



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

Diseño de material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A. Guatemala, Guatemala, 2014.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Carmen Julia García Orellana

No. de carné 09000285

Para optar al título de

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2013

Diseño de material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A. Guatemala, Guatemala, 2014.

Carmen Julia García Orellana

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, enero 2014

Guatemala 05 de junio de 2013

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

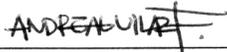
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:

DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE IMPRESIÓN QUE OFRECE LA LITOGRAFÍA ARTE, COLOR Y TEXTO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA, 2014. Así mismo solicito que la Licda. Andrea Aguilar Flores, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Carmen Julia García Orellana
09000285


Licda. Andrea Aguilar Flores
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

Señorita
Carmen Julia García Orellana
Presente

Estimada Señorita García:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE IMPRESIÓN QUE OFRECE LA LITOGRAFÍA ARTE, COLOR Y TEXTO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA, 2014.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Andrea Aguilar Flores, como asesor 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 Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 10 de enero de 2014

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 MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE IMPRESIÓN QUE OFRECE LA LITOGRAFÍA ARTE, COLOR Y TEXTO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA, 2014.** Presentado por la estudiante: Carmen Julia García Orellana, con número de carné: 09000285, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

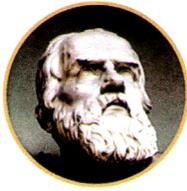
Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

ANDREA AGUILAR FLORES

Licda. Andrea Aguilar Flores

Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de noviembre de 2014

**Señorita
Carmen Julia García Orellana
Presente**

Estimada Señorita García:

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**

Ciudad de Guatemala, 20 de febrero de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

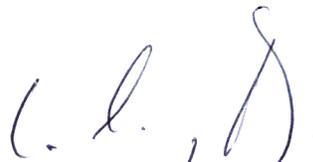
Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE IMPRESIÓN QUE OFRECE LA LITOGRAFÍA ARTE, COLOR Y TEXTO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA, 2014***, de la estudiante Carmen Julia García Orellana, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 03 de marzo de 2015

**Señorita
Carmen Julia García Orellana
Presente**

Estimada Señorita García:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE IMPRESIÓN QUE OFRECE LA LITOGRAFÍA ARTE, COLOR Y TEXTO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA, 2014.** Presentado por la estudiante: Carmen Julia García Orellana, 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

AUTORIDADES

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. 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 MSc.

Dedicatoria

A Dios, por su amor y por todas las bendiciones que me da cada día.

A mis padres José y María, por su amor, esfuerzo, enseñanzas, consejos y apoyo incondicional en cada momento de mi vida.

A mis hermanos Claudia, Carlos y Erick, por estar siempre a mi lado brindándome su amor, consejos y apoyo siempre que lo he necesitado.

A mis sobrinos Andrea y Javier, porque el amor que me brindan es una gran motivación para mejorar cada día.

A mis compañeros y amigos, especialmente a Marie, Astrid, Rodrigo, Ale, Carol y Lucía, por el apoyo, comprensión y amistad incondicional que construimos a lo largo de estos años.

A mi asesora Andrea Aguilar, por su apoyo, dedicación y asesoría profesional.

A Universidad Galileo, por su aporte académico en mi formación profesional.

A Arte, Color y Texto, S.A., por abrirme las puertas y darme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente.

A todas aquellas personas que Dios ha puesto en mi camino, porque de una u otra manera han sido parte de mi vida y contribuyeron a que alcanzara esta meta.

Resumen

La litografía Arte, Color y Texto, S.A. no cuenta con material informativo impreso que dé a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A.

Al diseñar el material informativo impreso se evaluó su funcionalidad y eficacia a través de una herramienta de validación, que permitió conocer la percepción del grupo objetivo conformado por personas de nivel socio-económico C- y C, las que poseen nivel de educación superior y licenciatura, y comprenden hombres y mujeres entre los 25 a 40 años de edad, y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñó material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A. También se recomendó supervisar cuidadosamente la impresión del material informativo, ya que este no solo dará a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la empresa, sino también será una referencia física de la calidad con la que se elaboran los materiales.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

Índice

Carta de solicitud de tema (estudiante a FACOM).....	I
Carta de aprobación de tema y asesor (a) (FACOM a estudiante).....	II
Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto.....	III
Carta de información de examen privado.....	IV
Carta de corrector de estilo.....	V
Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante).....	VI
Autoridades de la Universidad.....	VII
Dedicatoria.....	VIII
Resumen o sinopsis.....	IX
Hoja de autoría.....	X

Capítulo I

1.1. Introducción.....	2
------------------------	---

Capítulo II: Problemática..... 3

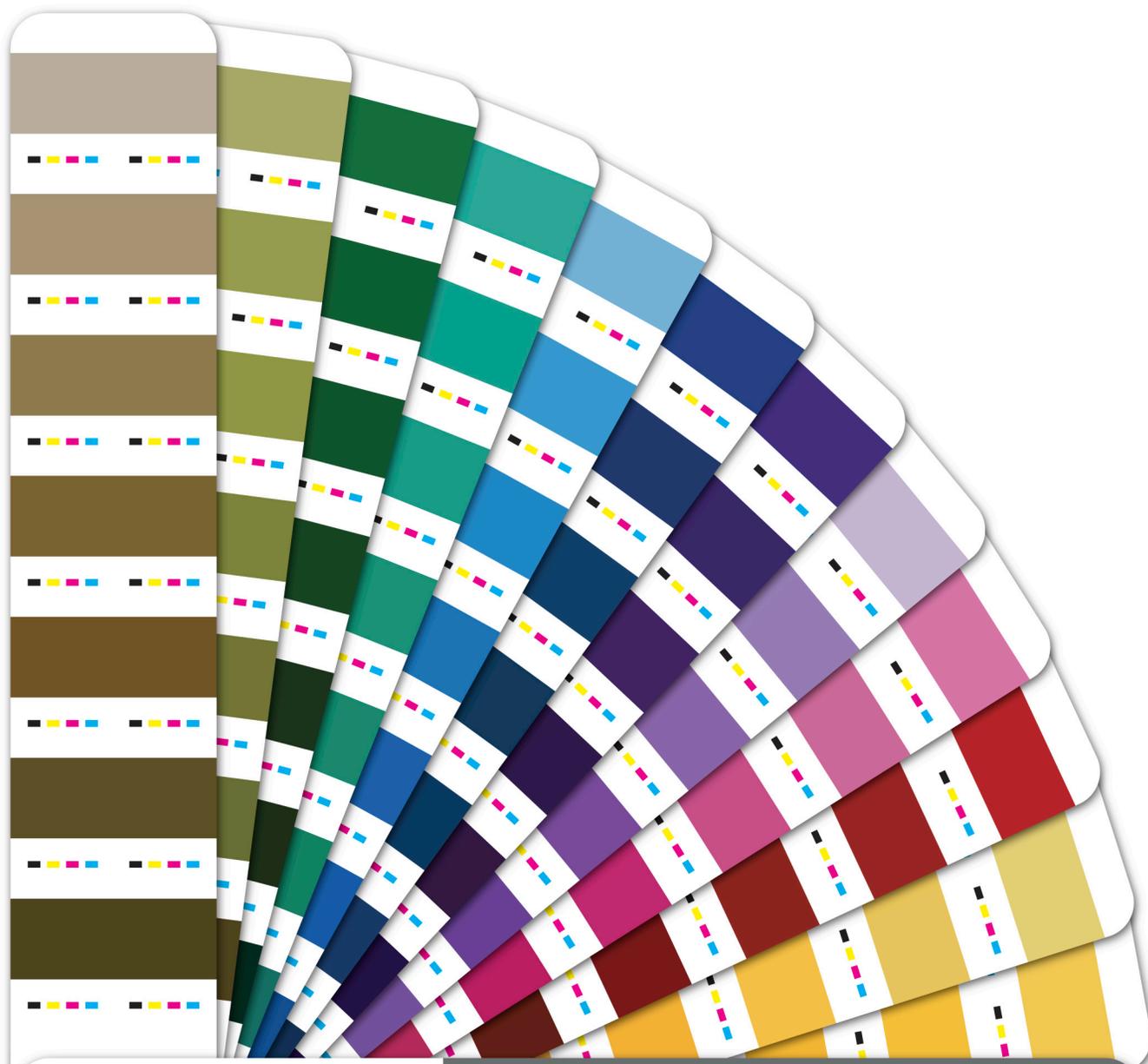
2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
2.3 Justificación.....	4
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia.....	6
2.3.4 Factibilidad.....	6
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	7
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	7
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	7

Capítulo III: Objetivos de diseño..... 8

3.1. Objetivo general.....	8
3.2. Objetivos específicos.....	8

Capítulo IV: Marco de referencia	9
4.1 Información general del cliente.....	9
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	18
5.1. Perfil geográfico.....	18
5.2. Perfil demográfico.....	18
5.3. Perfil psicográfico.....	20
5.4. Perfil conductual.....	20
Capítulo VI: Marco teórico	21
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con litografía.....	21
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	26
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	34
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	42
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	42
7.2 Conceptualización.....	45
7.2.1 Método.....	45
7.2.2 Aplicación del Método.....	46
7.2.3 Definición del concepto.....	47
7.3 Bocetaje.....	48
7.4 Propuesta preliminar.....	85
Capítulo VIII: Validación técnica	97
8.1 Población y muestreo.....	97
8.2 Método e Instrumentos.....	98
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	100
8.4 Cambios en base a los resultados.....	109

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	124
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	141
10.1 Plan de costos de elaboración.....	141
10.2 Plan de costos de producción.....	142
10.3 Plan de costos de reproducción.....	142
10.4 Plan de costos de distribución.....	143
10.5 Cuadro resumen.....	143
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
11.1 Conclusiones.....	144
11.2 Recomendaciones.....	145
Capítulo XII: Conocimiento general.....	146
Capítulo XIII: Referencias.....	151
Capítulo XIV: Anexos.....	155



CAPÍTULO I

Introducción

Introducción

Arte, Color y Texto, S.A. es una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas, siendo una de las empresas más reconocidas debido a que ofrece productos y servicios de alta calidad a precios competitivos. Sin embargo, no cuenta con material informativo impreso apropiado que dé a conocer a los clientes los productos y servicios de impresión que ofrece.

Para solucionar esta problemática se propone el presente proyecto de graduación “Diseño de material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A.”.

Este proyecto se elabora con el propósito de brindarle material informativo impreso al personal de la litografía, que podrá implementarlo como herramienta de trabajo, ya que podrá entregarlo a los clientes que lleguen a la empresa para solicitar información. También permite brindar toda la información detallada acerca de los productos y servicios de impresión que ofrece, proporcionándoles una referencia física y visual de la calidad con que se realizan e imprimen los trabajos.

Se podrá contar con una versión digital, para enviarla por correo electrónico a los clientes que soliciten información urgente acerca los productos y servicios de impresión, lo que le permite a la litografía ahorrar en gastos de impresión, distribución y tiempo.

El proceso de diseño y la propuesta gráfica final, se respaldan en la investigación de conceptos fundamentales tales como: impresión litográfica, comunicación, diseño y ciencias auxiliares. Dicha investigación permite elegir los elementos gráficos adecuados que en conjunto dieron la imagen visual del material informativo impreso.

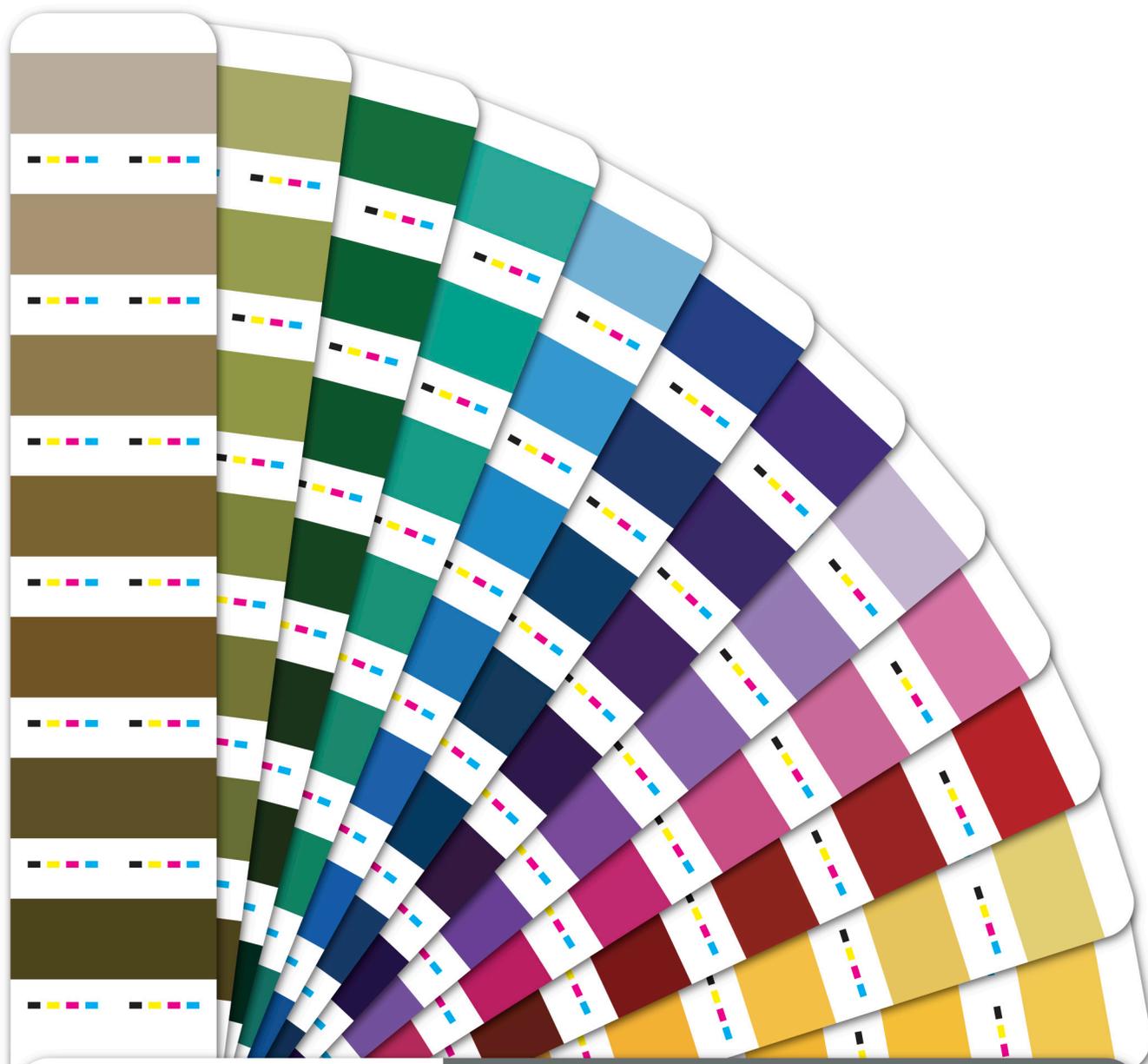
La validación que se efectúa con el cliente, expertos en comunicación y diseño, y el grupo objetivo, que está conformado por hombres y mujeres que oscilan entre las edades de 25 y



40 años, permite evaluar la funcionalidad de la propuesta gráfica del material informativo impreso.

Por lo tanto, se considera necesario diseñar material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A. Este material consiste en una carpeta corporativa que contiene la información necesaria sobre la empresa.





CAPÍTULO II

Problemática

Problemática

Arte, Color y Texto, S.A. cuenta con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados a la elaboración de productos impresos en papel, utilizando principalmente impresión offset, que es utilizada en tirajes de gran volumen debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo.

Sin embargo, se detectó que la litografía no cuenta con material informativo impreso apropiado que dé a conocer a los clientes los productos y servicios de impresión que ofrece. Por lo tanto, se propone diseñar material informativo impreso a través del que se den a conocer estos productos y servicios de impresión, que le permitirá al personal de la litografía asesorar e informar eficazmente a los clientes.

2.1. Contexto

Arte, Color y Texto, S.A. es una empresa reconocida en el mercado guatemalteco de las artes gráficas debido a que ofrece servicios de alta calidad a precios competitivos.

La litografía está provista de maquinaria y personal capacitado distribuido en diversas áreas de trabajo, que le permite realizar materiales que cumplen con la calidad solicitada por los clientes en el tiempo establecido.

El departamento de ventas de la litografía recibe diariamente abundantes solicitudes de cotización por parte de clientes frecuentes y nuevos, quienes ocasionalmente solicitan referencias de los trabajos realizados por la litografía o algún tipo de material en donde se describa detalladamente los productos y servicios de impresión de la empresa.

Sin embargo, el personal de este departamento no cuenta con material informativo impreso adecuado que le permita dar a conocer los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía a sus clientes. Por ello le solicitó al departamento de diseño realizar una tarjeta y



una carta de presentación en las que se describen a grandes rasgos la información básica de la litografía.

Este material no es adecuado, ya que cuando el cliente solicita información detallada de los productos y servicios de impresión o una muestra de trabajos realizados por la litografía, esta debe enviar a una persona a entregarlos personalmente, lo que implica gastos innecesarios para la empresa, como: material, impresión, gasolina y tiempo.

Es por ello que para dar solución a esta problemática de comunicación se propone diseñar material informativo impreso a través del que se den a conocer los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía y permita al personal asesorar e informar de forma eficaz a los clientes, éste será utilizado como apoyo para mostrar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

2.2. Requerimiento de Comunicación y Diseño

La litografía Arte, Color y Texto, S.A. no cuenta con material informativo impreso que dé a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece.

2.3. Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

2.3.1. Magnitud

La República de Guatemala el año 2014, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE), alcanza un estimado de 15,806,675 habitantes, de los que 8,087,279 son mujeres y 7,719,396 son hombres.



El departamento de Guatemala se encuentra ubicado en el área sur-centro del país, cuenta con una superficie de 2,126 km² y posee 3,306,397 habitantes.

No existe un censo oficial de litografías en el país, pero según el directorio telefónico Páginas Amarillas, se encuentran registradas 290 litografías en el departamento de Guatemala para el año 2014, entre las que se encuentra Arte, Color y Texto, S.A. Está ubicada en la 4a. avenida 3-09, zona 10 de la ciudad capital, cuenta con una cartera de 87 clientes activos y tiene como objetivo aumentarla 46% mensualmente.



2.3.2. Vulnerabilidad

Al no contar con material informativo impreso que dé a conocer a sus clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece, Arte, Color y Texto, S.A. disminuye sus posibilidades de mantener y aumentar la cartera de clientes que posee actualmente, ya que la mayoría de ellos solamente conocen algunos de los productos y servicios de impresión que la empresa ofrece, lo que provoca que busquen en otra empresa lo que aparentemente la litografía no les ofrece.

La carencia del material informativo también aumenta costos de envío, ya que cuando un cliente solicita una referencia de los trabajos realizados por la litografía, esta debe invertir en gasolina y tiempo para cumplir con la solicitud.

2.3.3. Trascendencia

Al contar con material informativo impreso, el personal de la litografía podrá entregarlo a los clientes que lleguen a la empresa para solicitar asesoría, esto permite brinda toda la información detallada acerca de los productos y servicios de impresión que ofrece a sus clientes reales y potenciales, proporcionándoles también una referencia física y visual de la calidad con que se realizan e imprimen los trabajos.

Además, podrá contar con una versión digital, para enviarla por correo electrónico a los clientes que soliciten información urgente acerca los productos y servicios de impresión, que le permitirá a la litografía ahorrar en gastos de impresión, distribución y tiempo.

A través del material informativo impreso también se logrará llamar la atención de los clientes potenciales, logrando así aumentar la cartera de clientes, por lo tanto incrementarán las ventas y se proyectará una imagen sólida, seria y confiable de la empresa.

2.3.4. Factibilidad

Elaborar el material informativo impreso para la litografía es factible, ya que se cuenta con los siguientes recursos:

2.3.4.1. Recursos Humanos:

Arte, Color y Texto, S.A. cuenta con un equipo de trabajo cuyas capacidades, conocimientos y experiencia les permitirá manejar y distribuir adecuadamente el material informativo impreso a realizarse.



2.3.4.2. Recursos Organizacionales:

El gerente general de la litografía autorizó al personal administrativo y de producción, brindar la información necesaria acerca de la empresa para que el proyecto pueda llevarse a cabo.

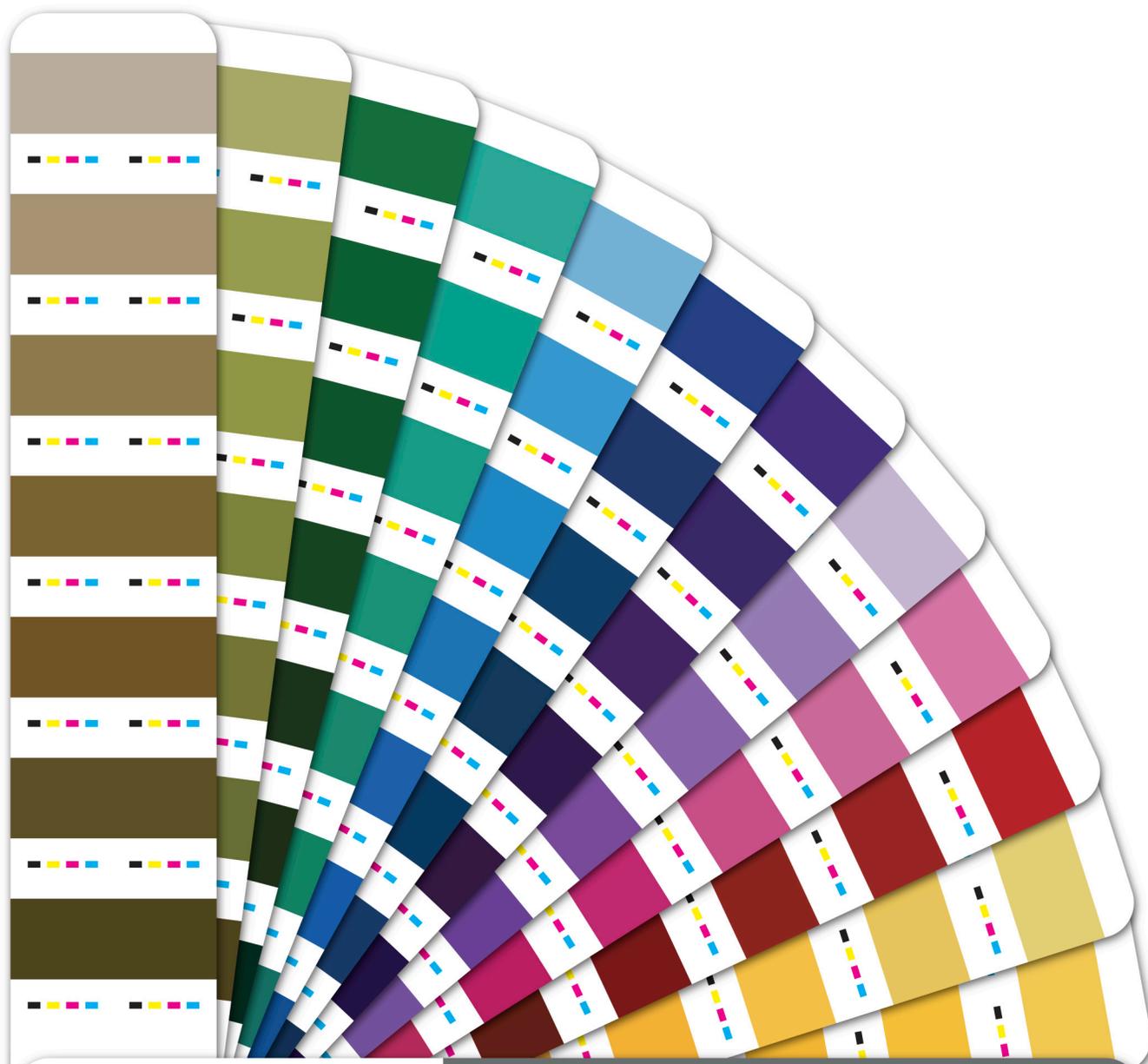
2.3.4.3. Recursos Económicos:

Actualmente Arte, Color y Texto, S.A. cuenta con los recursos económicos necesarios para solventar con todos los gastos que implica la realización del material informativo impreso.

2.3.4.4. Recursos Tecnológicos:

La litografía cuenta con el equipo y materiales necesarios para la elaboración del proyecto, ya que posee un departamento de diseño provisto con equipo de cómputo, internet y software de diseño. También cuenta con un departamento de producción que dispone de maquinaria para impresión offset y acabados finales que, en conjunto, permitirán que el material informativo impreso sea diseñado, impreso y distribuido.





CAPÍTULO III

Objetivos de Diseño

Objetivos del diseño

3.1. Objetivo General

Diseñar material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A.

3.2. Objetivos Específicos

3.2.1. Investigar información acerca de tipos de material informativo impreso que pueden emplearse para desarrollar adecuadamente el proyecto.

3.2.2. Recopilar información acerca de los diferentes productos y servicios de impresión que ofrece la litografía para incluirla en el contenido del material informativo.

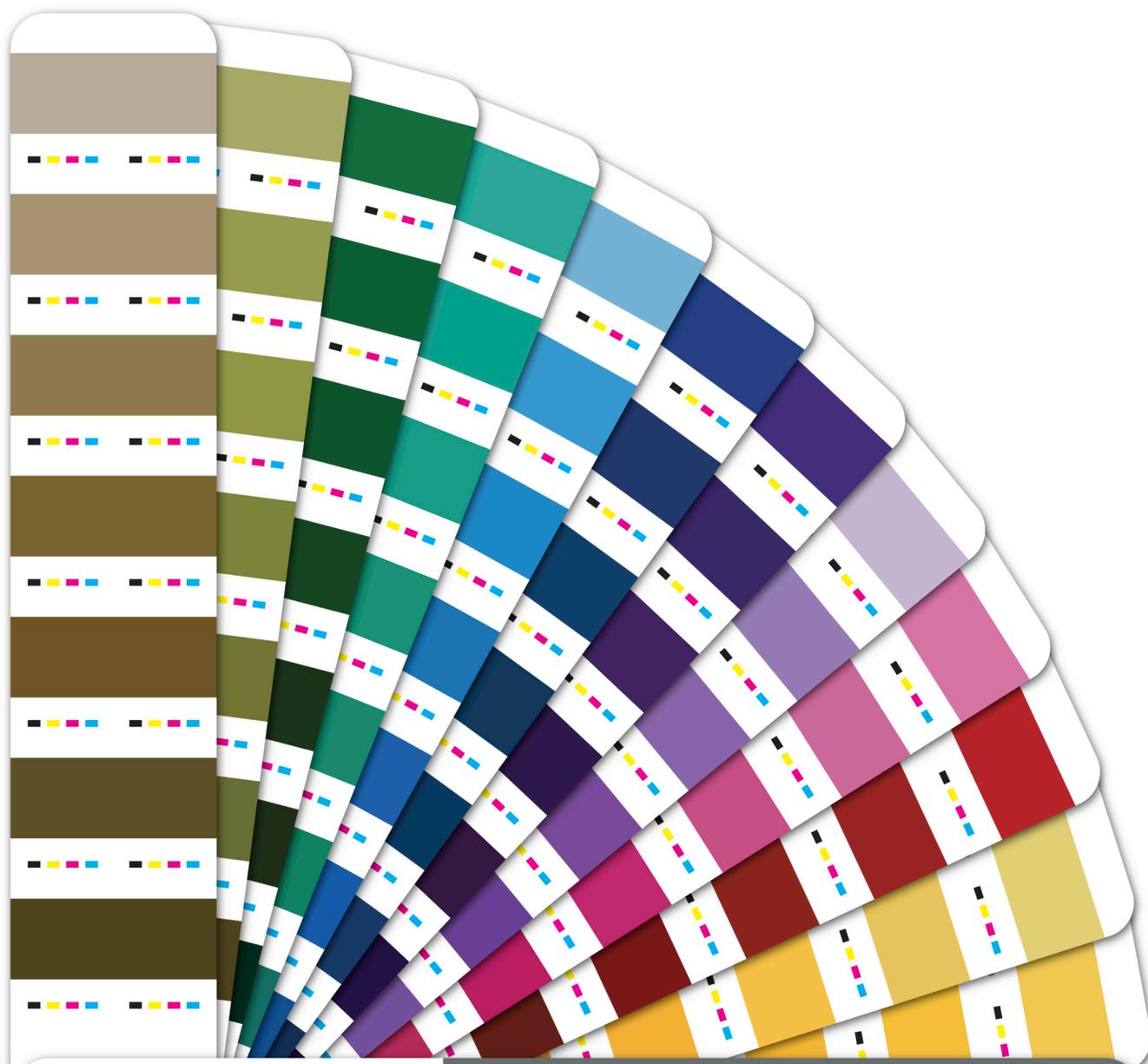
3.2.3. Fotografiar proyectos realizados por Arte, Color y Texto, S.A. para proporcionar en el material informativo una referencia visual de la calidad de los materiales.

3.2.4. Determinar la tipografía adecuada que se implementará en el texto del material informativo para que el grupo objetivo pueda leer fácilmente la información.

3.2.5. Diagramar el contenido del material informativo impreso asociando adecuadamente los textos e imágenes, para facilitar al grupo objetivo la interpretación de la información.

3.2.6. Crear una versión digital del material informativo impreso para que pueda ser enviado por correo electrónico a los clientes reales y potenciales que solicitan información a través de llamadas y/o internet.





CAPÍTULO IV

Marco de Referencia

Marco de Referencia

4.1. Información general del cliente

4.1.1. Datos del cliente

- Nombre de la Empresa: Arte, Color y Texto, S.A.
- Dirección: 4a. avenida 3-09 zona 10, Ciudad de Guatemala, Guatemala.
- E-mail: artecolorytexto@gmail.com / arteco2@gmail.com
- Teléfono: 2360-6739 / 49 / 59
- Contacto: Ing. César Menéndez / Gerente General

4.1.2. Antecedentes

Arte, Color y Texto, S.A. es una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años, con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas, siendo una de las empresas más reconocidas debido a que ofrece servicios de alta calidad a precios competitivos.

Cuenta con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados a la elaboración de productos impresos en papel, aplicando diferentes tipos de impresión al ser la principal el sistema de impresión offset, que es utilizado en tirajes de gran volumen debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo.

Inicialmente era conocida como Impresos Menéndez, S.A. y se ubicaba en la 5a. avenida de la zona 9. En ese entonces contaba con poca maquinaria y personal, pero a través de los años estos fueron aumentando, por lo que fue necesario trasladarla a un establecimiento más amplio, que se ubica en la 4a. avenida 3-09 de la zona 10, lugar donde se encuentra actualmente. Al momento de su traslado su nombre también cambio a Arte, Color y Texto, S.A.

En el 2004 abrió su primera sucursal en el Km. 20, Carretera al Municipio de San José Pinula, actualmente esta sucursal no está abierta al público, ya que cuenta



solamente con área de producción, el resto de los departamentos están en la litografía central.

4.1.3. Servicios

La litografía ofrece principalmente el servicio de impresión offset, que es utilizado en grandes tirajes de volumen, debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo, sin embargo también ofrece los servicios de:

- Elaboración de originales
- Corte de materiales
- Encuadernación fina y rustica
- Troquelado
- Barniz UV brillante y mate con o sin reservado especial
- Laminado

4.1.4. Oportunidad identificada

Diseñar material informativo impreso para dar a conocer los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A. a los clientes reales y potenciales. Actualmente el personal de la litografía utiliza material inadecuado para asesorar e informar a los clientes, ya que no muestra la calidad de los productos y servicios ofrecidos y carece de información sobre los mismos.

4.1.5. Misión

Atender el mercado de artes gráficas a través de recursos humanos capaces y esmerados por el cliente, que ofrecen la más alta calidad a un precio competitivo, basados en el servicio, la honestidad y la responsabilidad.

4.1.6. Visión

Establecernos en el mercado nacional como uno de los principales proveedores de las artes gráficas, prestadores de un excelente servicio y productos, capaz de abordar cualquier trabajo destinado a las artes gráficas.

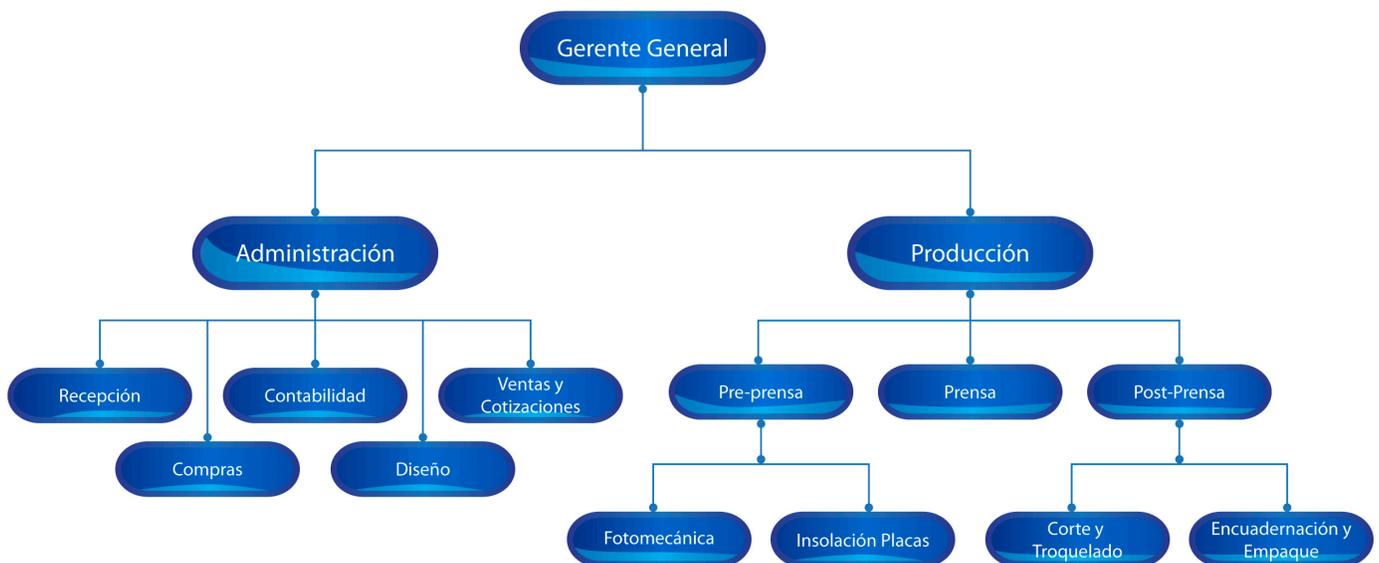


4.1.7. Objetivos

- Comprometernos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, tanto en productos como en el servicio.
- Tomar la iniciativa al momento de nuevos retos, brindándole así soluciones a los requerimientos más complejos de los clientes.
- Anticiparnos a los problemas de nuestros clientes, proponiendo las soluciones más adecuadas para cada proyecto.
- Proporcionar productos de alta calidad para garantizar la repetitividad en la producción, con procesos controlados y respetar los tiempos y prioridad del cliente.

4.1.8. Organigrama

La estructura actual de Arte, Color y Texto, S.A. se encuentra de la siguiente manera:



4.1.9. Delimitación Geográfica

Ciudad de Guatemala, Guatemala, C.A.

4.1.10. Grupo Objetivo

Personas que influyen en la decisión de compra de empresas u organizaciones que requieren servicios de impresión litográfica para la elaboración de materiales publicitarios, contables o corporativos en pequeñas y medianas cantidades.

4.1.11. Principal beneficio al Grupo Objetivo

- Clientes Potenciales: Obtienen servicios litográficos de alta calidad a precios accesibles que son entregados rápidamente.
- Clientes Reales: Obtienen descuentos en el precio de los servicios, ya que la empresa conserva algunos materiales utilizados anteriormente en los proyectos, lo que disminuye los costos y permite seguir proporcionando servicios de alta calidad.

4.1.12. Competencia

- Litografía TT, S.A. (8ª. Avenida 30-70 Zona 11, Guatemala)
- Lito Express, S.A. (Km. 15.5 Calzada Roosevelt Zona 7 Mixco, Guatemala)
- Litografía Mayaprin, S.A. (49 Calle 24-03 Zona 12, Guatemala)
- Gráficos Díaz-Paiz (2 Calle 35-70 Zona 11, Colonia Toledo, Guatemala)

4.1.13. Posicionamiento

Arte, Color y Texto, S.A. es reconocida por ser una litografía confiable, que ofrece asesoría personalizada a sus clientes, brindándoles soluciones adecuadas a sus proyectos que pueden ser entregados en corto tiempo.



4.1.14. Factores de diferenciación:

Los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A. se caracterizan por la asesoría personalizada que les brinda a los clientes. Mantiene un estricto control durante todo el proceso de producción que le permite ofrecer calidad, rapidez y costos accesibles.

4.1.15. Mensajes claves a comunicar:

- Compromiso con la satisfacción de necesidades de los clientes, tanto en productos como en el servicio.
- Productos y servicios de alta calidad a precios accesibles.
- Proposición de soluciones adecuadas para cada proyecto.
- Respeto a los tiempos de entrega y prioridades del cliente.

4.1.16. Estrategia de Comunicación:

La elaboración del material informativo, tanto impreso como digital, permitirá que la comunicación entre la litografía y el grupo objetivo sea más eficiente, ya que se demostrará el compromiso que tiene la empresa con sus clientes al entregar productos y servicios que satisfacen adecuadamente sus necesidades, tomando como prioridad la asesoría, costos y tiempos de entrega de los mismos.

4.1.17. Reto de Diseño y Trascendencia:

Elaborar el material informativo impreso también implicará la implementación del diseño gráfico, editorial, digital y fotográfico, ya que estos permiten transmitir un mensaje claro, ordenado y estético que dará a conocer los productos, servicios y ventajas que ofrece la litografía a sus clientes.

4.1.18. Datos del Proyecto:

Se realizará el diseño de material informativo impreso, que estará integrado por elementos escritos y visuales, tales como colores, fotografías y tipografías, que en conjunto, transmitirán adecuadamente a los clientes reales y potenciales información acerca de los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía.



Para ello se realizarán bocetos, los que serán primero naturales, luego formales y por último digitales, que permitirán hacer una propuesta preliminar del material.

Esta propuesta será validada, y de ser necesario se pueden realizar cambios que permitan hacer más efectivo el material, luego se procederá a presentar la propuesta gráfica final, que permitirá realizar un presupuesto al tomar en cuenta el tiempo invertido en cada una de las etapas del proyecto.

4.1.19. Datos del Logotipo:

Arte, Color y Texto, S.A. se identifica entre sus clientes con el siguiente logotipo:



- *Proporciones Gráficas:*



- *Logotipo a full-color:*



	C=100	M=80	Y=0	K=10
	C=100	M=0	Y=0	K=0
	C=0	M=100	Y=0	K=0
	C=0	M=0	Y=100	K=0
	C=0	M=0	Y=0	K=40

ABC Tipografía Times

- *Logotipo a un color:*



	Pantone 294 C
	Pantone 294 U

ABC Tipografía Times



4.1.20. Antecedentes de Diseño

El material informativo impreso con el que cuenta actualmente la litografía consiste en una tarjeta y una carta de presentación en las que se describen a grandes rasgos la información básica de la litografía.



4.1.21. Análisis FODA

Fortalezas

- Posee trayectoria prolongada, que le permite proyectar imagen sólida, seria y confiable.
- Cumple con el tiempo de entrega establecido al momento de recibir los materiales a imprimir.
- Cuenta con personal calificado que le permite ofrecer servicios de alta calidad.
- Ofrece servicios de calidad a precios accesibles para el mercado objetivo, que son capaces de competir con los de otras litografías.
- Es financieramente estable ya que los créditos adquiridos son a corto plazo, que significa que los activos de la empresa pertenecen a los dueños.

Oportunidades

- Se tiene acceso a la economía a escala, ya que mientras más grande sea el volumen de producción los costos disminuyen.
- Puede ampliar su segmento de mercado internacional, ya que ha comprobado que puede cumplir eficazmente con la demanda que tiene en el país.
- La relación que tiene con los proveedores ha sido de muchos años, por ello puede llegar a ciertos acuerdos que le permiten ofrecer precios competitivos.
- Puede poner a funcionar el resto de departamentos en la sucursal que posee actualmente, para mejorar su capacidad de producción.
- Puede implementar el sistema de impresión digital, para mejorar los costos de impresión en volúmenes pequeños.

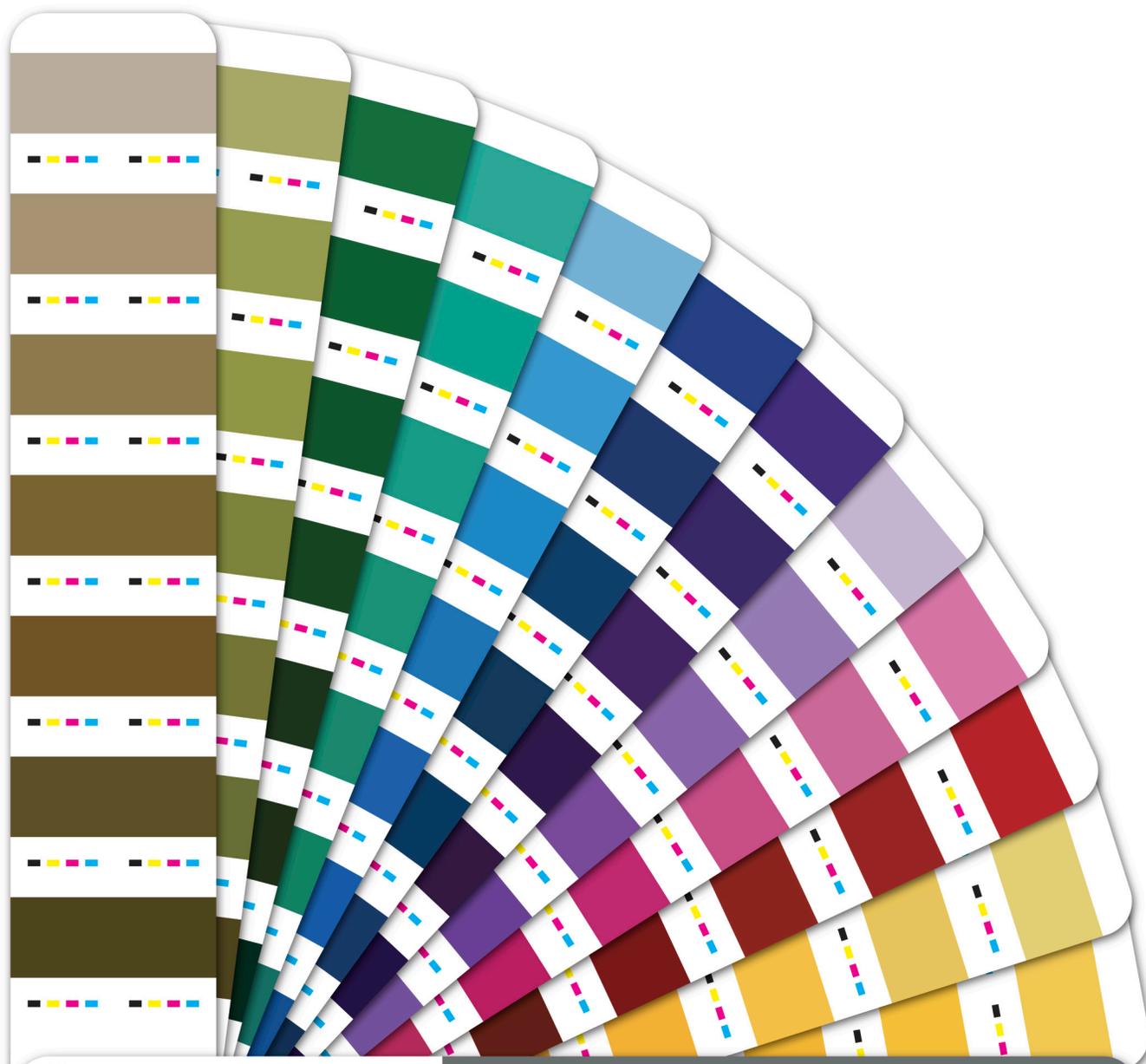
Debilidades

- Invierte poco esfuerzo y dinero en la promoción de los servicios que ofrece.
- Depende de otra empresa para la elaboración de placas CTP, lo cual muchas veces retrasa la producción.
- Los precios no son fijos, ya que están sujetos a las variaciones que se den los precios de las materias primas que van a utilizarse.
- Aun no cuenta con página web que permita a los usuarios contactar a la empresa fácilmente.
- Comunicación deficiente entre el personal, lo cual crea conflictos al momento de elaborar los trabajos.

Amenazas

- El mercado de impresión en Guatemala cada vez aumenta más, por lo que la competencia cada día es mayor.
- Cuenta con personal capaz, pero muchas veces no se ha apreciado su esfuerzo, por lo que pierden el interés y fallan en sus labores y terminan por retirarse.
- No actualiza constantemente su maquinaria.
- Cambios constantes en las leyes que rigen los documentos contables.
- Clientes que solamente solicitan el diseño y no imprimen los materiales.





CAPÍTULO V

Definición del Grupo Objetivo

Definición del Grupo Objetivo

El proyecto está dirigido a personas que influyen en la decisión de compra de empresas u organizaciones que requieren servicios de impresión litográfica para la elaboración de materiales publicitarios, contables o corporativos en pequeñas y medianas cantidades, los que pueden clasificarse en clientes reales y potenciales.

Los clientes reales son quienes actualmente adquieren los productos y servicios de impresión de la litografía por la calidad que ofrece, la asesoría personalizada y los precios competitivos, y los clientes potenciales son personas que buscan adquirir productos y servicios de impresión con las mismas características y que poseen un perfil similar al de los clientes reales. Se les dará a conocer el material informativo impreso que se realizará para que, a través de él conozcan los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A.

5.1. Perfil Geográfico

El departamento de Guatemala se encuentra ubicado en el área sur-centro del país, cuenta con una superficie de 2,126 km² y posee gran cantidad de áreas verdes. De acuerdo con la Estimación de Población del Período 2008-2020, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en el año 2014, alcanza un estimado de 3,306,397 habitantes.

Cuenta con un clima subtropical de tierras altas y es generalmente muy suave, casi primaveral, a lo largo del año. Abarca aproximadamente un área de 996 km², tiene altitud de 1.500 metros, latitud de 14° 37' 15" N y longitud: 90° 31' 36" O.

5.2. Perfil Demográfico

- Edad: 25 a 40 años
- Género: Femenino y Masculino



- Ciclo de Vida: Adultos solteros y adultos casados, con hijos menores de 15 años.
- Nivel Socioeconómico: Las personas que pertenecen a este grupo poseen nivel socioeconómico C y C-. Por lo tanto, poseen las siguientes características:

Características	Nivel C	Nivel C-
Educación	Superior , Licenciatura	Media completa
Desempeño	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.	Comerciante, vendedor, dependiente.
Ingreso	Piso Q. 12,000.00	Piso Q. 8,000.00
Vivienda	Casa/departamento, rentada o financiado con 1 ó 2 recámaras, 1 ó 2 baños, sala, garaje para 2 vehículos.	Casa/departamento, rentado o financiado, 1 ó 2 recámaras, 1 baño, sala.
Personal de Servicios	Por día, eventual.	Eventual.
Educación Grupo	Hijos menores que asisten a colegios privados ó hijos mayores que asisten a universidades estatales.	Hijos menores que asisten a colegios ó hijos mayores que asisten a universidades estatales.
Posesiones	Auto compacto de 4 a 5 años, sin seguro.	Auto compacto de 8 a 10 años, sin seguro.
Bienes de Comodidad	1 teléfono como mínimo, 1 ó 2 celulares, cable, radio, 2 televisiones, electrodomésticos básicos.	1 teléfono, 1 celular, cable, equipo de audio, televisión, electrodomésticos básicos.
Diversión	Cine, centros comerciales, parques temáticos locales.	Centros comerciales, parques, estadios.
Servicios Bancarios Financieros	1 cuenta en quetzales de ahorro y monetaria, 1 tarjeta de crédito local.	1 cuenta en quetzales de ahorro y tarjeta de crédito local.

Fuente: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex



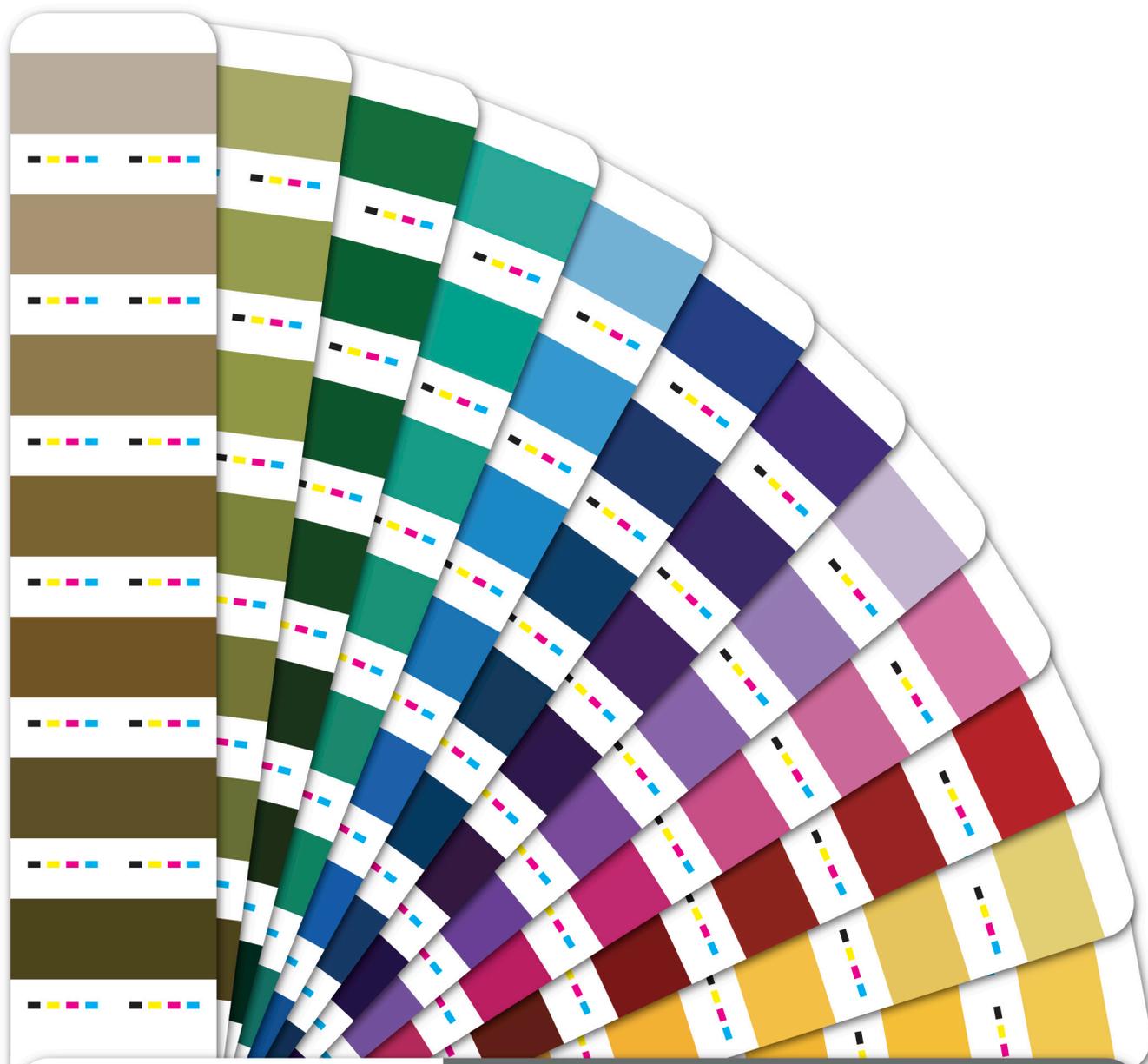
5.3. Perfil Psicográfico

Según la investigación realizada, se determinó que los clientes que solicitan los productos y servicios de impresión de Arte, Color y Texto, S.A. son personas emprendedoras, optimistas y responsables en su manera de pensar y actuar. Les agrada relajarse pasándola bien con sus amigos cercanos y familiares. Son seguros de sí mismos, por lo que debaten sus opiniones y puntos de vista, consideran que los valores inculcados por la familia son importantes y tienen mayor influencia en su vida.

5.4. Perfil Conductual

Los clientes que solicitan los productos y servicios de impresión de la litografía demandan tres elementos principales: precio, calidad y tiempo de entrega. Al momento de solicitar un producto o servicio, buscan ser asesorados y que se les propongan soluciones adecuadas para cada proyecto, ya que en algunas ocasiones no tienen claro que desean o sus requerimientos son demasiado complejos. Son personas que poseen una vida muy agitada, ya que diariamente realizan diversas actividades, que no les permite disponer de mucho tiempo libre, por lo que necesitan que los servicios que solicitan sean rápidos y eficientes.





CAPÍTULO VI

Marco Teórico

Marco Teórico

A continuación se presenta un listado de conceptos que constituyen el respaldo teórico que fundamentan y guían el desarrollo del proyecto de graduación:

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con litografía

6.1.1. Empresa

El sitio web <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-empresa> define a una empresa como unidad productiva dedicada a desarrollar una actividad económica con ánimo de lucro, que brinda un bien o servicio para cubrir las necesidades de los demandantes, estando conformada por personas, bienes materiales y financieros.

6.1.2. Sociedad Anónima

El Código de Comercio de Guatemala en el Capítulo VI, Artículo 86, define como Sociedad Anónima a aquella “que tiene el capital dividido y representado por acciones.”

Por esta razón se identifica como denominación que puede elegirse libremente, agregándole obligatoriamente la leyenda Sociedad Anónima, que puede abreviarse S.A. Esta denominación puede tener el nombre o apellido de uno o varios socios, sin embargo en casos como este debe incluirse el nombramiento de la finalidad principal de la sociedad.

6.1.3. Producción

La página web <http://galeon.com/alfacorp/Producto2/tema2/defproduccion.html> indica que producción es el proceso a través del que se crean bienes o servicios económicos. Por esta razón, la producción es considerada la actividad principal de cualquier sistema económico organizado, ya que tiene como propósito principal producir, distribuir y consumir bienes y servicios necesarios para satisfacer las necesidades humanas.



6.1.4. Servicio

El sitio <http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php> indica que un servicio es el conjunto de actividades que realiza una empresa internamente, con el propósito de satisfacer las necesidades de un cliente. Este puede ser clasificado como un bien, con la diferencia de que este se consume en el momento en que es prestado.

6.1.5. Imprenta

Según <http://definicion.de/imprenta/> la técnica industrial que permite reproducir textos, fotografías o ilustraciones en papel o materiales similares, a través de planchas u otros procedimientos, es denominada imprenta.

Esta técnica consiste en aplicar tinta sobre tipos o planchas, transfiriéndola con presión al material que se desea imprimir. Comúnmente se conoce como imprenta al lugar o taller en donde se realiza este proceso.

Actualmente la impresión sobrepasa a la imprenta, ya que existen variados mecanismos y tecnologías como la flexografía, serigrafía, litografía y métodos digitales que son utilizados para reproducir textos o imágenes.

6.1.6. Impresión

En la página web <http://definicion.de/impresion/> se indica que impresión es el efecto o acción de imprimir textos o imágenes en papel u otro material, aplicando tinta mediante una impresora o una prensa. La palabra impresión se origina del latín *impressio*.

6.1.7. Sistemas de Impresión

El sitio http://www.fba.unlp.edu.ar/tecnolb/pdfs/sist_de_impresion_2010.pdf describe que un sistema de impresión es un procedimiento a través del cual se realiza una reproducción gráfica sobre un soporte físico, por medio de tinta, haciendo uso de una forma impresora, y una máquina que efectúa el contacto o presión.



Para definir un sistema de impresión se deben considerar elementos como:

- Soporte o sustrato
- Material con que traslada la imagen de la forma impresora al soporte.
- Forma impresora (matriz que recibe la tinta y define el lugar del soporte)
- Herramienta (lo que se usa para imprimir)

6.1.8. Litografía

La página web <http://gusgsm.com/litografia> define que litografía es la técnica de impresión basada en el principio químico de rechazo entre agua y la grasa, descubierto por Alois Senefelder en 1796, cuando buscaba un método sencillo y barato para hacer muchas copias de sus trabajos.

Este método consiste en grabar sobre una plancha de piedra caliza una imagen o texto con un material graso. Cuando esta plancha era terminada se humedecía y se entintaba con una tinta grasa, quedándose esta solo en las zonas donde está el texto o imagen, ya que la grasa atrae la grasa y el agua la repele.

Al presionar esta plancha sobre papel, la imagen en ella se copiaba con gran calidad, pudiéndose así reproducir numerosas veces sin perder la definición.

6.1.9. Litografía Offset

En la página http://gusgsm.com/litografia_offset expresa que una variante indirecta de la litografía es la litografía offset, la cual fue descubierta por Ira W. Rubel en 1904.

Rubel descubrió que cuando la plancha imprimía primero sobre una superficie de caucho y luego está la transfería al papel, la imagen que se reproducía tenía mejor calidad que al imprimirla directamente desde la plancha. Esta mejora se debió a que la superficie de caucho, llamada mantilla, transmite la tinta de forma más homogénea y su blandura y elasticidad le permiten adaptarse mejor al papel.



6.1.10. Tintas

E. González (2007) indica que las tintas que se utilizan para el proceso de impresión offset están compuestas por un vehículo que transporta pigmentos y aditivos, capaz de mantenerse como tal en el cuerpo impresor (plancha) y que cambia a estado sólido al entrar en contacto con el papel.

6.1.11. Barnices o recubrimientos

La aplicación de barniz consiste en extender una fina capa de esta solución transparente sobre el trabajo impreso, que puede ser brillante, semi-mate, mate, entre otros. Generalmente la aplicación del barniz se realiza en línea con la impresión como si fuera un color más y puede colocarse total o parcialmente sobre la superficie del material impreso. Por lo tanto, en este caso es necesario elaborar un negativo de la parte que se desea barnizar.

Se aplica especialmente como protección, ya que evitan roces o ralladuras, dándole al trabajo más realce y vistosidad. Se recomienda aplicarlo cuando se imprimen fondos de color grandes que serán manipulados posteriormente. Los barnices pueden ser de diferentes tipos como barnizado de máquina o barnizado ultravioleta (UV).

6.1.12. Laminados

Es conocido como laminado plástico o plastificado. Se realiza cuando se desea proteger y cambiar la superficie del trabajo impreso.

La aplicación del laminado le dará al trabajo más cuerpo y resistencia, y oscurecerá un poco los colores, igual que el barniz. Existen tres tipos de laminados: Brillante, semi-mate y mate. Consiste en extender una lámina fina de material plástico sobre el material impreso, aplicándolo con prensas de calor y rollos de plástico. Cuando se solicita se debe considerar que existen diferentes grosores de plástico.



6.1.13. Encuadernación

Es el proceso de trabajo que consiste en unir ordenadamente los pliegos o cuadernos de un trabajo impreso para formar un solo volumen, protegiéndolo con una tapa.

Existen diferentes tipos de encuadernación, los que se clasifican por la forma en que se agrupan o cosen las hojas del documento. Las más comunes son:

- Encuadernación con tapas blandas o rústica.
- Encuadernación con tapas duras.
- Encuadernación Wire-O (con espiral de anillos)
- Engrapado o cosido.

6.1.14. Troquelado

Es un acabado que se utiliza para cortar, sisar y perforar el papel o cartón con formas especiales. El proceso se realiza por medio de chuchillas o plecas, las que se encajan en una madera en donde se encuentra la forma del diseño.

El troquel se elabora a partir de un dibujo plasmado a través de impresión láser o película positiva en papel albanene. En él se dibuja toda la estructura que se cortará, la cual es codificada según el tipo de línea que se ha utilizado para plasmarlo. Las líneas continuas indican corte, las líneas discontinuas indican doblez y la línea basada en puntos y rayas, indica perforado.

6.1.15. Estampado

Es el proceso de repujar en relieve una imagen o texto sobre una superficie plana. Para lograrlo se ejerce presión, de manera que el molde presiona un cliché en relieve montado en la base de la placa articulada, creando así una imagen sobre el papel.



6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Tanto la comunicación como el diseño presentan una serie de conceptos que se relacionan y complementan el desarrollo del proyecto de graduación, ya que la primera brinda una solución a la problemática establecida, y el segundo implementa dicha solución a través de un diseño.

6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1. Comunicación

Cabrera y Pelayo (2001) indican que comunicación es un proceso a través del cual se intercambian signos codificados de un destino a otro en un contexto determinado. Consiste en emitir una señal a través de un canal a un receptor que al recibirla la decodificará a través de un código.

Durante el proceso de comunicación los individuos que participan en él se relacionan entre sí. Esta se genera cuando existe una experiencia gestáltica, es decir, cuando se da el primer acercamiento a la realidad.

6.2.1.2. Funciones de la comunicación

Sagastume (2000) indica que la comunicación cumple con diferentes funciones, que son:

- **Informativa:** A través de esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor, aportando a través de la comunicación todo el caudal de la experiencia social e histórica, proporcionando la formación de hábitos, habilidades y convicciones.
- **Afectivo - valorativa:** A través de esta función el emisor le otorga una carga afectiva al mensaje, según el mismo lo demande, ya que no todos los



mensajes requieren de la misma emotividad. Esta función también le permite al individuo establecer una imagen de sí mismo y de los demás.

- Reguladora: Esta función se relaciona con la regulación de la conducta de las personas con respecto a su entorno.

6.2.1.3. Comunicación Visual

El sitio web <http://www.subcutaneocreative.com/2013/03/concepto-la-comunicacion-visual.html> indica que comunicación visual es la relación que existe entre una imagen y su significado, ya que esta es un elemento que influyen en la reacción, simbolización y percepción de lo que se desea transmitir. Las imágenes deben tener significado fácil de comprender o deben poseer propio significado.

La comunicación visual se encarga de armonizar gradualmente formas, colores tipografía y espacios con la personalidad de una entidad y se caracteriza por ser directa, penetrable y universal.

6.2.1.4. Comunicación Persuasiva

Benaiges (2010) indica que comunicación persuasiva es aquella orientada a conseguir que los demás apoyen una decisión u opinión. Esta se encarga de resaltar la lógica y positivismo de un argumento o causa para recibir apoyo. A través de este tipo de comunicación se logran transformar las ideas, creencias, actitudes o comportamientos de las personas, sin embargo algunas veces se puede confundir con manipulación.

6.2.1.5. Comunicación Corporativa

Su finalidad es dar a conocer la identidad de una organización y reforzar la imagen de la misma ante su público interno y externo. Se compone de todos los mensajes que existen dentro de la organización y que influyen en el funcionamiento de la misma.



6.2.1.6. Identidad Corporativa

La página web <http://www.fotonostra.com/grafico/corporativo.htm> define que identidad corporativa es el conjunto de atributos y valores que posee una empresa o individuo, tales como su espíritu o alma, su razón de ser, entre otros.

Puede decirse que es la carta de presentación de una empresa frente al público, ya que de esta depende la imagen que se pretende formar en una organización. La imagen que la empresa reflejará le permitirá identificarse de las demás, dándose a conocer a través de sus propias normas y comportamientos, su cultura organizacional.

6.2.1.7. Imagen Corporativa

El sitio web <http://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/definicion/imagen-corporativa/> indica que imagen corporativa es la forma en la que el público percibe y valora una empresa, es decir, lo que significa o representa ante los consumidores.

Esta imagen se crea a partir de campañas de comunicación, posicionamiento de marca o historia, las que dan a conocer elementos de la empresa como el logotipo, nombre comercial, marcas, eslogan, publicidad, políticas, entre otros.

6.2.1.8. Información

La página web <http://definicion.de/informacion/> define información como conjunto de datos supervisados y ordenados que contribuyen en la elaboración de mensajes, los que están basados en ciertos fenómenos o entes. Esta permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que constituyen la base del conocimiento debido a su aprovechamiento racional.

La información utiliza códigos y conjuntos de datos que originan los modelos del pensamiento humano y otorgan un significado o sentido a la realidad.



6.2.1.9. Redacción

El término redacción hace referencia a la acción o efecto de redactar, que significa poner por escrito algo sucedido, acordado o pensado con anterioridad.

Cuando se redacta se necesita de coherencia y cohesión textual, por ello el redactor debe organizar en su mente las ideas que desea trasladar al papel o computadora, ya que el orden de las palabras dentro de una oración puede modificar su intención.

6.2.1.10. Gramática

El sitio <http://www.definicionabc.com/general/gramatica.php> define gramática como el estudio de las reglas y principios que rigen y regulan el uso de las lenguas y su organización dentro de una oración. Esta se encuentra dividida en cuatro niveles:

- Nivel fonético-morfológico
- Nivel sintáctico-morfológico
- Nivel léxico semántico
- Nivel pragmático

6.2.1.11. Ortografía

La página web <http://definicion.de/ortografia/> indica que ortografía es el conjunto de reglas que establecen el uso correcto de las letras y signos de puntuación y que regulan la escritura. Estas características la hacen formar parte de la gramática normativa.

La ortografía también permite estandarizar las lenguas, algo que es de gran ayuda en los territorios donde existen diversos dialectos.



6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1. Diseño

Guillam Scott (1992) indica que “diseño es toda acción creadora que cumple su finalidad”.

Por ello, diseño puede definirse como proceso previo de configuración mental empleado para buscar soluciones en cualquier campo, que se utiliza habitualmente en el contexto de industria, ingeniería, arquitectura, comunicación u otras disciplinas creativas.

El verbo diseñar se refiere al proceso de creación y desarrollo de un objeto nuevo o medio de comunicación, mientras que el sustantivo diseño se refiere al plan final o proposición determinada, que es fruto del proceso de diseñar.

6.2.2.2. Diseño Gráfico

Bustos Rojo (2012) indica que diseño gráfico es una forma de comunicación visual, que se encarga de concebir, programar, proyectar, realizar y transmitir mensajes específicos a grupos determinados a través de medios industriales.

También puede definirse como un proceso a través del que se proyecta, coordina, selecciona y organiza un conjunto de elementos para producir o crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados, considerando aspectos funcionales, estéticos y económicos de determinado contexto, tomando en cuenta también materiales, formas, colores, volumen y espacio.

6.2.2.3. Material Gráfico Informativo

Material gráfico informativo es cualquier tipo de material que tiene como finalidad transmitir información. Es elaborado combinando letras, signos, símbolos e imágenes de manera creativa. Aguirre (2007).



Los materiales gráficos informativos más comunes son afiches, volantes, dípticos, trípticos, folletos catálogos, revistas, entre otros.

6.2.2.3.1. Tipos de materiales informativos

Los materiales informativos tienen diferentes objetivos de información, Hembree R. (2008) plantea que estos pueden ser:

- Capacidades: Información sobre servicios de una empresa.
- Ventas: Contiene información sobre productos, incluyendo sus características y precios.
- Imagen: Resalta la imagen corporativa de una marca.
- Informativo: Facilita al público objetivo información sobre algún tema en especial.

6.2.2.4. Material Impreso

García (2011) define como material impreso a todo aquello que ha sido sometido a un proceso de impresión y que se expresa gráficamente. Este puede ser una fotografía, un folleto, publicidad, materiales de revista, periódicos, libros u otros.

Los materiales impresos pueden verse varias veces para ser analizados y tener efecto duradero en las personas. Se dividen en folletos, desplegados y díptico o tríptico.

6.2.2.5. Color

Franco (2003) define color como una sensación visual, que debe contar con tres elementos que son una fuente de luz, un objeto y un observador.

6.2.2.5.1. Colores de la industria gráfica

Los modelos de color que comúnmente se utilizan en la industria gráfica se denominan con siglas, que refieren los distintos usos de estos:



- RGB: Sus siglas significan red, green y blue. Son colores aditivos primarios utilizados para la reproducción de imágenes en televisión y video. También son conocidos como colores luz.
- CMYK: Sus siglas significan cyan, magenta, yellow y black. Son los colores más utilizados en las artes gráficas, que constituyen los cuatro colores básicos de impresión.
- Pantone®: PSM (Pantone, Machine, Sistem). Este modelo de color es utilizado en la industria de las artes gráficas para imprimir colores especiales.

6.2.2.6. Tipografía

Es una disciplina del diseño gráfico que estudia los modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales, que profundiza y enriquece en múltiples direcciones los alcances del diseño gráfico.

La tipografía posee dimensiones técnicas y funcionales, que se basan en el oficio de tipógrafos e impresores, por ello cuenta con sistemas de medición y cálculo ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual.

6.2.2.7. Textura

Es un elemento básico que le proporciona al diseño una mirada, una sensación o una superficie. También permite personalizar la realidad al añadirle dimensión y riqueza a los trabajos en donde se aplica.

6.2.2.7.1. Tipos de Textura

- Textura Táctil: Son las texturas perceptibles al tacto como superficies rugosas, con relieve, finas, suaves, entre otras.



- Textura Visual: Son las texturas impresas que se asemejan a la realidad, tales como arena, piedra, rocas u otras.

6.2.2.8. Forma

La página <http://www.fotonostra.com/grafico/lasformas.htm> indica que los objetos y cosas tienen formas diferentes, las que comunican ideas y pueden llamar la atención del receptor dependiendo de la forma elegida, por ello es un elemento esencial al momento de elaborar un diseño.

6.2.2.9. Retícula

A. Ricupero (2007) indica que retícula “es la base sobre la que se asientan los elementos gráficos”.

La retícula es una estructura en dos dimensiones hecha a partir de líneas verticales y horizontales. Esta se desarrolla a partir del tamaño de la página y tiene como función dividir el espacio definido por los márgenes en campos e intervalos que permiten mantener colocados de forma racional y de fácil visualización los elementos contenidos dentro del diseño, tales como textos, imágenes o videos.

6.2.2.10. Espacio

La página <http://www.fotonostra.com/grafico/espacio.htm> indica que espacio es la distancia o área que se encuentra entre las cosas o a su alrededor. Este puede considerarse como un elemento fundamental en el diseño.

Al momento de diseñar se debe considerar dónde se colocarán los elementos (texto e imágenes) y qué distancia habrá entre cada uno de ellos, ya que las diferentes tonalidades que empleen estos elementos servirán para crear relaciones espaciales y focales que serán de gran interés para el receptor.



6.2.2.11.Formato

La página <http://www.fotonostra.com/grafico/formatos.htm> indica que formato es la forma y el tamaño del trabajo realizado, por ello cuando se habla de formato se hace referencia al tamaño en que será presentado e impreso el trabajo.

El tamaño del formato es otro elemento fundamental en el diseño, debido a que puede ser funcional, puede atraer al receptor y permite organizar los elementos del diseño.

6.2.2.12.Diagramación

La diagramación consiste en distribuir y organizar los elementos de un mensaje bimedia en un espacio bidimensional, utilizando criterios de jerarquización. La diagramación busca la funcionalidad del mensaje, a través de una apariencia estética agradable, la que puede lograrse aplicando tipografías y colores adecuados. Cumpa González (2002).

6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1.Ciencias

6.3.1.1. Semiótica

Serrano (1981) indica que la semiótica es la disciplina que se encarga del estudio de las diferentes clases de signos que permiten la actividad humana, así como las reglas que gobiernan su generación, producción, transmisión, intercambio, recepción e interpretación. Esta disciplina está vinculada a la comunicación y a la significación de forma que las involucra a ambas.

La semiótica tiene una parte llamada sintaxis, que se encarga de estudiar las relaciones que se establecen entre los diversos significantes.



6.3.1.1.1. Signo

El vínculo más relevante en los sistemas comunicativos humanos es el signo lingüístico. Este, según Charles Peirce (1839-1914), es una entidad compuesta por:

- Significante: Es el soporte material.
- Significado: La imagen mental
- Referente: El objeto imaginario o real con el cual se asocia el signo.

6.3.1.1.2. Denotación

Es la acción o efecto de denotar, que quiere decir que hace referencia al significado directo de un término, que menciona la relación entre el signo lingüístico y su referente.

6.3.1.1.3. Connotación

Es la acción o efecto de connotar. Puede decirse que es el valor secundario de una expresión, ya que se le da otro significado a las cosas que no tiene nada que ver con la definición literal del objeto. La connotación conlleva, además de su significado específico otro apelativo que no se relaciona con él.

6.3.1.2. Semiología del Discurso

La semiología del discurso se ocupa de los signos, sistemas sýgnicos, acontecimientos sýgnicos, procesos comunicativos y funcionamientos lingüísticos.

Esta se trata del estudio de los procesos comunicativos, los que abarcan los medios utilizados para influir a otras personas.

6.3.1.3. Semiología de la Imagen

Puede definirse semiología de la imagen como el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. Cuando se estudia una



imagen se analizan los colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos que forman parte de la semiología de la imagen.

La semiología utiliza códigos comunicativos de percepción, generales, de significación, de relación, gráficos y otros factores de influencia.

6.3.1.4. Sociología

Es la ciencia dedicada al estudio de los grupos sociales, que son un conjunto de individuos agrupados en distintos tipos de asociaciones que conviven entre sí.

La sociología también se encarga de analizar las formas internas de organización, las relaciones que mantienen los sujetos entre sí y con el sistema, las leyes que los regulan y el grado de cohesión que existe con la estructura social. Esta ciencia puede ser estudiada por medio de dos enfoques:

- Cualitativo: Este enfoque proporciona descripciones detalladas de las situaciones, comportamientos, personas y, en algunos casos de ser necesario, relatos de los participantes en primera persona.
- Cuantitativo: Este enfoque implica características y variables que pueden ser expresadas mediante valores numéricos, permitiendo encontrar posibles relaciones a través del análisis estadístico.

6.3.1.5. Psicología

Es la ciencia que se encarga del estudio teórico y práctico de los aspectos biológicos, sociales y culturales del comportamiento humano individual y social, así como del funcionamiento y desarrollo de la mente humana.

Esta ciencia analiza las tres dimensiones de los procesos mentales de las personas, que son: cognitivo, afectivo y conductual.



6.3.1.6. Psicología de la Comunicación

Forma parte de la psicología social. Es una disciplina que estudia el comportamiento del hombre cuando se interrelaciona con la sociedad, analizando científicamente el proceso de comunicación a partir de los componentes biológicos, psicológicos y sociales, conscientes o inconscientes, que lo conforman. Su objeto de estudio son los procesos psicológicos que conlleva la comunicación.

6.3.1.7. Psicología del Consumidor

Es la disciplina encargada del estudio del comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en su decisión de compra. Jerez y Piérola (2009).

Esta disciplina indica que el consumidor se rige a través de procesos mentales pre-establecidos, los que poseen tres aspectos importantes que son:

- Grupos de referencia primarios: Está integrado por la familia y los amigos más íntimos.
- Grupos de referencia secundarios: Lo constituyen las amistades y los centros escolares.
- Grupos de referencia terciarios: Lo conforman los medios de comunicación y líderes de opinión.

6.3.1.8. Psicología del color

A. Ricupero (2007) dice que un elemento fundamental al momento de elaborar un mensaje visual es el color, ya que este no solo es un atributo que recubre la forma de las cosas, sino que puede llegar a ser la traducción visual de los sentidos o despertarlos a través de una diversa gama de colores, logrando provocar sensaciones de frío, calor, limpieza, rugosidad, apetito, entre otras.



6.3.1.8.1. El color psicológico

Se refiere a las distintas impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden afectar a los individuos al transmitirles calma, plenitud, alegría, violencia, opresión, u otras. Cada color puede transmitir diferentes sensaciones u emociones, por ejemplo:

- Amarillo: Este color se asocia con la plenitud, es luminoso, cálido, ardiente y expansivo. Refleja la claridad de la luz e irradia serenidad, sin embargo también puede ser símbolo de engaño, traición, egoísmo, celos, envidia u odio.
- Rojo: Representa fuego, energía, vitalidad, pasión, sensualidad, fuerza bruta, peligro y agresividad. Es un color adecuado para expresar alegría entusiasta y comunicativa.
- Magenta: Este color representa entrega, ayuda, bondad, tranquilidad, creatividad, independencia, dignidad, serenidad.
- Azul: Simboliza profundidad, tranquilidad, armonía, amistad, fidelidad, serenidad, amor, confianza, sosiego, entre otros. También posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder y puede asociarse con el cielo, el mar y el aire.
- Celeste: Se asocia con aspectos positivos como la espiritualidad, fidelidad, calma, dedicación, sinceridad e intuición, aunque también se asocia con aspectos negativos como frialdad, depresión, melancolía, tristeza, pesar, entre otros.
- Blanco: Este color puede expresar paz, felicidad, actividad, pureza, divinidad, estabilidad absoluta, armonía e inocencia y crea una impresión luminosa de vacío positivo y de infinito.



- Negro: Simboliza silencio, misterio, tragedia, incluso en algunas ocasiones puede significar impureza y malignidad, sin embargo cuando es brillante representa elegancia y nobleza. Este color expresa la idea de la nada, el fin de algo.
- Gris: Simboliza indecisión, ausencia de energía, duda y melancolía. El gris metálico transmite sensaciones de brillantez, lujo, elegancia o frialdad, debido a que se asocia con la opulencia y los metales preciosos.

6.3.1.9. Deontología

Deontología, según de la Mora Ledesma (1999), es una ciencia normativa que establece leyes, que le indican a las personas como deben actuar con rectitud en su profesión y les permite tomar las decisiones correctas. La deontología también investiga la rectitud moral de la conducta humana en el campo de su profesión u oficio.

6.3.1.10. Estadística

El sitio <http://www.bioestadistica.uma.es/baron/libro/node3.htm> indica que estadística es la ciencia que se encarga del estudio de los métodos y procedimientos utilizados para recoger, clasificar, resumir, hallar regularidades y analizar datos, con el propósito de tomar decisiones o formular predicciones.

6.3.1.11. Marketing

Kotlery Keller (2006) indica que el marketing consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad, por ello una definición corta de marketing es “satisfacer necesidades de forma rentable”.

A través de esta definición se entiende que marketing es un conjunto de acciones y procesos organizacionales necesarios para crear, comunicar y brindar valor a los clientes, y que permiten manejar las relaciones que se establecen con ellos.



6.3.1.12. Tecnología

El sitio web <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php> define tecnología como un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos que son utilizados para el diseño y construcción de objetos que satisfacen las necesidades humanas.

Cuando se habla de tecnología se puede hacer referencia a objetos que usa la humanidad como máquinas, utensilios, hardware u otros, aunque también abarca sistemas, métodos de organización y técnicas.

6.3.2. Artes

6.3.3.1. Fotografía Digital

El sitio web <http://www.alegsa.com.ar/Dic/fotografia%20digital.php> define que fotografía digital es una imagen del mundo real digitalizada, que se logra al tomar una visión del mundo y transformarla en un número de píxeles determinado, a los que le corresponde a cada uno un color y un lugar, y en conjunto formarán la imagen digital fina.

6.3.2.1.1. Fotografía digital de producto

Este tipo de fotografías es utilizado para dar a conocer un producto que destaca sus características físicas y proyecta una imagen que lo identifique, ya que se desea que las personas con sólo verlo se sientan atraída por él y tenga la necesidad de poseerlo.

6.3.3. Teorías

6.3.3.2. Teoría Gestalt

Esta teoría permite analizar el diseño desde el punto de vista de las leyes de la percepción, las que pueden corroborarse desde múltiples fases, que abarcan la captación de la figura por el ojo humano y su configuración desde su aplicación efectiva por medio de una integración filosófica: ver la totalidad.



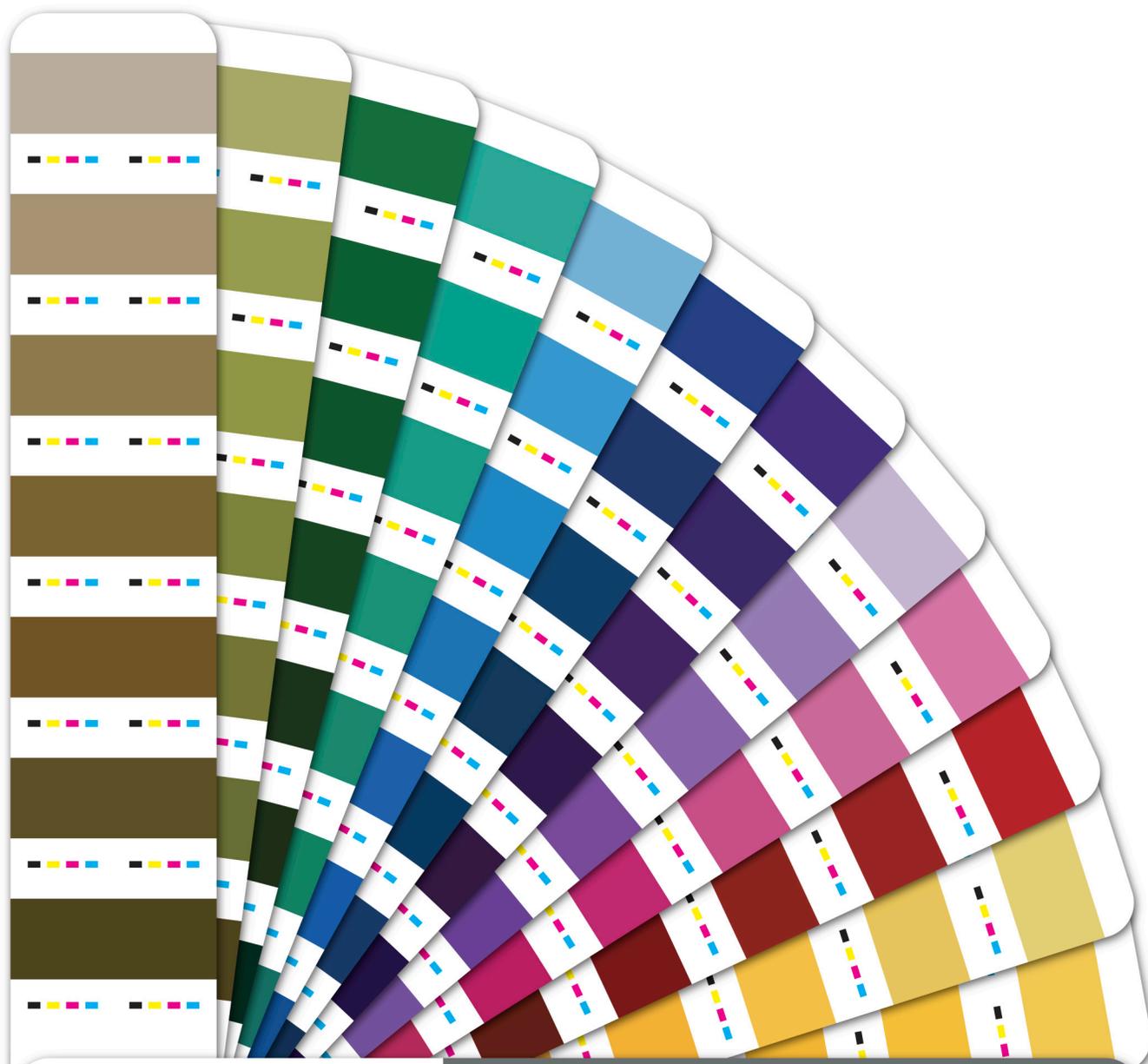
El núcleo de la teoría Gestalt gira en torno a una afirmación en la que se indica que la percepción humana no son todos los datos sensoriales en conjunto, ya que estos primeros deben pasar por un proceso de reestructuración, que configura a partir de esa información una forma, por ello la teoría Gestalt constituye un todo, que no es más que la suma de todas las partes del diseño.

6.3.4. Tendencias

6.3.4.1. Minimalismo

El sitio web <http://minimalistas-makeitsimple.blogspot.com/2011/01/caracteristicas-principales-del.html> indica que el minimalismo es una tendencia que se caracteriza por la extrema simplicidad de sus formas, ambientes amplios y despojados, líneas puras, formas geométricas básicas y colores neutros, buscando el equilibrio y armonía desde la mínima expresión.





CAPÍTULO VII

Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Proceso de diseño y propuesta preliminar

Tanto la comunicación como el diseño presenta una serie de conceptos que se relacionan y complementan el desarrollo del proyecto de graduación, ya que la primera brinda una solución a la problemática establecida y el segundo implementa dicha solución a través de un diseño.

7.1. Aplicación de la información contenida en el marco teórico

Justificación de las ciencias, artes y tendencias recopiladas en el marco teórico que se ponen en práctica en la propuesta del material informativo impreso de la litografía Arte, Color y Texto, S.A.

7.1.1. Semiótica

La semiótica es la disciplina que se encarga del estudio de los signos, por ello para la elaboración de este proyecto será empleada para aplicar diversos símbolos que permitan transmitir eficientemente dentro del diseño del material informativo impreso significados y significantes, que complementen la comunicación visual de la información que se desea transmitir a los clientes reales y potenciales, y puedan interpretar correctamente lo que se les está dando a conocer.

7.1.2. Semiología del Discurso

La semiología del discurso es una ciencia que se ocupa de los signos, sistemas signícos, acontecimientos signícos, procesos comunicativos y funcionamientos lingüísticos incluidos dentro de un discurso. En este proyecto se utilizará debido a que el lenguaje utilizado es escrito, por lo que, la redacción del contenido del material informativo impreso debe ser correcta para que el grupo objetivo pueda interpretarlo, analizarlo y comprenderlo como se desea.

7.1.3. Semiología de la Imagen

En el proyecto la semiología de la imagen será empleada para transmitirle al grupo objetivo un mensaje visual que optimizará la apreciación del material informativo



impreso y facilitará la comprensión del mismo, ya que se utilizarán líneas, formas, imágenes u otros elementos que mostrarán gráficamente los productos y servicios que ofrece la litografía.

7.1.4. Sociología

La aplicación de la sociología en el proyecto permite definir claramente al grupo objetivo, sus características y el tipo de relaciones que mantienen entre sí y con la empresa. Permitirá determinar la magnitud en la cual el material informativo impreso puede transmitir de forma correcta las actividades realizadas por la empresa.

7.1.5. Psicología

Permite entender el pensamiento y la conducta de los individuos. Por ello, su aplicación en la elaboración del proyecto es fundamental, ya que dejará conocer las reacciones del grupo objetivo ante la información contenida en el material informativo impreso, que posibilitará conocer mejor las necesidades de los clientes reales y potenciales de la litografía.

7.1.6. Psicología de la Comunicación

La psicología de la comunicación tiene como objeto de estudio los procesos psicológicos que conlleva la comunicación y los distintos niveles del proceso comunicativo. Su aplicación en el proyecto dejará elaborar un mensaje acorde a los aspectos psicológicos del grupo objetivo, que podrá ser interpretado, analizado y comprendido correctamente por el cliente, y emitirá una respuesta que le posibilitará a la empresa tener una retroalimentación.

7.1.7. Psicología del Consumidor

La aplicación de la psicología del consumidor en el desarrollo del proyecto permitirá conocer el comportamiento y los gustos de los clientes de la litografía y los aspectos que influyen en su decisión al adquirir un producto o servicio de impresión. Dichos aspectos se tomarán en cuenta al momento de redactar el contenido y elaborar el



diseño del material informativo impreso, ya que de esta forma se podrá influir en su decisión de compra.

7.1.8. Psicología del color

Los colores pueden ser interpretados de diferente manera por cada persona. Por ello, para realizar este proyecto es indispensable utilizar la psicología del color, ya que a través de ella se elegirán los colores adecuados que fortalecerán el mensaje que se desea transmitir al grupo objetivo. A través de estos colores se proyectará una imagen sólida, seria y confiable de la empresa.

7.1.9. Deontología

La deontología es una ciencia normativa que establece leyes, que indican cómo actuar con rectitud dentro de su profesión y permite tomar decisiones correctas. En este proyecto será utilizada para verificar que toda la información e imágenes contenidas dentro el material informativo impreso estén basadas en fuentes verídicas y confiables, evitando así su uso indebido.

7.1.10. Estadística

Para conocer el grado de aceptación del proyecto entre el grupo objetivo, se realizará una validación técnica a través de encuestas. Por ello, el desarrollo de este proyecto requiere de la utilización de la estadística, ya que a través de ella se tabularán y formularán las conclusiones cualitativas, las que reflejarán el resultado de la validación del diseño preliminar.

7.1.11. Mercadeo

La aplicación del mercadeo en el proyecto permitirá manejar adecuadamente las relaciones que se establecen con los clientes de la litografía, ya que a través de él se podrán conocer las necesidades que estos desean satisfacer. Estas necesidades serán consideradas al elaborar el material informativo impreso, que permitirá crear, comunicar y brindar un contenido que transmitirá valor extra a los clientes.



7.1.12. Tecnología

Se define como un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos que son utilizados para el diseño y construcción de objetos que satisfacen una necesidad. Por ello, su aplicación en el proyecto permitirá implementar diversos programas de diseño como Photoshop o Illustrator, los cuales facilitarán la elaboración del proyecto.

7.1.13. Teoría Gestalt

La aplicación de la teoría Gestalt al proyecto permitirá que el grupo objetivo aprecie el diseño del material informativo impreso en conjunto, y no parte por parte. De esta manera el diseño estará integrado y será entendido con facilidad.

7.1.14. Minimalismo

A través de la aplicación de la tendencia del minimalismo en el material informativo impreso, se elaborará un diseño que llevará a la mente del grupo objetivo lo básico de la pieza, un contenido visual concreto, sin distracciones.

7.2. Conceptualización

Para iniciar la elaboración del diseño del material informativo impreso, que dará a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A., es necesario realizar un proceso creativo que genere la idea principal que permitirá estructurar el mensaje gráfico y textual que sustentará y fundamentará la propuesta.

7.2.1. Método

El método elegido para iniciar el proceso creativo es La Inversión. Esta técnica consiste en “darle la vuelta” al objetivo creativo y sirve para cambiar la dirección usual de un planteamiento, estimulando así nuevas posibilidades.

Este método se realiza con los siguientes pasos:

- a) Se define el objetivo creativo.



- b) Se invierte el objetivo o una asunción del mismo (algo que se da por hecho) y se desplaza en la dirección opuesta a la secuencia "normal".
- c) Se generan ideas estimuladas por la provocación que producen los planteamientos absurdos.

7.2.2. Aplicación del Método

a) Objetivo Creativo:

Brindarles a los clientes material informativo impreso para que conozcan los productos y servicios de impresión de la litografía Arte, Color y Texto, S.A.

b) Inversión del Objetivo Creativo

- Los clientes le dan la información a la litografía.
- El material informativo impreso no informa a los clientes.
- El material informativo impreso no da a conocer los productos y servicios de la litografía.
- Los productos y servicios de impresión de la litografía se dan a conocer por otros medios.
- La litografía le pide la información al cliente.
- El material informativo impreso no se utiliza para buscar información.
- El material informativo impreso no tiene información.
- El contenido del material informativo impreso no está ordenado.

c) Generación de ideas:

- El material informativo impreso tiene la forma de un documento corporativo.
- El documento corporativo tiene diferentes formas y colores que al unirlos muestran en orden el contenido del material informativo impreso.
- En el material informativo impreso predominan más imágenes que identifican los productos y servicios de impresión de la litografía y no la información.



7.2.3. Definición del Concepto

Basándose en la generación de ideas de la técnica de La Inversión se redactaron frases conceptuales, las cuales se estructuraron guiándose en las palabras que coinciden en cada una y así se logró lo siguiente:

- Informando a través de formas.
- Identificando productos y servicios a través de formas creativas.
- Mostrando productos y servicios a través de diversas formas.
- Imágenes que informan creativamente.
- Dando a conocer coloridas apariencias que informan.
- Predominio informativo de formas.
- Estructura de diversas formas.
- Formas coloridas que dan a conocer.
- Atractivas imágenes que identifican un producto o servicio.

La idea principal que servirá como inspiración para el diseño del material informativo impreso y que permitirá estructurar el mensaje gráfico y textual, que sustentará y fundamentará la propuesta es:

“Creativas formas que identifican productos y servicios.”

El concepto enfatiza que el material informativo impreso que brindará la litografía a sus clientes reales y potenciales no será tradicional, ya que tendrá diversas formas que al unirlos mostrarán en orden el contenido del material.

Por ello la frase “creativas formas que identifican productos y servicios” indica que las formas tradicionales que emplea el logotipo de la empresa, como círculos, curvas, tipografía y rectángulos se combinarán creativamente para identificar y relaciona los productos y servicios que ofrece la litografía.



7.3. Bocetaje

Para visualizar las ideas surgidas con la elaboración del concepto de diseño se realizará una serie de bocetos en los que se podrán considerar opciones que responderán a todos los elementos de ilustración, forma, tamaño, medidas del formato u otros elementos de diseño, que serán utilizados para la elaboración de la propuesta preliminar del material informativo impreso.

Tabla de Requisitos

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Crear armonía entre los elementos gráficos del material informativo impreso y la imagen visual de la empresa.	Adobe Illustrator: Aplicación de porcentajes de color cian, magenta, amarillo y azul a las diferentes formas que tenga el material informativo impreso.	Tranquilidad y armonía
Formas Geométricas	Crear unidad entre los elementos gráficos y el contenido informativo del material.	Adobe Illustrator: Aplicación de formas triangulares y circulares que se relacionen con la imagen visual de la empresa.	Confiabilidad y solidez
Tipografía	Crear jerarquías entre los títulos y el contenido del material informativo impreso.	Adobe Illustrator: 2 clases de tipografía. Se utilizará Negrilla en los títulos y subtítulos, y su tamaño será 2 puntos más grande que el resto del contenido.	Dinamismo, unidad y sencillez



Fotografía	Proporcionar una referencia visual de la calidad de los materiales realizados por la empresa.	Adobe Photoshop y Adobe Illustrator: Ajustar las fotografías e integrarlas con el resto de los elementos gráficos del diseño.	Atracción
Diagramación	Distribuir y organizar estéticamente y ordenadamente el texto e imágenes, utilizando criterios de jerarquización.	Adobe Illustrator: Se utilizará para alinear textos e imágenes dentro del material informativo impreso.	Orden y dinamismo

Bocetos

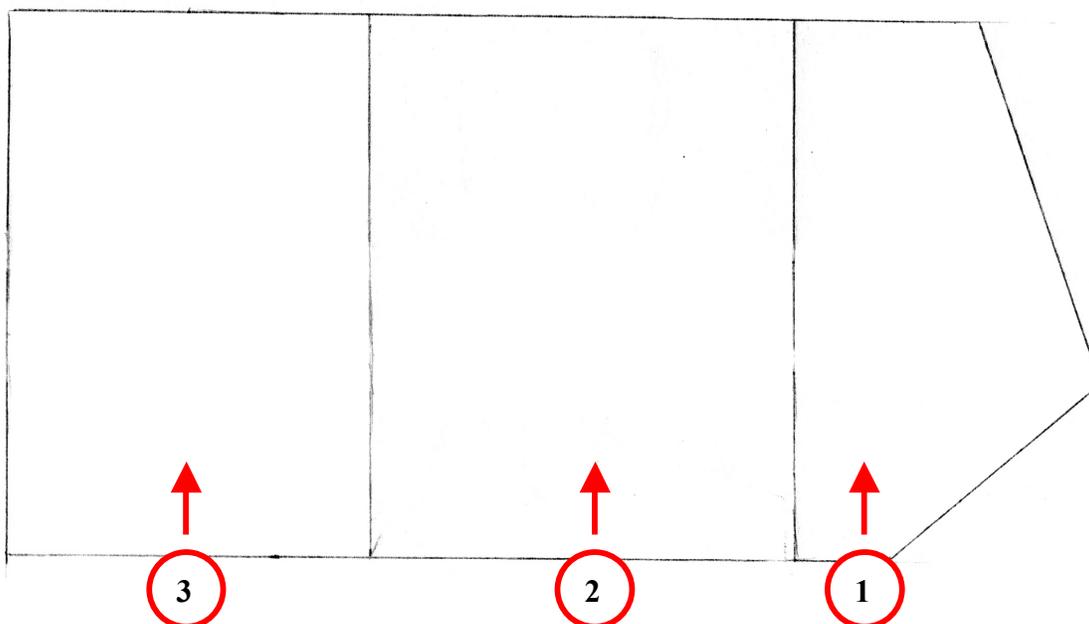
7.3.1. Bocetos a base de dibujo natural

A continuación se elabora un orden de presentación en el bocetaje, que permitirá desarrollar el proceso de elaboración del material informativo impreso. Todas las ideas surgidas al realizar el concepto de diseño y la tabla de requisitos se plasmaron al elaborar los bocetos.

Según Aguirre (2007), material gráfico informativo es cualquier tipo de material que tiene como finalidad transmitir información. Se ha decidido elaborar una carpeta corporativa que contendrá la información de los productos y servicios de impresión que ofrece Arte, Color y Texto, S.A. a sus clientes reales y potenciales. La forma de dicha carpeta será semejante a un trifoliar.



La estructura de dicha carpeta estará conformada de la siguiente forma:



Interpretación

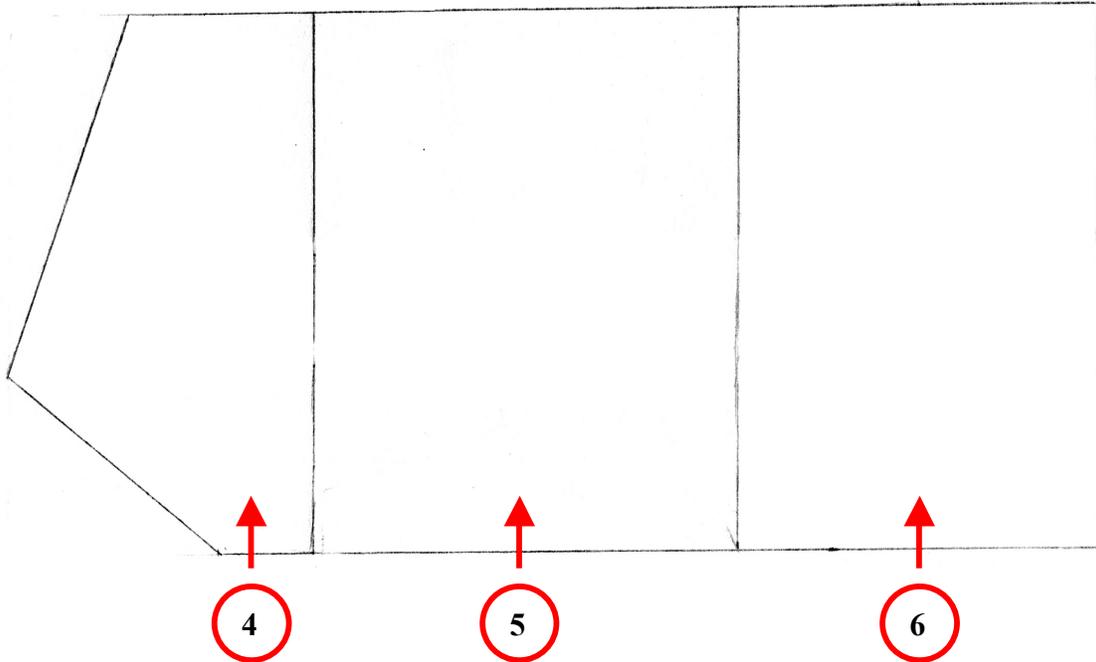
Tiro de la carpeta

1. Solapa derecha (portada)
2. Contraportada exterior (dirección, teléfonos y correo electrónico)
3. Solapa izquierda (productos y servicios)



50





Retiro de la carpeta

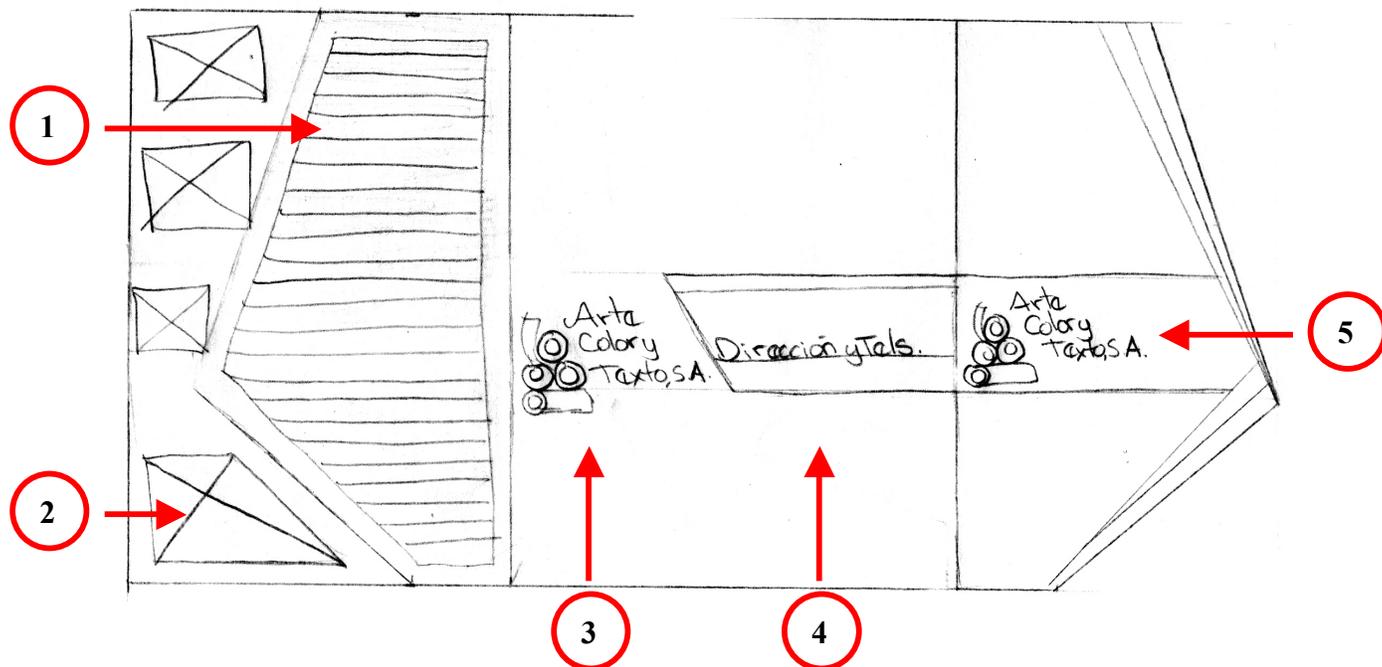
4. Solapa izquierda (misión y visión de la empresa)
5. Contraportada interior (slogan)
6. Solapa derecha (productos y servicios)

Descripción

Tiro de la carpeta

- Solapa derecha (portada)
Esta parte de la carpeta contendrá solamente el logotipo de la empresa, por ello su apariencia será triangular, ya que seguirá la forma de este.
- Contraportada
En esta parte de la carpeta se colocará el logotipo e información de contacto de la empresa (dirección, teléfonos y correo electrónico)
- Solapa izquierda
Parte de la información de los servicios que ofrece la litografía serán colocados en esta parte de la carpeta, junto a fotografías de productos elaborados por la empresa y el slogan que la identifique.





Interpretación

Tiro de la carpeta

1. Información de los servicios
2. Fotografías de productos
3. Logotipo
4. Información de contacto
5. Logotipo

Retiro de la carpeta

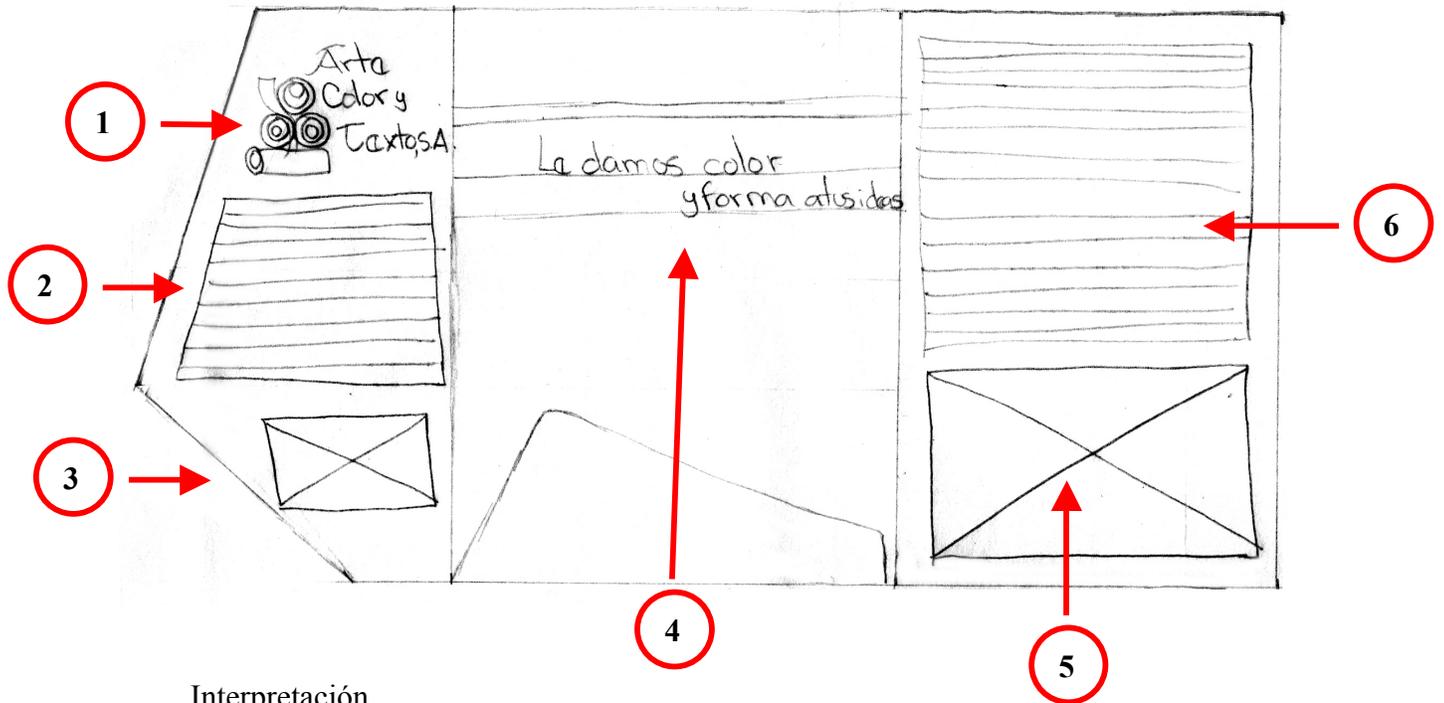
- Solapa derecha (portada)

En esta parte de la carpeta se colocará la descripción de la empresa, misión, visión y logotipo.
- Contraportada interior

En esta parte de la carpeta se colocará solamente un slogan que identifique a la empresa.
- Solapa izquierda

Parte de la información de los servicios que ofrece la litografía serán colocados en esta parte de la carpeta, junto a fotografías de productos elaborados por la empresa.





Interpretación

Retiro de la carpeta

1. Logotipo
2. Descripción de la empresa
3. Fotografía de productos
4. Slogan que identifica a la empresa
5. Información de los servicios
6. Fotografía de productos

Proceso de bocetaje formal

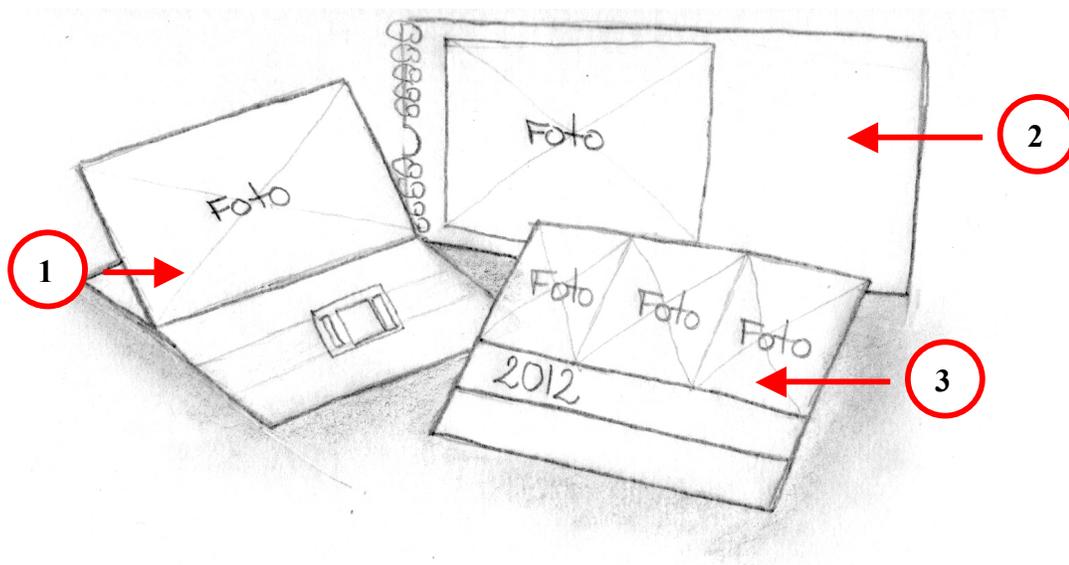
Bocetos para fotografías de productos

Un boceto para fotografiar un producto es un dibujo hecho de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones, que representa la idea de la composición que se desea crear con los materiales que imprime la litografía.

A través de él se podrán conocer las características estéticas que resaltarán al máximo las cualidades del producto por medio de la fotografía, las que harán sentir al espectador la necesidad de tener estos materiales.



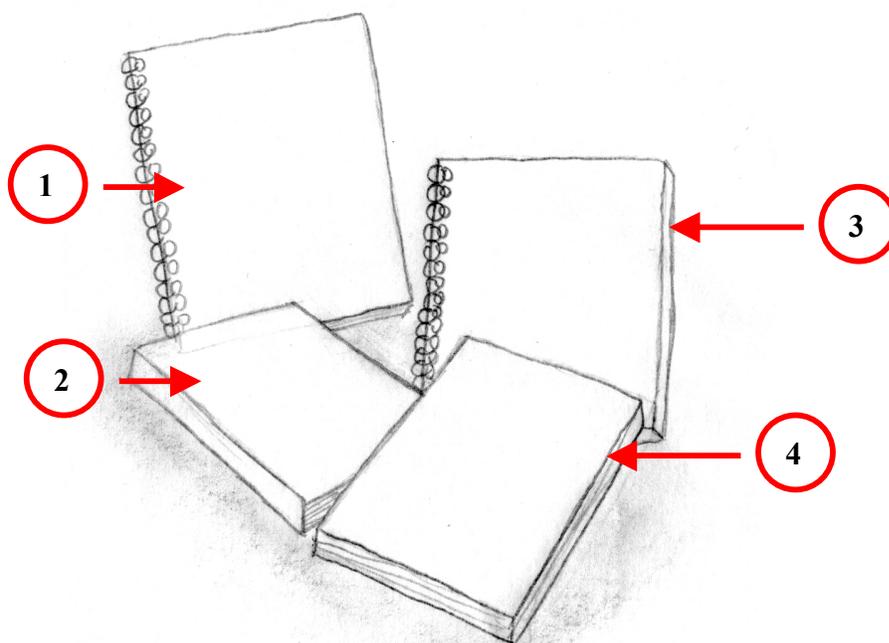
- Fotografía de calendarios



Interpretación

1. Calendario de 3 cuerpos
2. Calendario con espiral metálico
3. Calendario engrapado

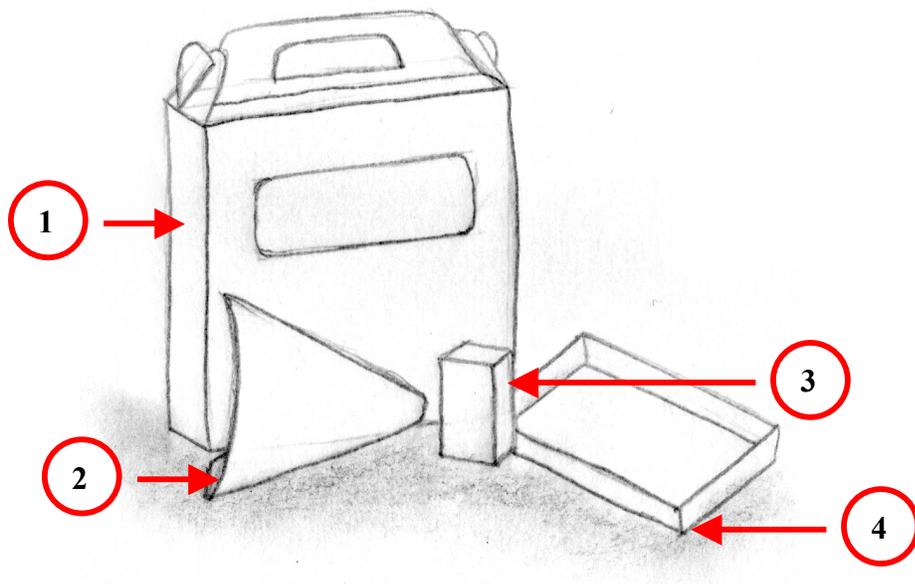
- Fotografía de agendas



Interpretación

1. Agenda con pasta dura impresa
2. Agenda con pasta blanda
3. Agenda con pasta dura de percalina
4. Agenda con pasta blanda

- Fotografía de cajas y empaques

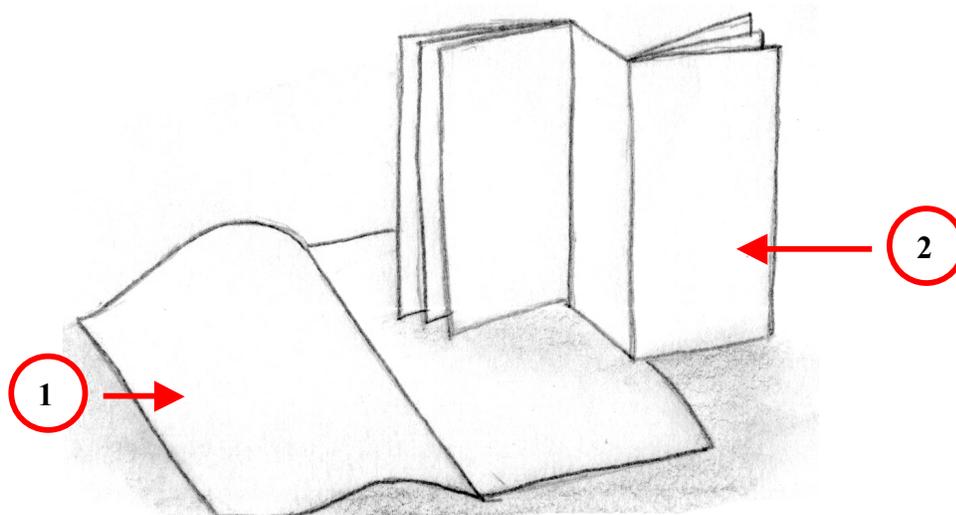


Interpretación

1. Caja grande
2. Empaque para crepas
3. Caja pequeña
4. Bandeja para hot-dog



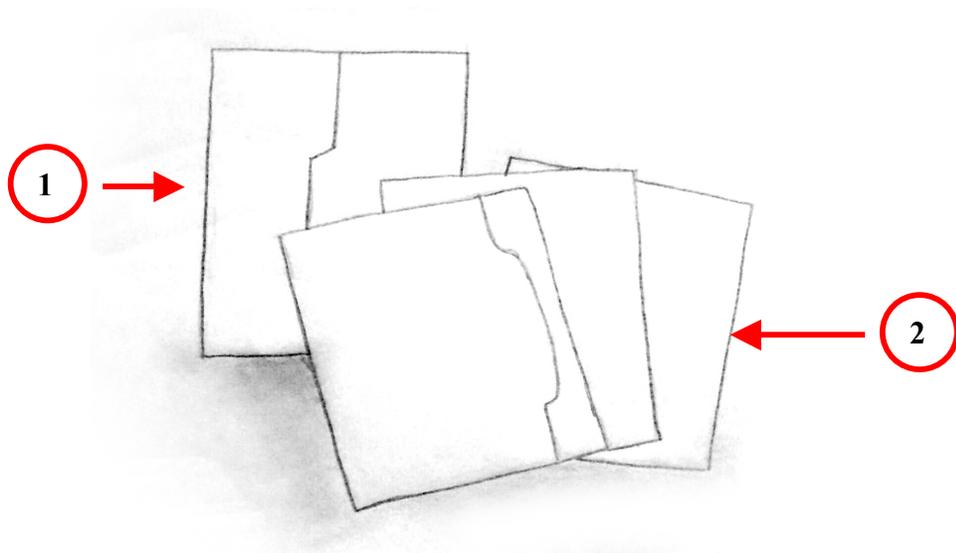
- Fotografía de revistas



Interpretación

1. Revista
2. Revista tipo trifoliar

- Fotografía de carpetas corporativas

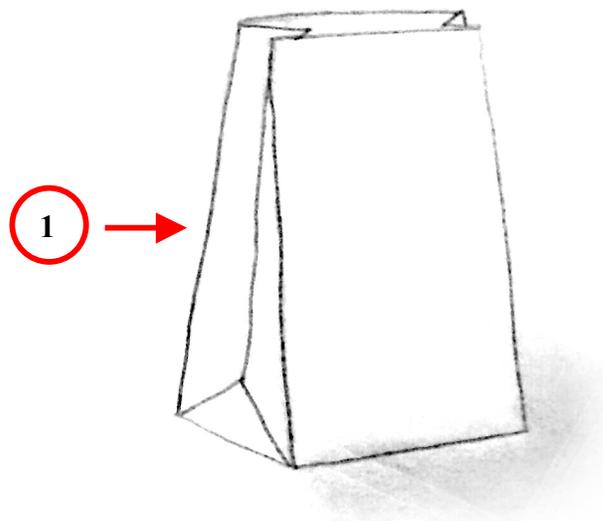


Interpretación

1. Carpeta con barniz reservado
2. Carpetas impresas en diferentes tipos de papel



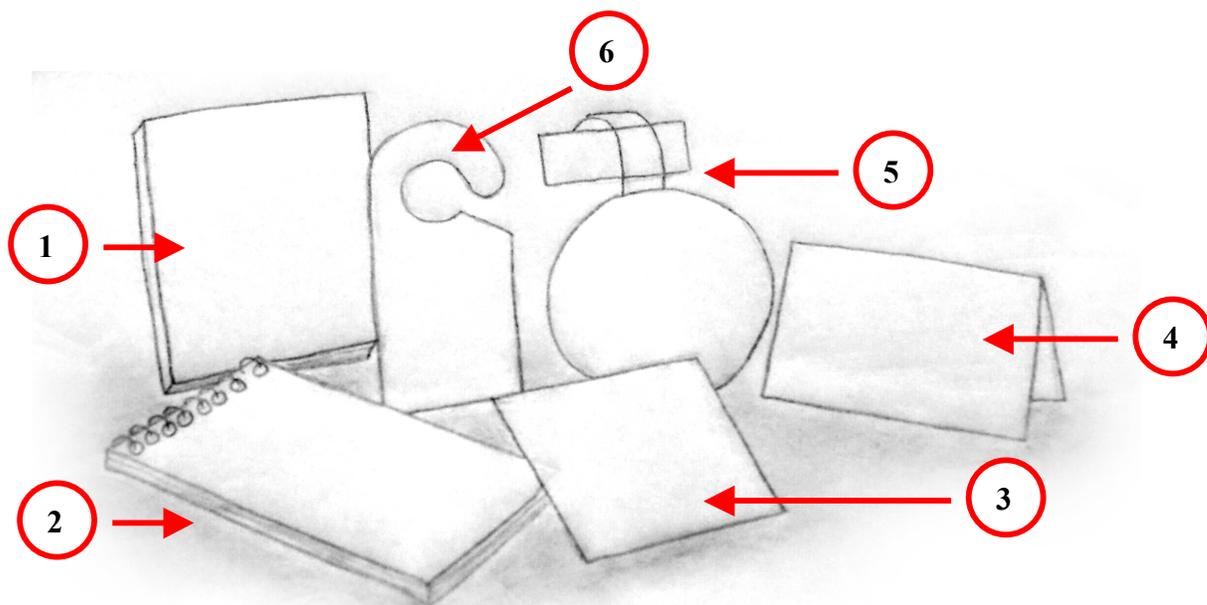
- Fotografía de bolsas de papel



Interpretación

1. Bolsa de papel impresa

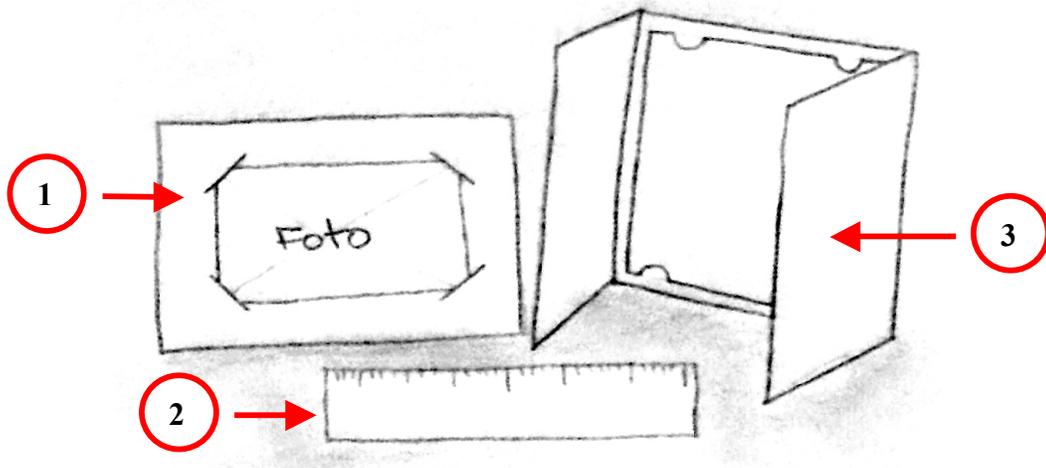
- Fotografía de diversos productos



Interpretación

1. Libro
2. Libreta
3. Bolsa para CD
4. Invitación
5. Dangler
6. Marbete

- Fotografía de diversos productos

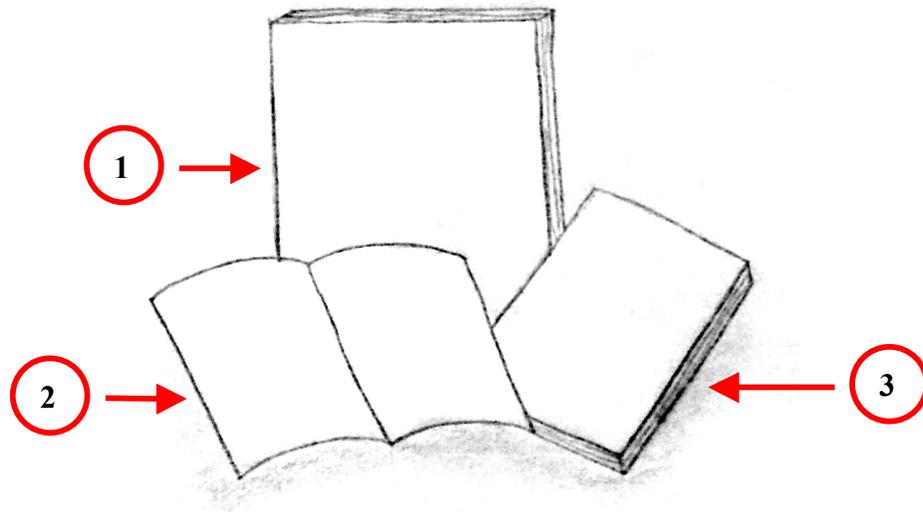


Interpretación

1. Marco para fotos
2. Regla
3. Invitación



- Fotografía de diversos productos



Interpretación

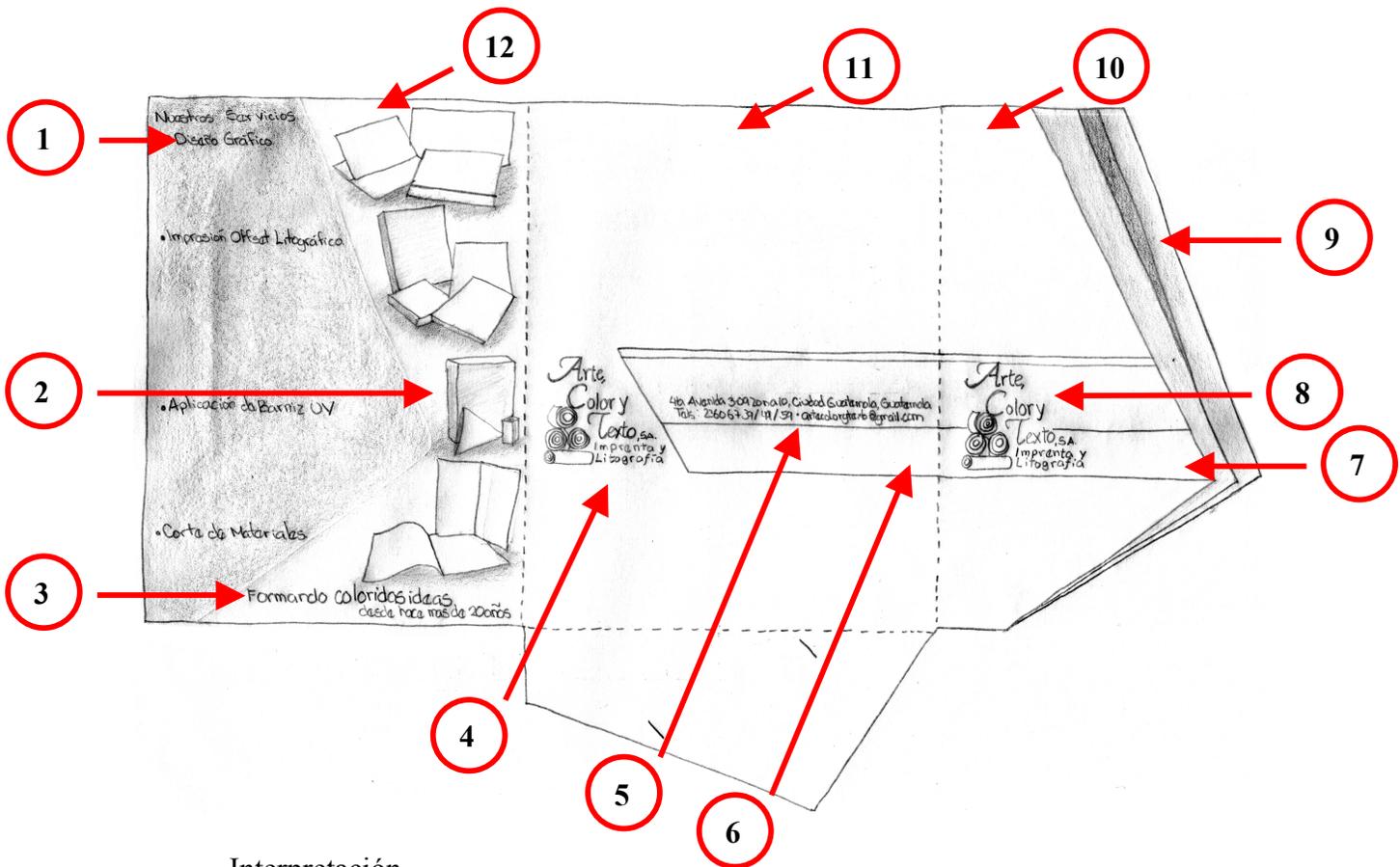
1. Anuario empastado
2. Bifoliar
3. Libro



Bocetos para Diseño del Material Informativo Impreso

Luego de bocetar el tipo de fotografías de los productos que se requieren para el material informativo impreso, se procedió a ubicarlas en la carpeta corporativa, lo que permitirá que, al agregar el logo, textos y otros elementos se forme una composición balanceada.

Tiro de la carpeta



Interpretación

1. Texto informativo de los productos y servicios que ofrece a litografía (diseño gráfico, impresión litográfica offset, aplicación de barniz UV, corte de materiales)
2. Fotografías de productos (calendarios, agendas, cajas y empaques, y revistas)
3. Slogan
4. Logotipo

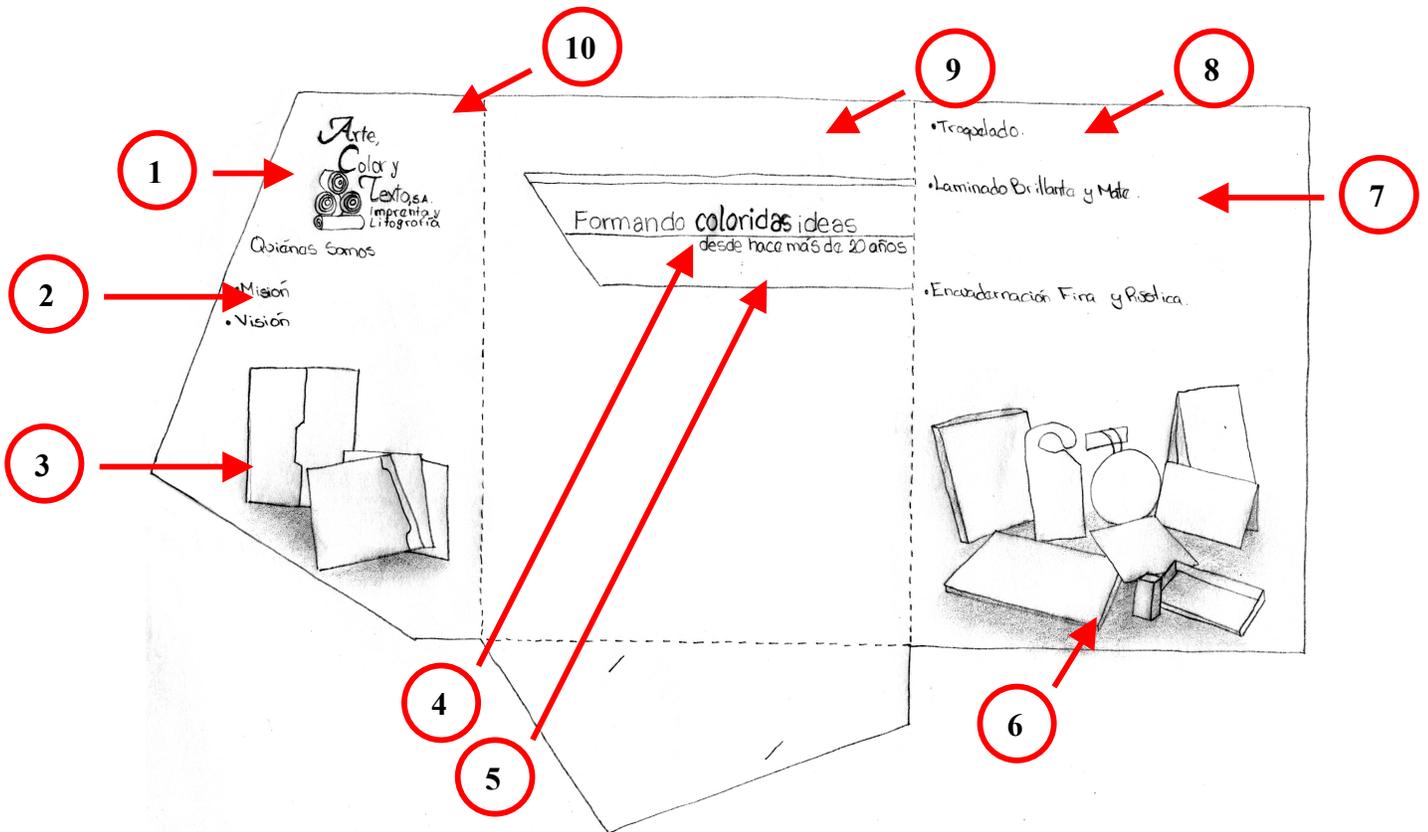


60



5. Información de contacto
6. Franja con degradado en colores proceso
7. Franja con degradado en colores proceso
8. Logotipo
9. Franjas triangulares en color cyan con transparencia
10. Fondo azul con textura de círculos similar al logotipo
11. Fondo azul con textura de círculos similar al logotipo
12. Fondo color gris (en el fondo del texto informativo será más oscuro)

Retiro de la carpeta



Interpretación

1. Logotipo
2. Descripción de la empresa
3. Fotografías de productos (carpetas corporativas)



4. Slogan
5. Franja con degradado en colores proceso
6. Fotografías de productos (libro, libreta, marbete, dangler, caja, bandeja, invitación, bolsa y bolsa para CD)
7. Texto informativo de los servicios que ofrece a litografía (troquelado, laminado y encuadernación)
8. Fondo color gris
9. Fondo azul con textura de círculos similar al logotipo
10. Fondo color gris

Descripción

En el diseño se utilizarán dos tipografías, para los títulos se empleará Serif para que sea similar a la utilizada en el logotipo, lo que creará unidad con la imagen corporativa de la empresa. En el resto del contenido se utilizará tipografía Sans Serif, ya que es adecuada para la lectura de textos extensos, debido a que los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida.

Los colores predominantes en el diseño serán el gris, azul y cyan, ya que estos transmiten solidez, tranquilidad y armonía. El gris será utilizado para los fondos donde se colocarán fotografías y texto, mientras que el azul se aplicará en el resto del diseño como fondo. En las áreas donde el azul estará como fondo, también se colocará una textura de círculos en tono cyan.

El logotipo será colocado sobre fondo azul y gris. Cuando se coloque sobre fondo azul, este deberá ir sobre una franja de colores degradados (solo colores proceso).

Bocetos para diseño de piezas complementarias del Material Informativo Impreso

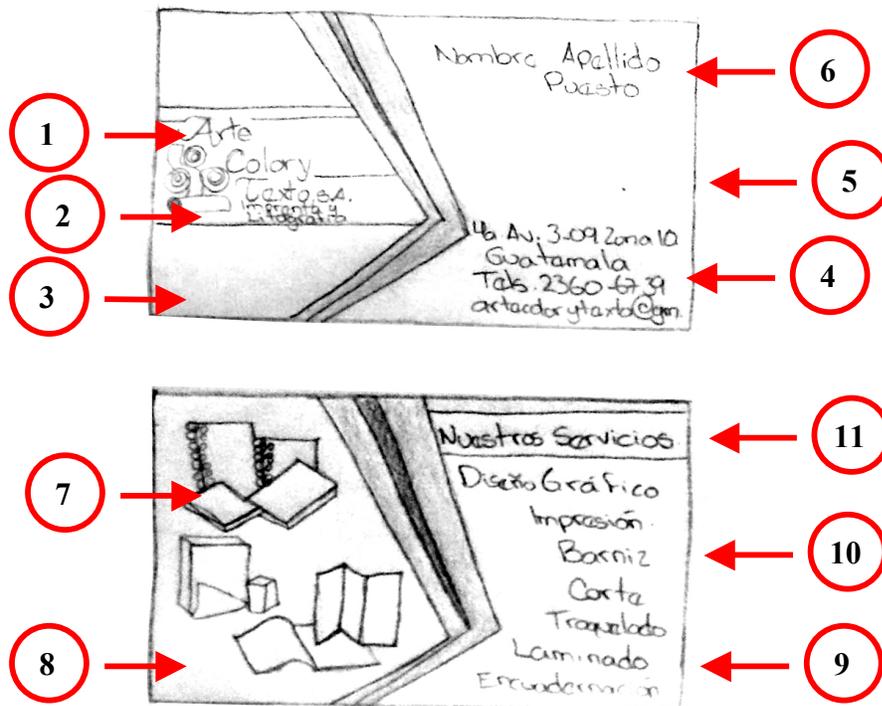
Ya que el material informativo impreso para dar a conocer los productos y servicios de impresión de la litografía es una carpeta corporativa, se propone



elaborar otros materiales que complementen esta pieza y que a la vez cumplan con la función de informar y presentar a la litografía ante sus clientes reales y potenciales.

Entre los materiales que se propone elaborar se encuentran:

Tarjeta de presentación (tiro y retiro)



Interpretación

Tiro

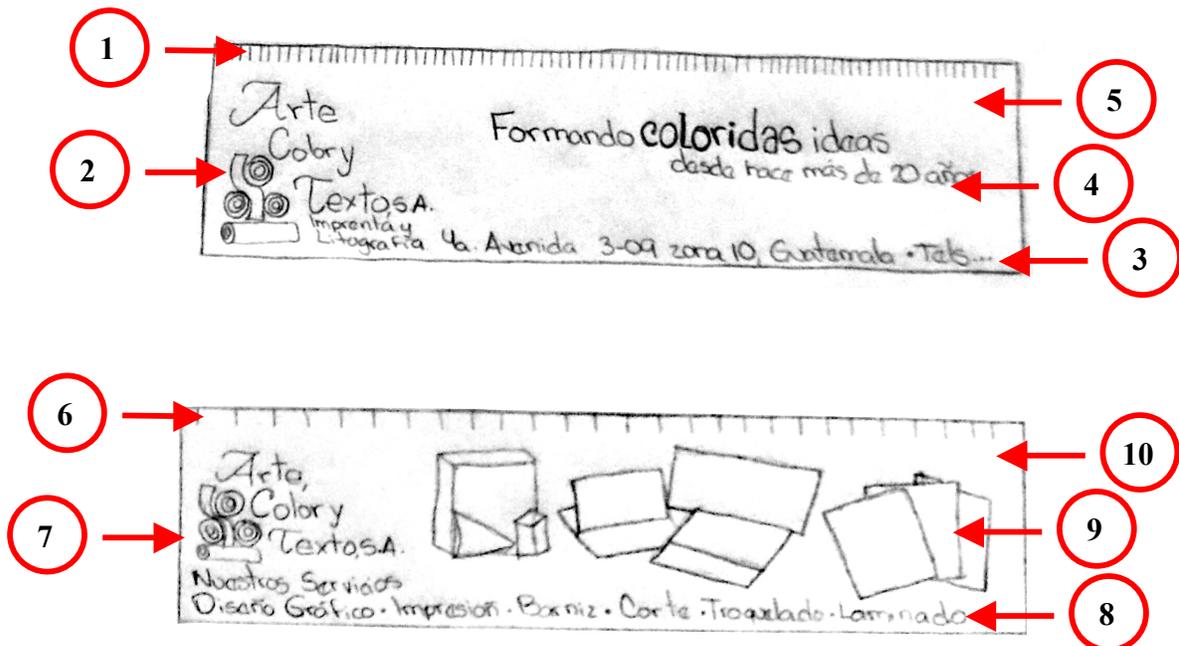
1. Logotipo
2. Franja con degradado en colores proceso
3. Fondo azul con textura de círculos similar al logotipo
4. Información de contacto
5. Fondo color gris
6. Nombre, apellido y cargo



Retiro

7. Fotografías de productos (agendas, cajas y revistas)
8. Fondo color gris
9. Fondo azul con textura de círculos similar al logotipo
10. Listado de servicios
11. Franja con degradado en colores proceso con título “Nuestros Servicios”

Regla (tiro y retiro)



Interpretación

Tiro

1. Numeración en centímetros
2. Logotipo
3. Información de contacto
4. Slogan
5. Fondo color gris

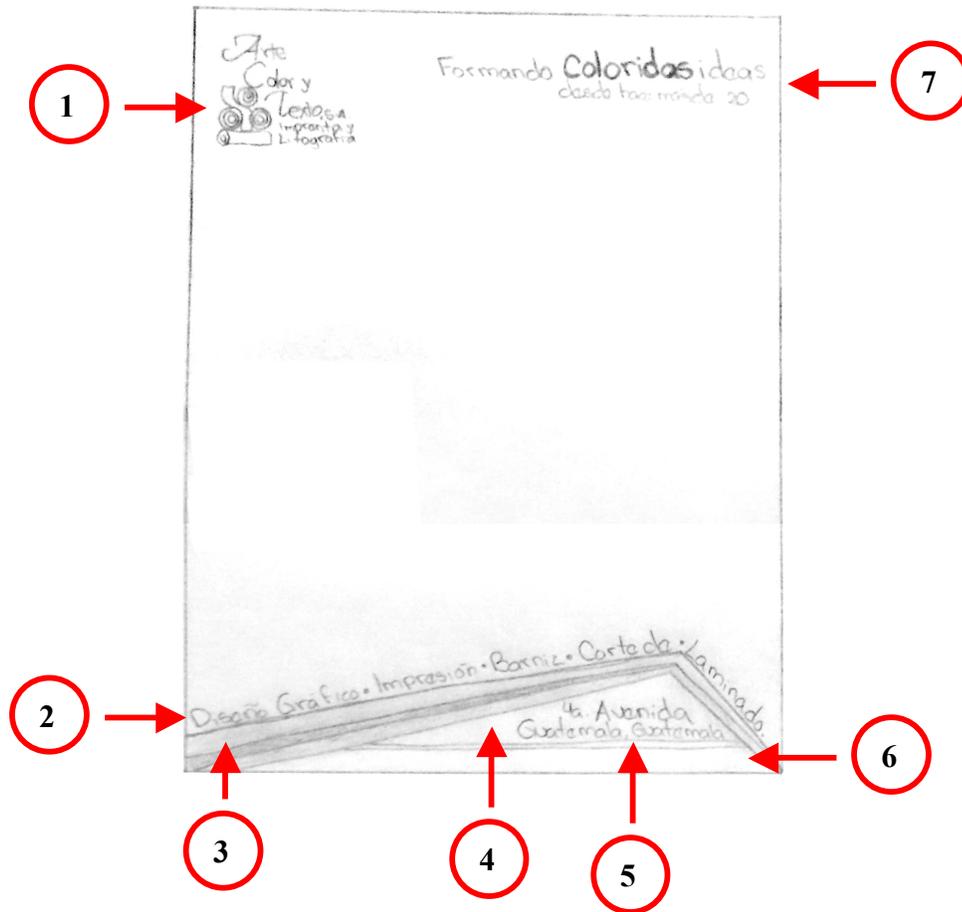
Retiro

6. Numeración en pulgadas
7. Logotipo



8. Listado de servicios
9. Fotografía de productos (cajas, calendario y carpetas corporativas)
10. Fondo color gris

Hoja membretada

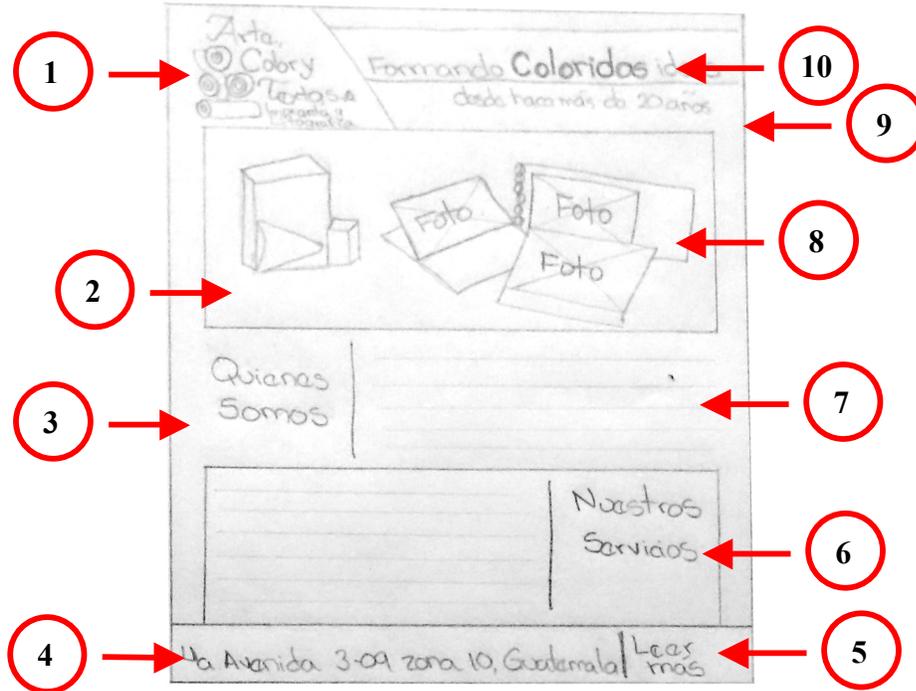


Interpretación

1. Logotipo
2. Listado de servicios
3. Franjas triangulares en color cyan
4. Fondo azul con textura de círculos similar al logotipo
5. Información de contacto
6. Franja con degradado en colores proceso
7. Slogan



Plantilla para e-mailing



Interpretación

1. Logotipo
2. Fondo color gris
3. Fondo azul con textura de círculos similar al logotipo
4. Información de contacto
5. Link para ver versión digital
6. Listado de servicios
7. Descripción de la empresa
8. Fotografías de productos
9. Franja con degradado en colores proceso
10. Slogan

Descripción

En las piezas complementarias del material informativo se utilizarán los mismos parámetros que en la carpeta informativa: dos tipografías, para los títulos se empleará Serif y en el contenido se utilizará tipografía Sans Serif.



Los colores predominantes en los diseños serán gris, azul y cian. El logotipo será colocado sobre fondo azul y gris. Cuando se coloque sobre fondo azul, deberá ir sobre una franja de colores degradados (solo colores proceso).

7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos

A continuación se digitalizan los bocetos para determinar las proporciones, tipografía y color que se utilizará para el material informativo.

Prueba de Tipografía:

- Familia: Times New Roman

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Regular Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Bold Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

- Familia: NewsGoth Cn BT

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ



Regular Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Bold Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

- o Familia: Helvetica Neue

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Regular Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Bold Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ



Opciones de Color:



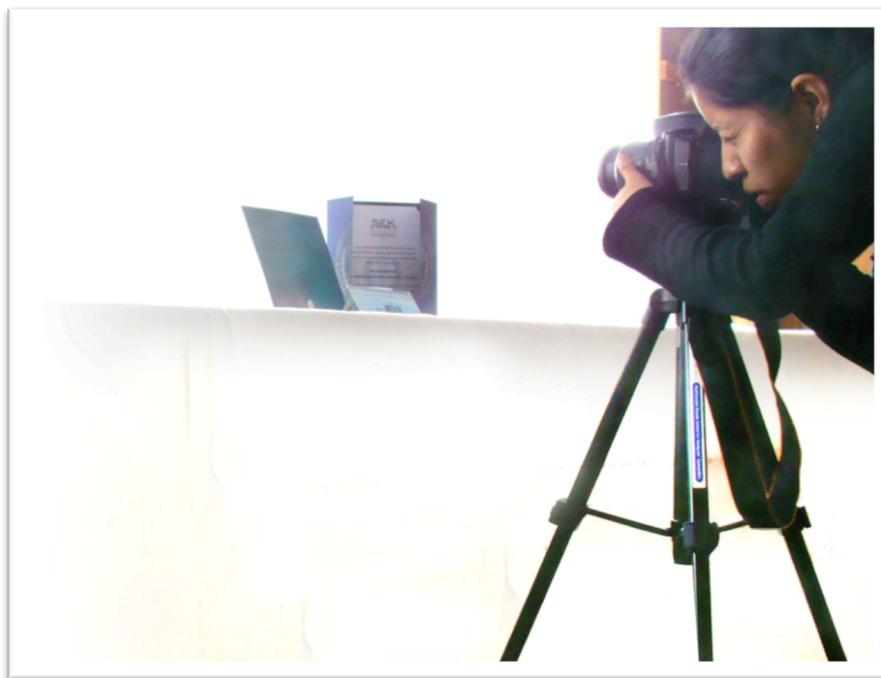
Proceso de digitalización de los bocetos:

Toma de fotografías:

Teniendo como base los bocetos para las fotografías de los productos, se procede a tomarlas, para ello se coloca un fondo neutro sobre el que se van recreando las composiciones realizadas con los materiales que imprime la litografía.



Toma de fotografías de diversos productos



Fotografías tomadas



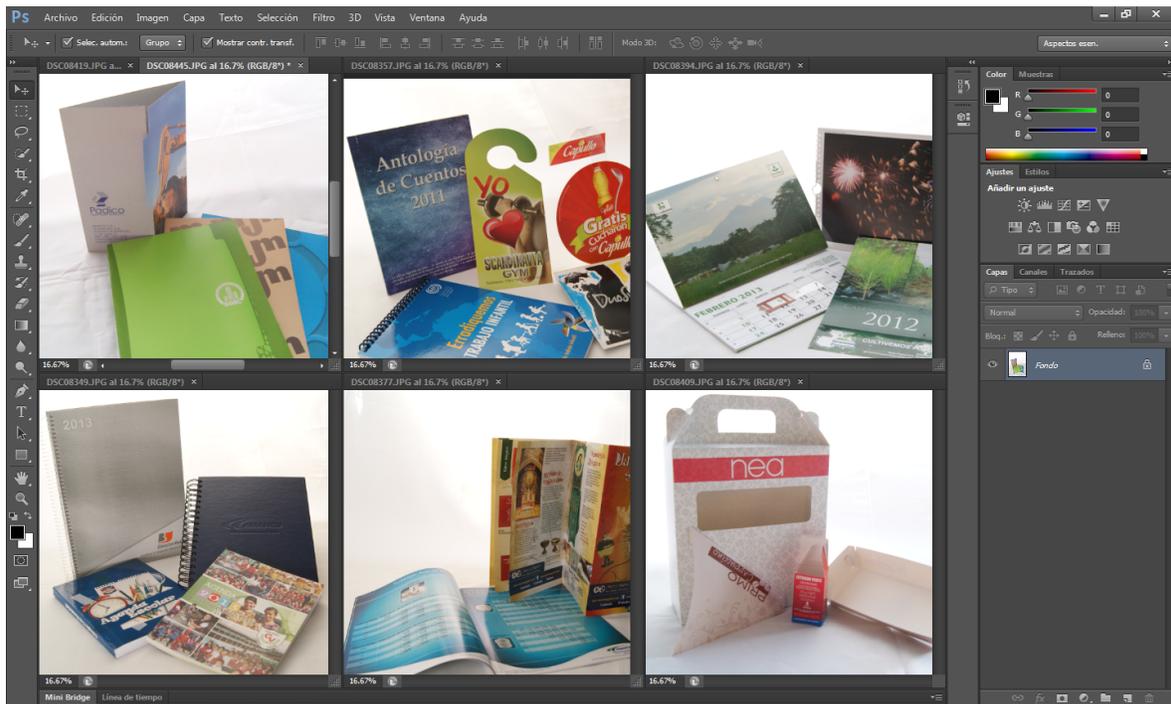
El resto de fotografías tomadas y editadas se encuentran en anexos.



70



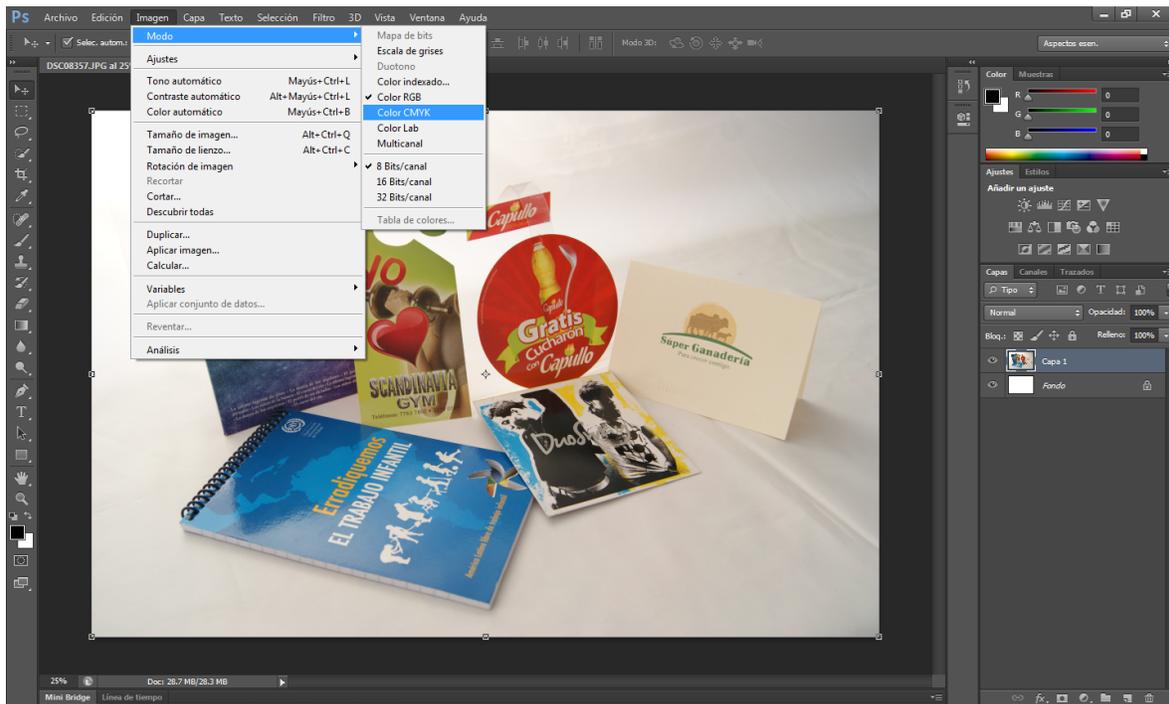
Edición de fotografías: Se repite el mismo proceso para cada fotografía.
Se abre el archivo de las fotografías tomadas en Adobe Photoshop.



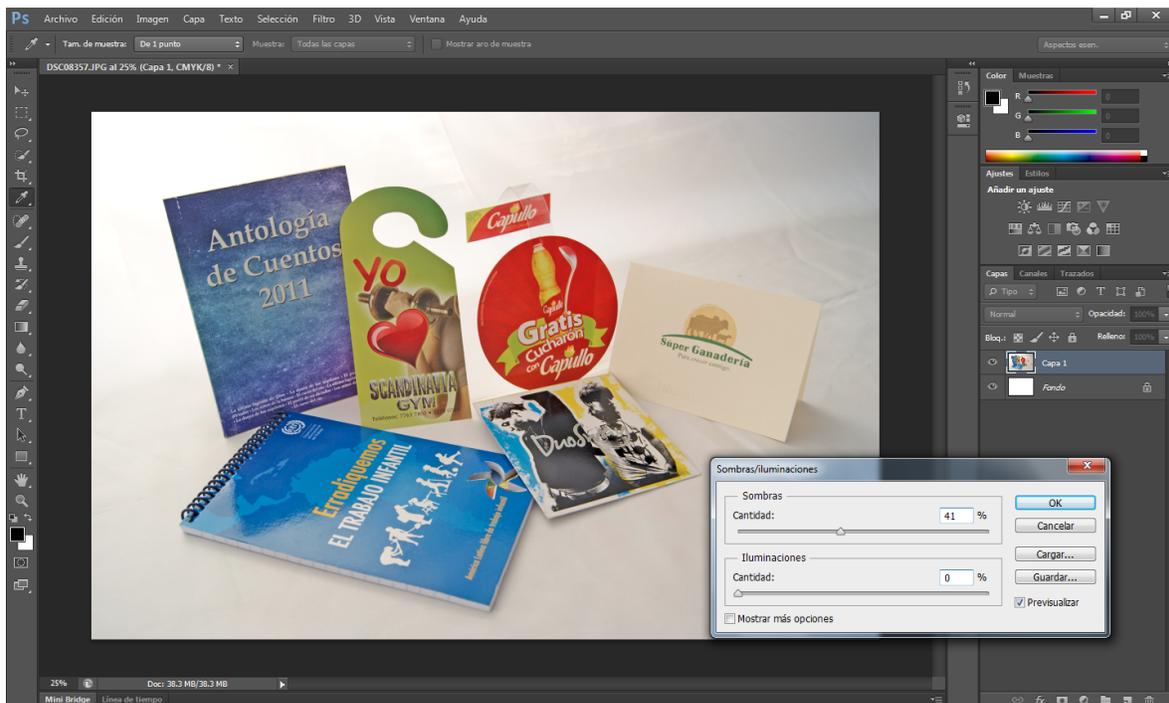
Fotografía original



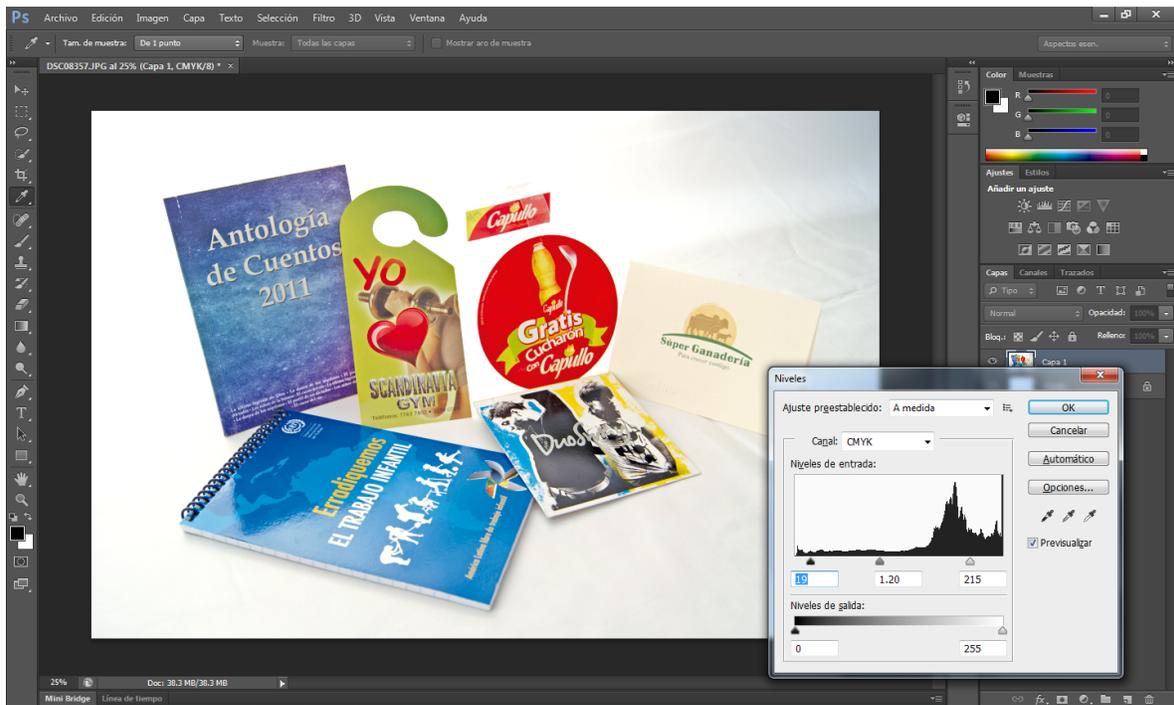
Se cambia el modo de color de la fotografía (de RGB a CMYK) debido a que las fotografías se utilizarán para impresión litográfica.



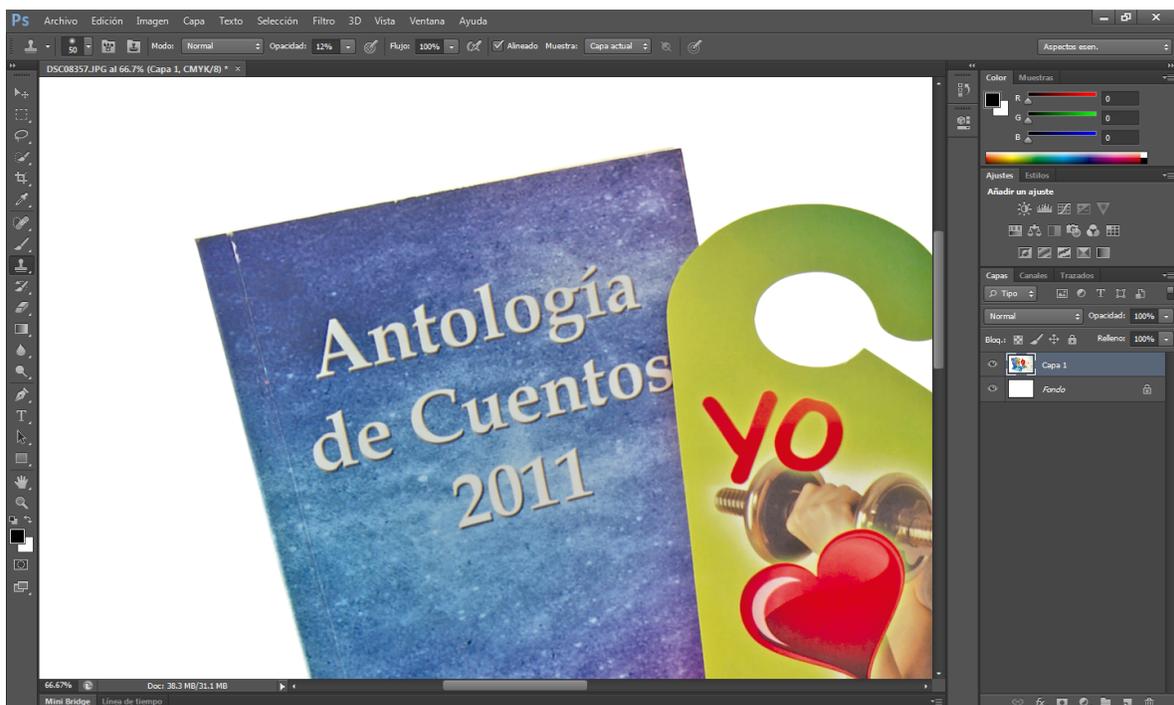
Se modifican los valores de sombra e iluminación de la fotografía.



Se modifican los valores de los niveles de cada canal de la fotografía.



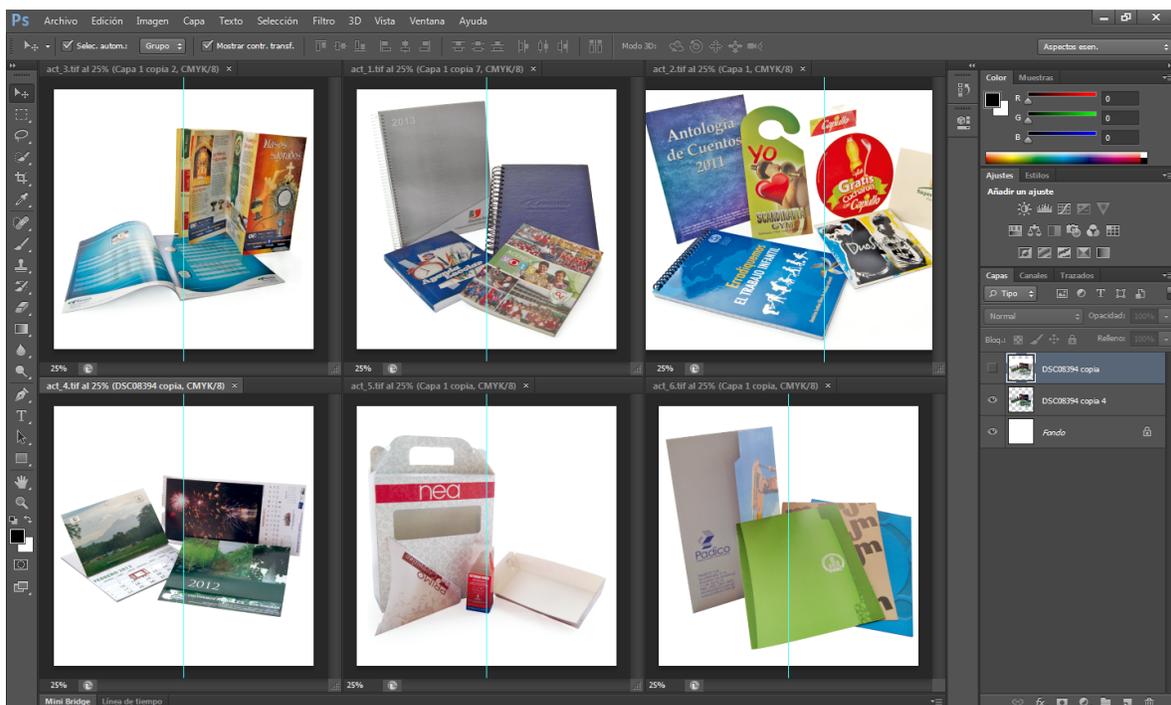
Se retocan los daños que tenga el producto.



Se elimina el fondo recortando la imagen, según el contorno de los productos.

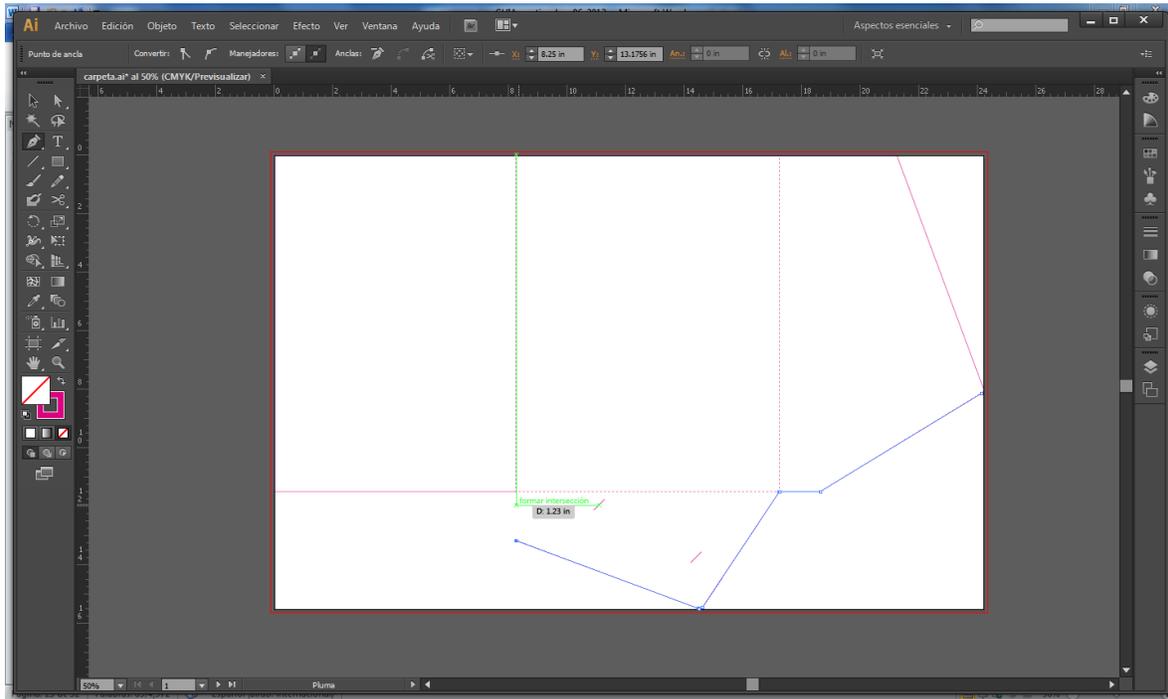


Fotografías finales

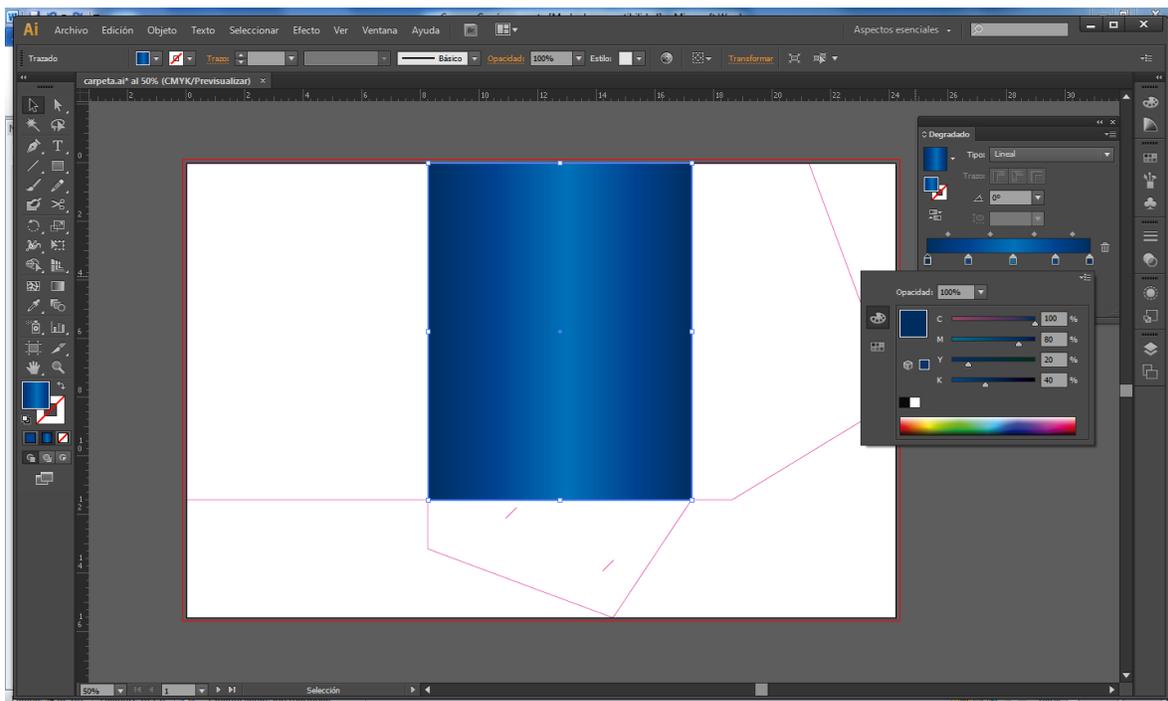


Digitalización de la carpeta informativa

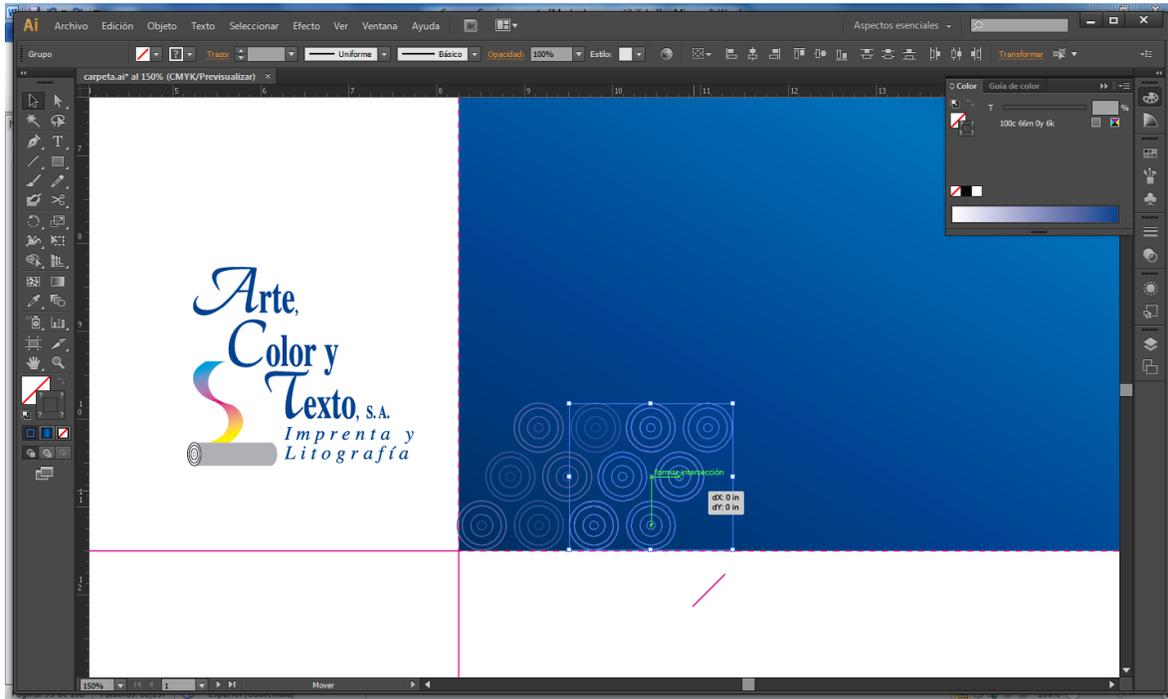
Utilizando Adobe Illustrator, se traza la guía de troquel con la herramienta pluma.



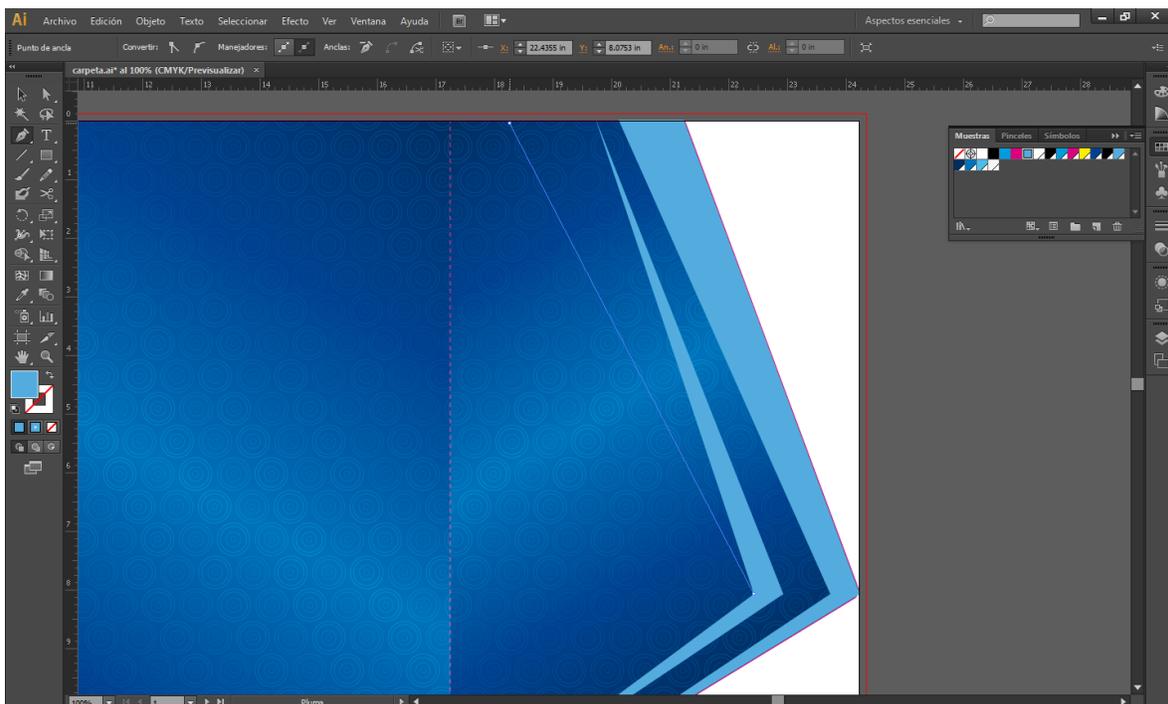
Se aplica un degradado en distintos tonos de azul para crear el fondo de la carpeta.



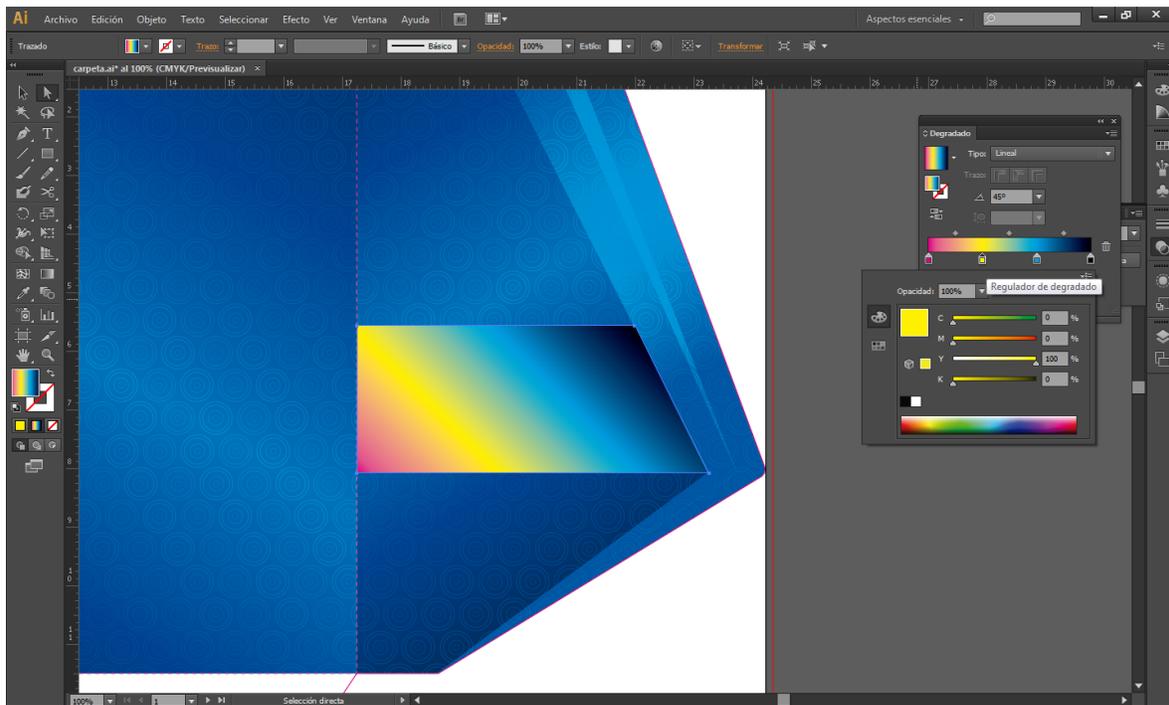
Utilizando elementos del logo de la litografía se crea una textura que forma parte del fondo de la carpeta.



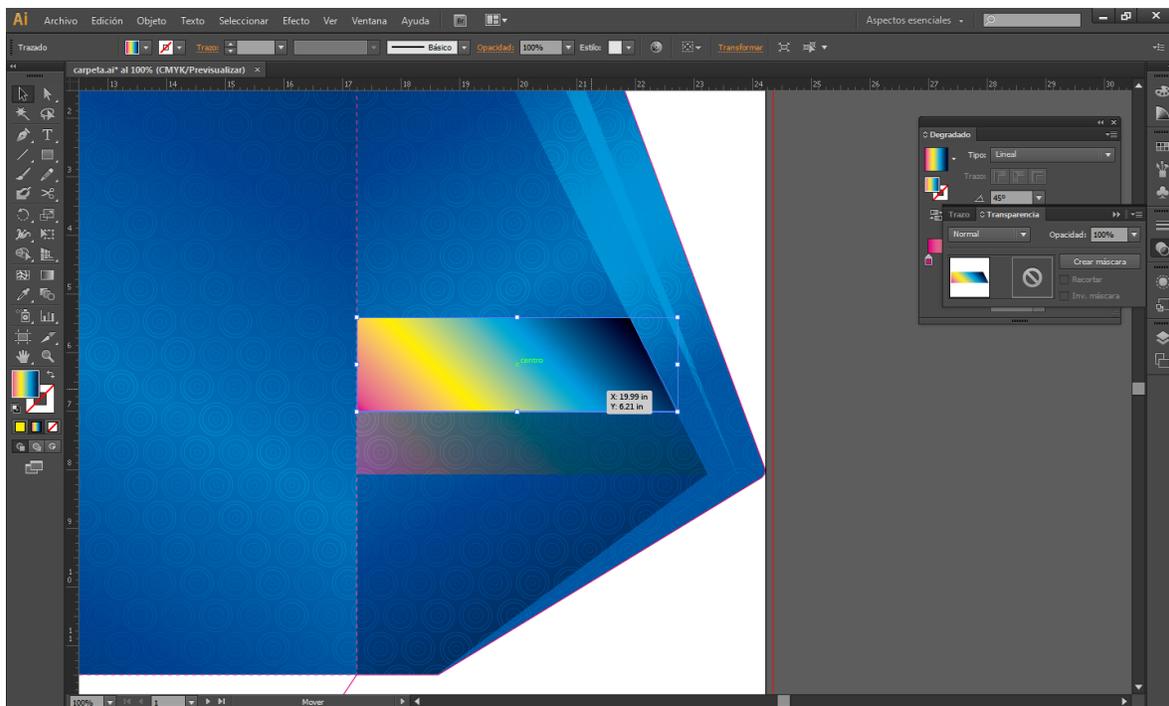
Con la herramienta pluma se crean formas que marcan los bordes de la parte frontal de la carpeta.



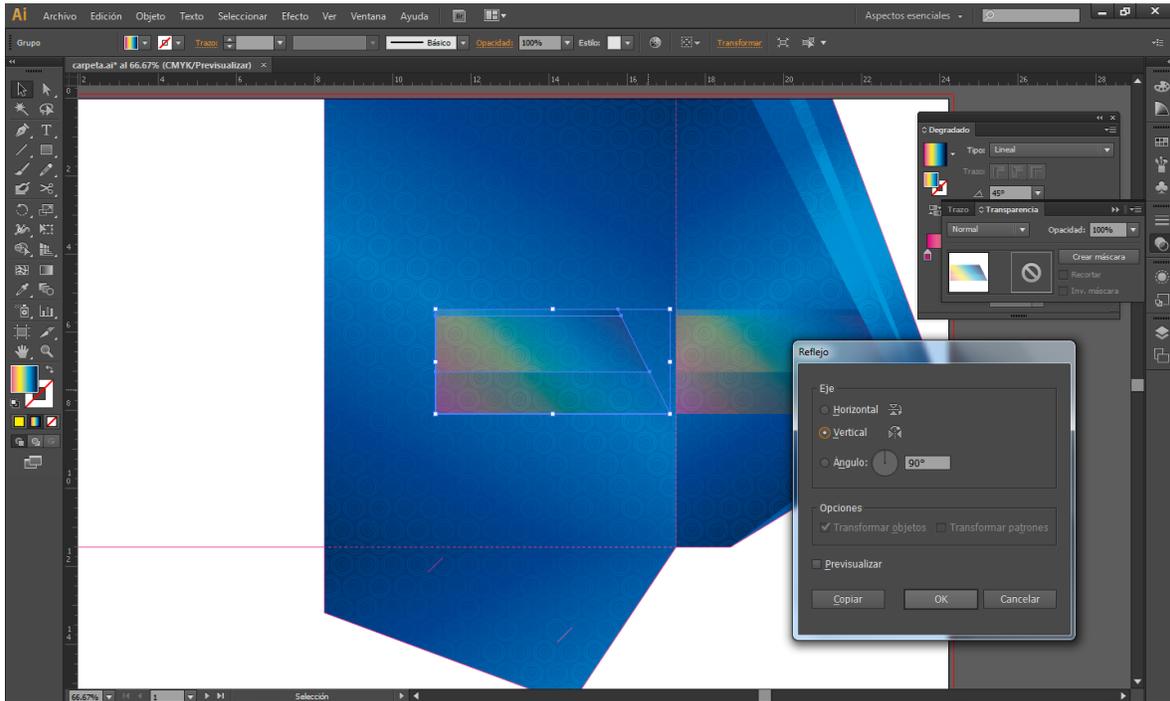
Se crea un degradado utilizando los colores que identifican a la litografía.



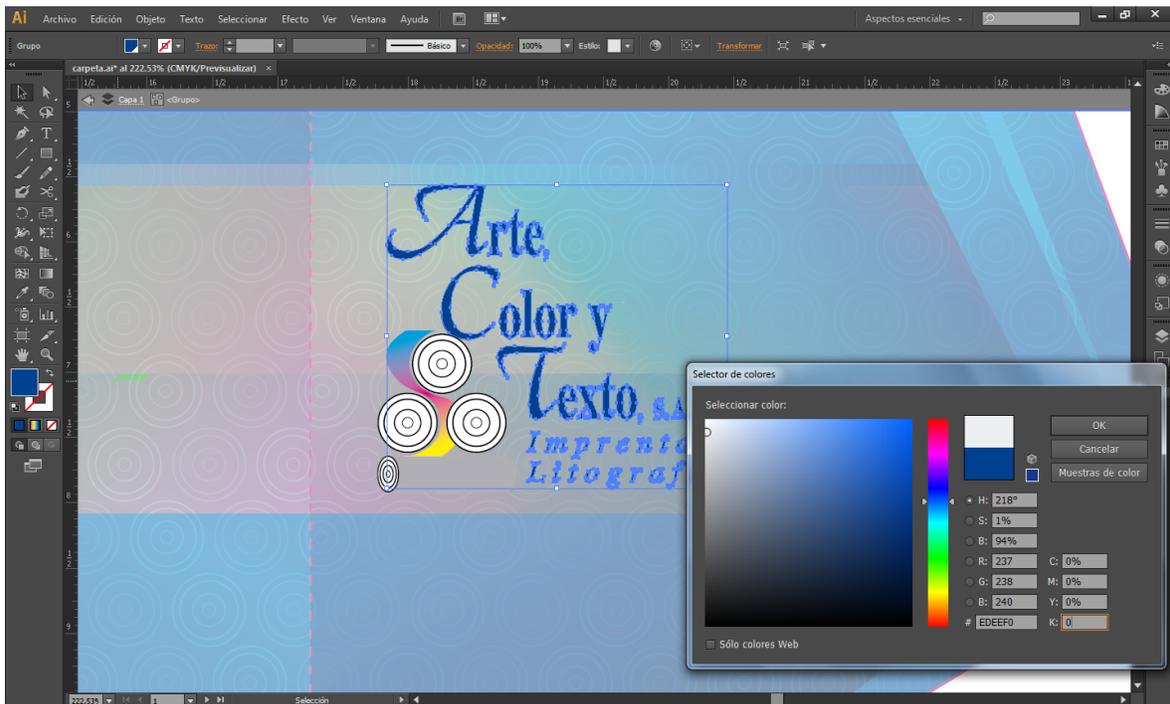
Utilizando el degradado realizado se duplica y se aplica transparencia.



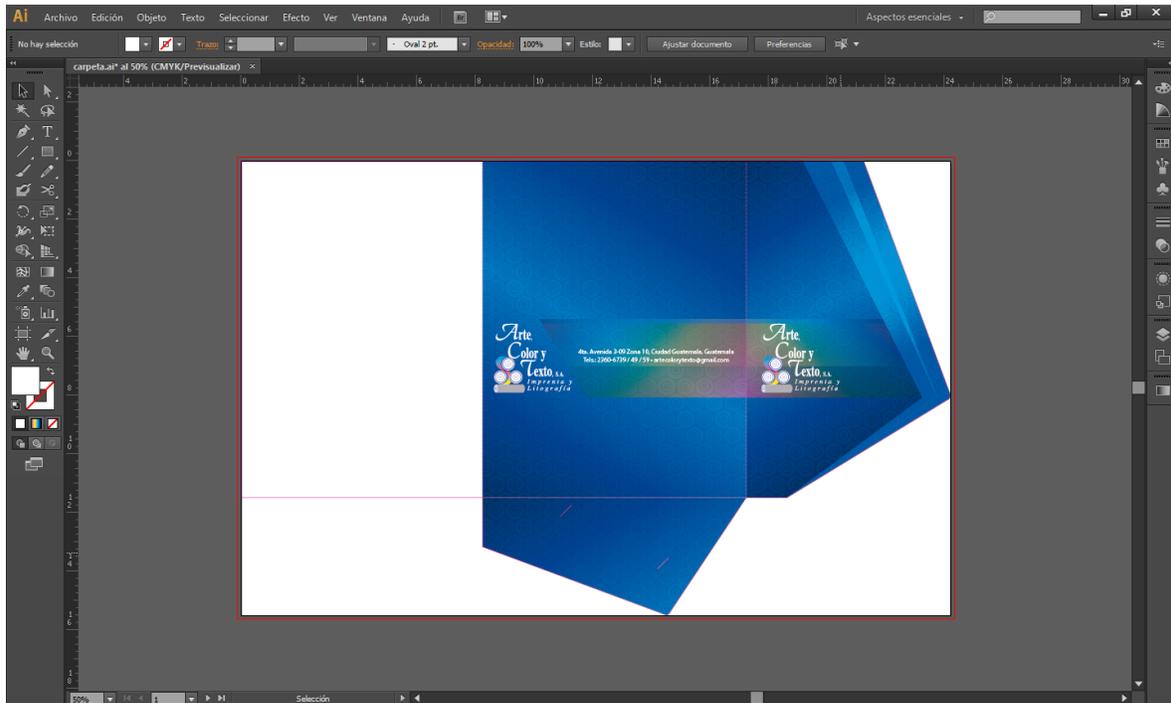
Se coloca en la parte posterior de la carpeta el degradado de la parte frontal aplicándole un reflejo.



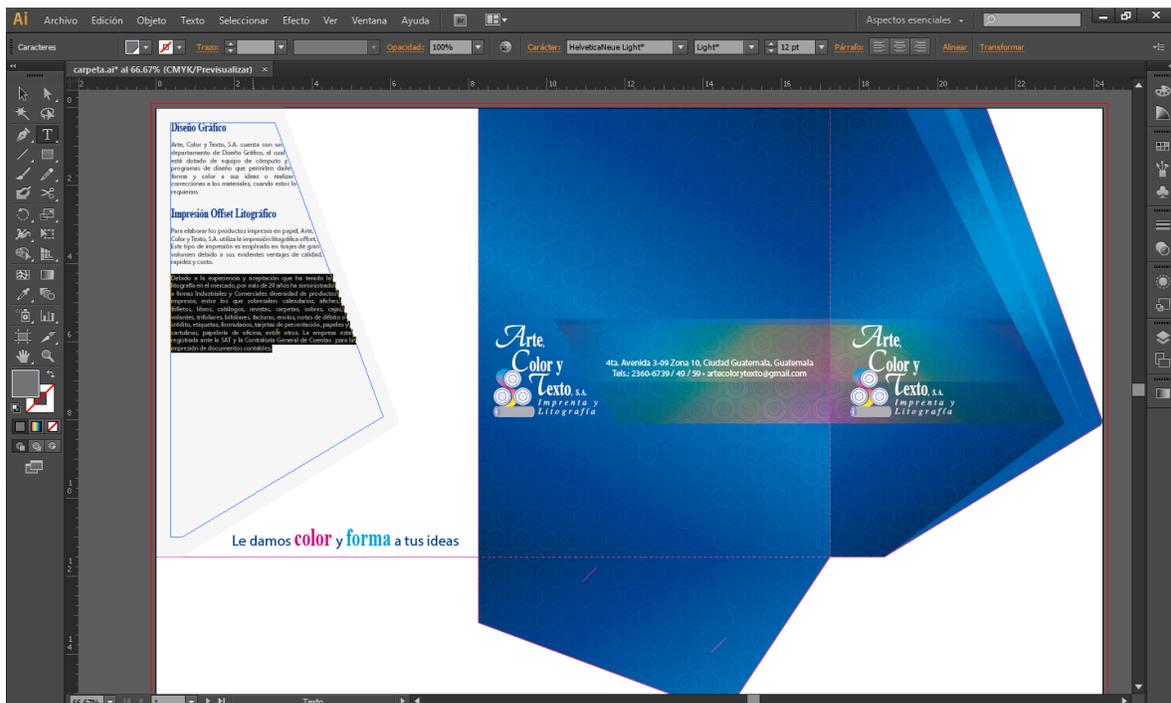
Se coloca el logotipo de la litografía sobre los degradados realizados, aplicándole color blanco en la tipografía.



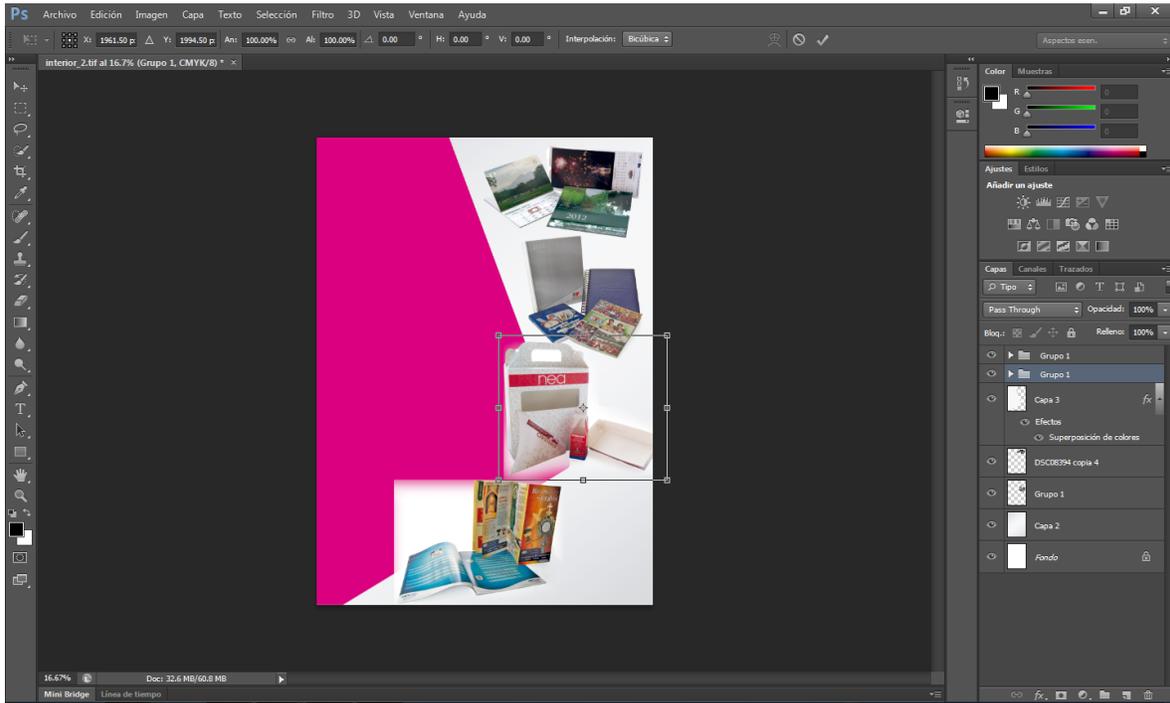
En el degradado de la parte posterior de la carpeta se colocan los datos de la litografía.



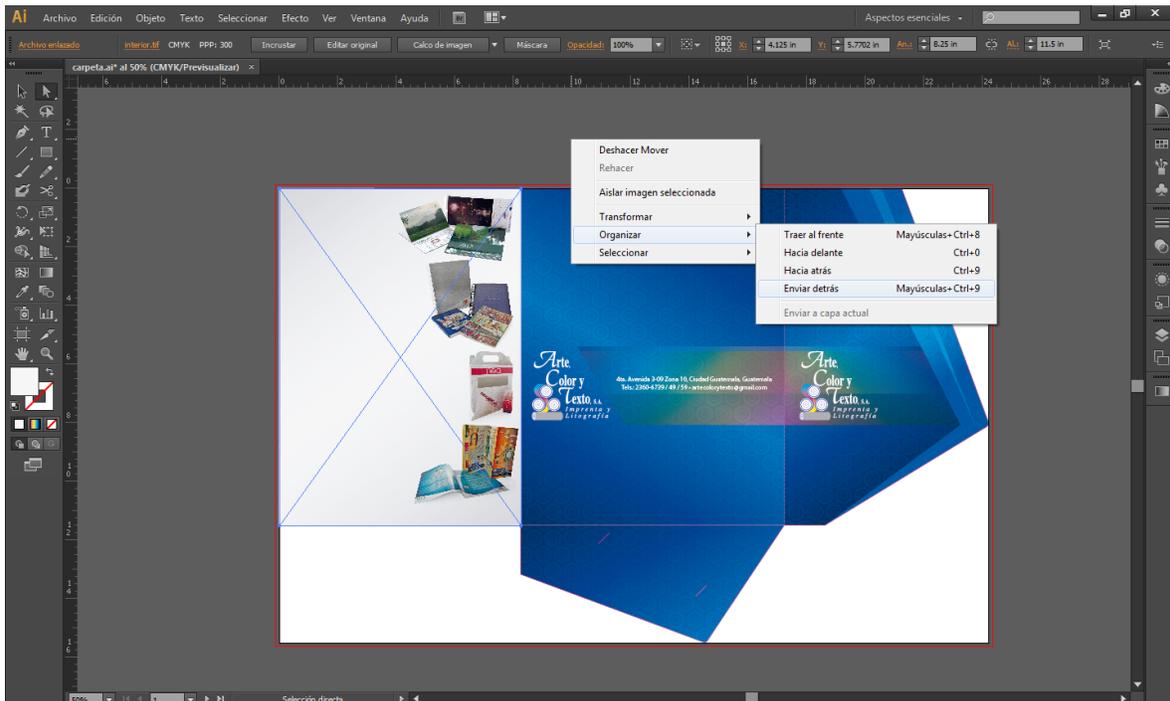
Utilizando la tipografía y los colores elegidos para el texto, se procede a colocar la información en la parte derecha del tiro de la carpeta.



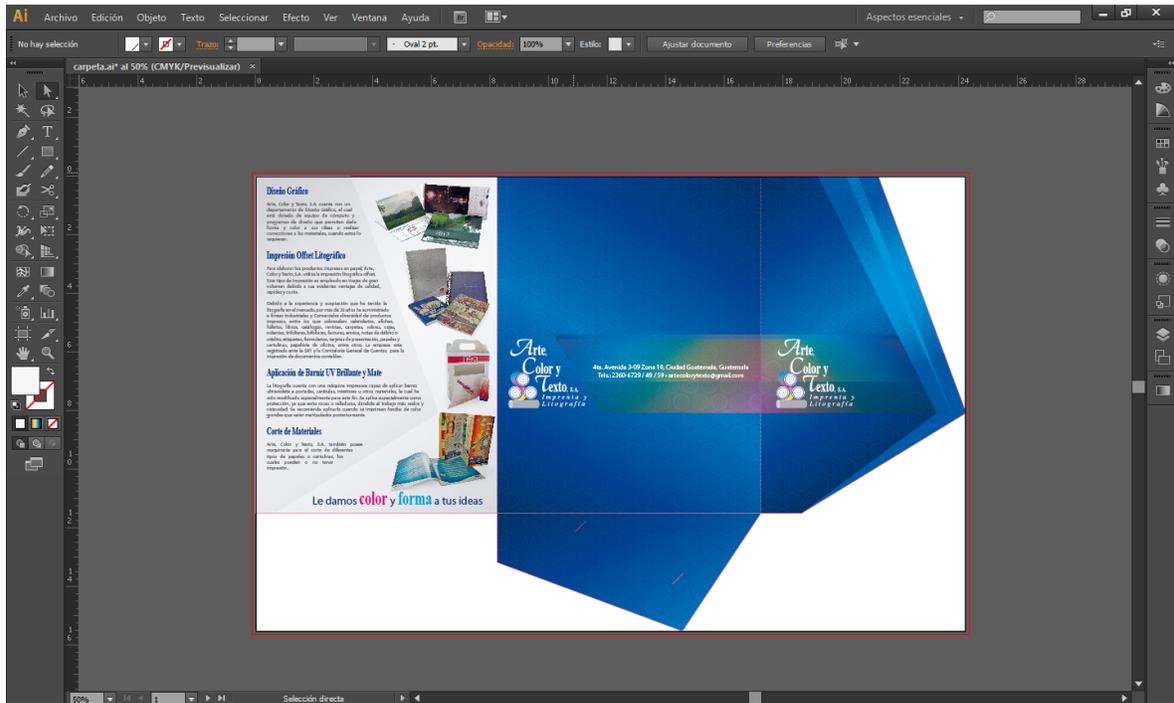
Con Adobe Photoshop se elabora un fondo para el tiro de la carpeta en el que se colocan las fotografías.



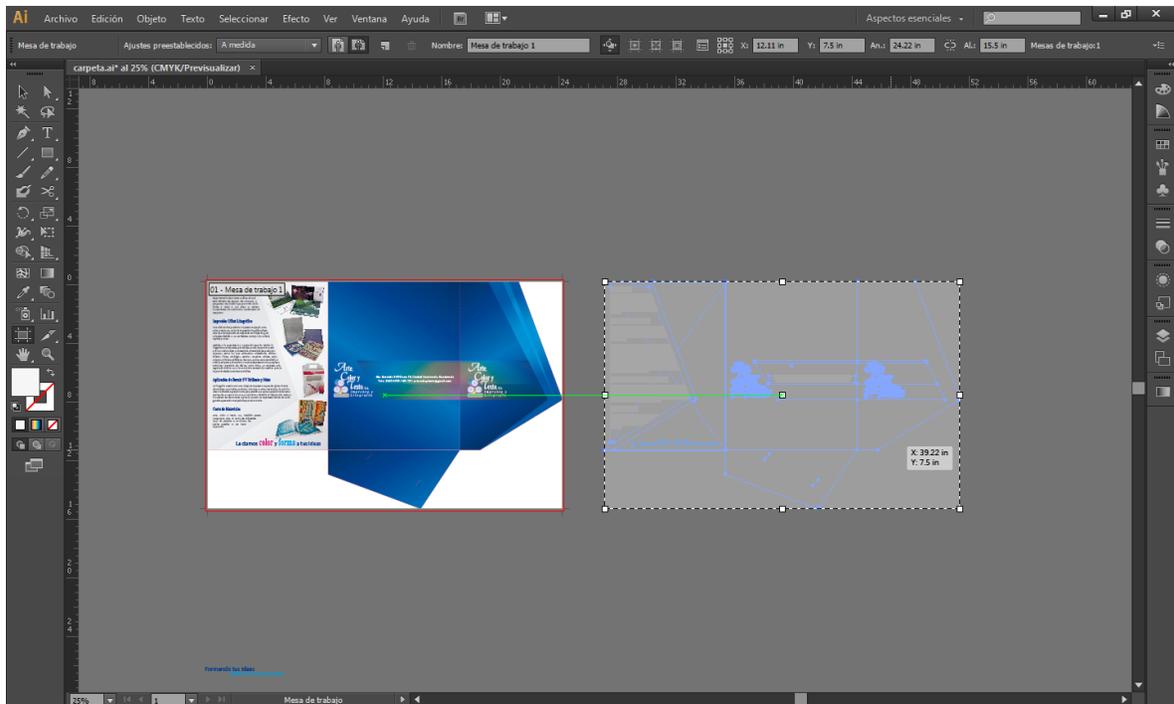
Se coloca el fondo creado en Adobe Photoshop, que complementa la parte informativa de la carpeta.



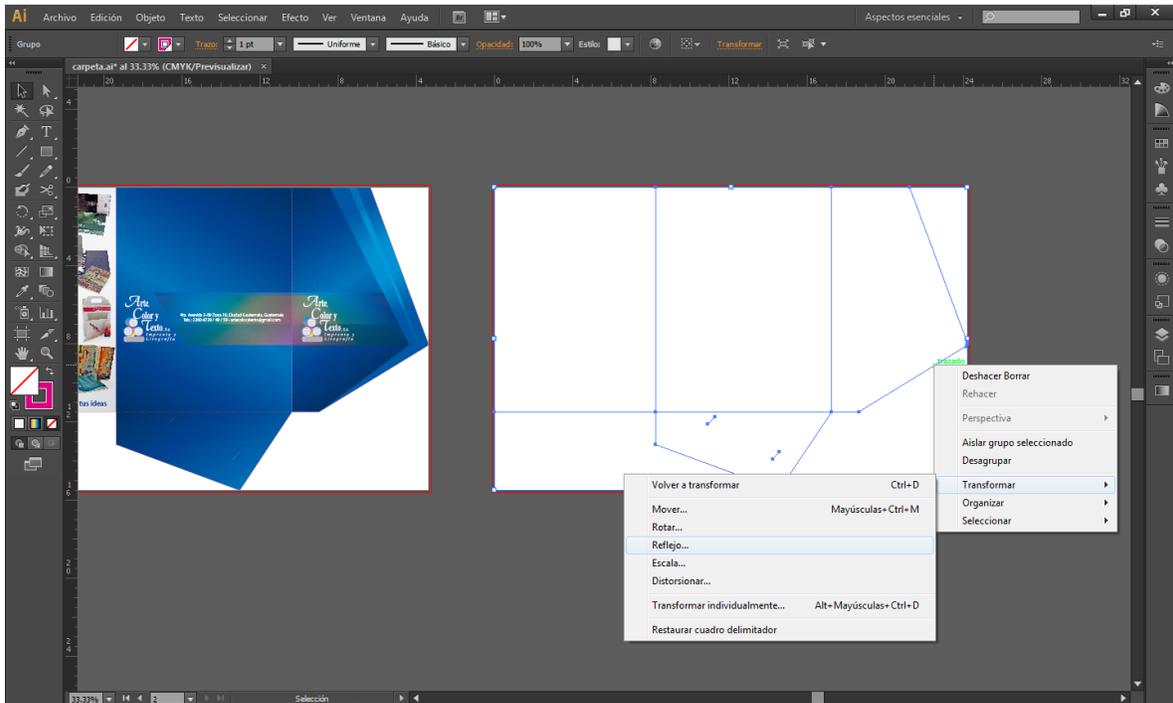
Tiro de la carpeta terminado.



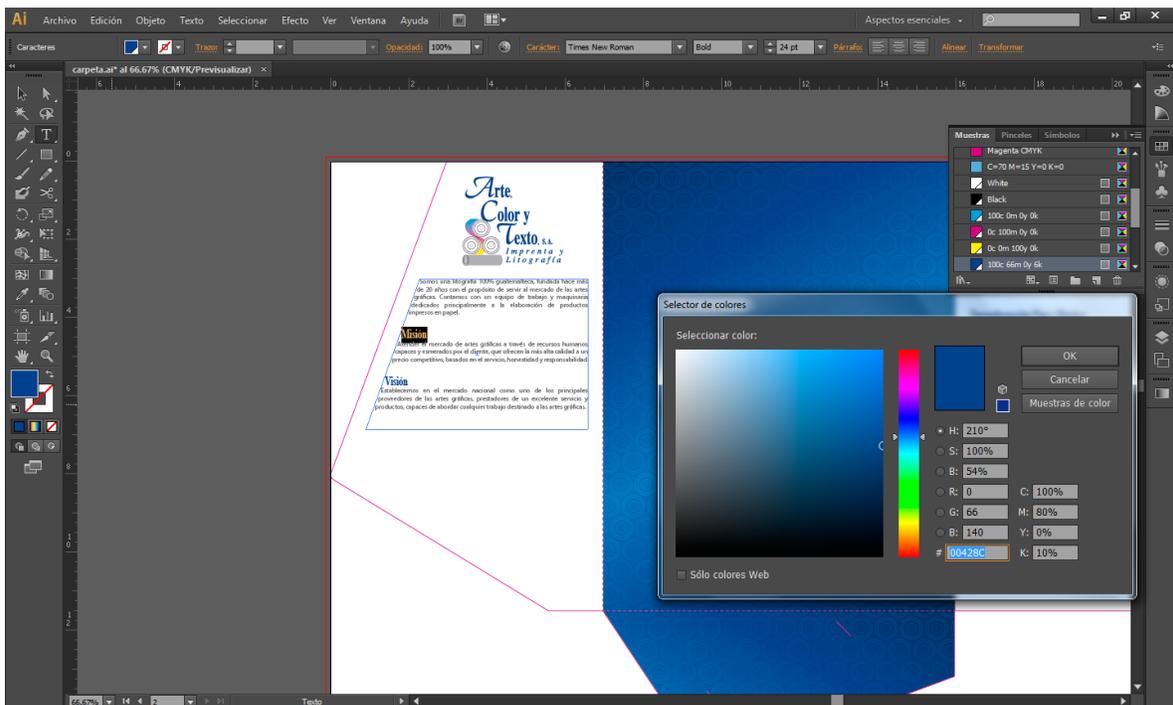
Se procede a realizar el retiro de la carpeta duplicando el tiro.



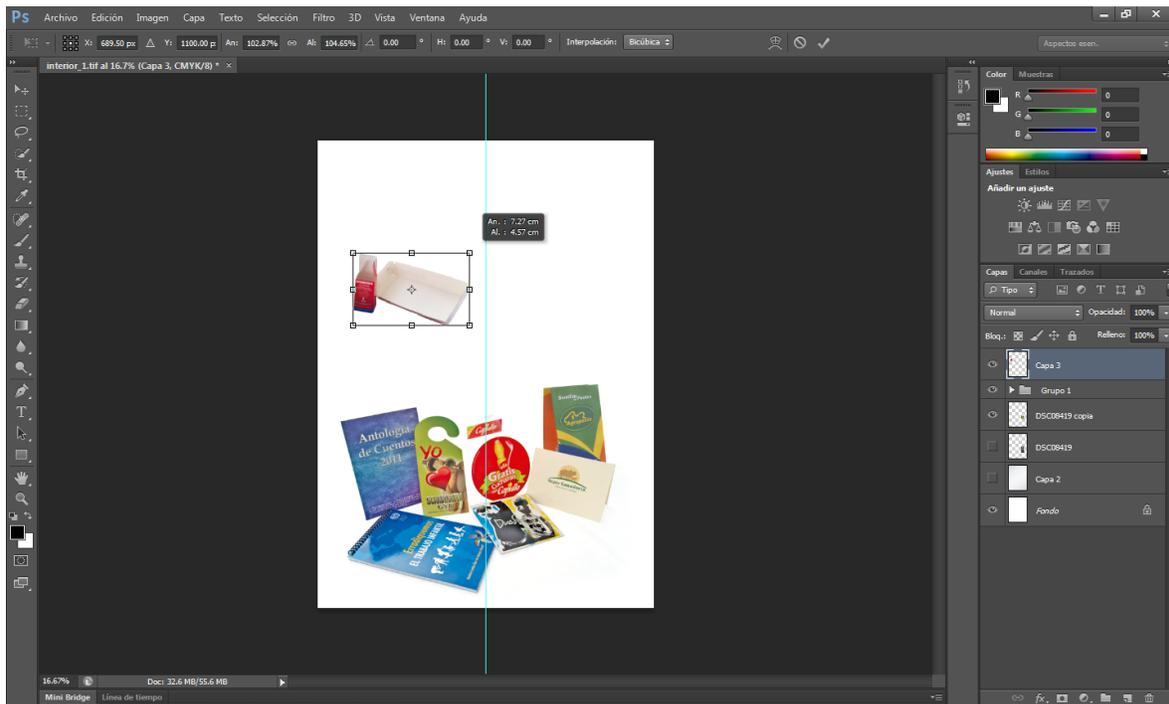
Se le aplica un reflejo a la guía de troquel.



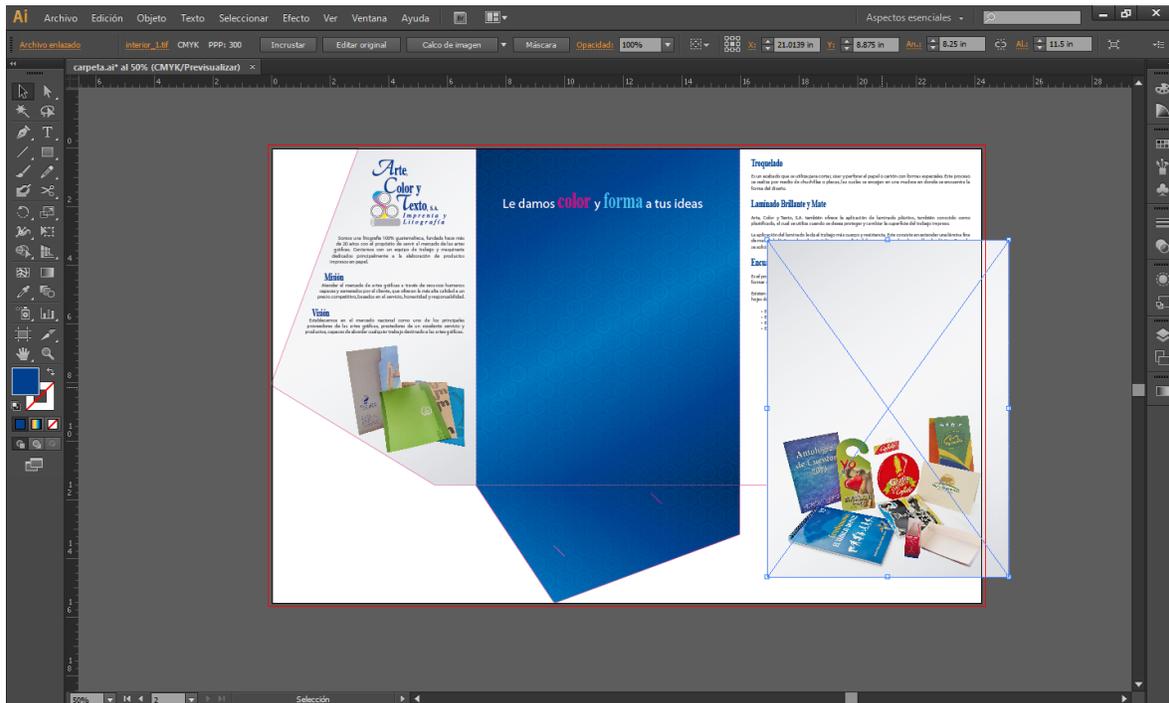
Utilizando la tipografía y los colores elegidos para el texto, se procede a colocar la información en la parte izquierda del retiro de la carpeta.



Con Adobe Photoshop se elabora un fondo para el retiro de la carpeta en el que se colocan las fotografías.



Se coloca el fondo creado en Adobe Photoshop, que complementa la parte informativa de la carpeta.



En el resto del contenido se ha utilizado tipografía Helvetica Neue color gris a 12 puntos, ya que es adecuada para la lectura de textos extensos, debido a que los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar y seguir una línea en un conjunto de texto, facilitando la lectura rápida.

Para crear jerarquías entre los títulos y el contenido del material informativo se ha utilizado negrilla en los títulos y subtítulos, y su tamaño será 2 puntos más grande que el resto del contenido.

Para no saturar el área donde se han colocado fotografías y texto, se han empleado tonos grises como fondo, los que permiten mejor visualización de estos elementos. Mientras que en las áreas donde hay menos información se han aplicado fondos en tonos azules con una textura de círculos, que se asocian con un elemento del logotipo.

En la parte interior de la carpeta el logotipo se ha colocado sobre fondo gris, mientras que en la parte exterior ha sido colocado sobre fondo azul, que tiene sobrepuesta una franja degradada en colores proceso, que se asocian con la actividad e imagen corporativa de la litografía.

En la diagramación de los textos e imágenes se han utilizado formas triangulares. Esta figura fue elegida debido a que el logotipo de la empresa tiene esta forma, por lo tanto se identifica con la misma.

El material que se sugiere para la impresión de la carpeta informativa es cartón husky con aplicación de barniz UV en tiro y retiro.

7.4. Propuesta Preliminar

Al finalizar el proceso de digitalización de la carpeta informativa se ha obtenido como resultado los siguientes diseños:

7.4.1. Carpeta Informativa • Tiro



Nuestros Servicios

Diseño Gráfico

Arte, Color y Texto, S.A. cuenta con un departamento de Diseño Gráfico, el cual está dotado de equipo de cómputo y programas de diseño que permiten crear diseños creativos y originales que concuerden con los materiales, cuando estos lo requieran.

Impresión Offset Litográfica

Para la impresión de documentos en papel, en Arte, Color y Texto, S.A. utilizamos la impresión litográfica offset. Este tipo de impresión es empleado en tirajes de gran volumen debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo.

Debido a la experiencia y aceptación que ha tenido la litografía en el mercado, por más de 20 años ha suministrado a firmas industriales y comerciales diversidad de productos impresos, entre los que sobresalen: calendarios, afiches, folletos, libros, catálogos, revistas, carpapas, sobres, cajas, volantes, trípticos, tarjetas, tarjetas de presentación, papales y cartulinas, papelería de oficina, entre otros. La empresa está registrada ante la SAT y la Contraloría General de Cuentas para la impresión de documentos contables.

Aplicación de Barniz UV Brillante y Mate

Contamos con una máquina impresora capaz de aplicar barniz ultravioleta a portadas, cartulinas, interiores u otros materiales, la cual ha sido modificada especialmente para este fin. Se aplica especialmente como protección para el color, ya que evita el roce o rasaduras, aplicando cuando se imprimen fondos de color grandes que serán manipulados posteriormente.

Corte de Materiales

Arte, Color y Texto, S.A. también posee maquinaria para el corte de diferentes tipos de papales o cartulinas, los cuales pueden o no tener impresión.

Formando coloridas ideas
desde hace más de 20 años



86



15.5 plg

24.25 plg



Arte, Color y Texto, S.A. Imprenta y Litografía

Quiénes Somos

Somos una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas. Contamos con un equipo de trabajo y maquinaria modernos principalmente a la elaboración de productos impresos en papel.

Misión
Somos un mercado de artes gráficas a través de recursos humanos capaces y serenos para el cliente que ofrecen la más alta calidad a un precio competitivo, basados en el servicio, honestidad y responsabilidad.

Visión
Establecernos en el mercado nacional como uno de los principales proveedores de las artes gráficas, prestadores de un excelente servicio y productos, capaces de abordar cualquier trabajo destinado a las artes gráficas.



Formando coloridas ideas desde hace más de 20 años

Troquelado
Es un acabado que se utiliza para cortar, esiar y perforar el papel o cartón con formas especiales. Este proceso se realiza por medio de chuchillas o placas, las cuales se encajan en una moldera en donde se encuentra la forma del diseño.

Laminado Brillante y Mate
En Arte, Color y Texto, S.A. también ofrecemos la aplicación de laminado plástico, también conocido como plastificado, el cual se utiliza cuando se desea proteger y cambiar la superficie del trabajo impreso.

La aplicación del laminado le da al trabajo más cuerpo y resistencia. Esto consiste en extender una fina capa de material plástico sobre el material impreso, aplicándolo con prensas de calor y rolos de plástico.

Cuando se solicita se debe considerar que existen diferentes grosores y tipos de plástico.

Encuadernación Fina y Rústica
Es el proceso de trabajo que consiste en unir ordenadamente las hojas o pliegos de un trabajo impreso para formar un solo volumen, protegible con una tapa.

Existen diferentes tipos de encuadernación, los cuales se clasifican por la forma en que se agrupan o cosen las hojas del documento, entre los cuales están:

- Encuadernación con tapas blandas o rústica.
- Encuadernación con tapas duras.
- Encuadernación con espiral de anillos
- Encuadernación engrapada o cosida




24.25 plg

15.5 plg

Imagen de referencia para el troquelado y doblado de la carpeta



7.4.2. Piezas complementarias del material informativo impreso

Tarjeta de Presentación

- Tiro



- Retiro



Regla

- Tiro



- Retiro



90



Hoja Membretada



Formando **coloridas** ideas
desde hace más de 20 años

11 plg

Diseño Gráfico • Impresión Offset Litográfico • Barniz UV • Corte de Materiales • Troquelado • Laminado • Encuadernación

4a. Avenida 3-09 Zona 10
Ciudad Guatemala, Guatemala
Tels.: 2360-6739 / 49 / 59 • artecolorytexto@gmail.com

8.5 plg



91



Plantilla para E-mailing

6.4 plg



Arte Color y Texto, S.A.
Imprenta y Litografía

Formando **coloridas** ideas desde hace más de 20 años

Quiénes Somos

Somos una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas. Contamos con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados principalmente a la elaboración de productos impresos en papel.

La impresión offset litográfica es el principal servicio que brinda Arte, Color y Texto, S.A. a sus clientes, sin embargo también ofrece:

- Diseño Gráfico
- Aplicación de Barniz UV
- Corte de materiales
- Troquelado
- Laminado
- Encuadernación

Nuestros Servicios

4a. Avenida 3-09 Zona 10, Ciudad Guatemala, Guatemala • Tels.: 2360-6739 / 49 / 59 • artecolorytexto@gmail.com | [Leer más](#)

5 plg



Documento Digital

- Página 1

6.5 plg



Quiénes Somos

Somos una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas. Contamos con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados principalmente a la elaboración de productos impresos en papel.

Misión
Atender el mercado de artes gráficas a través de recursos humanos capaces y esmerados por el cliente, que ofrecen la más alta calidad a un precio competitivo, basados en el servicio, honestidad y responsabilidad.

Visión
Establecernos en el mercado nacional como uno de los principales proveedores de las artes gráficas, prestadores de un excelente servicio y productos, capaces de abordar cualquier trabajo destinado a las artes gráficas.

Arte, Color y Texto, S.A.
Imprenta y Litografía

4a. Avenida 3-09 Zona 10
Guatemala, Guatemala
Tels.: 2360-6739 / 49 / 59
artecolorytexto@gmail.com



10 plg.

- Página 2

6.5 plg



Nuestros Servicios

Diseño Gráfico
Arte, Color y Texto, S.A. cuenta con un departamento de Diseño Gráfico, el cual está dotado de equipo de cómputo y programas de diseño que permiten darle forma y color a sus ideas o realizar correcciones a los materiales, cuando estos lo requieran.

Impresión Offset Litográfico
Para elaborar los productos impresos en papel, en Arte, Color y Texto, S.A. utilizamos la impresión litográfica offset. Este tipo de impresión es empleado en tirajes de gran volumen debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo.

Debido a la experiencia y aceptación que ha tenido la litografía en el mercado, por más de 20 años ha suministrado a firmas industriales y comerciales diversidad de productos impresos, entre los que sobresalen: calendarios, afiches, folletos, libros, catálogos, revistas, carpetas, sobres, cajas, volantes, trifolares, bifolares, facturas, envíos, notas de débito o crédito, etiquetas, formularios, tarjetas de presentación, papeles y cartulinas, papelería de oficina, entre otros. La empresa está registrada ante la SAT y la Contraloría General de Cuentas para la impresión de documentos contables.

4a. Avenida 3-09 Zona 10
Guatemala, Guatemala
Tels.: 2360-6739 / 49 / 59
artecolorytexto@gmail.com



10 plg.



• Página 3

6.5 plg



Nuestros Servicios

4a. Avenida 3-09 Zona 10
Guatemala, Guatemala
Tels.: 2360-6739 / 49 / 59
artecolorytexto@gmail.com

Aplicación de Barniz UV Brillante y Mate
Contamos con una máquina impresora capaz de aplicar barniz ultravioleta a portadas, carátulas, interiores u otros materiales, la cual ha sido modificada especialmente para este fin. Se aplica especialmente como protección, ya que evita roces o ralladuras, dándole al trabajo más realce y vistosidad. Se recomienda aplicarlo cuando se imprimen fondos de color grandes que serán manipulados posteriormente.

Corte de Materiales
Arte, Color y Texto, S.A. también posee maquinaria para el corte de diferentes tipos de papeles o cartulinas, los cuales pueden o no tener impresión.

Formando **coloridas** ideas desde hace más de 20 años

10 plg.

• Página 4

6.5 plg



Nuestros Servicios

4a. Avenida 3-09 Zona 10
Guatemala, Guatemala
Tels.: 2360-6739 / 49 / 59
artecolorytexto@gmail.com

Troquelado
Es un acabado que se utiliza para cortar, sisar y perforar el papel o cartón con formas especiales. Este proceso se realiza por medio de chuchillas o placas, las cuales se encajan en una madera en donde se encuentra la forma del diseño.

Laminado Brillante y Mate
En Arte, Color y Texto, S.A. también ofrecemos la aplicación de laminado plástico, también conocido como plastificado, el cual se utiliza cuando se desea proteger y cambiar la superficie del trabajo impreso.
La aplicación del laminado le da al trabajo más cuerpo y resistencia. Este consiste en extender una lámina fina de material plástico sobre el material impreso, aplicándolo con prensas de calor y rollos de plástico.
Cuando se solicita se debe considerar que existen diferentes grosores y tipos de plástico.

10 plg.



- Página 5



Descripción

El diseño de las piezas complementarias del material informativo impreso utiliza los mismos parámetros que se han empleado en la carpeta informativa: tipografía Times New Roman Bold para los títulos y subtítulos, y contenidos con tipografía Helvetica Neue.

Los colores predominantes en los diseños son combinaciones de gris y azul, que son complementados con cian, magenta y amarillo.

En todas las piezas se utilizan fotografías de los materiales realizados por la litografía, de esta manera el cliente siempre tendrá una referencia visual de la calidad con que se realizan las impresiones.



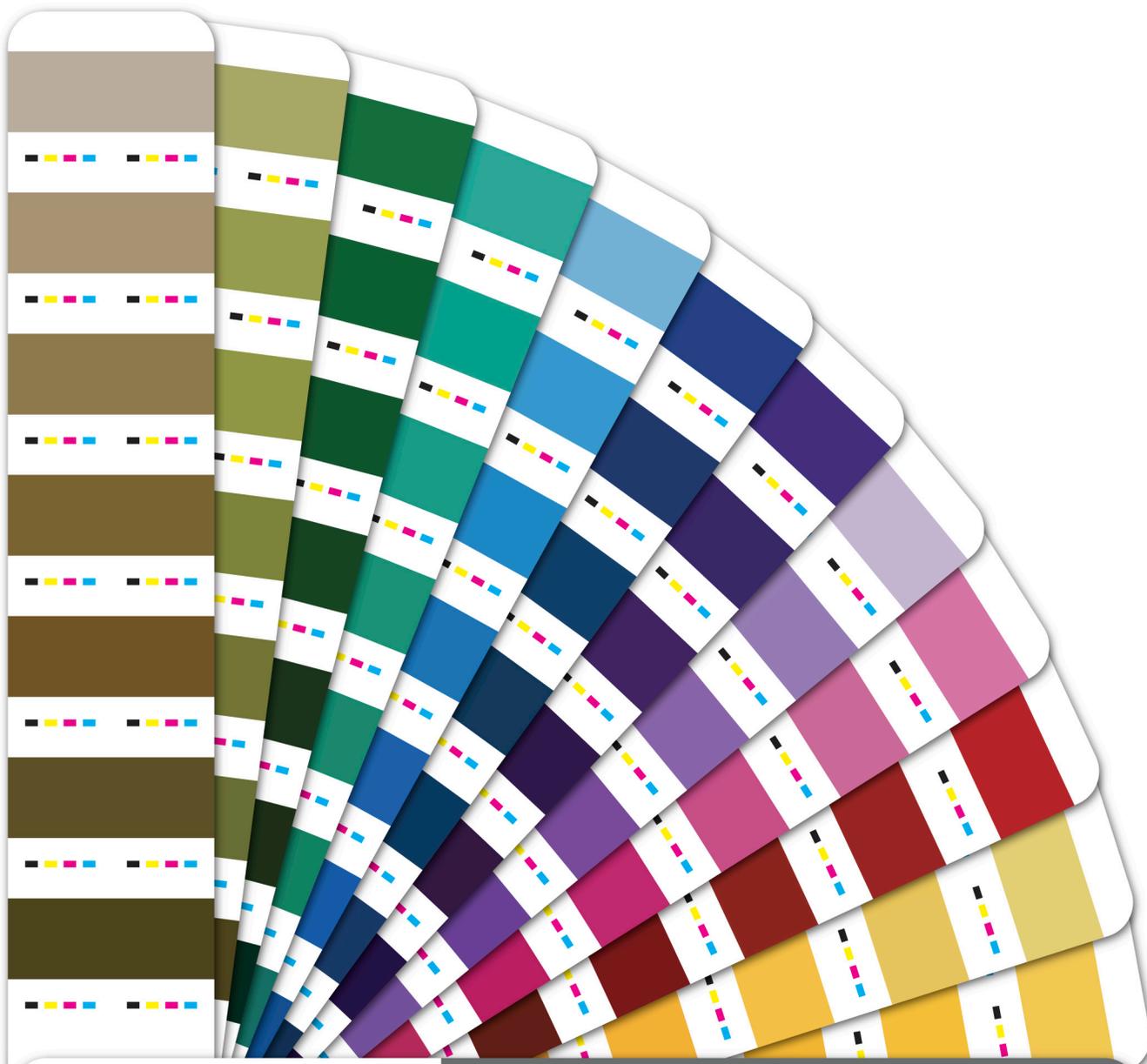
Las fotografías y textos están colocados principalmente sobre fondo gris, y los espacios donde hay menos elementos se han rellenado con un fondo en tonos azules con textura de círculos.

Para la impresión de estas piezas se sugiere que se empleen diversos tipos de papel. Por ejemplo, la tarjeta puede imprimirse en cartulina fina como lino, opalina, felt u otro material similar, mientras que las hojas pueden imprimirse en papeles similares.

La regla puede imprimirse en cartón husky o texcote, que puede ser laminado, de esta forma al entregársele al cliente estos materiales en conjunto, podrán ser una referencia física de los diversos materiales y acabados que ofrece la litografía.

Para la versión digital se propone realizar una plantilla de e-mail, que al ser enviada al cliente dará una presentación breve de la litografía. Esta plantilla tendrá en la parte inferior del diseño una pestaña que dará la opción de “leer más”. Esta le permitirá al cliente enlazarse con otro documento en el que se encuentra la información detallada de los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía.





CAPÍTULO VIII

Validación Técnica

Validación Técnica

La propuesta preliminar del diseño del material informativo impreso para dar a conocer los productos y servicios de impresión de la litografía Arte, Color y Texto, S.A. está finalizado, por lo que se procede a presentar dicha propuesta para evaluarla cuantitativa y cualitativamente, debido a que el enfoque del trabajo de investigación es mixto.

El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta de diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 23 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 5 expertos en el área de comunicación y diseño.

A través de los resultados obtenidos con la validación se recopilará información acerca de los contenidos formales del diseño, así como también de las percepciones que tienen los entrevistados.

8.1. Población y muestreo

Para efectividad del proyecto se validó con tres grupos: cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño. De estos grupos se tomará una muestra que permitiera conocer si los objetivos iniciales se están cumpliendo, así como la realización de cambios para mejorar el resultado final.

8.1.1. Cliente

Se encuestó al Gerente General, Ingeniero César Menéndez, con el fin de conocer si se cumplió con los requerimientos y expectativas del cliente.

La edad del cliente es de 53 años, tiene 23 años de experiencia en el mercado de las artes gráficas. Se encarga de tomar las decisiones más importantes que guían a la empresa y dirige cada uno de los departamentos que la integran.



8.1.2. Grupo Objetivo

Son personas que influyen en la decisión de compra de empresas u organizaciones que requieren servicios de impresión litográfica para la elaboración de materiales publicitarios, contables o corporativos en pequeñas y medianas cantidades. La muestra del grupo objetiva estuvo conformada por 23 personas.

Perfil del grupo objetivo

- Hombres y mujeres
- Edad entre 25 a 40 años
- Adultos solteros y adultos casados, con hijos menores de 15 años.

8.1.3. Expertos en Comunicación y Diseño

Son personas que con sus años de experiencia aportaron recomendaciones que ayudaron a mejorar la elaboración y efectividad del proyecto.

Perfil del experto

- Profesionales en Diseño Gráfico, Publicidad y Comunicación
- Edad entre 25 a 40 años
- Años de experiencia oscilan entre 5 y 20
- Catedráticos universitarios

Expertos encuestados:

Licda. Lisa Quan. Diseñadora Gráfica.

Licda. Karla López. Licenciada en Comunicación y Diseño.

Licda. Karla Sobalvarro. Comunicadora.

Lic. Marlon Borrayo. Publicista.

Lic. David Castillo. Productor de Televisión.

8.2. Método e instrumentos

Para la validación del proyecto se utilizó la investigación de campo con el instrumento encuesta, como herramienta para conocer y respaldar la efectividad del mismo.



La encuesta es un instrumento de investigación que consiste en una interrogación escrita, que se realiza a las personas con el fin de obtener información respecto a algo en específico. Asimismo, es un instrumento flexible que permite hacer preguntas de distintos tipos de formas.

La encuesta estará dividida en tres áreas:

- Parte objetiva: Muestra si los objetivos del proyecto están siendo alcanzados.
- Parte semiológica: Responde si el material transmite lo que se desea.
- Parte operativa: Muestra la correcta aplicación de colores, formas, tipografía, fotografías, entre otros.

La encuesta para validar el proyecto está compuesta por preguntas:

- Dicotómicas: son preguntas en las que únicamente debe responder sí o no.
- Opción múltiple: son preguntas que ofrecen 3 o más respuestas y el encuestado puede elegir la que más le parece.

La encuesta se aplicó de dos maneras:

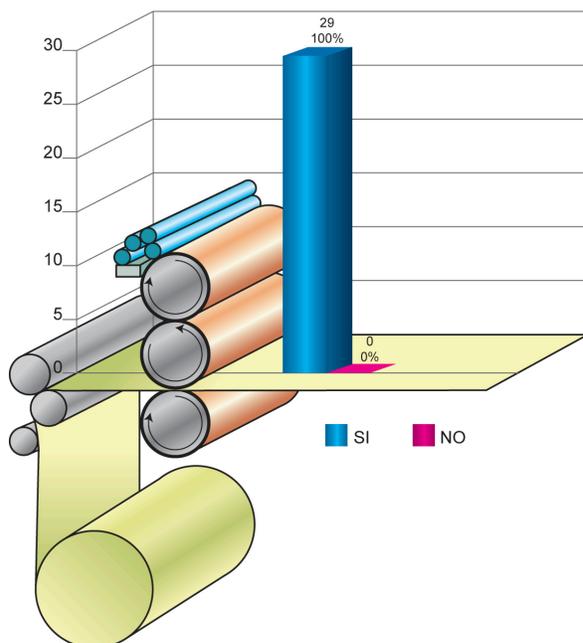
- Los expertos y clientes fueron encuestados personalmente.
- El grupo objetivo está integrado por personas que poseen vida muy agitada, que no les permite disponer de mucho tiempo libre, por ello el medio que se utilizó para encuestarlos digitalmente fue Google Drive. A cada persona se le contactó telefónicamente y se le indicó que se le haría llegar una muestra del material informativo impreso a su oficina y se le enviaría a su correo electrónico un enlace en el que se encontraría la encuesta para que la contestara cuando le fuera conveniente.



8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte Objetiva

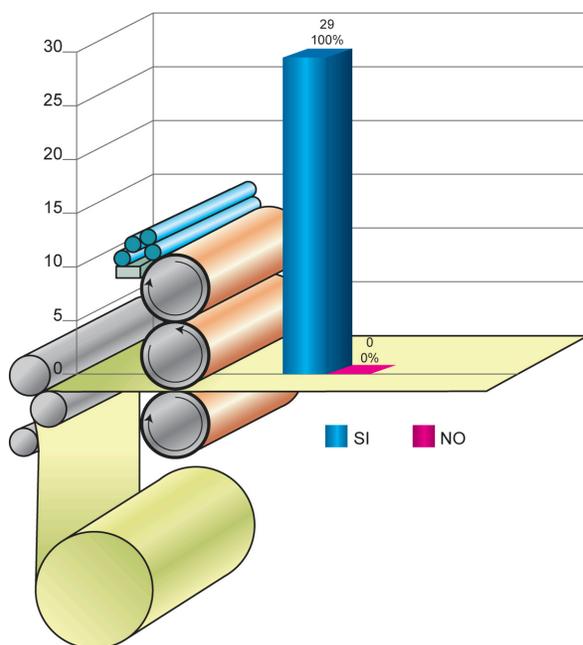
1. ¿Considera necesario diseñar material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios impresos que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A.?



Interpretación:

El 100% de los encuestados indica que sí es necesario diseñar material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios impresos que ofrece la litografía.

2. ¿Considera necesario investigar información acerca de tipos de material informativo impreso que pueden emplearse para desarrollar adecuadamente el proyecto?

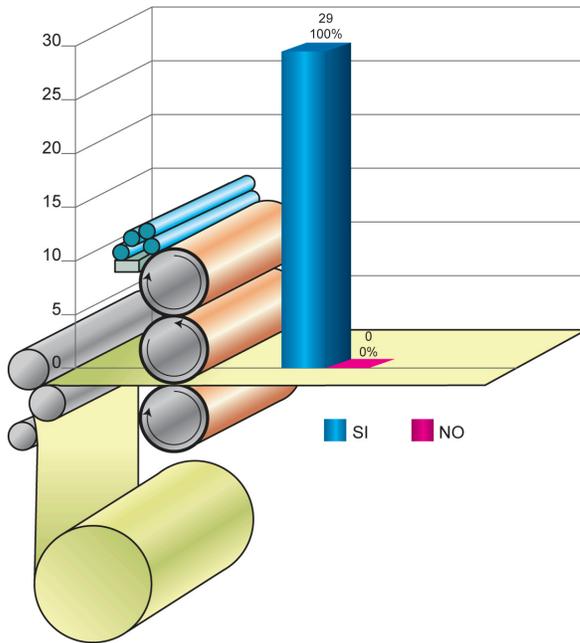


Interpretación:

El 100% de los encuestados considera conveniente investigar información acerca de tipos de material informativo impreso que pueden emplearse para desarrollar adecuadamente el proyecto.



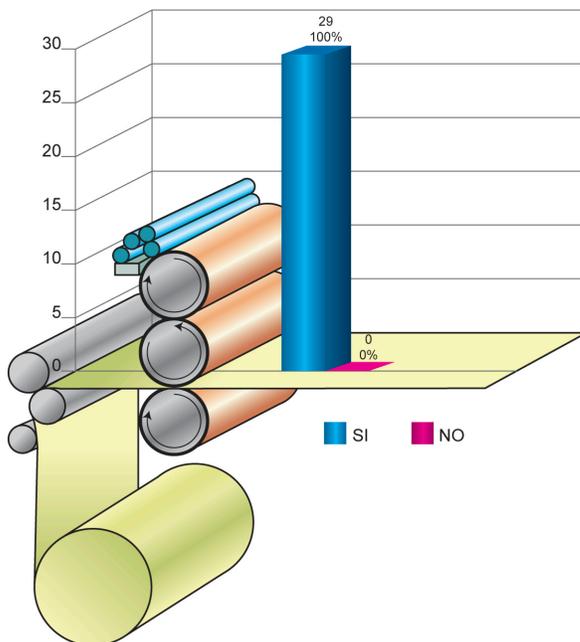
3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de los diferentes productos y servicios de impresión que ofrece la litografía para incluirla en el contenido del material informativo impreso?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información acerca de los diferentes productos y servicios de impresión que ofrece la litografía.

4. ¿Considera necesario fotografiar proyectos realizados por Arte, Color y Texto, S.A. para proporcionar en el material informativo impreso una referencia visual de la calidad de los materiales?

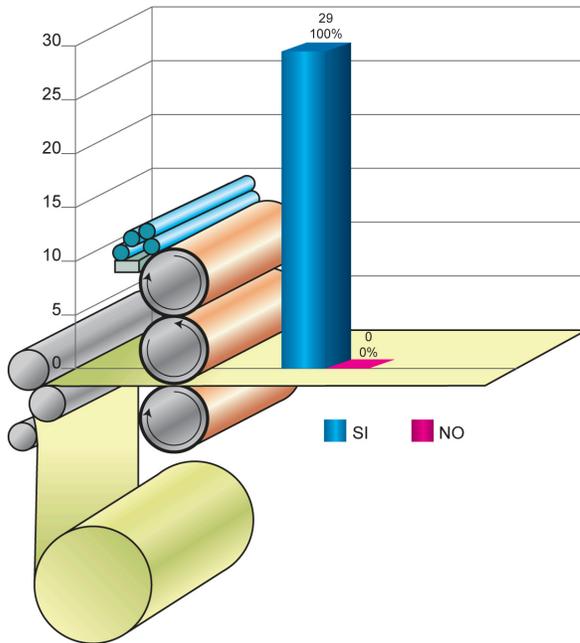


Interpretación:

El 100% de los encuestados indica que sí es necesario fotografiar proyectos realizados por la litografía, para proporcionar en el material informativo impreso una referencia visual de la calidad de los materiales.



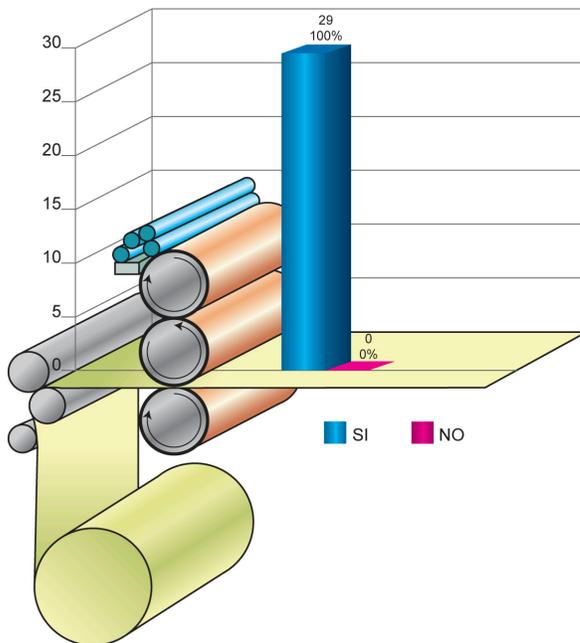
5. ¿Considera necesario determinar la tipografía adecuada que se implementará en el texto del material informativo impreso para que el grupo objetivo pueda leer fácilmente la información?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera necesario determinar la tipografía adecuada que se utilizará en el texto del material informativo impreso, para que pueda leerse fácilmente la información.

6. ¿Considera necesario diagramar el contenido del material informativo impreso asociando adecuadamente los textos e imágenes para facilitar al grupo objetivo la interpretación de la información?

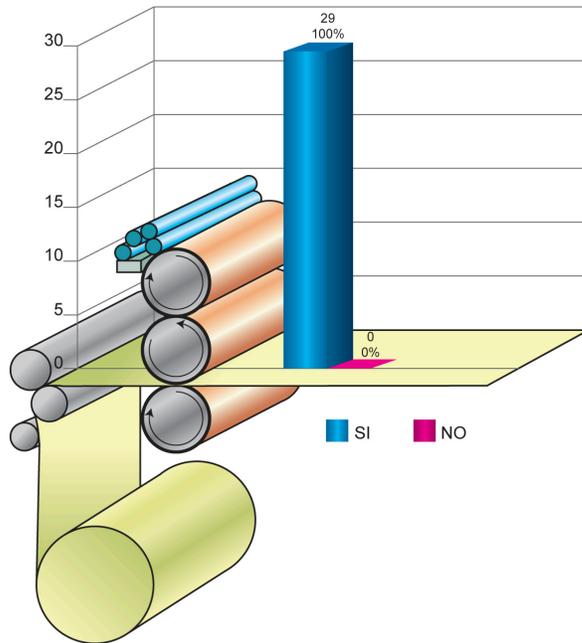


Interpretación:

El 100% de los encuestados indica que sí es necesario diagramar el contenido del material informativo impreso asociando adecuadamente los textos e imágenes, para facilitar al grupo objetivo la interpretación de la información.



7. ¿Considera necesario crear una versión digital del material informativo impreso para que pueda ser enviado por correo electrónico a los clientes reales y potenciales que solicitan información a través de llamadas y/o internet?

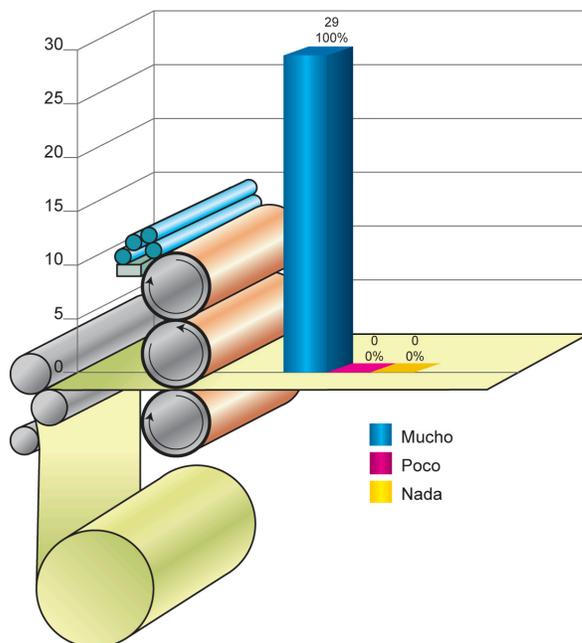


Interpretación:

El 100% de los encuestados considera necesario crear una versión digital del material informativo impreso, para que pueda ser enviado por correo electrónico a los clientes reales y potenciales que solicitan información a través de llamadas y/o internet.

Parte Semiológica

8. ¿Considera que el diseño del material informativo impreso es atractivo?

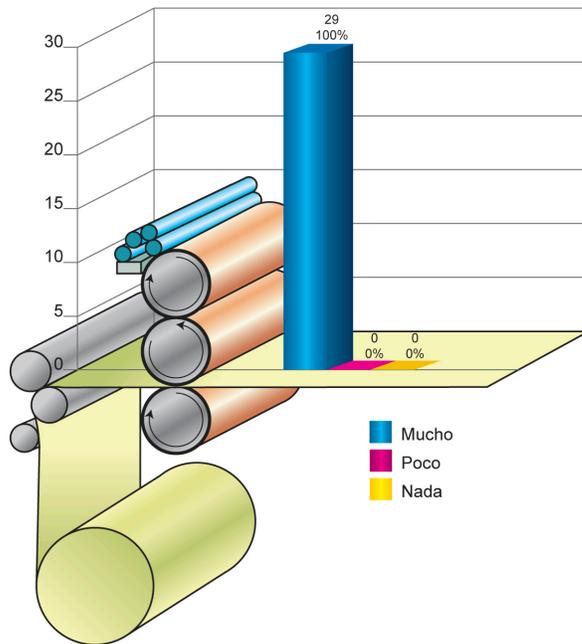


Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que el diseño del material informativo impreso es atractivo, por lo que se dará seguimiento a la elaboración del mismo.



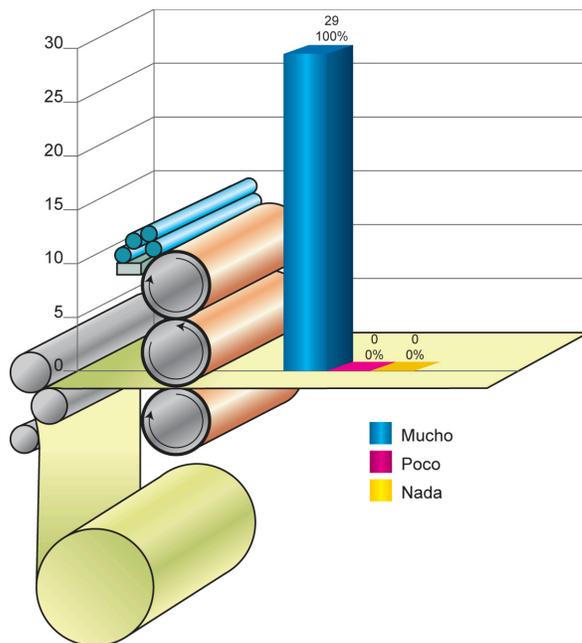
9. ¿Considera que el contenido del material informativo impreso tiene un orden lógico para el lector?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que el contenido del material informativo impreso tiene orden lógico para el lector.

10. ¿Las fotografías utilizadas en el material informativo impreso proporcionan una referencia visual de la calidad de los materiales impresos?

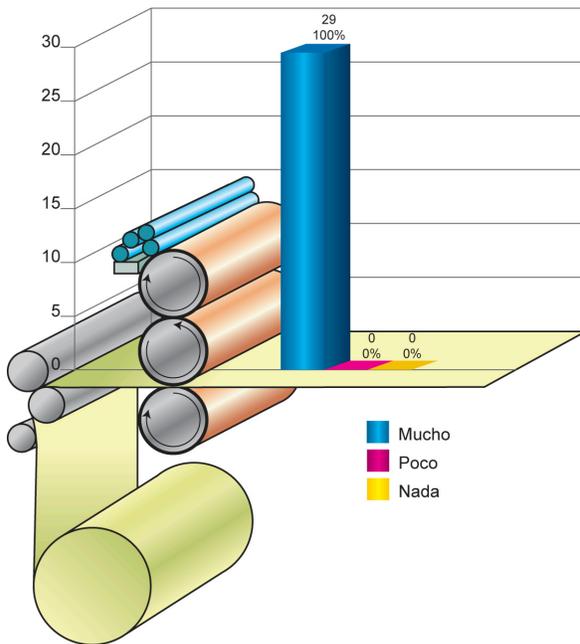


Interpretación:

El 100% de los encuestados indica que las fotografías utilizadas en el material informativo impreso proporcionan referencia visual de la calidad de los materiales impresos.



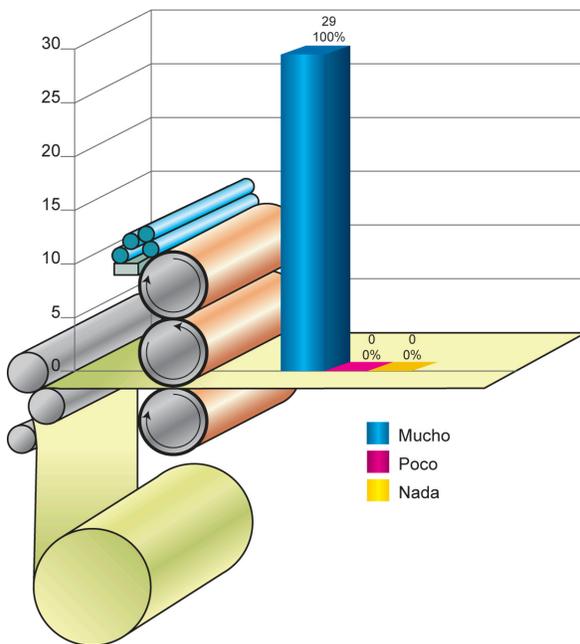
11. ¿Los colores utilizados en el material informativo impreso crean armonía entre los elementos gráficos y la imagen corporativa de la empresa?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que los colores utilizados en el material informativo impreso crean armonía entre los elementos gráficos y la imagen corporativa de la empresa.

12. ¿Considera que el lenguaje y modo de expresión utilizado en la redacción del contenido del material informativo impreso cumplen con las expectativas de informar?

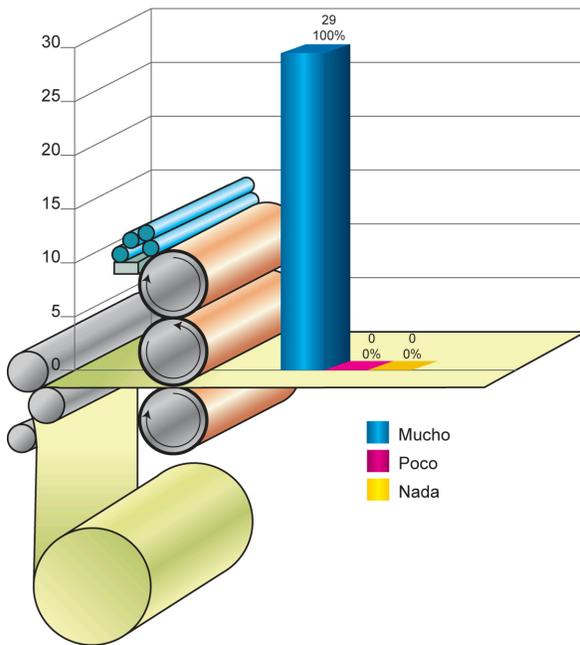


Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que el lenguaje y modo de expresión utilizado en la redacción del contenido del material informativo impreso cumplen con las expectativas de informar.

Parte Operativa

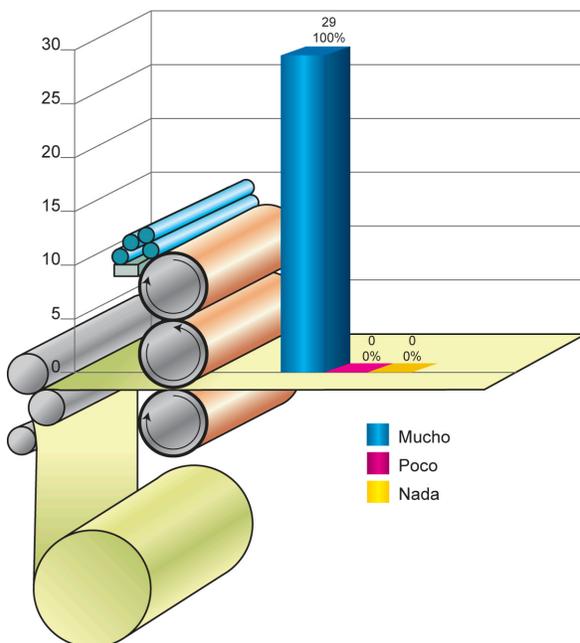
13. ¿Considera que la medida de 9x11.5 plg. (tamaño del documento cerrado) del material informativo impreso es adecuada y funcional?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que la medida de 9x11.5 plg. (tamaño del documento cerrado) del material informativo impreso es adecuada y funcional.

14. ¿Considera que el tamaño y estilo de tipografía utilizado en el material informativo impreso es legible?

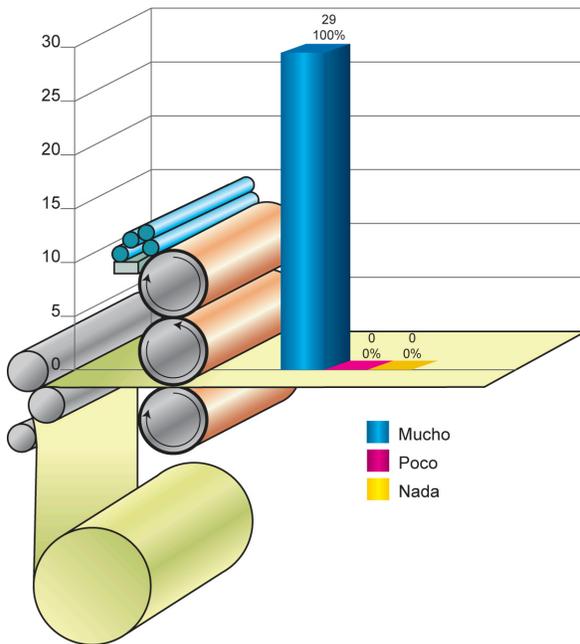


Interpretación:

El 100% de los encuestados indica que el tamaño y estilo de tipografía utilizado en el material informativo impreso es legible.



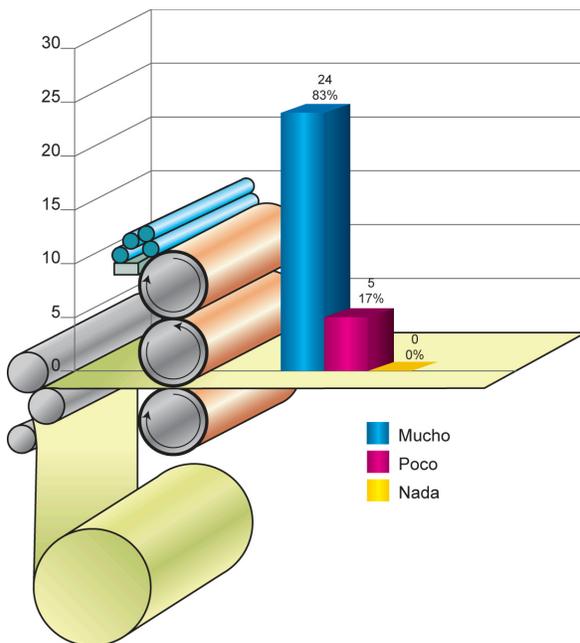
15. ¿Considera adecuadas las fotografías para la función de comunicar acerca de los productos y servicios de impresión de la empresa?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera adecuadas las fotografías para la función de comunicar acerca de los productos y servicios de impresión de la empresa.

16. ¿Considera adecuado el cartón Husky utilizado para la impresión del material informativo impreso?



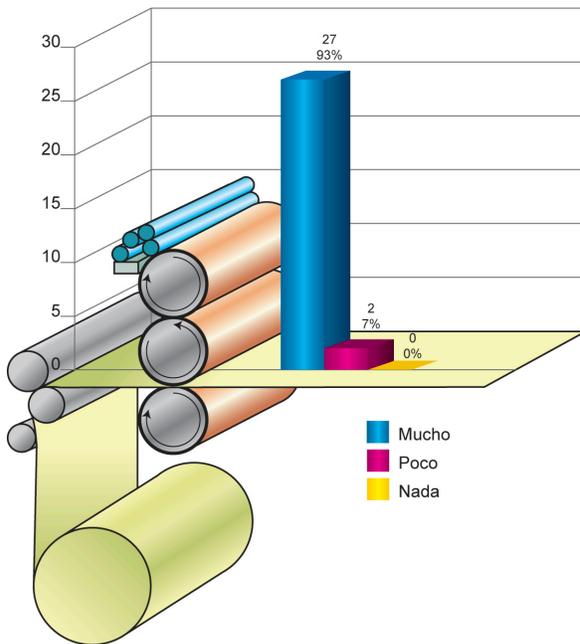
Interpretación:

El 83% de los encuestados considera adecuado el cartón Husky utilizado para la impresión del material informativo impreso, mientras que el 17% indica que es poco.

Por tal motivo se hizo la observación de que sería más favorable utilizar otro cartón, ya que esto ayudará a aumentar la funcionalidad del material.



17. ¿Considera adecuado el diseño y la diagramación del material informativo para ser distribuido y aplicado de forma impresa?



Interpretación:

El 93% de los encuestados considera adecuado el diseño y la diagramación del material informativo para ser distribuido y aplicado de forma impresa, mientras que el 7% indica que es poco adecuado.

Observaciones y sugerencias proporcionadas por los expertos y el cliente

Experto

- Sugieren que se implementen diversos acabados y materiales para la impresión de las piezas gráficas.
- Complementar el material informativo impreso con un muestrario de papeles y cartulinas.
- Implementar alternativas gratuitas para versión digital.
- Analizar si es adecuado el color gris como fondo del material.
- Variar las fotografías en cada material.
- Colocar todos los bordes de la carpeta redondos.
- Considerar si la palabra “formando” es adecuada para el slogan, ya que al conjugarse con “coloridas” no permite que esta palabra sobresalga de la frase.



Ciente

- Disminuir el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul, para que en las áreas donde se coloque texto no distraiga la atención hacia él.
- Fotografíar otros materiales impresos por la litografía para mostrar variedad de productos.

8.4. Cambios en base a resultados

Los resultados obtenidos en la validación de la propuesta contribuyen al mejoramiento del proyecto, por ello a continuación se presenta una descripción de los cambios realizados:

Tiro Carpeta informativa

- Antes



- Después



- Justificación

1. Se cambió el color de las viñetas de los subtítulos.
2. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo las fotografías.
3. Se cambió la palabra “formando” por “creamos” en el slogan.
4. Se disminuyó el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul.
5. Se colocaron bordes redondos a las esquinas de la carpeta.



Retiro Carpeta informativa

• Antes



• Después

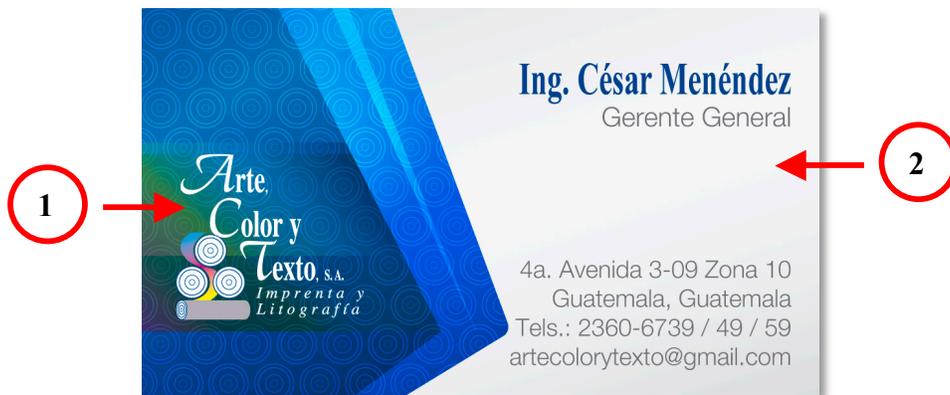


- Justificación
 1. Se cambió el color de las viñetas de los subtítulos.
 2. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo las fotografías.
 3. Se disminuyó el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul.
 4. Se colocaron bordes redondos a las esquinas de la carpeta.
 5. Se cambió la palabra “formando” por “creamos” en el slogan.

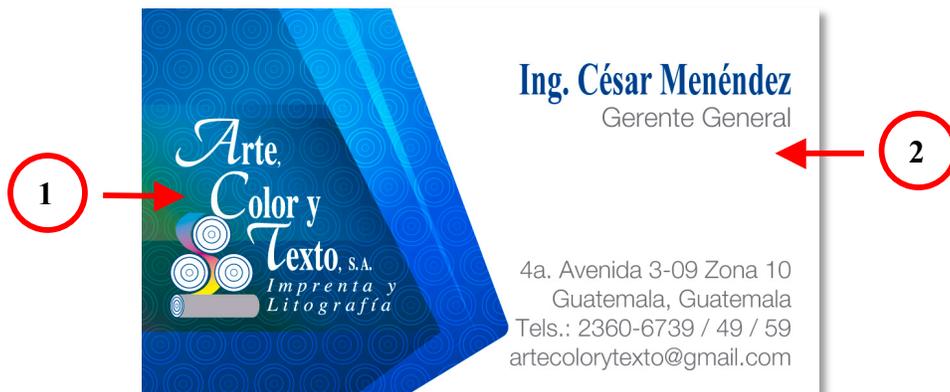
Nota: Se propone imprimir la carpeta informativa en cartón texcote doble cara, con barniz UV brillante reservado en las fotografías.

Tiro tarjeta de presentación

- Antes



- Después



- Justificación
 1. Se aumentó el tamaño del logo.
 2. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo los datos de la tarjeta.



Retiro tarjeta de presentación

- Antes



- Después



- Justificación

1. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo las fotografías.
2. Se tomaron fotos de otros productos para que varíen en cada pieza.

Nota: Se propone imprimir la tarjeta en algún tipo de cartulina fina como lino, opalina, felt u otro material similar.



Tiro regla

- Antes



- Después



- Justificación

1. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo la regla.
2. Se cambió la palabra “formando” por “creamos” en el slogan.



Retiro regla

- Antes



- Después



- Justificación

1. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo la regla.
2. Se tomaron fotos de otros productos para que varíen en cada pieza.

Nota: Se propone aplicar en el tiro y retiro de la regla laminado brillante.

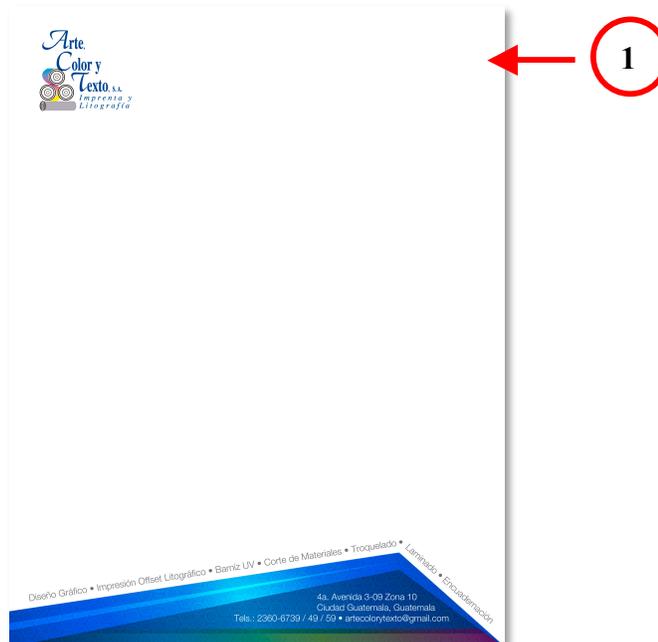


Hoja Membretada

- Antes



- Después



- Justificación

1. Se eliminó el slogan.

Nota: Se propone imprimir la hoja en algún tipo de papel fino como lino, felt u otro material similar.



Plantilla para E-mailing

- Antes

1

2

3

4

Arte, Color y Texto, S.A.
Imprenta y Litografía

Formando **coloridas** ideas
desde hace más de 20 años

Quiénes Somos

Somos una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas. Contamos con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados principalmente a la elaboración de productos impresos en papel.

La impresión offset litográfica es el principal servicio que brinda Arte, Color y Texto, S.A. a sus clientes, sin embargo también ofrece:

- Diseño Gráfico
- Aplicación de Barniz UV
- Corte de materiales
- Troquelado
- Laminado
- Encuadernación

Nuestros Servicios

4a. Avenida 3-09 Zona 10, Ciudad Guatemala, Guatemala • Tels.: 2360 6730 / 49 / 59 • artecolorytexto@gmail.com | Leer más

- Después

1

2

3

4

Arte, Color y Texto, S.A.
Imprenta y Litografía

Creamos **coloridas** ideas
desde hace más de 20 años

Quiénes Somos

Somos una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas. Contamos con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados principalmente a la elaboración de productos impresos en papel.

La impresión offset litográfica es el principal servicio que brinda Arte, Color y Texto, S.A. a sus clientes, sin embargo también ofrece:

- Diseño Gráfico
- Aplicación de Barniz UV
- Corte de materiales
- Troquelado
- Laminado
- Encuadernación

Nuestros Servicios

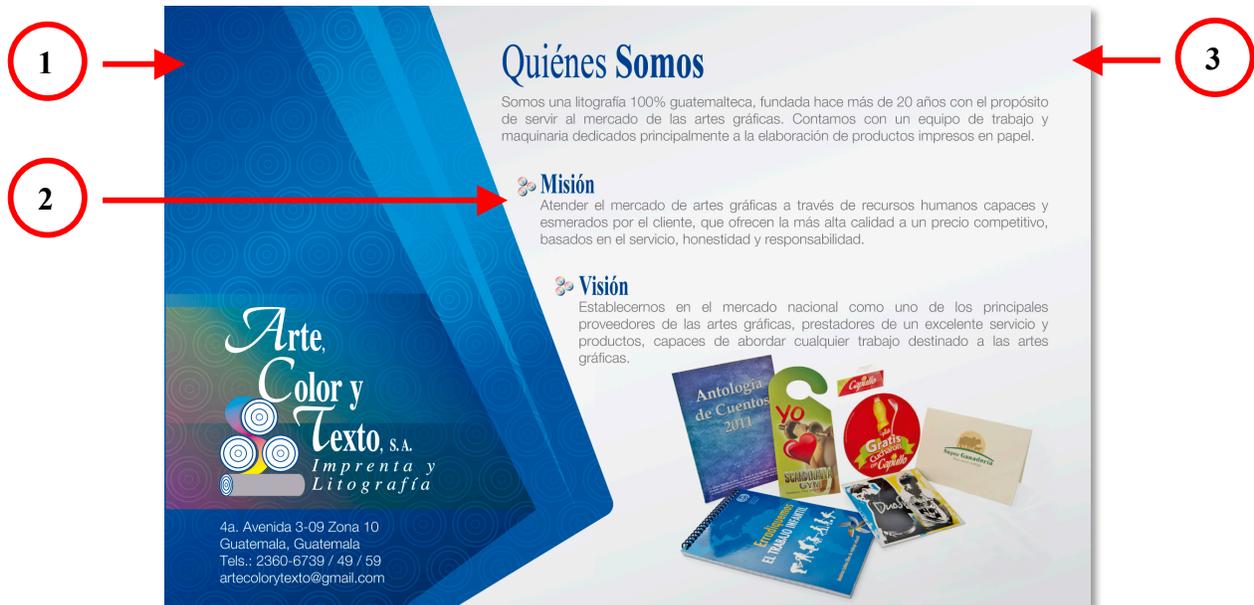
4a. Avenida 3-09 Zona 10, Ciudad Guatemala, Guatemala • Tels.: 2360 6730 / 49 / 59 • artecolorytexto@gmail.com | Leer más



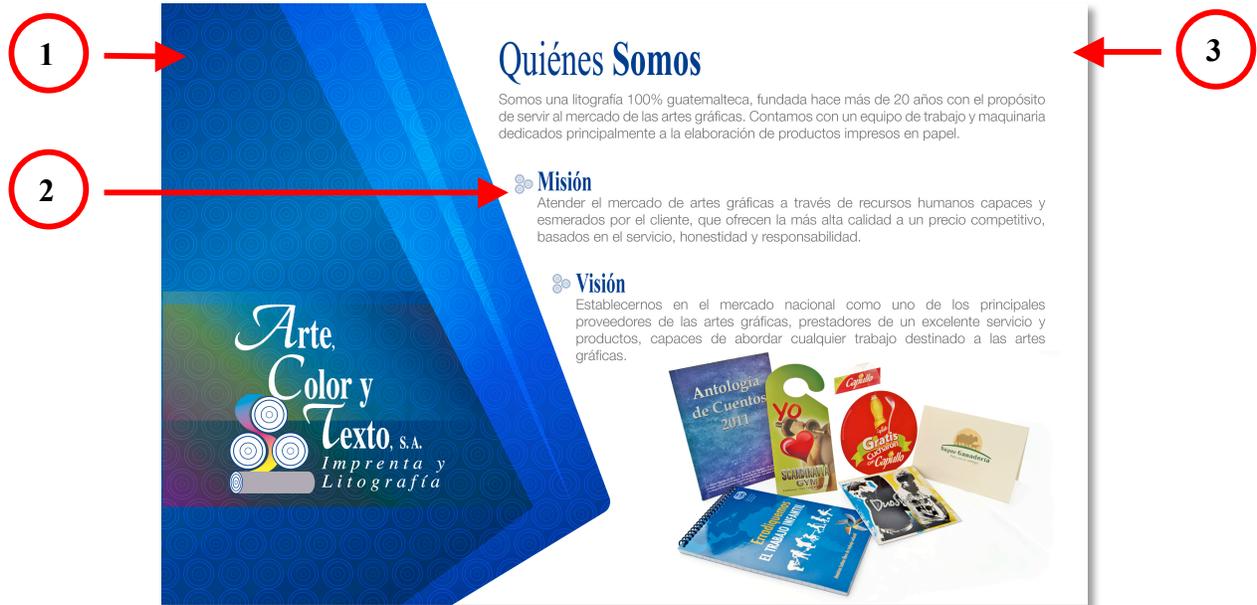
- Justificación
 1. Se disminuyó el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul.
 2. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo las fotografías.
 3. Se tomaron fotos de otros productos para que varíen en cada pieza.
 4. Se cambió la palabra “formando” por “creamos” en el slogan.

Versión Digital

- Página 1 Antes



- Página 1 Después



- Justificación

1. Se disminuyó el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul.
2. Se cambió el color de las viñetas de los subtítulos.
3. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo el contenido.



- Página 2 Antes



- Página 2 Después



- Justificación

1. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo las fotografías.
2. Se eliminaron los datos de la empresa.
3. Se disminuyó el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul.



120



- **Página 3 Antes**



- **Página 3 Después**



- **Justificación**

1. Se disminuyó el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul.
2. Se cambió el color de las viñetas de los subtítulos.
3. Se eliminaron los datos de la empresa.
4. Se cambió la palabra “formando” por “creamos” en el slogan.
5. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo las fotografías.



- Página 4 Antes



- Página 4 Después



- Justificación

1. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo las fotografías.
2. Se eliminaron los datos de la empresa.
3. Se disminuyó el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul.



• **Página 5 Antes**



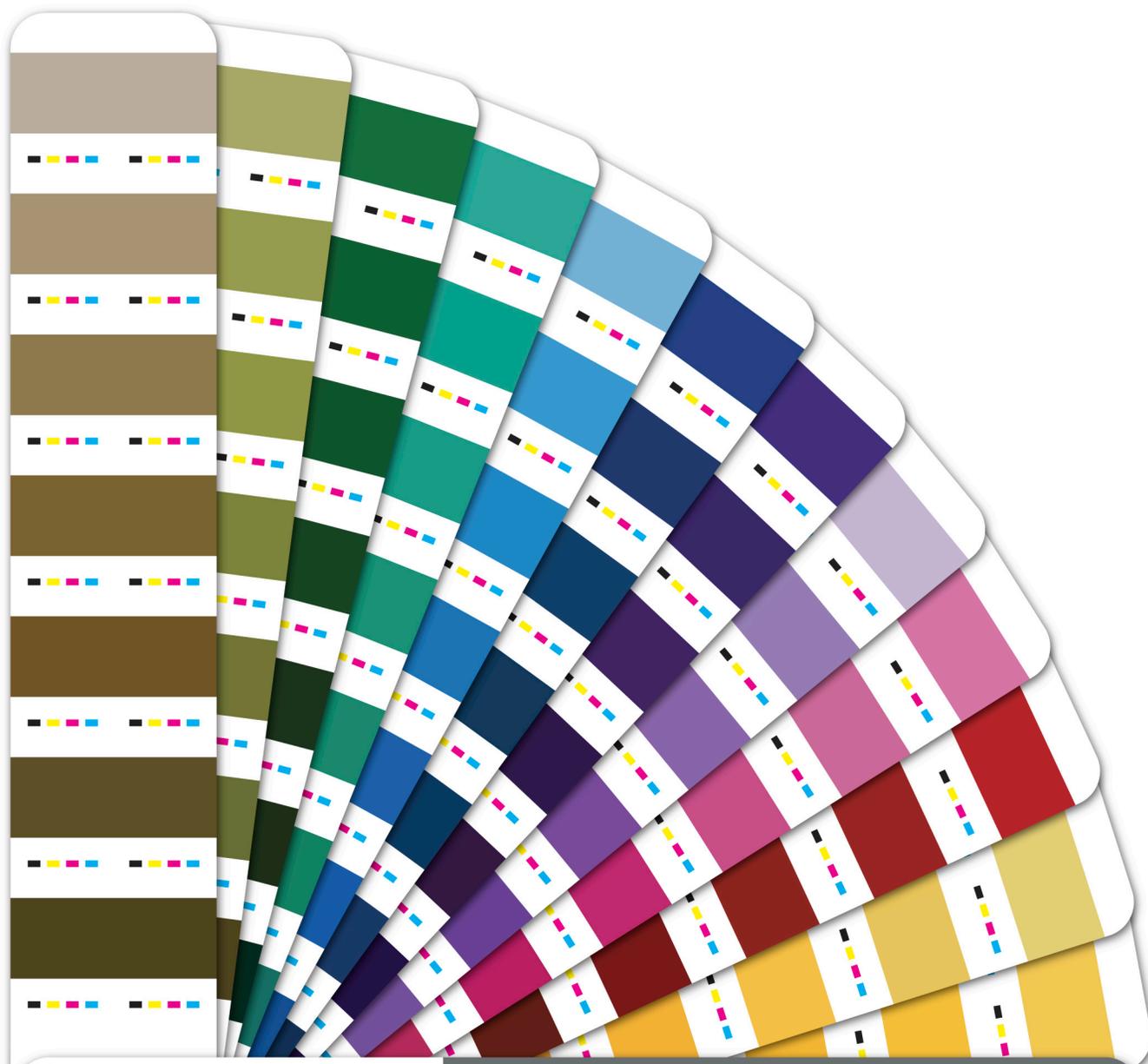
• **Página 5 Después**



• **Justificación**

1. Se cambió el color de las viñetas de los subtítulos.
2. Se disminuyó el tamaño de la textura de círculos en el fondo azul.
3. Se eliminaron los datos de la empresa.
4. Se cambió la palabra “formando” por “creamos” en el slogan.
5. Se cambió por blanco el color gris que tenía de fondo las fotografías.



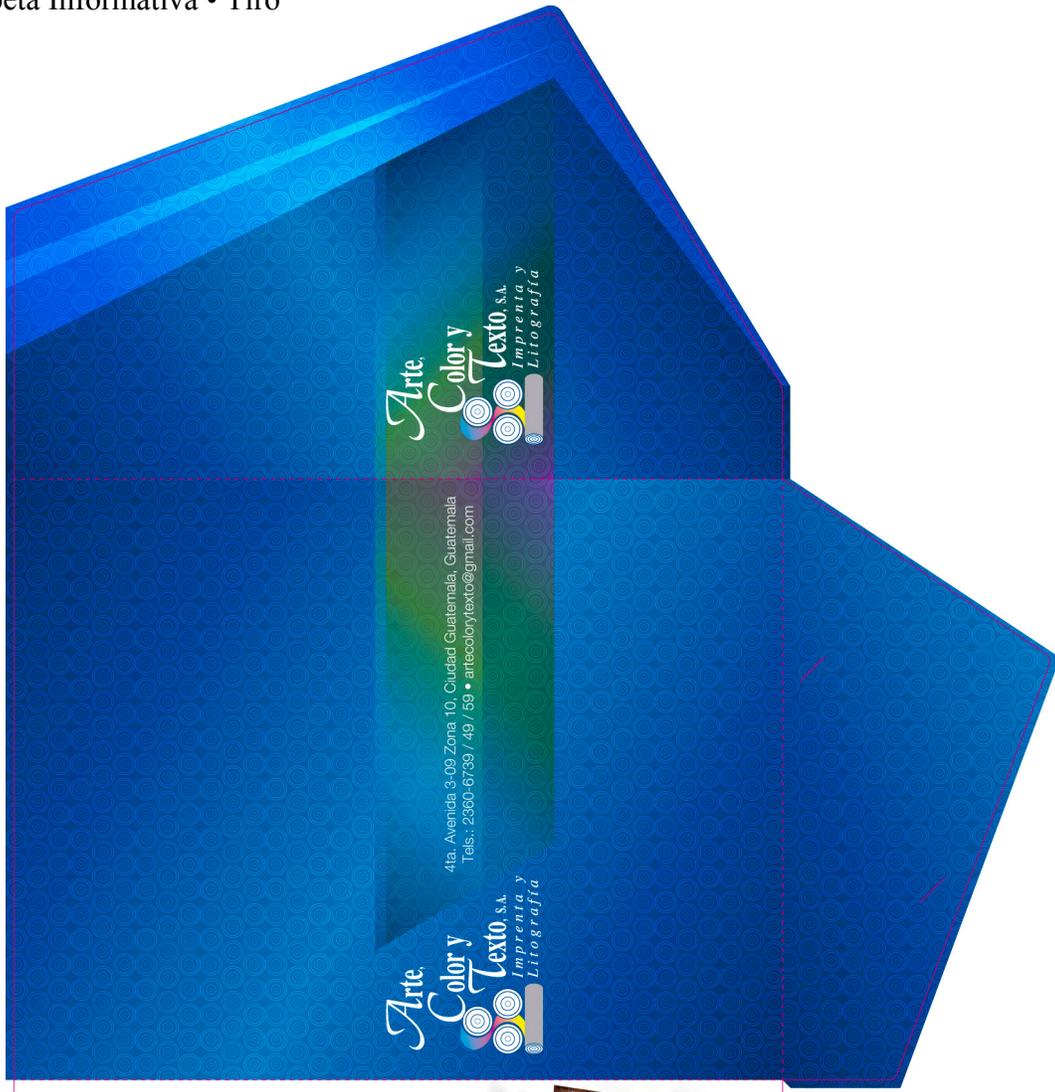


CAPÍTULO IX

Propuesta Gráfica Final

Propuesta gráfica final

Carpeta Informativa • Tiro



24.25 plg

Nuestros Servicios

- Diseño Gráfico**
Arte, Color y Texto, S.A. cuenta con un departamento de Diseño Gráfico, el cual está dotado de equipo de cómputo, programas de diseño que permiten hacer correcciones a los materiales, cuando estos lo requieran.
- Impresión Offset Litográfico**
Para laborar los trabajos impresos en papel, en Arte, Color y Texto, S.A. utilizamos la impresión litográfica offset. Este tipo de impresión es empleado en tirajes de gran volumen debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo.
Debido a la experiencia y asociación que ha tenido la litografía en el mercado, por más de 20 años ha suministrado a firmas industriales y comerciales diversidad de productos impresos, entre los que sobresalen: calendarios, afiches, folletos, libros, catálogos, sobres, tarjetas, sobres, cartas, tarjetas, invitaciones, boletines, folletos, tarjetas de presentación, papelería y cartulinas, papelería de oficina, entre otros. La empresa está registrada ante la SAT y la Contraloría General de Cuentas para la impresión de documentos contables.
- Aplicación de Barniz UV Brillante y Mate**
Contamos con una máquina impresora capaz de aplicar barniz ultravioleta a portadas, cartulinas, interiores u otros materiales, la cual ha sido modificada especialmente para este fin. Se aplica después al trabajo más realce y resplandor. Se recomienda aplicar cuando se imprimen fondos de color grandes que serán manipulados posteriormente.
- Corte de Materiales**
Arte, Color y Texto, S.A. también posee maquinaria para el corte de diferentes tipos de papeles o cartulinas, los cuales pueden o no tener impresor.

Creamos coloridas ideas desde hace más de 20 años

15.5 plg





Troquelado

Es un acabado que se utiliza para cortar, esiar y perforar el papel o cartón con formas especiales. Este proceso se realiza por medio de chuchillas o piezas, las cuales se encajan en una máquina en donde se encuentre la forma del diseño.

Laminado Brillante y Mate

En Arte, Color y Texto, S.A. también ofrecemos la aplicación de laminado plástico, también conocido como plastificado, el cual se utiliza cuando se desea proteger y cambiar la superficie del trabajo impreso.

La aplicación del laminado le da al trabajo más cuerpo y resistencia. Este consiste en extender una capa de material plástico sobre el material impreso, aplicándolo con prensas de calor y roles de plástico.

Cuando se solicita se debe considerar que existen diferentes grosores y tipos de plástico.

Encuadernación Fina y Rústica

Es el proceso de trabajo que consiste en unir ordenadamente las hojas o pliegos de un trabajo impreso para formar un solo volumen, protegiéndolo con una tapa.

Existen diferentes tipos de encuadernación, los cuales se clasifican por la forma en que se agrupan o cosen las hojas del documento, entre los cuales están:

- Encuadernación con tapas blandas o rústica.
- Encuadernación con tapas duras.
- Encuadernación con espiral de anillos
- Encuadernación engrapada o cosida



Quiénes Somos

Somos una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas. Contamos con un equipo de trabajo y maquinaria que nos permite principalmente a la elaboración de productos impresos en papel.

Misión

Estudiar el mercado de artes gráficas a través de recursos humanos capaces y capacitados por el cliente que ofrecen la más alta calidad al un precio competitivo, basados en el servicio, honestidad y responsabilidad.

Visión

Estudiar el mercado nacional como uno de los principales proveedores de las artes gráficas, prestadores de un excelente servicio y productos, capaces de abordar cualquier trabajo destinado a las artes gráficas.



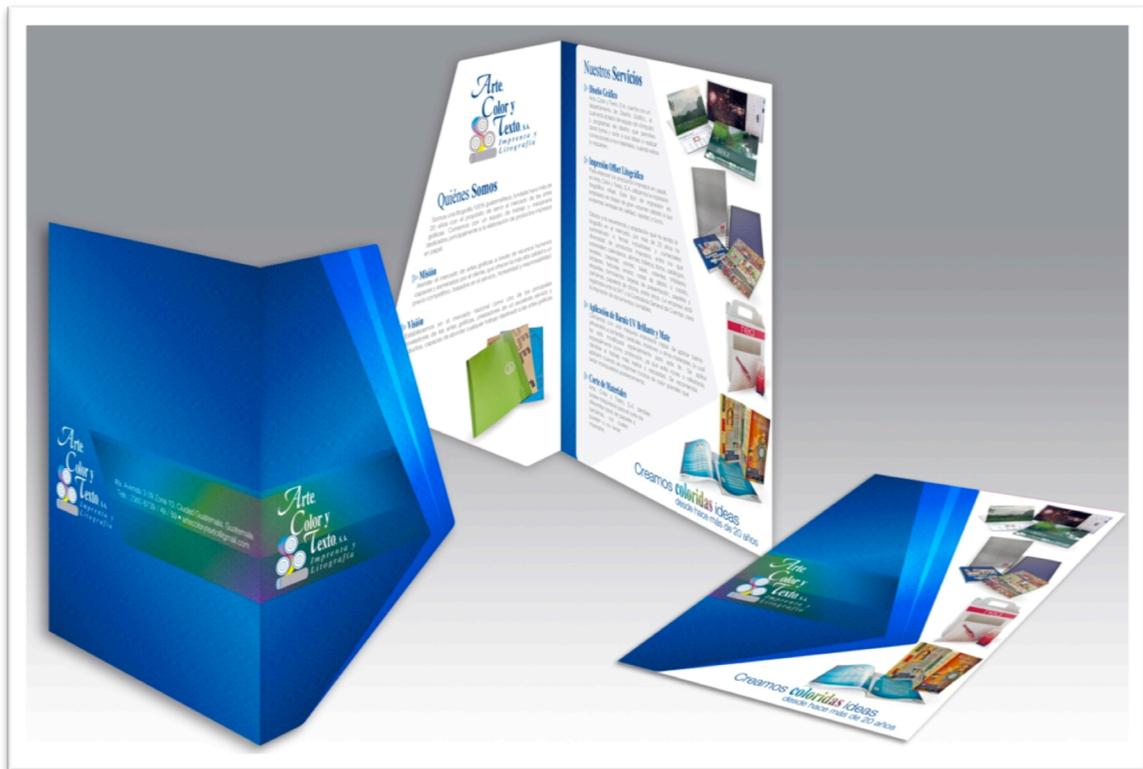
125



24.25 plg

15.5 plg

Imagen de referencia para el troquelado y doblado de la carpeta



Tarjeta de Presentación • Tiro



Tarjeta de Presentación • Retiro

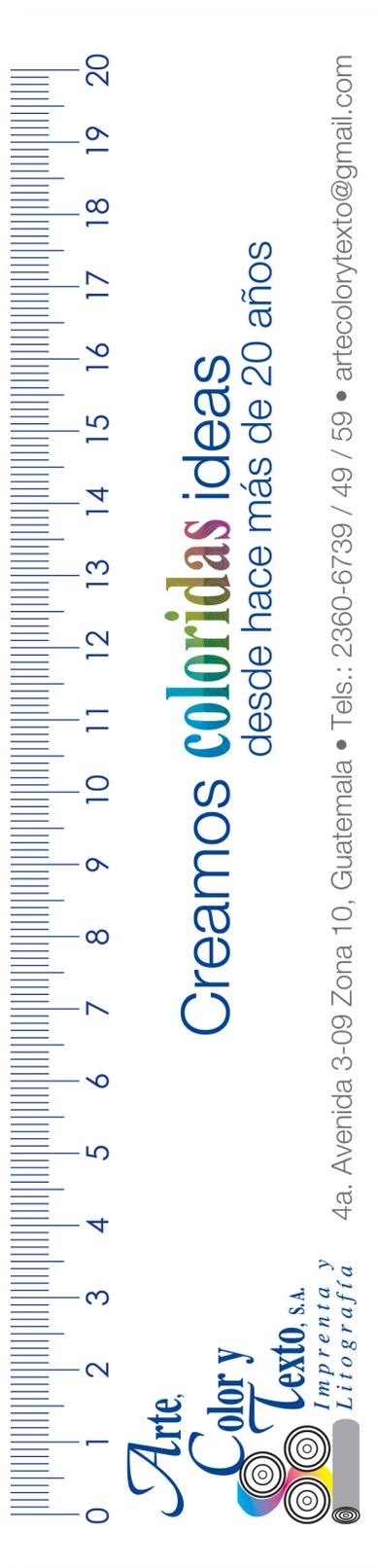


127





128



2 plg

8.5 plg



← 2 plg →

8.5 plg



129



Hoja Membretada



11 plg

Diseño Gráfico • Impresión Offset Litográfico • Barniz UV • Corte de Materiales • Troquelado • Laminado • Encuadernación

4a. Avenida 3-09 Zona 10
Ciudad Guatemala, Guatemala
Tels.: 2360-6739 / 49 / 59 • artecolorytexto@gmail.com

8.5 plg



130



6.4 plg



Arte, Color y Texto, S.A.
Imprenta y Litografía

Creamos **coloridas** ideas

desde hace más de 20 años

Quiénes Somos

Somos una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas. Contamos con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados principalmente a la elaboración de productos impresos en papel.

La impresión offset litográfica es el principal servicio que brinda Arte, Color y Texto, S.A. a sus clientes, sin embargo también ofrece:

- Diseño Gráfico
- Aplicación de Barniz UV
- Corte de materiales
- Troquelado
- Laminado
- Encuadernación

Nuestros Servicios

4a. Avenida 3-09 Zona 10, Ciudad Guatemala, Guatemala • Tels.: 2380-6739 / 49 / 59 • artecolorytexto@gmail.com | [Leer más](#)

5 plg



6.5 plg



Quiénes Somos

Somos una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas. Contamos con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados principalmente a la elaboración de productos impresos en papel.

Misión
Atender el mercado de artes gráficas a través de recursos humanos capaces y esmerados por el cliente, que ofrecen la más alta calidad a un precio competitivo, basados en el servicio, honestidad y responsabilidad.

Visión
Establecernos en el mercado nacional como uno de los principales proveedores de las artes gráficas, prestadores de un excelente servicio y productos, capaces de abordar cualquier trabajo destinado a las artes gráficas.



10 plg.

6.5 plg



Nuestros Servicios

Diseño Gráfico
Arte, Color y Texto, S.A. cuenta con un departamento de Diseño Gráfico, el cual está dotado de equipo de cómputo y programas de diseño que permiten darle forma y color a sus ideas o realizar correcciones a los materiales, cuando estos lo requieran.

Impresión Offset Litográfico
Para elaborar los productos impresos en papel, en Arte, Color y Texto, S.A. utilizamos la impresión litográfica offset. Este tipo de impresión es empleado en tirajes de gran volumen debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo.

Debido a la experiencia y aceptación que ha tenido la litografía en el mercado, por más de 20 años ha suministrado a firmas industriales y comerciales diversidad de productos impresos, entre los que sobresalen: calendarios, afiches, folletos, libros, catálogos, revistas, carpetas, sobres, cajas, volantes, trífolares, bifoliales, facturas, envíos, notas de débito o crédito, etiquetas, formularios, tarjetas de presentación, papeles y cartulinas, papelería de oficina, entre otros. La empresa está registrada ante la SAT y la Contraloría General de Cuentas para la impresión de documentos contables.

10 plg.



132



Página 3



6.5 plg

Aplicación de Barniz UV Brillante y Mate
Contamos con una máquina impresora capaz de aplicar barniz ultravioleta a portadas, carátulas, interiores u otros materiales, la cual ha sido modificada especialmente para este fin. Se aplica especialmente como protección, ya que evita roces o ralladuras, dándole al trabajo más realce y vistosidad. Se recomienda aplicarlo cuando se imprimen fondos de color grandes que serán manipulados posteriormente.

Corte de Materiales
Arte, Color y Texto, S.A. también posee maquinaria para el corte de diferentes tipos de papeles o cartulinas, los cuales pueden o no tener impresión.

Creamos **coloridas** ideas desde hace más de 20 años

10 plg.

Página 4



6.5 plg

Troquelado
Es un acabado que se utiliza para cortar, sisar y perforar el papel o cartón con formas especiales. Este proceso se realiza por medio de chuchillas o plechas, las cuales se encajan en una madera en donde se encuentra la forma del diseño.

Laminado Brillante y Mate
En Arte, Color y Texto, S.A. también ofrecemos la aplicación de laminado plástico, también conocido como plastificado, el cual se utiliza cuando se desea proteger y cambiar la superficie del trabajo impreso.

La aplicación del laminado le da al trabajo más cuerpo y resistencia. Este consiste en extender una lámina fina de material plástico sobre el material impreso, aplicándolo con prensas de calor y rollos de plástico.

Cuando se solicita se debe considerar que existen diferentes grosores y tipos de plástico.

10 plg.



133





6.5 plg.

10 plg.

Encuadernación Fina y Rústica
 Es el proceso de trabajo que consiste en unir ordenadamente las hojas o pliegos de un trabajo impreso para formar un solo volumen, protegiéndolo con una tapa.

Existen diferentes tipos de encuadernación, los cuales se clasifican por la forma en que se agrupan o cosen las hojas del documento, entre los cuales están:

- Encuadernación con tapas blandas o rústica.
- Encuadernación con tapas duras.
- Encuadernación con espiral de anillos
- Encuadernación engrapada o cosida

Creamos coloridas ideas
 desde hace más de 20 años

Vista de documento digital publicado en ISSU



Nuestros Servicios

Diseño Gráfico
 Arte, Color y Texto, S.A. cuenta con un departamento de Diseño Gráfico, el cual está dotado de equipo de cómputo y programas de diseño que permiten darle forma y color a sus ideas o realizar correcciones a los materiales, cuando estos lo requieren.

Impresión Offset Litográfico
 Para elaborar los productos impresos en papel, en Arte, Color y Texto, S.A. utilizamos la impresión litográfica offset. Este tipo de impresión es empleado en trabajos de gran volumen debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo.

Debido a la experiencia y aceptación que ha tenido la litografía en el mercado, por más de 20 años ha suministrado a firmas industriales y comerciales diversidad de productos impresos, entre los que sobresalen: calendarios, afiches, folletos, libros, catálogos, revistas, carpetas, agendas, cuapas, volantes, trípticos, bifolios, facturas, envíos, notas de débito o crédito, chequitas, formularios, tarjetas de presentación, papeles y cartulinas, papelería de oficina, entre otros. La empresa está registrada ante la SAT y la Contaduría General de Cuentas para la impresión de documentos contables.

Aplicación de Barniz UV Brillante y Mate
 Contamos con una máquina impresora capaz de aplicar barniz ultravioleta a portadas, cartulinas, interiores u otros materiales, la cual ha sido modificada especialmente para este fin. Se aplica especialmente como protección, ya que evita rozos o ralladuras, dándole al trabajo más realce y visibilidad. Se recomienda aplicarlo cuando se imprimen fondos de color grandes que serán manipulados posteriormente.

Corte de Materiales
 Arte, Color y Texto, S.A. también posee maquinaria para el corte de diferentes tipos de papeles o cartulinas, los cuales pueden o no tener impresión.

Nuestros Servicios

Creamos coloridas ideas
 desde hace más de 20 años

EDIT PUBLICATION Info Share Add to 3/5

Link de versión digital http://issuu.com/lulu88/docs/act_presentacio__n

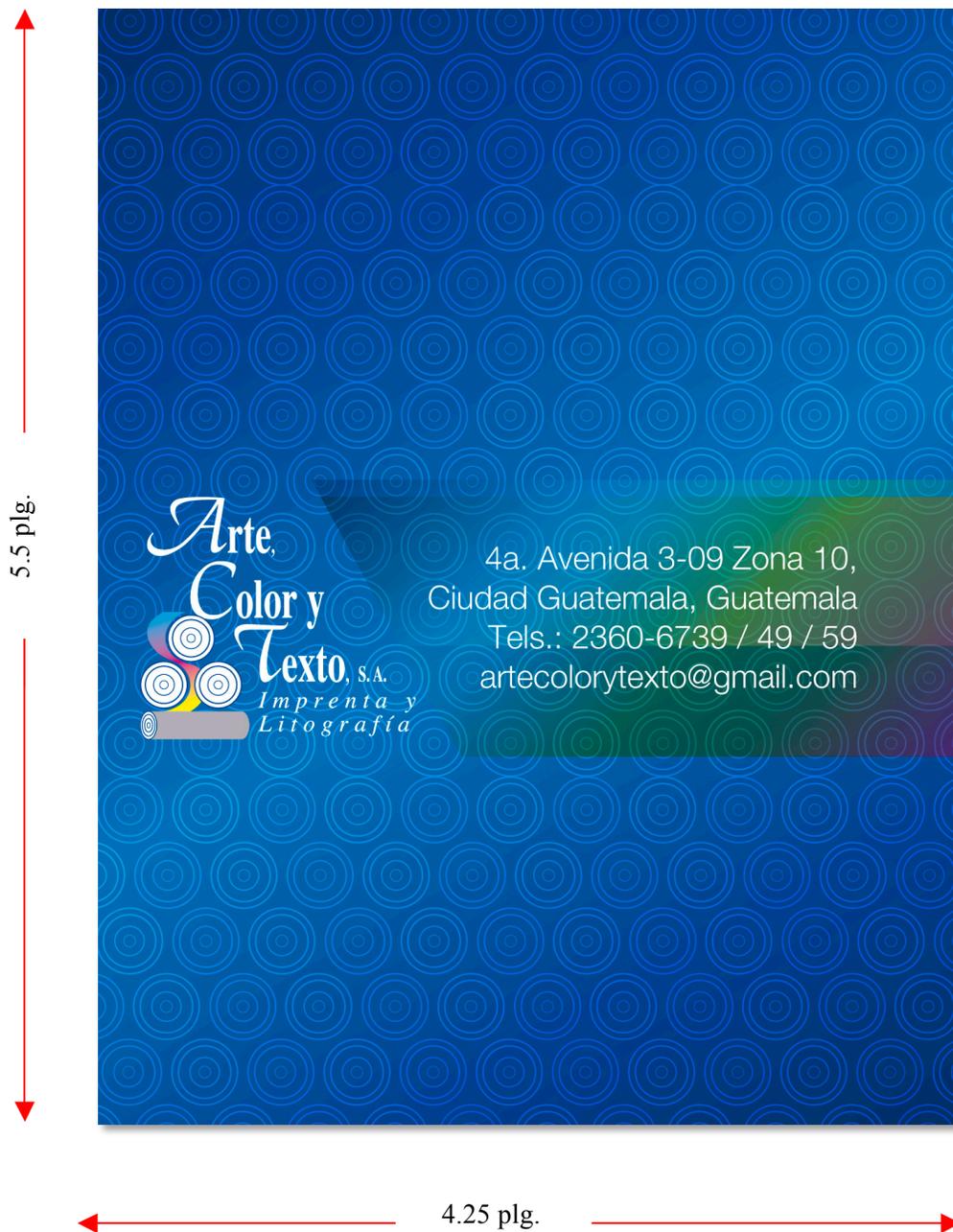




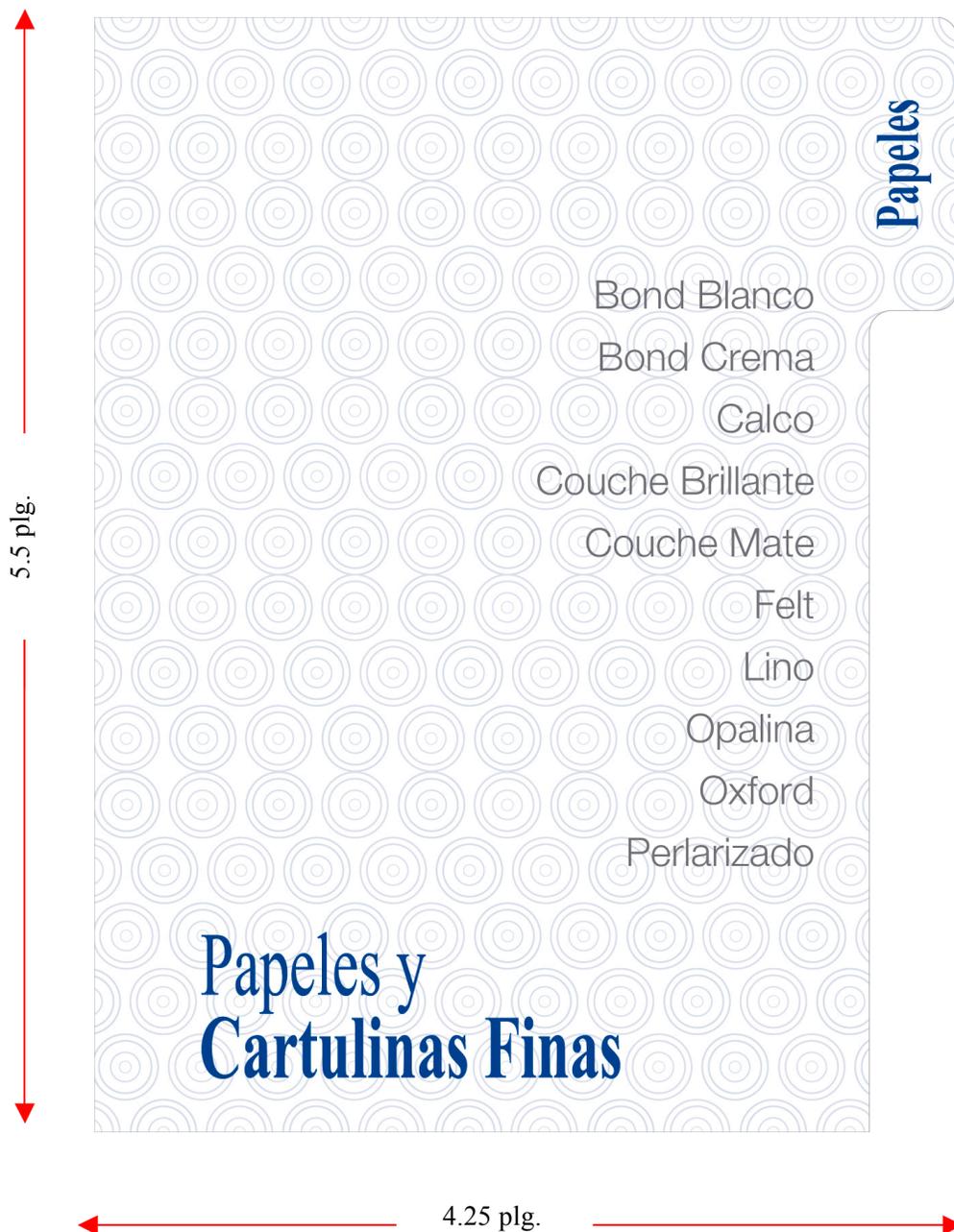
135



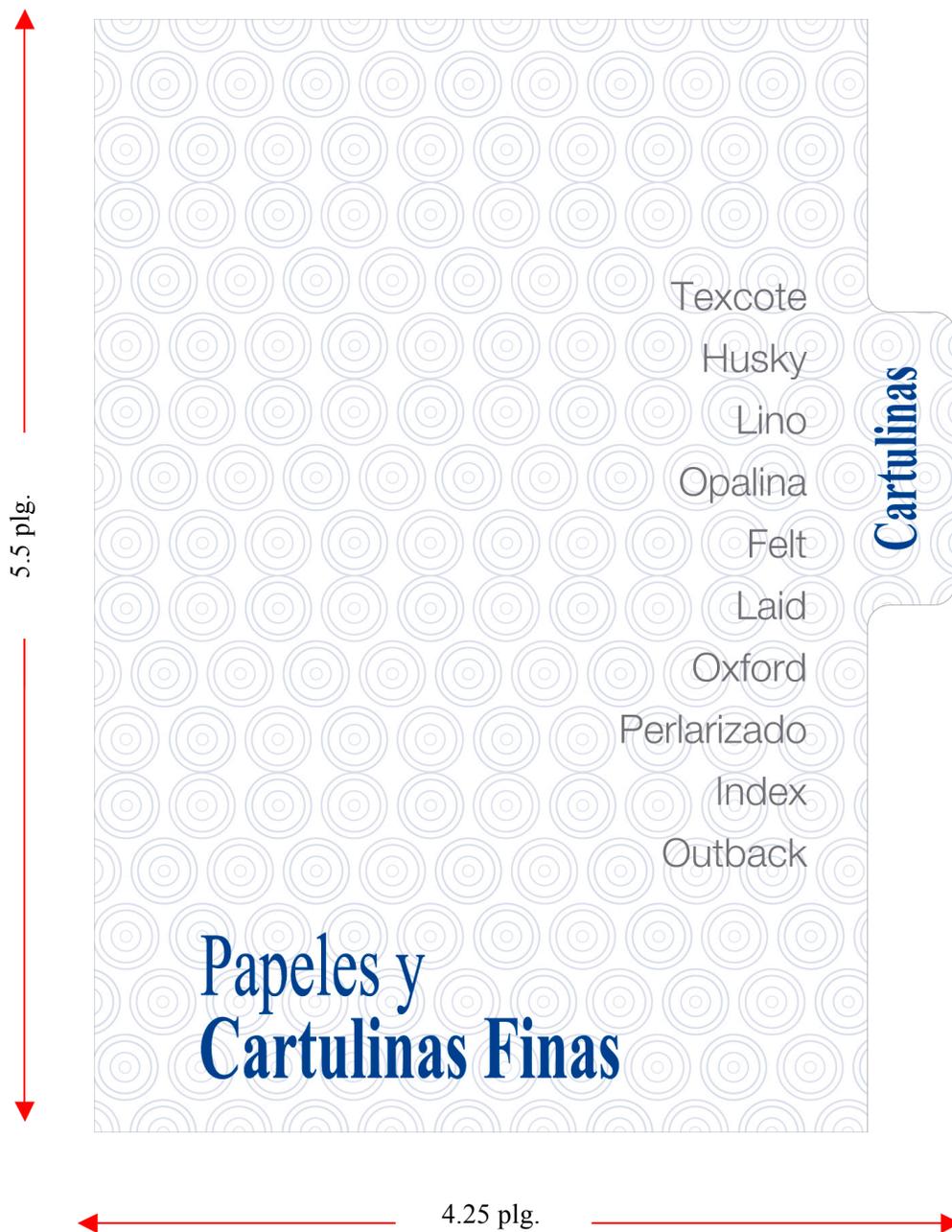
Contraportada muestrario de papel



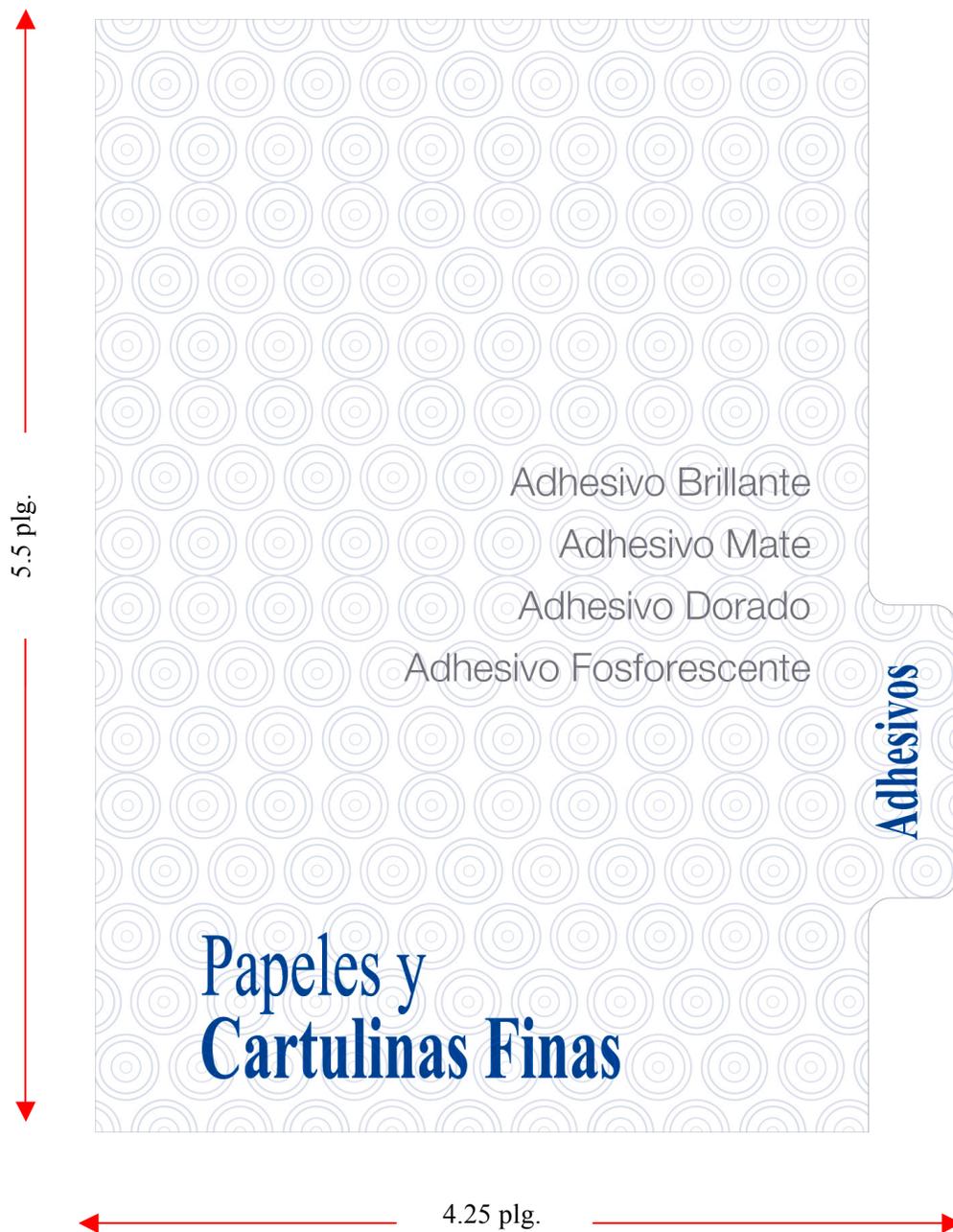
Separador para papeles muestrario de papel



Separador para cartulinas muestrario de papel



Separador para adhesivos muestrario de papel



Se sugiere que la portada y contraportada del muestrario de papel sean de pasta dura y encuadrada con espiral de anillo metálico.



139

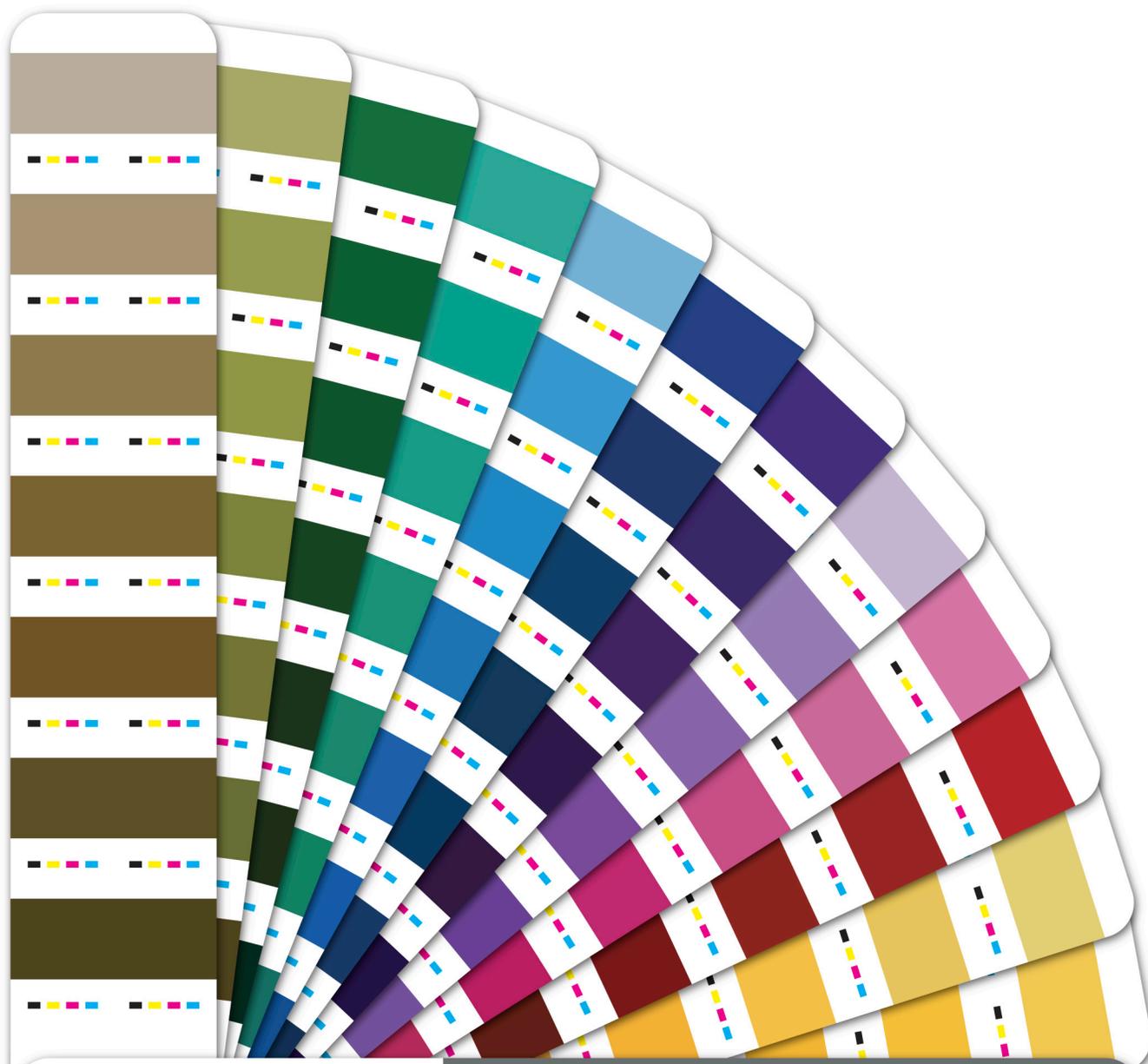


Imagen de referencia para muestrario de papel



140





CAPÍTULO X

Producción, Reproducción y Distribución

Producción, reproducción y distribución

Para dar a conocer el material informativo impreso a los clientes reales y potenciales de la litografía Arte, Color y Texto, S.A. es necesario elaborar el plan de elaboración, producción, reproducción y distribución, dando a conocer así el costo total del proyecto.

10.1. Plan de costos de elaboración

El tiempo estimado en la elaboración del material informativo impreso será la base para planificar los costos de la siguiente manera: horas trabajadas, costo por hora, total de costo por horas trabajadas de:

- Recopilación de información
- Proceso creativo (concepto)
- Elaboración del proceso de diseño
- Propuesta preliminar

Meses trabajados: 4 meses

Días trabajados: 32 días

Horas trabajadas: 4 horas/día

El total de horas empleadas para la elaboración de la propuesta gráfica: 128 horas.

Tomando en cuenta que el pago por hora es de Q. 25.00. El pago de las 128 horas trabajadas asciende a un total de Q. 3,200.00.

Toma de fotografías de los materiales realizados por la litografía

Meses trabajados: 1 mes

Días trabajados: 2 días

Horas trabajadas: 3 horas/día



El total de horas empleadas para la toma de fotografías: 6 horas

Tomando en cuenta que el pago por hora es de Q. 100.00. El pago de las 6 horas trabajadas asciende a un total de Q. 600.00.

10.2. Plan de costos de producción

Artes finales

Elaboración de la propuesta final.

Días trabajados: 15 días

Horas trabajadas: 4 horas/día

El total de las horas trabajadas fue de 60 horas.

Tomando en cuenta que el pago por hora es de Q. 25.00. El pago de las 60 horas trabajadas asciende a un total de Q. 1,500.00

10.3. Plan de costos de reproducción

Debido a que la empresa se dedica a la impresión de materiales publicitarios, contables y corporativos en pequeñas y medianas cantidades, la reproducción del material informativo impreso se realizará en la litografía.

Impresión de 500 carpetas informativas: Q. 5,095.00

Impresión de 500 hojas membretadas: Q. 575.00

Impresión de 500 tarjetas de presentación: Q. 695.00

Impresión de 500 reglas: Q. 895.00

Impresión y encuadernación de 500 muestrarios de papel: Q. 5,195.00

Los artes finales serán entregados a la empresa en un CD, el cual contendrá la versión editable de los diseños y un PDF de referencia.

La versión digital no tendrá costos de reproducción, ya que la plantilla para e-mail se distribuirá a través de correo electrónico, y el documento PDF del material informativo impreso se alojará en sitios gratuitos de la web, como ISSU.



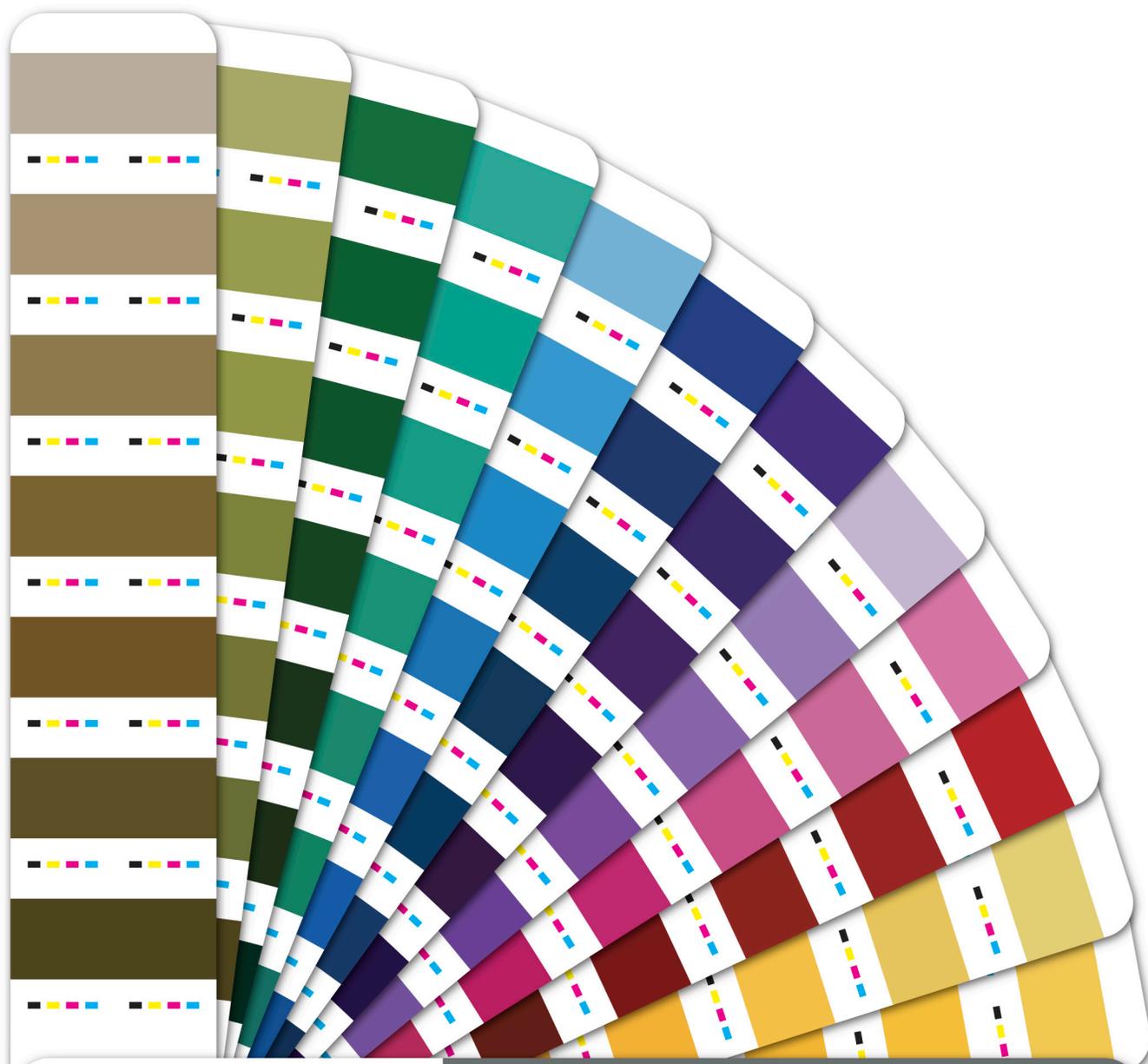
10.4. Plan de costos de distribución

El proyecto será entregado a los clientes que lleguen personalmente a la empresa para solicitar información. La versión digital será distribuida a través de sitios gratuitos de la web, por lo tanto no hay gastos de distribución.

10.5. Cuadro con resumen general de costos

Descripción	Total
Plan de costos de elaboración	Q. 3,800.00
Plan de costos de producción	Q. 1,500.00
Plan de costos de reproducción	Q. 12,455.00
Total	Q. 17,755.00





CAPÍTULO XI

Conclusiones y Recomendaciones

11.1. Conclusiones

11.1.1. Se diseñó material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A.

11.1.2. Se investigó información acerca de tipos de material informativo impreso que pueden emplearse para desarrollar adecuadamente el proyecto.

11.1.3. Se recopiló información acerca de los diferentes productos y servicios de impresión que ofrece la litografía para incluirla en el contenido del material informativo impreso.

11.1.4. Se fotografiaron proyectos realizados por Arte, Color y Texto, S.A. para proporcionar en el material informativo impreso una referencia visual de la calidad de los materiales.

11.1.5. Se determinó la tipografía adecuada que se implementó en el texto del material informativo impreso, para que el grupo objetivo pueda leer fácilmente la información.

11.1.6. Se diagramó el contenido del material informativo impreso asociando adecuadamente los textos e imágenes, para facilitar al grupo objetivo la interpretación de la información.

11.1.7. Se creó una versión digital del material informativo impreso para que pueda ser enviado por correo electrónico a los clientes reales y potenciales que solicitan información a través de llamadas y/o internet.



11.2. Recomendaciones

11.2.1. Supervisar cuidadosamente la impresión del material informativo impreso, ya que este no solo dará a conocer a los clientes reales y potenciales los servicios que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A., sino también será una referencia física de la calidad con la que se imprimen los materiales.

11.2.2. Elaborar un catálogo de productos tomando como base el diseño de la versión digital del material informativo impreso, así se podrán dar a conocer las características específicas de cada uno de los materiales que realiza la litografía.

11.2.3. Recopilar información acerca de las evoluciones tecnológicas que pueden tener los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía para incluirla en el contenido del material informativo impreso.

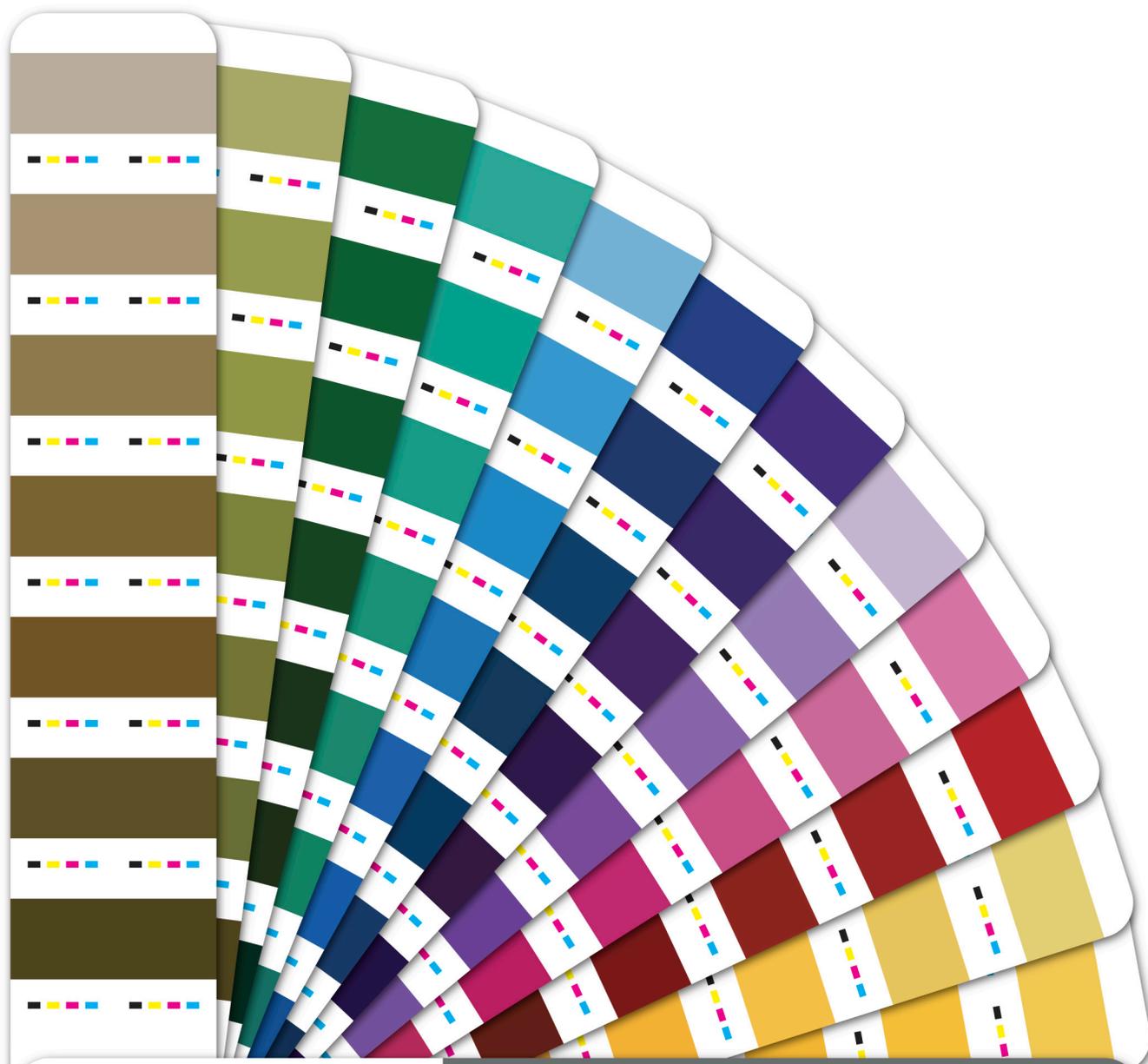
11.2.4. Fotografiar otros proyectos realizados por Arte, Color y Texto, S.A. para proporcionar a los clientes otras referencias visuales de la calidad de los materiales, lo que permitirá también tener un banco de imágenes para la futura elaboración del catálogo de productos.

11.2.5. Crear animaciones en algunos elementos de la versión digital para que el grupo objetivo se motive por la lectura de los productos y servicios de impresión que ofrece la empresa.

11.2.6. Crear piezas gráficas informativas que puedan ser implementadas en redes sociales, así los clientes podrán consultar los productos y servicios de impresión en cualquier momento sin necesidad de solicitarlo a la litografía.

11.2.7. Promover entre los clientes potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía a través de redes sociales, así la empresa podrá ampliar su segmento de mercado.





CAPÍTULO XII

Conocimiento General

Conocimiento General

A través del desarrollo del proyecto de graduación se demuestra que el conocimiento general adquirido durante la Licenciatura en Comunicación y Diseño, se relaciona con la elaboración de este, a través de conceptos como:

- **Comunicación I, II, III y IV:**

A través de estos cursos se estableció cómo la comunicación es un proceso ordenado que permite informar, educar, entretener, persuadir y transmitir a la sociedad eventos e ideas que se establecen como objetivo de una estrategia de comunicación.

Se enseñó la importancia de ser capaces de utilizar herramientas como los géneros periodísticos para los diferentes medios de comunicación, tales como la noticia, el artículo, el editorial, el ensayo, la entrevista, la columna, la crónica y el reportaje.

También se dio a conocer las diferentes teorías, ciencias y tendencias que conforman los productos, las marcas, los medios y las formas de elaborar, producir y distribuir comunicación persuasiva, al igual que las diferentes etapas que conforman el proceso de la edu-comunicación y la postura ética y tecnológica que esta necesita.

- **Fundamentos para el Diseño:**

A través de este curso se aprendió a analizar, estructurar y aplicar los distintos instrumentos que proporcionan los fundamentos del diseño en casos concretos, involucrando elementos como el punto, el plano y el color, aplicándolos en elementos de módulos, ejes y retículas.



- Diseño Visual y Composición:**

A través de este curso se aprendió a analizar, estructurar y aplicar los distintos instrumentos que ofrece la composición visual en el diseño, aplicándolos en la creación de manuales gráficos corporativos.
- Diseño Editorial:**

A través de este curso se desarrolló la habilidad de diagramar, maquetar y distribuir elementos gráficos en un espacio físico o virtual.
- Diseño Publicitario:**

A través de este curso se pudo analizar, estructurar y aplicar los distintos instrumentos que ofrece el diseño publicitario; en casos relacionados con la práctica de los medios promocionales. También permitió aplicar elementos publicitarios en la creación de empaques y productos aplicados al diseño.
- Historia del Arte y Diseño:**

A través de este curso se conoció la información general sobre el desarrollo del arte a través de la historia, logrando percibir así mejor la estética.
- Fotografía Básica y Digital:**

A través de estos cursos se aprendió a utilizar la técnica fotográfica tanto desde el punto de vista profesional como creativo, aplicándolas dentro del contexto de comunicación y diseño, a través de la expresión personal y profesional.
- Deontología:**

A través de este curso se aprendió a poner en práctica los códigos deontológicos de la comunicación, consciente de la problemática social, moral y legal, reconociendo la importancia de las normas cuya finalidad es determinar los deberes que deben de cumplirse en determinadas circunstancias sociales.



- **Administración de Empresas de la Comunicación:**
A través de este curso se aprendió a aplicar los diferentes modelos administrativos que orientan la actividad profesional de empresas relacionadas con la comunicación.
- **Investigación de Mercados:**
A través de este curso se aprendió a analizar, estructurar y aplicar los distintos instrumentos que ofrece la investigación de mercados; en casos relacionados con la práctica de innovación de productos o servicios. También se adquirieron conocimientos sobre la aplicación de elementos de marketing en el desarrollo de proyectos prácticos alusivos a la gestión mercadológica.
- **Software:**
Son un conjunto de programas de cómputo que, en la carrera, sirven como apoyo al desarrollo y elaboración de proyectos de diseño y comunicación a través de todas las fases de producción digital. Entre los software que comúnmente se utilizan están: Adobe Illustrator, Indesign, Photoshop, Flash, Dreamweaver, Fireworks y Autodesk 3D Max.
- **Mercadeo en el Punto de Venta:**
A través de este curso se adquirieron conocimientos sobre como analizar, estructurar y aplicar los distintos instrumentos que ofrece el mercadeo en el punto de venta, aplicándolos en casos relacionados con la práctica de la promoción de ventas, aplicando también elementos de diseño a la promoción de productos en el lugar de ventas.
- **Análisis Coyuntural:**
A través de este curso se desarrolló la capacidad de realizar el estudio detallado de la metodología, las técnicas y los indicadores básicos que determinan las coyunturas de los aspectos sociales, económicos y políticos del país.



- **Visualización Gráfica I, II, III y IV:**
A través de esta técnica se puede analizar, estructurar y aplicar métodos de perspectiva que permiten representar figuras geométricas básicas, objetos y textos en el espacio y desarrollando así la habilidad del bocetaje. La visualización también permite estructurar y aplicar el método de ilustración y representación de la forma humana para la creación de personajes.
- **Creatividad I, II, III y IV:**
A través de estos cursos se desarrolló la capacidad de utilizar el pensamiento creativo a través del conocimiento de procesos y etapas que permiten gestar una idea, aplicándolo a métodos más operativos que intuitivos, lo cual permitió una mejor manera de realizar y evaluar sus propuestas de diseño, poniendo en práctica diferentes técnicas y actividades creativas para la conceptualización de la idea.
- **Interpretación de Textos:**
A través de este curso se pudo analizar, estructurar y aplicar las técnicas de interpretación de textos para concebir, ordenar y expresar el contenido de diversos documentos. Además se adquirió la capacidad de entender la información esencial que contiene un texto, identificando lo que quiere decir el autor y ser capaz de emitir juicios de valor y no críticas sin fundamento.
- **Lógica:**
A través de este curso se desarrollaron habilidades de pensamiento estratégico, utilizando procesos analíticos racionales para elaborar productos de comunicación haciendo uso del diseño. También se establecieron conceptos y a través de casos prácticos se estimuló la discusión y la retroalimentación acerca del uso de los procesos y metodología de análisis de comunicación visual.
- **Estadística Descriptiva:**
A través de este curso se aprendió a utilizar los fundamentos estadísticos para la descripción, análisis y resumen de datos numéricos, aplicándolos en diferentes áreas

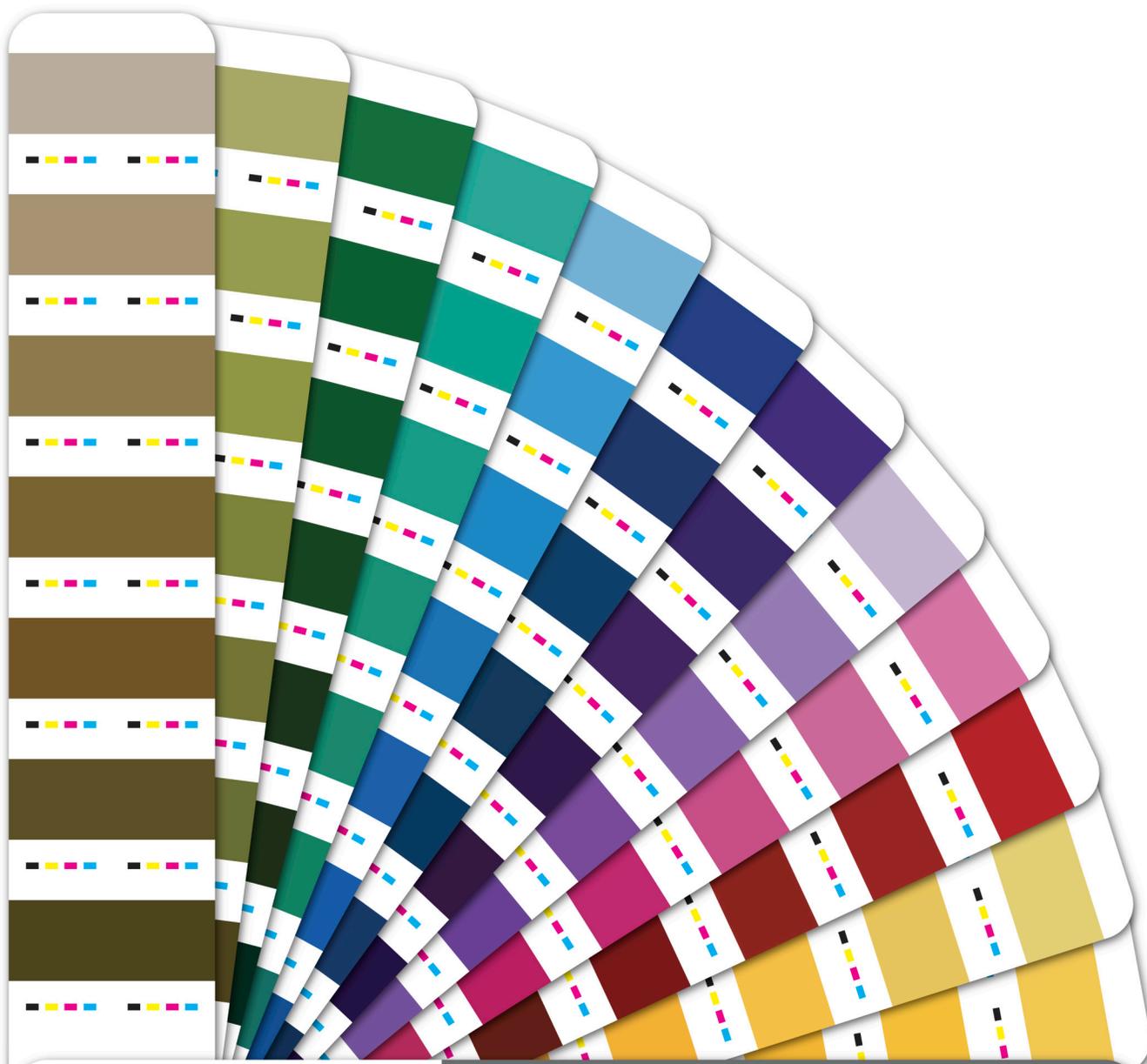


relacionadas con la comunicación y el diseño. Este curso también facilitó el análisis de datos y resultados de las investigaciones de mercado, de competencia, consumidor, productos y marcas.

- **Administración de Recursos Humanos:**

A través de este curso se aprendió como se planifica dentro de una organización el desarrollo, coordinación y control de las diferentes técnicas que promueven el desempeño efectivo del capital humano y como se contribuye de esta manera con sus conocimientos a alcanzar sus objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo.





CAPÍTULO XIII

Referencias

Bibliografía

Las fuentes consultadas y que han servido de apoyo para la construcción y desarrollo del proyecto de graduación son:

13.1. Referencias de documentos físicos

A. Ricupero, Sergio (2007). Diseño gráfico en el aula: guía de trabajos prácticos. Primera edición. Nobuko. Argentina. ISBN: 978-987-584-109-3

Bustos Rojo, Gabriela (2012). Teoría del Diseño Gráfico. Primera edición. Editorial Red Tercer Milenio. México. ISBN: 978-607-733-086-8

Cabrera, Adriana y Pelayo, Neneka (2001) Lenguaje y Comunicación. Venezuela. Editorial CEC, S.A. ISBN: 980-6423-91-7

Crespi, Irene y Ferrario, Jorge (1995). Léxico técnico de las artes gráficas. Sexta edición. Editorial EUDEBA. Argentina. ISBN: 950-23-05555-8

Cumpa González, Luis Alberto (2002). Fundamentos de Diagramación. Fondo Editorial de la UNMSM. Perú. ISBN: 9972-46-189-0

de la Mora Ledesma, José G. (1999) Deontología Laboral. Primera edición, segunda reimpresión. Editorial Progreso, S.A. de C.V. México. ISBN: 968-436-359-1

Franco, Carlos (2003). Color Digital, Gráficas de color aplicables digitalmente.

Gillam Scott, Robert (1992) Fundamentos del Diseño. México. Editorial Limusa, S.A. de C.V. ISBN: 968-18-3322-8

Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane (2006). Dirección de Marketing. México. Pearson Educación. ISBN: 970-26-0763-9



Manual de la Universidad de Málaga: Bioestadística: Métodos y Aplicaciones U.D. Bioestadística. Facultad de Medicina (2008). Universidad de Málaga. ISBN: 847496-653-1

Pascual, Roberto de Miguel (2006) Fundamentos de la Comunicación Humana. España. Editorial Club Universitario. ISBN-13: 978-84-8454-497-5 ISBN-10: 84-8454-497-4

Serrano, Sebastián (1981) La Semiótica, una introducción a la teoría de los signos. España. Editorial Montesinos. ISBN: 84-85859-32-4.

13.2. Referencias de documentos electrónicos

Publicación de Alegsa.com.ar (2013), recuperado de
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

Publicación de Alegsa.com.ar (2013), recuperado de
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/fotografia%20digital.php>

Publicación de Crece Negocios.com (2011) recuperado de
<http://www.crecenegocios.com/criterios-de-seleccion-de-proveedores/>

Publicación de Diccionario Definición.DE, (2008) recuperado de
<http://definicion.de/imprenta/>

Publicación de Diccionario Definición.DE, (2008) recuperado de
<http://definicion.de/sociologia/>

Publicación de Diccionario Definición.DE, (2008) recuperado de
<http://definicion.de/psicologia/>

Publicación de Diccionario Definición ABC, (2013) recuperado de
<http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php>



Publicación de Diccionario Definición ABC, (2013) recuperado de <http://www.definicionabc.com/ciencia/sociologia.php>

Publicación de Diccionario Definición ABC, (2013) recuperado de <http://www.definicionabc.com/social/psicologia.php>

Publicación de Diccionario Definición.DE, (2008) recuperado de <http://definicion.de/impresion/>

Publicación de E-conomic, contabilidad en línea (2013) recuperado de <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-empresa>

Publicación de Fotonostra (2010) recuperado de <http://www.fotonostra.com/grafico/corporativo.htm>

Publicación de Fotonostra (2010), recuperado de <http://www.fotonostra.com/grafico/espacio.htm>

Publicación de Galeon.com recuperado de <http://galeon.com/alfacorp/Producto2/tema2/defproduccion.html>

Publicación de Grupo Bomex, recuperado de http://www.grupobomex.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=4

Publicación de Headways Media (2012) recuperado de <http://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/definicion/imagen-corporativa/>

Publicación de Imagen Digital 4.0 (2010) recuperado de <http://gusgsm.com/litografia>



Publicación de Imagen Digital 4.0 (2010) recuperado de
http://gusgsm.com/litografia_offset

Publicación de Instituto Nacional de Estadística Guatemala (2013) recuperado de
<http://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas/tema-indicadores>

Publicación de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata,
Argentina (2010) recuperado de
http://www.fba.unlp.edu.ar/tecnolb/pdfs/sist_de_impresión_2010.pdf

Publicación de Make it simple! (2011), recuperado de <http://minimalistas-makeitsimple.blogspot.com/2011/01/caracteristicas-principales-del.html>

Publicación de Organismo Judicial de Guatemala, Código de Comercio, recuperado de
<http://www.oj.gob.gt/archivodeprotocolos/index.php?option>

Publicación de Páginas Amarillas (2014), recuperado de
<http://www.paginasamarillas.com.gt/busqueda/litografia-guatemala?match=litografia|catzdir1cat3284>

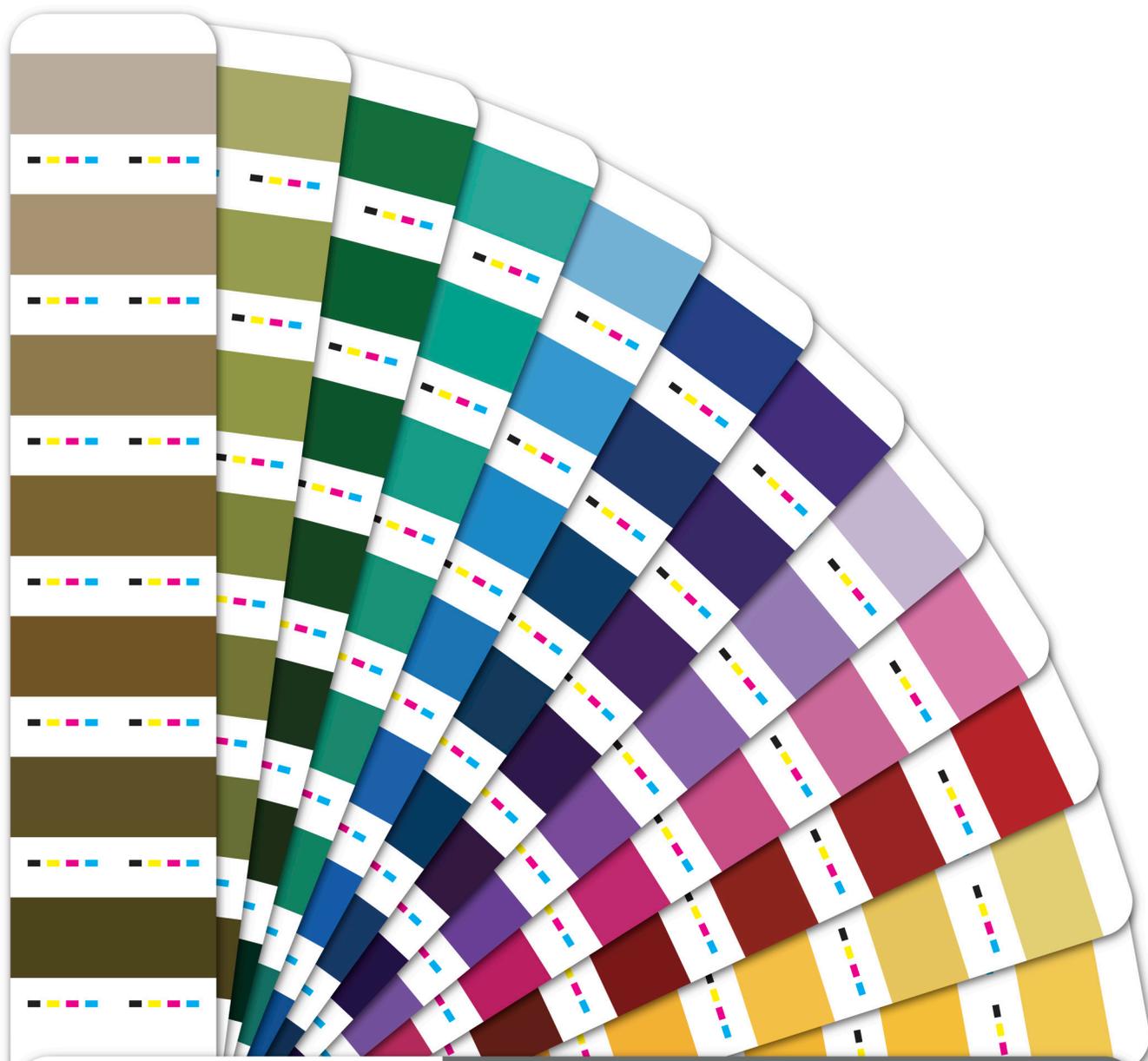
Publicación de Psicología de la Publicidad (2009), recuperado de
<http://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/>

Publicación de Tintas para Offset Gravent, recuperado de
<http://graventvirtual.files.wordpress.com/2007/09/tintas.pdf>

Publicación de Universidad de San Martín de Porres (2005), recuperado de
<http://www.scribd.com/doc/20928796/2º-Psicologia-de-la-Comunicacion-Y-RRII->

Velasco Rivera, Claudio Ruiz. (8 de mayo de 2007) Pre-Prensa. Recuperado el 17 de agosto de 2013 de <http://cmykdesign.blogspot.com/2007/05/pre-prensa.html>

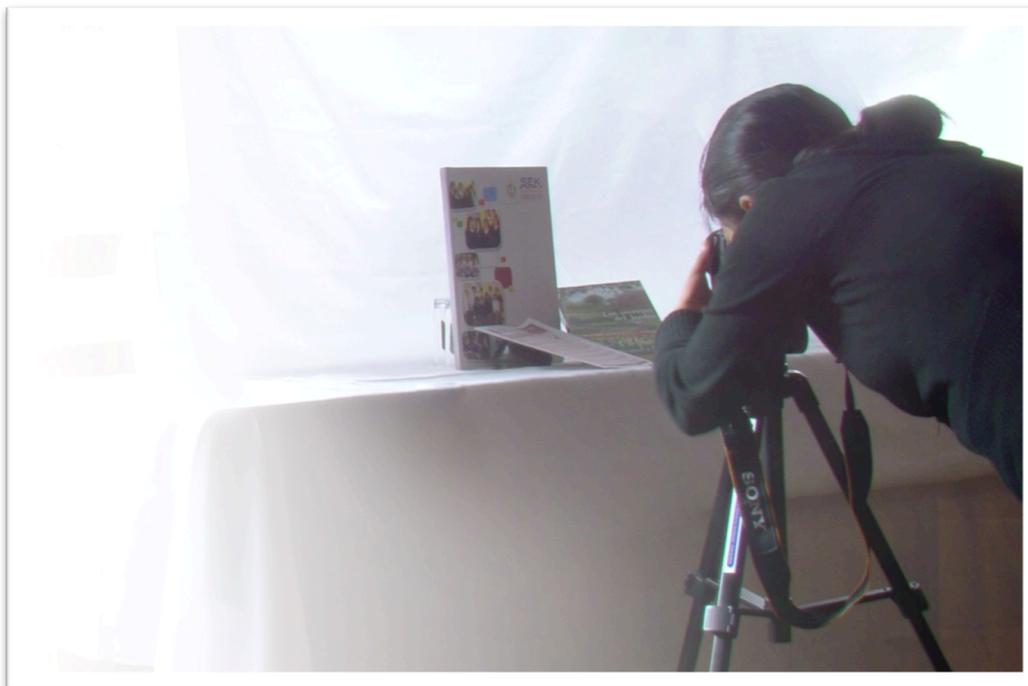




CAPÍTULO IVX Anexos

Anexos

14.1. Toma de fotografías de diversos productos



14.2. Fotografías tomadas

Fotografía original de diversos productos



Fotografía original de revistas



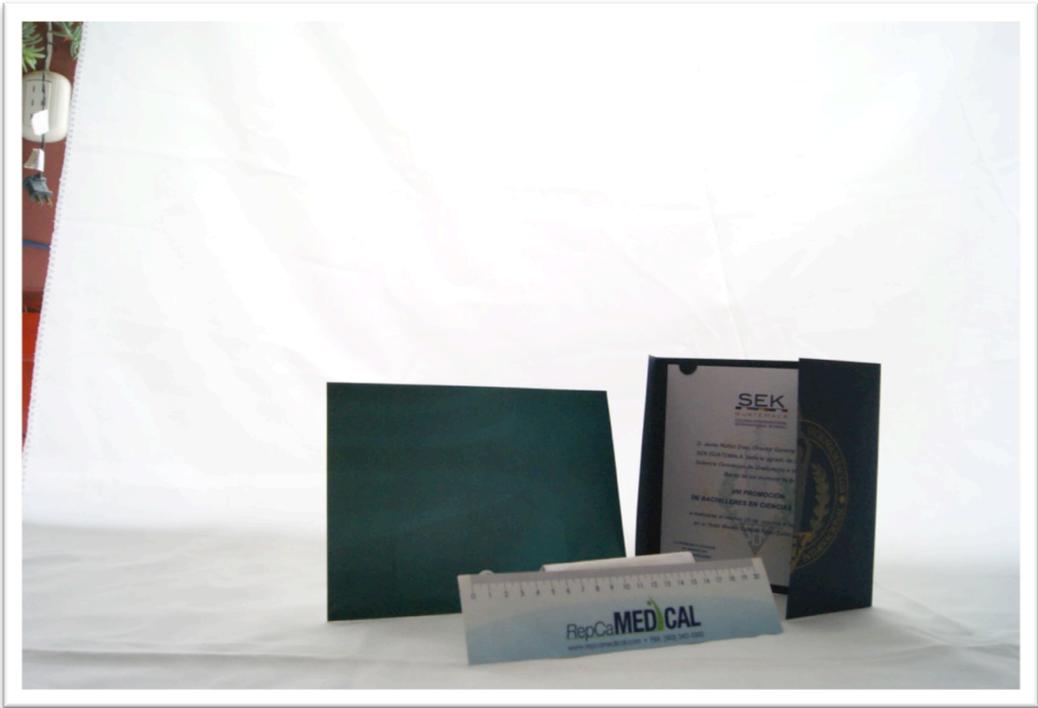
Fotografía original de calendarios



Fotografía original de cajas y empaques



Fotografía original de diversos productos



Fotografía original de diversos productos



Fotografía original de carpetas corporativas



14.3. Fotografías editadas

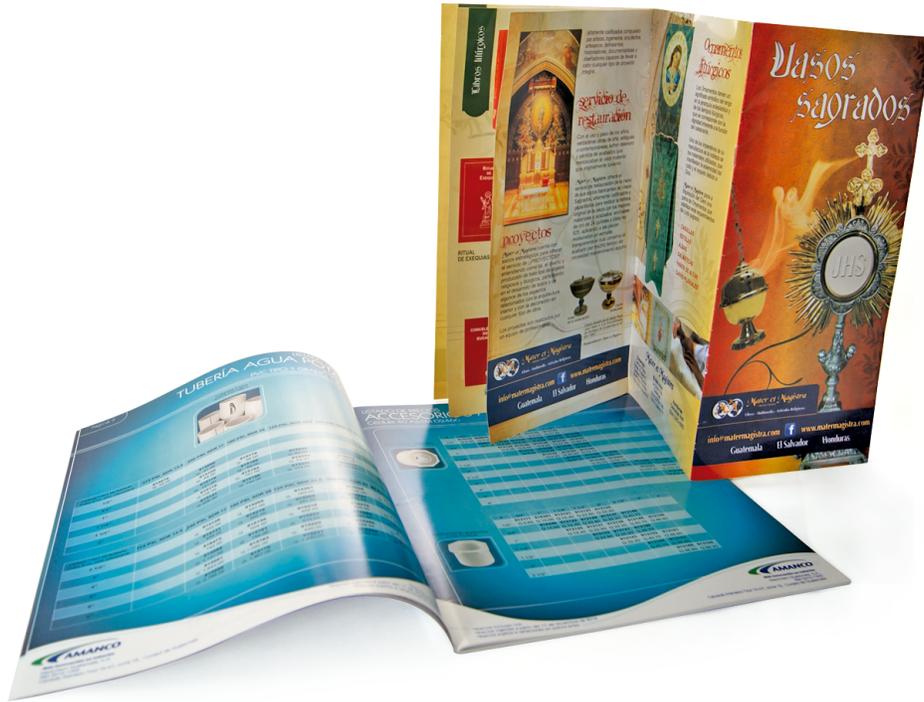
Fotografía de agendas



Fotografía de diversos productos



Fotografía de revistas



Fotografía de calendarios



Fotografía de cajas y empaques



Fotografía de carpetas corporativas



Fotografía de diversos productos



Fotografía de diversos productos



14.4. Instrumento de validación



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(FACOM)
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE TESIS

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="checkbox"/>	Grupo Objetivo:	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>
					Años de experiencia en el mercado	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del Proyecto

Diseño de material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A. Guatemala, Guatemala, 2014.

Antecedentes

Arte, Color y Texto, S.A. es una litografía 100% guatemalteca, fundada hace más de 20 años con el propósito de servir al mercado de las artes gráficas, siendo reconocida debido a que ofrece servicios de alta calidad a precios competitivos.

Cuenta con un equipo de trabajo y maquinaria dedicados a la elaboración de productos impresos en papel, aplicando diferentes tipos de impresión siendo la principal el sistema de impresión offset, el cual es utilizado en tirajes de gran volumen debido a sus evidentes ventajas de calidad, rapidez y costo.

Actualmente la litografía cuenta con una cartera de 87 clientes activos y tiene como objetivo aumentarla 46% mensualmente. Para ello, se ha propuesto dar a conocer ampliamente los productos y servicios de impresión que ofrece la empresa a los clientes reales y potenciales, a través de material informativo impreso, el cual servirá también como una referencia física y visual de la calidad con que se realizan e imprimen los trabajos.

Instrucciones

Con base a la información anterior, observe el material informativo impreso y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación:



Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar material informativo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios de impresión que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A.?
 Si
 No

2. ¿Considera necesario investigar información acerca de tipos de material informativo que pueden emplearse para desarrollar adecuadamente el proyecto?
 Si
 No

3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de los diferentes productos y servicios de impresión que ofrece la litografía para incluirla en el contenido del material informativo impreso?
 Si
 No

4. ¿Considera necesario fotografiar proyectos realizados por Arte, Color y Texto, S.A. para proporcionar en el material informativo impreso una referencia visual de la calidad de los materiales?
 Si
 No

5. ¿Considera necesario determinar la tipografía adecuada que se implementará en el texto del material informativo para que el grupo objetivo pueda leer fácilmente la información?
 Si
 No

6. ¿Considera necesario diagramar el contenido del material informativo impreso asociando adecuadamente los textos e imágenes para facilitar al grupo objetivo la interpretación de la información?
 Si
 No



7. ¿Considera necesario crear una versión digital del material informativo impreso para que pueda ser enviado por correo electrónico a los clientes reales y potenciales que solicitan información a través de llamadas y/o internet?

Sí
 No

Parte Semiológica

8. ¿Considera que el diseño del material informativo impreso es atractivo?

Mucho
 Poco
 Nada

9. ¿Considera que el contenido del material informativo impreso tiene un orden lógico para el lector?

Mucho
 Poco
 Nada

10. ¿Las fotografías utilizadas en el manual informativo impreso proporcionan una referencia visual de la calidad de los materiales impresos?

Mucho
 Poco
 Nada

11. ¿Los colores utilizados en el material informativo impreso crean armonía entre los elementos gráficos y la imagen corporativa de la empresa?

Mucho
 Poco
 Nada

12. ¿Considera que el lenguaje y modo de expresión utilizado en la redacción del contenido del material informativo impreso cumplen con las expectativas de informar?

Mucho
 Poco
 Nada



Parte Operativa

13. ¿Considera que la medida de 9x11.5 plg. (tamaño del documento cerrado) del material informativo impreso es adecuada y funcional?

- Mucho
- Poco
- Nada

14. ¿Considera que el tamaño y estilo de tipografía utilizado en el material informativo impreso es legible?

- Mucho
- Poco
- Nada

15. ¿Considera adecuadas las fotografías para la función de comunicar acerca de los productos y servicios de impresión de la empresa?

- Mucho
- Poco
- Nada

16. ¿Considera adecuado el cartón Husky utilizado para la impresión del material informativo impreso?

- Mucho
- Poco
- Nada

17. ¿Considera adecuado el diseño y la diagramación del material informativo impreso para ser distribuido y aplicado de forma impresa?

- Mucho
- Poco
- Nada



En el siguiente espacio, si lo desea, puede colocar observaciones que a su criterio, considere necesarias:

Fecha: _____ Firma: _____

Se le agradece por su tiempo y colaboración en la validación técnica, una de las etapas de la realización de tesis. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo. Guatemala, Guatemala 2013.

Link de encuesta de validación digital:

https://docs.google.com/forms/d/17sS9NZrKFfmIhu8_0D7AKwrYuXpKGVn2mEkmLzlWxeU/viewform



14.5. Resultados de la encuesta de validación digital

Encuesta de Validación del Proyecto - Google Drive

8/12/13 06:06

Carmen Julia Garcia Orellana

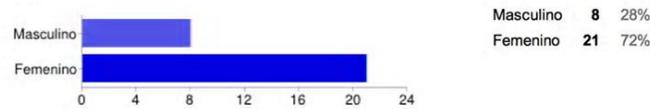
[Editar este formulario](#)

29 respuestas

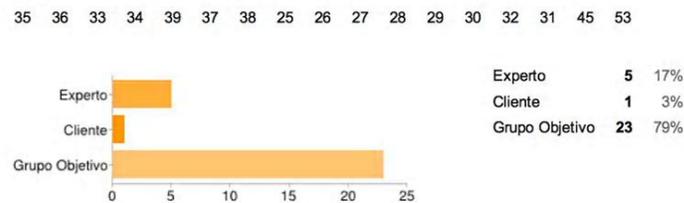
[Publicar datos de análisis](#)

Resumen

Género



Edad



Nombre

Laura Lemus Luisa Gatica Ivaro Méndez Lisa Quan Rossana Ruiz Juan Antonio Ciani
Mildred Bobadilla Lesby Morales Ana Beatriz Sagastume Marlon Borrayo Abraham Mazariegos
Astrid Santizo Alexandra Solares Enrique Recinos Andrea Porras Kareen Morales Diana
Muñoz David Castillo Vivian Pacheco de Mendoza Lilisn de León Karla Sobalvarro Katina Móvil
Johann Pineda Mónica Pinillos Sonia Rodas Evelyn Samayoa Karla López César Menéndez
Liz Guevara

Profesión

Comunicadora Administradora Secretaria Publicista Diseñadora Gráfica Arquitecta
Administrador de Empresas Licenciada en administración de empresas Técnico en Administración
Licenciada en Comunicación y Diseño Licenciada en Administración de Empresas Secretaria
Ejecutiva Secretaria Bilingüe Ingeniero Agrónomo Contadora Licenciado en Ciencias Jurídicas y
Sociales Secretaria Mercadólogo Diseñador Gráfico Productor de TV Licenciada en Economía
Ingeniera Industrial Administradora de Empresas

Puesto

https://docs.google.com/forms/d/17s59NZrKfmlhu8_0D7AKwYUxpKGVn2mEkmlzWwU/viewanalytics

Página 1 de 6



168



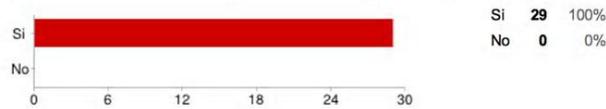
Asistente de Gerencia General Diseñadora Gráfica Encargada de compras e importaciones
 Asistente Operativa Encargada de Compras Docente de diseño Técnico de Laboratorio Encargada
 de Compras e importaciones Coordinadora de Mercadeo Asistente de Compras Asistente de
 Gerencia Comercial Asistente de Gerencia y/o Encargada de Eventos Recepción y Secretaría
 Gerente de Mercadeo Gerente Jefe de Servicios Coordinador de Mercadeo Coordinador de
 Compras Diseñador Gráfico Asistente de Presidencia Asistente Administrativa Creativo
 Catedrática Coordinador de Mercadeo Encargada de Recursos Humanos Encargado rea de
 Información y Documentación

Años de experiencia en el mercado

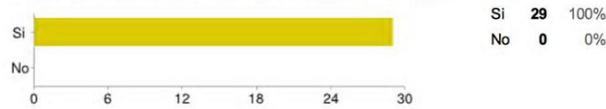
23 24 3 2 1 7 6 5 4 8 17 16 14 11 12 10

Parte Objetiva

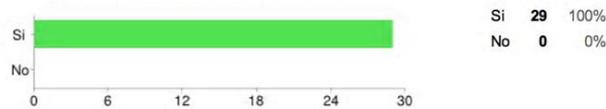
¿Considera necesario diseñar material informativo para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los servicios que ofrece la litografía Arte, Color y Texto, S.A.?



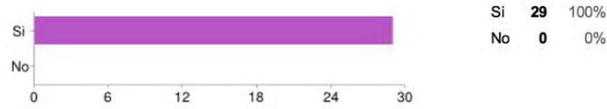
¿Considera necesario investigar información acerca de tipos de material informativo que pueden emplearse para desarrollar adecuadamente el proyecto?



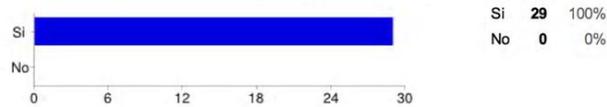
¿Considera necesario recopilar información acerca de los diferentes servicios que ofrece la litografía para incluirla en el contenido del material informativo?



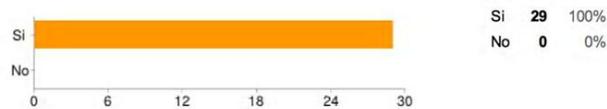
¿Considera necesario fotografiar proyectos realizados por Arte, Color y Texto, S.A. para proporcionar en el material informativo una referencia visual de la calidad de los materiales?



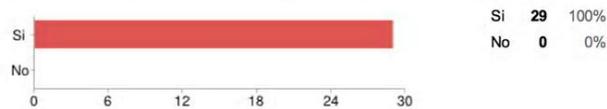
¿Considera necesario determinar la tipografía adecuada que se implementará en el texto del material informativo para que el grupo objetivo pueda leer fácilmente la información?



¿Considera necesario diagramar el contenido del material informativo asociando adecuadamente los textos e imágenes para facilitar al grupo objetivo la interpretación de la información?

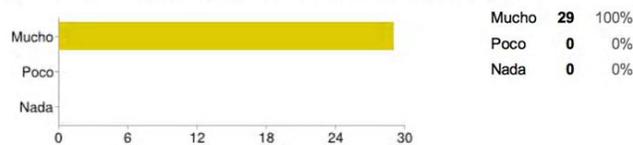


¿Considera necesario crear una versión digital del material informativo para que pueda ser enviado por correo electrónico a los clientes reales y potenciales que solicitan información a través de llamadas y/o internet?

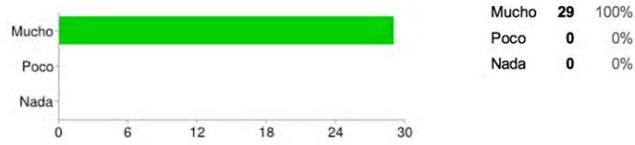


Parte Semiológica

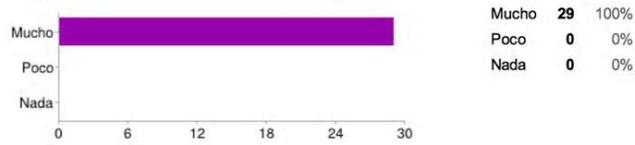
¿Considera que el diseño del material informativo es atractivo?



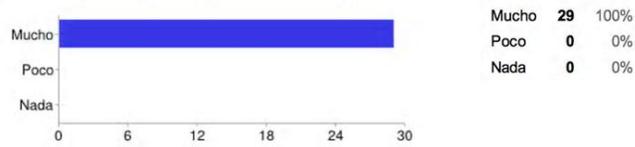
¿Considera que el contenido del material informativo tiene un orden lógico para el lector?



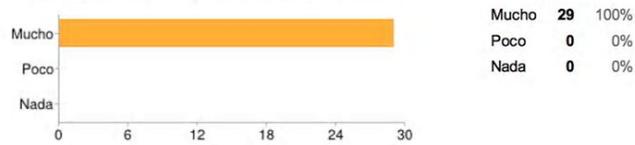
¿Las fotografías utilizadas en el manual informativo proporcionan una referencia visual de la calidad de los materiales impresos?



¿Los colores utilizados en el material informativo crean armonía entre los elementos gráficos y la imagen corporativa de la empresa?

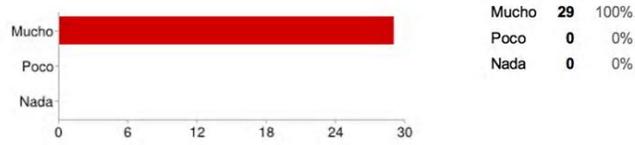


¿Considera que el lenguaje y modo de expresión utilizado en la redacción del contenido del material informativo cumplen con las expectativas de informar?

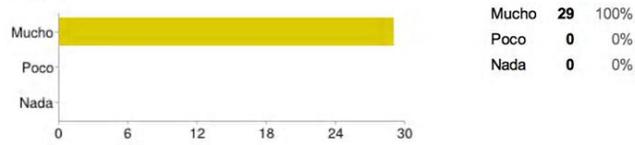


Parte Operativa

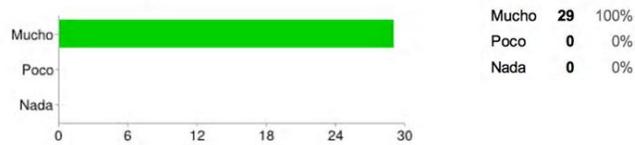
¿Considera que la medida de 9x11.5 plg. (tamaño del documento cerrado) del material informativo es adecuada y funcional?



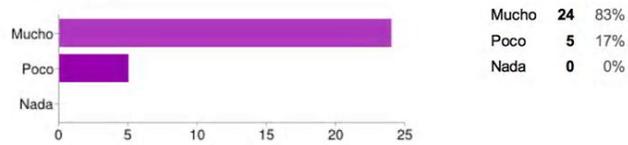
¿Considera que el tamaño y estilo de tipografía utilizado en el material informativo es legible?



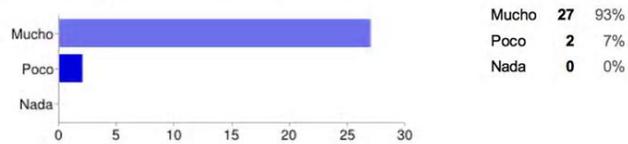
¿Considera adecuadas las fotografías para la función de comunicar acerca de los servicios de la empresa?



¿Considera adecuado el cartón Husky utilizado para la impresión del material informativo?



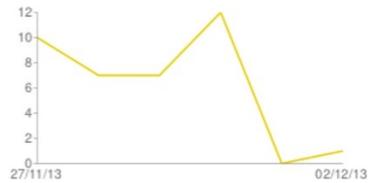
¿Considera adecuado el diseño y la diagramación del material informativo para ser distribuido y aplicado de forma impresa?



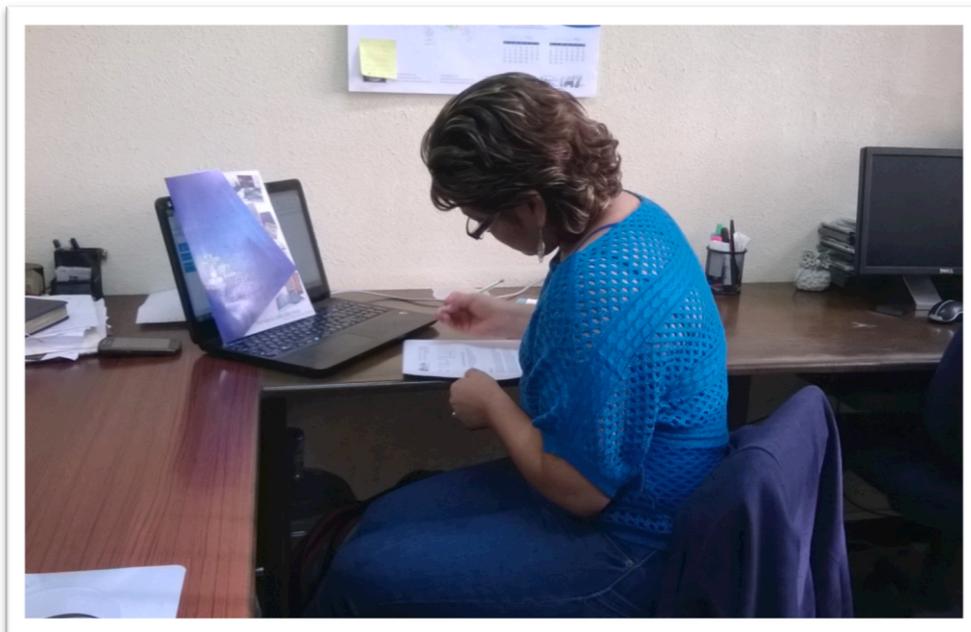
En el siguiente espacio, si lo desea, puede colocar observaciones que a su criterio, considere necesarias:

El fondo en los materiales compite en mínima parte con el diseño y fondo, mi sugerencia es donde hay texto disminuir el fondo como de círculos ó patrón de círculos, esto para que no compita con los textos de la empresa. Considero que podrían utilizarse otras fotografías para las piezas complementarias del diseño, al igual que el patrón utilizado en el fondo azul puede realizarse más pequeño. Los colores demuestran la solidez de la empresa y transmiten tranquilidad. Me parece una propuesta muy atractiva, espero que la reproduzcan pronto y nos brinden algunas muestras. Si se crea una versión digital sugiero manejarlo digitalmente. El material utilizado en la carpeta podría ser otro que tuviera más cuerpo, sin embargo con respecto al diseño me gustan los colores porque se identifican plenamente con la empresa. Me agrada la propuesta que piensan realizar para promocionar a su empresa, tan solo me agradecería ver el fondo de las fotografías en color blanco. Muy buen trabajo, es agradable el material y el uso que se le da es más funcional que un trifoliar. Se puede complementar con un muestrario de papel y uno digital de proyectos en redes sociales u portafolio, para darle mas solidez a la propuesta (alternativas gratuitas). Utilizar diferentes muestras de papel en el material, tarjeta, hoja y regla. Todo el material es atractivo, sin embargo el tipo de material que se piensa utilizar para imprimirlo podría ser otro, ya que el husky no podría mostrar al máximo la capacidad de lo que realiza la litografía. Me parece MUY PROFESIONAL, yo hubiera comprado esta idea sin modificaciones si fuera mi empresa. Me gusta mucho el color gris pues relaja. FELICITACIONES.

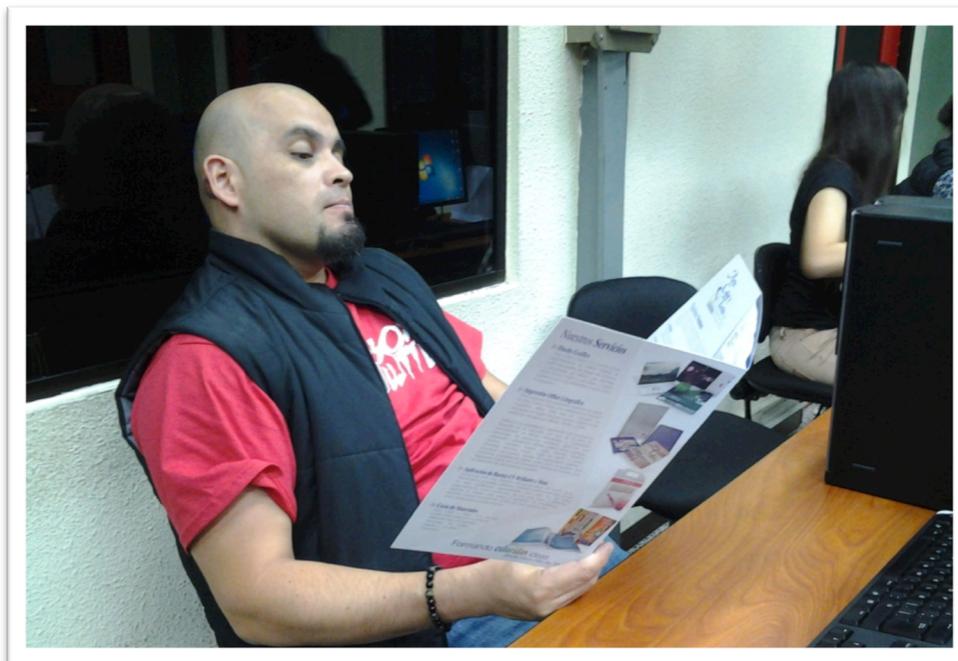
Número de respuestas diarias



14.6. Fotografías de los expertos, cliente y grupo objetivo al ser encuestados



Licda. Karla López
Docente de Diseño (Experto)



Lic. Marlon Borrayo
Publicista (Experto)





Licda. Karla López
Catedrática de Comunicación (Experto)

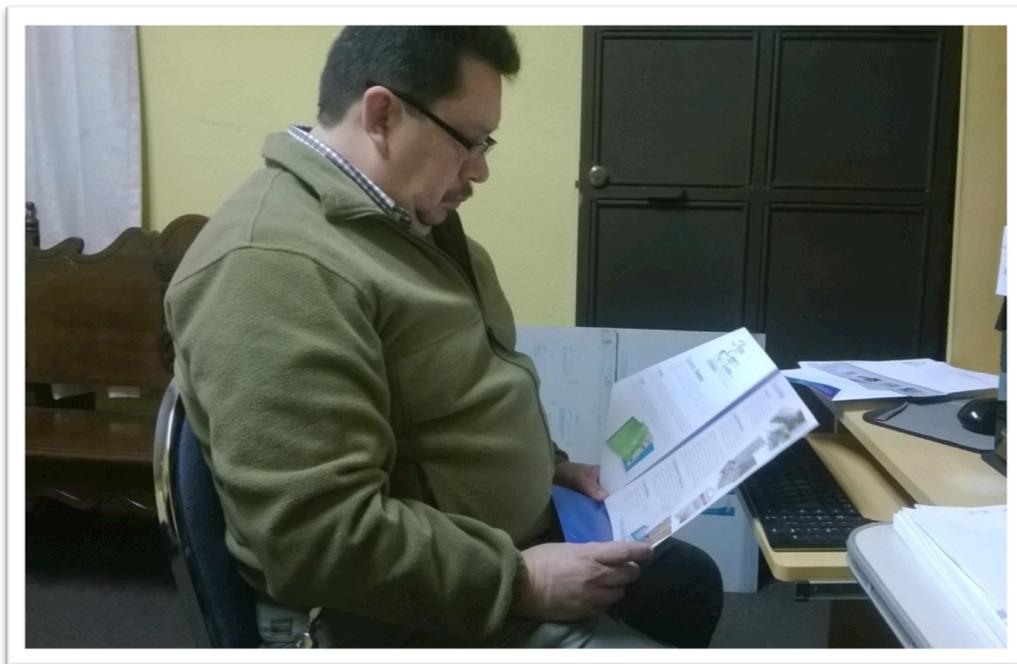


Lic. David Castillo
Técnico de Laboratorio (Experto)





Licda. Lisa Quan
Diseñadora (Experto)

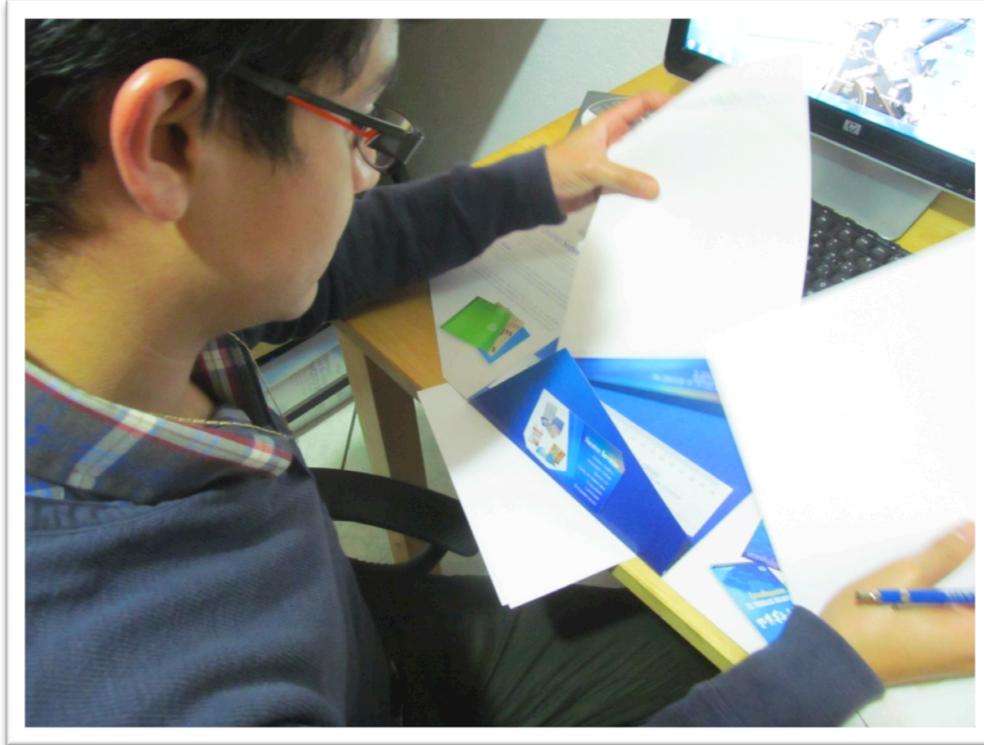


Ingeniero César Menéndez
Gerente General Arte, Color y Texto, S.A. (Cliente)



176





Lic. Abraham Mazariegos
Diseñador Gráfico (Grupo Objetivo)

14.7. Datos de los clientes encuestados

1. Juan Antonio Ciani
Coordinador de Compras Naturaceites S.A.
Empresarial Zona Pradera Torre 4 Nivel 16
Zona 10. Guatemala, Guatemala.
PBX: (502) 2328-5200
jciani@naturaceites.com • www.naturaceites.com
2. Sonia Rodas
Asistente Administrativa Gremial Forestal
Telefax: 2334-6872
PBX: 2380-9000, Ext. 348
administracion@gremialforestal.com
www.gremialforestal.com



3. Enrique Recinos
Área de Información y Documentación
Fundación Myrna Mack
P.B.X.: 2414-0500
erecinos@myrnamack.org.gt

4. Luisa Gatica
Jefe de Servicios
Colegio Internacional SEK
Km. 16.5 Carretera a El Salvador, Cruce a Olmeca, Guatemala
Tel: (502) 6646.9999 • Fax: (502) 6646.9992
luisa.gatica@sekguatemala.com • www.sekguatemala.com • www.sek.net

5. Andrea Porras
Conacaste, S.A.
e.andreaporras@gmail.com

6. Ana Beatriz Sagastume
Gerente de Mercadeo STP Guatemala
Tel. (502) 2223-5003
mercadeo@stpguatemala.com

7. Diana de Muñoz
Encargada de compras e Importaciones
Grupo Lavet
Calzada Aguilar Batres 48-02, zona 11,
Guatemala C.A.
PBX: (502) 2506-2222
compras@grupolavet.com
www.grupolavet.com



8. Astrid Santizo
Recepción - Secretaría
Asociación Nacional de Pesca Deportiva
Tels.: 2366-6910 / 2367-0778
repcionasonapesgua@gmail.com
9. Laura Lemus
Asistente de Gerencia Comercial
Universal Química, S.A.
Tel.: 2311-0300
mercadeo@universalquimica.com
10. Katina Móvil
Asistente Operativa Previene
Diagonal 6, 12-42 zona 10, Edificio Design Center Torre II Of. 809
PBX: 2277-1060 ext. 4101
operaciones@previene.net
www.previene.net
11. Karen Morales
Asistente de Compras Spectrum
Diagonal 6, 10-01, Centro Gerencial Las Margaritas, Torre II 6to. Nivel,
Guatemala, C.A. 01010
PBX: 2470-5300 • FAX: 2470-5320
kmorales@spectrum.com.gt
www.spectrum.com.gt
12. Alexandra Solares
Recursos Humanos Impelsa
4 calle 1-15 zona 10, Guatemala • Tel.: (502) 2312-1400
msolares@impelsa.com • www.impelsa.com



13. Lesby Morales

Asistente de Gerencia y/o Encargada de Eventos
Club de Pesca Deportiva de Guatemala
-Club Náutico-
recepcionasonapesgua@gmail.com

14. Liz Guevara

Asistente de Presidencia
Grupo EMO, S.A.
15 AV. "A" 3-18 ZONA 13, Guatemala, C.A.
Tel.: (502) 2498-4888
lguevara@grupoemo.com
www.grupoemo.com

15. Lilian de León

Asistente de Gerencia General
La Grecia, S.A.
info@lagrecia.com
www.lagrecia.com

16. Lic. Mónica Pinillos

Coordinadora de Mercadeo
Mexichem Guatemala, S.A.
Av. Del Ferrocarril 16-67, Zona 12.
Guatemala 01012, C.A.
PBX: + (502) 2410-1300 Ext. 2443
mpinillos@mexichem.com
www.mexichem.com



17. Rossana Ruiz

Asistente de Gerencia
Siembras Visión, S.A.
5 Ave. 13-75 Zona 14
PBX:(502) 2329-0200
r.ruiz@grupoaptek.com

18. Evelyn Samayoa

Encargada de Compras
Garesa, S.A.
2a. ave. 13-35, zona 17, Bodega No. 11,
Ofibodegas Los Almendros, Guatemala, Guatemala
PBX: (502) 2247-3636 FAX: (502) 2247-3737
guatemala@garesa.co
www.garesa.co

19. Vivian Pacheco de Mendoza

Encargada de Compras CONAMIGUA
Tel.: 2494-8484 ext. 8414
vpacheco@conamigua.gob.gt

20. Mildred Bobadilla

Asistente Administrativa
Centro de Reproducción Humana (CER)
Blvd. Los Próceres, 18 Calle 24-69 zona 10
Zona Pradera, Torre III, 2do Nivel, of. 212
Guatemala, Guatemala
(502)2464-1000 ext. 100
asistente@cerivf.com • www.cer.com.gt



21. Johann Pineda

Coordinador de Mercadeo VisaNet Guatemala

PBX (502) 2424-2828 • FAX (502) 2362-9293

jpineda@visanet.com.gt

www.visanet.com.gt

22. Álvaro Méndez

Coordinador de Mercadeo Grupo Cerca

7 Av. 14-44 zona 9, Edif. La Galería, Nivel 3, oficina 302

Tel.: (502) 2493-3300

alvaro.mendez@grupocerca.com

www.grupocerca.com

23. Abraham Mazariegos

Diseñador Gráfico

Free Lance

Abraham.mazariegos89@gmail.com

