El método de validación será una encuesta al grupo objetivo, clientes y un grupo de expertos. A partir de esta validación se obtendrán insumos clave para mejorar el resultado final y garantizar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

**CAPÍTULO II**  
**PROBLEMÁTICA**

## Capítulo II: Problemática

La Finca Cafetalera El Pensamiento enfrenta un problema de comunicación visual derivado de la ausencia de un manual de identidad e imagen corporativa que establezca el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo. Este requerimiento surge de la necesidad de construir una identidad visual sólida y distintiva para posicionar la marca en un mercado competitivo. La falta de una identidad gráfica coherente limita la visibilidad y el reconocimiento de la empresa, lo que constituye el problema de investigación central.

### Contexto

La Finca Cafetalera El Pensamiento fue fundada en el año 1866 por Manuel Monterroso, en el municipio de Fraijanes dentro del departamento de Guatemala. El municipio se fundó en el mismo año de la fundación de la finca, con la llegada de nuevos propietarios de tierras a la zona, como consecuencia del pago de una victoria por parte de militares del ejército de la República.

Es así como Manuel Monterroso inició la plantación y cultivo de café, debido a una creciente demanda del producto fuera del país. En sus inicios fue una finca dedicada tanto a la agricultura cafetera como a la ganadería; más adelante se especializó en el cultivo de café como única fuente de ingresos.

Al ser una empresa familiar, ha experimentado una serie de cambios tanto de extensión como de actividades económicas. **Sin** embargo, las últimas dos generaciones han dedicado sus esfuerzos para colocar al café como un producto de especialidad mediante prácticas agroforestales sostenibles y amigables con el medio ambiente, además de un manejo más eficiente de la producción y transformación del producto. Actualmente la finca se dedica al cultivo y exportación de café en estado oro de especialidad a distintos tostadores y dueños de coffee shops alrededor del mundo.

## **Requerimiento de Comunicación y Diseño**

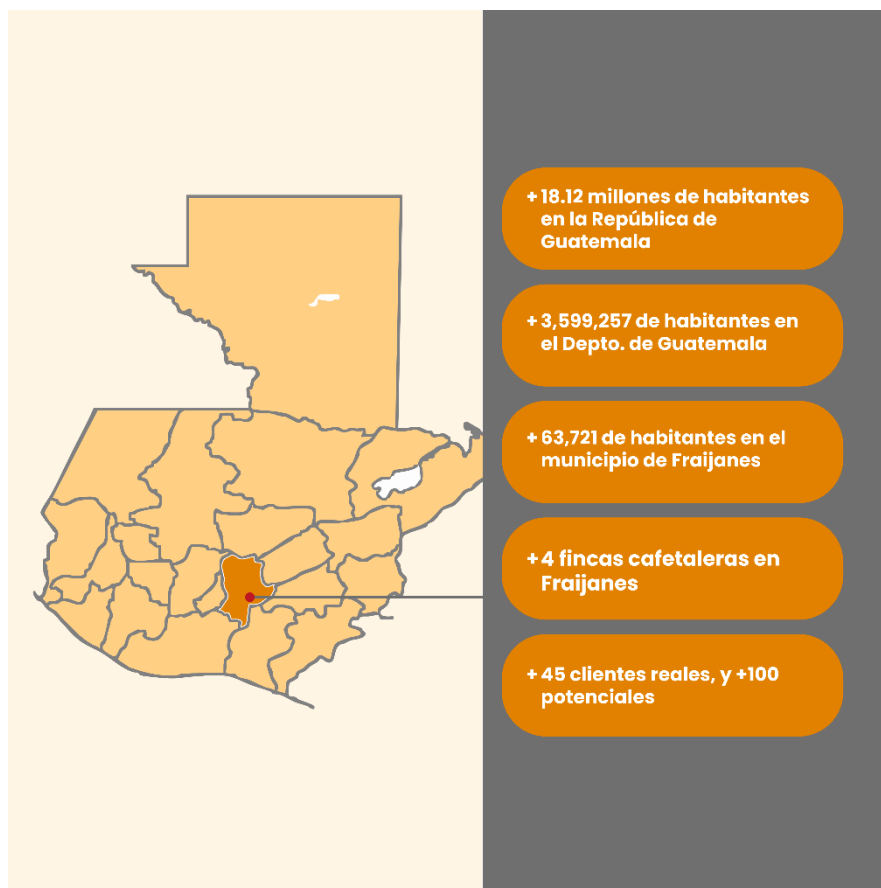
La empresa Finca Cafetalera El Pensamiento no cuenta con el diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso de los elementos gráficos de su logotipo.

### **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, las cuales se explican a continuación:

#### ***Magnitud***

En la República de Guatemala habitan 18.12 millones de personas, dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el departamento de Guatemala que actualmente alberga a 3,599,257 habitantes (CityAdapt, 2024). En él se ubica el municipio de Fraijanes con aproximadamente 63,721 habitantes. Dentro de este municipio existen cuatro fincas dedicadas al cultivo de café, y entre ellas, se encuentra la empresa Finca El Pensamiento que atiende aproximadamente a 45 clientes reales, de los cuales, cinco son distribuidores en distintas áreas a nivel mundial.



*Figura 1. Realizada por Valentina Jiménez. Gráfica de magnitud.*

### ***Vulnerabilidad***

Si Finca El Pensamiento no realiza un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo, carecerá de una construcción de una identidad visual sólida y distintiva, esencial en un mercado altamente competitivo donde los elementos visuales y digitales son fundamentales para destacar. Por lo que la empresa podría perder visibilidad, reconocimiento y oportunidades de mercado, enfrentando el peligro de quedar rezagada o desaparecer frente a competidores con identidades visuales coherentes y bien definidas.

### ***Trascendencia***

Al contar con su proyecto, Finca El Pensamiento podrá consolidar una identidad visual coherente y reconocible, fortaleciendo su posicionamiento en un mercado competitivo, destacándose mediante elementos gráficos diferenciadores y asegurando su visibilidad y permanencia en entornos visuales y digitales exigentes.

### ***Factibilidad***

El proyecto de diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento es factible, ya que cuenta con los recursos necesarios para llevarlo a cabo.

**Recursos Humanos.** La Finca Cafetalera El Pensamiento cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones del uso correcto de un manual de identidad e imagen corporativa, que se desempeñan dentro de la organización.

**Recursos Organizacionales.** La empresa autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria y requerida para llevar a cabo este proyecto.

**Recursos Económicos.** La Finca Cafetalera El Pensamiento cuenta con todos los recursos necesarios que posibilita la realización del proyecto.

**Recursos Tecnológicos.** La Finca Cafetalera El Pensamiento cuenta con todo el equipo y las herramientas necesarias para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Computadora DELL XPS 13 Core i7 7th Generation
- Cámara fotográfica Nikon Coolpix B500
- Programas de diseño Adobe Illustrator, Adobe InDesign,  
Adobe Photoshop

## **CAPÍTULO III**

### **OBJETIVOS DEL DISEÑO**

### **Capítulo III: Objetivos del diseño**

#### **Objetivo General**

Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento.

#### **Objetivos Específicos**

Recopilar información histórica y relevante de Finca El Pensamiento a través del Brief proporcionado por el cliente, para fundamentar el desarrollo de una identidad gráfica alineada con la visión y los objetivos comerciales de la empresa y sus colaboradores.

Investigar términos, conceptos, teorías, tendencias y tecnologías de diseño relacionadas con el café de especialidad; a través de fuentes bibliográficas, análisis de casos de éxito y estudios de mercado que respalde científicamente la propuesta del diseño de del manual de marca.

Diagramar, ilustrar y crear guías visuales a través del diseño del logotipo, eslogan, paleta cromática, layouts, mockups y elementos gráficos; con el fin de establecer normas claras para el uso de la imagen corporativa de Finca Cafetalera El Pensamiento.

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

## **CAPÍTULO IV**

### **MARCO DE REFERENCIA**

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

### **Información General del Cliente**

La Finca Cafetalera El Pensamiento fue fundada en 1866 por Manuel Monterroso, en el municipio de Fraijanes, perteneciente al departamento de Guatemala. Actualmente se dedica principalmente al cultivo y exportación de café oro de especialidad.

### **Misión**

Cultivar café de especialidad de excelencia en Fraijanes, Guatemala, a través de prácticas agroforestales sostenibles que preserven el medio ambiente y fortalezcan las comunidades locales, ofreciendo un producto único que deleite a consumidores globales y promueva la tradición cafetalera con responsabilidad y pasión.

### **Visión**

Ser un referente en la producción de café de especialidad de altura de Fraijanes, Guatemala, ofreciendo una experiencia sensorial única y memorable a consumidores exigentes, a través de un café de excelencia cultivado con prácticas agroforestales sostenibles y socialmente responsables que honren nuestra tradición y preserven el entorno.

## FODA



Figura 2. Realizada por Valentina Jiménez Monterroso. FODA.

*Ver brief completo en Anexo 1.*

## Organigrama



Figura 3. Realizada por Valentina Jiménez Monterroso. Organigrama.

*Ver brief completo en Anexo I.*

## **CAPÍTULO V**

### **DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO**

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 20 a 50 años de edad, con un nivel socioeconómico D1, C3, C2 y C1; que desempeñan en las áreas de mercadeo, diseño y comunicación de la Finca Cafetalera El Pensamiento, por tanto, cuentan con un conocimiento base tanto de la empresa como de principios de diseño y mercadeo.

### Perfil Geográfico

El grupo objetivo reside en el municipio de Fraijanes y carretera a El Salvador, trabaja tanto en zonas urbanas de la ciudad de Guatemala como en el municipio de Fraijanes mismo. Transita por zonas urbanas y rurales del departamento de Guatemala, así como departamentos aledaños como Santa Rosa. Se entretiene en áreas de recreación al aire libre, cafés locales y actividades relacionadas con la agricultura o café de especialidad nacional e internacional. Puntualmente, el proyecto se ubicará en el municipio de Fraijanes, dentro del departamento de Guatemala.

### Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 20 a 50 años de edad. Con un nivel socioeconómico D1, C3, C2 y C1 **según** la tabla de NSE Multivex 2018.

| CARACTERÍSTICAS     | NIVEL C1  | NIVEL C2   | NIVEL C3   | NIVEL D1          |
|---------------------|---|--|--|-------------------|
| Ingresos            | Q25,000.00  | Q17,500.00   | Q11,900.00                                       | Q7,200.00         |
| Educación de padres | Superior, licenciatura.   | Superior, licenciatura.  | Licenciatura                                     | Media completa    |
| Educación hijos     | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y postgrado extranjero con beca. | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o públicas. | Hijos menores en escuelas, mayores en U estatal. | Hijos en escuela. |

| CARACTERÍSTICAS       | NIVEL C1  | NIVEL C2   | NIVEL C3   | NIVEL D1  |
|-----------------------|---|--|--|---|
| Desempeño             | Ejecutivo medio, comerciante, vendedor.   | Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.   | Comerciante, vendedor, dependiente.  | Obrero, dependiente.                                    |
| Vivienda              | Casa/depto. rentada o financiada, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos.                         | Casa/depto. rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos. | Casa/depto. rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala.                                    | Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala.       |
| Otras propiedades     | Sitios/terrenos, interior por herencias.  |  |  |   |
| Personal de servicio  | Por día   | Por día, eventual  | Eventual   |   |
| Servicios financieros | 1-2 cuentas Q monetarios y ahorro. Plazo fijo 1-2 TC intl. Seguro colectivo de salud.   | 1 cta. Q monetaria y ahorro, 1 TC local.   | 1 cta Q ahorro, TC local   | cta. Q ahorro   |
| Posesiones            | Autos 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 8-10 años sin seguro.                  |
| Bienes de comodidad   | 1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos. | 1 teléfono fijo mínimo, 1.2 celulares, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos.      | 1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV y electrodomésticos básicos. | 1 celular, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos. |
| Diversión             | Cine, CC, parques temáticos locales.  | Cine, CC, parques temáticos locales.   | Cine eventual, CC, parque, estadio.  | CC, parque, estadio.                                    |

Figura 4. Realizada por Valentina Jiménez Monterroso. NSE.

*Ver tabla completa de NSE en Anexo II*

### **Perfil psicográfico**

El grupo objetivo está integrado por mujeres y hombres de 20 a 50 años, con niveles socioeconómicos D1, C3, C2 y C1, que comparten una mentalidad creativa, estratégica y comprometida con la promoción de la marca. Estas personas valoran la autenticidad, la sostenibilidad y la calidad del café de especialidad, mostrando un fuerte sentido de pertenencia hacia la finca y su legado de más de 150 años.

Su interés por la innovación en diseño gráfico y comunicación los lleva a apreciar la importancia de una identidad visual coherente para destacar en el mercado. Disfrutan de actividades recreativas como visitar cafés locales o participar en eventos relacionados con la cultura del café, y están motivados por contribuir al posicionamiento de la finca a través de estrategias visuales que reflejen los valores de sostenibilidad y excelencia.

### **Perfil conductual**

El grupo objetivo exhibe comportamientos enfocados en la creación y aplicación de estrategias de comunicación efectivas para fortalecer la imagen de la finca. Estas personas, con conocimientos en diseño y mercadeo, participan activamente en la gestión de la marca, buscando implementar un manual de identidad visual que estandarice el uso del logotipo y otros elementos gráficos en empaques, redes sociales y materiales promocionales.

Frecuentan cafés locales y eventos agrícolas en Fraijanes, la Ciudad de Guatemala y áreas cercanas como Santa Rosa, donde se involucran en actividades que promueven el café de especialidad. Su compromiso con la finca se refleja en su esfuerzo por desarrollar campañas que resalten la calidad y sostenibilidad del producto, utilizando sus habilidades para garantizar un posicionamiento competitivo en el mercado local e internacional.

## **CAPÍTULO VI**

### **MARCO TEÓRICO**

## Capítulo VI: Marco Teórico

### Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio

#### *Empresa*

Se refiere a una entidad organizada que integra recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos para producir bienes o servicios, con el propósito de satisfacer necesidades del mercado y generar valor económico y social (Chiavenato, 2006).

Una empresa dedicada al cultivo del café de altura es una organización dedicada a la producción de café cultivado en zonas montañosas de alturas entre 1200 a 2100 msnm, calificando al producto como café de especialidad (Emond-Boisjoly, 2024).

#### *Marca*

Una marca es un símbolo, nombre, diseño o combinación de estos que identifica un producto o servicio, evocando asociaciones emocionales y funcionales en los consumidores (Keller, 2013).

#### *Identidad corporativa*

La identidad corporativa es el conjunto de elementos visuales tales como logotipo, paleta cromática y tipografía; verbales y filosóficos. Es decir, contempla tanto la narrativa y el tono, como la misión, visión y valores de una empresa. Definiendo así la personalidad de una organización y la diferencian en el mercado (Costa, 2004).

### ***Finca***

Propiedad rural destinada principalmente a actividades agrícolas, ganaderas o forestales, la cual opera como una unidad productiva integrada. Utiliza recursos naturales y humanos para generar bienes o servicios, los cuales pueden o no enfocarse de manera sostenible con el ambiente (FAO, 2014).

### ***Café de especialidad***

Se define como café de especialidad a aquel que presenta una alta calidad, cultivado en condiciones específicas, con un puntaje superior a 80 en la escala de la Asociación de Café de Especialidad (*Specialty Coffee Association*). Son cafés que destacan por su origen, manejo, sabor, aroma, cuerpo o procesos sostenibles (SCA, 2020).

### ***Sostenibilidad***

Término que implica prácticas que satisfacen las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. Integra dimensiones ambientales, agrícolas, sociales y económicas en las prácticas de producción y consumo (Brundtland, 1987).

## Conceptos Fundamentales Relacionados con la Comunicación y el Diseño

### *Conceptos relacionados a la comunicación*

**Concepto de comunicación** La comunicación es la esencia de la vida en la sociedad y sin ella no existirían mercados, ni política, ni arte. Comunicar es el proceso en el que se exteriorizan los pensamientos y se transmite y recibe lo que se considera relevante en nuestras interrelaciones. (Guerrini, n.d.)

La comunicación es, entonces, aquel proceso de intercambio de información, ideas, emociones y significados entre dos o más entidades, a través de diversos medios. Implica un **emisor** y un codificador, así como un canal y contexto específico (Shannon, C. E. & Weaver, 1949).

### **Principales autores de la comunicación**

**Marshall McLuhan** (1911–1980) fue un teórico de la comunicación conocido por su frase “el medio es el mensaje”, que destaca cómo el canal de comunicación (como los elementos visuales) influye en la percepción del mensaje, y por su análisis de los medios en la sociedad moderna (McLuhan, 1964).

**Ferdinand de Saussure** (1857–1913), considerado el padre de la semiología moderna, desarrolló la teoría de los signos, que explica cómo los significados se construyen a través de la relación entre el significante (forma del signo, como una imagen o palabra) y el significado (concepto que representa), sentando las bases para la comunicación simbólica (Saussure, 1916/2009).

**Proceso de comunicación** Se refiere al proceso de la comunicación que integra las etapas mediante las cuales un emisor transmite un mensaje a un receptor por medio de un canal, utilizando un código compartido, con el objetivo de generar un estímulo, respuesta o retroalimentación; todo dentro de un contexto en específico el cual puede incluir ruido o interferencias (Shannon & Weaver, 1949).

**Comunicación visual** La comunicación visual es el proceso de transmitir mensajes, ideas o valores a través de elementos gráficos como imágenes, colores, formas, tipografías y composiciones, que son interpretados por un receptor dentro de un contexto cultural y social (Lester, 2014).

Según la teoría de la comunicación visual, los elementos visuales funcionan como un código compartido el cual evoca respuestas emocionales y cognitivas, influyendo en la percepción de una marca (Barnard, 2005).

**Comunicación organizacional** La comunicación organizacional es el proceso mediante el cual se transmiten, reciben e interpretan mensajes dentro de una organización, facilitando la coordinación, la toma de decisiones y el cumplimiento de objetivos a través de flujos de información formales e informales entre sus miembros (Robbins & Judge, 2017).

## Esquema de comunicación

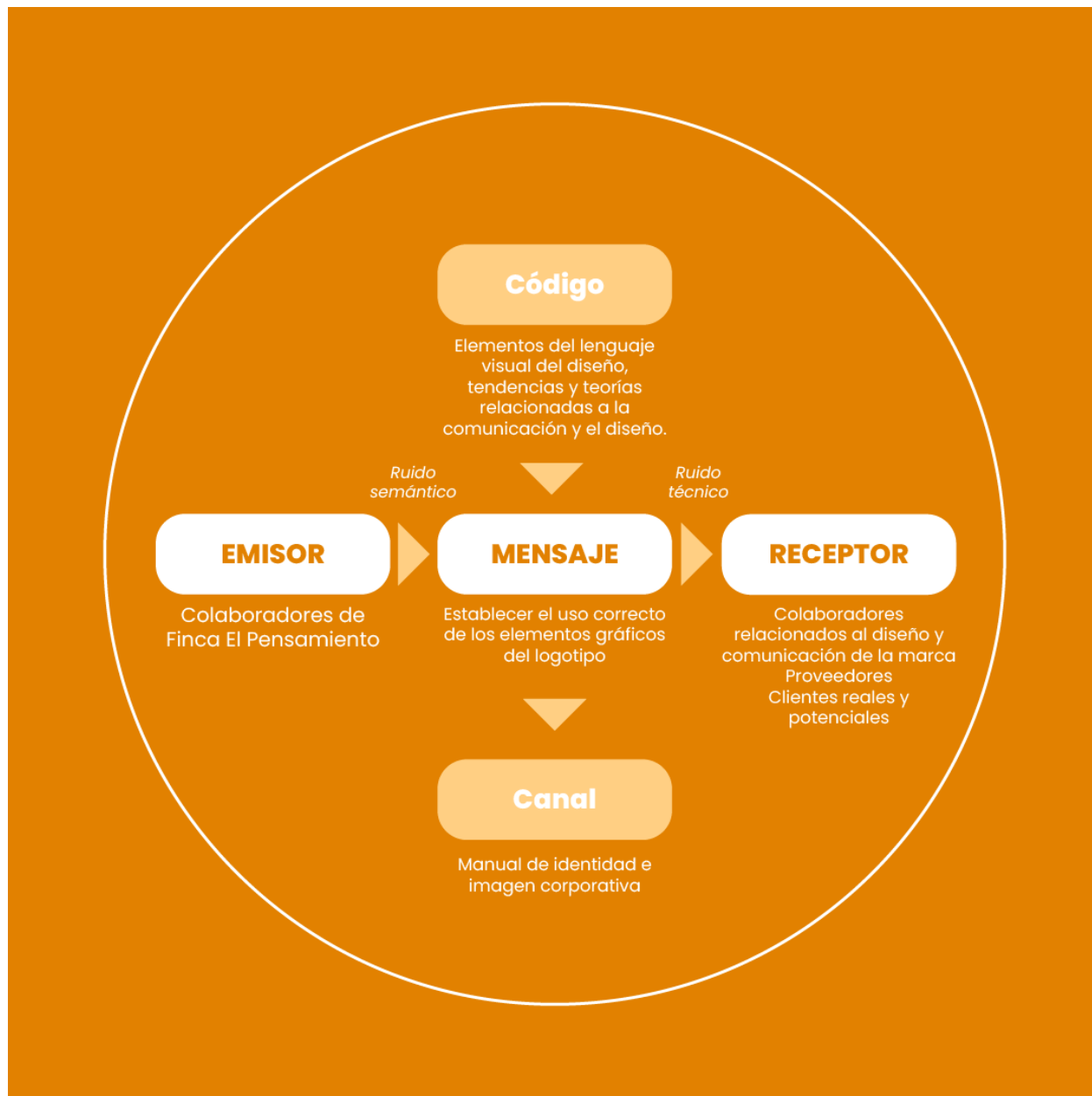


Figura 5. Realizada por Valentina Jiménez Monterroso. Esquema de Comunicación.

**Funciones de la comunicación** Las funciones de la comunicación son los propósitos o roles que cumple el intercambio de información o mensajes dentro de contextos determinados. La función expresiva permite manifestar emociones, opiniones o valores, conectando a los individuos emocionalmente (Fiske, 1990).

La función informativa transmite datos o conocimientos de manera clara, promoviendo el entendimiento entre emisor y receptor (Shannon & Weaver, 1949). La función persuasiva busca influir en las actitudes o comportamientos, convenciendo a los receptores para que adopten ciertas ideas o acciones (Kotler & Keller, 2016).

La función social mantiene y refuerza los vínculos interpersonales, apoyando la interacción en grupos o culturas (Samovar, Porter & McDaniel, 2010). La función estética se centra en la creación de mensajes visuales o artísticos que generan placer o impacto estético, como en el diseño o la publicidad (Lester, 2014).

**Estrategias de comunicación** Se refieren a los enfoques de la comunicación con el fin de transmitir de manera efectiva el mensaje. Se relacionan a las funciones de la comunicación.

La estrategia informativa transmite datos claros y precisos para educar o informar a la audiencia, utilizando canales como informes, presentaciones o medios escritos (Fiske, 1990). La estrategia persuasiva tiene como objetivo influir en las actitudes o comportamientos de los receptores, empleando técnicas de argumentación y mensajes emocionales, comunes en publicidad (Kotler & Keller, 2016). La estrategia digital utiliza plataformas en línea, como redes sociales o sitios web, para amplificar el alcance y la interacción con la audiencia (Kaplan & Haenlein, 2010). La estrategia de crisis gestiona mensajes en situaciones de emergencia, manteniendo la confianza y claridad bajo presión (Coombs, 2014).

### *Conceptos fundamentales relacionados con el diseño*

**Diseño** Disciplina creativa y técnica que incorpora la planificación y creación de objetos, sistemas o experiencias visuales, funcionales y estéticas; con el propósito de resolver problemas, comunicar mensajes específicos o mejorar experiencias humanas con su entorno (Heskett, 2002).

#### **Principales autores del diseño**

**Paul Rand** (1914–1996) fue un diseñador gráfico estadounidense conocido por la creación de logotipos de marcas como IBM y UPS. Estableció los principios de simplicidad, claridad y atemporalidad en el diseño de identidades corporativas (Rand, 1993).

**Ellen Lupton** Diseñadora y educadora estadounidense, ha contribuido al diseño gráfico con textos accesibles sobre tipografía, diseño visual y comunicación, destacando cómo los elementos gráficos transmiten mensajes efectivos (Lupton & Phillips, 2015).

**Josef Müller-Brockmann** (1914–1996), diseñador suizo, fue pionero del estilo tipográfico internacional, promoviendo el uso de retículas (grid systems) y tipografías sans-serif para diseños ordenados y funcionales, como se detalla en *Grid Systems in Graphic Design* (Müller-Brockmann, 1981).

**Diseño gráfico** Disciplina que combina y utiliza elementos visuales, tales como tipografías, colores, símbolos, formas e imágenes, con el fin de comunicar mensajes de manera efectiva y estética. Dichos elementos deben de ser alineados con los objetivos de una organización y su grupo objetivo (Lupton & Phillips, 2015).

**Elementos del diseño:** Componentes fundamentales para la creación de composiciones visuales efectivas; que incluyen líneas, formas, colores, texturas, espacios, tipografías y tonos.

Deben de estar organizados con el fin de transmitir mensajes, resolver problemas o generar impacto estético y funcional (Lupton & Phillips, 2015).

**Manual de identidad corporativa** Documento que establece las normas y directrices para el uso consistente de los elementos visuales de una marca, como logotipo, tipografías y colores, asegurando coherencia en su comunicación (Costa, 2004).

**Introducción** Sección inicial de un manual que presenta el propósito, objetivos y contexto del documento, proporcionando una visión general de la marca y su identidad visual (Lupton & Phillips, 2015).

**Logotipo** Símbolo gráfico que representa la identidad de una marca, diseñado para ser memorable, distintivo y escalable en diferentes formatos (Rand, 1993).

**Versión digital interactiva del logotipo** Adaptación del logotipo optimizada para entornos digitales, con características interactivas como animaciones o responsividad para plataformas web o redes sociales (Wheeler, 2018).

**Tipografía corporativa** Conjunto de fuentes seleccionadas para representar la marca en textos, garantizando legibilidad, consistencia y alineación con su personalidad (Bringhurst, 2004).

***Paleta cromática*** Selección de colores definidos para una marca, diseñados para evocar emociones y mantener consistencia visual en todas sus aplicaciones (Albers, 2006).

***Elementos gráficos complementarios*** Íconos, patrones o ilustraciones que apoyan la identidad visual de la marca, añadiendo versatilidad y riqueza a sus aplicaciones (Lupton & Phillips, 2015).

***Aplicaciones de marca*** Ejemplos prácticos que muestran cómo se implementan los elementos de la identidad visual en medios como empaques, papelería, redes sociales o señalización (Wheeler, 2018).

***Usos incorrectos del logotipo*** Sección del manual que especifica errores comunes en la aplicación del logotipo, como distorsiones, colores incorrectos o proporciones inadecuadas, para preservar su integridad (Costa, 2004).

***Mockups*** Representaciones visuales realistas que simulan cómo se aplican los elementos de la identidad en productos o entornos reales, como empaques o anuncios (Wheeler, 2018).

***Anexos*** Sección complementaria del manual que incluye información adicional, como archivos digitales, plantillas, especificaciones técnicas o referencias legales de la marca (Lupton & Phillips, 2015).

***Digitalización*** Proceso de conversión de información analógica a un formato digital mediante el uso de tecnologías tales como escáneres, cámaras o softwares; permitiendo almacenar, editar y distribuir en medios tecnológicos (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

***Diagramación*** Se refiere al proceso de organización de elementos visuales y textuales (imágenes, tipografías y espacios), dentro de una composición con el fin de que esta sea legible, equilibrada y estética, optimizando así la comunicación del mensaje (Lupton & Phillips, 2015).

## **Ciencias auxiliares, artes, teorías, tecnologías y tendencias**

### ***Ciencias auxiliares***

**Semiología** Ciencia que se dedica al estudio de los signos y sus sistemas, analizando cómo se construyen y transmiten significados en la comunicación humana a través de códigos visuales, verbales o simbólicos (Saussure, 1916/2009).

**Lingüística** La lingüística es la ciencia que estudia el lenguaje, su estructura, uso y significado, analizando cómo las palabras y textos comunican ideas en contextos sociales (Chomsky, 2006).

**Psicología** Ciencia que estudia los procesos mentales, emociones y comportamientos humanos, explorando las percepciones e interpretaciones de las personas a su entorno (Myers, 2010).

**Psicología de la comunicación** Rama de la psicología dedicada al estudio de los procesos psicológicos y cómo éstos influyen en la transmisión e interpretación de mensajes a un receptor en específico. Considera factores como la percepción y la persuasión humana (Fiske, 1990).

**Psicología del color** Estudio de la influencia de los colores en las emociones, comportamientos y percepciones humanas; impactando la toma de decisiones de grupos en específico (Elliot & Maier, 2014).

**Psicología del consumidor** Rama de la psicología que se dedica al estudio de los procesos mentales, emocionales y conductuales influyentes directos en las decisiones de compra.

Incluyendo factores como la motivación, percepción y las actitudes que determinan la preferencia de los consumidores hacia un producto o servicio (Schiffman & Kanuk, 2010).

**Psicología organizacional** Se refiere a la vertiente de la psicología dedicada a examinar el comportamiento humano en entornos laborales. Se enfoca en elementos como el liderazgo, motivación, trabajo en equipo y la comunicación de los involucrados con el fin de un mejor desempeño y bienestar de los mismos y las organizaciones (Robbins & Judge, 2017).

**Psicología audiovisual** Ciencia dedicada a la investigación de estímulos visuales y sonoros. Se enfoca en cómo el humano percibe y se comporta dichos estímulos en los cuales se incluyen imágenes, videos o gráficos; analizando así el impacto de estos en la comunicación (Zettl, 2013).

**Antropología** Disciplina dedicada al estudio de las culturas, prácticas y creencias humanas; integra el estudio de forma de la construcción de las comunidades y sus significados a través de las tradiciones y entornos en donde éstas conviven (Kottak, 2011).

**Deontología** Rama de la ética dedicada al estudio de los deberes y principios morales que permiten una guía al comportamiento profesional, específicamente en contextos de la comunicación y el diseño (Kant, 1785/2002).

## *Artes*

**Tipografía** Técnica y arte de diseñar, seleccionar y organizar tipos de caracteres tipográficos, con el fin de comunicar mensajes de manera clara, estética y funcional. Influye en la percepción y legibilidad de un diseño en específico (Bringhurst, 2004).

**Ilustración** Arte de crear imágenes visuales, generalmente dibujadas o diseñadas digitalmente, permitiendo crear complementos visuales o comunicar ideas, historias o conceptos. A la vez, aporta un estilo único y expresivo a la comunicación visual y composición (Zeegen, 2012).

## *Teorías*

**Teoría del color** Se refiere al estudio de cómo los colores se crean, combinan y perciben. Analizando su impacto emocional, cultural y estético en la comunicación visual, basándose en principios como el círculo cromático, armonías de color y contrastes (Albers, 2006).

**Teoría del recorrido visual** Teoría que se dedica al estudio de la forma en cómo los ojos de los observadores se mueven a través de un diseño, guiados por elementos como la jerarquía, el contraste, la alineación y puntos focales dentro de la composición; con el fin de dirigir la atención hacia la información clave (Lidwell, Holden, & Butler, 2010).

## *Tecnologías*

**Computadora DELL XPS 13 Core i7** Computadora portátil de alto rendimiento equipada con un procesador Intel Core i7 de séptima generación, diseñada para tareas exigentes como el diseño gráfico y edición de video; debido a su capacidad de procesamiento, memoria y pantalla de alta resolución (Dell, 2020).

**Cámara Nikon Coolpix B500** Cámara digital compacta con un sensor de 16 megapíxeles y zoom óptico de 40x. Ideal para capturar imágenes de alta resolución de productos, paisajes y procesos, así como fotografías en exteriores (Nikon, 2016).

**Adobe Illustrator** Adobe Illustrator es un software de diseño vectorial, el cual permite la creación de gráficos escalables tales como logotipos, íconos y patrones. Utilizando herramientas precisas para manipular las formas, colores y tipografías (Adobe, 2023).

**Zoom Meetings** Plataforma de videoconferencias en línea basada en la nube, la cual permite a los usuarios conectarse mediante video, audio, chat y herramientas de colaboración. Convirtiéndose en un medio facilitador de reuniones, webinars y comunicación remota en tiempo real (Zoom, 2023).

### ***Tendencias***

En esta sección se describen cuatro tendencias relacionadas al diseño gráfico del año 2025, seleccionadas como inspiración y punto de partida a una conceptualización gráfica del manual de identidad corporativa de la Finca Cafetalera El Pensamiento. Estas tendencias se alinean con los valores que la marca desea transmitir, como sostenibilidad, calidad y tradición de marca; comunicando así de manera efectiva con actores internos y externos.

**Visualización creativa de datos** Se conoce como la transformación de datos complejos en infografías o gráficos interactivos, con el fin de facilitar la comprensión mediante el uso de colores vibrantes y narrativas visuales atractivas incorporando formas orgánicas para humanizar la complejidad de información (Adobe, 2025).

El manual de identidad corporativa incluirá guías para infografías métricas de sostenibilidad o calidad del café, con tonos tierra y formas orgánicas, reforzando la transparencia y tradición de la marca.

**Animación narrativa** Es la tendencia gráfica que utiliza animaciones fluidas que imitan movimientos naturales con el fin de relatar historias dinámicas en branding digital, conectando a nivel emocional con la audiencia (Adobe, 2025).

El manual especificará animaciones del logotipo para redes sociales o sitios web, con parámetros de duración; asegurando una narrativa envolvente de calidad y cercanía.

**Insignias góticas** Diseños heráldicos hechos con tipografías intrincadas con inspiración de estética vintage, modernizados mediante texturas metálicas. Usualmente utilizadas en empaque con la finalidad de transmitir prestigio, combinar elegancia histórica y estilo contemporáneo (Adobe, 2025).

El manual de identidad gráfica corporativa guiará la creación de insignias con tipografías góticas y motivos de café para la creación de empaques elegantes y contemporáneos con influencia vintage, destacando la tradición y especialidad del producto.

**Artesanal** Es la tendencia gráfica de diseño que incorpora ilustraciones y texturas artesanales, digitalizadas por medio de softwares que añaden autenticidad y calidez, siendo un contraste con la pulidez digital que permite la tecnología contemporánea y reflejando el toque humano en el diseño gráfico (Mediactiu, 2025).

En el manual de identidad gráfica corporativa se detallarán texturas o ilustraciones estilo handcrafted para empaques, redes sociales o sitios. Resaltando el proceso artesanal y la sostenibilidad del café de especialidad de la finca.



*Figura 6. Realizada por Valentina Jiménez. Tablero de tendencias que desglosa las tendencias de visualización creativa de datos, animación narrativa, insignias góticas y artesanal.*

*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**

### **Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

#### ***Comunicación corporativa***

La comunicación corporativa se emplea en el proyecto como una herramienta para facilitar la comunicación, entendimiento y uso de los elementos gráficos del manual de identidad hacia el departamento de medios, publicidad y diseño de Finca El Pensamiento de manera efectiva.

#### ***Diseño gráfico***

El diseño gráfico es la disciplina base para la creación del manual de identidad corporativa, estableciendo los parámetros y guías para la creación de elementos visuales que comuniquen mensajes y refuercen la identidad de la marca.

#### ***Psicología del color***

La psicología del color orienta la selección de la paleta cromática del manual, asegurando que los colores evoquen emociones alineadas con los valores de la Finca El Pensamiento, garantizando así una identidad atractiva y coherente con la narrativa de la marca.

#### ***Psicología organizacional***

Facilita la adopción del manual por el departamento de medios, publicidad y diseño de la finca. Definiendo estrategias para capacitar al equipo en el uso de las guías, promoviendo colaboración y alineación con los objetivos de la marca; optimizando entonces la comunicación interna para un posicionamiento adecuado de marca.

### ***Tipografía***

Es la técnica que define las fuentes a utilizar en el manual corporativo, seleccionadas para reflejar la personalidad de la Finca El Pensamiento. Establece tipos, tamaños, espaciados y usos de las fuentes para asegurar una imagen y comunicación clara.

### ***Ilustración***

Técnica y arte que se incorpora como elemento gráfico complementario en el manual, creando imágenes estilizadas de granos de café, plantas o paisajes de Fraijanes reflejando autenticidad y corazón de la marca, enriqueciendo la narrativa visual y destacando el elemento artesanal de la finca.

### ***Teoría del color***

La teoría del color guía la creación de la paleta cromática del manual, basada en principios de armonía y contraste. El manual establece reglas para combinar los colores institucionales en diferentes aplicaciones, asegurando uniformidad.

### ***Adobe Illustrator***

Software que se utiliza para el diseño de los elementos vectoriales del manual, como logotipo, insignias y patrones gráficos. Permitiendo crear gráficos escalables de alta calidad para diferentes materiales de la marca.

### ***Insignias góticas***

Tendencia del diseño que se integrará al manual de la marca en elementos gráficos complementarios diseñados con tipografías ornamentales y motivos.

### *Artesanal*

Tendencia del diseño a utilizar en el manual de identidad corporativa de la finca, mediante uso de texturas e ilustraciones artesanales que reflejan el proceso artesanal del café y alineándose con una estética de la marca de manera más actualizada.

### **Conceptualización**

#### *Método*

**Mapeo mental:** El método creativo “mapeo mental” fue creado por Tony Buzan, y usado principalmente para la organización de pensamientos, mejora de la creatividad y la memoria, basándose en estudios del funcionamiento cerebral y la memoria (Buzan & Buzan, 1993).

El método de mapeo mental, funciona de la siguiente forma: Es una técnica que organiza las ideas de manera visual y jerárquica, conectando conceptos centrales con subtemas mediante lazos visuales, estimulando así el pensamiento creativo y la resolución de problemas especialmente para individuos con inteligencia gráfica (Buzan & Buzan, 1993). Se debe llevar el siguiente esquema:

Paso 1: Se debe preparar por medio de la selección de alguna herramienta que permita la elaboración del mapa. Puede ser digital (en plataformas virtuales) o a mano con papel y marcadores.

Paso 2: El siguiente paso es la ramificación de los temas a desarrollar.

Paso 3: Al definir los temas, se deben subramificar los mismos con conceptos relacionados que proporcione mayor detalle.

Paso 4: Se debe realizar una validación de los conceptos desarrollados en la técnica por medio de una sesión colaborativa con el cliente o agentes relacionados a la problemática.

Paso 5: El último paso es la integración del mapa al proyecto, es decir, que los elementos desarrollados para una clarificación del problema deben ponerse en práctica para la resolución del mismo.

Con estos pasos, se debe completar la solución del problema planteado.

### ***Definición del concepto***

Para el proyecto Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento se aplicó la técnica de creatividad titulada mapeo mental. Se desarrollaron los siguientes pasos:

Paso 1: Se coloca en el centro “Manual de identidad gráfica - Finca Cafetalera El Pensamiento” para definir qué y acerca de quién estamos desarrollando los temas.

Paso 2: A partir del concepto central se ramifican los temas que incluye el manual de identidad gráfica: valores (sostenibilidad, calidad, tradición), elementos gráficos (logotipo, tipografía, paleta cromática, ilustraciones) y aplicaciones (redes sociales, empaque).

Paso 3: Se añaden los subtemas con ideas específicas, como “verde esmeralda para sostenibilidad” o “ilustraciones de granos de café para tradición”, incorporando tendencias como insignias góticas y artesanal.

Paso 4: Se valida con los clientes, quienes son el departamento de diseño y jefes de Finca El Pensamiento para asegurarse que los elementos reflejen los valores de la marca y si es necesario realizar ajustes.

Paso 5: Se incorporan los elementos desarrollados al manual de identidad gráfica de la finca, acompañados de una explicación breve, para guiar al departamento en la aplicación consistente de la identidad visual en empaques, publicaciones digitales y materiales promocionales.

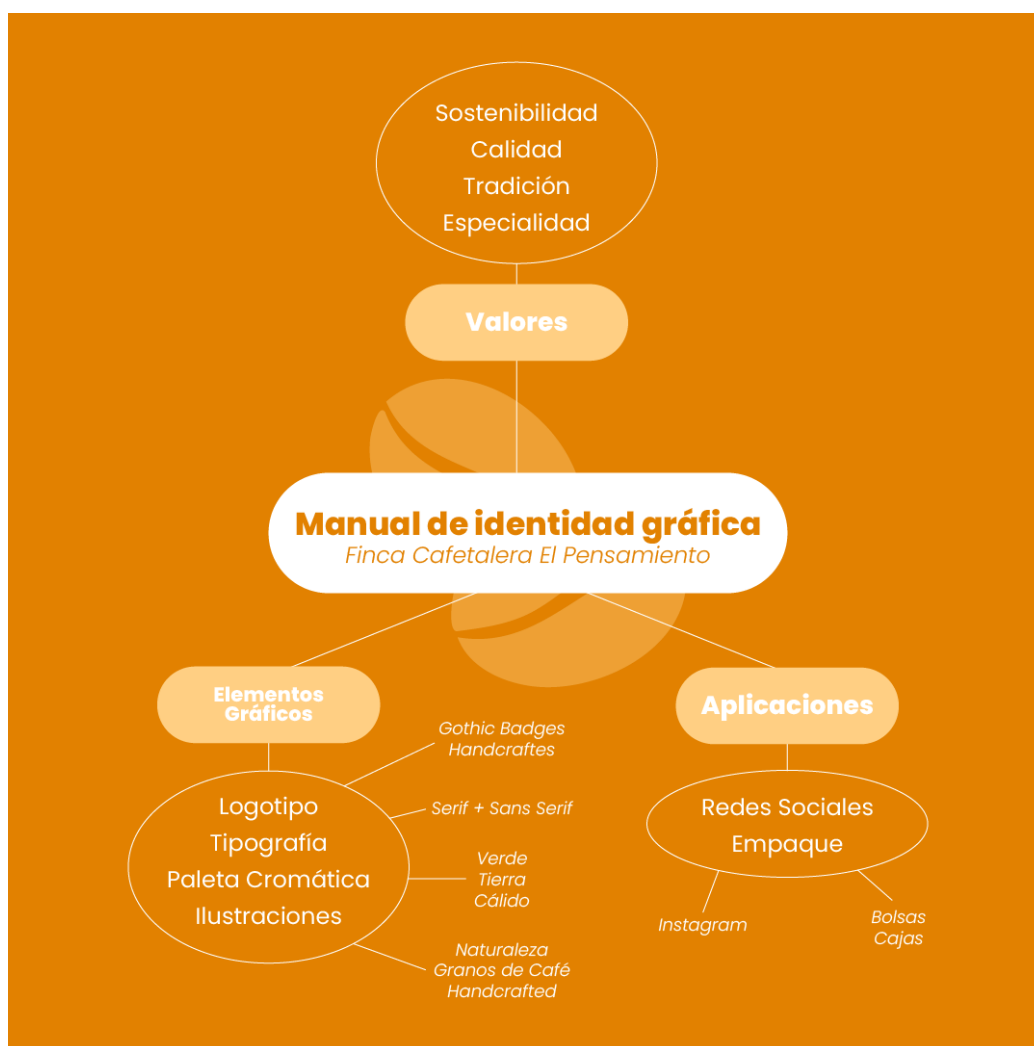


Figura 7. Realizada por Valentina Jiménez. Conceptualización del Método Mapa Mental.

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión de que el concepto de diseño se basará en la frase “Herencia cafetalera de calidad”.

La frase “Herencia cafetalera de calidad” encapsula los valores fundamentales de la Finca El Pensamiento, identificados mediante el mapeo mental. La palabra “herencia” conecta directamente con la tradición, reflejando el legado cultural de Fraijanes y la experiencia de la finca en la producción de café de especialidad. “Cafetalera” ancla la frase en la identidad agrícola de la marca, mientras que “calidad” resalta la excelencia del producto.

De igual forma, la frase funcionará como eslogan y se incluirá en el material presentado.

### **Bocetaje**

Con base en la frase “Herencia cafetalera de calidad” 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***

| <b>Elemento gráfico</b> | <b>Propósito</b>  | <b>Técnica</b>   | <b>Emoción</b>                                  |
|-------------------------|---|--|---|
| Color                   | Establecer una paleta cromática que comunique sostenibilidad, calidad y tradición, asegurando reconocimiento de | El diseñador selecciona tonos verdes esmeralda, marrones café y dorados cálidos en Adobe Color, definiendo códigos | Confianza, autenticidad, tradición y prestigio. |

| Elemento gráfico | Propósito  | Técnica  | Emoción  |
|------------------|--|--|--|
|                  | marca en empaques y medios digitales.  | CMYK, RGB y Pantone para consistencia, basándose en la teoría del color y la psicología del color.   |  |
| Tipografía       | Definir fuentes que reflejen la personalidad de la marca.<br><br>Mostrar jerarquías de forma visual. | Uso de dos o tres tipografías, serif, sans serif y caligráficas, probando espaciados y tamaños que definan jerarquía y brinden personalidad. | Elegancia y claridad, transmitiendo herencia cafetalera y profesionalismo. |
| Fotografías      | Mostrar la autenticidad del proceso cafetalero y los paisajes de                                     | El diseñador esboza composiciones fotográficas en papel, enfocándose   | Calidez y autenticidad.  |

| Elemento gráfico   | Propósito  | Técnica  | Emoción                        |
|--------------------|--|--|--------------------------------|
|                    | Frajanes, reforzando la narrativa de sostenibilidad y calidad en materiales promocionales.                                 | en imágenes de cultivos, granos y trabajadores, luego edita en Adobe Photoshop con filtros cálidos y texturas artesanales. |                                |
| Diagramación       | Organizar el contenido del manual (logotipo, tipografía, aplicaciones) en un diseño claro y funcional, facilitando su uso. | El diseñador crea retículas en los bocetos con jerarquías y espacios equilibrados.   | Orden y profesionalismo.       |
| Elementos gráficos | Incorporar ilustraciones e insignias que refuercen la narrativa de tradición y calidad,                                    | El diseñador dibuja a mano ilustraciones de granos de café y ramas, digitalizadas en Adobe Illustrator.                    | Prestigio y conexión cultural. |

| Elemento gráfico | Propósito  | Técnica | Emoción |
|------------------|--|---------|---------|
|                  | enriqueciendo aplicaciones como empaques y redes sociales. |         |         |

Figura 8. Realizada por Valentina Jiménez. Tabla de Requisitos.

### Proceso de Bocetaje

#### Bocetaje Natural

#### Imagotipo Versión 01



**Bocetaje Natural**

*Imagotipo Versión 02*



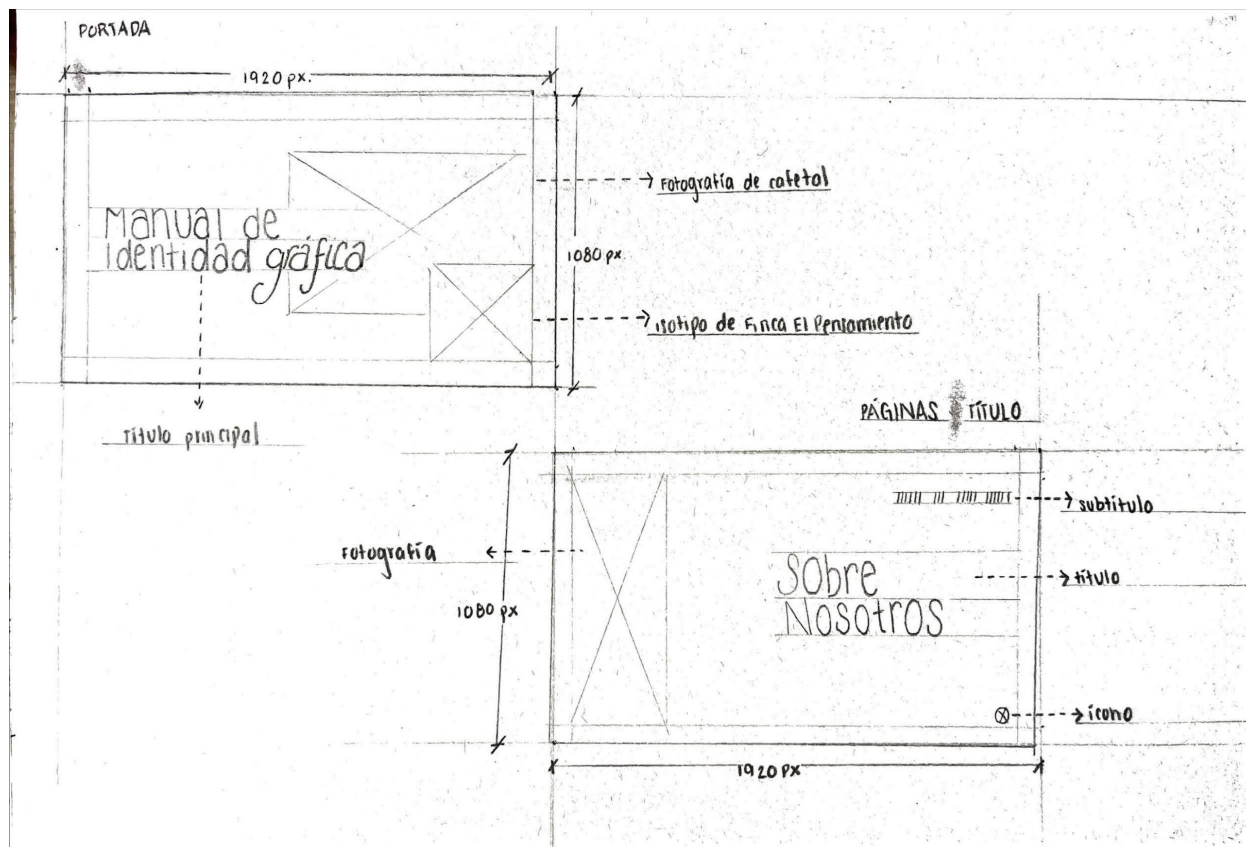
**Bocetaje Natural**

*Imagotipo Versión 03*



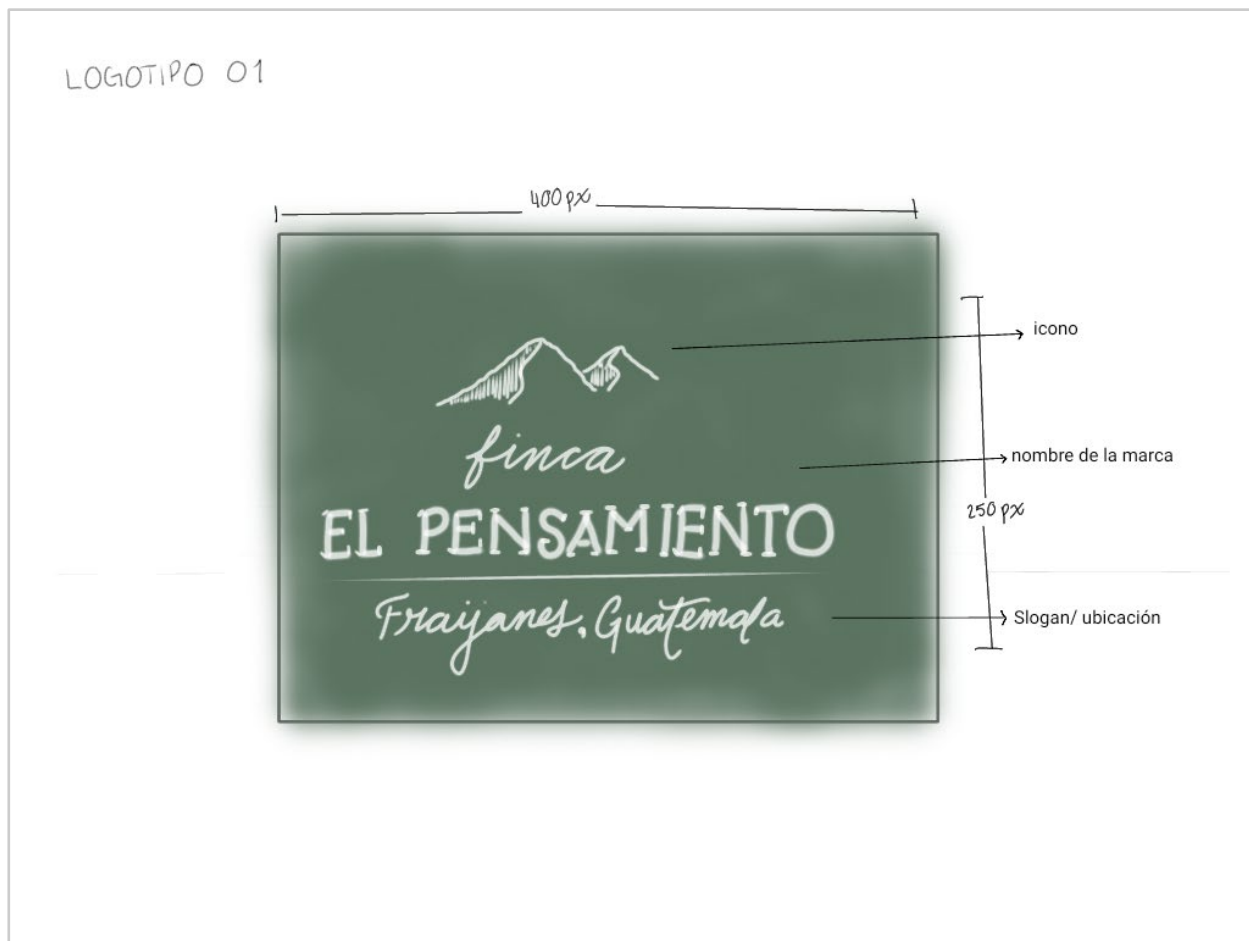
### **Bocetaje Natural**

*Portada del Manual y Página "Sobre Nosotros"*



**Bocetaje Formal**

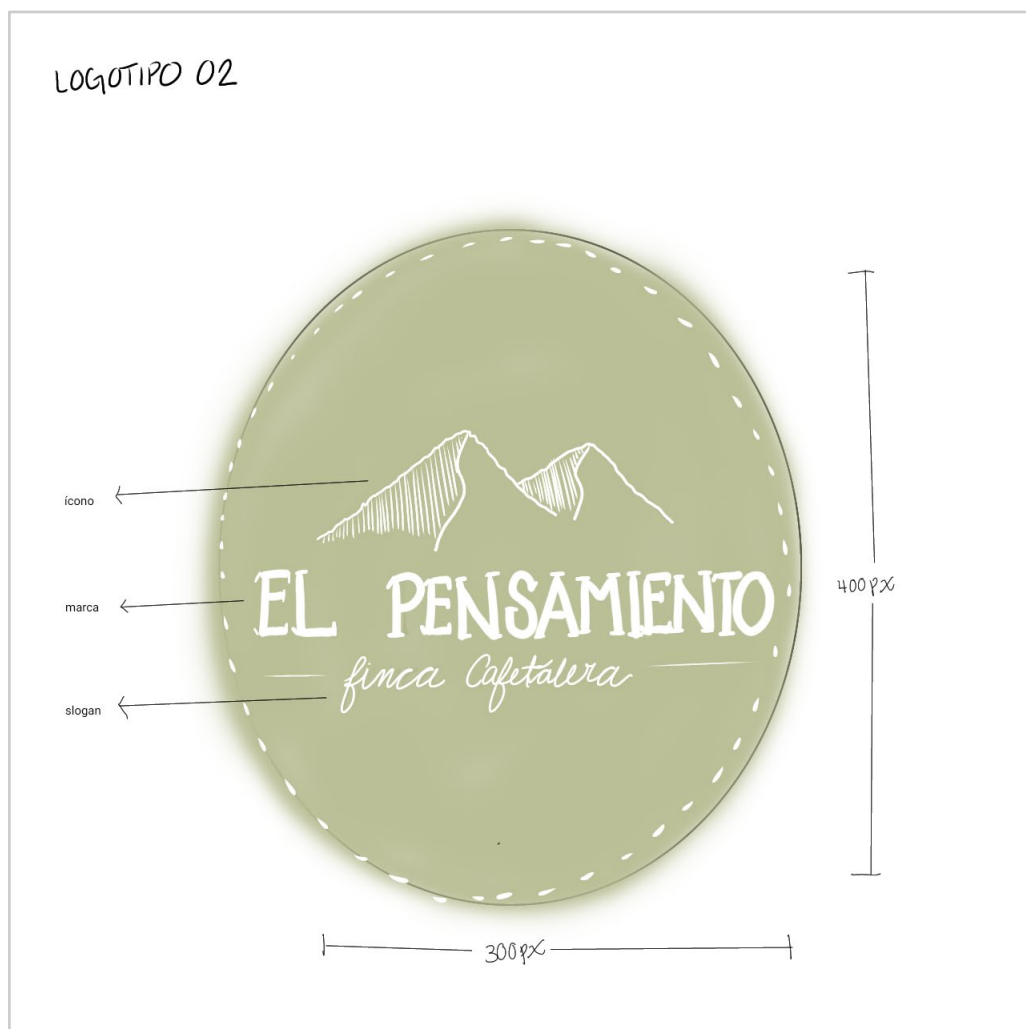
### Logotipo Variante 01



**Descripción:** Variante de logotipo número uno de dimensiones 400px por 250 px, tipografías Warbler Deck y Altesse Std Regular, código de color ##304018 de fondo y #ffffff de tipografía e ícono.

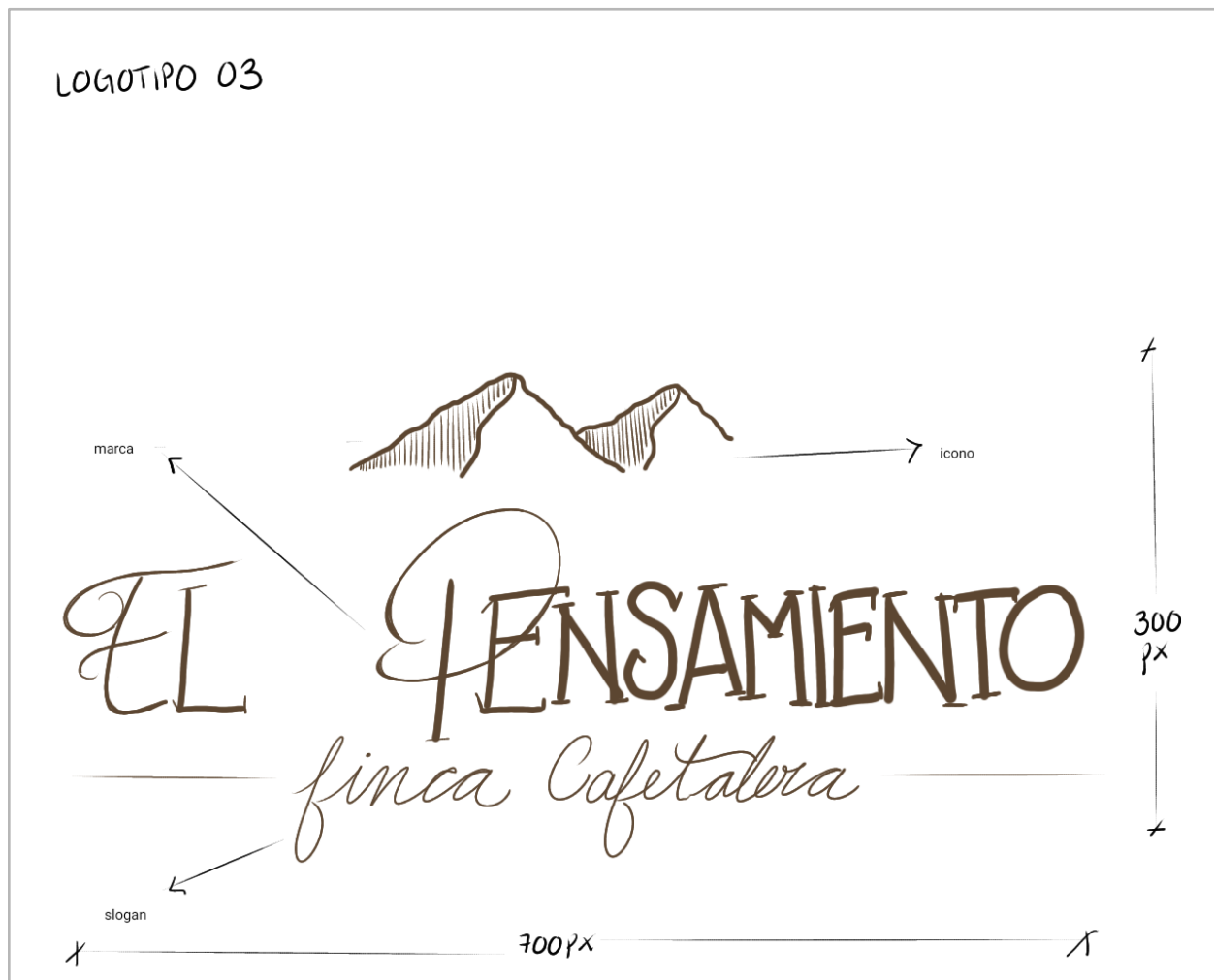
### Bocetaje Formal

### Logotipo Variante 02



**Descripción:** Variante de logotipo número dos de dimensiones 400px por 300 px, tipografías Warbler Deck y Altesse Std Regular, código de color #a69c67 y #ffffff de tipografía e íconos.

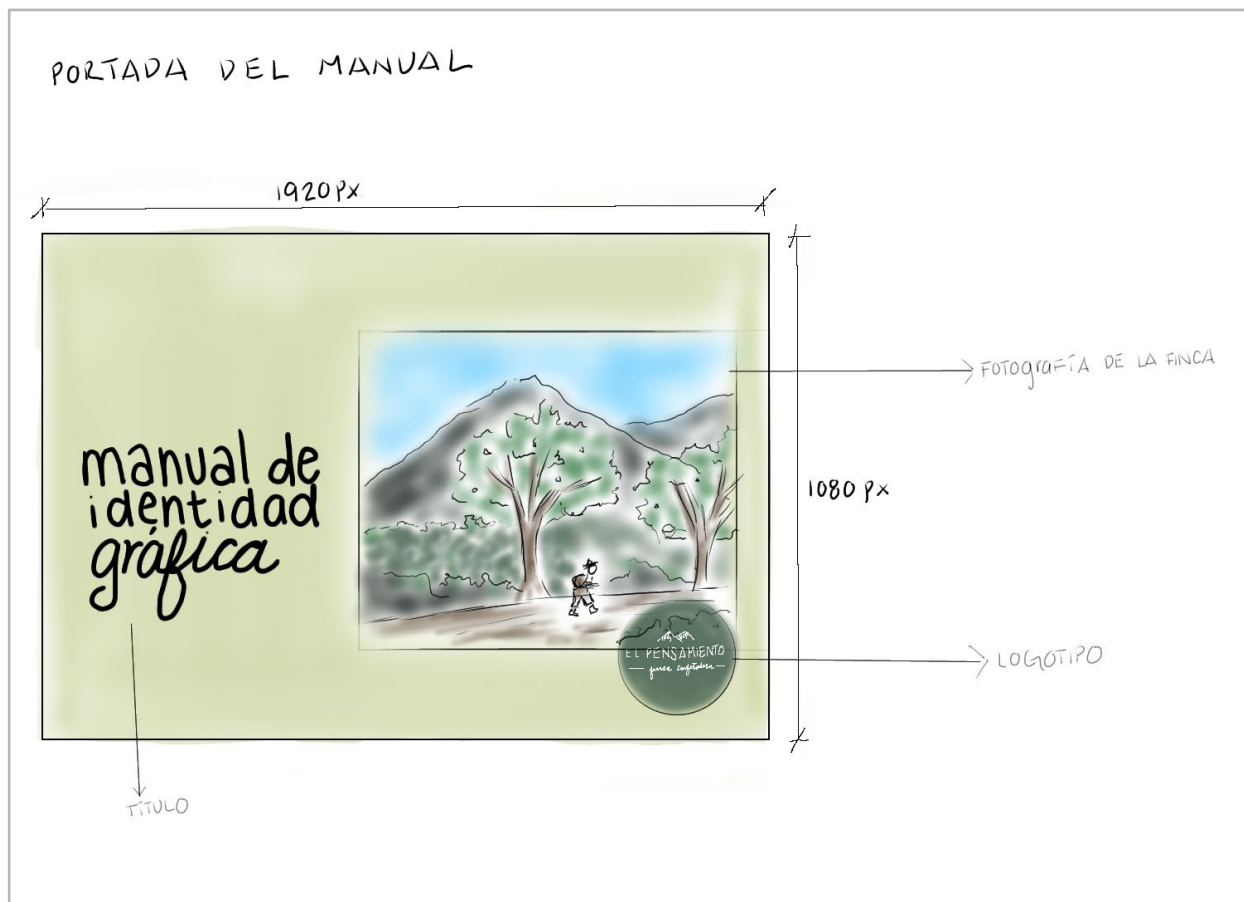
### Bocetaje Formal

**Logotipo Variante 03**

**Descripción:** Variante de logotipo número dos de dimensiones 700px por 300 px, tipografías Warbler Deck y Altesse Std Regular, código de color #592a0e en tipografía e íconos.

**Bocetaje Formal**

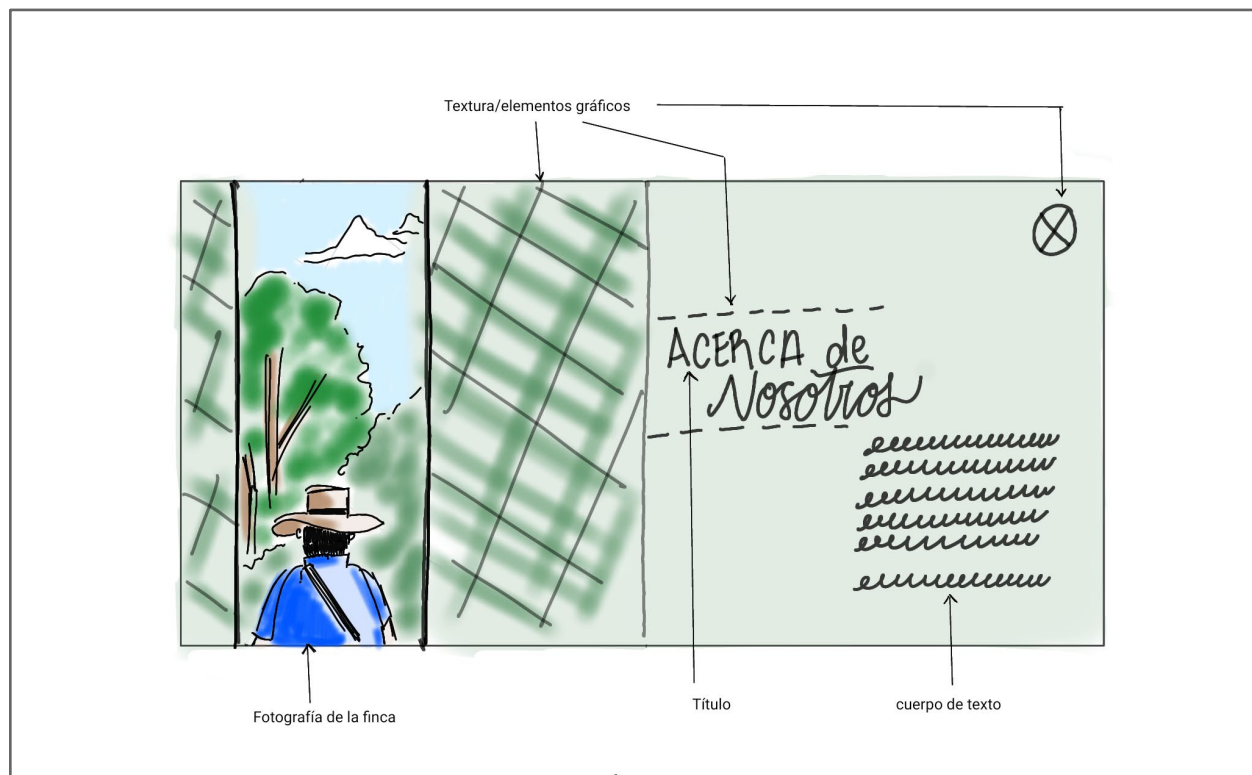
## Portada del Manual de Identidad



**Descripción:** Portada de manual con dimensiones 1920px por 1080 px, tipografías Baskerville Old Face y Altesse Std Regular, código de color #63735c de fondo de página, fotografía de Finca El Pensamiento dimensiones 500 px por 300 px. Logotipo variante 2 y código hex en tipografía #f2e6d8.

## Bocetaje Formal

*Sección “Acerca de Nosotros” del Manual de Identidad*



**Descripción:** Página “Acerca de nosotros” del manual de identidad gráfica con dimensiones 1920px por 1080 px, tipografías Baskerville Old Face y Altesse Std Regular, código de color #63735C de fondo de página, fotografía de Finca El Pensamiento dimensiones 240 px por 500 px. Textura vectorial colores #63735C y #CBD9C1.

## Proceso de Digitalización de los Bocetos

### Digitalización de Logotipos y sus Variantes



**Descripción:** Bocetos digitalizados en 5 pasos, de tipografía de logotipo con dimensiones 400 px x 200 px en blanco y negro como base a las variantes del imagotipo.

## Proceso de Digitalización de los Bocetos

### Digitalización de Logotipos y sus Variantes



**Descripción:** Bocetos digitalizados en 6 pasos, de imagotipo versión 01 con dimensiones 400px x 200px. En sus variaciones de color positivo-negativo #112607, # 63735c, #112607 y #cbd9c1. Utilizando herramientas de pluma, texto y creación de contornos.

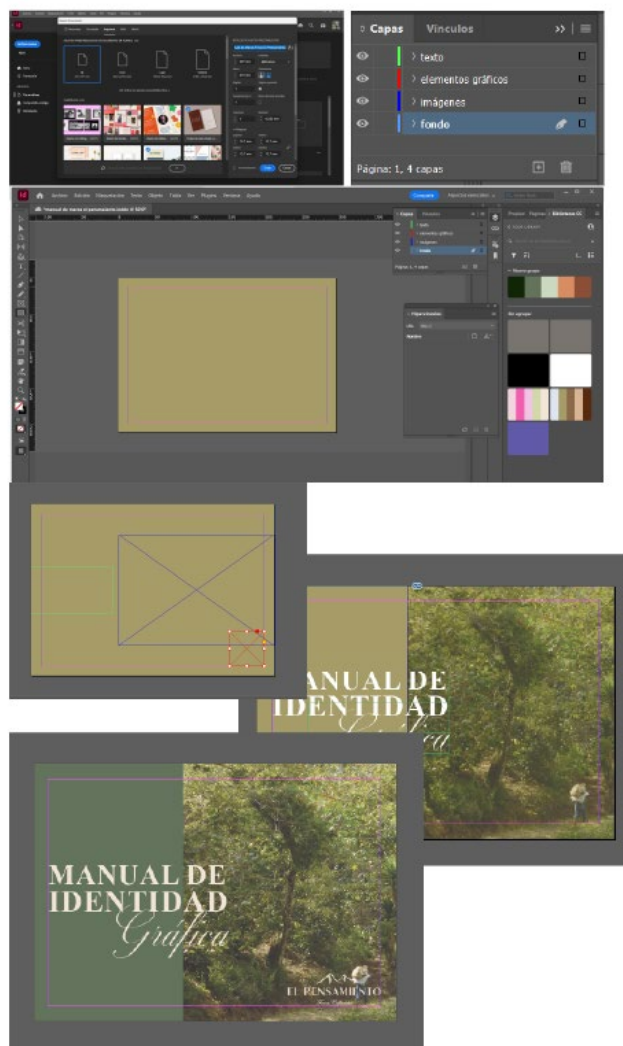
## Proceso de Digitalización de los Bocetos



**Descripción:** Bocetos digitalizados en 7 pasos, de imagotipo versión 02 con dimensiones 300px x 300px. En sus variaciones de color positivo-negativo #112607, #63735c, #112607 y #cbd9c1. Utilizando herramientas de elipse, texto y creación de contornos.

## *Proceso de Digitalización de los Bocetos*

### **Digitalización de Portada del Manual de Identidad Gráfica**



**Descripción:** Bocetos digitalizados en 6 pasos, de portada del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #63735c, tipografía Baskerville Old Face y Altesse 64 regular hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias e imagotipos versión 01 hex #f2e6d8.

## Proceso de Digitalización de los Bocetos

### Digitalización de la Sección “Acerca de Nosotros” del Manual de Identidad Gráfica



**Descripción:** Bocetos digitalizados en 6 pasos, de sección “Sobre Nosotros” del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #a69c68, tipografía Baskerville Old Face y Altesse 64 regular hex #f2e6d8, además de Times New Roman regular hex #ffffff. Uso de fotografías propias.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 1*

#### Variante de logotipo 01. Tamaño 400px x 250px



**Descripción** Variante de logotipo 01 a blanco y negro con dimensiones de 400 px por 250 px.

## Propuesta preliminar

### Pieza 2

#### Variante de imagotipo 02. Tamaño 400px x 250px



**Descripción** Variantes de logotipo 02 en sus variantes de color hex #112607 de tipografía y elementos gráficos con fondo #ffffff, hex #ffffff de tipografía y elementos gráficos con fondo #63735c, hex #f2e6d8 de tipografía y elementos gráficos con fondo #112607, hex #63735c de tipografía y elementos gráficos con fondo #cbd9c1 respectivamente.

## Propuesta preliminar

### Pieza 3

#### Variante de imagotipo 03. Tamaño 300px x 400px



**Descripción** Variantes de logotipo 03 en sus variantes de color hex #112607 de tipografía y elementos gráficos con fondo #ffffff, hex #ffffff de tipografía y elementos gráficos con fondo #63735c, hex #f2e6d8 de tipografía y elementos gráficos con fondo #112607, hex #63735c de tipografía y elementos gráficos con fondo #cbd9c1 respectivamente.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 4*

#### Portada del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Portada del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #63735c, tipografía Baskerville Old Face y Altesse 64 regular hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias de la finca e imagotipos versión 01 hex #f2e6d8.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 5*

Sección “Contenido” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de contenido del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #592a0e, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias del café en proceso de secado.

## Propuesta preliminar

### Pieza 6

#### Sección “Acerca de Nosotros” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de “Acerca de nosotros” del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #a69c68, tipografía Baskerville Old Face y Altessse 64 regular hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias y texturas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 7*

Sección “Logo y Grilla Constructiva” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de logo principal y grilla constructiva del logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #a69c68 y #63735c, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### Pieza 8

#### Sección “Tamaño mínimo y paleta cromática” del Manual de Identidad Gráfica

297mm x 210mm.



**Descripción** Página de tamaño mínimo del logo principal y paleta cromática del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #63735c, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### Pieza 9

#### Sección “Tipografía” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de tipografía del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #63735c, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias, texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 10*

#### Sección “Variantes de logo” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de variaciones de logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #8c694a, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 11*

Sección “Variantes de color 1” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de variaciones de color de logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #8c694a, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 12*

Sección “Variantes de color 2” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de variaciones de logo 2 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #8c694a, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### Pieza 13

#### Sección “Usos incorrectos” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de usos incorrectos del logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #8c694a, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 14*

Sección “Aplicaciones- papelería 1” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de aplicaciones en papelería 1 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 15*

Sección “Aplicaciones- papelería 2” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.

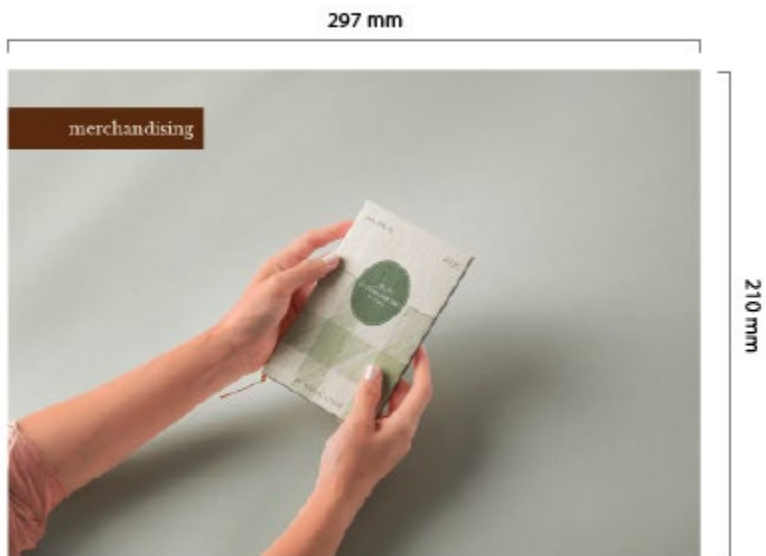


**Descripción** Página de aplicaciones en papelería 2 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 16*

Sección “Aplicaciones- merchandising 1” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.

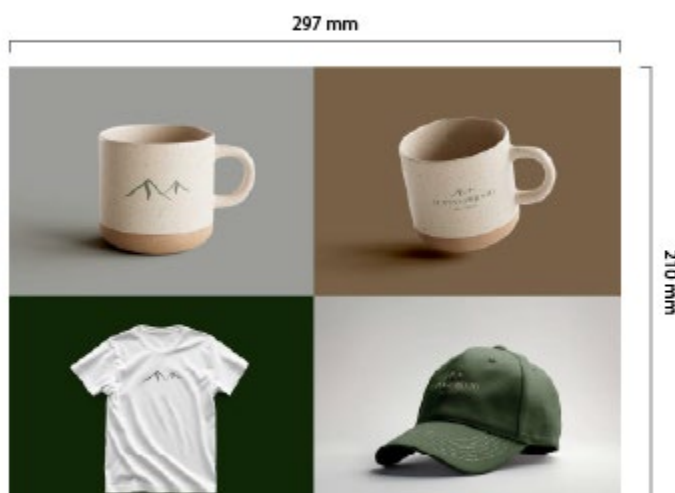


**Descripción** Página de aplicaciones en merchandising 1 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 17*

Sección “Aplicaciones- merchandising 2” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de aplicaciones en merchandising 2 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop.

## Propuesta preliminar

### *Pieza 18*

Sección “Aplicaciones- packaging” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.

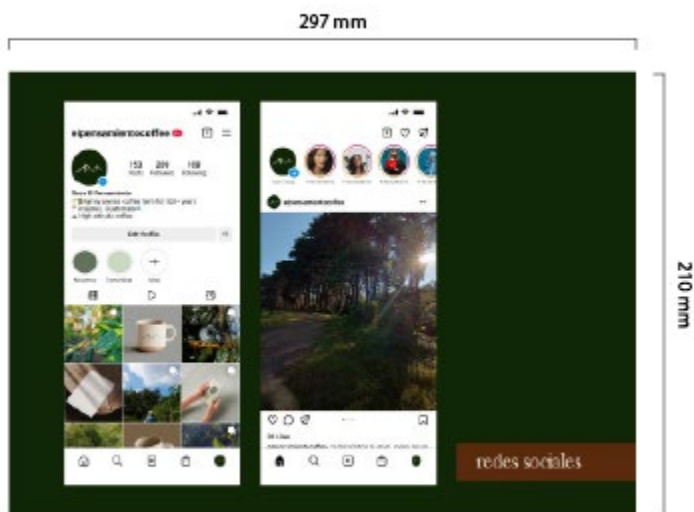


**Descripción** Página de aplicaciones en packaging del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta Preliminar

### *Pieza 19*

Sección “Aplicaciones- redes sociales 1” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.

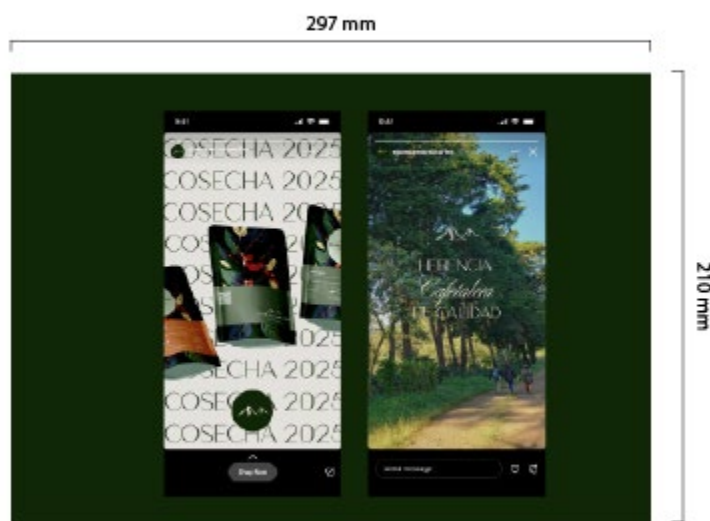


**Descripción** Página de aplicaciones en redes sociales 1 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal color de fondo #112607. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y Figma. Tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de formas generadas con Adobe Illustrator.

## Propuesta Preliminar

### *Pieza 20*

Sección “Aplicaciones- redes sociales 2” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.



**Descripción** Página de aplicaciones en redes sociales 2 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal, color de fondo #112607. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y Figma.

## Propuesta Preliminar

### *Pieza 21*

**Sección “Contraportada” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm.**



**Descripción** Contraportada del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal, color de fondo #112607. Con imagotipo en variante de color #63735c y tipografía Baskerville Old Face hex #63735c.

## **CAPÍTULO VIII**

### **VALIDACIÓN TÉCNICA**

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Al finalizar la propuesta preliminar de Diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para Establecer el Uso Correcto de los Elementos Gráficos del Logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento, se dará inicio al proceso de validación técnica, presentando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será una encuesta con preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

Las encuestas se realizarán de forma virtual a través de Google Forms para clientes, grupo objetivo y expertos.

El enfoque del trabajo de investigación es mixto, por lo que se realizarán los enfoques cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos, mientras que el enfoque cualitativo evaluará 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 trece personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño.

## **Población y muestreo**

Las encuestas se realizaron a una muestra de 21 personas divididas en tres grupos:

### ***Clientes***

Dina Lorena Monterroso Soto - gerente general

Claudia María Monterroso Soto - gerente administrativo

Mario Alfonso Gudiel - supervisor general

### ***Expertos***

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

**Nombre de experto 1.** Ingeniero Christian Rossell

**Nombre de experto 2.** Magister Sandra Escobar

**Nombre de experto 3.** Magister Andrea Aguilar

**Nombre de experto 4.** Licenciado Jorge Gómez

**Nombre de experto 5.** Licenciado Arnulfo Guzmán

### ***Grupo Objetivo***

El grupo objetivo del manual de identidad corporativa de la Finca Cafetalera El Pensamiento está compuesto por diseñadores gráficos, comunicadores, publicistas y administradores de la empresa, con edades entre 20 y 50, de niveles socioeconómicos D1, C3, C2 y C1, quienes trabajan en el departamento de medios, publicidad y diseño. Estos profesionales utilizan herramientas de comunicación, diseño y marketing, como Adobe Illustrator, InDesign y plataformas digitales, para implementar la identidad visual de la marca en empaques, redes sociales y materiales promocionales. El manual les proporciona directrices

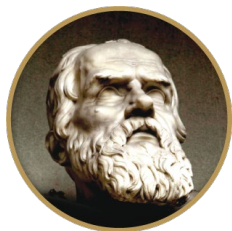
claras para aplicar el logotipo, la paleta cromática, la tipografía y los elementos gráficos, asegurando coherencia con los valores de sostenibilidad, calidad y tradición de la finca, y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado del café de especialidad.

### **Método e instrumentos**

La herramienta que se usará es la encuesta, un procedimiento mediante el cual se recopilan datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Se empleará la escala tipo Likert, una técnica psicossométrica común en cuestionarios, donde el encuestado indica su nivel de acuerdo o en desacuerdo con una declaración, pregunta o ítem. Posteriormente se procesan los resultados obtenidos. Este es un método cualitativo y produce datos descriptivos.

Así mismo, se incluirán preguntas dicotómicas (sí/no) para obtener respuestas directas.

### ***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:

Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento

---

#### Antecedentes:

La Finca Cafetalera El Pensamiento fue creada el año 1866 por Manuel Monterroso, y actualmente se dedica principalmente al cultivo y cosecha de café de especialidad.

Al visitar la organización Finca Cafetalera El Pensamiento se pudo observar que no cuenta con el diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso de los elementos gráficos de logotipo.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento.

#### Instrucciones:

Con base en lo anterior, observe la propuesta en el siguiente enlace [Link del Manual](#) según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios correspondientes.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento?

SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

2. ¿Considera importante recopilar información histórica y relevante de Finca El Pensamiento a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief, para fundamentar el desarrollo de una identidad gráfica alineada con su visión y objetivos comerciales de la empresa y sus colaboradores?

SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

3. Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías, tendencias y tecnologías de diseño relacionados con el café de especialidad; a través de fuentes bibliográficas, ¿análisis de casos de éxito y estudios de mercado que respaldan científicamente la propuesta del diseño de del manual de marca?

SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

4. ¿Considera adecuado diagramar, ilustrar y crear guías visuales a través del diseño del logotipo, slogan, paleta cromática, layouts, mockups y elementos gráficos; con el fin de establecer normas claras del uso de la imagen corporativa de Finca Cafetalera El Pensamiento?

SÍ \_\_\_ NO \_\_\_

Parte Semiológica:

5. Considera que los colores propuestos para una empresa dedicada al cultivo de café de especialidad transmiten:

Mucha confianza \_\_\_ Poca confianza \_\_\_ Nada de confianza \_\_\_

6. Cree que la tipografía utilizada en títulos/textos dentro del manual de identidad e imagen corporativa es:

Muy legible \_\_\_ Poco legible \_\_\_ Nada legible \_\_\_

7. Los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica transmiten:

Mucha conexión cultural \_\_\_ Poca conexión cultural \_\_\_ Nada de conexión cultural \_\_\_

Parte Operativa:

8. ¿Considera que la tipografía utilizada en el manual es legible?

Muy legible \_\_\_ Poco legible \_\_\_ Nada legible \_\_\_

9. ¿Cree que los elementos gráficos como texturas, líneas y fotografías empleados en la propuesta gráfica presentada son?

Muy elegantes \_\_\_\_ Poco elegantes \_\_\_\_ Nada elegantes \_\_\_\_

10. ¿Considera que el manual de identidad incorpora las tendencias de diseño gráfico de 2025, como la visualización creativa de datos, insignias y escudos góticos, y elementos hechos a mano, para posicionar a la Finca Cafetalera El Pensamiento en el mercado del café de especialidad?

SÍ \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

11. ¿Considera que el manual de identidad refleja los valores de sostenibilidad, calidad y tradición de la Finca Cafetalera El Pensamiento a través de sus elementos gráficos, como el logotipo, paleta cromática e ilustraciones?

SÍ \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

12. Según su criterio, ¿la orientación horizontal del manual de identidad es ordenada para visualizar digitalmente?

SÍ \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

13. ¿Considera que el eslogan “Herencia Cafetalera de Calidad” transmite profesionalismo y calidez a la marca?

SÍ \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

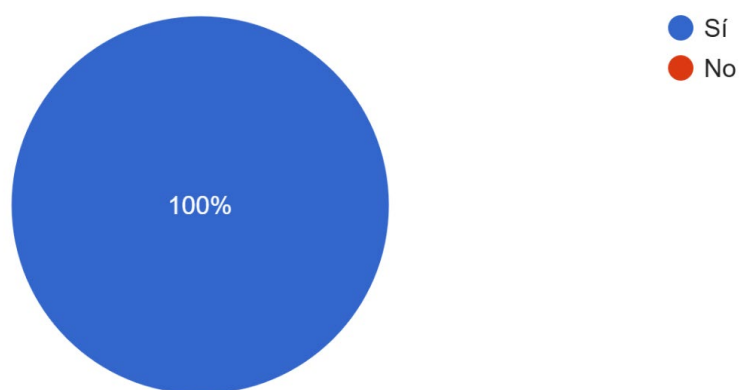
De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:



## Resultados e interpretación de resultados

### *Parte Objetiva*

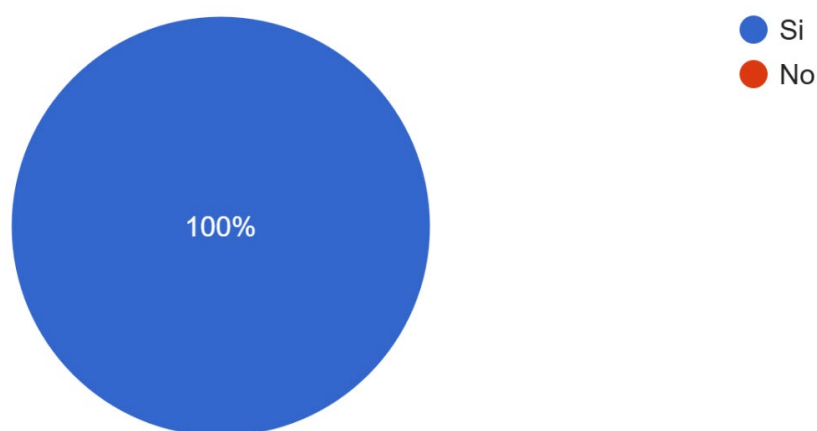
**¿Considera usted necesario diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento?**



### *Interpretación*

El 100% de los encuestados indicó que es necesario diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que se cumple con el objetivo general del proyecto.

**¿Considera importante recopilar información histórica y relevante de Finca El Pensamiento a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief, para fundamentar el desarrollo de una identidad gráfica alineada con su visión y objetivos comerciales de la empresa y sus colaboradores?**

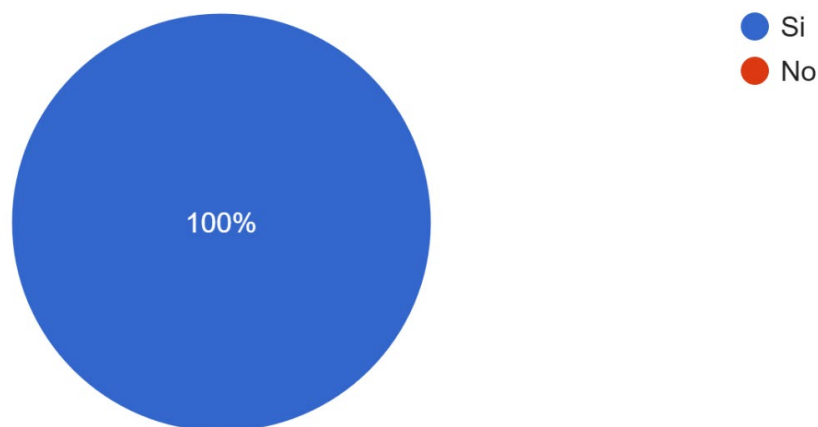


### ***Interpretación***

El 100% de los encuestados indicó que es necesario recopilar información histórica y relevante de Finca El Pensamiento a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief, para fundamentar el desarrollo de una identidad gráfica alineada con su visión y objetivos comerciales de la empresa y sus colaboradores. No se registraron respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que se cumple con el primer objetivo específico del proyecto.

**¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías, tendencias y tecnologías de diseño relacionados con el café de especialidad; a través de fuentes**

**bibliográficas, ¿análisis de casos de éxito y estudios de mercado que respaldan científicamente la propuesta del diseño del manual de marca?**

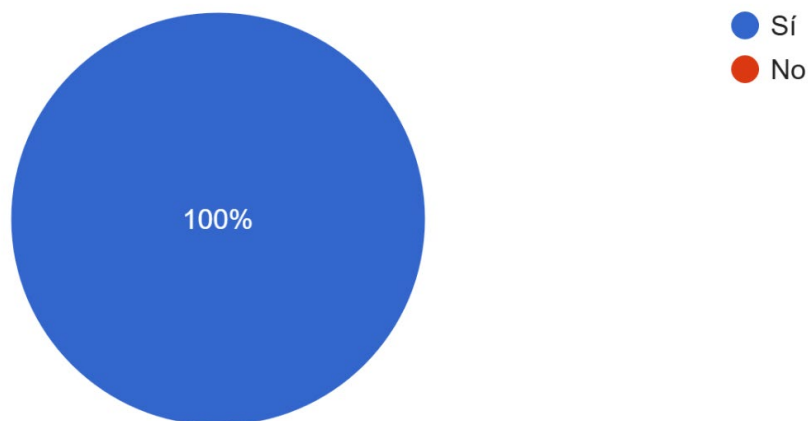


### ***Interpretación***

El 100% de los encuestados indicó que es adecuado investigar términos, conceptos, teorías, tendencias y tecnologías de diseño relacionados con el café de especialidad; a través de fuentes bibliográficas, análisis de casos de éxito y estudios de mercado que respaldan científicamente la propuesta del diseño del manual de marca, no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Esto demuestra que se cumple con el segundo objetivo específico del proyecto.

**¿Considera adecuado diagramar, ilustrar y crear guías visuales a través del diseño del logotipo, slogan, paleta cromática, layouts, mockups y elementos gráficos; con el**

**fin de establecer normas claras del uso de la imagen corporativa de Finca Cafetalera  
El Pensamiento?**

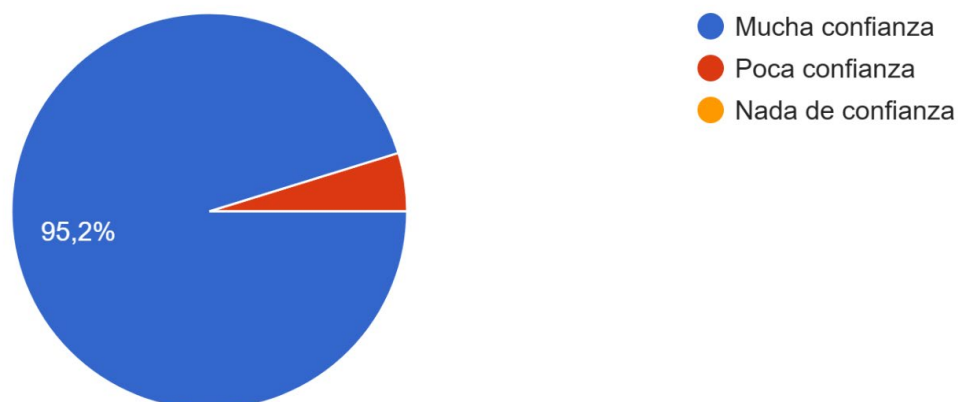


***Interpretación***

El 100% de los encuestados indicó que es adecuado diagramar, ilustrar y crear guías visuales a través del diseño del logotipo, slogan, paleta cromática, layouts, mockups y elementos gráficos; con el fin de establecer normas claras del uso de la imagen corporativa de Finca Cafetalera El Pensamiento. No se registraron respuestas negativas a la pregunta (0%). Esto demuestra que se cumple con el tercer objetivo específico del proyecto.

***Parte Semiológica***

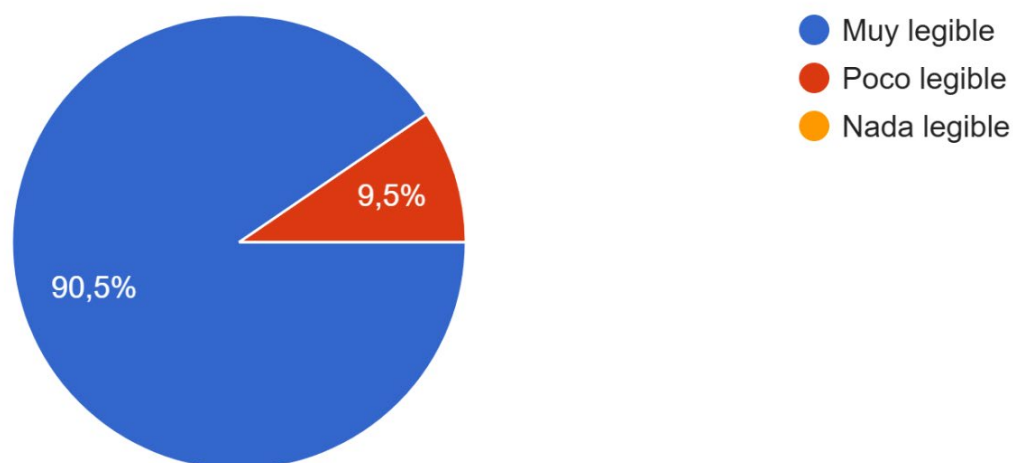
**¿Considera que los colores propuestos para una empresa dedicada al cultivo de café de especialidad transmiten?**



### ***Interpretación***

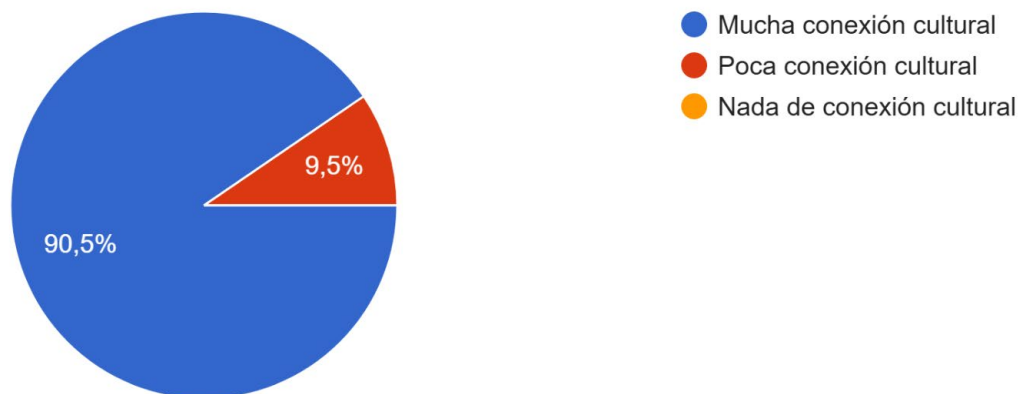
El 95.2% de los encuestados indicó que los colores propuestos para una empresa dedicada al cultivo de café de especialidad transmiten mucha confianza. No se registraron respuestas en la categoría “Nada de confianza”. Mientras que un 4.8% considera que transmiten poca confianza. Por consiguiente, la paleta cromática es mayoritariamente aceptada, aunque podría evaluarse un ajuste para mejorar la percepción de confianza.

**¿Cree que la tipografía utilizada en títulos/textos dentro del manual de identidad e imagen corporativa es?**



### ***Interpretación***

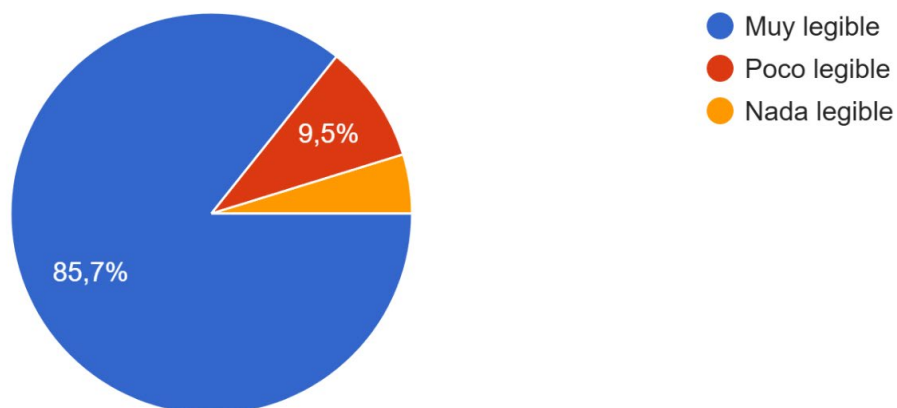
El 90.5% de los encuestados indicó que la tipografía utilizada en títulos/textos dentro del manual de identidad e imagen corporativa es muy legible; mientras que un 9.5% considera que es poco legible. Por consiguiente, podría evaluarse un ajuste para fortalecer la legibilidad.

**Los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica transmiten:*****Interpretación***

El 90.5% de los encuestados considera que los diseños, ilustraciones y fotografías de la propuesta gráfica transmiten mucha conexión cultural; mientras que un 9.5% considera que transmiten poca conexión cultural. Por consiguiente, se podría tomar en cuenta para un cambio de elementos gráficos del manual de identidad corporativa.

### *Parte Operativa*

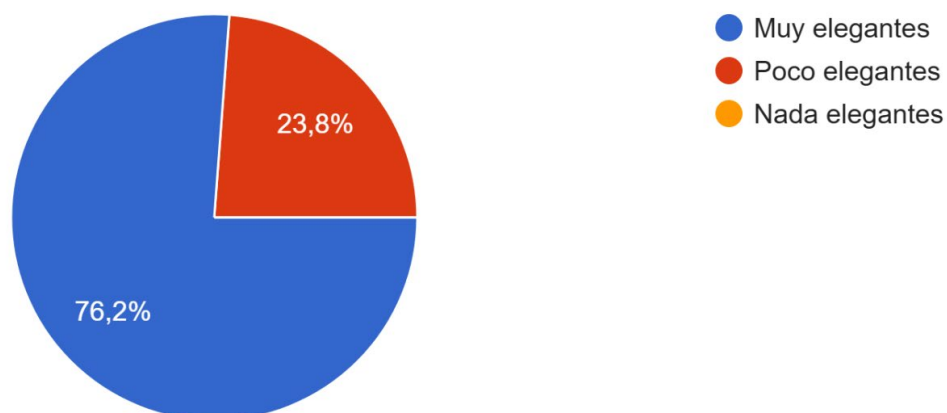
**¿Considera que la tipografía utilizada en el diseño de señales es de forma?**



### *Interpretación*

El 85.7% de los encuestados indicó que la tipografía utilizada en el manual de identidad es muy legible; el 9.5% considera que es poco legible y un 4.8% que es nada legible. Por lo tanto, existe un porcentaje que sugiere mejoras en este aspecto.

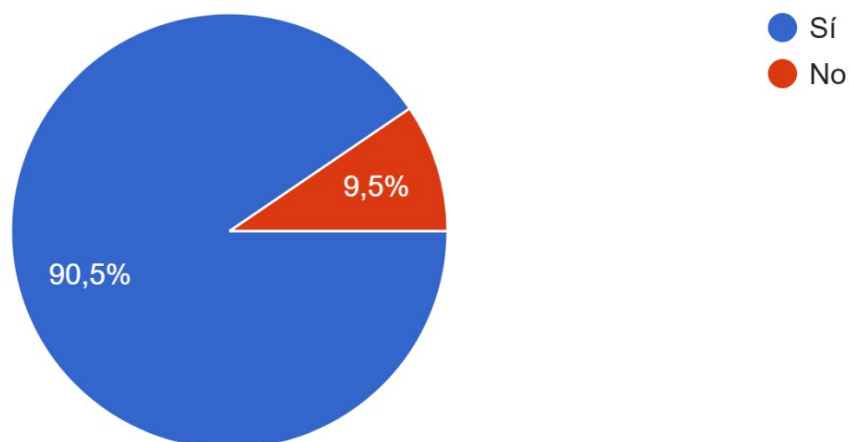
**¿Cree que los elementos gráficos como texturas, líneas y fotografías empleadas en la propuesta gráfica presentada son?**



### ***Interpretación***

El 76.2% de los encuestados indicó que los elementos gráficos como texturas, líneas y fotografías empleadas en la propuesta gráfica presentada son muy elegantes; mientras que un 23,8% considera que son poco elegantes. Por consiguiente, se recomienda revisar y ajustar los elementos gráficos para mejorar su percepción de elegancia.

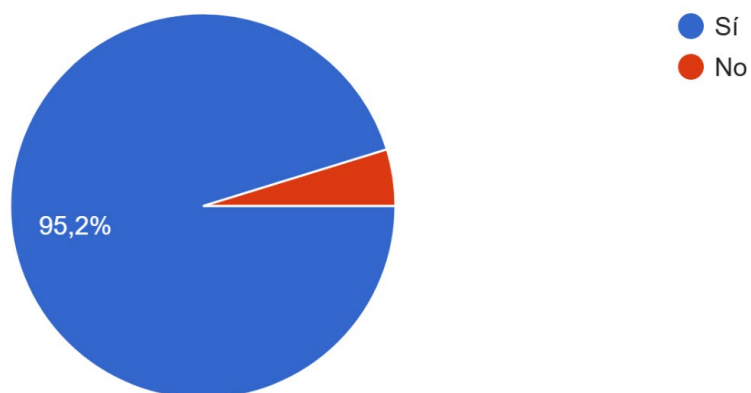
**¿Considera que el manual de identidad incorpora las tendencias de diseño gráfico de 2025, como la visualización creativa de datos, insignias y escudos góticos, y elementos hechos a mano, para posicionar a la Finca Cafetalera El Pensamiento en el mercado del café de especialidad?**



### ***Interpretación***

El 90.5% de los encuestados consideró que el manual de identidad incorpora adecuadamente las tendencias de diseño gráfico de 2025, mientras que un 9.5% consideró que no. Por consiguiente, se valida la selección de tendencias del manual de identidad corporativa, aunque podría evaluarse un ajuste para lograr mejor aceptación.

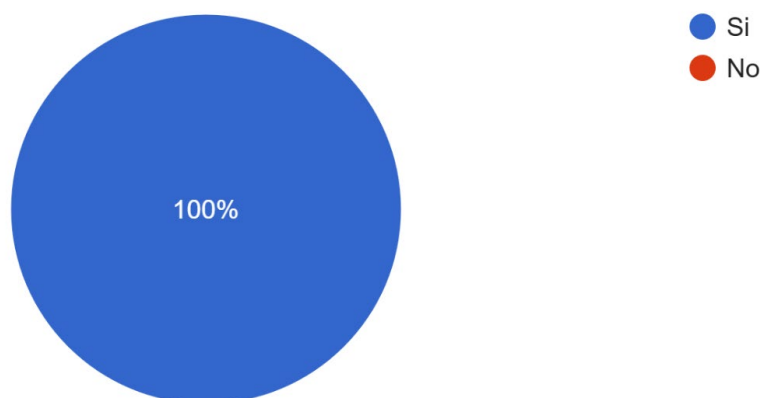
**¿Considera que el manual de identidad refleja los valores de sostenibilidad, calidad y tradición de la Finca Cafetalera El Pensamiento a través de sus elementos gráficos, como el logotipo, paleta cromática e ilustraciones?**



### ***Interpretación***

El 95.2% de los encuestados indicó que el manual de identidad refleja los valores de sostenibilidad, calidad y tradición de la Finca Cafetalera El Pensamiento a través de sus elementos gráficos. Mientras que un 4.8% consideró que no. Por consiguiente, se podría tomar en cuenta para un cambio de elementos gráficos del manual de identidad corporativa.

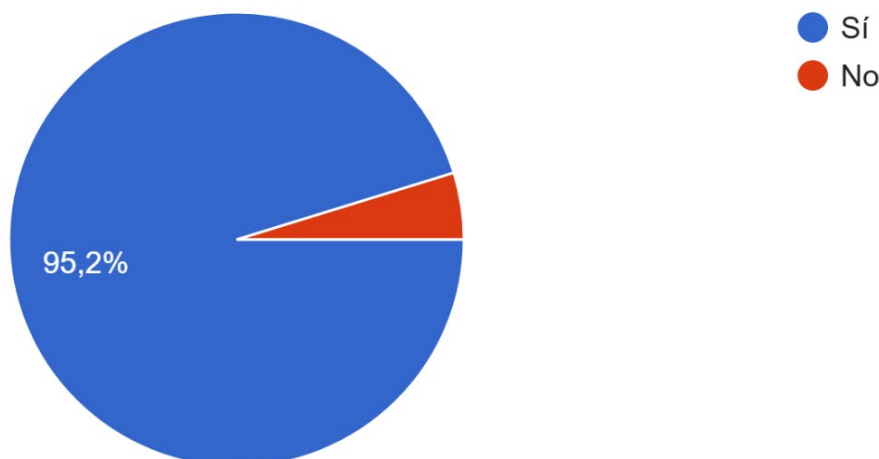
**Según su criterio ¿La orientación horizontal del manual de identidad es ordenada para su visualización digital?**



### ***Interpretación***

El 100% de los encuestados considera que la orientación horizontal del manual de identidad es ordenada para visualizar digitalmente; mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que se cumple con el objetivo específico de 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.

**¿Considera que el eslogan “Herencia Cafetalera de Calidad” transmite profesionalismo y calidez a la marca?**



### ***Interpretación***

El 95.2% de los encuestados indicó que el eslogan “Herencia Cafetalera de Calidad” transmite profesionalismo y calidez a la marca. Mientras que un 4.8% no. Por consiguiente, se podría considerar un cambio de slogan para la marca.

### **Cambios en 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 la tipografía del subtítulo del logotipo, con el fin de realizarlo más legible para los lectores; así como establecer las normativas de cómo utilizar las tipografías dentro del manual con el fin de facilitar su uso para el grupo objetivo.
- Es necesario agregar más detalles en la sección de paleta cromática del manual de identidad, los cuales permitirán al grupo objetivo un uso efectivo de los colores en distintas plataformas.

- Es necesario cambiar la diagramación de los elementos gráficos del manual de identidad corporativa, con el fin de transmitir elegancia en su imagen de marca.
- Es necesario cambiar el color de fondo del área de variantes de logotipo para que el manual sea más legible y transmita profesionalidad.

**Logotipo - Antes****Logotipo - Después*****Justificación***

El logotipo de la empresa se componía de un subtítulo con tipografía caligráfica, por sugerencias de legibilidad se cambió a una tipografía sans serif mejorando la legibilidad a los lectores.

## Apartado de Paleta Cromática - Antes



## Apartado de Paleta Cromática - Después



### Justificación

Se agregaron los códigos de cada color de la paleta tanto en RGB como en Pantone, con el fin de facilitar al grupo objetivo sus correctas aplicaciones en distintos formatos digitales e impresos.

## Apartado de Tipografía - Antes



## Apartado de Tipografía - Después



### ***Justificación***

En el apartado de tipografía se modificó la tipografía secundaria, se agregó una fuente adicional para cuerpos de texto y se establecieron los usos de cada una para establecer normativas en el manual de identidad gráfica.

## Apartado de Variantes y Usos incorrectos - Antes



## Apartado de Variantes y Usos incorrectos - Después



### Justificación

En el apartado de variantes y usos incorrectos se re-diagraman los elementos gráficos y se cambió el color de fondo con el fin de transmitir elegancia y *mejorar la legibilidad*.

## **CAPÍTULO IX**

### **PROPUESTA GRÁFICA FINAL**

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final





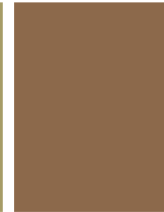


Posterior a realizar los cambios recomendados por los expertos, se obtuvo la propuesta gráfica final del manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento. El manual tiene un tamaño de 11,7 pulgadas de ancho y 8,3 pulgadas de alto, en formato horizontal. En su diseño se utilizó una paleta de colores verdes, marrones y crema; así como elementos gráficos que se compone de íconos de montañas representando el contexto de la marca y acompañan al logotipo; los elementos utilizados en aplicaciones del logotipo como texturas o líneas punteadas; y a su vez las fuentes utilizadas en el logotipo (Athena), en subtítulos (Aux Next) y en textos (Baskerville Old Face).

Documento de propuesta final:

<https://heyzine.com/flip-book/7e52dd9e11.html>

### Paleta de colores

Se utilizó una paleta cromática de verdes, marrones y crema que transmiten naturaleza, estabilidad, calidez y elegancia; los cuales son empleados en los elementos gráficos del manual de identidad gráfica, así como en sus aplicaciones.

|   |   |   |   |  |   |   |
|---|---|---|---|--|---|---|
|  |  |  |  |  |  |  |
| Web #112607<br>RGB (17 38 7)<br>Pantone 5535 C                                      | Web #63735C<br>RGB (99 115 92)<br>Pantone 5615 C                                    | Web #CBD9C1<br>RGB (203 217 193)<br>Pantone 621 C                                   | Web #A69C68<br>RGB (166 156 104)<br>Pantone 5777 C                                  | Web #8C694A<br>RGB (140 105 74)<br>Pantone 875 C                                     | Web #592A0E<br>RGB (89 42 14)<br>Pantone 483 C  | Web #F2E6D8<br>RGB (242 230 216)<br>Pantone 13-0003 TCX                               |

## Familia tipográfica

Para el logotipo y títulos de la marca Finca Cafetalera El Pensamiento se utilizó la tipografía Athena, mientras que para subtítulos y slogan se empleó Aaux Next Medium, finalizando con una tipografía Baskerville Old Face para cuerpos de textos.



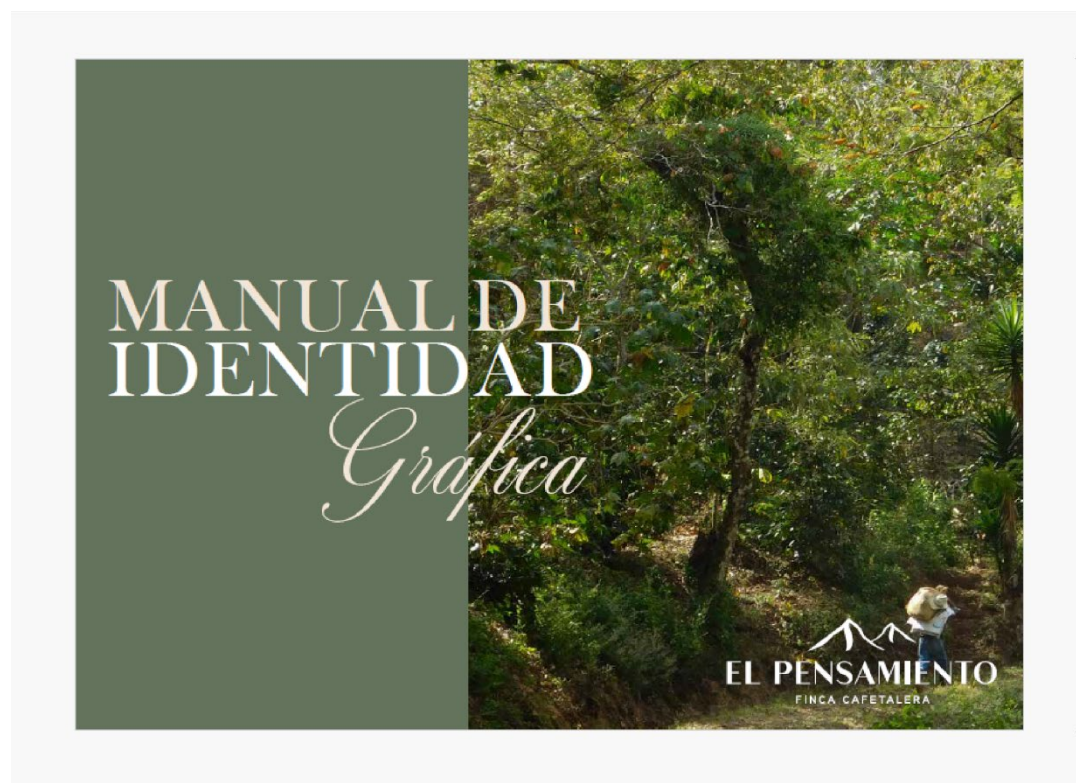
## Elementos gráficos

Los elementos gráficos empleados fueron los íconos de dos montañas que representan las zonas donde se encuentra la finca, así como líneas discontinuas que transmiten un toque artesanal, así como texturas que brindan un toque hogareño de la marca.



**Pieza 1*****Portada del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm***

297 mm



210 mm

**Descripción** Portada del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #63735c, tipografía Baskerville Old Face y Altesse 64 regular hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias de la finca e imagotipos versión 01 hex #f2e6d8.

## Pieza 2

*Sección “Contenido” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm*

297 mm



**Descripción** Página de contenido del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #592a0e, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias del café en proceso de secado.

## Pieza 3

*Sección “Acerca de Nosotros” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x**210mm*

297 mm



**Descripción** Página de “Acerca de gnosotros” del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #a69c68, tipografía Baskerville Old Face y Altesse 64 regular hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias y texturas generadas con Adobe Illustrator.

## Pieza 4

*Sección “Logo y Grilla Constructiva” del Manual de Identidad Gráfica 297mm**x 210mm*

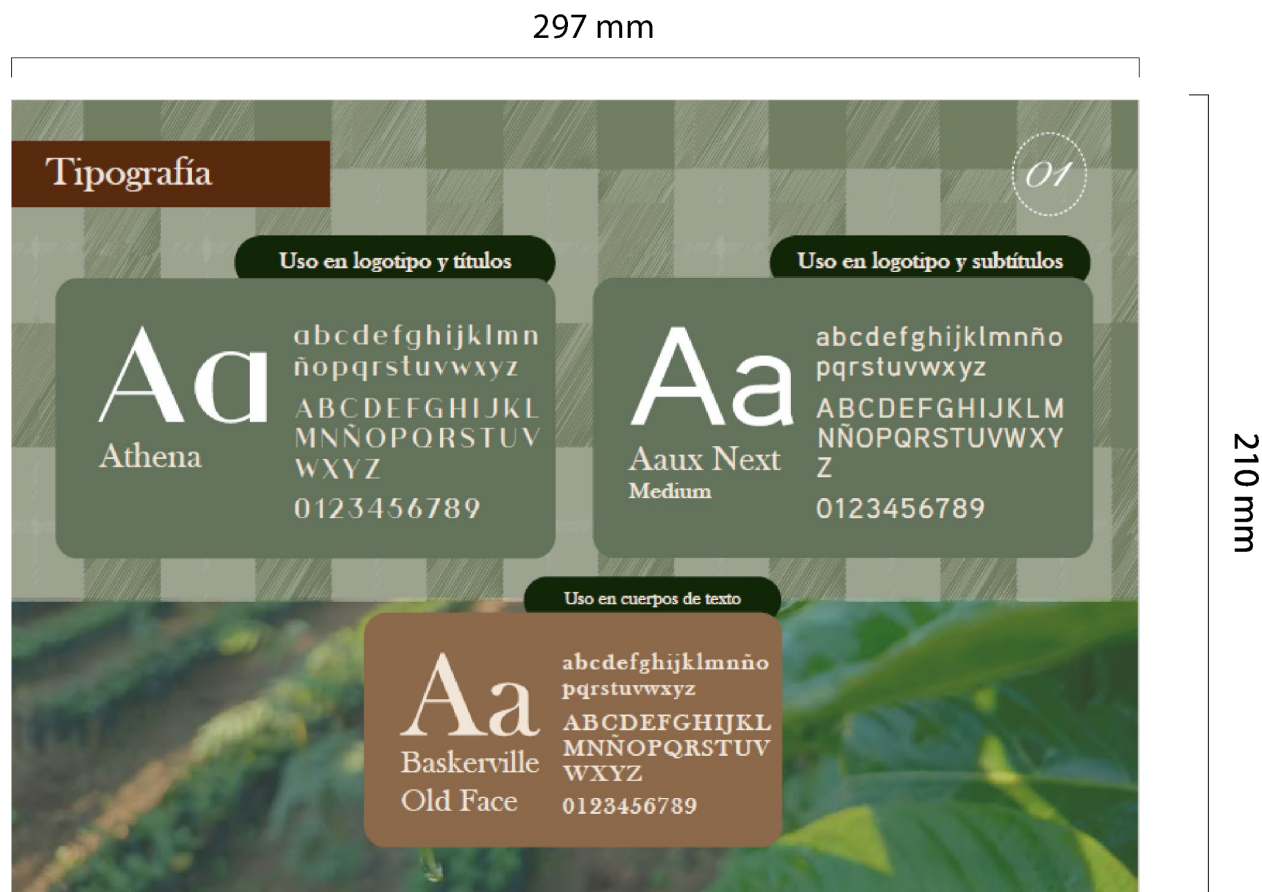
**Descripción** Página de logo principal y grilla constructiva del logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #a69c68 y #63735c, tipografía Athena y Aaux Next hex #112607 en el imagotipo, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8 en subtítulos. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Pieza 5

*Sección “Tamaño mínimo y paleta cromática” del Manual de Identidad Gráfica**297mm x 210mm*

**Descripción** Página de tamaño mínimo del logo principal y paleta cromática del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento en formato web, RGB y Pantone; con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #63735c, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Pieza 6

*Sección “Tipografía” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm*

**Descripción** Página de tipografía del Manual de Identidad Gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #63735c, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de fotografías propias, texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Pieza 7

*Sección “Variantes de logo” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm*

**Descripción** Página de variaciones de logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #f2e6d8, tipografía Altesse Regular hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

## Pieza 8

*Sección “Variantes de color 1” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x*

*210mm*



**Descripción** Página de variaciones de color de logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #f2e6d8, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

**Pieza 9****Sección “Variantes de color 2” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x****210mm**

**Descripción** Página de variaciones de color de logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

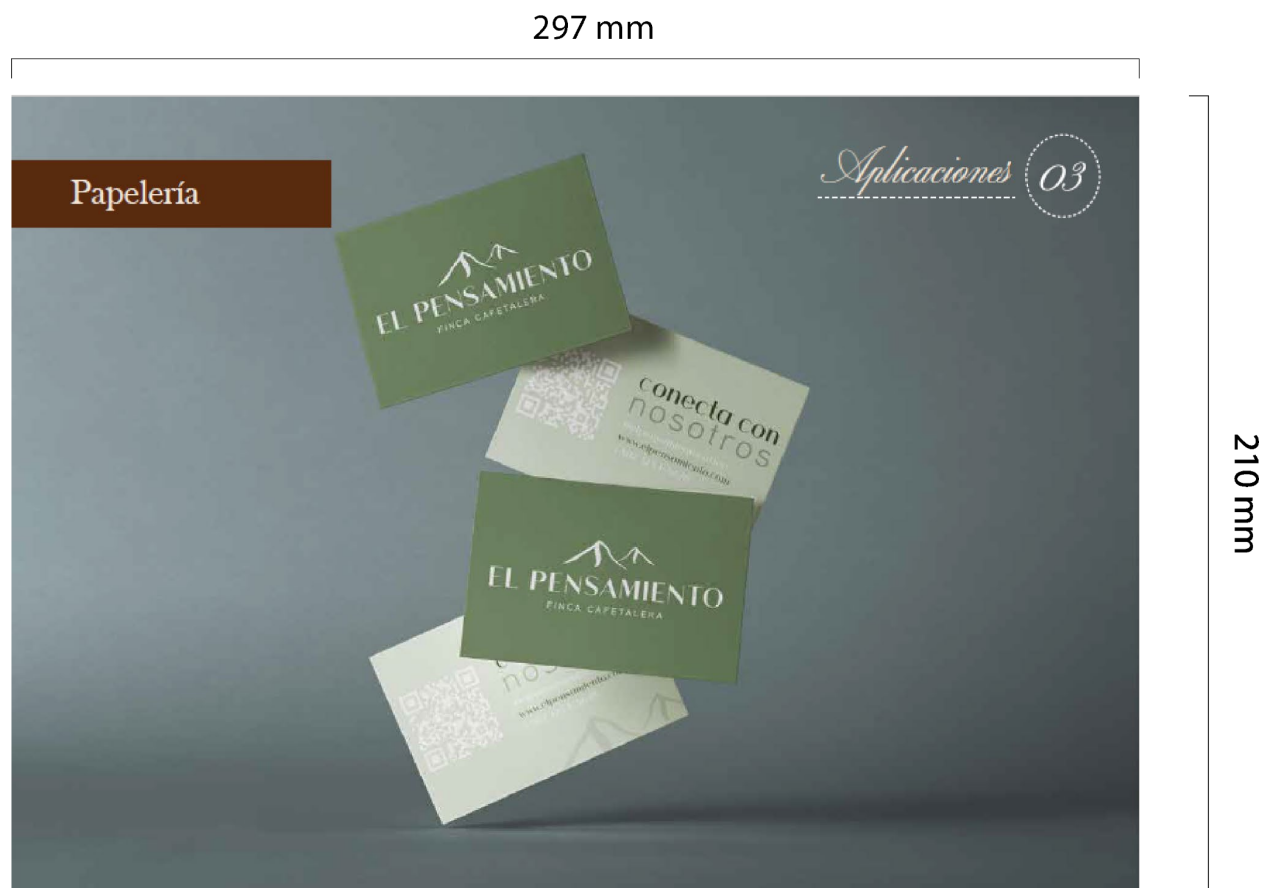
## Pieza 10

*Sección “Usos incorrectos” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm*

**Descripción** Página de variaciones de color de logo del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con color de fondo #f2e6d8, tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de texturas y formas generadas con Adobe Illustrator.

**Pieza 11**

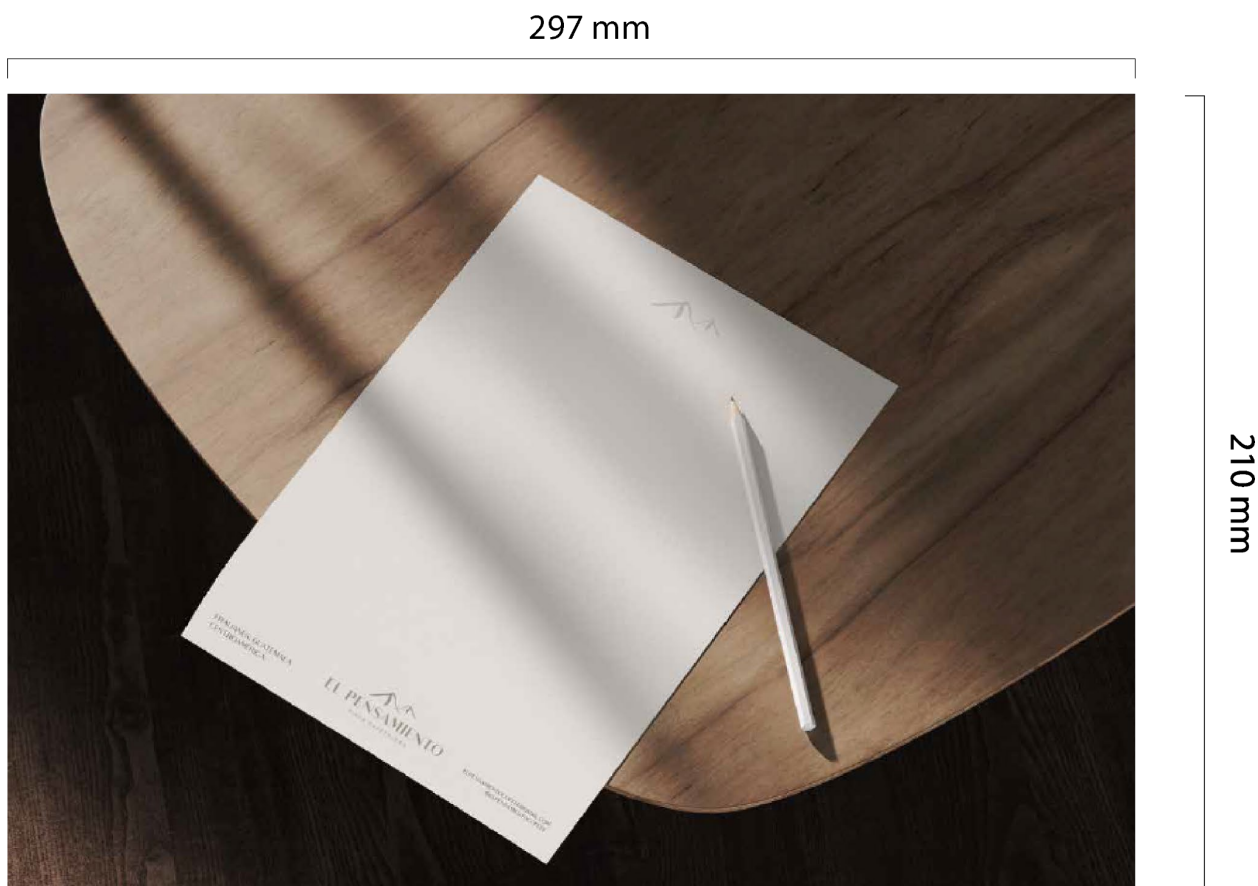
*Sección “Aplicaciones- papelería 1” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm*



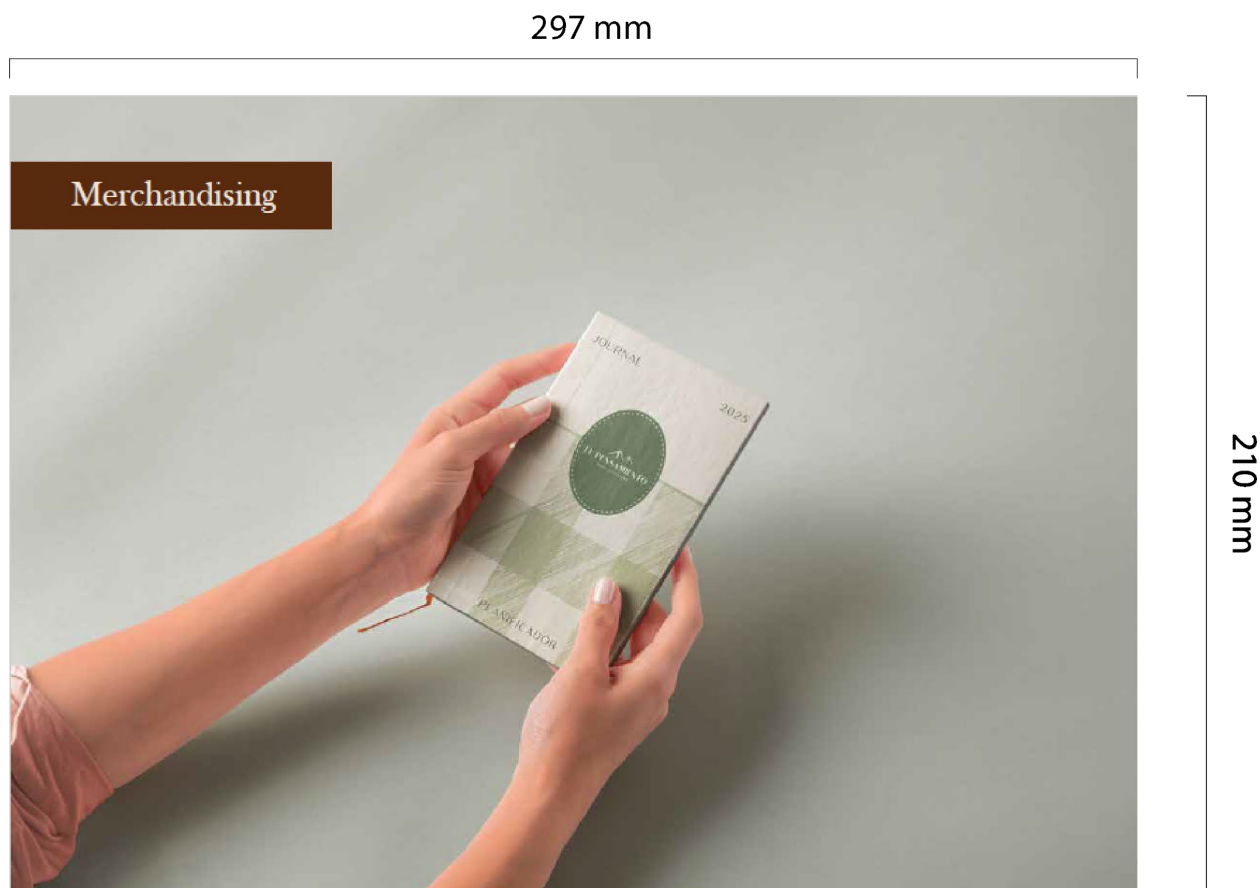
**Descripción** Página de aplicaciones en papelería 1 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de formas generadas con Adobe Illustrator.

**Pieza 12**

*Sección “Aplicaciones- papelería 2” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm*



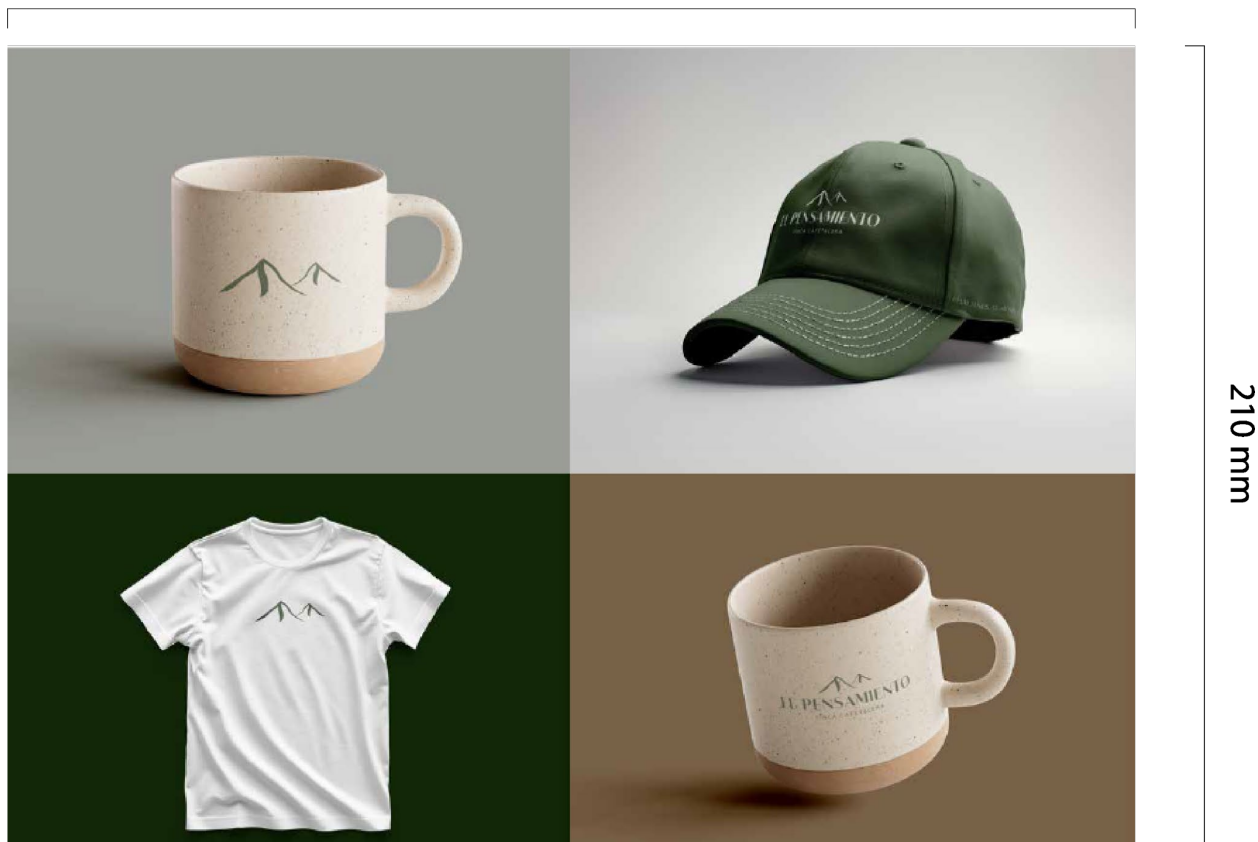
**Descripción** Página de aplicaciones en papelería 2 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop.

**Pieza 13*****Sección “Aplicaciones- merchandising 1” del Manual de Identidad Gráfica******297mm x 210mm***

**Descripción** Página de aplicaciones en merchandising 1 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de formas generadas con Adobe Illustrator.

**Pieza 14*****Sección “Aplicaciones- merchandising 2” del Manual de Identidad Gráfica******297mm x 210mm***

297 mm

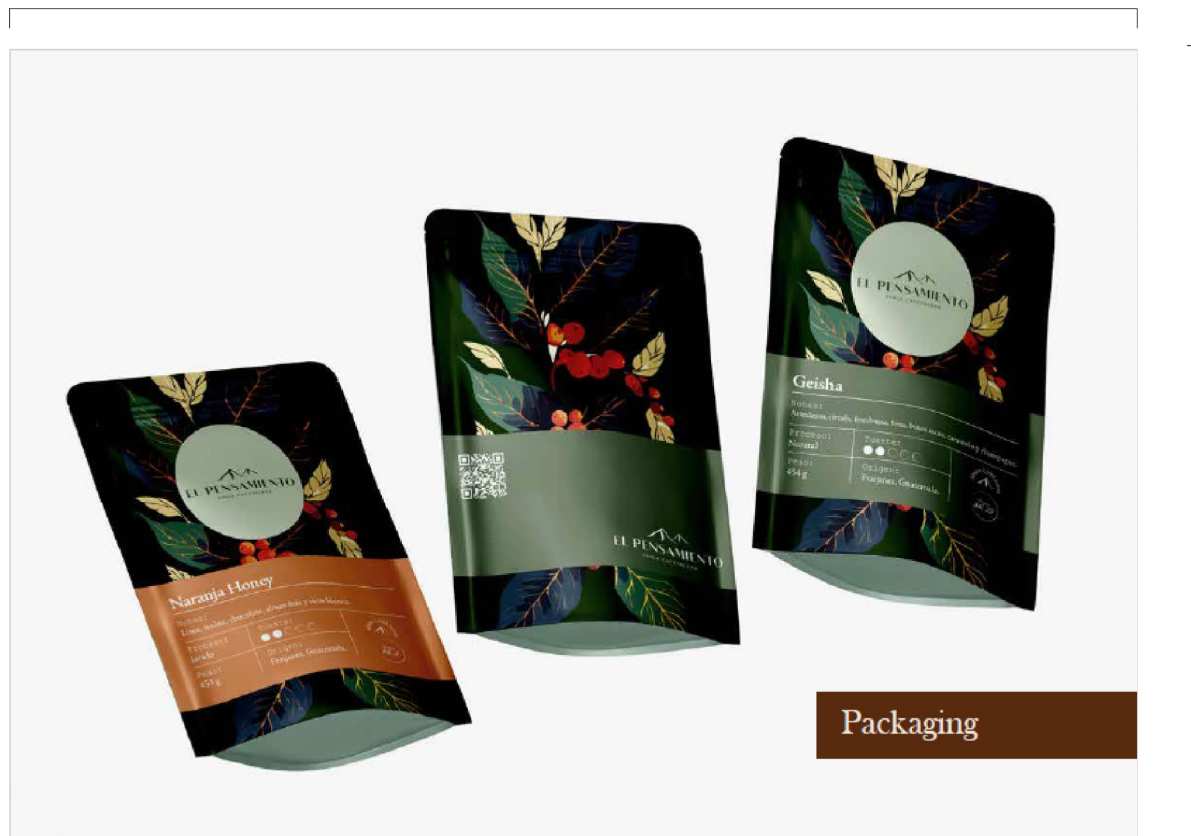


**Descripción** Página de aplicaciones en merchandising 2 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop.

## Pieza 15

*Sección “Aplicaciones- packaging 1” del Manual de Identidad Gráfica 297mm**x 210mm*

297 mm



**Descripción** Página de aplicaciones en packaging del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de formas generadas con Adobe Illustrator.

## Pieza 16

*Sección “Aplicaciones- packaging 2” del Manual de Identidad Gráfica 297mm  
x 210mm*

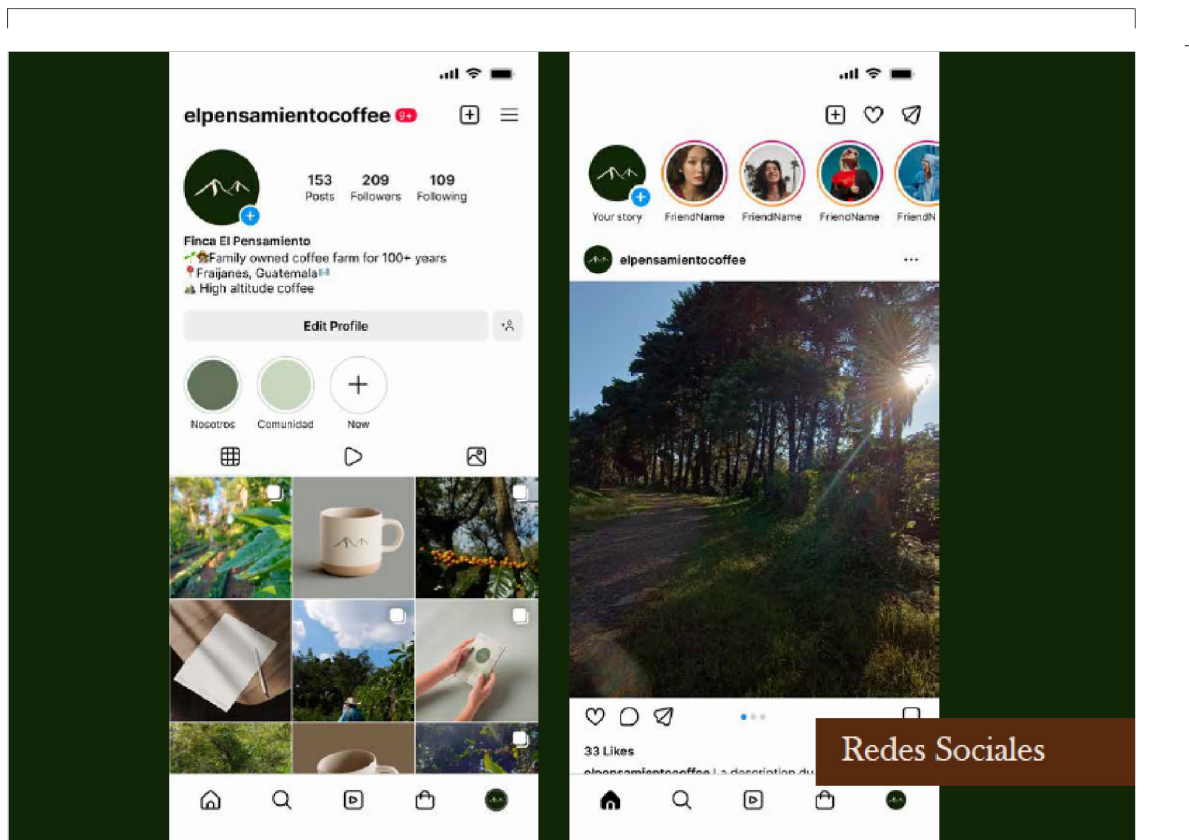


**Descripción** Página de aplicaciones en packaging del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal. Con mockups hechos en Adobe Photoshop.

## Pieza 17

*Sección “Aplicaciones- redes sociales 1” del Manual de Identidad Gráfica**297mm x 210mm*

297 mm

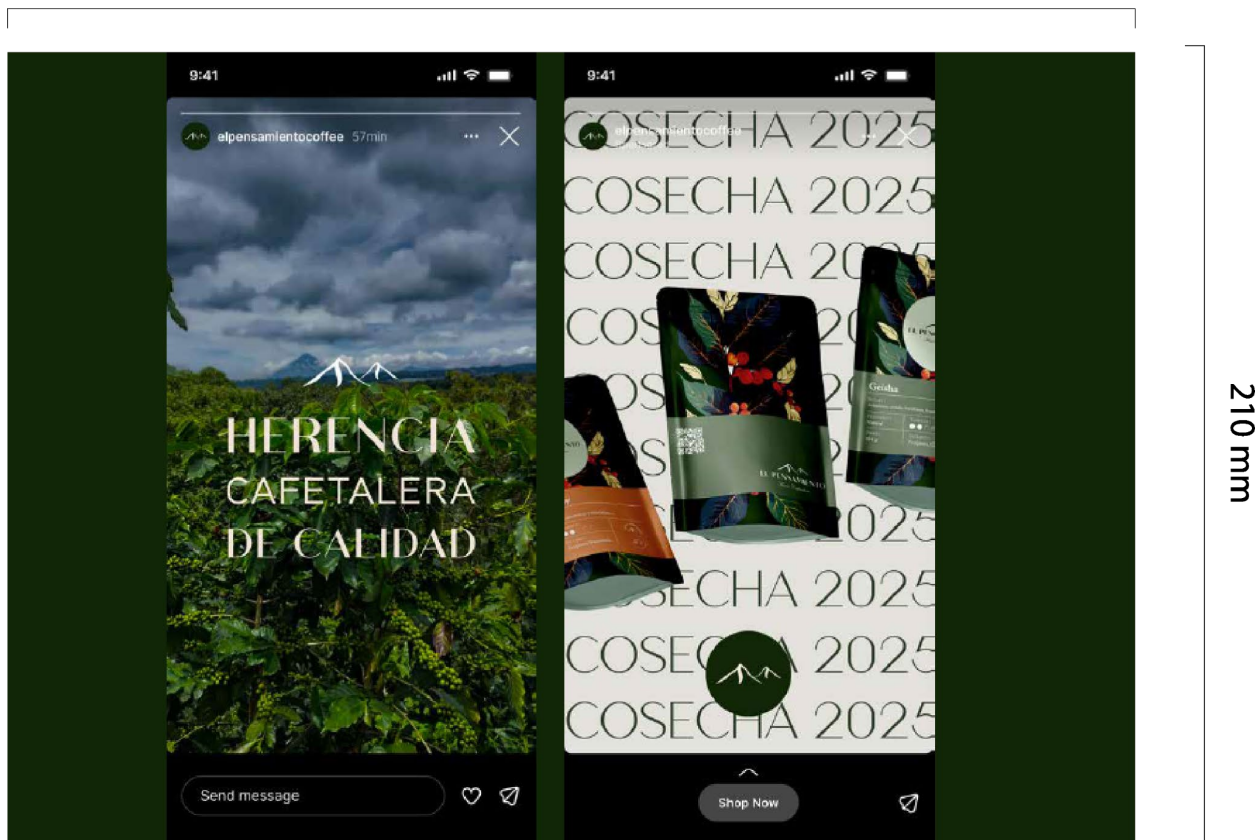


**Descripción** Página de aplicaciones en redes sociales 1 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal color de fondo #112607. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y Figma. Tipografía Baskerville Old Face hex #f2e6d8. Uso de formas generadas con Adobe Illustrator.

## Pieza 18

*Sección “Aplicaciones- redes sociales 2” del Manual de Identidad Gráfica**297mm x 210mm*

297 mm



**Descripción** Página de aplicaciones en redes sociales 2 del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal, color de fondo #112607. Con mockups hechos en Adobe Photoshop y Figma.

**Pieza 19*****Sección “Contraportada” del Manual de Identidad Gráfica 297mm x 210mm***

**Descripción** Contraportada del manual de identidad gráfica de Finca Cafetalera El Pensamiento con dimensiones de 297mm x 210mm formato horizontal, color de fondo #112607. Con imago tipo en variante de color #63735c y tipografía Baskerville Old Face hex #63735c.

**Link de la Propuesta Final:** <https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:VA6C2:b922d9a2-9ac6-4fd3-8814-a4f967692729>

## **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 establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento, 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<br>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       | 10                 | Q500.00 |
|   |         |                    |         |

|                                       |                |
|---------------------------------------|----------------|
| <b>Total de costos de elaboración</b> | <b>Q650.00</b> |
|---------------------------------------|----------------|

### Plan de costos de producción

| DESCRIPCIÓN  | SEMANAS | HORAS<br>EMPLEADAS | COSTO            |
|--|---------|--------------------|------------------|
| Digitalización de bocetos y propuesta gráfica              | 3       | 60                 | Q1,500.00        |
| Costos variables de operación (luz, internet)              |         |                    | Q500.00          |
| Artes finales del manual de imagen e identidad corporativa | 1       | 10                 | Q250.00          |
| <b>Total de costos de elaboración</b>                      |         |                    | <b>Q2,250.00</b> |

### Plan de costos de reproducción

El presente proyecto no requiere un costo de reproducción, ya que será ubicado en la nube digital de la empresa El Pensamiento y no requiere de reproducción física.

| <b>DESCRIPCIÓN</b>                      | <b>CANTIDAD</b> | <b>PRECIO<br/>UNIDAD</b> | <b>PRECIO<br/>TOTAL</b> |
|---|-----------------|--------------------------|-------------------------|
| Módulo informativo general<br>24" x 50" | 0               | Q0.00                    | Q0.00                   |
| <b>Total</b>                            |                 |                          | <b>Q00.00</b>           |

### Plan de costos de distribución

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

### Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 10% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q2,900.00

Utilidad 10% = Q290.00

**Cuadro con resumen general de costos**

| <b>Detalle</b>                 | <b>Total de costo</b> |
|--------------------------------|-----------------------|
| Plan de costos de elaboración  | Q650.00               |
| Plan de costos de producción   | Q2,250.00             |
| Plan de costos de reproducción | Q0.00                 |
| Plan de costos de distribución | Q0.00                 |
| <b>Subtotal I</b>              | <b>Q2,900.00</b>      |
| Margen de utilidad 10%         | Q290.00               |
| <b>Subtotal II</b>             | <b>Q3,190.00</b>      |
| <b>IVA 12%</b>                 | Q230.69               |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>Q3,420.69</b>      |

## Capítulo XI: conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Se diseñó un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento dirigido a un grupo objetivo comprendido por mujeres y hombres, de 20 a 50 años de edad, con niveles socioeconómicos D1, C3, C2 y C1; que se desempeñan en las áreas de mercadeo, diseño y/o comunicación de la Finca Cafetalera El Pensamiento.

Se investigaron términos, conceptos, teorías, tendencias y tecnologías de diseño relacionado con el café de especialidad, a través del marco teórico y referencias bibliográficas y sitios web sobre la creación de un manual de identidad e imagen corporativa. Esto fundamentó el desarrollo de una identidad gráfica auténtica y alineada con la finca, sus colaboradores y su proyección futura, garantizando que el diseño refleje la esencia de la Finca Cafetalera El Pensamiento.

A través de entrevistas con el cliente, se recopiló la información necesaria para la creación de un manual de identidad e imagen corporativa.

**Se diagramaron, ilustraron y crearon** guías visuales a través del diseño del logotipo, slogan, paleta cromática, layouts, mockups y elementos gráficos; con el fin de establecer normas claras del uso de la imagen corporativa de Finca Cafetalera El Pensamiento.

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.

## Recomendaciones

Se recomienda a la empresa colocar el manual de identidad en un Google Drive y distribuir una versión PDF interactiva a todos los colaboradores, proveedores gráficos y agencias externas, para garantizar su consulta inmediata y actualización centralizada.

Se recomienda a la empresa capacitar anualmente al personal de marketing y ventas sobre el uso estricto de logotipos y sus variantes, evitando modificaciones no autorizadas que puedan diluir la coherencia visual de la marca.

Se recomienda a la empresa aplicar la paleta cromática principal (tonos tierra, verde café y crema) en el 80 % de los empaques y merchandising, reservando los colores secundarios para ediciones limitadas o promociones estacionales, con el fin de reforzar la percepción de autenticidad y sostenibilidad del café de especialidad.

Se recomienda a la empresa adaptar las plantillas de redes sociales y papelería a formatos responsivos y de alta resolución (300 dpi para impresión y SVG para digital), incluyendo mockups preaprobados en el manual, para agilizar la producción y mantener uniformidad en publicaciones, etiquetas y tarjetas de presentación.

## Capítulo XII Conocimiento general

### Demostración de conocimientos

# CONOCIMIENTO GENERAL

Resumen del conocimiento general adquirido a lo largo de la carrera y la utilidad de cada curso en el desarrollo del proyecto de graduación.



### SOFTWARE I-VI

La creación de vectores, diagramas, retoque de fotografías y mockups, fue realizada en softwares de diseño (Illustrator, InDesign, Photoshop) aprendidos en dichos cursos.

### DISEÑO GRÁFICO I-IV

Cursos fundamentales para la creación de elementos gráficos y diagramación de retículas. Empleando conceptos como paletas cromáticas y tipografía para la creación de una identidad gráfica de la marca.





### CREATIVIDAD I-IV

Cursos de gran utilidad para la creación de conceptos y métodos creativos que permiten la formulación de ideas clave para la identidad gráfica de una marca.

### DESARROLLO Y POSICIONAMIENTO DE MARCAS

Curso fundamental que permitió comprender el desarrollo de marcas integrales: estableciendo conceptos, análisis de audiencias, misión, visión y canales de comunicación.





### TESIS I Y II

Cursos fundamentales que permiten comprender y desarrollar la estructura del proyecto de graduación por medio de asesorías semanales.

VALENTINA JIMÉNEZ 23003614

Figura 9. Realizada por Valentina Jiménez. Conocimiento General.

### Capítulo XIII: Referencias

#### A

Adobe. (2025). Tendencias de diseño 2025. <https://www.adobe.com/express/learn/blog/design-trends-2025>

Albers, J. (2006). Interaction of color (ed. revisada). Yale University Press.

#### B

Barnard, M. (2005). Graphic design as communication. Routledge.

Bringhurst, R. (2004). The elements of typographic style (3ª ed.). Hartley & Marks Publishers.

Brundtland, G. H. (1987). Our common future. Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, Naciones Unidas.

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies. W.W. Norton & Company.

#### C

Cantalapiedra, A. (2024). Infographic of the color theory: Models, harmonies, perception, properties and color wheels throughout the history of art [Infografía].

[https://www.behance.net/gallery/199605299/Color-Theory-Teoria-del-color?tracking\\_source=search\\_projects|infographic&l=6](https://www.behance.net/gallery/199605299/Color-Theory-Teoria-del-color?tracking_source=search_projects|infographic&l=6)

Casa Edel. (2025, 21 de abril). We love soft colors, slow mornings, and pieces that tell a story [Publicación de Instagram]. [https://www.instagram.com/casa\\_edel/](https://www.instagram.com/casa_edel/)

Casa Edel. (2025, 11 de junio). Estamos muy emocionados de introducir una serie de experiencias llamadas Hangeo ~ [Publicación de Instagram].

[https://www.instagram.com/casa\\_edel/](https://www.instagram.com/casa_edel/)

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill.

Chomsky, N. (2006). *Language and mind* (3ª ed.). Cambridge University Press.

Coombs, W. T. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (4ª ed.). Sage Publications.

Costa, J. (2004). *La imagen de marca: Un fenómeno social*. Paidós.

E

Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*, 65, 95–120.

<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115035>

Estúdio Arado. (2025). *Cacau Brasileiro* [Infografía].

[https://www.behance.net/gallery/222798035/Cacau-Brasileiro?tracking\\_source=search\\_projects|animacion+narrativa&l=41](https://www.behance.net/gallery/222798035/Cacau-Brasileiro?tracking_source=search_projects|animacion+narrativa&l=41)

F

FAO. (2014). *Agricultural production systems and rural development*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies* (2ª ed.). Routledge.

G

Guerrini, S. (s.f.). El poder de la comunicación. FOROALFA. <https://foroalfa.org/articulos/el-poder-de-la-comunicacion>

## K

Kant, I. (2002). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres* (1785). Tecnos.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4<sup>a</sup> ed.). Pearson Education.

Kluchnikova, S. (2025). INFOGRAPHICS POSTER DESIGN [Infografía].  
<https://www.behance.net/gallery/218501061/INFOGRAPHICS-POSTER-DESIGN>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15<sup>a</sup> ed.). Pearson Education.

Kottak, C. P. (2011). *Cultural anthropology* (14<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.

## L

Lester, P. M. (2014). *Visual communication: Images with messages* (6<sup>a</sup> ed.). Cengage Learning.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design* (2<sup>a</sup> ed.). Rockport Publishers.

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: The new basics* (2<sup>a</sup> ed.). Princeton Architectural Press.

## M

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.

Mediactiu. (2025). *Las principales tendencias en diseño gráfico para 2025*.

<https://mediactiu.com/tendencias-en-diseno-grafico-2025/>

Müller-Brockmann, J. (1981). *Grid systems in graphic design*. Niggli Verlag.

Myers, D. G. (2010). *Psychology* (10<sup>a</sup> ed.). Worth Publishers.

## P

Pretty, J. (1995). *Regenerating agriculture: Policies and practice for sustainability and self-reliance*. Earthscan.

## R

Rand, P. (1993). *Design, form, and chaos*. Yale University Press.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17<sup>a</sup> ed.). Pearson Education.

## S

Saussure, F. (2009). *Curso de lingüística general* (1916). Losada.

SCA. (2020). *Specialty Coffee Association standards and protocols*. Specialty Coffee Association.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10<sup>a</sup> ed.). Pearson Education.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.

## W

Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity* (5<sup>a</sup> ed.). Wiley.

Z

Zeegen, L. (2012). *The fundamentals of illustration* (2<sup>a</sup> ed.). AVA Publishing.

Zettl, H. (2013). *Sight, sound, motion: Applied media aesthetics* (7<sup>a</sup> ed.). Wadsworth Cengage Learning.

Zoom. (2023). Zoom Meetings. <https://www.zoom.com>

## 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: | Valentina Jiménez Monterroso  |                         |
| No. de Carné:          | 23003614  | Celular: +502 3565-4948 |
| Email:                 | 23003614@galileo.edu  |                         |
| Proyecto:              | Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa integral, para establecer el uso correcto de los elementos de identidad gráfica de Finca El Pensamiento |                         |

#### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

|                               |   |                         |
|-------------------------------|---|-------------------------|
| Nombre del cliente (empresa): | Finca El Pensamiento  |                         |
| Dirección:                    | 2a avenida 3-20 zona 1, Fraijanes, Guatemala; Guatemala.  |                         |
| Email:                        | elpensamientocoffee@gmail.com   | Tel: _____              |
| Contacto:                     | Dina Lorena Monterroso de Ortega  | Celular: +502 4151-6782 |
| Antecedentes:                 | El Pensamiento es una finca cafetalera con más de 100 años de existencia, dedicada a la producción del café de altura catalogada como Fraijanes Plateau. Es una empresa familiar comprometida con la calidad de su producto y conservación de la biodiversidad del área de cultivo. |                         |
| Oportunidad identificada:     | Realizar un manual de identidad gráfica y sus aplicaciones.   |                         |

# BRIEF

## DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Producir café de especialidad mediante prácticas agroforestales y sostenibles.

Visión: Ser un referente en la producción de café de altura de Guatemala, ofreciendo una experiencia única y elevada a los consumidores, a través de un café de alta calidad cultivado con prácticas conscientes y sostenibles.

Delimitación geográfica: Fraijanes, Guatemala; Guatemala.

Grupo objetivo: Coffee roasters, adultos de 25 a 50 años.

Principal beneficio al grupo objetivo: Café de especialidad con prácticas sostenibles.

Competencia: Café Dieseldorf, Café Santa Isabel.

Posicionamiento: Es un café de calidad pero con poca presencia en el mercado.

Factores de diferenciación: Sostenibilidad, prácticas agroforestales, pioneros en la región, mayoristas de la región Fraijanes.

Objetivo de mercadeo: Ampliar la presencia en el mercado de café.

Objetivo de comunicación: Brindar café de especialidad con prácticas sostenibles.

Mensajes claves a comunicar: Café de especialidad, agro-biodiversidad, sostenible, familia, conciencia, conexión.

Estrategia de comunicación: De Boca a boca, conexiones con otros productores.

Reto del diseño y trascendencia: Establecer la identidad de la marca de manera gráfica, el respeto de los elementos gráficos y aplicaciones.

# BRIEF

Materiales a realizar: Manual de identidad gráfica

Presupuesto: La empresa cuenta con los recursos necesarios para la realización del proyecto.

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Naranja, blanco, rojo, verde.

Tipografía: --- , times new roman italic.

Forma: ---

## LOGOTIPO

*finca*  
**EL PENSAMIENTO**

Fecha: Mayo, 2025.

## Anexo II: Tabla de niveles socioeconómicos

| CARACTERÍSTICAS              | NIVEL A   | NIVEL B   | NIVEL C1  | NIVEL C2   | NIVEL C3   | NIVEL D1  | NIVEL D2  | NIVEL E                         |
|------------------------------|---|---|---|--|--|---|---|---------------------------------|
| <b>Ingresos</b>              | + 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                   |
| <b>Educación padres</b>      | Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado   | Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado   | Superior, Licenciatura,   | Superior, Licenciatura,  | Licenciatura   | Media completa  | Primaria completa   | Sin estudios                    |
| <b>Educación hijos</b>       | 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 en escuela  | Hijos en escuela  | Sin estudios                    |
| <b>Desempeño</b>             | Propietario, 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 |
| <b>Vivienda</b>              | 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, 1-2 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    |
| <b>Otras propiedades</b>     | Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades  | Sitios/terrenos condominios cerca de costas   | Sitios/terrenos interior por herencias  |  |  |   |   |                                 |
| <b>Personal de servicio</b>  | 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   |   |   |                                 |
| <b>Servicios financieros</b> | 3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$   | 2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$   | 1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud   | 1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local  | 1 cta Q ahorro, TC local   | cta Q ahorro  |   |                                 |
| <b>Posesiones</b>            | Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-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 8-10 años, sin seguro   | moto, por trabajo   |   |                                 |
| <b>Bienes de comodidad</b>   | 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 eléctrico 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 electrodomesticos básicos. | 1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos                  | 1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos | 1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos                    | 1 cel, radio, TV, estufa                                  | Radio, cocina de leña.          |
| <b>Diversión</b>             | 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: Información técnica de las imágenes utilizadas en el tablero de tendencias dentro del marco teórico

| Imagen | Fuente |
|--------|--------|
|--------|--------|



Casa Edel. (2025, 11 de junio). Estamos muy emocionados de introducir una serie de experiencias llamadas Hangeo ~ [Publicación de Instagram].

[https://www.instagram.com/casa\\_edel/](https://www.instagram.com/casa_edel/)




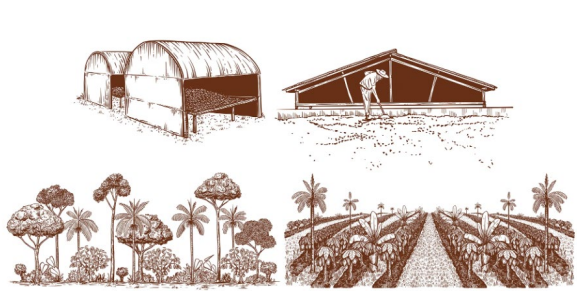
Casa Edel. (2025, 21 de abril). We love soft colors, slow mornings, and pieces that tell a story [Publicación de Instagram].

[https://www.instagram.com/casa\\_edel/](https://www.instagram.com/casa_edel/)



Cantalapiedra, A. (2024). Infographic of the color theory: Models, harmonies, perception, properties and color wheels throughout the history of art [Infografía].

<https://www.behance.net/gallery/199605299/Color-Theory-Teoria-del->

|   |   |
|---|---|
|   | <p>color?tracking_source=search_projects infographic&amp;l=6</p>  |
|  <p>The infographic features a green background with images of cacao beans in a bowl and hands holding beans. Text includes 'GENTE, FLORESTA E CULTURA' and 'PASSADO PRESENTE FUTURO'.</p> | <p>Estúdio Arado. (2025). Cacau Brasileiro [Infografia].<br/> <a href="https://www.behance.net/gallery/222798035/Cacau-Brasileiro?tracking_source=search_projects animacion+narrativa&amp;l=41">https://www.behance.net/gallery/222798035/Cacau-Brasileiro?tracking_source=search_projects animacion+narrativa&amp;l=41</a></p> |
|  <p>The illustration shows a cacao processing facility with a large covered area and a smaller building, alongside a cacao plantation with rows of trees and a path.</p>                  | <p>Estúdio Arado. (2025). Cacau Brasileiro [Infografia].<br/> <a href="https://www.behance.net/gallery/222798035/Cacau-Brasileiro?tracking_source=search_projects animacion+narrativa&amp;l=41">https://www.behance.net/gallery/222798035/Cacau-Brasileiro?tracking_source=search_projects animacion+narrativa&amp;l=41</a></p> |



Kluchnikova, S. (2025).

INFOGRAPHICS POSTER DESIGN

[Infografia].

<https://www.behance.net/gallery/218501>

061/INFOGRAPHICS-POSTER-

DESIGN



Adobe. (2025). Tendencias de diseño 2025.

<https://www.adobe.com/express/learn/blog/design-trends-2025>



Adobe. (2025). Tendencias de diseño 2025.

<https://www.adobe.com/express/learn/blog/design-trends-2025>

## Anexo IV: Información técnica de imágenes utilizadas dentro del Manual de Identidad

### Gráfica

| Imágen  | Información Técnica   |
|---|---|
|    | <p>Cámara: Nikon Coolpix B500</p> <p>Fecha: 28/02/2023</p> <p>Lugar: Fraijanes, Guatemala.</p> <p>Propiedad de: Valentina Jiménez Monterroso</p> <p>Dimensiones: 4250 x 2117 px</p> |
|   | <p>Cámara: Nikon Coolpix B500</p> <p>Fecha: 28/02/2023</p> <p>Lugar: Fraijanes, Guatemala.</p> <p>Propiedad de: Valentina Jiménez Monterroso</p> <p>Dimensiones: 4608 x 2592 px</p> |
|  | <p>Cámara: Nikon Coolpix B500</p> <p>Fecha: 28/02/2023</p> <p>Lugar: Fraijanes, Guatemala.</p> <p>Propiedad de: Valentina Jiménez Monterroso</p> <p>Dimensiones: 3436 x 1933 px</p> |



Cámara: Nikon Coolpix B500

Fecha: 29/07/2024

Lugar: Fraijanes, Guatemala.

Propiedad de: Valentina Jiménez Monterroso

Dimensiones: 4000 x 3000 px

## Anexo V: Encuesta de Validación



### **Encuesta de Validación: Diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para Establecer el Uso Correcto de los Elementos Gráficos Del Logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento**

**B I U** ☞ ✖

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

**Antecedentes:**

La Finca Cafetalera El Pensamiento fue creada el año 1866 por Manuel Monterroso, y actualmente se dedica principalmente al cultivo y cosecha de café de especialidad.

Al visitar la organización Finca Cafetalera El Pensamiento se pudo observar que no cuenta con el diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso de los elementos gráficos de logotipo.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para establecer el uso correcto de los elementos gráficos del logotipo de la Finca Cafetalera El Pensamiento.

**Instrucciones:**

Con base a lo anterior, observe la propuesta de manual de identidad gráfica en el **siguiente link**: <https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:VA6C2:f9ecc31f-305c-4e9a-bf18-1df87d351c3e>

Y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

## Anexo VI: Evidencia de Respuesta de Expertos y Clientes



Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

### Solicitud de Colaboración para Encuesta de Validación de Tesis

3 mensajes

Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>  
Para: Sandra Roxana Escobar Barrientos <sandra.escobar@galileo.edu>

15 de septiembre de 2025, 12:05

Estimada licenciada Escobar,

Espero que se encuentre muy bien y sus actividades de la semana se desarrollen con éxito. Por este medio me gustaría informarle que actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación, el cual consiste en el diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para la Finca Cafetalera El Pensamiento, con el objetivo de establecer el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo.

Dado que la facultad requiere la validación de este proyecto por parte de expertos en las áreas de comunicación, diseño y mercadeo, me dirijo a usted con la respetuosa solicitud de colaborar respondiendo una breve encuesta de validación. Su experiencia y conocimientos son fundamentales para respaldar la propuesta y garantizar que cumpla con los estándares profesionales y académicos.

La encuesta está disponible en el siguiente enlace: <https://forms.gle/srxXQMYVLPquW42H9>

Agradezco de antemano su tiempo y disposición para contribuir a este proyecto. Su participación es invaluable para el éxito de esta iniciativa. Si tiene alguna duda o comentario, no dude en contactarme.

Quedo atenta a su respuesta y le reitero mi agradecimiento.

Cordialmente,  
Valentina Jiménez | ID: 23003614

Sandra Roxana Escobar Barrientos <sandra.escobar@galileo.edu>  
Para: Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

16 de septiembre de 2025, 14:07

Estimada Valentina, te deseo lo mejor, con gusto he llenado lo requerido. Te felicito, es un trabajo impecable.



Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

---

## Solicitud de Colaboración para Encuesta de Validación de Tesis

3 mensajes

---

**Valentina Jiménez Monterroso** <23003614@galileo.edu>  
Para: Ingrid Ordoñez Salomon <ideporras@galileo.edu>

30 de agosto de 2025, 17:09

Estimada licenciada Ordoñez,

Espero que este mensaje le encuentre bien. Mi nombre es Valentina Jiménez, estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo. Actualmente, me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación, el cual consiste en el diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para la Finca Cafetalera El Pensamiento, con el objetivo de establecer el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo.

Dado que la facultad requiere la validación de este proyecto por parte de expertos en las áreas de comunicación, diseño y mercadeo, me dirijo a usted con la respetuosa solicitud de colaborar respondiendo una breve encuesta de validación. Su experiencia y conocimientos son fundamentales para respaldar la propuesta y garantizar que cumpla con los estándares profesionales y académicos.

La encuesta está disponible en el siguiente enlace: <https://forms.gle/DmKeBIAhPhKCMSQ8A>

Agradezco de antemano su tiempo y disposición para contribuir a este proyecto. Su participación es invaluable para el éxito de esta iniciativa. Si tiene alguna duda o comentario, no dude en contactarme.

Quedo atenta a su respuesta y le reitero mi agradecimiento.

Cordialmente,  
Valentina Jiménez | ID: 23003614

---

**Ingrid Ordoñez Salomon** <ideporras@galileo.edu>  
Para: Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

3 de septiembre de 2025, 13:07

Con mucho gusto.

Felicitaciones!  
[El texto citado está oculto]



Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

---

## Solicitud de Colaboración para Encuesta de Validación de Tesis

4 mensajes

---

**Valentina Jiménez Monterroso** <23003614@galileo.edu>  
Para: Carmen Andrea Aguilar Flores <andreaguilar@galileo.edu>

30 de agosto de 2025, 17:05

Estimada licenciada Aguilar,

Espero que este mensaje le encuentre bien. Mi nombre es Valentina Jiménez, estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo. Actualmente, me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación, el cual consiste en el diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para la Finca Cafetalera El Pensamiento, con el objetivo de establecer el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo.

Dado que la facultad requiere la validación de este proyecto por parte de expertos en las áreas de comunicación, diseño y mercadeo, me dirijo a usted con la respetuosa solicitud de colaborar respondiendo una breve encuesta de validación. Su experiencia y conocimientos son fundamentales para respaldar la propuesta y garantizar que cumpla con los estándares profesionales y académicos.

La encuesta está disponible en el siguiente enlace: <https://forms.gle/DmKeBIAhPhKCMSQ8A>

Agradezco de antemano su tiempo y disposición para contribuir a este proyecto. Su participación es invaluable para el éxito de esta iniciativa. Si tiene alguna duda o comentario, no dude en contactarme.

Quedo atenta a su respuesta y le reitero mi agradecimiento.

Cordialmente,  
Valentina Jiménez | ID: 23003614

---

**Carmen Andrea Aguilar Flores** <andreaguilar@galileo.edu>  
Para: Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

3 de septiembre de 2025, 20:29

Buenas noches,

Le escribo para confirmarle que ya validé su proyecto de graduación y dejé mis observaciones en la encuesta.

Licda. Andrea Aguilar  
[El texto citado está oculto]



Valentina Jiménez Monterroso &lt;23003614@galileo.edu&gt;

## Solicitud de Colaboración para Encuesta de Validación de Tesis

5 mensajes

Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>  
Para: Christian Emmanuel López Rossell <christian.rossell@galileo.edu>

1 de septiembre de 2025, 9:41

Estimado licenciado López,

Espero que se encuentre muy bien. Mi nombre es Valentina Jiménez, estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo. Actualmente, me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación, el cual consiste en el diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para la Finca Cafetalera El Pensamiento, con el objetivo de establecer el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo.

Dado que la facultad requiere la validación de este proyecto por parte de expertos en las áreas de comunicación, diseño y mercadeo, me dirijo a usted con la respetuosa solicitud de colaborar respondiendo una breve encuesta de validación. Su experiencia y conocimientos son fundamentales para respaldar la propuesta y garantizar que cumpla con los estándares profesionales y académicos.

La encuesta está disponible en el siguiente enlace: <https://forms.gle/DmKeBIAhPhKCMSQ8A>

Agradezco de antemano su tiempo y disposición para contribuir a este proyecto. Su participación es invaluable para el éxito de esta iniciativa. Si tiene alguna duda o comentario, no dude en contactarme.

Quedo atenta a su respuesta y le reitero mi agradecimiento.

Cordialmente,  
Valentina Jiménez | ID: 23003614

Christian Emmanuel López Rossell <christian.rossell@galileo.edu>  
Para: Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

4 de septiembre de 2025, 19:37





Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

---

## Solicitud de Colaboración para Encuesta de Validación de Tesis

2 mensajes

---

Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>  
Para: Arnulfo Guzman <arnulfo@galileo.edu>

16 de septiembre de 2025, 18:01

Estimada licenciado Guzmán,

Espero que se encuentre muy bien y sus actividades de la semana se desarrollen con éxito. Por este medio me gustaría informarle que actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto de graduación, el cual consiste en el diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para la Finca Cafetalera El Pensamiento, con el objetivo de establecer el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo.

Dado que la facultad requiere la validación de este proyecto por parte de expertos en las áreas de comunicación, diseño y mercadeo, me dirijo a usted con la respetuosa solicitud de colaborar respondiendo una breve encuesta de validación. Su experiencia y conocimientos son fundamentales para respaldar la propuesta y garantizar que cumpla con los estándares profesionales y académicos.

La encuesta está disponible en el siguiente enlace: <https://forms.gle/srxXQMYVLPquW42H9>

Agradezco de antemano su tiempo y disposición para contribuir a este proyecto. Su participación es invaluable para el éxito de esta iniciativa. Si tiene alguna duda o comentario, no dude en contactarme.

Quedo atenta a su respuesta y le reitero mi agradecimiento.

Cordialmente,  
Valentina Jiménez | ID: 23003614

---

Arnulfo Guzman <arnulfo@galileo.edu>  
Para: Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

29 de septiembre de 2025, 11:44

Listo Valentina, he validado su proyecto.

Saludos.

---

**Mgtr. Arnulfo Guzmán**  
Catedrático

[El texto citado está oculto]



Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

---

## Solicitud de Colaboración para Validación de Manual de Identidad Gráfica

2 mensajes

---

**Valentina Jiménez Monterroso** <23003614@galileo.edu>  
Para: "marioeysol23@gmail.com" <marioeysol23@gmail.com>

30 de agosto de 2025, 17:18

Estimado Mario,

Espero que este mensaje le encuentre bien. Mi nombre es Valentina Jiménez, estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo. Actualmente, estoy desarrollando mi proyecto de graduación, que consiste en el diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para la Finca Cafetalera El Pensamiento, con el propósito de establecer el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo.

Para asegurar que este manual refleje la esencia y los objetivos de la Finca, es fundamental contar con su valiosa opinión como clientes. Por ello, les invito cordialmente a participar en una breve encuesta de validación, la cual nos ayudará a garantizar que la propuesta gráfica esté alineada con sus expectativas y necesidades.

Pueden acceder a la encuesta en el siguiente enlace: <https://forms.gle/jBDNHZX9awuje3WC9>

Agradezco de antemano el tiempo que dediquen a responder esta encuesta. Su colaboración es esencial para el éxito de este proyecto y para fortalecer la identidad visual de la Finca Cafetalera El Pensamiento. Si tienen alguna duda o comentario, no dude en contactarme.

Quedo atenta a su apoyo y les reitero mi agradecimiento.

Cordialmente,  
Valentina Jiménez.

---

**Mario Jiménez** <marioeysol23@gmail.com>  
Para: Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

31 de agosto de 2025, 11:28

Con mucho gusto completaré la información solicitada. Feliz día bendiciones

[El texto citado está oculto]



Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

## Solicitud de Colaboración para Validación de Manual de Identidad Gráfica

2 mensajes

Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>  
Para: claudiajimenez71@yahoo.com

30 de agosto de 2025, 17:15

Estimada Claudia,

Espero que este mensaje le encuentre bien. Mi nombre es Valentina Jiménez, estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo. Actualmente, estoy desarrollando mi proyecto de graduación, que consiste en el diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para la Finca Cafetalera El Pensamiento, con el propósito de establecer el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo.

Para asegurar que este manual refleje la esencia y los objetivos de la Finca, es fundamental contar con su valiosa opinión como clientes. Por ello, les invito cordialmente a participar en una breve encuesta de validación, la cual nos ayudará a garantizar que la propuesta gráfica esté alineada con sus expectativas y necesidades.

Pueden acceder a la encuesta en el siguiente enlace: <https://forms.gle/jBDNHZX9awuje3WC9>

Agradezco de antemano el tiempo que dediquen a responder esta encuesta. Su colaboración es esencial para el éxito de este proyecto y para fortalecer la identidad visual de la Finca Cafetalera El Pensamiento. Si tienen alguna duda o comentario, no dude en contactarme.

Quedo atenta a su apoyo y les reitero mi agradecimiento.

Cordialmente,  
Valentina Jiménez.

claudiajimenez71@yahoo.com <claudiajimenez71@yahoo.com>  
Para: Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

31 de agosto de 2025, 11:24

Buenos días estimada Valentina, desde ya como parte de Finca El Pensamiento quiero expresar mi agradecimiento por el trabajo que has venido desarrollando estos últimos meses para realizar nuestro manual de identidad como Empresa. Estoy segura será invaluable los lineamientos que se establecerán y la línea que se tomará para mejorar la productividad y ventas de la Empresa.

Con gusto completaré la encuesta adjunta para continuar con tus trámites de tesis.

Todo el diseño me ha parecido precioso. Enhorabuena!!!

Claudia Monterroso  
[El texto citado está oculto]



Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

## Solicitud de Colaboración para Validación de Manual de Identidad Gráfica

3 mensajes

**Valentina Jiménez Monterroso** <23003614@galileo.edu>  
Para: dina.monterroso@gmail.com

30 de agosto de 2025, 17:16

Estimada Dina Monterroso,

Espero que este mensaje le encuentre bien. Mi nombre es Valentina Jiménez, estudiante de la Licenciatura en Comunicación y Diseño de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo. Actualmente, estoy desarrollando mi proyecto de graduación, que consiste en el diseño de un Manual de Identidad e Imagen Corporativa para la Finca Cafetalera El Pensamiento, con el propósito de establecer el uso correcto de los elementos gráficos de su logotipo.

Para asegurar que este manual refleje la esencia y los objetivos de la Finca, es fundamental contar con su valiosa opinión como clientes. Por ello, les invito cordialmente a participar en una breve encuesta de validación, la cual nos ayudará a garantizar que la propuesta gráfica esté alineada con sus expectativas y necesidades.

Pueden acceder a la encuesta en el siguiente enlace: <https://forms.gle/fjBDNHZX9awuje3WC9>

Agradezco de antemano el tiempo que dediquen a responder esta encuesta. Su colaboración es esencial para el éxito de este proyecto y para fortalecer la identidad visual de la Finca Cafetalera El Pensamiento. Si tienen alguna duda o comentario, no dude en contactarme.

Quedo atenta a su apoyo y les reitero mi agradecimiento.

Cordialmente,  
Valentina Jiménez.

**Dina Monterroso** <dina.monterroso@gmail.com>  
Para: Valentina Jiménez Monterroso <23003614@galileo.edu>

30 de agosto de 2025, 21:09

Encuesta respondida y enviada.  
Felicitaciones por el trabajo. Transmite: calidad, renovación, enfoque y variadas emociones que conectan con el producto.

[El texto citado está oculto]

**Valentina Jiménez Monterroso** <23003614@galileo.edu>  
Borrador a: Dina Monterroso <dina.monterroso@gmail.com>

31 de agosto de 2025, 8:22

Muchas gracias por sus comentarios y apoyo, son de gran ayuda. Quedo a la orden cualquier consulta.

Saludos cordiales,  
Valentina.  
[El texto citado está oculto]