

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos que representan a la empresa Jupiter Tech en medios impresos y digitales, Guatemala, Guatemala 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR

María Celeste González Alvarado

Carné: 14001084

Para optar al título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Guatemala de la Asunción 2017.

Guatemala 11 de abril de 2017

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

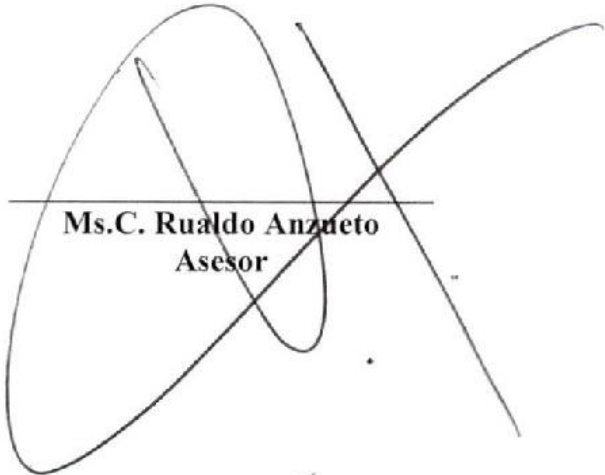
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS QUE REPRESENTAN A LA EMPRESA JUPITER TECH EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



María Celeste González Alvarado
14001084



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 10 de mayo de 2017

Señorita:
María Celeste González Alvarado
Presente

Estimada Señorita González:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS QUE REPRESENTAN A LA EMPRESA JUPITER TECH EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, 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, 24 de abril de 2018

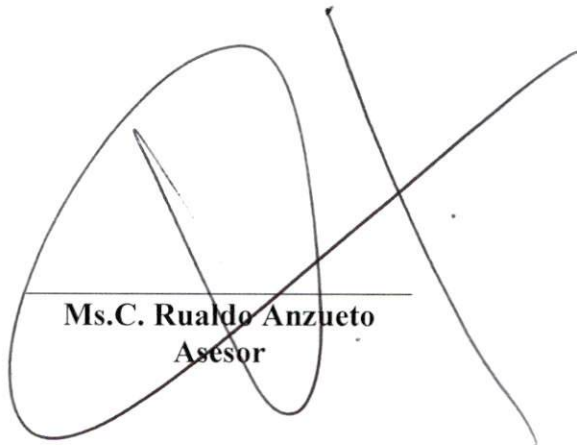
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

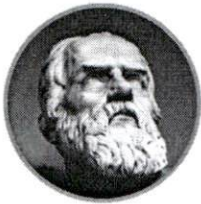
Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS QUE REPRESENTAN A LA EMPRESA JUPITER TECH EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: María Celeste González Alvarado, con número de carné: 14001084, 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,



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de mayo de 2018

Señorita
María Celeste González Alvarado
Presente

Estimada Señorita González:

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, 13 de junio de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

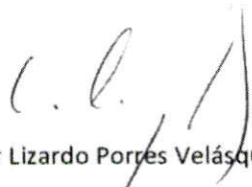
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS QUE REPRESENTAN A LA EMPRESA JUPITER TECH EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2018,*** de la estudiante María Celeste González Alvarado, 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, 15 de junio de 2018

Señorita:
María Celeste González Alvarado
Presente

Estimada Señorita González:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS QUE REPRESENTAN A LA EMPRESA JUPITER TECH EN MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: María Celeste González Alvarado, 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

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Rector.

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza.

Secretario general,

Lic. Leizer Kachler,

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación,

Lic. Rualdo Anzueto,

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación.

Dedicatoria

Resumen o sinopsis

A través del acercamiento con la empresa Jupiter Tech, se identificó que no cuenta con manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa en medios impresos y digitales.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos que representan a la empresa Jupiter Tech en medios impresos y digitales.

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

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

El principal hallazgo, entre otros, es que el diseño del manual de identidad e imagen corporativa va a estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech en medios impresos y digitales. Se recomendó proporcionar el manual a todos los colaboradores de la empresa para la correcta aplicación e implementación de la información que en éste se encuentra especificada.

Hoja de autoría

Para efectos legales únicamente la autora, MARÍA CELESTE GONZÁLEZ ALVARADO, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Portada.	
i. Carta de solicitud de tema. (Estudiante a FACOM).	
ii. Carta de aprobación de tema y asesor. (a) (FACOM a estudiante).	
iii. Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto.	
iv. Carta de información del examen privado.	
v. Carta de corrector de estilo.	
vi. Carta de publicación del proyecto. (FACOM a estudiante.).	
vii. Autoridades de la Universidad.	
viii. Dedicatoria.	
ix. Resumen o sinopsis.	
x. Hoja de autoría.	
Capítulo I	1
1.1 Introducción	1
Capítulo II - Problemática.....	4
2.1 Contexto.....	4
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	4
2.3 Justificación	5
2.3.1 Magnitud.....	5
2.3.2 Vulnerabilidad.....	6
2.3.3 Trascendencia	6
2.3.4 Factibilidad	6
Capítulo III - Objetivos del diseño.....	8

3.1 El 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	12
Capítulo VI - Marco teórico.....	16
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	16
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	18
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	21
6.3.1 Ciencias.....	21
6.3.2 Artes.....	23
6.3.3 Teorías.....	23
6.3.4 Tendencias	24
Capítulo VII - Proceso de diseño y propuesta preliminar	26
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.	26
7.2 Conceptualización.....	28
7.3 Bocetaje.....	30
Capítulo VIII - Validación técnica.....	75
Capítulo IX - Propuesta gráfica final	97
Capítulo X - Producción, reproducción y distribución	130
Capítulo XI - Conclusiones y recomendaciones	134
11.1 Conclusiones.....	134

11.2 Recomendaciones	134
Capítulo XII - Conocimiento general	136
12.1. Demostración de conocimientos	136
Capítulo XIII - Referencias.....	137
Capítulo XIV - Anexos	142
14.1 Brief de la empresa	142
14.2 Proceso de validación	146
14.2.1 Encuesta	146
14.2.2 Cliente	147
14.2.3 Expertos	148
14.2.4 Grupo objetivo	149

Capítulo I

1.1 Introducción

Jupiter Tech es una empresa que se dedica a desarrollar tecnologías disruptivas en Latinoamérica. Su enfoque es crear, diseñar, desarrollar y lanzar aplicaciones móviles, plataformas web y software para industrias y consumidores. También cuenta con incubación de negocios, ofreciendo oportunidades a emprendedores que quieran iniciar su propio proyecto. La empresa Júpiter Tech no ha podido lanzar su nueva imagen, ya que no cuenta con un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la misma.

La falta de un manual les ha impedido a diseñadores y colaboradores de la empresa, aplicar correctamente la información o elementos de Jupiter Tech en medios impresos y digitales. De acuerdo a esta problemática se estableció diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación del imago tipo y los elementos gráficos de la empresa, así como cualquier información referente a la historia de la empresa, sus productos y su identidad, en material impreso y digital, publicidad y/o cotizaciones.

Por lo tanto, se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos que representan a la empresa Jupiter Tech en medios impresos y digitales.

La elaboración del proyecto se desarrolló a partir de la investigación y recopilación de información relacionada a la empresa a través de un brief y datos adicionales que el

Cliente proporcionó. Además, se investigaron términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a manuales de identidad e imagen corporativa a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta de diseño del proyecto. Dicha investigación permite realizar el diseño y diagramación adecuada para el manual.

El diseño se desarrolló bajo un concepto creativo llamado “Manual innovador y creativo”, que se utilizó como herramienta para efectuar la propuesta gráfica preliminar. Luego se realizaron los bocetos que sirvieron de guía para la elaboración del diseño del manual.

Seguido de esto se procedió a validar la propuesta preliminar a través de un instrumento de medición para recolectar datos en la investigación. En este caso se obtuvieron por medio de una encuesta que contiene preguntas relacionadas a la investigación del proyecto, para conocer la percepción del grupo objetivo, el cliente y los expertos en comunicación y diseño, con el fin de verificar que cumpla con los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y su funcionalidad.

Los resultados obtenidos en la validación de la propuesta preliminar, mostraron que el manual tiene un diseño atractivo, que los colores son muy llamativos y que la información se presenta de forma clara, lo que permite la comprensión de la misma. Finalmente se realizaron cambios mínimos sugeridos por los expertos en comunicación y diseño que contribuyeron a mejorar el diseño del manual de identidad e imagen corporativa.

Como resultado se diseñó un manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech, es visualmente atractivo, en éste se presenta claramente la información relacionada a la empresa, los elementos gráficos de la misma, así como sus aplicaciones y cuadro de valores. En conclusión, el diseño del manual permite que los colaboradores de Jupiter Tech conozcan y apliquen de mejor manera la identidad e imagen corporativa de la empresa.

Capítulo II - Problemática

2.1 Contexto

En el curso de Práctica Supervisada I, se trabajó con la empresa Júpiter Tech, que se dedica a desarrollar tecnologías disruptivas en Latinoamérica. Su enfoque es crear, diseñar, desarrollar y lanzar aplicaciones móviles, plataformas web y software para industrias y consumidores. También cuenta con incubación de negocios, ofreciendo oportunidades a emprendedores que quieran iniciar su propio proyecto. El contacto con la empresa es el Lic. Gerson Ruano, Gerente de Diseño.

Al realizar la práctica en dicha empresa se inició un proceso de renovación de imagen de la misma, lo que creó duda de cómo aplicar el imago tipo de Jupiter Tech y otros elementos gráficos en los diseños, publicidad o cotizaciones. Por lo tanto, se identificó que los diseñadores gráficos de Júpiter Tech no tienen claro cuál es la aplicación correcta de los elementos gráficos de la empresa en medios impresos y digitales.

En base a lo anterior, se determinó como proyecto de graduación, que Júpiter Tech necesita un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos que representan a la empresa en medios impresos y digitales.

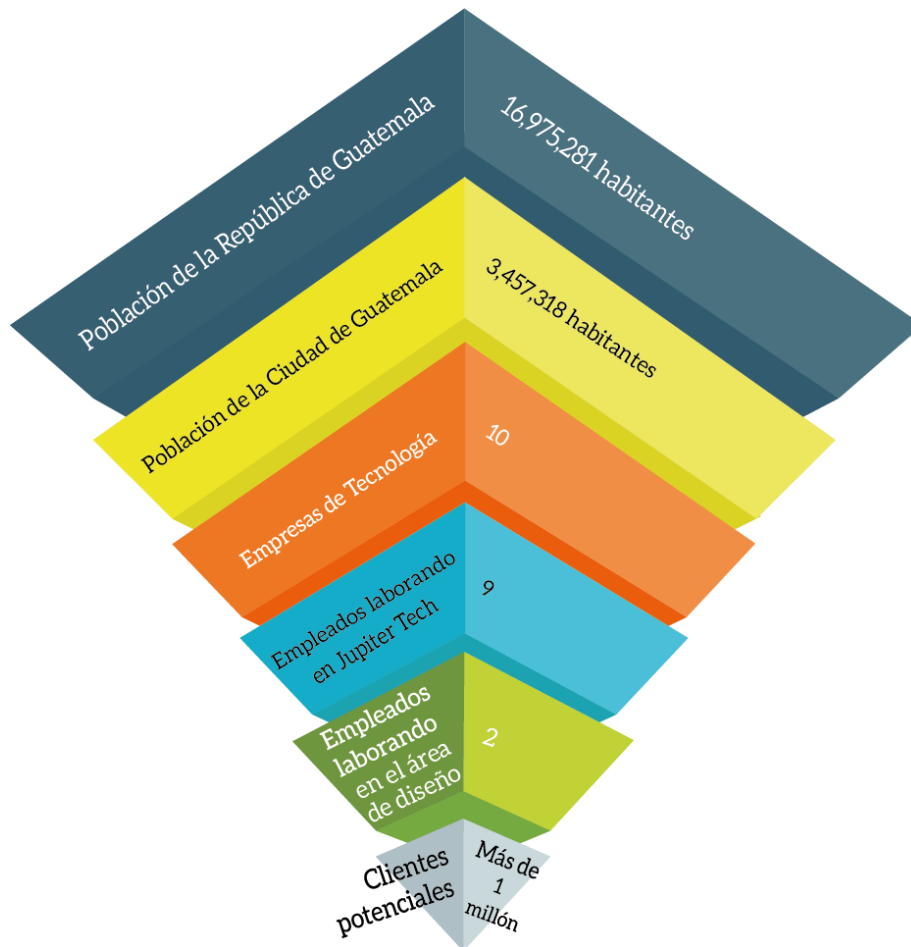
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

La empresa Júpiter Tech no cuenta con un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos que representan a la empresa en medios impresos y digitales.

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: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad. (Se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1 Magnitud



Información obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas, Guatemala.

2.3.2 Vulnerabilidad

Durante la práctica supervisada en la empresa Jupiter Tech, se inició un proceso de renovación de imagen de la misma, lo que creó duda de cómo aplicar el imagotipo de la empresa y otros elementos gráficos en los diseños, publicidad o cotizaciones. Los diseñadores gráficos de Jupiter Tech no tienen claro cuál es la aplicación correcta de los elementos gráficos de la empresa.

Por lo tanto, se determinó que Jupiter Tech necesita un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos que representan a la empresa en medios impresos y digitales.

2.3.3 Trascendencia.

Contar con un manual de identidad e imagen corporativa le permitirá a los Diseñadores conocer y aplicar fácilmente los elementos gráficos de la empresa en medios impresos y digitales, lo que acelerará los procesos de diseño y la productividad de los colaboradores.

2.3.4 Factibilidad.

Diseñar el manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech es factible, ya que se cuenta con los recursos necesarios para realizarlo.

2.3.4.1 Los recursos humanos. La empresa cuenta con el recurso humano adecuado y con la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de los recursos, lo que permite desarrollar el proyecto.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La gerencia de la empresa está dispuesta a facilitar la información y brindar el apoyo necesario que se requiere para la elaboración del diseño del manual de identidad e imagen corporativa.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La empresa cuenta con los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. La organización cuenta con el equipo y las herramientas necesarias para la elaboración del diseño del manual de identidad e imagen corporativa.

Capítulo III - Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos que representan a la empresa Jupiter Tech en medios impresos y digitales.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a manuales de identidad e imagen corporativa a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta de diseño del proyecto.

3.2.2 Recopilar información acerca de la empresa Jupiter Tech a través de un brief y datos adicionales que el cliente proporcione para incluir en el contenido del manual que será utilizado por los diseñadores.

3.2.3 Diagramar la información relacionada a la identidad e imagen corporativa de la empresa, en el manual para facilitar la visualización y aplicación de los elementos gráficos de Jupiter Tech.

Capítulo IV - Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Historia

Jupiter Tech es una empresa que se dedica a desarrollar tecnologías disruptivas en Latinoamérica. Su enfoque es la creación, diseño, desarrollo y lanzamiento de aplicaciones móviles, plataformas web y software para industrias y consumidores.

La tecnología que desarrollan es tan fácil de interactuar que hasta un niño de ocho años podría utilizarla. En Jupiter Tech se preocupan por realizar desarrollos complejos e importantes y hacerlos amigables y simples para los usuarios.

La empresa también tiene la división de incubación de negocios, en la que ofrecen a emprendedores que deseen crear algún tipo de desarrollo tecnológico y no tienen los recursos para hacerlo, que se acerquen y presenten su proyecto. Si es de interés de la empresa, lo desarrollan y piden un porcentaje de participación del proyecto al brindarles todo el soporte técnico.

Misión

“Revolucionar el futuro con tecnología disruptiva”.

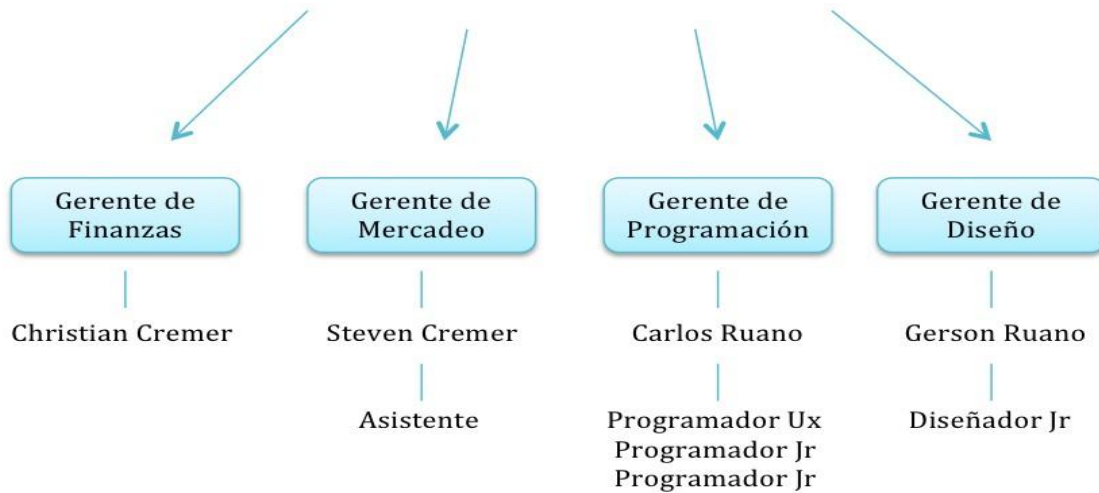
Visión

“Llevar a Guatemala a la era tecnológica”. Productos

Aplicaciones Móviles, Web Apps, Software, Plataformas Digitales, Incubación, Internet de las Cosas (IOT).

Organigrama:

Junta Directiva



Socios:

1. Christian Cremer (Finanzas)
2. Steven Cremer (Marketing)
3. Carlos Ruano (Programador)
4. Gerson Ruano (Diseñador)

Equipo:

Osman Cruz (Fronted)

Pablo Curumako

(Backend)

Gustavo Salas (Desarrollador de apps)
Alejandro García (Diseñador)

Guillermo Pérez (Marketing)

Foda:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Conocimientos amplios sobre tecnología.2. Equipo cuadrado Perfecto (En cuanto a cargos esenciales para la empresa).3. Desarrollo de tecnologías propias.	<ol style="list-style-type: none">1. Crecimiento de la aceptación de las empresas a las tecnologías disruptivas.2. Desarrollo de nuevas formas de implementación tecnológica.3. Posicionamiento en uno de los mercados más grandes del mundo (tecnología).
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Equipo de operaciones relativamente pequeño.2. Poco tiempo de experticia en el mercado.3. Tiempos de espera superiores a la competencia por proyecto.	<ol style="list-style-type: none">1. Que Guatemala no esté lista para la implementación de nuestra tecnología.2. Pensamiento de “a la vieja escuela” de algunos empresarios mayores.3. Absorción del mercado de parte de los competidores más grandes.

Capítulo V - Definición del grupo objetivo

Se trata de un grupo de personas que trabajan en la empresa Jupiter Tech, comprendidas en tres departamentos. El departamento de diseño en el que actualmente laboran dos personas, se encargan de realizar piezas gráficas para la publicidad y promoción de la empresa y cotizaciones para clientes potenciales.

El departamento de Marketing se encarga de difundir la imagen de la empresa en el exterior para que llegue a 500 personas por publicación en redes sociales.

El departamento de Programación son las personas encargadas del desarrollo de la plataforma de la página web de Jupiter Tech, para que los clientes potenciales puedan tener fácil acceso a la información de la empresa.

5.1 Perfil geográfico

La ciudad de Guatemala es la capital de la República de Guatemala, fue fundada en 1776, luego de que un terremoto devastador destruyera la antigua capital, “La ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala”, que se conoce actualmente como Antigua, Guatemala. La actual capital se extiende a lo largo del Valle de la Ermita con alturas que varían entre los 1500-1600 (msnm) y las temperaturas medias oscilan entre los 12 y 28 °C, extensión territorial de 996 km. Está localizada en el área sur-centro del país y cuenta con gran cantidad de áreas verdes.

De acuerdo con el último censo que se realizó en la ciudad, sus habitantes son 2.149.107 personas, pero considerando su área metropolitana de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, alcanza un estimado de 4.703.865 habitantes en 2015, que la convierte en la aglomeración urbana más poblada y extensa de Centroamérica.

5.2 Perfil demográfico

5.2.1 Edad. 20 a 25 años.

5.2.2 Género. Masculino y femenino.

5.2.3 Ingresos. Nivel socioeconómico C-.

5.2.4 Ocupación. Diseñadores gráficos.

5.2.5 Educación. Nivel medio completo, estudios universitarios.

CARACTERÍSTICAS	Nivel C-
EDUCACIÓN	Media completa
DESEMPEÑO	Comerciante, vendedor, dependiente.
INGRESO	Piso Q8 mil
VIVIENDA	Casa/departamento rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala.
OTRAS PROPIEDADES	
PERSONAL DE SERVICIOS	Eventual.
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores en escuelas, hijos mayores en Universidad estatal.

POSESIONES	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro.
BIENES DE COMODIDAD	1 teléfono, 1 celular, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos.
DIVERSIÓN	CC, parques, estadio.
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	1 cuenta en Q ahorro, Tc local.

5.3 Perfil psicográfico

5.3.1 Intereses. Tecnología, superación personal, tendencias de diseño, conocimiento de programas, innovaciones tecnológicas y herramientas de diseño gráfico que le ayuden al desarrollo de su trabajo.

5.3.2 Hábitos. Altamente informado, conocimientos de los dispositivos con conexión a internet y su funcionamiento. Tener en cuenta las tendencias de diseño para estar al día en relación al diseño actual. Fijar metas específicas para programar un tiempo estimado y cumplirlas de la mejor manera. Aprender de los errores y poner en práctica lo aprendido en cada experiencia.

5.3.3 Actividades. Usuario de nuevas tecnologías y aplicaciones móviles. Posee capacidades, actitudes y habilidades que le permiten desarrollar con eficacia cualquier proyecto de diseño que se requiera en la empresa. También le da forma a los mensajes dirigidos al público objetivo deseado.

5.4 Perfil conductual

5.4.1 Comportamientos. Eficiente, debe saber escuchar e interpretar el briefing y los objetivos del cliente para poder expresar el mensaje que se quiere transmitir. Creativo, organizado y poseer la capacidad de resolver problemas. Actitud positiva y perseverante.

5.4.2 Personalidad. Responsable, posee una cultura digital. Flexibilidad de pensamiento, disciplina, tolerancia, receptivo a las opiniones y críticas. Visión artística, líder, buena capacidad para adaptarse a cambio del entorno e interés en obtener más conocimientos por su propia cuenta.

Capítulo VI - Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa de tecnología. Es una empresa que basa su actividad empresarial en desarrollar tecnologías orientadas al mercado. Se dedica a la comercialización y rentabilización de productos y servicios innovadores, crea, diseña y lanza aplicaciones móviles, plataformas web y software para industrias y consumidores.

Recuperado de: <https://www.ovtt.org/empresa-base-tecnologica>

6.1.2 Tecnologías disruptivas. “Son tecnologías cuya aplicación rompe con el que existía hasta el momento”, apunta Carlos Martín, profesor del máster Master of Science in IT Strategic Management de la UPF Barcelona School of Management.

Vergoñós, M. (2015). Actualizado: 2015. La Vanguardia: *¿Qué es la tecnología disruptiva?*.

Recuperado de:

<http://www.lavanguardia.com/economia/management/20150701/54433059777/tecnologia-disruptiva-innovacion.html>

6.1.3 Aplicaciones móviles. Una aplicación móvil o *app* es un programa de *Software* para un sistema informático que se diseña con el fin de ejecutarse en teléfonos inteligentes, tabletas y cualquier dispositivo móvil. Se encuentran a través de plataformas de distribución, según la compañía de los sistemas operativos móviles como Android, iOS, Windows Phone, entre otros.

Se pueden encontrar aplicaciones móviles gratuitas y otras de paga; en promedio entre el 20 y 30% del costo de una aplicación es para el distribuidor y el resto es para el desarrollador.

Gracias al auge del desarrollo de los dispositivos móviles, el término *app* se volvió tan

popular que en 2010 la American Dialect Society lo denominó como Word of the Year (Palabra del año).

Santiago, R., Trbaldo, S., Kamijo, M., & Fernández, Á. (2015). *Mobile learning: nuevas realidades en el aula*. Barcelona, España: Editorial Grupo Océano.

<http://www.digital-text.com/FTP/LibrosMetodologia/mlearning.pdf>

6.1.4 Plataforma web. Una plataforma web se conforma de elementos adicionales a una página web como aplicaciones móviles, carritos de compras, formularios, entre otros, además de la integración entre éstas y otros servicios externos. Con la función de darle una solución a la necesidad del cliente y el mercado.

Plataformas web: soluciones a la medida. (s/f). LuisROC. Recuperado de:

<http://www.luisroc.com/servicios-plataformas-web.php>

6.1.5 Software. Es la parte inmaterial de un sistema informático, son datos y programas necesarios para que la parte física de un ordenador (Hardware), funcione y produzca los resultados esperados. Es necesario que al momento que un ordenador realice una tarea, se le indique qué y cómo la debe realizar. Las órdenes se convierten en instrucciones elementales y en conjunto se les denomina programa. Por lo tanto, el software es un conjunto de programas diseñados con el fin de controlar la actividad del ordenador y transformar los datos en resultados.

de Pablos Heredero, C. (2004). *Informática y comunicaciones en la empresa*.

Madrid, España: ESIC Editorial.

6.1.6 Desarrollo tecnológico. Dirigir el conocimiento y la investigación tecnológica para producir materiales, dispositivos, sistemas o métodos; incluyendo el diseño, desarrollo, mejora de prototipos, procesos, productos, servicios o modelos organizativos.

Recuperado de: <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/el-conacyt/desarrollo-tecnologico-e-innovacion>

6.1.7 Soporte técnico. Servicios que proporcionan asistencia para las empresas y los usuarios puedan utilizar de la mejor manera sus productos o servicios, ya sea hardware o software de una computadora, de un servidor de Internet, periféricos, artículos electrónicos, maquinaria, o cualquier otro equipo o dispositivo. El soporte técnico se puede brindar a distintos medios, desde el correo electrónico, chat, hasta software de aplicaciones. Pérez, J. (2012).

Definicion.de: *Definición de soporte técnico*. Recuperado de: <https://definicion.de/soporte-tecnico/>

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Es un proceso para tratar de entender y hacerse entender, intercambiando pensamientos, sentimientos, acuerdos, comentarios, a través de diferentes medios. Se puede decir que es el instrumento que ayuda a la revitalización y el desarrollo de las sociedades. Tiene que existir retroalimentación y un orden en el proceso para que el emisor transmita su mensaje.

Fantoni, Á. L. C. (2015). *Comunicación total 5a edición*. Madrid, España: ESIC Editorial.

6.2.1.2 Comunicación corporativa. Comunica la imagen de una empresa, organización o institución, dirige los mensajes que desea transmitir. Destaca la imagen, postura y valores de una empresa en general, promueve su nombre o reputación más no la compra de productos o servicios específicos. Crea relación y una actitud favorable entre la empresa y sus públicos, ya sean internos o externos, dando a conocer la antigüedad de la empresa, su visión, misión, sus valores, proyectos, responsabilidad social y los beneficios que la distinguen de las demás.

Fantoni, Á. L. C. (2015). *Comunicación total 5a edición*. Madrid, España: ESIC Editorial.

6.2.1.3 Comunicación visual. Es la forma de transmitir ideas e información en formas que se puedan percibir con la vista, a través de un medio visual como carteles, tipografías, dibujos, ilustraciones, publicidad animación y recursos electrónicos. Un texto acompañado de una imagen tiene mayor impacto para informar o persuadir al público.

Fantoni, Á. L. C. (2015). *Comunicación total 5a edición*. Madrid, España: ESIC Editorial.

6.2.1.4 Manual de identidad e imagen corporativa. Es una guía de instrucciones que indica el uso de la identidad visual de una empresa, se establecen las pautas de construcción del logotipo, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. Toman mucha importancia al momento de transmitir su información de manera necesaria, a las personas que tengan que desempeñar una actividad específica dentro y fuera de la empresa. También se utiliza de manera frecuente respecto al ámbito corporativo. Éste provee las posibilidades que tiene un colaborador de aplicar en su trabajo, los conceptos, bases y guías que en él se encuentren; desde la identidad corporativa a la imagen visual de la empresa, ya sea para el uso cotidiano o para situaciones extraordinarias.

6.2.1.5 Identidad corporativa. Es la manifestación física de la marca, se transmite a través de mensajes publicitarios, identificación visual, papelería, logotipo, slogan, folletería y más; que intentarán llamar la atención de cada individuo del grupo objetivo, para que puedan crear su propia interpretación.

Fantoni, Á. L. C. (2015). *Comunicación total 5a edición*. Madrid, España: ESIC Editorial.

6.2.1.6 Imagen corporativa. Es la percepción del público en relación a una institución, como un todo o un “cuerpo” (Corporativo). Resultado de la interacción entre identidad, acción, cultura y comunicación. También hace referencia a los valores y principios que conforman la empresa y la forman en la cual interactúa con los clientes.

Costa, J. (2003). Imagen corporativa. *Influencia en la gestión*.

6.2.1.7 Branding. Es un anglicismo que se utiliza en mercadotecnia para hacer referencia al proceso de crear o construir una marca, como el desarrollo y mantenimiento de los elementos que la identifican ante el público. Permite posicionar la marca y ubicarla en la mente de los consumidores, implica su identificación visual pero también la forma de comunicar la misma.

¿Cómo se define el branding de una marca?. (2015). MglobalMarketing. Recuperado de: <https://mglobalmarketing.es/blog/como-se-define-el-branding-de-una-marca/>

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Es la creación de ideas y conceptos en forma gráfica con el fin de comunicar un mensaje. Cualquier diseño tiene un fin comunicativo. Es un instrumento que facilita la comunicación, aporta eficacia, orden, facilidad de comprensión, y belleza a los mensajes. Abarca vallas publicitarias, folletos y flyers, carteles y posters, catálogos, logotipos, empaques, envases, etiquetas, material promocional, entre otros.

Ofrece información de productos o servicios, siendo significativo para el grupo objetivo, claro, sencillo y directo, creativo y verosímil.

6.2.2.2 Diseño gráfico. Como industria nació en el período de la Revolución Industrial a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX. Es aquí donde la clase trabajadora logra disponer de tiempo y dinero para comprar y realizar otras actividades. Su objetivo es informar al público de productos, servicios, acontecimientos o ideas que sean de interés común, busca aclarar un mensaje y convertirlo en una experiencia emocional. El diseño gráfico es la organización ideal de los elementos gráficos con el fin de cumplir una función de comunicación, toma una idea y le da forma visual para expresar un mensaje unificado apoyado por imágenes, símbolos, colores, además de materiales tangibles como afiches o volantes e intangibles como un anuncio digital para que las personas lo entiendan.

6.2.2.3 Diseño visual. Se utiliza para atraer la atención del público, transforma los datos en formas visuales tomando en cuenta la percepción, utilizando las nuevas tecnologías. Es la parte más llamativa de un diseño, es lo que se aprecia mejor y más rápido por el público.

6.2.2.4 Color. Es una de las percepciones sensoriales que genera más reacciones, ya sean conscientes o inconscientes, en el ser humano. Esto gracias a la luz y a la capacidad de los órganos visuales para transmitir dichas sensaciones al cerebro. Conocer y dominar el uso del color en el diseño ayuda a comunicar el mensaje de una forma eficaz y causar una sensación de personalidad en la pieza.

Ambrose, G., Harris, P. (2006). *Color: m. sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.* Parramón.

6.2.2.5 Diagramación. Es distribuir y organizar los elementos, tanto de texto como de imagen, en el espacio de una pieza gráfica, por medio de la jerarquización y buscando funcionalidad al transmitir el mensaje con una estética agradable.

Cumpa, L. (2002). *Fundamentos de diagramación: Revistas*. Lima, Perú: UNMM.

6.2.2.6 Imagotipo. Representación gráfica de una marca a través de una o más palabras junto a un icono. Es la fusión de logotipo más isotipo, sin embargo a pesar que trabajan juntos, la parte textual y la parte gráfica están muy bien diferenciadas.

Alcaraz, María. Logotipo, isotipo, Imagotipo e isologo... ¿Qué son y cómo se diferencian?. (2017). *Baética*. Recuperado de: <https://baetica.es/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias.

6.3.1.1 Semiología. Estudia los sistemas de signos, ya sean lenguas, códigos, señales y todos los sistemas de signos como el alfabeto de los sordomudos, señales de tránsito o las formas de cortesía. Según Ferdinand de Saussure es “La ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. Saussure destaca la función social del código. Guiraud, P. (1979). *La semiología*. Siglo XXI.

6.3.1.2 Semiótica. Se puede definir como la ciencia que estudia las diferentes clases de signos y sus reglas, producción, transmisión e intercambio, recepción e interpretación. Por lo tanto, está vinculada a la comunicación y la significación. La semiótica estudia el signo por partes y no como un todo.

Serrano, S. (1981). *La semiótica: una introducción a la teoría de los signos* (Vol. 10). España: Editorial Montesinos.

6.3.1.3 Tecnología. Según Peter Drucker “La palabra tecnología es un manifiesto en cuanto combina *techne* (El misterio de un arte manual) con *logos* (El saber organizado, sistemático y con un fin determinado”. Es un conjunto ordenado de conocimientos que se utilizan en la producción, distribución y uso de bienes y servicios, además permite ayudar a satisfacer necesidades y deseos humanos. No son sólo artefactos o maquinaria, sino que el conocimiento que les permite funcionar y la forma en que la sociedad pueda utilizarlos.

Ferraro, R. A., & Lerch, C. (1997). *Qué Es Qué en Tecnología?: Manual de Uso*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica SA.

6.3.1.4 Marketing. Es la función comercial que identifica las necesidades y deseos del cliente, determina el mejor mercado meta para la organización y diseña productos, programas y servicios para atender a esos mercados. Pero realmente no es únicamente publicidad o ventas, el verdadero marketing no es sólo el arte de vender lo que se produce, sino que saber qué vender o producir. Una empresa puede llegar a ser líder en el mercado cuando entiende las necesidades del público y encuentra soluciones para las mismas, gracias a su valor, calidad y servicio. Sin la satisfacción de los clientes ninguna publicidad puede compensar esa deficiencia.

Kotler, P. (2003). *Dirección de marketing: conceptos esenciales*. México: Pearson educación.

Kotler, P., Armstrong, G. (2001). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

6.3.1.5 Psicología. Estudio científico del comportamiento, conducta y experiencia de cómo los seres humanos sienten, piensan aprenden y conocen, para lograr adaptarse a su medio; además los describe y explica las causas. Determina el comportamiento físico, emocional y

cerebral con el fin de organizar la conducta y experiencia sistemáticamente, para facilitar la comprensión del ser humano.

6.3.1.6 Psicología del consumidor. Es un área que parte de teorías y modelos de la psicología básica para explicar, describir y predecir la conducta humana en relación a los mercados reales. Involucra modelos de investigación y aplicaciones de procedimientos estadísticos con datos referentes a la compra, consumo y sus determinantes para identificar el comportamiento del consumidor el cual está influenciado por variables psicológicas, variables externas y variables económicas.

Escobar, M. S. (2010). La psicología del consumidor: una discusión de su estado actual y aportes al mercadeo. *Artículos en PDF disponibles desde 1994 hasta 2013. A partir de 2014 visítenos en www.elsevier.es/sumapsicol, 1(2), 163-176.*

6.3.2. Artes

6.3.2.1 Tipografía. La palabra tipografía proviene del griego, se divide en tipos que significa golpe y graphos que significa escribir, escritura. Por lo tanto, la tipografía es el arte o técnica de comunicar a través de la palabra impresa por medio de formas artísticas con estilo. Comprende la realización de libros, revistas, folletos, periódicos, afiches, anuncios, rótulos o cualquier pieza impresa que tenga como objetivo transmitir un mensaje mediante palabras. Hoy en día su utilización es muy evidente en la publicidad, el marketing, el diseño gráfico, el arte y todas las actividades visuales en la cual la forma de escribir o representar una palabra tiene mucho valor, se pueden plasmar con trazos finos o más gruesos, con letras encadenadas entre sí (script), con letras sueltas o simples, con serif o sin serif, generando así diferentes sensaciones en las personas que las observan.

McLean, R. (1993). *Manual de tipografía (Vol. 11)*. Ediciones AKAL.

6.3.3. Teorías

6.3.3.1 Teoría del color. Es un grupo de reglas que explican cómo se componen los colores, su clasificación y la forma en que se pueden combinar para obtener el efecto deseado.

Ambrose, G., Harris, P. (2006). *Color: m. sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda.* Parramón.

6.3.3.2 Círculo cromático. Es una rueda que ubica de forma equidistante los colores primarios rodeados por los secundarios y los terciarios, al igual que en el arco iris. Dentro del círculo cromático los colores que se enfrentan entre sí se llaman complementarios y su combinación es clave para la armonía de los conjuntos cromáticos. Una buena composición se obtiene al unir dos colores complementarios de la misma intensidad.

Aubele, C. (2015). *¡Color!: Potenciá tu imagen y estilo de vida con los poderes del color.* Penguin Random House Grupo Editorial Argentina.

6.3.3.3 Teoría de Gestalt. Postula que “La mente configura los elementos que recibe por medio de los canales sensoriales o de la memoria. Dicha configuración adopta un carácter primario sobre los elementos que la conforman. La suma de dichos elementos no nos permite la comprensión del funcionamiento de la mente, lo que postulaban como: el todo es más que la suma de sus partes.”

La teoría de la Gestalt. (2017). Solo Psicología. Recuperado de:

<http://solopsicologia.com/la-teoria-de-la-gestalt/>

6.3.4. Tendencias

6.3.4.1 Diseño plano. (Flat Design) Concepto relacionado al minimalismo y la sencillez en el diseño, utiliza elementos como biseles, brillos, degradados, sombras, texturas, entre otros. A

nivel funcional tiene varias ventajas ya que éste tipo de diseño, al tener menos elementos, reduce el peso de los mismos y optimiza los tiempos de carga.

Olivares, E. (2017). Ernestoolivares.es: Las 17 Tendencias de Diseño Gráfico y Web que debes conocer en 2017. Recuperado de: <https://ernestoolivares.es/tendencias-diseno-grafico-web-2017/>

6.3.4.2 Minimalismo. Corriente artística que busca reducir todos los elementos de un diseño a su mínima expresión. Sólo utiliza elementos mínimos y básicos apelando a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples. Es todo aquello que está reducido a lo esencial y no presenta elementos sobrantes.

Pérez, J., Gardey, A. (2011). Actualizado: 2014. Definicion.de: *Definición de minimalismo*. Recuperado de: <http://definicion.de/minimalismo/>

6.3.4.3 Gradientes y duotonos. Los gradientes o degradados y duotonos son el mismo efecto, consiste en realizar una imagen en dos tonos del mismo color o negro con un tinte de color. Generalmente se le denomina así cuando se aplica en un fondo plano, siguiendo un patrón establecido. El duotono se utiliza con frecuencia para describir el efecto de aplicar únicamente dos colores a una imagen. La técnica de superponer dos colores proviene de la imprenta, pero como parte de una tendencia que está resurgiendo es momento de adaptarlos a los nuevos diseños.

Olivares, E. (2017). Ernestoolivares.es: Las 17 Tendencias de Diseño Gráfico y Web que debes conocer en 2017. Recuperado de: <https://ernestoolivares.es/tendencias-diseno-grafico-web-2017/>

Capítulo VII - Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Ciencias auxiliares.

7.1.1.1 Semiología. La ciencia que estudia los sistemas de signos brinda el conocimiento necesario para aplicar el uso correcto de los signos dentro del diseño y la diagramación del manual, con el fin de utilizarlos en el diseño para transmitir el mensaje adecuado y de la mejor forma al grupo objetivo. Facilita la comunicación del mensaje por medio de signos: colores, imágenes, imagotipo, tipografía y así transmitir el significado del contenido en forma visual para que las personas que lo utilicen, comprendan de la mejor manera el significado del contenido en el manual.

7.1.1.2 Tecnología. Se aplica al utilizar los procedimientos y técnicas de forma lógica y ordenada que permite emplear herramientas para la realización del proyecto, como softwares, el equipo y el conjunto de materiales tecnológicos para diseñar y diagramar el manual. Forman parte el equipo que se utilice para realizar el proyecto, pero también el conocimiento que aplicamos para que funcione y la forma en que se puedan utilizar.

7.1.2 Artes auxiliares.

7.1.2.1 Tipografía. Ya que es el arte o técnica de comunicar a través de la palabra impresa por medio de formas artísticas con estilo, es uno de los elementos principales del proyecto. El arte de la tipografía permite elegir el mejor tipo de letra para utilizar en el manual y así transmitir el mensaje por medio de palabras, de la mejor manera.

Al formar parte de la comunicación visual del diseño, es esencial para llamar la atención del grupo objetivo además de contribuir a generar las sensaciones correctas. Es fundamental para transmitir lo que se quiere comunicar, ya que no es igual el texto de un documento formal al texto de un manual de identidad o diseño publicitario.

7.1.3 Teorías.

7.1.3.1 Teoría del color. Es un grupo de reglas que explican la composición de los colores, como se clasifican y la forma en la cual se pueden combinar para lograr el efecto deseado en un diseño. Se aplica para combinar los colores de la mejor manera aportando valor al diseño y así llamar la atención del grupo objetivo.

7.1.4 Tendencias.

7.1.4.1 Diseño plano. Es una tendencia que hace referencia a un tipo de diseño de interfaz de usuario minimalista, limpio y plano, que generalmente se utiliza en interfaces de usuario gráfico como aplicaciones web y aplicaciones móviles también en material gráfico como posters, banners, artes, documentos de guía y publicidad de productos. Ya que la empresa Jupiter Tech se dedica a éste tipo de productos; el diseño plano se aplica al utilizar la sencillez en el diseño, además de elementos como degradados, sombras, texturas entre otros, haciendo referencia a algún tipo de interfaz o al diseño de una aplicación móvil o web.

7.1.4.2 Minimalismo. Se aplica al reducir todos los elementos del diseño a su mínima expresión, al utilizar elementos mínimos y básicos apelando a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples. Se basa en la geometría elemental rectilínea, el orden, estructura y funcionalidad, precisión en los acabados, reducción y síntesis, sencillez, como se podrá apreciar en los elementos gráficos del diseño del manual.

7.1.4.3 Gradientes y duotonos. Al aplicarle a una imagen dos tonos del mismo color o negro

con un tinte de color para adaptarlo al diseño. Ésta tendencia forma parte del imagotipo de la empresa Jupiter Tech, por lo tanto, podrá aplicarse en el diseño del manual. Se utiliza sobre un fondo plano siguiendo un patrón establecido.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

Mapas mentales:

¿Qué es?

Es una técnica que popularizó Tony Buzan, un investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation. La importancia de los mapas mentales proviene en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. Es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

¿Para qué sirve?

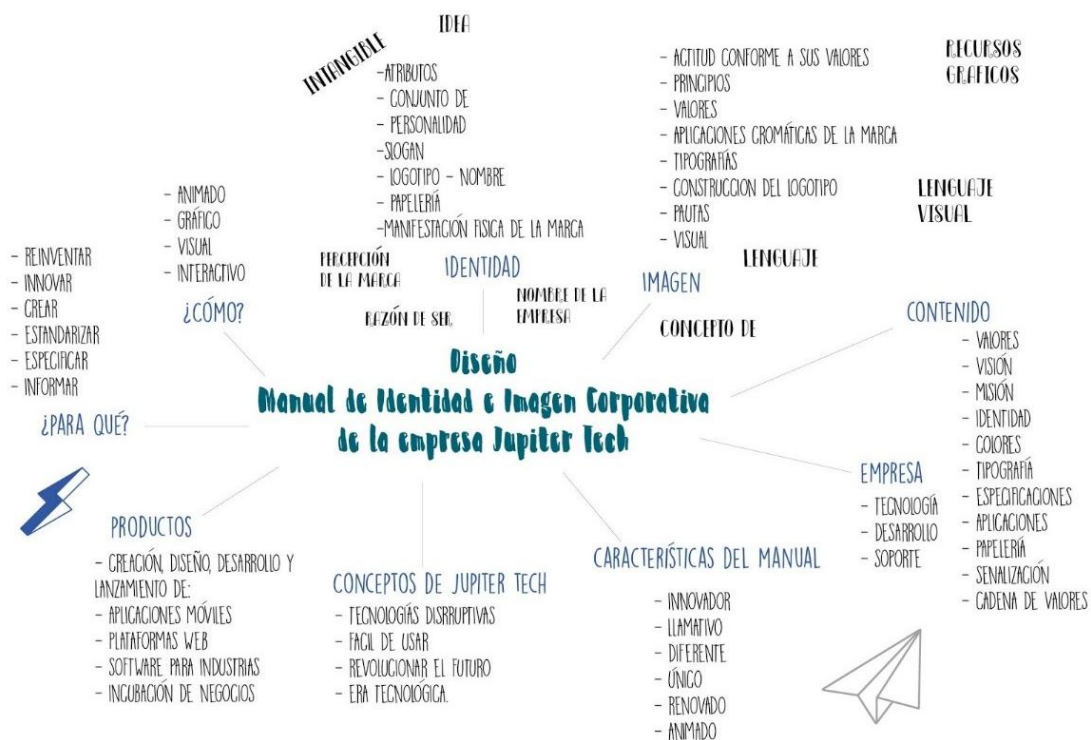
La técnica es de usos múltiples, pero su principal aplicación en el proceso creativo es explorar un problema y generar ideas. En la exploración del problema se recomienda utilizar ésta técnica para obtener distintas perspectivas del mismo.

Recuperado de: <https://www.neuronilla.com/mapas/>

¿Cómo?

- Se toma una hoja de papel, grande o pequeña.
- El problema o tema importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.
- Los temas principales relacionados al tema irradian de la imagen central de forma ramificada.
- De esos temas parten imágenes o palabras claves que se trazan sobre las líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.
- Las ramificaciones forman una estructura nodal.

Los mapas mentales se pueden enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad.



Técnica creativa de Mapa mental para crear el concepto

Las frases que se proponen para definir el concepto son:

- Manual creativo.
- Innovación y creatividad.
- Manual animado.
- La innovación en la animación.
- Manual innovador, animado y creativo / Manual de identidad e imagen corporativa, innovador, animado y creativo.
- Tecnología disruptiva e innovadora.
- Manual innovador y creativo.

7.2.2 Definición del concepto.

Después de analizar las distintas frases que se obtuvieron de la técnica y el proceso creativo, se concretó el siguiente concepto: “Manual innovador y creativo”. Se eligió esta frase, ya que se busca que el manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech sea diferente, mostrando la innovación y creatividad por medio del diseño.

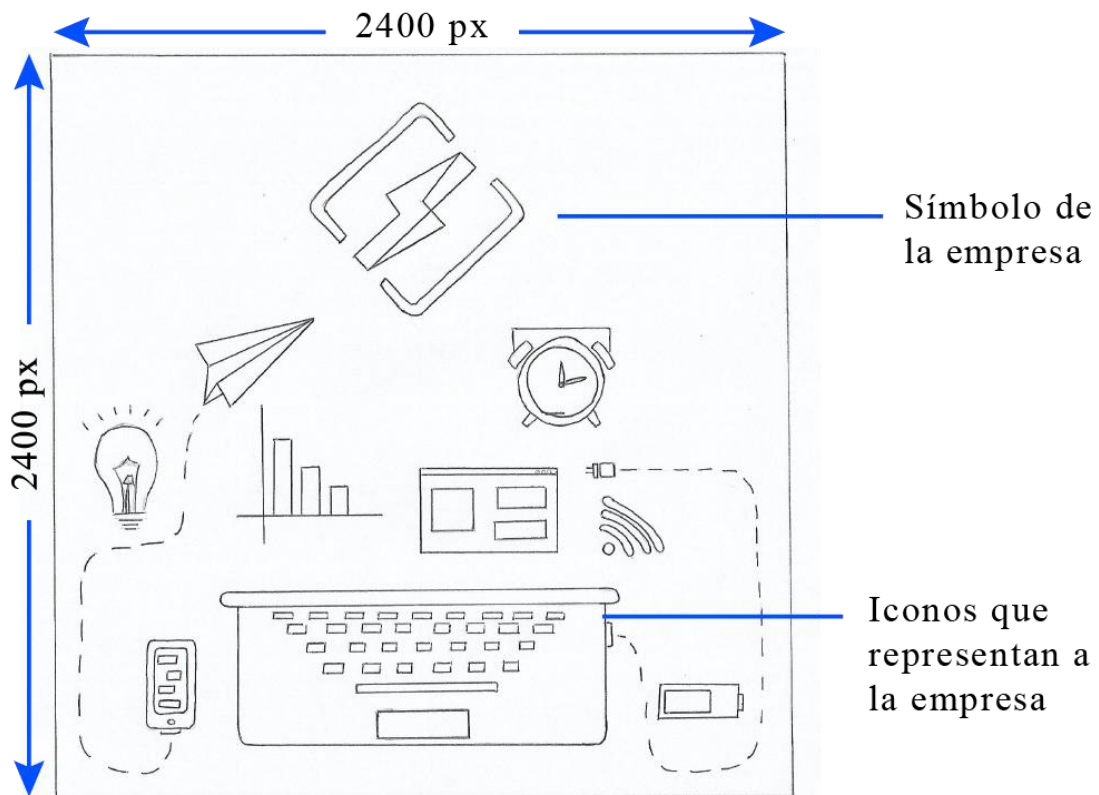
7.3 Bocetaje

Se bocetan manualmente las ideas que surgieron de la conceptualización. Los bocetos representan los elementos de diagramación, composición, tipografía, uso de color, vectores, formas, tamaños y medidas del formato y los elementos del diseño que se utilizan para la propuesta.

Bocetos para la propuesta de diseño del manual

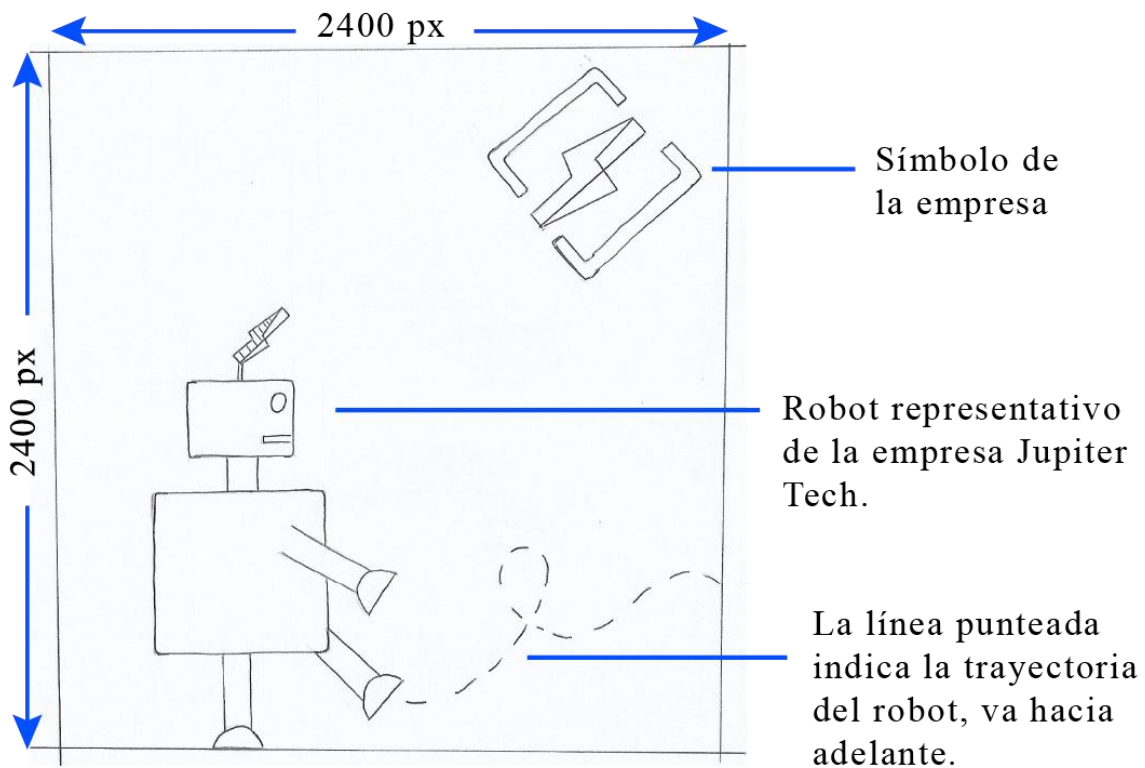
Bocetaje simple:

Portada: Se realizó el boceto para la portada del Manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech. Se agregaron varios iconos que representan el trabajo de la empresa, sus compromisos con el cliente y sus metas. El avión de papel dirigido al símbolo de la empresa simula la misión de la empresa que es “Llevar a Guatemala a la era tecnológica”, siendo Guatemala el avión de papel.



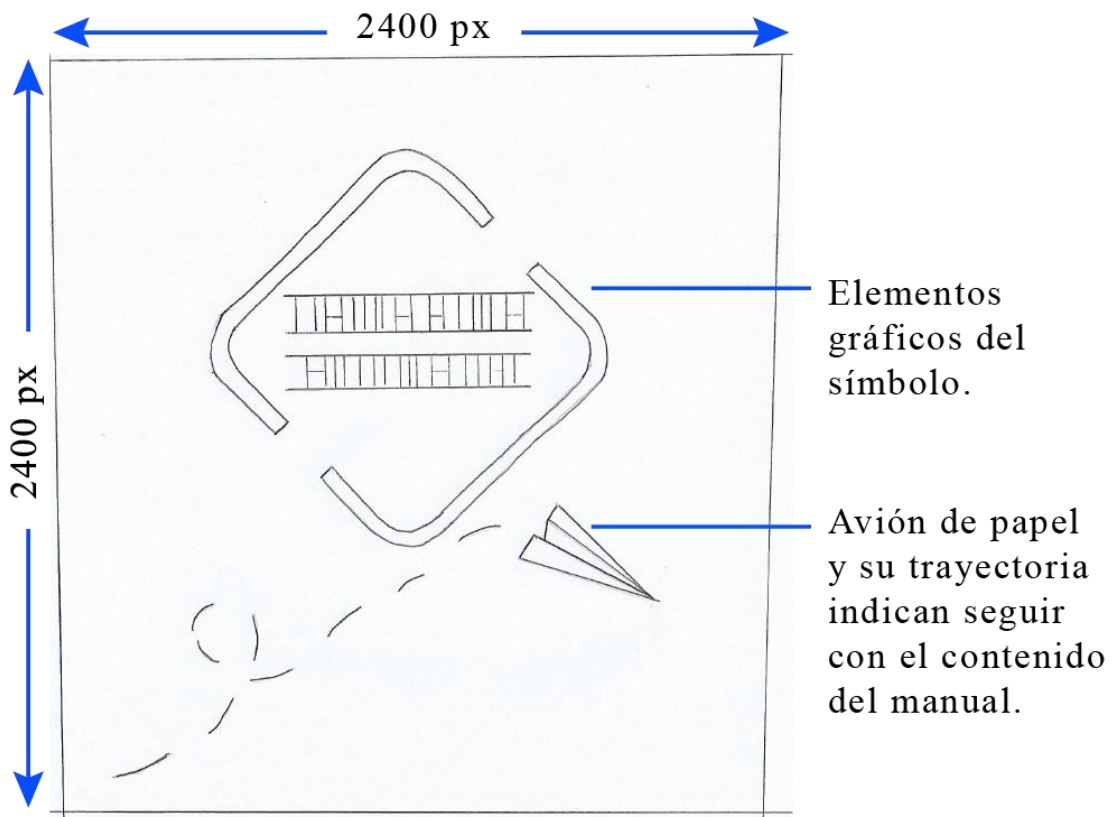
Boceto simple de la portada del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech.

Contraportada: En el diseño de la contraportada se incorpora el símbolo de la empresa y un robot que es representativo de la misma. Al ubicar al robot del lado izquierdo, dirigido a la derecha de la página, indica que va hacia el futuro, ya que la empresa seguirá creciendo y evolucionando para mejorar sus productos y servicios, brindando mayor calidad.



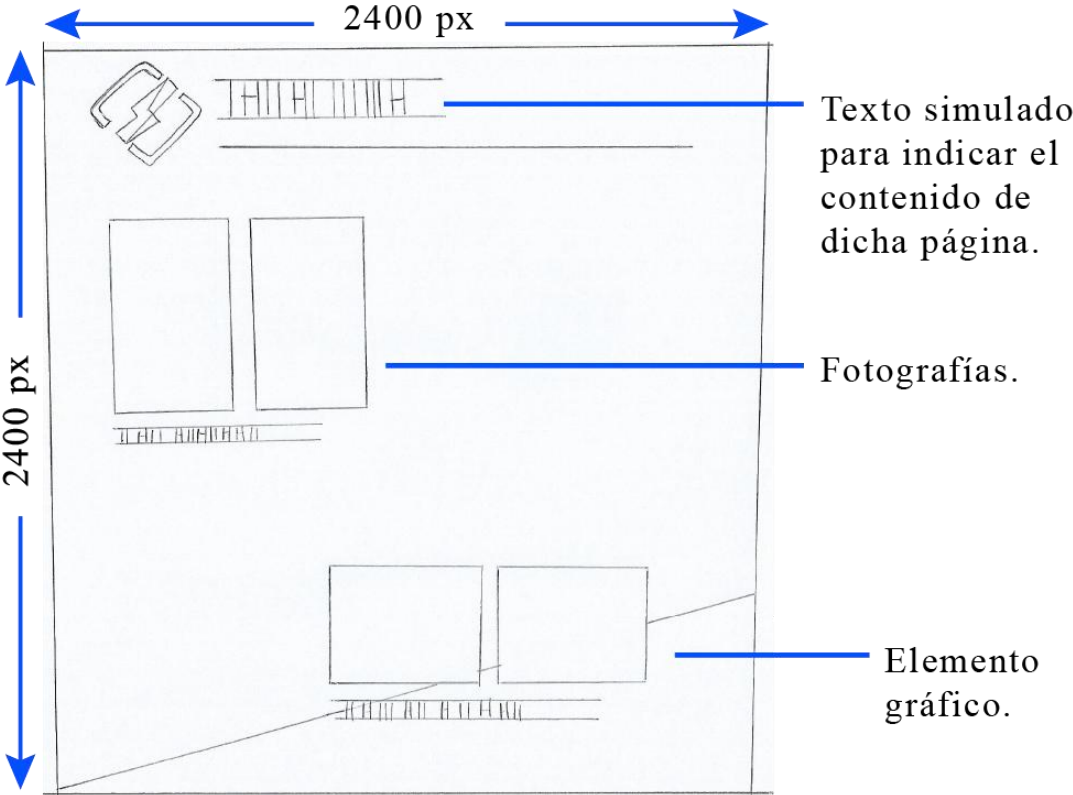
Boceto simple de la contraportada del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech.

Hoja capitular: Se utilizan los elementos gráficos del logotipo de la empresa, que contienen el rayo de Jupiter Tech. Ubicando así, dentro de ellos, el título representado con un texto simulado, indicando la información que se presentará a continuación. De la misma forma el avión de papel y su trayectoria indican cambiar la página para seguir con el contenido del manual.



Boceto simple de hoja capitular del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech.

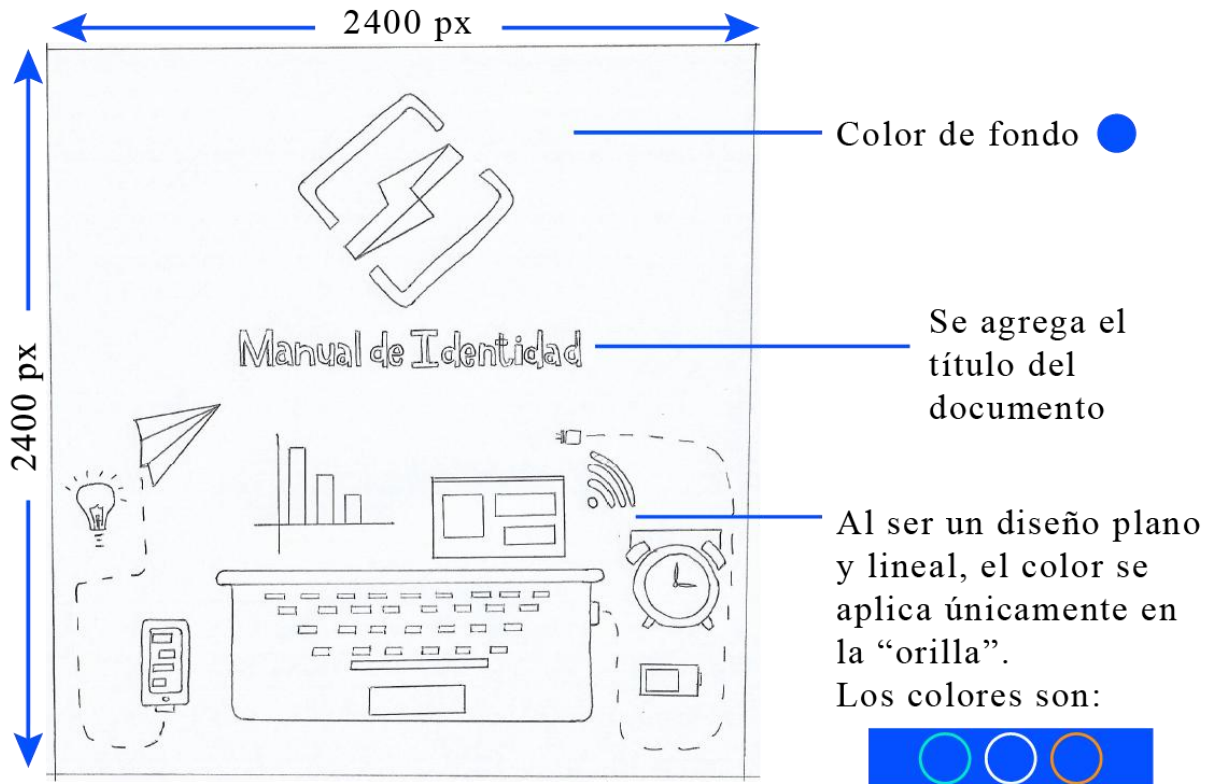
Hojas internas: Se utiliza un diseño minimalista para las páginas internas del manual. En la esquina superior izquierda se ubica el símbolo de la empresa y un texto simulado que indica el contenido que se presenta en dichas páginas.



Boceto simple de una hoja interna del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech.

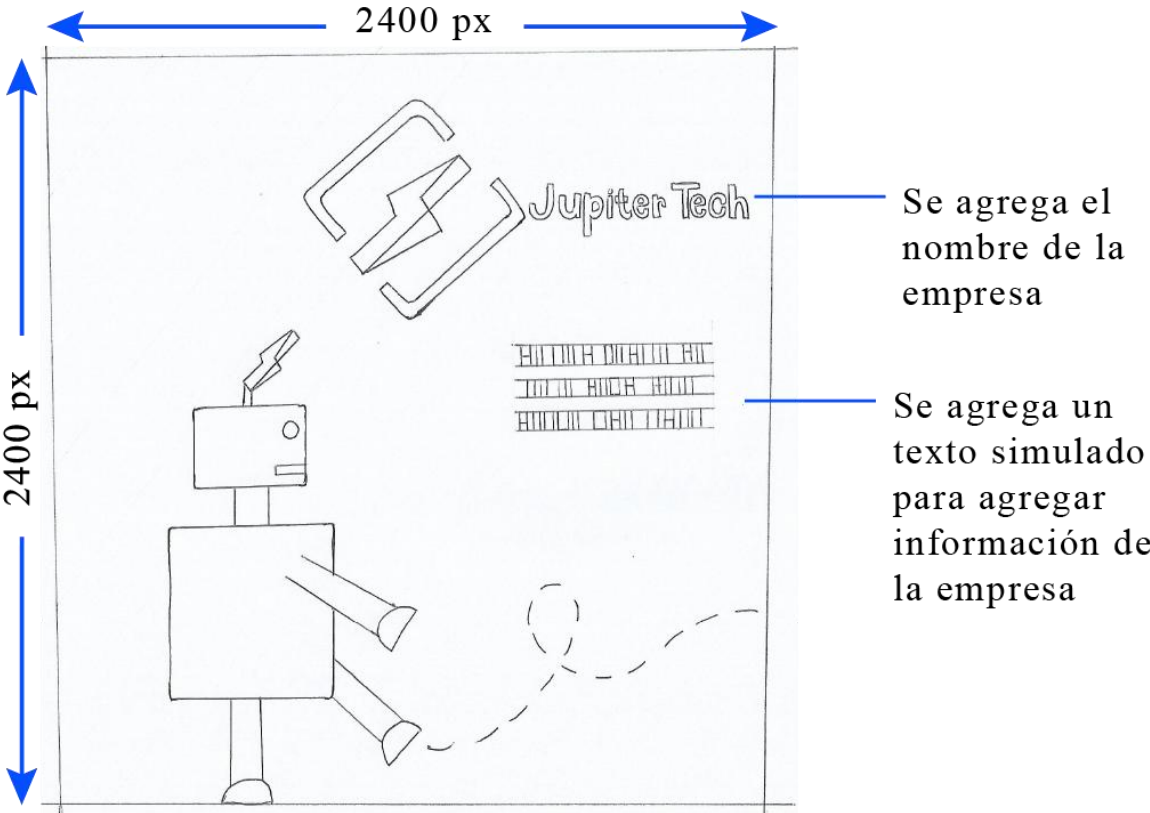
7.3.1. Proceso de bocetaje formal.

Portada: En el diseño de la portada se agrega un texto que indica el titular “Manual de identidad e imagen corporativa”. Ya que el diseño es plano o flat y lineal, se indica el color a utilizar en los iconos.



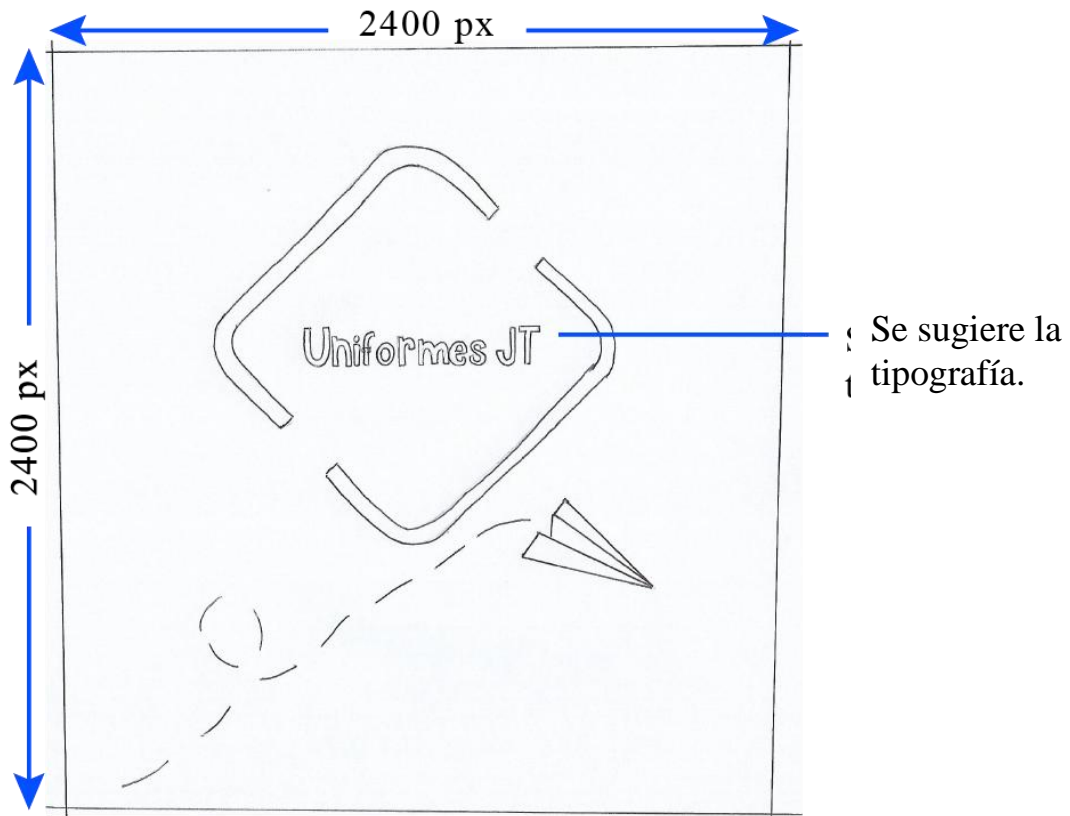
Boceto final de la portada del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech.

Contraportada: Se agrega el imago tipo completo de la empresa Jupiter Tech, por lo tanto, se incluye el nombre de la misma. Además, se agrega un texto simulado para indicar la información de la empresa con el fin de brindar datos específicos que las personas puedan obtener para comunicarse con la empresa. El concepto del robot se mantiene.



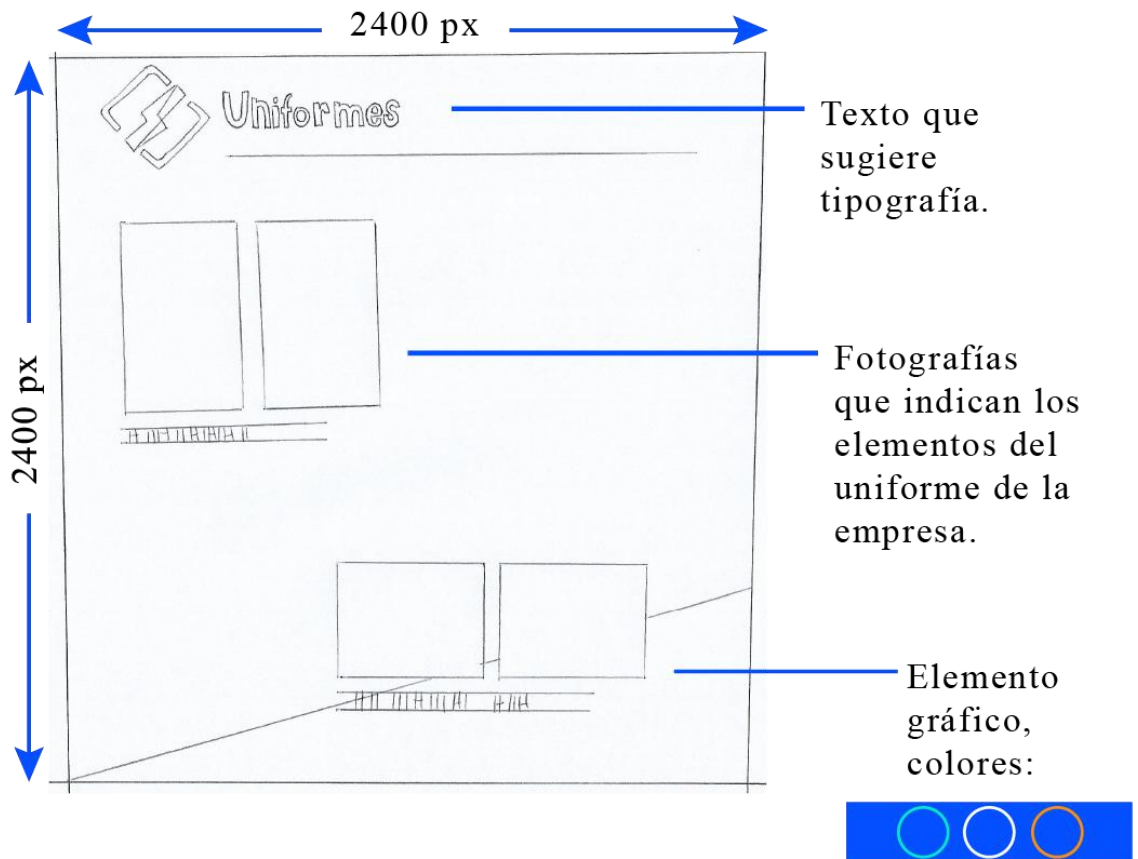
Boceto final de la contraportada del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech.

Hoja capitular: El texto simulado cambia y se sugiere la tipografía a utilizar.



Boceto final hoja capitular del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech.

Hojas internas:

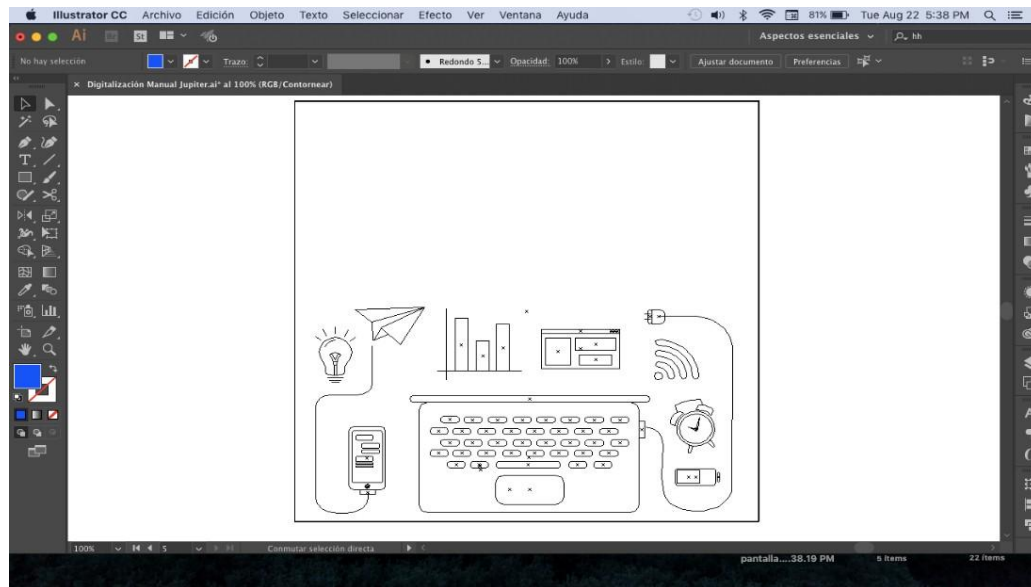


Boceto final de las páginas internas del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa

Jupiter Tech.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

7.3.2.1 Portada.

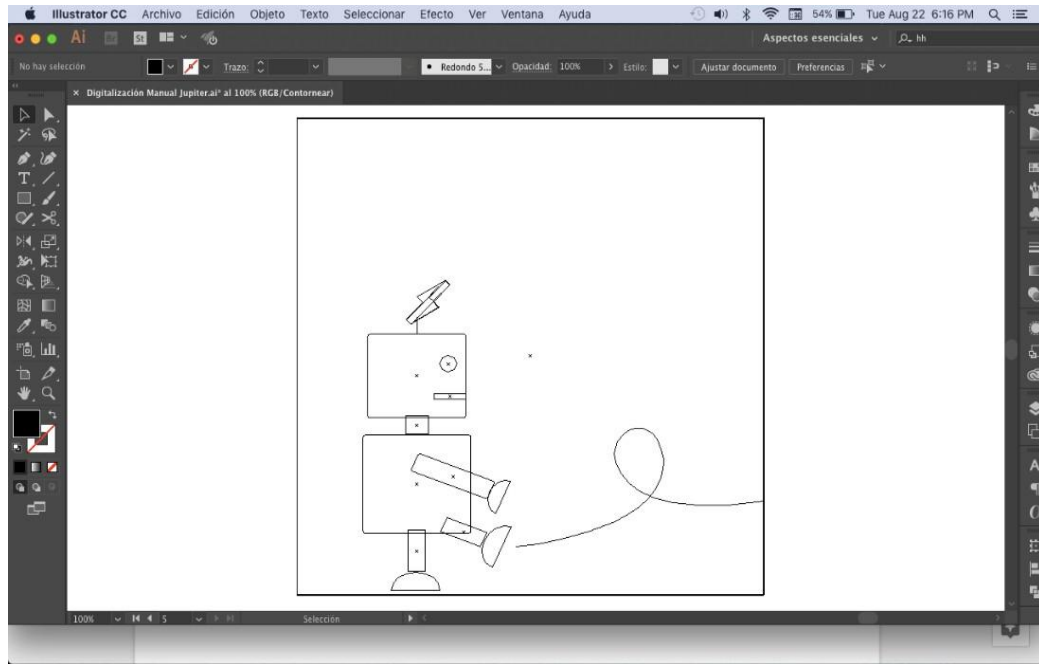


Construcción vectorial de los elementos de la portada en el programa Illustrator CC 2017.

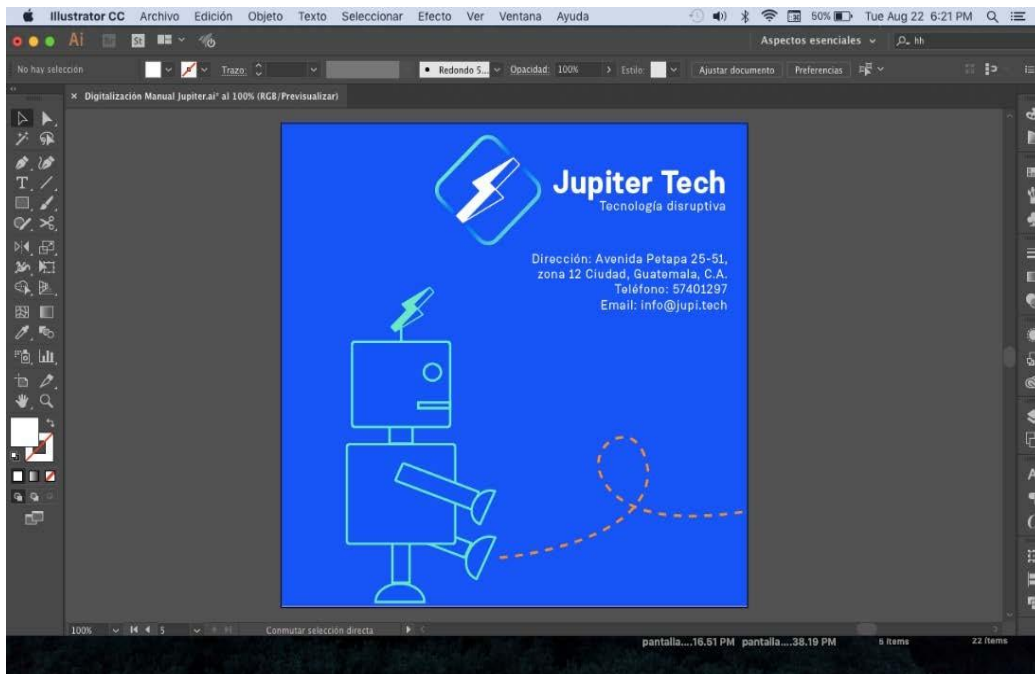


Elementos gráficos integrados en la portada del manual de identidad e imagen corporativa de Jupiter Tech.

7.3.2.2 Contraportada.

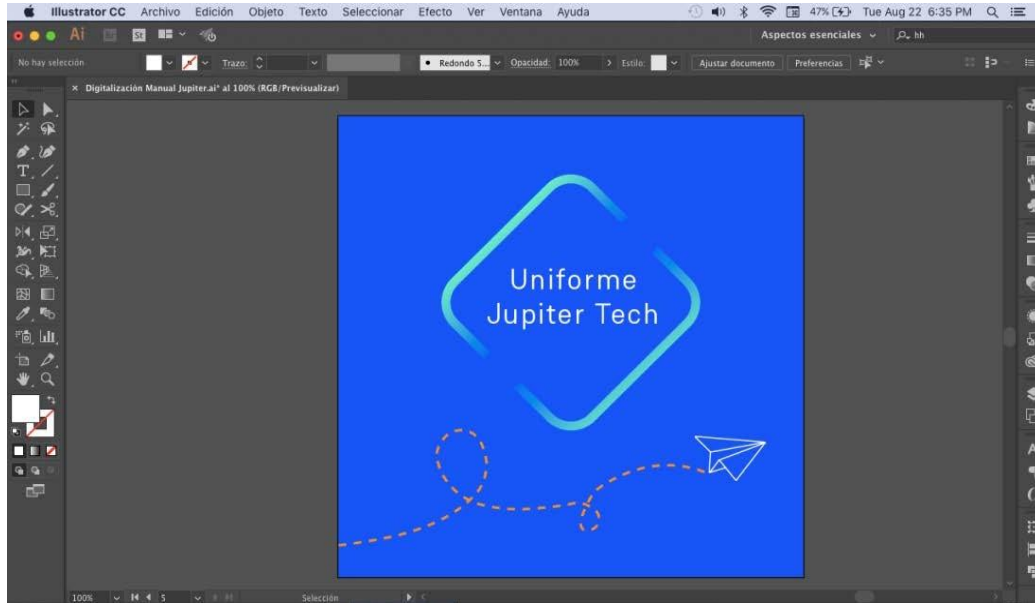


Construcción vectorial de robot representativo de la empresa Jupiter Tech.



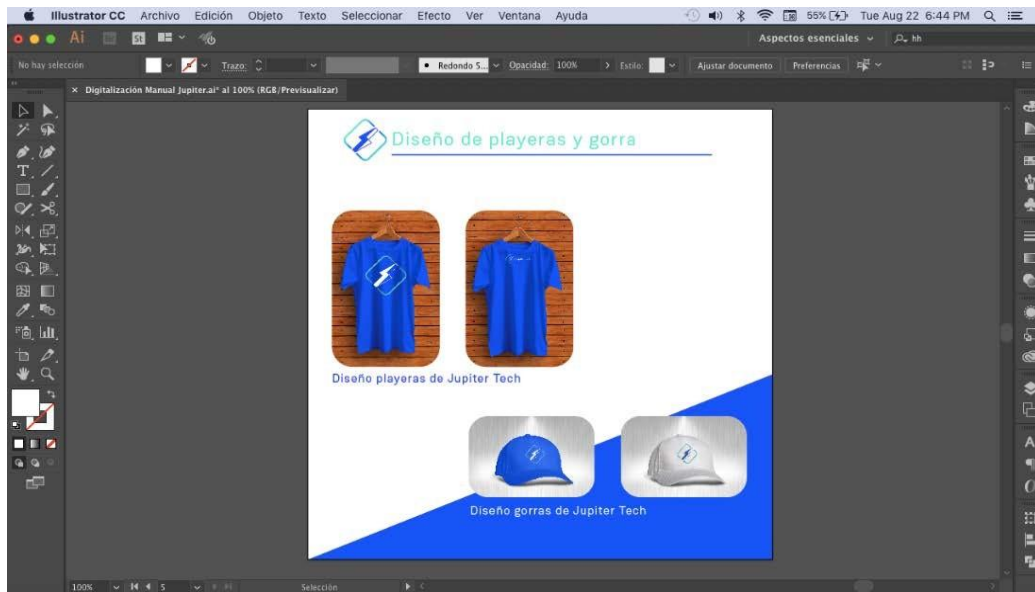
Integración del robot a la contraportada del manual.

7.3.2.3 *Página capitular.*



Digitalización página capitular del manual de identidad e imagen corporativa de Jupiter Tech.

7.3.2.4 *Páginas internas.*



Digitalización páginas internas del manual de identidad e imagen corporativa de Jupiter Tech.

7.4 Propuesta preliminar

Paleta de colores:

	Pantone: 3255 C HEX: #00E8C5	RGB R: 0 G: 232 B: 197	CMYK C: 62% M: 0% Y: 38% K: 0%
	Pantone: 2728 C HEX: #044FFF	RGB R: 4 G: 79 B: 255	CMYK C: 89% M: 67% Y: 0% K: 0%
	Pantone: 144 C HEX: #F19C00	RGB R: 255 G: 144 B: 0	CMYK C: 0% M: 52% Y: 93% K: 0%

Paleta de colores utilizados en el diseño del Manual de identidad e imagen corporativa.

Tipografía: Weissenhof Grotesk

Weissenhof Grotesk Light
Weissenhof Grotesk Light Italic
 Weissenhof Grotesk Regular
Weissenhof Grotesk Regular Italic
 Weissenhof Grotesk Medium
Weissenhof Grotesk Medium Italic
Weissenhof Grotesk Bold
Weissenhof Grotesk Bold Italic

**ABCDEFGHIJKLMNO
 PQRSTUVWXYZÀÁÊ
 abcdefghijklmnopqr
 stuvwxyzàáéíôöü&1
 234567890(\$£€.,!?)**
 ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZÀÁ
 abcdefghijklmnopqr
 stuvwxyzàáéíôöü&1
 234567890(\$£€.,!?)

Medidas del pliego del diseño del Manual de identidad e imagen corporativa:

- Medidas del pliego: Alto 2400 píxeles x 4800 pixeles. (300 píxeles/pulgada).
- Medidas de cada página: Alto 2400 píxeles x 2400 pixeles. (300 píxeles/pulgada).

Las medidas se muestran en píxeles, ya que su publicación será digital.

Propuesta preliminar del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Portada.





Introducción

El presente Manual es una guía de instrucciones que indica el uso de la identidad visual de una empresa, se establecen las pautas de construcción del imago tipo, el uso de las tipografías así como las aplicaciones cromáticas de la marca.

Tiene como fin estandarizar los elementos gráficos y de identidad de la empresa Jupiter Tech, además de la gama de aplicaciones y su uso.

La identidad, la tipografía y los colores corporativos serán utilizados de forma exclusiva para todos los documentos que se editen, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en este manual.

Las normas contenidas en este documento se deben respetar y mantener constantes los lineamientos, a fin de facilitar una difusión única, reforzar y asentar definitivamente su Imagen Corporativa e Identidad Visual.

Propuesta preliminar del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,

Página 4.

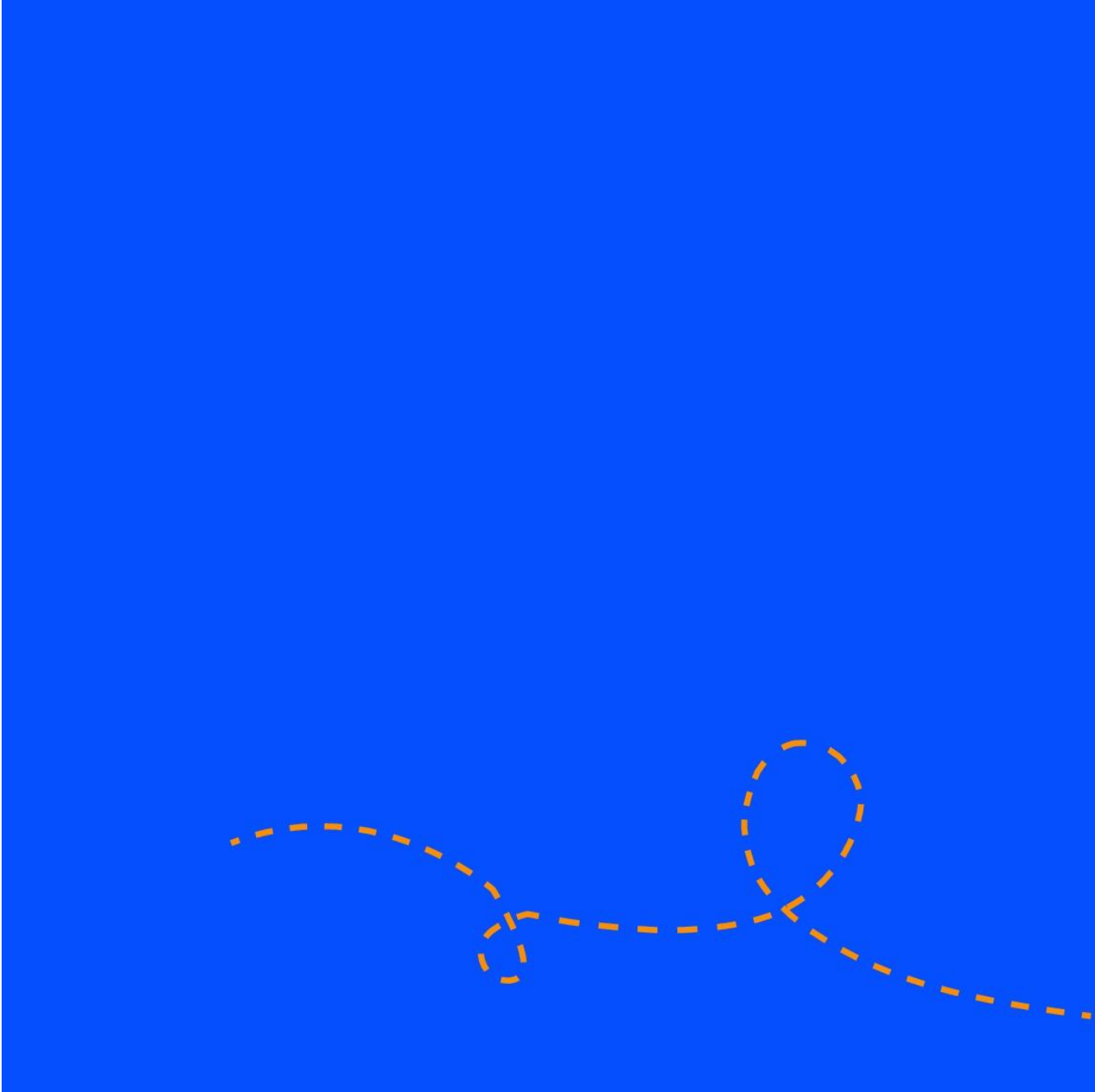


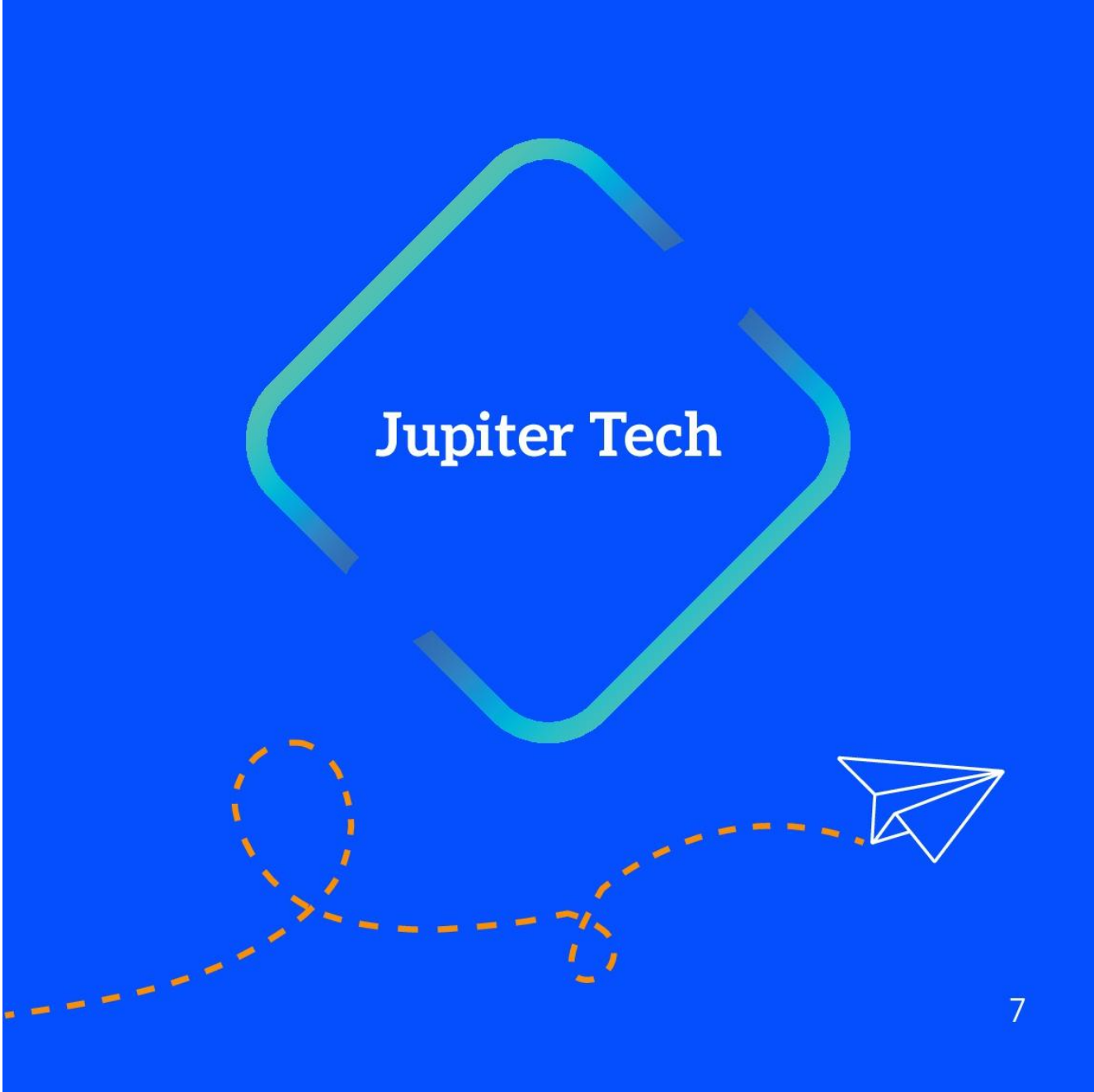
**Manual de Identidad
e Imagen Corporativa
2018**

4

Contenido

Introducción	3
Jupiter Tech	7
Historia	8
Datos de contacto	9
Misión y Visión	11
Misión	12
Visión	13
La Marca	15
Imagotipo	16
Colores Corporativos	18
Tipografía	19
Aplicaciones	21
Playeras	22
Gorras	26
Papelería.....	27
Cadena de Valores	29
Cuadro de valores	30







Historia

Jupiter Tech es una empresa que se dedica a desarrollar tecnologías disruptivas en Latinoamérica. Nuestro enfoque es la creación, diseño, desarrollo y lanzamiento de aplicaciones móviles, plataformas web y software para industrias y consumidores.

La tecnología que desarrollamos es tan fácil de interactuar que hasta un niño de ocho años podría utilizarla. En Jupiter Tech nos preocupamos por realizar desarrollos complejos e importantes y hacerlos amigables y simples para los usuarios.

La empresa también tiene la división de incubación de negocios; nosotros ofrecemos a emprendedores que deseen crear algunas tipo de desarrollo tecnológico y no tienen los recursos para hacerlo a que se acerquen con nosotros y nos presenten su proyecto si es de nuestro interés, lo desarrollamos y pedimos un porcentaje de participación del proyecto y les brindamos todo el soporte técnico.

Propuesta preliminar del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,

Página 9 – Datos para contacto.



Jupiter Tech
Tecnología disruptiva



Datos para contacto:

Nombre de la empresa: Jupiter Tech

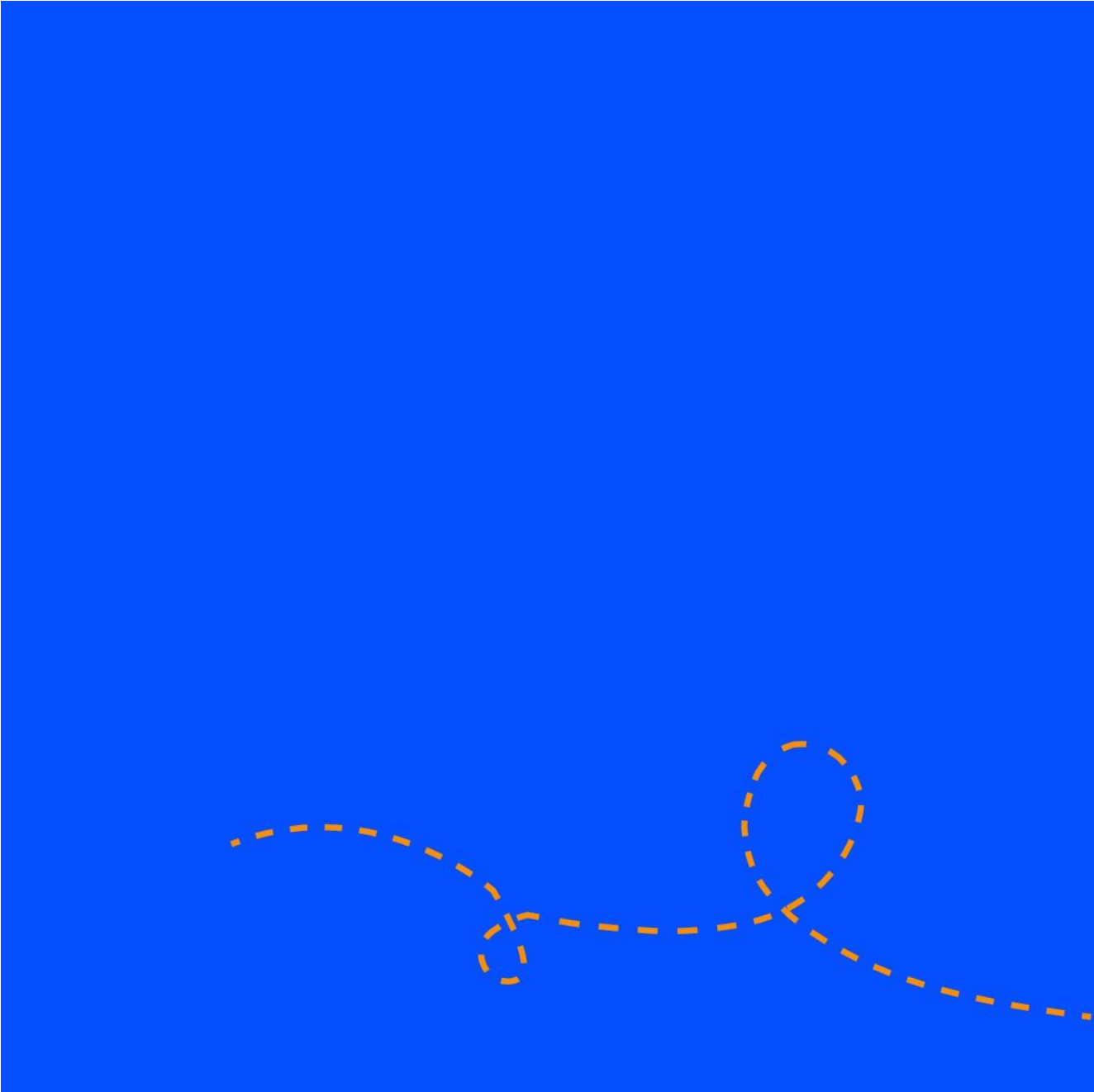
Dirección: Avenida Petapa 25-51, Zona 12

Ciudad, Guatemala, C.A.

Email: info@jupi.tech

Tel: 5740-1297

9







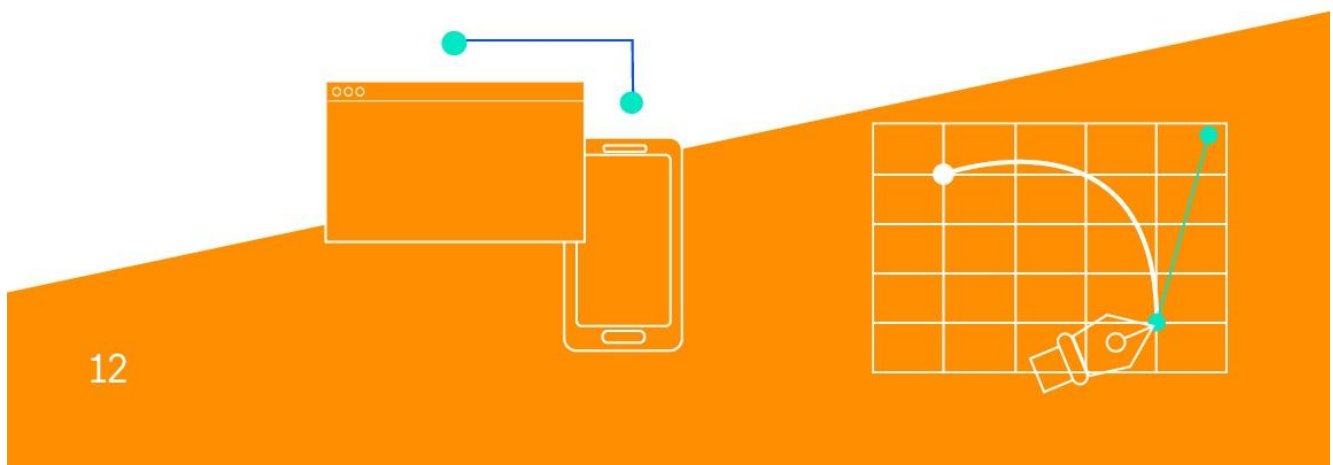
Misión y Visión

• Misión

En Jupiter Tech brindamos soluciones tecnológicas a empresas y emprendedores en Latinoamérica, aplicando las últimas herramientas en diseño y desarrollo.

Todas las plataformas que creamos son innovadoras, creativas y fáciles de usar para todos.

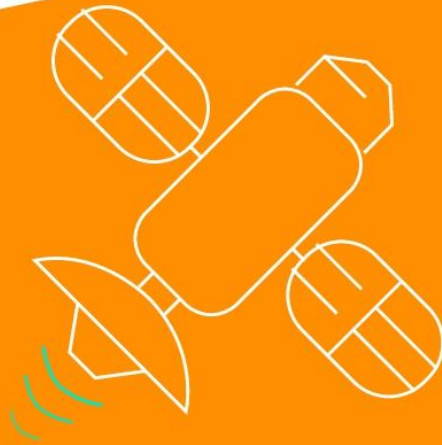
“Revolucionar el futuro con tecnología disruptiva”.

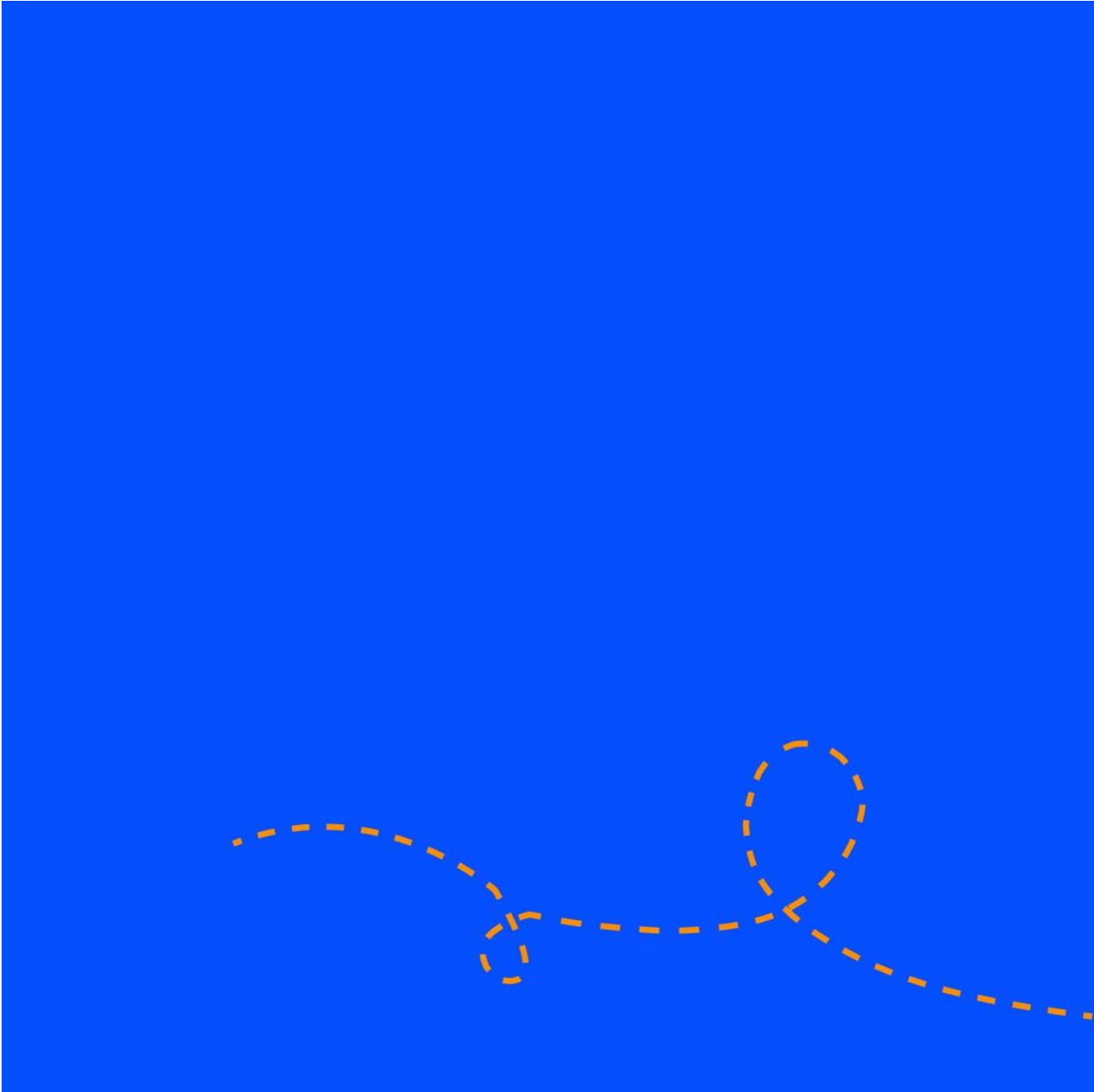


• Visión

La visión de la empresa es convertir negocios tradicionales en innovaciones tecnológicas con potenciales de crecimiento fuera de lo común.

“Llevar a Guatemala a la era tecnológica”.









Imagotipo

El imagotipo es el elemento que puede ser reconocido a la vista. Es un importante elemento que forma parte de la marca porque ayuda a que ésta sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso, mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía.

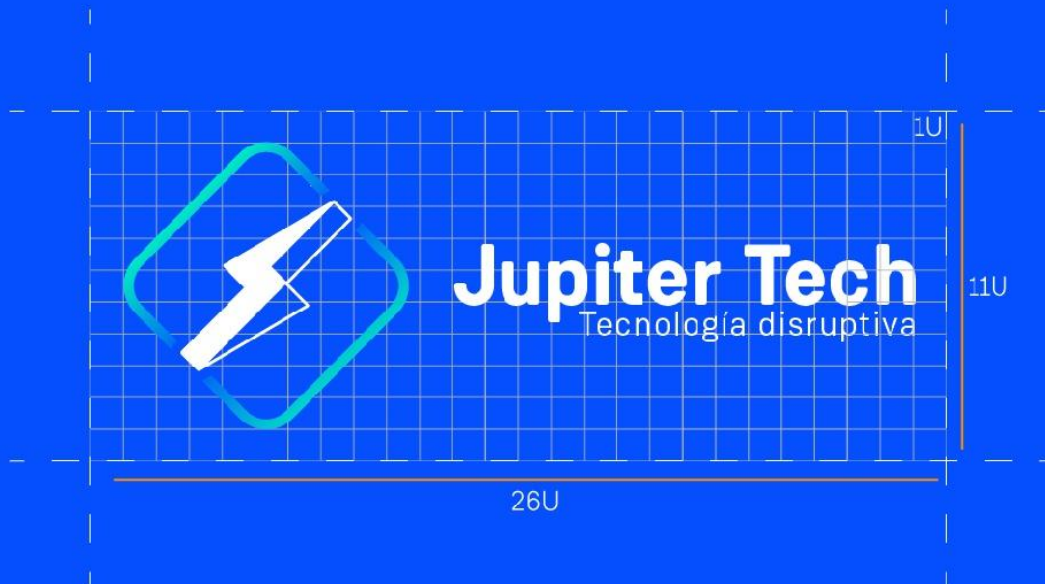


Jupiter Tech
Tecnología disruptiva



Jupiter Tech
Tecnología disruptiva

- Zona de seguridad





Colores Corporativos

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible.



Pantone: 3255 C

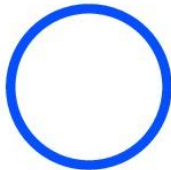
HEX: #00E8C5

RGB

R: 0
G: 232
B: 197

CMYK

C: 62%
M: 0%
Y: 38%
K: 0%



Pantone: 2728 C

HEX: #044FFF

RGB

R: 4
G: 79
B: 255

CMYK

C: 88%
M: 67%
Y: 0%
K: 0%



Pantone: 144 C

HEX: #ff9000

RGB

R: 255
G: 144
B: 0

CMYK

C: 0%
M: 52%
Y: 93%
K: 0%





Tipografía

La tipografía es uno de los principales elementos unificadores de la identidad visual corporativa.

Weissenhof Grotesk Light

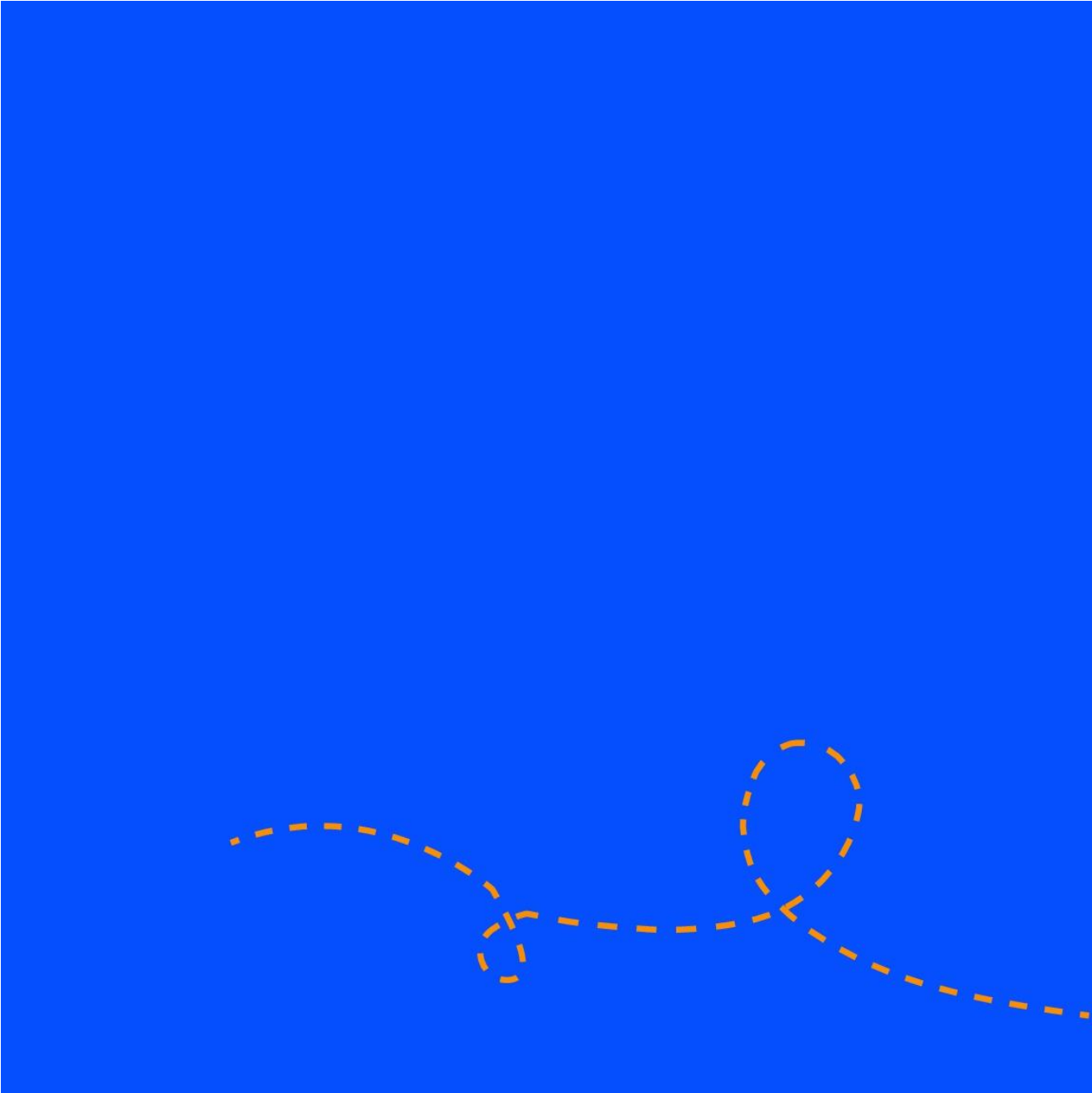
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Weissenhof Grotesk Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Weissenhof Grotesk Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890





Playeras





Gorras

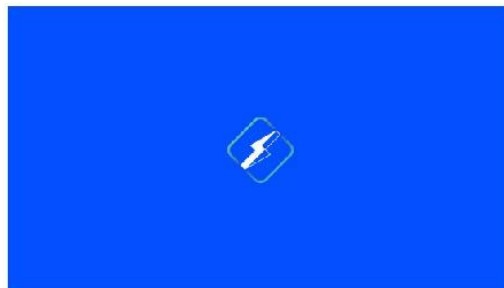




Papelería

La normalización del sistema de papelería cumple un doble objetivo: contribuye a facilitar la utilización de todos los impresos, al normalizar tamaños y formatos, y facilita la identificación de la empresa al incorporar su identidad en todos los soportes.

- Tarjetas de presentación



- Sobre



Avenida Petapa 25-51, zona 12 Ciudad, Guatemala.

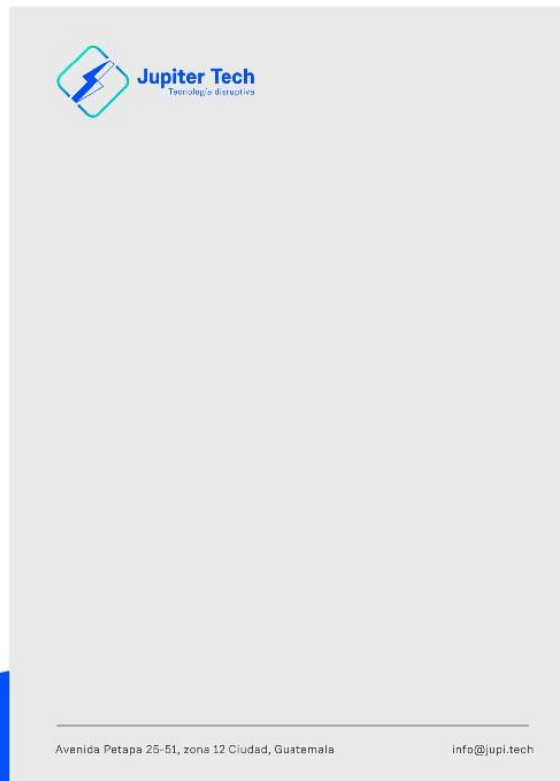
info@jupi.tech

Propuesta preliminar del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 26 – Hoja membretada.



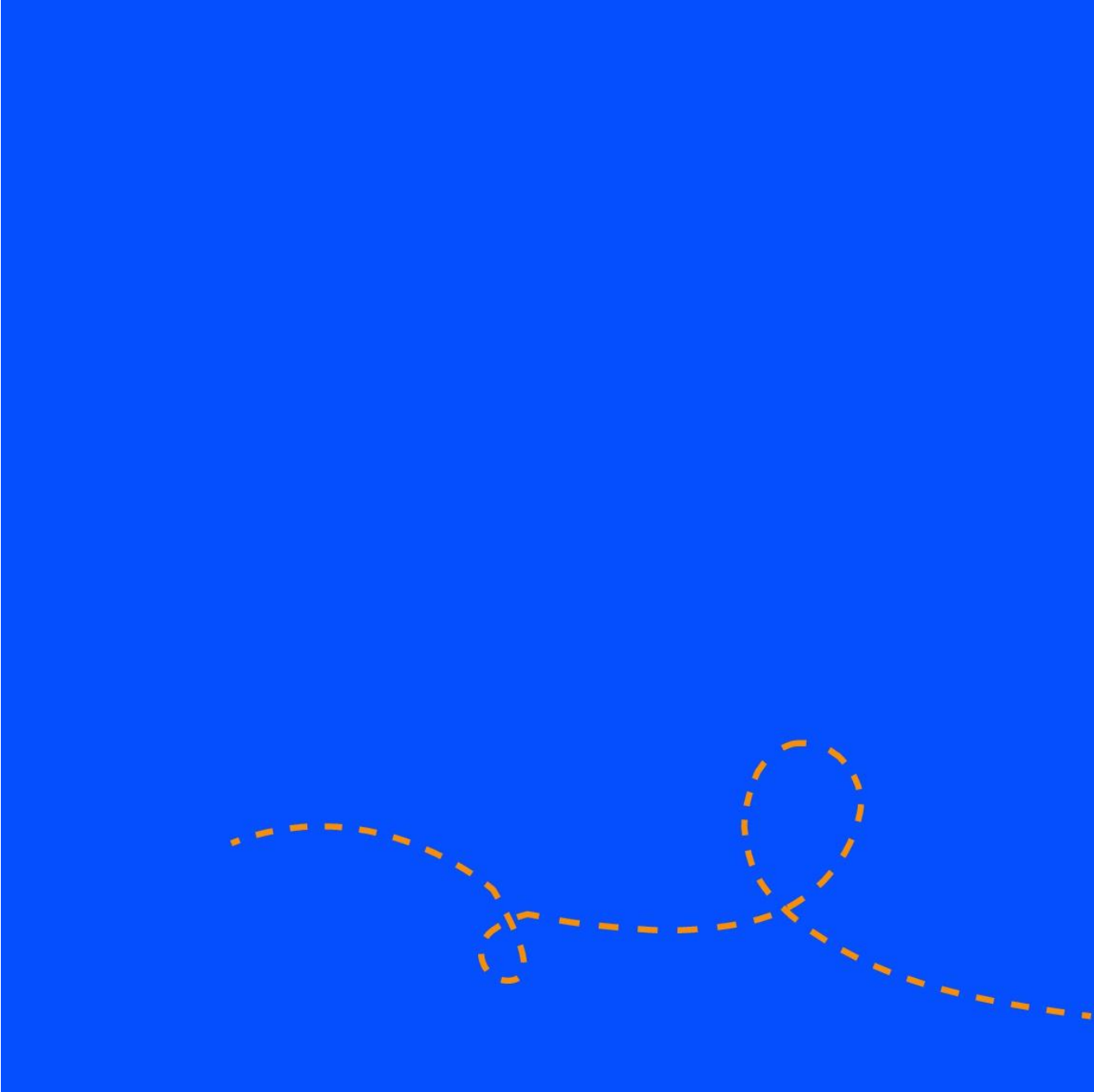
Papelería

- Hoja membretada



Propuesta preliminar del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 27 – Papelería.









Cadena de valores





Propuesta preliminar del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,

Página 32 – Contraportada.



Capítulo VIII - Validación técnica

Al terminar la propuesta preliminar se procede a la validación del diseño del Manual de Identidad e Imagen Corporativa de la empresa Jupiter Tech, para verificar que cumpla con requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y su funcionalidad.

8.1 Población y muestreo

La propuesta preliminar se procede a validar con una muestra significativa de tres tipos de población:

Especialistas en comunicación y diseño: 3 personas.

El cliente: 2 personas.

Grupo objetivo del proyecto: 10 personas.

8.2 Método e instrumento

La presente investigación es de enfoque mixto ya que se utiliza la combinación del enfoque cuantitativo, a través de cuantificar los datos obtenidos de una muestra de la población, por medio de una encuesta presencial y digital, y el enfoque cualitativo en base al nivel de percepción, opiniones y recomendaciones de los encuestados, respecto a la propuesta preliminar del diseño.

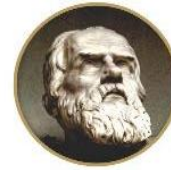
Se elabora un instrumento de medición para recolectar datos en la investigación. En este caso se obtendrán por medio de una encuesta que contiene preguntas relacionadas a la investigación del proyecto. Las preguntas están divididas en tres partes:

Parte objetiva: Se evalúan los aspectos relacionados a los objetivos de proyecto, tanto el objetivo general como los objetivos específicos. Estas preguntas son dicotómicas, con dos posibilidades de respuesta: sí o no.

Parte semiológica: Evalúa los elementos del diseño, colores, tipografía y diseño del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech. Se utiliza una escala de Likert, que consiste en un conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir las reacciones de la muestra con tres variables.

Parte operativa: Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta, se encarga de comprobar si el diseño del manual de identidad e imagen corporativa facilita la lectura de los textos, se presenta de forma clara, si promueve la interacción por medio de la animación de ciertos elementos y si la forma digital es eficaz.

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



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Género: **Femenino** **Masculino** **Edad:**
Nombre:
Profesión:
Puesto:
Años de experiencia en el mercado:
Perfil: **Experto** **Cliente** **Grupo objetivo**

Encuesta de validación del proyecto

DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Antecedentes:

Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad de los colaboradores.

Instrucciones:

En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una x en los espacios correspondientes.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesaria la elaboración de un manual de identidad e imagen corporativa?

Sí No

2. ¿Considera importante investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a manuales de identidad e imagen corporativa para ser aplicados en el diseño del proyecto?

Sí No

3. ¿Cree que es necesario recopilar información relacionada a la empresa Jupiter Tech para incluir en el contenido del manual?

Sí No

4. ¿Considera que la recopilación de información sustenta la elaboración del manual?

Sí No

Parte Semiológica:

5. ¿Considera que el diseño del manual de identidad e imagen corporativa es?

Muy atractivo Poco atractivo Nada atractivo

6. ¿Considera que la diagramación implementada en el diseño es? (Facilita la visualización de los elementos)

Muy ordenada Poco ordenada Nada ordenada

7. A su criterio, ¿Cree que los colores utilizados en el diseño son?

Muy llamativos Poco llamativos Nada llamativos

8. ¿Considera que las tipografías utilizadas en el diseño del manual de identidad e imagen corporativa son?

Muy Legibles Poco legibles Nada legibles

Parte Operativa:

9. ¿Desde su punto de vista, considera que el diseño del manual de identidad e imagen corporativa facilita la lectura de los textos?

Se facilita mucho Se facilita poco No se facilita

10. ¿Considera que el contenido del manual de identidad e imagen corporativa se

presenta con de forma clara?

Muy clara

Poco clara

Nada clara

11. ¿Considera que la forma digital de presentar el manual de identidad e imagen corporativa es eficaz?

Muy eficaz

Poco eficaz

Nada eficaz

12. ¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del manual de identidad e imagen corporativa?

Muy conveniente

Poco conveniente

Nada conveniente

Agradezco su atención y el tiempo brindado para responder esta encuesta. Si tiene algún comentario, crítica o sugerencia personal puede indicarlo en el siguiente espacio:

Gracias por contribuir al proyecto de tesis “DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER

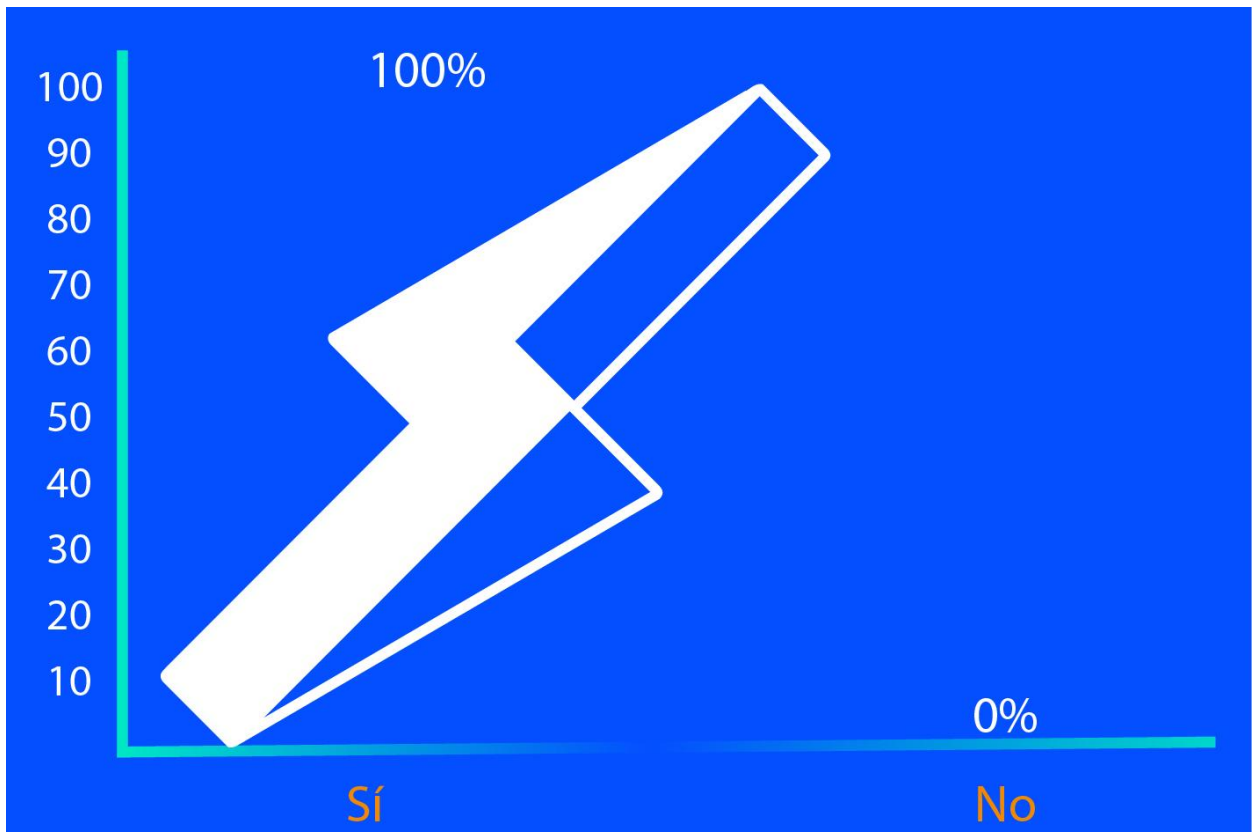
TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.” su opinión será tomada en cuenta para realizar los cambios correspondientes en dicho proyecto.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Después de validar el proyecto se procede a interpretar los resultados obtenidos por medio de gráficas. Cada gráfica posee una interpretación del significado de los datos que en ésta se presentan. La población encuestada está formada por el cliente, el grupo objetivo y los expertos en comunicación y diseño, que representan el 100%.

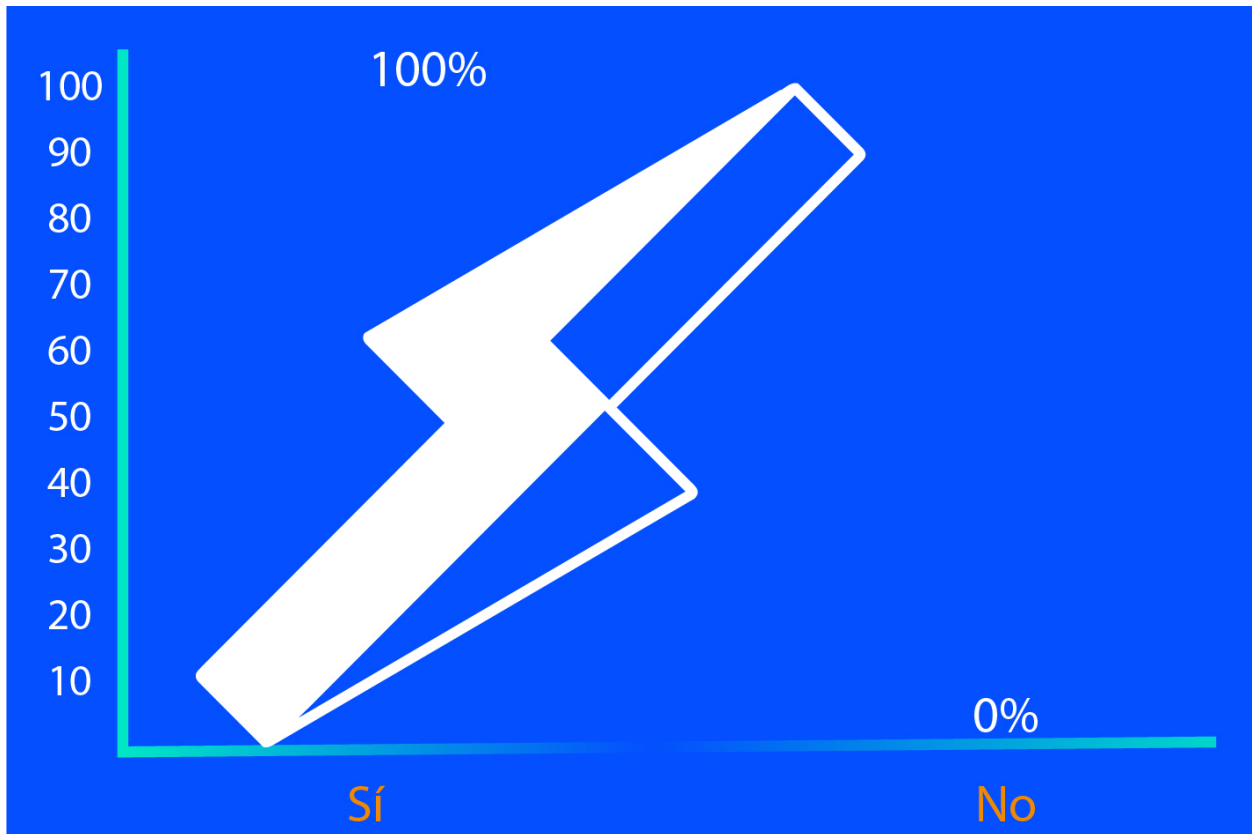
Parte objetiva

1. ¿Considera necesaria la elaboración de un manual de identidad e imagen corporativa?



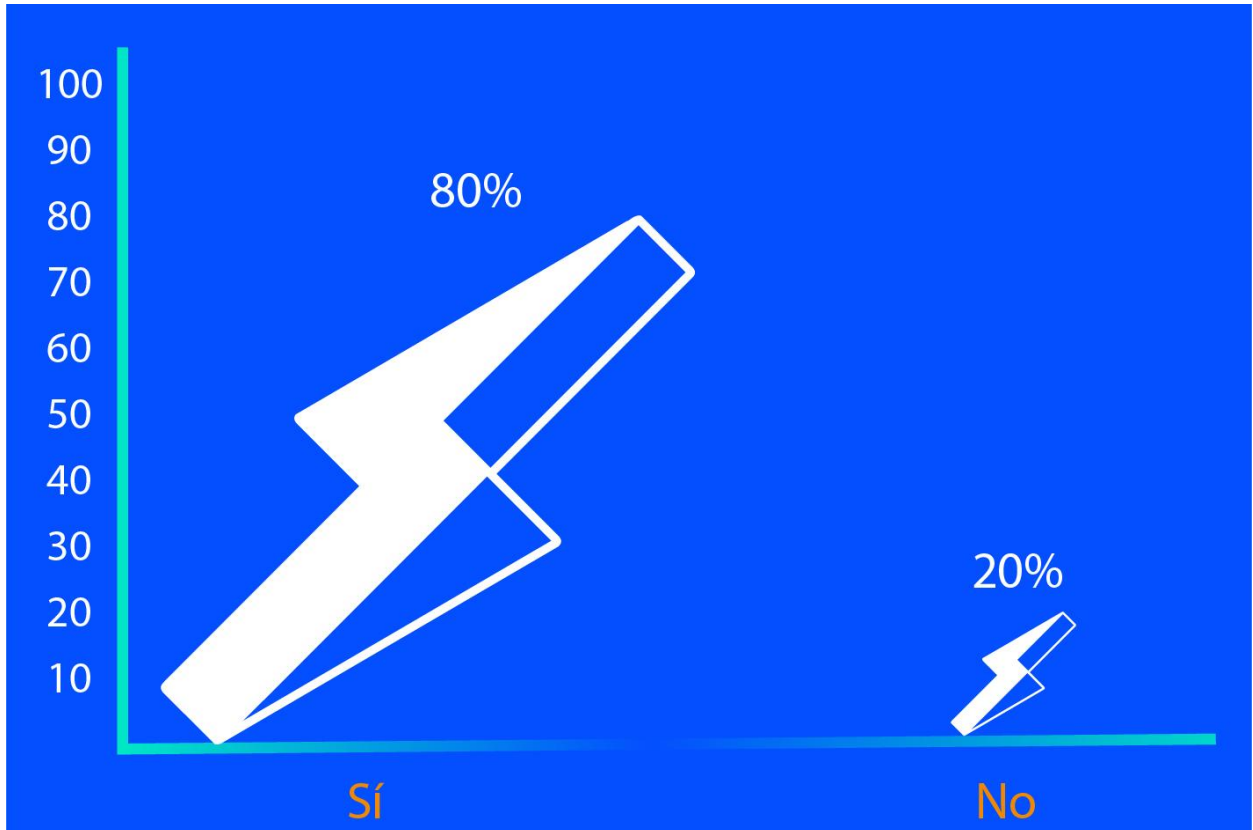
Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera necesaria la elaboración de un manual de identidad e imagen corporativa. Los resultados indican que elaborar un manual de identidad e imagen corporativa es necesario.

2. ¿Considera importante investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a manuales de identidad e imagen corporativa para ser aplicados en el diseño del proyecto?



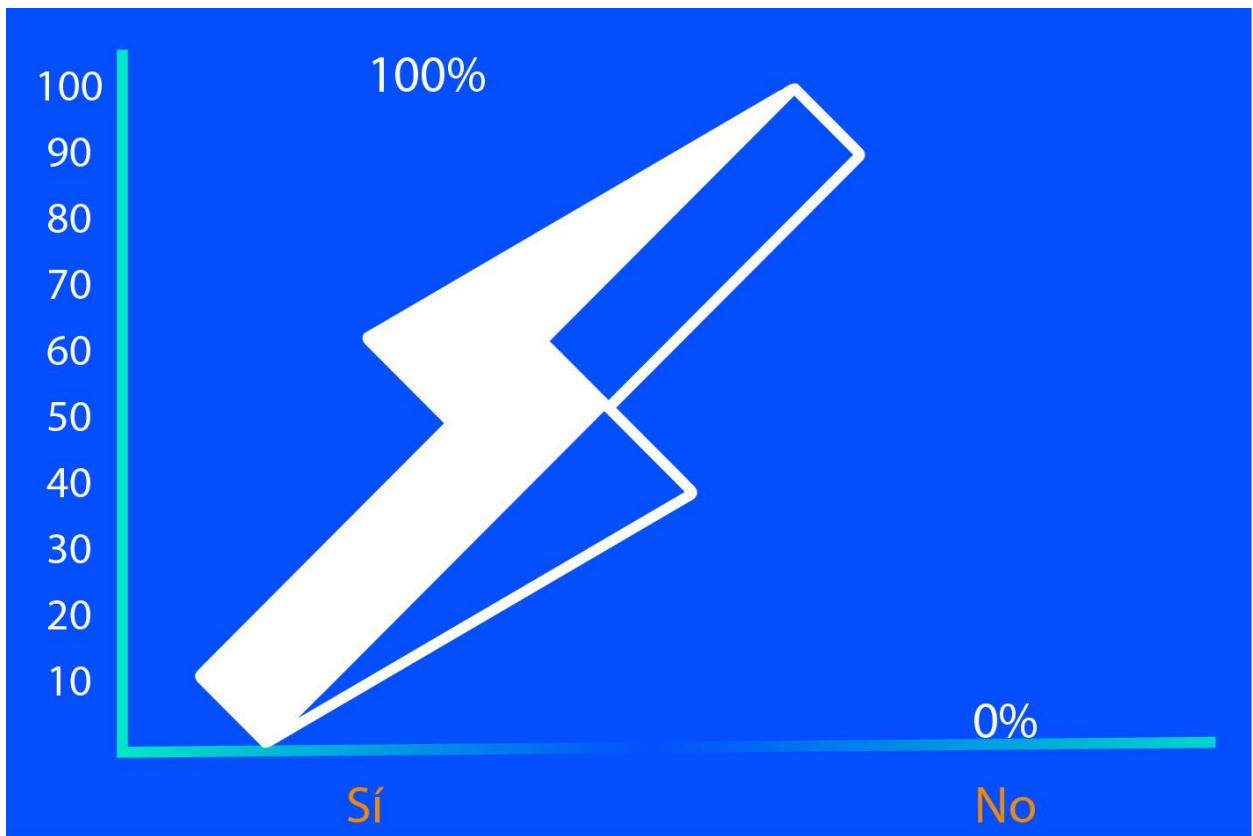
Interpretación: 100% de las personas encuestadas considera importante investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a manuales de identidad e imagen corporativa para ser aplicados en el diseño del proyecto. Por lo tanto, fue importante la investigación de términos, conceptos y tendencias para fundamentar y respaldar el diseño del manual de identidad e imagen corporativa.

3. ¿Cree que es necesario recopilar información relacionada a la empresa Jupiter Tech para incluir en el contenido del manual?



Interpretación: El 80% de las personas encuestadas cree que es necesario recopilar información relacionada a la empresa Jupiter Tech para incluir en el contenido del manual, mientras que 20% de las personas encuestadas cree que no es necesario. Los resultados indican que es preciso recopilar información relacionada a la empresa para incluir en el contenido del manual.

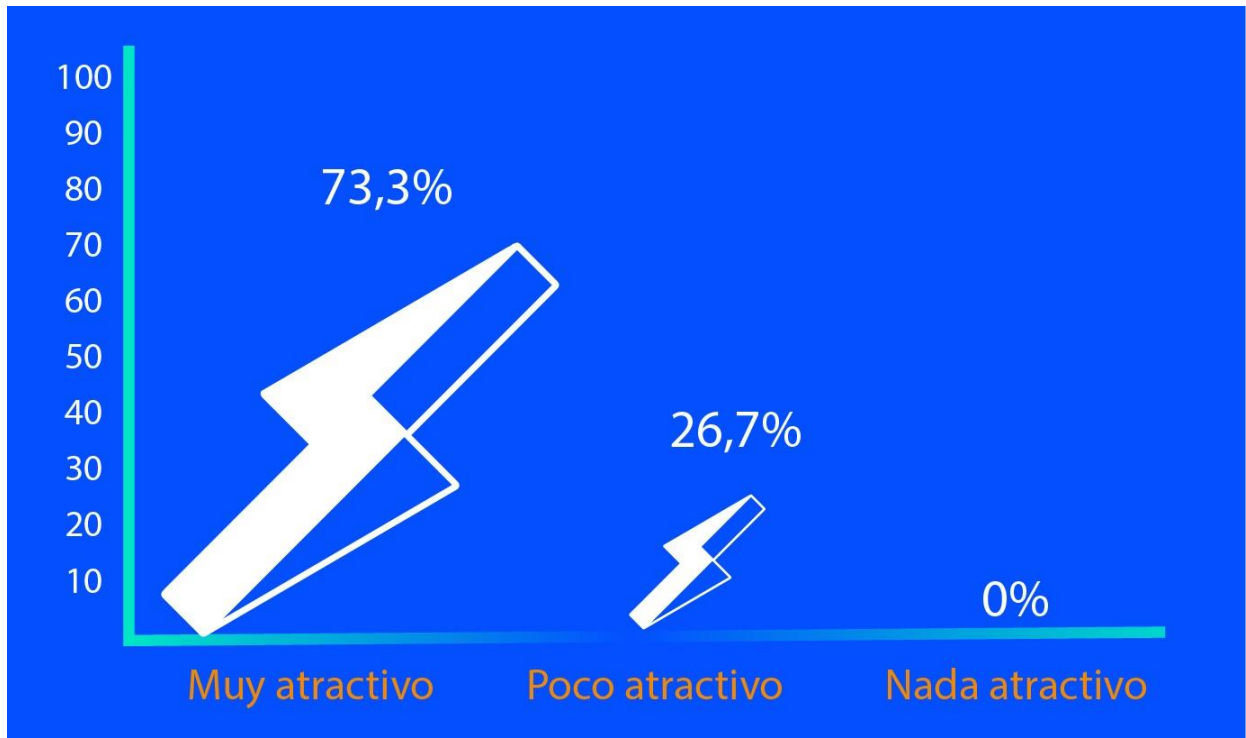
4. ¿Considera que la recopilación de información sustenta la elaboración del manual?



Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera que la recopilación de información sustenta la elaboración del manual. Lo cual refleja que es importante recopilar información que sustente la elaboración del manual.

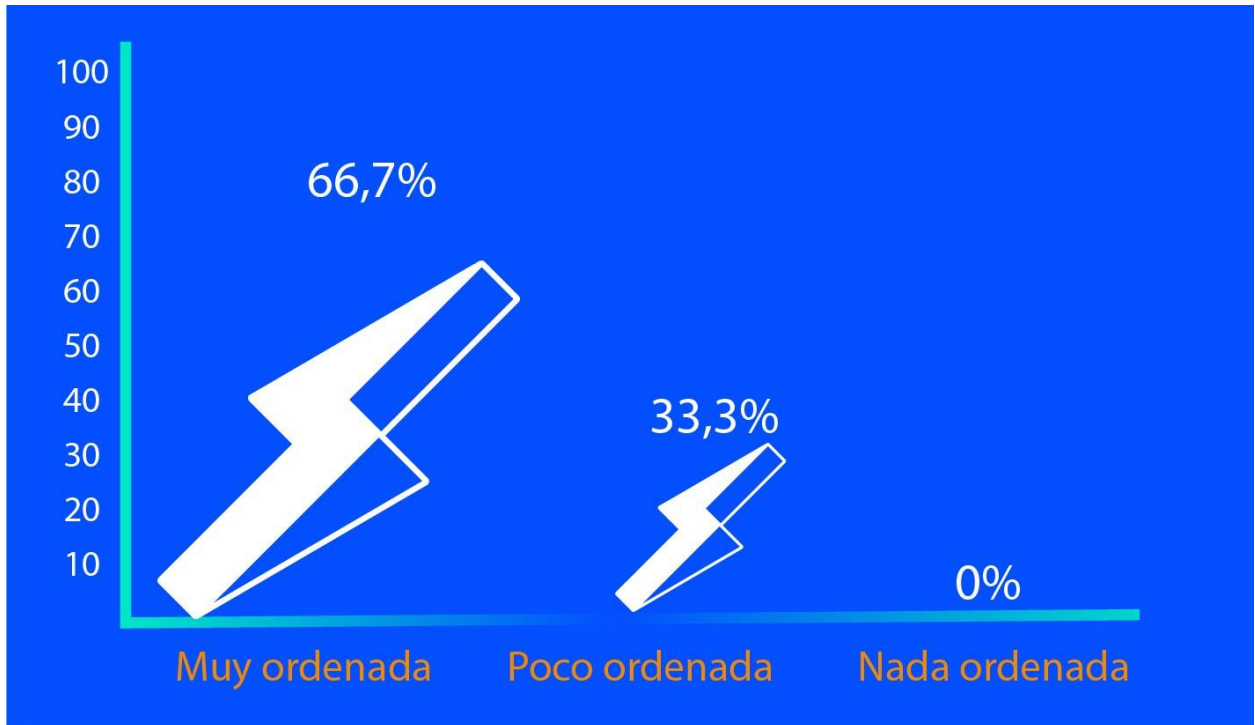
Parte semiológica

5. ¿Considera que el diseño del manual de identidad e imagen corporativa es?



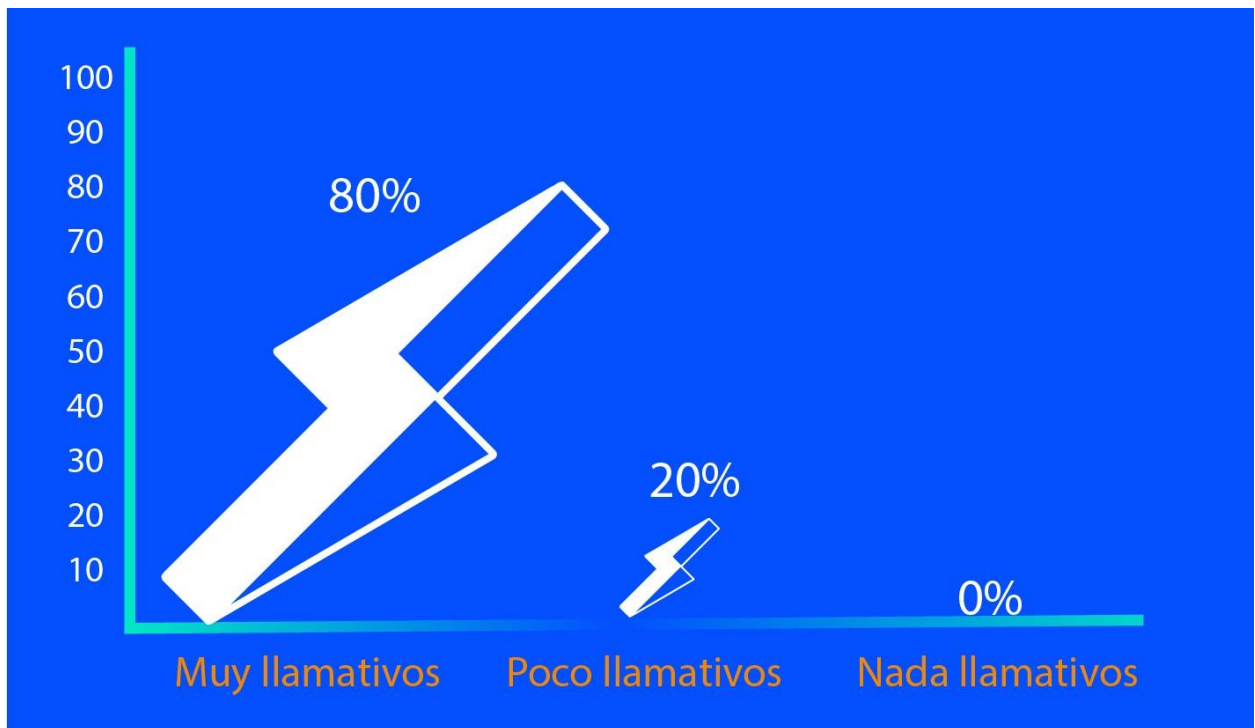
Interpretación: El 73,3% de las personas encuestadas considera que el diseño del manual de identidad e imagen corporativa es muy atractivo, el 26,7% de las personas encuestadas considera que es poco atractivo y el 0% considera que no es atractivo. Por lo tanto, se considera que el diseño del manual de identidad e imagen corporativa es muy atractivo.

6. ¿Considera que la diagramación implementada en el diseño es? (Facilita la visualización de los elementos).



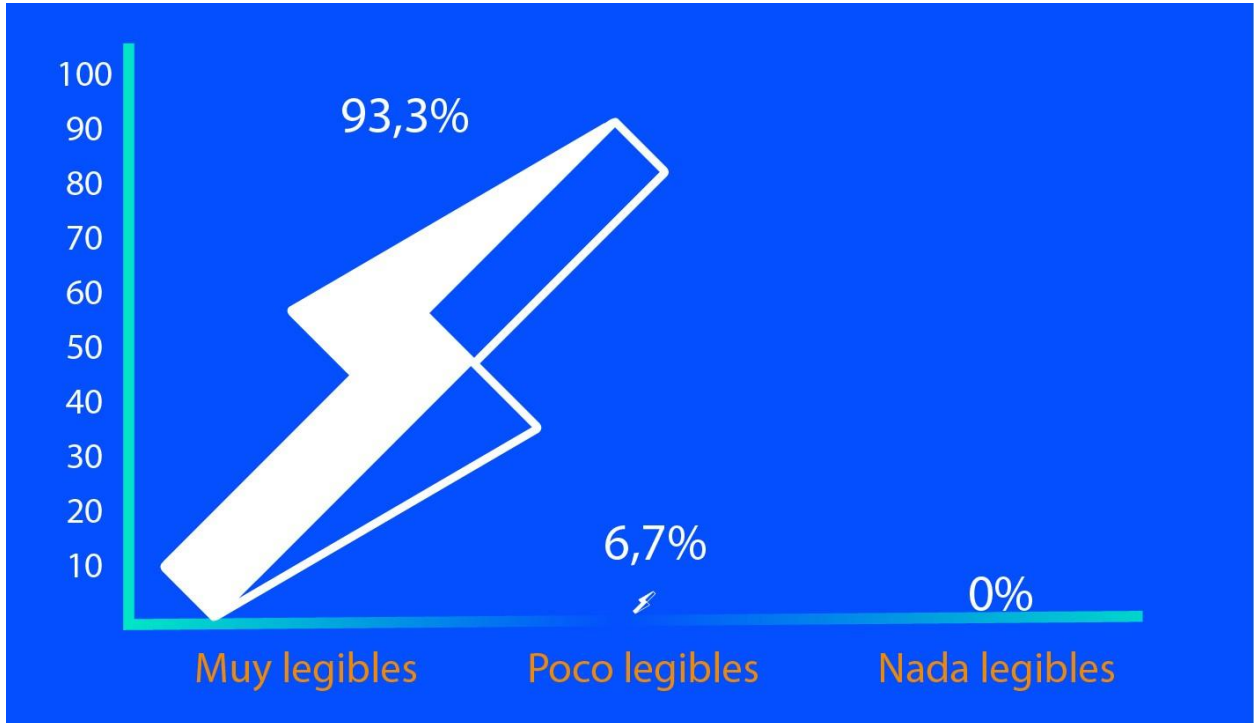
Interpretación: El 66,7% de las personas encuestadas consideran que la diagramación implementada en el diseño es muy ordenada, el 33,3% que es poco ordenada y el 0% que no es ordenada. La mayoría de las personas encuestadas consideran que la diagramación es muy ordenada.

7. A su criterio, ¿Cree que los colores utilizados en el diseño son?



Interpretación: El 80% de las personas encuestadas cree que los colores utilizados en el diseño son muy llamativos, el 20% de las personas encuestadas cree que son poco llamativos y el 0% nada llamativos. La mayoría de las personas encuestadas respondió que los colores son llamativos, por lo tanto, la paleta de colores que se aplica en el diseño del manual llamó la atención de las personas.

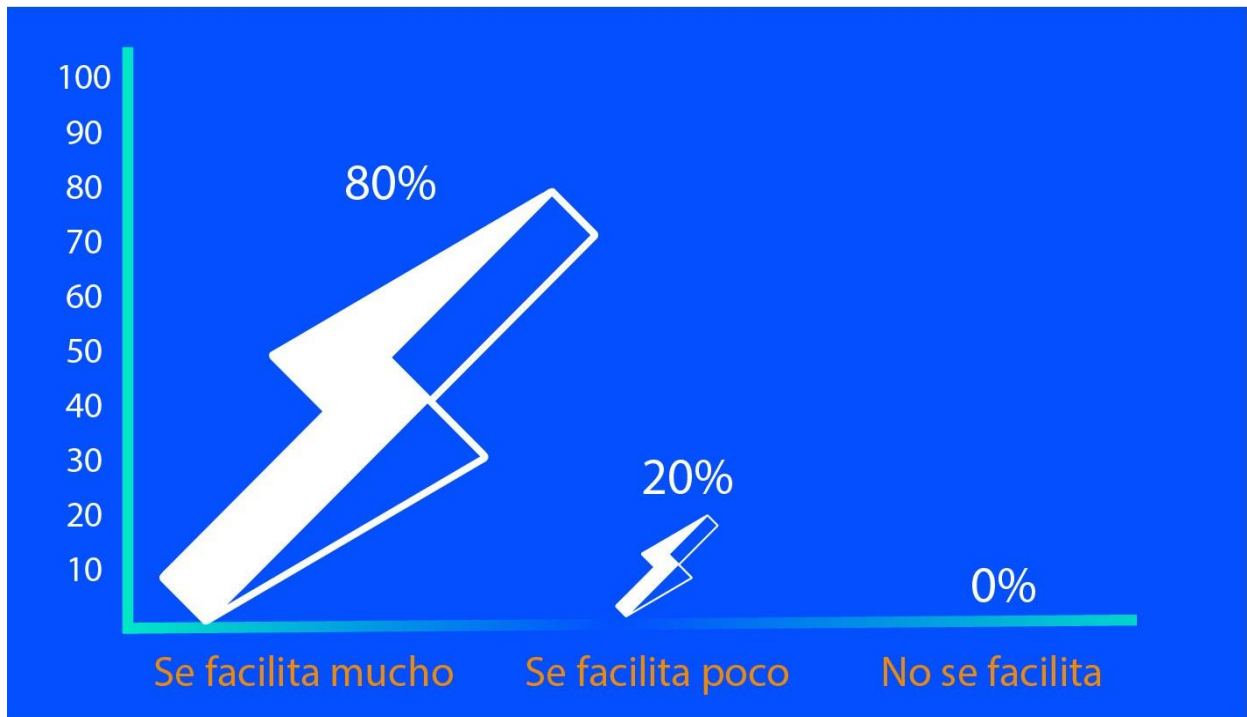
8. ¿Considera que las tipografías utilizadas en el diseño del manual de identidad e imagen corporativa son?



Interpretación: El 93,3% de las personas encuestadas considera que las tipografías utilizadas en el diseño del manual de identidad e imagen corporativa son muy legibles, el 6,7% de las personas encuestadas considera que las tipografías con poco legibles y el 0% considera que son nada legibles. Los resultados indican que los títulos y la información plasmada en el manual se comprende fácilmente, lo que significa que las tipografías son las adecuadas para transmitir el mensaje deseado.

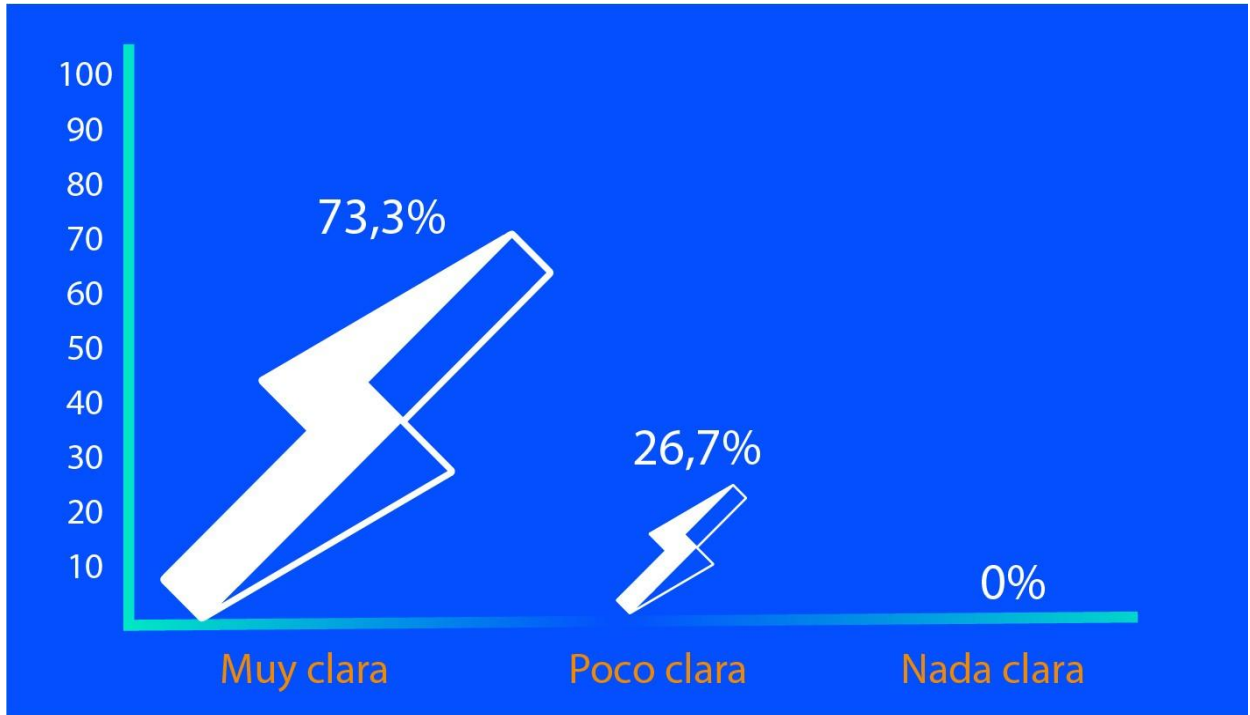
Parte operativa

9. ¿Desde su punto de vista, considera que el diseño del manual de identidad e imagen corporativa facilita la lectura de los textos?



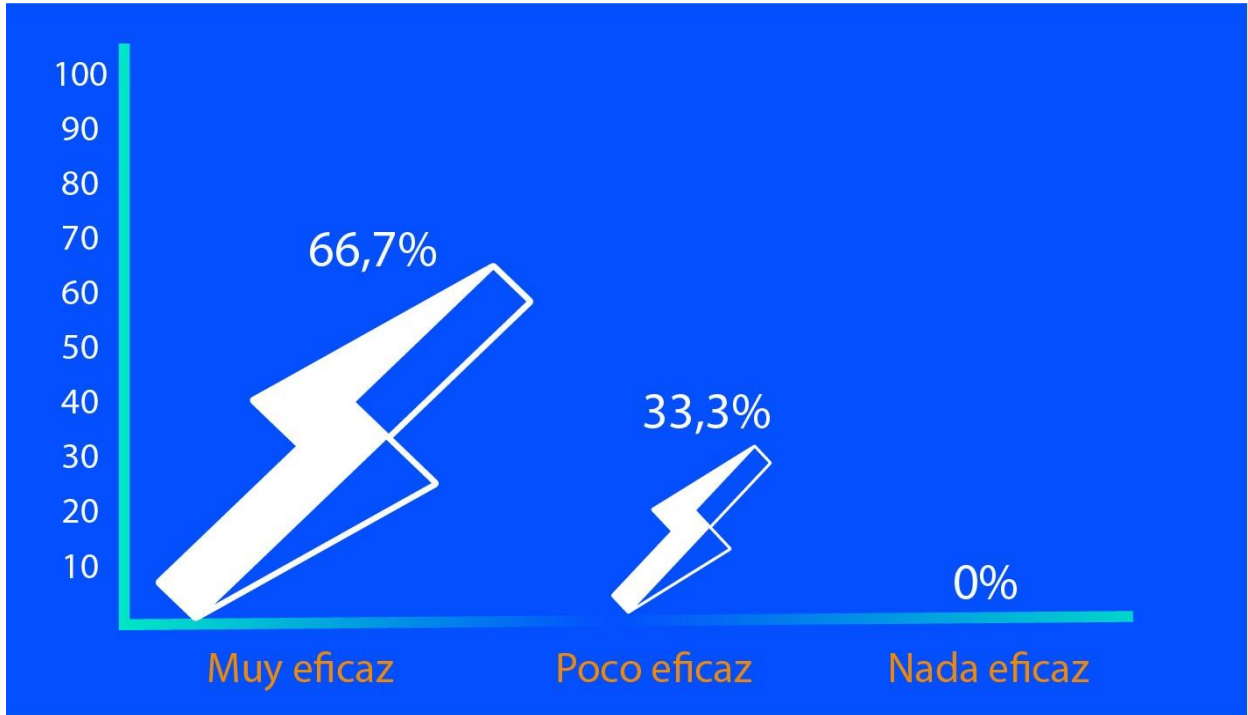
Interpretación: El 80% de las personas encuestadas considera que el diseño del manual de identidad e imagen corporativa facilita mucho la lectura de los textos, el 20 % considera que se facilita poco y el 0% considera que no se facilita. Por lo tanto, se determina que el diseño sí facilita la lectura de los textos incluidos en el manual de identidad e imagen corporativa.

10. ¿Considera que el contenido del manual de identidad e imagen corporativa se presenta con de forma clara?



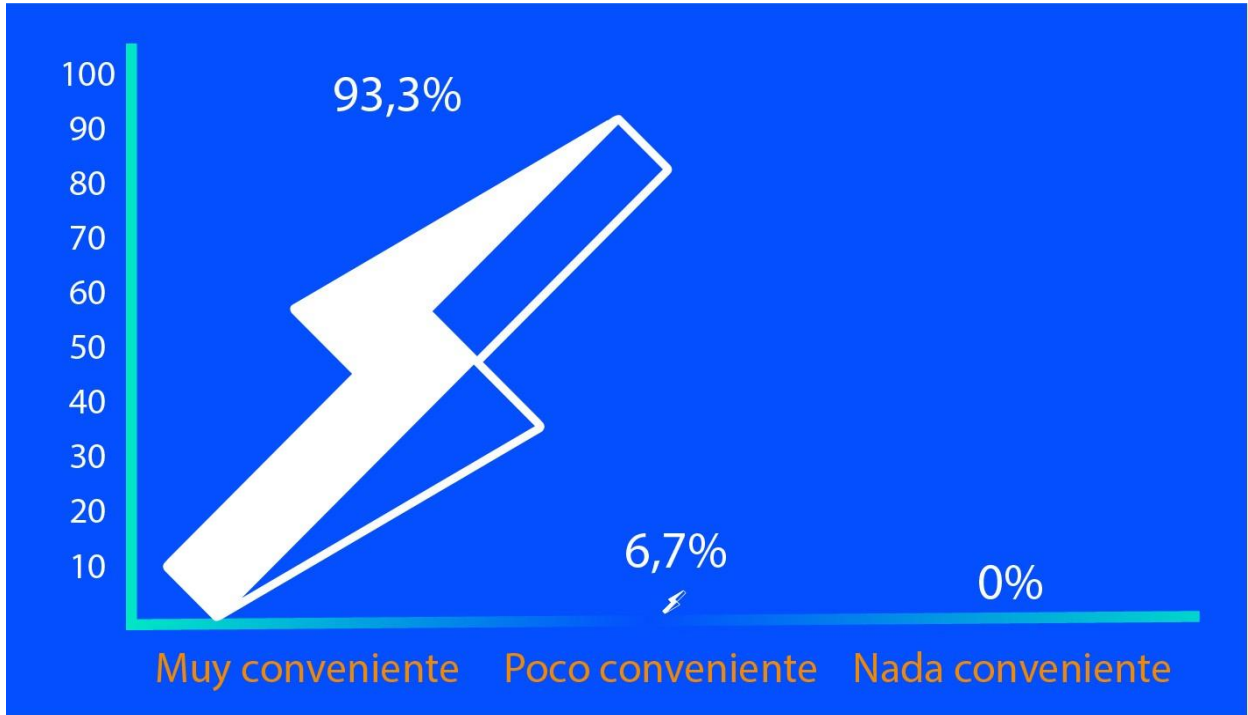
Interpretación: El 73,3% de las personas encuestadas considera que el contenido del manual de identidad e imagen corporativa se presenta con de forma muy clara, el 26,7% de las personas encuestadas considera que es poco clara y el 0% considera que no es clara.

11. ¿Considera que la forma digital de presentar el manual de identidad e imagen corporativa es eficaz?



Interpretación: El 66,7% de las personas encuestadas considera que la forma digital de presentar el manual de identidad e imagen corporativa es muy eficaz, el 33,3% considera que es poco eficaz y el 0% considera que no es eficaz.

12. ¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del manual de identidad e imagen corporativa?



Interpretación: El 93,3% de las personas encuestadas considera que es muy conveniente producir una versión impresa del manual de identidad e imagen corporativa, el 6,7% de las personas encuestadas considera que es poco conveniente y el 0% considera que no es conveniente. Por lo tanto, según los resultados, es muy conveniente producir una versión impresa del manual de identidad e imagen corporativa.

8.4 Cambios en base a los resultados

A continuación, se presentan los cambios realizados de acuerdo a los resultados obtenidos en la validación del proyecto.

Índice

Antes

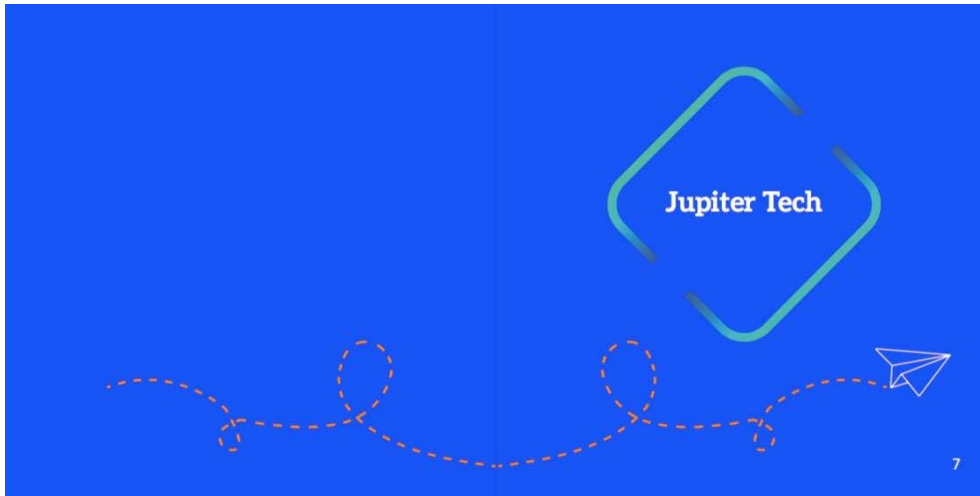
Contenido	
Introducción	3
Jupiter Tech	7
Historia	8
Datos de contacto	9
Misión y Visión	11
Misión	12
Visión	13
La Marca	15
Imagotipo	16
Colores Corporativos	18
Tipografía	19
Aplicaciones	21
Playeras	22
Gorras	26
Papelería	27
Cadena de Valores	29
Cuadro de valores	30

Después

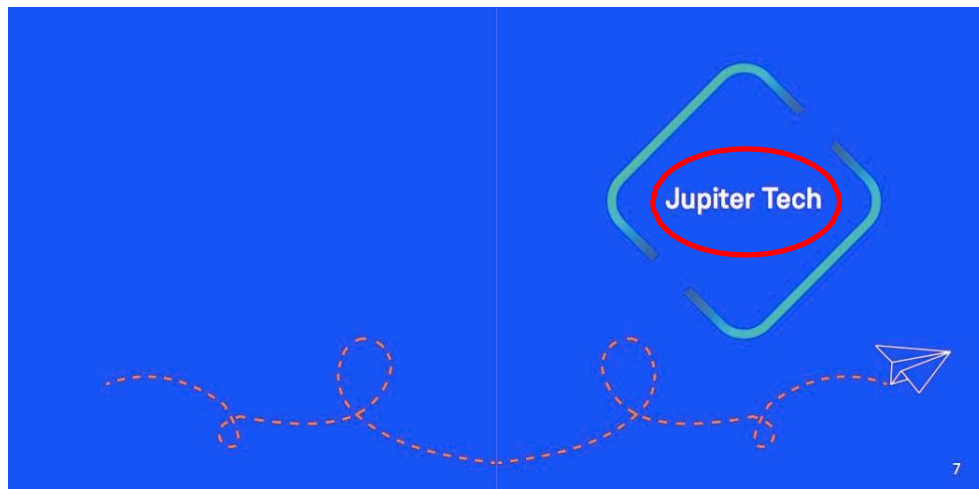
Contenido	
Introducción	3
Jupiter Tech	7
Historia	8
Datos de contacto	9
Misión y Visión	11
Misión	12
Visión	13
La Marca	15
Imagotipo	16
Colores Corporativos	18
Tipografía	19
Aplicaciones	21
Papelería	22
Playeras	26
Gorras	27
Cadena de Valores	29
Cuadro de valores	30

Cambios: Se eliminó la franja de color y se agregó el símbolo para tener presencia de la marca en dichas páginas. En la página 5 se modificó el titular al utilizar la tipografía establecida para la marca.

Hojas
capitulares
Antes



Después



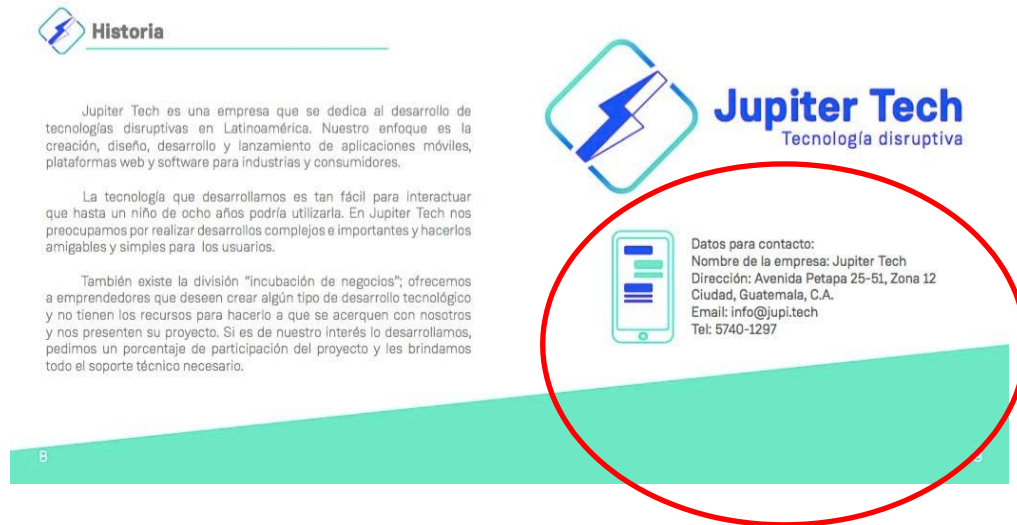
Cambios: En todas las hojas capitulares se modificó el titular que indica cada sección del manual, al utilizar la tipografía establecida para la marca.

Páginas 8 y 9,

Historia. Antes



Después



Cambios: Se modificó el elemento gráfico de color para que no impida la lectura de los textos.

Páginas 12 y 13, Misión y Visión

Visión. Antes



Después



Cambios: Se disminuyó el elemento gráfico de color para que todas las páginas internas tengan la misma línea gráfica. Debido al cambio de tamaño en el elemento gráfico, también se modificaron los elementos vectoriales para que no se pierdan en el fondo.

Páginas 18 y 19, Colores corporativos y tipografía.

Antes



Después



Cambios: Se modificó el elemento gráfico de color para que no impida la lectura de los textos.

Capítulo IX - Propuesta gráfica final

En base a los resultados de la validación, las sugerencias y las recomendaciones, se realizaron los cambios necesarios para mejorar el diseño del manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech y así cumplir su función de estandarizar la correcta utilización de los elementos gráficos de la empresa.

La propuesta final es la siguiente:

Medidas del pliego del diseño del manual de identidad e imagen corporativa:

- Medidas del pliego: Alto 2400 píxeles x 4800 píxeles. (300 píxeles/pulgada).
- Medidas de cada página: Alto 2400 píxeles x 2400 píxeles. (300 píxeles/pulgada).

Las medidas se muestran en píxeles, ya que su publicación será digital.

Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Portada.



Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,

Página 2.



Jupiter Tech
Tecnología disruptiva

Introducción

El presente Manual es una guía de instrucciones que indica el uso de la identidad visual de una empresa, se establecen las pautas de construcción del imagotipo, el uso de las tipografías así como las aplicaciones cromáticas de la marca.

Tiene como fin estandarizar los elementos gráficos y de identidad de la empresa Jupiter Tech, además de la gama de aplicaciones y su uso.

La identidad, la tipografía y los colores corporativos serán utilizados de forma exclusiva para todos los documentos que se editen, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en este manual.

Las normas contenidas en este documento se deben respetar y mantener constantes los lineamientos, a fin de facilitar una difusión única, reforzar y asentar definitivamente su Imagen Corporativa e Identidad Visual.

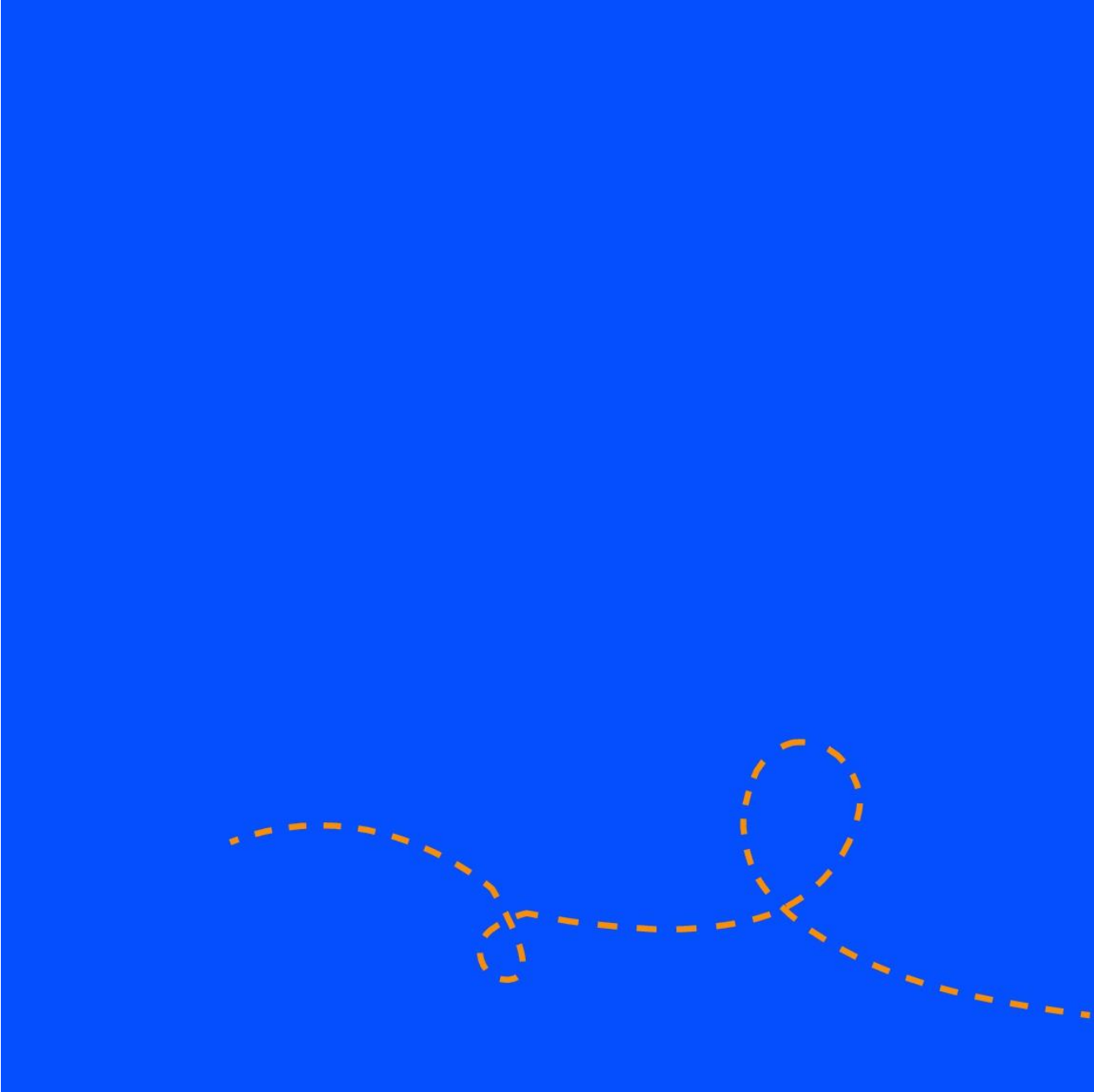
Manual de Identidad e Imagen Corporativa 2018



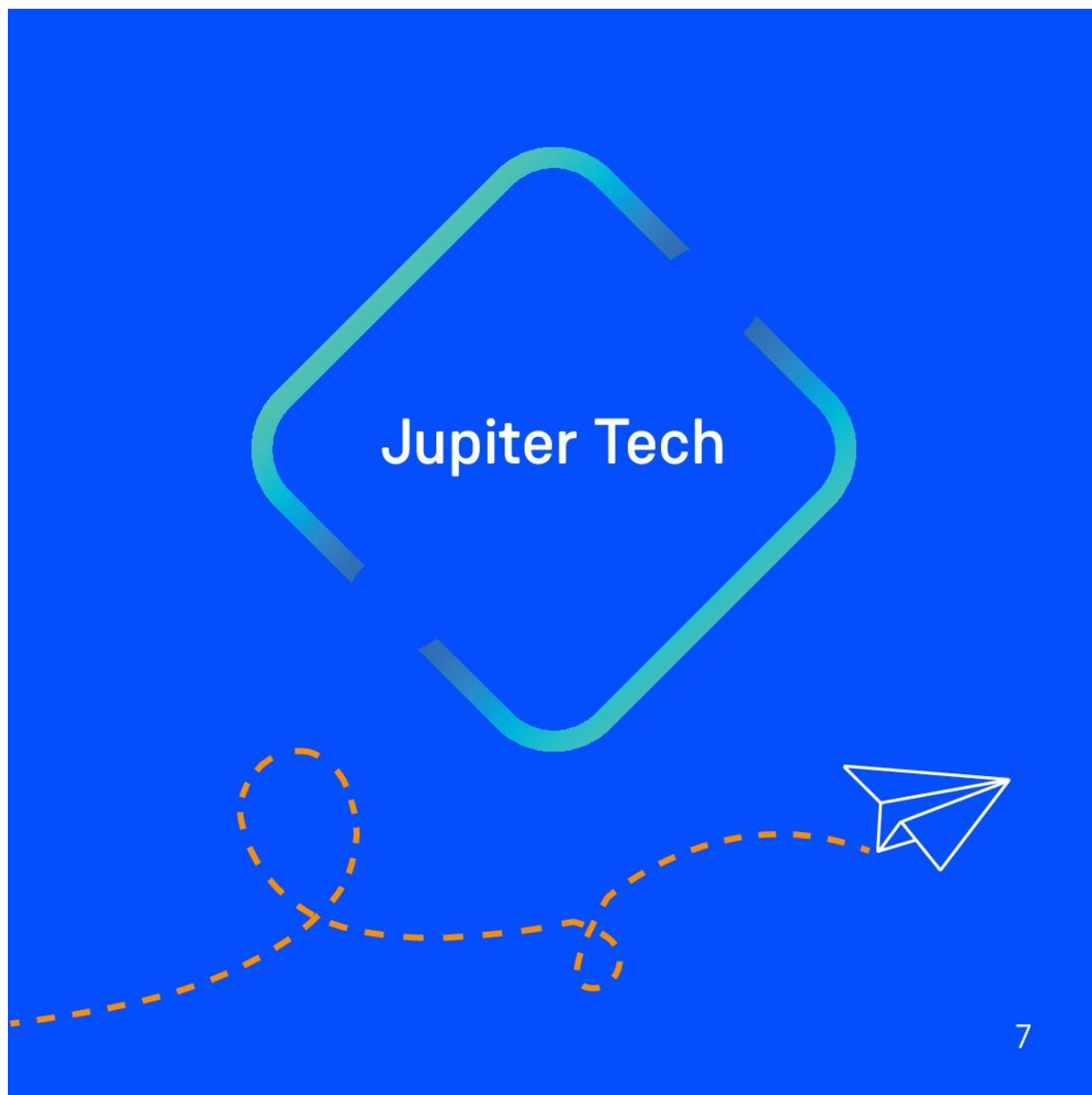
Contenido

Introducción	3
Jupiter Tech	7
Historia	8
Datos de contacto	9
Misión y Visión	11
Misión	12
Visión	13
La Marca	15
Imagotipo	16
Colores Corporativos	18
Tipografía	19
Aplicaciones	21
Papelería	22
Playeras	26
Gorras	27
Cadena de Valores	29
Cuadro de valores	30

Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 6.



Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 7 – Hoja capitular: Jupiter Tech.





Historia

Jupiter Tech es una empresa que se dedica al desarrollo de tecnologías disruptivas en Latinoamérica. Nuestro enfoque es la creación, diseño, desarrollo y lanzamiento de aplicaciones móviles, plataformas web y software para industrias y consumidores.

La tecnología que desarrollamos es tan fácil para interactuar que hasta un niño de ocho años podría utilizarla. En Jupiter Tech nos preocupamos por realizar desarrollos complejos e importantes y hacerlos amigables y simples para los usuarios.

También existe la división “incubación de negocios”; ofrecemos a emprendedores que deseen crear algún tipo de desarrollo tecnológico y no tienen los recursos para hacerlo a que se acerquen con nosotros y nos presenten su proyecto. Si es de nuestro interés lo desarrollamos, pedimos un porcentaje de participación del proyecto y les brindamos todo el soporte técnico necesario.

Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 9 – Datos para contacto.

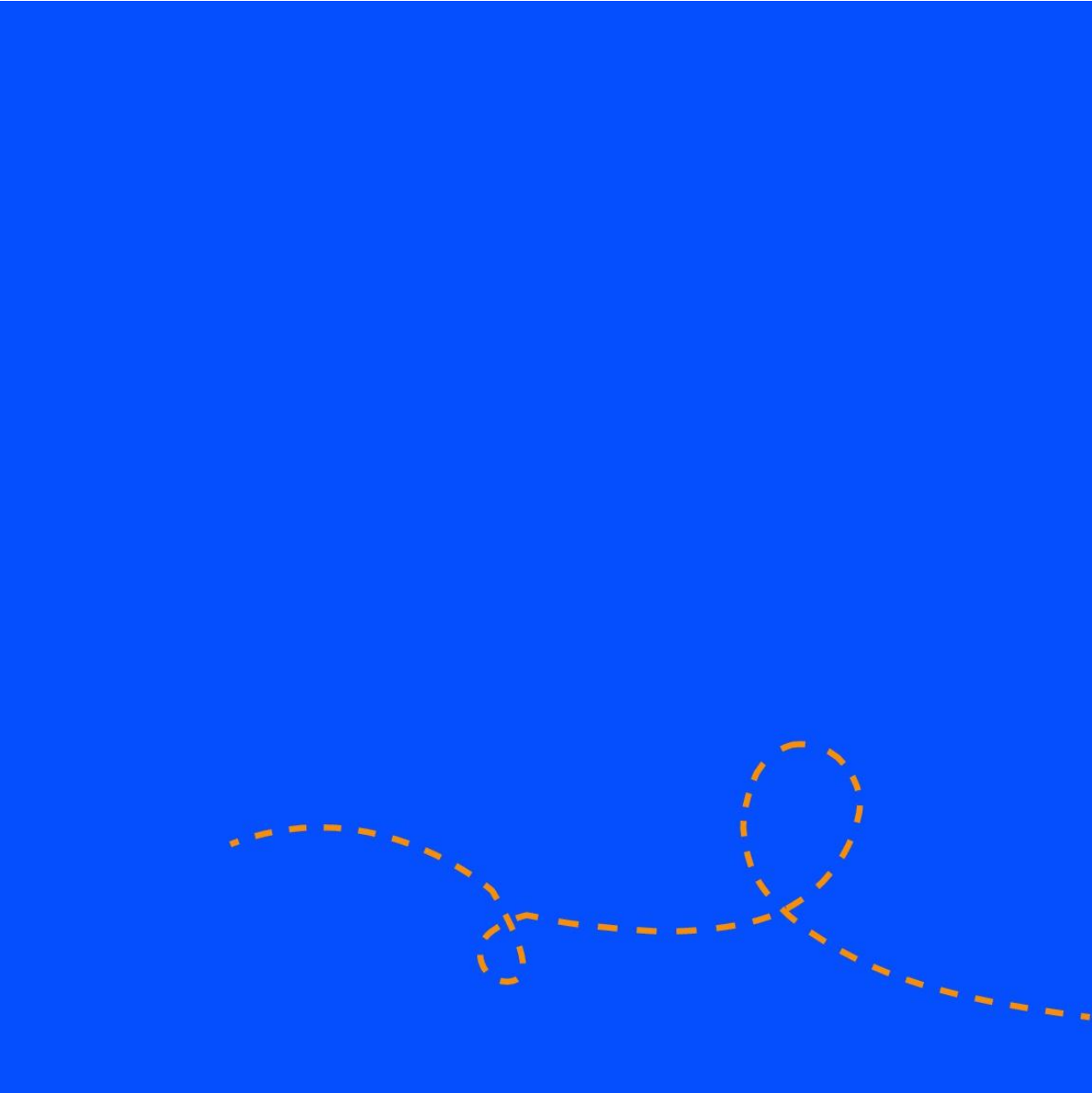


Jupiter Tech
Tecnología disruptiva



Datos para contacto:
Nombre de la empresa: Jupiter Tech
Dirección: Avenida Petapa 25-51, Zona 12
Ciudad, Guatemala, C.A.
Email: info@jupi.tech
Tel: 5740-1297

Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 10.







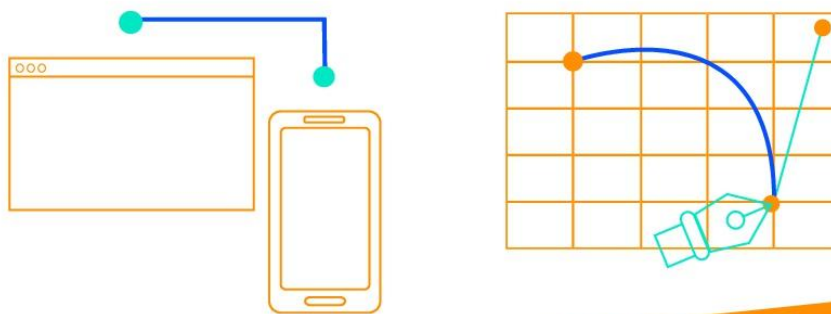
Misión y Visión

• Misión

En Jupiter Tech brindamos soluciones tecnológicas a empresas y emprendedores en Latinoamérica, aplicando las últimas herramientas en diseño y desarrollo.

Todas las plataformas que creamos son innovadoras, creativas y fáciles de usar para todos.

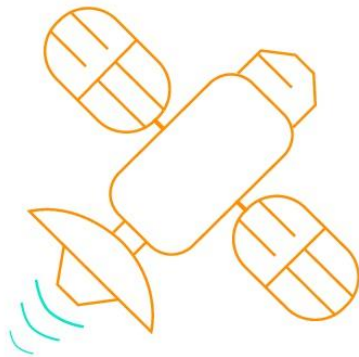
“Revolucionar el futuro con tecnología disruptiva”.



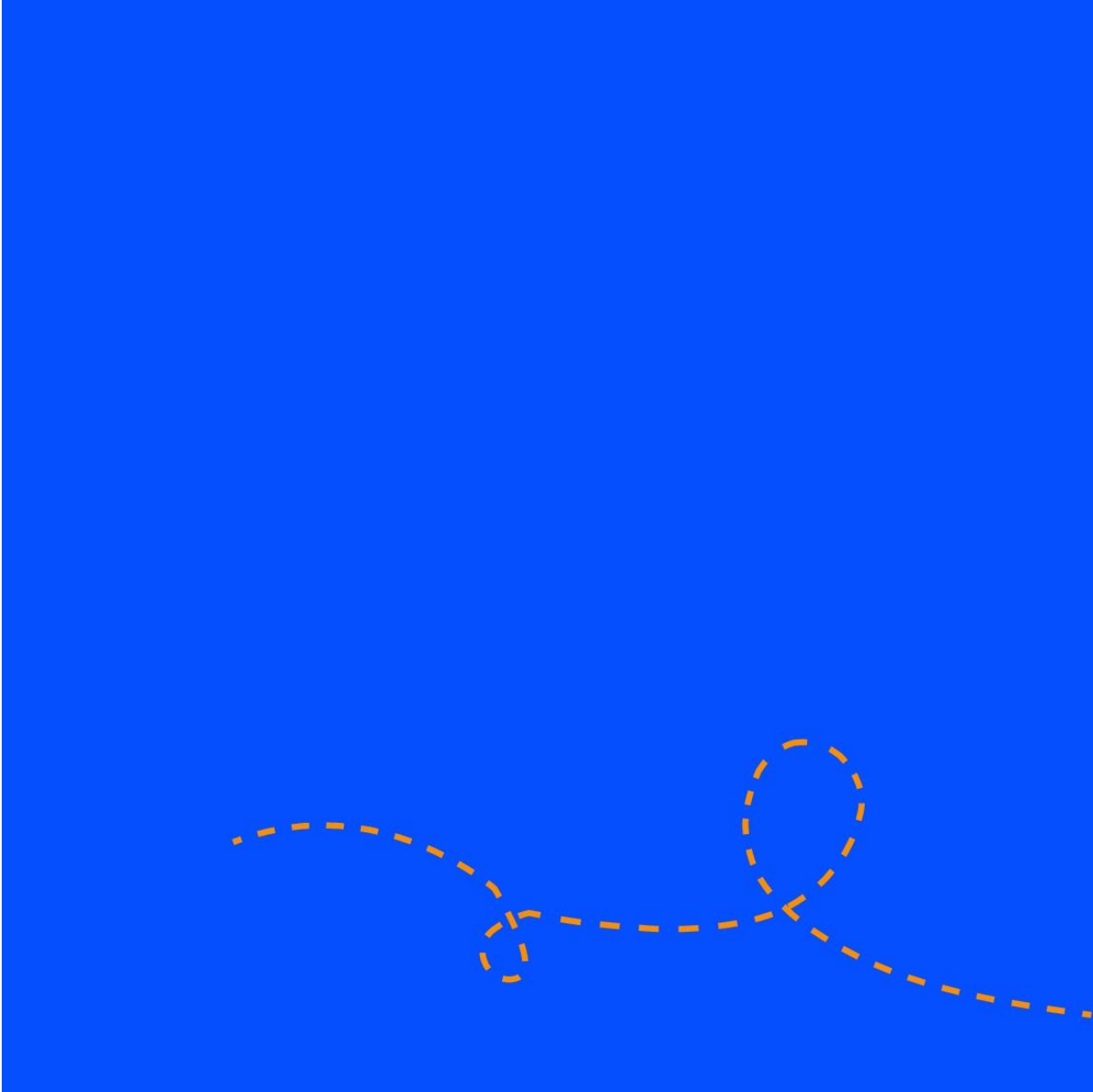
• Visión

La visión de la empresa es convertir negocios tradicionales en innovaciones tecnológicas con potenciales de crecimiento fuera de lo común.

“Llevar a Guatemala a la era tecnológica”.



Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 14.







Imagotipo

El imagotipo es el elemento que puede ser reconocido a la vista. Es un importante elemento que forma parte de la marca porque ayuda a que ésta sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso, mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía.

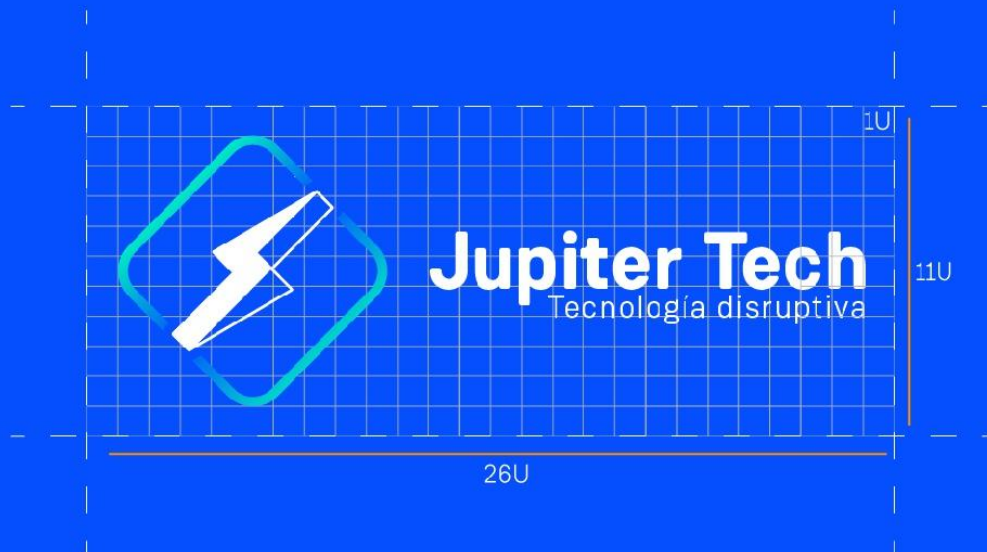


Jupiter Tech
Tecnología disruptiva



Jupiter Tech
Tecnología disruptiva

- Zona de seguridad





Colores Corporativos

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible.



Pantone: 3255 C

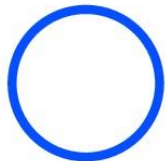
HEX: #00E8C5

RGB

R: 0
G: 232
B: 197

CMYK

C: 62%
M: 0%
Y: 38%
K: 0%



Pantone: 2728 C

HEX: #044FFF

RGB

R: 4
G: 79
B: 255

CMYK

C: 88%
M: 67%
Y: 0%
K: 0%



Pantone: 144 C

HEX: #ff9000

RGB

R: 255
G: 144
B: 0

CMYK

C: 0%
M: 52%
Y: 93%
K: 0%



Tipografía

La tipografía es uno de los principales elementos unificadores de la identidad visual corporativa.

Weissenhof Grotesk Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

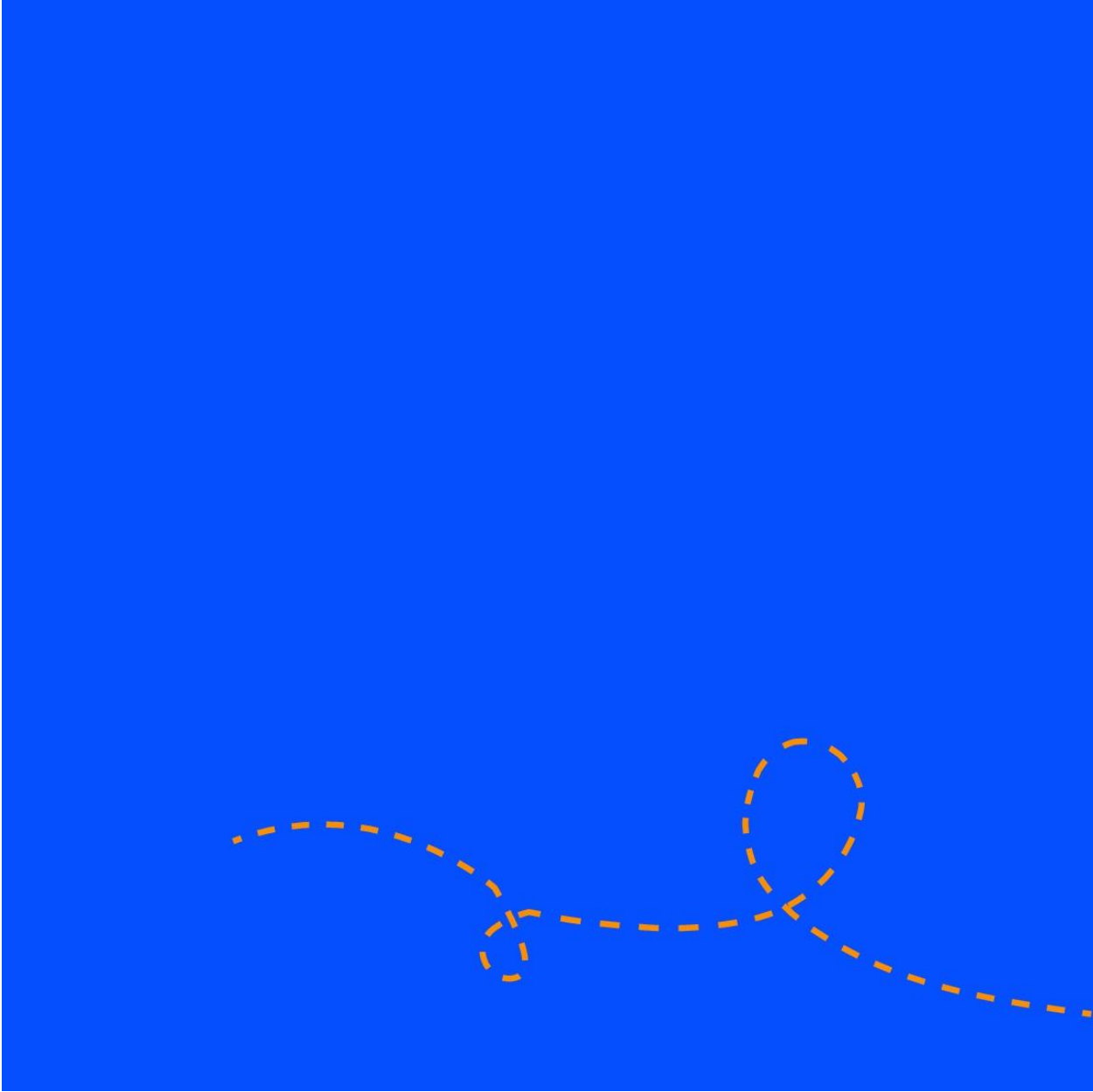
Weissenhof Grotesk Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Weissenhof Grotesk Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 20.



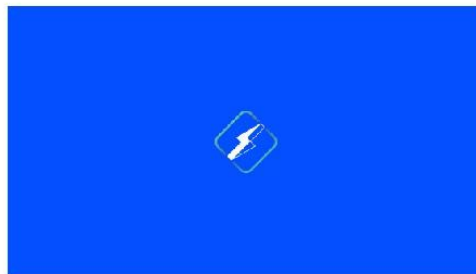




Papelería

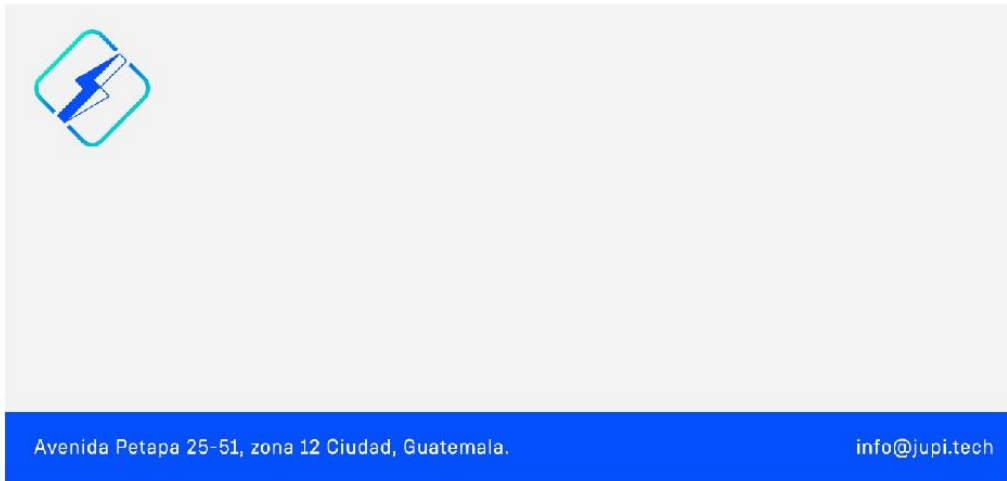
La normalización del sistema de papelería cumple un doble objetivo: contribuye a facilitar la utilización de todos los impresos, al normalizar tamaños y formatos, y facilita la identificación de la empresa al incorporar su identidad en todos los soportes.

- Tarjetas de presentación



Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 23 - Sobre.

- Sobre

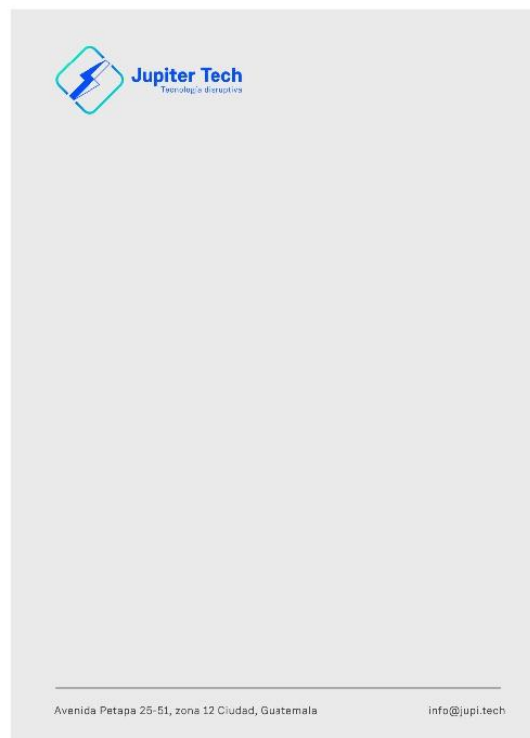


Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 24 – Hoja membretada.



Papelería

- Hoja membretada



Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 25 - Papelería.



Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 26 - Playeras.



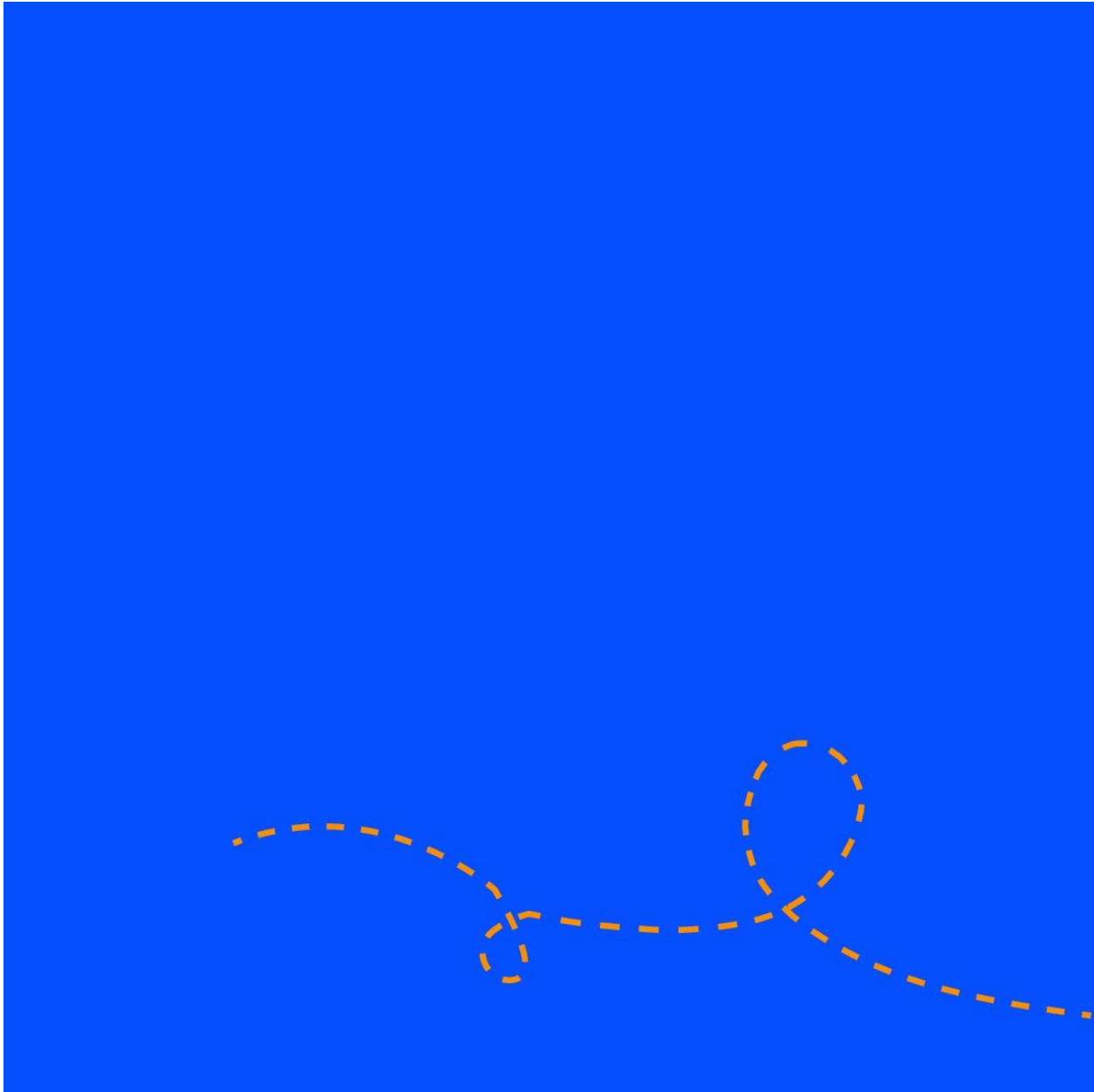
Playeras





Gorras









Cadena de valores





Propuesta final del Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa Jupiter Tech,
Página 32 - Contraportada.



Capítulo X - Producción, reproducción y distribución

A continuación, se presentan los costos de producción, reproducción y distribución del Manual de Identidad e Imagen Corporativa de la empresa Jupiter Tech.

10.1 Plan de costos de elaboración

Para estimar el costo de elaboración del proyecto, se determina el tiempo que se tomó para la elaboración del manual desde el proceso creativo y la elaboración de la propuesta.

Proceso creativo, elaboración de propuesta, recopilación de información, así como el diseño y diagramación del manual de identidad e imagen corporativa.	De abril a junio
Total de meses empleados en la realización del proyecto.	3 meses
Total de semanas empleadas en la realización del manual.	12 semanas
Total de días trabajados.	36 (3 días por semana)
Total de horas trabajadas.	180 horas (5 horas diarias)

	Tomando en cuenta que un diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q6,000.00 según agencias de publicidad y empresas privadas que tienen su departamento de diseño, el pago del día de trabajo es de Q200.00 y la hora tiene un valor de Q25.00.
Precio por hora	Q25.00
El costo total de elaboración del manual de identidad e imagen corporativa es de:	180 horas trabajadas x Q25.00 = Q4,500

10.2 Plan de costos de producción

El proceso de producción se determina por las siguientes actividades:

El proceso consistió en la digitalización de bocetos en artes finales, validación de la propuesta y realización de cambios para la propuesta final:	De julio a septiembre
Total de semanas trabajadas.	12 semanas
Total de días trabajados.	36 días (3 días por semana)
Total de horas trabajadas.	180 (5 horas diarias)
Precio por hora	Q25.00
El costo total de producción del Manual de identidad e imagen corporativa es de:	180 horas trabajadas x Q25.00 = Q4,500

10.3 Margen de utilidad

20% de utilidad sobre todos los costos estimados.

10.4 Cuadro de resumen general de costos

Este es el costo real del proyecto:

Costo	Montos
Plan de costos de elaboración	Q4,500
Plan de costos de producción	Q4,500
Plan de costos de reproducción	Q0
Plan de costos de distribución	Q0
Subtotal:	Q9,000
Margen de utilidad 20%	Q1,800
Subtotal:	Q10,800
IVA	Q1,296
Gran total:	Q12,096

Capítulo XI - Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones:

11.1.1 Se diseñó un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech.

11.1.2 Se investigaron términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados a manuales de identidad e imagen corporativa, a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta de diseño del proyecto.

11.1.3 Se recopiló información acerca de la empresa Jupiter Tech, a través de un brief y datos adicionales que el cliente proporcionó para incluir en el contenido del manual que será utilizado por los diseñadores de la empresa.

11.1.4 Se diagramó la información relacionada a la identidad e imagen corporativa de la empresa en el manual, para facilitar la visualización y aplicación de los elementos gráficos de Jupiter Tech.

11.2 Recomendaciones:

11.2.1 Proporcionar el manual de identidad e imagen corporativa a todos los colaboradores de la empresa Jupiter Tech para estandarizar la correcta aplicación e implementación de la información que en éste se encuentra especificada.

11.2.2 Que se implemente por completo la nueva línea gráfica de la empresa, aprovechando la existencia de un manual de identidad e imagen corporativa que sirve de referencia.

11.2.3 Acoplar la línea gráfica que se especifica en el manual de identidad e imagen corporativa, a los distintos materiales publicitarios, informativos y promocionales que incluyen la imagen de la empresa.

11.2.4 Agregar al manual de identidad e imagen corporativa cualquier tipo de información que cambie en el futuro o algún cambio en el imago tipo y la imagen de la empresa.

Capítulo XII - Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos



Capítulo XIII – Referencias

A

Acaso, M. (2009). *El lenguaje visual: Del lenguaje visual al mensaje visual. 2. Herramientas del lenguaje visual. 3. Tipos de representaciones mediante el lenguaje visual. 4. Una propuesta de análisis*. Paidós.

Alcaraz, María. Logotipo, isotipo, Imagotipo e isologo... ¿Qué son y cómo se diferencian?. (2017). *Baética*. Recuperado de: <https://baetica.es/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/>

Ambrose, G., Harris, P. (2006). *Color: m. sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda*. Parramón.

Aubele, C. (2015). *¡Color!: Potenciá tu imagen y estilo de vida con los poderes del color*. Penguin Random House Grupo Editorial Argentina.

C

Ciudad de Guatemala. (s/f). Guatemala viajes. Recuperado de: <http://www.guatemalaviajes.com/guatemalaciudad.htm>

¿Cómo se define el branding de una marca?. (2015). MglobalMarketing. Recuperado de: <https://mglobalmarketing.es/blog/como-se-define-el-branding-de-una-marca/>

Costa, J. (2003). Imagen corporativa. *Influencia en la gestión*.

Cumpa, L. (2002). *Fundamentos de diagramación: Revistas*. Lima, Perú: UNMM.

D

de Pablos Heredero, C. (2004). *Informática y comunicaciones en la empresa*.

Madrid, España: ESIC Editorial.

Derecho (s/f.). Autor: DefinicionMX. En: <https://definicion.mx/derecho/> . Accedido: 8 de mayo de 2017.

Departamento de Investigación y servicios meteorológicos (2012). Isotermas de temperatura mínima absoluta anual. *Instituto Nacional de Sismología, Vulcanología, Meteorología e Hidrología*. Guatemala. Consultado el 23 de octubre de 2015.

Diferencia entre plataforma web, página web y apps. (s/f). Impactum. Recuperado de: <https://impactum.mx/diferencia-pagina-web-plataforma-web-apps/>

E

Escobar, M. S. (2010). La psicología del consumidor: una discusión de su estado actual y aportes al mercadeo. *Artículos en PDF disponibles desde 1994 hasta 2013. A partir de 2014 visítenos en www.elsevier.es/sumapsicol, 1(2), 163-176.*

F

Fantoni, Á. L. C. (2015). *Comunicación total 5a edición*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Ferraro, R. A., & Lerch, C. (1997). *Qué Es Qué en Tecnología?: Manual de Uso*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica SA.

Figueruelo, M. (2014). *Los nuevos perfiles del consumidor tecnológico*. Recuperado de: <http://www.economista.es/empresas-finanzas/consumo/noticias/5889845/06/14/Los-nuevos-perfiles-del-consumidor-tecnologico.html>

G

Guiraud, P. (1979). *La semiología*. Siglo XXI.

I

INE (2013). *Caracterización Departamental, Guatemala 2012*. Instituto Nacional de Estadística (Guatemala: Gobierno de Guatemala). Archivado desde el original el 25 de junio de 2014.

K

Kotler, P. (2003). *Dirección de marketing: conceptos esenciales*. México: Pearson educación.

Kotler, P., Armstrong, G. (2001). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

L

La teoría de la Gestalt. (2017). Solo Psicología. Recuperado de: <http://solopsicologia.com/la-teoria-de-la-gestalt/>

M

McLean, R. (1993). *Manual de tipografía (Vol. 11)*. Ediciones AKAL.

O

Olivares, E. (2017). Ernestoolivares.es: Las 17 Tendencias de Diseño Gráfico y Web que debes conocer en 2017. Recuperado de: <https://ernestoolivares.es/tendencias-diseno-grafico-web-2017/>

P

Pérez, J. (2012). Definicion.de: *Definición de soporte técnico*. Recuperado de: <https://definicion.de/soporte-tecnico/>

Pérez, J., Gardey, A. (2011). Actualizado: 2014. Definicion.de: *Definición de minimalismo*. Recuperado de: <http://definicion.de/minimalismo/>

Plataformas web: soluciones a la medida. (s/f). LuisROC. Recuperado de: <http://www.luisroc.com/servicios-plataformas-web.php>

Pol, A. (2005). *Secretos de marcas, logotipos y avisos publicitarios. Simbolismo gráfico, espacial y cromático*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Dunken.

S

Samara, T. (2008). *Los elementos del diseño.: Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Santiago, R., Trbaldo, S., Kamijo, M., & Fernández, Á. (2015). *Mobile learning: nuevas realidades en el aula*. Barcelona, España: Editorial Grupo Océano.

<http://www.digital-text.com/FTP/LibrosMetodologia/mlearning.pdf>

Serrano, S. (1981). *La semiótica: una introducción a la teoría de los signos* (Vol. 10). España: Editorial Montesinos.

V

Vergoñós, M. (2015). Actualizado: 2015. La Vanguardia: *¿Qué es la tecnología disruptiva?*.

Recuperado de:

<http://www.lavanguardia.com/economia/management/20150701/54433059777/tecnologia>

-disruptiva-innovacion.html

Capítulo XIV – Anexos

A continuación se presenta información relevante en la elaboración del proyecto.

14.1 Brief de la empresa

Nombre de la empresa: Jupiter Tech

Dirección: Avenida Petapa 25-51, Zona 12 Ciudad, Guatemala, C.A. Email: info@jupi.tech

Tel: 5740-1297

Contacto: Gerson Oswaldo Ruano Recinos Celular: 5697-1335

Antecedentes: En el curso de Práctica Supervisada I, se trabajó con la empresa Júpiter Tech. Al realizar las prácticas, se inició un proceso de renovación de imagen de la empresa, lo cual creó duda de cómo aplicar el logotipo de Júpiter Tech y otros elementos gráficos en los diseños, publicidad o cotizaciones. En base a lo anterior, se determinó que la empresa Júpiter Tech necesita un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos que la representan en medios impresos y digitales.

Oportunidad identificada: La necesidad de crear un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa.

Misión: “Revolucionar el futuro con tecnología disruptiva”. Visión: “Llevar a Guatemala a la era tecnológica”.

Delimitación geográfica: Centroamérica.

Grupo Objetivo: Hombres y mujeres emprendedores de 25 a 50 años en la región de Latinoamérica y Estados Unidos.

Principal beneficio al grupo objetivo: Sistemas amigables e intuitivos fáciles de utilizar, sin dejar atrás la seguridad y confiabilidad de nuestros servidores.

Competencia: MilkNCookies

Posicionamiento: Tras nuestro segundo año de operaciones hemos abarcado una gran cartera de clientes sobre nuestros sistemas, además del crecimiento que llevan nuestros proyectos propios. Sin embargo, seguimos adquiriendo experiencia para incursionar en la élite de las empresas de tecnología sobre Latino américa.

Factores de diferenciación: Sistemas amigables, accesibilidad de pagos, contacto directo con los clientes, posibilidad de patrocinio ante participación en la empresa.

Objetivo de Mercado: Llegar a todas las medianas y grandes empresas que necesitan actualizar sus métodos de administración y producción para la automatización de los mismos.

Objetivo de Comunicación: Inyectar la automatización en los posibles clientes así como el hecho de que la tecnología es un elemento fundamental en cualquier empresa que quiera sobresalir en el mercado.

Mensajes clave a comunicar: Automatización, tecnología.

Estrategia de comunicación: Mails directos a los clientes interesados, redes sociales (jóvenes emprendedores), plataformas de tecnología.

Reto del diseñador y trascendencia: Diseñar un manual de identidad e imagen corporativa entendible y funcional, adecuado para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa.

Materiales a Realizar: Manual de identidad e imagen corporativa de la empresa

Jupiter Tech.

Organigrama:

Socios:

1. Christian Cremer (Finanzas)
2. Steven Cremer (Marketing)
3. Carlos Ruano (Programador)
4. Gerson Ruano (Diseñador)

Equipo:

Osman Cruz (fronted)

Pablo Curumako (backend)

Gustavo Salas (Desarrollador de apps)

Alejandro García (diseñador)

Guillermo Pérez (Marketing)

Foda:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Conocimientos amplios sobre tecnología.2. Equipo cuadrado Perfecto (En cuanto a cargos esenciales para la empresa).3. Desarrollo de tecnologías propias.	<ol style="list-style-type: none">1. Crecimiento de la aceptación de las empresas a las tecnologías disruptivas.2. Desarrollo de nuevas formas de implementación tecnológica.3. Posicionamiento en uno de los mercados más grandes del mundo (tecnología).
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Equipo de operaciones relativamente pequeño.2. Poco tiempo de experticia en el mercado.3. Tiempos de espera superiores a la competencia por proyecto.	<ol style="list-style-type: none">1. Que Guatemala no esté lista para la implementación de nuestra tecnología.2. Pensamiento de “a la vieja escuela” de algunos empresarios mayores.3. Absorción del mercado de parte de los competidores más grandes.

14. 2 Proceso de validación

14.2.1 Encuesta.

PREGUNTAS RESPUESTAS 15

Encuesta de validación del proyecto:

DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Antecedentes:
Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad.

Instrucciones:
En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, seleccionando la respuesta que considere correcta.

Género *

Femenino

Masculino

Edad *

Texto de respuesta corta

Nombre *

Texto de respuesta corta

Profesión *

Texto de respuesta corta

PREGUNTAS RESPUESTAS 15

Nombre

15 respuestas

Claudia Ortiz
Andrea
Gustavo García Salas
Sergio Torres
Osman
Laura Garrido
Guillermo Pérez
Gabriela Micheo
Steven
Andrea Aguilar
Diego Castañeda
Karla Yolanda López de Ayala

14.2.2 Cliente.

Lic. Gerson Ruano.

Encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.   

 **Celeste González** <maceleste.12@gmail.com> 10 oct.   
para Gerson 

Buen día,

Solicito su colaboración para responder la encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad.

En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech (En el archivo PDF adjunto en éste correo) y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación en la encuesta, seleccionando la respuesta que considere correcta.

Manual de identidad e imagen corporativa Jupiter Tech: (PDF adjunto).
- Descargar archivo adjunto y abrirlo en modo de pantalla completa para una mejor visualización.

En la encuesta colocar en el campo "Perfil": **Cliente**

Encuesta de validación:
<https://goo.gl/forms/vwetMYR7a44qyyWg1>

Gracias por su colaboración,

Atte.
María Celeste González.

Lic. Steven Cremer.

Encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.  

 **Celeste González** <maceleste.12@gmail.com> 17 oct.   
para scremer 

Buen día,

Solicito su colaboración para responder la encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad.

En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech (En el archivo PDF adjunto en éste correo) y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación en la encuesta, seleccionando la respuesta que considere correcta.

Manual de identidad e imagen corporativa Jupiter Tech: (PDF adjunto).
- Descargar archivo adjunto y abrirlo en modo de pantalla completa para una mejor visualización.

En la encuesta colocar en el campo "Perfil": **Cliente**

Encuesta de validación:
<https://goo.gl/forms/vwetMYR7a44qyyWg1>

Gracias por su colaboración,

Atte.
María Celeste González.

14.2.3 Expertos.

Licda. Andrea Aguilar.

Encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Carmen Andrea Aguilar Fl...
andreaaguilar@galileo.edu

María Celeste González Alvarado <maceleste@galileo.edu>
para Carmen

15:27 (hace 7 minutos)

Buen día Licenciada Andrea Aguilar,

Solicito su colaboración para responder la encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad.

En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech (En el archivo PDF adjunto en éste correo) y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación en la encuesta, seleccionando la respuesta que considere correcta.

Manual de identidad e imagen corporativa Jupiter Tech: (PDF adjunto).
- Descargar archivo adjunto y abrirlo en modo de pantalla completa para una mejor visualización.

En la encuesta colocar en el campo "Perfil": **Experto**

Encuesta de validación:
<https://goo.gl/forms/vwetMYR7a44qyWg1>

Gracias por su colaboración,

Lic. Diego Ochoa.

Encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Celeste González <maceleste.12@gmail.com>
para diego.homestud.

17 oct.

Buen día,

Cath Rivas me dio su correo, solicito su colaboración para responder la encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.

Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad.

En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech (En el archivo PDF adjunto en éste correo) y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación en la encuesta, seleccionando la respuesta que considere correcta.

Manual de identidad e imagen corporativa Jupiter Tech: (PDF adjunto).
- Descargar archivo adjunto y abrirlo en modo de pantalla completa para una mejor visualización.

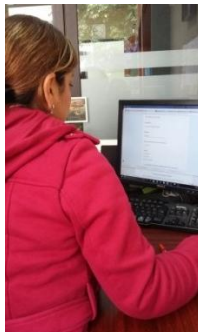
En la encuesta colocar en el campo "Perfil": **Experto**

Encuesta de validación:
<https://goo.gl/forms/vwetMYR7a44qyWg1>

Gracias por su colaboración,






Atte.
María Celeste González.

Licda. Karla López.




14.2.4 Grupo objetivo.






Encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.  

 **Celeste González** <maceleste.12@gmail.com>   
para avigarrido3 
Buen día,
Solicito su colaboración para responder la encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.
Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad.
En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech (En el archivo PDF adjunto en éste correo) y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación en la encuesta, seleccionando la respuesta que considere correcta.
Manual de identidad e imagen corporativa Jupiter Tech: (PDF adjunto).
- Descargar archivo adjunto y abrirlo en modo de pantalla completa para una mejor visualización.
En la encuesta colocar en el campo "Perfil": **Grupo objetivo**
Encuesta de validación:
<https://goo.gl/forms/vwetMYR7a44gyyWg1>
Gracias por su colaboración,
Atte.
María Celeste González.

Encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.  

 **Celeste González** <maceleste.12@gmail.com>   
para claudia_ortiz 
Buen día,
Solicito su colaboración para responder la encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.
Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad.
En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech (En el archivo PDF adjunto en éste correo) y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación en la encuesta, seleccionando la respuesta que considere correcta.
Manual de identidad e imagen corporativa Jupiter Tech: (PDF adjunto).
- Descargar archivo adjunto y abrirlo en modo de pantalla completa para una mejor visualización.
En la encuesta colocar en el campo "Perfil": **Grupo objetivo**
Encuesta de validación:
<https://goo.gl/forms/vwetMYR7a44gyyWg1>
Gracias por su colaboración,
Atte.
María Celeste González.

Encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018. 

 **Celeste González** <maceleste.12@gmail.com>   
para gopp.god 
Buen día,
Solicito su colaboración para responder la encuesta de validación del proyecto: DISEÑO DE UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA CORRECTA APLICACIÓN DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA EMPRESA JUPITER TECH, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.
Se está diseñando un manual de identidad e imagen corporativa para estandarizar la correcta aplicación de los elementos gráficos de la empresa Jupiter Tech, con el fin de que los colaboradores conozcan y apliquen fácilmente los elementos gráficos de la empresa para acelerar los procesos de diseño y la productividad.
En base a la información anterior, observe la propuesta del manual de identidad e imagen corporativa para la empresa Jupiter Tech (En el archivo PDF adjunto en éste correo) y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación en la encuesta, seleccionando la respuesta que considere correcta.
Manual de identidad e imagen corporativa Jupiter Tech: (PDF adjunto).
- Descargar archivo adjunto y abrirlo en modo de pantalla completa para una mejor visualización.
En la encuesta colocar en el campo "Perfil": **Grupo objetivo**
Encuesta de validación:
<https://goo.gl/forms/vwetMYR7a44gyyWg1>
Gracias por su colaboración,
Atte.
María Celeste González.