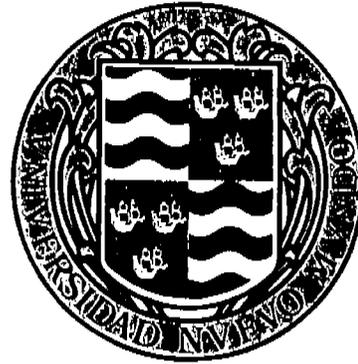


878531

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO
CAMPUS SAN MATEO

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



“IMAGEN GRÁFICA, FOLLETO Y MANUAL DE IMAGEN
DE LA EMPRESA GRAFIC GOLD, S.A. DE C.V.”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO PRESENTAN

EVELIA GÁLVEZ PONCE

ANA CECILIA TORRES VIVEROS

DIRECTOR DE TESIS

L.D.G. MÓNICA ZÁRATE OLVERA

MÉXICO 2005

m. 339908



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

... a la Dirección General de...
Unidad a... el... el... el... el...
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: EVELIA GÁLVEZ PONCE / ANA CECILIA TORRES RIVEROS

FECHA: 22 - ENERO - 2005

FIRMA: PA. [Firma]

AGRADECIMIENTOS

A Dios por estar siempre cerca de mi y de mi familia.

A mis papás, por haberme dado la vida y darme los principios para culminar con éxito esta etapa tan importante en el aspecto profesional. Como hija me siento orgullosa de tenerlos como padres. Gracias por su apoyo incondicional y por creer en mí.

A mi hermano, por todos los momentos compartidos y por saber que siempre vas a estar ahí.

A mis abuelos Silvestre y Esther, por ser como mis segundos padres, por todo su apoyo y por brindarme el amor que solo pueden dar unos abuelos como ustedes.

A mis abuelos Emillo y Ma. de Jesús, gracias a su ejemplo tengo un gran padre y una excelente familia.

A mis tíos, por escucharme y por saber que siempre contaré con ustedes, gracias por ocupar un lugar especial en mi corazón.

A mis primos, por ser mis grandes amigos y por compartir momentos de alegría y sinceridad conmigo.

Al Lic. Marco Antonio López Zapata, gracias por su ayuda, dedicación y paciencia, pude concluir este proyecto.

A Mónica, por su comprensión y motivación en todo momento para finalizar esta etapa de mi vida.

A mis amigas y amigos, por ser gran parte de mi vida y compartir momentos de felicidad y tristeza.

A mi amiga Ana, por compartir momentos de desesperación y desvelos para lograr este proyecto. Gracias por tu amistad y estar conmigo en este momento.

Evelia Gálvez Ponce

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por cuidarme siempre, darme paciencia, tranquilidad y salud para concluir este proyecto.

A mis papás, por haberme dado la vida y la oportunidad de estudiar esta carrera. Por apoyarme siempre en todo momento y por tener la paciencia necesaria para que el día de mi titulación por fin llegara. Gracias por todo su amor y comprensión.

A Mónica Zárate, por impulsarnos a realizar este proyecto y apoyarnos siempre.

Al Lic. Marco A. López Zapata, por apoyarnos en la realización del proyecto y transmitirnos su experiencia.

A Eve, por compartir esta experiencia conmigo, por todo su apoyo a lo largo de tantos años de amistad y por estar siempre en las buenas y en las malas.

A Gustavo Lara, por haber llegado en el mejor momento a mi vida, impulsarme a seguir adelante y apoyarme en todo momento para culminar este proyecto.

Ana Cecilia Torres

ÍNDICE

1. Introducción	
2. <i>Grafic Gold, S.A. de C.V.</i>	8
3. <i>Imagen Gráfica</i>	12
3.1. <i>Imagen Gráfica Anterior</i>	15
3.2. <i>Proceso de Imagen Gráfica Actual</i>	16
3.2.1. <i>Bocetaje</i>	16
3.2.2. <i>Alternativas de Imagen Gráfica</i>	17
3.2.3. <i>Imagen Gráfica Elegida</i>	20
3.2.4. <i>Justificación de la Imagen Gráfica</i>	22
3.2.5. <i>Retícula de Proporción</i>	24
3.2.6. <i>Retícula de Trazo</i>	26
3.2.7. <i>Área Mínima de Aislamiento</i>	27
3.2.8. <i>Reducción Mínima</i>	28
3.2.9. <i>Utilización del Símbolo-Imagotipo</i>	29
4. <i>Aplicaciones de Papelería Básica</i>	30
4.1. <i>Tarjetas de Presentación</i>	30
4.2. <i>Hoja Membretada</i>	31
4.3. <i>Sobre</i>	32
4.4. <i>Folder</i>	33
4.5. <i>Factura</i>	34
4.6. <i>Unipeco</i>	35
5. <i>Aplicaciones de Papelería Administrativa</i>	36
5.1. <i>Contra Recibo</i>	36
5.2. <i>Checador</i>	37
5.3. <i>Cuenta por Pagar</i>	38
5.4. <i>Póliza de Cheque</i>	39
5.5. <i>Hoja de Fax</i>	40
5.6. <i>Orden de Producción</i>	41



6. Folleto	42
6.1. Diseño Editorial	42
6.2. ¿Qué es un Folleto?	42
6.3. Necesidades del Cliente	44
6.4. Propuesta de Diseño	45
6.5. Papel y Formato	46
6.6. Bocetaje	47
6.6.1. Retícula	47
6.7. Opciones de Layout	48
6.8. Justificación Gráfica	52
6.9. Justificación Gráfica por Página	54
6.9.1. Portada y Contraportada	54
6.9.2. Introducción	55
6.9.3. Diseño	56
6.9.4. Pre-Premsa	57
6.9.5. Offset	58
6.9.6. Suajado	59
6.9.7. Acabados	60
6.9.8. Equipo	61
5.10. Compaginación	62
5.11. Sistema de Impresión y Acabados	63
7. Manual de Imagen Gráfica	64
Conclusiones	65
Bibliografía	67

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, el Diseño Gráfico ha estado presente en la historia del hombre, ya que éste siempre ha tenido la necesidad de comunicarse de diferentes maneras. Por esto, el Diseño Gráfico es el área de la comunicación que por medio de mensajes visuales transmite una idea o concepto.

El diseñador, quien es el codificador dentro del proceso de comunicación, representa la idea, mediante códigos para que el receptor capte el mensaje.

Nosotros realizamos este proyecto, el cual se basa en la Imagen Gráfica, folleto y Manual de Imagen de la empresa Grafic Gold, S.A. de C.V.

Este proyecto surge de la necesidad del cliente por tener una nueva imagen de su empresa, ya que quiso que ésta tuviera una personalidad más fuerte, mayor seriedad y que a su vez transmitiera calidad, elegancia para posicionarse en un nivel socio-económico medio-alto, prestigio, y de esta manera poder ser identificada gráficamente y atraer más clientes. Así mismo, tiene la necesidad de la creación de un folleto que muestre los servicios que ofrece la misma y pueda ser distribuido a diferentes empresas para su mayor difusión y crecimiento.

Para poder realizar este proyecto, en primer lugar, se analizaron las características de la empresa desde sus inicios, su estructura, usuario, objetivos, servicios que ofrece y compromiso antes sus clientes.

Posteriormente se desarrolló la Imagen Gráfica, iniciando con el estudio de la Imagen anterior, análisis de la competencia, lluvia de ideas, desarrollo de propuestas, pruebas de tipografía, color, etc., hasta llegar a la imagen final y sus especificaciones gráficas.

Una vez diseñada la Imagen gráfica, se realizó la aplicación de la misma sobre la papelería de la empresa, incluyendo características como tipo de papel, gramaje, medidas, sistema de impresión, acabados, etc.

Posteriormente, se desarrolló el folleto mediante un proceso establecido para lograr que el diseño fuera efectivo y cumplir así las necesidades del cliente. Este proceso se basó en una etapa de bocetaje, opciones de layout, justificación gráfica, compaginación, sistema de impresión y acabados; y se realizó con el uso adecuado de los diferentes elementos gráficos para obtener un Impreso organizado, comprensible y atractivo para el cliente.

Finalmente, se realizó el Manual de Imagen Gráfica, en el cual se establecen las normas generales para aplicar correctamente los diferentes elementos que componen la Imagen de la empresa.

2. GRAFIC GOLD, S.A. DE C.V.

Grafic Gold es una empresa dedicada a las Artes Gráficas con experiencia en impresos para la industria y el comercio.

Surge en la década de los 80's con el nombre de ILZ Hnos. como una empresa familiar, iniciando sus servicios en el área de papelería en general; como etiquetas, hojas membretadas, tarjetas de presentación, etc.

Posteriormente con el motivo de ampliar su mercado, deciden incorporar a sus servicios la elaboración, desarrollo e impresión de todo tipo de empaques plegadizos y esto les ayuda a tener un importante desarrollo.

Para el nuevo milenio, la empresa comienza a tener un mayor crecimiento, y debido a esto y a ciertos requerimientos fiscales, deciden cambiar la razón social a Grafic Gold, S.A. de C.V., siendo el nombre actual de la empresa.

La empresa dedica sus servicios buscando satisfacer o exceder las expectativas de sus clientes, aprovechando la tecnología con la que cuenta hoy en día, ha mejorado la calidad en los procesos de producción, ha acortado los tiempos de entrega y disminuido los costos, con lo que los clientes obtienen más por el dinero que invierten al adquirir sus materiales impresos.

Algunos de estos materiales que la empresa desarrolla son: trípticos, dípticos, posters, revistas, calendarios, empaques plegadizos, etiquetas, entre otros; y esto se lleva a cabo a través de un sistema de producción ya establecido.

1. Diseño
2. Pre prensa
3. Offset

Dicho sistema consta de 5 procesos:

1. DISEÑO

Se elaboran y desarrollan los diferentes materiales gráficos, en Plataformas Macintosh y PC, con programas como Photoshop, Illustrator, Freehand, Corel Draw y Quark Express, de acuerdo a las necesidades del cliente.

2. PRE PRENSA

Se hace una revisión de los archivos, en cuanto a tipografía, colores (Pantones) e imágenes (resolución), se hace la formación y posteriormente se prepara el documento para la salida de negativos. Estos se realizan en una Filmadora Hercules Linotype-Hell de 74 x 53 cms. y finalmente se emulsionan las placas de impresión.

En este proceso también se desarrollan pruebas de Color Art, en la cual se expone el negativo sobre una película y se rebela, con cada uno de los cuatro colores básicos (CMYK), y hasta el último va el papel. Esta prueba tiene mayor fidelidad en cuanto a registros y comprobación de lineaje y se realiza únicamente si el cliente lo requiere.

3. OFFSET

Se utiliza este sistema de impresión debido a la combinación de buena calidad y economía, así como la versatilidad de sustratos, la impresión de tirajes muy grandes y diferentes tipos de formatos hasta de 60.5 x 74 cms.

La empresa cuenta con maquinaria de primera calidad avalada por Heidelberg como son: Heidelberg Speed Master Cd 5 colores, con formato máximo de 60.5 x 74 cms. y mínimo de 30 x 35 cms. y Heidelberg Sormz de 2 colores con un formato máximo de 52 x 71 cms.

4. SUAJADO

En algunos casos los materiales requieren de algun suaje en especial por lo que se necesita un cliché con la forma deseada. Se cuenta con las siguientes máquinas: BOBST con un formato máximo de 90 x 63 cms. y mínimo de 35 x 29 cms. e IJIMA con un formato máximo de 74 x 102 cms.

5. ACABADOS

Según sea el uso que se le quiera dar al impreso se le pueden dar diferentes acabados como: corte, dobléz, encuadernado, pegado, engrapado, laminado, plastificado, barniz UV y barniz de máquina. La empresa cuenta con una máquina de pegado lineal Jagenberg con un formato máximo de 25 x 42 cms.

La empresa está constituida por:

Un director general, un gerente general, departamento de planeación, departamento de contabilidad, departamento de ventas, departamento de diseño, departamento de producción en el cual se encuentra el área de impresión, área de suajado, área de acabados y también cuenta con un área de control de calidad.

En la actualidad Grafic Gold, S.A. de C.V. presta sus servicios a diferentes empresas como: Evenflo, Echlin de México, Wilson, GBC Mexicana, Filtrosman, Mexicana de Importaciones y Exportaciones y un sin número de maquiladores, que a lo largo de los años ha ido formando su prestigio basándose en la satisfacción de sus clientes.

Su compromiso es tener una solución integral a las necesidades de impresión, sin importar que tan grande o complejo sea el trabajo a elaborar.

Cuenta con un grupo de gente experimentada y el trabajo en equipo basado en el respeto y la confianza, lo que permite lograr una excelente calidad.

La empresa se encuentra ubicada en:
Calle 19 No. 44, Col. Ampl. Progreso Nacional, C.P. 07650, México, D.F., Tels: 5391-4343, 5369-2079.

3. IMAGEN GRÁFICA

La Imagen Gráfica de una empresa ocupa un lugar muy importante dentro de la misma, ya que es la que la identifica, diferencia y posiciona ante las demás empresas, y comunica visualmente quién es y qué es lo que hace.

Es así, un proceso en el cual se resuelve, diseña y establece a través de signos y símbolos la identidad de una organización política, religiosa o comercial, basándose en su propia personalidad.

“... deberá crearse pues un sistema de formas, figuras, colores y ante todo, un concepto que transporten ideas, impresiones psicológicas y una alta capacidad de memorización, acerca de la personalidad de la empresa.”¹

La Imagen Gráfica es la manera más fuerte de crear una comunicación entre la empresa y sus clientes, para así recordarla y tenerla presente. Esta debe tener impacto ante el público objetivo, transmitir un mensaje claro y personalidad determinada y debe tener durabilidad y congruencia.

Los elementos principales de una Imagen Gráfica son:

1. NOMBRE

Es la identificación institucional por la cual la empresa va asumiendo una serie de atributos que definen “que” y “cómo es”. Denominación, es la codificación de la identidad mediante la asociación con nombres que permitan decir “quién es la empresa”.

2. SÍMBOLO O IMAGOTIPO

Es un objeto, figura o representación gráfica de una idea que se manifiesta por medio de un lenguaje oculto y es elemental dentro de una Imagen Gráfica para que el mensaje sea captado correctamente.

"Son imágenes estables que permiten una identificación que no requiere la lectura en el sentido estrictamente verbal del término"²

3. LOGOTIPO

Es la representación gráfica del nombre de la empresa que por medio de tipografía, símbolos, colores, etc. llegue a expresar claramente la identidad de la compañía y sea memorable.

4. TIPOGRAFÍA

Es un elemento de suma importancia en una Imagen Gráfica, ya que en conjunto con los símbolos y colores, hacen que el mensaje transmitido sea claro y perdure en la memoria.

Para que esto ocurra, es necesario hacer una buena elección de las fuentes tipográficas y de manera creativa dar al texto la identidad de lo que se quiere comunicar.

5. COLOR

El color es una percepción visual que penetra fácilmente en nuestra memoria y crea un impacto instantáneo. Es el elemento que emite un mensaje, incluso antes de comenzar a leer las palabras o de comprender las imágenes. Las funciones del color son llamar la atención, producir efectos psicológicos, desarrollar asociaciones, lograr la retención y crear una atmósfera estéticamente placentera..

2. Chávez Norberto, "La Identidad Corporativa", Ed. Gustavo Gill, Barcelona, 1998.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Debido a la importancia que tiene la Imagen Gráfica dentro de una empresa, Grafic Gold tuvo la necesidad de renovar su imagen, ya que el crecimiento que ha tenido a lo largo de los años así lo requería para causar un mayor impacto visual y de esta manera colocarse como una empresa líder en el mercado.

Esta nueva Imagen de Grafic Gold va dirigida principalmente a empresas de cualquier ramo dentro de un nivel socio-económico medio-alto, así como a maquilladores o personas físicas que requieran de un servicio de Impresión de alta calidad.



ILZ
hnos.

FIG. 1

3.1. IMAGEN GRÁFICA ANTERIOR

La empresa inició con el nombre de ILZ Hnos., como ya se mencionó anteriormente, y esta es la imagen que se utilizó en un principio. (Fig. 1)

Ésta consta únicamente de tipografía con el nombre de la empresa y no utiliza ningún símbolo u otro elemento gráfico. La fuente tipográfica empleada es Itálica, bold y tiene patines, y el color que se utilizó fue reflex blue.

La imagen se divide en dos líneas, en la línea superior izquierda se encuentran las iniciales en altas y del patín inferior de la "z" sale la "h" de la palabra hnos. en bajas, quedando ésta en la línea inferior derecha.

Esta imagen a primera vista no llama la atención, ya que es muy sencillo, el color es apagado, denota sobriedad y al no tener otro elemento gráfico, no causa impacto.

Es por esto que se decidió cambiar la imagen gráfica por una que exprese elegancia, calidad, prestigio, esté bien estructurada, tenga mayor impacto visual para así llamar la atención del cliente; ya que una imagen gráfica debe ser memorable, legible, estética, que se diferencie de las demás y sea reproducible. Todo esto a través de un buen empleo del símbolo o imagotipo, tipografía y colores.

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

GRAFIC
GOLD
S.A. de C.V.

3.2. PROCESO DE IMAGEN GRÁFICA ACTUAL

Se hizo un breve análisis de la competencia directa y nos dimos cuenta que las empresas dedicadas al mismo ramo son muy pequeñas, más bien como talleres que en su imagen gráfica utilizan la mayoría únicamente tipografía con el nombre de la misma y una que otra emplea líneas y círculos, pero ningún elemento que las represente como Imprentas.

De acuerdo a esto y a lo que el cliente quería obtener con la nueva imagen de su empresa, se empezó la etapa de bocetaje bajo ciertos criterios: emplear un símbolo que represente que la empresa es una imprenta, no se tienen restricciones en cuanto a número de tintas, el color tiene que representar la calidad de impresión y dar contraste a la imagen, la tipografía tiene que ser sencilla, legible y elegante.

3.2.1. BOCETAJE

Una vez establecidos estos criterios, en esta primera etapa de lluvia de ideas creamos diferentes alternativas de la imagen gráfica y posteriormente con la ayuda del cliente se eligieron 3 de ellas para perfeccionarlas y así poder elegir la que mejor represente sus objetivos.

Se utilizaron como elementos gráficos: tipografías, líneas, círculos, rombos para darle fuerza y movimiento al nombre y un registro de color, ya que como se menciona anteriormente el cliente así lo solicitó y es un símbolo muy importante y elemental en el proceso de impresión que a su vez identifica el giro de la empresa.



FIG. 2

3.2.2. ALTERNATIVAS DE IMAGEN GRÁFICA

En esta segunda fase del bocetaje escogimos tres diferentes alternativas que varían en tipografía, colores y diseño, pero al mismo tiempo, emplean como símbolo el registro de color.

En la primer opción se utilizó en primer plano la tipografía; empleando únicamente una "G" en alta de mayor puntaje para las dos palabras ("grafic" y "gold"); éstas se dividen en dos líneas y ambas palabras se justifican a la izquierda. (Fig. 2)

La leyenda S.A. de C.V. con un puntaje menor, está dividida a su vez en tres líneas y se justifica arriba y abajo con la altura de la letra "d" y a la derecha con la palabra "Grafic".

Los colores utilizados en la letra "G" fueron azul y amarillo en degradado, con una sombra en plasta amarilla y en las dos palabras y la leyenda S.A. de C.V. se utilizó el color negro. El color azul se empleó ya que se quiso mantener el mismo tono que en la Imagen Gráfica inicial de la empresa, el amarillo para relacionarlo con la palabra "gold" y el negro para contrastar.

Se empleó un rectángulo de color blanco con un outline azul con la finalidad de enmarcar el nombre y por debajo de éste se colocó el registro de color en amarillo, y a pesar de que no se quiso hacer tan visible, se entiende lo que es.

Esta imagen gráfica en conjunto es muy limpia, sencilla, moderna por la tipografía empleada y los colores son armónicos entre sí.



FIG. 3

En la segunda opción al igual que en la primera, se manejó una sola "g" para las dos palabras ("Grafic" y "gold"), solo que en este caso en baja, porque tiene mayor movimiento que la letra en alta y se empleó en ésta un degradado en tonos amarillos con una sombra negra. (Fig. 3)

La palabra "rafic" en color negro se colocó al centro de la "g" y la palabra "old", también en color negro, en una segunda línea justificada a la derecha con "rafic".

La leyenda S.A. de C.V. de color negro, se empleó en una tercer línea justificada a la derecha con la palabra "old" y con un puntaje mucho menor.

El símbolo del registro de color se empleó con las líneas semideformadas e incompleto de la parte inferior izquierda para darle movimiento a la imagen y fuera más moderna. Se utilizó en color amarillo y sombra en negro y se colocó en la parte superior derecha para llamar la atención.

Esta opción, como ya se mencionó tiene mayor movimiento por el empleo de la forma del registro, es sencilla pero a la vez moderna y atractiva visualmente.



FIG. 4

En la tercera opción se utilizaron las dos iniciales de las palabras, una en alta de color amarillo con sombra en negro en primer plano, y la otra en baja de color azul, también con sombra en negro, en segundo plano por debajo de la "G". (Fig. 4)

También en primer plano se emplearon las palabras "rafic" y "old" en color negro, divididas en dos líneas.

La leyenda S.A. de C.V., en color negro, se justifica a la derecha con la palabra "old" y se utilizó con un puntaje menor en una tercer línea.

El registro de color en amarillo, se encuentra en tercer plano por debajo de la palabra "Grafic" y está colocado en la parte superior derecha del logotipo.

Esta imagen gráfica es llamativa por los colores utilizados y tiene mucha solidez.



FIG. 5



FIG. 6

3.2.3. IMAGEN GRÁFICA ELEGIDA

Esta es la opción elegida, ya que resultó ser la que mejor representa los elementos gráficos deseados por el cliente. Se le hicieron diferentes pruebas tanto de tipografía, color y acabados, para así definir la imagen gráfica final y cumplir con los objetivos propuestos.

En esta primera prueba se manejó la tipografía Myriad Bold que es de tipo palo seco y sin patines. El color utilizado en las iniciales fue el amarillo y se les colocó una sombra desfasada en negro. Las demás letras se emplearon en color negro con un efecto de realce. El símbolo del registro de color, que se encuentra en último plano, se utilizó en color gris. (Fig. 5)

Esta opción resultó ser muy tradicional para lo que queremos expresar ya que es muy plana y no tiene elementos que la diferencian.

En esta alternativa, se utilizó un degradado vertical en tonos ocres en ambas iniciales, con una ligera sombra difuminada en negro para darles mayor realce. La fuente tipográfica empleada es la Americana, tiene patines, es semibold y elegante. Las palabras "rafic", "old" y la leyenda "S.A. de C.V." se emplearon en color negro. El registro de color se manejó un poco más pequeño; en color amarillo con una sombra del mismo tono y se colocó en la parte superior derecha del logotipo. (Fig. 6)

Esta opción tampoco cumple con los objetivos de la empresa porque a pesar del empleo del degradado, si se ve con calidad pero sin contraste, y el registro de color no se ve integrado a la imagen.



Graphic
Gold
S.A. de C.V.

FIG. 7



Graphic
Gold
S.A. de C.V.

FIG. 8

Aquí se utilizó la tipografía Eleutheria Display en bold para resaltar más el nombre de la empresa y hacerla más moderna. Las Iniciales se emplearon con un degradado de azul y amarillo y un efecto de realce en el contorno y las demás letras, por su parte, en color negro con el mismo efecto. (Fig. 7) El símbolo del registro de color se manejó en color amarillo y mucho más pequeño que en los anteriores, para darle mayor peso a la tipografía; sin embargo, a pesar de que si se ve integrado, no destaca lo suficiente y no se ve.

Por esta razón, y porque los colores no son los indicados para lo que se quiso proyectar, esta opción tampoco fue elegida.

Después de analizar las pruebas anteriores, el cliente eligió esta última opción, ya que visualmente fue la que más le agradó como imagen de su empresa porque cumple con sus objetivos y expectativas. (Fig. 8)



FIG. 9

3.2.4. JUSTIFICACIÓN DE LA IMAGEN GRÁFICA

Como ya se mencionó anteriormente, el cliente quería que su imagen tuviera calidad, elegancia, y prestigio, por lo que se escogió esta imagen para identificar a su empresa. (Fig. 9)

La imagen gráfica está compuesta por el nombre de la empresa, "Graphic", "Gold" y "S.A. de C.V.", y por medio del símbolo o imagotipo, en este caso, el registro de color, que como ya se mencionó anteriormente, está representando que la empresa es una imprenta y la importancia de su empleo tanto en los negativos como en las placas de impresión.

La tipografía utilizada en el nombre de la empresa se llama Americana, es de tipo Romano Antiguo ya que el dibujo de las letras de este estilo combina los trazos gruesos y finos, y se distingue por la desigualdad en el espesor del asta dentro de la misma letra y por sus remates triangulares. Es un tipo de letra sencillo, pero a su vez da la elegancia que se quiere proyectar. Por otro lado, la tipografía que se utilizó para la leyenda "S.A. de C.V." es Myriad Roman.

Se manejó una "G" en alta y la otra en baja, debido a que se quiso hacer una integración tipográfica y darle mayor énfasis a la palabra "Graphic". Por esta misma razón, la "g" en baja se ubica por debajo de la palabra "Graphic".

El logotipo se divide en 4; en el primer cuadrante se ubica la primer inicial en alta (1er. plano), el trazo "x" de la inicial en baja (2o. plano) y la letra "r". En el segundo cuadrante se ubica el resto



FIG. 9

de la palabra (afic) y el registro de color (3er. plano). En el tercer cuadrante se ubica el trazo descendiente de la "g" en baja y en el cuarto cuadrante el resto de la segunda palabra (old) y la leyenda "S.A. de C.V." debajo de la palabra "Gold" y alineada a la derecha con ésta.

A simple vista, tiende a cargarse hacia la izquierda, debido a que las iniciales del nombre son más grandes que el resto de las letras y esto hace que la vista se cargue del lado izquierdo, sin embargo, por la posición en la que se está ubicado el registro de color y la leyenda "S.A. de C.V.", cargados hacia la derecha, se compensa visualmente.

Los colores que se utilizaron para las dos iniciales del nombre y el registro de color fueron: Pantone 1245 C, 143 C, 128 C, 107 C y 120 C, y se emplearon con un degradado en diagonal para dar un efecto dorado. Dicho efecto se quiso lograr por dos razones; la primera porque se quiso asociar con el nombre de la empresa "Gold" que significa "oro" y la segunda razón, porque al ser colores cálidos, captan mayor atención; son armónicos y representan la calidad de Impresión que ofrece la empresa a sus clientes. Por otra parte, se utilizó el color negro en el resto de las palabras para darle un mayor contraste a la Imagen y también porque es el color que transmite mayor elegancia y seriedad.

Por todo lo anterior, las expectativas del cliente se cumplieron con esta Imagen gráfica, ya que en conjunto es elegante, serla, tiene movimiento, denota calidad y capta la atención por la armonía de sus colores.

3.2.5. RETÍCULA DE PROPORCIÓN

La retícula de proporción se emplea para colocar todos los elementos de la imagen gráfica sobre un espacio determinado, para no perder las dimensiones y evitar cualquier deformación.

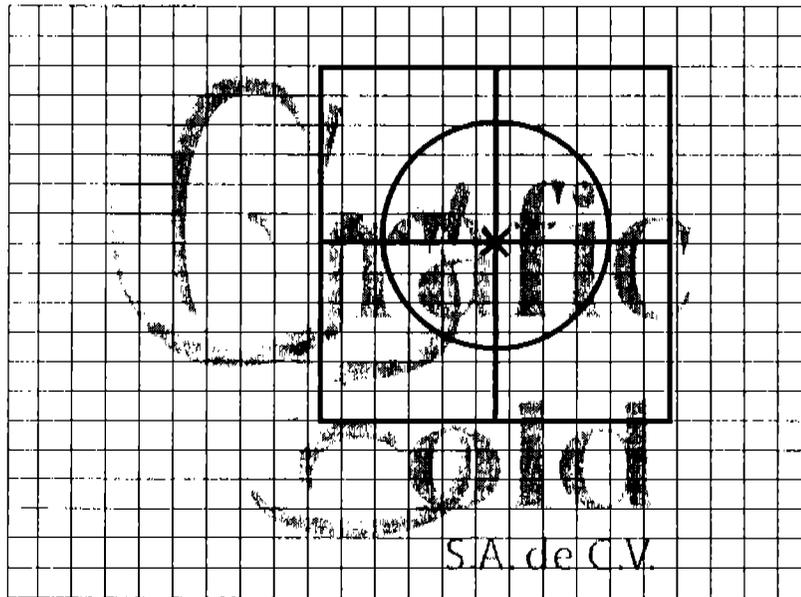


x = .45 cms.

RETÍCULA DE PROPORCIÓN

3.2.6. RETÍCULA DE TRAZO

La retícula de trazo muestra las dimensiones que guardan los diferentes elementos que componen la imagen gráfica por medio de figuras geométricas. En este caso, únicamente el símbolo-Imagotipo se sacó de esta manera, ya que la tipografía del logotipo se obtuvo digitalmente.



RETÍCULA DE TRAZO

Graphic
Gold



3.2.7. ÁREA MÍNIMA DE AISLAMIENTO

El área mínima de aislamiento, corresponde a la distancia que debe existir entre la imagen gráfica y cualquier otro elemento que se coloque alrededor de la misma, y no debe ser modificada. Esta distancia se sacó tomando en cuenta la altura de las letras de la leyenda "S.A. de C.V."

Casific
Cold

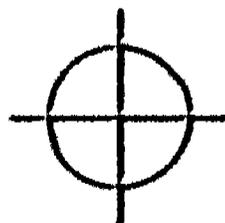
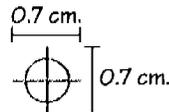


FIG. 10

FIG. 11

3.2.8. REDUCCIÓN MÍNIMA

La reducción mínima de la imagen gráfica aquí especificada se debe de respetar en las aplicaciones en las que se utilice para que no pierda claridad y legibilidad en el momento de reducir la imagen. (Fig. 10)

El símbolo o imago tipo del registro de color puede utilizarse por separado de la imagen como se menciona más adelante, y por esto también tiene un tamaño mínimo para que no se pierda al momento de reducirlo. (Fig. 11)

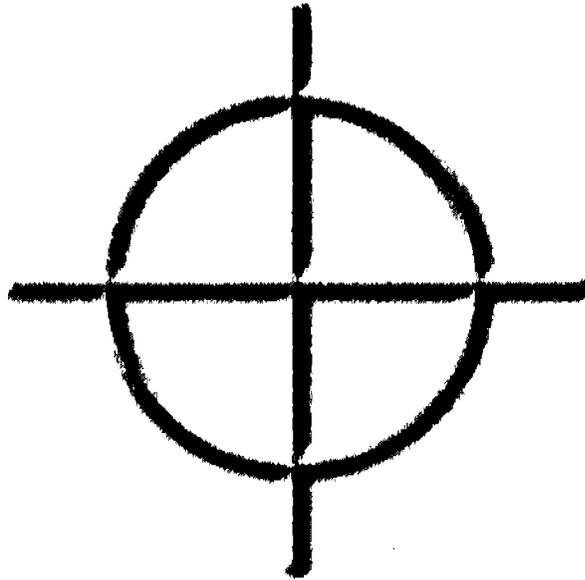


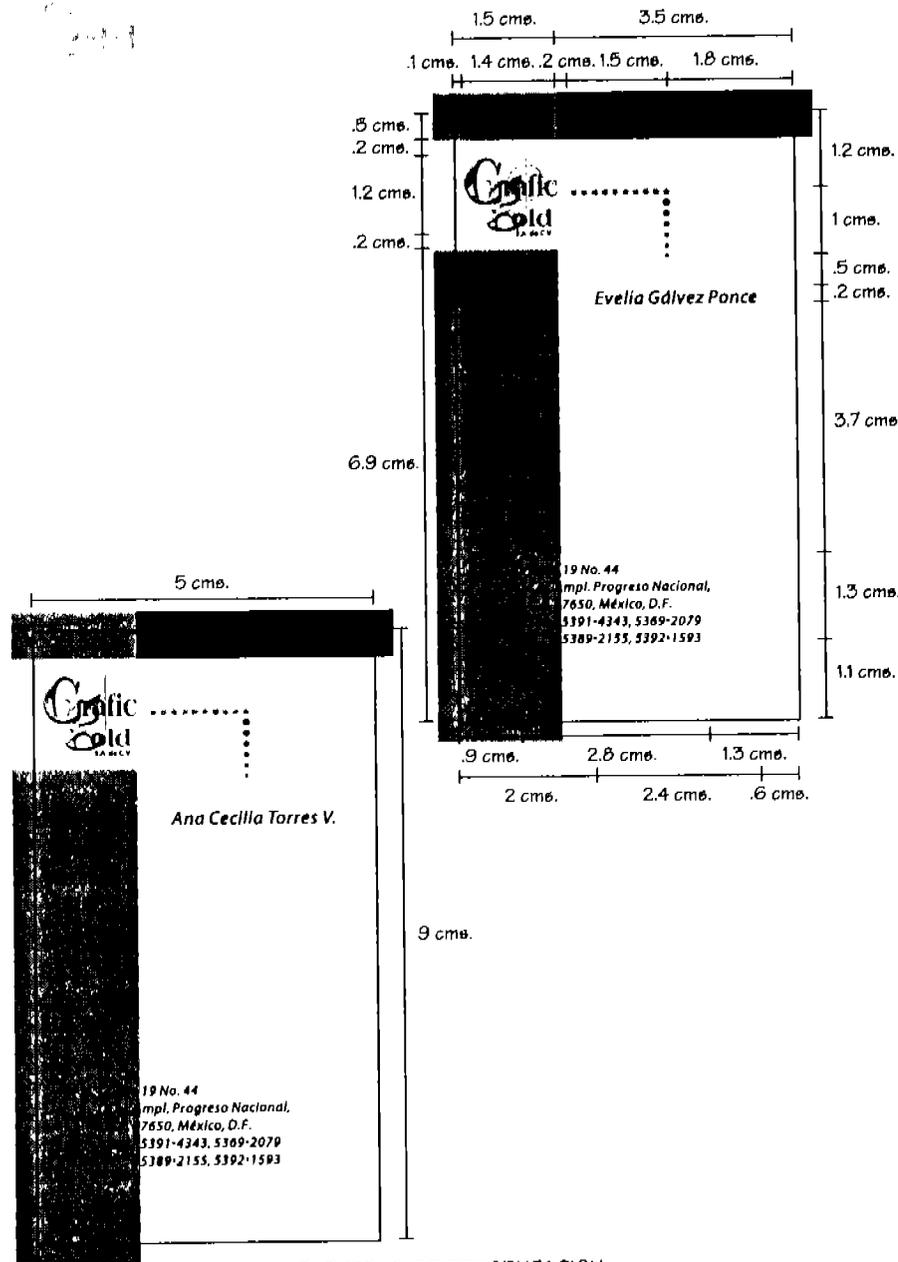
FIG. 12

3.2.9. UTILIZACIÓN DEL SÍMBOLO-IMAGOTIPO

En ciertas aplicaciones puede utilizarse el símbolo o imagotipo (registro de color) como un elemento por separado, pero sin alterar o modificar la propia imagen gráfica. (Fig. 12)

Como ejemplo, se utilizó éste símbolo por separado tanto en el folder como en el folleto de la empresa, y podrá ser utilizado de la misma manera en otros materiales, siempre y cuando vaya acompañado en alguna parte por la imagen gráfica.

Escala 1:1



TARJETAS DE PRESENTACION

4. APLICACIONES DE PAPELERÍA BÁSICA

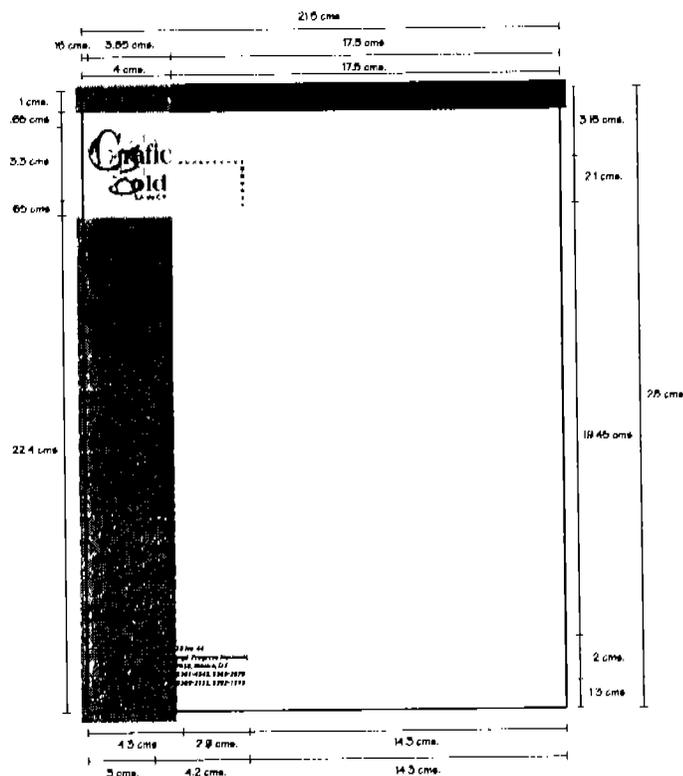
Además de la realización de la Imagen Gráfica, se elaboró la papelería de la empresa, aplicando los mismos colores y elementos gráficos.

4.1. TARJETAS DE PRESENTACIÓN

En esta aplicación se quiso transmitir sencillez, elegancia, limpieza y jugar con el acomodo de los elementos gráficos. Se utilizó en la parte superior una pleca dividida en 2 tintas. Abajo de la pleca se colocó la Imagen gráfica del lado izquierdo en su tamaño mínimo (1.4 x 1.2 cms.), y a la derecha de ésta, una línea horizontal de círculos del mismo tamaño en color amarillo y una línea vertical de círculos de mayor a menor tamaño en color negro; esto con el motivo de dirigir la vista hacia el nombre de la persona. En la parte izquierda de la tarjeta, se colocó una pleca de color abarcando 1/3 parte de la misma, quedando todo el espacio restante en blanco. El nombre de la persona se colocó en el primer tercio de la tarjeta y centrado en el espacio blanco, y finalmente la dirección de la empresa se empleó en la parte inferior abarcando una pequeña parte de la pleca de color.

| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| Tipo de Papel: | Cartulina Opalina |
| Gramaje: | 225 grs. |
| Tamaño del pliego: | 43.5 x 28.5 |
| Tamaño final: | 5 x 9 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset Selección de color CMYK |
| Lineaje: | 150 l.p.i. |
| Acabados: | Corte de guillotina |
| Tipografía nombre: | Myriad Bold Itálica 8 pts. |
| Tipografía dirección: | Myriad Bold Itálica 6 pts. |
| Colores: | Pantone 1245 C y negro |

Escala 1:3



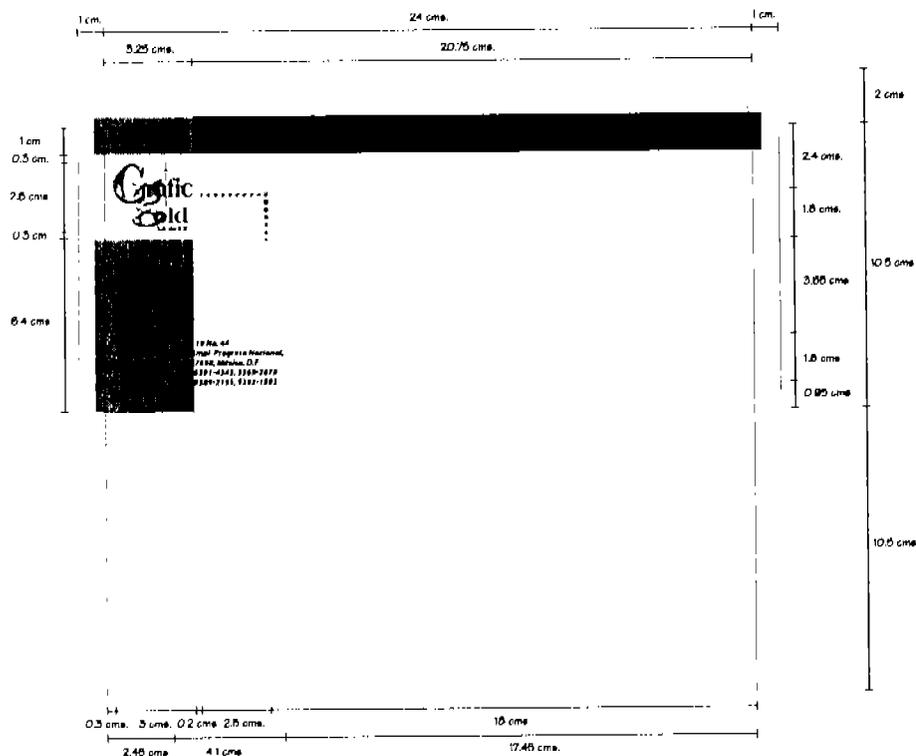
HOJA MEMBRETADA

4.2. HOJA MEMBRETADA

En esta aplicación se utilizaron los mismos elementos gráficos que en la tarjeta de presentación; la placa en la parte superior dividida en dos tonos, la imagen gráfica de 3.7 x 3.2 cms. en la parte superior izquierda, la placa de color abarcando 1/5 parte de la hoja, las líneas tanto horizontal como vertical de círculos se colocaron a la derecha de la imagen gráfica y la dirección en la parte inferior izquierda de la hoja, abarcando 1/4 parte de la placa de color.

| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| Tipo de Papel: | Opalina |
| Gramaje: | 120 grs. |
| Tamaño del pliego: | 43.5 x 28.5 cms. |
| Tamaño final: | 21.5 x 28 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset Selección de color CMYK |
| Lineaje: | 150 l.p.i. |
| Acabados: | Corte de guillotina |
| Tipografía: | Myriad Bold Itálica 9 pts. |
| Colores: | Pantone 1245 C y negro |

Escala 1:25



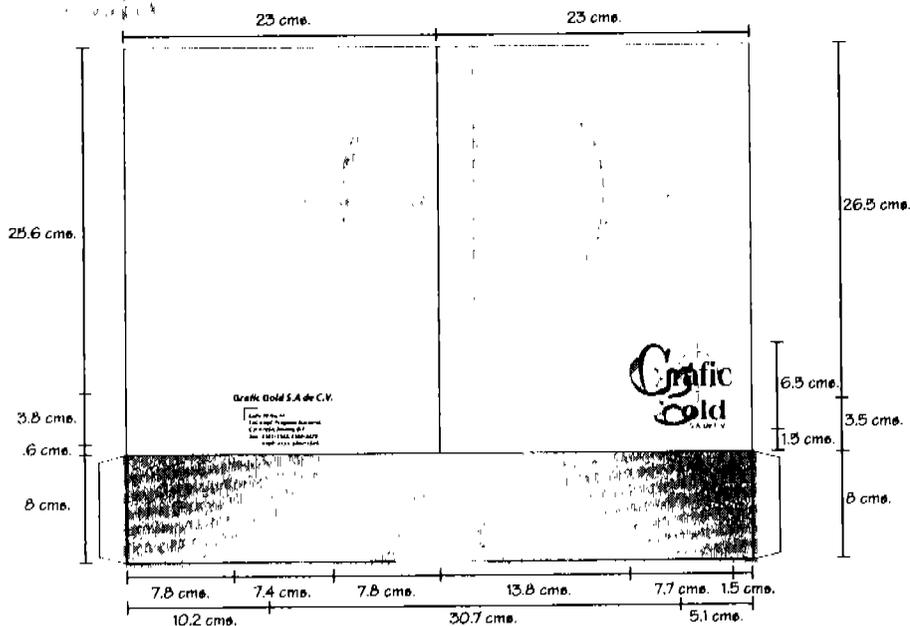
SOBRE

4.3. SOBRE

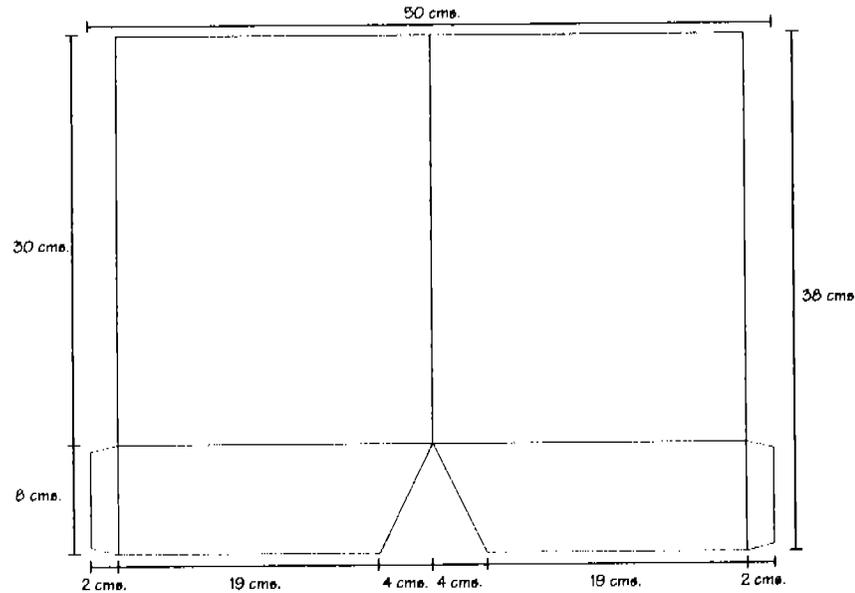
En esta aplicación también se emplearon los mismos elementos gráficos que en la tarjeta de presentación y la hoja membretada; la pleca en la parte superior dividida en dos tonos, la imagen gráfica de 3 x 2.5 cms. en la parte superior izquierda, la pleca de color abarcando 1/7 parte del sobre, las líneas tanto horizontal como vertical de círculos se colocaron a la derecha de la imagen gráfica y la dirección en la parte inferior izquierda del sobre, abarcando 1/4 parte de la pleca de color.

| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| Tipo de Papel: | Opalina |
| Gramaje: | 120 grs. |
| Tamaño del pliego: | 43.5 x 28.5 cms. |
| Tamaño final: | 24 x 10.5 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset Selección de color CMYK |
| Lineaje: | 150 l.p.i. |
| Acabados: | Corte de guillotina |
| Tipografía: | Myriad Bold Itálica 9 pts. |
| Colores: | Pantone 1245 C y negro |

Escala 1:5



FOLDER EXTERIOR



FOLDER INTERIOR

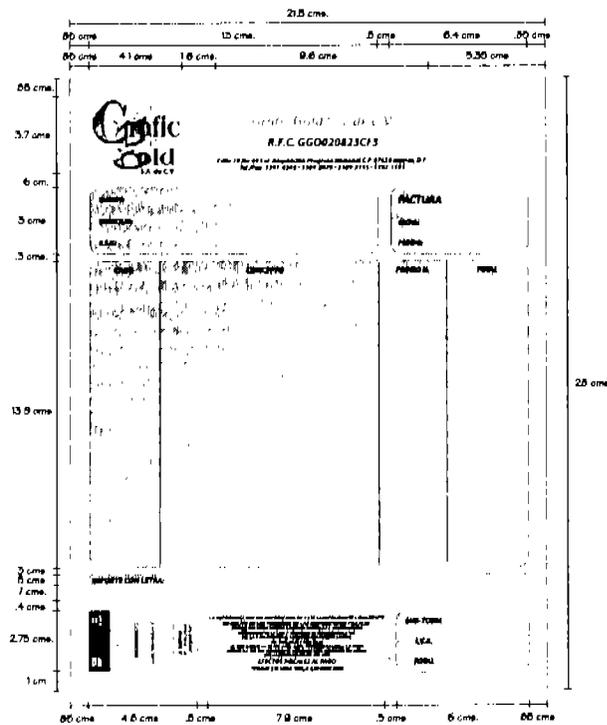
4.4. FOLDER

Esta aplicación se desarrolló basándonos en la elegancia, calidad y limpieza que la empresa quiere transmitir a sus clientes. En la portada se utilizó la imagen gráfica de la empresa en la parte inferior derecha de 7.7 x 6.5 cms. y el símbolo del registro de color se empleó de 30.7 x 31.3 cms., en fondo de agua, con un efecto de realce y sombra y se colocó en la parte superior izquierda, abarcando 3/4 partes de la portada y la mitad de la contraportada. Esto porque al ser un elemento tan importante le quizamos dar mayor énfasis.

En la contraportada se manejó como fondo de agua, en líneas diagonales y dos tintas, los cinco procesos del sistema de producción de la empresa. Y en la parte inferior central se colocó el nombre de la empresa y la dirección de la misma en color negro. En los interiores del folder, se manejó también como fondo de agua, una repetición de la imagen gráfica en líneas desfazadas. Por otro lado, en las solapas se empleó un degradado diagonal en tonos amarillos para darle vida y contraste; y en la solapa izquierda se manejó un suaje para colocar la tarjeta de presentación.

| | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| Tipo de Papel: | Eurokote 1 cara |
| Gramaje: | 18 pts. |
| Tamaño del pliego: | 58 x 44 cms. |
| Tamaño del folder extendido: | 50 x 38 cms. |
| Tamaño final: | 23 x 30 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset Selección de color CMYK |
| Líneaje: | 150 l.p.i. |
| Acabados: | Suajado y pegado |
| Tipografía Nombre Empresa: | Myriad Bold Itálica 22 pts. |
| Tipografía Dirección: | Myriad Bold Itálica 12 pts. |
| Colores Registro: | Pantone 143 C 30% |
| Colores Líneas Diagonales: | Pantone 143 C 30% y negro 30% |
| Colores Degradado Solapas: | Pantone 1245 C, 124 C, 116 C y 107 C |
| Interiores: | 10% y 20% de la Imagen Gráfica |

Escala 1:3



FACTURA

4.5. FACTURA

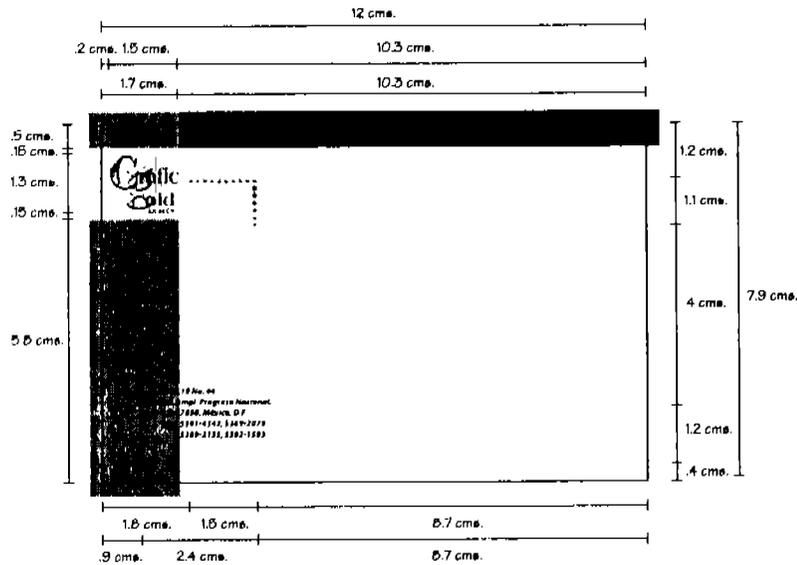
Esta aplicación se hizo diferente a las demás ya que el espacio tenía que ser mayor por la cantidad de información que debía contener.

La imagen gráfica se empleó de 4.1 x 3.7 cms. en la parte superior izquierda de la factura, los datos de la empresa se colocaron en la parte superior central de la misma, posteriormente se utilizaron tres bloques en degradado para la información requerida como nombre, dirección, R.F.C., etc. El motivo del empleo del degradado, fue porque se quiso aprovechar la selección de color y darle un toque diferente.

En la parte inferior se colocó a la izquierda, el R.F.C. de la empresa, al centro los datos del Impresor y a la derecha, un bloque con la información de subtotal, I.V.A y total.

| | |
|-------------------------|--------------------------------|
| Tipo de Papel Original: | Opalina |
| Gramaje: | 120 grs. |
| Tipo de Papel Copia: | Bond |
| Gramaje: | 37 grs. |
| Tamaño del pliego: | 43.5 x 28.5 cms. |
| Tamaño final: | 21.5 x 28 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset Selección de color CMYK |
| Lineaje: | 150 l.p.i. |
| Acabados: | Corte de guillotina |
| Tipografía: | Myriad Bold Itálica |
| Colores: | Pantone 1245 C y 1205 C |
| Colores Degradado: | Pantone 1245 C al 60% y 1205 |

Escala 1:5



UNIPECO

4.6. UNIPECO

Esta aplicación se empleó también con los mismos elementos gráficos y se le quiso dar limpieza, unidad y funcionalidad. En la parte superior se utilizó la placa dividida en dos tonos, la imagen gráfica en la parte superior izquierda de 1.5 x 1.3 cms., la placa de color del lado izquierdo, las líneas de círculos abarcando la mitad de la placa de color en la parte superior de ésta y finalmente la dirección en la parte inferior del unipeco abarcando la mitad de la placa de color.

Tipo de Papel:
Gramaje:
Tamaño del pliego:
Tamaño final:
Sistema de Impresión:
Lineaje:
Acabados:
Tipografía:
Colores:

Cartulina Opalina
225 grs.
43.5 x 28.5 cms.
12 x 7.9 cms.
Offset Selección de color CMYK
150 l.p.i.
Corte de guillotina
Myriad Bold Itálica 5.5 pts.
Pantone 1245 C y negro

Escala 1:1

5. APLICACIONES DE PAPELERÍA ADMINISTRATIVA

En las aplicaciones de papelería administrativa, se utilizó la imagen gráfica en escala de grises para reducir los costos y en el caso de la hoja de fax a una tinta.

5.1. CONTRA RECIBO

En esta aplicación como ya se mencionó, se empleó la imagen gráfica en escala de grises de 2.8 x 2.42 cms. y se colocó en el extremo superior izquierdo del contra recibo y también al centro de éste de 3.1 x 2.45 con una opacidad del 30%.

| | |
|---------------------------|------------------------|
| Tipo de Papel: | Bond |
| Gramaje: | 37 grs. |
| Tamaño del pliego: | 43.5 x 28.5 |
| Tamaño final: | 10.5 x 14 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset |
| Lineaje: | 150 l.p.l. |
| Acabados: | Corte de guillotina |
| Tipografía contra recibo: | Myriad Itálica 18 pts. |
| Tipografía texto: | Myriad Itálica 8 pts. |
| Colores: | Negro |

The diagram shows a 'CONTRA RECIBO' form with the following layout and dimensions:

- Overall width: 10.5 cms.
- Overall height: 14 cms.
- Top left section: 2.8 cms wide, 2.42 cms high, containing the 'Graphic Gold S.A. de C.V.' logo.
- Top right section: 7.2 cms wide, containing the title 'CONTRA RECIBO' and contact information: 'Calle 19 No. 42, Col. Ampliación Progreso Nal. C.P. 07650 México, D.F., Tels. 5391-43-43 / 5389-2155'.
- Form fields: A horizontal bar with 'Fecha' and 'FOLIO' labels, and 'RECIBIMOS DE:' followed by a blank space.
- Text: 'Los siguientes documentos a revisión:'
- Table with 3 columns: 'FACTURA No.', 'FECHA', and 'IMPORTE'. It contains 6 rows of data, with the last row labeled 'TOTAL \$'.
- Text: 'REVISIÓN Y PAGOS JUEVES DE 16:00 A 18:00 HRS.'
- Bottom bar: A horizontal bar with 'FECHA DE PAGO' and 'FIRMA' labels.
- Bottom dimensions: 3.7 cms, 5.1 cms, and 3.7 cms.

CONTRA RECIBO

Escala 1:8

5.2. CHECADOR

En esta aplicación también se utilizó la imagen gráfica en escala de grises de 1.7 x 1.5 cms. y se colocó en el extremo superior izquierdo del checador, tanto en el frente como en la vuelta.

Tipo de Papel:
Gramaje:
Tamaño del pliego:
Tamaño final:
Sistema de Impresión:
Lineaje:
Acabados:
Tipografía texto:
Tipografía catorcenae:
Colores:

Cartulina Opalina
225 grs.
43.5 x 28.5
9 x 23 cms.
Offset
150 l.p.l.
Corte de guillotina
Myriad Itálica 8 pts.
Myriad Itálica 23 pts.
Negro

0.5 cm. 1.5 cm. 1.05 cm. 15.65 cm. 2.2 cm. 1.5 cm.

6.5 cms. 9 cms. 23 cms.

PRIMERA CATORCENA

SEGUNDA CATORCENA

FRENTE VUELTA

CHECADOR

Escala 1:75

5.3. CUENTA POR PAGAR

La imagen gráfica de 4.3 x 3.5 cms. se utilizó en escala de grises también, al 30% de su opacidad y se colocó en la parte inferior y centrado en el módulo que corresponde al nombre. No se empleó en la parte superior izquierda como en las opciones anteriores, porque debido al formato escogido y a la información que debe llevar, no había espacio suficiente para colocarlo. Únicamente se empleó en la parte superior derecha el nombre de la empresa.

Tipo de Papel:

Bond

Gramaje:

37 grs.

Tamaño del pliego:

43.5 x 28.5

Tamaño final:

21 x 11.5 cms.

Sistema de Impresión:

Offset

Lineaje:

150 l.p.l.

Acabados:

Corte de guillotina

Tipografía Grafic Gold S.A de C.V:

Myriad Bold Itálica 12 pts.

Tipografía texto:

Myriad Itálica 8 y 10 pts.

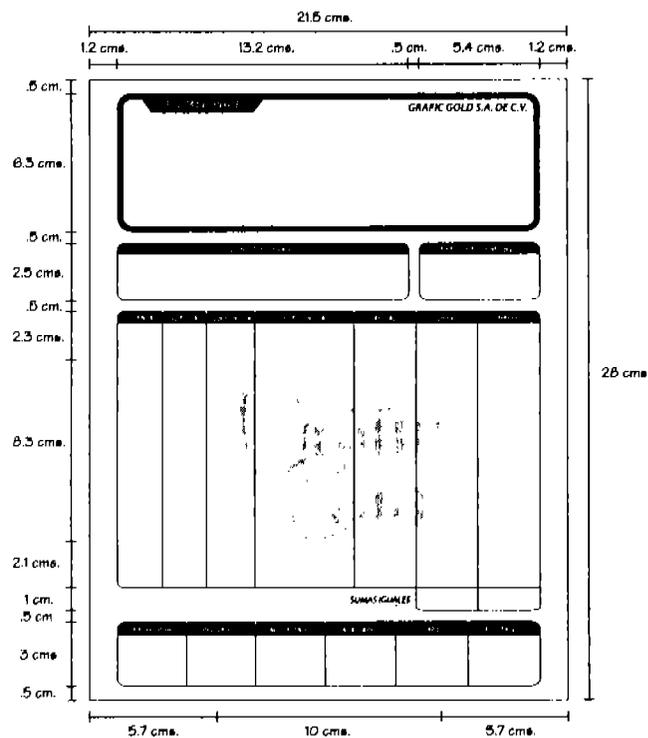
Colores:

Negro

The diagram shows a rectangular form with overall dimensions of 21 cm by 11.5 cm. The top section is a header with the company name 'GRAFIC GOLD S.A. DE C.V.' on the right. Below the header is a table with two columns: 'A FAVOR DE' and 'CUENTA POR PAGAR No.'. The 'A FAVOR DE' column is further divided into 'CONCEPTO' and 'FECHA DE VENCIMIENTO'. Below this is a section titled 'DISTRIBUCIÓN CONTABLE' which is a grid with 7 columns and 6 rows. The columns are labeled 'Cuenta', 'Debe', 'Haber', 'Saldo', 'Debe', 'Haber', and 'Saldo'. The grid contains some faint, illegible text and numbers.

CUENTA POR PAGAR

Escala 1:3



PÓLIZA DE CHEQUE

5.4. PÓLIZA DE CHEQUE

En esta aplicación la imagen gráfica de 10 x 8.3 cms. también se utilizó en escala de grises y al 30% de su opacidad y se colocó al centro del espacio grande inferior. En este caso, tampoco se empleó en la parte superior izquierda debido a la información que debía contener y al formato elegido, y también se colocó el nombre de la empresa en el extremo superior derecho.

| | |
|---------------------------------------|-----------------------------|
| Tipo de Papel: | Bond |
| Gramaje: | 37 grs. |
| Tamaño del pliego: | 43.5 x 28.5 |
| Tamaño final: | 21.5 x 28 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset |
| Lineaje: | 150 l.p.i. |
| Acabados: | Corte de gullotina |
| Tipografía Gráfico Gold S.A. de C.V.: | Myriad Bold Itálica 14 pts. |
| Tipografía texto: | Myriad Itálica 10 y 12 pts. |
| Colores: | Negro |

Escala 1:2

5.5. HOJA DE FAX

La imagen gráfica de 4.3 x 3.7 cms., en esta aplicación, se utilizó a una tinta, ya que el fax no registra la escala de grises, y se colocó en la parte superior izquierda de la hoja de fax.

Tipo de Papel:
Gramaje:
Tamaño del pliego:
Tamaño final:
Sistema de Impresión:
Lineaje:
Acabados:
Tipografía Texto:
Tipografía Hoja de Fax:
Colores:

Bond
37 grs.
43.5 x 28.5
21.5 x 14 cms.
Offset
150 l.p.i.
Corte de guillotina
Myriad Itálica 10 y 12 pts.
Myriad Itálica 24 pts.
Negro

The diagram shows a rectangular layout for a fax form. The overall dimensions are 21.5 cms. wide and 14 cms. high. The layout includes a logo for 'Grafic Gold S.A. de C.V.' in the top left corner, with a bounding box of 4.3 cms. by 3.7 cms. To the right of the logo is the company address: 'Calle 19 No. 44, Col. Ampl. Progreso Nacional, C.P. 07650, México, D.F. Tels. 5391-4343, 5369-2079, 5389-2153, 5392-1593'. Below the address is the title 'HOJA DE FAX'. The form contains several input fields: 'Fecha: _____', 'Compañía: _____', 'Para: _____', 'De: _____', 'Teléfono/Fax: _____', and 'Mensaje: _____'. There are also two empty lines for additional information. At the bottom left, there is a checkbox labeled 'No. de hojas enviadas, incluyendo esta.' and a note at the bottom center: 'Si tiene algún problema con la transmisión de este fax, por favor comuníquese con nosotros.' Dimensions for the form elements are: 1 cm. for the top margin, 1.8 cms. for the left margin, 1.8 cms. for the right margin, 1.8 cms. for the bottom margin, and 17.9 cms. for the main content area width. The form itself is 17.9 cms. wide and 14 cms. high.

HOJA DE FAX

Escala 1:3

21.5 cms.

9 cms. 3.5 cms. 2.2 cms. 8.5 cms. 5.5 cms. 9 cms.

9 cms.

3 cms.

4 cms.

1.5 cms.

2 cms.

5.6 cms.

2 cms.

3.4 cms.

2 cms.

3.4 cms.

2 cms.

2.9 cms.

2 cms.

3.4 cms.

2 cms.

3.4 cms.

2 cms.

3.4 cms.

1 cm.

34 cms.

Café Cold

ORDEN DE PRODUCCIÓN

Datos

Nombre: _____ Fecha: _____

Producto: _____ Código: _____

Operador: _____

ANÁLISIS

Temperatura: _____ pH: _____

Acidez: _____ Densidad: _____

Viscosidad: _____

ANÁLISIS

Temperatura: _____ pH: _____

Acidez: _____ Densidad: _____

Viscosidad: _____

ANÁLISIS

Temperatura: _____ pH: _____

Acidez: _____ Densidad: _____

Viscosidad: _____

CONTROL DE CALIDAD

Temperatura: _____ pH: _____

Acidez: _____ Densidad: _____

Viscosidad: _____

ORDEN DE PRODUCCIÓN

5.6. ORDEN DE PRODUCCIÓN

En esta aplicación la imagen gráfica de 3.5 x 3 cms. también se utilizó en escala de grises y se colocó en la parte superior izquierda de la orden de producción.

Tipo de Papel:
Gramaje:
Tamaño del pliego:
Tamaño final:
Sistema de Impresión:
Lineaje:
Acabados:
Tipografía Texto:
Tipografía Orden de Prod.:
Colores:

Bond
37 grs.
43.5 x 28.5
21.5 x 34 cms.
Offset
150 l.p.i.
Corte de guillotina
Myriad Itálica 8 pts.
Myriad Itálica 24 pts.
Negro

6. FOLLETO

6.1. DISEÑO EDITORIAL

El Diseño Editorial es un área importante del Diseño Gráfico que se basa en la elaboración de cualquier publicación, en la cual se interrelacionan diversos elementos como imágenes, texto, composición y color para conformar un todo y así cumplir con su función principal: comunicar una idea o un mensaje de un autor hacia un lector específico.

Estos elementos utilizados correcta y armónicamente dan belleza y funcionalidad a las páginas y crean una composición única y original. Así mismo, deben lograr que el impreso sea comprensible, organizado y atractivo para que la publicación sea exitosa.

El Diseño Editorial abarca diferentes tipos de publicaciones e impresos como dípticos, trípticos, folletos, carteles, catálogos, libros, revistas, periódicos, etc.

6.2. ¿QUÉ ES UN FOLLETO?

El folleto es un medio impreso publicitario, generalmente a color, que proporciona información de un tema en específico y puede vender o simplemente informar los productos o servicios de una empresa.

El lenguaje y estilo que se utilice en un folleto, debe ser el adecuado para el usuario al que va dirigido.

Puede ser de diferentes formas y dimensiones, contar con una, dos o el número de páginas necesarias, dependiendo de su objetivo y de la información que éste contenga, sin olvidar los conceptos generales de una buena composición.

Las retículas que se utilizan en la realización de folletos ayudan a resolver la mayor parte del problema de diseño, y es esencial el formato de la retícula como base del proyecto.

Los folletos se pueden clasificar de la siguiente manera:

1. Folletos de empresas y memorias anuales.
2. Folletos de productos.
3. Folletos de servicios.
4. Folletos de organizaciones no lucrativas, educativas, institucionales y sanitarias.
5. Folletos autopromocionales.
6. Folletos de actividades artísticas, de diversión y de actos.

Como ya se mencionó anteriormente, el proyecto incluye un folleto de la empresa *Grafic Gold, S.A. de C.V.*, y para poder realizarlo se analizaron las necesidades del cliente, se planteó la propuesta de diseño, se eligió el formato, tipo de papel y posteriormente se inició la etapa de bocetaje, opciones de layout, justificación gráfica en general, justificación por página, compaginación, sistema de impresión y acabados.

6.3. NECESIDADES DEL CLIENTE

La empresa no contaba con ningún medio de comunicación impreso y por esto es que surge la necesidad de crear un folleto en el cual se describan sus características y los servicios que ofrece.

Lo que el cliente quería lograr a través de este impreso es darse a conocer ante diferentes empresas para tener un mayor alcance, incrementar sus ventas y así aumentar su cartera de clientes.

Se necesitaba que este medio fuera muy gráfico al describir los servicios de la empresa, para mostrar la calidad de impresión con la que se cuenta, y esto se logró a través de la buena combinación de imágenes, texto y composición.

Se quería obtener algo de buena calidad y a su vez llamativo para atraer la atención del usuario, que en este caso es muy variado como ya se mencionó en la imagen gráfica, ya que puede ser desde cualquier tipo de persona hasta pequeñas y grandes empresas, y con esto poder tener mayor difusión y crecimiento.

6.4. PROPUESTA DE DISEÑO

Al analizar las necesidades de nuestro cliente, se decidió hacer un folleto para transmitir sus objetivos, mencionados en el punto anterior, y por medio del empleo de diferentes elementos crear una publicación equilibrada, armónica y atractiva.

El contenido del folleto deberá explicar de forma clara los servicios con los que la empresa cuenta, el equipo con el que se trabaja, así como ejemplos de materiales elaborados e impresos dentro de la misma. Por otro lado, ya que el folleto se imprimirá en selección de color, no hay límite en el número de tintas a utilizar y el color debe ser un elemento importante, ya que debe reflejar la calidad de impresión.

Se pensó en un tipo de papel y formato fáciles de manipular, diferentes retículas para darle movimiento, espacios limpios para darle fuerza, colores vivos para atraer la atención, dos tipografías diferentes para darle variedad, diversidad de imágenes para hacerlo atractivo; en general, una composición que fuera agradable y cumpliera con las expectativas del cliente.

Este medio, al describir las áreas y servicios con los que cuenta la empresa, entra dentro de la clasificación de folleto autopromocional y folleto de servicios.

6.5. PAPEL Y FORMATO

Para llevar a cabo nuestra propuesta de diseño, se inició con la elección del tipo de papel y formato para realizar el folleto.

El papel elegido para la realización del folleto fue Couché de 135 grs., ya que su precio es de los más accesibles, tiene diferentes medidas y grosores, facilita los dobleces y se puede encontrar en mate o en brillante. En este caso, se escogió el brillante, ya que hace que los colores y las imágenes luzcan más y es económico.

La medida del papel que se eligió fue de 57 x 87 cms. y tomando en cuenta 1.8 cm. en la parte inferior para la pinza de impresión y 3 mm. de rebase, el desperdicio es realmente poco. (Fig. 13)

El formato que se escogió para la elaboración del folleto es vertical de 16 x 26 cms., ya que es fácil de manipular y debido a que se va a incluir dentro del folder de la empresa, se quiso adaptar a las medidas del mismo.

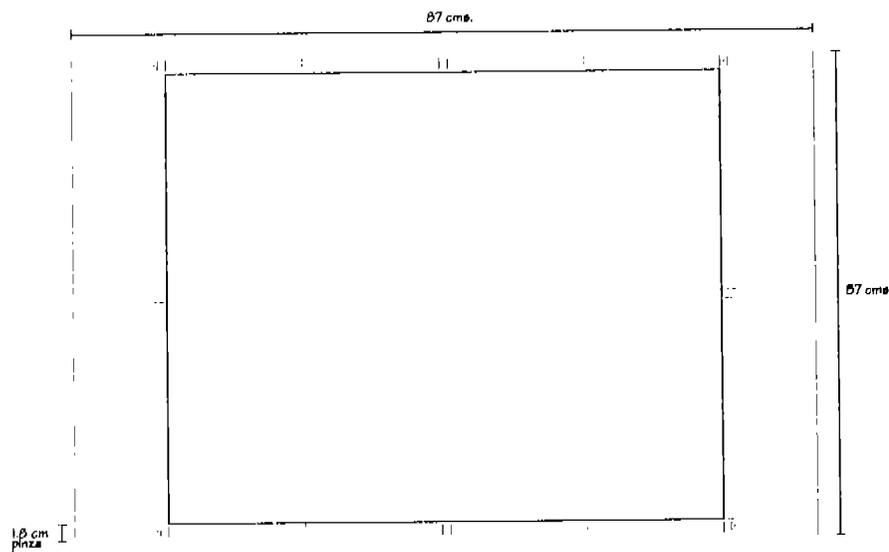
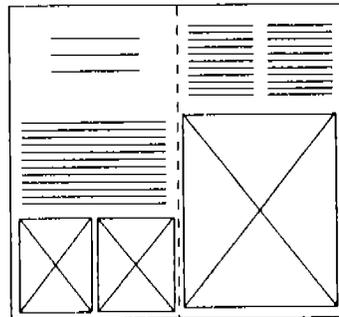
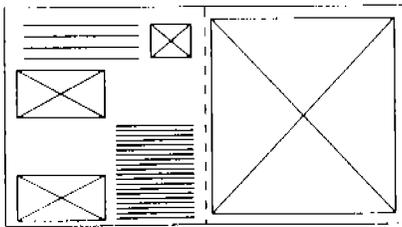
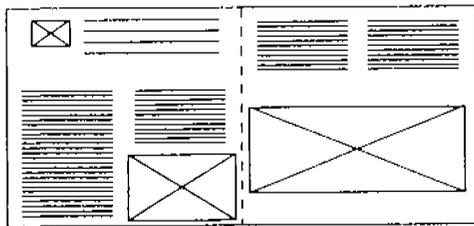
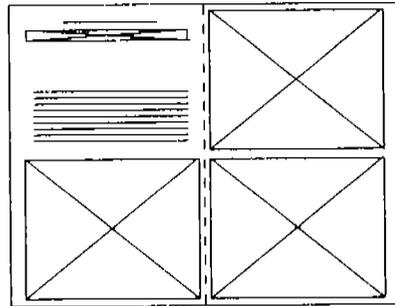
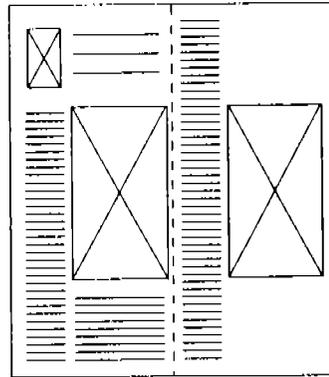
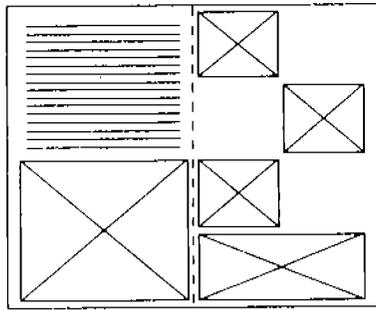


FIG. 13

1. 111
1. 111



6.6. BOCETAJE

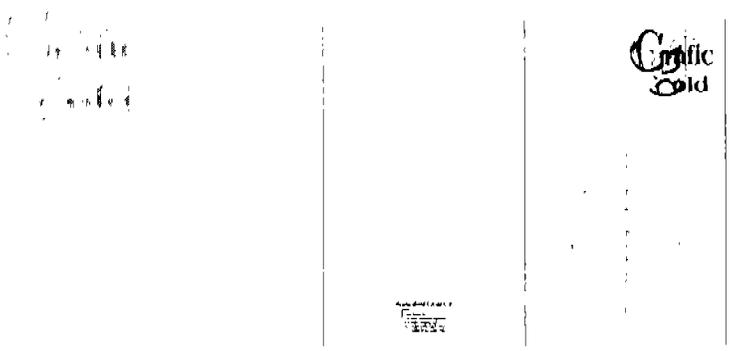
Una vez establecido el tipo de papel y formato, iniciamos la etapa de bocetaje con una lluvia de ideas de diferentes alternativas de retícula, formatos variados, texto e imágenes simuladas. Se realizó esto para poder seleccionar la opción más adecuada a las necesidades del cliente y así obtener la propuesta final del folleto.

6.6.1. RETÍCULA

Toda publicación debe ser previamente estructurada para que nos permita tener claridad, legibilidad y funcionalidad a la composición, además de facilitar el trabajo creativo. Esto se logra por medio de la retícula, que consiste en dividir un área en campos o espacios más pequeños a modo de red, para la organización y disposición objetiva de los elementos gráficos. La división vertical (columnas) se determina por el medianil y la horizontal (campos) por el Intercampo. Estos campos pueden o no tener las mismas medidas y su altura corresponde a un número determinado de líneas de texto y el ancho es igual al de las columnas.

El uso de la retícula es para dar solución a los problemas que presenta una publicación, dando un orden tanto a las imágenes como al texto para facilitar la expresión y la claridad del contenido.

La retícula permite que toda la publicación tenga un estilo definido, orden y continuidad a lo largo de sus páginas.



1

Gráfico Gold SA de CV.

Siempre una empresa dedicada a los Artes Gráficos con experiencia en impresión para la industria y el comercio.

Construimos nuestras actividades en la década de los 80's, a más del número de 11.2 millones, como una empresa familiar, en el área de impresión en general como: folletos, folios, prospectos, agendas de presentación, etc. Posteriormente, con el cambio de nuestra filosofía empresarial, decidimos incorporar a nuestra actividad la elaboración de todo tipo de empresas plásticas y que nos ayude a alcanzar un importante desarrollo.

Para el nuevo período, la empresa comienza a brindar un mayor crecimiento y desarrollo a sus y a otros representantes de América del Norte, mediante la fundación de Gráfico Gold S.A. de C.V., misma que establece una red de la empresa.

En Gráfico Gold ofrecemos nuestros servicios buscando satisfacer o superar las expectativas de nuestros clientes y representando la tecnología con la que operamos hoy en día, siempre representando la calidad en los procesos de producción, mediante la compra de la mejor tecnología.

Algunos de los servicios que ofrecemos son: la impresión por: serigrafía, offset, plomo, relieve, calandrado, empresas plásticas, etcétera, con corte y con la flexibilidad y calidad mundial en materia de producción y distribución. Tienen oficinas en: México y Estados Unidos, P.O. Box 1000, Chicago, Illinois y Apurto, México.

En la actualidad, presentamos nuestros servicios a diferentes empresas como: Hoteles, Hoteles de México, México, CEMEX, Misioneros, etcétera. Muchos de los trabajos de los años pasados los realizamos, nuestro prestigio depende de la satisfacción de nuestros clientes.

Nuestro equipo técnico trabaja con máxima integridad y con total dedicación de tiempo, con la mejor tecnología, según el proyecto que el cliente o el cliente desea.

Contamos con un gran equipo de gente experimentada y con todos los equipos necesarios en el campo de la impresión y con los mejores recursos que una empresa puede tener.

2



3

Dire-Direna

En 1985, con el fin de mejorar los servicios en materia de litografía, offset y calandrado, por el crecimiento que se ha logrado.

Se realiza la formación de arquitectos y diseñadores en el área de impresión, con especialidad en Plásticos y Litografía. Se ha creado un equipo de trabajo que ha permitido el desarrollo de los planes de impresión.

También en esta área, se pueden realizar trabajos de todo tipo, en el área de litografía, offset y calandrado, con la mejor tecnología y con los mejores recursos que una empresa puede tener.

CMYK

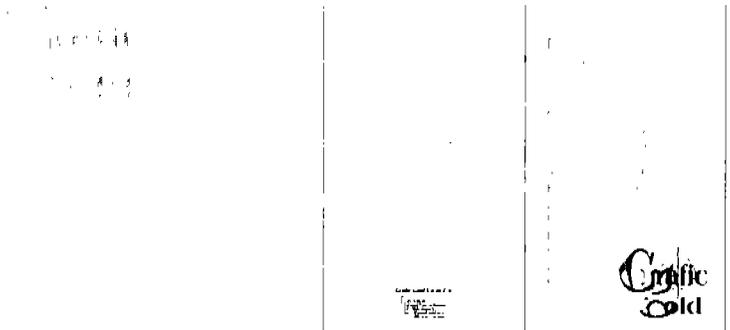
4

6.7. OPCIONES DE LAYOUT

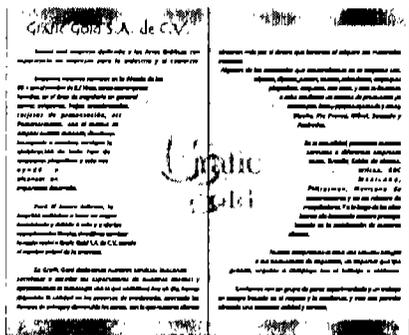
Se realizaron dos opciones de layout para determinar cual de las dos en función de la composición de todos los elementos gráficos era la más adecuada para lograr nuestros objetivos de diseño y la expectativa del cliente.

1a. OPCIÓN:

En esta primera opción se utilizó un diseño sencillo, ya que los elementos fueron colocados dentro de la retícula correspondiente a cada página pero se ven muy simétricos. Tiene espacios en blanco para darle la importancia necesaria tanto a las imágenes como al texto y que no se viera saturado. Se utilizaron dos tipografías diferentes, una en los títulos y otra en el texto para darle variedad y movimiento. Todas las páginas son agradables a la vista ya que tienen una composición equilibrada y limpia.



1



2



3



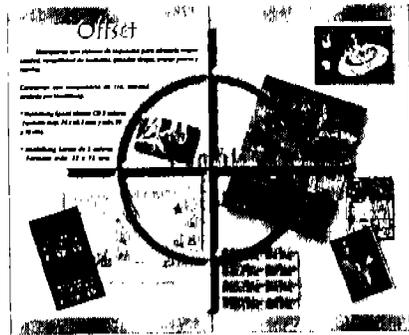
4

2a. OPCIÓN:

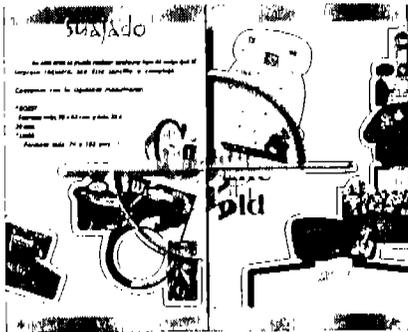
En esta segunda opción se hizo un diseño más elaborado, ya que se le dieron diferentes representaciones tanto al texto como a las imágenes, de acuerdo a cada área con las que cuenta la empresa.

Tiene una composición equilibrada, armónica y es muy llamativo por los colores utilizados. Al igual que la opción anterior, tiene espacios blancos para darle limpieza y legibilidad a todos los elementos gráficos, y también se emplearon dos tipografías en todas las páginas para darles variedad.

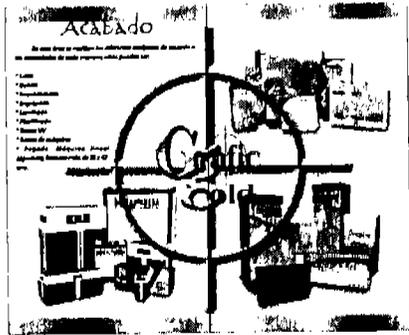
Esta es la opción elegida por el cliente, ya que a primera vista fue la que mayor impacto le causó y cumple con sus objetivos y expectativas.



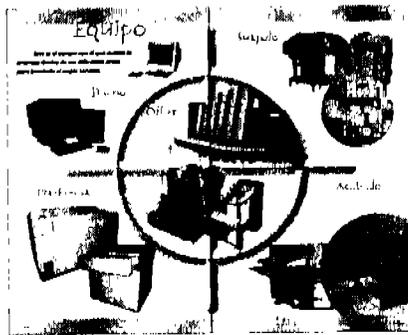
5



6



7



8

6.8. JUSTIFICACIÓN GRÁFICA

Además de que en una publicación es importante la utilización de retículas, en ocasiones se emplean elementos que se repiten en todas las páginas, creando de esta forma una sensación de unidad para que la composición sea coherente y equilibrada.

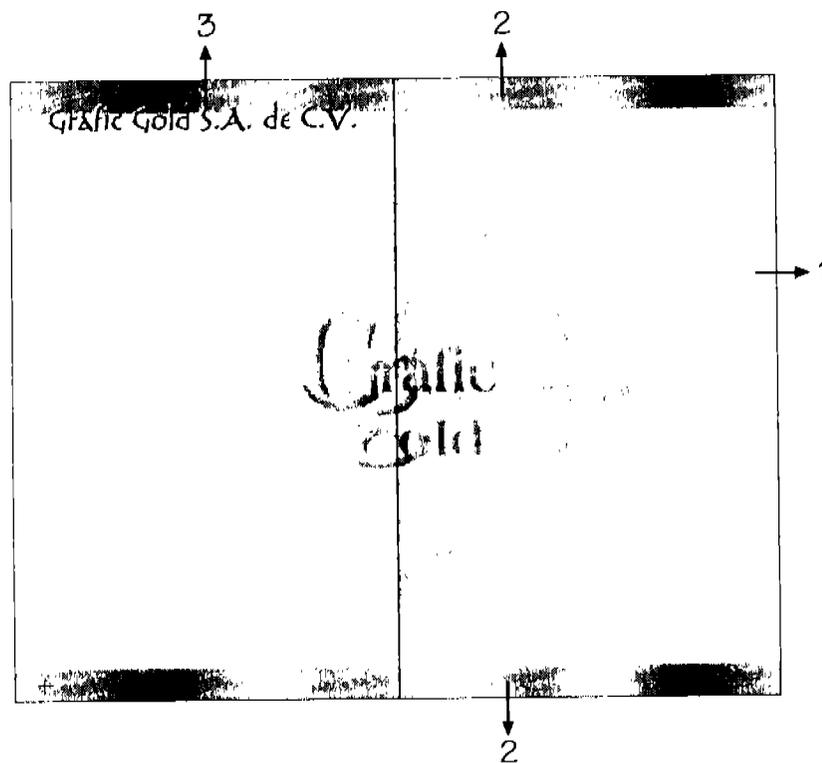
Por esta razón se quiso realizar el folleto de esta manera, y a pesar de que en todas las páginas se utilizan distintos elementos, en general todo el folleto se unifica.

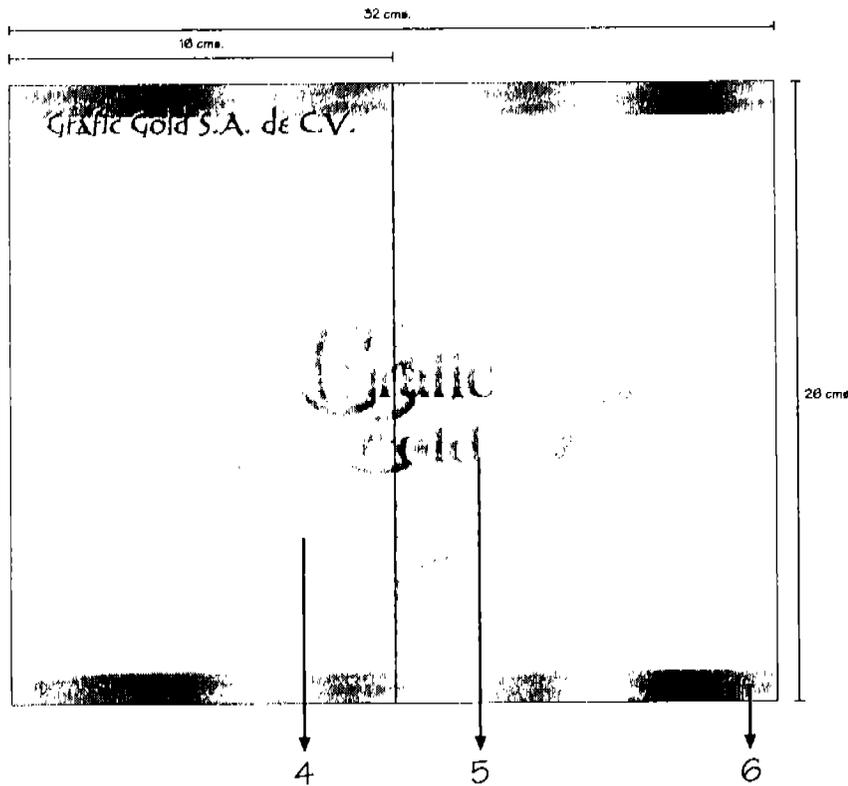
El primer elemento que se repite en todas las páginas es el fondo, en el cual se manejaron en líneas diagonales los 5 procesos de producción de la empresa en color negro y amarillo con una opacidad del 20%. (1)

Como segundo elemento se utilizaron dos placas en degradado de amarillos Pantones 1245 C, 143 C, 1345 C, 115 C, 116 C y 129 C, para darle unidad con los colores empleados en los títulos y en la imagen gráfica de la empresa. La primera se colocó en la parte superior de cada página y la segunda en la parte inferior de las mismas. (2)

El tercer elemento que se utilizó en todas las páginas es el título de cada proceso; éste se colocó en la parte superior central de cada página justificando las letras en baja con la placa superior. (3)

La tipografía empleada en todos los títulos es Reliq, ya que es sencilla, legible y moderna, lo que le da mayor movimiento a la composición.





Los colores que se utilizaron para los títulos fueron Pantone 1245 C, 143 C, 1345 C, 115 C, 116 C y 129 C, en un degradado en diagonal para darle un efecto dorado. Así mismo en todos los títulos se empleó un efecto con sombras para darles realce.

El cuarto elemento que se repite es el símbolo del registro de color al centro de las páginas en grande y de acuerdo a cada proceso se le dio una representación diferente. Este se empleó ya que como se ha mencionado antes, es un elemento muy importante para una imprenta. (4)

El quinto elemento utilizado en todas las páginas fue la imagen gráfica de la empresa al centro del registro de color y también se le dieron diferentes representaciones para darle variedad y movimiento a las páginas. (5)

Finalmente, como sexto elemento se empleó el símbolo o imagotipo del registro de color en su reducción mínima dentro de la pleca inferior y se colocó en la parte inferior y a los extremos de cada página únicamente como elemento decorativo. (6)

La tipografía que se utilizó en todos los textos del folleto es Myriad Roman Itálica en 15 pts. y se empleó en color negro. Se decidió utilizar esta tipografía ya que es legible, sencilla y al mismo tiempo porque es la misma que se empleó en todas las aplicaciones de la papelería de la empresa, y así se logra unificar toda la imagen.

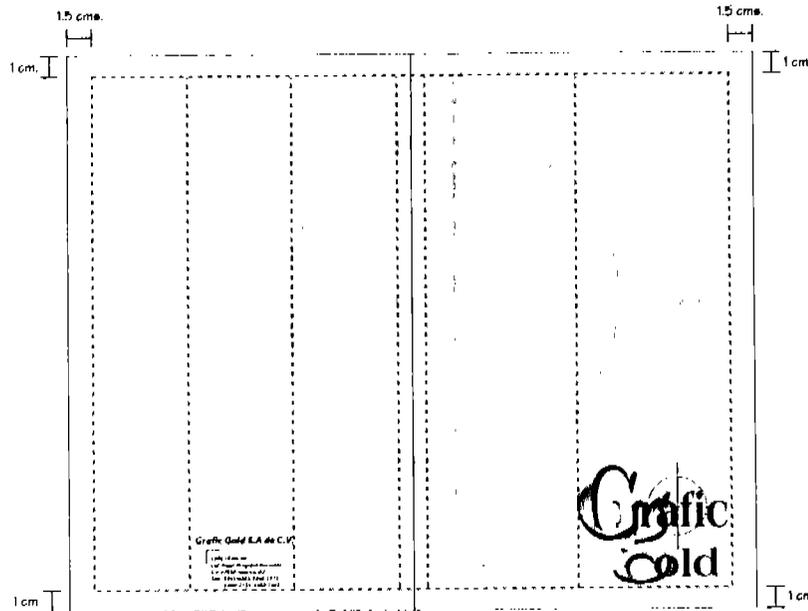
6.9. JUSTIFICACIÓN GRÁFICA POR PÁGINA

En el punto anterior se mencionaron todos los elementos que se repiten en todas las páginas y hacen que éstas tengan unidad; sin embargo, cada página tiene una retícula y acomodo de imágenes diferentes, esto con la finalidad de que el folleto tuviera movimiento y fuera atractivo visualmente.

6.9.1. PORTADA Y CONTRAPORTADA

Debido a que el folleto se le entregará al usuario dentro del folder de la empresa, el cliente quiso que la portada y contraportada del folleto se unificaran en su mayoría con la imagen del folder. Por esta razón, se colocó la imagen gráfica de la empresa en la parte inferior derecha de la portada y el símbolo del registro de color de un tamaño mayor, abarcando casi toda la portada y la mitad de la contraportada, y no se colocó justo al centro debido a que se quiso distinguir y así darle mayor énfasis a la portada.

La única razón por la cual el folleto varía del folder, es que en la contraportada no se utilizaron las líneas diagonales en fondo de agua, ya que éstas se emplearon como fondo de todas las páginas interiores del folleto y se le quiso dar mayor limpieza. Únicamente se colocó en la parte inferior central de la misma el nombre de la empresa en tipografía Myriad Bold Itálica en 13.5 pts. y la dirección de la misma en tipografía Myriad Bold Itálica en 7.5 pts. en color negro.



Graphic
Gold

Graphic Gold S.A. de C.V.

Somos una empresa dedicada a las Artes Gráficas con especialidad en impresos para la industria y el comercio.

Mediante nuestro servicio en la década de los 80's con el nombre de RZ Inno, como una empresa familiar, en el área de papelería en general como: afiches, hojas membretadas, tarjetas de presentación, etc.

Posteriormente, con el motivo de ampliar nuestro mercado, de cubrir y ser independiente a nuestros servicios de la elaboración de todo tipo de impresos gráficos y a través de un equipo de profesionales altamente capacitados.

Para el caso México, la empresa continuó y tuvo un mayor crecimiento y debido a esto y a ciertos requerimientos fiscales, se cambió el nombre a Graphic Gold S.A. de C.V., dando el nombre actual de la empresa.

En Graphic Gold dedicamos nuestros recursos humanos a ofrecer a nuestros clientes y aprovechando la tecnología con la que contamos hoy en día, hacemos responsable la calidad en los procesos de producción, acortando los tiempos de entrega y disminuyendo los costos, con lo que nuestros clientes obtienen más por el dinero que invierten en

adquirir sus materiales impresos.

Algunos de los materiales que utilizamos en la empresa son: copiosos, alérgicos, pesados, color rubinos, amarillos, púrpuras, azules y otros y a esto le hacemos a cada momento un sistema de producción por computadora. Dicho sistema consta de 3 Dimensiones: Pre Prensa, Offset, Stampa y Reprografía.

En la actualidad, prestamos diferentes servicios a diferentes empresas como: Evidencia, Echin de México, Milten, QBC, Alabara, Fibrosol, Medicina de Impresión y un sin número de más que vienen y van.

Así mismo las demandas nuestras crecieron basadas en la satisfacción de nuestros clientes.

Nuestro compromiso es tener una solución integral a sus necesidades de impresión sin importar la gran, urgente o compleja sea el trabajo a obtener.

Contamos con un grupo de gente experimentada y un trabajo en equipo basado en el respeto y la confianza, y esto nos permite ofrecer una excelente calidad y servicio.

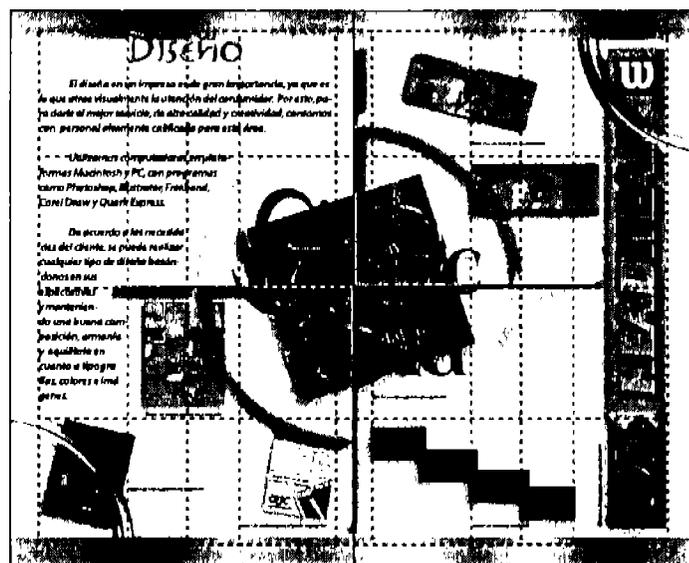
6.9.2. INTRODUCCIÓN

En las dos páginas de la introducción, el texto explica los inicios de la empresa, su crecimiento a lo largo de los años, los servicios que ofrece y el compromiso ante sus clientes.

Se utilizaron los elementos que se repiten ya mencionados anteriormente; tanto el registro de color como la imagen gráfica con una opacidad del 30% y el título de la página en 48 pts.

No se colocó ninguna imagen debido a que la importancia en estas páginas era el explicar lo que es la empresa y a qué se dedica. El texto se colocó silueteado con sangría con la forma del registro de color para darle movimiento y que visualmente fuera agradable.

Debido a que en cada página se les dió una representación diferente tanto al registro de color como a la imagen gráfica, en este caso se manejaron en opacidad para darle énfasis al texto.



6.9.3. DISEÑO

El texto de la página par de ésta área explica lo que se hace en el área de diseño así como las plataformas y programas con los que cuenta la empresa.

En estas páginas también se manejaron los mismos elementos; el registro de color se dividió en 4 partes, la 1a y la 4a parte con una opacidad del 20% y la 2a y la 3a al 100%, esto con la finalidad de darle diversidad a las páginas. La imagen gráfica se manejó en grande y se le dio un efecto de transparencia, brillos, sombras y realce para dejar ver a su vez la imagen que se colocó abajo y al centro de la misma y así crear una página con un diseño atractivo sin perder la propia imagen gráfica.

En la página par se utilizó el texto con sangría silueteando la forma del registro. El título por su parte se manejó en 72 pts. Se colocaron 3 imágenes de algunos materiales que se realizan en la empresa en diferentes campos en los que se dividió la página con una ligera sombra para darles un poco de realce y con una breve descripción de lo que se tratan. En la parte inferior izquierda de la página, se colocó un semicírculo con el mismo efecto de la imagen gráfica para darle unidad.

En la página impar no se utilizó texto porque al querer hacer muy gráfico el folleto, no era necesario, ya que debido a que la empresa es una imprenta, era importante destacar los materiales que se pueden realizar e imprimir y por esta razón únicamente se emplearon imágenes justificadas con la retícula utilizada con su breve descripción. Así mismo, también se colocó en la parte superior derecha otro semicírculo con el mismo efecto al de la página par y de la imagen gráfica.



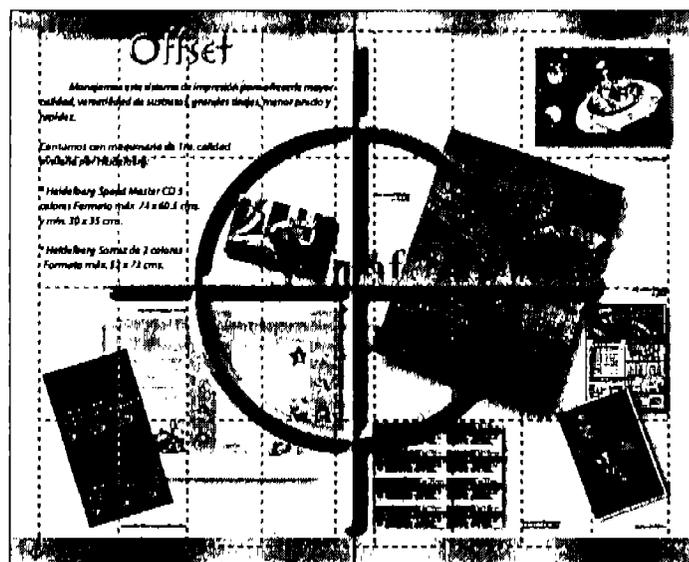
6.9.4. PRE-PRENSA

En la página par, el texto describe lo que se realiza en esta área, así como la maquinaria que se emplea para la elaboración de los materiales.

En estas páginas, al igual que en las anteriores, se utilizaron los elementos ya mencionados; el registro de color con la misma representación que en las páginas del proceso de Diseño, sin embargo, la imagen gráfica se dividió en 4 partes; en la 1a se le dio un acabado en cyan, la 2a en magenta, la 3a en amarillo y la 4a en negro, ésto con la finalidad de representar los 4 colores básicos de una selección de color y relacionarlo con el proceso de Pre-prensa.

En la página par se utilizó también el texto con sangría silueteando la forma del registro de color con la misma finalidad que en todas las páginas, y el título también se manejó en 72 pts. Debajo del texto, se colocó una imagen de la formación de una cartulina para pelota de béisbol con su breve descripción.

En la página impar se utilizó una imagen del mismo material que en la página anterior. Esta misma se repitió 4 veces, cada una con los 4 diferentes colores de la selección de color (CMYK) y se colocaron de mayor a menor tamaño alrededor del registro de color para darle movimiento a la página y hacerla llamativa. Por su parte también se colocó una breve descripción en la parte inferior de las imágenes.



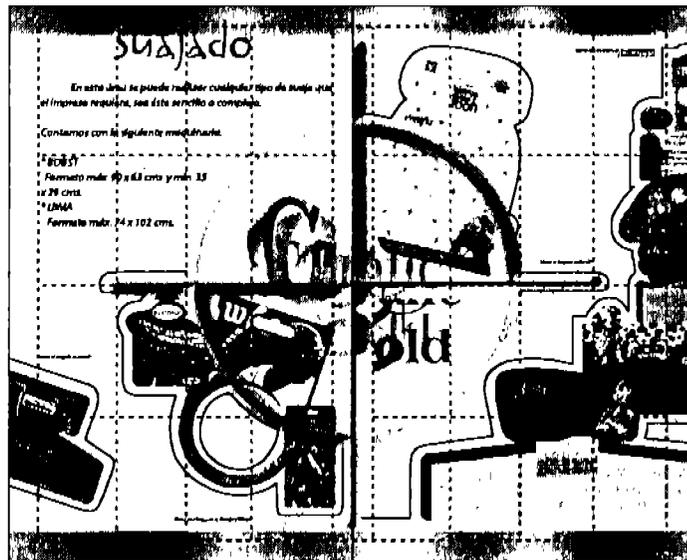
6.9.5. OFFSET

En el texto de la página par se describen las ventajas de este sistema de impresión, así como las máquinas con las que se trabaja en esta área.

Al igual que en las páginas anteriores, se repiten los mismos elementos mencionados, solo que en este caso el registro de color se manejó dividido en 4 partes, cada parte con diferente color (CMYK) para representar este sistema de impresión utilizado en la empresa. La imagen gráfica por su parte, se manejó como fondo de agua con una opacidad del 20% porque lo importante de éstas páginas es mostrar las imágenes de los impresos que se realizan en la empresa.

En la página par se colocó el texto con sangría silueteando la forma del registro, y el título se empleó en 72 pts. para seguir con la unidad de todas las páginas. En el primer cuadrante del registro de color se colocó una imagen que muestra a un operador de una máquina revisando una impresión. En el tercer cuadrante se empleó una imagen de un empaque de Evenflo dividida en dos partes para darle diversidad a la página, y a la izquierda de ésta se manejó una imagen de otro material impreso en esta área. Abajo de cada una se colocó la descripción de las mismas en tipografía Myriad Roman Itálica en 8 pts.; y se empleó una pequeña sombra en cada imagen para resaltarlas.

En la página impar se colocaron 5 imágenes de diferentes materiales impresos en diversos tamaños y posiciones de acuerdo a la retícula empleada. Esto con el fin de hacer la página atractiva así como mostrar la calidad de impresión y la variedad de tonalidades que se pueden lograr gracias a este sistema de impresión y a la maquinaria con la que se cuenta.



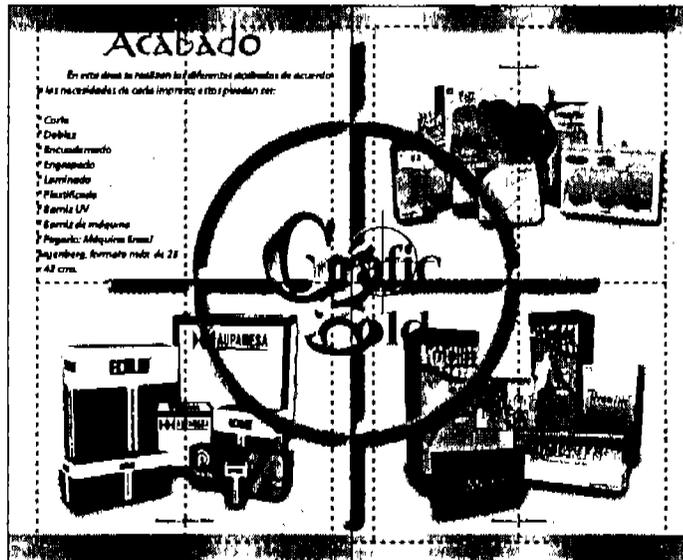
6.9.6. SUAJADO

El texto en este caso, en la página par explica lo que se realiza en esta área así como las máquinas que se utilizan para elaborar los diferentes suajes.

En las dos páginas de esta área, se colocaron también los elementos que se repiten; el registro de color se manejó igual que en las páginas de Diseño y Pre-prensa y la imagen gráfica se dividió en 4 partes también; la 2a y 3a parte con una opacidad del 20% y la 1a y 4a parte al 100%, pero a éstas últimas se les dio un efecto como si estuvieran recortadas o "suajadas", ya que lo que se quiso lograr fue que tuviera relación con el proceso correspondiente, en este caso el proceso de suajado.

En la página par el texto se colocó también con sangría silueteado a la forma del registro y con el título en 72 pts. En esta misma página, por debajo del 3er. cuadrante del registro de color, se colocaron 3 imágenes de materiales ya suajados y alrededor de éstas se simuló el suaje con una línea negra. Al extremo inferior izquierdo de la página, se colocó una parte de otro material suajado, así como la línea negra simulando el suaje del mismo, también con su correspondiente descripción.

En la página impar, por debajo del 2o. cuadrante del registro de color, se empleó otra imagen en grande de otro material con su descripción y en la parte derecha de la página se utilizó un collage con 5 imágenes de materiales ya suajados que van de pequeño a grande, de arriba a abajo y rebasadas. Alrededor de todas las imágenes, al igual que en la página par se colocó la línea negra simulando el suaje y al lado de ésta su descripción. La idea de colocar tantas imágenes fue para que luciera cada uno de los diferentes suajes así como la variedad de colores.



6.9.7. ACABADOS

En la página par de esta área, el texto explica a manera de lista los diferentes acabados que se pueden aplicar a los materiales ya impresos.

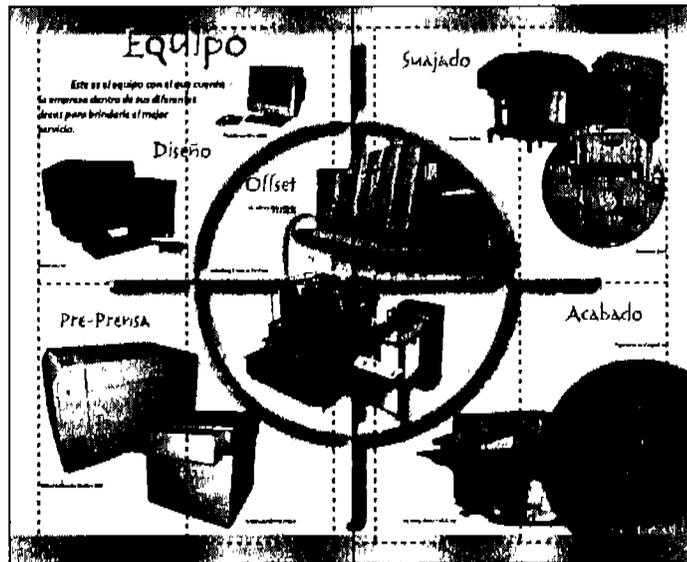
Aquí también se utilizaron los mismos elementos que hemos venido mencionando; en este caso, el registro de color y la imagen gráfica se emplearon al 100% de su opacidad, ya que ésta área es la última de todo el proceso que se maneja en la empresa y se quiso representar de esta manera.

El texto en este caso se utilizó alineado a la izquierda con sangría porque si se colocaba silueteando el registro, no hubiera tenido buena legibilidad. El título por su parte se empleó en 72 pts. para tener unidad con las demás páginas.

En la página par, debajo del 3er. cuadrante del registro de color, se colocó una imagen de diferentes empaques ya armados y acabados de algunos productos, con una ligera sombra.

En la página impar, por debajo del 2o. y 4o. cuadrante del registro de color se utilizaron dos imágenes, también de empaques ya armados, para mostrar el término de los procesos que se realizan en la empresa. A éstas imágenes también se les colocó una ligera sombra y su descripción correspondiente.

Ambas páginas contienen grandes espacios en blanco para darles limpieza, equilibrio y armonía.



6.9.8. EQUIPO

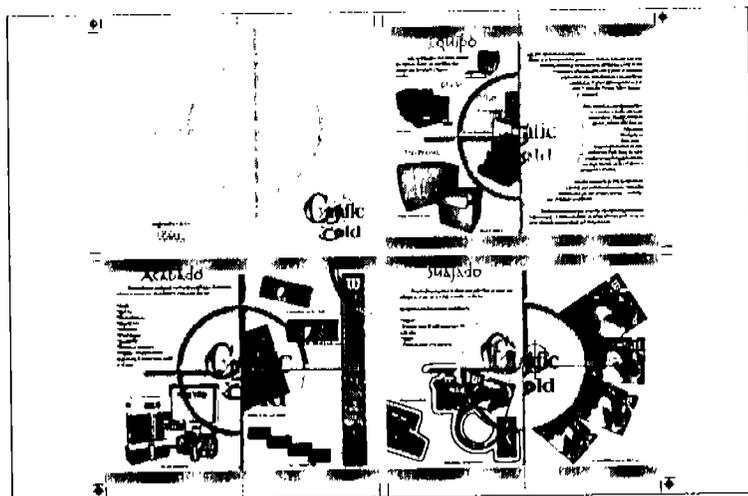
El texto en este caso solamente indica que las imágenes colocadas en estas páginas corresponden al equipo con el que cuenta la empresa en sus diferentes áreas.

Al igual que en todas las páginas se repiten los mismos elementos; en este caso la imagen gráfica se colocó al 30% de su opacidad porque lo que se quiso resaltar fueron las máquinas empleadas en la empresa, y el registro de color, por su parte, si se empleó al 100% para hacer las páginas llamativas, jugar un poco con su forma y no utilizar únicamente imágenes.

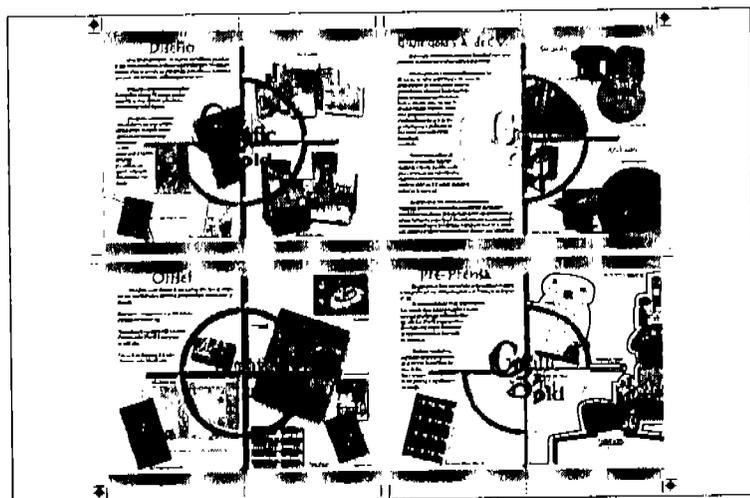
En la página par, se colocaron dos imágenes del equipo del área de Diseño y debajo de éstas dos imágenes de las máquinas que se utilizan en el área de Pre-Preisa, todas con su breve descripción. Al centro de las dos páginas, dentro del símbolo del registro de color, se utilizaron dos imágenes de las máquinas del área de Offset con su descripción; la que se encuentra en la parte superior derecha se recortó con la forma del registro para jugar con la imagen.

En la parte superior de la página impar, se emplearon dos imágenes de la maquinaria utilizada en el área de Suajado con su respectiva descripción; la segunda de éstas se colocó dentro de un círculo mostrando únicamente una parte de la misma para hacer un diseño variado y atractivo. En la parte inferior de esta misma página se colocó también dentro de un círculo una de las máquinas del área de Pegado y por debajo de ésta la Guillotina, empleada también en este proceso; ambas con su descripción.

En estas páginas, se quiso realizar una composición llamativa que a su vez fuera limpia y agradable, y por ésto se le dieron espacios blancos y diversos acomodados para poder apreciar cada una de las imágenes.



FRENTE



VUELTA

6.10. COMPAGINACIÓN

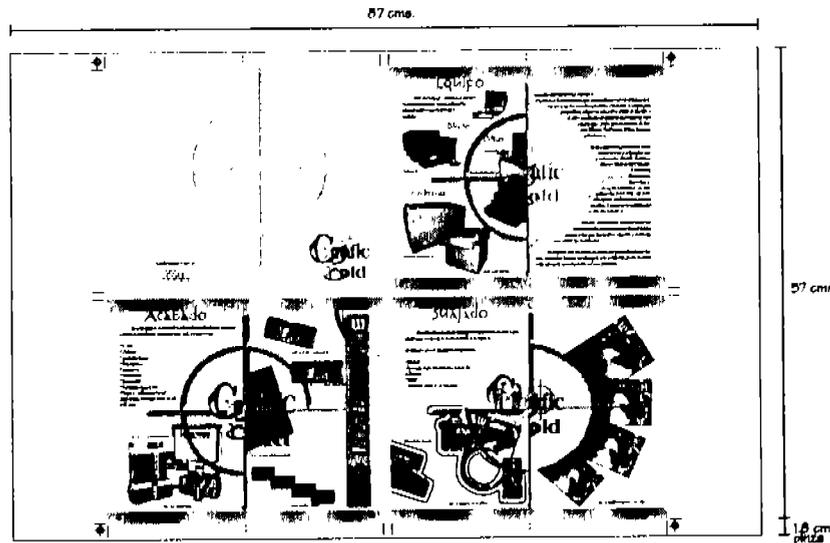
Al imprimir una publicación, se colocan varias páginas en un mismo pliego. Es por esto que todas las páginas deben estar en posición, de manera que cuando ya están impresas, el pliego pueda ser doblado, cortado y encuadernado en la secuencia correcta. A esto se le conoce con el nombre de compaginación, y dicho en otras palabras, es la disposición de las páginas en función de los pliegos de impresión.

Es así como nosotros compaginamos las páginas del folleto de manera que no se desperdicia tanto papel.

6.11. SISTEMA DE IMPRESIÓN Y ACABADOS

El sistema de impresión en el cual se realizó el folleto fue offset, en selección de color, ya que es un sistema en el cual se obtiene muy buena calidad, permite gran variedad de sustratos, tirajes grandes y es económico.

Una vez impreso el folleto, se le aplicó barniz UV ya que hace que las imágenes luzcan más y le da mayor calidad. Posteriormente, se hicieron los dobleces correspondientes, se formaron los cuadernillos, se montaron uno sobre otro, es decir a caballo, para así poder engraparlos en el canto del doblez.



7. MANUAL DE IMAGEN GRÁFICA

Una vez terminada la Imagen de la empresa y el folleto de la misma, se decidió realizar un Manual de Imagen Gráfica en donde se establecen con claridad las normas a seguir para utilizar correctamente los elementos de la propia Imagen, tales como: símbolo-imagotipo, logotipo, colores, tipografía, etc. Por otra parte, también se especifican retículas, usos correctos e incorrectos de la Imagen, variantes de uso, área mínima de aproximación, reducción mínima; así como las diferentes aplicaciones en papelería, uniformes y vehículos.

La realización de este Manual de Imagen Gráfica permitirá a la empresa contar con un documento que estandarice y sustente su Imagen, dando uniformidad a todas sus aplicaciones tanto Impresas como publicitarias.

CONCLUSIONES

El cliente, al tener amplios conocimientos en Artes Gráficas, sabía perfectamente lo que quería y ésto fue de gran utilidad para nosotras al realizar el proyecto ya que la comunicación con él fue excelente y pudimos transmitir realmente lo que él buscaba. Así mismo, tuvimos la fortuna de obtener nuevos conocimientos dentro de éste ramo, y todo gracias a su experiencia.

A través de todo el proceso de Investigación pudimos conocer sus necesidades, objetivos y expectativas, y mediante la etapa de bocetaje y proceso de selección se logró obtener una nueva imagen de la empresa, la cual ha logrado que sea mayormente reconocida en el medio, ha aumentado su cartera de clientes y por lo tanto su crecimiento cada vez es mayor.

En el folleto se lograron integrar los elementos correctamente, tiene una buena composición y visualmente es atractivo, funcional y estético.

Finalmente, la realización del Manual de Imagen Gráfica fue de gran importancia ya que sirve y servirá de guía para todas aquellas personas que quieran hacer uso de la Imagen de la empresa y por medio de éste asegurarse de que todas las aplicaciones y especificaciones se lleven a cabo correctamente.

Durante la realización de el proyecto pudimos reafirmar nuestros conocimientos como Diseñadoras Gráficas y nos deja la satisfacción de lograr nuestros objetivos al cumplir exitosamente las necesidades del cliente; y después de recorrer un largo camino

de estudio y de experiencia laboral, el haber por fin concluido esta meta en nuestras vidas, nos llena de orgullo, confianza y felicidad.

Así mismo, nos gustaría que este proyecto en un futuro pueda ser útil para otras personas y les ayude como guía o consulta para realizar otros proyectos.

De ahora en adelante se abren nuevas posibilidades en nuestra carrera como Diseñadoras, la cual enfrentaremos con gran profesionalismo y entrega para obtener el éxito que deseamos y crecer día a día personal y laboralmente.

BIBLIOGRAFÍA

- | | |
|--|---|
| Berry, Susan
<i>Diseño y color</i>
Ed. Blume
Barcelona | Frutiger, Adrián
<i>Tipografía, Signo y símbolo</i>
Mc Graw Hill
México |
| Blackwell, Lewis
<i>La Tipografía del siglo XX</i>
Ed. Gustavo Gili
Barcelona | Küppers, Harald
<i>Fundamentos de la Teoría de los
Colores</i>
Ed. Gustavo Gili, México |
| Costa, Joan
<i>Imagen Global</i>
Ed. CEAC
Barcelona | Lewis, John
<i>Principios Básicos de Tipografía</i>
Ed. Trillas
México |
| Chávez Norberto
<i>La Identidad Corporativa</i>
Ed. Gustavo Gili
Barcelona | March, Marion
<i>Tipografía Creativa</i>
Ed. Gustavo Gili
México |
| Emery, Richard
<i>Tipo y color 2</i>
Somohano
México | Müller-Brockman, Joseff
<i>Sistema de Retículas</i>
Ed. Gustavo Gili
Barcelona |
| Floravanto, Giorgio
<i>Diseño y Reproducción</i>
Ed. Gustavo Gili
Barcelona | Rojó, Vicente
<i>Diseño Gráfico</i>
Ed. Era
México |

Swann, Alan
Como diseñar retículas
Ed. Gustavo Gill
Barcelona, 1990

Swann, Alan
Diseño Gráfico
Ed. Blume
Barcelona, 1992

OTRAS FUENTES

TESIS:

Huerta Sánchez, Adriana
*Diseño Editorial: guía básica
para la realización de una publicación*
UIA, México

Larrañaga, Mariana
De la letra a la página
UAM, México

INTERNET:

www.newartesanvisuales.com
Julio, 2004

ENTREVISTA:

López Zapata, Marco Antonio
Director General Grafic Gold, S.A. de C.V.
Abril, 2004

MANUAL DE IMAGEN GRÁFICA



ÍNDICE

| | |
|---|----|
| <i>Introducción</i> | |
| <i>Grafic Gold, S.A. de C.V.</i> | 3 |
| <i>Imagen Gráfica</i> | |
| <i>Símbolo-Imagotipo</i> | 4 |
| <i>Logotipo</i> | 5 |
| <i>Presentación de la Imagen Gráfica</i> | 6 |
| <i>Retícula de Proporción</i> | 7 |
| <i>Retícula de Trazo</i> | 8 |
| <i>Área Mínima de Aislamiento</i> | 9 |
| <i>Reducción Mínima</i> | 10 |
| <i>Variantes de Uso Símbolo-Imagotipo</i> | 11 |
| <i>Variantes de Uso Imagen Gráfica</i> | 12 |
| <i>Usos Incorrectos</i> | 13 |
| <i>Colores Institucionales</i> | |
| <i>Colores</i> | 14 |
| <i>Escala de grises</i> | 15 |
| <i>Una tinta</i> | 16 |
| <i>Tipografía Institucional</i> | |
| <i>Tipografía Primaria</i> | 17 |
| <i>Tipografía Secundaria</i> | 18 |
| <i>Papelería Institucional</i> | |
| <i>Papelería Básica</i> | 20 |

ÍNDICE

| | |
|---------------------------------------|----|
| <i>Tarjeta de Presentación</i> | 20 |
| <i>Hoja Membretada</i> | 21 |
| <i>Sobre</i> | 22 |
| <i>Folder</i> | 23 |
| <i>Factura</i> | 24 |
| <i>Unipeco</i> | 25 |
| <i>Papelería Administrativa</i> | 26 |
| <i>Contra Recibo</i> | 26 |
| <i>Checador</i> | 27 |
| <i>Cuenta por Pagar</i> | 28 |
| <i>Póliza de Cheque</i> | 29 |
| <i>Hoja de Fax</i> | 30 |
| <i>Orden de Producción</i> | 31 |
| <i>Uniformes</i> | 32 |
| <i>Playeras</i> | 32 |
| <i>Bata</i> | 34 |
| <i>Gorra</i> | 35 |
| <i>Vehículos</i> | 36 |
| <i>Camioneta Tipo Van</i> | 36 |
| <i>Camioneta Tipo Pick-Up</i> | 37 |

GRAFIC GOLD, S.A. DE C.V.

Somos una empresa dedicada a las Artes Gráficas con experiencia en impresos para la industria y el comercio. Dedicamos nuestros servicios buscando satisfacer o exceder las expectativas de nuestros clientes y aprovechando la tecnología con las que contamos hoy en día, hemos mejorado la calidad en los procesos de producción, acortado los tiempos de entrega y disminuído los costos, con lo que nuestros clientes obtienen más por el dinero que invierten al adquirir sus materiales impresos.

Nuestro compromiso es tener una solución integral a sus necesidades de Impresión, sin importar que tan grande o complejo sea el trabajo a elaborar. Contamos con un grupo de gente experimentada que a través del trabajo en equipo basado en el respeto y la confianza, logra una excelente calidad.

El presente manual tiene como objetivo establecer las normas generales para la correcta aplicación de los diferentes elementos que componen la Imagen Gráfica de Grafic Gold, S.A. de C.V. Dichas normas deberán particularizarse de acuerdo a la aplicación requerida, buscando siempre dar la mejor solución a la norma general que aquí se determina.

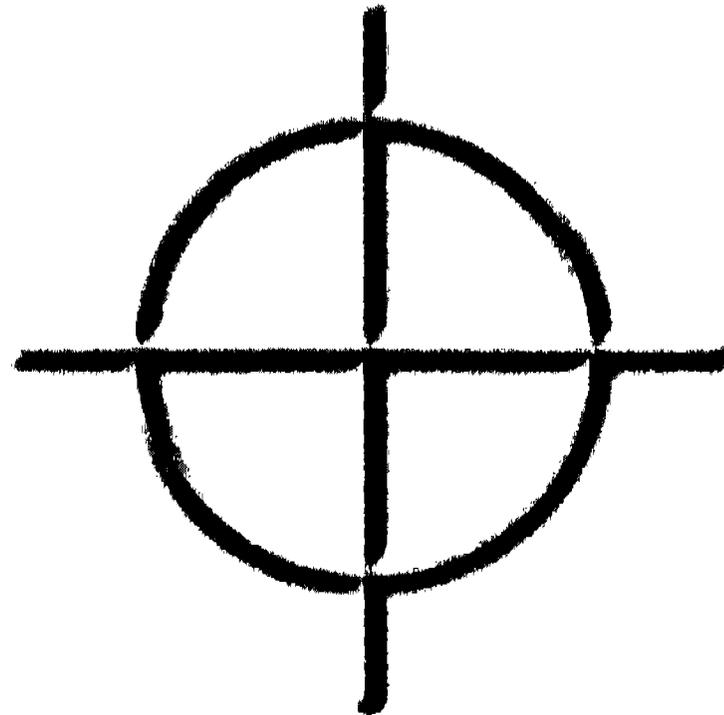
Debe constituirse en una guía para cualquier persona que requiera aplicar la imagen de la empresa; y debido a su carácter de documento de consulta, debe ser respetado como elemento de referencia sin ser por ningún motivo alterado o modificado.

SÍMBOLO-IMAGOTIPO

El símbolo utilizado en la Imagen Gráfica es un registro de color, el cual se utiliza para posicionar de manera precisa los negativos y posteriormente poder sacar las placas de impresión; así los colores y las imágenes se obtengan de manera correcta y no exista ninguna alteración. Está representando que la empresa es una imprenta y la importancia de su empleo dentro de la misma.

Podrá ser utilizado en ciertas aplicaciones por sí solo, es decir, como un elemento separado de la propia imagen gráfica, como en el folleto, folder y otros impresos, pero siempre deberá ir acompañado en alguna parte por la imagen gráfica.

| | |
|--------------|------------------|
| Color: | Pantone 1245 |
| Efecto: | Bevel and Emboss |
| • Style: | Inner Bevel |
| • Technique: | Smooth |
| • Direction: | Up |
| • Depth: | 350% |
| • Size: | 7 px. |
| • Angle: | 120° |
| • Altitude: | 30° |



LOGOTIPO

El logotipo se conforma por el nombre de la empresa (Graphic Gold, S.A. de C.V.) en una tipografía legible, con patines y elegante. Se utilizaron colores cálidos en diferentes tonos de amarillo-ocre y para darle el efecto dorado que se quería se emplearon en degradado diagonal. El color negro por su parte, se utilizó para darle fuerza, contraste, elegancia y seriedad al logotipo.

- Colores:** Pantone 1245 C,
143 C, 128 C, 120 C,
107 C y Negro
- Efecto:** Degradado Diagonal,
Bevel and Emboss:
- **Style:** Inner Bevel
 - **Technique:** Smooth
 - **Direction:** Up
 - **Depth:** 600%
 - **Size:** 35 px.
 - **Angle:** 120°
 - **Altitude:** 30°
- Drop Shadow:**
- **Blend Mode:** Multiply
 - **Opacity:** 100%
 - **Angle:** 110°
 - **Distance:** 40 px.
 - **Spread:** 50 px.
 - **Size:** 5 px.



The logo features the word "Graphic" in a large, bold, black serif font with a diagonal gradient and a drop shadow. Below it, the word "Gold" is written in a smaller, black serif font, also with a diagonal gradient and a drop shadow. At the bottom, "S.A. de C.V." is written in a small, black, sans-serif font.

PRESENTACIÓN DE LA IMAGEN GRÁFICA

La Imagen Gráfica se conforma por el símbolo-imagotipo que es el registro de color en último plano y por el logotipo (Graphic Gold, S.A. de C.V.) en primer plano.

Al juntar todos estos elementos se quiere comunicar que la empresa es una imprenta seria, de alta calidad en sus servicios y satisface las expectativas de sus clientes.



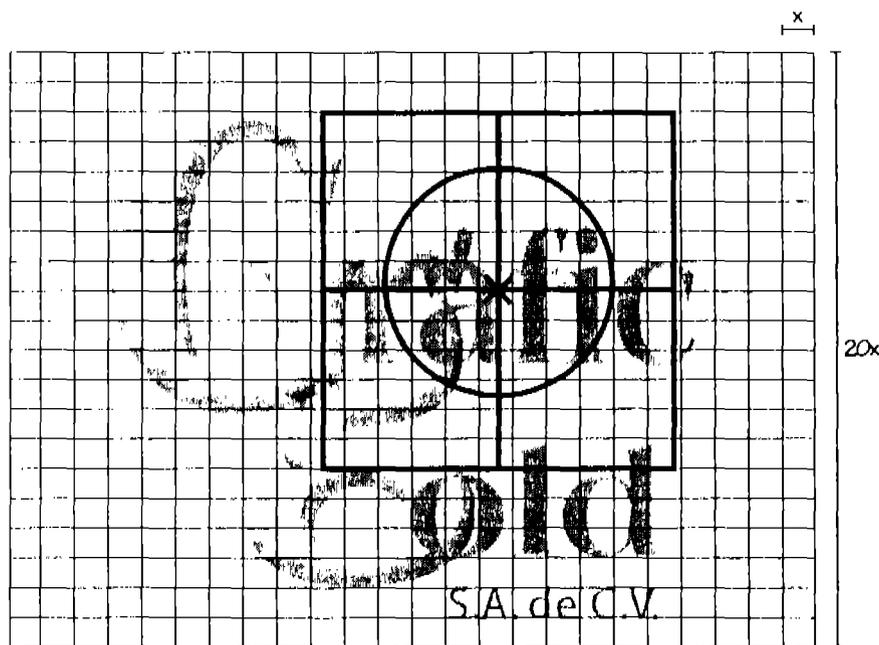
RETÍCULA DE PROPORCIÓN

La retícula de proporción se emplea para colocar todos los elementos de la imagen gráfica sobre un espacio determinado, para no perder las dimensiones y evitar cualquier deformación. Esta retícula deberá utilizarse como referencia de trazo, cuadrado por cuadrado, para elaborar reproducciones de la imagen gráfica obteniendo la mayor fidelidad y calidad.



RETÍCULA DE TRAZO

La retícula de trazo muestra las dimensiones que guardan los diferentes elementos que componen la imagen gráfica por medio de figuras geométricas. En este caso, únicamente el símbolo-imagotipo se sacó de esta manera, ya que la tipografía del logotipo se obtuvo digitalmente.



ÁREA MÍNIMA DE AISLAMIENTO

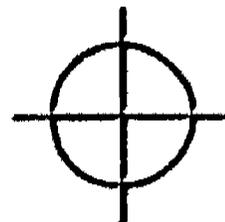
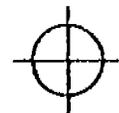
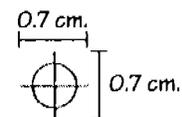
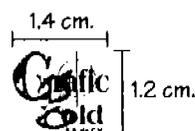
El área mínima de aislamiento, corresponde a la distancia que debe existir entre la imagen gráfica y cualquier otro elemento que se coloque alrededor de la misma, para que pueda tener buena legibilidad y evitar alteraciones en la composición del diseño. Esta distancia se sacó tomando en cuenta la altura de las letras de la leyenda "S.A. de C.V." y no puede ser modificada.



x= Altura S.A. de C.V.

REDUCCIÓN MÍNIMA

Para no perder claridad y legibilidad tanto de la imagen gráfica como del símbolo-imagotipo por separado, existen reducciones mínimas de los mismos, las cuales deben ser respetadas en las aplicaciones en las que se utilicen.



VARIANTES DE USO

Tanto el símbolo-imagotipo como la imagen gráfica en general tienen diferentes variantes de uso, las cuales podrán ser aplicadas en cualquier impreso como folleto, catálogo, cartel, etc. para hacer la composición más atractiva.

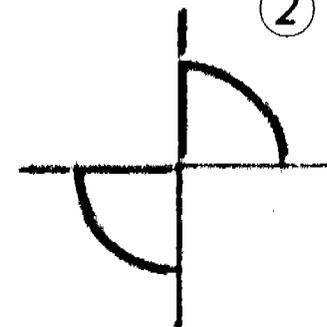
SÍMBOLO-IMAGOTIPO

1. Opacidad del 10 al 90%
2. Se divide en 4: 1er. y 4o. cdte. opacidad del 30%, 2o. y 3er. cdte. al 100% respetando los efectos originales.
3. Sobre un fondo liso o degradado usando los colores institucionales.
Efecto: Outer glow:
• Blend Mode: Normal, • Opacity: 75%, • Technique: Softer,
• Size: 2 px., • Quality Range: 50%
Bevel and Emboss:
• Style: Inner Bevel, • Technique: Smooth, • Direction: Up,
• Depth: 350%, • Size: 7 px.
4. Se divide en 4: 1er. cdte. en Cyan, 2o. cdte. en Magenta, 3er. cdte. en Amarillo (Yellow) y 4o. cdte. en negro (Black), respetando los efectos originales.

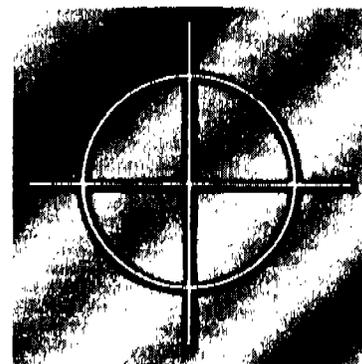
①



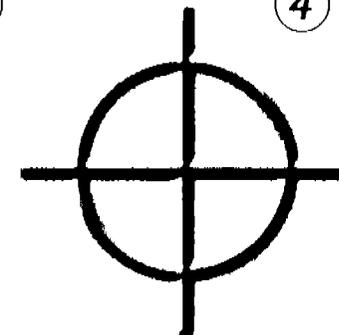
②



③



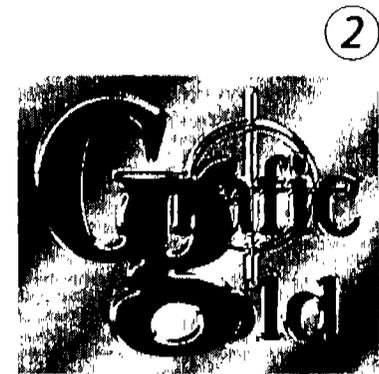
④



VARIANTES DE USO

IMAGEN GRÁFICA

1. Opacidad del 10 al 30%
2. Transparencia, realce y brillos sobre fondo de color liso o degradado.
Efecto: *Bevel and Emboss*
 - Style: *Emboss*
 - Technique: *Smooth*
 - Depth: 91%
 - Size: 38 px.
 - Gloss Contour: *Ring Double*
 - H. Mode: *Lighten / Op: 75%*
3. Se divide en 4: 1er. y 4o. cdte. se cortan y se separan de 8 mm. a 1cm., quedando una sombra del 30% de Negro, 2o. y 3er. cdte. con opacidad del 30%.
4. Se divide en 4: 1er. cdte. en Cyan, 2o. cdte. en Magenta, 3er. cdte. en Amarillo (Yellow) y 4o. cdte. en negro (Black), respetando los efectos originales.



USOS INCORRECTOS

Por ningún motivo deberá utilizarse la imagen gráfica como se muestra a continuación:

1. *Cambiar los colores establecidos.*
2. *Deformar la imagen.*
3. *Alterar las proporciones establecidas.*



COLORES

El color es un elemento muy importante en la reafirmación del concepto a comunicar en la Imagen Gráfica, por lo tanto se deben tener bien definidos los tonos para el momento de su reproducción. Estos son colores ya establecidos por Pantone y seleccionados especialmente para la imagen de Grafic Gold, S.A. de C.V. por lo que no podrán ser modificados o alterados. Tanto en el símbolo-imagotipo como en las dos "G" del logotipo, los amarillo-ocre se emplearon en degradado diagonal para dar el efecto deseado y el negro en el resto de la imagen gráfica.



Pantone Coated 1245 C



Pantone Process DS 20-2 C C=0, M=26, Y=100, K=26



Pantone Coated 143 C



Pantone Process DS 19-1 C C=0, M=32, Y=100, K=9



Pantone Coated 128 C



Pantone Process DS 9-5 C C=0, M=11, Y=69, K=0

Pantone Coated 120 C

Pantone Process DS 2-6 C C=0, M=9, Y=58, K=0

Pantone Coated 107 C

Pantone Process DS 2-4 C C=0, M=0, Y=88, K=3



Black



Black

C=0, M=0, Y=0, K=100

ESCALA DE GRISES

En ciertas aplicaciones en las que se requiera hacer un ahorro en costos de producción se utilizará la imagen gráfica en escala de grises, como en la papelería administrativa.





UNA TINTA

Esta es la versión de la imagen gráfica a una sola tinta, la cual podrá ser utilizada también en ciertas aplicaciones de la papelería administrativa.



TIPOGRAFÍA PRIMARIA

El empleo continuo de las mismas tipografías es también un elemento que refuerza la Imagen Gráfica. La tipografía primaria utilizada es la Americana y solo podrá ser empleada en el logotipo de la Imagen Gráfica.

Americana

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m ñ n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! @ # \$ % ^ & * () + { } > ¿ ?

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Las tipografías secundarias elegidas son la Myriad y Reliq, y se emplean en la realización de papelería, folleto, volantes, etc. y no se pueden hacer variaciones en su escala vertical u horizontal ni utilizar otras fuentes tipográficas, únicamente las de la misma familia. La tipografía Reliq únicamente podrá ser utilizada en impresos publicitarios como folleto, catálogo, cartel, etc., en títulos y subtítulos en altas y bajas. Por su parte, la tipografía Myriad Itálica y Bold Itálica podrán utilizarse en altas para títulos y subtítulos y en altas y bajas en textos. La Myriad Roman y Myriad Bold en textos en altas y bajas.

Myriad Roman

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m ñ n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! @ # \$ % ^ & * () + { } > ¿ ?

Myriad Bold

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m ñ n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

! @ # \$ % ^ & * () + { } > ¿ ?

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Myriad Itálica

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñnopqrstuvwxyz

0123456789

!@#\$%^&*()+{}>¿?

Myriad Bold Itálica

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñnopqrstuvwxyz

0123456789

!@#\$%^&*()+{}>¿?

Reliq

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñnopqrstuvwxyz

0123456789

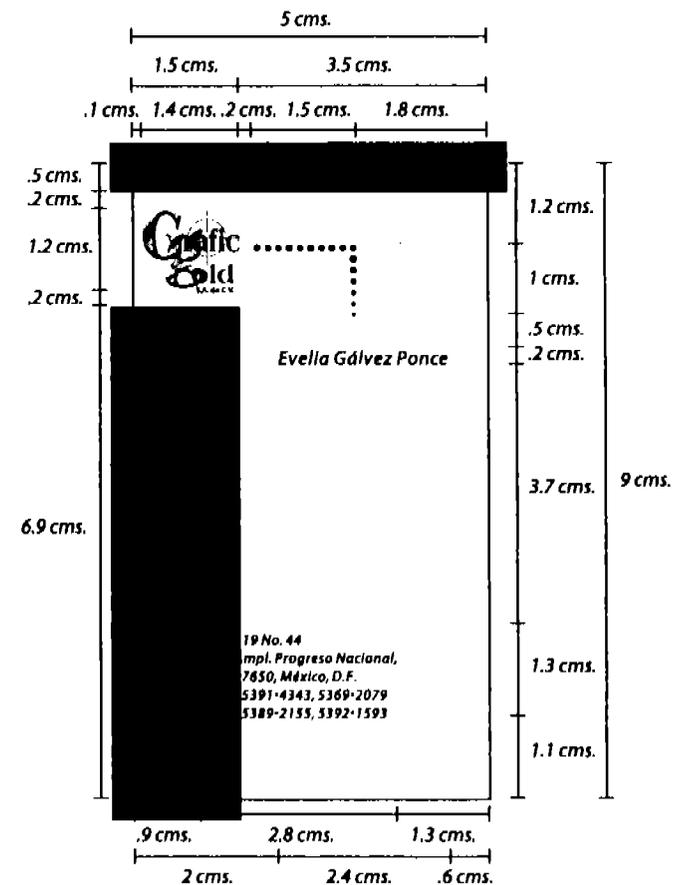
!@#\$%^&*()+{}>¿?

PAPELERÍA BÁSICA

La papelería básica de la empresa es su carta de presentación ante los clientes por lo que deberán respetarse medidas, ubicación, así como el color de los elementos gráficos.

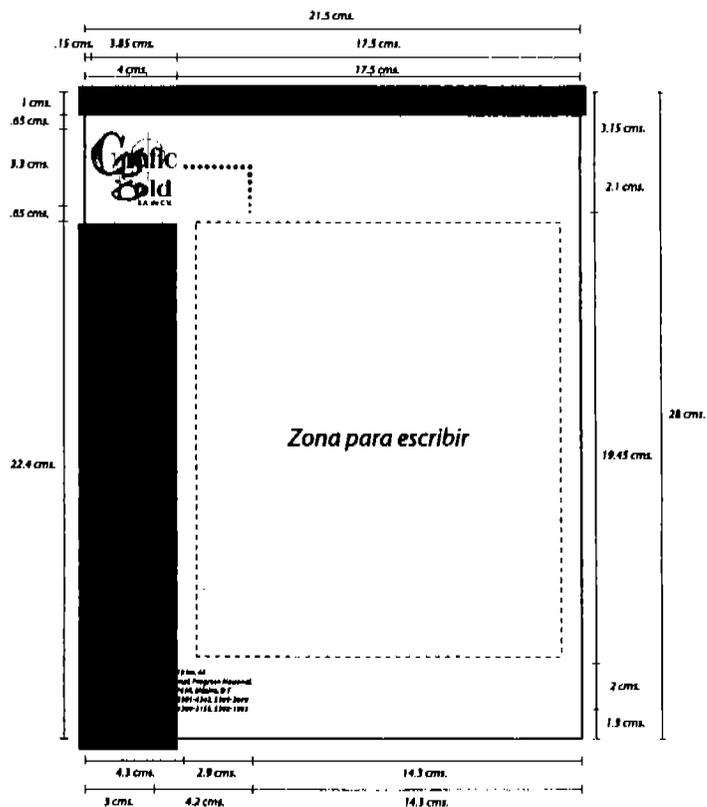
TARJETA DE PRESENTACIÓN

| | |
|------------------------------|--------------------------------|
| Escala: | 1:1 |
| Tipo de Papel: | Cartulina Opalina |
| Gramaje: | 225 grs. |
| Tamaño del pliego: | 43.5 x 28.5 |
| Tamaño final: | 5 x 9 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset Selección de color CMYK |
| Lineaje: | 150 l.p.l. |
| Acabados: | Corte de guillotina |
| Tipografía nombre: | Myriad Bold Itálica 8 pts. |
| Tipografía dirección: | Myriad Bold Itálica 6 pts. |
| Colores: | Pantone 1245 C y negro |



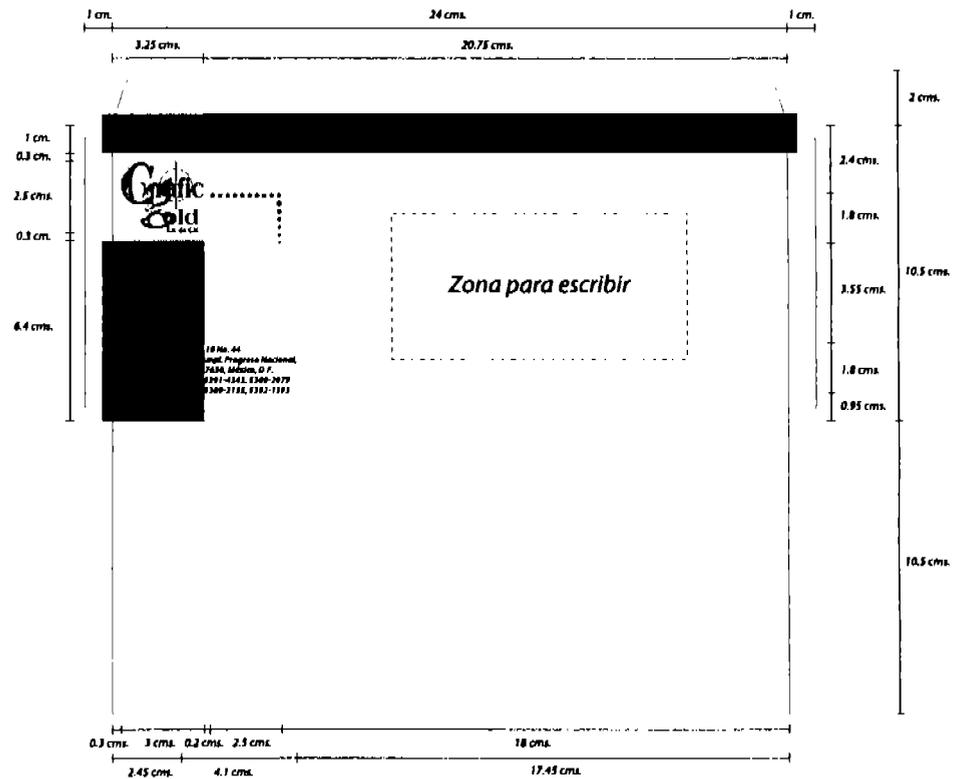
HOJA MEMBRETADA

| | |
|------------------------------|--------------------------------|
| Escala: | 1:3 |
| Tipo de Papel: | Opalina |
| Gramaje: | 120 grs. |
| Tamaño del pliego: | 43.5 x 28.5 |
| Tamaño final: | 21.5 x 28 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset Selección de color CMYK |
| Lineaje: | 150 l.p.i. |
| Acabados: | Corte de gullotina |
| Tipografía: | Myriad Bold Itálica 9 pts. |
| Colores: | Pantone 1245 C y negro |



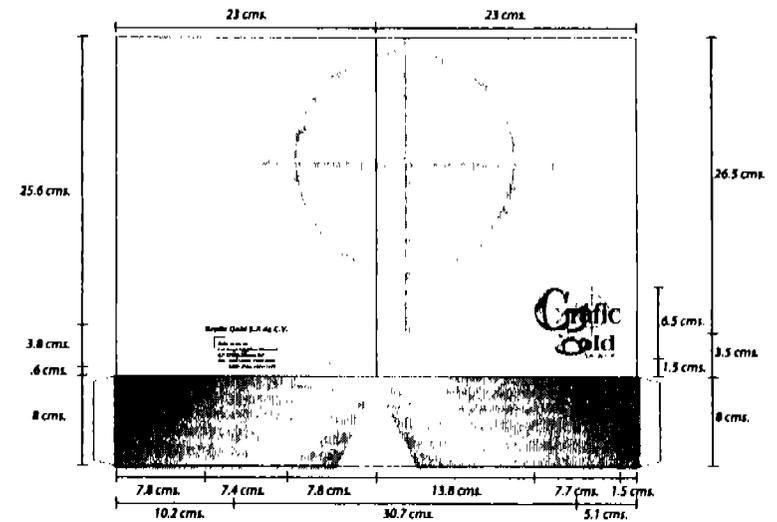
SOBRE

Escala: 1:25
Tipo de Papel: Opalina
Gramaje: 120 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5
Tamaño final: 24 x 10 cms.
Sistema de Impresión: Offset Selección de color CMYK
Lineaje: 150 l.p.i.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía: Myriad Bold Itálica 9 pts.
Colores: Pantone 1245 C y negro

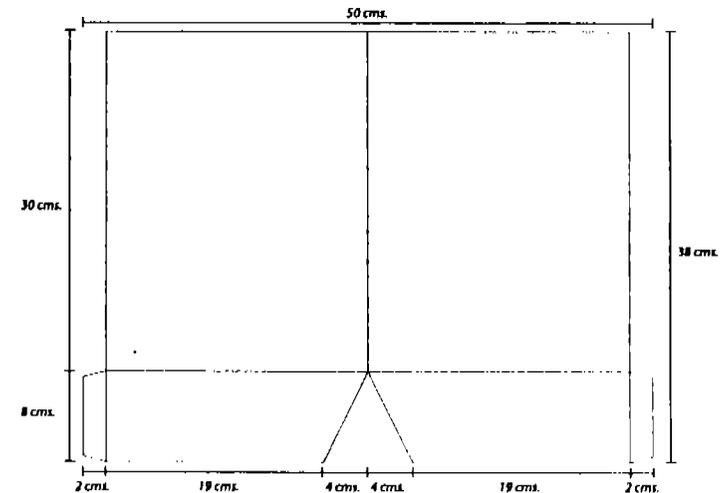


FOLDER

| | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| Escala: | 1:6.25 |
| Tipo de Papel: | Eurokote 1 cara |
| Gramaje: | 18 pts. |
| Tamaño del pliego: | 58 x 44 cms. |
| Tamaño del folder extendido: | 50 x 38 cms. |
| Tamaño final: | 23 x 30 cms. |
| Sistema de Impresión: | Offset Selección de color CMYK |
| Lineaje: | 150 l.p.l. |
| Acabados: | Suajado y pegado |
| Tipografía Nombre Empresa: | Myriad Bold Itálica 22 pts. |
| Tipografía Dirección: | Myriad Bold Itálica 12 pts. |
| Colores Registro: | Pantone 143 C 30% |
| Colores Líneas Diagonales: | Pantone 143 C 30% y negro 30% |
| Colores Degradado Solapas: | Pantone 1245 C, 124 C, 116 C y 107 C |
| Interiores: | 10% y 20% de la Imagen Gráfica |



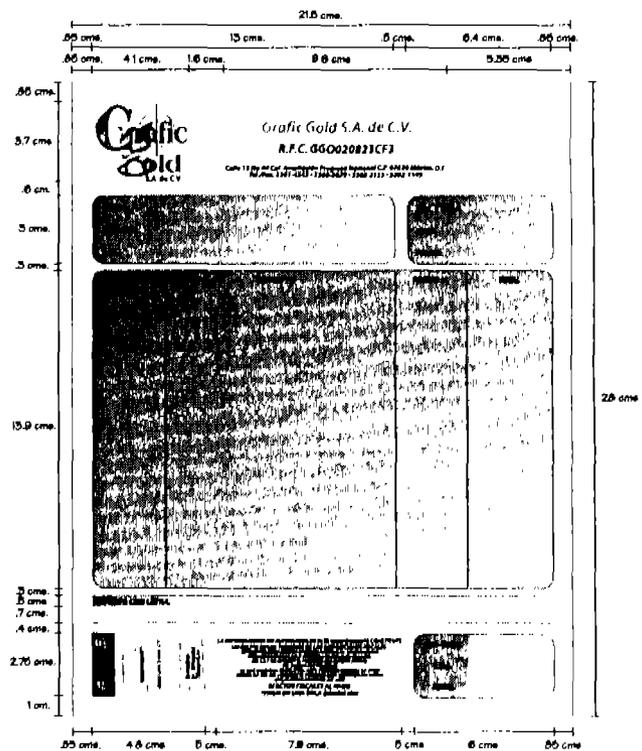
FOLDER EXTERIOR



FOLDER INTERIOR

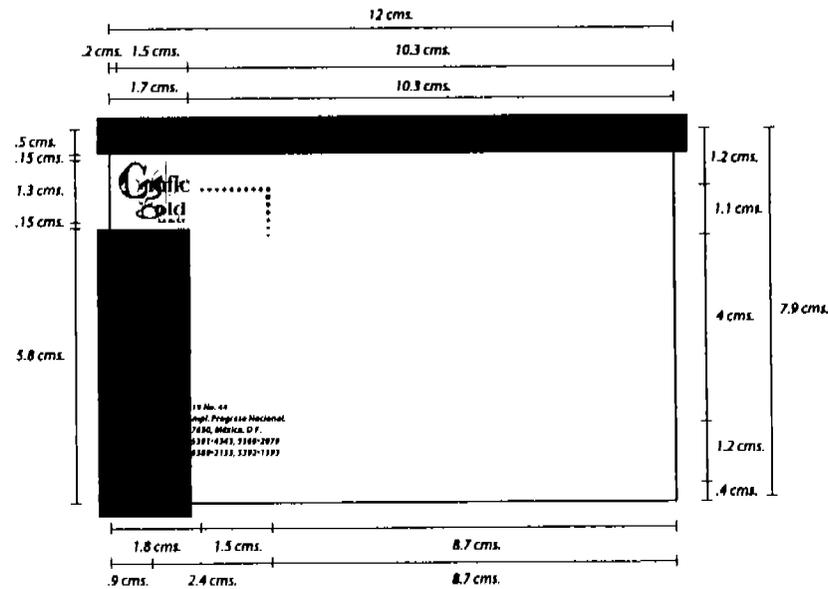
●●●●●●●●●●
FACTURA

Escala: 1:3
Tipo de Papel Original: Opalina
Gramaje: 120 grs.
Tipo de Papel Copia: Bond
Gramaje: 37 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5 cms.
Tamaño final: 21.5 x 28 cms.
Sistema de Impresión: Offset Selección de color CMYK
Lineaje: 150 l.p.l.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía: Myriad Bold Itálica
Colores: Pantone 1245 C y 1205 C
Colores Degradado: Pantone 1245 C al 60% y 1205



UNIPECO

Escala: 1:5
Tipo de Papel: Cartulina Opalina
Gramaje: 225 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5 cms.
Tamaño final: 12 x 7.9 cms.
Sistema de Impresión: Offset Selección de color CMYK
Lineaje: 150 l.p.i.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía: Myriad Bold Itálica 5.5 pts.
Colores: Pantone 1245 C y negro



PAPELERÍA SECUNDARIA

Al ser la papelería secundaria en su mayoría de uso interno en la empresa, se utilizó la imagen gráfica en escala de grises y en el caso de la hoja de fax a una sola tinta para reducir los costos.

CONTRA RECIBO

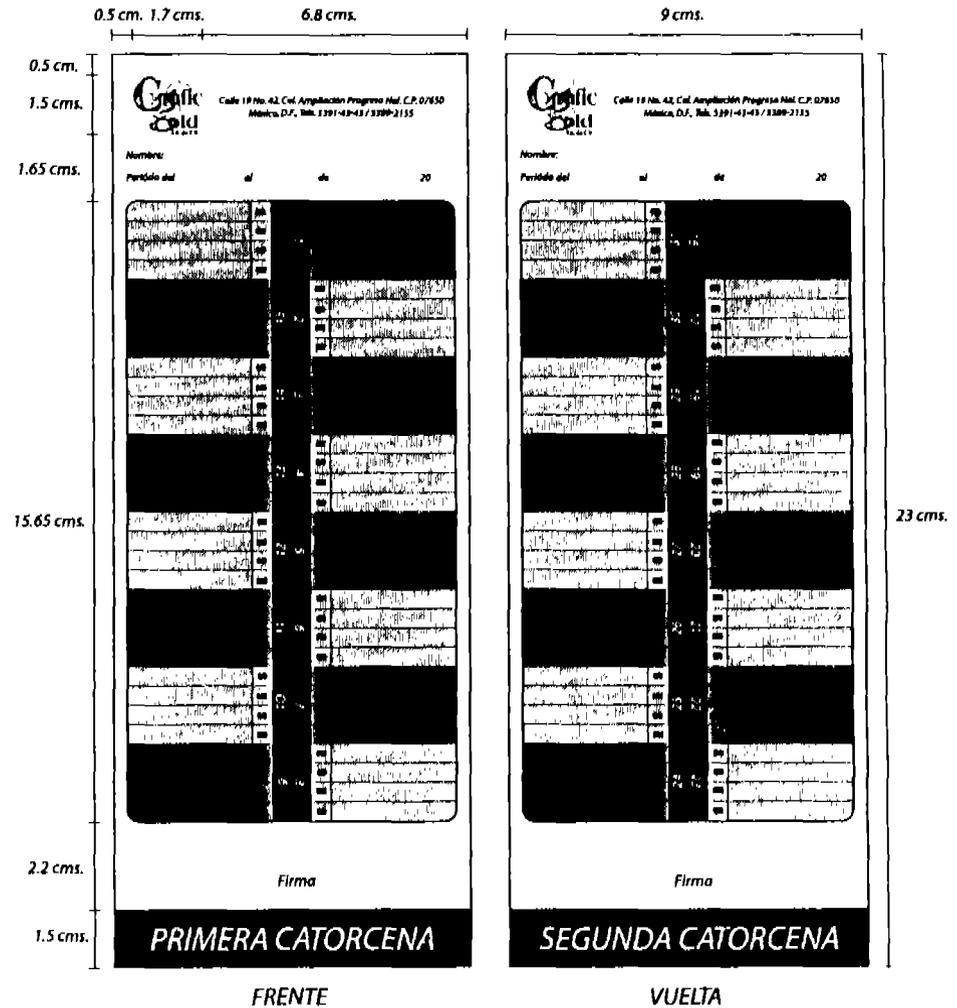
Escala: 1:5
Tipo de Papel: Bond
Gramaje: 37 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5
Tamaño final: 10.5 x 14 cms.
Sistema de Impresión: Offset
Lineaje: 150 l.p.i.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía contra recibo: Myriad Itálica 18 pts.
Tipografía texto: Myriad Itálica 8 pts.
Colores: Negro

The diagram shows a 'CONTRA RECIBO' form with the following layout and dimensions:

- Overall Dimensions:** 10.5 cms. wide and 14 cms. high.
- Header Section:** 2.8 cms. wide, containing the Gráfico Gold logo and company name. The right side contains the title 'CONTRA RECIBO' and address: 'Calle 19 No. 42, Col. Ampliación Progreso Nat. C.P. 07650 México, D.F. Tels. 5391-43-43 / 5389-2155'.
- Form Fields:** A horizontal bar with 'Fecha' and 'Folio' labels, and a 'REVISADO' checkbox.
- Table Section:** A table with 3 columns: 'Pa. Sum. de', 'Importe', and 'Observaciones'. It contains 5 rows, with the last row labeled 'TOTAL \$'. The Gráfico Gold logo is overlaid on the table.
- Text Section:** 'REVISIÓN Y PAGOS JUEVES DE 16:00 A 18:00 HRS.' centered below the table.
- Footer Section:** A horizontal bar with 'FOLIO' and 'IMPORTE' labels.
- Dimensions:**
 - Vertical dimensions on the left: 0.5 cms., 2.42 cms., 4 cms., 2.45 cms., 4.63 cms.
 - Horizontal dimensions at the bottom: 3.7 cms., 3.1 cms., 3.7 cms.

CHECADOR

Escala: 1:8
Tipo de Papel: Cartulina Opalina
Gramaje: 225 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5
Tamaño final: 9 x 23 cms.
Sistema de Impresión: Offset
Lineaje: 150 l.p.i.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía texto: Myriad Itálica 8 pts.
Tipografía catorcenas: Myriad Itálica 23 pts.
Colores: Negro



0.5 cm. 1.7 cms. 6.8 cms. 9 cms.

1.5 cms.

1.65 cms.

15.65 cms.

2.2 cms.

1.5 cms.

23 cms.

PRIMERA CATORCENA

SEGUNDA CATORCENA

FRENTE

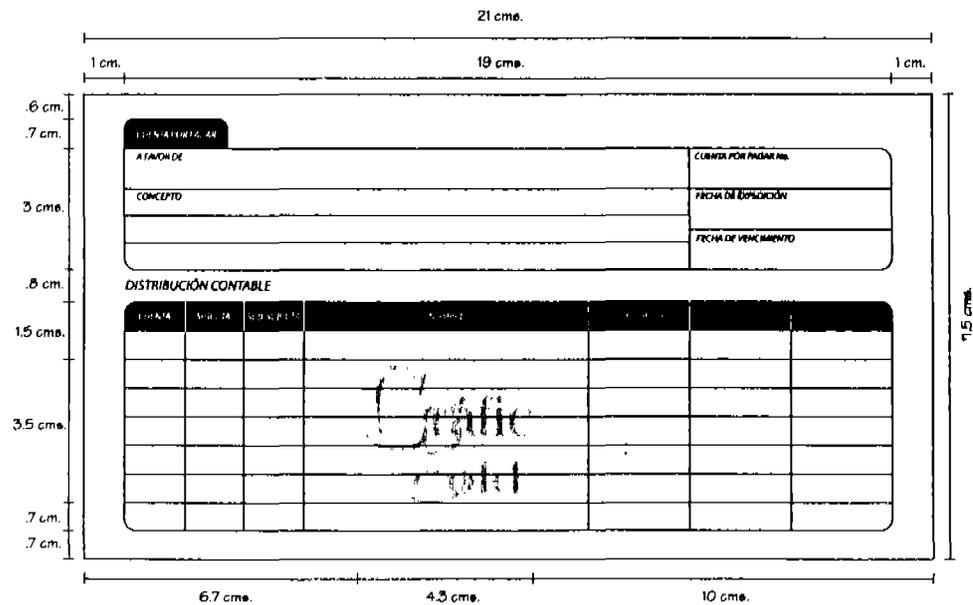
VUELTA

Graphic Gold S.A. de C.V. logo and contact information are present at the top of both the front and back views.

Form fields include: Nombre, Partido del al de 20, and Firma.

CUENTA POR PAGAR

Escala: 1:75
Tipo de Papel: Bond
Gramaje: 37 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5
Tamaño final: 21 x 11.5 cms.
Sistema de Impresión: Offset
Lineaje: 150 l.p.i.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía texto: Myriad Itálica 8 y 10 pts.
Colores: Negro



21 cm.

1 cm. 19 cm. 1 cm.

6 cm.
7 cm.
3 cm.
8 cm.
1.5 cm.
3.5 cm.
7 cm.
7 cm.

11.5 cm.

6.7 cm. 4.5 cm. 10 cm.

CUENTA POR PAGAR

A FAVOR DE

CONCEPTO

FECHA DE EMISIÓN

FECHA DE VENCIMIENTO

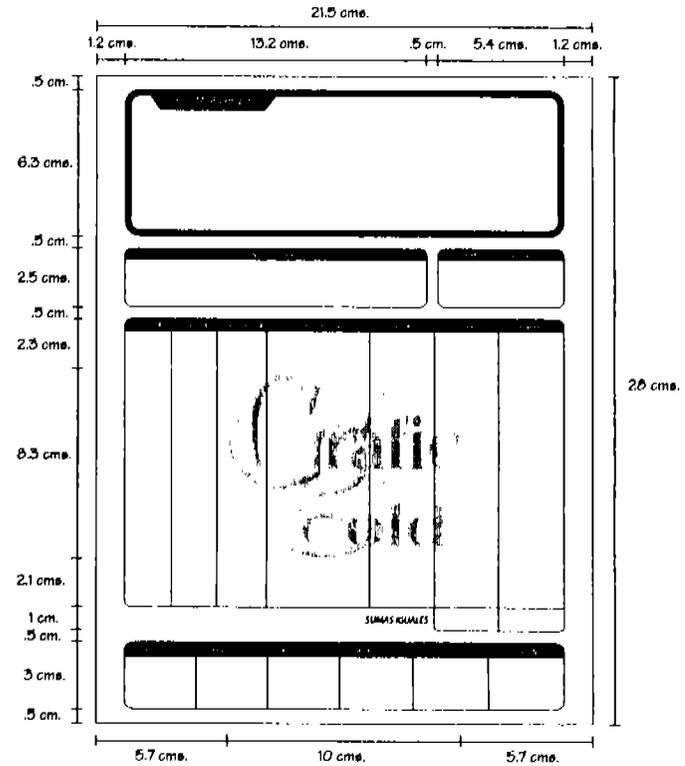
DISTRIBUCIÓN CONTABLE

| CONTABILIDAD | DEBITO | CREDITO | CONTABILIDAD | DEBITO | CREDITO | CONTABILIDAD | DEBITO | CREDITO |
|--------------|--------|---------|--------------|--------|---------|--------------|--------|---------|
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |

Graphic Gold

PÓLIZA DE CHEQUE

Escala: 1:3
Tipo de Papel: Bond
Gramaje: 37 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5
Tamaño final: 21.5 x 28 cms.
Sistema de Impresión: Offset
Lineaje: 150 l.p.i.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía texto: Myriad Itálica 10 y 12 pts.
Colores: Negro



HOJA DE FAX

Escala: 1:2
Tipo de Papel: Bond
Gramaje: 37 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5
Tamaño final: 21.5 x 14 cms.
Sistema de Impresión: Offset
Lineaje: 150 l.p.i.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía Texto: Myriad Itálica 10 pts.
Tipografía Fax: Myriad Itálica 24 pts.
Colores: Negro

The diagram shows a rectangular fax sheet with a total width of 21.5 cms and a total height of 14 cms. The layout is as follows:

- Top Left:** Logo for Grafic Cold S.A. de C.V.
- Top Center:** Address: Calle 19 No. 44, Col. Ampl. Progreso Nacional, C.P. 07650, México, D.F. and phone numbers: Tels. 5391-4343, 5369-2079, 5389-2155, 5392-1593.
- Top Right:** Title "HOJA DE FAX".
- Form Fields (Total height 10.5 cms):**
 - Fecha: _____
 - Compañía: _____
 - Para: _____
 - De: _____
 - Teléfono/Fax: _____
 - Mensaje: _____
 - _____
 - _____
- Bottom Left:** A checkbox with the text "No. de hojas enviadas, incluyendo esta."
- Bottom Center:** A note: "Si tiene algún problema con la transmisión de este fax, por favor comuníquese con nosotros."
- Dimensions:**
 - Top: 21.5 cms
 - Right: 14 cms
 - Bottom: 9 cms, 3.5 cms, 9 cms
 - Left: 3 cms, 10.5 cms

ORDEN DE PRODUCCIÓN

Escala: 1:3
Tipo de Papel: Bond
Gramaje: 37 grs.
Tamaño del pliego: 43.5 x 28.5
Tamaño final: 21.5 x 34 cms.
Sistema de Impresión: Offset
Lineaje: 150 l.p.i.
Acabados: Corte de guillotina
Tipografía Texto: Myriad Itálica 8 pts.
Tipografía Orden de Prod.: Myriad Itálica 24 pts.
Colores: Negro

21.5 cms.

.9 cms. 3.0 cms. 2.2 cms. 8.5 cms. 5.5 cms. .9 cms.

.9 cms.

3 cms.

.4 cms.

1.6 cms.

2 cms.

5.6 cms.

2 cms.

3.4 cms.

2 cms.

3.4 cms.

2 cms.

2.9 cms.

2 cms.

3.4 cms.

2 cms.

3.4 cms.

2 cms.

3.4 cms.

1 cm.

34 cms.

Casific Gold No. Orden _____

ORDEN DE PRODUCCIÓN

Cliente: _____ Fecha: _____
 Producto: _____ Código: _____
 Descripción: _____ B.C. _____

CONDICIONES:
 Tipo de papel: _____ Ancho: _____ Largo: _____
 Gramaje: _____
 Cantidad de Hojas: _____
 Cantidad de pines y planillas: _____
 Marca Tinta: _____

CONDICIONES:
 Marca Tinta: _____
 Marca Tinta: _____

CONDICIONES:
 Marca Tinta: _____
 Marca Tinta: _____

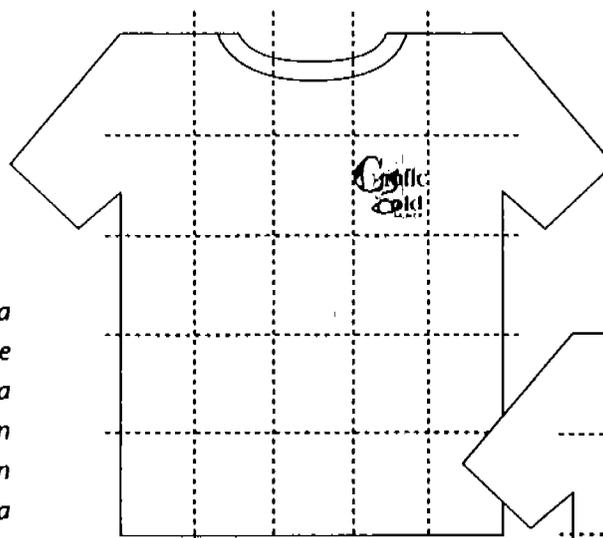
CONDICIONES:
 Marca Tinta: _____
 Marca Tinta: _____

UNIFORMES

El personal de la empresa que labora en el área de producción podrá utilizar el uniforme que aquí se presenta, el cual incluye la imagen gráfica sobre prendas de color blanco y en el caso de las playeras, también en color gris. La imagen podrá ser estampada o bordada sobre la prenda según se requiera y se deberán respetar sus proporciones y especificaciones.

PLAYERAS

Tipo de Playera: Algodón
Color: Blanco
Tallas: Ch, M y G
Impresión: Estampada o Bordada
Especificaciones: La playera tendrá que dividirse en 5 partes iguales, en cualquiera de las tres tallas, a lo largo y a lo ancho sin tomar en cuenta las mangas. La imagen gráfica al frente deberá ir colocada en la parte superior izquierda, en el cuadrante 9, como se muestra en la imagen. En la vuelta, deberá ir colocada al centro, en los cuadrantes 7, 8, 9, 12, 13 y 14.



Frente



Vuelta

PLAYERAS

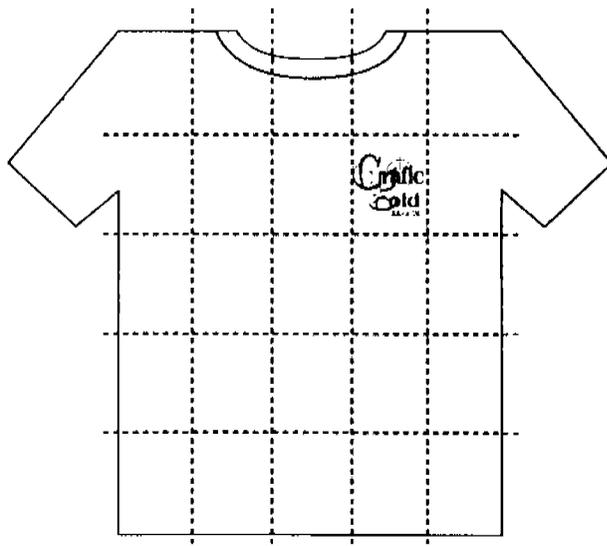
Tipo de Playera: Algodón

Color: Gris

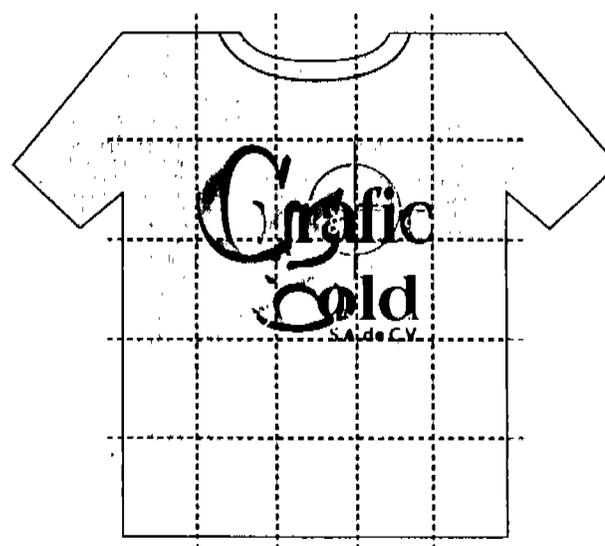
Tallas: Ch, M y G

Impresión: Estampada o Bordada

Especificaciones: La playera tendrá que dividirse en 5 partes iguales, en cualquiera de las tres tallas, a lo largo y a lo ancho sin tomar en cuenta las mangas. La imagen gráfica al frente deberá ir colocada en la parte superior izquierda, en el cuadrante 9, como se muestra en la imagen. En la vuelta, deberá ir colocada al centro, en los cuadrantes 7, 8, 9, 12, 13 y 14.



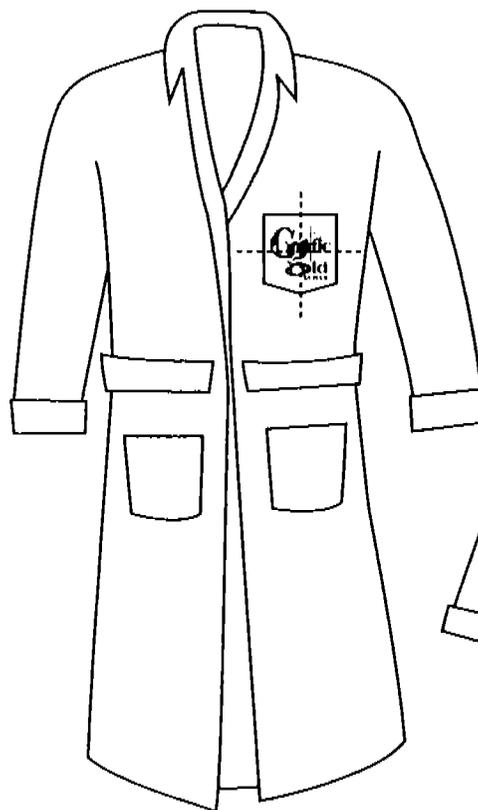
Frente



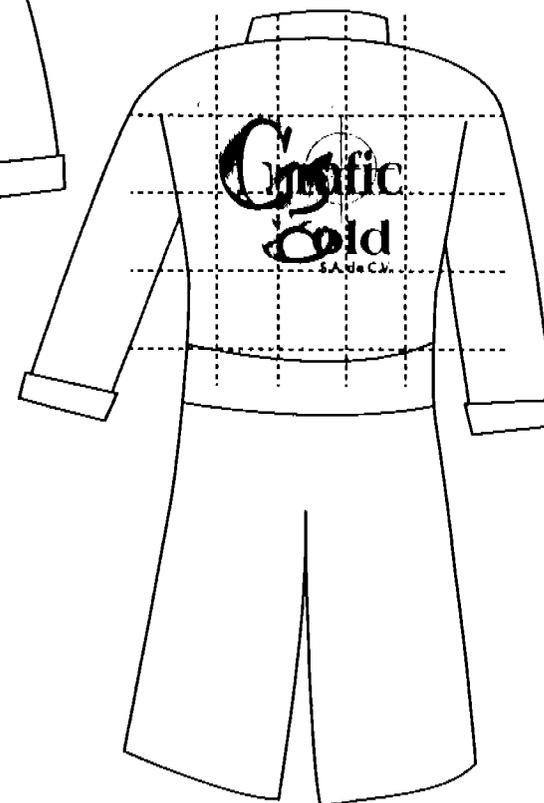
Vuelta

BATA

Tipo de Bata: Algodón
Color: Blanco
Tallas: M y G
Impresión: Estampada o Bordada
Especificaciones: Al frente de la bata, la imagen gráfica debe ir colocada al centro de la bolsa abarcando casi todo el ancho de la misma. En la vuelta, la bata se tiene que dividir en 5 partes y la imagen gráfica deberá de ir colocada al centro en los cuadrantes 7, 8, 9, 12, 13 y 14, como se muestra en la imagen.



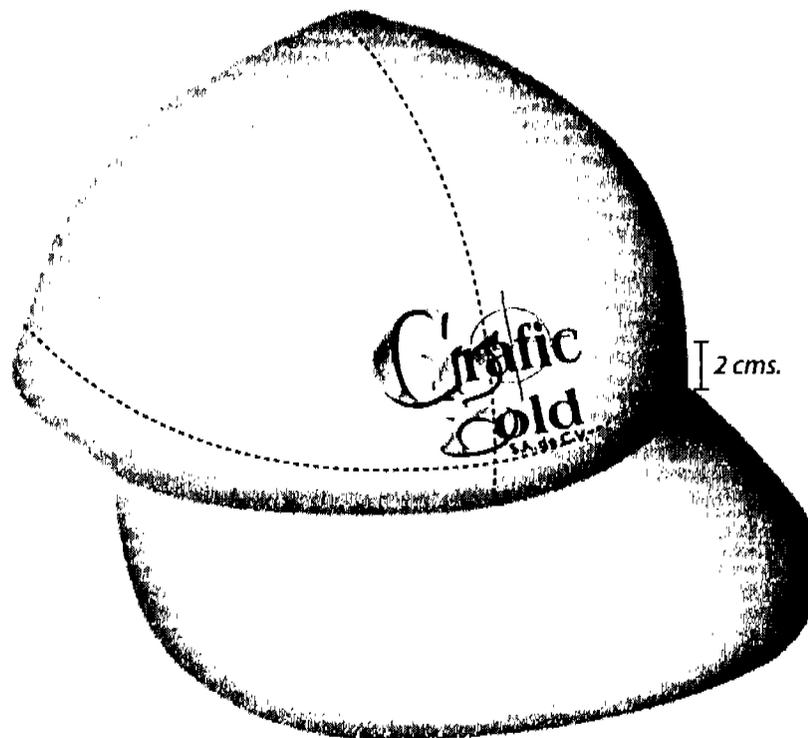
Frente



Vuelta

GORRA

Tipo de Gorra: Algodón
Color: Blanco
Talla: Unitalla
Impresión: Estampada o Bordada
Especificaciones: La imagen gráfica se colocará de 8 x 6.9 cms. al frente y al centro de la gorra. Se tienen que tomar en cuenta 2 cms. de donde empieza lo redondo para colocar la imagen gráfica a partir de ahí hacia arriba.



VEHÍCULOS

Una forma fácil y rápida de transmisión de la imagen gráfica de la empresa es en sus vehículos utilitarios. La rotulación de estos vehículos deberá apegarse a las proporciones de la imagen y podrá ser en vinil. Se sugieren dos tipos de vehículos: Camioneta Tipo Van y Camioneta Tipo Pick-Up color blanco, y en caso de que el tipo de unidad sea sustituida por un modelo diferente, deberá ajustarse la imagen lo mejor posible a los ejemplos que aquí se presentan.

CAMIONETA TIPO VAN

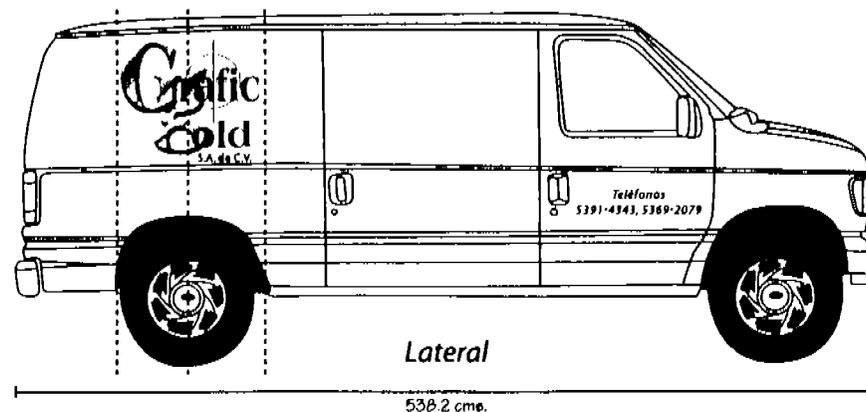
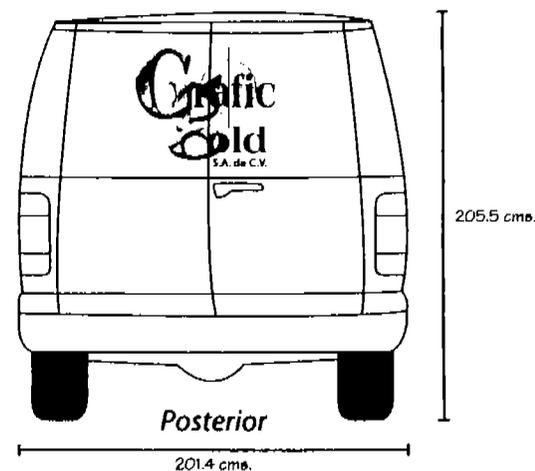
Tipo de Camioneta: Van

Color: Blanco

Impresión: Vinil

Especificaciones: En la parte lateral de la camioneta, la imagen gráfica deberá tener el mismo ancho que el de la llanta posterior y el alto será a proporción y deberá ser colocada al centro de la misma por encima de la línea divisoria. Por su parte, los teléfonos de la empresa se colocarán centrados en la puerta y en color negro.

En la parte posterior, se empleará la imagen gráfica con las mismas dimensiones que en la parte lateral y se deberá colocar en la parte superior central, por encima de la manija que abre las puertas.



CAMIONETA TIPO PICK-UP

Tipo de Camioneta: Pick-Up

Color: Blanco

Impresión: Vinil

Especificaciones: En la parte lateral de la Pick-up, se deberá colocar la imagen gráfica en la parte trasera, entre la llanta posterior y el faro; sus medidas podrán variar dependiendo la marca de la camioneta pero se tienen que respetar las proporciones aquí presentadas. Los teléfonos de la empresa se colocarán centrados en la puerta.

En la parte posterior, la imagen gráfica debe ir colocada al centro de la puerta y sus medidas también podrán variar dependiendo de la marca, pero siempre guardando las proporciones establecidas.

