



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Diseño de manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

Print Studio, S.A. Guatemala, Guatemala 2017.”

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Ana Lucia Godoy Figueroa

Carné: 20024122

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2017.

“Diseño de manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

Print Studio, S.A. Guatemala, Guatemala 2017.”

Ana Lucia Godoy Figueroa

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Enero 2017

Guatemala 12 de diciembre de 2016

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

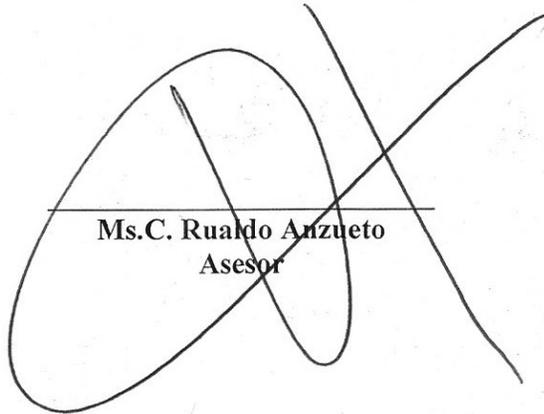
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA ESTABLECER LOS PROCEDIMIENTOS QUE DEBEN SEGUIR LOS DISEÑADORES GRÁFICOS EN LA PREPARACIÓN DE ARTES FINALES. PRINT STUDIO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2017. Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Ana Lucia Godoy Figueroa
20024122



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 04 de enero de 2017

Señorita:
Ana Lucia Godoy Figueroa
Presente

Estimada Señorita Godoy:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA ESTABLECER LOS PROCEDIMIENTOS QUE DEBEN SEGUIR LOS DISEÑADORES GRÁFICOS EN LA PREPARACIÓN DE ARTES FINALES. PRINT STUDIO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de enero de 2017

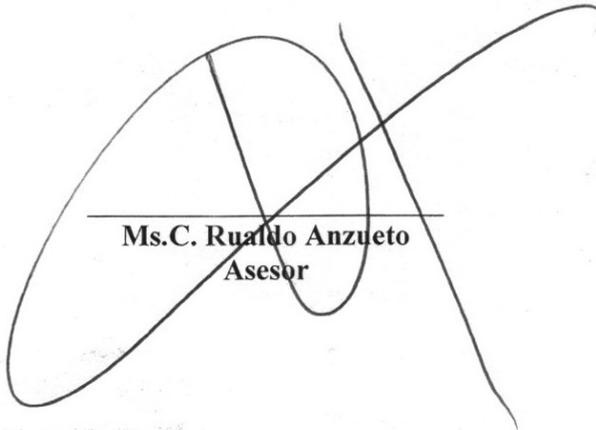
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA ESTABLECER LOS PROCEDIMIENTOS QUE DEBEN SEGUIR LOS DISEÑADORES GRÁFICOS EN LA PREPARACIÓN DE ARTES FINALES. PRINT STUDIO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Ana Lucia Godoy Figueroa, con número de carné: 20024122, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 30 de enero de 2017

Señorita
Ana Lucia Godoy Figueroa
Presente

Estimada Señorita Godoy:

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, 4 de mayo de 2017

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

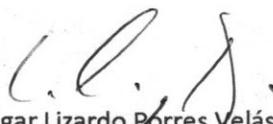
Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA ESTABLECER LOS PROCEDIMIENTOS QUE DEBEN SEGUIR LOS DISEÑADORES GRÁFICOS EN LA PREPARACIÓN DE ARTES FINALES, PRINT STUDIO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2017***, de la estudiante Ana Lucía Godoy Figueroa, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 10 de mayo de 2017

Señorita:
Ana Lucia Godoy Figueroa
Presente

Estimada Señorita Godoy:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA ESTABLECER LOS PROCEDIMIENTOS QUE DEBEN SEGUIR LOS DISEÑADORES GRÁFICOS EN LA PREPARACIÓN DE ARTES FINALES. PRINT STUDIO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por la estudiante: Ana Lucia Godoy Figueroa, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, Ms.C.

Dedicatoria

Primeramente agradezco a Dios, por haberme permitido culminar lo que hace algún tiempo comencé. Le agradezco su infinita bondad y amor por haberme guiado el camino, por haberme dado fuerzas para seguir adelante y no flaquear en los momentos duros que se presentaron en el proceso.

A mis padres, por haberme apoyado en todo momento, por ayudarme en los momentos difíciles, por sus consejos, sus motivaciones, sus enseñanzas que han dejado huellas grandes en mi vida y se reflejan en lo que hoy en día soy y, por supuesto, por su amor y ternura.

Agradezco infinitamente a mi esposo, Alfonso, que me apoyó en todo momento a que culminara mis estudios, a pesar del corto tiempo que tenía para realizarlo. Gracias por su amor y comprensión, por su ayuda en el cuidado de nuestras hijas y, por supuesto, por su paciencia.

Les agradezco a mis hijas, que a pesar de su corta edad, entendieron que mamá tenía que trabajar muchas horas al día en vez de jugar. Sé que en su momento no lo entendían por completo, pero estoy segura que aprendieron a que se debe luchar por lo que se quiere hasta el final. Aprenderán a ser mujeres, luchadoras y con ejemplo de perseverancia y consistencia.

Agradezco a mi hermana por su ayuda y atención. Por último, agradezco a las autoridades de la Universidad por su apoyo y por las bases brindadas para la realización de este proyecto.

Resumen

Actualmente Print Studio, S.A. no cuenta con un manual impreso, que establezca los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

Por este motivo, se planteó el siguiente objetivo general: Diseñar una manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales. Print Studio, S.A.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas guatemaltecas, hombres o mujeres, entre 22 a 35 años de edad, quienes poseen un nivel de educación primaria, básica y superior, profesionales Técnicos o con Licenciatura en Diseño Gráfico, con nivel Socio Económico C, C-. Se validó también con el cliente, con expertos relacionados con el tema y con profesionales de la comunicación y el diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñó una manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales de la empresa Print Studio, S.A.

Se recomendó hacer uso adecuado del manual de procedimientos, así como se sugirió la investigación y actualización periódica del manual de procedimientos, debido a la incorporación de nuevos *softwares* que requieran de algún tipo de adaptación del procedimiento establecido.

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

Se prohíbe la reproducción total o parcial de este proyecto en cualquier tipo de soporte, sin la respectiva autorización.

Reservados todos los derechos
Guatemala de la Asunción, 2017.

Índice

Capítulo I:	1
1.1 Introducción.	1
Capítulo II: Problemática	3
2.1 Contexto.	3
2.2 Requerimientos de comunicación y diseño.	3
2.3 Justificación.	4
2.3.1 Magnitud.	4
2.3.2 Vulnerabilidad.	4
2.3.3 Trascendencia.	5
2.3.4 Factibilidad.	5
2.3.4.1 Recursos Humanos.	5
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.	5
2.3.4.3 Recursos Económicos.	6
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.	6
Capítulo III: Objetivos del diseño	7
3.1 Objetivo general.	7
3.2 Objetivos específicos.	7
Capítulo IV: Marco de referencia	8
4.1 Información general del cliente.	8
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	16
5.1 Perfil geográfico.	16
5.2 Perfil demográfico.	16

5.3 Perfil psicográfico.	17
5.4 Perfil conductual.	18
Capítulo VI: Marco teórico	19
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.	19
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.	28
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.	28
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.	31
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.	35
6.3.1 Ciencias auxiliares.	35
6.3.2 Artes.	39
6.3.3 Teorías.	39
6.3.4 Tendencias.	42
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	46
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.	46
7.2 Conceptualización.	49
7.2.1 Método.	50
7.2.2 Definición del concepto.	54
7.3 Bocetaje.	55
7.3.1 Proceso de bocetaje formal.	55
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.	66
7.4 Propuesta preliminar.	84
Capítulo VIII: Validación técnica	117
8.1 Población y muestreo.	117

8.2 Método e instrumentos.	119
8.3 Resultados e interpretación de resultados.	123
8.4 Cambios en base a los resultados.	138
Capítulo IX: Propuesta gráfica final	148
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	168
10.1 Plan de costos de elaboración.	168
10.2 Plan de costos de producción.	169
10.3 Plan de costos de reproducción.	170
10.4 Plan de costos de distribución.	171
10.5 Margen de utilidad.	171
10.6 Cuadro con resumen general de costos.	172
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	173
11.1 Conclusiones.	173
11.2 Recomendaciones.	173
Capítulo XII: Conocimiento general	175
Capítulo XIII: Referencias	176
13.1 Documentos físicos.	176
13.2 Documentos electrónicos.	177
Capítulo XIV: Anexos	183
14.1 Fotografías de personas encuestadas.	183
14.2 Cotizaciones.	186

CAPÍTULO 1



INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

Print Studio S.A. es una empresa dedicada a las artes gráficas desde el año 1993. Ofrece diversos servicios tales como diseño gráfico, pruebas de color, pre-prensa, impresión litográfica, impresión offset digital y variedad de acabados de post-prensa.

En la problemática se determinó que la empresa no contaba con un manual impreso que orientara los procedimientos que debían seguir los diseñadores, por lo que se propone el siguiente proyecto de tesis titulado: “Diseño de manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales. Print Studio, S.A. Guatemala, Guatemala 2017.”

Como parte de su ejecución se investigó acerca del contenido que deben incluir las guías para la preparación de artes finales de las litografías, así como una recopilación de información acerca de los procedimientos que actualmente se utilizan en el departamento de Arte de la empresa.

Se determinó la importancia de establecer los procedimientos adecuados dentro del departamento de Arte, para evitar errores en el proceso productivo, que repercutan en costos extras para la empresa.

Se redactó un marco teórico con conceptos que generaron la conceptualización del contenido por medio del método de *Brainstorming* o lluvia de ideas, que dio origen al bocetaje y propuestas preliminares del diseño y diagramación del manual de procedimientos.

Se utilizaron técnicas de validación de tipo mixto, con enfoque cuanti y cualitativo. La herramienta de validación utilizada fue una encuesta de respuestas dicotómicas y en escala de Likert, que se aplicó a 3 grupos diferentes, siendo estos el cliente, el grupos objetivo y los expertos, los que aportaron resultados precisos para obtener la propuesta gráfica final.

El principal hallazgo indica que el 100% de las personas encuestadas consideran necesario el diseño de un manual impreso para establecer los procedimientos. Los resultados de la encuesta fueron positivos y avalaron el proyecto, lo que dio lugar a las siguientes conclusiones:

Es necesario diseñar un manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales de la empresa Print Studio, S.A.

Se realizó una versión digital del manual impreso, para hacer llegar de manera virtual el contenido de dicho manual, para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

Se recomendó hacer uso adecuado del manual de procedimientos impreso, así como la investigación y actualización periódica del manual de procedimientos, debido a la incorporación de nuevos *softwares* que requieran de algún tipo de adaptación del procedimiento establecido.

CAPÍTULO 2



PROBLEMÁTICA

2.1 Contexto

2.2 Requerimientos de
comunicación y diseño

2.3 Justificación

Capítulo II: Problemática

Print Studio S.A. es una empresa dedicada a las artes gráficas desde el año 1993. Ofrece diversos servicios tales como diseño gráfico, pruebas de color, pre-prensa, impresión litográfica, impresión offset digital y variedad de acabados de post-prensa.

La empresa no cuenta con un manual impreso que oriente los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

2.1 Contexto

En el año 2015 se realizó la Práctica Supervisada I en Print Studio, S.A. y fue allí en donde se percibió la importancia de crear un manual que estableciera los procedimientos que se deben seguir, dentro del departamento, para lograr la estandarización del proceso.

Luego de conversar con el gerente general, José Alfonso Fahsen, se decidió que era necesario realizar el diseño del manual para el departamento de Arte. La finalidad es agilizar los procesos y lograr que los diseñadores gráficos guíen su actividad productiva de acuerdo al manual propuesto.

2.2 Requerimientos de comunicación y diseño

Es importante que se establezcan los procedimientos adecuados dentro del departamento de Arte, para la preparación de artes finales para evitar errores en el proceso productivo, que repercutan en costos extras para la empresa.

Actualmente Print Studio, S.A. no cuenta con un manual impreso, que establezca los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

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) vulnerabilidad; c) trascendencia; y d) factibilidad.

2.3.1 Magnitud

Según el Instituto Nacional de Estadística INE, y de acuerdo a la proyección de población con base al Censo 2015, la República de Guatemala cuenta con una población de 16,176,133 y la Ciudad Capital con 3,353,952 habitantes.

Print Studio, S.A. cuenta con un grupo de 100 empleados. El manual propuesto favorecerá directamente a 4 personas, quienes son las personas que conforman el departamento de Arte e indirectamente al departamento de Producción, conformado aproximadamente por 80 personas. Se puede decir que la magnitud del proyecto abarcará hasta la satisfacción del cliente final, en tiempo, servicio y calidad.



2.3.2 Vulnerabilidad

Al no contar con un manual que establezca los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos, estos se enfrentan a diversos problemas tales como: mal manejo de los tiempos para la preparación de los artes finales y desconocimiento de los parámetros que deben

utilizar para los programas. Tales situaciones afectan el flujo del proceso productivo y, por consiguiente, el tiempo establecido para la entrega final del producto al cliente.

2.3.3 Trascendencia

El diseño del manual, para establecer los procedimientos que se deben seguir en el departamento de Arte, ayudará a que el flujo del proceso sea más rápido y eficiente. Se evitarán retrasos y errores innecesarios dentro del proceso productivo de la litografía, ya que ayudará a que el departamento de Producción entregue el producto final en el tiempo prometido al cliente.

2.3.4 Factibilidad

El proyecto “Diseño de manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes final. Print Studio, S.A.”. Sí es factible, ya que cuenta con el apoyo organizacional y económico de los accionistas de la empresa.

Es importante que al momento de ingresar nuevos empleados al departamento de Arte, se les entregue el manual de procedimientos impreso. Esto ayudará a que los nuevos empleados conozcan el flujo del trabajo y la manera en como deben realizar la preparación de los artes finales.

Además, cuenta con otros recursos que lo hacen posible:

2.3.4.1 Recursos Humanos

La empresa cuenta con 3 diseñadores gráficos y 1 jefe inmediato quien está a cargo del departamento de Arte de Print Studio, S.A. Ellos, a su vez, son los encargados de preparar los artes finales y trasladar al departamento de Producción las órdenes de impresión requeridas.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

El Gerente General de la empresa autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo el proyecto de manera eficiente.

2.3.4.3 Recursos Económicos

La empresa cuenta con los recursos económicos para producir e imprimir el manual propuesto. Al final del proyecto se establecerá el presupuesto necesario para que se lleve a cabo al impresión del manual.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

La empresa cuenta con el equipo de impresión y capacidad adecuada para elaborar, producir y distribuir el resultado final del proyecto de graduación.

CAPÍTULO 3



OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

3.2 Objetivos específicos

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar una manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales. Print Studio, S.A.

3.2 Objetivos Específicos

- 3.2.1 Investigar acerca del contenido que deben incluir las guías para la preparación de artes finales de las litografías.
- 3.2.2 Recopilar información acerca de los procedimientos para preparar artes finales, que actualmente se utilizan en Print Studio, S.A.
- 3.2.3 Ilustrar el contenido que represente cada uno de los pasos que se deben seguir para la preparación de artes finales en la empresa Print Studio, S.A.
- 3.2.4 Realizar una versión digital del manual impreso, para hacer llegar de manera virtual el contenido de dicho manual, para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

CAPÍTULO 4



MARCO DE REFERENCIA

- 4.1 Información general del cliente
- 4.2 Comunicación y mercadeo
- 4.3 Organigrama
- 4.4 Logotipo

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Print Studio, S.A., es una litografía que se encuentra ubicada en la 39 Calle “C” 13-50, Zona 8, Guatemala, Guatemala. Teléfono: (502) 2474-6605.

4.1.1 Quiénes somos

Parte del grupo de líderes en la industria litográfica en Guatemala, poseemos la más alta tecnología, procesos de calidad y certificados por PIA/GATF en GRACol (G7), ISO 12647-2. Nos especializamos en la técnica “hexacromía” (impresión a 6 colores -cyan, magenta, amarillo, negro, naranja y verde-). Además, Print Studio tiene la exclusividad en Centro América de ofrecer a los clientes impresiones con aroma.

4.1.2 Historia

Print Studio fue fundada el 10 de junio de 1993, surgió como una empresa con soporte tecnológico en el tema de las artes gráficas, con el objetivo de ofrecer al mercado un servicio profesional e innovador.

A través del tiempo los accionistas fueron conociendo las diferentes necesidades y decidieron aprovechar las oportunidades para brindar un servicio integral, iniciando desde “la idea o etapa creativa” hasta plasmarla en una “impresión” sin necesidad de recurrir a varios proveedores dentro del proceso. Su principal enfoque es brindar calidad, tiempo de entrega y servicio por medio de un gran equipo de trabajadores eficientes y de tecnología avanzada.

4.1.3 Misión

Nosotros en Print Studio, servimos a nuestros clientes con excelencia, integrando la inversión continua en tecnología con el desarrollo de nuestro talento y habilidades profesionales, para ser líderes en la industria de las artes gráficas. Esta integración nos permite ir más allá del rol

tradicional de nuestro negocio para ofrecer soluciones innovadoras y formar asociaciones inteligentes.

4.1.4 Visión

Brindar soluciones de sentimientos en color al utilizar impresión litográfica y digital a nuestros clientes manteniéndonos actualizados con la tecnología comprometidos a dar un excelente servicio personalizado y eficiente que nos permita mantenernos a la vanguardia del mercado.

4.1.5 Valores

4.1.5.1 Honestidad: Este valor es indispensable para que las relaciones humanas se desenvuelvan en un ambiente de confianza y armonía debido a que garantiza respaldo, seguridad y credibilidad en las personas.

4.1.5.2 Responsabilidad: La responsabilidad significa administrar con eficiencia el tiempo y los recursos para obtener el máximo beneficio acoplándose a los cambios necesarios.

4.1.5.3 Respeto: Es el conocimiento del valor inherente y los derechos innatos de una persona.

4.1.5.4 Orden: El orden es el principio de la disciplina y nos hace más productivos. Nos ayuda a poner límites para que las cosas no se salgan de su cauce. Nos muestra lo urgente.

4.1.5.5 Compromiso: Es un valor muy importante cuando buscamos el éxito y la plenitud. Es la firmeza inquebrantable por cumplir o hacer algo que nos hemos propuesto o que simplemente debemos hacer.

4.1.6 Servicios

4.1.6.1 Diseño Gráfico: Generamos diseños de calidad, en búsqueda de las necesidades del cliente al combinar creatividad, perfección y tecnología.

4.1.6.2 Pruebas de color: Dentro del flujo de trabajo incluimos las pruebas de color conocidas como SHERPA, que son impresas para que el cliente pueda aprobar el color y diagramación, antes de ser enviado a placas.

4.1.6.3 Pre-prensa: Contamos con un moderno sistema de flujo de trabajo, que está enlazado desde el momento en que se sacan las pruebas de color hasta el momento en que pasa la información digital al CTP (*Computer to Plate*). También contamos con una filmadora.

4.1.6.4 Impresión litográfica: Contamos con la tecnología necesaria para cumplir sus expectativas en el campo de la impresión. Tenemos prensas de 4, 5 y 6 colores en línea, aplicación de barnices y tintas directas o Pantone especiales.

4.1.6.5 Impresión offset digital: Contamos con una máquina offset digital de formato pequeño (12" x 18"), que imprime tirajes cortos, de buena calidad y en poco tiempo.

4.1.6.6 Post-Prensa: Contamos con guillotinas, dobladoras, troqueladoras, cosido y armado de libros, *foile*, pegado en caliente, engrapado, barniz UV (brillante y mate), convertidoras de papel, acabados especiales, empaque y distribución, entre otros.

4.1.7 Objetivos como empresa

4.1.7.1 Ser líderes en la industria de las artes gráficas, siendo la litografía de mayor innovación y calidad a nivel Guatemala.

4.1.7.2 Servir a nuestros clientes con excelencia.

4.1.7.3 Utilizar correctamente los recursos disponibles para obtener los mejores resultados, para nuestra empresa y nuestros clientes.

4.1.7.4 Ser socialmente responsables con el medio ambiente.

4.1.7.5 Conocer nuestro negocio para ofrecer soluciones innovadoras y formar asociaciones inteligentes.

4.1.7.6 Lograr que los colaboradores se lleguen a desarrollar personal y profesionalmente dentro de la empresa.

4.1.8 Meta como empresa

Producir la mayor cantidad de pliegos buenos, con el mejor aprovechamiento de la materia prima, en el menor tiempo y con la mejor calidad posible.

4.1.9 FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Personal con experiencia, comprometidos e identificados con la empresa.• Trabajos de alta calidad y con tecnología de punta.• Capacidad demostrada de establecer relaciones a largo plazo con clientes claves.• Instalaciones adecuadas y buena ubicación geográfica.• Exactitud en la elaboración del producto, acorde a las especificaciones del cliente.• Tiempo de presencia en el mercado, lo que le da confianza al cliente.	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Crecimiento de la industria de empaques de tirajes largos.• Las litografías mantienen la misma cultura de entregas tarde de los requerimientos de impresión.• Inversión en equipos que minimicen los procesos manuales.• Reconocimiento a los empleados, que mejoran procesos y por tiempo de permanencia en la empresa.• Los clientes están dispuestos a pagar más pro "exactitud" en el tiempo de entrega.• Revisión de precios en impresión digital, especialmente en Photobook y Coffee Table book.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• No se retiene al recurso humano capacitado.• No existen planes de carrera.• Maquinaria y equipo con tiempo fuera de su vida útil.• No hay procesos escritos.• Puestos claves con personas con habilidades técnicas limitadas.• La empresa no está en el "top of mind" de la industria, pero los que conocen de la empresa perciben que son elitistas en el segmento que se atiende.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Agresividad de la competencia en precio y equipo.• Clientes acostumbrados a las estrategias de precios.• Fase de "commodity" en artes gráficas en el país.• Mucha existencia de vendedores freelance, lo que maximiza la cultura de precio.• La competencia le quita trabajos a la empresa por precio, aún ellos pierdan dinero.• Bajos precios de China para la elaboración de libros.

4.2 Comunicación y mercadeo

4.2.1 Objetivo de mercadeo: Incrementar el nivel de notoriedad de la marca en la categoría de impresión.

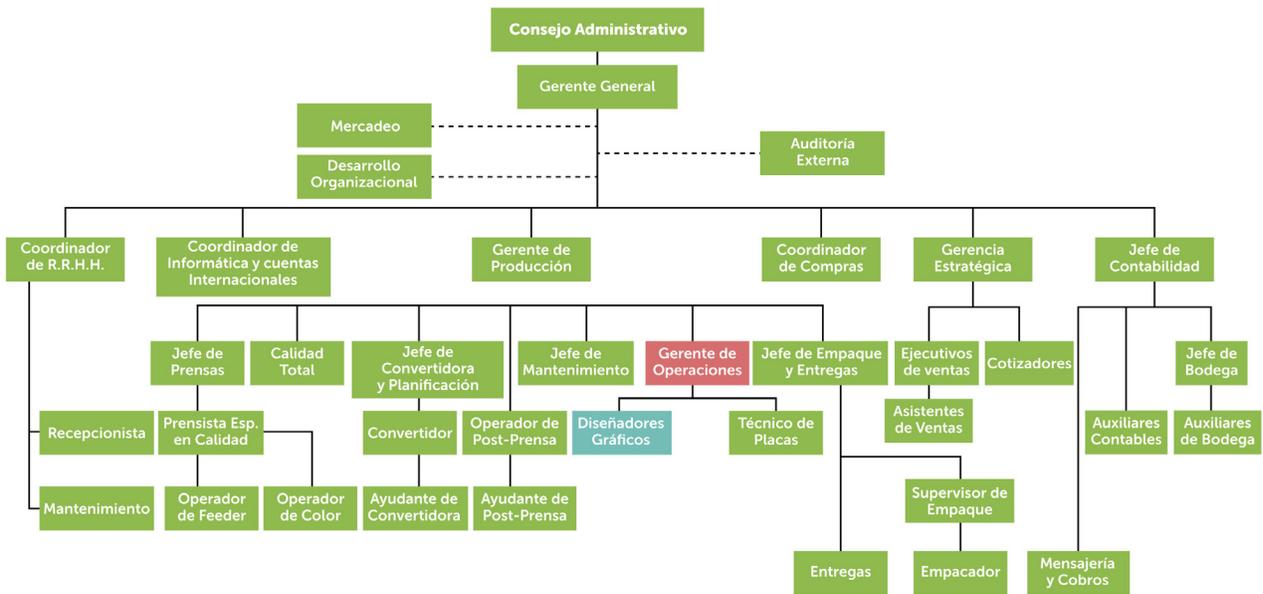
4.2.2 Objetivo de comunicación: Hacer que el nombre de Print Studio tenga protagonismo dentro de la categoría de impresión.

4.2.3 Mensajes claves al comunicar: Experiencia, conocimiento de nuestro trabajo, asesoramiento personalizado a cada proyecto, materia prima de la mejor calidad.

4.2.4 Estrategia de comunicación: La estrategia de comunicación está basada en el mercadeo directo como fuente principal. De igual manera se encuentra el servicio al cliente, asistencia a eventos corporativos, asistencia a ferias especializadas.

4.2.5 Reto del diseño y trascendencia: Creación de una imagen corporativa sólida, respaldada en el modernismo y profesionalismo del diseño gráfico, comunicación y generación de “*Top Of Mind*” a base de isotipo. Nos posicionamos como un arquetipo sabio, ya que nos conocen por nuestra experiencia en las artes gráficas y nuestra trayectoria dentro de la categoría de impresión.

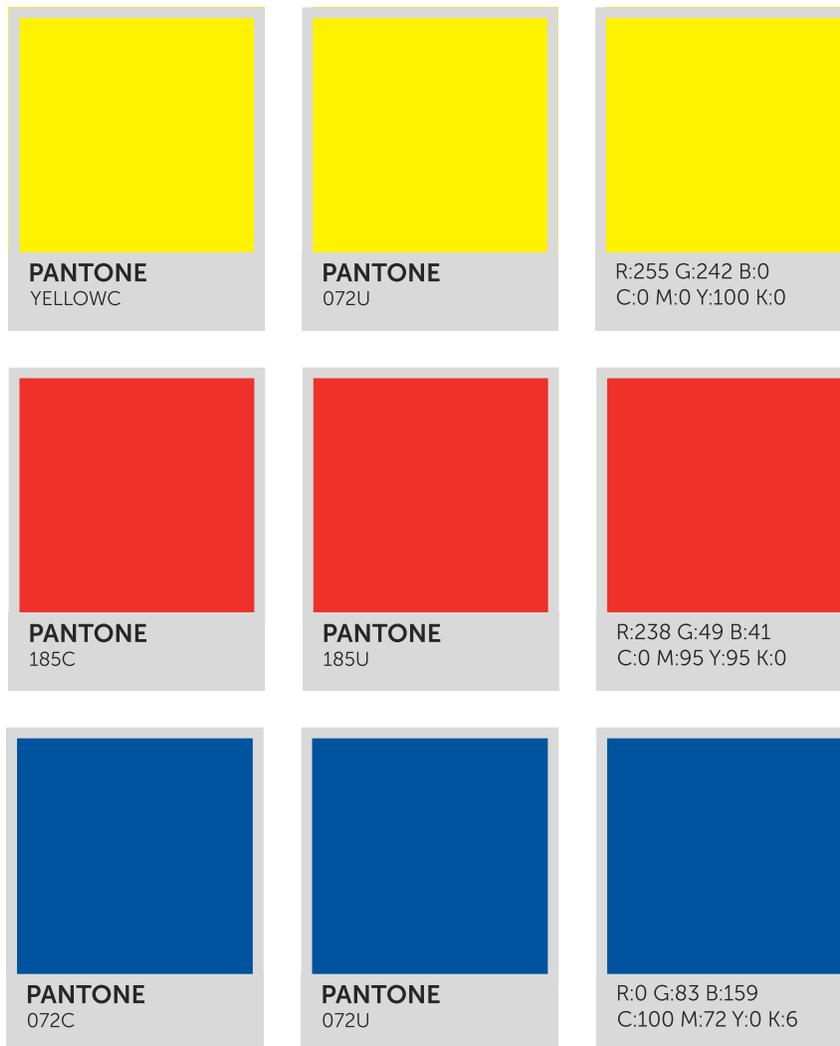
4.3 Organigrama



4.4 Logotipo



4.4.1 Colores: Los tres colores primarios pueden producir todos los colores. En Print Studio podemos producir todo trabajo gráfico de forma completa.



4.4.2 Tipografía: La tipografía utilizada en el logotipo se llama: Imprints

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

4.4.3 Forma: La forma utilizada en el logotipo es un cuadrado, dividido en 3 porciones que enmarcan cada color primario.

CAPÍTULO 5



DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

- 5.1 Perfil geográfico
- 5.2 Perfil demográfico
- 5.3 Perfil psicográfico
- 5.4 Perfil conductual

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El manual impreso va dirigido a los diseñadores gráficos que trabajan en el departamento de Arte de la empresa Print Studio, S.A.

El grupo objetivo se define como personas guatemaltecas, hombres o mujeres, entre 22 a 35 años de edad, profesionales Técnicos o con Licenciatura en Diseño Gráfico, con dominio del idioma español e inglés avanzado. Nivel Socio Económico C o C-, personas que les guste el trabajo en equipo y dispuestos a trabajar bajo presión, proactivos, detallistas, responsables, creativos y principalmente que sepan manejar los programas de la familia de Adobe, plataforma Macintosh y conocimientos en impresión litográfica.

5.1 Perfil geográfico

Print Studio, S.A. esta ubicada en 39 Calle “C” 13-50, Zona 8, Guatemala, Guatemala. En una zona comercial residencial, entre Calzada Atanasio Tzul y Avenida La Castellana.

Según el Instituto Nacional de Estadística INE, y de acuerdo a la proyección de población con base al Censo 2015, la República de Guatemala cuenta con una población de 16,176,133 y la Ciudad Capital con 3,353, 952 habitantes.

5.2 Perfil demográfico

- a) Género: femenino o masculino
- b) Edad: entre 22-35 años
- c) Estado civil: solteros o casados
- d) Nivel Socio Económico: C, C-
- e) Ingresos: Promedio entre Q8,000 - 12,000
- f) Profesión: Técnico o Licenciatura en Diseño Gráfico
- g) Nacionalidad: Guatemaltecos

- h) Religión: N/A
- i) Idioma: español e inglés avanzado
- j) Formación: Diseño gráfico, publicidad

5.2.1 Niveles Socio Económicos

a) Nivel C

- El ingreso promedio mensual está comprendido entre Q9,000 - Q12,000.
- El nivel de estudio es superior o Licenciatura.
- La ocupación corresponde a ejecutivos, comerciantes, vendedores o dependientes.
- Viven en casas o apartamentos, que pueden ser rentadas o financiadas, con 1-2 dormitorios, 1-2 baños, sala, garaje para 2 vehículos.
- Poseen un automóvil compacto de 4-5 años y no poseen seguro.

b) Nivel C-

- El ingreso promedio mensual está comprendido entre Q5,000 - Q8,000.
- El nivel de estudio media completa
- La ocupación corresponde a comerciantes, vendedores o dependientes.
- Viven en casas o apartamentos, que pueden ser rentadas o financiadas, con 1-2 dormitorios, 1-2 baños, sala.
- Poseen un automóvil compacto de 8-10 años y no poseen seguro.

5.3 Perfil psicográfico

Las características que describen al grupo objetivo son las siguientes:

- a) Estilo de vida: Personas que les guste el trabajo en equipo y dispuestos a trabajar bajo presión y horas extras. Personas que se desempeñen en múltiples actividades, que busquen el sustento familiar.

- b) Personalidad: Proactivos, puntuales, detallistas, innovadores, responsables, apertura al cambio, comprometidos, líderes positivos, orientados al trabajo medido a base de resultados.
- c) Hobbies: Que les guste estar al tanto de las nuevas tendencias de diseño, gusto por la música, creativos y redes sociales.
- d) Actividades: Interesados en la innovación, enfoque hacia el cliente, auto desarrollo, trabajo en equipo.

5.4 Perfil conductual

Las personas deben manejar los diferentes programas de la familia de Adobe y plataforma Macintosh, así como manejo de Excel, conocimientos de pre-prensa e impresión litográfica.

CAPÍTULO 6



MARCO TEÓRICO

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa:

La empresa es el instrumento universalmente empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía. Para tratar de alcanzar sus objetivos, la empresa obtiene del entorno los factores que emplea en la producción, tales como materias primas, maquinaria y equipo, mano de obra, capital, entre otros. Dado un objetivo u objetivos prioritarios hay que definir la forma de alcanzarlos y adecuar los medios disponible al resultado deseado. Toda empresa engloba una amplia gama de personas e intereses ligados entre sí mediante relaciones contractuales que reflejan una promesa de colaboración. Desde esta perspectiva, la figura del empresario aparece como una pieza básica, pues es el elemento conciliador de los distintos intereses. <http://www.monografias.com/trabajos11-/empre/empre.shtml#ixzz4AkMcfgV7>

6.1.2 Producto comercial:

Un producto comercial es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) que son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Existe para: 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa). <http://www.monografias.com/trabajos-102/producto/producto.shtml#ixzz4AkYJILhk>

6.1.3 Servicio:

Un servicio son un conjunto de acciones que son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos. <http://conceptodefinicion.de/servicio/>

6.1.4 Litografía:

La litografía es una técnica de impresión en plano (planografía) descubierta por el alemán Alois Senefelder en 1796 cuando buscaba un método sencillo y de bajo costo para poder realizar varias copias de sus trabajos.

La litografía consiste en dibujar con un lápiz graso sobre una plancha de piedra caliza (porosa). Se humedece la plancha y se entinta con una tinta grasa. La tinta se queda sólo donde hay dibujo, debido a que la grasa atrae a la grasa y el agua la repele. Después se presiona sobre un papel con esa plancha y se reproduce el dibujo con gran calidad. Este proceso de entintado-impresión se puede repetir muchas veces antes de que pierda definición. (Hird, 1995) <http://www.fotonostra.com/glosario/litografia.htm>; http://www.glosariografico.com/litografia_offset

6.1.5 Imprenta:

La imprenta fue inventada en el siglo XV por Gutenberg. Es una máquina ideada para crear muchos impresos con un costo, bastante bajo en comparación con otros sistemas de creación de documentos.

Las imprentas se clasifican según el sistema de impresión en el que se basan: litografía, huecograbado, serigrafía, tipografía, flexografía y también por el sistema de papel que usan: rotativas y de hojas en pliego. http://www.glosariografico.com/litografia_offset

6.1.6 Impresión offset:

Offset significa separación. La impresión offset, conocida también como litografía, es la forma análoga de trabajar un proceso de impresión planográfico, ya que utiliza placas de superficie plana, basada en el principio de la imposibilidad de la mezcla entre el agua y el aceite. Este método utiliza, por una parte tintas a base de aceite y por otro lado una solución de mojado en el proceso de impresión. (Destree, 2005) (Hird, 1995) <http://www.slideshare.net/luti82/proceso-de-impresin-offset>

6.1.7 Impresión offset digital:

La impresión offset digital, trabaja de manera opuesta a la impresión offset convencional. Esta forma de impresión es digital ya que recibe la orden directamente desde la computadora. No dispone de planchas metálicas sino de unidades de imagen fotoreceptoras que quedan cargadas negativamente. Los costos de impresión son bastante económicos, es ideal para tirajes cortos y medianos, además de que permite la posibilidad de la personalización. (Marin, 2004) <http://www.imprentaypunto.com/blog/Diferencias-entre-impresión-digital-y-offset#.V1TZ53hqr-E4>

Técnicas de impresión:

El proceso de impresión, se basa en la obtención de las páginas o pliegos impresos, según el montaje. Para reproducir el número de copias que se desean, se utiliza uno de los siguientes sistemas de impresión:

- Sistema de impresión offset: Son máquinas de pliegos o rotativas con uno o más colores y que utilizan planchas preparadas.
- Sistema de impresión huecográfica: El proceso de huecograbado es un método de transferencia directa para imprimir en sustratos con fibra de pasta de madera, sintéticos o laminados, como:

películas plásticas de poliéster, nailon, papeles, cartón, bandas de aluminio. Se utilizan máquinas rotativas en donde se emplea el uso de cilindros grabados.

- Sistema de impresión flexográfica: La flexografía es un sistema directo de impresión rotativa en el que se emplean planchas flexibles, en alto relieve, que transfieren la imagen directamente de la plancha a cualquier tipo de sustrato.

- Sistema de impresión serigráfica: Este sistema se realiza a través de unas pantallas de tela sobre diversos soportes. (Karch, 1982) <http://www.slideshare.net/ChrisZtar/impresin-pre-prensa-prensa-y-post-prensa>

6.1.8 Diseñador gráfico:

Un diseñador gráfico comunica en forma visual algún mensaje específico, haciendo uso del trabajo artístico y de alguna tipografía. El diseñador soluciona creativamente los problemas, ofreciendo a una empresa una mejor propuesta para satisfacer necesidades específicas. <http://www.cursosdisenografico.com/a/cual-es-el-trabajo-de-un-disenador-grafico.php>

6.1.9 Arte final:

El arte final en diseño gráfico es el proceso de revisión y preparación de un trabajo gráfico para enviarlo correctamente a la imprenta.

Antes de que la llegada de las computadoras al mundo del diseño, en pre-prensa un arte final era el material ya completamente preparado para su paso a fotolitos mediante las técnicas de reproducción adecuadas a cada proceso.

Hoy en día todo este proceso se ha sustituido por los métodos de impresión conocidos como “directos a plancha” “*Computer to plate (CTP)*”, como el formato PDF de Adobe, consiste en formatos digitales ya preparados para su envío a la imprenta sin que haga falta ningún retoque o intervención más (la imposición de las formas se entiende ya fuera del arte final).

La llegada de estos formatos simplificaron mucho el envío de archivos gráficos a las imprentas y el proceso de arte finalización por parte del diseñador gráfico. No obstante, y aunque cada proyecto gráfico es distinto y requiere un arte final específico, existen algunas normas comunes en cualquier diseño que hay que tener en cuenta antes de generar un PDF para enviar a impresión.

¿Qué aspectos se deben de revisar, en un diseño (arte) antes de ser enviado a impresión?

- Colores de impresión: En función del trabajo que se esté realizando, se debe de revisar los colores que han sido utilizados en el trabajo. Es necesario convertirlos al modo de impresión que se necesite ya sean tintas directas (Pantone) o cuatricromía (CMYK).

Es importante revisar y controlar las sobreimpresiones de color (*overprint*). Los programas de ilustración tienen por defecto la opción de sobreimpresión activada al importar elementos y documentos de formatos diferentes.

- Resolución de las imágenes: Uno de los mayores errores en un mal arte final es la inclusión de fotografías e ilustraciones a baja resolución. La resolución requerida para una buena impresión suele ser de 300 píxeles por pulgada (*DPI*) (esta puede bajar a los 150 píxeles para impresiones en gran formato).

Se deben adaptar las imágenes al tipo de salida que llevará el trabajo en cuanto a tintas utilizadas. Si el trabajo va a cuatricromía, se deberán guardar las imágenes en CMYK, si es un trabajo en blanco y negro, las imágenes irán guardadas en escala de grises.

Es importante guarda las imágenes en un formato compatible para imprenta. Para asegurar una óptima calidad del trabajo el formato TIFF es el más utilizado.

- Tipografías empleadas: Es necesario revisar las fuentes tipográficas del diseño, asegurarse que no falta ninguna o que den algún tipo de error.

Para evitar inconvenientes se recomienda enviar las fuentes convertidas a trazo o incrustadas dentro del documento PDF, según sea el caso.

Para imprimir textos de color sobre fondos de color se recomienda utilizar el reventado o *trapping*, de esa manera no aparecerá un filo blanco entre el texto y el fondo. Los textos en negro se sobreimprimen por defecto.

- Formato final del documento: Revisar las medidas definitivas de cada documento y ajústalas, si es necesario, a las medidas o formatos estándar que se indiquen en la imprenta.
- Excesos en el documento: Se deben de incluir los excesos y las marcas de corte en los elementos gráficos que se impriman pegados a los bordes del documento, ya que es muy probable que en el corte de la guillotina se pueda ir medio milímetro y quede un filete blanco. Evitar colocar textos o logotipos muy pegados a los márgenes para evitar su corte en post prensa. (Marin, 2005) http://www.glosariografico.com/arte_final

6.1.10 Pre-prensa:

Pre-prensa es parte del proceso de producción de un impreso, consisten en optimizar el trabajo. Es posterior al diseño y anterior a la impresión, la cual se encarga de la producción de positivos y/o negativos (filmación), placas para impresión, escaneado, impresión de pruebas de color, entre otros.

Para una pre-prensa exitosa, antes de iniciar el proceso de diseño se deberán conocer las características de la pieza impresa que se obtendrá, esto son las medidas finales, sistema de impresión, tipo de papel, cantidad de tintas, barnices y acabados.

Actualmente la pre-prensa se procesa por medios digitales para lo cual se necesita de un archivo de salida con características específicas para cada trabajo. Es necesario crear una lista de

revisión de archivos para evitar omisiones y errores que puedan tener consecuencias negativas en el proceso de impresión o en el impreso final, como por ejemplo el uso de *trapping*, *overprint* y excesos, entre otros. (Marin, 2005) <http://tipsprerensa.blogspot.com/2012/01/que-es-prerensa.html>

6.1.11 Prensa:

Prensa es la máquina que se utiliza para transferir la tinta desde la plancha (placa) de impresión a la página impresa (pliego). (Hird, 1995) <http://www.slideshare.net/ChrisZtar/impresin-pre-prensa-prensa-y-post-prensa>

6.1.12 Proceso:

Un proceso es el “Qué”. Es un conjunto de procedimientos, de acciones, de pasos que tienen el propósito de convertir un insumo en un resultado final.

Un proceso a partir de insumos (de los factores de la producción capital, tiempo, materiales y recurso humano), de las diversas actividades van transformándolas hasta entregar el producto final. (Marin, 2005) <http://www.definicionabc.com/general/proceso.php>; <http://definicion.mx/proceso/>

6.1.13 Procedimientos:

Un procedimiento es el “Cómo se hace”. Es una serie de actividades ordenadas consecutivas que se realizan con el propósito de obtener un fin o un objetivo deseado.

El procedimiento es el enfoque de las actividades de un proceso sobre cómo se debe realizar el trabajo. El proceso es conceptual y la actividad es práctica. Su representación gráfica se realiza mediante los diagramas de flujo. (Alvarado, 2006) <http://iso9001calidad.com/proceso-procedimiento-y-procedimiento-documentado-149.html>

6.1.14 Pruebas de color:

Las pruebas de color son simulaciones de impresión, es decir una pre visualización en la cual se puede observar las características colorimétricas de un trabajo antes de la impresión final.

Dichas pruebas de color se obtienen a partir de los fotolitos ya filmados en cuatricromía (cuatro colores). Las pruebas de color permiten analizar aspectos fundamentales como la calidad de la reproducción de las imágenes, la reproducción del color y los errores de producción y montaje. <http://www.slideshare.net/liliana2608rodriguez/pruebas-de-color-23370626>

6.1.15 Post prensa:

La Post prensa, es el tercer paso dentro del proceso de producción, dando el toque final de distinción. Post prensa es el conjunto de procesos que se siguen después de la impresión. Es un conjunto de acabados para lograr el producto impreso final. Estos son varios y muy diversos: cortes, dobleces, realzados, encuadernados, barnices, laminados, perforados, pegado en caliente, embuchado, cosido, entre otros. <http://www.aza.pe/post-prensa.html>

6.1.16 Hexacromía:

Inventado por Richard Herbert, desarrollado por Pantone e introducido al mercado en 1995, la hexacromía es una evolución del modelo tradicional al que se le ha añadido dos colores más: el verde y el naranja. De este modo y a partir de los cuatro colores básicos cyan, magenta, amarillo y negro, y sumando el naranja y el verde, se ha generado un espacio de color que permite alcanzar un mayor número de colores (ampliar la gama de colores reproducibles) (CMYKOG).

Es por ello que normalmente este modelo de color se emplea en impresiones de alta calidad en las que es muy importante reproducir lo más fielmente posible el espectro de colores que el ser humano es capaz de visualizar. (Marin, 2004) <http://www.impresum.es/blog/hexacromia/>

6.1.17 Gerente de producción:

Los gerentes de producción trabajan en la industria manufacturera y se encargan de gestionar los materiales y los trabajadores. Se aseguran de que la producción es tan eficiente como sea posible.

Los gerentes de producción planifican cómo hacer el mejor uso del tiempo de los empleados y de sus habilidades, así como de los recursos materiales, para aumentar la eficiencia y eficacia de la producción. Se aseguran de que cada pedido se termine a tiempo y de que cumpla con los requisitos de los clientes.

La mayoría de los gerentes de producción tienen responsabilidades tanto en la fábrica como en la oficina. A menudo actúan como enlace entre los administradores de la fábrica y la alta gerencia de la empresa. En su trabajo del día a día, garantizan el buen funcionamiento de la línea de producción, supervisan el trabajo del personal y hacen frente a los problemas.

Comprueban que haya suficiente materia prima en stock y que el espacio de almacenamiento disponible para los productos terminados sea suficiente. Son La responsabilidad de la aplicación de los procedimientos de salud y seguridad también podría recaer en el gerente de producción.

<http://www.educaweb.com/profesion/gerente-produccion-538/>

6.1.18 Proceso de producción:

Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda.

Los factores de producción son trabajo, recursos y capital que aplicados a la fabricación se podrían resumir en una combinación de esfuerzo, materia prima e infraestructura. <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/2014/07/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-co-mo-se-desarrolla.htm>

6.1.19 Cliente:

Cliente es aquella persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra. <https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente>

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación:

6.2.1.1 Qué es comunicación:

La comunicación es un conjunto de ciencias que consiste en la transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen reglas semióticas comunes. <http://www.significados.com/comunicacion/>

6.2.1.2 Proceso de comunicación:

En un proceso de comunicación se pueden identificar los siguientes elementos:

- El emisor (hablante): Elabora el mensaje con una intención, desarrolla la idea que desea transmitir, la planifica y la proyecta de acuerdo a su propósito y codifica la información usando símbolos cuyos significados coinciden con los del receptor.
- El receptor (oyente): Recibe la información o mensaje, lo descodifica, lo interpreta y lo convierte en información significativa. También recibe el nombre de destinatario o perceptor.

- El mensaje: Conjunto de signos que comunican algo, es el contenido de la comunicación.
- El canal: Es el medio por el que se transmite el mensaje. Según la selección que haga el emisor puede ser: teléfono, correo electrónico o postal, memorando, mediante la palabra oral o escrita. La riqueza del canal depende de las facilidades para utilizar muchas vías de manera simultánea (palabras, gestos, posturas, entre otros.) y la retroalimentación inmediata, verbal y no verbal.
- El ruido: Conjunto de factores no planificados que pueden interrumpir o interferir en la correcta interpretación del mensaje.
- La retroalimentación: Es el proceso inverso que expresa la reacción que sobre el receptor provocó el mensaje enviado por el emisor, y da a conocer como este ha revelado el sentido de la información recibida, es decir si el mensaje logró el efecto deseado.

<http://www.monografias.com/trabajos77/proceso-comunicacion/proceso-comunicacion-.shtml#ixzz4AlnI4Fjs>

6.2.1.3 Comunicar:

Comunicar es interactuar, expresar, intercambiar ideas. Existen 4 propósitos de la comunicación: informar, educar, persuadir y entretener. <https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicación>

6.2.1.4 Comunicación corporativa:

La comunicación corporativa es la disciplina que dirige todos los mensajes que una empresa, organización o institución desea transmitir a todas sus partes interesadas. El secreto de la comunicación corporativa es la estrategia que se utilice para lograr vender. <http://www.-significados.com/comunicacion/>

6.2.1.5 Comunicación interpersonal:

Es la relación de intercambio por medio de la cual dos o más personas comparten su percepción de la realidad con la finalidad de influir en el estado de las cosas. No siempre es un proceso consciente. Cada una de las personas produce mensajes que son una respuesta a los mensajes que han sido elaborados por la otra o las otras personas implicadas en la conversación.

<http://www.slideshare.net/gegomez/comunicacin-interpersonal>; <http://www.psicopedagogia.com/definicion/comunicacion%20interpersonal>

6.2.1.6 Comunicación educativa:

La comunicación educativa es un tipo de comunicación humana que persigue logros educativos. Según la perspectiva constructivista, la comunicación educativa constituye el proceso mediante el cual se estructura la personalidad del educando, lo cual se logra a través de las informaciones que este recibe, quien las reelabora en interacción con el medio y con los propios conceptos construidos. El proceso de aprendizaje humano no es reducible a un esquema comunicativo de carácter mecánico, por cuanto el receptor no está pasivo, sino que reelabora los mensajes según sus propios esquemas cognitivos.

<http://didactica-educomunicacion.wikispaces.com/Comunicación+Educativa>

6.2.1.7 Comunicación del color:

La sensación visual del color es subjetiva, como todos los otros sentidos del ser humano. Cada persona experimenta la sensación del color diferente y muchas variables (fuente de luz, colores que le rodean, experiencias pasadas y diferencias en la habilidad visual) influyen la percepción del color. La comunicación del color en impresión es crítica, especialmente cuando los prensistas (operarios de las prensas de impresión) están tratando de reproducir el color que su cliente desea visualizar en la impresión. <http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Definición de diseño:

Diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

<http://definicion.de/disenio/#ixzz4Alr9IDLv>; <http://www.fotonostra.com/grafico/definicion-disenio.htm>

6.2.2.2 Diseño gráfico:

El diseño gráfico es un arte y una práctica que consiste en planificar y proyectar ideas y experiencias con un contenido visual y textual. Esta planificación y proyección de ideas se puede plasmar tanto física como virtualmente y puede incluir palabras, imágenes o formas gráficas. Por lo general, tiene un propósito que puede ser, bien comercial, educacional, cultural, político, entre otros.

Una de las grandes oportunidades para la expansión del diseño gráfico ha sido que el desarrollo y evolución de los productos y servicios de las empresas y particulares ha crecido espectacularmente. (Arnheim, 2013) <http://www.fotonostra.com/grafico/definiciondisenio.htm>

6.2.2.3 Diseño editorial:

El diseño editorial es una rama del diseño gráfico dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, entre otros. Las publicaciones editoriales tienen como objetivo principal comunicar o transmitir una idea o narración mediante la organización y presentación de imágenes y palabras. También puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido,

atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera nítida.

https://es.wikipedia.org/wiki/Diseño_editorial

6.2.2.4 Manual:

Se denomina manual a toda guía de instrucciones que sirve para el uso de un dispositivo, la corrección de problemas o el establecimiento de procedimientos de trabajo. Los manuales son de enorme relevancia a la hora de transmitir información que sirva a las personas a desenvolverse en una situación determinada. <http://definicion.mx/manual/>

6.2.2.5 Manual de procedimientos:

Un manual de procedimientos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas. El manual incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen detallando su responsabilidad y participación. Suelen contener información y ejemplos de formularios, autorizaciones o documentos necesarios, máquinas o equipo de oficina a utilizar y cualquier otro dato que pueda auxiliar al correcto desarrollo de las actividades dentro de la empresa.

El manual de procedimientos contiene una descripción precisa de cómo deben desarrollarse las actividades de cada empresa. Ha de ser un documento interno, del que se debe registrar y controlar las copias que de los mismos se realizan.

Conformación del manual de procedimientos:

- Identificación: El documento debe incorporar la siguiente información: Logotipo de la empresa. Nombre oficial de la empresa. Denominación y extensión: De corresponder a una unidad en particular debe anotarse el nombre de la misma. Lugar y fecha de elaboración. Número de revisión (en su caso). Unidades responsables de su elaboración,

revisión y/o autorización. Clave de la forma. En primer término, las siglas de la organización, en segundo lugar las siglas de la unidad administrativa donde se utiliza la forma y, por último, el número de la forma. Entre las siglas y el número debe colocarse un guión o diagonal.

- Índice o contenido: Relación de los capítulos y páginas correspondientes que forman parte del documento.
- Introducción: Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización. Puede incluir un mensaje de la máxima autoridad de las áreas comprendidas en el manual.
- Objetivos de los procedimientos: Explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos.
- Áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos: Esfera de acción que cubren los procedimientos.
- Responsables: Unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procedimientos en cualquiera de sus fases.
- Políticas o normas de operación: En esta sección se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidad de las distintas instancias que participaban en los procedimientos.
- Concepto (s): Palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento, las cuales, por su significado o grado de especialización requieren de mayor información o ampliación de su significado, para hacer más accesible al usuario la consulta del manual.

- Procedimiento (descripción de las operaciones): Presentación por escrito, en forma narrativa y secuencial, de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en qué consisten, cuándo, cómo, dónde, con qué, y cuánto tiempo se hacen, señalando los responsables de llevarlas a cabo.
- Diagramas de flujo: Representación gráfica de la sucesión en que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o el recorrido de formas o materiales, en donde se muestran las unidades administrativas (procedimiento general), o los puestos que intervienen (procedimiento detallado), en cada operación descrita. Además, suelen hacer mención del equipo o recursos utilizados en cada caso. Los diagramas representados en forma sencilla y accesible en el manual, brinda una descripción clara de las operaciones, lo que facilita su comprensión. Para este efecto, es aconsejable el empleo de símbolos y/o gráficos simplificados.
- Glosario de términos: Lista de conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido y técnicas de elaboración de los manuales de procedimientos, que sirven de apoyo para su uso o consulta. Procedimiento general para la elaboración de manuales administrativos. (Alvarado, 2006) https://es.wikipedia.org/wiki/Manual_de_procedimientos

6.2.2.6 Diagramación:

También conocida como maquetación, es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

El acto de maquetar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso,

desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post prensa (acabados). [https://es.wikipedia.org/wiki/Maquetaci3n_\(edici3n\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Maquetaci3n_(edici3n))

6.2.2.7 Producci3n:

Se denomina producci3n a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricaci3n, elaboraci3n u obtenci3n de bienes y servicios. <http://definicion.mx/produccion/>

6.2.2.8 Creatividad:

La creatividad o el pensamiento original, pensamiento creativo, inventiva, imaginaci3n constructiva o pensamiento divergente, es un proceso mental que nace de la imaginaci3n y engloba varios procesos mentales entrelazados. Es la capacidad de crear, de innovar, de generar nuevas ideas o conceptos, o nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que normalmente llevan a conclusiones nuevas, resuelven problemas y producen soluciones originales y valiosas. <http://www.significados.com/creatividad/>

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares

6.3.1.1 Semiología:

La semiología es una de las ciencias que forman parte del estudio de la comunicaci3n ya que es la responsable de analizar los diferentes tipos de s3mbolos y signos producidos por el ser humano para comunicarse así como también sus significados y significantes. La semiología es entendida como el equivalente de la semi3tica. <http://www.definicionabc.com/comunicacion/semiologia.php>

6.3.1.2 Semiología de la imagen:

La semiología de la imagen es el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen. http://www.portal-comunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23#sthash.5CtYCXLv.dpuf

6.3.1.3 Tecnología:

Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar, crear bienes, servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

La tecnología aporta grandes beneficios a la humanidad, su papel principal es crear mejores herramientas útiles para simplificar el ahorro de tiempo y esfuerzo de trabajo, la tecnología juega un papel principal en un entorno social ya que gracias a ella se puede comunicar de forma inmediata gracias a la telefonía celular. <https://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>

6.3.1.4 Psicología:

La psicología es la ciencia que se ocupa tanto teórica, como prácticamente, del estudio de los aspectos biológicos, sociales y culturales del comportamiento humano, tanto a nivel social como individual, así como también del funcionamiento y desarrollo de la mente humana. <http://www.definicionabc.com/social/psicologia.php>

6.3.1.5 Psicología del color:

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Fue estudiada por grandes maestros a lo largo de la historia como por ejemplo Goethe o Kandinsky.

El color es un fenómeno de luz, una sensación visual. Este fenómenos del color se percibe a través de terminaciones nerviosas en los ojos llamados bastones y conos. El color desprende diferentes expresiones del ambiente. Éstas pueden transmitir sensación de calma, de plenitud, de alegría, de violencia, de maldad. Estas sensaciones variarán profundamente según la cultura y la situación en la que se encuentre. (Arnheim, 2013) <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/#sthash.hfcngnAh.dpuf>

6.3.1.6 Psicología del consumidor:

La psicología del consumidor es la disciplina que reflexiona sobre el comportamiento de los compradores con el objetivo de comprender qué factores son decisivos desde el punto de vista de la influencia y el impacto, para que un comprador opte por un producto en concreto y no por otro producto similar. <http://www.definicionabc.com/economia/psicologia-del-consumidor.php>

6.3.1.7 Andragogía:

Es el conjunto de técnicas de enseñanza orientadas a educar personas adultas, en contraposición de la pedagogía, que es la enseñanza orientada a los niños.

Actualmente se considera que la educación no es solo cuestión de niños y adolescentes que son también parte de educación permanente. El hecho educativo es un proceso que actúa sobre el humano a lo largo de toda su vida, porque su naturaleza permite que pueda continuar aprendiendo durante toda su vida sin importar su edad cronológica. <https://es.wikipedia.org/wiki/Andragog%C3%ADa>

6.3.1.8 Deontología:

Es la ciencia que trata sobre el conjunto de deberes y principios éticos que conciernen a cada profesión, oficio o ámbito laboral. El objeto de estudio de la deontología son los fundamentos del deber y las normas morales. Dentro de la deontología también se encuentra la ética y la moral.

La ética es un área de la filosofía que muestra cómo se rigen las bases de la moral vinculando siempre la realización del bien con la felicidad y la realización del mal con la infelicidad y el sufrimiento. Esta orientación teórica es un marco de reflexión ideal para que todo ser humano tome decisiones de acuerdo al criterio de aquello que es correcto o aquello que es justo.

La moral es el conjunto de creencias y normas que guían y orientan el comportamiento de las personas, individualmente o en grupo, en una sociedad determinada, es algo así como el parámetro que estas tienen para saber cuando algo está mal o bien.
<http://www.significados.com/deontologia/>; <https://es.wikipedia.org/wiki/Deontolog-%C3%Ada-%C3%A9tica>

6.3.1.9 Ortografía:

Es el conjunto de normas que regulan la escritura. Forma parte de la gramática normativa ya que establece las reglas para el uso correcto de las letras y los signos de puntuación.

<http://definicion.de/ortografia/#ixzz4ApvuGAKp>

6.3.1.10 Reingeniería:

Es el rediseño rápido y radical de los procesos estratégicos de valor agregado, y de los sistemas, políticas y estructuras organizacionales que los sustentan, para optimizar los flujos del trabajo y la productividad de una organización. https://es.wikipedia.org/wiki/Reingenier%C3%ADa_de_procesos

6.3.1.11 Sociología:

La Sociología es la ciencia social por excelencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos y las leyes que las regulan en el marco de las sociedades humanas.

El objeto de estudio de la misma son básicamente los grupos sociales, entendidos estos como el conjunto de individuos que conviven agrupados en diferentes tipos de asociaciones humanas en el marco de una comunidad. <http://www.definicionabc.com/ciencia/sociologia.php>

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Fotografía:

Es el arte y ciencia de obtener imágenes visibles de un objeto y fijarlos sobre una capa material sensible a la luz. Es la reproducción por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas de las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura.

<http://www.monografias.com/trabajos13/fotogr/fotogr.shtml#ixzz4Aq1jMNUU>

6.3.2.2 Dibujo:

El dibujo es el arte visual de representar algo en un medio bi o tridimensional mediante diversas herramientas y/o métodos. El dibujo convencional se realiza con lápiz, pluma, grafito o crayón, pero existen múltiples técnicas y posibilidades asociadas al dibujo. [http://www.-](http://www.-definicionabc.com/general/dibujo.php)

[definicionabc.com/general/dibujo.php](http://www.-definicionabc.com/general/dibujo.php)

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color:

El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. La luz está constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 km por segundo. Esa luz no viaja en línea recta sino en forma de ondas. Es lo que se conoce como el carácter ondulatorio de la luz.

Cada una de esas ondas tiene una longitud de onda diferente que es lo que produce los distintos tipos de luz, como la luz infrarroja, la luz ultravioleta o el espectro visible.

El espectro visible es aquel en el que la longitud de la onda está comprendida entre los 380 y los 770 nanómetros ya que el ojo humano sólo es capaz de percibir ese tipo de luz.

Gracias a las propiedades de la luz los objetos devuelven los rayos que no absorben hacia su entorno. Nuestro cerebro interpreta esas radiaciones electromagnéticas que los objetos reflejan como lo que llamamos color.

Las propiedades del color son aquellos atributos que cambian y hacen único a cada color. Estos atributos son tres: El tono, la saturación y el brillo.

- El Tono también es conocido como matiz, tinte, croma o su nombre en inglés, *Hue*. Es la propiedad que diferencia un color de otro y por la cual designamos los colores: verde, violeta, rojo.
- La Saturación representa la intensidad cromática o pureza de un color. En otras palabras, es la claridad u oscuridad de un color, está determinado por la cantidad de luz que un color tiene. La saturación de los colores cambia a medida que ese color tiene más o menos cantidad de gris. A mayor cantidad de gris, más pálido y menos saturación.
- La luminosidad es la cantidad de luz reflejada por una superficie en comparación con la reflejada por una superficie blanca en iguales condiciones de iluminación. La luminosidad hace referencia a cuánto de oscuro o de claro es un color. A mayor luminosidad de un color mayor luz reflejará. (Shaffer, 2006)

<http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>

6.3.3.2 Lluvia de ideas:

El proceso conocido como lluvia de ideas (en inglés *brainstorming*) es un proceso didáctico y práctico mediante el cual se intenta generar creatividad mental respecto de un tema. Tal como lo dice su nombre, la lluvia de ideas supone el pensar rápida y de manera espontánea en ideas, conceptos o palabras que se puedan relacionar con un tema previamente definido y que, entonces, puedan servir a diferentes fines. <http://www.definicionabc.com/comunicacion/lluvia-de-ideas.php>; <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/82-brainstorming.html>

6.3.3.3 Bocetaje:

Derivado del término italiano *bozzetto*, el concepto de boceto refiere al esquema o el proyecto que sirve de bosquejo para cualquier obra. Se trata de una guía que permite volcar y exhibir sobre un papel una idea general antes de llegar al trabajo que desarrollará un resultado final.

El boceto es el primer elemento concreto de un proyecto. Puede ser un dibujo sencillo, unos datos generales, un esquema, unas palabras o símbolos que alguien plasma en un soporte con la intención de tener una guía de actuación.

Como regla general, para hacer un boceto se utiliza un folio y un lápiz. Ambos elementos se emplean de una manera informal, por lo que es habitual incorporar tachaduras o rectificaciones entre los elementos que se plasman. En este sentido, boceto se emplea como sinónimo de borrador, pues los dos términos expresan algo inacabado y provisional. <http://definicion.mx/boceto/>

6.3.3.4 Mercadeo:

Mercadeo es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en

una base regular. <http://www.monografias.com/trabajos82/mercadeo-definicion/mercadeo-definicion.shtml#ixzz4ApwLjTrJ>

6.3.3.5 Recursos Humanos:

Recursos humanos (RR. HH.) es parte de la administración de empresas, y se le denomina así al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Es un sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto junto a los directivos de la organización. https://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Tendencias de diseño:

En todo proceso de diseño, el diseñador utiliza toda la información posible, retenida en su memoria, para realizar su creación. Una serie de imágenes, signos y demás recursos comunicativos son asociados y entrelazados entre sí dando lugar al diseño.

Las tendencias, son una serie de grupos de un cierto estilo, estilísticos, que el diseño en si va adoptando. Se encuentran en continua evolución y marcan el estilo de los diseños y futuras creaciones. Ahí, entra a formar parte el estilo, como forma de actuar, dando el toque personal al proyecto en curso. <http://www.fotonostra.com/grafico/estilosytendencias.htm>

6.3.4.2 Minimalismo

Minimalismo como una tendencia surgida en Estados Unidos, en la década de los sesenta del siglo pasado. El minimalismo es la sencillez en su máximo esplendor (menos es más).

Este movimiento marcó profundamente a las bases de creatividad de arquitectos, escultores, pintores, fotógrafos, artistas y diseñadores, incluso a los músicos, a lo largo del siglo XX.

Esta tendencia se utiliza a menudo en el diseño, ya que reduce el ruido, los elementos innecesarios, dejando lo importante y fundamental del diseño que se quiere representar.

<http://www.fotonostra.com/grafico/estilosytendencias.htm>

6.3.4.3 Globalización:

Es un proceso económico, tecnológico, político y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. La globalización es a menudo identificada como un proceso dinámico producido principalmente por las sociedades que viven bajo el capitalismo democrático o la democracia liberal, y que han abierto sus puertas a la revolución informática, llegando a un nivel considerable de liberalización y democratización en su cultura política, en su ordenamiento jurídico y económico nacional, y en sus relaciones internacionales. <https://es.-wikipedia.org/wiki/Globalización>

6.3.4.4 Innovación empresarial:

En el mundo empresarial, la innovación es uno de los elementos que se tienen en cuenta a la hora de tener éxito comercial. El concepto de innovación empresarial hace referencia a la introducción de nuevos productos o servicios en el mercado y también a la organización y gestión de una empresa. En ocasiones los productos o servicios comercializados no suponen un cambio en sí, ya que la novedad puede consistir en un nuevo enfoque a productos ya existentes.

La innovación empresarial puede suponer una renovación de productos o de la propia empresa, generalmente actualizándose a las demandas del mercado. En muchos casos, el éxito de una empresa depende del grado de innovación, debido a que esta característica puede ser el rasgo distintivo que le haga tener éxito. <http://www.significados.com/innovacion/>

6.3.4.5 Utilización del formato PDF para manejo de artes finales:

El formato PDF (*Portable Document Format*) es un tipo de archivo creado por Adobe en el año de 1993. Es un formato de vital importancia, ya que está pensado para reproducir fielmente sobre papel el contenido del documento, proporcionando toda la información que necesaria para ello. Es una forma de captar la apariencia exacta de un trabajo y reproducirlo sin cambios.

La mayoría de documentos PDF pueden contener botones interactivos, enlaces, audios, vídeos, entre otros. Gracias al formato PDF/X se puede eliminar toda la información innecesaria para la reproducción en imprenta. Por este motivo los archivos PDF/X pesan poco.

Variantes de PDF/X:

- PDF/X-1a: Está ideado para “envíos a ciegas”, cuando todos los ficheros deben entregarse ya en CMYK (con o sin colores directos) y sin elementos RGB o en modelos de color independientes de los dispositivos. Se utiliza principalmente como medio para la producción impresa, es el más recomendable.

Las principales características son:

- Todos los ficheros y recursos que lo componen deben ir incrustados en el fichero PDF/X-1.
 - Incluye los datos de alta resolución.
 - PDF/X-1 ignora los datos de audio y vídeo, y las anotaciones no imprimibles.
 - Todos los datos deben ser CMYK (con perfil ICC) o colores directos.
 - Los ficheros PDF/X-1 contienen información extra tal como zona de corte y excesos.
- PDF/X-3: Es un formato similar al PDF/X-1a pero con la diferencia que este puede contener varios espacios de color por ejemplo RGB y CMYK. En ocasiones es necesario

mantener la información original en RGB por si ese documento se visualizará en pantalla o se distribuirá de manera digital.

- PDF/X-4: Permite todo lo anterior y además transparencias y capas de información. (Rosas, 2004) (Marin, 2004) (Shaffer, 2006) <http://www.interempresas.net/Graficas/Articulos/23630-La-importancia-de-la-estandarizacion-para-el-uso-del-formato-PDF-en-la-impresion.html>

CAPÍTULO 7



PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

7.1 Aplicación de la información
obtenida en el marco teórico

7.2 Conceptualización

7.3 Bocetaje

7.4 Propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Para la realización del presente proyecto se ha considerado una serie de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias que fundamentan con bases sólidas los elementos a utilizarse en el diseño del manual para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales de la empresa Print Studio, S.A.

7.1.1 Aplicación de la Comunicación:

La comunicación es un conjunto de ciencias que consiste en la transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.

De esta manera la comunicación es indispensable para describir correctamente los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de los artes finales de la litografía.

7.1.2 Aplicación del Diseño Gráfico:

Es fundamental, para el desarrollo del manual de procedimientos, hacer uso del diseño gráfico, ya que por medio de esta herramienta se pueden solucionar problemas comunicacionales al lograr coordinar, capacitar, seleccionar y organizar toda la información de forma creativa y llamativa para el usuario.

El propósito del diseño gráfico es lograr la plena funcionalidad del manual de procedimientos, así como ayudar a satisfacer las necesidades del usuario.

Por otro lado, también es importante tomar en cuenta la aplicación correcta de la tipografía dentro del diseño de manual. El objetivo de esta es la colocación de letras de forma adecuada para la fácil comprensión. Hacer uso correcto de la tipografía ayudará a optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales y es indispensable en el proyecto.

7.1.3 Aplicación de la Diagramación:

La diagramación es también llamada maquetación. Es la disposición de los elementos del diseño en relación al espacio que dispone. El objetivo de la diagramación en el manual de procedimientos es distribuir de manera adecuada los elementos visuales y los textos para que el usuario pueda comprenderlos de manera adecuada y exitosa.

7.1.4 Aplicación de la Semiología:

La semiología es la ciencia que estudia los signos. Es indispensable para la comunicación entre seres humanos, ya que es necesario expresar e interpretar los complejos mensajes que existen dentro un contexto determinado.

La aplicación de la semiología en el proyecto es importante, pues ayudará a establecer el uso adecuado de cada uno de los signos que se utilizarán para informar y para que se comprenda correctamente su uso.

7.1.5 Aplicación de la Tecnología:

La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar, crear bienes, servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

La aplicación de la tecnología es indispensable en el proyecto, ya que ayudará a crear una herramienta útil de trabajo, que simplificará ahorro de tiempo y esfuerzo de trabajo.

7.1.6 Aplicación de la Psicología del Color:

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Es importante su aplicación, dentro del proyecto, ya que ayudará a que el usuario se sienta atraído hacia el manual propuesto.

7.1.7 Aplicación de la Andragogía:

Es el conjunto de técnicas de enseñanza orientadas a educar personas adultas. El hecho educativo es un proceso que actúa sobre el humano a lo largo de toda su vida, porque su naturaleza permite que pueda continuar aprendiendo durante toda su vida sin importar su edad cronológica.

Su aplicación en el manual es importante, ya que dicho manual es una herramienta de enseñanza para establecer los procedimientos a seguir dentro del departamento de Arte de la litografía. Será un medio para establecer estándares de control, pasos a seguir y métodos de trabajo.

7.1.8 Aplicación de la Reingeniería:

Es el rediseño rápido y radical de los procesos estratégicos de valor agregado, y de los sistemas, políticas y estructuras organizacionales que los sustentan, para optimizar los flujos del trabajo y la productividad de una organización. Hacer uso de la reingeniería es fundamental en el diseño del manual de procedimientos. Será la clave para lograr cambios radicales de raíz dentro del departamento de Arte de la litografía, así como un mecanismo para establecer nuevas formas de trabajo que orienten a mejores resultados durante todo el flujo de producción.

7.1.9 Aplicación de la Fotografía:

Fotografía es el arte y ciencia de obtener imágenes visibles de un objeto y fijarlos sobre una capa material sensible a la luz. Se hará uso de este recurso en el diseño y diagramación del manual de procedimientos, ya que por medio de las fotografías se guiará el flujo de trabajo que deben realizar los diseñadores gráficos para preparar artes finales.

7.1.10 Aplicación de la Lluvia de Ideas:

El proceso conocido como lluvia de ideas (*brainstorming*) es un proceso didáctico y práctico mediante el cual se intenta generar creatividad mental respecto a un tema.

Su aplicación en el proyecto es importante, ya que por medio de la lluvia de ideas, se obtendrá el contenido que debe incluir el manual de procedimientos propuesto en el proyecto. Es necesario conocer sobre el proceso y recopilar la información necesaria, en conjunto con el grupo objetivo, para abstraer el contenido que debe incluir dicho manual.

7.1.11 Aplicación del minimalismo:

El minimalismo es la sencillez en su máximo esplendor (menos es más). Su aplicación en el diseño del manual es importante, ya que reduce el ruido, elimina elementos innecesarios, dejando lo más importante y fundamental del diseño y que refleja lo que se desea transmitir.

7.1.12 Aplicación de la utilización del formato PDF para manejo de artes finales:

El formato PDF (*Portable Document Format*) es un tipo de archivo creado por Adobe en el año 1993. La utilización de PDF es una forma de captar la apariencia exacta de un trabajo y reproducirlo sin cambios. Su aplicación en manual es vital ya que responde a dos aspectos fundamentales en los que se enfoca el proyecto: 1) Es un tema importante, dentro del contenido, que debe incluir los procedimientos del departamento de Arte de la empresa Print Studio, S.A., y 2) Responde a uno de los objetivos específicos del proyecto, el cual consiste en la realización de una versión digital del manual impreso, y el cual será distribuido por medio de un archivo de PDF.

7.2 Conceptualización

Es necesario tomar en cuenta un procedimiento que responda a los objetivos planteados a través de una serie de pasos ordenados que busquen la solución creativa.

7.2.1 Método:

Brainstorming o Lluvia de Ideas

Es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por Alex Osborn (especialista en creatividad y publicidad) en los años 30 y publicada en 1963 en el libro "*Applied Imagination*". Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas.

El *Brainstorming*, también llamado torbellino de ideas, tormenta de ideas, remolí de cervells, lluvia de ideas, entre otras; es una técnica eminentemente grupal para la generación de ideas.

¿Cómo se lleva a cabo?

Materiales de trabajo: sala, sillas para el grupo, computadora o cuaderno de notas para apuntar las ideas (algunas personas prefieren utilizar pizarra pero generalmente esto enlentece el proceso y puede resultar perjudicial), grabadora (opcional y sin que sustituya al secretario/a), reloj.

Participantes: facilitador/a o coordinador/a (dinamiza el proceso), secretario/a (apunta las ideas), miembros del grupo.

Etapas del proceso:

1) Calentamiento:

Ejercitación del grupo para un mejor funcionamiento colectivo. Ejemplo: decir objetos que valgan menos de 10 euros. Nombrar todas las cosas blandas que se nos ocurran.

2) Generación de ideas:

Se establece un número de ideas al que queremos llegar. Se marca el tiempo durante el que se va a trabajar. Es necesario seguir las cuatro reglas fundamentales que se mencionan a continuación: 1. Toda crítica está prohibida, 2. Toda idea es bienvenida, 3. Tantas ideas como sea posible y 4. El desarrollo y asociación de las ideas es deseable.

Los participantes dicen todo aquello que se les ocurra de acuerdo al problema planteado y guardando las reglas anteriores.

Ejemplo: ¿Qué podemos hacer para mejorar los problemas del tráfico urbano?

Respuestas: Vivir en el campo, restringir los días de circulación, aumentar muchísimo el precio de los automóviles, aumentar muchísimo el precio de la gasolina, ir en bicicleta, ir a pie, no salir de casa, vivir todos en la misma casa, trabajar y vivir en el mismo edificio, penalizar el uso del automóvil, entre otros.

3) Trabajo con las ideas:

Las ideas existentes pueden mejorarse mediante la aplicación de una lista de control; también se pueden agregar otras ideas. Alex Osborn recomienda el empleo de preguntas como las siguientes: IDEA: No salir de casa.

¿aplicar de otro modo? ¿Cómo vivir sin salir del coche?

¿modificar? ¿Cómo salir de casa sin usar el coche?

¿ampliar? ¿Cómo estar siempre fuera de casa sin coche?

¿reducir? ¿Cómo salir de coche sólo una vez/semana?

¿sustituir? ¿Cómo saber que los demás no sacan el coche?

¿reorganizar? ¿Cómo trabajar y vivir sin coche?

¿invertir? ¿Cómo vivir siempre en un coche?

Tras estas etapas, se pueden utilizar las siguientes técnicas para variar la forma de trabajarlo: El trabajo del grupo es complementado y/o sustituido por el trabajo individual o por contactos intergrupales, la comunicación verbal es complementada y/o cambiada por comunicación escrita, la reunión de ideas sin valoración es interrumpida por fases de valoración, el comienzo sin ideas ya existentes es modificado mediante un inicio con un "banco de ideas", la reunión constructiva

de estímulos es complementada por una compilación destructiva de desventajas, la integración espontánea de ideas puede ser complementada y/o sustituida por una integración sucesiva, la lista de control puede ser complementada y/o cambiada por estímulos visuales.

4) Evaluación:

Tras la generación de ideas, el grupo establece los criterios con los que va a evaluar las ideas.

Ejemplos: Rentabilidad de la idea, grado de factibilidad, grado de extensión de la idea.

7.2.1.1 Aplicación del método:



Participantes del *Brainstorming* en Print Studio.



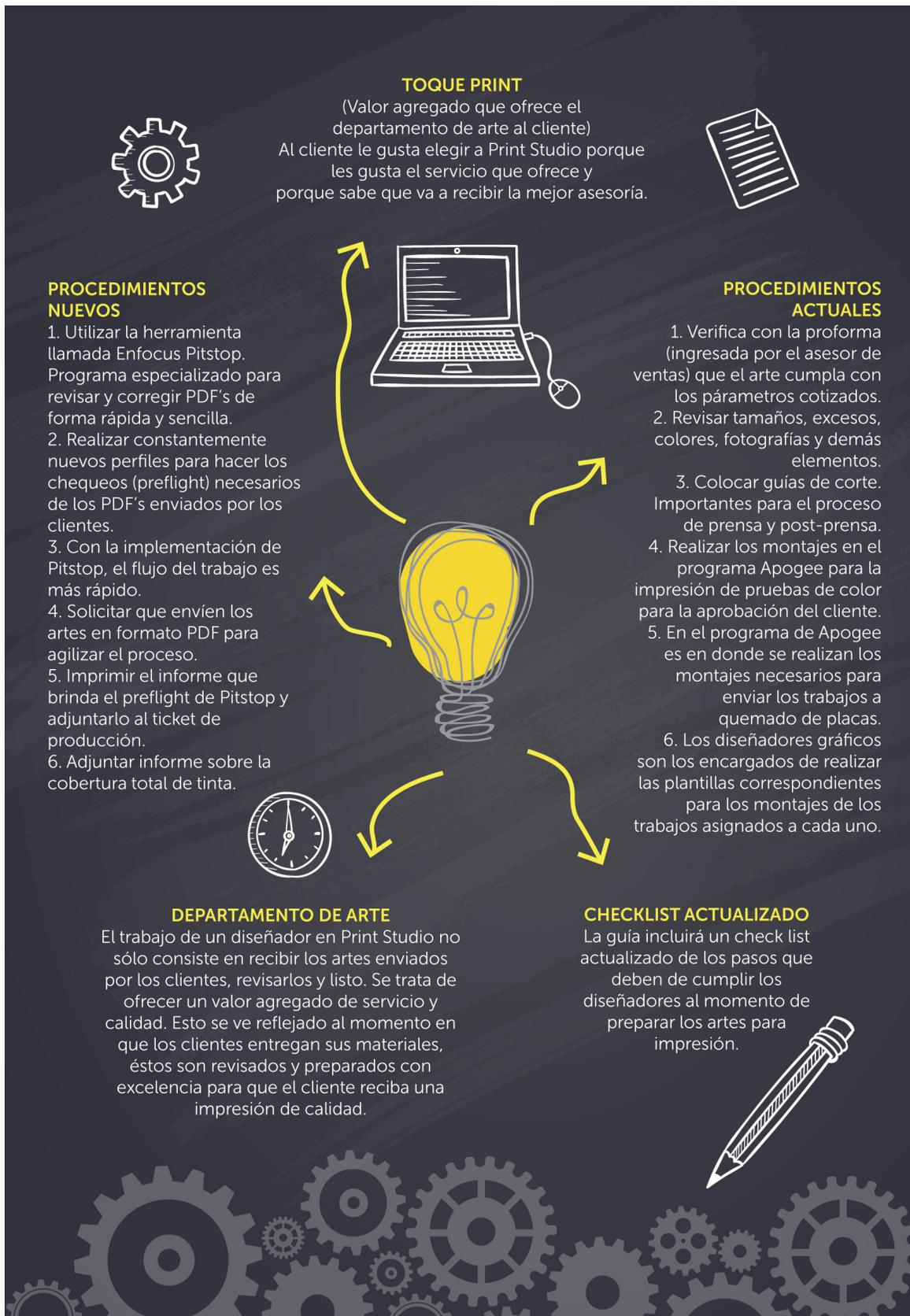
Aplicación del método para extraer las ideas centrales.



Los participantes trabajan en la generación de ideas.



Evaluación tras la generación de ideas y criterios.



Mapa mental sobre el *Brainstorming* realizado en Print Studio, en conjunto con el grupo objetivo del proyecto.

7.2.2 Definición del concepto:

Después de haber aplicado el método *Brainstorming* o lluvia de ideas, se llegó al siguiente concepto:

¡Toque Print! El poder para crear una mejor impresión.



Print Studio, S.A. se ha caracterizado por ser una empresa innovadora. Basada en 3 principios fundamentales: innovación, cambio continuo y ética empresarial.

El concepto TOQUE PRINT es un valor agregado que ofrece el departamento de Arte al cliente, ya que los diseñadores gráficos atienden con excelencia sus requerimientos, preparando los materiales para que reciban productos de calidad. Al cliente le gusta elegir a Print Studio porque sabe que recibirá la mejor asesoría.

7.3 Bocetaje

A continuación se presentan 2 propuestas para el diseño del manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

7.3.1 Proceso del bocetaje formal:

Utilizando el concepto de: TOQUE PRINT: El poder para crear una mejor impresión, se plantean diagramaciones con estilo minimalistas:

- Se basa en el uso de pocos elementos, pero cada uno de los utilizados posee mucha fuerza visual.
- Se utilizan fotografías que transmiten mensajes positivos (conceptuales y figurativos)
- Se apoya de vectores y capturas de pantallas que ayudan a que la lectura y la comprensión del contenido sea más fluido y entendible.

7.3.1.1 Componentes del diseño y diagramación

Características: Manual impreso, 8.5” x 11” (cerrado), 17” x 11” (abierto), full color tiro y retiro, grapado al centro, 16 páginas totales (incluyendo portada y contraportada).

Técnica: Diseño y diagramación en programas Adobe Illustrator y Adobe InDesign.

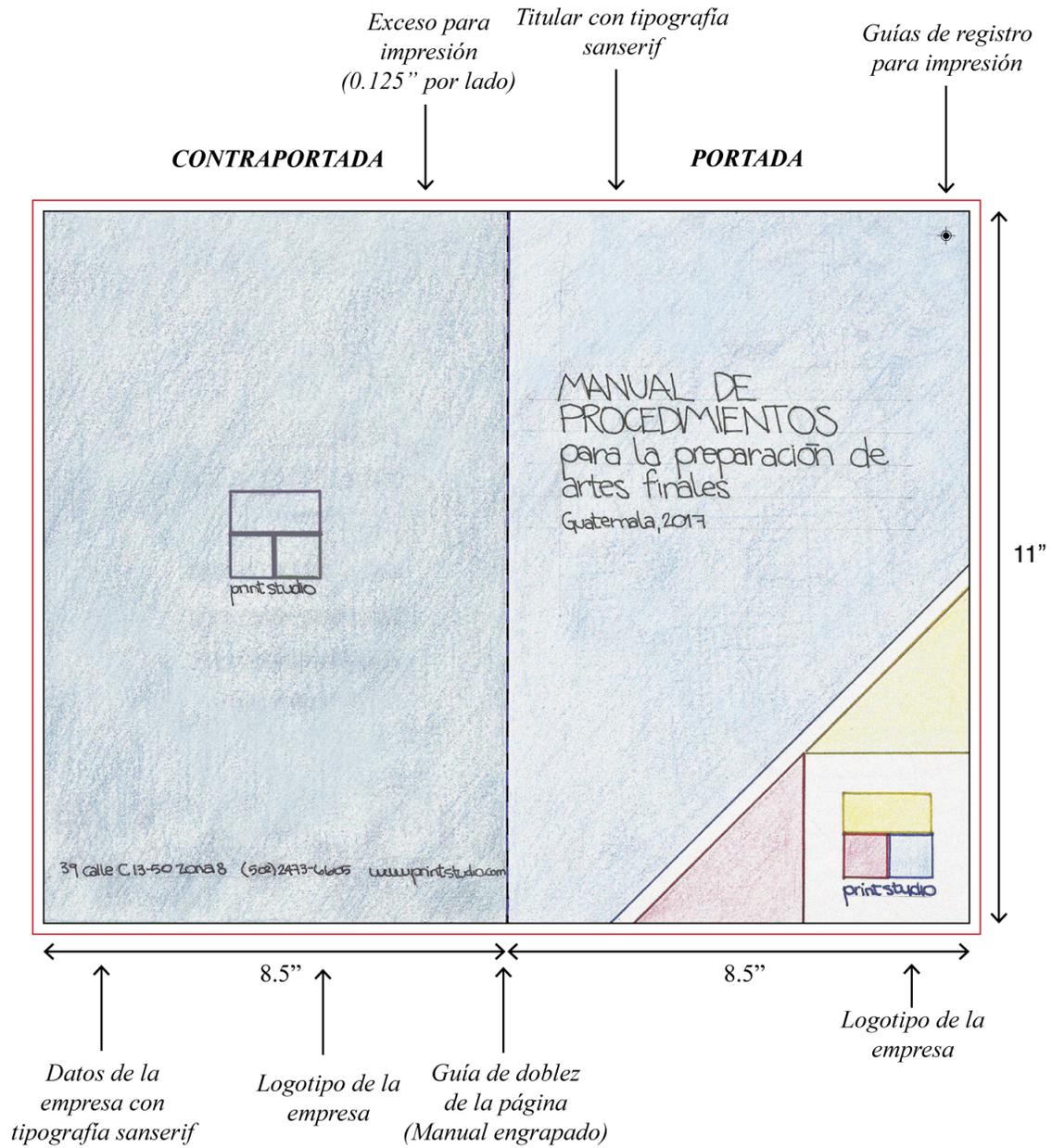
Colores: Se utilizan los colores que representan la imagen visual de la empresa, siendo estos los 3 colores primarios (rojo, azul y amarillo). Adicional se utiliza el negro al 80% en textos y demás elementos.

Tipografías: Se utiliza la tipografía Museo Sans Cyrl 300, **Museo Sans Cyrl 700**, **Museo Sans Cyrl 900**. Esta tipografía es de tipo sanserif, que es una tipografía que transmite e inspira modernidad. Posee cortes limpios en los extremos, es legible y versátil.

Logotipo: Se utiliza el logotipo de la empresa, ya que es un elemento importante porque mantiene la relación del material con la empresa a la que pertenece.

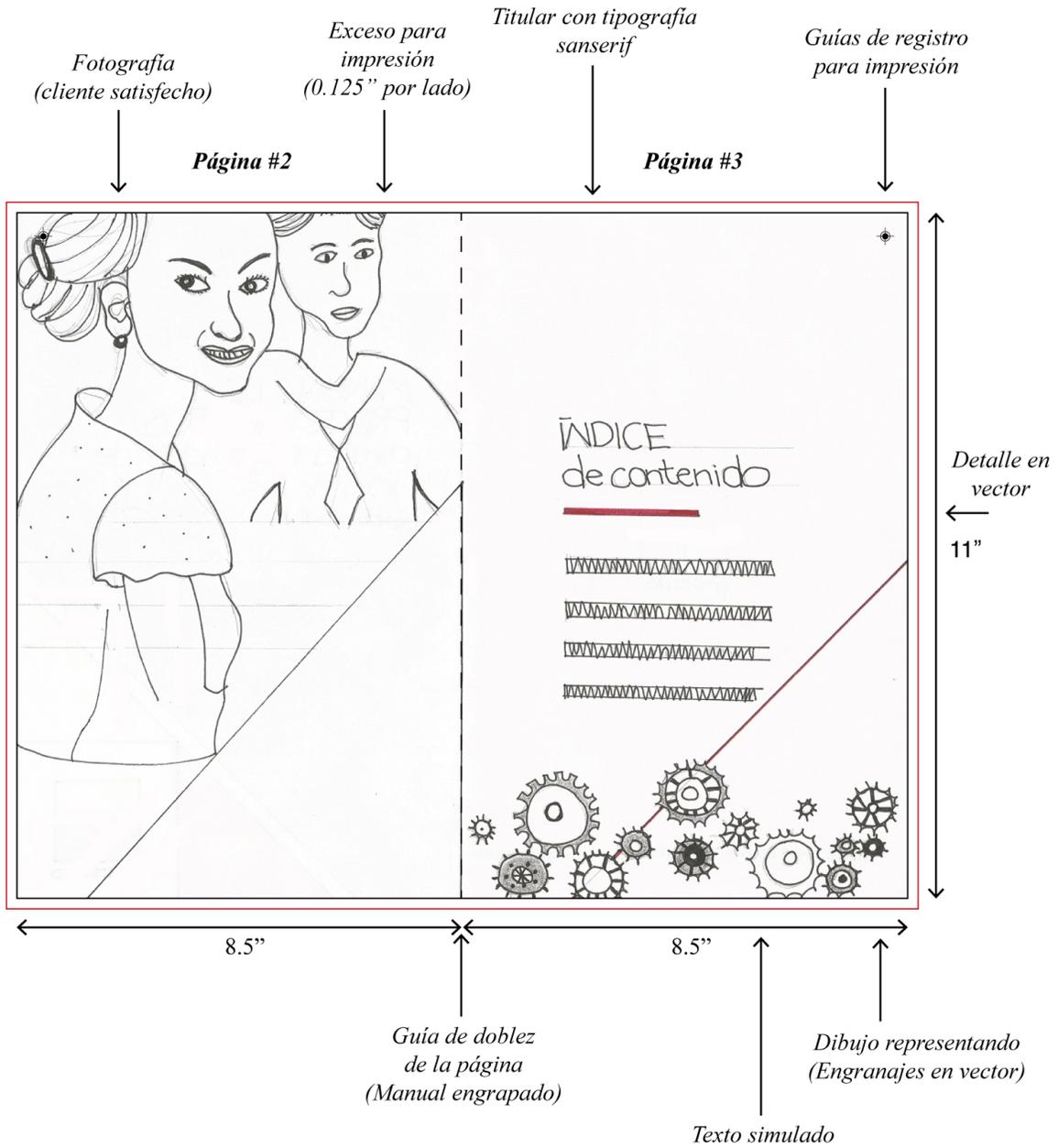
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #1



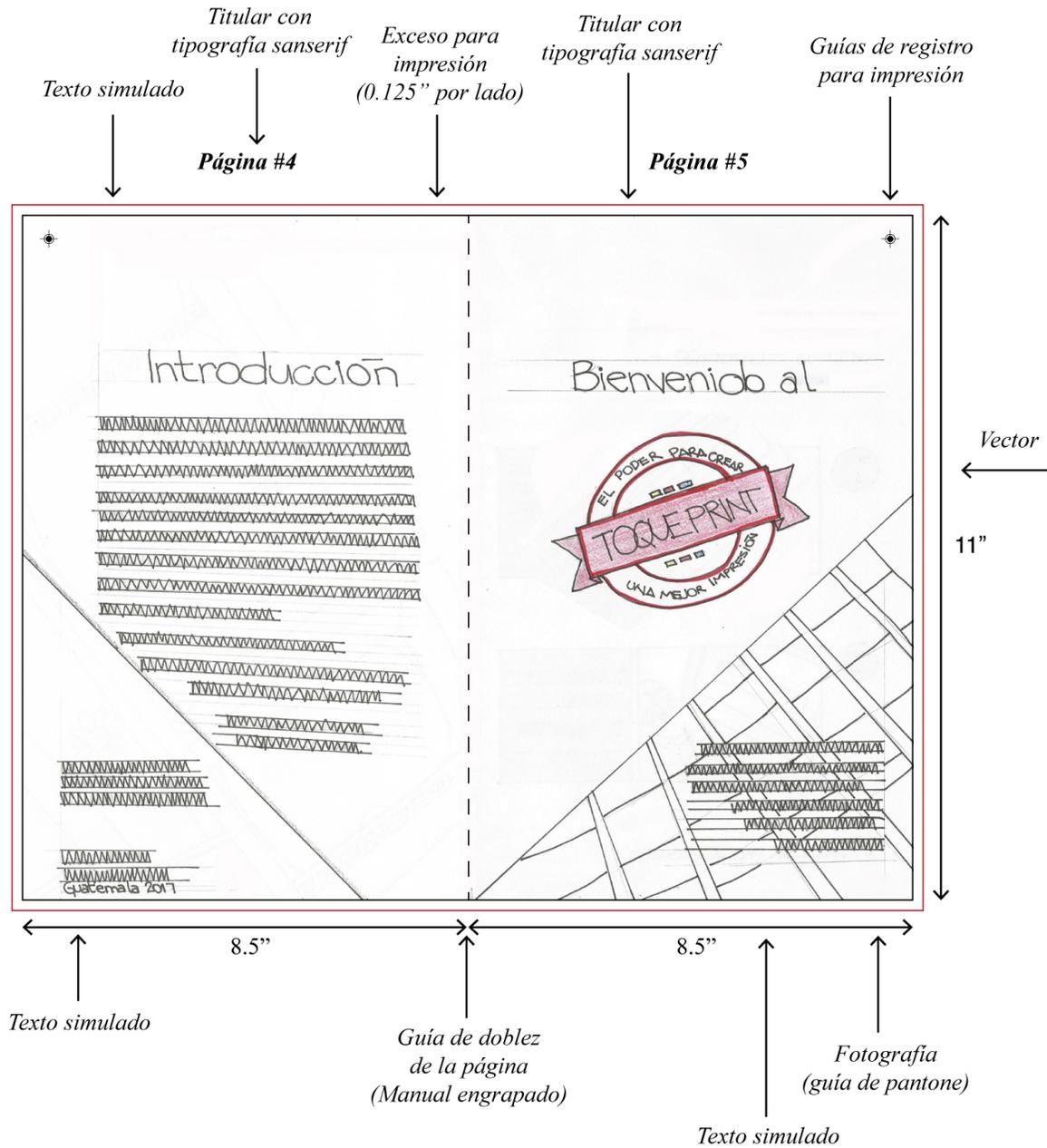
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #1



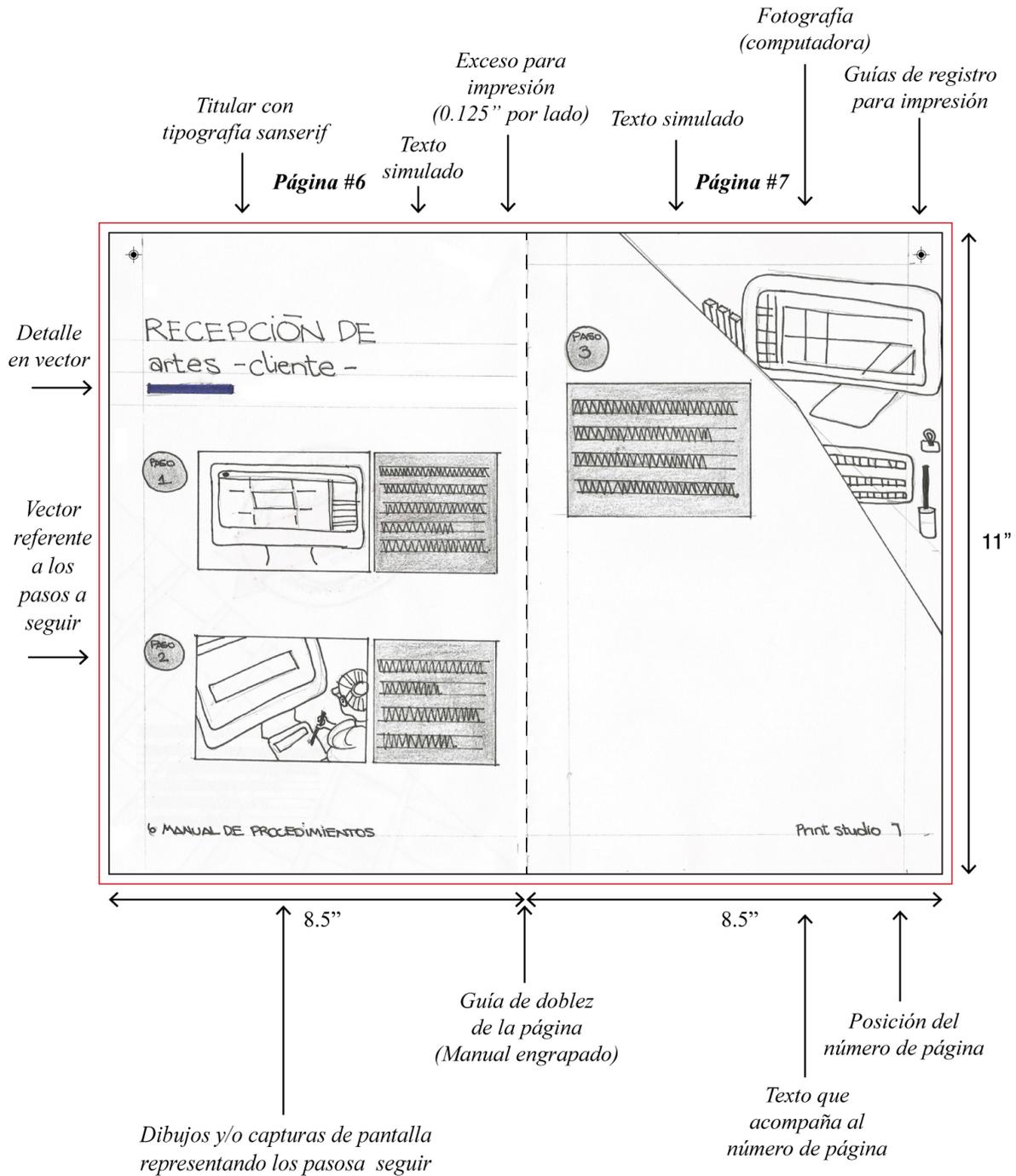
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #1



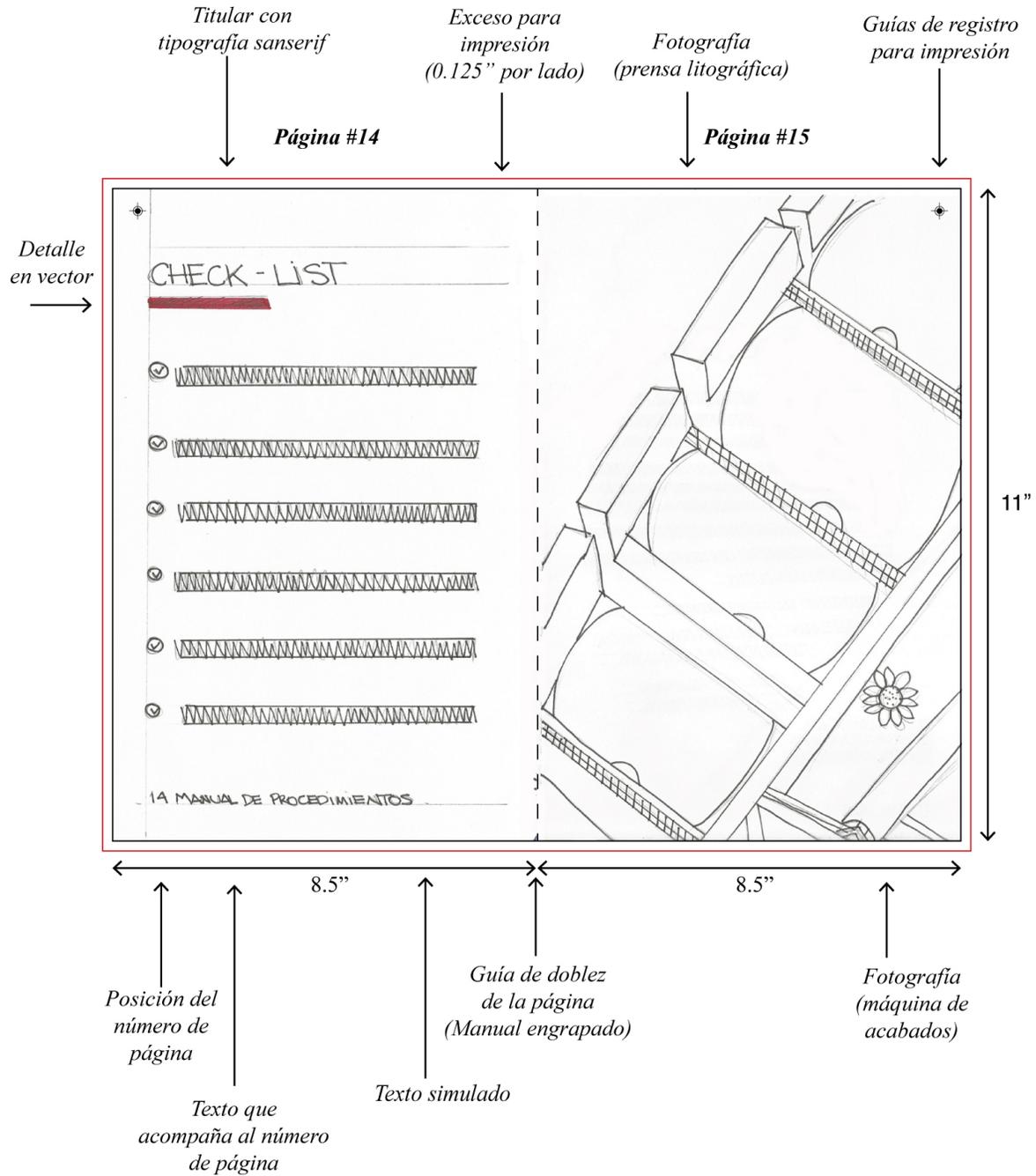
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #1



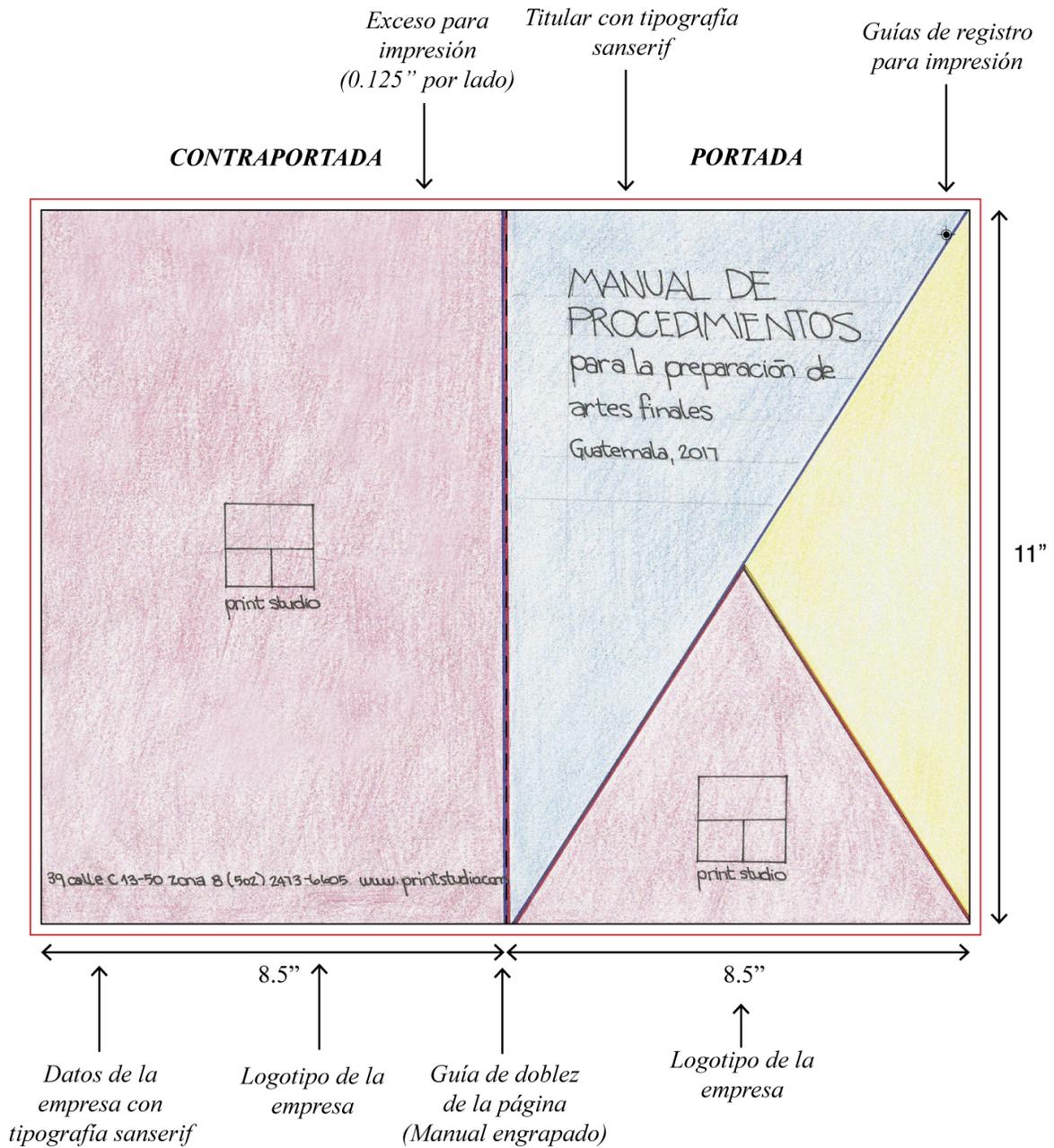
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #1



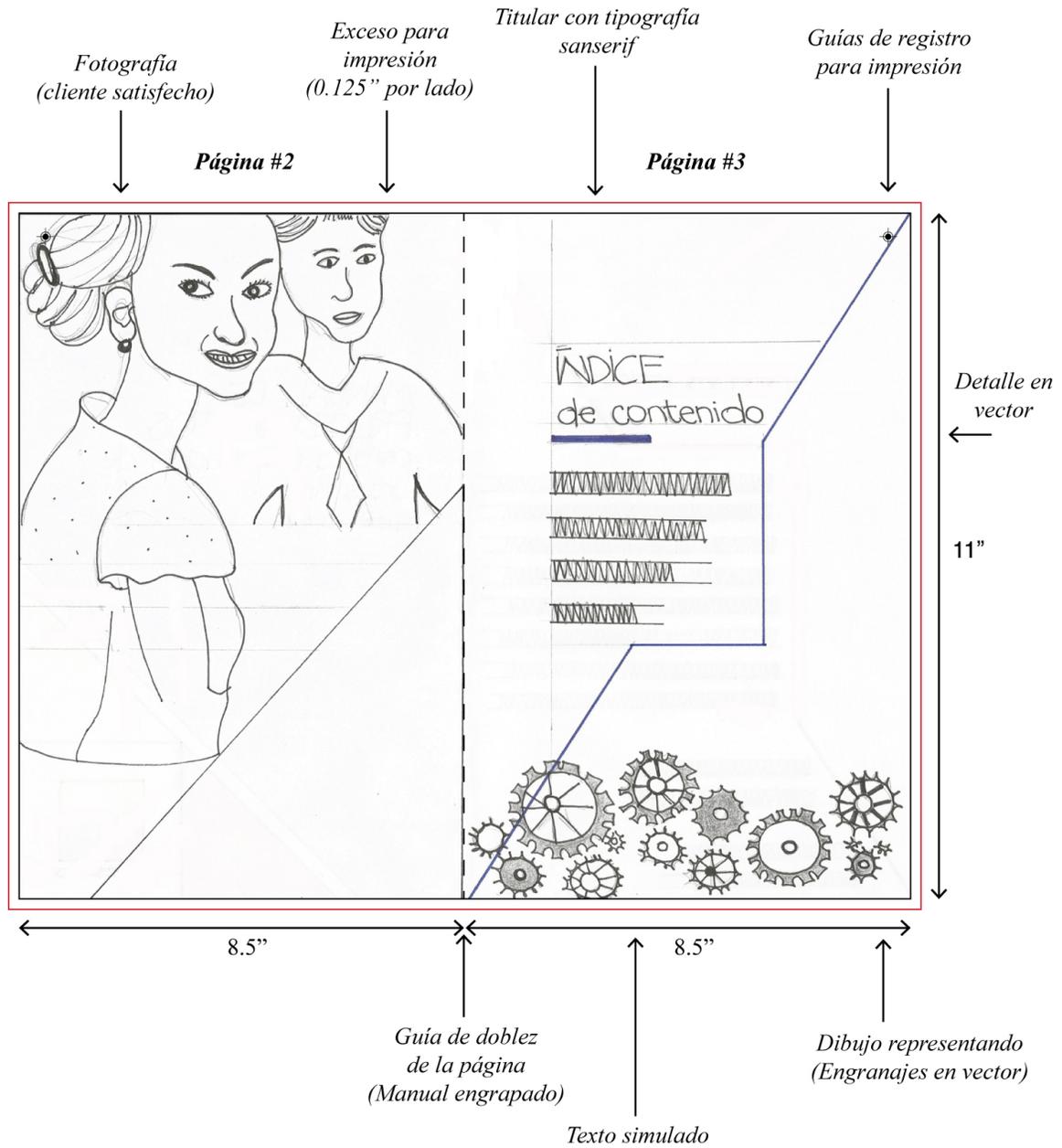
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #2



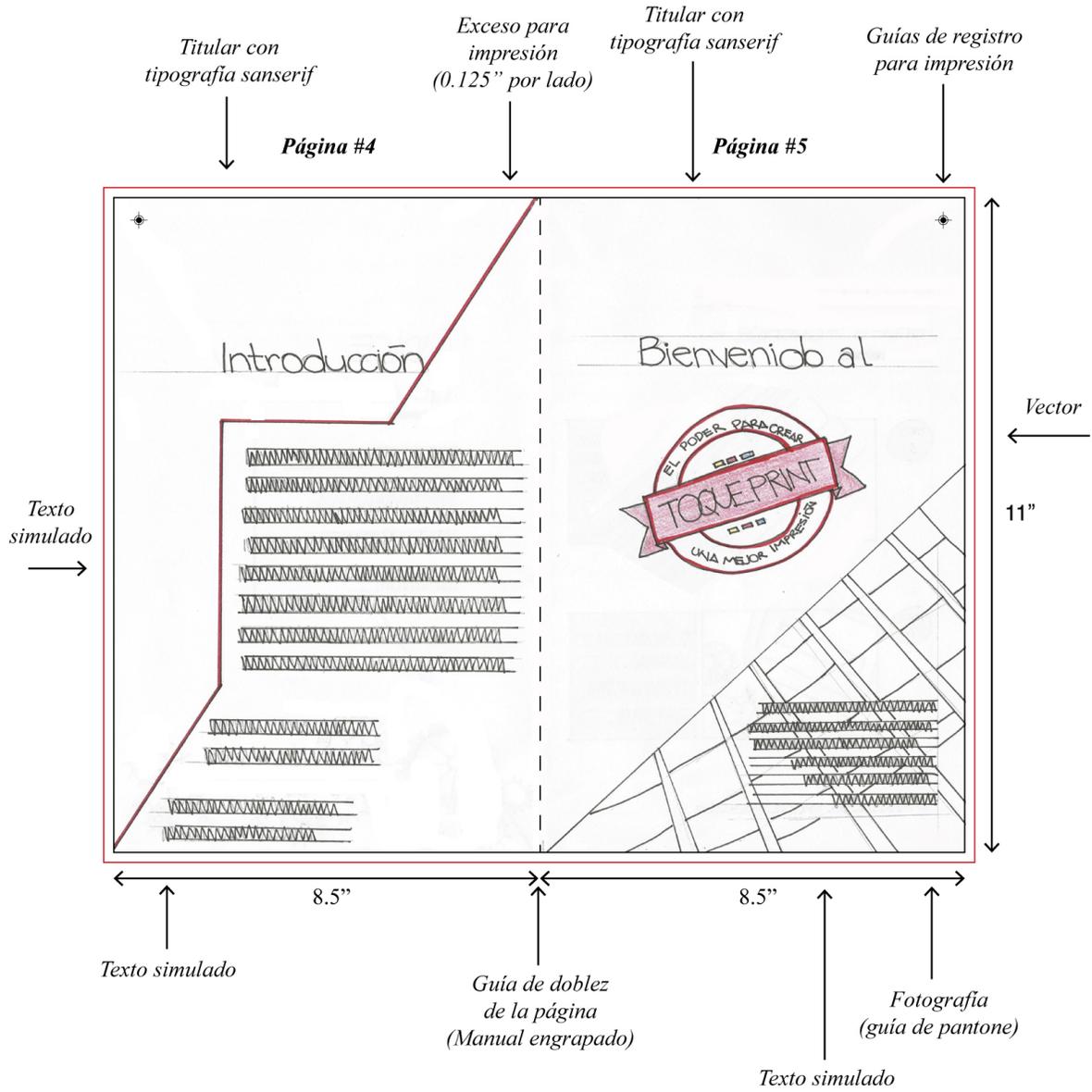
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #2



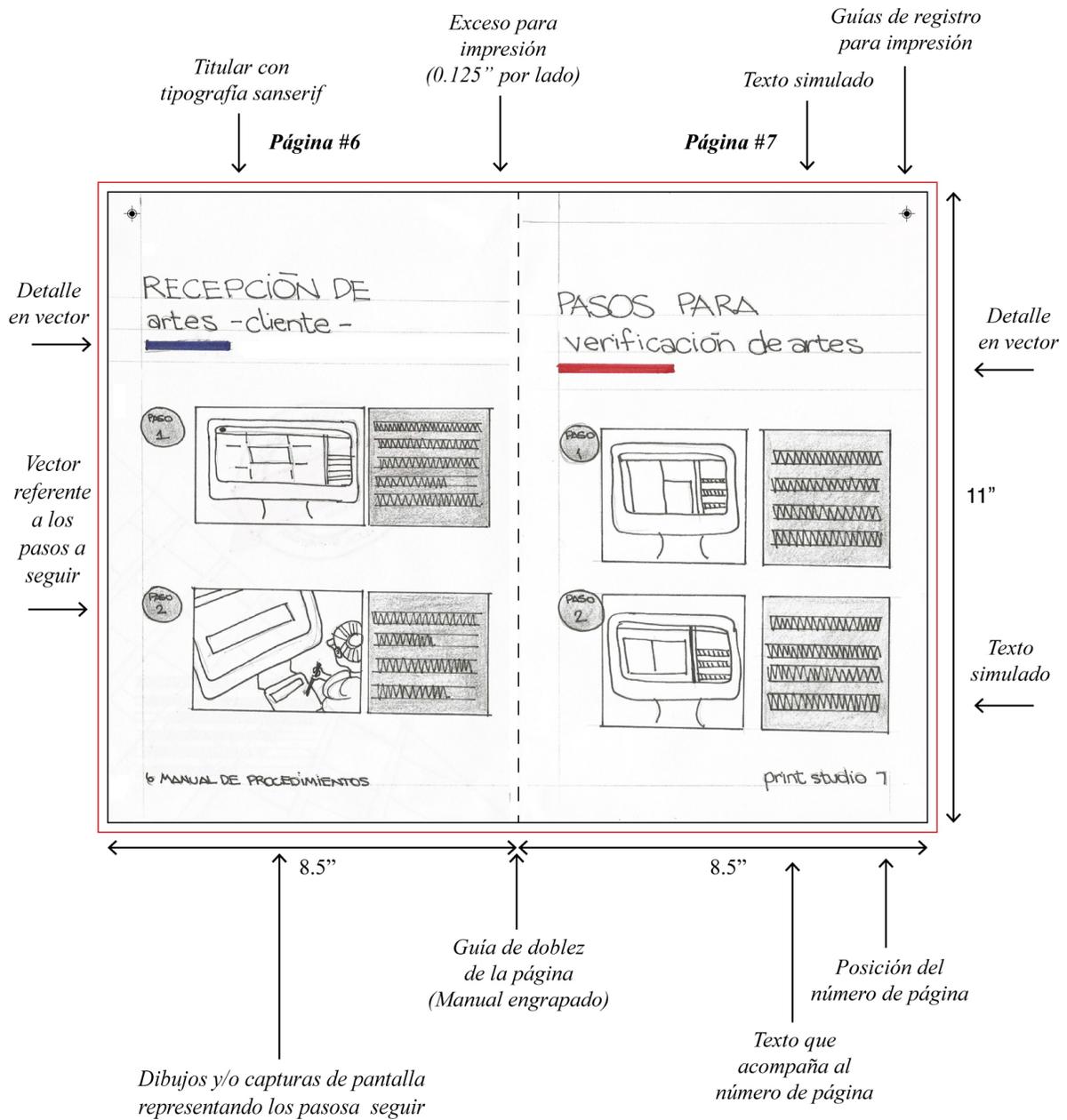
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #2



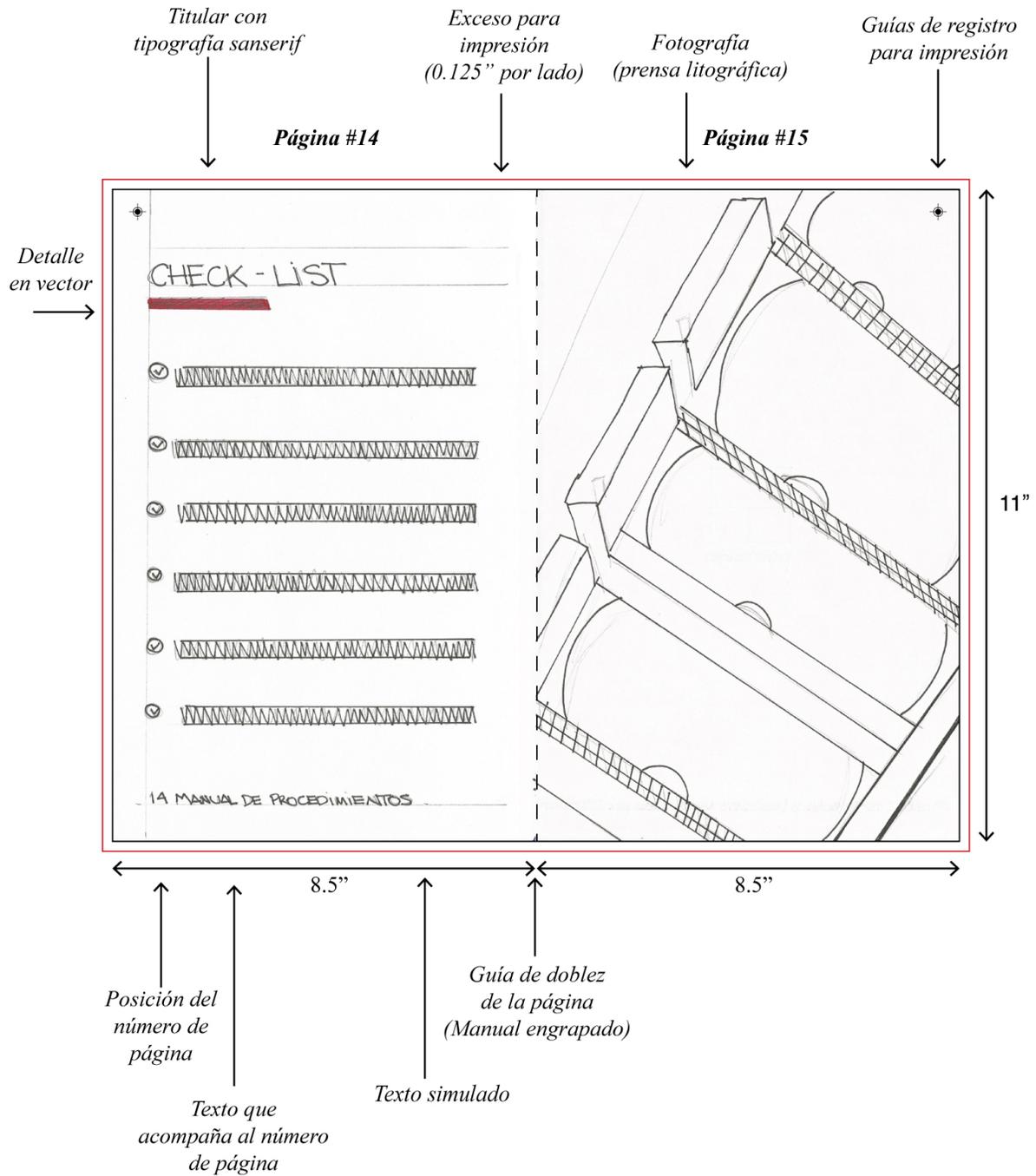
Proceso del bocetaje formal:

Propuesta #2



Proceso del bocetaje formal:

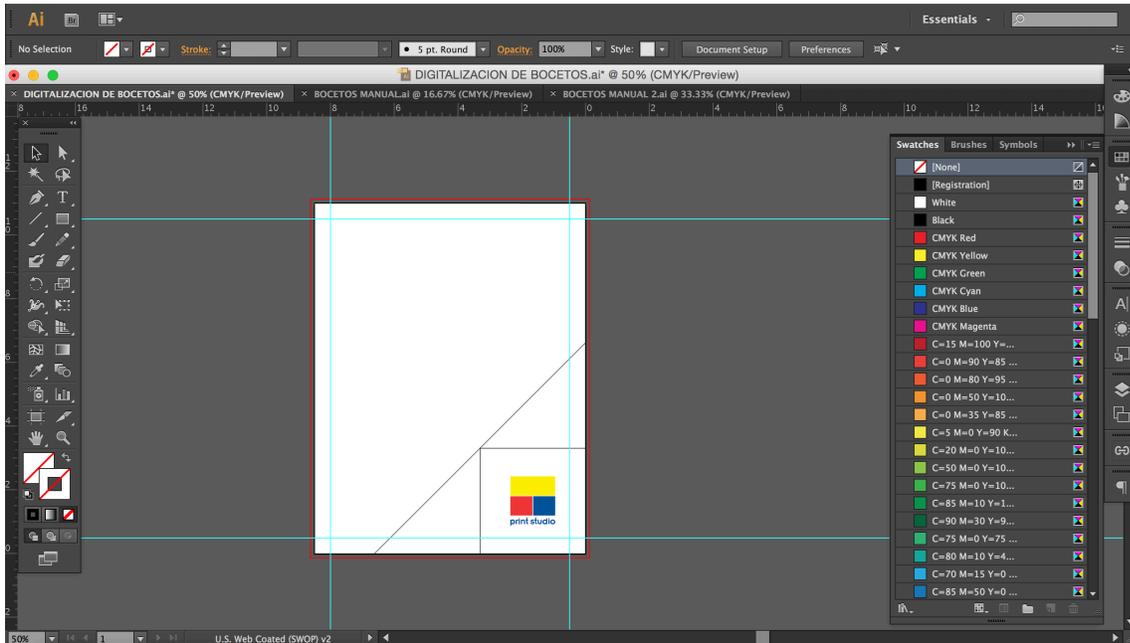
Propuesta #2



7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos:

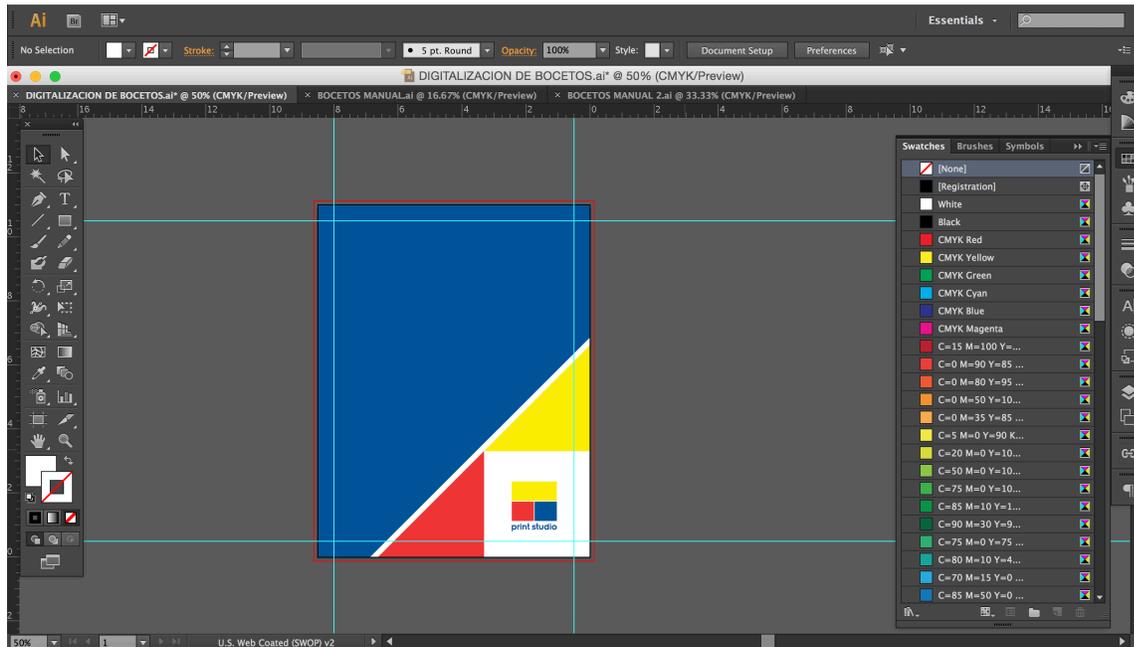
Propuesta #1

Portada

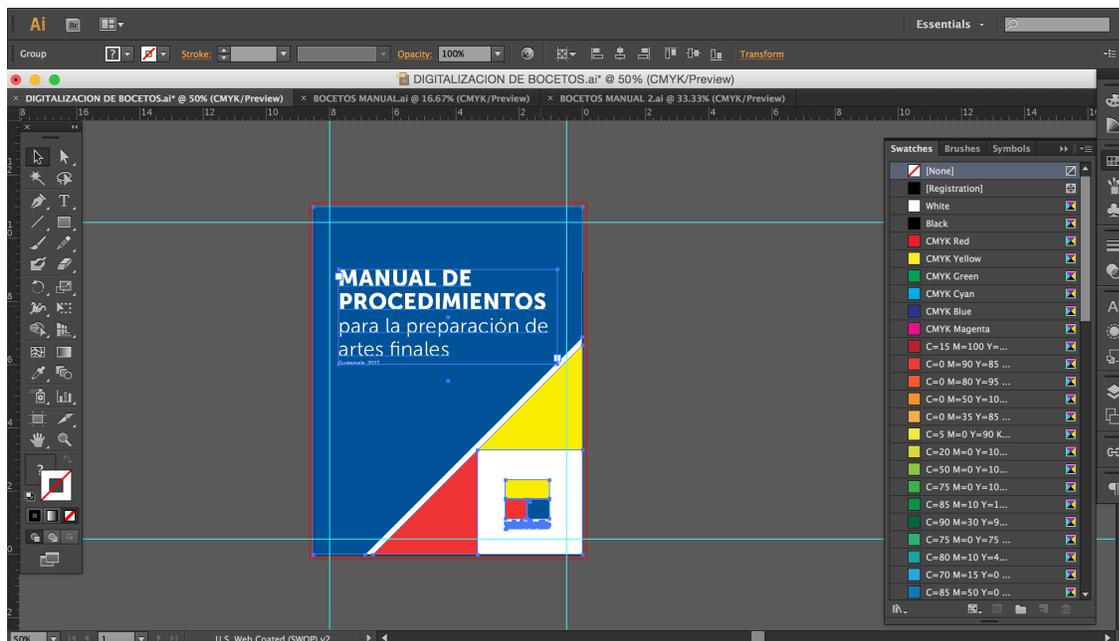


El primer paso de la digitalización es trazar la guía de las figuras geométricas que serán la composición de la portada. Se incluye el logotipo de la empresa en la posición deseada.

Proceso de digitalización de los bocetos:



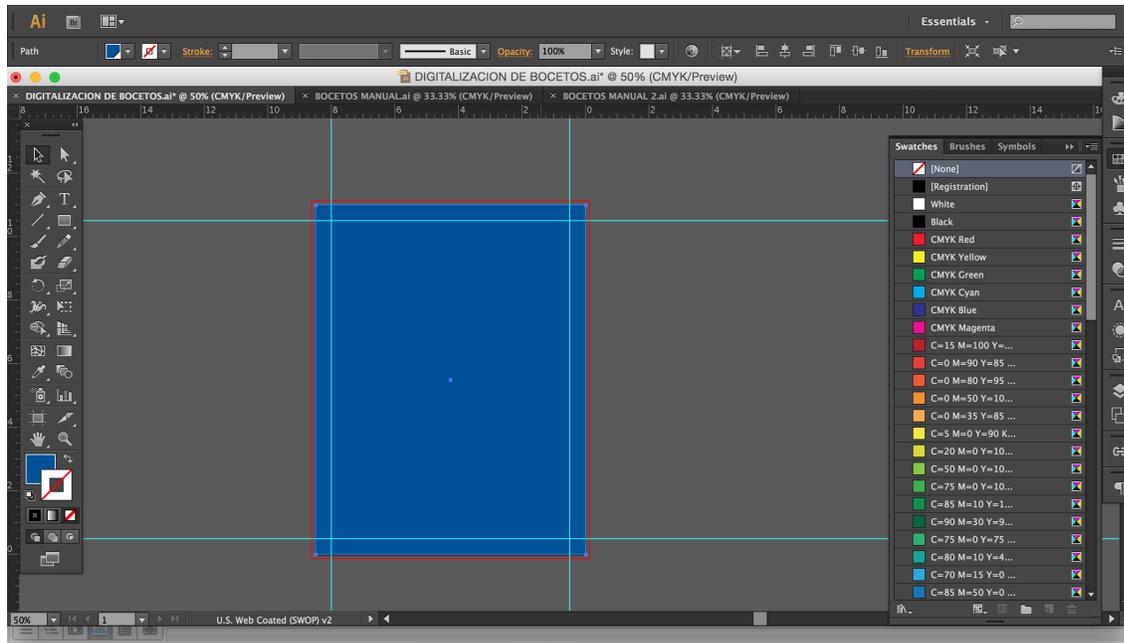
El segundo paso de la digitalización es colocar los colores que llevarán cada figura geométrica que se trazó para ver la composición en conjunto con el logotipo de la empresa.



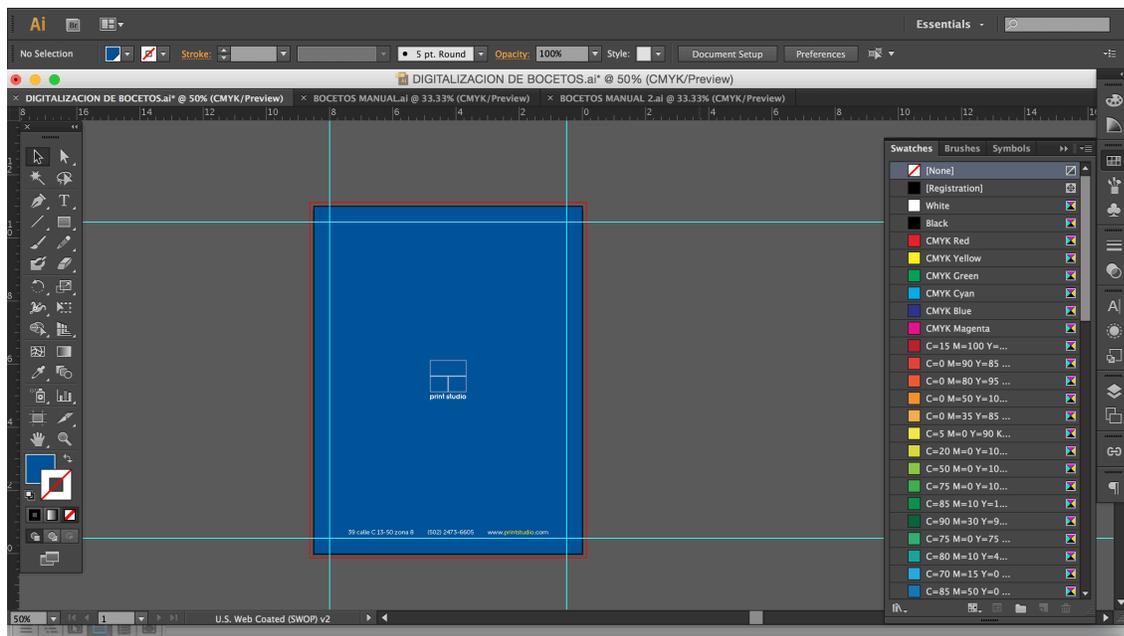
El tercer paso de la digitalización es colocar el título de la portada: Manual de procedimientos para la preparación de artes finales. Guatemala, 2017

Proceso de digitalización de los bocetos:

Contraportada



El primer paso de la digitalización es trazar el color de fondo de toda la página.

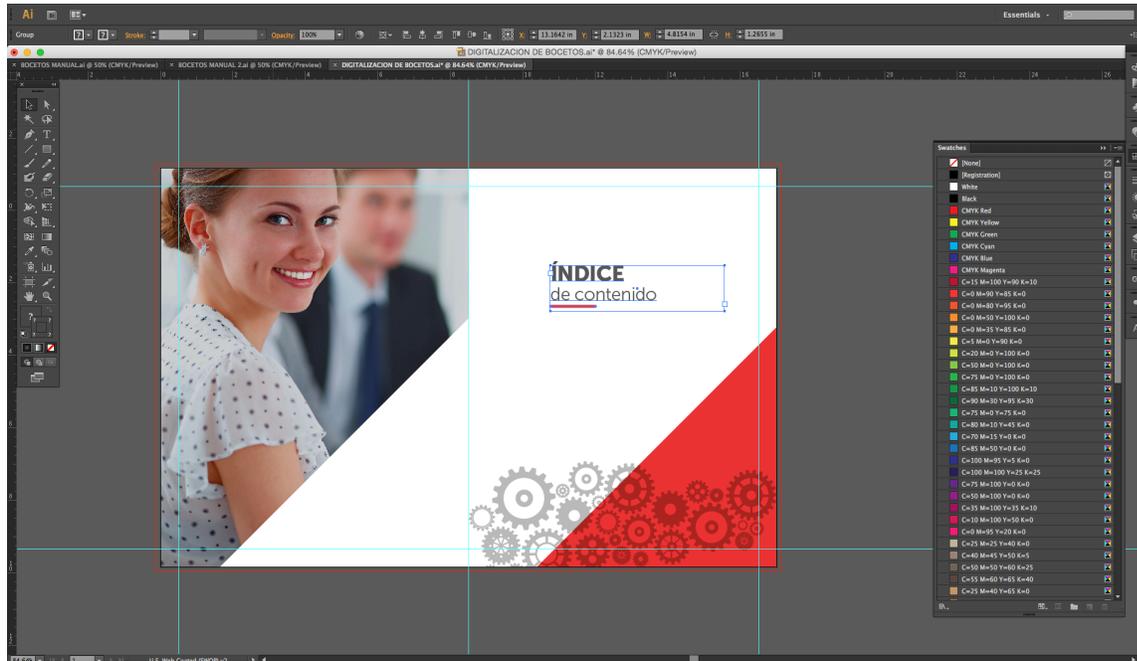


El segundo paso de la digitalización es colocar el logotipo (sobre fondo oscuro) y los datos de la empresa en la parte inferior de la página, centrados y con la tipografía seleccionada.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Página 2 y 3

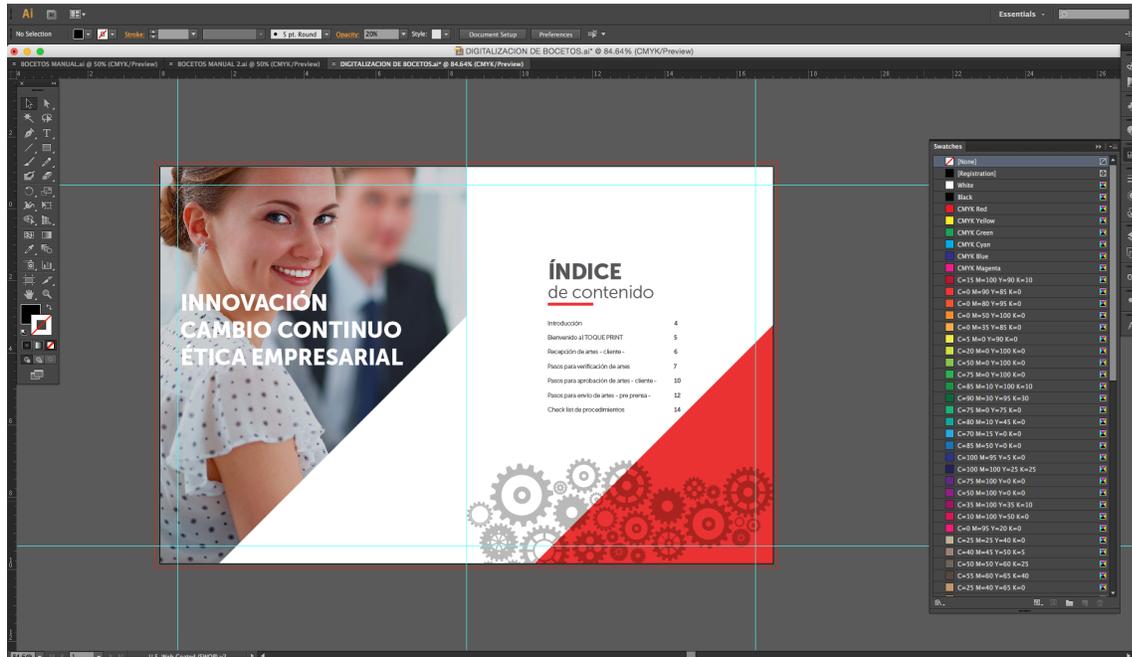


El primer paso de la digitalización de las páginas interiores es trazar las líneas guías necesarias para preparar la mesa de trabajo. Seguido de la ubicación de los elementos necesarios como dibujos (vectoriales), fotografías, figuras geométricas, de acuerdo al número de página deseado.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Página 2 y 3

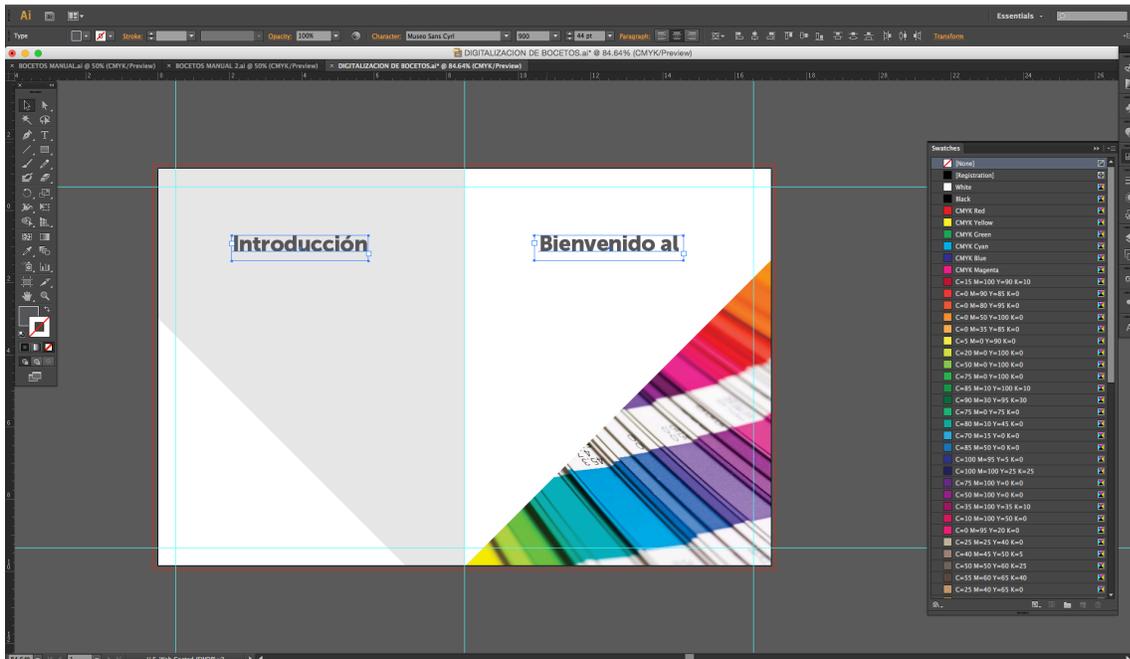


El segundo paso de la digitalización de las páginas interiores es colocar el resto de elementos, colores y textos de acuerdo a cada página deseada.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Página 4 y 5

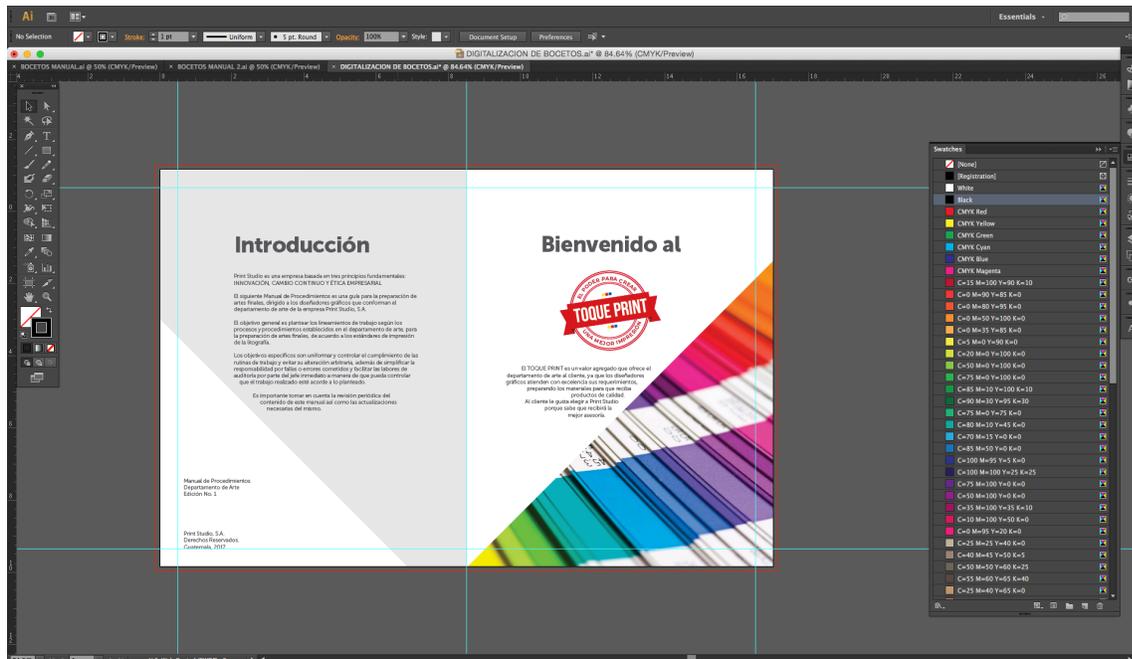


El primer paso de la digitalización de las páginas interiores es trazar las líneas guías necesarias para preparar la mesa de trabajo. Seguido de la ubicación de los elementos necesarios como dibujos (vectoriales), fotografías, figuras geométricas, de acuerdo al número de página deseado.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Página 4 y 5

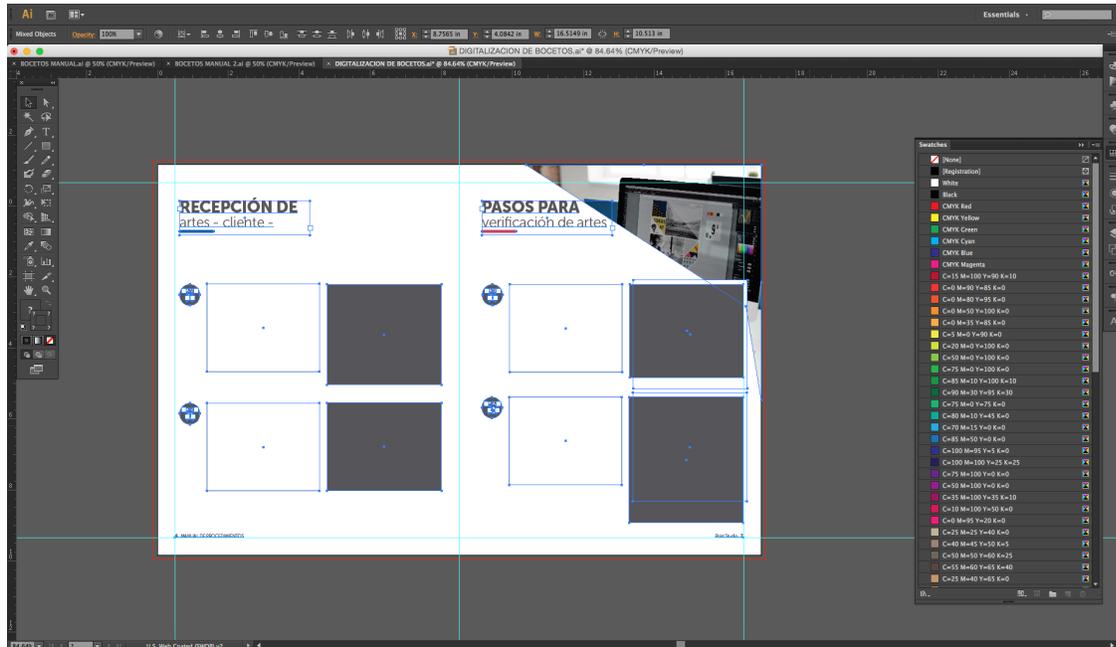


El segundo paso de la digitalización de las páginas interiores es colocar el resto de elementos, colores y textos de acuerdo a cada página deseada.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Página 6 y 7

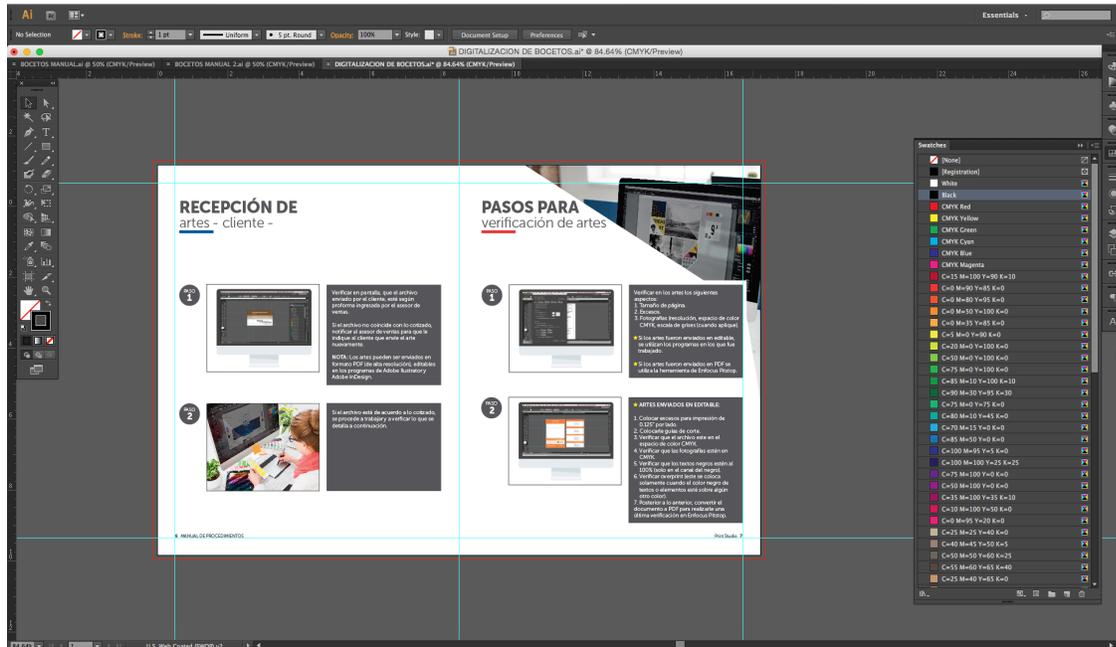


El primer paso de la digitalización de las páginas interiores es trazar las líneas guías necesarias para preparar la mesa de trabajo. Seguido de la ubicación de los elementos necesarios como dibujos (vectoriales), fotografías, figuras geométricas, de acuerdo al número de página deseado.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Página 6 y 7

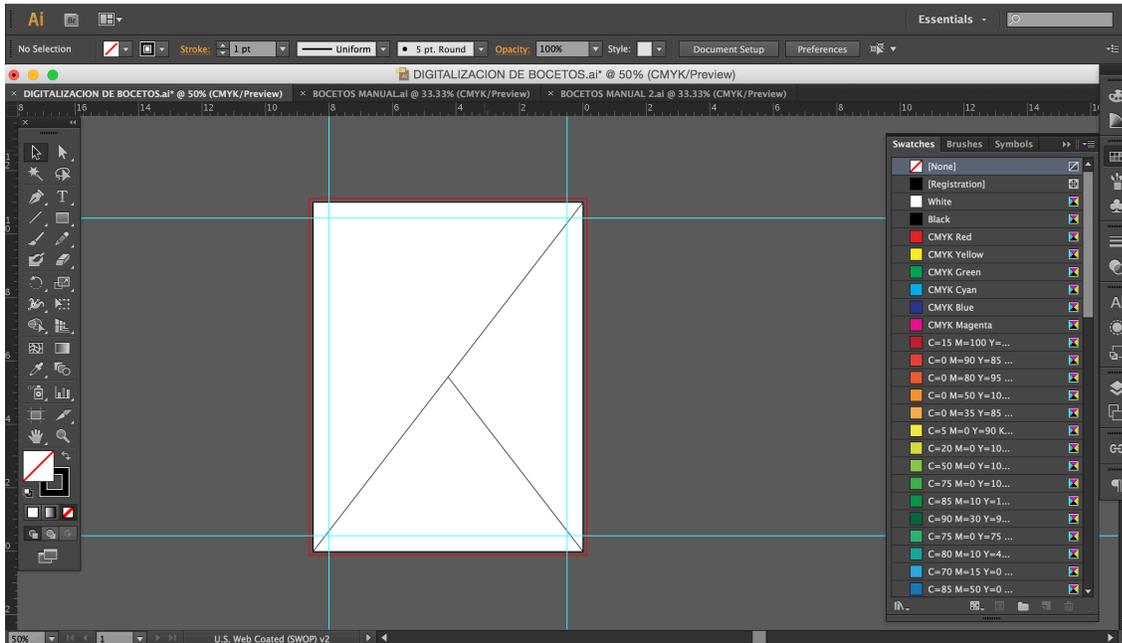


El segundo paso de la digitalización de las páginas interiores es colocar el resto de elementos, colores y textos de acuerdo a cada página deseada.

Proceso de digitalización de los bocetos:

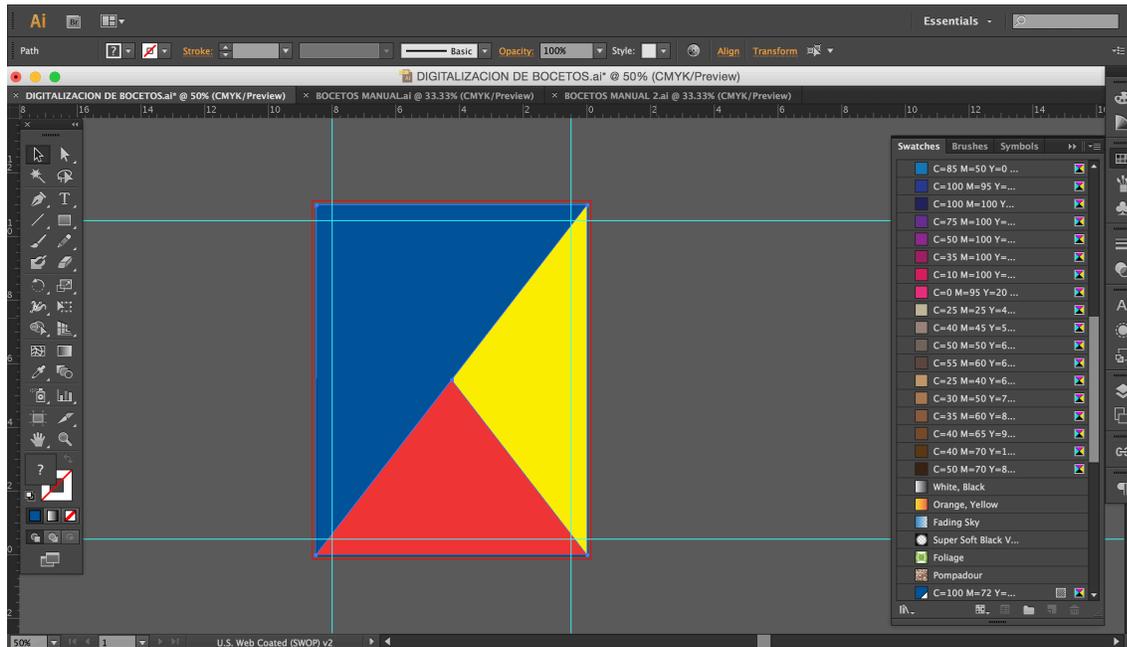
Propuesta #2

Portada

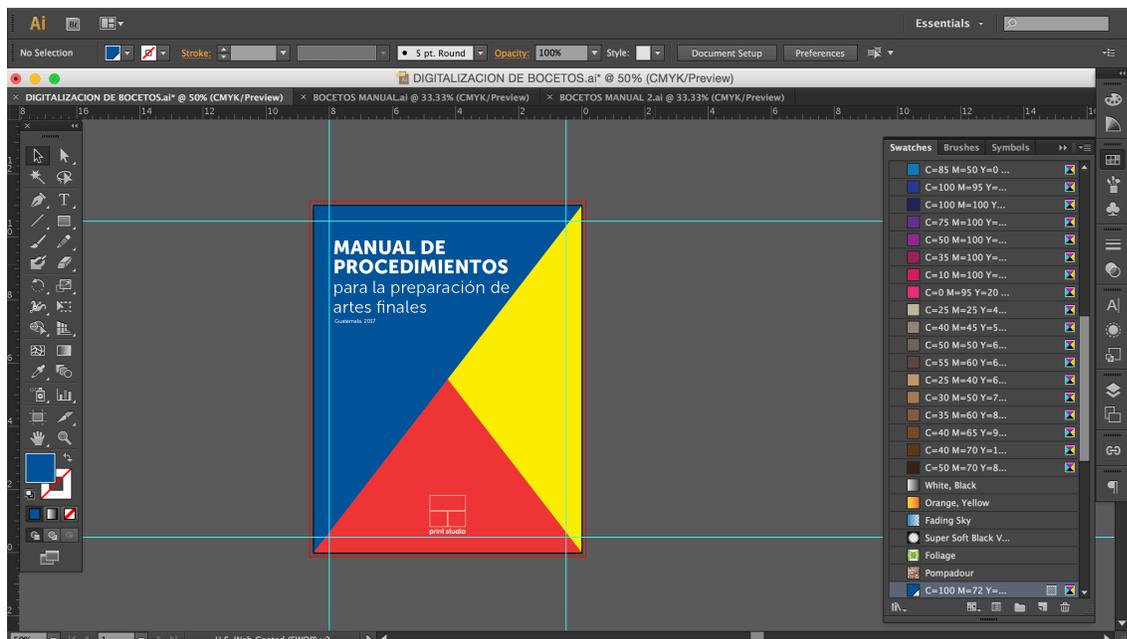


El primer paso de la digitalización es trazar la guía de las figuras geométricas que serán la composición de la portada. Se incluye el logotipo de la empresa en la posición deseada.

Proceso de digitalización de los bocetos:



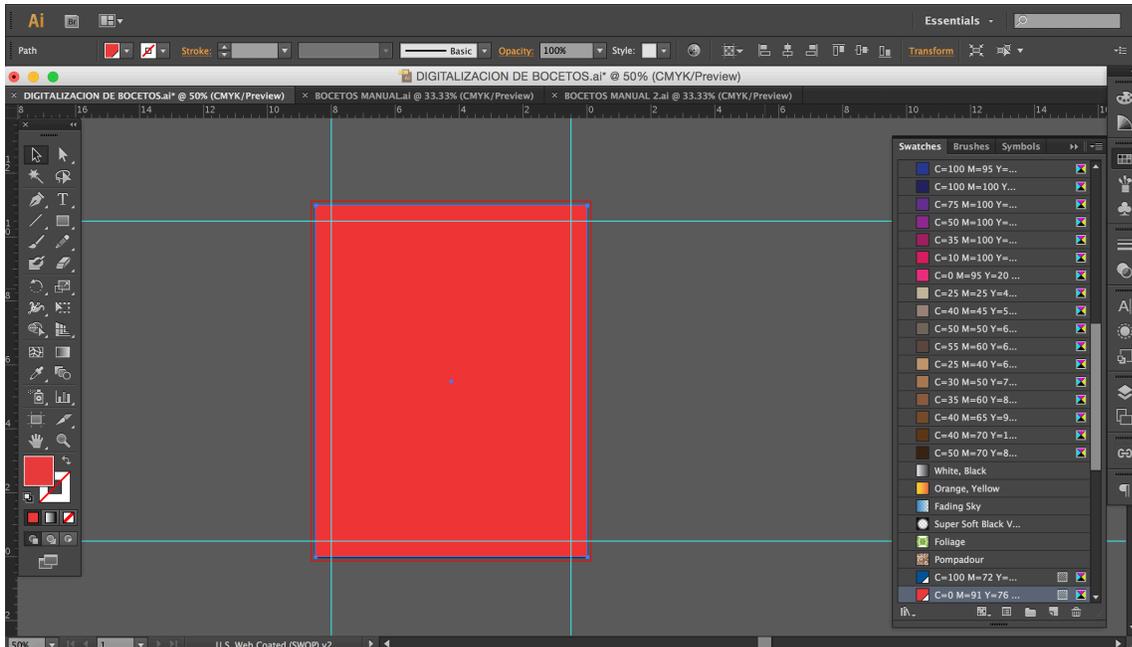
El segundo paso de la digitalización es colocar los colores que llevarán cada figura geométrica que se trazó para ver la composición en conjunto con el logotipo de la empresa.



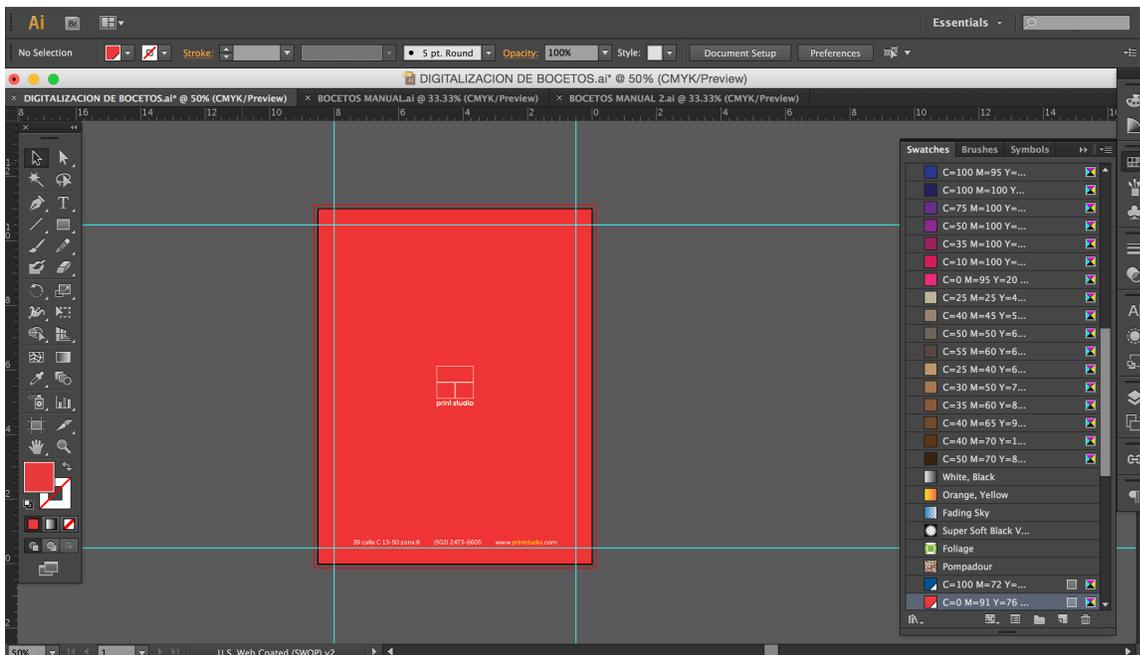
El tercer paso de la digitalización es colocar el título de la portada: Manual de procedimientos para la preparación de artes finales. Guatemala, 2017

Proceso de digitalización de los bocetos:

Contraportada



El primer paso de la digitalización es trazar el color de fondo de toda la página.

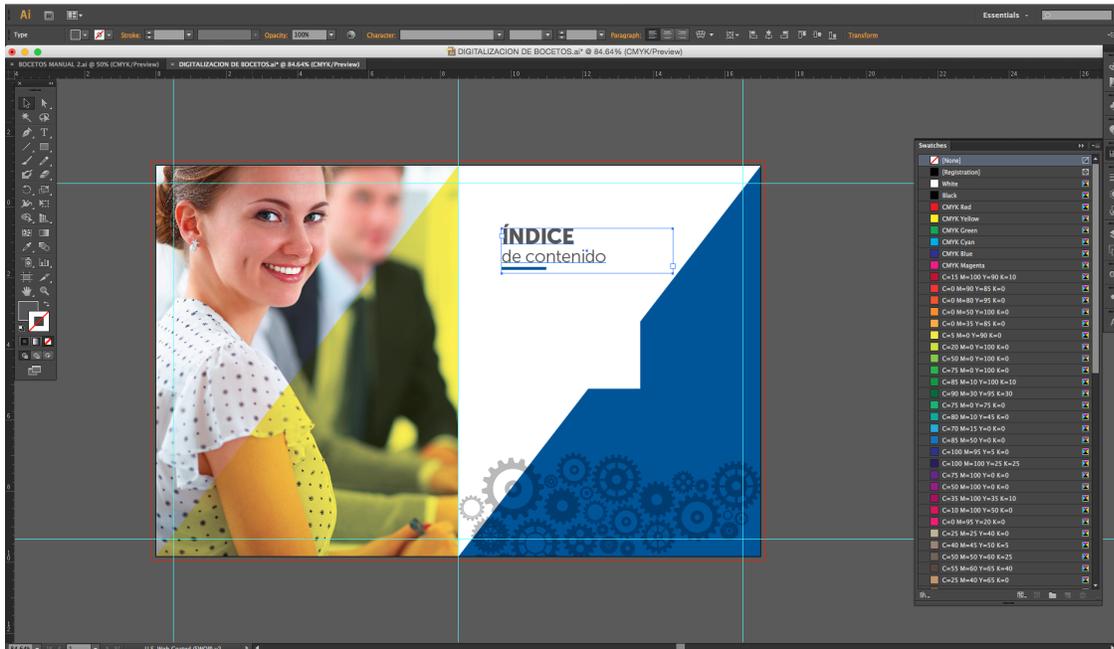


El segundo paso de la digitalización es colocar el logotipo (sobre fondo oscuro) y los datos de la empresa en la parte inferior de la página, centrados y con la tipografía seleccionada.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Páginas 2 y 3

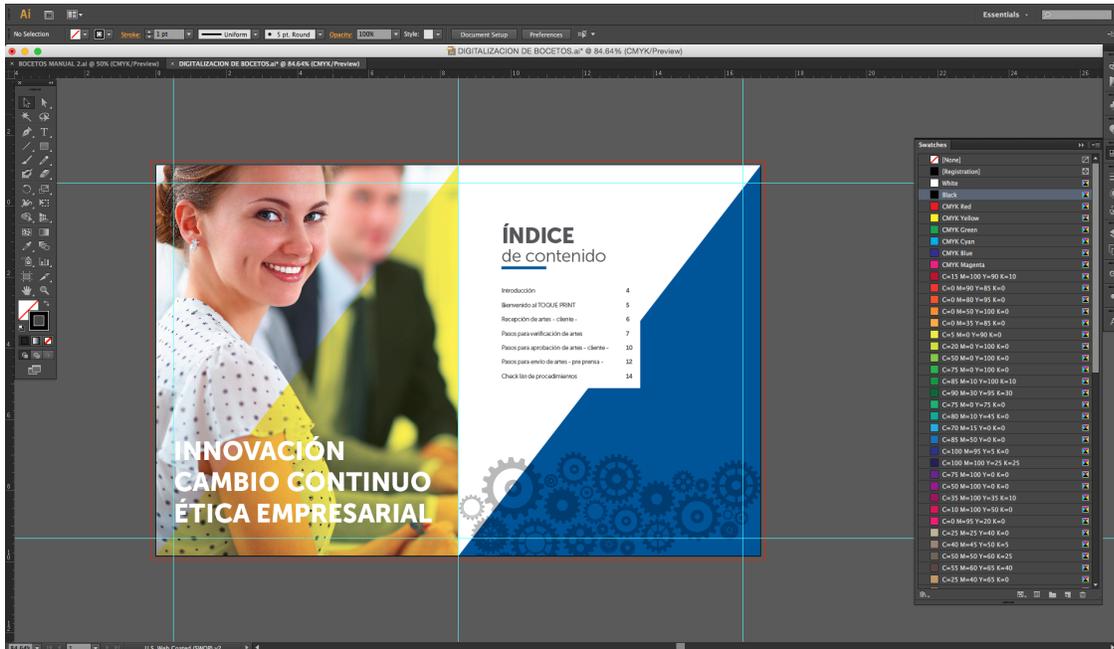


El primer paso de la digitalización de las páginas interiores es trazar las líneas guías necesarias para preparar la mesa de trabajo. Seguido de la ubicación de los elementos necesarios como dibujos (vectoriales), fotografías, figuras geométricas, de acuerdo al número de página deseado.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Páginas 2 y 3

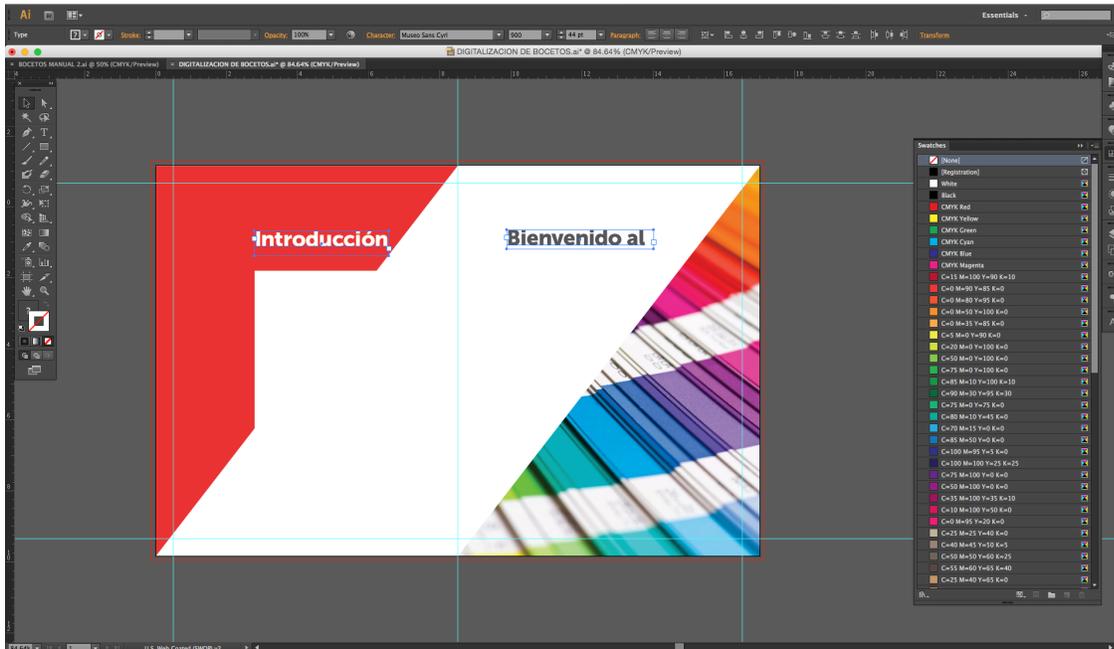


El segundo paso de la digitalización de las páginas interiores es colocar el resto de elementos, colores y textos de acuerdo a cada página deseada.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Páginas 4 y 5

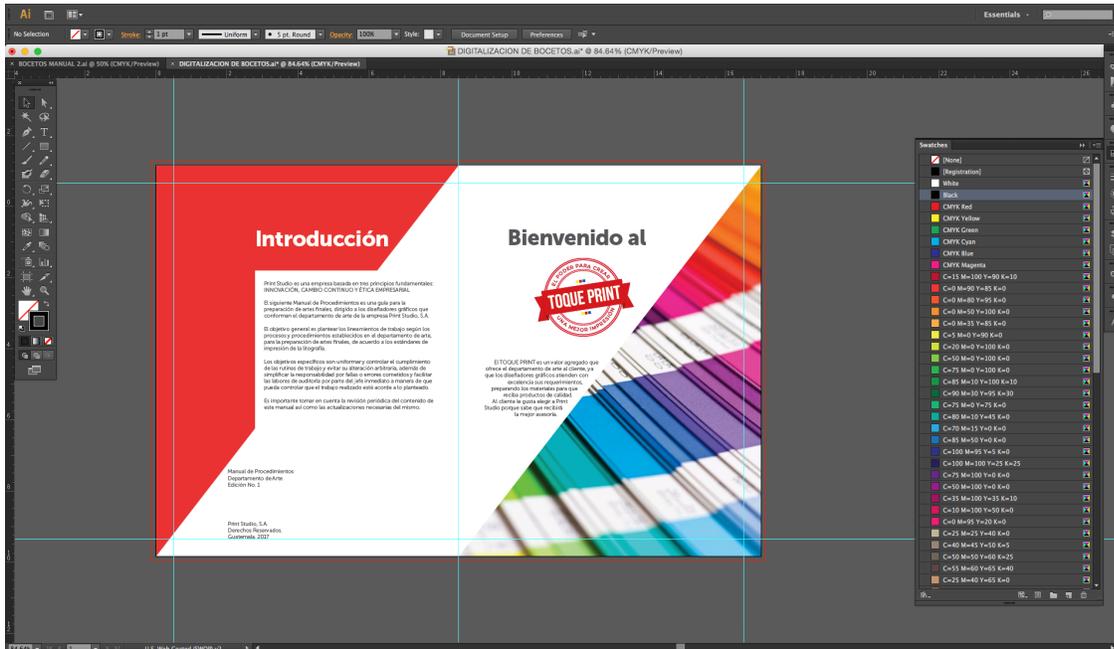


El primer paso de la digitalización de las páginas interiores es trazar las líneas guías necesarias para preparar la mesa de trabajo. Seguido de la ubicación de los elementos necesarios como dibujos (vectoriales), fotografías, figuras geométricas, de acuerdo al número de página deseado.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Páginas 4 y 5

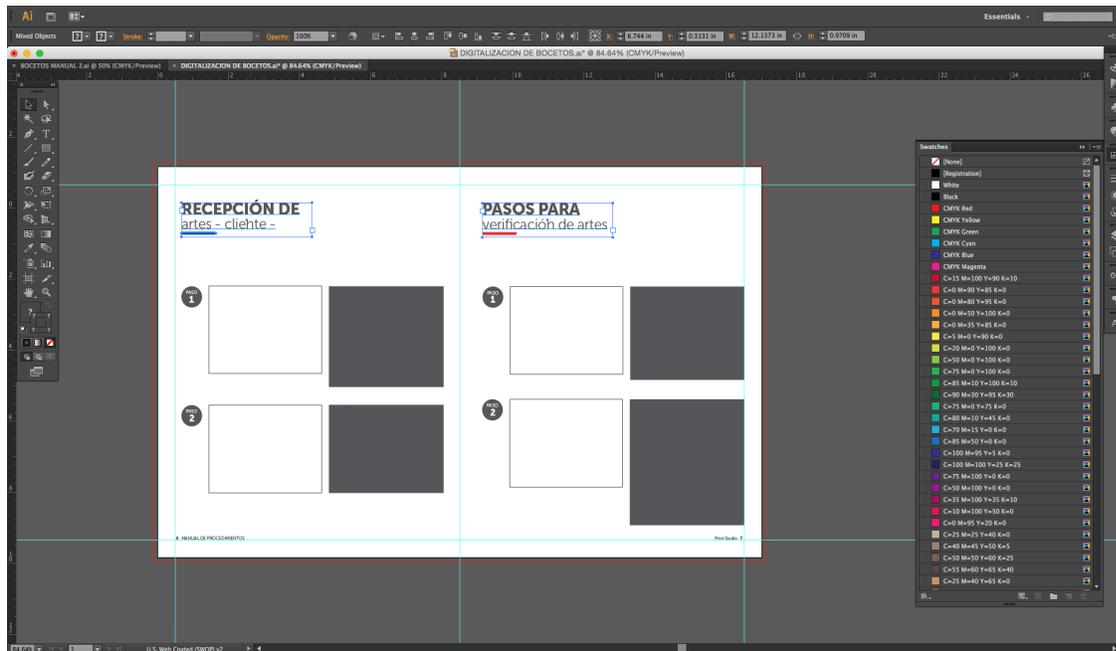


El segundo paso de la digitalización de las páginas interiores es colocar el resto de elementos, colores y textos de acuerdo a cada página deseada.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Páginas 6 y 7

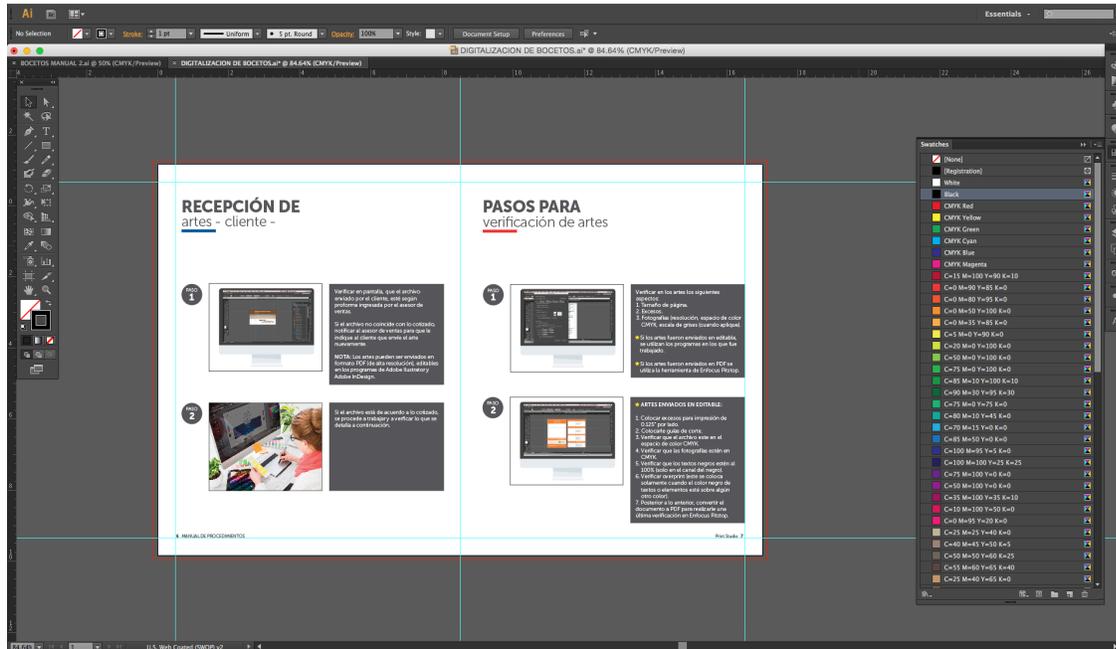


El primer paso de la digitalización de las páginas interiores es trazar las líneas guías necesarias para preparar la mesa de trabajo. Seguido de la ubicación de los elementos necesarios como dibujos (vectoriales), fotografías, figuras geométricas, de acuerdo al número de página deseado.

Proceso de digitalización de los bocetos:

Páginas interiores

Páginas 6 y 7



El segundo paso de la digitalización de las páginas interiores es colocar el resto de elementos, colores y textos de acuerdo a cada página deseada.

7.4 Propuesta preliminar

A continuación se presentan las propuestas preliminares del diseño del manual previo a la validación respectiva.

Propuesta preliminar #1

Portada



La portada está basada en los 3 colores primarios que conforman al logotipo. Contiene un diseño a base de figuras geométricas para simular la tendencia del minimalismo (simple y limpio). La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** y Museo Sans Cyrll 300 para el título del manual. Incluye el logotipo de la empresa en su versión original sobre fondo blanco.

Propuesta preliminar #1

Página 2



La página 2 contiene un diseño a base de figuras geométricas para mostrar la tendencia del minimalismo (simple y limpio). La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** para los textos y se usa una fotografía que simula a un cliente satisfecho.



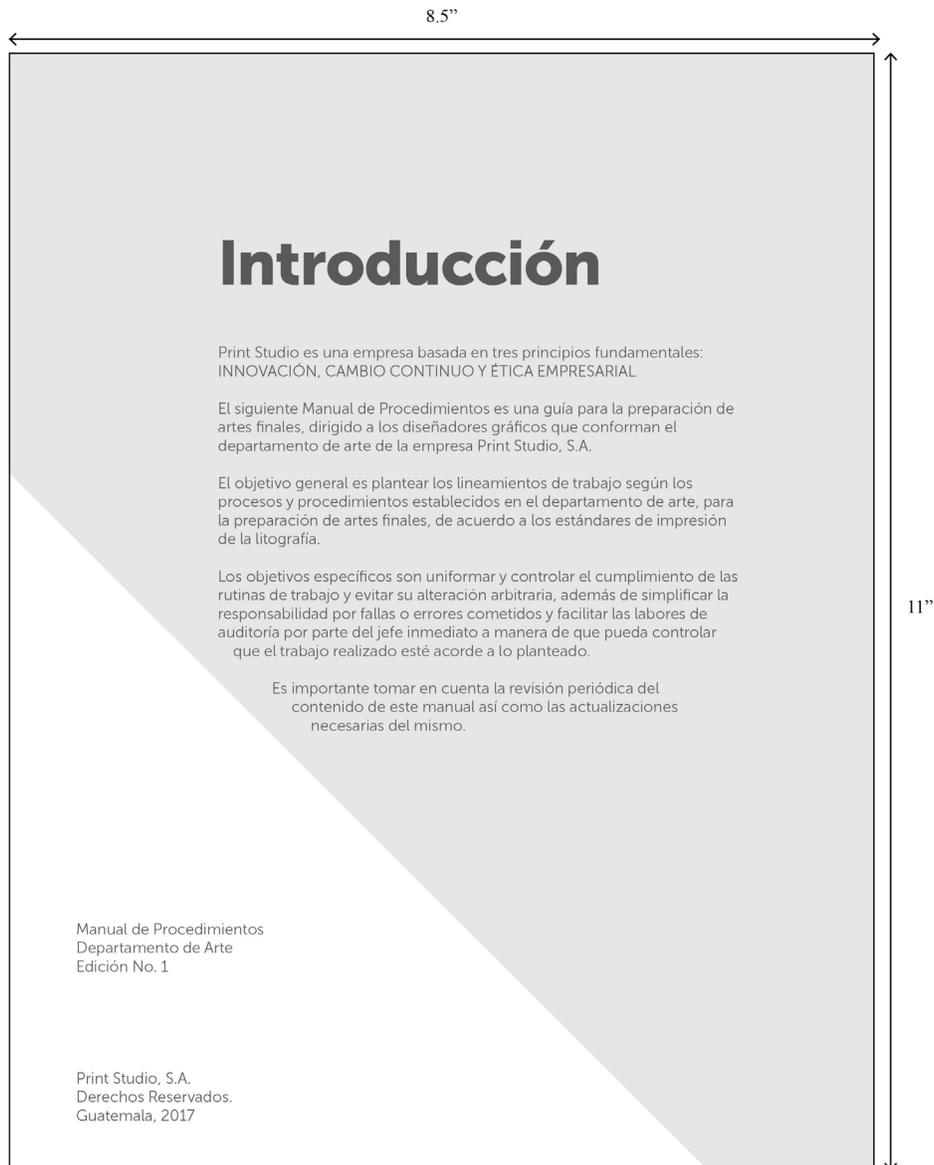
8.5"

11"

ÍNDICE de contenido

Introducción	4
Bienvenido al TOQUE PRINT	5
Recepción de artes - cliente -	6
Pasos para verificación de artes	7
Pasos para aprobación de artes - cliente -	10
Pasos para envío de artes - pre prensa -	12
Check list de procedimientos	14

La página 3 contiene el índice de contenido del manual. Muestra un diseño a base de figuras geométricas y hace uso de vectores al mostrar engranajes que simulan los procesos (tema principal del manual). La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** y Museo Sans Cyril 300 para los textos.



La página 4 contiene la introducción del manual. Muestra una diagramación a base de figuras geométricas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** para el título y Museo Sans Cyril 300 para el cuerpo del texto.

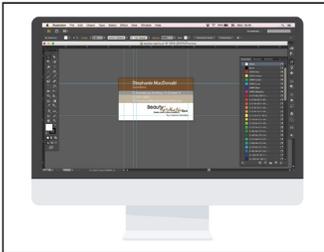


La página 5 contiene la bienvenida al Toque Print. Muestra una diagramación a base de figuras geométricas y hace uso de una fotografía (guía de pantone) en referencia al tema de impresión. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** para el título y Museo Sans Cyril 300 para el cuerpo del texto.

8.5"

RECEPCIÓN DE artes - cliente -

PASO 1



Verificar en pantalla, que el archivo enviado por el cliente, esté según proforma ingresada por el asesor de ventas.

Si el archivo no coincide con lo cotizado, notificar al asesor de ventas para que le indique al cliente que envíe el arte nuevamente.

NOTA: Los artes pueden ser enviados en formato PDF (de alta resolución), editables en los programas de Adobe Illustrator y Adobe InDesign.

PASO 2



Si el archivo está de acuerdo a lo cotizado, se procede a trabajar y a verificar lo que se detalla a continuación.

6 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

11"

La página 6 muestra el comienzo de la explicación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** para el título y Museo Sans Cyrll 300 para el cuerpo del texto.

8.5"

PASOS PARA verificación de artes

PASO
1



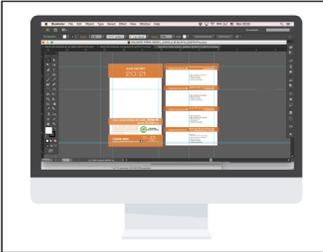
Verificar en los artes los siguientes aspectos:

1. Tamaño de página.
2. Excesos.
3. Fotografías: Resolución, espacio de color CMYK, escala de grises (cuando aplique).

★ Si los artes fueron enviados en editable, se utilizan los programas en los que fue trabajado.

★ Si los artes fueron enviados en PDF se utiliza la herramienta de Enfocus Pitstop.

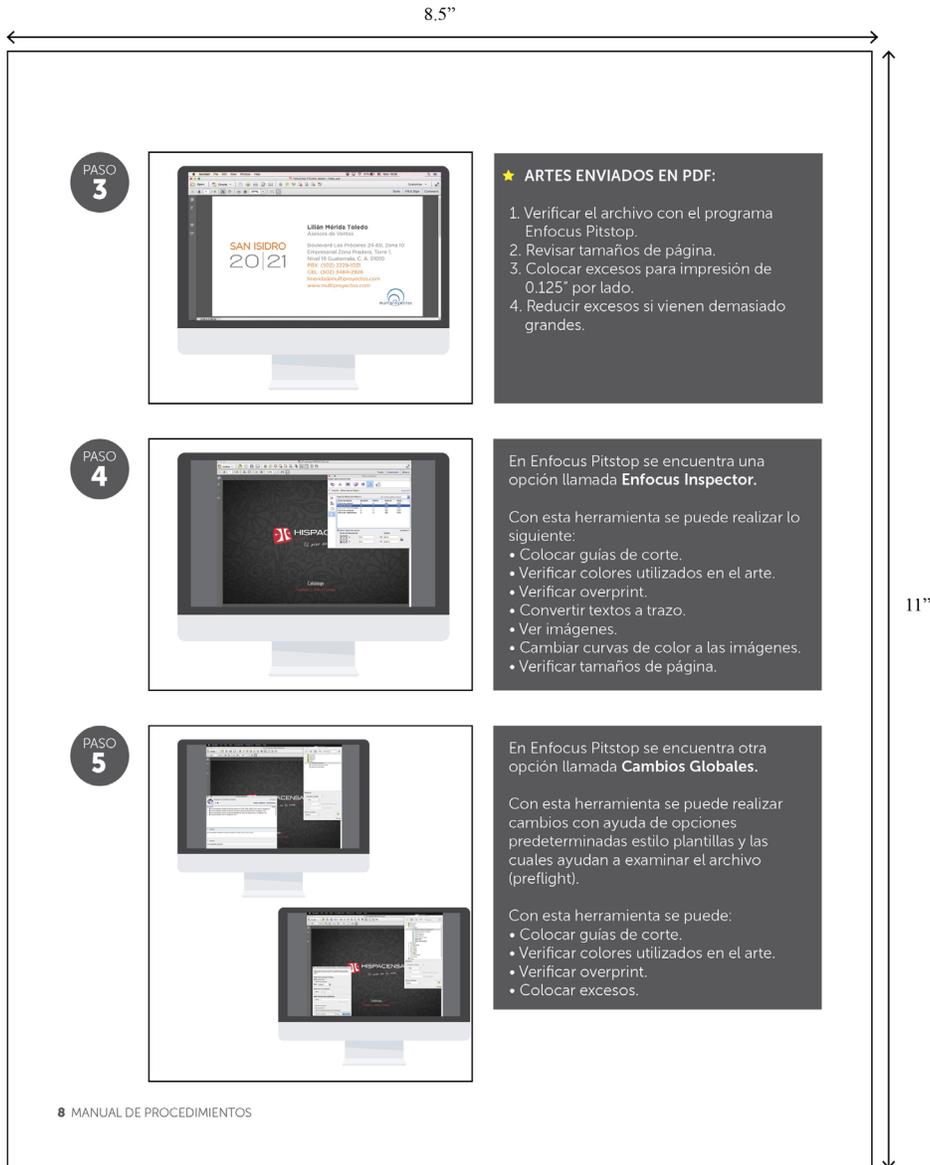
PASO
2



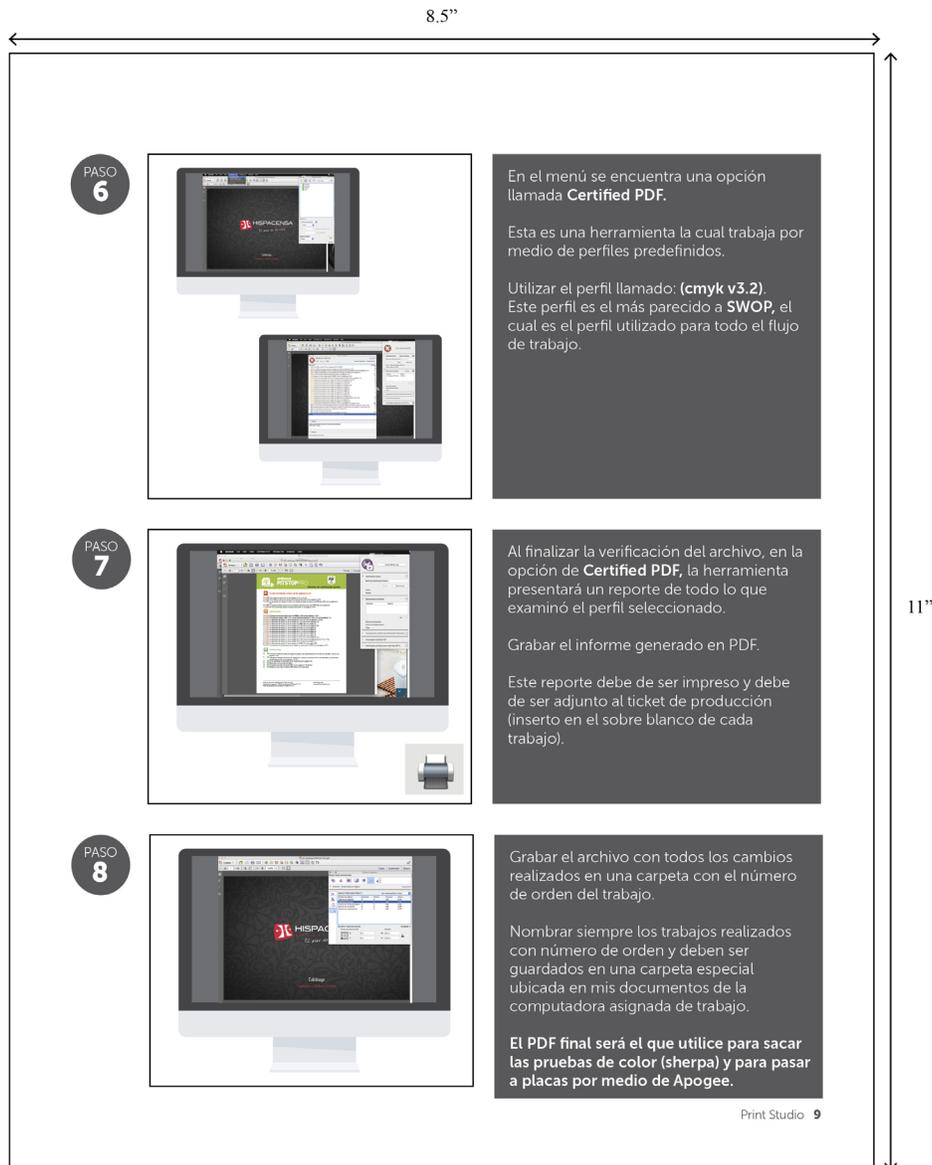
★ **ARTES ENVIADOS EN EDITABLE:**

1. Colocar excesos para impresión de 0.125" por lado.
2. Colocarle guías de corte.
3. Verificar que el archivo este en el espacio de color CMYK.
4. Verificar que las fotografías estén en CMYK.
5. Verificar que los textos negros estén al 100% (solo en el canal del negro).
6. Verificar overprint (este se coloca solamente cuando el color negro de textos o elementos esté sobre otro color).
7. Convertir el documento a PDF para realizarle una última verificación en Enfocus Pitstop.

La página 7 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** para el título y Museo Sans Cyril 300 para el cuerpo del texto.



La página 8 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es Museo Sans Cyr1 300 para el cuerpo del texto.

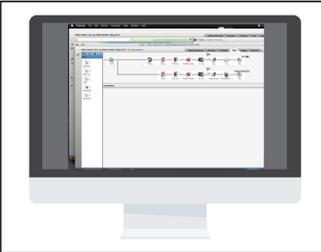


La página 9 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es Museo Sans Cyr1 300 para el cuerpo del texto.

8.5"

PASOS PARA aprobación de artes - cliente -

PASO
1



Colocar el archivo **PDF** final, dentro del programa de Apogee, para realizar los montajes respectivos y así poder imprimir las pruebas de color (sherpa) que se le enviarán al cliente para aprobación.

PASO
2



Colocar la opción que se muestra en la imagen de la izquierda, la cual indica que la sherpa realizará el trabajo más rápido porque imprimirá con doble pase.

NOTA: Colocar siempre que se impriman pruebas de color.

10 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

11"

La página 10 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** para el título y Museo Sans Cyril 300 para el cuerpo del texto.

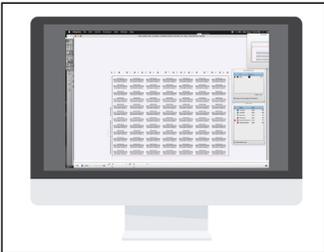


La página 11 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es Museo Sans Cyr1 300 para el cuerpo del texto.

8.5"

PASOS PARA envío de artes - pre prensa -

PASO
1



Realizar las plantillas correspondientes de los montajes deseados, según los requerimientos del trabajo.

En pre prensa está ubicada la computadora en donde debe de realizar dichas plantillas.

Tomar en cuenta lo siguiente:

1. Marcas de registro.
2. Tamaños de placas.
3. Compaginación de páginas.
4. Barra de color (parte superior del pliego de impresión).

PASO
2



Utilizar el mismo archivo **PDF** final, que se utilizó para imprimir las pruebas de color (sherpa) para enviar el montaje a pre prensa para quemar las placas correspondientes.

11"

12 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

La página 12 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** para el título y Museo Sans Cyrll 300 para el cuerpo del texto.



La página 13 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es Museo Sans Cyril 300 para el cuerpo del texto.

8.5''

CHECK LIST de procedimientos



print studio

No. de orden: _____

No. de presupuesto: _____

Nombre del trabajo: _____

Diseñador gráfico: _____

NEGATIVOS

Inicio Final

	ARTE		PLACAS	
	Inicio	Final	Inicio	Final
Check List	_____	_____	_____	_____
ARTE	_____	_____	_____	_____
PRE PREENSA	_____	_____	_____	_____

La revisión consiste en comparar y comprobar el resultado final con la prueba de color (sherpa), el boceto del cliente y los cambios solicitados

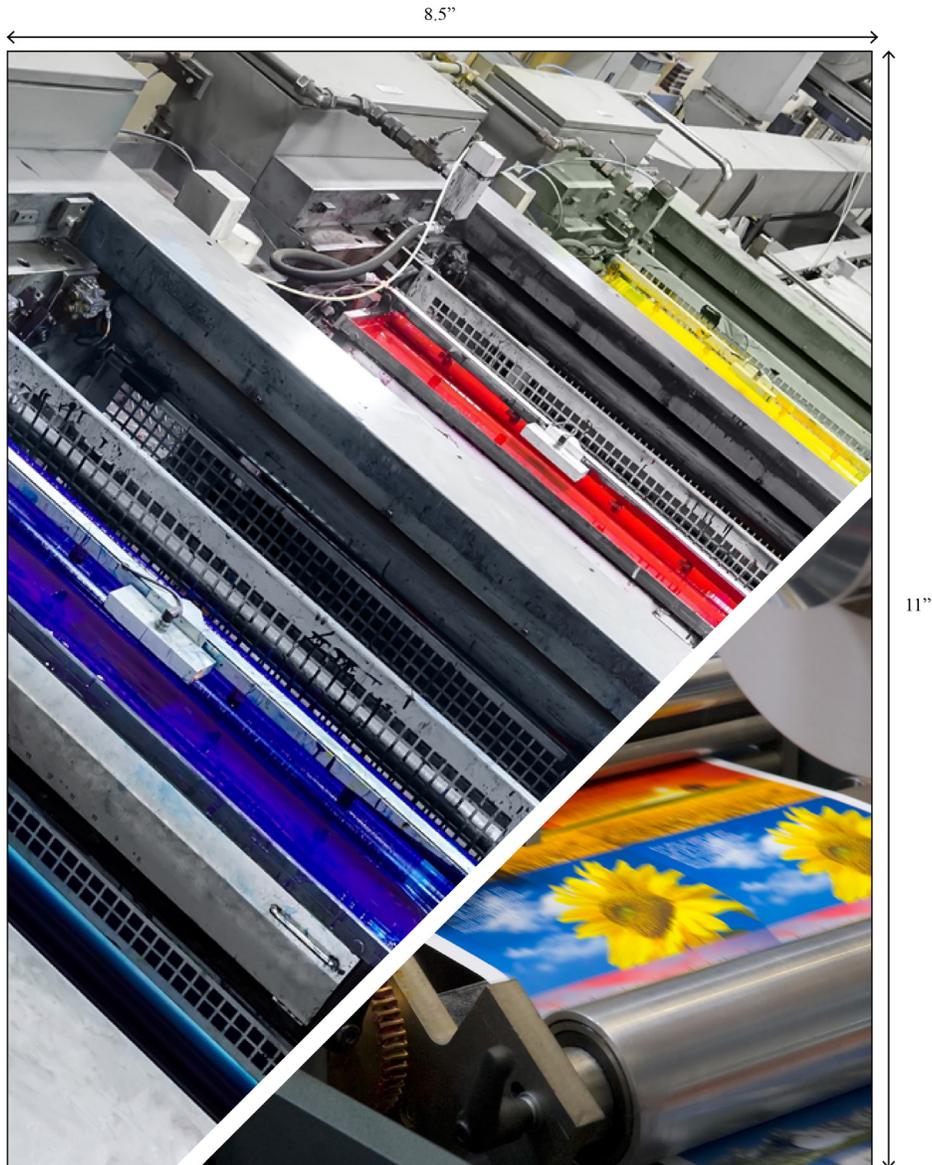
SI	NO	N/A	PUNTOS DE REVISIÓN DE ARTE
01	_____	_____	Revisión del tamaño con la proforma.
02	_____	_____	Revisión de los colores.
03	_____	_____	Revisión de fotos.
04	_____	_____	Revisión de textos.
05	_____	_____	Revisión de excesos.
06	_____	_____	Revisión de prueba de color (sherpa) con boceto del cliente.
07	_____	_____	Elaboración de dummy.
PUNTOS DE REVISIÓN SEGÚN TIPO DE TRABAJO:			
REVISTAS, CATALOGOS, LIBROS			
<i>Portada/Contraportada</i>			
08	_____	_____	Textos completos.
09	_____	_____	Titulos en posición correcta.
<i>Interiores</i>			
10	_____	_____	Revisión de contenido vs. interiores, e índice.
11	_____	_____	Armado de páginas.
12	_____	_____	Tamaño final.
13	_____	_____	Registro de cajas de texto y/o folios
14	_____	_____	Fuentes de textos correctos.
FOLIARES			
15	_____	_____	Indicar guías de dobléz.
16	_____	_____	Verificar el registro del tiro con el retiro.
TROQUELES			
17	_____	_____	Verificar si el troquel es nuevo o existente.
<i>Troquel nuevo</i>			
18	_____	_____	Elaboración de dummy.
19	_____	_____	Revisar pinzas del troquel.
20	_____	_____	Revisar excesos.
<i>Troquel existente</i>			
21	_____	_____	Comparar el tamaño y el exceso del archivo digital original con el archivo enviado por el cliente.
22	_____	_____	Elaboración de dummy.
CAMBIOS APLICADOS, SEGÚN BOCETO			
23	_____	_____	Se realizarán todos los cambios solicitados por el cliente.
INGRESO DE POST SCRIPT			
24	_____	_____	Revisión del boceto con la pantalla.
25	_____	_____	Aplicación de overprint (principalmente en textos negros).
26	_____	_____	Calculador de cobertura de tinta.
27	_____	_____	Reporte de Postop adjunto al ticket de trabajo.
IMPOSICIÓN			
28	_____	_____	Revisión del ticket.
29	_____	_____	Tamaño de páginas.
<i>Barra de calibración.</i>			
30	_____	_____	Guías de corte y registro.
31	_____	_____	Revisión de los bocetos con los negativos.
32	_____	_____	Revisión de los bocetos con las placas.

11''

La página 14 muestra el nuevo check list para uso interno del departamento de Arte. Contiene el logotipo de la empresa porque es una hoja membretada (especie de formulario).

Propuesta preliminar #1

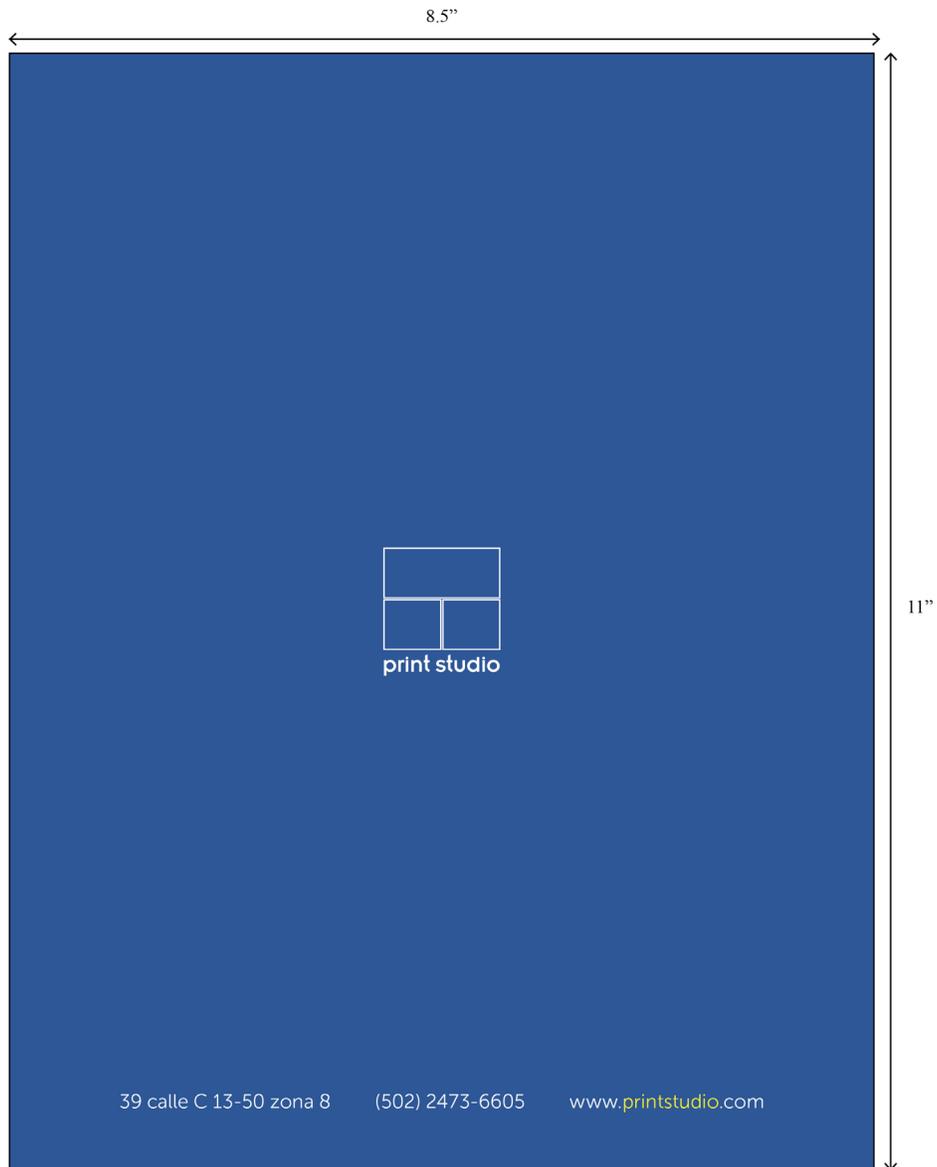
Página 15



La página 15 contiene un diseño a base de figuras geométricas para simular la tendencia del minimalismo (simple y limpio). Incluye dos fotografías que hacen referencia al tema del manual.

Propuesta preliminar #1

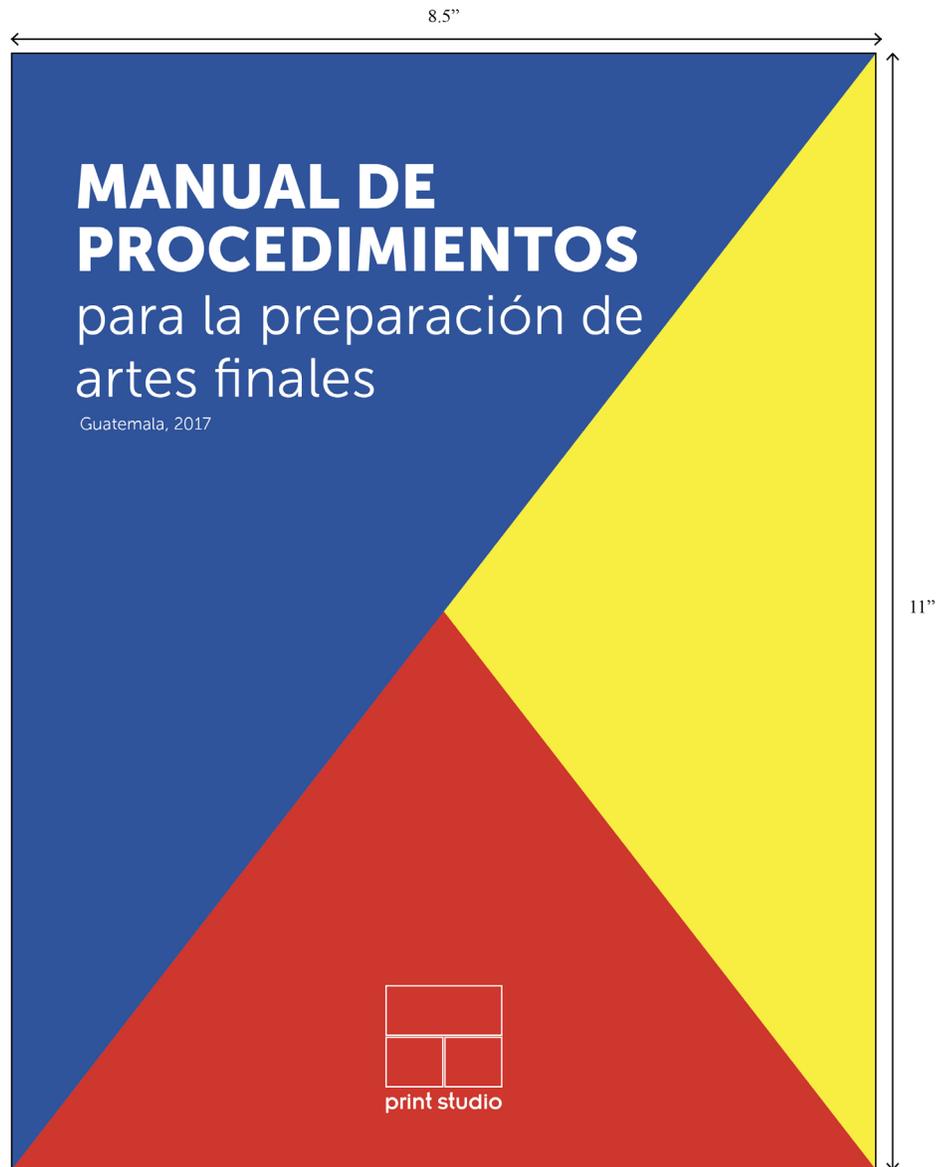
Contraportada



La contraportada muestra un diseño simple y limpio. Se utiliza un fondo liso, en conjunto con el logotipo en colores invertidos. La parte inferior, centrado, contiene los datos de la empresa como dirección, teléfono y página web.

Propuesta preliminar #2

Portada



La portada está basada en los 3 colores primarios que conforman al logotipo. Contiene un diseño a base de figuras geométricas para simular la tendencia del minimalismo (simple y limpio). La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** y Museo Sans Cyrll 300 para el título del manual. Incluye el logotipo de la empresa en invertido.

Propuesta preliminar #2

Página 2

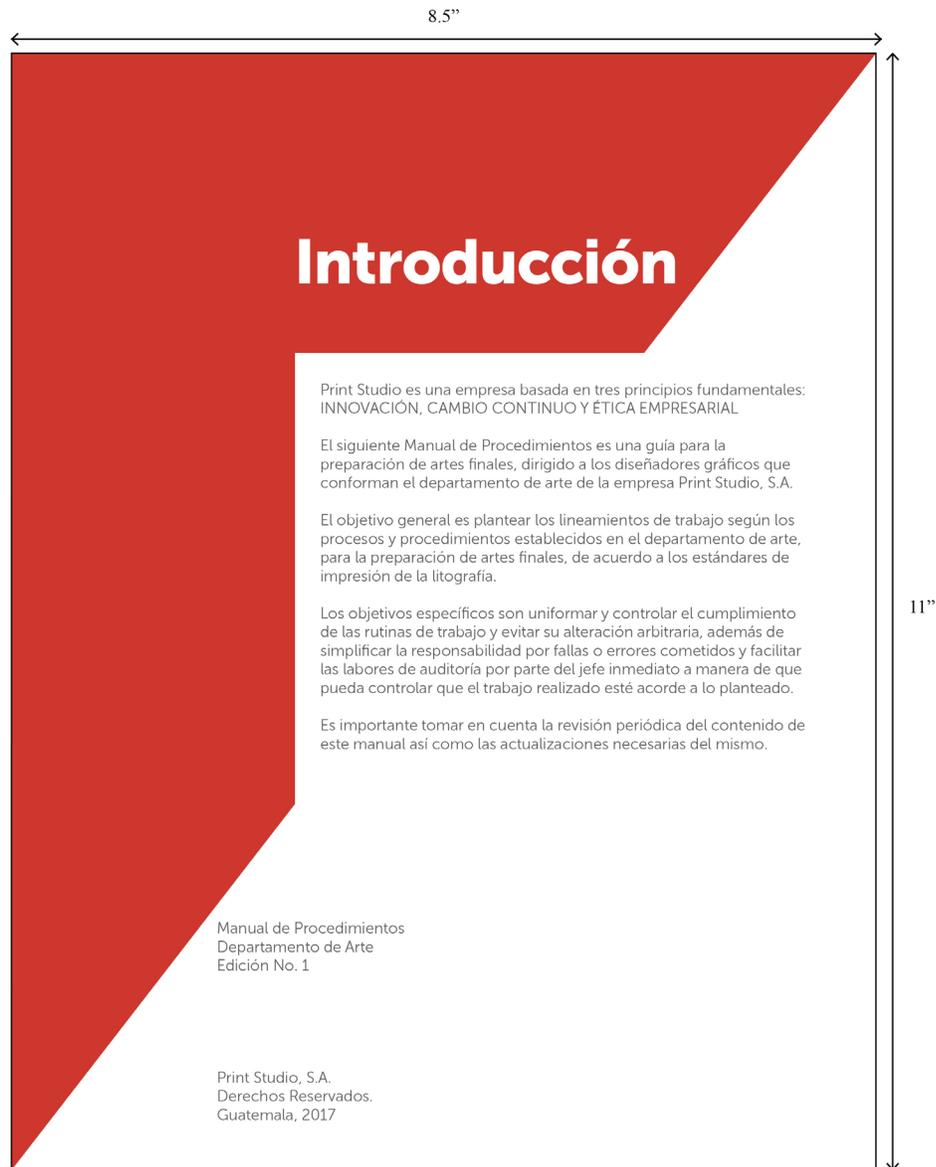


La página 2 contiene un diseño a base de figuras geométricas para mostrar la tendencia del minimalismo (simple y limpio). La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** para los textos y se usa una fotografía que simula a un cliente satisfecho.

The page features a blue background with a white diagonal shape on the right side. At the bottom, there are several gear illustrations in various shades of blue and grey. The table of contents is positioned in the white area.

ÍNDICE de contenido	
Introducción	4
Bienvenido al TOQUE PRINT	5
Recepción de artes - cliente -	6
Pasos para verificación de artes	7
Pasos para aprobación de artes - cliente -	10
Pasos para envío de artes - pre prensa -	12
Check list de procedimientos	14

La página 3 contiene el índice de contenido del manual. Muestra un diseño a base de figuras geométricas y hace uso de vectores al mostrar engranajes que simulan los procesos (tema principal del manual). La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** y Museo Sans Cyril 300 para los textos.



La página 4 contiene la introducción del manual. Muestra una diagramación a base de figuras geométricas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyril 900** para el título y Museo Sans Cyril 300 para el cuerpo del texto.

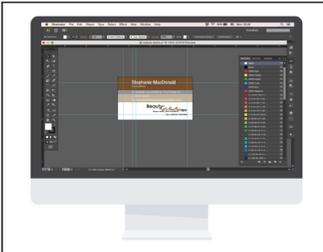


La página 5 contiene la bienvenida al Toque Print. Muestra una diagramación a base de figuras geométricas y hace uso de una fotografía (guía de pantone) en referencia al tema de impresión. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** para el título y Museo Sans Cyrll 300 para el cuerpo del texto.

8.5"

RECEPCIÓN DE artes - cliente -

PASO 1



Verificar en pantalla, que el archivo enviado por el cliente, esté según proforma ingresada por el asesor de ventas.

Si el archivo no coincide con lo cotizado, notificar al asesor de ventas para que le indique al cliente que envíe el arte nuevamente.

NOTA: Los artes pueden ser enviados en formato PDF (de alta resolución), editables en los programas de Adobe Illustrator y Adobe InDesign.

PASO 2



Si el archivo está de acuerdo a lo cotizado, se procede a trabajar y a verificar lo que se detalla a continuación.

6 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

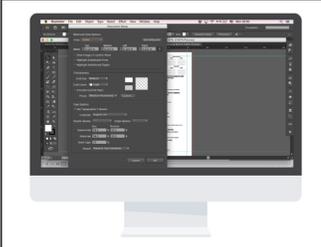
11"

La página 6 muestra el comienzo de la explicación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** para el título y Museo Sans Cyrll 300 para el cuerpo del texto.

8.5"

PASOS PARA verificación de artes

PASO
1



Verificar en los artes los siguientes aspectos:

1. Tamaño de página.
2. Excesos.
3. Fotografías (resolución, espacio de color CMYK, escala de grises (cuando aplique)).

★ Si los artes fueron enviados en editable, se utilizan los programas en los que fue trabajado.

★ Si los artes fueron enviados en PDF se utiliza la herramienta de Enfocus Pitstop.

PASO
2



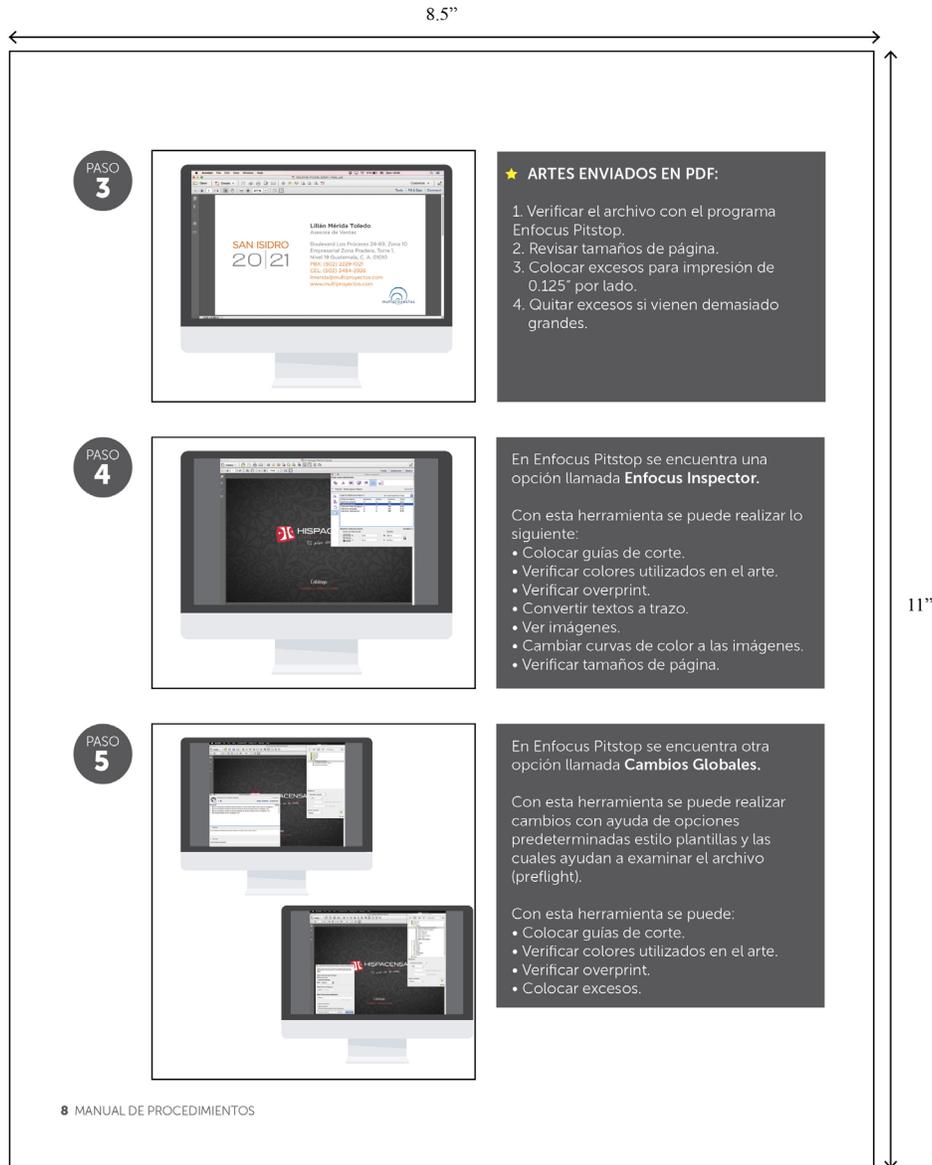
★ **ARTES ENVIADOS EN EDITABLE:**

1. Colocar excesos para impresión de 0.125" por lado.
2. Colocarle guías de corte.
3. Verificar que el archivo este en el espacio de color CMYK.
4. Verificar que las fotografías estén en CMYK.
5. Verificar que los textos negros estén al 100% (solo en el canal del negro).
6. Verificar overprint (este se coloca solamente cuando el color negro de textos o elementos esté sobre algún otro color).
7. Posterior a lo anterior, convertir el documento a PDF para realizarle una última verificación en Enfocus Pitstop.

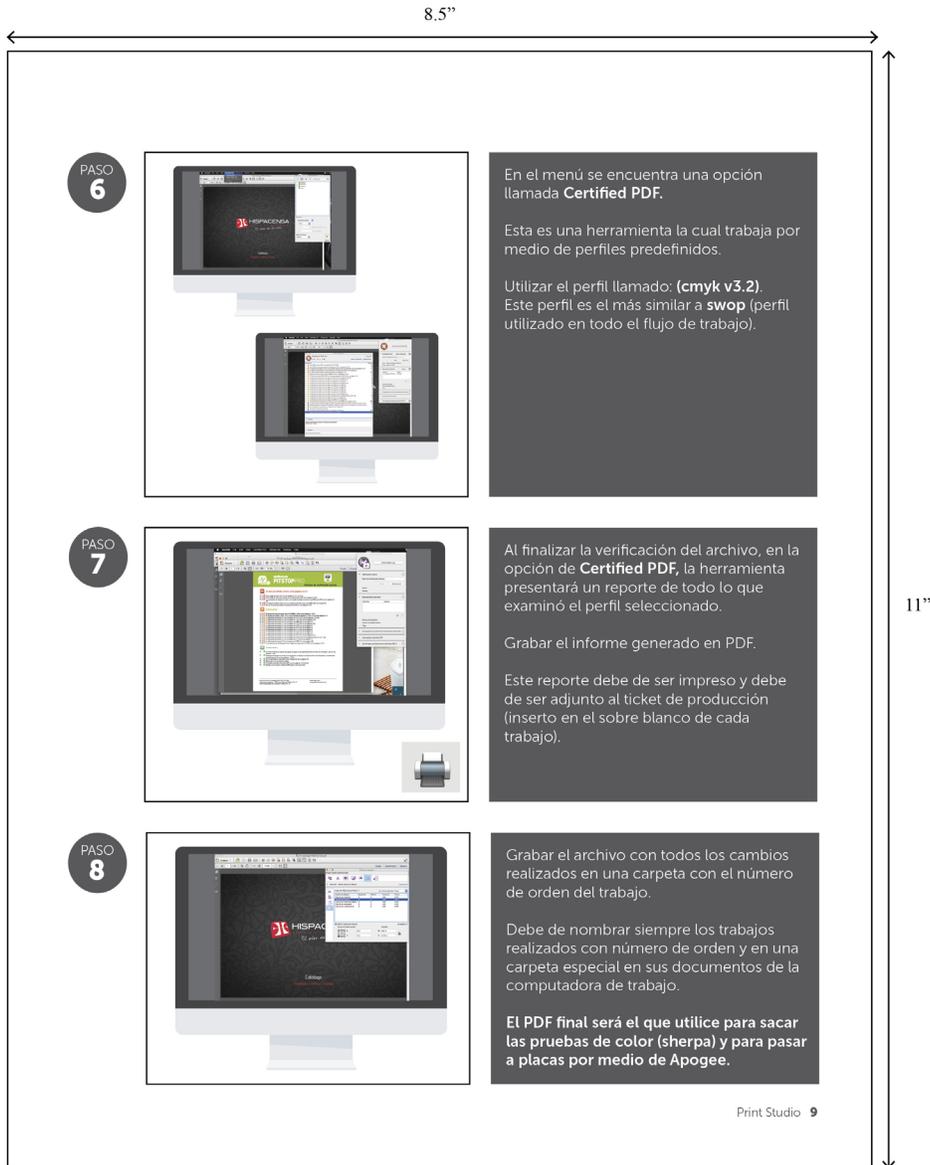
Print Studio 7

11"

La página 7 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** para el título y Museo Sans Cyrll 300 para el cuerpo del texto.



La página 8 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es Museo Sans Cyr1 300 para el cuerpo del texto.



La página 9 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es Museo Sans Cyr1 300 para el cuerpo del texto.

8.5"

PASOS PARA aprobación de artes - cliente -

PASO 1



Colocar el archivo **PDF** final, dentro del programa de Apogee, para realizar los montajes respectivos y así poder imprimir las pruebas de color (sherpa) que se le enviarán al cliente para aprobación.

PASO 2



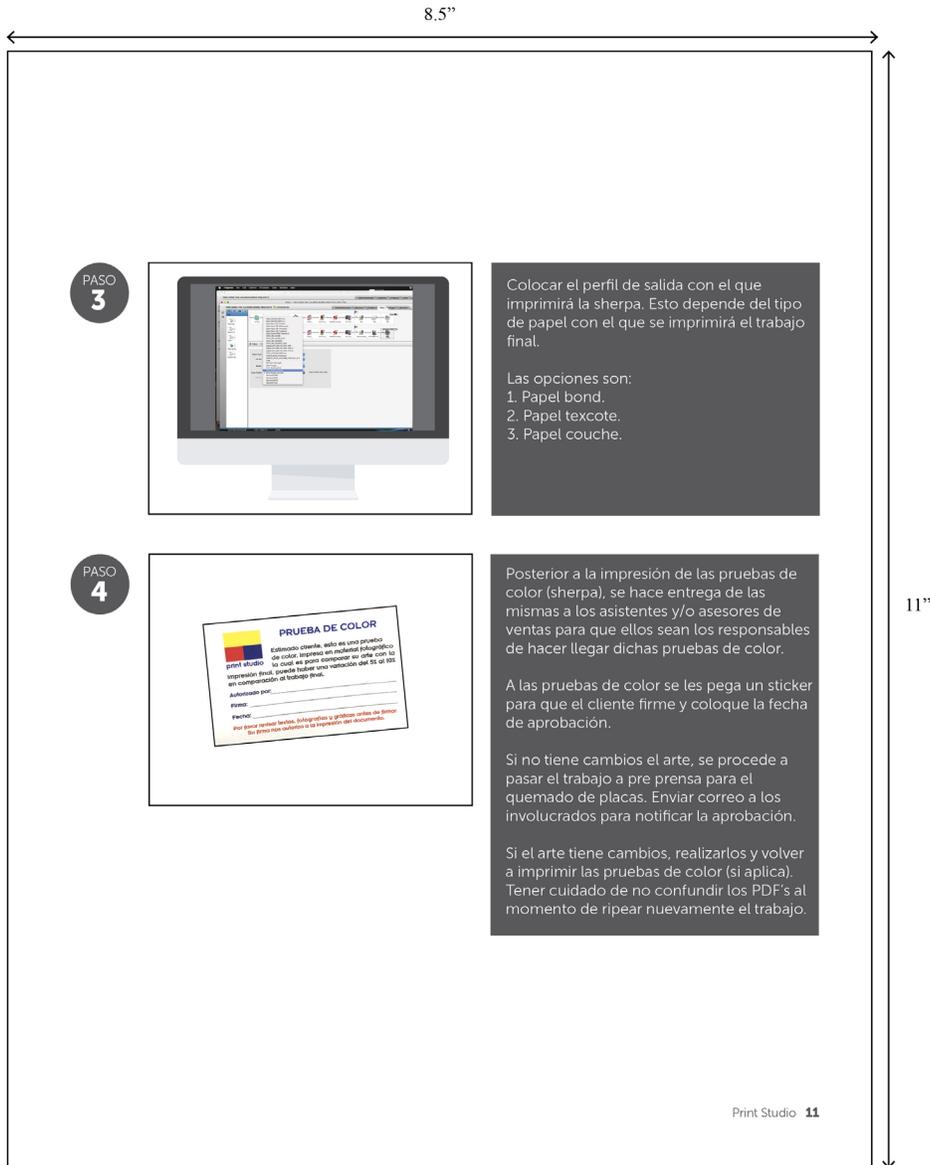
Colocar la opción que se muestra en la imagen de la izquierda, la cual indica que la sherpa realizará el trabajo más rápido porque imprimirá con doble pasada.

NOTA: Colocar siempre que se impriman pruebas de color.

10 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

11"

La página 10 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** para el título y Museo Sans Cyrll 300 para el cuerpo del texto.

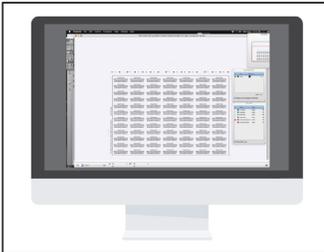


La página 11 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es Museo Sans Cyr1 300 para el cuerpo del texto.

8.5"

PASOS PARA envío de artes - pre prensa -

PASO
1



Realizar las plantillas correspondientes a los montajes deseados, según el trabajo lo requiera.

En el cuarto de pre prensa está ubicada la computadora en donde debe de realizar dichas plantillas.

Tomar en cuenta lo siguiente:

1. Marcas de registro.
2. Tamaños de placas.
3. Compaginación de páginas.
4. Barra de color (parte superior del pliego de impresión).

PASO
2



Utilizar el mismo archivo **PDF** final, que se utilizó para imprimir las pruebas de color (sherpa) para enviar el montaje a pre prensa para el quemado de placas.

12 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

11"

La página 12 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es **Museo Sans Cyrll 900** para el título y Museo Sans Cyrll 300 para el cuerpo del texto.



La página 13 muestra la continuación del flujo de los procedimientos a seguir. La diagramación es a dos columnas. La tipografía utilizada es Museo Sans Cyril 300 para el cuerpo del texto.

8.5''

CHECK LIST

de procedimientos



Check List
ARTE
PRE PRENSA

No. de orden: _____

No. de presupuesto: _____

Nombre del trabajo: _____

Diseñador gráfico: _____

NEGATIVOS

Inicio _____

Final _____

		ARTE		PLACAS	
		Inicio	Final	Inicio	Final

La revisión consiste en comparar y comprobar el resultado final con la prueba de color (sherpa), el boceto del cliente y los cambios solicitados

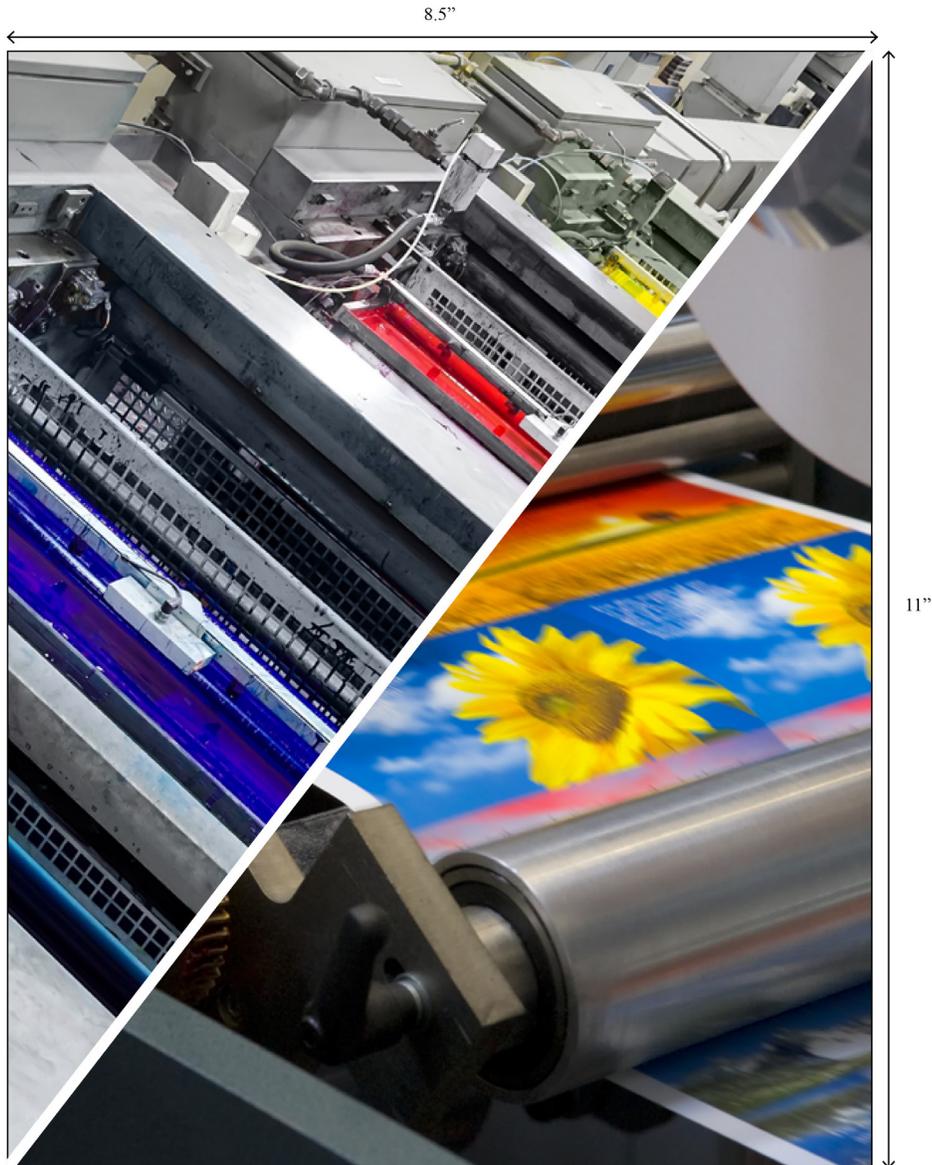
SI	NO	N/A		PUNTOS DE REVISIÓN DE ARTE					
01	_____	_____	_____	Revisión del tamaño con la proforma.					
02	_____	_____	_____	Revisión de los colores.					
03	_____	_____	_____	Revisión de fotos.					
04	_____	_____	_____	Revisión de textos.					
05	_____	_____	_____	Revisión de excesos.					
06	_____	_____	_____	Revisión de prueba de color (sherpa) con boceto del cliente.					
07	_____	_____	_____	Elaboración de dummy.					
				PUNTOS DE REVISIÓN SEGÚN TIPO DE TRABAJO:					
				REVISTAS, CATALOGOS, LIBROS					
				Portada/Contraportada					
08	_____	_____	_____	Textos completos.					
09	_____	_____	_____	Títulos en posición correcta.					
				<i>Interiores</i>					
10	_____	_____	_____	Revisión de contenido vs. interiores, e índice.					
11	_____	_____	_____	Armado de páginas.					
12	_____	_____	_____	Tamaño final.					
13	_____	_____	_____	Registro de cajas de texto y/o folios					
14	_____	_____	_____	Fuentes de textos correctos.					
				FOLIARES					
15	_____	_____	_____	Indicar guías de doblez.					
16	_____	_____	_____	Verificar el registro del tiro con el retiro.					
				TROQUELES					
17	_____	_____	_____	Verificar si el troquel es nuevo o existente.					
				Troquel nuevo					
18	_____	_____	_____	Elaboración de dummy.					
19	_____	_____	_____	Revisar pinzas del troquel.					
20	_____	_____	_____	Revisar excesos.					
				Troquel existente					
21	_____	_____	_____	Comparar el tamaño y el exceso del archivo digital original con el archivo enviado por el cliente.					
22	_____	_____	_____	Elaboración de dummy.					
				CAMBIOS APLICADOS, SEGÚN BOCETO					
23	_____	_____	_____	Se realizarán todos los cambios solicitados por el cliente.					
				INGRESO DE POST SCRIPT					
24	_____	_____	_____	Revisión del boceto con la pantalla.					
25	_____	_____	_____	Aplicación de overprint (principalmente en textos negros).					
26	_____	_____	_____	Calculador de cobertura de tinta.					
27	_____	_____	_____	Reporte de Pistop adjunto al ticket de trabajo.					
				IMPOSICIÓN					
28	_____	_____	_____	Revisión del ticket.					
29	_____	_____	_____	Tamaño de páginas.					
30	_____	_____	_____	Barra de calibración.					
31	_____	_____	_____	Guías de corte y registro.					
32	_____	_____	_____	Revisión de los bocetos con los negativos.					
				Revisión de los bocetos con las placas.					

11''

La página 14 muestra el nuevo check list para uso interno del departamento de Arte. Contiene el logotipo de la empresa porque es una hoja membretada (especie de formulario).

Propuesta preliminar #2

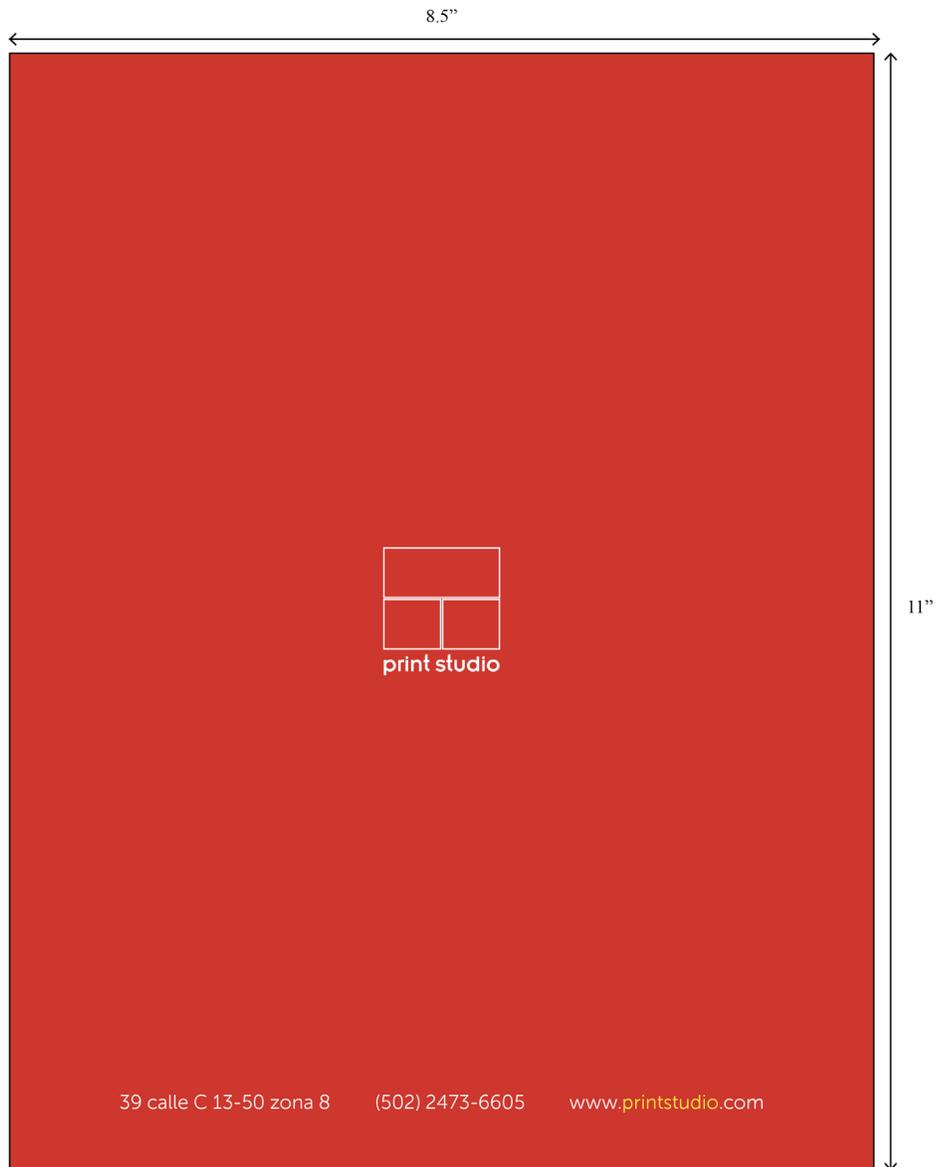
Página 15



La página 15 contiene un diseño a base de figuras geométricas para simular la tendencia del minimalismo (simple y limpio). Incluye dos fotografías que hacen referencia al tema del manual.

Propuesta preliminar #2

Página 16



La contraportada muestra un diseño simple y limpio. Se utiliza un fondo liso, en conjunto con el logotipo en colores invertidos. La parte inferior, centrado, contiene los datos de la empresa como dirección, teléfono y página web.

Luego de concluido el diseño y propuestas preliminares del manual para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales, es sometido a una validación técnica para determinar si los objetivos propuestos se han cumplido, para lo que se recurrió a la presentación de las dos propuestas al cliente, con la finalidad de conocer su opinión evaluativa del contenido.

El gerente general de la empresa Print Studio, S.A. dictaminó favorable la propuesta No. 1, que considera es la mejor opción en cuanto a contenido, diseño y diagramación del manual.

CAPÍTULO 8



VALIDACIÓN TÉCNICA

8.1 Población y muestreo

8.2 Método e instrumentos

8.3 Resultados e interpretación
de resultados

8.4 Cambios en base a los resultados

Capítulo VIII: Validación técnica

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuanti y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño, para dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuestas dicotómicas y escala de Likert que se aplicará al cliente, al grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Para validar el manual de procedimientos se tomarán en cuenta 3 grupos, teniendo una población total de 10 personas encuestadas, distribuidas de la siguiente manera:

8.1.1 Cliente: 1 persona (representante de la Junta Directiva de Print Studio, S.A.)

1. Nombre: Ing. José Alfonso Fahsen Bouscayrol

Profesión: Ingeniero Mecánico Industrial

Puesto: Gerente General

8.1.2 Grupo Objetivo: 4 personas (personas que conforman al departamento de Arte de la empresa y a las que va dirigido el manual de procedimientos).

Edades: entre los 30 y 44 años

Técnicos en artes finales y Diseño Gráfico / Licda. en Administración de Empresas

2. Nombre: Licda. Lucy Sánchez

Profesión: Licenciada en Administración de Empresas

Puesto: Gerente de Operaciones Comerciales y Encargada del Departamento de Arte de Print Studio, S.A.

3. Nombre: Yeremi Plaza Mazariegos
Profesión: Técnico en Diseño Gráfico
Puesto: Diseñador Gráfico y Arte Finalista (1)
4. Nombre: Edwin Joel Cabrera Vicente
Profesión: Técnico en Diseño Gráfico
Puesto: Diseñador Gráfico y Arte Finalista (2)
5. Nombre: Queni Absai López Fuentes
Profesión: Técnico en Diseño Gráfico
Puesto: Diseñador Gráfico y Arte Finalista (3)

8.1.3 Expertos: 5 personas (especialistas en el área de comunicación y diseño, quienes poseen el conocimiento necesario para analizar el diseño y diagramación del manual).

Edades: entre los 36 y 55 años

Profesionales del Diseño y Mercadeo, catedráticos universitarios.

1. Nombre: Licda. Lourdes Donis
Profesión: Licenciada en Comunicación
Puesto: Docente
2. Nombre: Lic. Carlos Enrique Franco Roldán
Profesión: Licenciado en Comunicación para la Educación
Puesto: Docente
3. Nombre: Licda. Wendy Franco
Profesión: Licenciada en Comunicación para la Educación
Puesto: Docente y Coordinadora Académica

4. Nombre: Licda. Hanna Claudia Godoy Cobar

Profesión: Licenciada en Diseño Gráfico

Puesto: Diseñadora Gráfica (freelance)

5. Nombre: Licda. Rosario Zea

Profesión: Licenciada en Marketing y Maestría en Marketing

Puesto: Coordinadora de Marketing de Print Studio, S.A.

8.2 Método e instrumentos

Para la validación del proyecto es necesario un instrumento investigativo que permita dar un dato claro en cuanto a la funcionalidad del proyecto hacia el grupo objetivo.

Para ello se utilizó una encuesta, que consta de 15 preguntas con respuestas dicotómicas y escala de Likert, que se aplicó a los diferentes grupos (cliente, grupo objetivo y expertos). Ésta contiene tres partes:

- Parte objetiva:

Esta parte cuenta con 5 preguntas con respuestas dicotómicas, que están basadas en los objetivos generales y específicos planteados al inicio.

- Parte semiológica:

Está conformada por 6 preguntas realizadas en escala de Likert que tienen como finalidad evaluar los elementos de diseño y responder a las preguntas en base a la estructura, colores, imágenes, diagramación, tipografía y formato que posee el manual.

- Parte operativa:

Esta parte consta de 4 preguntas realizadas en escala de Likert, que evalúa principalmente la funcionalidad y utilidad del manual de procedimientos.

8.2.1 El instrumento utilizado para la encuesta es el siguiente:



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

Género: Femenino: Masculino: Edad:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil: Experto: Cliente: Grupo Objetivo:

Encuesta de Validación del Proyecto

DISEÑO DE MANUAL IMPRESO PARA ESTABLECER LOS PROCEDIMIENTOS QUE DEBEN DE SEGUIR LOS DISEÑADORES GRÁFICOS EN LA PREPARACIÓN DE ARTES FINALES.
PRINT STUDIO, S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.

Antecedentes:

Print Studio S.A. es una empresa dedicada a las artes gráficas desde el año 1993. Ofrece diversos servicios tales como diseño gráfico, pruebas de color, pre-prensa, impresión litográfica, impresión offset digital y variedad de acabados de post-prensa. Su principal enfoque es brindar calidad, tiempo y servicio por medio de un gran equipo de trabajadores eficientes y de tecnología avanzada.

Actualmente la empresa no cuenta con un manual impreso que oriente los procedimientos que deben de seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe la propuesta del manual impreso y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios asignados.

PARTE OBJETIVA:

1) ¿Considera usted necesario el diseño de un manual impreso para establecer los procedimientos que deben de seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales, de la empresa Print Studio, S.A.?

SI

NO

2) ¿Considera usted que es importante investigar información acerca del contenido que deben incluir las guías para la preparación de artes finales de las litografías, para así establecer el contenido del proyecto a realizar?

SI

NO

3) ¿Considera usted que sea importante el recopilar la información acerca de los procedimientos para preparar artes finales que actualmente se utilizan en Print Studio, S.A.?

SI

NO

4) ¿Considera usted importante ilustrar el contenido que represente cada uno de los pasos que se deben de seguir para la preparación de artes finales en la empresa Print Studio, S.A.?

SI

NO

5) ¿Considera necesario realizar una versión digital del manual impreso, para hacer llegar de manera virtual el contenido del manual de procedimientos propuesto?

SI

NO

PARTE SEMIOLÓGICA:

6) ¿Considero que los colores utilizados en la portada y contraportada son?

Muy corporativos

Poco corporativos

Nada corporativos

7) ¿Considera que la tipografía utilizada en el cuerpo del manual es?

Muy legible

Legible

Poco legible

8) Según su criterio, ¿La diagramación utilizada en el manual es?

Muy adecuada

Adecuada

Poco adecuada

9) ¿Considera que la tipografía utilizada en los titulares del manual transmite?

Mucha seriedad

Seriedad

Poca Seriedad

10) Según su criterio, ¿Las imágenes utilizadas dentro del manual, en las diferentes secciones de pasos a seguir?

Ejemplifican el texto

Confunden el texto

No explican nada

11) ¿Considera que los colores utilizados en el diseño del manual son apropiados en relación a la empresa Print Studio, S.A.?

Apropiado

Poco apropiado

Nada apropiado

PARTE OPERATIVA:

12) ¿Considera que el tamaño (8.5" x 11") del manual es?

Muy funcional

Funcional

Poco funcional

13) ¿Considera que el manual de procedimientos guiará a los diseñadores gráficos, del departamento de arte de la empresa, para el uso debido?

Mucho

Poco

Nada

14) ¿Considera que la cantidad de hojas que contienen el manual de procedimientos es adecuada?

Mucho

Muy medianamente

Poco

15) ¿Considera que los elementos gráficos del manual poseen medidas apropiadas para su funcionalidad?

Mucho

Muy medianamente

Poco

Observaciones:

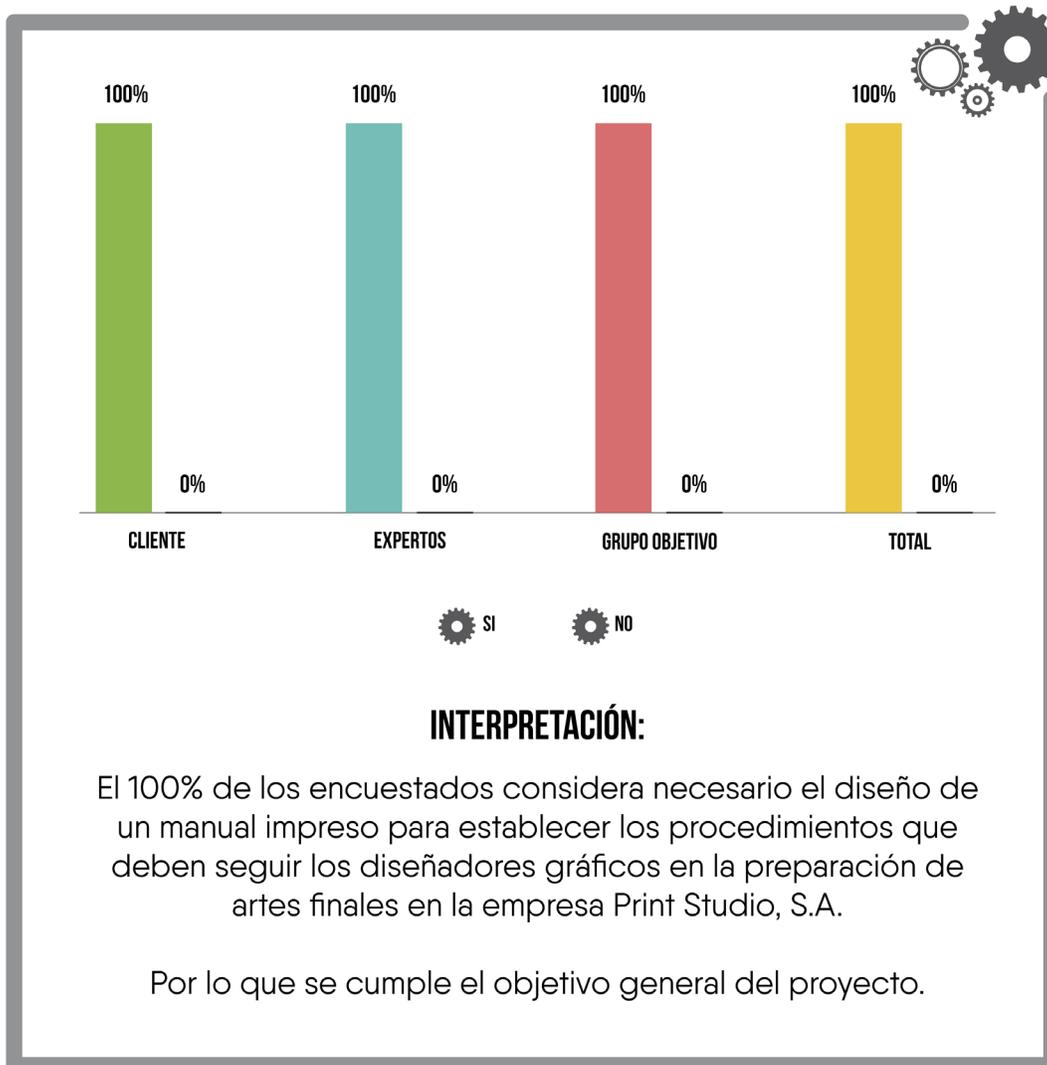
Gracias por su colaboración

8.3 Resultados e interpretación de resultados

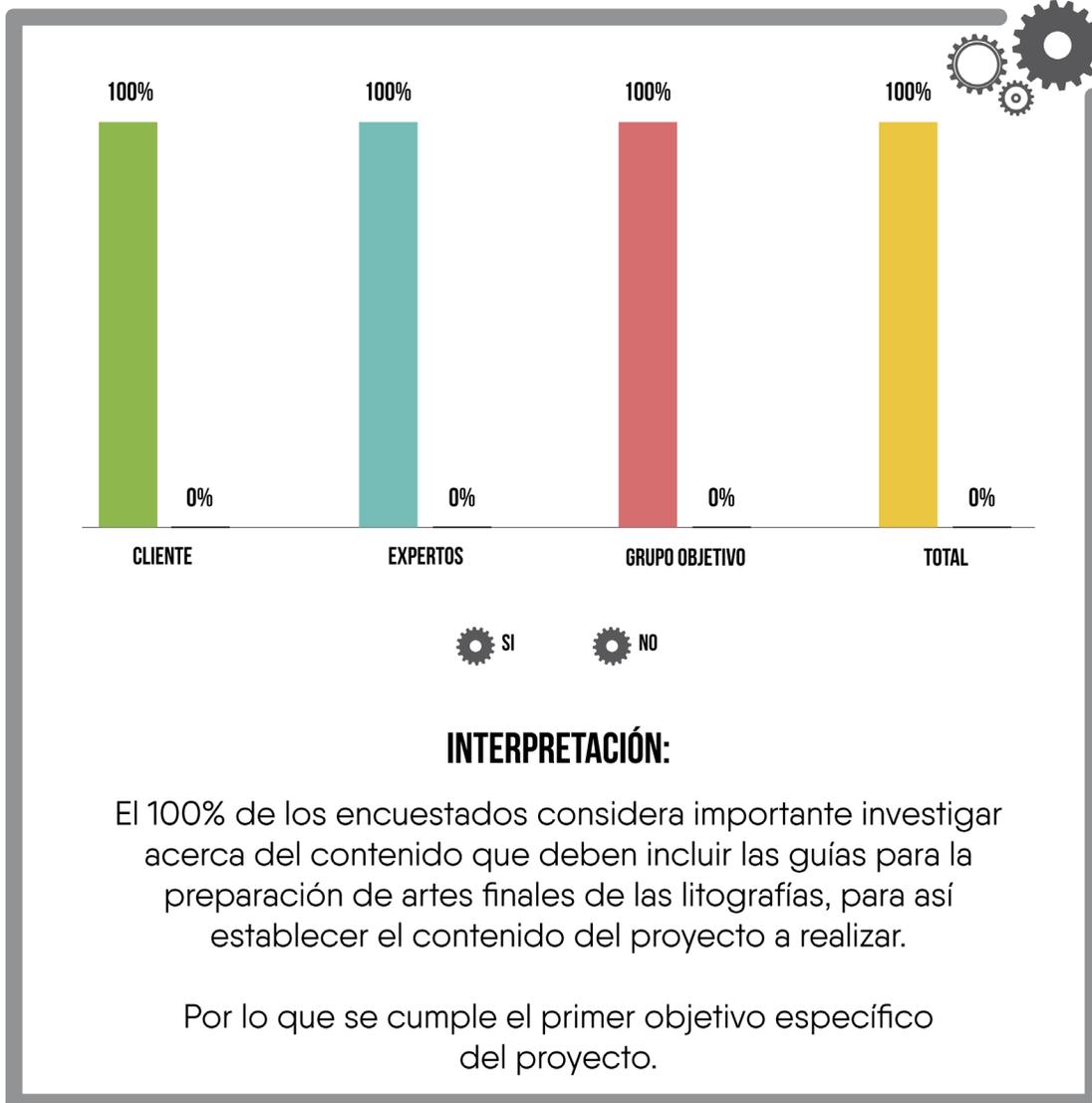
A continuación se presentan las gráficas de los resultados de cada una de las preguntas realizadas en la encuesta.

8.3.1 Parte Objetiva

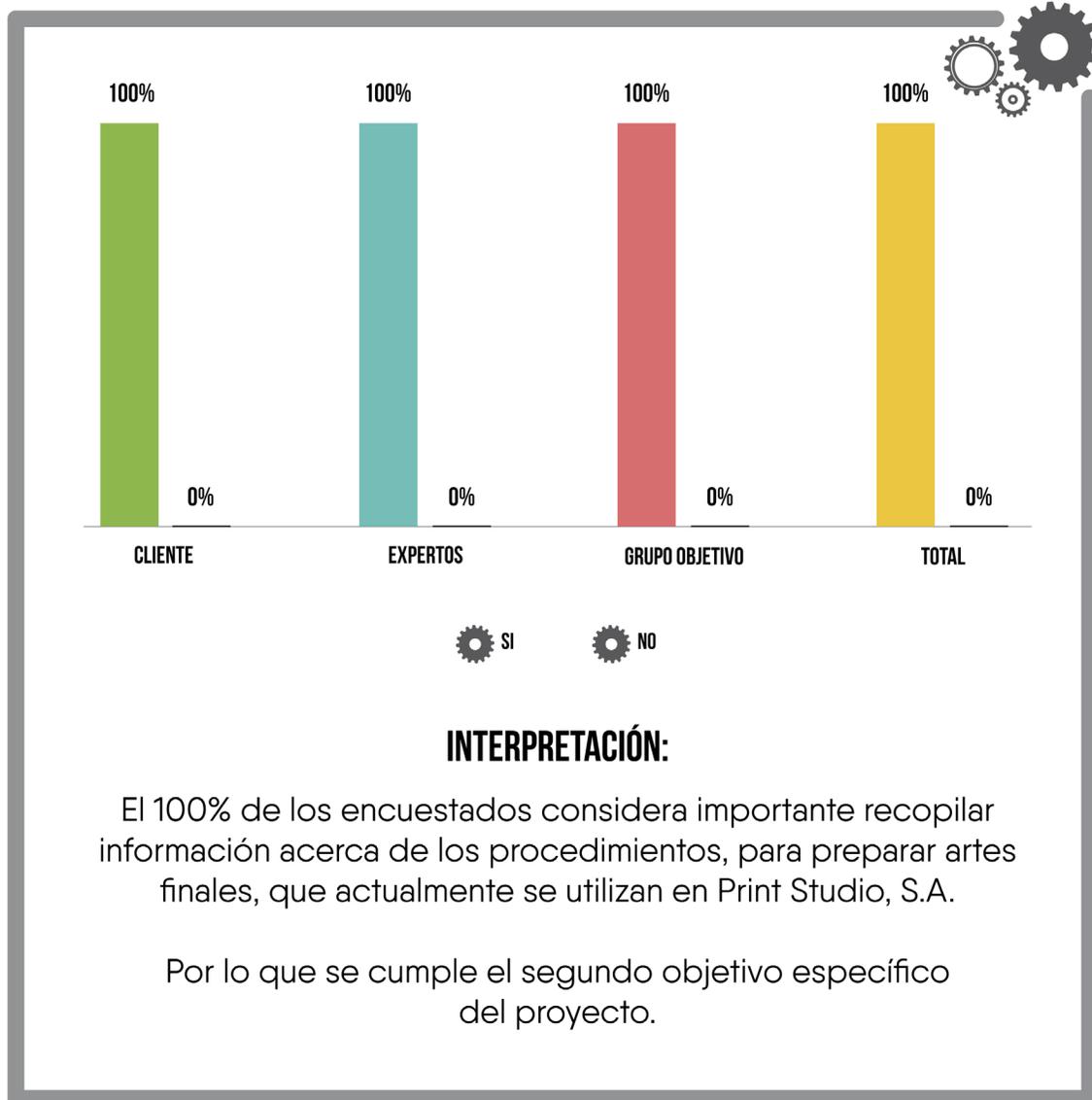
1. ¿Considera usted necesario el diseño de un manual para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales, de la empresa Print Studio, S.A.?



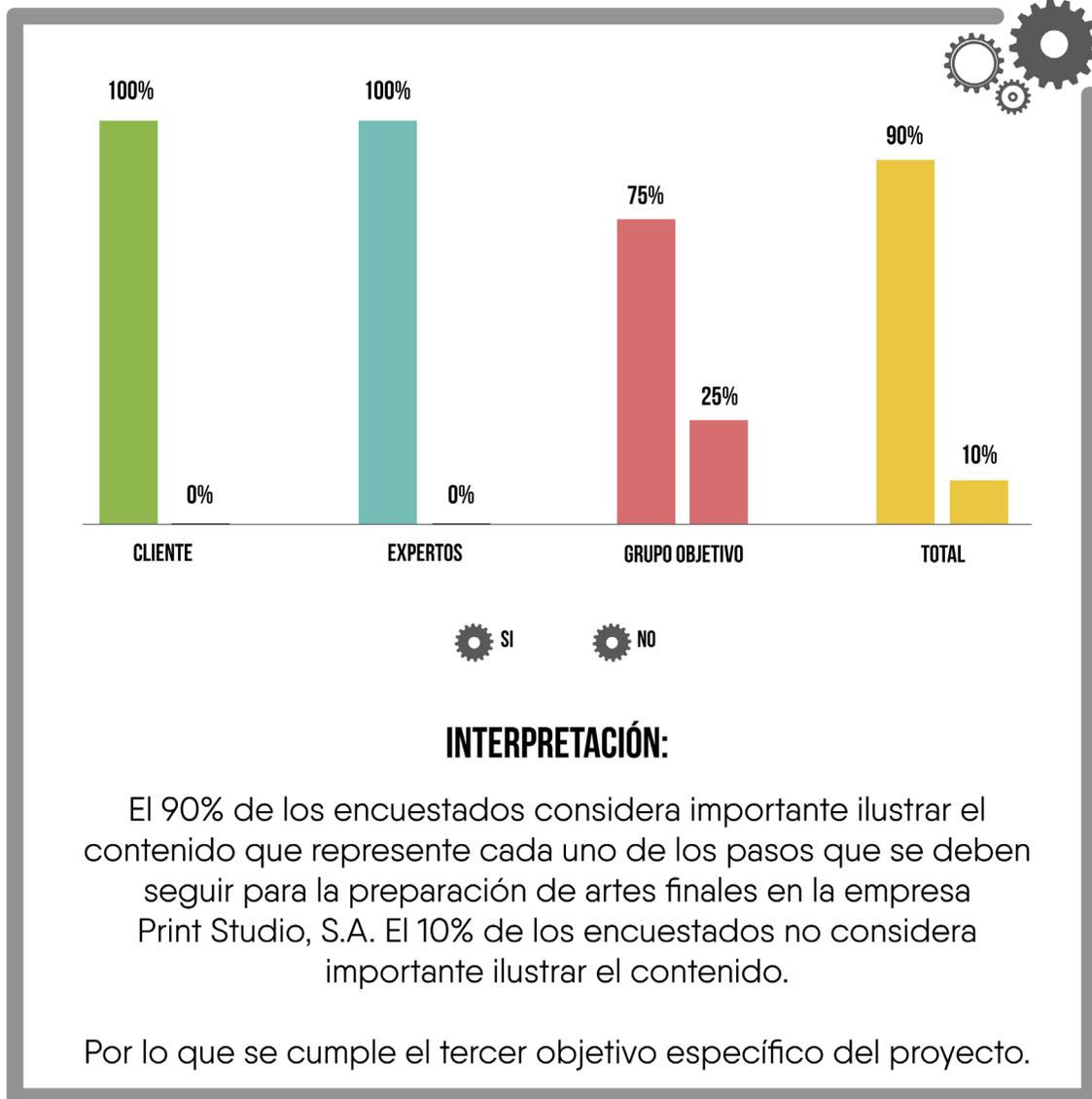
2. ¿Considera usted que es importante investigar información acerca del contenido que deben incluir las guías para la preparación de artes finales de las litografías, para así establecer el contenido del proyecto a realizar?



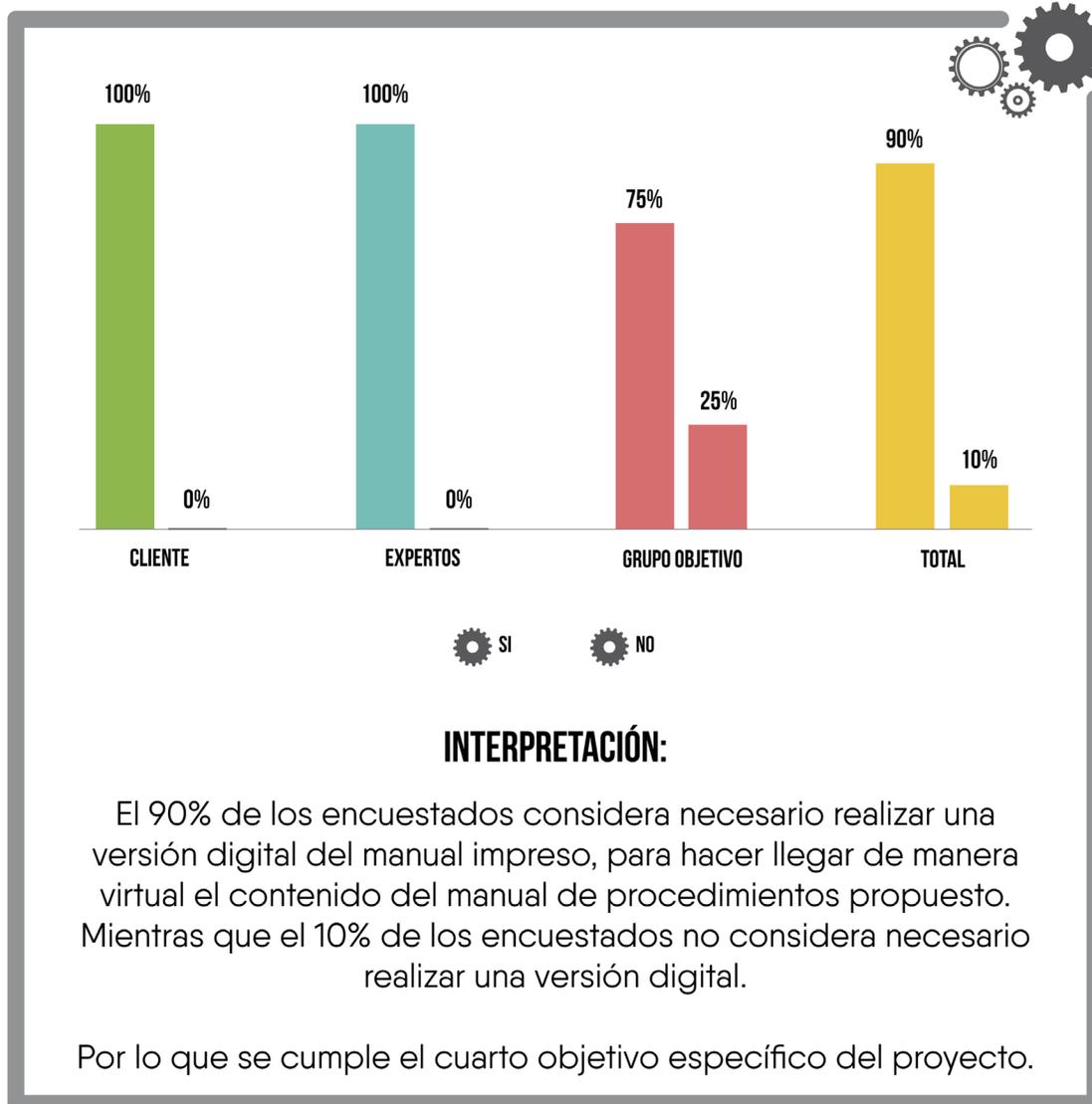
3. ¿Considera usted que sea importante recopilar información acerca de los procedimientos para preparar artes finales que actualmente se utilizan en Print Studio, S.A.?



4. ¿Considera usted importante ilustrar el contenido que represente cada uno de los pasos que se deben seguir para la preparación de artes finales en la empresa Print Studio, S.A.?

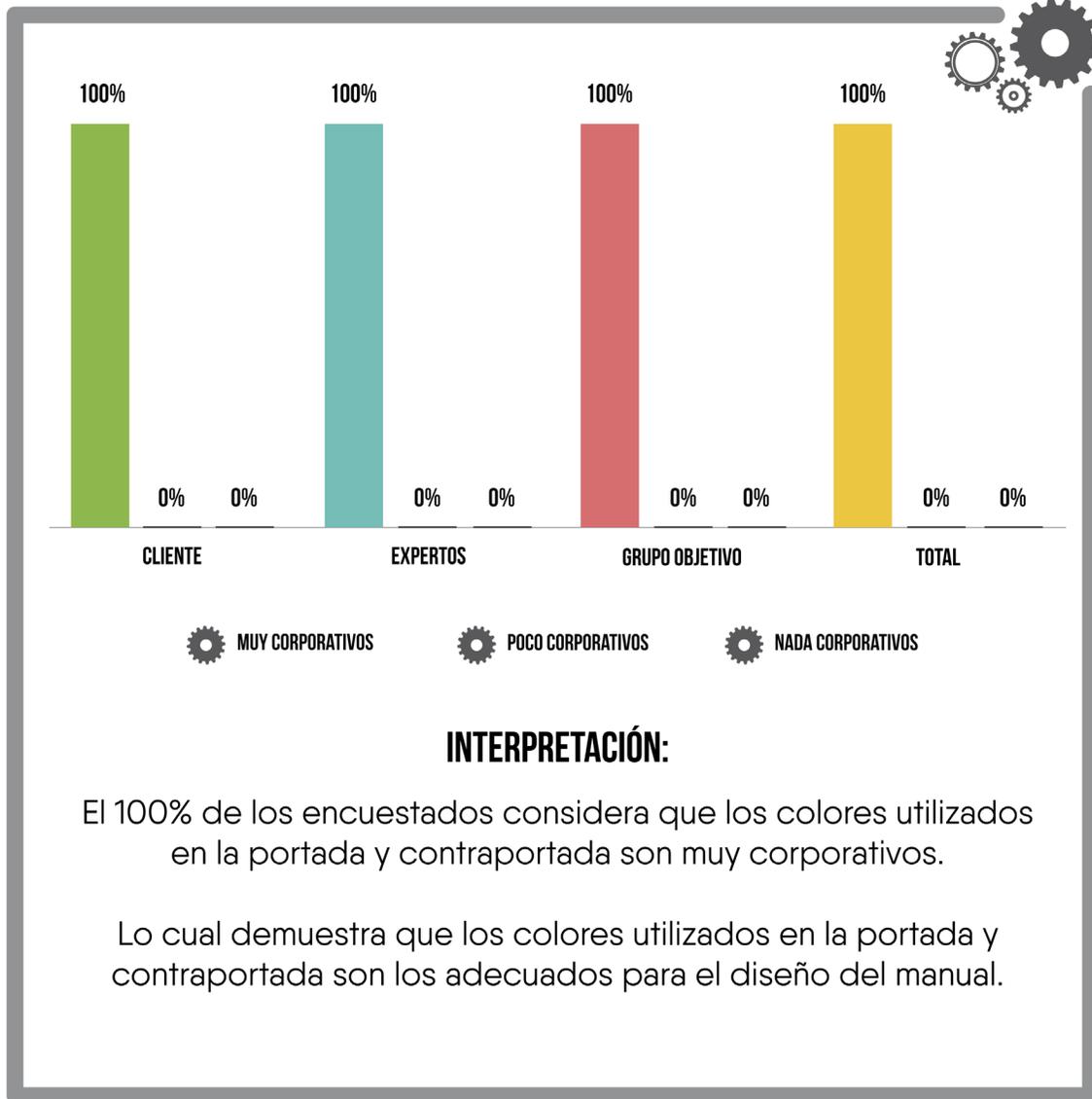


5. ¿Considera necesario realizar una versión digital del manual impreso, para hacer llegar de manera virtual el contenido del manual de procedimientos propuesto?

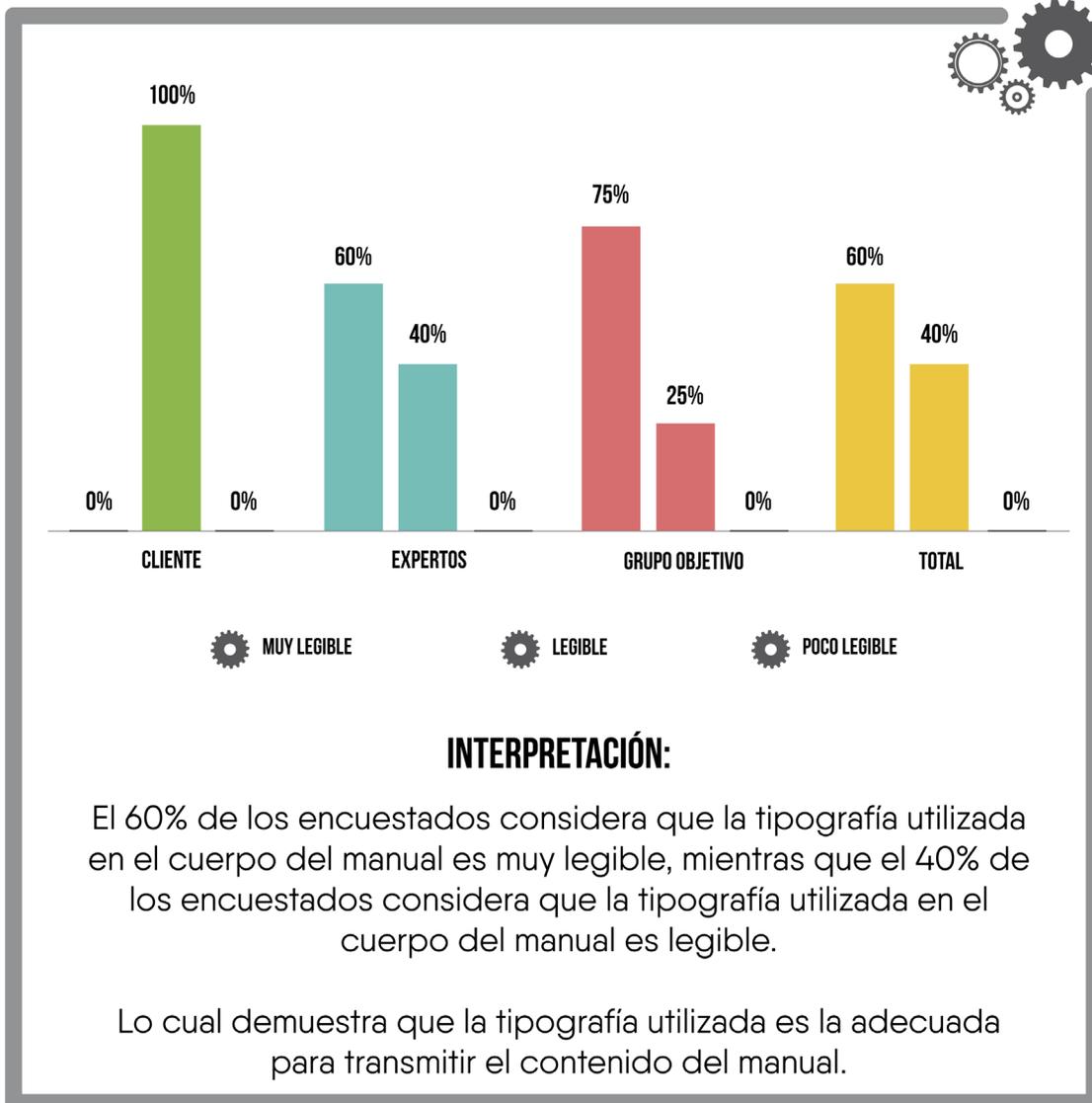


8.3.2 Parte Semiológica:

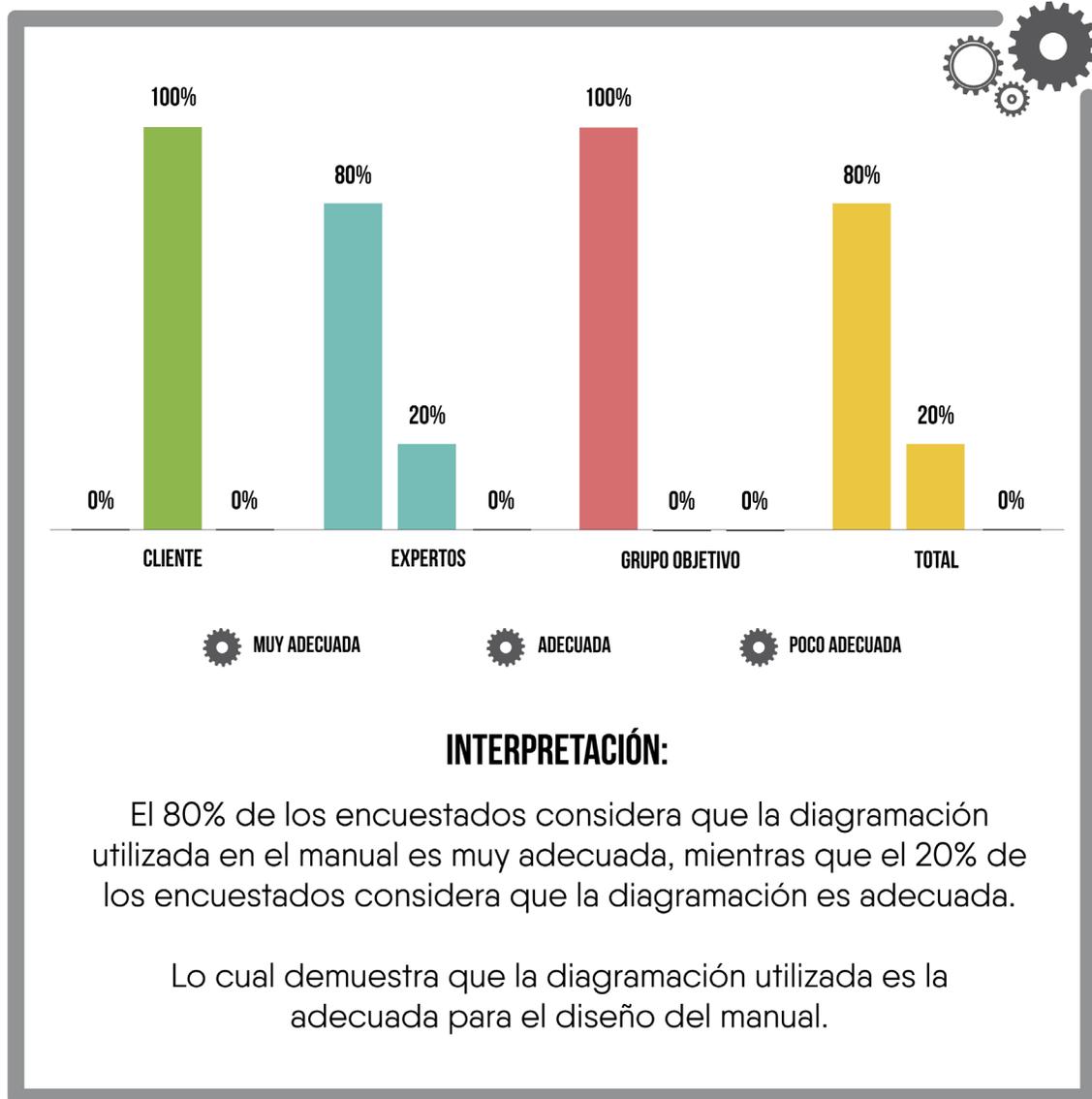
6. ¿Considera que los colores utilizados en la portada y contraportada son?



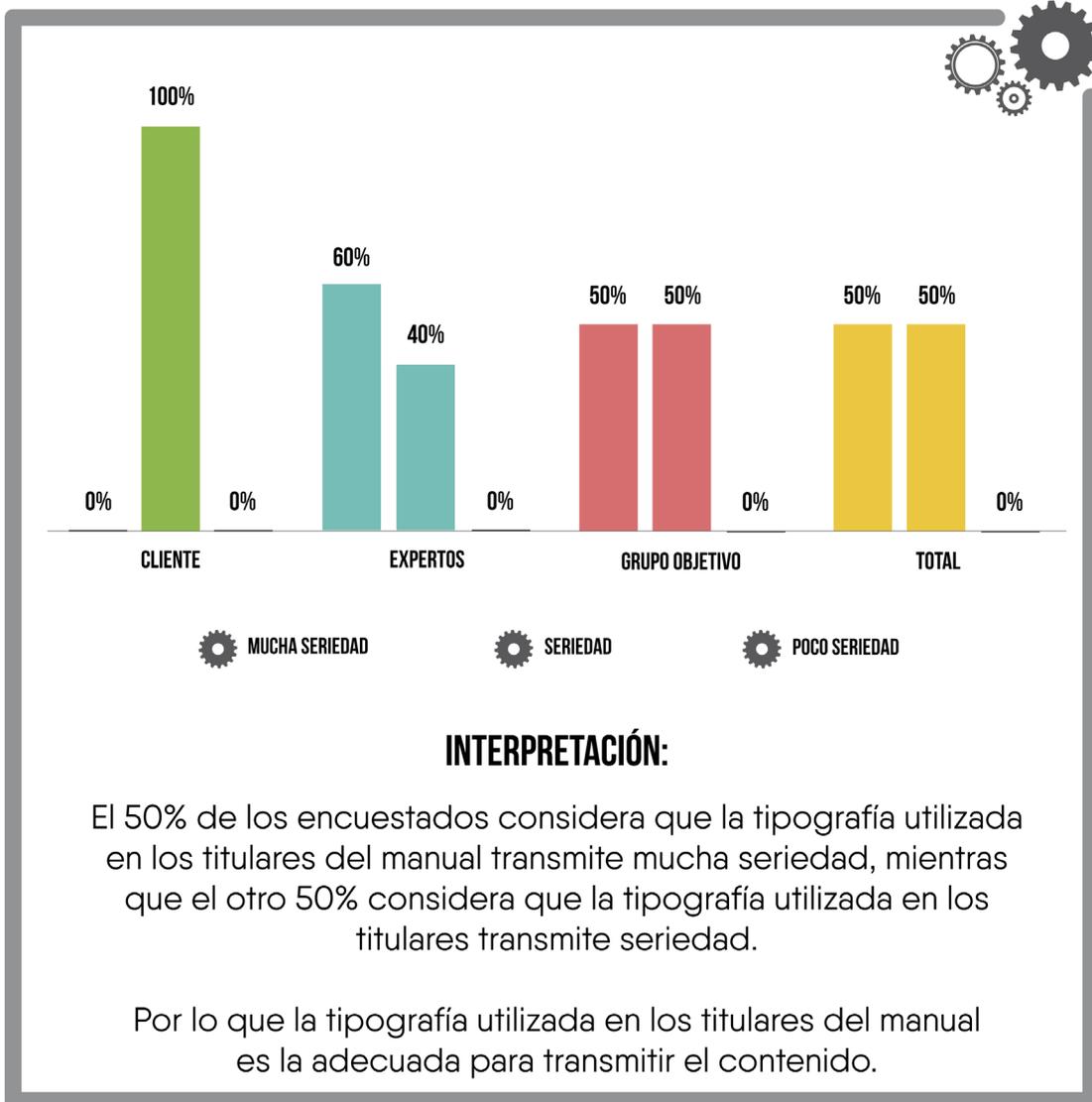
7. ¿Considera que la tipografía utilizada en el cuerpo del manual es?



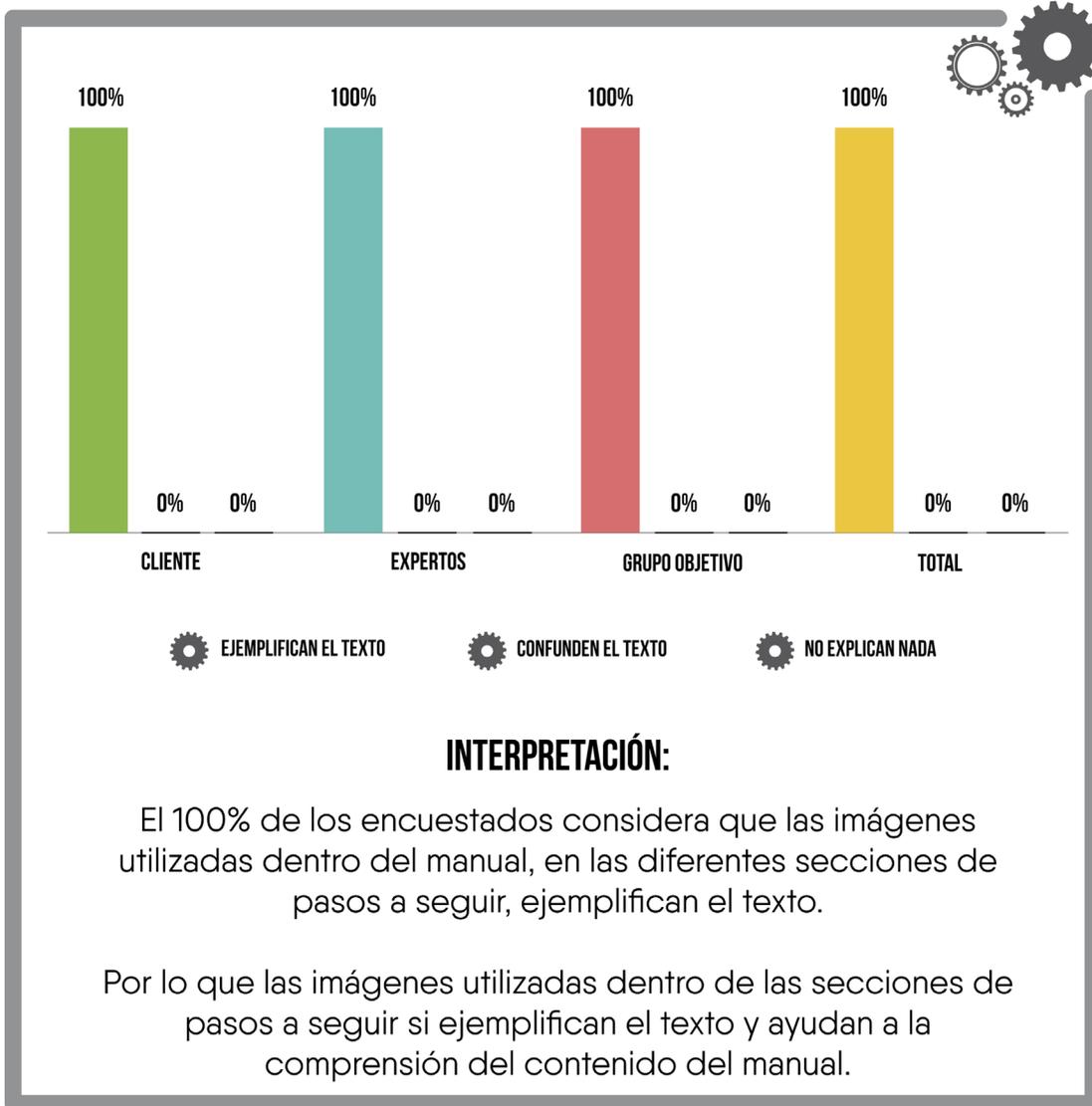
8. Según su criterio, ¿La diagramación utilizada en el manual es?



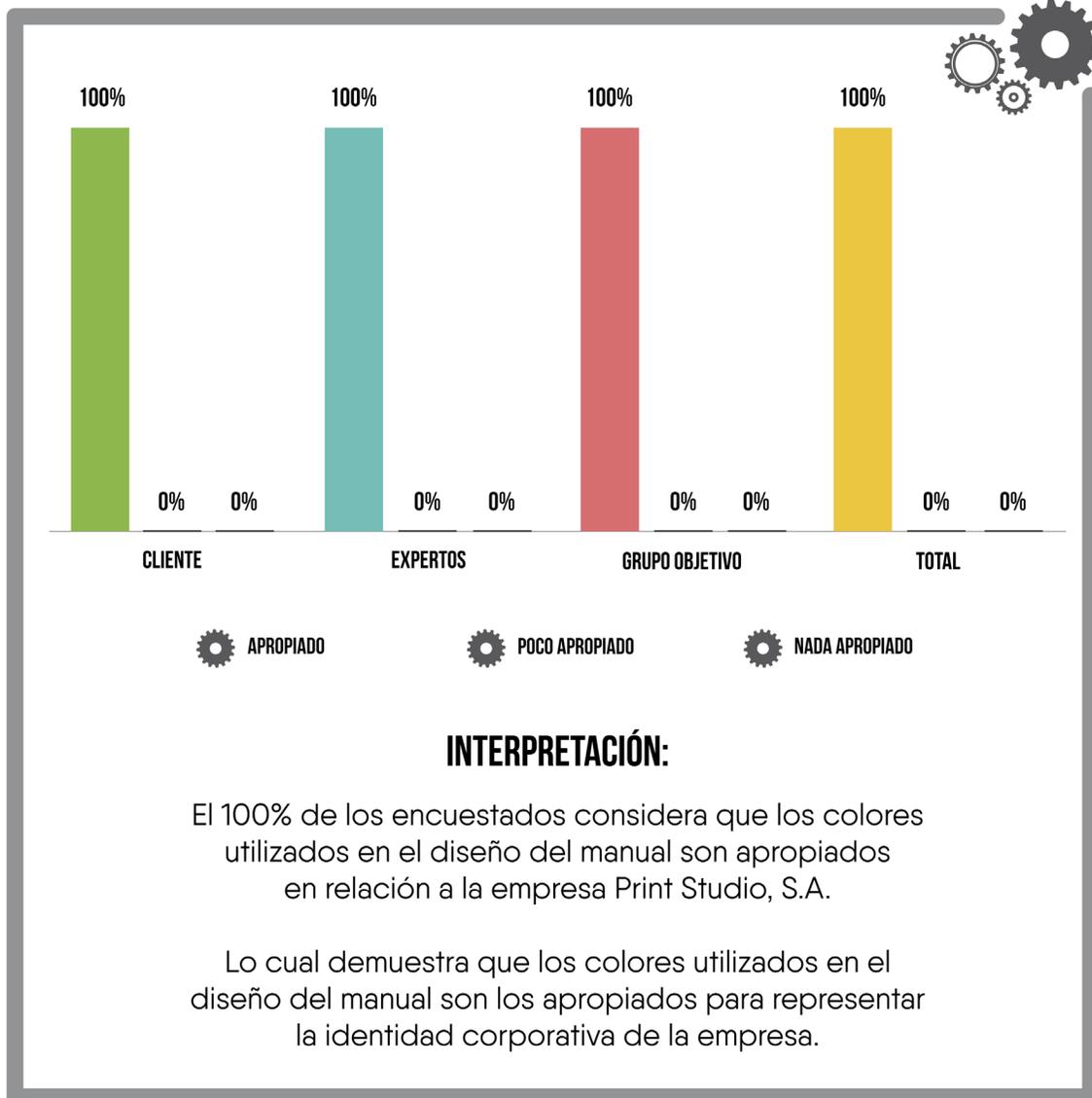
9. ¿Considera que la tipografía utilizada en los titulares del manual transmite?



10. Según su criterio, ¿Las imágenes utilizadas dentro del manual, en las diferentes secciones de pasos a seguir?

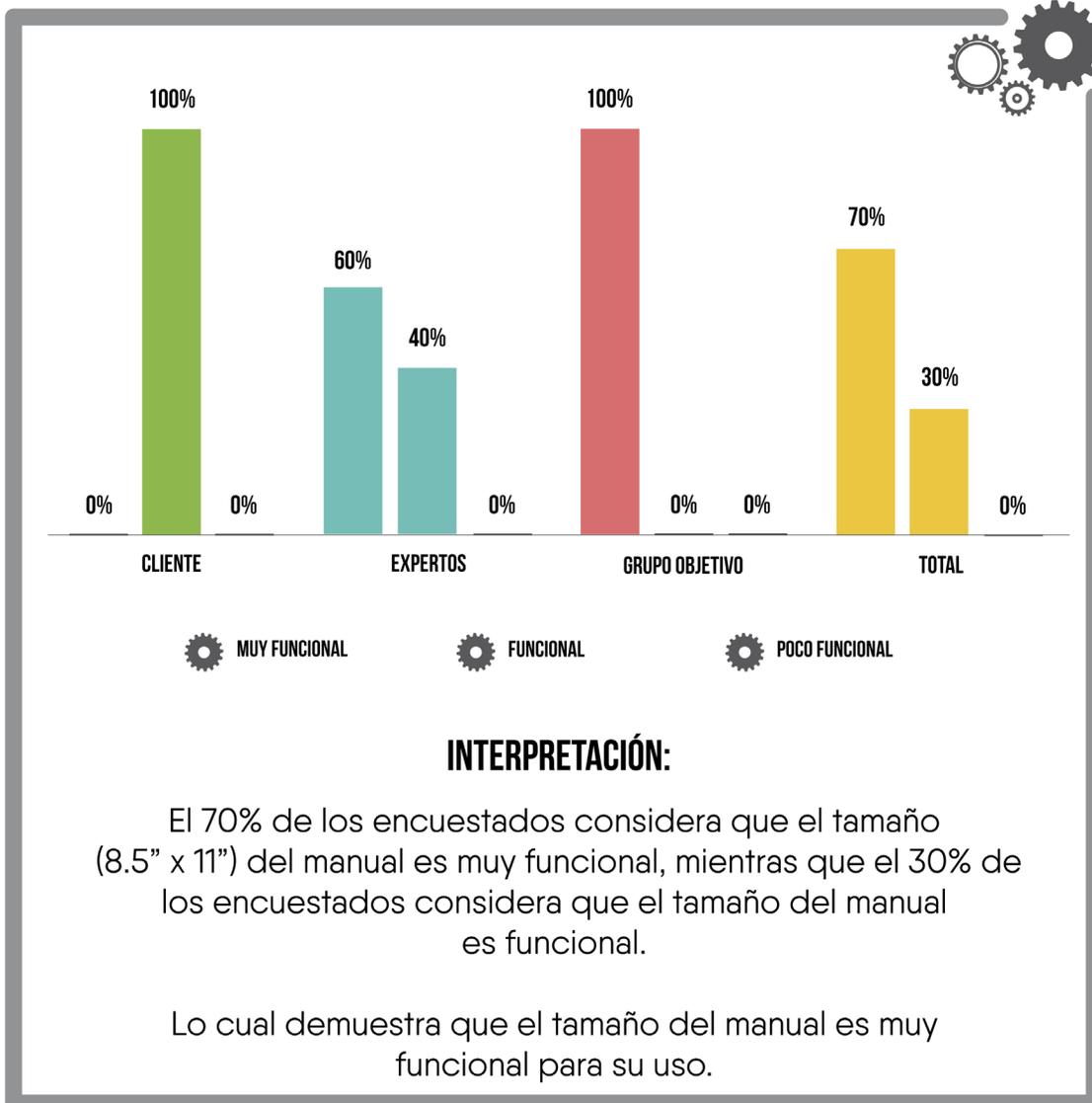


11. ¿Considera que los colores utilizados en el diseño del manual son apropiados en relación a la empresa Print Studio, S.A.?

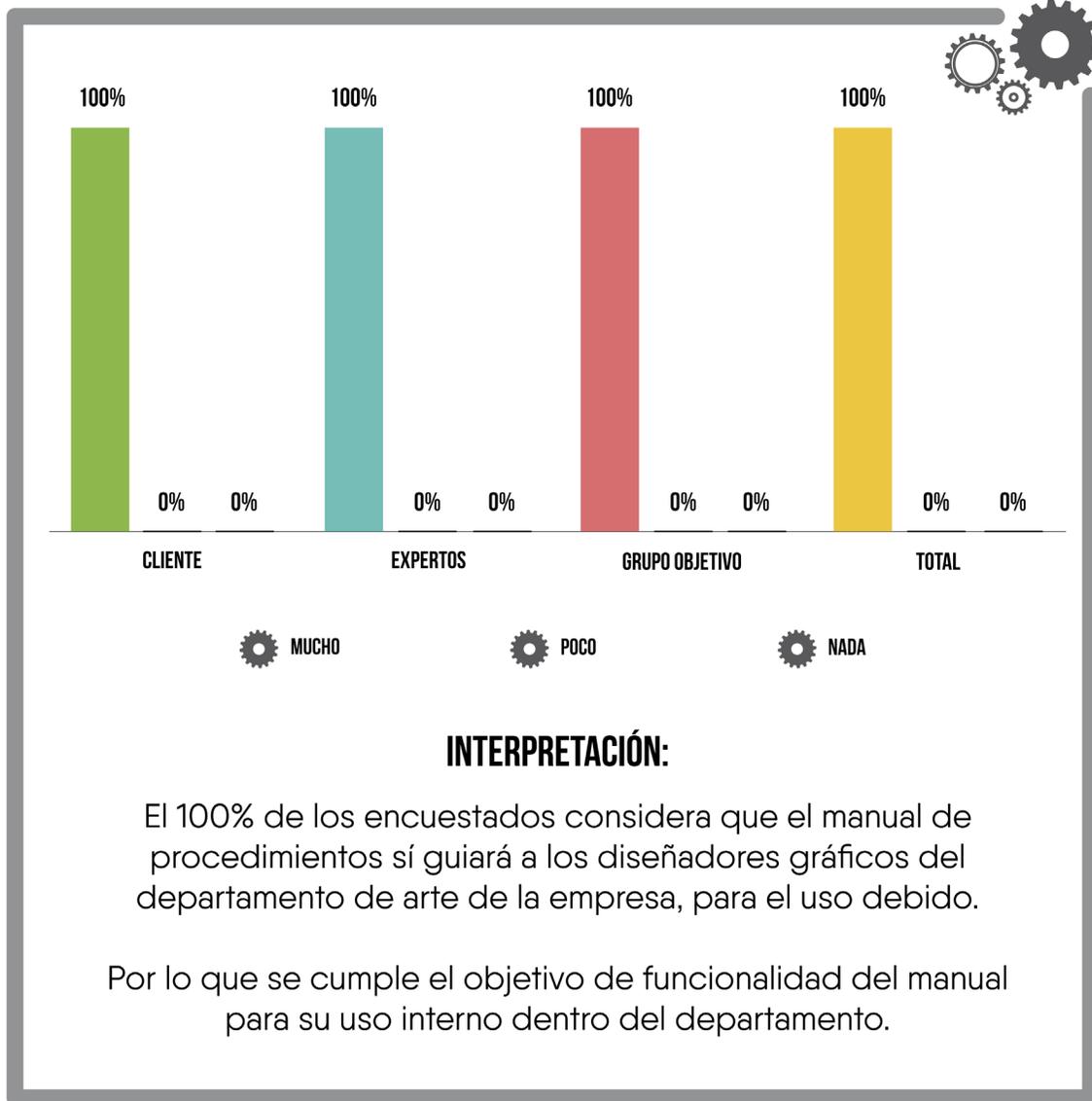


8.3.3 Parte Operativa:

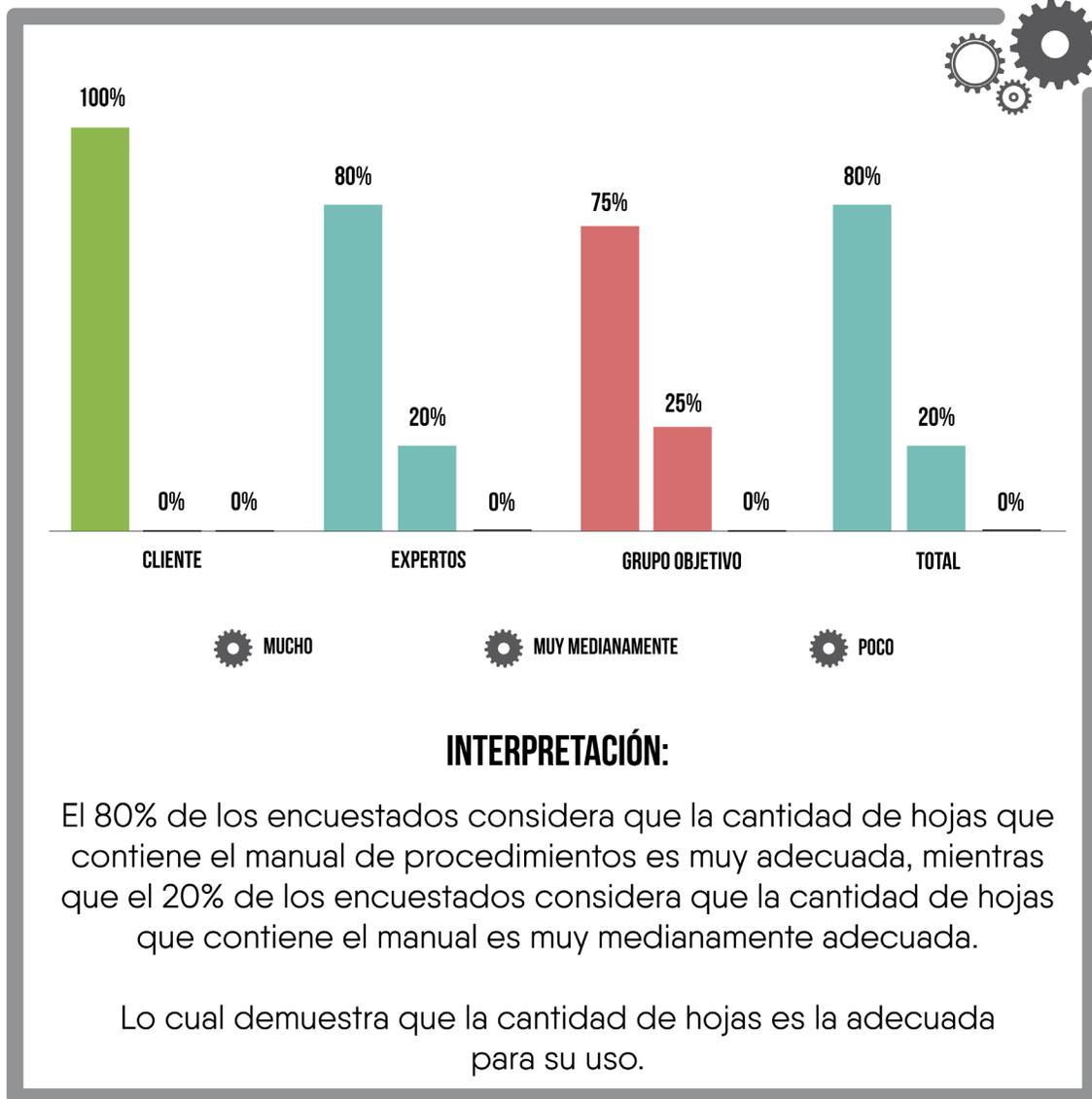
12. ¿Considera que el tamaño (8.5" x 11") del manual es?



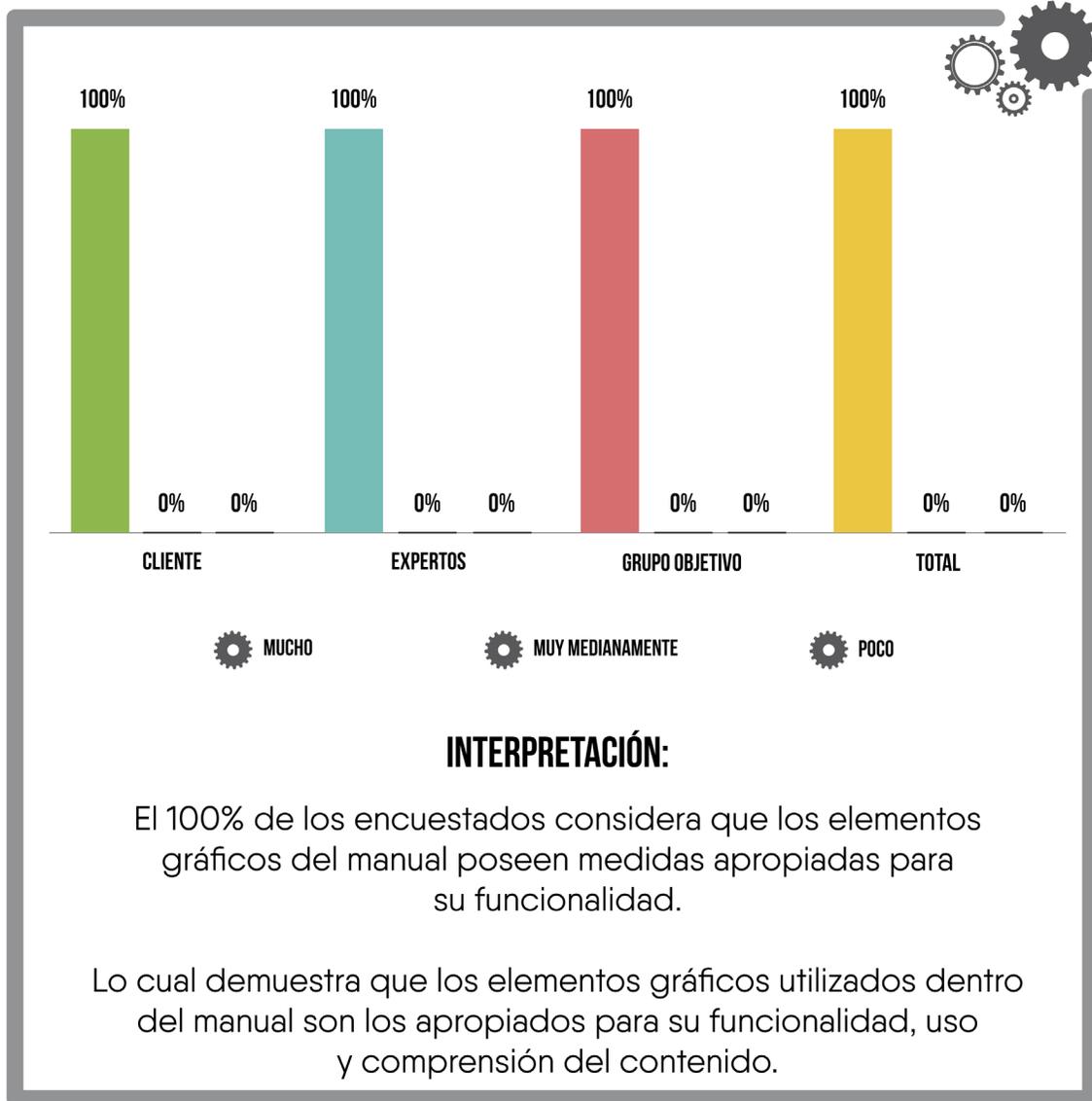
13. ¿Considera que el manual de procedimientos guiará a los diseñadores gráficos, del departamento de arte de la empresa, para el uso debido?



14. ¿Considera que la cantidad de hojas que contienen el manual de procedimientos es adecuada?



15. ¿Considera que los elementos gráficos del manual poseen medidas apropiadas para su funcionalidad?



8.4 Cambios en base a los resultados

Con base a los resultados y apoyándose en las observaciones de los encuestados (cliente, expertos y grupo objetivo), se justifica la necesidad de realizar algunos cambios en la propuesta preliminar.

8.4.1 Cambio #1

Página 2

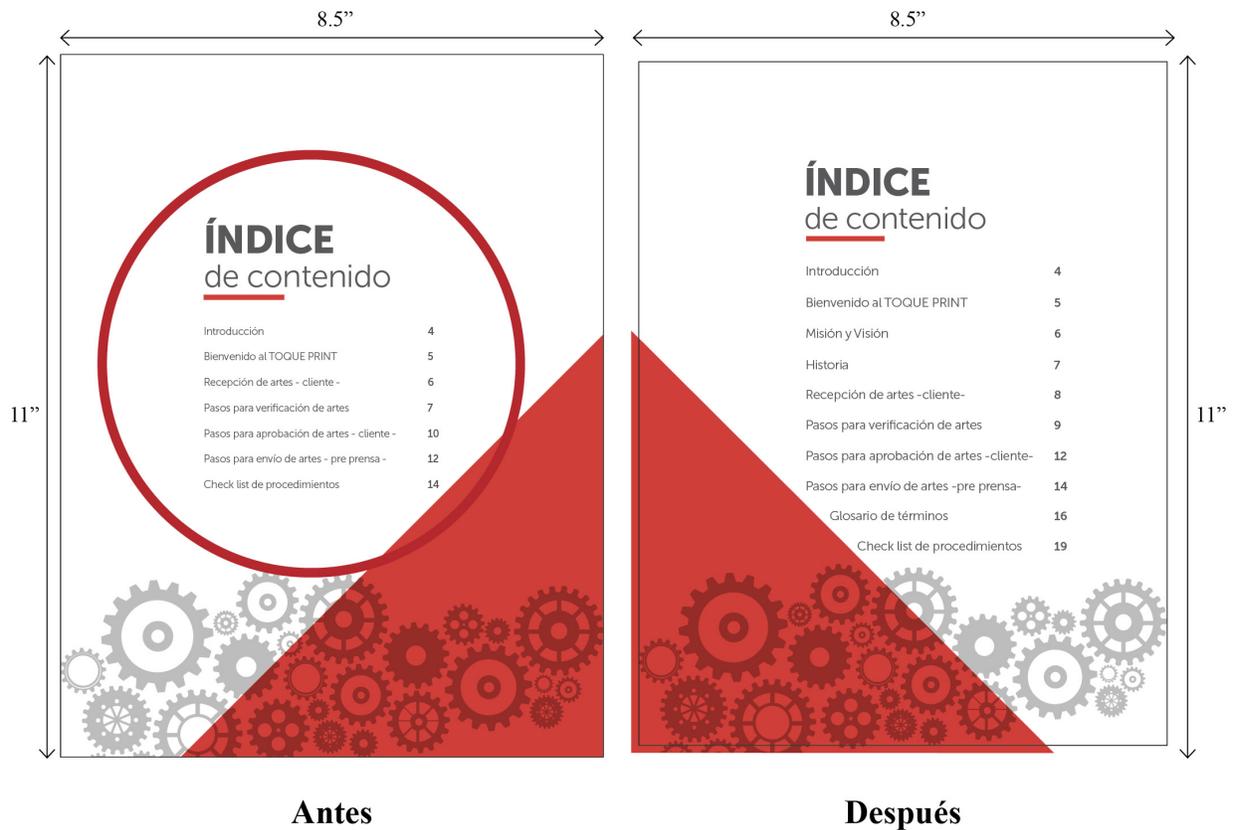


Interpretación:

Se cambió la posición del texto, ya que no era legible el texto blanco sobre la imagen. Se colocó en otra posición en el color azul corporativo.

8.4.2 Cambio #2

Página 3

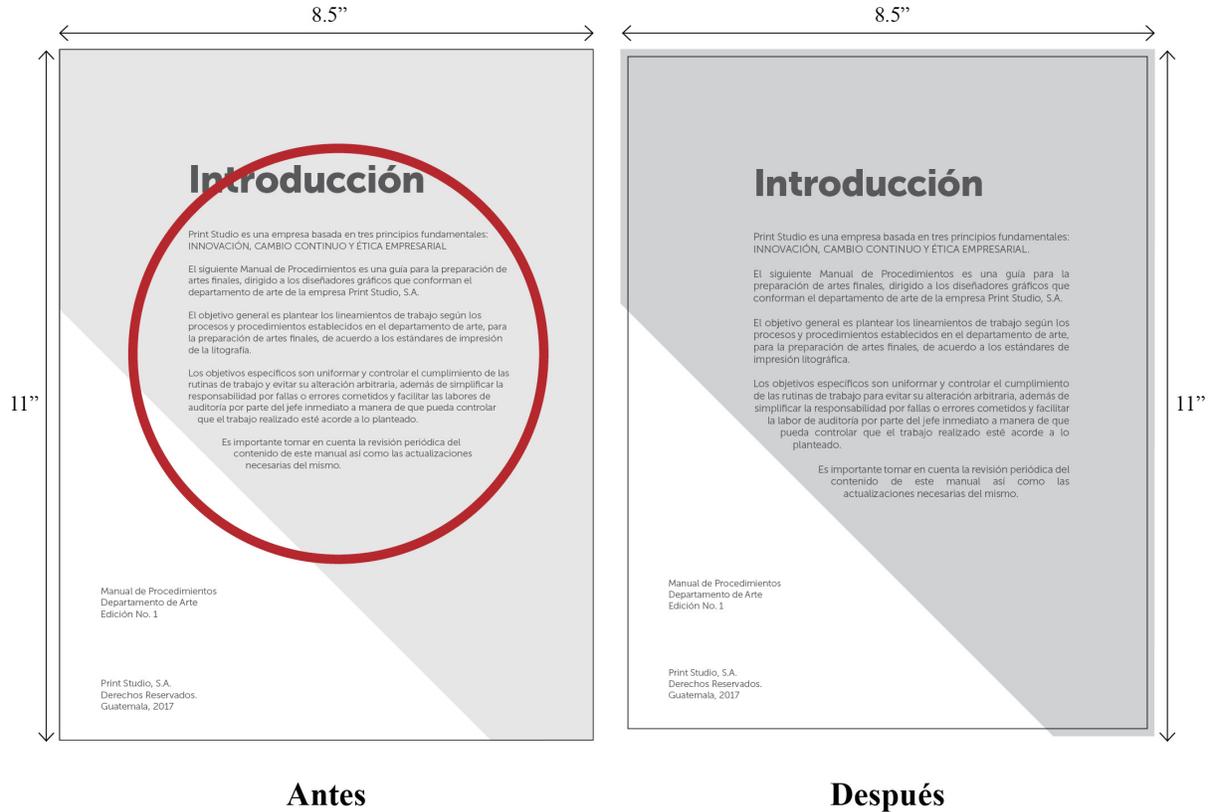


Interpretación:

Se cambió la posición de los elementos dentro de la página, con la finalidad de incrementar el tamaño de la tipografía utilizada en el cuerpo de texto del índice, para mejorar la legibilidad.

8.4.3 Cambio #3

Página 4

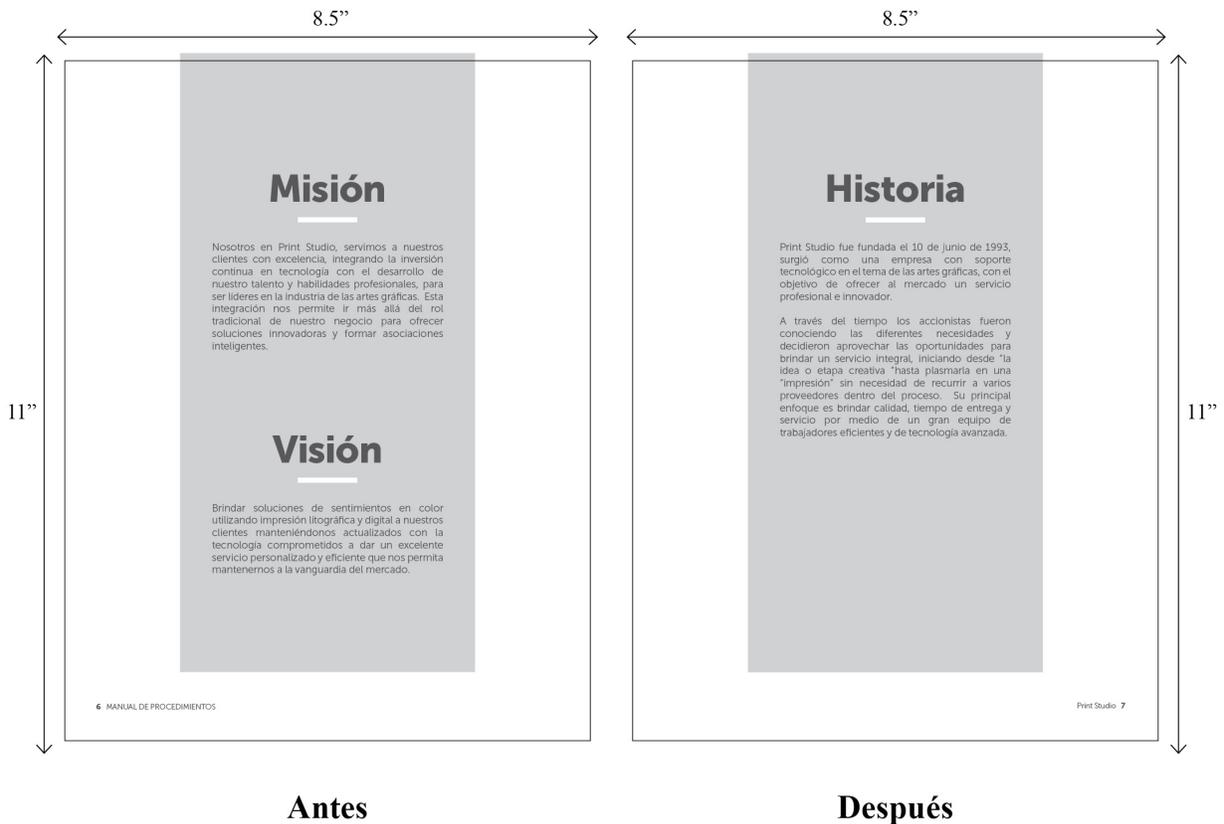


Interpretación:

Se justificó el párrafo de texto de la introducción, ya que era muy irregular su forma y su visualización era muy desordenada. Adicional se incrementó el porcentaje del color negro (5%+) de fondo para que fuera notorio al momento de la impresión.

8.4.4 Cambio #4

Página 6 y 7



Interpretación:

Se agregaron 2 páginas, después de la página #5, para colocar la misión, la visión y la historia de la empresa, para que el contenido del manual fuera lo más completo posible.

8.4.5 Cambio #5

Página 8

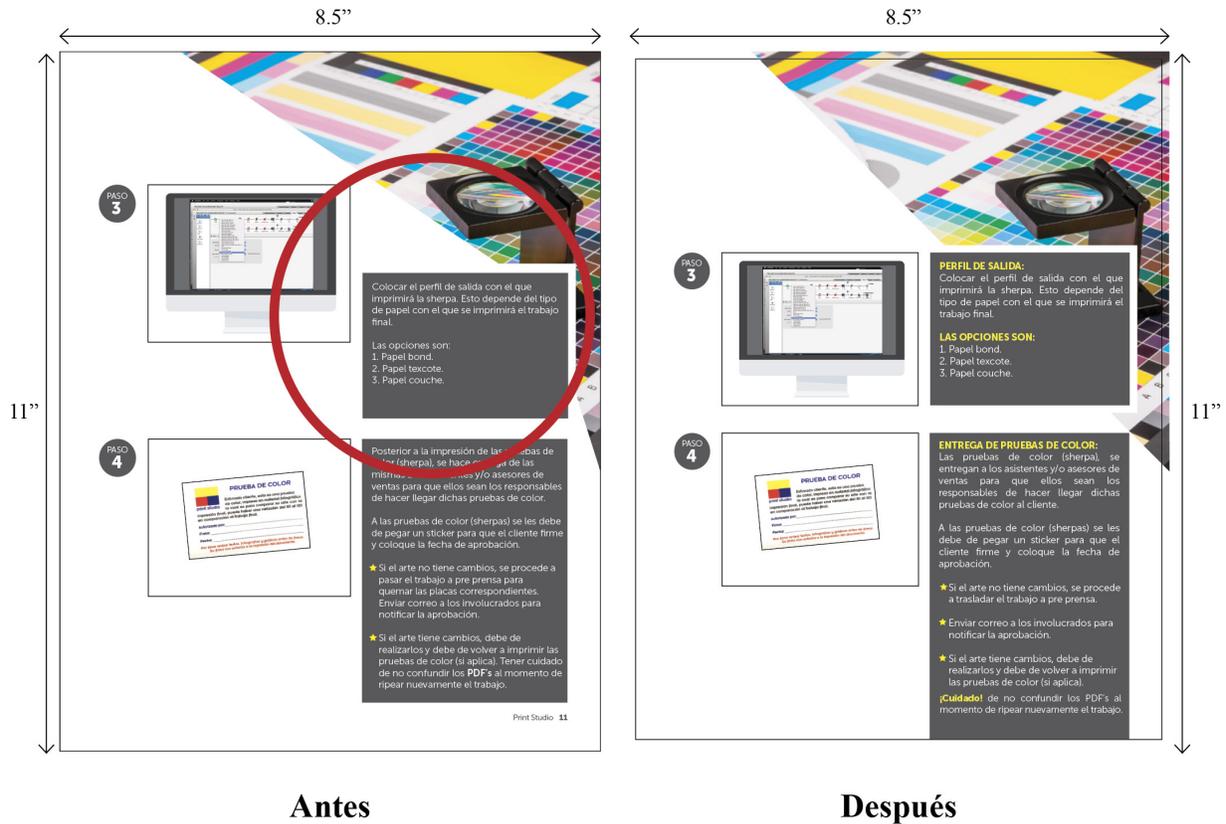


Interpretación:

Se justificaron los textos que acompañan a las imágenes dentro de los pasos a seguir, a manera de mejorar la legibilidad y por estética. Adicional se colocaron los títulos en un color diferente para mejorar la comprensión de lectura y facilitar el encontrar las secciones de interés. Estos cambios aplican para las páginas 9, 10, 11, 12, 13, 14 y 15.

8.4.6 Cambio #6

Página 13

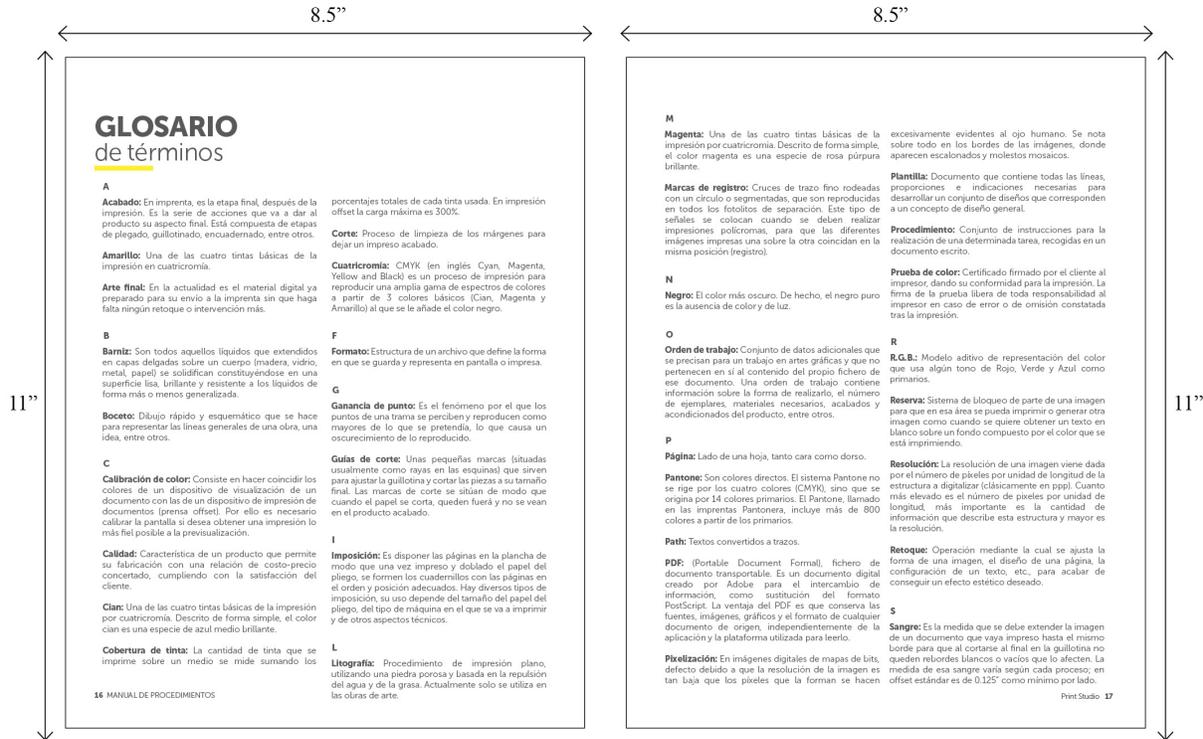


Interpretación:

Se alineó el cuadro de texto complementario al paso #3, para mejorar su visualización y estética.

8.4.7 Cambio #7

Página 16 y 17



Interpretación:

Se agregaron 3 páginas con un glosario de términos técnicos, para ayudar al usuario a entender conceptos que engloban el lenguaje del manual propuesto. El glosario abarca las páginas 16, 17 y 18.

8.4.8 Cambio #8

Página 18

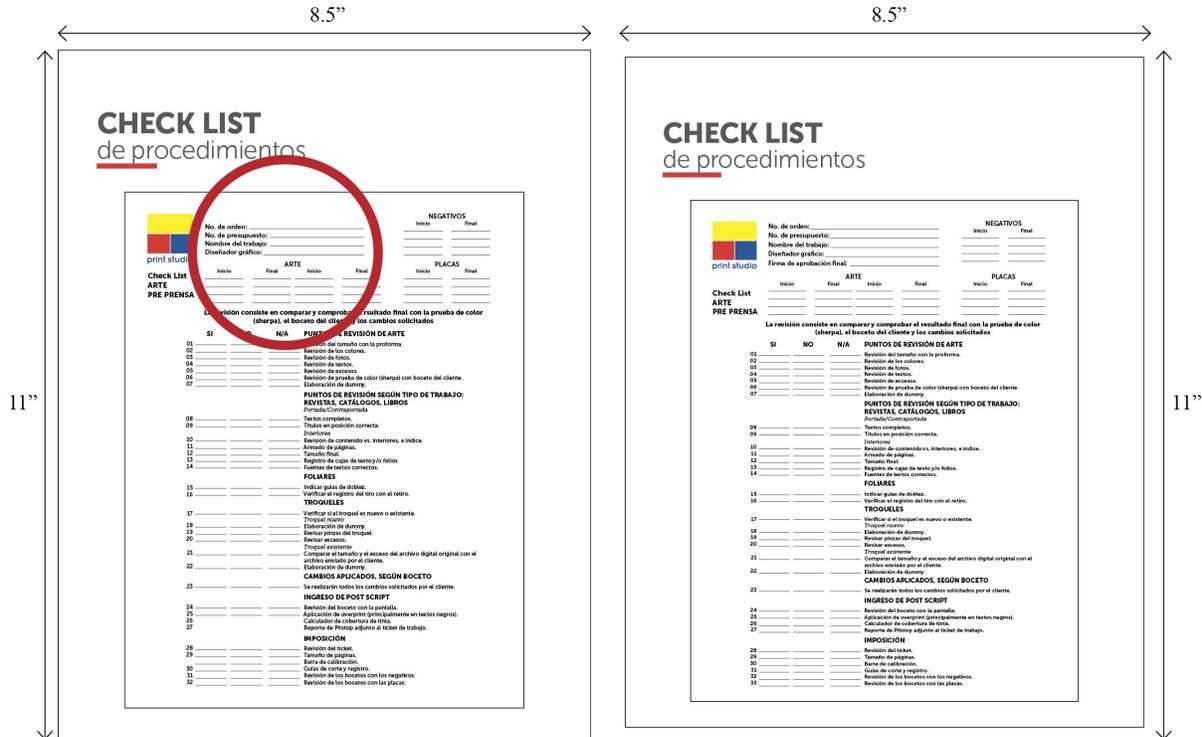


Interpretación:

Se utilizó esta página para completar la parte del glosario de términos. Se tuvo que hacer más pequeñas las imágenes, ya que el manual no podía sobrepasar la cantidad de 20 páginas, debido a que su acabado es grapado y debe contener la cantidad de páginas en múltiplo de 4.

8.4.9 Cambio #9

Página 19



Antes

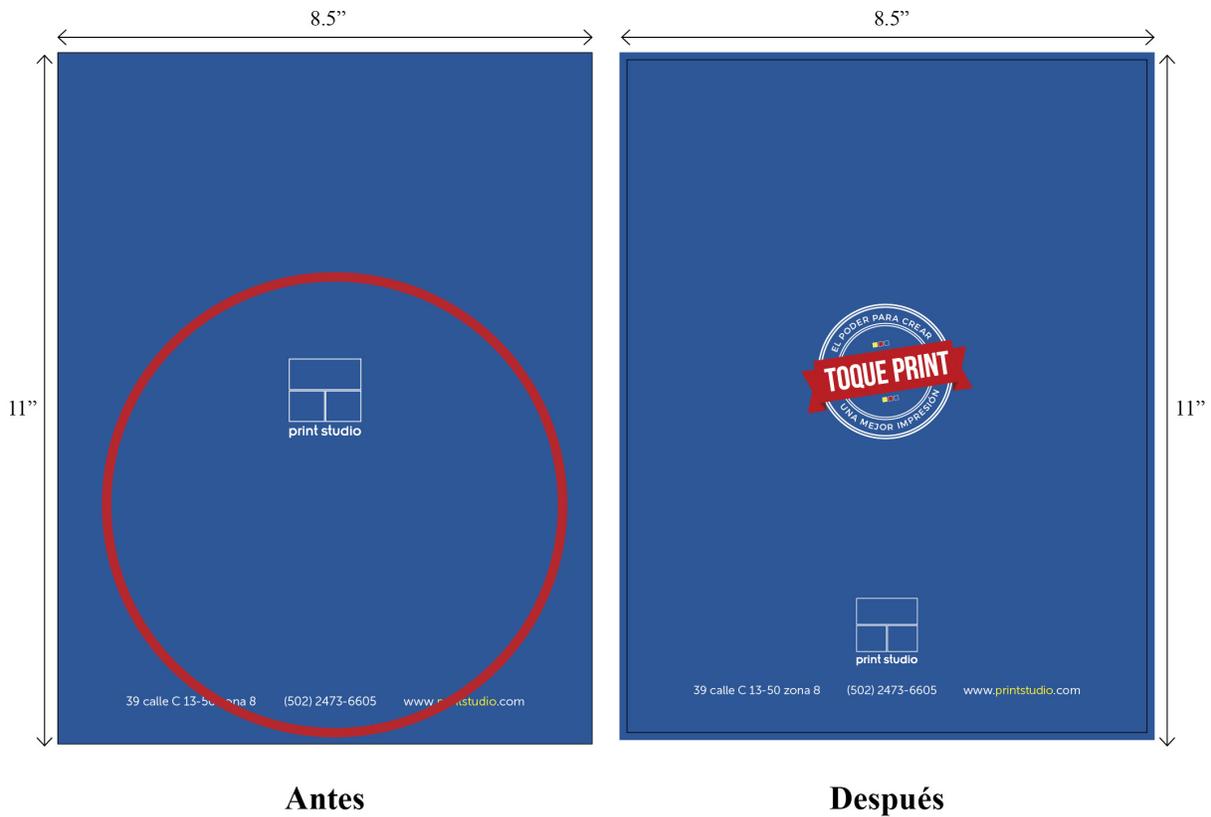
Después

Interpretación:

En el check list de procedimientos que se ha propuesto en este manual, se agregó una parte para firma de aprobación final, con la idea de que el encargado del departamento de Arte, valide el trabajo realizado por parte del diseñador asignado, con la finalidad de incrementar la supervisión y validación del trabajo realizado.

Cambio #10

Contraportada



Interpretación:

Se agregó el logotipo de “Toque Print” en la contraportada a manera de reforzar el mensaje deseado y como parte de la imagen corporativa que desea transmitir la empresa a sus colaboradores internos.

CAPÍTULO 9



PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

El manual de procedimientos quedó de la siguiente manera: Tamaño carta (8.5" x 11"), full color tiro y retiro con 20 páginas totales.

9.1 Portada



Descripción:

La portada del manual introduce el manual al usuario, que representa la forma y colores corporativos de la empresa. Siempre presente el logotipo de la empresa para darle identidad al manual y respaldo.



Descripción:

Esta página la ocupa una imagen casi en su totalidad, adicional incluye 3 conceptos claves que maneja la empresa y se decidió colocarlo de esta manera a manera de introducir al usuario con los términos descritos.

9.3 Página 3

8.5"

11"

ÍNDICE

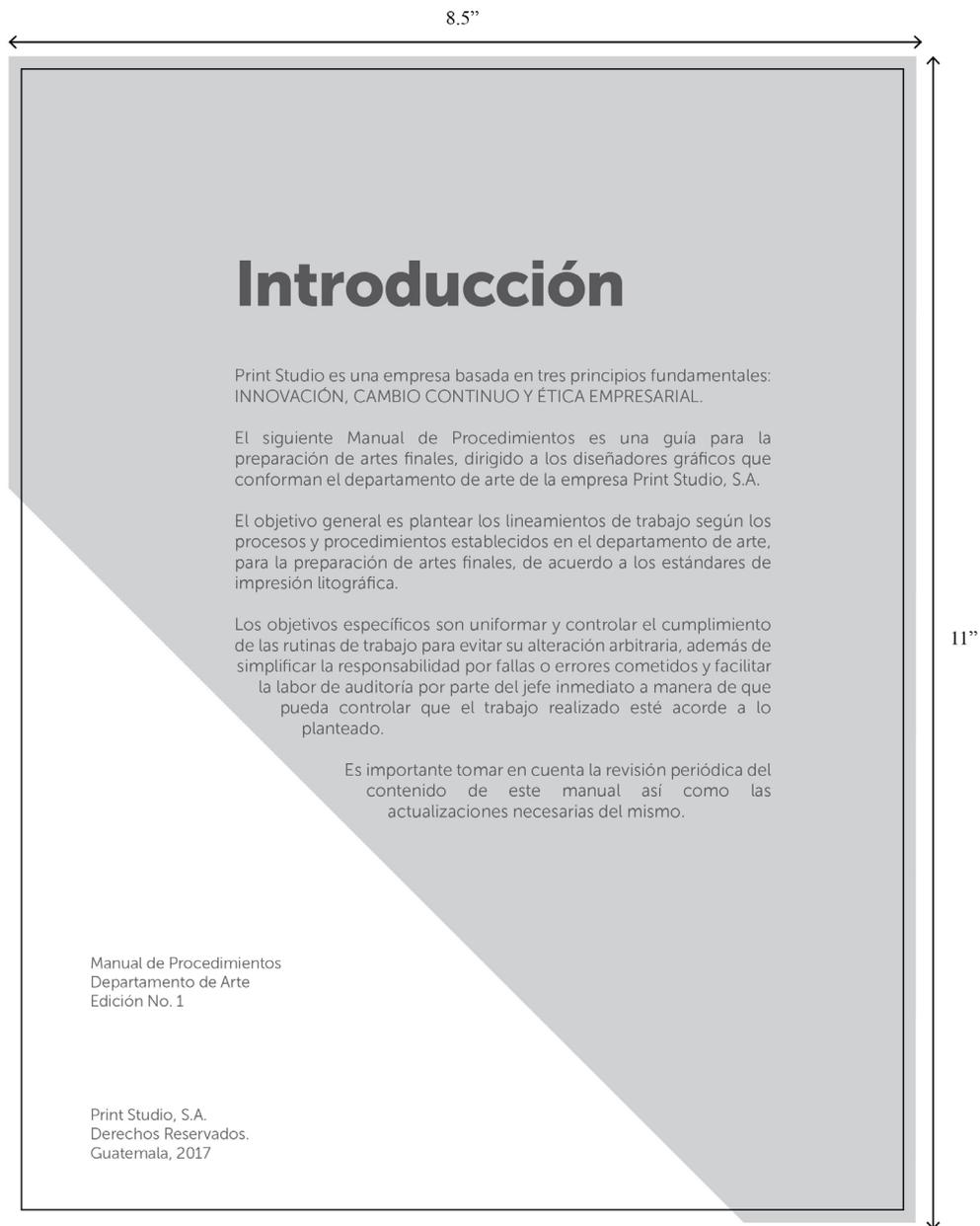
de contenido

Introducción	4
Bienvenido al TOQUE PRINT	5
Misión y Visión	6
Historia	7
Recepción de artes -cliente-	8
Pasos para verificación de artes	9
Pasos para aprobación de artes -cliente-	12
Pasos para envío de artes -pre prensa-	14
Glosario de términos	16
Check list de procedimientos	19

Descripción:

El índice facilitará el uso del manual, ya que indicará qué temas estarán dentro del material e indicará la página en que se encuentra a manera de guiar al usuario final.

9.4 Página 4



Descripción:

En esta página se describe una breve introducción al detallar los tres principios fundamentales que maneja la empresa, así como una breve presentación del manual, los objetivos que persigue y al final una recomendación sobre la importancia de la revisión periódica del contenido. Adicional incluye el número de edición y los derechos reservados, junto con el año.



Descripción:

En esta página se describe brevemente lo que significa el “Toque Print”, a manera de bienvenida para el usuario.

9.6 Página 6



Descripción:

En esta página se describe la misión y la visión de la empresa.

9.7 Página 7



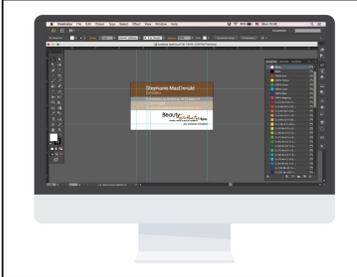
Descripción:

En esta página se presenta la historia de la empresa.

8.5"

RECEPCIÓN DE artes -cliente-

PASO 1



VERIFICAR:
Verificar en pantalla, que el archivo enviado por el cliente, esté según proforma ingresada por el asesor de ventas.

ARTE DIFERENTE A PROFORMA:
Si el archivo no coincide con lo cotizado, notificar al asesor de ventas para que le indique al cliente que debe de enviar nuevamente el arte.

NOTA:
Los artes pueden ser enviados en formato PDF (de alta resolución) o en editable en los programas de Adobe Illustrator y Adobe InDesign.

PASO 2



ARTE ENVIADO CORRECTAMENTE:
Si el archivo está de acuerdo a lo cotizado, se procede a trabajar y a verificar lo que se detalla a continuación.

11"

8 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

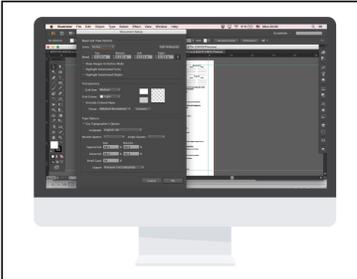
Descripción:

En esta página inicia el tema de la recepción de artes enviados por el cliente para impresión. Se describe paso a paso el procedimiento que debe seguir el diseñador gráfico.

8.5"

PASOS PARA verificación de artes

PASO 1

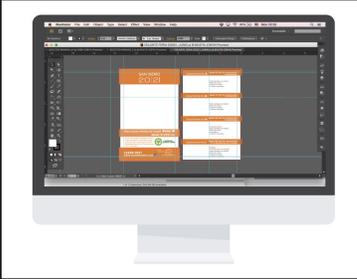


VERIFICAR:
Verificar en los artes los siguientes aspectos:

1. Tamaño de página.
2. Excesos.
3. Fotografías: resolución, espacio de color CMYK, escala de grises (cuando aplique).

- ★ Si los artes fueron enviados en editable, se utiliza el programa en el que fue trabajado.
- ★ Si los artes fueron enviados en PDF se utiliza la herramienta de Enfocus Pitstop.

PASO 2



★ ARTES ENVIADOS EN EDITABLE:

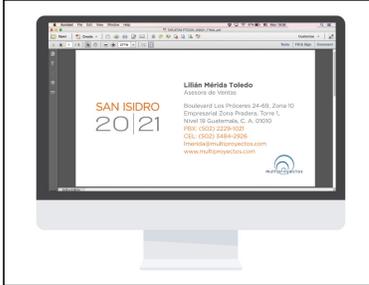
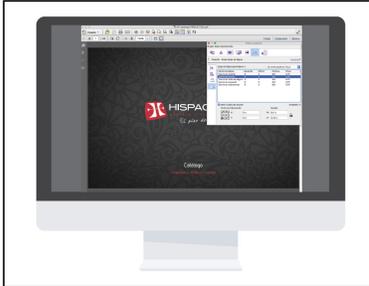
1. Colocar excesos para impresión de 0.125" por lado.
2. Colocar guías de corte.
3. Verificar que el archivo esté en el espacio de color CMYK.
4. Verificar que las fotografías estén en CMYK.
5. Verificar que los textos negros estén al 100% (solo en el canal del negro).
6. Verificar overprint (éste se coloca solamente cuando el color negro de textos o elementos esté sobre otro color).
7. Convertir el documento a PDF para realizarle una última verificación en Enfocus Pitstop.

11"

Descripción:

En esta página inicia el tema de los pasos para la verificación de los artes enviados por el cliente. Se describe paso a paso el procedimiento que debe seguir el diseñador gráfico.

8,5"

PASO 3		<p>★ ARTES ENVIADOS EN PDF:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Verificar el archivo con el programa Enfocus Pitstop.2. Revisar tamaños de página.3. Colocar excesos para impresión de 0.125" por lado.4. Reducir excesos si vienen demasiado grandes.
PASO 4		<p>ENFOCUS INSPECTOR (PITSTOP): Con esta herramienta se puede realizar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Colocar guías de corte.• Verificar colores utilizados en el arte.• Verificar overprint.• Convertir textos a trazo.• Ver imágenes.• Cambiar curvas de color a las imágenes.• Verificar tamaños de página.
PASO 5		<p>CAMBIOS GLOBALES (PITSTOP): Con esta herramienta se puede realizar cambios con ayuda de opciones predeterminadas estilo plantillas y las cuales ayudan a examinar el archivo (preflight).</p> <p>TAMBIÉN SE PUEDE:</p> <ul style="list-style-type: none">• Colocar guías de corte.• Verificar colores utilizados en el arte.• Verificar overprint.• Colocar excesos.

11"

10 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Descripción:

En esta página continúa el tema de los pasos para la verificación de los artes enviados por el cliente.

8.5"

PASO 6

CERTIFIED PDF (PITSTOP):
Esta es una herramienta que se encuentra dentro del menú y la cual trabaja por medio de perfiles predefinidos.

- ★ Utilizar el perfil llamado: (cmyk v3.2). Este perfil es el más parecido a SWOP. Perfil utilizado actualmente para todo el flujo de trabajo.

PASO 7

Al finalizar la verificación del archivo, en la opción de **Certified PDF**, la herramienta presentará un **REPORTE** de todo lo que examinó el perfil seleccionado.

- ★ Grabar el informe generado en PDF.

Este **reporte** se debe de imprimir y debe adjuntarse al ticket de producción (inserto en el sobre blanco de cada trabajo).

PASO 8

Nombrar siempre los trabajos realizados con número de orden. Deben ser guardados en una carpeta especial ubicada en mis documentos en la computadora asignada de trabajo.

Grabar el archivo, con todos los cambios realizados, dentro de la carpeta nombrada con # orden.

El PDF final será el que utilice para sacar las pruebas de color (sherpa) y para trasladar a placas por medio de Apogee.

Print Studio 1.1

11"

Descripción:

En esta página continúa el tema de los pasos para la verificación de los artes enviados por el cliente.

8.5"

PASOS PARA aprobación de artes -cliente-

**PASO
1**



IMPRESIÓN DE PRUEBAS DE COLOR (SHERPA):
Colocar el archivo PDF final, dentro del programa de Apogee, para realizar los montajes respectivos y así poder imprimir las pruebas de color (sherpa). Estas son las que se le enviarán al cliente para aprobación.

**PASO
2**



OPCIONES ESPECIALES EN APOGEE:
Colocar la opción que se muestra en la imagen de la izquierda, la cual indica que la sherpa realizará el trabajo más rápido porque imprimirá con doble pase.

NOTA:
Colocar siempre que se impriman pruebas de color.

12 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

11"

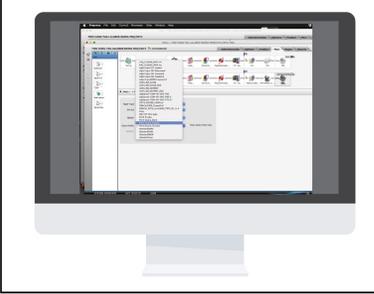
Descripción:

En esta página inicia el tema de los pasos para la aprobación de los artes, que será enviado al cliente en las pruebas de color (sherpa) correspondientes. Se describe paso a paso el procedimiento que debe seguir el diseñador gráfico.

8.5"



PASO 3



PERFIL DE SALIDA:
Colocar el perfil de salida con el que imprimirá la sherpa. Esto depende del tipo de papel con el que se imprimirá el trabajo final.

LAS OPCIONES SON:

1. Papel bond.
2. Papel texcote.
3. Papel couche.

PASO 4



ENTREGA DE PRUEBAS DE COLOR:
Las pruebas de color (sherpa), se entregan a los asistentes y/o asesores de ventas para que ellos sean los responsables de hacer llegar dichas pruebas de color al cliente.

A las pruebas de color (sherpas) se les debe de pegar un sticker para que el cliente firme y coloque la fecha de aprobación.

- ★ Si el arte no tiene cambios, se procede a trasladar el trabajo a pre prensa.
- ★ Enviar correo a los involucrados para notificar la aprobación.
- ★ Si el arte tiene cambios, debe de realizarlos y debe de volver a imprimir las pruebas de color (si aplica).

¡Cuidado! de no confundir los PDF's al momento de rípear nuevamente el trabajo.

11"

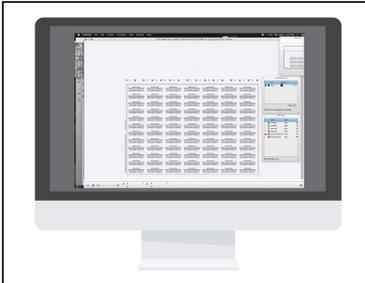
Descripción:

En esta página continúa el tema de los pasos para la aprobación de los artes.

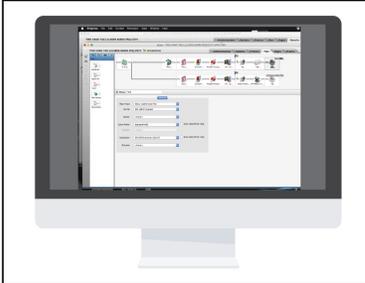
8.5"

PASOS PARA envío de artes -pre prensa-

PASO 1



PASO 2



PLANTILLAS DE MONTAJE:
Realizar las plantillas correspondientes de los montajes deseados, según los requerimientos del trabajo.

En el área de pre prensa está ubicada la computadora en donde se deben de realizar dichas plantillas.

TOMAR EN CUENTA LO SIGUIENTE:

1. Marcas de registro.
2. Tamaños de placas.
3. Compaginación de páginas.
4. Barra de color (parte superior del pliego de impresión).

11"

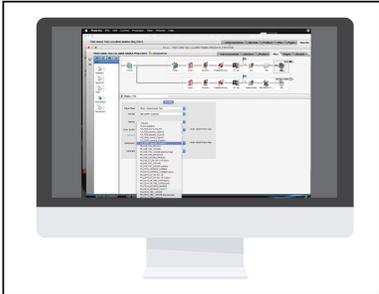
14 MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Descripción:

En esta página inicia el tema de los pasos envío de los artes a pre prensa. Se describe paso a paso el procedimiento que debe seguir el diseñador gráfico.

8.5"

PASO 3



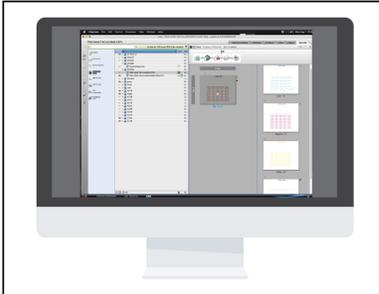
Utilizar la calibración llamada **G7** para quemar placas.

Escoger según el tipo de papel en el que se va a imprimir el trabajo:

1. Papel bond.
2. Papel texcote.
3. Papel couche.

NOTA:
Tomar en cuenta la prensa en la que se imprimirá el trabajo (428 y/o CD).

PASO 4



ENVÍO DE PLACAS:
Posterior a la verificación en pantalla, que todos los elementos estén de acuerdo a los montajes y características de ticket de producción, se procede a enviar las placas según la cantidad de colores del trabajo.

★ Verificar que no haya ningún error ni elemento desfazado.

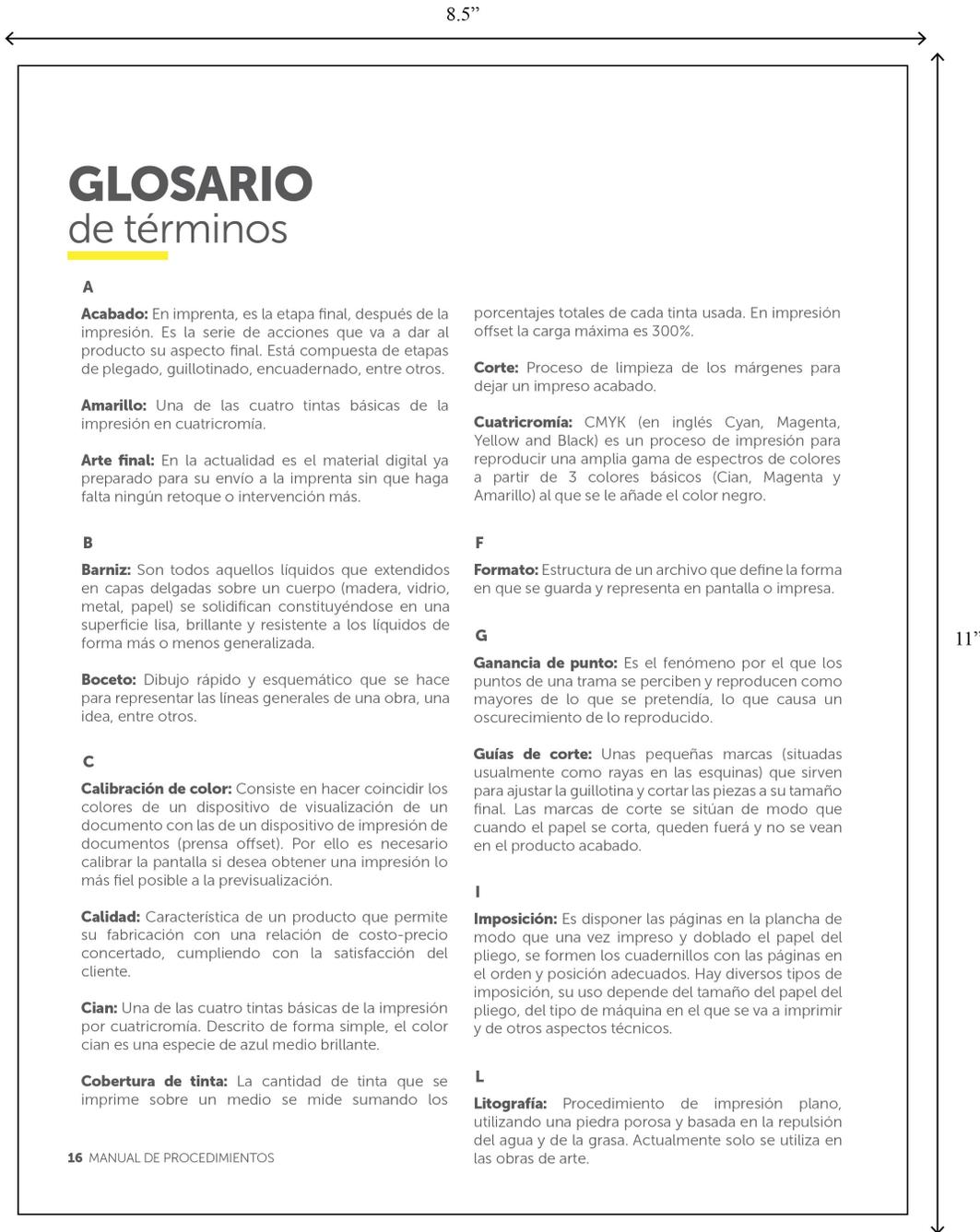
En pre prensa se recibirán los colores correspondientes para proceder a quemar placas.

Print Studio 15

11"

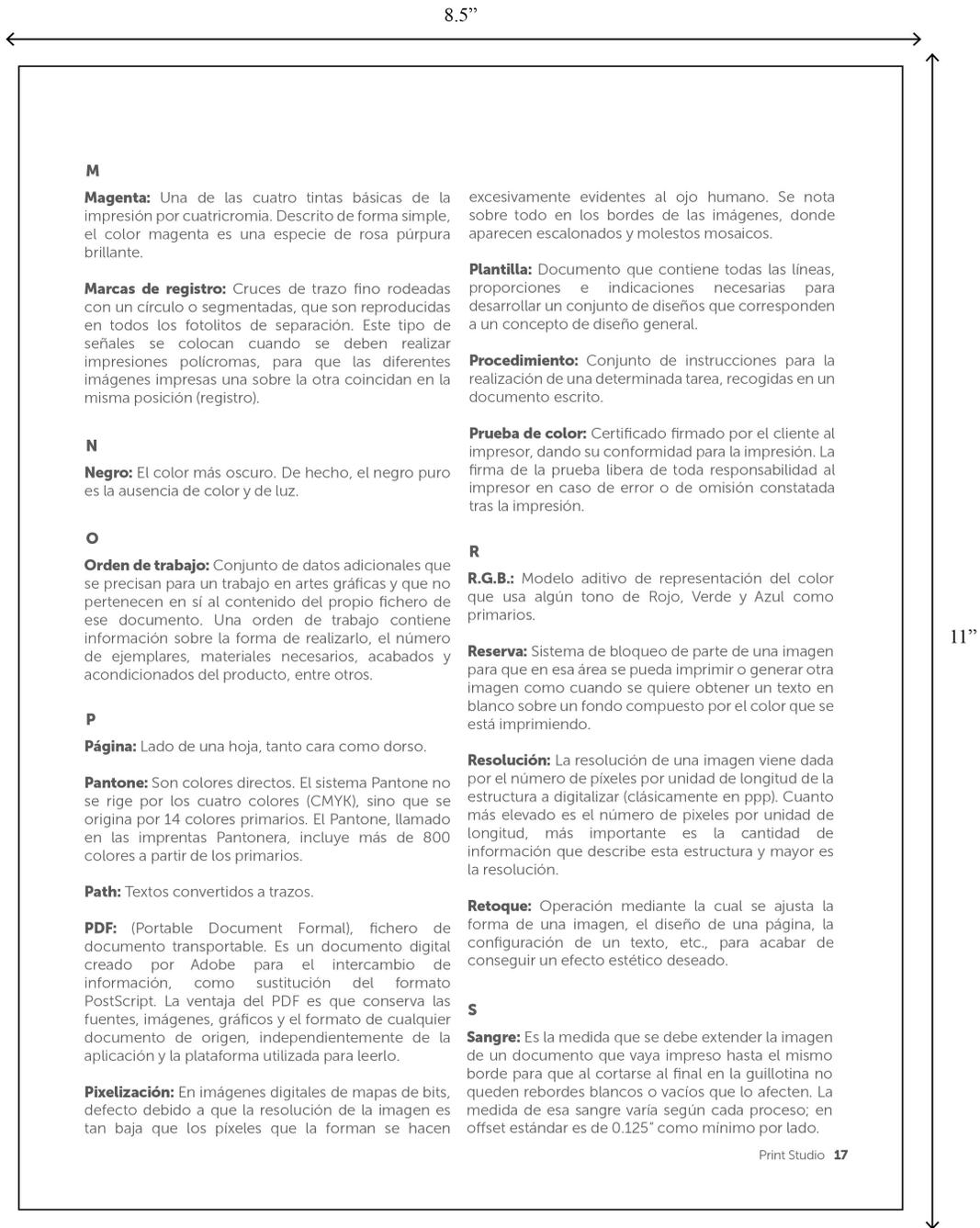
Descripción:

En esta página continúa el tema de los pasos envío de los artes a pre prensa.



Descripción:

En esta página se presenta un glosario de términos, en orden alfabético, para que sirva de consulta y referencia para el usuario del manual.



Descripción:

En esta página continúa el glosario de términos, en orden alfabético, para que sirva de consulta y referencia para el usuario del manual.

8.5"

Sobreimprimir: También conocido como overprint. Imprimir una tinta encima de otra. Es decir, imprimir los colores de todos los elementos sin tener en cuenta los colores que puedan tener elementos que haya debajo, sumando así los valores de todos ellos donde coincidan. Por lo general se utiliza cuando se imprimen elementos de color negro (100%) sobre otro color. La idea es evitar que los elementos queden fuera de registro

T

Tamaño final: En artes gráficas, el tamaño que tendrá un impreso una vez cortado y doblado.

Texto: En tipografía y diseño gráfico, el elemento visual formado por letras, cifras, signos ortográficos o cualquier otro símbolo tipográfico con la intención de transmitir un significado.

TIFF: "Tagged Image File Format" es un formato de archivo de imágenes con etiquetas.

Tinta directa: Se llama tinta directa a un color de impresión específico (tinta ya mezclada por el fabricante) distinto a alguno de los cuatro colores que se usan habitualmente (Cian, Magenta, Amarillo y Negro) para producir un tono de color o un efecto de impresión muy determinado. Las tintas directas más utilizadas son los colores Pantone.

Tiro y retiro: Tipo de impresión e imposición para máquinas de hoja plana, por la que se usa una plancha que tiene ambas caras de un documento lado a lado. Se imprime un lado de la hoja, se le da la vuelta de izquierda a derecha, usando el mismo borde superior del papel como borde de las pinzas para agarrar el papel, que se imprime entonces de nuevo en el lado contrario.

Troquel: Cualquiera de los elementos de corte distintos de la guillotina que permiten obtener productos terminados con formas, normalmente no rectas, para aplicaciones o efectos específicos.



11"

Descripción:

En esta página continúa el glosario de términos, en orden alfabético, para que sirva de consulta y referencia para el usuario del manual. Adicional se utilizó parte del espacio de la página para agregar las imágenes de los procesos de impresión y acabados de las litografías.

8.5"

CHECK LIST

de procedimientos



No. de orden: _____		NEGATIVOS
No. de presupuesto: _____		Inicio Final
Nombre del trabajo: _____		_____
Diseñador gráfico: _____		_____
Firma de aprobación final: _____		_____

	Inicio	Final	ARTE	Inicio	Final	PLACAS	Inicio	Final
Check List	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
ARTE	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
PRE PRENSA	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

La revisión consiste en comparar y comprobar el resultado final con la prueba de color (sherpa), el boceto del cliente y los cambios solicitados

	SI	NO	N/A	PUNTOS DE REVISIÓN DE ARTE
01	_____	_____	_____	Revisión del tamaño con la proforma.
02	_____	_____	_____	Revisión de los colores.
03	_____	_____	_____	Revisión de fotos.
04	_____	_____	_____	Revisión de textos.
05	_____	_____	_____	Revisión de excesos.
06	_____	_____	_____	Revisión de prueba de color (sherpa) con boceto del cliente.
07	_____	_____	_____	Elaboración de dummy.
PUNTOS DE REVISIÓN SEGÚN TIPO DE TRABAJO:				
REVISTAS, CATÁLOGOS, LIBROS				
<i>Portada/Contraportada</i>				
08	_____	_____	_____	Textos completos.
09	_____	_____	_____	Títulos en posición correcta.
<i>Interiores</i>				
10	_____	_____	_____	Revisión de contenido vs. interiores, e índice.
11	_____	_____	_____	Armado de páginas.
12	_____	_____	_____	Tamaño final.
13	_____	_____	_____	Registro de cajas de texto y/o folios.
14	_____	_____	_____	Fuentes de textos correctos.
FOLIARES				
15	_____	_____	_____	Indicar guías de doblaz.
16	_____	_____	_____	Verificar el registro del tiro con el retro.
TROQUELES				
17	_____	_____	_____	Verificar si el troquel es nuevo o existente.
<i>Troquel nuevo</i>				
18	_____	_____	_____	Elaboración de dummy.
19	_____	_____	_____	Revisar pinzas del troquel.
20	_____	_____	_____	Revisar excesos.
<i>Troquel existente</i>				
21	_____	_____	_____	Comparar el tamaño y el exceso del archivo digital original con el archivo enviado por el cliente.
22	_____	_____	_____	Elaboración de dummy.
CAMBIOS APLICADOS, SEGÚN BOCETO				
23	_____	_____	_____	Se realizarán todos los cambios solicitados por el cliente.
INGRESO DE POST SCRIPT				
24	_____	_____	_____	Revisión del boceto con la pantalla.
25	_____	_____	_____	Aplicación de overprint (principalmente en textos negros).
26	_____	_____	_____	Calculador de cobertura de tinta.
27	_____	_____	_____	Reporte de Pitstop adjunto al ticket de trabajo.
IMPOSICIÓN				
28	_____	_____	_____	Revisión del ticket.
29	_____	_____	_____	Tamaño de páginas.
30	_____	_____	_____	Barra de calibración.
31	_____	_____	_____	Guías de corte y registro.
32	_____	_____	_____	Revisión de los bocetos con los negativos.
33	_____	_____	_____	Revisión de los bocetos con las placas.

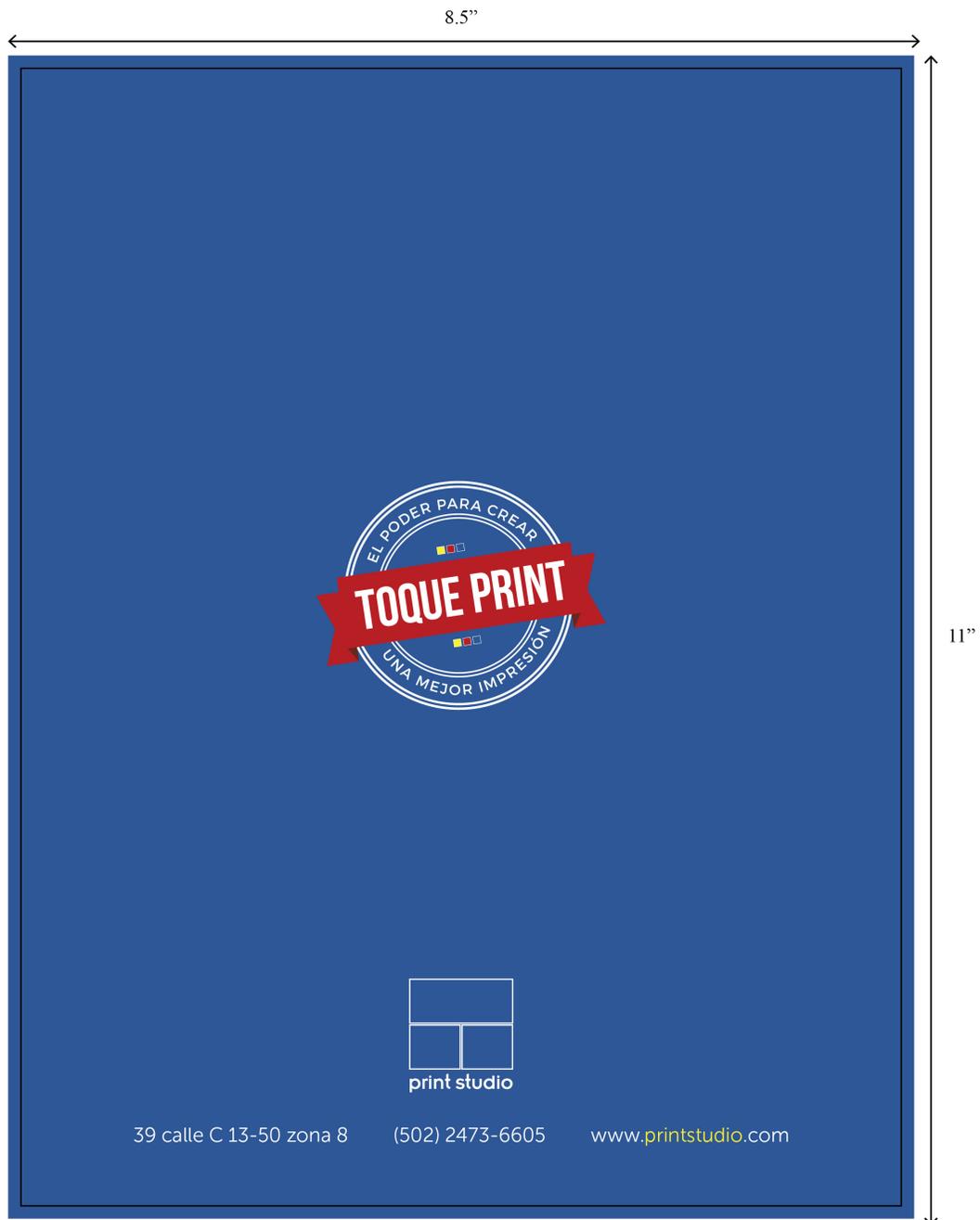
11"

Descripción:

En esta página se presenta un check list de procedimientos para uso del diseñador gráfico, para realizar una mejor verificación de los procesos que se deben seguir.

166

9.20 Contraportada



Descripción:

La contraportada cierra el contenido del manual. En ella se incluye los datos de la empresa, así como su logotipo y el logotipo utilizado para el concepto de “Toque Print”, siempre bajo los colores corporativos de la empresa.

CAPÍTULO 10



PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

- 10.1 Plan de costos de elaboración
- 10.2 Plan de costos de producción
- 10.3 Plan de costos de reproducción
- 10.4 Plan de costos de distribución
- 10.5 Margen de utilidad
- 10.6 Cuadro con resumen
general de costos

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Para estimar el tiempo y costos de elaboración del manual de procedimientos, es necesario exponer las primeras actividades realizadas, que fueron las siguientes: Investigación preliminar, recopilación de información, proceso creativo y elaboración de propuestas.

TIEMPO EMPLEADO	
Total de semanas trabajadas	10 semanas
Total de días trabajados	40 días (4 días a la semana promedio)
Total de horas trabajadas	120 horas trabajadas (3 horas diarias promedio)

Considerando que un diseñador gráfico promedio, devenga un salario mensual de Q6,000.00, según Agencias de Publicidad y empresas privadas que poseen un departamento de diseño, el pago es equivalente a Q200.00 por día y a Q25.00 por hora trabajada.

PRECIO TOTAL		
Total de horas 120	x	Q.25.00 precio por hora
Total: Q.3,000		

10.2 Plan de costos de producción

El proceso de producción, para el diseño del manual de procedimientos, incluye las siguientes actividades: Bocetaje, digitalización de bocetos, validación de propuesta, realización de cambios solicitados, elaboración de arte final.

TIEMPO EMPLEADO	
Total de semanas trabajadas	4 semanas
Total de días trabajados	16 días (4 días a la semana promedio)
Total de horas trabajadas	48 horas trabajadas (3 horas diarias promedio)

Considerando que un diseñador gráfico promedio, devenga un salario mensual de Q6,000.00, según Agencias de Publicidad y empresas privadas que poseen un departamento de diseño, el pago es equivalente a Q200.00 por día y a Q25.00 por hora trabajada.

PRECIO TOTAL		
Total de horas 48	x	Q.25.00 precio por hora
Total: Q.1,200		

10.3 Plan de costos de reproducción

El proceso de reproducción del manual de procedimientos, incluye lo siguiente:

Manual impreso:

- 20 páginas totales (16 páginas interiores)
- Tamaño 8.5" x 11" (cerrado)
- Full color tiro y retiro
- Páginas interiores impresas en papel Couché 100
- Portada y contraportada impresa en papel Husky Cover 10, con acabado laminado Matte (solo en tiro)
- Grapado y guillotinado
- Cantidad de ejemplares impresos: 5 unidades

Por lo tanto se realizaron 3 cotizaciones en diferentes lugares de impresión, para determinar el costo de reproducción del mismo.

COTIZACIONES PARA IMPRESIÓN DE MANUAL			
EMPRESA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Last Minute	5	Q.155.00	Q.775.00
Mayaprin	5	Q.208.00	Q.1,040.00
Print Studio	5	Q.180.00	Q.900.00

Manual digital:

- CD que incluye copia del manual de procedimientos, en formato PDF de alta resolución.

COSTO POR CD		
CD con sticker adhesivo impreso y bolsa para insertarlo, con impresión full color, solo en tiro.	1	Q.40.00 por CD

10.4 Plan de costos de distribución

La empresa distribuirá el manual de procedimientos por medio del Departamento de Recursos Humanos, que se encargará de capacitar al personal de nuevo ingreso, así como de coordinar con la encargada del departamento de Arte, que los diseñadores gráficos actuales se capaciten y apliquen los conocimientos descritos dentro del manual.

10.5 Margen de utilidad

El margen de utilidad del proyecto, se calculó en base a la sumatoria de los costos fijos + los costos variables, aplicando un porcentaje del 25% de ganancia. Tal y como se muestra a continuación:

MARGEN DE UTILIDAD	
Sumatoria de costos estimados:	Q.5,140.00
Utilidad (25%):	Q.1,285.00

10.6 Cuadro con resumen general de costos

El costo total del proyecto en sus fases de elaboración, producción, reproducción, distribución y margen de utilidad, ascenderá a la cantidad de Q.7,517.25.

COSTO TOTAL DEL PROYECTO	
Costos de elaboración	Q.3,000.00
Costos de producción	Q.1,200.00
Costos de reproducción	Q.940.00
Costos de distribución	Q.0.00
Margen de utilidad	Q.1,285.00
SUBTOTAL:	Q.6,425.00
IVA + ISR (17%):	Q.1,092.25
TOTAL:	Q7,517.25

CAPÍTULO 11



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 Conclusiones

11.2 Recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- 11.1.1 Se diseñó un manual impreso para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales de la empresa Print Studio, S.A.
- 11.1.2 Se investigó acerca del contenido que deben incluir las guías para la preparación de artes finales de las litografías.
- 11.1.3 Se consiguió recopilar información acerca de los procedimientos para preparar artes finales, que actualmente se utilizan en Print Studio, S.A.
- 11.1.4 Se logró ilustrar el contenido que representará cada uno de los pasos que se deben seguir para la preparación de artes finales en la empresa Print Studio, S.A.
- 11.1.5 Se realizó una versión digital del manual impreso, para hacer llegar de manera virtual el contenido de dicho manual, para establecer los procedimientos que deben seguir los diseñadores gráficos en la preparación de artes finales.

11.2 Recomendaciones

- 11.2.1 Hacer uso adecuado del manual de procedimientos impreso, para la preparación de artes finales en el departamento de arte de la empresa Print Studio, S.A.
- 11.2.2 Se sugiere la investigación y actualización periódica del manual de procedimientos, debido a la incorporación de nuevos *softwares* que requieran de algún tipo de adaptación del procedimiento establecido.
- 11.2.3 Realizar manuales impresos, similares al propuesto en este proyecto, para los demás departamentos que lo requieran.
- 11.2.4 Es necesario que todo el personal que ingrese a laborar al departamento de Arte de la empresa, conozcan en su totalidad el contenido del manual de procedimientos.

11.2.5 Que la versión digital sea distribuida al departamento de Ventas de la empresa, con la finalidad de que los mismos conozcan y apliquen los requerimientos planteados dentro del manual, para que soliciten a sus clientes los artes gráficos de manera adecuada y según especificaciones descritas.

CAPÍTULO 12



CONOCIMIENTO GENERAL

12.1 Demostración de
conocimientos

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos



CAPÍTULO 13



REFERENCIAS

13.1 Documentos físicos

13.2 Documentos electrónicos

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Documentos físicos

Arnheim, R. (2013). *Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador*. Madrid: Alianza.

Alvarado, M. y Hernández, A. (2006). *Manual de Procedimientos y Funciones de la Empresa Editorial Gente Nueva Pineda y CIA. S. en C.* (Tesis de Licenciatura, Universidad de la Salle, Bogotá, Colombia). Recuperado de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3742/00781068.pdf?sequence=1>

Destree, T. M. (2005). *The PIA/GATF Guide to troubleshooting for the sheetfed offset press*. United States, Pittsburgh: PIA/GATF Press.

Folleto Demográfico República de Guatemala. (2015). Guatemala, Multivex Sigma-dos.

Hird, K. F. (1995). *Litografía Offset*. South Holland, Illinois: The Goodheart-Willcox Company, Inc.

Karch, R. (1982). *Manual de artes gráficas*. México: Editorial Trillas.

Rosas Lamm, M. (2004). *Elaboración de artes finales y reproducción: Material de apoyo para el curso de pre-prensa*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Guatemala, Guatemala.

Marin, J. y Shaffer, J. (2004). *The PDF Print Production Guide*. United States, Pittsburgh: PIA/GATF Press.

Marin, J. (2005). *Cartilla de procesos controlados*. United States, Pittsburgh: PIA/GATF Press.

Shaffer, J. (2006). *Mission Possible: A mutual strategy for creatives and printers*. United States, Pittsburgh: PIA/GATF Press.

13.2 Documentos electrónicos

Andragogía. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 06 de junio de 2016, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Andragog%C3%ADa>

Arte Final. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de http://www.glosariografico.com/arte_final

Bustamante, S. (2013). Empresa. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml#ixzz4AkMcfgV7>

Brainstorming o Lluvia de Ideas. (2001). Recuperado el 4 de agosto de 2016, de <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/82-brainstorming.html>

Cliente. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente>

Comunicación. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.significados.com/comunicacion/>

Comunicación. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicación>

Comunicación Interpersonal. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.psicopedagogia.com/definicion/comunicacion%20interpersonal>

Creatividad. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.significados.com/creatividad/>

Definición de boceto. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://definicion.mx/boceto/>

Definición de dibujo. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.definicionabc.com/general/dibujo.php>

Definición de diseño. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.fotonostra.com/grafico/definiciondiseno.htm>

Definición de lluvia de ideas. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/lluvia-de-ideas.php>

Definición de manual. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://definicion.mx/manual/>

Definición de ortografía. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://definicion.de/ortografia/#ixzz4ApvuGAKp>

Definición de proceso. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://definicion.mx/proceso/>

Definición de proceso. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.definicionabc.com/general/proceso.php>

Definición de producción. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://definicion.mx/produccion/>

Definición de psicología. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.definicionabc.com/social/psicologia.php>

Definición de psicología del consumidor. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.definicionabc.com/economia/psicologia-del-consumidor.php>

Definición de semiología. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/semiologia.php>

Definición de servicio. (2013). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://conceptodefinicion.de/servicio/>

Definición de sociología. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.definicionabc.com/ciencia/sociologia.php>

Deontología. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.significados.com/deontologia/>

Deontología. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 06 de junio de 2016, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Deontolog%C3%ADa_\(%C3%A9tica\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Deontolog%C3%ADa_(%C3%A9tica))

Diferencia entre impresión digital y offset. (2014). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.imprentaypunto.com/blog/Diferencias-entre-impresi%CC%83%93n-digital-yoffset#.V1TZ53hqrE4>

Diseño Editorial. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 05 de junio de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%91o_editorial

El Proceso de Producción. (2015). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/2014/07/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla.htm>

El trabajo de un diseñador gráfico. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.cursosdisenografico.com/a/cual-es-el-trabajo-de-un-disenador-grafico.php>

Estilos y Tendencias. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.fotonostra.com/grafico/estilosytendencias.htm>

Gabriel. (2010). Comunicación Interpersonal. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.slideshare.net/gegomez/comunicacin-interpersonal>

Gareca, C. (2009). El Proceso de Comunicación. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos77/proceso-comunicacion/proceso-comunicacion.shtml#ixzz4AlnI4Fjs>

Gerente de Producción. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.educaweb.com/profesion/gerente-produccion-538/>

Globalización. (2016). Wikipedia. Recuperado el 06 de junio de 2016, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Globalización>

Gráfica, I. (2008). La importancia de la estandarización para el uso del formato PDF en la impresión. Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.interempresas.net/Graficas/Articulos/23630-La-importancia-de-la-estandarizacion-para-el-uso-del-formato-PDF-en-la-impresion.html>

Hexacromía. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.impresum.es/blog/hexacromia/>

Innovación. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.significados.com/innovacion/>

Litografía. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.fotonostra.com/glosario/litografia.htm>

Litografía Offset. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de http://www.glosariografico.com/litografia_offset

López, E. (s.f.). Producto. En Monografías. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos102/producto/producto.shtml#ixzz4AkYJlLhk>

Manual de Procedimientos. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 05 de junio de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Manual_de_procedimientos

Maquetación y diagramación. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 05 de junio de 2016, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Maquetación_\(edición\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Maquetación_(edición))

Merino, J. P. (2008). Diseño. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://definicion.de/disenio/#ixzz4Alr9IDLv>

Noguera, O. (s.f.). Mercadeo. En Monografías. Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos82/mercadeo-definicion/mercadeo-definicion.shtml#ixzz4ApwLjTrJ>

Palomino, L. (2009). Impresión Offset. Recuperado el 05 de junio de 2016, de slideshare.net: <http://www.slideshare.net/luti82/proceso-de-impresin-offset>

Post-prensa, encuadernación y acabados. (2015). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.aza.pe/post-prensa.html>

Procesos y Procedimientos. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://iso9001calidad.com/proceso-procedimiento-y-procedimiento-documentado-149.html>

Proceso de impresión. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <https://sites.google.com/site/zeira90create/proceso-de-impresion-paso-a-paso/post-prensa>

Psicología del color. (2016). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/#sthash.hfcngnAh.dpuf>

Recursos Humanos. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 06 de junio de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos

Reingeniería. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 06 de junio de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Reingenier%C3%ADa_de_procesos

Rodríguez, I. (2013). Pruebas de Color. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.slideshare.net/liliana2608rodriguez/pruebas-de-color-23370626>

Romero, E. (13 de abril de 2016). PDF X es el Formato Recomendados para Impresión. *Revista Digital Inesem*. Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://revistadigital.inesem.es/disen-y-artes-graficas/pdfx-es-el-formato-recomendado-para-impresion/>

Sánchez, C. (1991). Comunicación Educativa. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://didacticaeducacion.wikispaces.com/Comunicación+Educativa>

Saraligia7. (2012). Pre-prensa. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://tipsprepresa.blogspot.com/2012/01/que-es-prepresa.html>

Semiología de la imagen. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23#sthash.5CtYCXLv.dpuf

Tecnología. (2016). En Wikipedia. Recuperado el 06 de junio de 2016, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>

Teoría del Color. (s.f.). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>

Teoría del Color. (s.f.). Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm>

Velandia, L. (2008). Fotografía. En monografías. Recuperado el 06 de junio de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos13/fotogr/fotogr.shtml#ixzz4Aq1jMNUU>

Ztar, C. (2011). Post-Prensa. Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://www.slideshare.net/ChrisZtar/impresin-pre-prensa-prensa-y-post-prensa>

CAPÍTULO 14



ANEXOS

14.1 Fotografías de
personas encuestadas

14.2 Cotizaciones

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Fotografías de personas encuestadas

14.1.1 Cliente

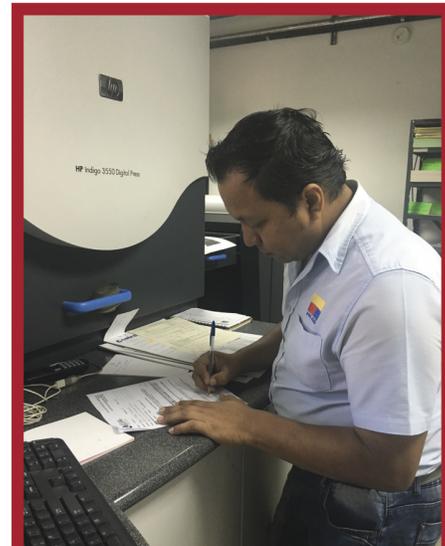


Ing. José Alfonso Fahsen B.
Gerente General Print Studio

14.1.2 Grupo objetivo



Licda. Lucy Sánchez
Gerente de Operaciones Print Studio



Yeremi Plaza Mazariegos
Diseñador Gráfico Print Studio

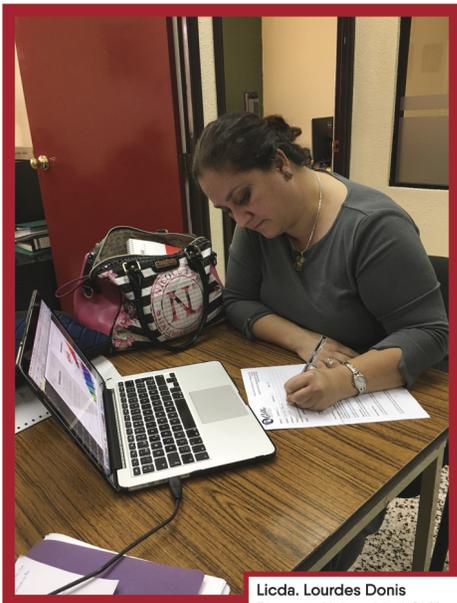


Edwin Joel Cabrera
Diseñador Gráfico Print Studio

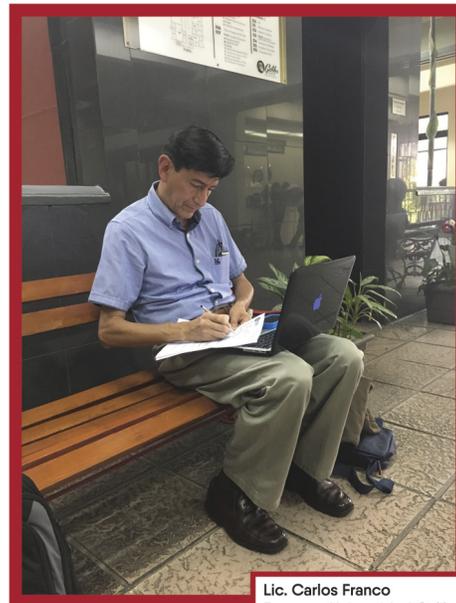


Queni López Fuentes
Diseñador Gráfico Print Studio

14.1.3 Expertos



Licda. Lourdes Donis
Docente Universidad Galileo



Lic. Carlos Franco
Docente Universidad Galileo



Licda. Wendy Franco
Docente Universidad Galileo



Licda. Hanna Claudia Godoy
Diseñadora Gráfica freelance



Licda. Rosario Zea
Coordinadora de Marketing Print Studio

14.2 Cotizaciones

14.2.1 Cotización #1

COTIZACIÓN NO.	A - 10,719
FECHA	18/10/2016
COTIZACIÓN VÁLIDA POR	7 días hábiles
TIEMPO DE ENTREGA	02 a 03 Días
FORMA DE PAGO	Efectivo o cheque
PREPARADA POR	Pablo Villela



CONTÁCTENOS, S.A.
NIT. 4436888-7

CLIENTE Ana Lucia Godoy

TELÉFONO

E-MAIL algodoy@icloud.com

CELULAR

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
5	Manuales de procedimientos impresión digital full color tiro y retiro tamaño carta cerrado de 20 paginas totales portada y contraportada en husky e interiores en couche engrapadas tipo revista.	Q 155.00	Q 775.00
			Q 775.00

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% • Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega

Una vez firmada la cotización, esta puede ser tomada como orden de compra y el cliente acepta los diseños como artes finales.

NOTA

Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión.

Firma de Aceptado

Fecha

☎ 2473-8095 // 4740-6809

✉ cotizaciones@lastminute.net.gt

www.lastminute.net.gt



14.2.2 Cotización #2

Cotización No. **104740**
Guatemala, 18 octubre 2016

Señores
Ana Lucia Godoy
Atención -
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

Manual de Procedimientos 8.5 x 11 cerrado 17 x 11 abierto full color tiro y retiro portada en husky c-10 con plastico matte tiro interiores en couche b-100 16 paginas inteiores

5 Q 1,040.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: arte

Observaciones de Pago: -

Tiempo de Producción: a convenir

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -
Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Blanca Ramirez
Asistente de Gerencia



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

14.2.3 Cotización #3

 Dir / 39 calle C 13-50 zona 8, Guatemala Ciudad Tel / 502 24736605 Web / www.printstudio.com	287
	Fecha: 19-oct-2016
Cliente: Ana Lucia Godoy	

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Manual de procedimientos Medida Cerrada: 8.5 X 11 Interiores: Consta de 16 páginas en Couche 100 mate a full color tiro y retiro. Portada: Impresa en Husky cover 08 a full color tiro y retiro + Laminado Mate en el tiro. Acabados: Compaginado, Grapado. P# 156605	5	Q180.00	Q900.00

TIEMPO DE ENTREGA: A convenir con el cliente despues de autorizada la prueba de color

Forma de pago: Crédito
 Precios presentados incluyen IVA.
 Estos precios tienen 30 días de validez. Una orden de compra o esta cotización firmada será requerida antes de comenzar su producción. **10% +/-** constituyen una entrega aceptable, por lo que el cobro será basado en la cantidad exacta entregada.

Quedo a la espera de su confirmación y de antemano gracias por preferirnos

Atentamente,

Maria Ferguson
Asesora de Ventas
 Cel: 4348-1587
Print Studio, S.A.

f:/ _____
Aprobación de cotización