



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer, en el mercado de uniformes en Guatemala, Guatemala 2023

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación  
Guatemala C.A.

#### **ELABORADO POR:**

María Cristina Ventura Yaxón

Carné: 16002135

Para optar al título de:

#### **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero 2023

Proyecto de graduación

Diseño de manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer,  
el mercado de uniformes en Guatemala, Guatemala 2023

María Cristina Ventura Yaxón

16002135

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción

**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, M.Sc.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 12 de abril de 2021

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

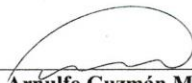
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE USO DE LOGOTIPO PARA NORMAR LA IMAGEN DE LA EMPRESA CONFECCIONES JUFER, EN EL MERCADO DE UNIFORMES EN GUATEMALA**. Así mismo solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**María Cristina Ventura Yaxón**  
16002135



**Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán**  
Asesor  
Colegiado 7499

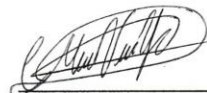
Guatemala 12 de abril de 2021

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

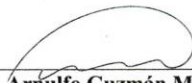
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE USO DE LOGOTIPO PARA NORMAR LA IMAGEN DE LA EMPRESA CONFECCIONES JUFER, EN EL MERCADO DE UNIFORMES EN GUATEMALA**. Así mismo solicito que el Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**María Cristina Ventura Yaxón**  
16002135



**Mgtr. Arnulfo Guzmán Morán**  
Asesor  
Colegiado 7499



Guatemala, 10 de diciembre de 2021

**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 MANUAL DE USO DE LOGOTIPO PARA NORMAR LA IMAGEN DE LA EMPRESA CONFECCIONES JUFER, EN EL MERCADO DE UNIFORMES EN GUATEMALA**, presentada por el estudiante MARIA CRISTINA VENTURA YAXON. Con número de carné 16002135, 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,

**M.Sc. Arnulfo Guzmán**  
**Colegiado 7499**



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 09 de diciembre de 2022

Señorita  
María Cristina Ventura Yaxón  
Presente

Estimada Señorita Ventura:

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, 11 de enero de 2,023

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Universidad Galileo  
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MANUAL DE USO DE LOGOTIPO PARA NORMAR LA IMAGEN DE LA EMPRESA CONFECCIONES JUFER, EN EL MERCADO DE UNIFORMES EN GUATEMALA***, de la estudiante María Cristina Ventura Yaxón, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

  
Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez  
Asesor Lingüístico  
Universidad Galileo





**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución por la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 02 de febrero de 2023

**Señorita:**  
**María Cristina Ventura Yaxón**  
**Presente**

Estimada Señorita Ventura:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE USO DE LOGOTIPO PARA NORMAR LA IMAGEN DE LA EMPRESA CONFECCIONES JUFER, EN EL MERCADO DE UNIFORMES EN GUATEMALA, GUATEMALA, GUATEMALA 2023.** Presentado por la estudiante: María Cristina Ventura Yaxón, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

## **Dedicatoria**

Agradezco a Dios por bendecir mi vida, por guiar mis pasos a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad. Y darme la fuerza para continuar en el proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que ahora soy. Ser su hija ha sido un orgullo y un privilegio, ya que ellos han sido el motor y la fuerza para salir adelante en todos los aspectos de mi vida.

A mis hermanos por estar siempre presentes. En cada paso que doy están acompañándome y por el apoyo moral, que me brinda en el transcurso de mi vida.

## **Resumen**

A través del acercamiento con la empresa Confecciones Jufer se identificó que no cuenta con un manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa, en mercado de uniformes en Guatemala.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer, en el mercado de uniformes.

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

Se utilizó la herramienta de validación para conocer el grupo objetivo, conformado de 9 personas entre las edades de 20 a 45 años.

El resultado obtenido fue que se diseñó el manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer en el mercado de uniformes en Guatemala. Y con ellos se espera que los clientes actuales y potenciales lo identifiquen como una empresa única y diferente.

Para efectos legales únicamente el autor, MARÌA CRISTINA VENTURA YAXÒN, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

## índice

Capítulo I .....	1
1.1    Introducción .....	1
Capítulo II: Problemática.....	2
2.1 Contexto .....	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	2
2.3 Justificación.....	2
2.3.1. Magnitud .....	3
2.3.2. Vulnerabilidad.....	4
2.3.3. Trascendencia.....	4
2.3.4. Factibilidad.....	4
Capítulo III: Objetivos del diseño.....	5
3.1 El objetivo general .....	5
3.2 Los objetivos específicos .....	5
Capítulo IV: Marco de referencia .....	6
4.1    Información general del cliente.....	6
4.1.1 Misión.....	6
4.1.2 Visión .....	6
Capítulo V: Definición del grupo objetivo .....	8

5.1 Perfil geográfico.....	8
5.2 Perfil demográfico.....	8
5.3 Perfil psicográfico.....	9
5.4 Perfil conductual.....	9
Capítulo VI: Marco teórico.....	10
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	10
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	11
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	11
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	14
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	17
6.3.1. Ciencias auxiliares.....	17
6.3.2. Artes.....	21
6.3.3. Teorías.....	22
6.3.4. Tendencias.....	23
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	25
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	25
7.2 Conceptualización.....	26
7.3 Bocetaje.....	29
Capítulo VIII: Validación técnica.....	53
8.1 Población y muestreo.....	54

8.2 Método e instrumentos .....	54
8.2.1. Modelo de la encuesta .....	55
8.3. Resultados e interpretación de resultados .....	58
8.4. Cambios en base a los resultados .....	69
Capítulo IX Propuesta gráfica final .....	72
Capítulo X Producción, Reproducción y distribución .....	102
10.1. Plan de costos de elaboración.....	102
10.2. Plan de costos de producción .....	103
10.3. Plan de costos de reproducción .....	103
10.4. Plan de costos de distribución .....	104
10.5. Margen de utilidad .....	104
10.6. Cuadro con resumen general de costos .....	104
Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones .....	105
11.1. Conclusiones .....	105
11.2. Recomendaciones.....	106
Capítulo XII Conocimiento general.....	107
13.3 e-grafía .....	109
Capítulo XIV Anexos .....	113

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN



## Capítulo I

### 1.1 Introducción

Confecciones Jufer es una empresa que fue fundada en el año 2005, dedicada a realizar uniformes de para empresa industriales como: camisas, blusas, pantalones formales, pantalones para taller y gabachas entre otras. Hoy en día la empresa no cuenta con un manual de uso de logotipo para normar la imagen.

Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la creación del siguiente proyecto: Diseño de manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer, en el mercado de uniforme guatemalteco.

Para la elaboración de dicho manual se llevará a cabo una serie de pasos creativos para el diseño del mismo, se utilizará la técnica brainstorming. Asimismo, se llevará a cabo un marco teórico para delimitar los requisitos para el diseño del manual.

Para realizar el proyecto se recurrirá a la herramienta de diseño, comunicación y validación. El método de validación será una serie de preguntas a los colaboradores, al cliente y aún grupo de experto diseño y comunicación, con el fin de asegurar la efectividad del proyecto.

# CAPÍTULO II

## Problemática

## **Capítulo II: Problemática**

### **2.1 Contexto**

La empresa Confecciones Jufer fue creada el año 2005 por Juana Velásquez, y actualmente se dedica principalmente a la elaboración de uniformes industriales, como lo son camisas, blusas, pantalones formales, pantalones para taller y gabachas. Sin embargo, no cuenta con imagen corporativo que lo representen ante los clientes reales y potenciales. Es por ello que de alguna manera afecte el crecimiento y reconocimiento.

Para ello se sugiere que se diseñe un manual corporativo ayudando así a tener presencia en lo visual.

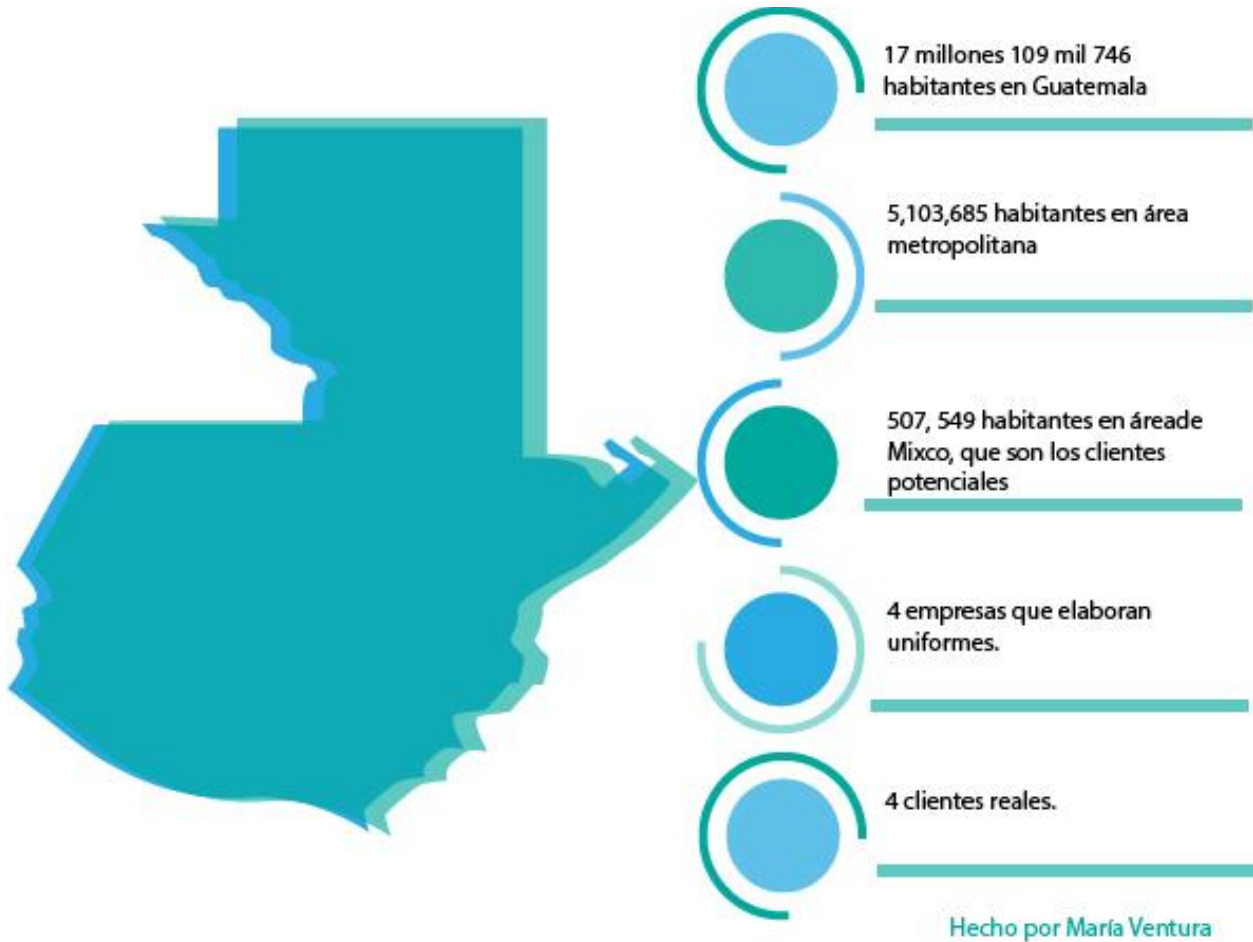
### **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

La empresa Confecciones Jufer no cuenta con un logotipo que norme la imagen de la empresa en el mercado de uniformes.

### **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.

**2.3.1. Magnitud.** En la República de Guatemala habitan 17 millones 109 mil 746 personas, y está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra Mixco que en la actualidad acoge 507,549 habitantes. Dentro de este municipio existen 4 empresas dedicadas a la actividad de elaboración de uniformes, y entre ellas, se encuentra Confecciones Jufer que atiende aproximadamente a 4 de clientes reales.



**2.3.2. Vulnerabilidad.** Si la empresa no realiza el logotipo, se perderá la oportunidad de darse a conocer y tener su propia identidad, y por lo tanto es necesario contar con logotipo ya que si no se tiene pierde credibilidad.

**2.3.3. Trascendencia.** Al contar con el manual de uso de logotipo para normar la imagen, la empresa podrá ser identificada, darse a conocer en el mercado guatemalteco para ser reconocido en la República de Guatemala. Con el fin de comunicar, transferir seguridad y confianza al cliente.

**2.3.4. Factibilidad.** El manual de uso de imagotipo para normar la imagen es factible, porque cuenta con los recursos necesarios para llevarse a cabo.

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** Confecciones Jufer cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones e información necesaria que se desempeñan dentro de la organización.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** Los ejecutivos de Confecciones Jufer autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos.** La empresa Confecciones Jufer cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilita la realización de este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** Confecciones Jufer cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación. Por su parte, el comunicador-diseñador cuenta con las competencias profesionales y el siguiente equipo para llevar a cabo el proyecto:

- Se cuenta con una computadora Hp con procesador AMD A12-9720P RADEON R7, 12 COMPUTE CORES 4C+8G 2.70 GHz.
- Se trabajar a través de los programas de Adobe. Los programas para utilizar son Illustrator y InDesing.

# CAPÍTULO III

## Objetivos del diseño

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

### **3.1 El objetivo general**

Diseñar un manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer, que identificará en el mercado de uniformes en Guatemala.

### **3.2 Los objetivos específicos**

**3.2.1** Recopilar toda la información necesaria de la empresa para la creación del manual de uso de logotipo.

**3.2.2** Investigar referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación manual de uso de logotipo para la creación del proyecto para la empresa Confecciones Jufer.

**3.2.3** Determinar la diagramación adecuada del manual de uso fácil de logotipo para que el grupo objetivo lo vea de forma fácil y ordenada.



# CAPÍTULO IV

## Marco de referencia

## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente

La empresa Confecciones Jufer fue creada el año 2005 por Juana Velázquez, y actualmente se dedica principalmente a elaboración de uniformes.

- **Nombre del cliente:** Confecciones Jufer
- **Dirección:** 4ta avenida 7-89 Montserrat II zona 4 de Mixco
- **Teléfono:** 40242237
- **Contacto:** Juana Manuela Velázquez

**4.1.1 Misión.** Nos dedicamos a la creación y confección de prendas para uniformes, empresas industriales, oficinas, restaurantes y colegios ofreciendo alta costura en calidad, de acuerdo con el gusto y tendencias del mercado.

**4.1.2 Visión.** Ser reconocidos como una empresa líder en confecciones de uniformes con la mejor calidad e innovadores en diseño y telas.

## 4.2 FODA

### Fortalezas

- Ofrece diversidad de diseños.
- Cuenta con personal capacitado .
- Cuenta con maquinaria necesaria.

### Oportunidades

- Cuenta con mas de 10 años de experiencia.
- Pagos accesibles.
- Utiliza la mejor materia prima.

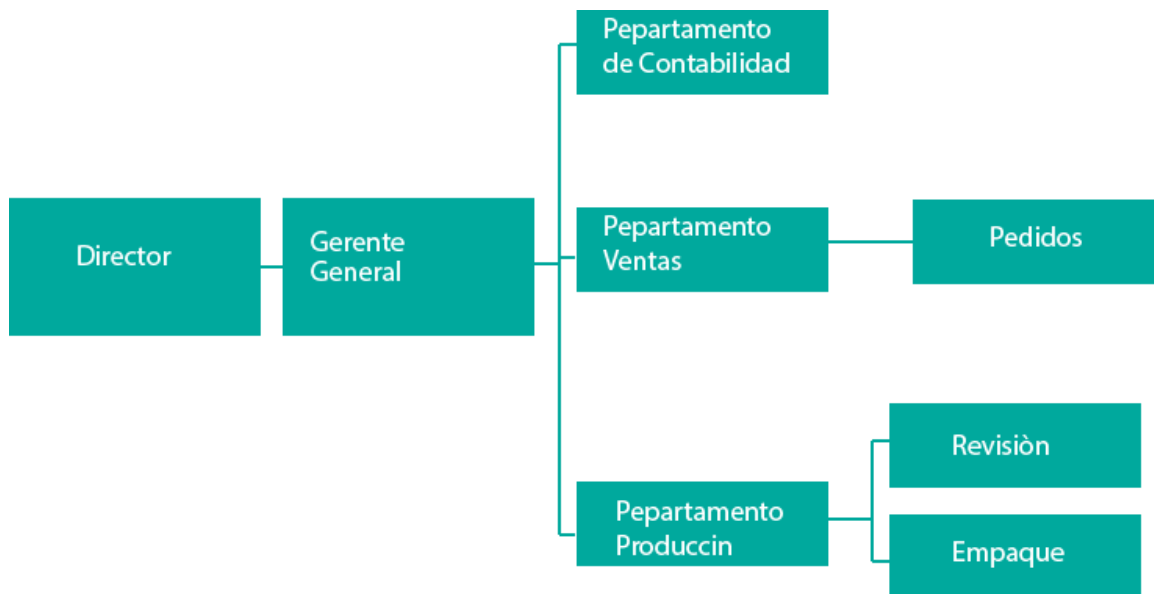
### Debilidades

- No cuenta con logotipo.
- No es reconocida.
- Alta inversion en materia prima.

### Amenazas

- Falta de leatad en los clientes.
- Clientes con falta de credito.
- Empresas que ofrezcan lo mismo al menor cotos.

## 4.3 Organigrama de la empresa Confecciones Jufer



Organigrama para Confecciones Jufer, hecho por María Cristina Ventura.

Ver brief completo en anexo número 1.

# CAPÍTULO V

## Definición del grupo objetivo

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El proyecto está dirigido a un grupo de objetivo enfocado a clientes actuales y potenciales de 20 a 45 años, que son gerentes generales, administradores, encargados, dueños de empresas que necesitan uniformes. Estos son hombres y mujeres que viven en distintos departamentos de Guatemala.

### **5.1 Perfil geográfico**

El grupo objetivo reside en metropolitana de Guatemala, trabaja departamentos de Chiquimula, Ciudad de Guatemala y Escuintla, transita por zonas, carretera Interamericana y carretera El Salvador. Puntualmente, el proyecto se ubicará en el municipio de Mixco, superficie un total de 132 km. Según las estadísticas indican 507,549 millones de habitantes su clima es templado.

### **5.2 Perfil demográfico**

El grupo objetivo está compuesto por mujeres y hombres de 20 a 45 años. Con un nivel socio económico C2, con ingreso de Q17,500.00 al mes en su mayoría son ejecutivos y dependientes. Sus hijos menores estudian en colegios privados, los mayores en universidad privada. Tipo de vivienda casa o apartamento rentado o bien financiado, que posee 1-2 recámaras con 1-2 baños, 1 sala, garaje para dos vehículos. Eventualmente por día cuenta con servicio personal.

En cuanto a su estado financiero se tiene 1 cuenta monetaria y 1 de ahorro. Cuenta con un vehículo compacto. En bienes de comodidad poseen un teléfono fijo, cada miembro posee un celular, cuenta con servicio de cable y equipos de electrodomésticos. Para división frecuente cine, centros comercias y parques temáticos.

Ver tabla completa de nivel socio económico en anexo 2

### **5.3 Perfil psicográfico**

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, se reúne en organizaciones, iglesias católicas y evangélicas cristinas. Cree en el trabajo y en la diversión, viajes, por lo que frecuenta playas, hoteles y parques de recreación.

### **5.4 Perfil conductual**

El grupo objetivo se comporta de una manera positiva ante al producto, ya que lo identifica y lo representa como una corporación. Esperan que calidad en cada prenda, su frecuencia es ocasional. La lealtad hacia el producto es fuerte ya que la opinión de los colaboradores es importante.

# CAPÍTULO VI

Marco teórico

## Capítulo VI: Marco teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1 Manual.** Se conoce como documento donde se registra las instrucciones, característica de un productos o servicios, o bien de imagen corporativa en la que se especifica el uso correcto de un logotipo o maraca determinada. (Jorge Frascara, 2021)

**6.1.2 Norma.** Es un con junto de reglas que se establecen para llevar un ordenamiento social y ser cumplidas. Las normas pueden estar organizadas y clasificadas temáticas económicas, familiares, políticas, laborales, penales entre otras. (Definición ABC, 2021)

**6.1.3 Empresa.** Es la unión económica y social donde de manera capital, el trabajo y la dirección coordina para la realización de un producto social útil conforme con las exigencias del bien común. (Javier Benavides Peñeda, 2021).

**6.1.4 Mercado.** Es un conjunto de todos aquellos compradores reales y potenciales que adquieren un producto o servicio. (Kotler y Armastrong, 2021)

**6.1.5 Uniforme.** Es un elemento de vestuario estética que su función es crear identidad visual y muy marcada y de manera concluyente, el atuendo se utiliza conforme a los preceptos de la profesión y las normas impuestas por la empresa ya que es un elemento fundamental a la hora de comunicar la imagen e identidad deseada. (Domínguez Font, 2021)

**6.1.6 Mercado de uniformes.** Son instituciones, empresas y organizaciones que hacen el uso de uniformes, para comunicar y representar a la empresa de manera corporativa y respetada. (Maria Ventura, 2021)



## 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.** Se define como la acción y efecto de comunicarse, ya que se trata de un proceso dinámico en el que se necesita un emisor que envíe un mensaje a través de un canal y un receptor. (Dionne Valentia Santos, 2021)

#### 6.2.1.2 Esquema de comunicación.

- *Emisor:* Es una persona o bien un grupo de persona que crea el mensaje.
  - *Mensaje:* Es una cadena con señales producidas a través de reglas precisas, en cual es involucrado el canal.
  - *Receptor:* Es el que recibe el mensaje, también puede ser el emisor. El papel del receptor de manera pasivo y creativo ya descodifica el mensaje.
  - *Canal:* Es el medio que ayuda a transmitir el mensaje al receptor. De igual manera pueden llegar hacer numerosas según sea las interpretaciones dependerá de la cultura, el medio en el que se transmita como, por ejemplo: libros, prensa, cine, la radio, la televisión y actualmente internet.
  - *Contexto:* Circunstancias que rodean al hecho o bien al acto y de esa manera permiten que se comprende el mensaje de manera justa.
  - *Código.* Es el conjunto de códigos y signos que el receptor trata de descodificar.
- (Dionne Valentia Santos, 2021)

**6.2.1.2 Comunicación organizacional.** Se determina un proceso de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes en un sistema que establece contextos laborales y presión que la misma organización pone en la comunicación. La presión que contiene la comunicación organizacional tiene a cumplir objetivo de mantener la unión y que dan sentido a las actividades. (Dionne Valentina Santos, 2021)

- **Comunicación interna y externa.** Son todas aquellas actividades que la organización crea con el fin de mantener una relación unida entre colaboradores a través de diferentes vías de comunicación organizacional.
- **Comunicación interna:** Reconocer el ambiente de la empresa y sus colaboradores, para fomentar el intercambio de información.
- **Comunicación externa.** Son todas las actividades que se realizan fuera de la organización con el propósito de crear relaciones con el exterior y es conocida como relaciones públicas.
- **Escenarios de la comunicación organizacional.** Se representa en 3 escenarios.
- **Escenario físico.** Se refiere tanto como interno y externo son todos los elementos simbólicos que hacen referencias a información o indicadores ejemplo de ellos son: símbolos “no pasa”, “personal autorizado” entre otros.
- **Escenario social.** Consiste en factores que se relacionan con las personas y la integración, como por ejemplos: la palería de cada miembro dentro de un reino laboral
- **Escenario institucional.** Mensajes que una organización emite a sus colaboradores, proveedores, clientes, y toda persona involucrada, por ejemplo: memorándums, avisos en pizarra, publicidad entre otros. (Dionne Valentina Santos, 2021)

- ***Flujo de la comunicación organización.*** es indispensable la comunicación en una empresa y que se tenga varias vías de comunicación, de manera jerárquico menor y a uno más alto.
- ***Comunicación descendente.*** Es un tipo de comunicación de jerarquía donde los altos ejecutivos se comunican a los niveles inferiores a ellos. Es decir, su autoridad es centralizada en autoría. Los medios principales utilizados en este proceso son de manera personal, telefónica. Y de manera escrita son: memorándum, cartas, informes, manual de operación, folletos, reportes entre otras.
- ***Comunicación ascendente.*** Es lo contrario a la descendentes ya que los colaboradores son los que transmiten el mensaje a los superiores, pero la infamación no llega de manera completa y objetiva, debido a que la información va ascendiendo y los informes tiene menor impacto. Los medios a utilizar para transmitir la información son: reunión periódica, entrevista personalizadas, círculo de calidad, vía telefónica, encuestas. (Dionne Valentina Santos, 2021)

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

**6.2.2.1 Diseño.** Es la organización de materiales, técnicos, sociales, forma, color, volumen, espacio y el proceso de la forma más beneficioso en sentido económico, en un equilibrio de balances de todos los elementos necesarios para cumplir una función.

(L. Moholy Nagy, 2021)

El diseño tiene como finalidad resolver el lenguaje visual en una pieza lógica interna, de manera que todas las partes mantengan relación entre sí en cuanto a forma y peso, situación y concepto. (Timothy Samara, 2021)

**6.2.2.2 Diseño gráfico.** Actividad que desarrolla contenido comunicacional de manera visual, es decir a través de señales gráficas, transmitiendo un mensaje con el objetivo de orientar a un público determinado. (Definición, 2021)

**6.2.2.3 Logotipo.** Es la representación de una entidad de manera conceptual y visual también es llamado como logo, en la definición en área de marketing como en el diseño tipográfico. Se caracteriza por el diseño como tal la palabra o bien el nombre de la marca. Tiene como finalidad la forma rápida e inmediata de mantenerse en la memoria del público de manera visual y ser identificado como una corporación o marca.

(Significados, 2021)

**6.2.2.4 Imagotipo.** Es la que está compuesta por dos piezas semánticas, por imago se refiere a la imagen o representación visual de una imagen, símbolo o icono. El segundo componente es tipo que es tipografía bien texto. Imagotipo es la unión de imagen y texto que construye la representación visual de una marca y ambos elementos se pueden ser presentados separados, es decir independientes pero que conforman una unidad.

(web.planetapixel, 2021)

**6.2.2.5 Isologo.** Este compuesto por texto e imagen de la misma manera que imagotipo, pero con la diferencia que, eso significa raíz y hace referencia de igualdad y equilibrio. En el caso de este isologo ambos elementos conforman una unidad, es decir que no se deben de separar. (web.planetapixel, 2021)

**6.2.2.6 Isotipo.** Es la que representa de forma simbólica y comunican la marca sin la necesidad de mencionarla, se encuentran divididas en 6 categorías monograma, anagrama, siglas, inicial, firma y pictograma. (web.planetapixel, 2021)

- *Monograma:* Es la construcción en la que se utiliza las iniciales de la marca creando una unidad.
- *Anagrama:* Conformado de silabas esta termino es utilizado cuando el nombre de la empresa o marca es demasiado grande, y esta técnica ayuda a simplificar y reducir tanto textualmente como visual con el objetivo de crear impacto y recordatorio en los clientes.
- *Siglas:* Es un proceso agresivo que al de anagrama, ya que se basan en iniciales de la maraca y se leerá letra por letra para facilitar la lectura y asimilación.
- *Inicial:* Se utiliza la primera letra del nombre que compone la marca.
- *Firma:* Es una modalidad que se caracteriza por ser más autentica ya que es un manuscrito que nos indica un encuentro más cercano con la maraca.
- *Pictograma:* Son construcciones de figuras abstractas o simbólicos que acompañan a logotipo de la maraca ya que pueden será representados solas o acompañados con una Tipografía indicada. (web.planetapixel, 2021)

**6.2.2.7 Diseño editorial.** Maquetación y composición de todo tipo de publicación, libros, revistas, periódicos entre otras. El objetivo es crear una composición de manera atractiva y funcional para el lector y conseguir una armonía perfecta. (Minique, 2021)

- **Retícula:** Conjunto de líneas y guías que se trazan para organizar el espacio de manera que todos los elementos que lo componen como título, subtítulos, texto, imagen, entre otras, la reticular transmite una estructura de orden.
- **Equilibrio:** puede ser formal o informal esto se deberá la ubicación y carga visual que se asigne el elemento.
- **Simetría:** Es una herramienta que va de la mano junto con equilibrio de ordenar las formas de manera jerárquico. Además, la simetría se basa en forma geométricas o entidades abstractas.
- **Tipografía:** Saber seleccionar correctamente la elección de Tipografía para la distribución del espacio y organización de manera que el lector comprenda el texto escrito. (Minique, 2021)

## 6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

### 6.3.1. Ciencias auxiliares.

**6.3.1.1 Semiología.** Es una ciencia que estudia todos los medios de comunicación a través de señales, gestos, miradas, modo de andar, modo de sentarse, modo de mirar, lugar donde se vive, ropa entre y lenguas entre otras. Se encarga de estudiar el sentido de las palabras. (Ferdinand de Saussure, 2021)

**6.3.1.2 Sociología.** Estudia el comportamiento de la sociedad, es decir observa, analiza e interpreta el comportamiento de un individuo según sea su contexto, con el fin de transformar y mejorar el ambiente político. Por ello la sociología busca métodos y técnicas para elaborar teorías propias de acuerdo con la comprensión. (Web.cisolog, 2021)

**6.3.1.3 Antropología.** Es un término griego que está compuesta por dos palabras átropos, que quiere decir “hombre” y logos, que significa conocimiento, así que es la ciencia social que estudia la naturaleza humana, y todo lo que respecte tanto como en la sociedad, la diversidad de cultura, costumbres, creencias entre otras.

- Antropología social. Observa el comportamiento que el ser humano tiene ante la sociedad, según sea sus creencias, cultura, tradiciones de igual manera implica según en qué lugar se encuentre. Ya que si se encuentra en un organización o empresa no tendrá el mismo comportamiento.
- Antropología lingüística. Se basa en el estudio de lenguajes humanos tanto en sistemas de representación simbólica. (web.significaco, 2021)

**6.3.1.4 Cibernética.** Ciencia que se encarga el control de la comunicación dentro de la biológico, la electrónica, la industria y el computo. (web.ingenieria las salle, 2021)

- Programación: Determinar un modelo de comportamiento a través de un código de información, con el que se llevara como clave de proceso.
- Computación: Proceso donde se transmite la información de mejora digital entre dispositivo informáticos.
- Sistema de regulación: Se encarga de elegir respuestas.
- Sistema de comunicación: Es la se encarga de emitir una acción o respuesta tomando en cuenta el medio y el receptor. (web.ingenieria las salle, 2021)

**6.3.1.5 Psicología.** Esta es la ciencia que se encarga de estudiar al ser humano como individuo, se enfoca principalmente en tres áreas: afectiva, cognitiva y conductual. Esta ciencia posee sus propios métodos de comprobación para los hechos sociales las cuales se enfocan principalmente en el lenguaje, percepción y atención. La psicología social, estudia la influencia que puede llegar a tener el entorno social en un individuo. La sociología puede tener 3 enfoques para poder estudiar mejor a las masas, cognitiva que estudia el comportamiento, fisiológica que estudia el sistema nervioso y el funcionamiento del cerebro. (Zepeda Herrera, Fernando 2021)

**6.3.1.5.1 Psicología de la comunicación.** Comunica ideas intenciones, deseos, afectos, actitudes e incluso instrucciones, a través de mímica, oral, gestos corporales, escrito. El ser humano no puede evitar no comunicar, ya que cualquier actividad que realice o hasta mismo silencio tiene un valor de mensaje. (web. Psicología del consumidor 2021,)

**6.3.1.5.2 Dimensiones de la comunicación.**

- Cognitiva: Es la información recibida que deber ser comprendidas y decodificada.
- Social: Intercambio de información que se encuentra sometida a ser interpretada en contexto cultural. (web. Psicología del consumidor 2021,)



- Semiótica: códigos que deben ser analizados. (web. Psicología del consumidor 2021)

**6.3.1.5.3 Psicología del color.** Los colores estimulan emociones específicas en las personas, ya que el factor psicológico está conformado por diferentes impresiones que intervienen en el ambiente que se está creando por el color, ya sea calma, plenitud, alegría entre otras. (Jesus Alberto Peña, 2021)

- Colores cálidos: Lo conforma el rojo en su máxima saturación. Suelen ser agresivos y parece que vibran dentro del espacio, el poder que tiene afecta a las personas. Como el aumento de la presión sanguínea y la estimulación del sistema nervioso.
- Colores fríos: Esta compuesta por el azul, los sentimientos que producen estos colores es que reduce el metabolismo ya aumenta la sensación de calma.
- Colores claros: Son los pasteles, es la ausencia del color visible son prácticamente transparentes. Por lo que transmiten descanso, suavidad y fluidez.
- Colores oscuros: Tonos que lo conforma el negro, representa lo opuesto a la naturaleza.
- Colores brillantes: Los conforman azul, rojos, amarillos, y naranjas, estos colores atraen la atención, por lo que estimula alegría. (Jesus Alberto Peña, 2021)

**6.3.1.5.4 Psicología de la imagen.** Es una manera de activar la conciencia, la imagen es el espacio que representa la ideas o necesidad objetiva, se podrá orienta y activar a mediad que se emplea. La imagen permita reconocer y actuar en base a su estructura. (Humanista, 2021)

**6.3.1.6 Pedagogía.**

**6.3.1.7 Andragogía.** Es la guía o bien técnicas para la enseñanza a los adultos, se basa en por qué el adulto decide estudiar. Según sea su necesidad de aprender así exageraría más al profesor a su enseñanza. (web.Conceptos, 2021)

**Características**

- Organizar el aprendizaje entorno a la dificultad.
- Aprende porque quiere no porque deber.

**6.3.1.7 Periodismo / Publicidad.**

**6.3.1.7.1 Periodismo.** Recopilación de información analizada, de manera escrita, virtual, oral, visual o grafica. Con el fin de cumplir una sola misión de transmitir y emplear fuentes de información verídica. (Definición, 2021)

**6.3.1.7.2 Publicidad.** Es una herramienta tradicional que proviene del marketing, su objetivo es divulgar, estimulara, transmitir un mensaje positivo de un producto o marca y mantener su presencia en el mercado es decir en clientes reales y potenciales. También se puede decir que es un medio de comunicación social, que estudia actividad la manera de como relacionarse social y cultural (Rockcotent. 2021)

**6.3.1.8 Relaciones públicas.** Es una herramienta de comunicación empresarial, que desarrolla estrategias con el objetivo de crea un vínculo cercano con su grupo objetivo.

(Conomipedia, 2021)

*Funciones de las relaciones públicas.*

- Proyectar la imagen de la identidad corporativa
- Investigar, analizar el mercado y tendencias.
- Fomentar la relación entre trabajadores y el público externo.
- Difundir noticias y eventos en los diferentes medios de comunicación
- Difusión de información de identidad a los clientes. (Conomipedia, 2021)

**6.3.1.9 Lingüística.** El estudio de las lenguas naturales y todo lo que encierra como idioma, léxico, la forma de hablar, pronunciación, las lenguas según su etnia cultural en generar se enfoca en el habla humano. Al tratarse de diversidad de lingüística se crea leyes y normas para el habla para formar el uso de la lengua de manera correcta.

(Web.condeptosdefinicions, 2021)

## **6.3.2. Artes.**

**6.3.2.1 fotografía.** Es el arte de capturar imágenes través de una cámara, la fotografía también se puede decir que es un arte artística de manera técnica. La calidad dependerá de la sensibilidad y creatividad del fotógrafo para darle un valor estético a su creación.

(conceptos, 2021)

**6.3.2.2 Artes tipográficas.** Complementa el significado del contenido, a través del equilibrio, tamaños y el espacio con el fin de que se lleve una buena lectura optima.

(odwebdesign.net. 2021)

**6.3.2.2.1 Tipografía.** Las letras forman parte de un logotipo y estos son un buen punto de partida, para analizar sus características individuales. (Decorative Typography, 2021)

Ha tomado un papel muy importante, en cuanto a la comunicación visual ya que transmite un mensaje, y es por eso por lo que la Serif clásica transmite elegancia y confiables que pueden producen sentimiento de nostalgia. (Venngage, 2021)

### **6.3.3. Teorías.**

**6.3.3.1 Teoría del color.** Para la creación de paleta de colores, se tiene que basar en reglas para determinar la combinación de los colores para obtener el efecto deseado. La importancia que tiene es saber reconocer el poder que tiene el color en la mente y como armar armonía de los colores ya que partir de allí se empezara a comunicar, tanto como el diseño y el arte. (Ecured, 2021)

**6.3.3.2 Teoría de la Gestalt.** Se basa en la estructura y la organización de manera visual que da paso a la percepción en cual los sentidos colaboran para crear argumentos.

(Georgina Villafaña)

#### *Leyes de percepción*

- Proximidad. Crea agrupaciones de elementos de acuerdo con la cercanía.
- Semejanza: Cualidad que percibe una asociación de similitud.
- Dirección: La horizontal y la vertical son las direcciones más predominantes que persigue la posición de los elementos.
- Inclusión: Son figuras repetidas de manera ordenadas una sobre otra, pues que no sean las mismas figuras.
- Continuidad: Conjunto de elementos ordenando de manera simple y continua que facilita la lectura. (Georgina Villafaña 2021)

- Cercamientos: Consiste crear el cierre cuando se nos presenta el contexto.
- Pregnancia: Postula la forma y son percibida de manera rápida. (Georgina Villafaña 2021)

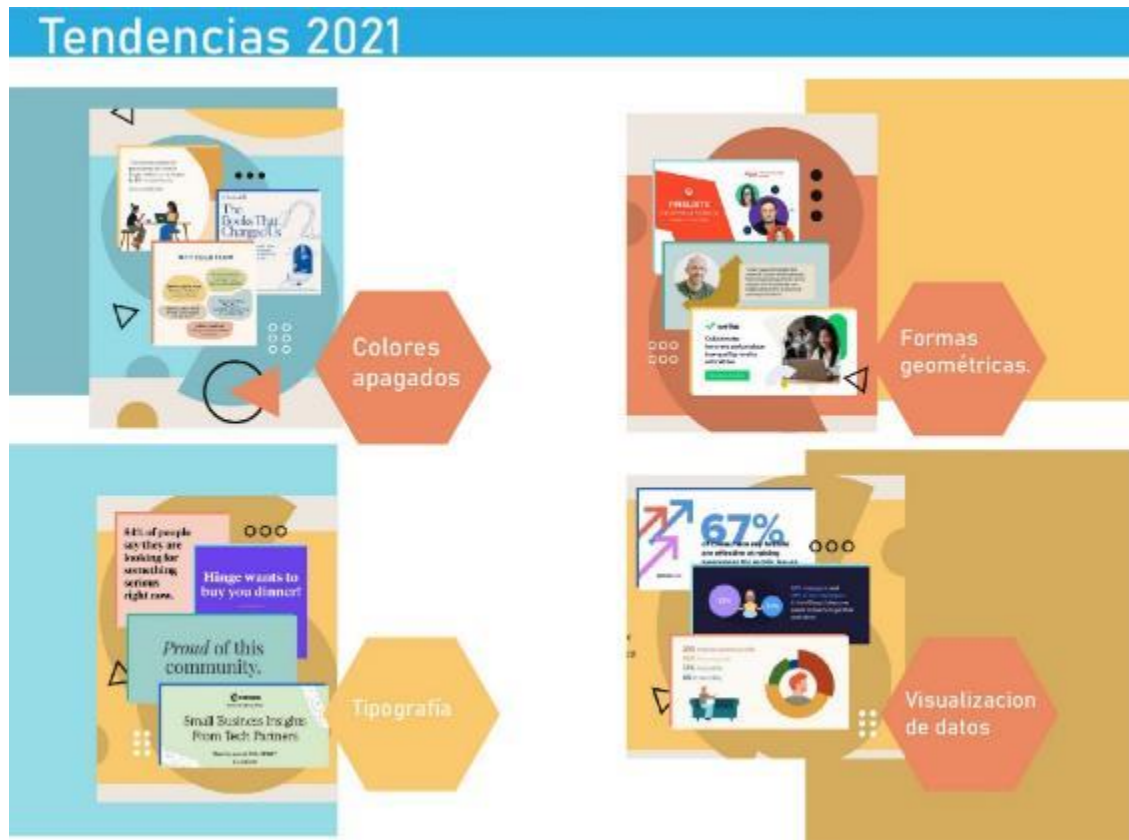
**6.3.3.3 Teorías del recorrido visual.** Es un fenómeno que registran los sentidos en proporción que va directa al cerebro el cual registra e interpreta la percepción, esta genera y modula los estímulos que provoca una reacción inmediata que va directo al pensamiento el cual es un emisor de energía y ordena la ideas con una intensidad y dirección y emite. Ejemplo: “vemos las cosas no como son, sino como nosotros queremos verla.” (Georgina Villafaña 2021)

#### **6.3.4. Tendencias.**

**6.3.4.1 Colores apagados.** La tendencia en colores que se tiene este 2021 son colores apagados es decir que tiene una saturación baja. Son colores que reflejan seguridad y nostalgia. También puede percibir la naturaleza y orgánicos. (venngage, 2021)

**6.3.4.2 Formas geométricas.** Formas y patrones geométricas rígidos y de bordes duros y los bordes de forma geométrica que crean un contraste con los colores. (Venngage, 2021).

### 6.3.4.3 Tablero de tendencias.



Tablero creado por. María Ventura.

# CAPÍTULO VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

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

**7.1.1 Comunicación.** En el proyecto se incluirán los conceptos principales de la comunicación, así como también las formas específicas de comunicación corporativa, y que la comunicación corporativa, influye en el grupo objetivo en el que se da a conocer y representa la organización de la empresa y tiene que reflejar valores y políticas de esa forma se re recorda.

**7.1.2 Diseño.** Es la aplicación que se dará a este proyecto un aspecto visual creando atractividad y visibilidad de acuerdo con la empresa Confecciones Jufer, eso ayudará a ser reconocida de manera visual, logrando así captar la atención de los clientes reales y potenciales.

**7.1.3 Semiología.** Se encarga del estudio de relación al analizar signos, ya que en proyecto se usarán signos que le darán significado para el imago tipo.

**7.1.4 Diagramación.** Se encarga de la organización del espacio escritos y visuales. De esa manera se llevará a cabo la maquetación y la distribución del manual del uso del logotipo.

**7.1.5 Tipografía.** Existen diversidad de Tipografía actualmente esto se deba que ha tomado un papel importante, ya que transmite emociones y sensaciones ejerciendo e influenciando en el mensaje que se quiere transmitir. Es porque ello que al momento de hacer el manual corporativo se definir una Tipografía que representa a la empresa.

**7.1.6 Psicología del color.** La aplicación de la psicología del color ayuda a fortalecer la imagen de la empresa, ya que de esa manera conectan a los usuarios que ven y se sientes



identificados con el fin de crear personalidad a la empresa. Así que se usara la psicología del color a favor que creara seriedad y formalidad al imagotipo.

**7.1.7 Teorías de Gestalt.** Dentro del proyecto facilitara el enfoque

**7.1.8 Tendencia de colores.** Los colores que se tiene en tendencia en este año 2021 son colores apagados es decir que su saturación es baja y la cual se tomara en cuenta al momento de aplicar color.

**7.1.9 Tendencias formas geométricas.** En este proyecto tendrán elementos geométricos siguiendo patrones creando un contraste con los colores.

## **7.2 Conceptualización**

La conceptualización servirá de referencia para la elaboración de todos los elementos que irán colocados en el proyecto Diseño de manual de uso de imagotipo para normal la imagen de la empresa.

**7.2.1 Método.** Técnica creativa utilizara es la brainstormig o mejor conocida como la lluvia de idas. El método creativo “brainstormig” fue creada por Alex Faickney Osborn, y usada principalmente para crear soluciones de problemas creativas y genere ideas únicas.

El método brainstormig, funciona de la siguiente forma: nos permite ordenar ideas de manera y agruparlas de manera cronológica. Se debe llevar el siguiente esquema:

- Paso 1: Calentamiento. Aquí pensamos que podemos comprar con Q10 o menos.
- Paso 2 generación de ideas: se establece el número de ideas que se quiere llegar, y se determina el tiempo que se quiere trabajar.

- Paso 3 Trabaja con ideas. Es decir que se puede mejorar las ideas que se tiene o generar otra en base a las demás.
- Paso 4 evaluación: se establece cuales serán evaluadas.

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

**7.2.2 Definición del concepto.** Para el proyecto Diseño de manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer se basó en el logotipo creado por Maria Cristina Ventura Yaxon en años 2019 (ver anexo# 4) para aplicó la técnica de creatividad titulada brainstorming, desarrollaron los siguientes pasos:

- Paso 1 Se elaboró un listado de temas que se derivan tanto del producto de comunicacional y de la empresa.
- Paso 2 Se basó en comunicación visual, color, manual corporativo.
- Paso3 de las ideas que se destacaron en la lluvia de ideas se elaboró subtemas.

**7.2.2.1 Luvia de ideas**



### 7.2.2.2 Mapa mental



Mapa mental creado por María Cristina Ventura.

### 7.2.3 Definición del concepto.

La empresa confecciones Jufer se dedica a la elaboración de uniformes industriales, camisas, playeras, blusas, gabachas entre otras.

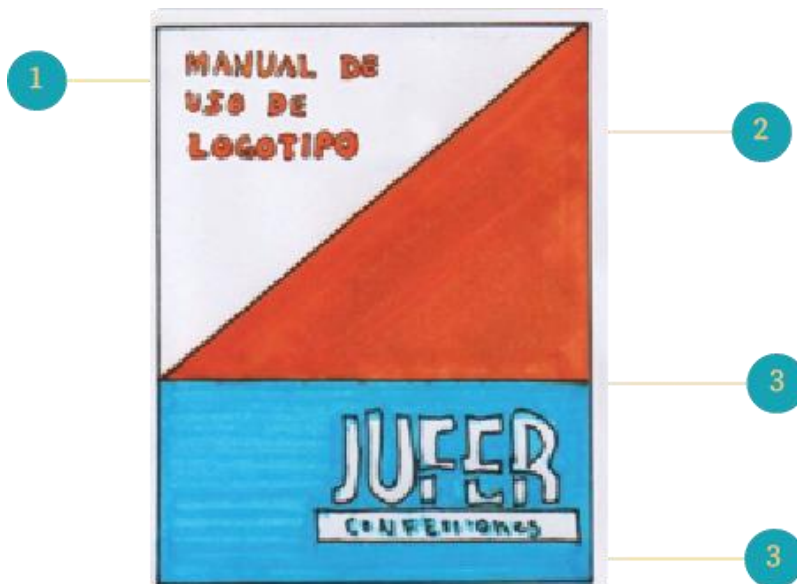
- Uniformes diseñados según el área o departamento de trabajo.
- Especialidad en uniformes industriales en áreas de taller.
- Innovando imagen de presentación.

Por lo que, resultado de técnicas creativas, se llegó al concepto “Calidad en alta costura”. Este concepto se usará como eslogan y se usará como fuente de inspiración para realizar el manual de uso de logotipo.

## 7.3 Bocetaje

### 7.3.1 Proceso de bocetaje.

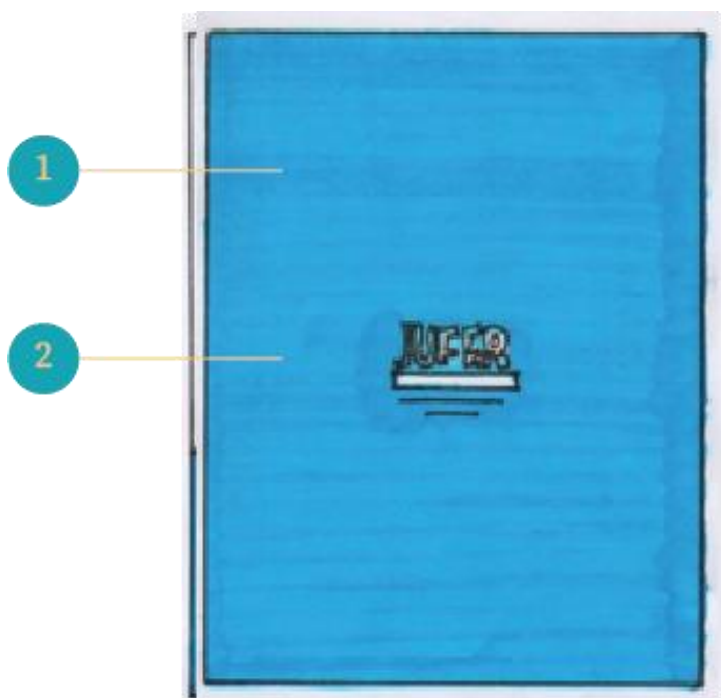
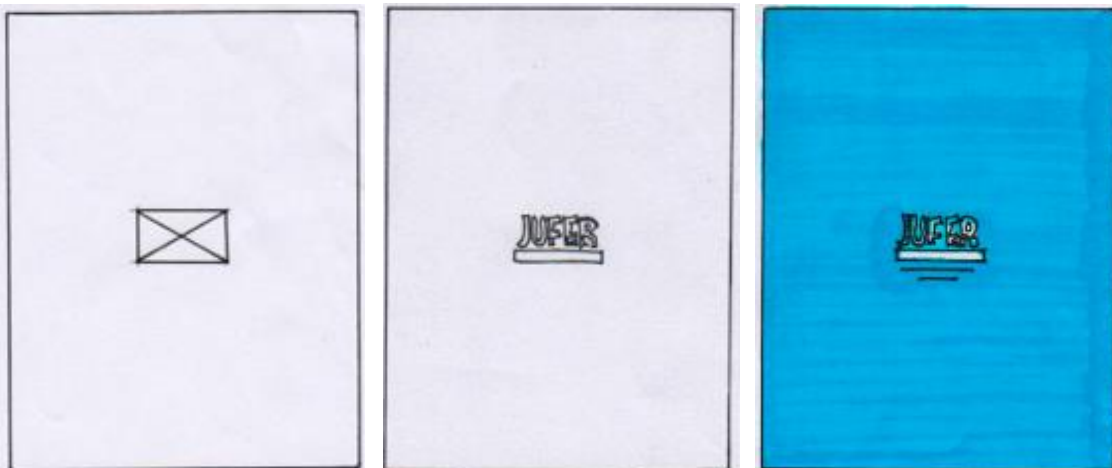
#### 7.3.1.1 Proceso de bocetaje portada



#### Identificación de elementos

1. Titular
2. Figura rectangular
3. Figura triangular
4. Logotipo de la empresa

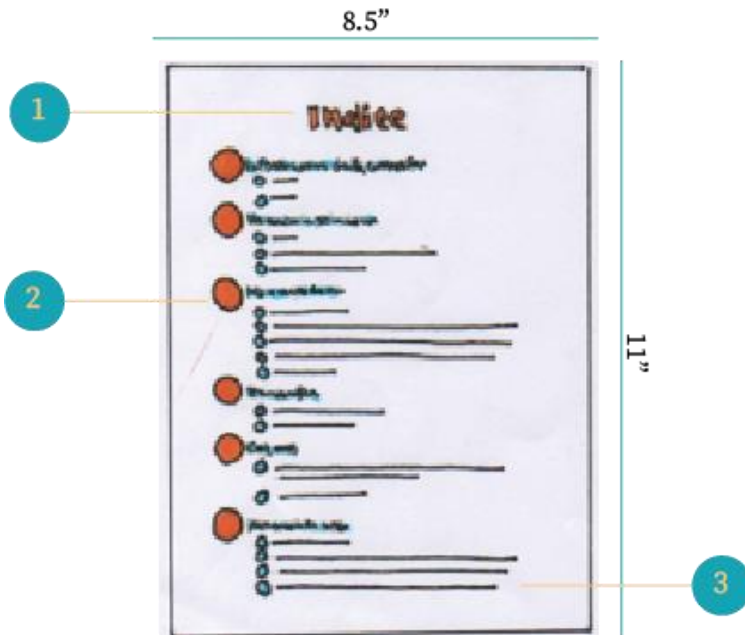
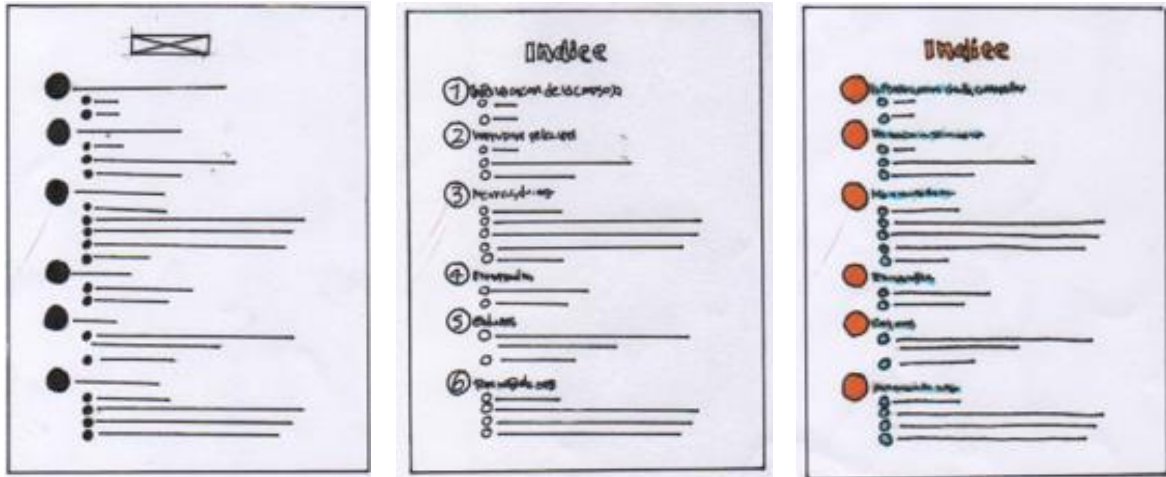
### 7.3.1.2 Proceso de bocetaje de contraportada



#### Identificación de elementos

1. Fondo celeste
2. Logotipo

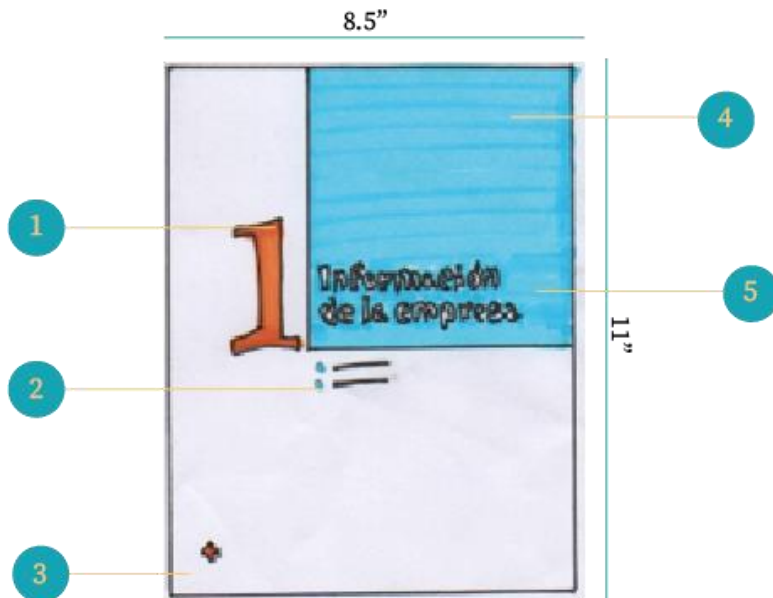
### 7.3.1.3 Proceso de bocetaje de indice



#### Identificación de elementos

3. Título
4. Elemento gráfico
5. Texto

### 7.3.1.3 Proceso de bocetaje de pagina divisor



#### Identificación de elemento

1. Texto numérico
2. Texto
3. Numeración de página
4. Figura cuadrada
5. Título

### 7.3.1.4 Proceso de bocetaje de pagina interior

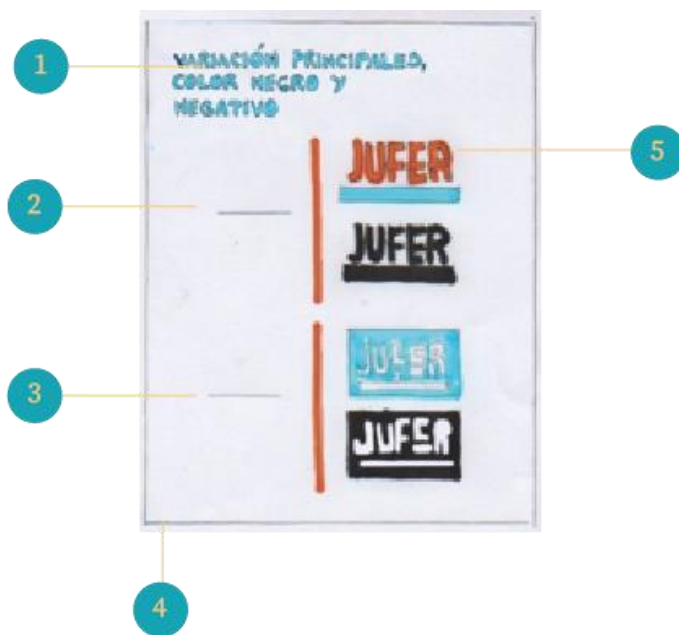
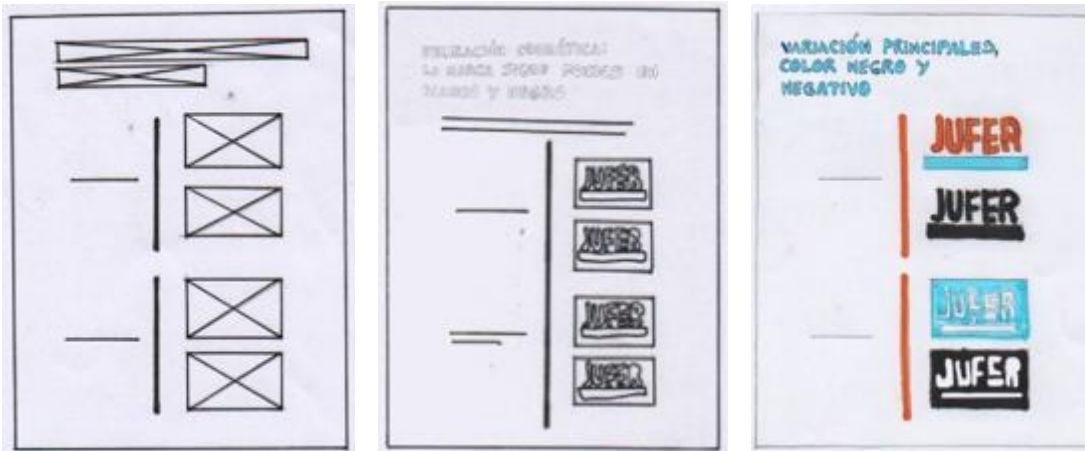


#### Identificación de elemento

1. Título
2. Texto
3. Logotipo
4. Numeración de página



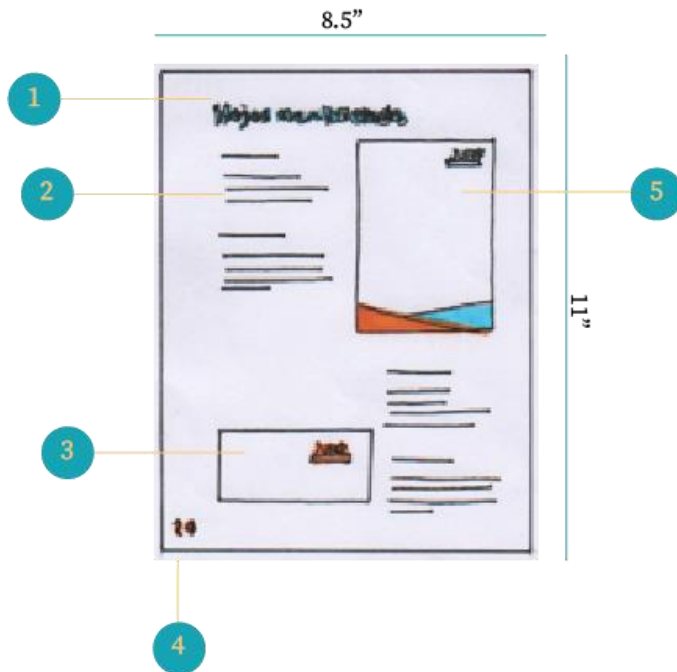
### 7.3.1.5 Proceso de bocetaje pagina interior



#### Identificación de elementos

1. Título
2. Texto
3. Texto
4. Numeración de página
5. Logotipo

### 7.3.1.6 Proceso de pagina interior



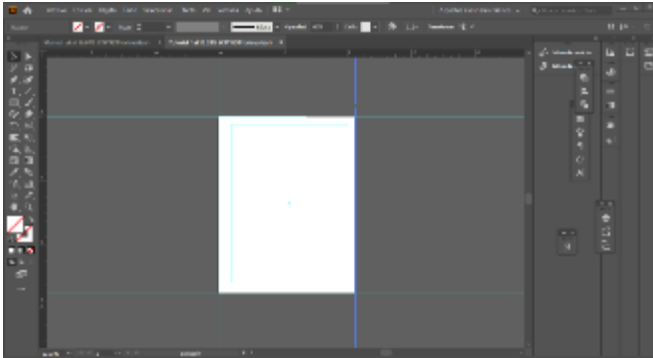
#### Identificación de elementos

1. Título
2. Texto
3. Elemento gráfico
4. Numeración de página
5. Elemento gráfico

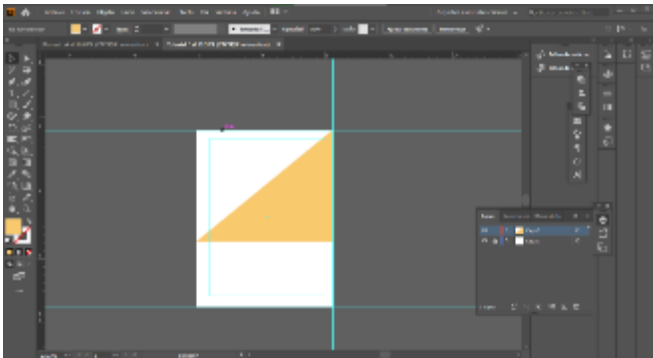
## 7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos.

### 7.3.2.1 digitalización de portada

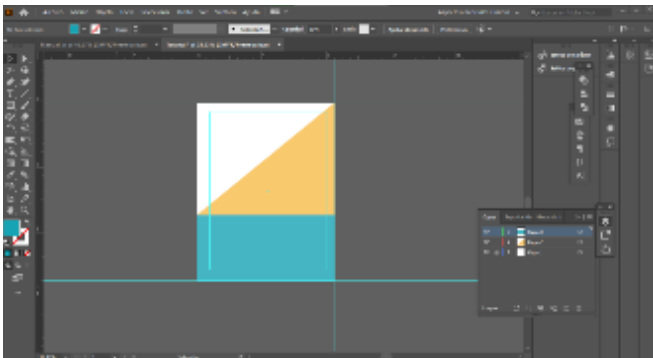
#### Paso 1: Ilustrador



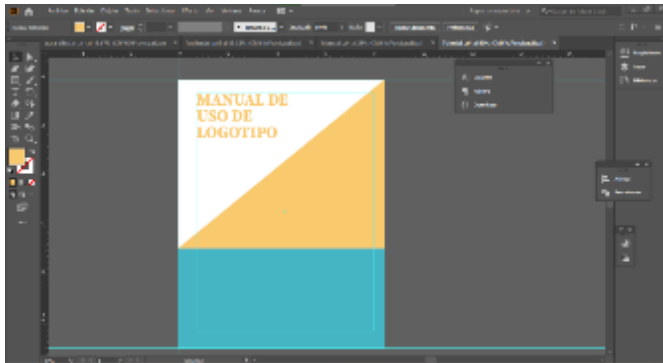
#### Paso 2: Se dibujó un triángulo



#### Paso 3: Bajo el triángulo se dibujó un rectángulo



**Paso 4:** Posteriormente se creó el título con la Tipografía Source Serif Variable, Bold de 48 puntos.



**Paso 5:** Del lado derecho inferior sobre el rectángulo se colocó el logotipo.

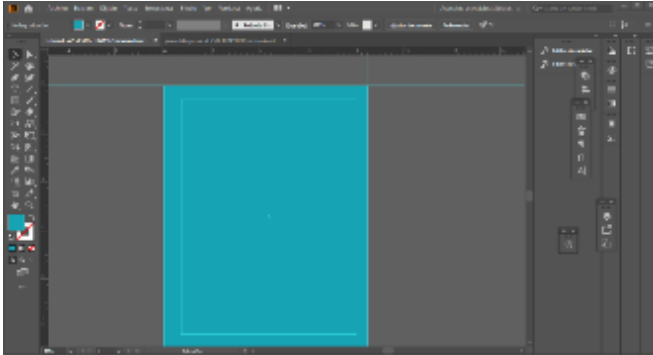


**Paso 6:** Colocar en Indesing

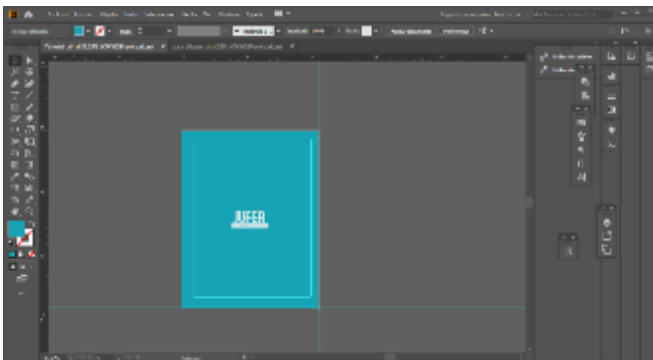


### 7.3.2.1 digitalización de contraportada

**Paso 1:** Se pinto el fondo de color celeste.

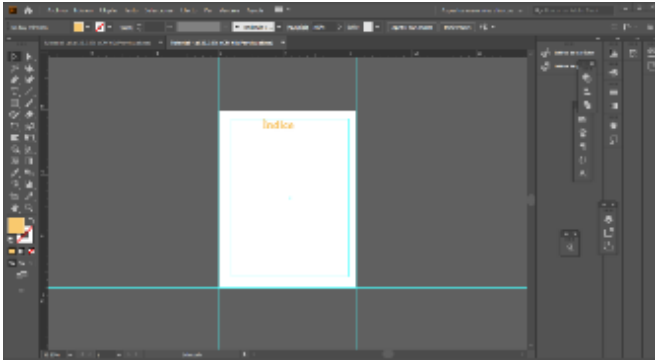


**Paso 1:** Sobre el fondo se colocó el logotipo.

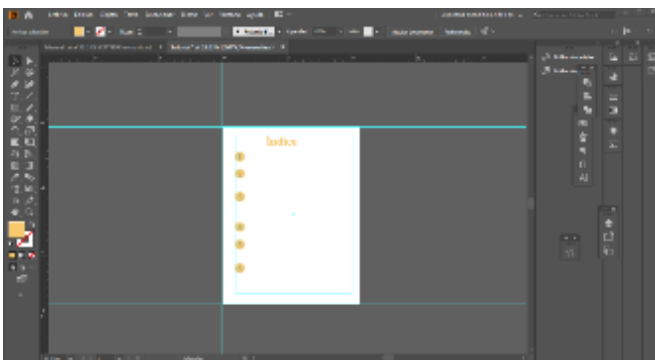


### 7.3.2.1 digitalización de índice

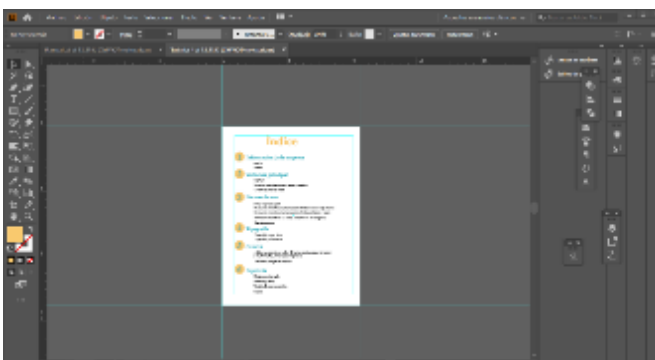
**Paso 1:** En la parte superior se creó el título con la Tipografía Source Serif Variable, bold de 48 puntos.



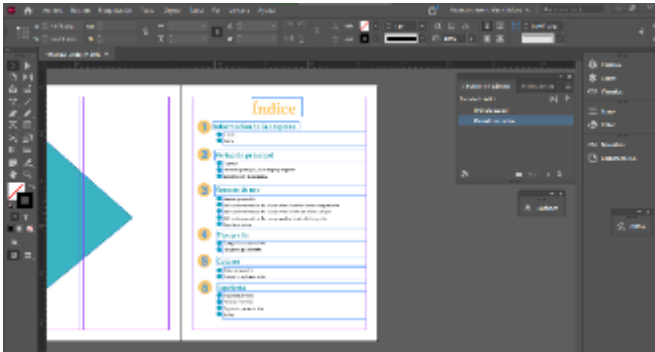
**Paso 2:** Posteriormente del lado izquierdo se dibujó círculos y sobre ellos se encuentra la enumeración con tipografía Source Serif Variable, Semibold 36 puntos.



**Paso 3:** Se crea el texto con la tipografía Source Serif Variable, Light 12 puntos

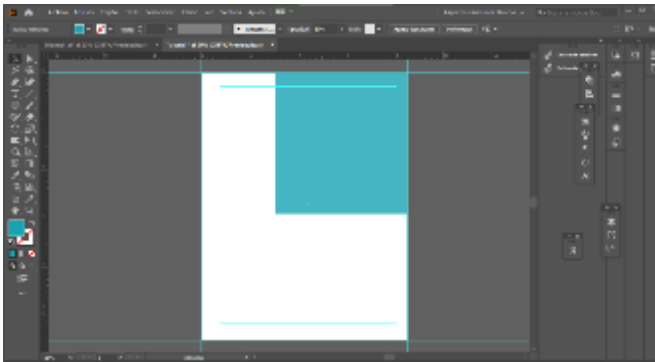


#### Paso 4: Colocar en Indesing

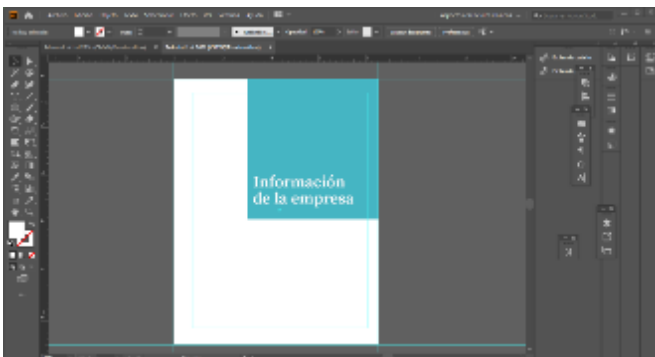


#### 7.3.2.1 digitalización de la página divisora

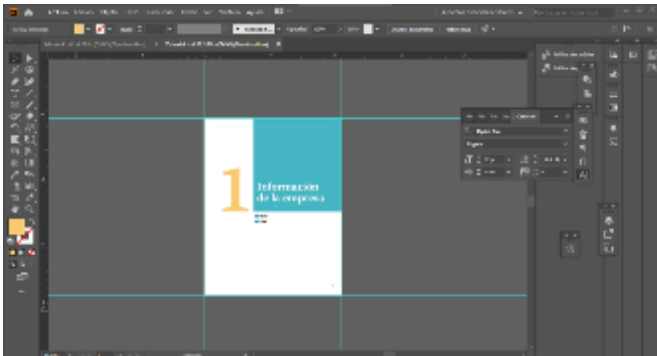
**Paso 1:** Se construyó un cuadrado de lado superior derecho.



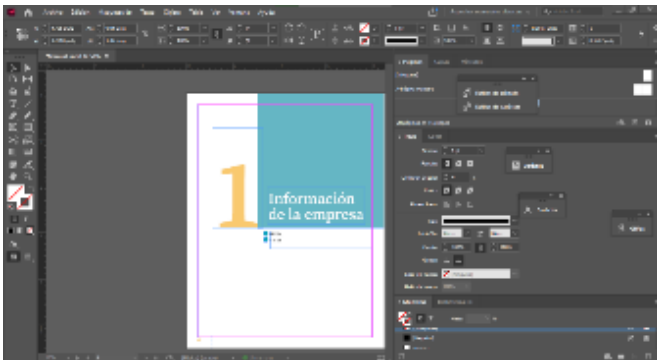
**Paso 2:** Posteriormente se creó el título sobre el cuadrado, con la tipografía Source Serif Variable, Semibold 48 puntos.



**Paso 3:** A si mismo se creó el texto de enumeración de lado superior izquierdo con la tipografía Source Serif Variable, Semibold 300 puntos. Debajo del cuadro se creó el segundo texto con la misma tipografía con 12 puntos.

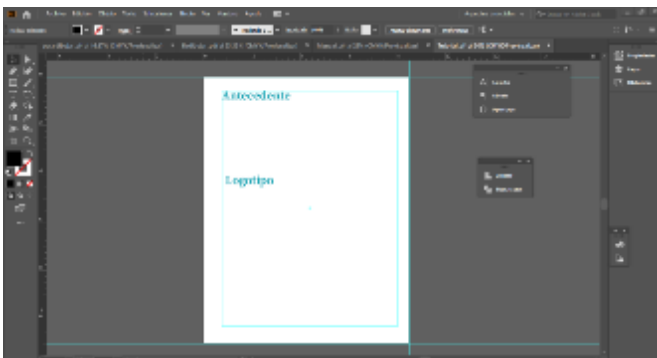


**Paso 4:** Colocar en InDesign



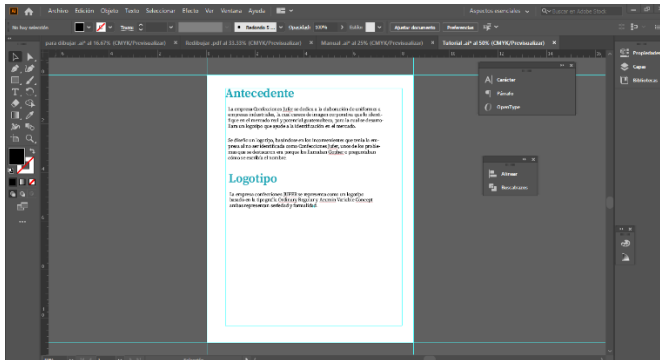
### *7.3.2.1 digitalización de la página interior*

**Paso 1:** Se creó el subtítulo del lado superior izquierdo con tipografía Source Serif Variable, Semibold 36 puntos de color celeste.

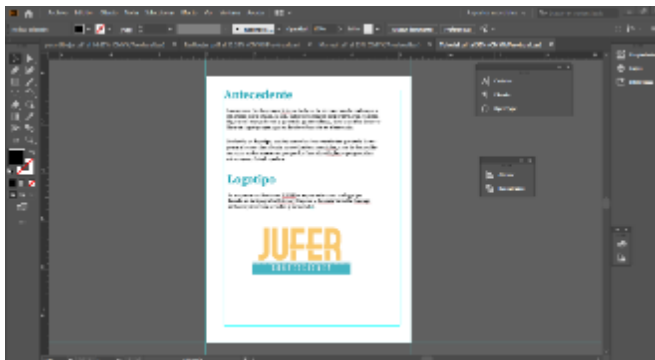




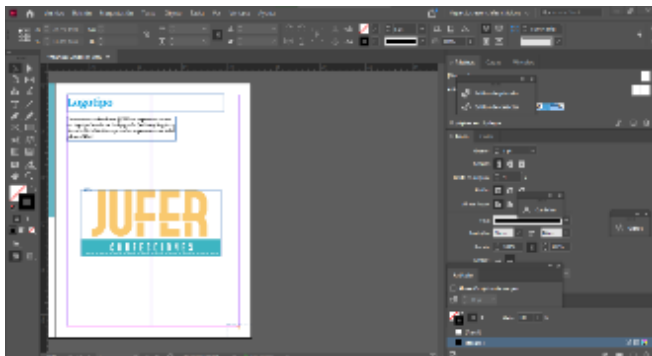
**Paso 2:** Seguidamente se creó el cuerpo del texto con tipografía Source Serif Variable, Light 14 puntos.



**Paso 3:** Se importó el logotipo.

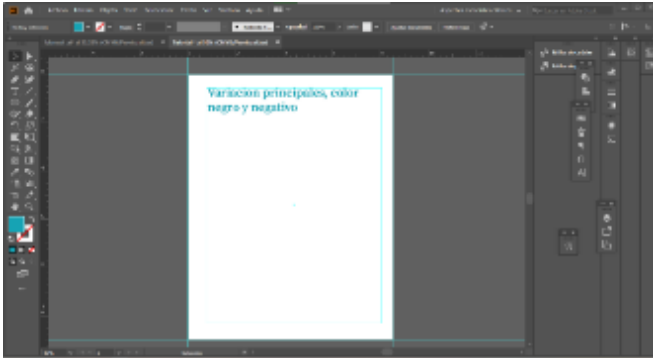


**Paso 4:** Colocar en InDesign

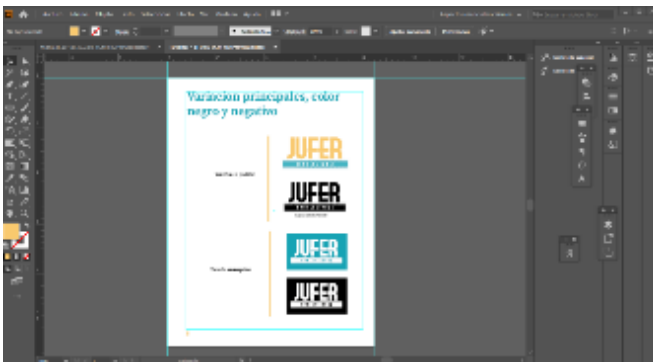


### 7.3.2.1 digitalización de la página interior

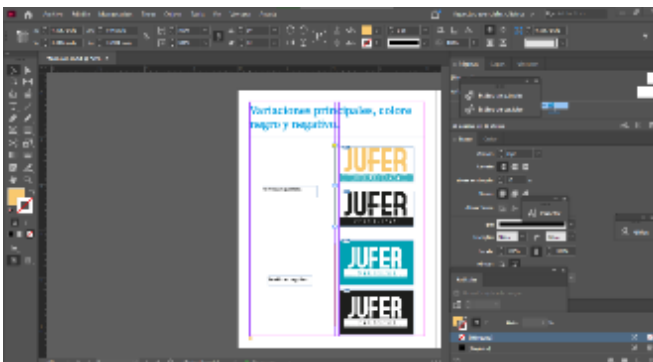
**Paso 1:** Se crea el título tipografía Source Serif Variable, Semibold 36 puntos de color celeste.



**Paso 2:** Posteriormente se importa las versiones positivo y negativo del logotipo del lado derecho. Asimismo, se crea el cuerpo del texto del lado izquierdo con tipografía Source Serif Variable, Light 14 puntos.

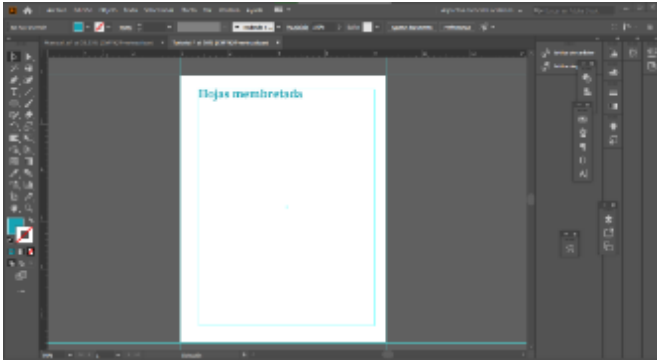


**Paso 3:** Colocara en Indesing

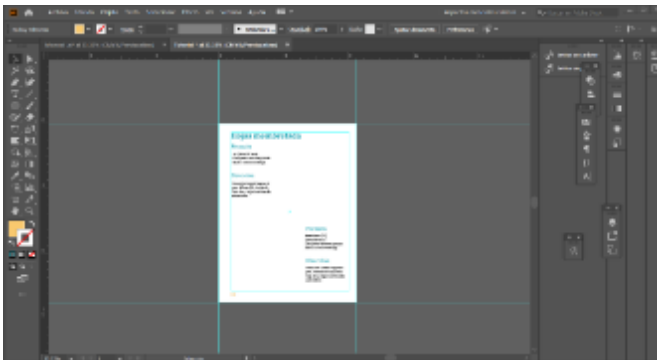


### 7.3.2.1 digitalización de la página interior

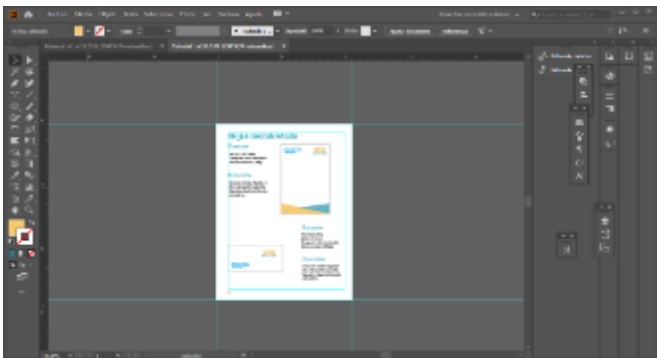
**Paso 1:** Se crea el título tipografía Source Serif Variable, Semibold 36 puntos de color celeste.



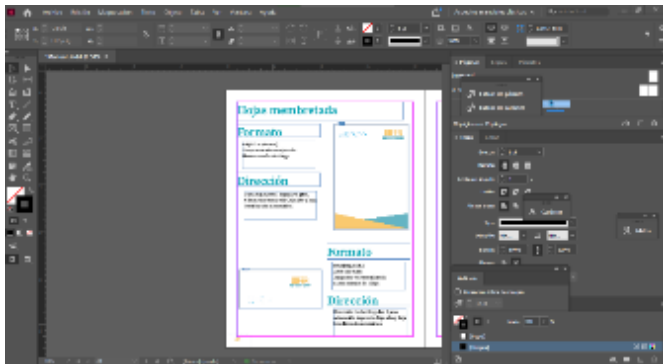
**Paso 2:** Asimismo se crea el cuerpo del texto del lado izquierdo y derecho con tipografía Source Serif Variable, Light 14 puntos.



**Paso 3:** Posteriormente se importa la imagen prevista de papelería.

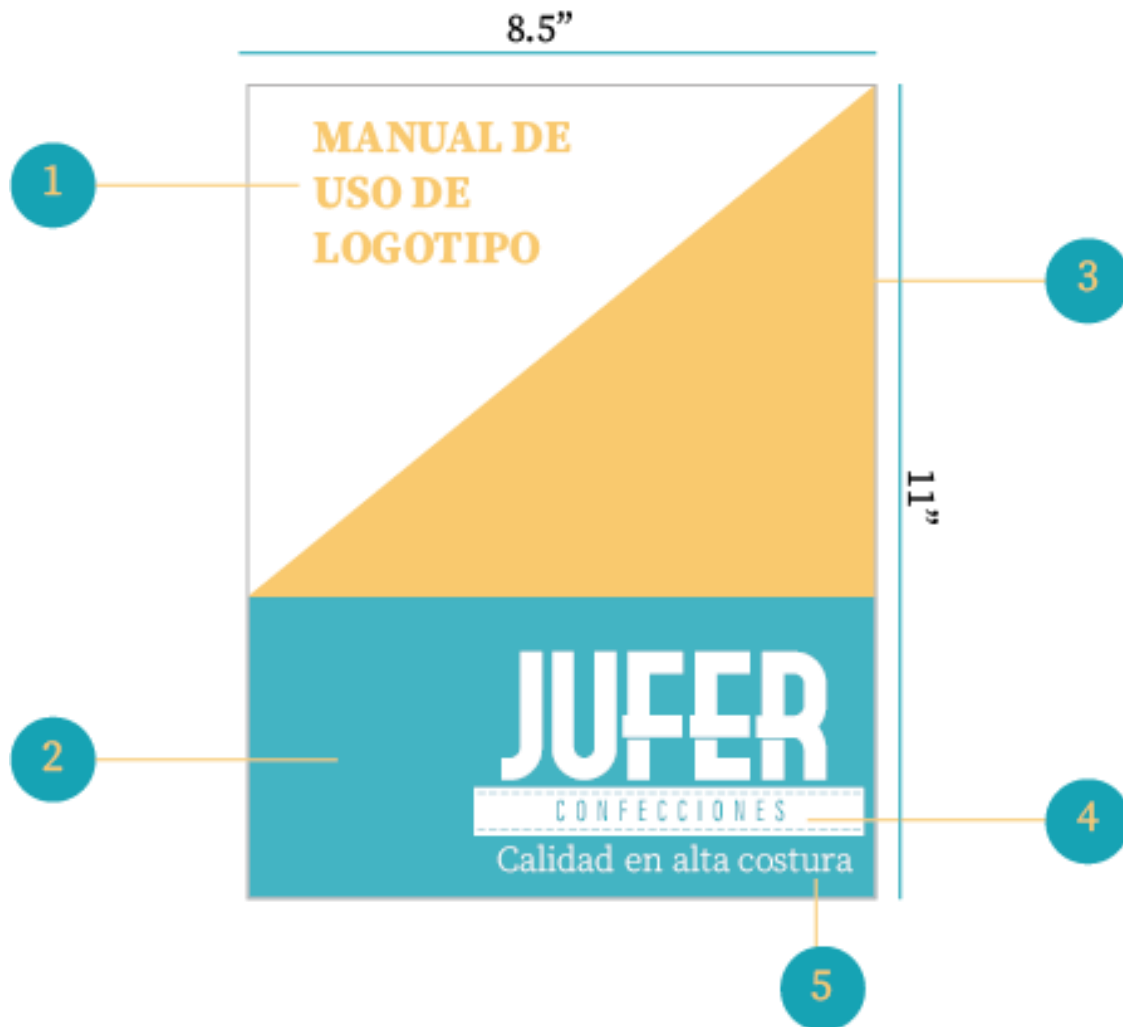


## Paso 4: Colocar en Indesing



## 7.4 Propuesta preliminar

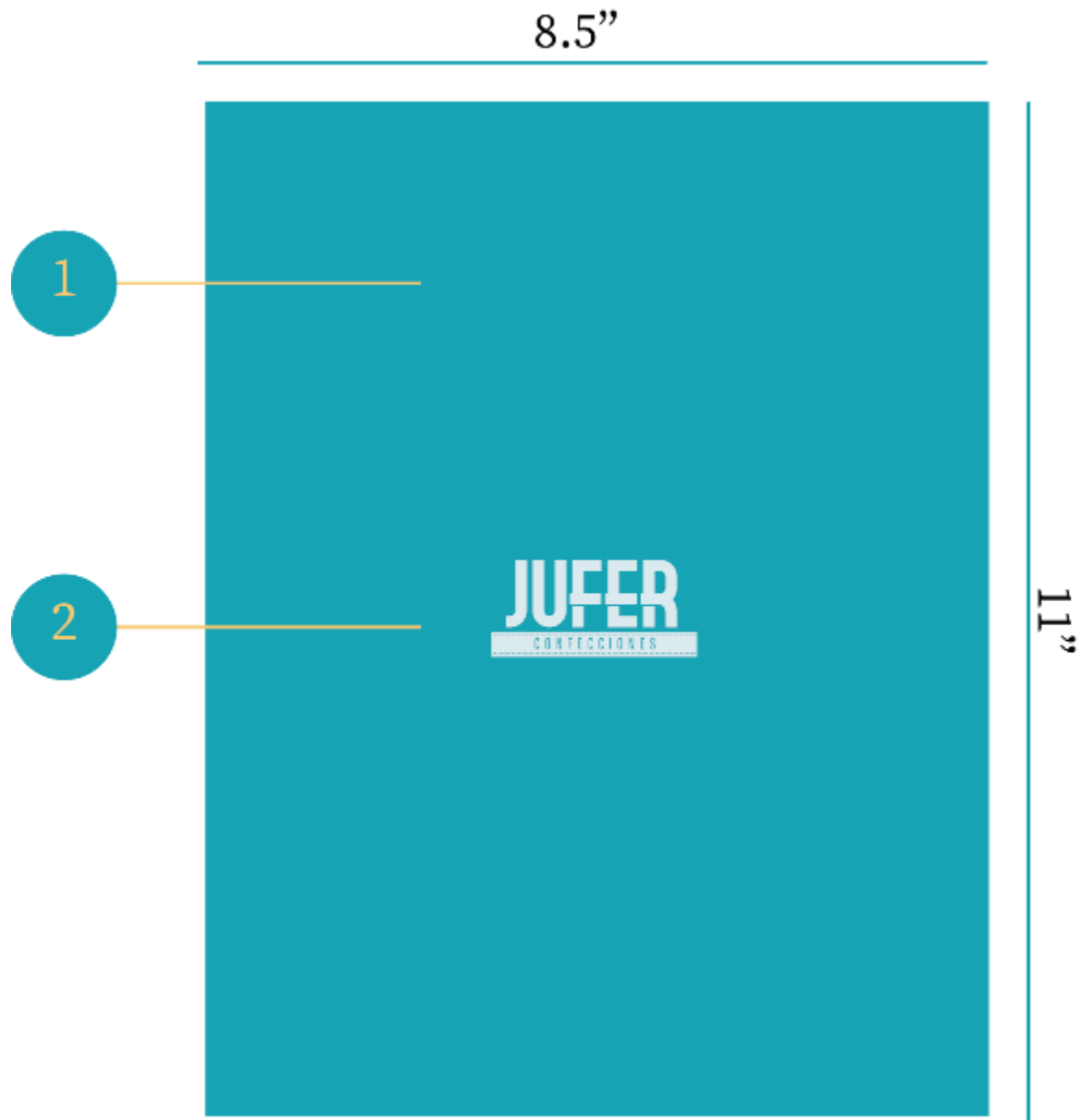
### 7.4.1 Propuesta preliminar portada



#### Identificación de elementos

1. Titular
2. Figura rectangular
3. Figura triangular
4. Logotipo de la empresa
5. Eslogan.

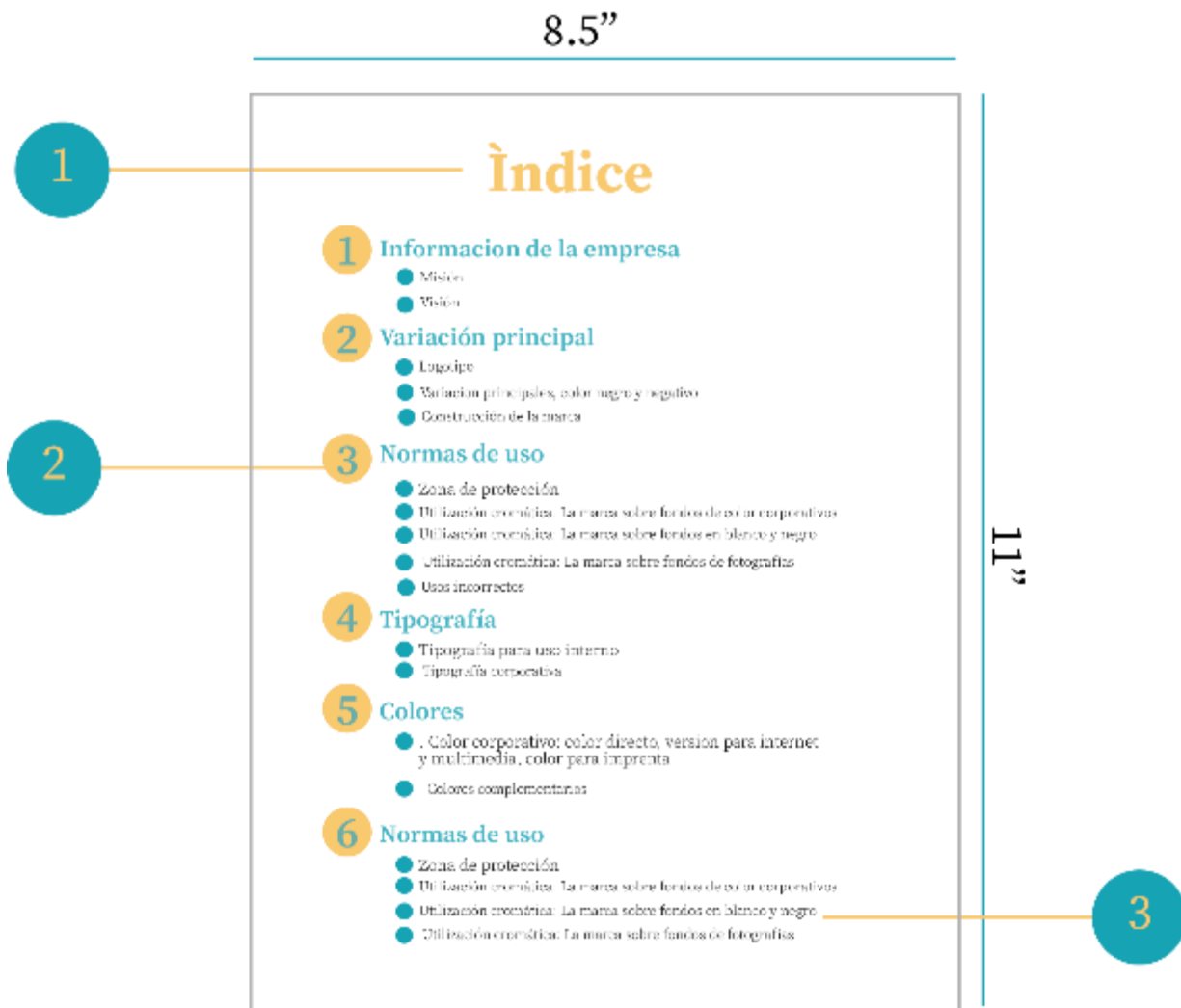
## 7.4.2 Propuesta preliminar contraportada



### Identificación de elementos

1. Fondo celeste
2. Logotipo

### 7.4.3 Propuesta preliminar índice



### Identificación de elementos

1. Título
2. Elemento gráfico
3. Texto

#### 7.4.4 Propuesta preliminar página divisor



#### Identificación de elemento

1. Texto numérico
2. Texto
3. Numeración de página
4. Figura cuadrada
5. Título



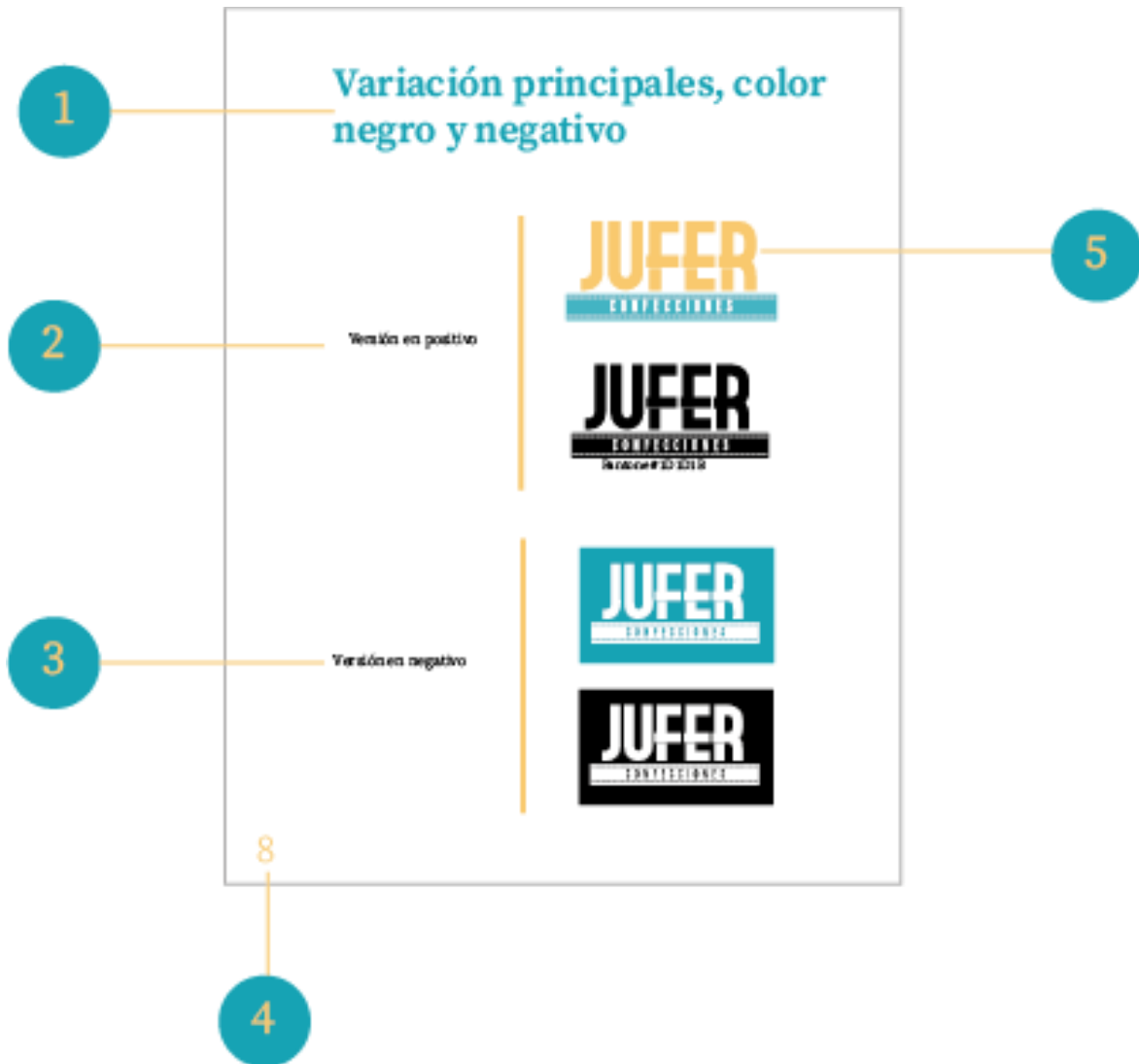
## 7.4.5 Propuesta preliminar página interior



### Identificación de elemento

1. Título
2. Texto
3. Logotipo
4. Numeración de página
5. Eslogan

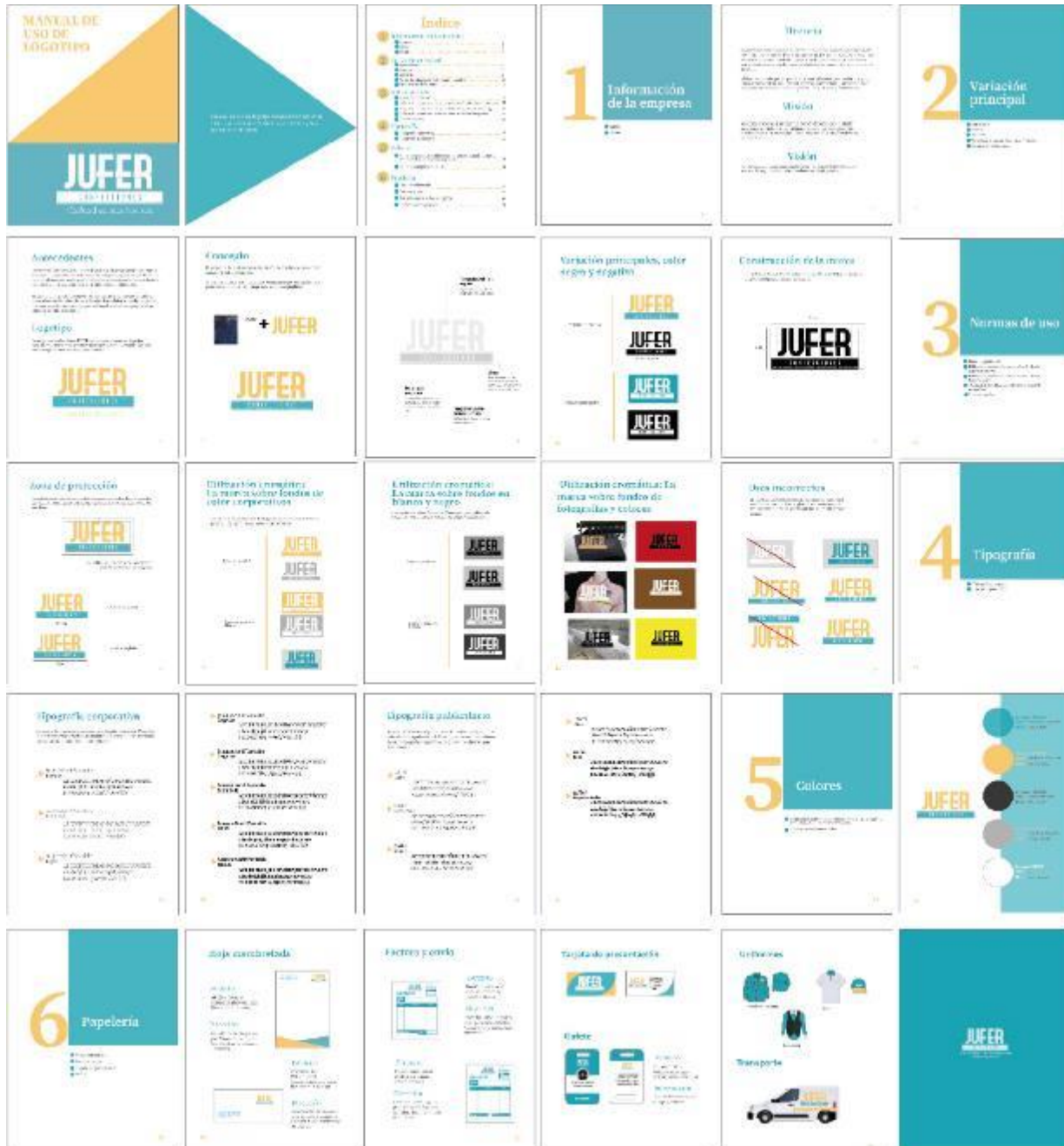
## 7.4.6 Propuesta preliminar página interior



### Identificación de elementos

6. Título
7. Texto
8. Texto
9. Numeración de página
10. Logotipo

## 7.4.7 Vista general del manual



# CAPÍTULO VIII

validación técnica.

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Al finalizar la propuesta preliminar de manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer, se dará inicio al proceso de validación técnica, mostrando el proyecto a clientes, expertos y grupo objetivo. El instrumento de validación será la encuesta personal, en ellas se crearán preguntas cerradas y calificación basada en la escala de Likert.

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

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

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

## **8.1 Población y muestreo**

Las encuestas se realizaron a una muestra de 10 personas divididas en tres grupos:

Clientes: Juana Velásquez

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

- Lic. Lourdes Donis
- Lic. Carlos Franco
- Lic. Bridggette Quiñonez
- Lic. Zindy Zetina
- Lic. Mariajose García

Grupo objetivo: El proyecto está dirigido a un grupo de objetivo enfocado a clientes actuales y potenciales de 35 a 45 años, que son gerentes generales, administradores, encargados, dueños de empresas que necesitan uniformes. Estos son hombres y mujeres que viven en distintos departamentos de Guatemala.

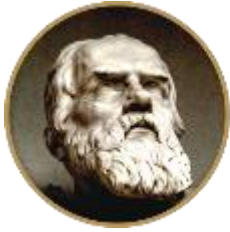
## **8.2 Método e instrumentos**

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

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

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

### 8.2.1. Modelo de la encuesta



Facultad de Ciencias de la Comunicación  
(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

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

#### Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer, en el mercado de uniformes en Guatemala.

---

#### Antecedentes:

La empresa Confecciones Jufer fue creada el año 2005 por Juana Velásquez, y actualmente se dedica principalmente a la elaboración de uniformes industriales, como lo son camisas, blusas, pantalones formales, pantalones para taller y gabachas.

Al visitar la empresa se pudo observar que no cuenta con un imago tipo que norme la imagen de su empresa en el mercado de uniformes. Por lo que se ha planteado el objetivo de Diseñar un manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer, en el mercado de uniforme.

### **Instrucciones:**

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

### Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted necesario diseñar un manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa Confecciones Jufer en el mercado de uniformes?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
2. ¿Cree usted que es importante recopilar información acerca de la creación de un manual de uso de logotipo?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
3. ¿Considera importante recopilar información de la empresa para la creación del diseño del manual de uso de logotipo?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_
4. ¿Considera importante ordenar el contenido del manual para que sea de fácil lectura por parte del grupo objetivo?  
SI \_\_\_ NO \_\_\_

### Parte Semiológica:

5. ¿Considera que el logotipo es legible en las tarjetas de presentación?  
Muy legible\_\_\_ Poco legible\_\_ Nada legible\_\_\_
6. ¿Considera que el manejo de los colores utilizado en el manual es apropiado una empresa de uniformes?



Apropiado\_\_\_ Poco apropiado\_\_\_ Nada apropiado\_\_\_

7. ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el manual es legible en la tarjetas u hojas membretadas?

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

8. ¿Considera que la diagramación del manual es ordenada?

Mucho\_\_\_ Poco\_\_\_ Nada\_\_\_

9. ¿Cree usted que el logotipo es legible en los usos correctos presentados en el manual?

Mucho\_\_\_ Poco\_\_\_ Nada\_\_\_

10. ¿Considera que el manual grafico contiene lo necesario para estandarizar el uso correcto del logotipo?

Mucho\_\_\_ Poco\_\_\_ Nada\_\_\_

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

---

---

---

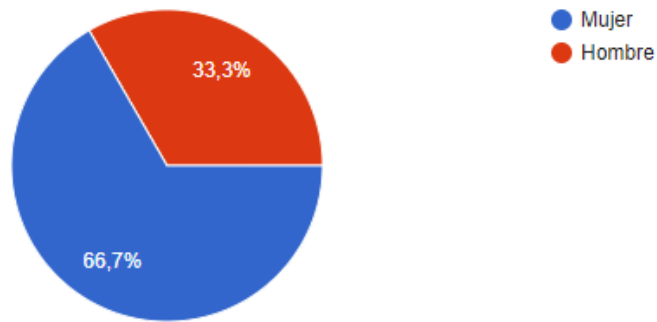
---

### 8.3. Resultados e interpretación de resultados

Parte informativa:

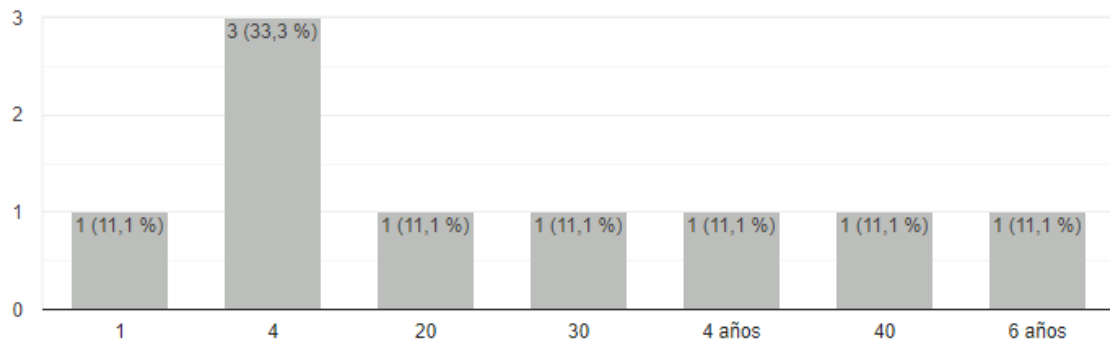
#### Genero

9 respuestas



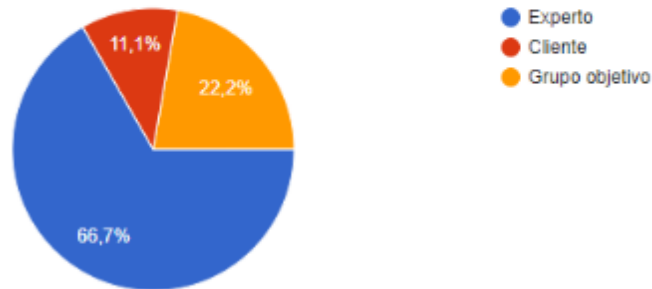
#### Años de experiencia

9 respuestas

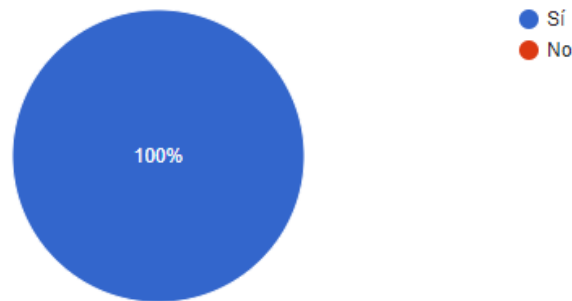


## Perfil

9 respuestas

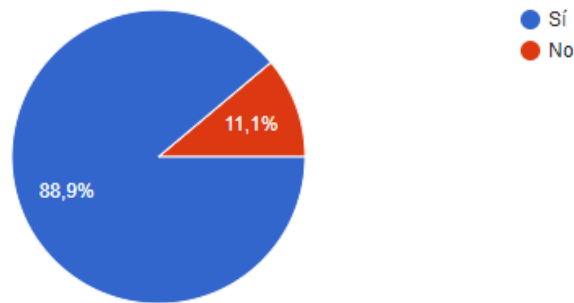


1. ¿Considera usted necesario diseñar un logotipo, para identificar comercialmente una empresa de uniformes, en el mercado guatemalteco?



*Interpretación.* El 100% de los encuestados indicaron que es necesario diseñar un logotipo para identificar una empresa de uniformes, en el mercado guatemalteco, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, esto demuestra que al diseñar un logotipo para ser identificada como Confecciones Jufer.

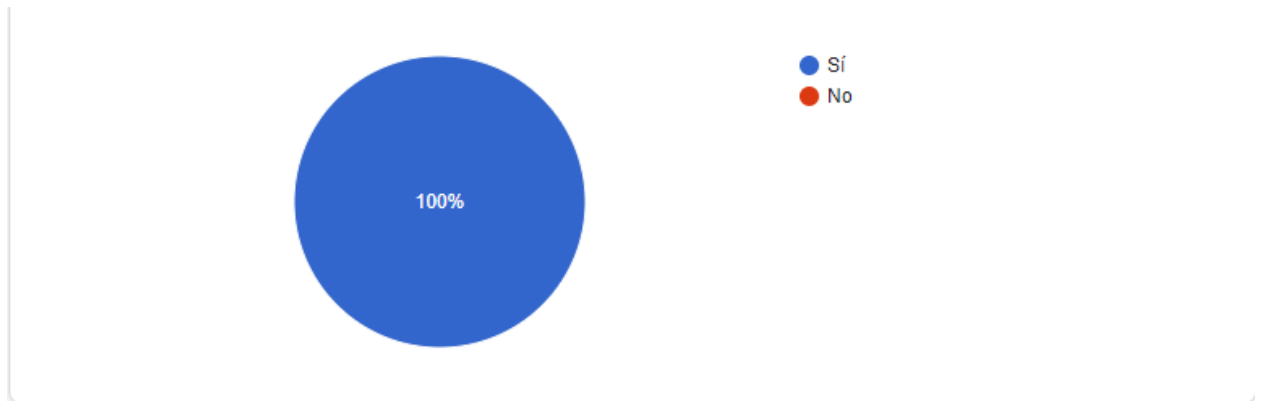
2. ¿Cree usted que es importante recopilar, información acerca de la creación de un manual es de uso de logotipo?



*Interpretación.* El 88.9% de los encuestados indicaron que es necesario recopilar información acerca de acerca del manual de uso para identificar una empresa de uniformes, en el mercado guatemalteco, mientras que hubo respuestas negativas a la pregunta (11.1%).

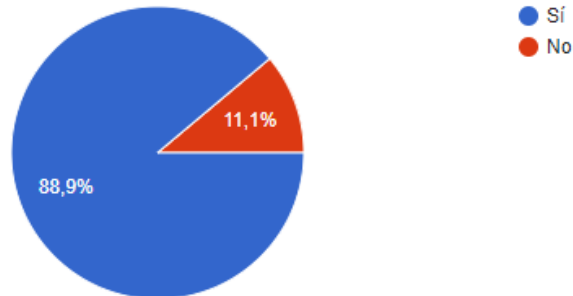
Por consiguiente, esto se demuestra que la recopilación de información del manual y uso de logotipo es importante.

3. ¿Considera importante recopilar información de la empresa para la creación del diseño de logotipo?



*Interpretación.* El 100% de los encuestados indicaron que es necesario recopilar información acerca de la empresa Confecciones Jufer para la creación del logotipo y manual de uso para comercializar en el mercado, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Esto demuestra que es necesario tener información necesaria para diseñar el logotipo.

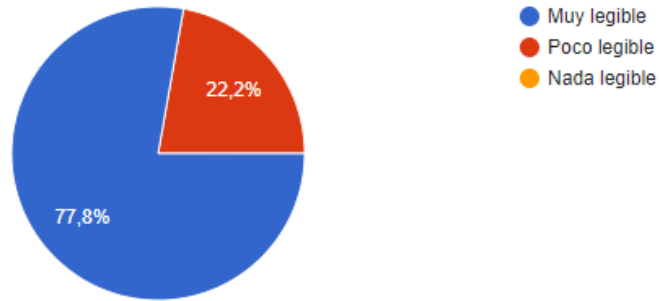
4. ¿Considera importante ordenar el contenido del manual para que sea de fácil lectura por parte del grupo objetivo?



*Interpretación.* El 89.9% de los encuestados indicaron que es necesario ordenar el contenido del manual para que sea de fácil lectura, para a empresa Confecciones Jufer para la creación del logotipo y manual de uso para comercializar en el mercado, mientras que hubo respuestas negativas a la pregunta (11.1%). Por lo consiguiente demuestra que no es necesario el orden del contenido del manual.

Parte Semiológica:

5. ¿Considera que el logotipo es legible en las tarjetas de presentación?



*Interpretación.* El 89.9% de los encuestados indicaron que es necesario ordenar el contenido del manual para que sea de fácil lectura, para a empresa Confecciones Jufer para la creación del logotipo y manual de uso para comercializar en el mercado, mientras que hubo respuestas negativas a la pregunta (11.1%). Por consiguiente, demuestra que no es necesario el orden del contenido del manual.

6. ¿Considera que el manejo de los colores utilizado en el manual es apropiado una empresa de uniformes?

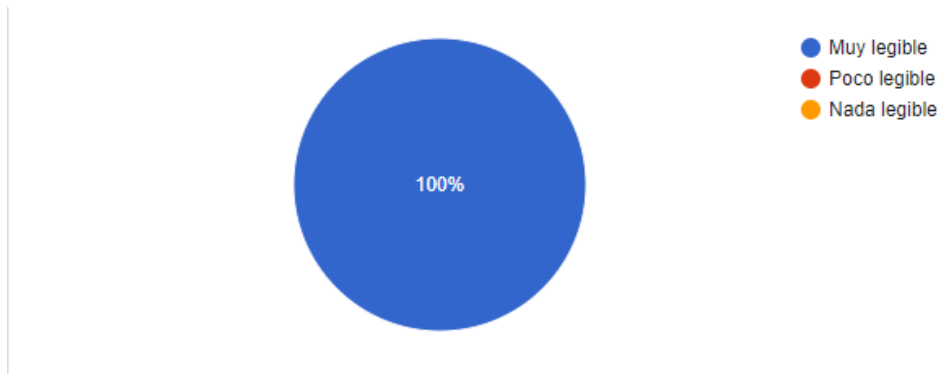


---

*Interpretación.* El 100% de los encuestados indicaron adecuados los colores propuestos en el diseño para la empresa Confecciones Jufer, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, demuestra que los colores propuestos- adecuados, ya que despiertan seriedad.

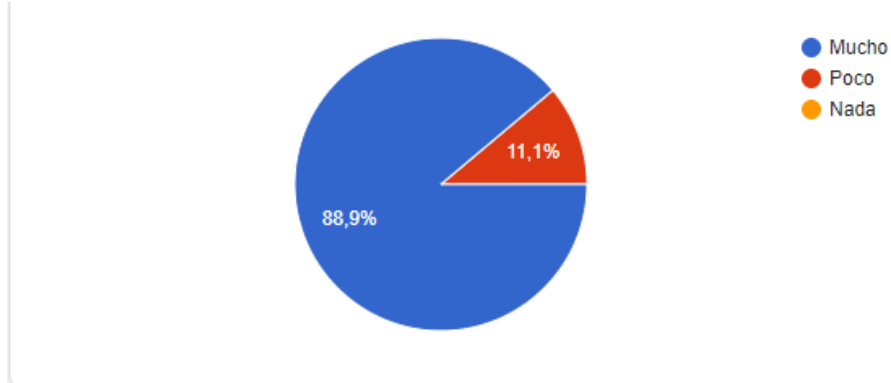


7. ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el manual es legible en la tarjetas u hojas membretadas?



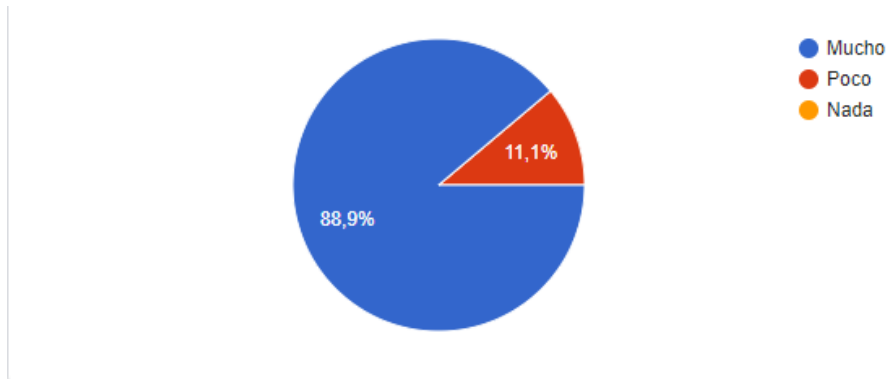
*Interpretación.* El 100% de los encuestados indicaron adecuadas muy legibles la tipografía utilizada, mientras que no hubo respuestas negativas a la pregunta (0%). Por consiguiente, demuestra que la Tipografía propuesta es la adecuada.

8. ¿Considera que la diagramación del manual es ordenada?



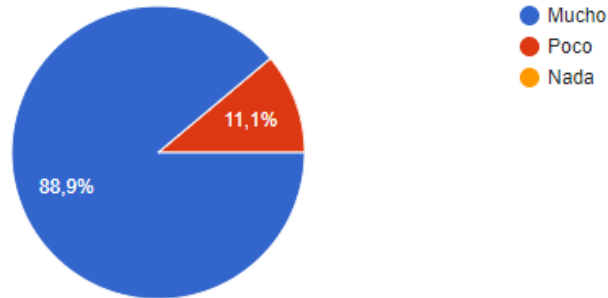
*Interpretación.* El 88.9% de los encuestados considera que la diagramación en el manual es ordenada, mientras que hubo respuestas negativas a la pregunta (11.1%). Considera que la diagramación del manual no es ordenada.

9. ¿Cree usted que el logotipo es legible en los usos correctos presentados en el manual?



*Interpretación.* El 88.9% de los encuestados considera que el logotipo es legible en los usos correctos presentados en el manual, mientras que hubo respuestas negativas a la pregunta (11.1%). Considera que poco legible el logotipo en sus usos correctos en el manual.

10. ¿Considera que el manual grafico contiene lo necesario para estandarizar el uso correcto del logotipo?



---

*Interpretación.* El 88,9% de los encuestados considera que el manual gráfico contiene lo necesario para estandarizar el uso correcto del logotipo, mientras que hubo respuestas negativas a la pregunta (11,1%). Considera que el manual gráfico no contiene lo necesario para estandarizar el uso correcto de logotipo.

## 8.4. Cambios en base a los resultados

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

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Es necesario modificar ortografía.
- Es necesario cambiar la tipografía de títulos.
- Es necesario agregara numeración en índice.
- No se mencionaron cambios relevantes en el diseño propuesto

Corrección 1. Agregar numeración al índice.

Section	Sub-sections	Page Numbers
1 Información de la empresa	● Historia	6
	● Misión	6
	● Visión	6
2 Variación principal	● Logo	7
	● Variación principal, color negro y blanco	8
	● Construcción de la marca	11
3 Normas de uso	● Sistema de producción	13
	● El diseño: manual de formato sobre fondo de color personalizado	14
	● El diseño: manual de formato sobre fondo de color negro y blanco	15
	● Utilización: convención de la marca sobre fondo de fotografía	16
	● Datos de contacto	17
4 Tipografía	● Tipografía corporativa	18
	● Tipografía alternativa	20
5 Colores	● Color corporativo: color de marca, versión para internet y multimedia, color para impresión	24
	● Colores complementarios	24
6 Papelería	● Hoja membretada	26
	● Hoja sin membretado	27
	● Tarjeta de presentación	28
	● Carta	29

Annotations in the diagram:

- Alineación de elementos (points to the alignment of the table of contents)
- Numeración de páginas (points to the page numbers)

## corrección 2. Ortografía



ortografía




ortografía

### corrección 3 Tipografía en títulos

**Concepto**

El propósito de la elaboración del diseño de logotipo es para crear un valor visual a la empresa.

Se busca simplicidad, con tipografías, de manera que sea legible y reconocible el nombre de la empresa creando originalidad.



8

**Concepto**

El propósito de la elaboración del diseño de logotipo es para crear un valor visual a la empresa.

Se busca simplicidad, con tipografías, de manera que sea legible y reconocible el nombre de la empresa creando originalidad.



8

### Corrección 4 Cambiar de fondo

**Utilización cromática: La marca sobre fondos de fotografías y colores**



16

**Utilización cromática: La marca sobre fondos de fotografías y colores**



16

Cambio de color

# Capítulo IX

Propuesta gráfica final

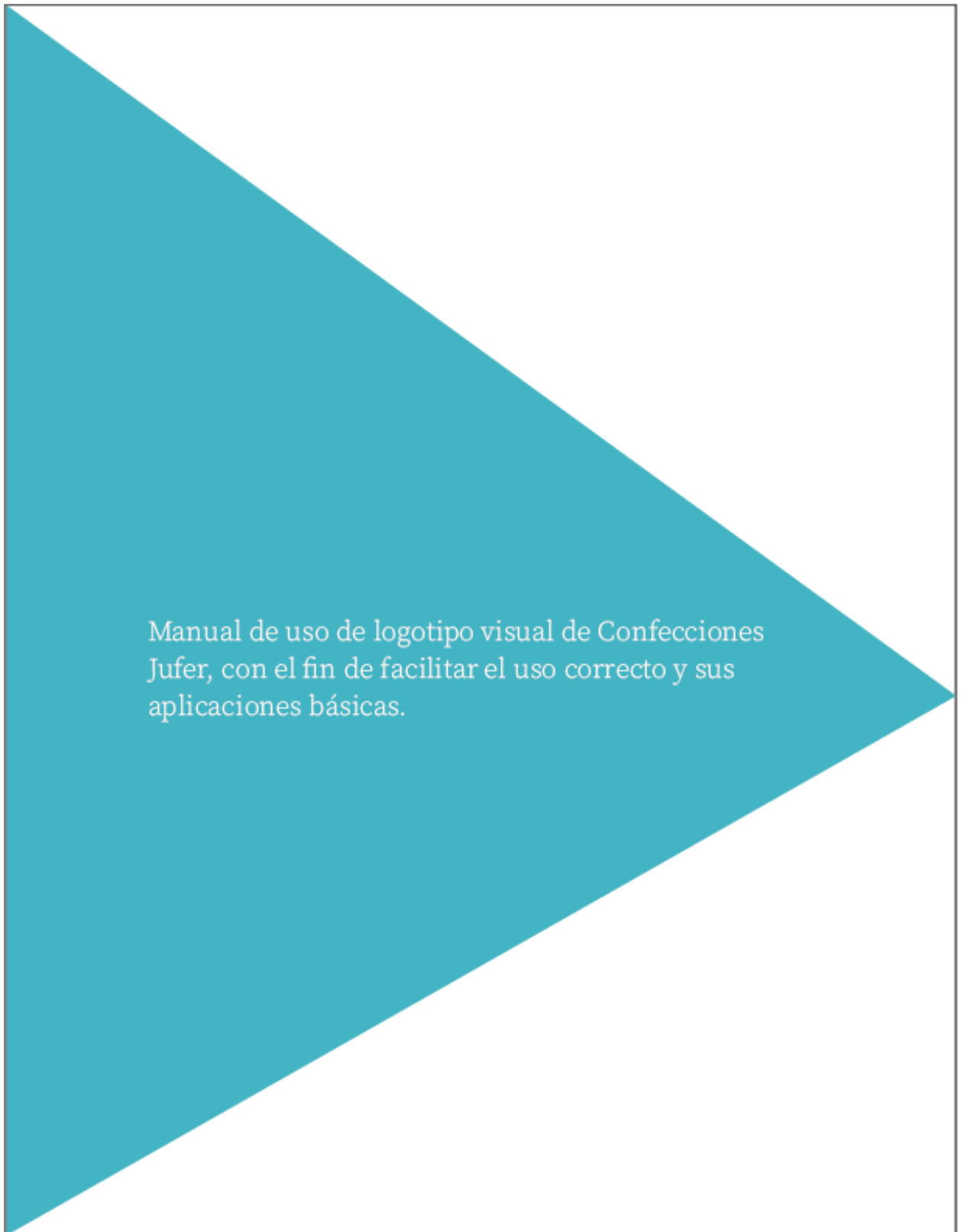


## Capítulo IX Propuesta gráfica final

Pieza 1: Portada. 8.5 X 11”



Pieza 2: Pagina interior. 8.5 X 11”



Manual de uso de logotipo visual de Confecciones Jufer, con el fin de facilitar el uso correcto y sus aplicaciones básicas.

# Índice

<b>1</b>	<b>Información de la empresa</b>	
	● Historia .....	5
	● Misión .....	5
	● Visión .....	5
<b>2</b>	<b>Variación principal</b>	
	● Antecedente .....	7
	● Logotipo .....	7
	● Concepto .....	8
	● Variación principales, color negro y negativo .....	10
	● Construcción de la marca .....	11
<b>3</b>	<b>Normas de uso</b>	
	● Zona de protección .....	13
	● Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos .....	14
	● Utilización cromática: La marca sobre fondos en blanco y negro .....	15
	● Utilización cromática: La marca sobre fondos de fotografías .....	16
	● Usos incorrectos .....	17
<b>4</b>	<b>Tipografía</b>	
	● Tipografía corporativa .....	19
	● Tipografía publicitario .....	21
<b>5</b>	<b>Colores</b>	
	● Color corporativo: color directo, versión para internet y multimedia, color para imprenta .....	24
	● Colores complementarios .....	24
<b>6</b>	<b>Papelería</b>	
	● Hoja membretada .....	26
	● Factura y envío .....	27
	● Tarjeta de presentación Gafete .....	28
	● Iniformes y transporte .....	29

1

# Información de la empresa

- Misión
- Visión

## Historia

La empresa Confecciones Jufer es una unión de los nombres de los propietarios la Sra. Juana y el Sr. Fernando, utilizando las primeras siglas de sus nombres teniendo como resultado JUFER. Con la idea de elaborar pantalones únicamente de lona con la mejor calidad, así fue como se dio a conocer en el mercado.

Al darse cuenta de que los pantalones eran utilizados para uniformes ya que estaban hechos de la mejor materia prima, Confecciones Jufer se inclinó a dedicarse uniformes tanto como para talleres, oficinas y restaurantes.

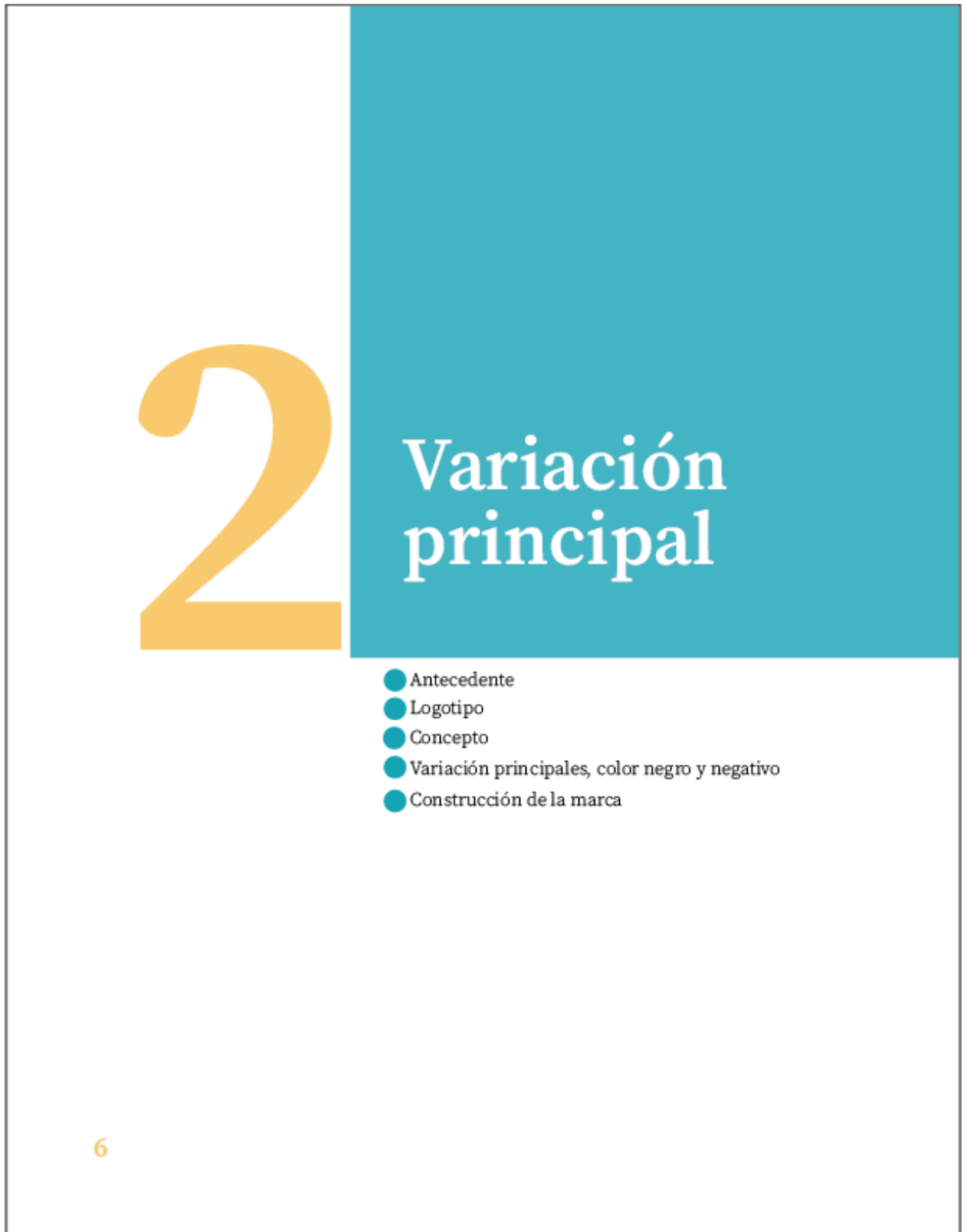
## Misión

Nos dedicamos a la creación y confección de prendas para uniformes, empresas industriales, oficinas, restaurantes y colegios ofreciendo alta costura en calidad, de acuerdo con el gusto y tendencias del mercado.

## Visión

Ser reconocidos como una empresa líder en confecciones de uniformes con la mejor calidad e innovadores en diseño y telas.

Pieza 6: Pagina divisora variación principal. 8.5 X 11”



## Antecedentes

La empresa Confecciones Jufer se dedica a la elaboración de uniformes a empresas industriales, la cual carece de imagen corporativa que lo identifique en el mercado real y potencial guatemalteco, para la cual se desarrollara un logotipo que ayude a la identificación en el mercado.

Se diseño un logotipo, basándose en los inconvenientes que tenia la empresa al no ser identificada como Confecciones Jufer, unos de los problemas que se destacaron era porque los llamaban Copher o preguntaban cómo se escribía el nombre.

## Logotipo

La empresa confecciones JUFER se representa como un logotipo basado en la tipografía Ordinary Regular y Acumin Variable Concept ambas representan seriedad y formalidad.



Calidad en alta costura

## Concepto

El propósito de la elaboración del diseño de logotipos es para crear imagen visual a la empresa.

Se busca simpleza, con tipografías, de manera que sea legible y comprensible el nombre de la empresa creando originalidad.





Pieza 9: Pagina explicación de logotipo. 8.5 X 11”



## Variación principales, color negro y negativo

Versión en positivo



Pantone #1D1D1B

Versión en negativo



## Construcción de la marca

El logotipo esta construido sobre una superficie modular, de manera proporcional para cualquier aplicación.



# 3 Normas de uso

- Zona de protección
- Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos
- Utilización cromática: La marca sobre fondos en blanco y negro
- Utilización cromática: La marca sobre fondos de fotografías
- Usos incorrectos

12

## Zona de protección

Se establece unidad de seguridad el espacio que debe dejar alrededor de logotipo, asegurar la correcta proporción sobre cualquier soporte y medidas.



Su utilizo la letra “C” para establecer el área de protección del logotipo.



Medios impresos



Medios digitales

## Utilización cromática: La marca sobre fondos de color corporativos

Se establece la producción del logotipo en color corporativos y según su utilización sea el caso de las versiones.

Logo en positivo



Logo en negativo  
blanco



## Utilización cromática: La marca sobre fondos en blanco y negro

Las versiones sobre fondos en blanco y negro, utilizando según las versiones que se tiene en negro y en negativo.

Logo en positivo



Logo en negativo  
blanco



## Utilización cromática: La marca sobre fondos de fotografías y colores



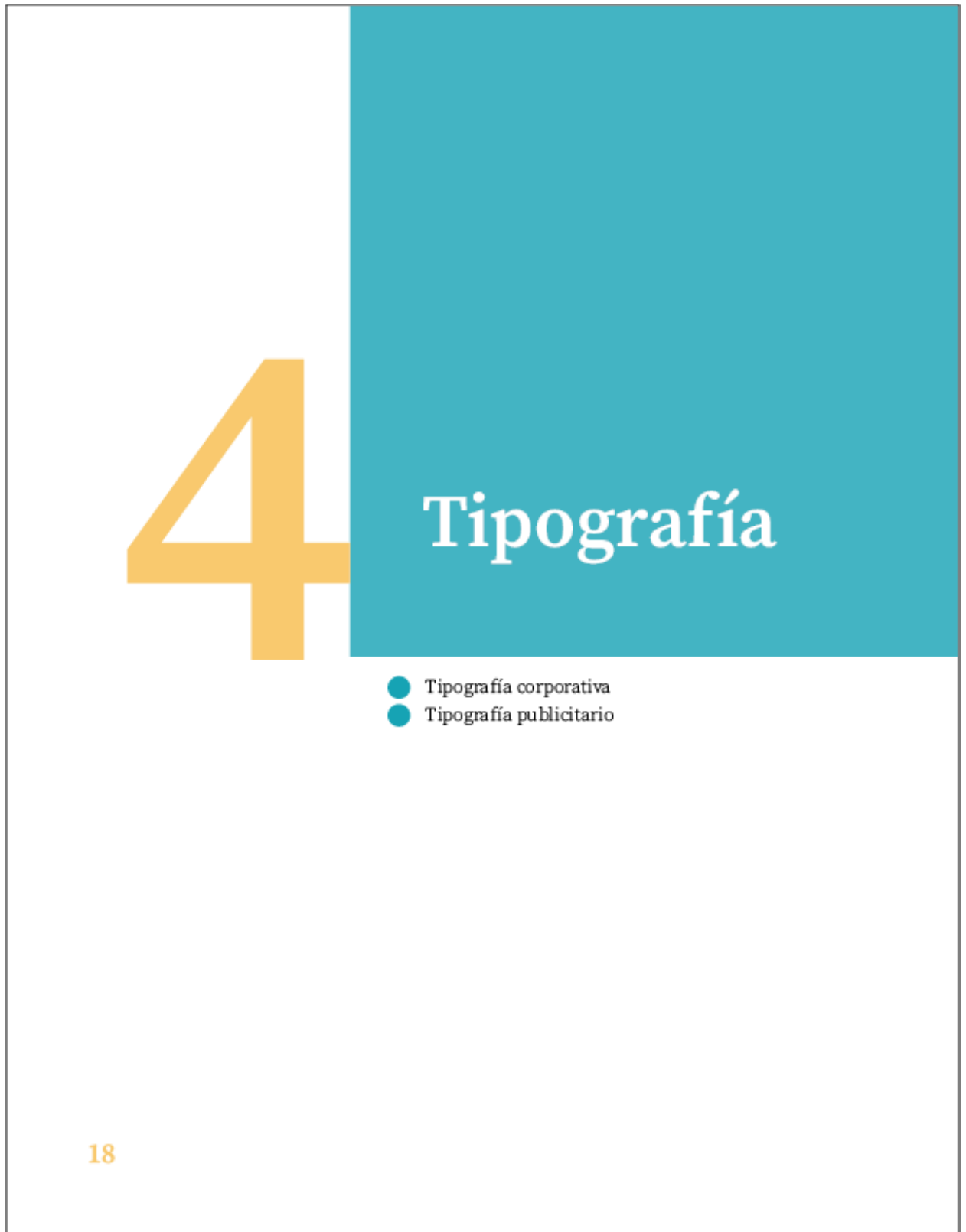


## Usos incorrectos

El logotipo debe ser producido tomando en cuenta los estándares corporativos, registrados en este manual. En este sentido, no se podrán alterar colores ni proporciones.



Pieza 18: Pagina divisora tipografía. 8.5 X 11”



# Tipografía corporativa

La tipografía corporativa pertenece a la familia Source Serif Variable, la cual representa seriedad y formalidad. Se selección esta tipografía por su claridad, estilo sencillo de legibilidad.

▶ Source Serif Variable  
Roman  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!;?@#()/+/&%[]{};

▶ Source Serif Variable  
ExtraLight  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!;?@#()/+/&%[]{};

▶ Source Serif Variable  
Light  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!;?@#()/+/&%[]{};

- ▶ **Source Serif Variable**  
**Regular**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789;!;?@#()/+/&%[]{};
  
- ▶ **Source Serif Variable**  
**Regular**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789;!;?@#()/+/&%[]{};
  
- ▶ **Source Serif Variable**  
**Semibold**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789;!;?@#()/+/&%[]{};
  
- ▶ **Source Serif Variable**  
**Bold**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789;!;?@#()/+/&%[]{};
  
- ▶ **Source Serif Variable**  
**Black**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789;!;?@#()/+/&%[]{};

# Tipografía publicitario

Para el uso de material publicitario de Confecciones JUFER se seleccionó tipografía Calibri. Se complementará adecuadamente con la tipografía corporativa, ya que esta se utilizara para textos largos.

▶ Calibri  
Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!¿?@#()/+/&%[]{};

▶ *Calibri*  
*Light Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*0123456789!¿?@#()/+/&%[]{};*

▶ Calibri  
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789!¿?@#()/+/&%[]{};

▶ *Calibri  
Italic*

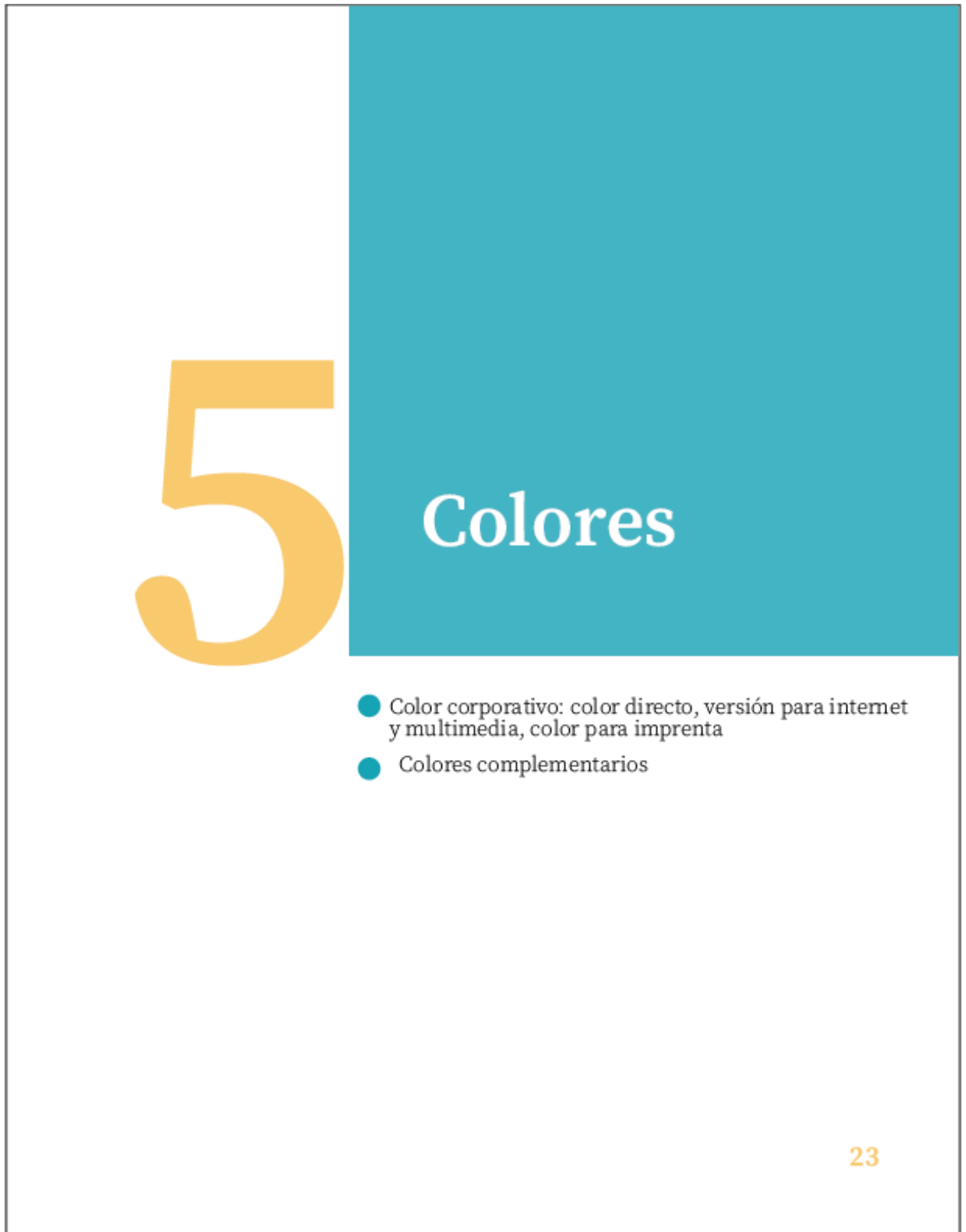
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789!¿?@#()/+/&%[]{};

▶ **Calibri  
Bold**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789!¿?@#()/+/&%[]{};

▶ *Calibri  
Regular Italic*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789!¿?@#()/+/&%[]{};







# 6 Papelería

- Hoja membretada
- Factura y envío
- Tarjeta de presentación
- Gafete

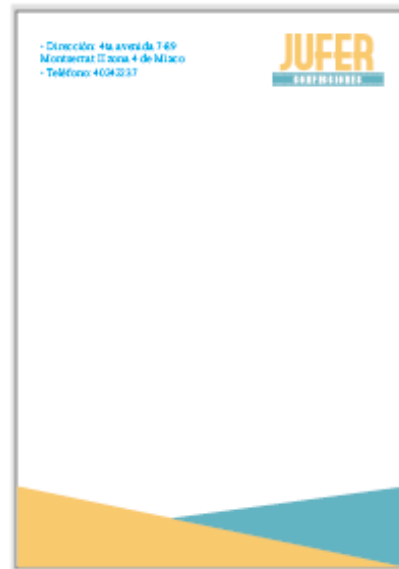
# Hoja membretada

## Formato

A4 (210 x 297 mm)  
Conqueror microverjurado  
blanco común de 100gr.

## Dirección

Dirección Corbel Regular 8  
ptos. Alineación izquierda  
Caja alta y baja Interlineado  
automático.



## Formato

Americano (DL)  
(220 x 110 mm)  
Conqueror microverjurado  
blanco común de 120gr.

## Dirección

Dirección Corbel Regular 8  
ptos. Alineación izquierda  
Caja alta y baja Interlineado  
automático



# Factura y envío

**JUFER**  
CONSTRUCCIONES

Factura  
No. 0010151

Fecha

- Dirección: 4ta avenida 149  
Múzmarat II zona 4 de Méico  
- Teléfono: 40-40237

Nombre  
Dirección  
NET

Cantidad	Descripción	Total

Cant. total en letras      Total a pagar

## Formato

Tamaño (media carta)  
Vertical con formato  
(celeste y blanco)

## Dirección

Dirección Corbel Regular 8  
ptos. Alineación Izquierda  
Caja alta y baja Interlineado  
automático

## Formato

Tamaño (media carta)  
Vertical con formato  
(celeste y blanco)

## Dirección

Dirección Corbel Regular 8  
ptos. Alineación Izquierda  
Caja alta y baja Interlineado  
automático

**JUFER**  
CONSTRUCCIONES

Envío  
No. 0010151

Fecha

- Dirección: 4ta avenida 149  
Múzmarat II zona 4 de Méico  
- Teléfono: 40-40237

Nombre  
Dirección  
NET

Cantidad	Descripción	Total

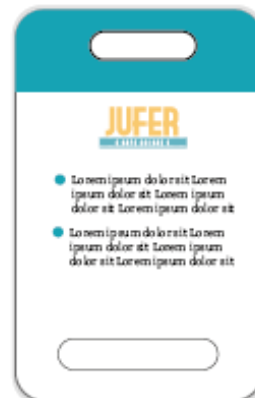
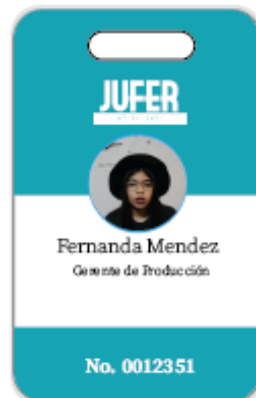
Cant. en cajas      El cobro

Pieza 28: Pagina de tarjeta de presentación. 8.5 X 11”

## Tarjeta de presentación



## Gafete



### Formato

Tamaño 5.5X9 cm  
Vertical con formato  
(celeste, naranjay blanco)

### Información

Datos de los colibradores  
y cargo que ejerce.

## Uniformes



Vendedor de Campo

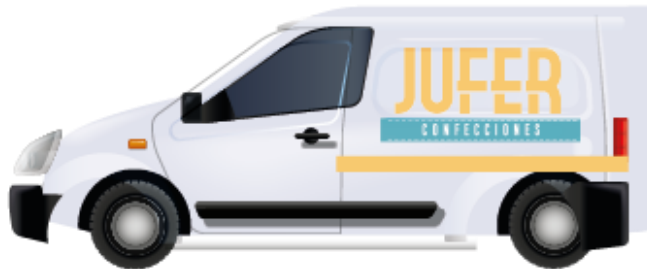


Taller



Secretaria

## Transporte



Pieza 1: Contraportada. 8.5 X 11”



# CAPÍTULO X

Reproducción y distribución

## Capítulo X Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del Diseño de manual de uso de logotipo, es necesario implementarlo para que la empresa vea las utilidades obtenidas a partir del diseño propuesto.

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

### 10.1. Plan de costos de elaboración

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

DESCRIPCIÓN	SEMANAS	HORAS EMPLEADAS	COSTO
Análisis de la necesidad de diseño, identificación de áreas y recopilación de información general del cliente	2	30	Q500.00
Recopilación de información	2	40	Q500.00
Bocetaje	3	60	Q700.00
<b>Total, de costos de elaboración</b>			<b>Q1700.00</b>



### 10.2. Plan de costos de producción

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>SEMANAS</b>	<b>HORAS EMPLEADAS</b>	<b>COSTO</b>
Digitalización de bocetos y propuesta gráfica	3	60	Q800.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q500.00
Artes finales de diseño de logotipo.	1/2	10	Q200.00
Artes finales de diseño de tarjeta de presentación	1/2	5	Q200.00
Artes finales de diseño de hojas membretadas	1/2	7	Q250.00
Artes finales de diseño de carne	1/2	3	Q200.00
<b>Total, de costos de elaboración</b>			<b>Q2,150.00</b>

### 10.3. Plan de costos de reproducción

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
Documento enviado por correo en formato PDF	1	Q0	Q0.00
Formato impreso	1	Q100	Q100.00
<b>Total</b>			<b>Q100.00</b>

#### 10.4. Plan de costos de distribución

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

#### 10.5. Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 15% de utilidad sobre los costos.

Costo total = Q3,950

Utilidad 15% = Q592.5

#### 10.6. Cuadro con resumen general de costos

<b>Detalle</b>	<b>Total, de costo</b>
Plan de costos de elaboración	Q1,700.00
Plan de costos de producción	Q2,150.00
Plan de costos de reproducción	Q100.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
<b>Subtotal I</b>	<b>Q3,950.00</b>
Margen de utilidad 15%	Q592.05
<b>Subtotal II</b>	<b>Q4,542.5</b>
<b>IVA 12%</b>	<b>Q545.01</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Q5,087.60</b>

# CAPÍTULO XI

## Conclusiones y recomendaciones

## Capítulo XI Conclusiones y recomendaciones

### 11.1. Conclusiones

- Se diseñó un manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa. Se concluyó que el manual de uso de logotipo será de gran ayuda a Confecciones Jufer para la línea de diseño de imagen de la empresa.
- Se investigó a través del marco teórico las referencias bibliográficas y en sitios web acerca de la creación de manual de uso de logotipo para normar la imagen de la empresa para la creación del proyecto para la Confecciones Jufer. En base a las encuestas realizadas se llegó a la conclusión que la diagramación del manual está diseñada con el fin de ser entendible y fácil lectura para el grupo objetivo.
- A través de una serie de entrevistas realizadas a el cliente, se recopiló la información adecuada para la creación del manual de uso de logotipo. En base a la encuesta realizada el 100% considera que el manejo de los colores utilizados en el manual es apropiado.
- Se ilustró el logotipo seguidamente se diseñó la diagramación tanto del manual como papelería factura, tarjetas y uniformes para normar la imagen de la empresa.

## 11.2. Recomendaciones

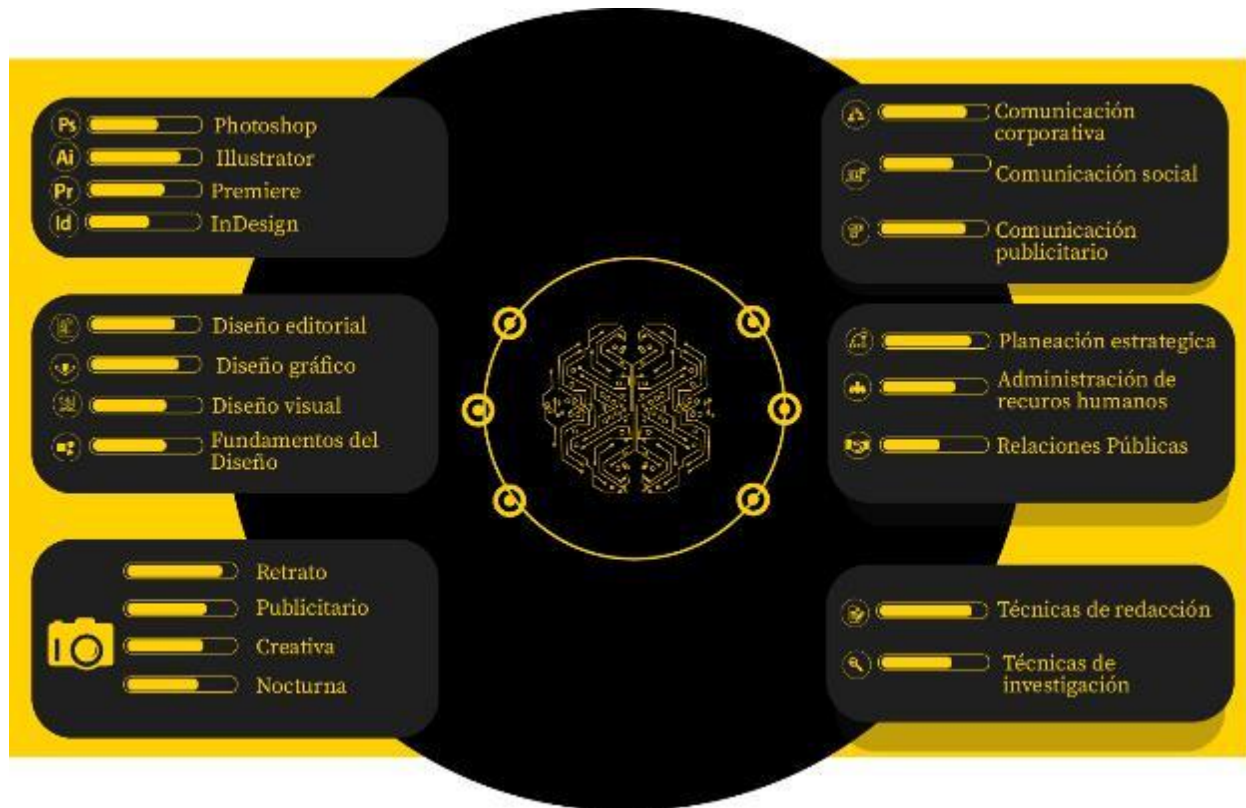
- Que a la empresa Confecciones Jufer se alinee a las indicaciones del uso de logotipo que se encuentren en el manual.
- Se recomienda a la empresa Confecciones que imprima el manual de manera laser, sobre papel couche, tamaño carta, utilizando encarnado de manera espiral.
- Evaluar cada cierto tiempo las características del diseño del manual y así estar a la vanguardia de nuevas oportunidades de diseño, sin perder la esencia principal de lo que se quiere transmitir,
- Que a la empresa Confecciones Jufer utilice un sitio web que este normado según lo indicado dentro del manual de uso de logotipo.

# CAPÍTULO XII

Conocimiento general

## Capítulo XII Conocimiento general

### 12.1. Demostración de conocimientos



Infografía realizada por Maria Cristina Ventura

# CAPÍTULO XIII

## Referencias



## Capítulo XIII Referencias

### 13.1 Bibliografía

#### A

Adolfo Domínguez introduce el pantalón en el uniforme de las azafatas de Iberia. (18 de Noviembre de 2004).Diario El país.

#### C

Costa, J. (1987). Señalética De la señalización al diseño de programas. ISBN: 84-329-5612-0.

#### E

Eugeni Rosell Miralles, Quarto publishing plc, Londres 1990, para la edición castellana, editorial Gustavo Gili, S.A.,. Barcelona, 1994

#### G

Georgina Villafaña Gómez, Educación visual, editorial Trillas, Mexico, Argentina. Definición teoría de composición visual. Consultado 2021.

#### J

Jesús Alberto Peña, I edición 2010, Concepto de Psicología del color. Consultado mayo 2021.

#### K

Kotler, philip y Gary Armstrong VIII 2008 por Pearson Educación Mexico, S.A. de C.V.  
Fundamento de Marketing. MERCADO.

#### P

Pierre Guiraud, La semiología VIII, 1979. Siglo xii editores, s, a.

R

Raymundo Javier Bernavides Peñeda. I. (2004) McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES. S.A. DE C.V. Administración. EMPRESA.

Z

Zepeda Herrera, Fernando. (2003) Introducción a la psicología: Una visión científico humanista (“ed) México: Pearson

### **13.3 e-grafía**

A

Adriana, Yirda. Concepto de andragogía. Consultado mayo 2021. Recuperado de:

<https://conceptodefinicion.de/andragogia/>

Álvarez, Carmen. Conceptos lingüísticos. Consultado mayo 2021. Recuperado de:

<https://conceptodefinicion.de/linguistica/>

D

Definición ABC, tu diccionario, de hecho, fácil. Concepto de norma, consultado mayo 2021

Recuperado de <https://www.definicionabc.com/derecho/norma.php>

E

Ecured. Definición Teoría del color. Consultado 2021. Recuperado de:

[https://www.ecured.cu/Teor%C3%ADa\\_del\\_color](https://www.ecured.cu/Teor%C3%ADa_del_color)

Enciclopedia humanista. Concepto de Psicología de la imagen. Consultado 2021. Recuperado de:

[https://es.humanipedia.org/index.php/Contribuciones\\_al\\_Pensamiento#Aproximaci.C3.B3n\\_a\\_Contribuciones\\_al\\_Pensamiento](https://es.humanipedia.org/index.php/Contribuciones_al_Pensamiento#Aproximaci.C3.B3n_a_Contribuciones_al_Pensamiento)

Eguaras Mariana. ¿Qué es el diseño editorial? Consultoría Editorial. 2018. Consultado 2020.

Recuperado de: <https://marianaeguaras.com/que-es-el-diseno-editorial/>

F

Conceptos. Definición de Fotografía. Consultado 2021. Recuperado de:

<https://conceptodefinicion.de/fotografia/>

Jualian Perez y Maria Merino. Concepto de Periodismo. Consultado mayo 2021. Recuperado

de: <https://definicion.de/periodismo/>

K

King Nuñez Karla Ivette. Comunicación organizacional. Consultado mayo 2021. Recuperado

<https://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>

M

Mtro. Elso Jorge Kashiwamoto Yabuta. Concepto de cibernética. Consultado mayo 2021.

Recuperado de: <https://ingenieria.lasalle.mx/el-concepto-de-cibernetica-en-el-mundo-actual/>

O

Odewebdesing.net. conceptos artes tipográficas. Consultado 2021. Recuperado de:

<https://odwebdesign.net/typographic-art/>

P

Planetapixel, Tipos de logotipos. Consultado mayo 2022. Recuperados de:

<https://www.planetapixel.com/clases-o-tipos-de-logotipos/>

R

Rubén Crespo ¿Qué es Sociología? Consultado mayo 2021. Recuperado de

<https://cisolog.com/sociologia/que-es-la-sociologia/>

S

Significados. ¿Qué es logotipo? Consultado mayo 2021. Recuperado de:

[Significado de Logotipo \(Qué es, Concepto y Definición\) - Significados](#)

Significados. Concepto de Antropología. Consultado 2021. Recuperado de:

<https://www.significados.com/antropologia/>

Significados. Concepto de política. Consultado 2021. Recuperado de:

<https://www.significados.com/politica/>

Stampaprint. Definición teoría de la Gestalt. Consultado 2021. Recuperado de:

<https://www.stampaprint.net/es/blog/acerca-de-la-impresion/la-teoria-la-gestalt>

T

Timothy Samara, Los elementos del diseño, Manual de estilo para diseñadores gráficos.

Diseño

V

Valentina Giraldo. Concepto de Publicidad. Consultado 2021. Recuperado de:

<https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>

Venngage. Tendencia de color. Consultado 2021. Recuperado de:

<https://es.venngage.com/blog/tendencias-de-diseno/>

# CAPÍTULO XIV

## Anexos

## Capítulo XIV Anexos

### Anexo I. Brief de la empresa

● Antecedentes	● La empresa Confecciones Jufer fue creada el año 2005 por Juana Velázquez, y actualmente se dedica principalmente a elaboración de uniformes.
● Oportunidad identificada	● Confecciones Jufer es una empresa que cuenta con oportunidades dentro de la elaboración de uniformes ya que cuenta con la maquinaria necesaria. Pero carece de un logotipo que lo represente a sus clientes reales y potenciales.
● Delimitación geográfica	● Guatemala, Guatemala
● Grupo objetivo	● Como objetivo de la empresa Confecciones Jufer son clientes de 40 a 55 años.
● Principal beneficio al Grupo Objetivo	● La creación y diseño de uniformes. ● Competencia: Elaboración todo tipo de uniformes.
● Factores de diferenciación	● Variedad en diseño en telas texturas de uniformes.
● Objetivo de mercado	● Crear presentación en cada diseño de uniforme empresarial.
● Objetivo de comunicación	● Presentar a través de un logotipo la imagen empresarial como identidad a la empresa Confecciones Jufer.
● Mensaje clave a comunicar	● Se pretende comunicar profesionalismo e identidad en el logotipo.
● Estrategia de comunicación	● Establecer personalidad e identidad a través de un logotipo que refleje confianza y calidad.
● Reto del diseñador	● Diseño de logotipo para identificación visual para la empresa Confecciones Jufer.
● Materiales a realizar	● Diseñar un logotipo para identificar de manera visual a la empresa Confecciones Jufer, de igual manera se elaborará su respectivo manual de manejo de identidad como corporación.

## Anexo II

### Tabla de nivel socioeconómico

	0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	Indeterminada
CARACTERÍSTICA:	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
<b>Ingresos</b>	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q2,400.00	- de Q1,00.00
<b>Educación padre</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudiar
<b>Educación hijos</b>	Hijos menores colegio privado carar, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegio privado carar, mayores en U local, part grado extranjera	Hijos menores colegio privado, mayores en U privada y part grado extranjera	Hijos menores colegio privado, mayores en U privada o estatal	Hijos menores escuela, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudiar
<b>Ocupación</b>	Propietaria, Director Profesional exitosa	Empresaria, Ejecutivo/a de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutiva media, comerciante, vendedor	Ejecutiva, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrera, dependiente	Obrera, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
<b>Vivienda</b>	Carra de departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3 Azalar, pantry, alacena, estudio área de servicio reparada, garaje para 5-6 vehicular	Carra de departamento de lujo, en propiedad, financiada, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 azalar, pantry, alacena, 1 estudio área de servicio reparada, garaje para 2-4	Carra de departamento, rentada o financiada, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio área de servicio, garaje para 2 vehicular	Carra de departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garaje para 2 vehicular	Carra de departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Carra de departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Carra de departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala-camédar	Carra improvisada o sin hacer
<b>Otras propiedades</b>	Finca, carra de descanso en laqar, mar, Antigua, san	Sitio o terreno condominiar cerca de carra	Sitio o terreno interior par herencia					
<b>Personal de servicio</b>	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y	1-2 personal de tiempo completo, chafer	Par día	Par día, eventual	Eventual			
<b>Servicios financieros</b>	3-4 cta Q monetariar y ahorro, Plaza fija, TC intl, Seguro y cta en USA	2-3 cta Q monetariar y ahorro, Plaza fija, TC intl, Seguro y cta en	1-2 cta Q monetariar y ahorro, Plaza fija, 1-2 TC intl, Seguro	1 cta Q monetariar y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
<b>Parques</b>	Autar del año, asegurado contra toda riesgo, 4x4, Van, Lancha, mata acuatica, mata, helicóptero-avión-	Autar de 2-3 años, asegurado contra toda riesgo, 4x4, Van, mata	Autar compacto de 3-5 años, asegurado par Financiera	Auta compacto de 4-5 años, zin, seguro	Auta compacto de 8-10 años, zin, seguro	mata, par trabajo		
<b>Bienes de consumo</b>	3 tel mínima, col cada miembro de la familia, TV satelital, Internet de alta velocidad, 2 a + equipar de audio, 3-5 TV, maquina de lavar y secar platar, rapa, computadora a miembro, seguridad domiciliar, tadar lar electrodomesticar.	2 tel mínima, col cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipar de audio, 2 TV, maquina de lavar y secar platar rapa, computadora, internet partan eléctrica y tadar lar electrodomesticar.	1 tel fana, 1-2 celulares, cable, internet, equipar de audio, m&rd de 2 TV, maquina de lavar rapa, computadora a miembro electrodomesticar b&ricar.	1 tel fana fija, mínima, 1-2 col, cable, radio, 2 TV, electrodomesticar b&ricar	1 tel fana fija, celular cada miembro mayor, cable, equipar de audio, TV, electrodomesticar b&ricar	1 col, cable, radio, TV, electrodomesticar b&ricar	1 col, radio, TV, estufa	Radio, cocina de loña.
<b>Diversion</b>	Club privado, vacaciones en el exterior.	Club privado, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parque tem&ticar local or,	Cine, CC, parque tem&ticar local or,	Cine eventual, CC, parque, ortadia	CC, parque, ortadia	Parque	



## Anexo III. Tendencias 2021



Anexos IV. Proceso de bocetaje y creación de logotipo, creado por Maria Cristina Ventura

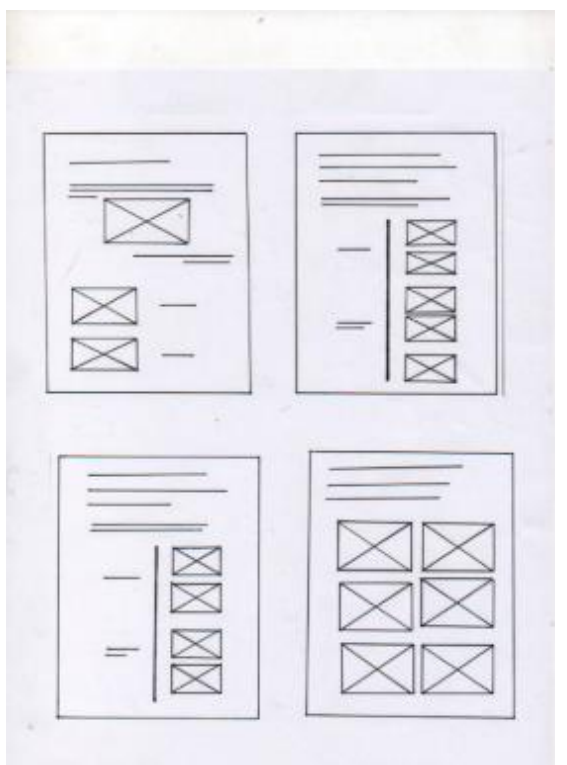
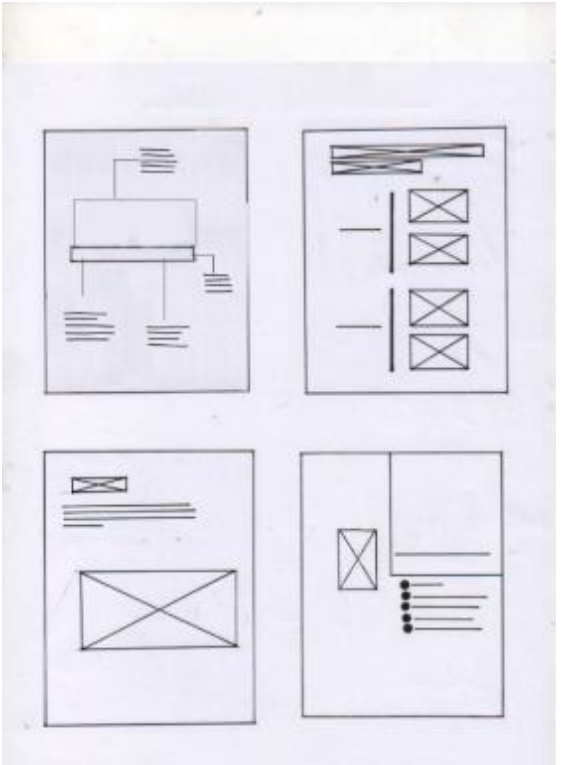
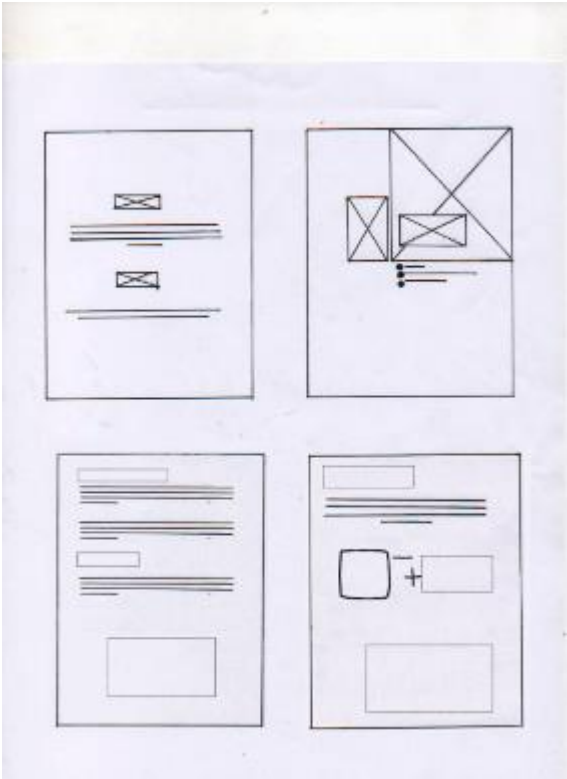
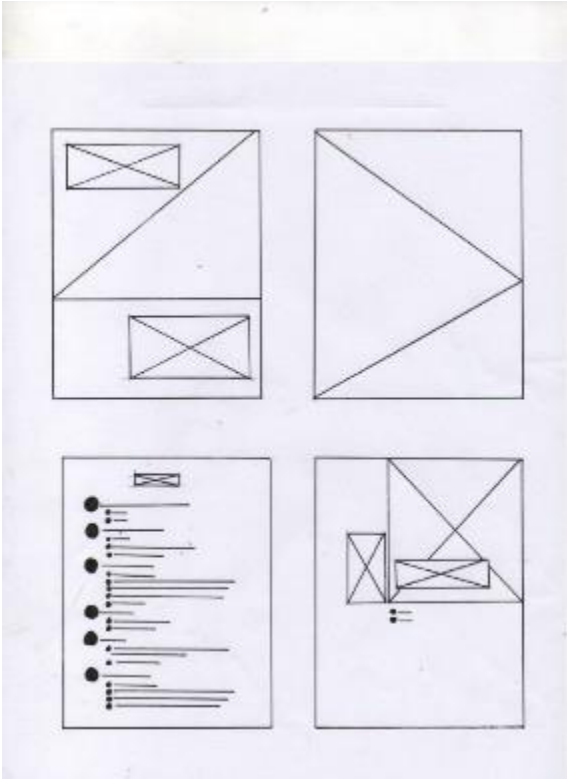
Yaxòn el 20 de octubre del 2019



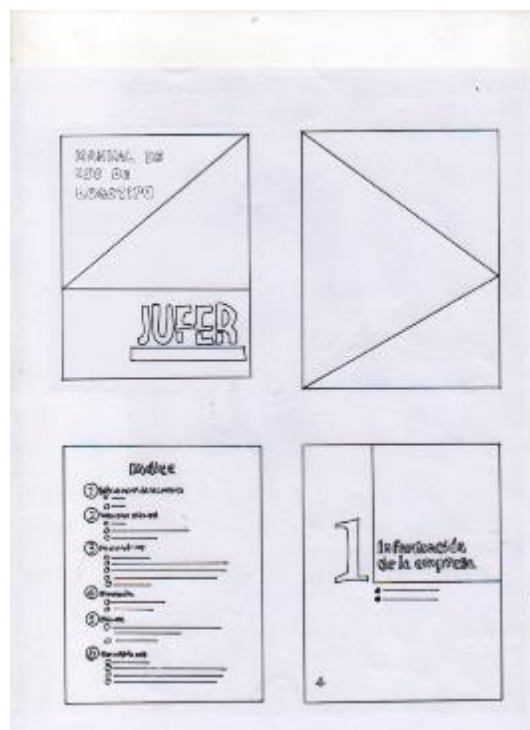
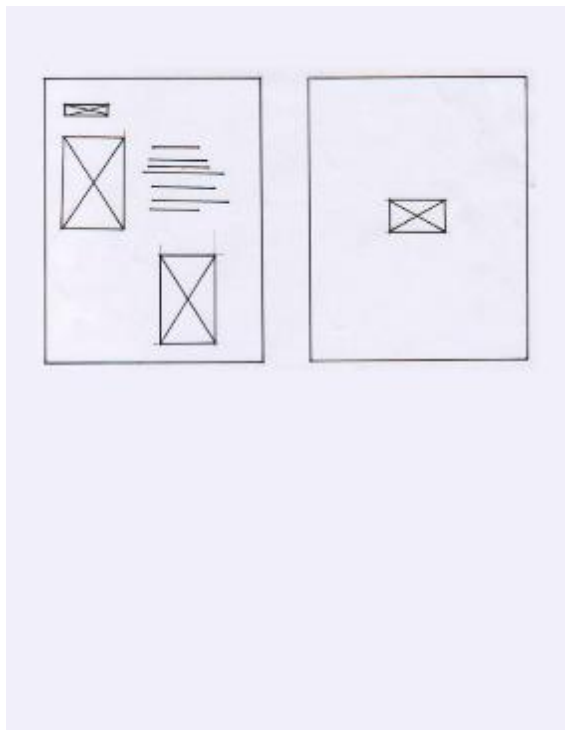
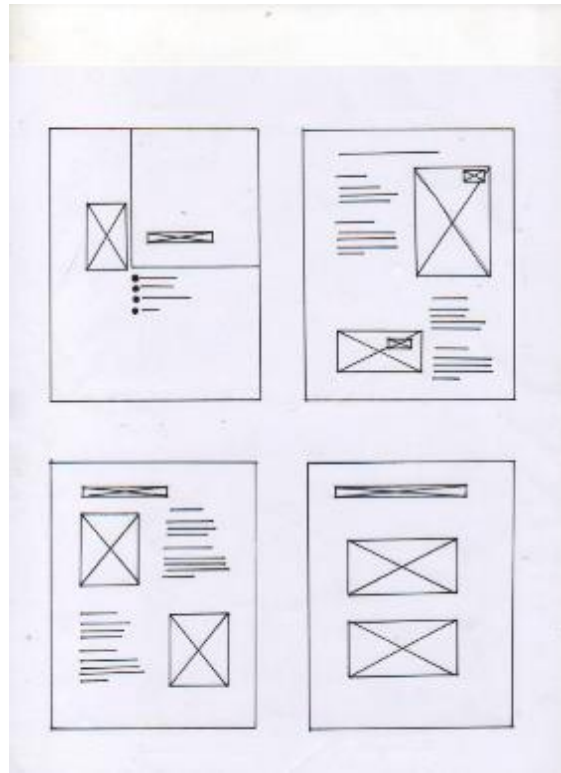
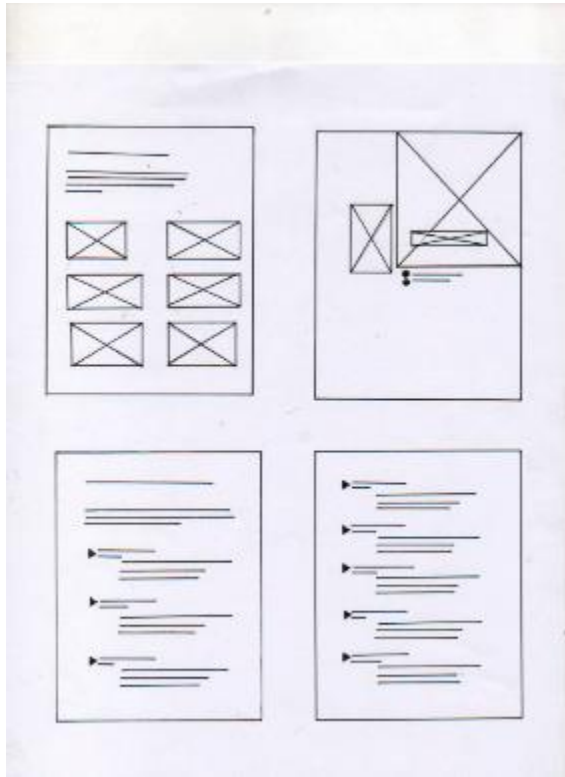
## Digitalización



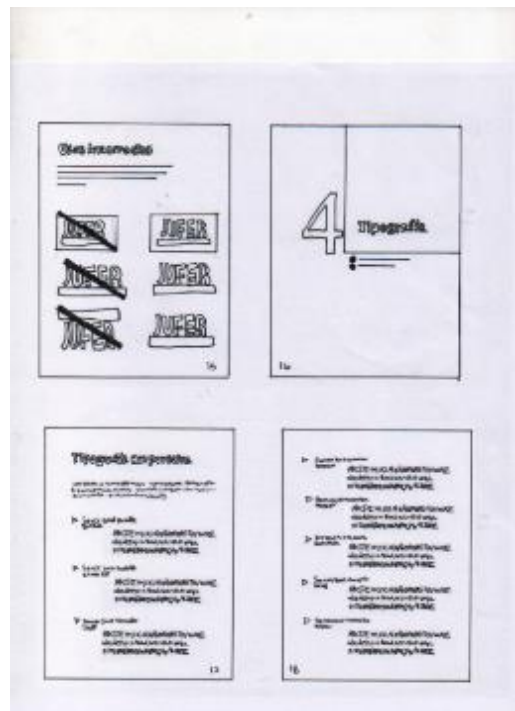
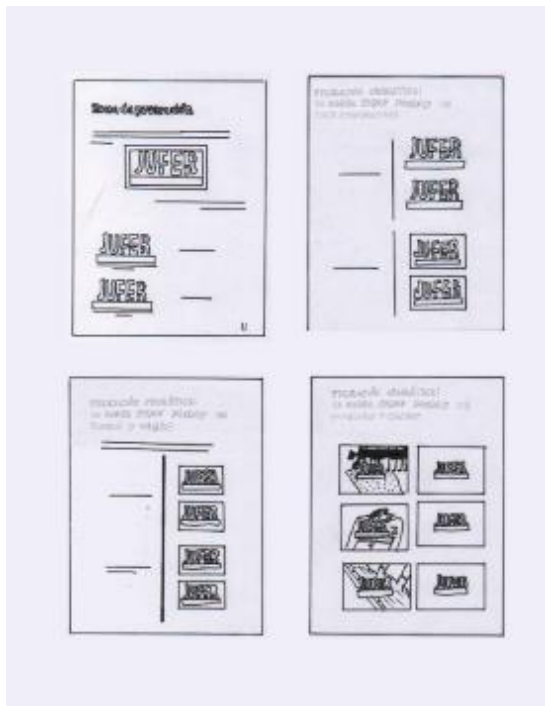
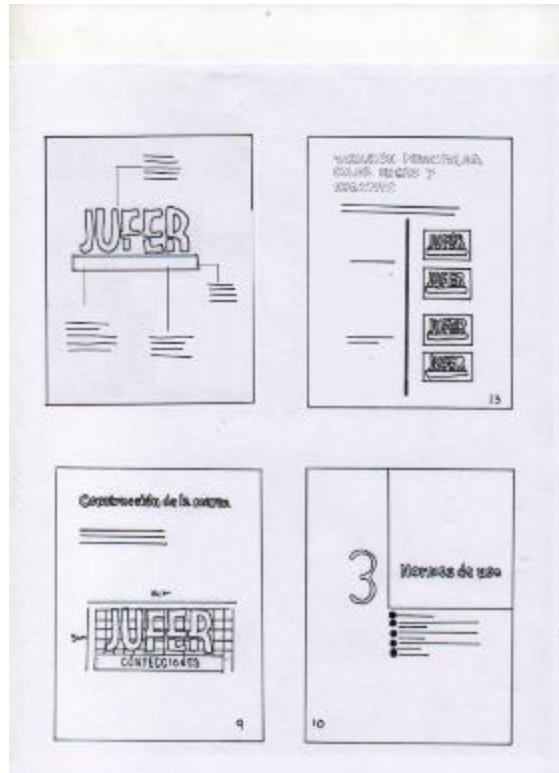
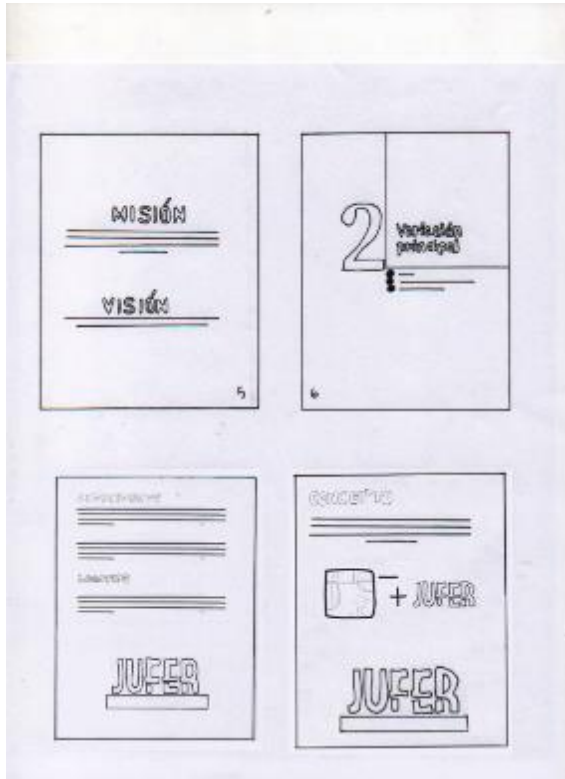
Anexo V: Proceso de bocetaje



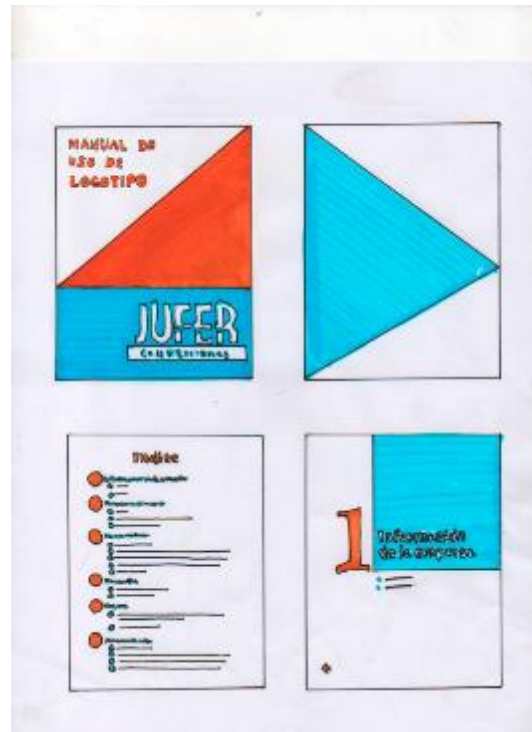
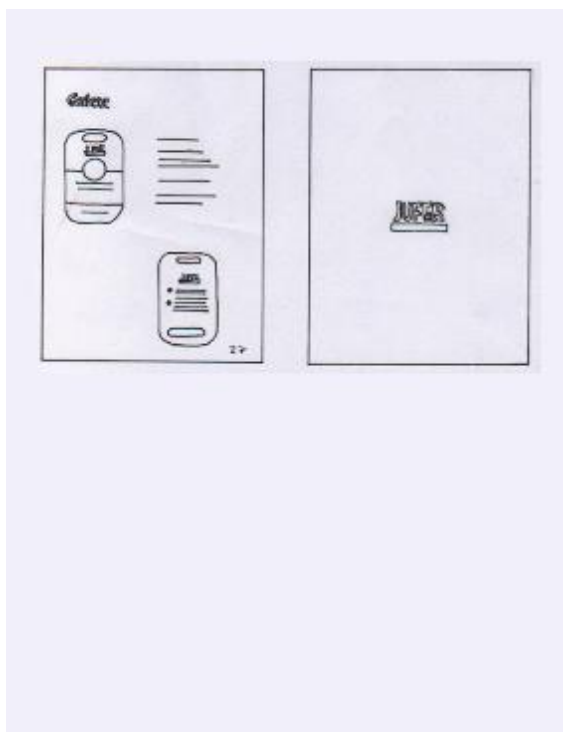
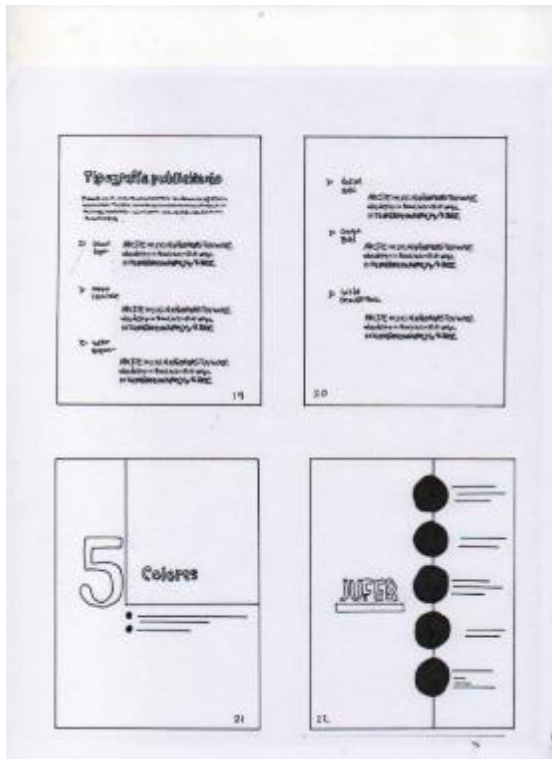
Anexos V. Proceso de bocetaje. Continuation



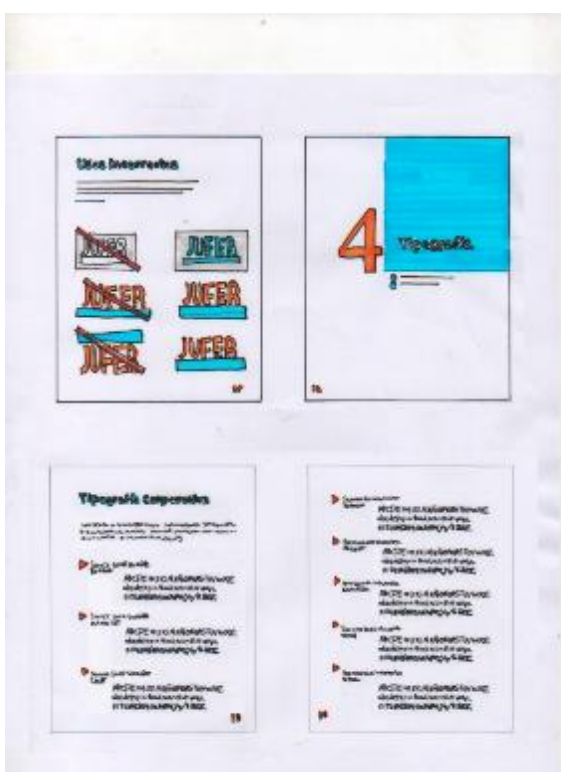
Anexos V. Proceso de bocetaje. Continuacion



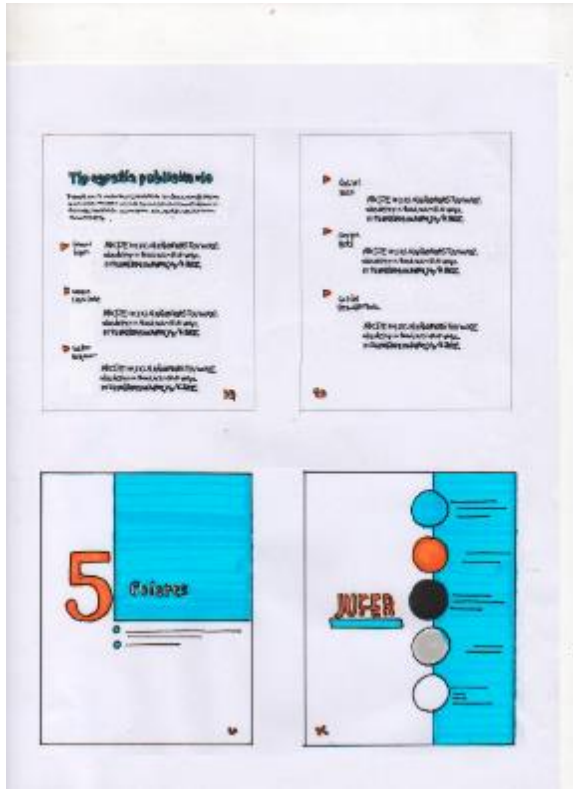
Anexos V. Proceso de bocetaje. Continuacion



Anexos V. Proceso de bocetaje. Continuacion



Anexos V. Proceso de bocetaje. Continuacion





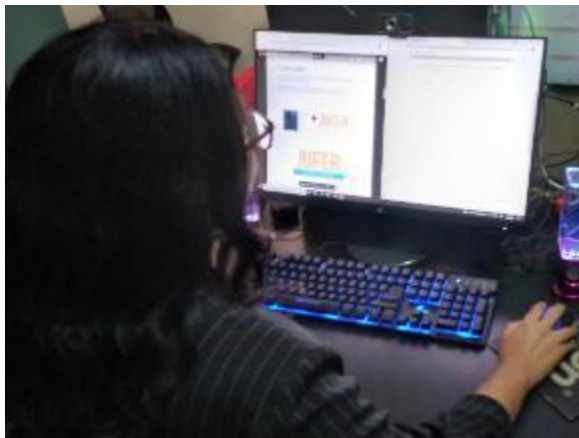
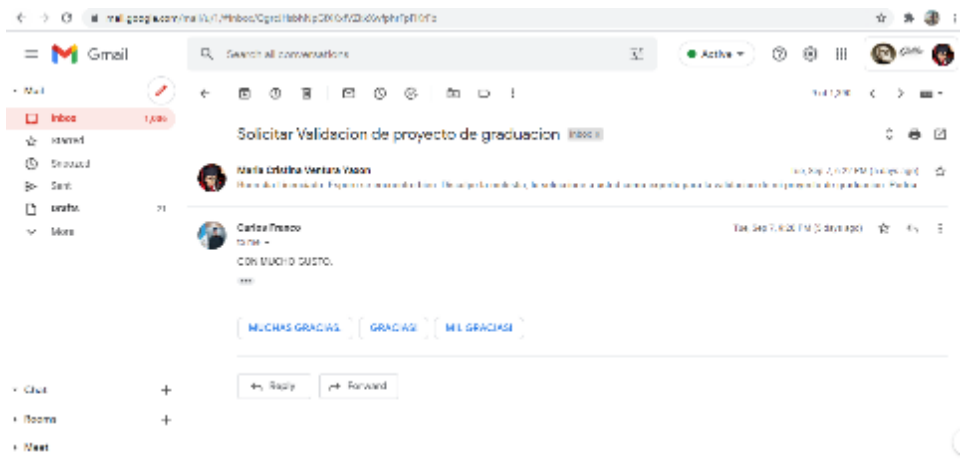
## Anexos VI. Fotografías de validación

Cliente



Experto





**Grupo objetivo**

