



Capítulo I

1. Antecedentes

1.1 Planteamiento Del Problema

Hemos realizado las respectivas investigaciones de la empresa WEBPRINT y conseguimos que dicha empresa fue creada en el año 2007 por el Sr Pablo Pérez la empresa comenzó con cuatro empleados el propósito con la que fue creada la empresa fue para dedicarse a realizar trabajos pero solo para publicidad exterior todo referente a vallas, tubulares y gigantografías. fue tomando fuerza esta empresa pero todo cambio a raíz que un cliente de la empresa, la que más daba ingresos a WEBPRINT no le canceló los trabajos de los últimos meses la empresa fue decayendo y no había ingresos para cancelar a los trabajadores así que se quedo solo con dos empleados, el fundador de esta empresa es profesional en diseño ,así que ha luchado para mantener viva la empresa el mismo a diseñado su logotipo pero sin ningún manual que indique como emplear correctamente el logo, en ocho años no ha realizado ningún variado en el logotipo.

1.2 Identificación Del Problema En El Contexto

El problema de la empresa WEB PRINT, en sí, es la falta de clientes y esto genera poca ventas y hace no haya ingresos para el sueldo de los empleados. Tiene un símbolo que lo ha representado por un periodo de seis años, se considera que se hace un cambio en el logotipo cuando la empresa considere un cambio de identidad corporativa y en este caso por actualización vale la pena.

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



- Carece de un información empresarial
- Los colores del logotipo no son llamativos
- Necesita un manual corporativo
- Carece de identidad en su logotipo
- Carencia de leyes internas

1.3 Causas Y Efectos

Tabla1: Causas Y Efectos

Causas	Efectos
➤ Carece de un manual corporativo	➤ No tiene un buen manejo en el logotipo
➤ Carece de colores llamativo en el logotipo	➤ Carece de la atención del publico
➤ Escases información de la empresa	➤ Cliente desinformado
➤ Carece de identidad en su símbolo	➤ Crea desinformación ,confusión de la actividad de la empresa
➤ Déficit de clientes.	➤ Escases para pago a los empleados.

Elaborado por: Alejandro Jaramillo



1.4 Justificación Del Problema

El rediseño del logotipo lo hacemos porque lo que queremos es que sea más llamativo y que muestre la actividad a la que se dedica la empresa también que tenga un conocimiento dentro del mercado. Esto lo hacemos con el fin de atraer clientes e introducirnos en el mercado, lo haremos rediseñando el logotipo con los colores correctos y llamativos y la creación del manual para su uso correcto del logotipo.

Lo haremos cuando tengamos la aprobación del propietario de la empresa.

Capítulo II

2. Análisis De Involucrados

2.1 Identificación de Involucrados

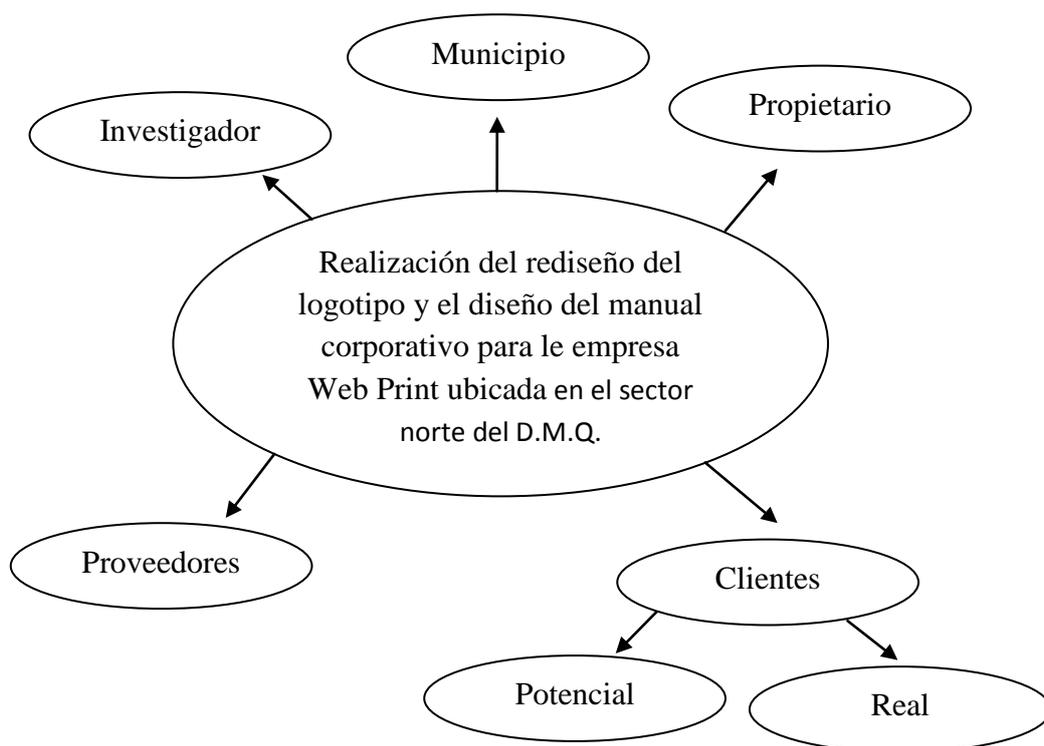


Figura1: Identificación de Involucrados

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

2.2 Análisis y Selección con los involucrados

Tabla 2: Análisis y Selección con los involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos Mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Diseñar una nueva imagen a la empresa.	La empresa no tendrá una identidad propia	Intelectual y tecnológico	Diseñar elementos que identifiquen a la empresa.	Crearé una confusión en el cliente.
Propietario	Generar utilidad para la empresa	Carencia de ingresos para los pagos a trabajadores	Económico	Obtener más clientes para que exista más ingresos	Que la empresa quiebre
Municipio	La empresa se legalice	Carece de leyes internas y externas	Logístico	Ingresar al mercado legalmente	Podrían seguirnos juicio
Cliente	Información sobre la empresa	Escasa información sobre la empresa	Intelectual /económico	Informar sobre la ocupación de la empresa	Desconocimiento de la empresa
Cliente Potencial	Encontrar una empresa con una buena imagen	No tiene una identidad que represente a la empresa	Intelectual	Encontrar colores corporativos adecuados	Falta de identidad sobre la empresa
Cliente real	Sentir seguridad	Carece de una buena imagen	Intelectual	Diseñar un manual corporativo	Pérdida de clientes
Proveedores Mayoristas	Ofrecer crédito a grades empresas	Información de la empresa escasa	Humano	La empresa Web Print sea reconocida en el mercado	Falta de crédito

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

Capítulo III

3. Problemas Y Objetivos

3.1. Árbol De Problemas

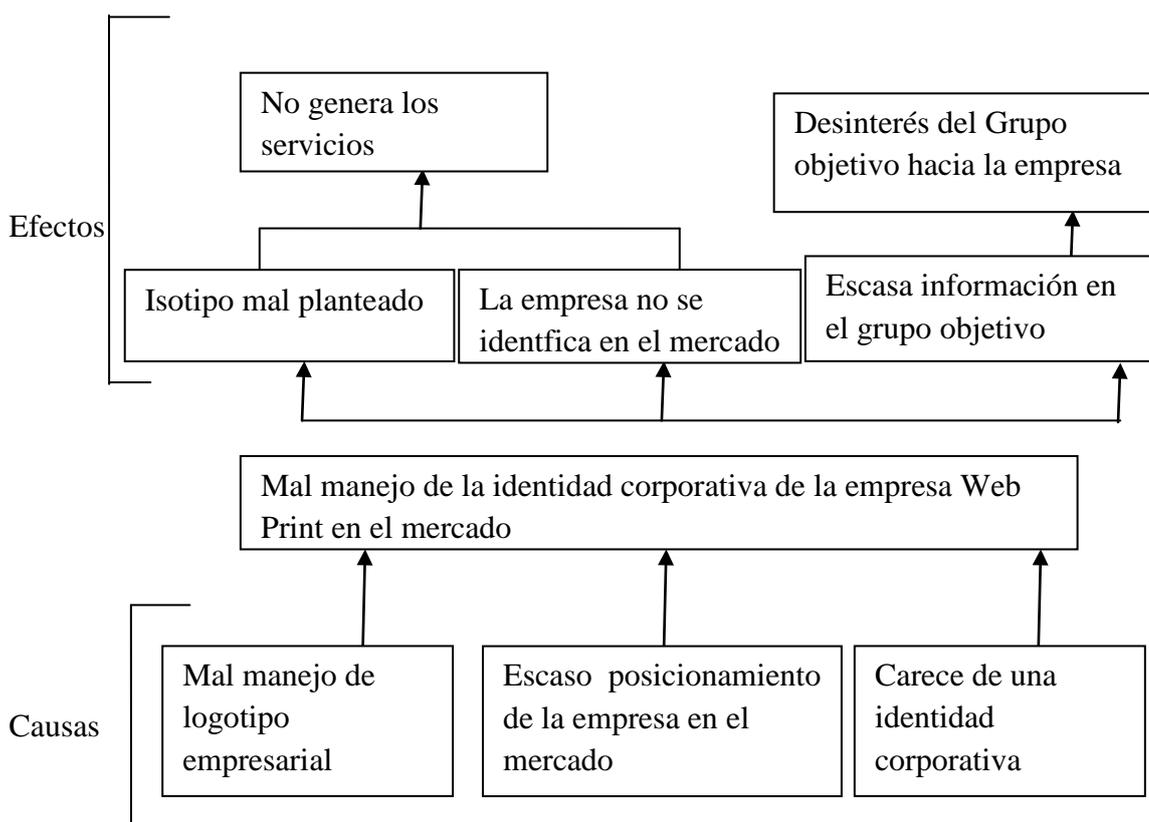


Figura2: Árbol de problemas

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

3.2 Árbol De Objetivos

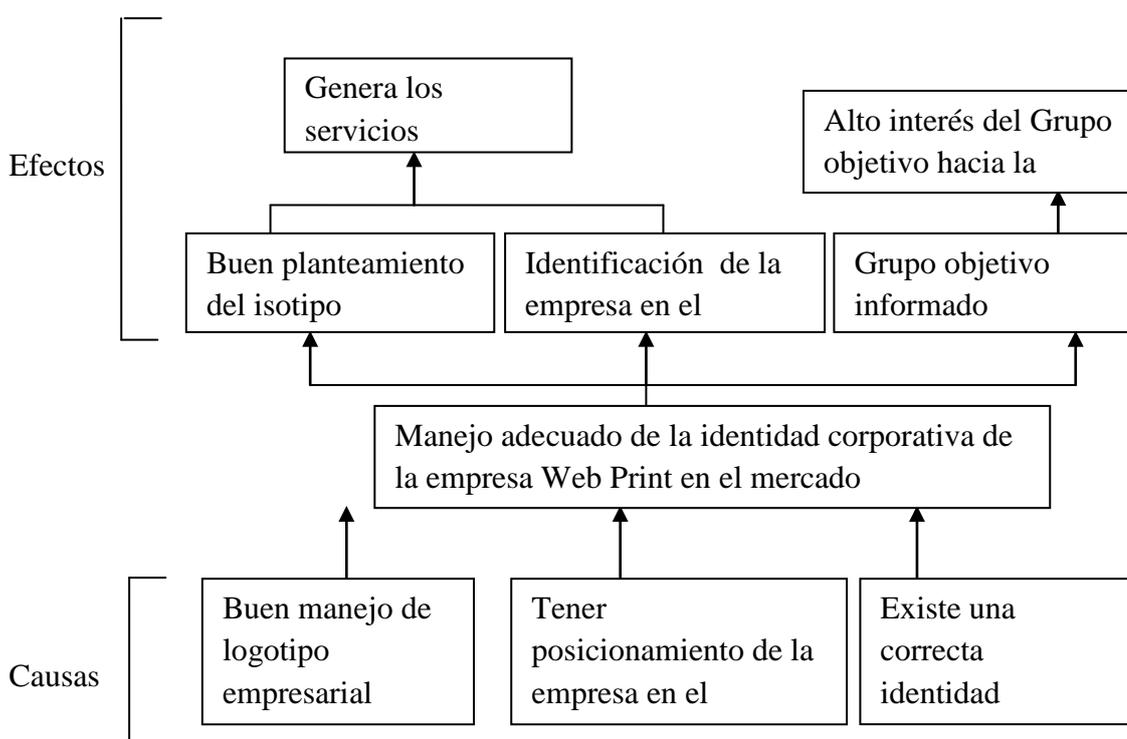


Figura3. Árbol de objetivos

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

Capítulo IV

4. Análisis De Alternativa

4.1 Acciones De Identificación De Alternativas

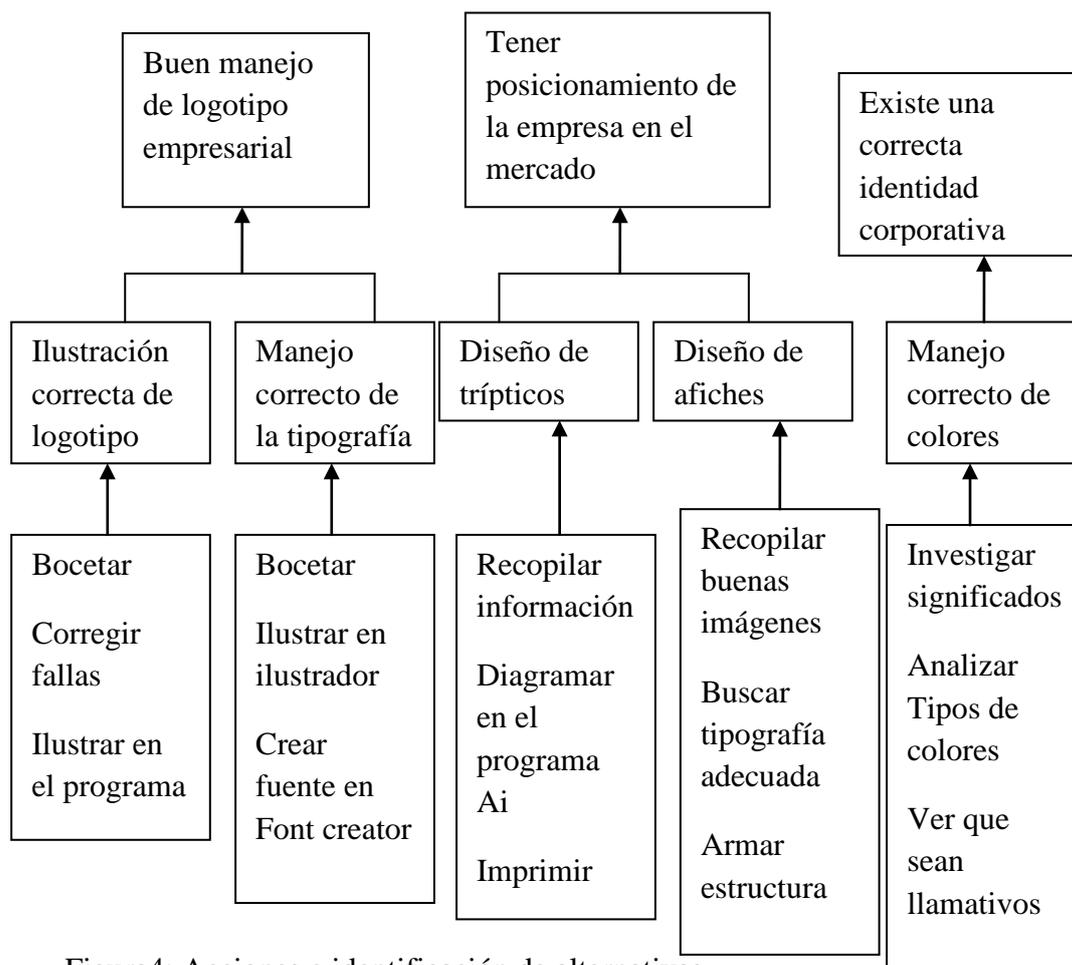


Figura4: Acciones e identificación de alternativas

Elaborado por: Alejandro Jaramillo



4.2.- Tamaño Del Proyecto

Este proyecto va dirigido para gerente, los trabajadores, clientes y población aledaña de la empresa WEBPRINT, ubicada en el sector del aeropuerto la misma que será la dimensión de este proyecto

4.3.- Localización Del Proyecto

Amazonas y río topo sector norte del Distrito metropolitano de Quito.

4.4.-Análisis Ambiental

Factores ambientales que serán afectados, por consumo de papel en la impresiones, pero con la idea de en el futuro ayudar al ambiente en este caso reciclando este material.

4.5 Análisis De La Alternativa

Tabla3: análisis de alternativa

Objetivo	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	categoría
Buen manejo de logotipo empresarial	5	5	5	4	1	20	Alto
Ilustración correcta de logotipo	5	5	5	4	1	20	Alto
Manejo correcto de la tipografía 4	5	5	5	4	1	20	Alto
Tener posicionamiento de la empresa en el mercado	5	5	5	4	1	20	Alto
Diseño de trípticos	5	5	5	4	1	20	Alto
Diseño de afiches	5	5	5	4	1	20	Alto
Existe una correcta identidad corporativa	5	5	5	4	1	20	Alto
Manejo correcto de colores	5	5	5	4	1	20	Alto

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

4.6 Diagrama De Estrategias

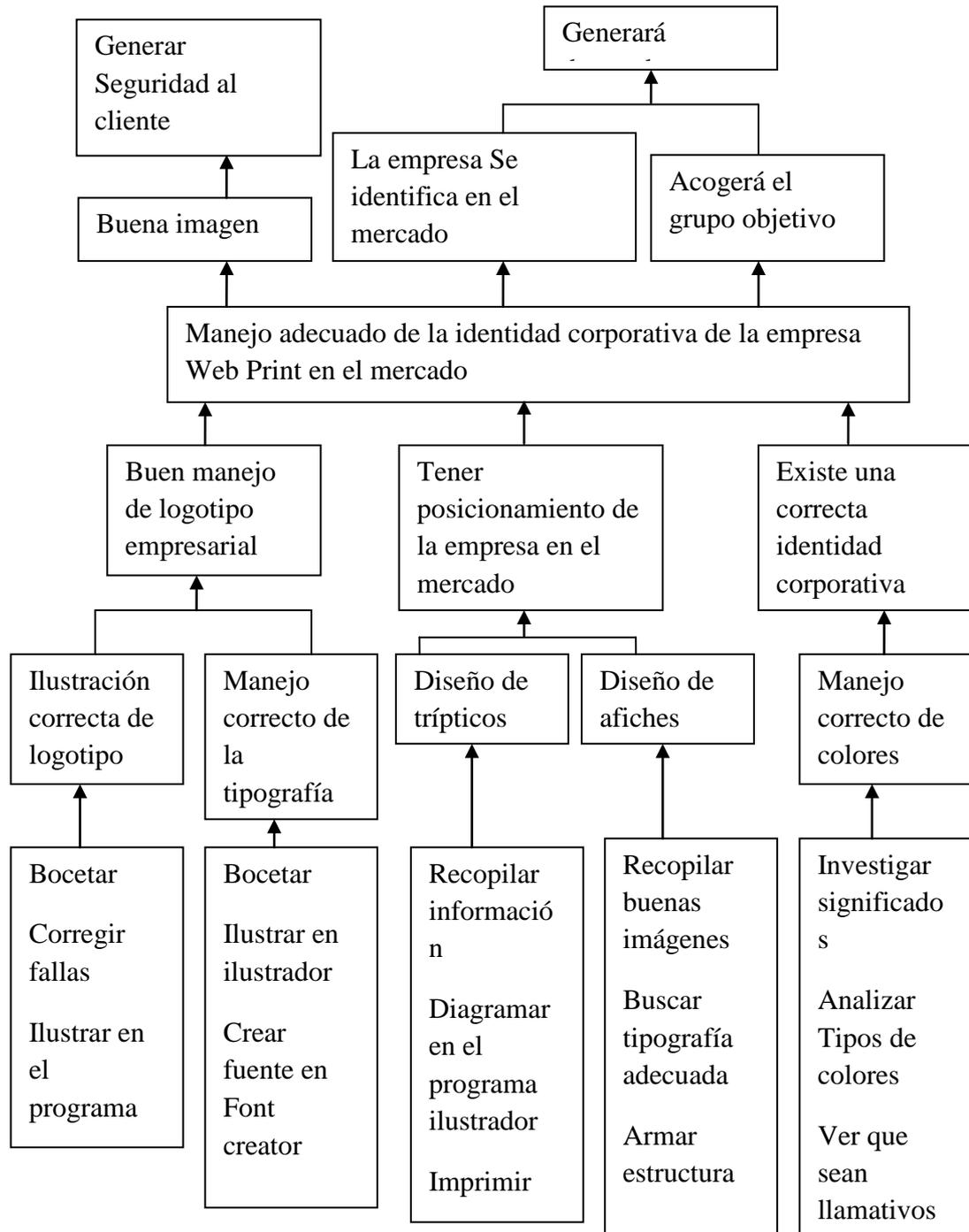


Figura5. Diagrama de estrategias

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

4.7 Construcción De Matriz De Marco Lógico

4.7a Revisión De Criterios Para Los Indicadores

Tabla 4: Revisión De Criterios Para Los Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
Finalidad1	Generar demanda	Obsequiando manillas con el logo de la empresa	1000	Alta	6 meses	Quito	clientes
Fanalidad2	Generar Seguridad al cliente	Diseñando una nueva imagen a la empresa	3	Alta	6meses	Quito	clientes
Finalidad3	Buena imagen	Usando adecuadamente las normas del manual corporativo	1	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Finalidad4	La empresa Se identifica en el mercado	colores corporativos adecuados	4	Alta	6mese	Quito	Diseñador
Finalidad5	Acogerá el grupo objetivo	Mediante Trípticos	1000	alta	6 meses	Quito	Diseñador
Propósito	Manejo adecuado de la identidad corporativa de la empresa Web Print en el mercado	Uso correcto del manual corporativo	1	alta	6 meses	Quito	Diseñador
Componente1	Buen manejo de logotipo empresarial	Siguiendo las normas del manual corporativo	1	Alta	6 meses	Quito	Diseñador
Componente2	Tener posicionamiento de la empresa en el mercado	Obsequiando llaveros	1000	Alta	6 meses	Quito	Diseñador

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

Componente3	Existe una correcta identidad corporativa	Con una investigación analítica sobre empresa	5	Alta	6 meses	Quito	Diseñador
Componente4	ilustración correcto de logotipo	Un buen manejo de programa	1	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Componente5	Manejo correcto de la tipografía	Investigación de las familias tipográficas	5	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Componente6	Diseño de trípticos	Diagramando	3	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Componente7	Diseño de afiches	Con una buena composición	3	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Componente8	Manejo correcto de colores	Analizando cada color	3	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción1	Bocetar	recopilando lluvias de ideas	5	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción2	Corregir fallas	Consultando a terceras personas para analizar las posibles fallas	5	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción3	Ilustrar en el programa	Obteniendo software adecuado	1	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción4	Bocetar	recopilando lluvias de ideas	5	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción5	escanear	Mediante un escáner	1	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción6	Crear fuente en Font creator	Uso del software Font creator	1	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción7	Recopilar información	Por medio de libros o documentos	3	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción8	Diagramar en el programa ilustrador	Haciendo Uso de herramientas adecuadas		Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción9	Imprimir	Buscando un lugar de impresión de	3	Alta	6 meses	Quito	diseñador

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

		calidad					
Acción10	Recopilar buenas imágenes	Tomando fotografías	25	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción11	Buscar tipografía adecuada	Ver una tipografía legible para que no canse el lector	2	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción12	Armar estructura	Manejando una buena composición	2	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción13	Investigar significados	En libros de diseño	2	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción14	Analizar Tipos de colores	En libros	2	Alta	6 meses	Quito	diseñador
Acción15	Ver que sean llamativos	Ver qué color causa mayor impacto	6	Alta	6 meses	Quito	diseñador

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

4.7b Selección De Indicadores

Tabla 5 Selección De Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Finalidad1	Generar demanda	Obsequiando manillas con el logo de la empresa	x	x	x	x	x	5	alta
Fanalidad2	Generar Seguridad al cliente	Diseñando una nueva imagen a la empresa	x	x		x	x	4	alta
Finalidad3	Buena imagen	Usando adecuadamente las normas del manual corporativo	x	x		x	x	4	alta
Finalidad4	La empresa Se identifica en el mercado	colores corporativos adecuados	x	x		x	x	4	alta
Finalidad5	Acogerá el grupo objetivo	Mediante Trípticos	x	x	x	x	x	5	alta
Propósito	Manejo adecuado de la identidad corporativa de la empresa Web Print en el mercado	Uso correcto del manual corporativo	x	x	x	x	x	5	alta
Componente1	Buen manejo de logotipo empresarial	Siguiendo las normas del manual corporativo	x	x		x	x	4	alta
Componente2	Tener posicionamiento de la empresa en el mercado	Obsequiando llaveros	x	x	x	x	x	5	alta
Componente3	Existe una	Con una	x	x		x	x	4	alta

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

	correcta identidad corporativa	investigación analítica sobre empresa								
Componente4	ilustración correcto de logotipo	Un buen manejo de programa	x	x	x	x	x	5	alta	
Componente5	Manejo correcto de la tipografía	Investigación de las familias tipográficas	x	x		x	x	4	alta	
Componente6	Diseño de trípticos	Diagramando	x	x	x	x	x	5	alta	
Componente7	Diseño de afiches	Con una buena composición	x	x	x	x	x	5	alta	
Componente8	Manejo correcto de colores	Analizando cada color	x	x		x	x	4	alta	
Acción1	Bocetar	recopilando lluvias de ideas	x	x	x	x	x	5	alta	
Acción2	Corregir fallas	Consultando a terceras personas para analizar las posibles fallas	x	x	x	x	x	5	alta	
Acción3	Ilustrar en el programa	Obteniendo software adecuado	x	x		x	x	4	alta	
Acción4	Bocetar	recopilando lluvias de ideas	x	x	x	x	x	5	alta	
Acción5	escanear	Mediante un escáner	x	x	x	x	x	5	alta	
Acción6	Crear fuente en Font creator	Uso del software Font creator	x	x		x	x	4	alta	
Acción7	Recopilar información	Por medio de libros o documentos	x	x	x	x	x	5	alta	
Acción8	Diagramar en el programa ilustrador	Haciendo Uso de herramientas adecuadas	x	x		x	x	4	alta	
Acción9	Imprimir	Buscando un lugar de impresión de calidad	x	x	x	x	x	5	alta	
Acción10	Recopilar buenas imágenes	Tomando fotografías	x	x	x	x	x	5	alta	
Acción11	Buscar tipografía adecuada	Ver una tipografía legible para que no canse el lector	x	x		x	x	4	alta	

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



Acción12	Armar estructura	Manejando una buena composición	x	x		x	x	4	alta
Acción13	Investigar significados	En libros de diseño	x	x	x	x	x	5	alta
Acción14	Analizar Tipos de colores	En libros	x	x	x	x	x	5	alta
Acción15	Ver que sean llamativos	Ver qué color causa mayor impacto	x	x		x	x	5	alta

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

4.7c Medios De Verificación

Tabla 6 Medios De Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes De información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	responsable
Finalidad 1	Generar demanda	Obsequiando manillas con el logo de la empresa	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada 3 meses	propietario
Fanalidad 2	Generar Seguridad al cliente	Diseñando una nueva imagen a la empresa	Clientes	Entrevistas	Cualitativo	Cada 2 meses	Gerente
Finalidad 3	Buena imagen	Usando adecuadamente las normas del manual corporativo	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada 2 meses	Diseñador
Finalidad 4	La empresa Se identifica en el mercado	colores corporativos adecuados	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada año	Diseñador
Finalidad 5	Acogerá el grupo objetivo	Mediante Trípticos	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada mes	Diseñador
Propósito	Manejo adecuado de la identidad corporativa de la empresa Web Print en el mercado	Uso correcto del manual corporativo	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada 2 mes	Diseñador
Compone	Buen	Siguiendo	Bibliográfico	Observaci	Cualitati	Cada 2	Diseñad

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

nte1	manejo de logotipo empresarial	las normas del manual corporativo		ón	vo	meses	or
Componente2	Tener posicionamiento de la empresa en el mercado	Obsequian do llaveros	Cientes	Entrevistas	Cualitativo	Cada 3 meses	propieta rio
Componente3	Existe una correcta identidad corporativa	Con una investigación analítica sobre empresa	Bibliográfica	Observación	Cualitativo	Cada3 meses	Diseñador
Componente4	ilustración correcto de logotipo	Un buen manejo de programa	Docente/bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada mes	Diseñador
Componente5	Manejo correcto de la tipografía	Investigación de las familias tipográficas	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada 2 meses	Diseñador
Componente6	Diseño de trípticos	Diagramando	Bibliográficos	Observación	Cualitativo	Cada 2 meses	Diseñador
Componente7	Diseño de afiches	Con una buena composición	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada mes	Diseñador
Componente8	Manejo correcto de colores	Analizando cada color	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada 4 mese	Diseñador
Acción1	Bocetar	recopilando lluvias de ideas	Creativos	Observación	Cualitativo	Cada 2 meses	Diseñador
Acción2	Corregir fallas	Consultando a terceras personas para analizar las posibles fallas	Gerente	Observación	cualitativo	Cada 2 meses	Gerente
Acción3	Ilustrar en el programa	Obteniendo software adecuado	Net grafía	Observación	Cualitativo	Cada 3 meses	Diseñador
Acción4	Bocetar	recopilando lluvias de ideas	Creativos	Observación	Cualitativo	Cada 4 meses	diseñador

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

Acción5	escanear	Mediante un escáner	Net grafías	Observación	Cualitativo	Cada 6 meses	gerente
Acción6	Crear fuente en Font creator	Uso del software Font creator	Creativos	Observación	Cualitativo	Cada 6 meses	diseñador
Acción7	Recopilar información	Por medio de libros o documentos	Bibliográfico	Observación	Cualitativo	Cada 4 meses	Diseñador
Acción8	Diagramar en el programa ilustrador	Haciendo Uso de herramientas adecuadas	Net grafía	Observación	Cualitativo	Cada mes	Diseñador
Acción9	Imprimir	Buscando un lugar de impresión de calidad	Net grafía/ personas	Observación/ entrevista	Cualitativo	Cada 3 meses	Diseñador
Acción10	Recopilar buenas imágenes	Tomando fotografías	Fotógrafo	Entrevista	Cualitativo	Cada 3 meses	Fotógrafo
Acción11	Buscar tipografía adecuada	Ver una tipografía legible para que no canse el lector	Máquina	Observación	Cualitativo	Cada 2 mese	Diseñador
Acción12	Armar estructura	Manejando una buena composición	Bibliografía	Observación	Cualitativo	Cada 2 meses	Diseñador
Acción13	Investigar significados	En libros de diseño	Bibliografía	Observación	cualitativo	Cada 4 meses	Diseñador
Acción14	Analizar Tipos de colores	En libros	Bibliografía	Observación	Cualitativo	Cada 4 meses	Diseñador
Acción15	Ver que sean llamativos	Ver qué color causa mayor impacto	Cientes	Encuesta	Cuantitativo	Cada 4 mes	Diseñador

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

4.7d Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Finalidad1	Generar demanda	Obsequiando manillas con el logo de la empresa	x		x		
Fanalidad2	Generar Seguridad al cliente	Diseñando una nueva imagen a la empresa	x		x		
Finalidad3	Buena imagen	Usando adecuadamente las normas del manual corporativo	x		x		
Finalidad4	La empresa Se identifica en el mercado	colores corporativos adecuados	x		x		x
Finalidad5	Acogerá el grupo objetivo	Mediante Trípticos	x		x		
Propósito	Manejo adecuado de la identidad corporativa de la empresa Web Print en el mercado	Uso correcto del manual corporativo	x		x		
Componente1	Buen manejo de logotipo empresarial	Siguiendo las normas del manual corporativo	x		x		
Componente2	Tener posicionamiento de la empresa en el mercado	Obsequiando llaveros	x		x		x

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

Componente3	Existe una correcta identidad corporativa	Con una investigación analítica sobre empresa	x		x		
Componente4	ilustración correcto de logotipo	Un buen manejo de programa	x		x		
Componente5	Manejo correcto de la tipografía	Investigación de las familias tipográficas	x		x		
Componente6	Diseño de trípticos	Diagramando	x		x		
Componente7	Diseño de afiches	Con una buena composición	x		x		
Componente8	Manejo correcto de colores	Analizando cada color	x		x		
Acción1	Bocetar	recopilando lluvias de ideas	x		x		
Acción2	Corregir fallas	Consultando a terceras personas para analizar las posibles fallas	x		x		
Acción3	Ilustrar en el programa	Obteniendo software adecuado	x		x		
Acción4	Bocetar	recopilando lluvias de ideas	x		x		
Acción5	escanear	Mediante un escáner	x		x		
Acción6	Crear fuente en Font creator	Uso del software Font creator	x		x		
Acción7	Recopilar información	Por medio de libros o documentos	x		x		
Acción8	Ilustrar en el programa ilustrador	Haciendo Uso de herramientas adecuadas	x		x		

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

Acción9	Imprimir	Buscando un lugar de impresión de calidad	x		x		
Acción10	Recopilar buenas imágenes	Tomando fotografías	x		x		
Acción11	Buscar tipografía adecuada	Ver una tipografía legible para que no canse el lector	x		x		
Acción12	Amar estructura	Manejando una buena composición	x		x		
Acción13	Investigar significados	En libros de diseño	x		x		
Acción14	Analizar Tipos de colores	En libros	x		x		
Acción15	Ver que sean llamativos	Ver qué color causa mayor impacto	x		x		

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

4.7d Matriz Marco Lógico

Tabla 8: Matriz Marco Lógico

Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación	Supuestos
Bocetar	recopilando lluvias de ideas	Focus group	Diseños originales
Corregir fallas	Consultando a terceras personas para analizar las posibles fallas	Focus group	Ver las falencias
Ilustrar en el programa	Obteniendo software adecuado	Encuestas	
Bocetar	recopilando lluvias de ideas	Focus group	Ser originales
escanear	Mediante un escáner	Entrevista	Mejorar calidad
Crear fuente en Font creator	Uso del software Font creator	Observación / net grafía	No exista complicación al momento de manejar el software
Recopilar información	Por medio de libros o documentos	Observación	Exista una información clara
Ilustrar en el programa ilustrador	Haciendo Uso de herramientas adecuadas	Net grafía	Excelente manejo del programa
Imprimir	Buscando un lugar de impresión de calidad	Tabulación	Encontrar una excelente empresa para la impresión de calidad
Recopilar buenas imágenes	Tomando fotografías	Focus group	Llegar a la imagen precisa
Buscar tipografía adecuada	Ver una tipografía legible para que no canse el lector	Gerente/personal	Pre analizar que tipografía es adecuada
Armar estructura	Manejando una buena composición	Focus group	Tener una excelente composición
Investigar significados	En libros de diseño	Net grafía	Adquirir más información que facilita la investigación
Analizar Tipos de colores	En libros	Net grafía	Tener conocimiento de que colores me serán útiles para

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



			el logotipo
Ver que sean llamativos	Ver qué color causa mayor impacto	encuesta	Causar el impacto que buscamos

Elaborado por: Alejandro Jaramillo

Capítulo V

5. La Propuesta

5.1 Antecedente De La Herramienta

Era una empresa Alemana que intuía la importancia que alcanzaría la coordinación de los elementos vitales de la marca, o lo que sería el espíritu que hoy llamamos corporativo. Esta idea superaba totalmente la práctica exclusivamente gráfica de la marca, entendió que el diseño no podía limitarse a la concepción gráfica. Peter Behrens, arquitecto, diseñador industrial, y artista gráfico, Otto Neurath, sociólogo, pensaban que se podía aplicar una concepción unitaria a sus producciones, sus instalaciones y comunicaciones. En la evolución formal de los signos de la identidad visual se aprecia la tendencia a la mayor pregnancia mediante la simplificación, con el fin de potenciar la lectura rápida y la memorización. La limpieza de los signos ha sido en aumento como puede apreciarse en las secuencias históricas de los logotipos de diversas marcas cuyos diseños han ido adecuándose a una mayor simplicidad, claridad e inmediatez de lectura, guiados por los progresivos requerimientos de lectura clara y rápida. La evolución formal no ha terminado, tal como ocurre con todas las manifestaciones formales y culturales a través de la historia.



Adobe Illustrator

Después del grandioso éxito del PROGRAMA para impresoras láser, Adobe PostScript, que de hecho fue quien inauguró la apertura de Adobe en el año de 1982, Adobe Systems lanza al mercado lo que sería uno de los programas más reconocidos de la firma y una gran herramienta prodigio de la ilustración a partir de gráficos vectoriales, Adobe Illustrator®. Prematuramente forjado para la creación de ilustraciones con formato PostScript y la elaboración de fuentes, Adobe Illustrator® fue producido entonces para ejecutarse sólo en el ambiente de los sistemas Apple Macintosh en el año de 1986. Su lanzamiento oficial se dio al año siguiente en enero de 1987 cuando nació Benito bajo la versión Adobe Illustrator® 1.1. Las clases de ilustrador en la cpac confirman su importancia.

Adobe Illustrator, al igual que la serie de programas creados en aquella época (procesadores de texto, hojas de cálculo, Computer Aided Design (CAD), Etc...) se muestra como una innovadora alternativa de técnica digital a la ya conocida creación artesanal o manual del lápiz de dibujo, el borrador, el papel y la pintura todo esto para la creación de dibujo o en su defecto "Ilustración", para aquel entonces era una técnica muy conocida y recurrida en los medios publicitarios la Aerografía (técnica de aplicación de pintura a partir de soplete). Hoy en día Adobe Illustrator® ya es capaz hasta de imitar esta última técnica, pero mediante una de sus herramientas más especialmente particulares y curiosas, y una de las razones por la que es apreciado, la Herramienta Malla de degradado (*Gradient Mesh Tool* llamada solo



"Herramienta Malla" en la versión en español). Adobe Photoshop® también es capaz de imitar o seguir esta técnica pero mediante mapa de bits.

Tras su primer lanzamiento Adobe Illustrator® tuvo otros “diversos lanzamientos” siendo creado para otras plataformas distintas de las de Macintosh en las que probó suerte teniendo por supuesto aciertos y desaciertos. Pero Adobe Systems continuó colocando su fe siempre en Adobe Illustrator®.

Adobe Photoshop

En 1987, Thomas Knoll, un estudiante de doctorado en la Universidad de Michigan escribió un programa en su Macintosh Plus para mostrar imágenes a escala de grises en pantallas monocromáticas. Este programa, llamado Display, llamó la atención de su hermano, John Knoll, un trabajador de Industrial Light & Magic, que recomendó a Thomas convertir su programa en un programa completo editor de imágenes. En 1988, Thomas se tomó un receso de 6 meses de sus estudios para trabajar en el programa, junto con su hermano. Thomas renombró el programa a ImagePro, pero el nombre ya se encontraba registrado. Más tarde ese mismo año, Thomas renombró el programa como Photoshop y negoció un trato con el creador de escáneres Barneyscan para distribuir copias del programa con un escáner, "un total de 200 copias de Photoshop fueron distribuidas" de esta manera.

Durante este tiempo, John viajó a Silicon Valley y realizó una demostración del programa a ingenieros de Apple y Russell Brown, director de arte en Adobe. Ambas demostraciones fueron exitosas, y Adobe decidió comprar la licencia para distribuir el programa en septiembre de 1988. Mientras John trabajaba en plug-ins en



California, Thomas se quedó en Ann Arbor trabajando en el código. Photoshop 1.0 fue lanzado en 1990 exclusivamente para Macintosh.

5.2 Descripción De La Herramienta

Es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con los siguientes atributos: - Historia o trayectoria de la empresa, proyectos y cultura corporativa, es decir, cómo se

Hacen las cosas. En general incluye un logotipo y elementos de soporte, generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en un documento de tipo Manual Corporativo.

Adobe Ilustrador

“(AI) es el nombre o marca comercial oficial que recibe uno de los programas más famosos de la casa Adobe, junto con sus hermanos Adobe Photoshop y Adobe flash, y que se trata esencialmente de una aplicación de creación y manipulación vectorial en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como *"mesa de trabajo"* y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para Ilustración (Ilustración como rama del Arte digital aplicado a la Ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros)”¹.

Es un software de la familia de Adobe es cual nos permite trabajar, crear y manipular de una manera vectorial y este se lo realizar en una mesa de trabajo,, el cual le

¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator
 EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA
 WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR
 NORTE DEL D.M.Q.



podemos dar tamaño, color tanto a la mesa de trabajo como a la ilustración de esa manera podemos trabajar de una manera digital más profesional.

Adobe photoshop

(popularmente conocido sólo por su segundo nombre, Photoshop) es el nombre, o marca comercial oficial, que recibe uno de los programas más famosos de la casa Adobe junto con sus hermanos Adobe Illustrator y Adobe Flash, y que se trata esencialmente de una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un "lienzo" y que está destinado a la edición, retoque fotográfico y pintura a base de imágenes de mapa de bits. Su nombre en español significa literalmente "taller de fotos". Su capacidad de retoque y modificación de fotografías le ha dado el rubro de ser el programa de edición de imágenes más famoso del mundo.

Actualmente forma parte de la familia Adobe Creative Suite y es desarrollado y comercializado por Adobe Systems Incorporated inicialmente para computadores Apple pero posteriormente también para plataformas PC con sistema operativo Windows. Su distribución viene en diferentes presentaciones, que van desde su forma individual hasta como parte de un paquete siendo éstos: Adobe Creative Suite Design Premium y Versión Standard, Adobe Creative Suite Web Premium, Adobe Creative Suite Production Studio Premium y Adobe Creative Suite Master Collection.

Font Creator

Al crear o abrir un tipo de letra, FontCreator muestra una visión general de todos los caracteres disponibles. Usted puede simplemente añadir caracteres que faltan, o

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



seleccionar un carácter existente, y modificar su apariencia. Puede importar (escaneadas) las imágenes de su firma o logotipo de la empresa, o hacer una fuente de su propio puño y letra. Con FontCreator también se puede fijar puntos de código de caracteres, los nombres de las fuentes, los pares de kerning, y en todo momento se puede previsualizar las fuentes antes de instalar.

5.3 Formulación Del Proceso De Aplicación

5.4 Área Corporativa

5.4.1 Imagen Corporativa

“La imagen corporativa constituye como la impresión total que una organización genera en la mente de los públicos. En realidad no podemos hablar estrictamente de imagen corporativa, sino más bien de imágenes corporativas, ya que están conformadas por las percepciones, impresiones y experiencias de un conjunto muy variado de personas. Además es importante mencionar a los tipos de imágenes: la imagen de empresa, la imagen de marca y la imagen de producto”².

Es una imagen generalmente aceptada de lo que una empresa “significa”, se diseña para ser atractiva al público, de modo que la empresa pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, en el caso del tipo de imágenes que se había mencionado, La primera se refiere a la imagen institucional de esa organización; la segunda, al conjunto de signos visuales y verbales que elige para identificarse, signos que representan a dicha organización en la mente de los públicos; y la tercera se refiere al lugar que ocupan los productos y servicios que ofrece dicha organización frente a otros que puedan existir en el mercado.

➤ ² Diseño grafico en el espacio social. Por Alejandro Tapia (jul,16,2009)

5.4.2 Identidad Corporativa

Es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con los siguientes atributos: - Historia o trayectoria de la empresa, proyectos y cultura corporativa, es decir, cómo se hacen las cosas. En general incluye un logotipo y elementos de soporte, generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en un documento de tipo Manual Corporativo.



Figura6: Logo anterior y propuesta



Logotipo anterior

Como podemos observar el logo anterior maneja colores azul, celeste

Una tipografía arial black fácil de encontrar pero no denota nada, crea buena legibilidad

El símbolo no tiene definido la actividad de la empresa.

Logotipo nuevo

El nuevo logotipo(la propuesta)

Tiene una tipografía “masque” que denota modernidad

Los colores son alegres llamativos

Su símbolo son tres flechas que indican que son guías.

5.4.3 Comunicación Corporativa

La comunicación corporativa es el acto por el cual una organización emite una serie de mensajes a través de una serie de medios a un conjunto de receptores con la intención de transmitir ideas y conceptos determinados.



Figura7: Estructura del nuevo logotipo

Los colores:

Azul.- demuestra juventud

Verde.-esperanza, dinamismo

Rojo.- competencia

Amarillo.- de luz, vida

Tipografía:

Masque.- denota modernismo, proyectarse al futuro.

Drid herder solid italic.- modernismo, exactitud, perseverancia, progreso.

“En el mundo del diseño, abunda el trabajo que despierta expectación y apunta nuevas formas de pensar sobre la comunicación visual. En ocasiones, el reto consiste en una prueba de legibilidad en otras, como una inesperada yuxtaposición del contenido o de color. La tipografía que intenta ver el futuro”³

5.4.4 Análisis Del Logotipo Anterior

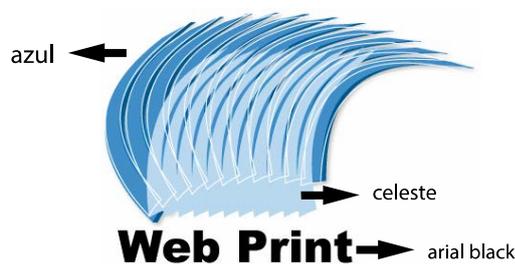


Figura8: Análisis de logotipo anterior

Análisis Del Logotipo Anterior.- maneja colores azul, celeste que nos denota juventud y calma, tranquilidad

Una tipografía arial black fácil de encontrar pero no denota nada, crea buena legibilidad

El símbolo no tiene definido la actividad de la empresa.

Este logotipo fue diseñado por el propietario de la empresa quién es diseñador.

➤ ³ Tipografía para diseñadores Timothy Samara(2008).

Presentación De La Propuesta



Figura9: Análisis de la propuesta

Análisis del rediseño.- manejo los colores llamativos, celeste que denota juventud, verde que es la esperanza y rojo fuerza y competencia, amarillo que es la luz vida.

Tiene una tipografía “Masque” que denota modernidad proyección al futuro

Su símbolo son tres flechas que indican que son guías, señalética.

5.4.5 Full Color



Figura10: Propuesta full color

El logotipo a color puede ser utilizado para en papelería publicidad en general como: plegables,

Afiches, material P.O.P., uniformes.

5.4.7 Escala De Grises.



Figura11: Propuesta escala de grises

Cuando realicemos impresiones en 1 color como ejemplo: puede ser en banderas, cuadernillos, libretas etc

5.4.8 Positivo Y Negativo



Figura12: Propuesta en positivo y negativo

Positivo.-Cuando realicemos impresiones en 1 color como ejemplo: especialmente para sellos también cuando utilicemos el logotipo sobre fondos claros, puede ser en banderas, cuadernillos, libretas etc.

Negativo.- Cuando realicemos impresiones y sus fondos sean oscuros.

5.4.9 Modos De Color

En este caso depende de qué modo utilicemos y en que medio, si es impreso lo haremos en CMYK y PANTONES, pero si lo hacemos visual lo haremos en RGB.

5.4.10 Cmyk

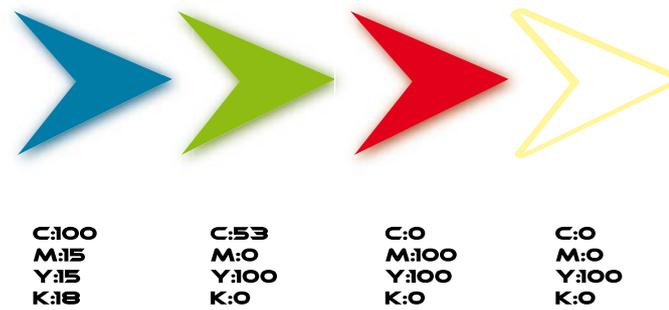


Figura13: colores corporativos de la propuesta en cmyk

5.4.11 Rgb

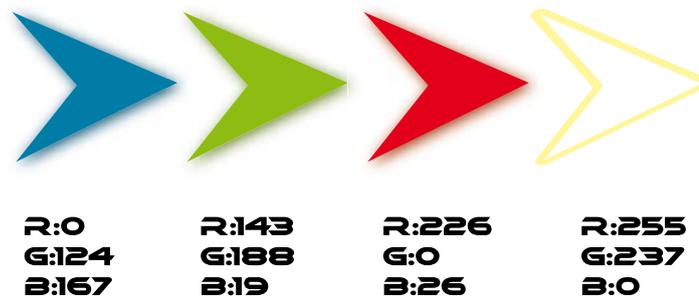


Figura14: colores corporativos de la propuesta en rgb

5.4.12 Pantone

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



Figura15: colores corporativos de la propuesta en pantones

5.4.13 Disposiciones Correctas E Incorrectas Del Logotipo

Si se utiliza fondos oscuros usar el logotipo en negativo y si son fondos claros usar el logotipo en positivo, si se coloca con imagen realizar marca de agua a la imagen

5.4.14 Tamaños

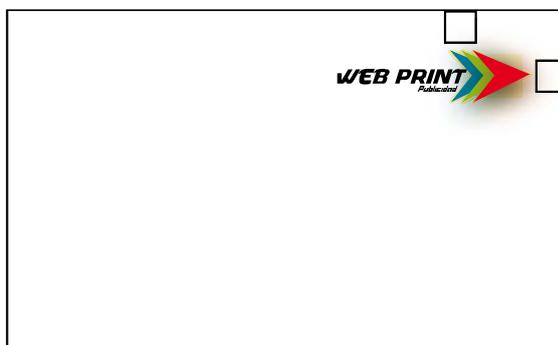


Figura16: tamaño mínimo de la propuesta

El tamaño mínimo del logotipo es de ancho: 3,08mm x Alto: 0,84mm x trazo: 1pt que es el tamaño que se puede ocupar en tarjetas de presentación, con un área de reserva del filo hacia dentro si va en la esquina de 0,5mm.

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

5.4.15 Cambios Autorizados



Figura17: cambios autorizados en la propuesta

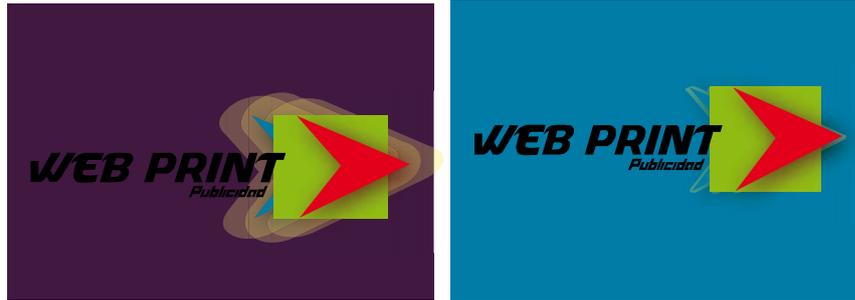
5.4.16 Cambios No Autorizados



Figura18: cambios no autorizados en la propuesta

Regular el grosor de los delineados del símbolo ya que se deforma el mismo

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



No

si

Figura19: manejo grosor del símbolo de la propuesta

Si se coloca el logotipo sobre una imagen realizar marca de agua a la imagen dependiendo de la misma.



Le hemos bajado la opacidad al 70% | Le hemos bajado la opacidad al 80%

Figura20: logotipo sobre imagen con marca de agua

5.4.16 Papelería

Utilizaremos Una Papelería Básica

Hoja Membretada

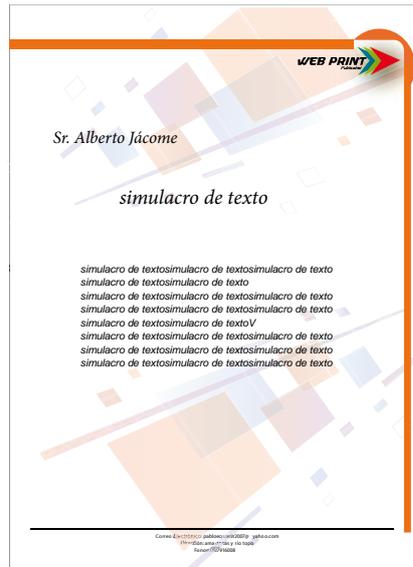


Figura21: Papelería hoja Membretada

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

Tarjeta



TIRO



RETIRO

Figura22: papelería tarjeta tiro y retiro

Carpeta

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

5.4.17 Señalética

De igual manera una señalización básica como:

Baños, Herramientas, Gerencia, Por favor use casco, Estacionamiento, Área de impresión, Peligro área de metalmecánica como se encuentran en la figura (27y 28).



Figura27: señalética básica área interna



Figura28: señalética uso protección interno

4.5.18 Uniformes

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



Camiseta polo.- uso general se utilizara de lunes a viernes como uniforme del diario (véase en la figura 29).

Camiseta.-uso general esta camiseta ira debajo de la camiseta polo o de camisa jean en el caso del área de metalmecánica. (Véase en la figura30)

Gorra.-uso general exclusivo para el personal que desempeña sus labores en el exterior de la empresa. (Véase en la figura32)

Buzo.- uso exclusivo para tensar lonas. (Véase en la figura31)

Camisa jean.-uso exclusivo para metalmecánica (véase en la figura30)

Pantalón jean.- uso exclusivo para metalmecánica (véase en la figura31)



Figura29: uniforme camisetas para uso general



Figura30: uniforme camiseta y camisa jean uso metal mecánica



Figura31: pantalón jeans y buso uso para metalmecánica y para tensar lonas



Figura32: Gorras uso general

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.

4.5.19 Material P.O.P.

Para que la empresa se dé a conocer hemos decidido obsequiar pequeños presentes de acuerdo al monto de la compra, entre esos presentes se encuentran:

Llaveros, Esféros, Vallas a escala para escritorio, Flash memory, Manillas (véase en la figura33 y 34)



Esféros



Llaveros



Manillas

Figura33: material P.O.P. esféros, llaveros, manillas.

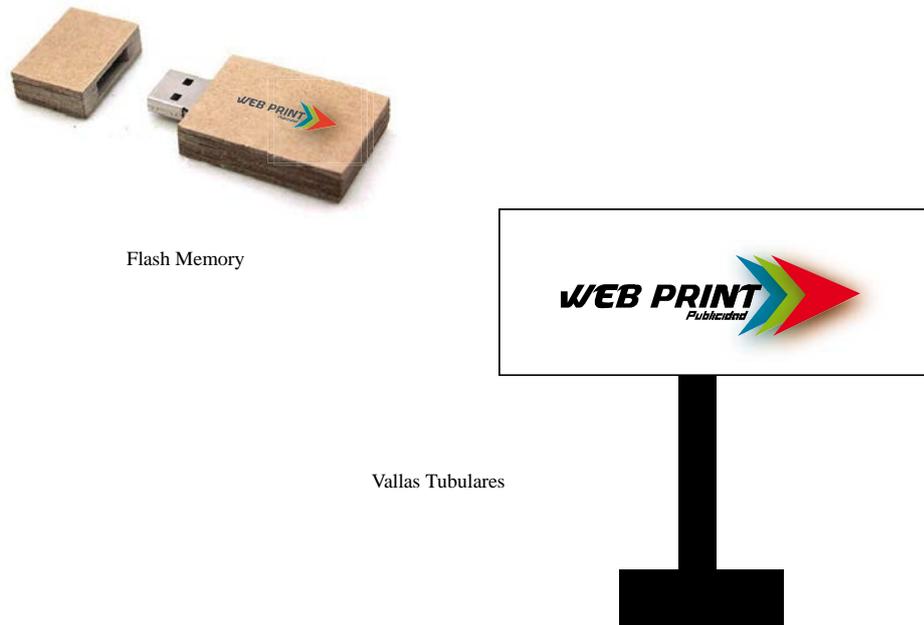


Figura34: material P.O.P. flash memory y mini tubular



4.5.20 Estrategia De Posicionamiento De La Marca

Problemas comunicacionales

Información: no es conocido aun, falta de información.

Persuasión: no hay estrategia

Posicionamiento: es nulo

Mantenimiento.-no hay estrategia

Objetivos publicitarios

Información.- Haremos trípticos, mostrando el producto y el servicio que se ofrece

Persuasión.- obsequiaremos manillas y lo entregaremos a salida de centros comerciales.

Posicionamiento.- haremos presentación de publicidad a escala para causar un impacto grande en el consumidor y lo presentaríamos en los centros comerciales.

Mantenimiento.-Estaremos pendientes cada 3 meses con publicidad en vallas.

Plan de medios

Medios principales

Haremos posters y hojas volantes informativos para llegar a los al grupo objetivo

Medios secundarios

Haremos presentación de publicidad a escala para causar un impacto grande en el consumidor y lo presentaríamos en los centros comerciales, y resaltar el producto

Medios auxiliares

Haremos vallas publicitarias para recordar el producto.



Capítulo VI

6. Aspectos Administrativos

6.1 Recursos

Para la realización del siguiente proyecto hemos utilizado los siguientes recursos:

Recurso Tecnológico Ya que al realizar el proyecto hemos hecho uso de la tecnología como computadora, impresoras, etc.

Recursos Económicos También hemos invertido dinero para las impresiones de los borradores, las copias, pasajes, comida etc.

Recurso Humano Hemos solicitado la ayuda de docentes para adquirir conocimientos que nos ayuden con el desarrollo de nuestro proyecto, también hemos utilizado este recurso para la realización de los borradores y del proyecto en general



6.2 Presupuesto

Consumo	Valor
Pasajes	\$15 dólares
Comida	\$30 dólares
Impresiones	\$240 dólares
Anillados	\$12 dólares
Empastado	\$10 dólares
Acabados Del Producto	\$20 dólares
Imprevistos	\$80 dólares
Total	\$407 dólares

6.3 Cronograma

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



Capítulo VII

7. Conclusiones Y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

- En conclusión este manual servirá de gran ayuda para logotipo y a su vez el uso adecuado del mismo nos ayudará a obtener más clientes para la empresa.
- Según la información impartida por el propietario la empresa Web Print carece de brief por el cual nos vemos en la obligación inmediata de diseñar un manual corporativo
- Este proyecto beneficiara a la empresa dotándola de una nueva imagen amigable, así los clientes se sentirán seguros de que la empresa los asesore publicitariamente.
- Analizando el logotipo anterior podríamos decir el es muy simple y un poco anticuado

Y por el tiempo que ha representado a la empresa que ha sido aproximadamente 6 años podríamos decir que necesita un cambio en la identidad corporativa algo más moderno.

- La nueva identidad que tiene ahora Web Print será el primer paso para que ingrese en el mercado.

7.2 Recomendaciones

EL REDISEÑO DEL LOGOTIPO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL CORPORATIVO PARA LA EMPRESA WEB PRINT QUE SE DEDICA A LA PUBLICIDAD UBICADA EN EL ANTIGUO AEROPUERTO SECTOR NORTE DEL D.M.Q.



- Es recomendable mantener unido el logotipo no separar, el isotipo de su tipografía.
- Se recomienda que el color del buzo sea de color gris ya que el logotipo resaltaría el sucio no sería notorio y no daría mala imagen.
- Se recomienda utilizar las camisetas de uso diario de color naranja, se lo conoce como estilo neon, y es un color resalta a la vista del público.
- también recomiendo ser hacendoso con el cliente, ser atento ya que sería horrible tener una buena imagen pero demostrar todo lo contrario.
- Se recomienda seguir paso a paso las normas del manual corporativo para que la empresa tengo una exitosa introducción en el mercado
- Es recomendable usar colores cmyk cuando utilicen el logotipo en digital, cmyk y pantone cuando quieran imprimir.

Referencias Bibliográficas

- Tipografía para diseñadores Timothy Samara(2008).
- Entender el diseño grafico y la comunicación visual. Por Ryan Hembree (Feb 18, 2010)
- Diseño grafico en el espacio social. Por Alejandro Tapia (jul,16,2009)
- Diseño grafico y comunicación. Por Jorge Frascara (mar,2002)
- Psicología del color en el diseño gráfico por Nivck (feb. 11 ,2012)



Net grafías

- <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/ADMestrategicaypolitica/07.pdf>
- <http://www.cursosdisenografico.com/arte-grafico-ilustracion.php>
- [http://madridnyc.com/blog/2012/12/26/tendencias-del-color-en-diseno-grafico-en-2013/\(tendencias](http://madridnyc.com/blog/2012/12/26/tendencias-del-color-en-diseno-grafico-en-2013/(tendencias)
- http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator