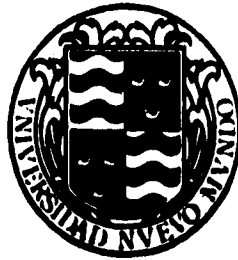


878531

9  
my

# UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO

ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO  
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



IDENTIDAD CORPORATIVA DE  
LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S. A. DE C. V.

## TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO

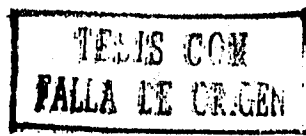
PRESENTA

SHULAMIT GINSBERG KELLER

Director de Tesis: D. G. Adriana Gómez Maganda

MEXICO, D. F.

1996



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

## **DEDICATORIAS**

**A mis padres por haberme enseñado siempre  
el camino del saber.**

**A mis hermanas por su compañía  
y apoyo incondicional.**

**A mi esposo por todo el amor,  
tiempo y dedicación que me ha brindado  
para lograr mis nuevas metas.**

**A mi familia y amigos  
por enriquecer día a día mi vida.**

**A todos mis profesores  
de la UNUM por haberme enseñado  
lo increíble e importante que es el Diseño Gráfico  
en todo nuestro alrededor.**

## INDICE

Prólogo	1
Introducción	2
Capítulo I.- LAISA (Láminas Acanaladas Infinita, S.A.)	3
1.1 Nacimiento y desarrollo de Laisa	4
1.2 Producción	4
1.2.1 Papel	4
1.2.2 Lámina acanalada	5
1.2.3 Caja de cartón	5
1.3 Clientes	5
1.4 Competencia	6
Capítulo II.- Estudio de LAISA	10
2.1 La imagen de LAISA	11
2.2 Necesidades detectadas	11
2.2.1 Análisis de la Imagen de LAISA	11
2.3 Análisis de la imagen de la competencia	15
Capítulo III.- Identidad Corporativa	24
3.1 ¿Qué es identidad corporativa?	25
3.2 Análisis de las necesidades de LAISA	25
3.3 Elementos que componen una identidad corporativa	25
3.4 Sistemas de reproducción y materiales	50
3.5 Implementación de la investigación	51
3.6 Comunicación visual	52
3.7 ¿Qué es un manual corporativo?	53
Capítulo IV.- MANUAL CORPORATIVO	55
4.1 Índice	56
4.2 Introducción	56
4.3 ¿Cómo utilizar el manual corporativo?	57
4.4 La empresa	57
4.5 Monograma	58
4.6 Símbolo	59
4.7 Logosímbolo	60
4.8 Tipografía corporativa	61
4.9 Tipografía secundaria	61
4.10 Razón Social	62
4.11 Los colores	62
4.11.1 Composición cromática	63
4.12 Proporciones del diseño	64
4.13 Geometrización del diseño	65
4.14 Papelería	66
4.14.1 Tarjeta de presentación	67
4.14.2 Hoja principal	69
4.14.3 Sobre tamaño oficio	73
4.14.4 Sobre tamaño oficio aéreo	77
4.14.5 Sobre 30X23 cm.	81

4.14.6 Folder tamaño carta	86
4.14.7 Nota de remisión	90
4.14.8 Mensaje telefónico	94
4.14.9 Factura	98
4.15 Promocionales	102
4.15.1 Plumas	102
4.15.2 Encendedores	103
4.15.3 Llaveros	104
4.15.4 Ceniceros	105
4.15.5 Libretas	106
4.15.6 Reloj de pared	107
4.16 Vehículos	108
COTIZACION DEL DISEÑO	109
CONCLUSIONES	111
BIBLIOGRAFIA	112

## PROLOGO

Desde hace tiempo, mundialmente se ha tenido la necesidad de diferenciar una empresa de otra, para ello se requiere de una identidad corporativa capaz de individualizar a la empresa y así lograr que sea reconocida y destacada ante las demás; para poder lograrlo es necesario hacer una investigación profunda de la empresa junto con el estudio de sus características y necesidades.

Una identidad corporativa va a comunicar todo un proyecto que va desde un logotipo, un símbolo o un monograma pasando por el estudio del color, la tipografía y las aplicaciones en papelería y promocionales.

En cada uno de los capítulos se irán detectando todas las necesidades que se resolvieron durante el proyecto logrando así la imagen corporativa de Láminas Acanaladas Infinita, S.A. de C.V.

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la importancia de toda empresa de tener su propia identidad ha llevado a la elaboración de una imagen que las diferencie una de otra.

Para la elaboración de dicha imagen es necesario llevar a cabo una amplia investigación a cerca del historial de la empresa, sus problemas y sus necesidades, a la vez es importante hacer un estudio del usuario de los productos que fabrica la empresa y de la competencia.

LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S.A. DE C.V. ( LAISA ), es una empresa del ramo papelerero enfocada a la fabricación de papel, lámina acanalada y cajas de cartón corrugado; desde hace casi 50 años ha estado en el mercado con dos imágenes diferentes que no han podido satisfacer al 100% sus necesidades, y es por eso que ahora decide diseñar la nueva imagen de LAISA capaz de comunicar a sus clientes y al mercado en general seriedad, servicio y calidad de sus productos.

En el capítulo uno se investigaron los antecedentes, características y clientes de la empresa. En el capítulo dos se hace un análisis a cerca de la imagen corporativa de empresas competentes y de la imagen de LAISA con el fin de llevar a cabo un estudio bastante amplio de los elementos de diseño necesarios para la elaboración del cambio de imagen, obteniendo así en el capítulo tres la nueva imagen corporativa de nuestra empresa.

Ya una vez logrado el propósito en el capítulo cuatro se elabora un manual de identidad corporativa conteniendo los resultados de la investigación, teniendo como resultado de la nueva imagen la información que tendrá el usuario por medio de la percepción de la comunicación visual.

Finalizando así dentro del manual corporativo al avance gráfico del proyecto de la nueva identidad corporativa de LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S.A. DE C.V.

**Laisa**

**Capitulo 1**



## CAPITULO I.- (Láminas Acanaladas Infinita, S.A.)

### 1.1 Nacimiento y desarrollo de Laisa

LAISA nace el 21 de febrero de 1948, Láminas Acanaladas Infinita, S.A.; se localiza en Plásticos #27, Santa Clara, Estado de México, C.P. 55540; está en el kilómetro 14.5 de la carretera México-Toledo. Lleva el nombre "INFINITA" ya que los productos que ahí se fabrican son de muy buena calidad, pudiéndose decir que tienen una duración infinita.

La fábrica comenzó a producir láminas de cartón y con el tiempo se dieron cuenta que el proceso para la fabricación de papel es el mismo, por lo tanto se decidió comprar una máquina la cual tardaron mucho tiempo para poderla poner en marcha; gracias al éxito inesperado que tuvieron con la producción del papel pudieron comprar una segunda máquina, mientras tanto seguía la producción del cartón.

Durante los primeros años que LAISA fabricaba papel enfocó su producción a la manufactura de cartulina bristol para folders, la materia prima para su fabricación además del desperdicio de papel era la celulosa, que adquirían de una empresa llamada Compañía Industrial de Ayotla, la cual en la década de los setentas se vio en la necesidad de cerrar su planta por inestabilidad y obsolescencia en su maquinaria, afectando así por un período a la producción de LAISA.

Durante el período comprendido entre 1973 y 1983 LAISA pasó por tiempos difíciles ya que necesitaban adquirir nueva maquinaria la cual era muy costosa, así que se tomaron préstamos que no se pudieron pagar y esto los llevó casi a la quiebra, hasta que en 1983 se contactaron con unos inversionistas que con dinero, dedicación y mucho ímpetu lograron sacar adelante a la empresa.

Con esta nueva administración se emprendió un programa estabilizador el cual fue exitoso y se logró poner en marcha toda la planta productiva e inclusive se llevaron a cabo proyectos de expansión, gracias a esto se logró construir la tercera máquina productora de papel inaugurada a principios de 1994.

Previo a la alta producción de esta tercera máquina se llevaron a cabo estudios de mercado para determinar qué productos y en qué segmentos se podrían comercializar, obteniendo como resultado el mercado de cajas de cartón corrugado. Gracias a esto es que LAISA decide hacer una integración vertical y llevar a cabo la fabricación de cajas que estará en funcionamiento a principios de 1995.

LAISA cuenta en la actualidad con un total de 250 personas entre empleados y obreros.

### 1.2 Producción

LAISA tiene tres divisiones actualmente: papel, láminas acanaladas y cajas de cartón corrugado. Cada una de ellas trabaja y se desarrolla por separado, pero a la vez trabajan juntas debido a que los desperdicios de cajas y láminas sirven de materia prima reciclable para la fabricación del papel.

#### 1.2.1 Papel

La fábrica produce diferentes tipos de papel diferenciándose en la calidad y uso. De acuerdo al destino final del papel es que varía su espesor de 140 a 400 gr/m, esto es ajustable. Se basan en el papel kraft, es un papel 100% fibroso y reciclable, su color es café. Los tipos de papel fabricados son:

- Liner.- Es un papel fibroso y poco satinado. Principalmente se utiliza para hacer cajas y láminas de cartón corrugado, además cartón corrugado doble cara.

- Medium.- Es un papel más poroso y menos satinado, es el que se usa para hacer la flauta del cartón corrugado para lámina y cajas, así como el single face y para hacer conos y tubos de cartón.

Ambos sirven para sacos, bolsas y envolturas.

- Cartulinas.- Es un papel con acabados, generalmente es de color blanco, su calidad de fibra es intermedio. Se usan para hacer folders, tarjetas de ficheros, pliegos de 50 X 65 cm. que se utilizan en diversas tareas escolares así como para carteles, exhibidores y todo aquello que sea apto para hacerse con cartulina.

- Cartoncillo.- Es parecido a la cartulina pero se diferencia por el acabado y gramaje. Este se utiliza en separadores, para hacer tubo de cartón, en la industria como empaque, en la industria textil para trazo, en sí tiene múltiples usos.

Ambos se usan para artículos de oficina, artículos escolares e industriales.

### 1.2.2 Lámina acanalada

La materia prima para la lámina son los rechazos de la fábrica de cartón y papel (fibra corta) en un 40% y el 60% son fibras largas.

El proceso que llevan es el secado de la pasta, se satina la hoja, se corta, se acanala o prensa, se asfalta, se seca y se vulcaniza.

Se fabrican dos tipos de láminas:

a) Fibrochapa.- Son dos hojas pegadas y prensadas con mucha resistencia y duración de hasta 20 años.

b) Fibroligera.- Esta es más barata que la otra, es más popular, es una hoja acanalada y asfaltada.

La lámina se usa en un 70% como techo de granjes en gallineros, establos, caballerizas y demás lugares donde cohabitan animales; y en un 30% se utiliza en viviendas de tipo rural; eso en la vida del campo. En la ciudad se utiliza en bodegas, viviendas temporales, construcciones y en obras.

### 1.2.3 Cajas de cartón corrugado

Esta es una nueva área dentro de LAISA que se va a abrir para desplazar el papel que fabrica la máquina N°3. Esta estrategia se llevará a cabo ya que el precio del papel procesado (hecho caja) es mayor que el del papel como materia prima (en rollo).

Esta máquina va a fabricar cajas, separadores, archiveros, y todo producto que se pueda en base al cartón corrugado y en serie. Se va a producir cualquier pedido con un mínimo de dos horas de trabajo de máquina. Las cajas van a ser totalmente al gusto del cliente, desde el formato hasta la impresión.

Ahora se está tomando asesoría y después van a capacitar a su gente para llevar a cabo el trabajo de la mejor manera posible. Las cajas tienen varias funciones como la de almacenar productos, protegerlos y transportarlos con garantía.

La maquinaria con la que cuentan son corrugadoras, suajadoras, impresoras flexográficas y empacadoras de buena calidad.

### 1.3 Clientes de LAISA

Cada una de las divisiones tiene sus clientes específicos.

Los clientes de papel se dividen en dos, los de papel Liner y Medium lo utilizan para la caja de cartón, sacos de papel y tubo de cartón. Los de cartulina y Cartoncillo lo utilizan para artículos de oficina, escolares e industriales. Los clientes pueden ser desde industrias que utilicen el papel para transformarlo en otro producto como folders, sobres, cajas, tubos, etc. hasta

pequeños consumidores o propietarios de negocios chicos como papelerías entre muchos.

Los clientes de la lámina acanalada están distribuidos por toda la República y son madererías, tlapalerías, ferreterías, y tiendas de materiales para construcción, ellos lo revenden por menudeo.

Los clientes de cajas de cartón corrugado son variables, cada persona que necesite de almacenaje, transporte y protección de su mercancía puede recurrir a ella, desde grandes industriales hasta propietarios de pequeños negocios.

#### 1.4 Competencia

LAISA tiene competencia dentro de sus tres divisiones, su calidad es buena y es reconocida por cientos de empresas. En cuanto a la lámina es el productor número uno en toda América, y la calidad de su papel y caja pretende que sea reconocido también.

Se estudió la imagen gráfica de varias empresas competentes como por ejemplo: Unipak S.A. de C.V., Smurfit, Cartón y Papel de México, S.A. de C.V., Empaques de Cartón TITAN, S.A., Empaques Modernos San Pablo, S.A. de C.V., Cajas corrugadas de México, S.A. de C.V., Cartonajes Estrella, S.A. de C.V., Papelería Veracruzana, S.A. de C.V., Papelería Iruña, S.A. de C.V., Papelería del Nevado, S.A. de C.V., Manufacturera de Papel Bidasoa, S.A. de C.V., Empaques de Cartón Garza, S.A. de C.V., entre otras. Muchas de ellas manejan en su identidad gráfica la idea del rollo de papel, de la caja de cartón y de los juegos tipográficos. Más adelante aparece un análisis detallado de dos empresas competentes de LAISA tomando en cuenta su tipografía, color, formato, papel, imagen, etc.

La mayoría de ellas publican sus anuncios en la sección amarilla, muy pocas manejan folletos como propaganda, cada una de ellas maneja su propio catálogo de papeles que fabrican, unos son muy sencillos y otros son más elaborados y más elegantes; por lo general utilizan el color blanco y azul en diferentes tonalidades, algunas manejan también el rojo.

En este ramo de empresas no se utilizan muchos los medios de comunicación para publicidad y propaganda como serían: anuncios en revistas (a menos que sean revistas especializadas en el tema o de alguna feria o evento papelería), volantes, carteles, anuncios en televisión o en radio, etc.; en la calle se pueden llegar a ver coches, camionetas o camiones con la imagen de la empresa.

Cada una de las empresas dependiendo de su tamaño y capacidad de alcance nacional o internacional tiene su propia publicidad y promocionales varían mucho entre ellas. Con este proyecto se va a hacer de LAISA una de las pocas empresas en este ramo que tenga una identidad corporativa.

A continuación se muestran los anuncios de la competencia impresos en la Sección Amarilla.

**EMPAQUES DE CARTON TITAN, S.A.**



AL SERVICIO DEL EMPAQUE EN MEXICO

**CAJAS DE CARTON**

- CHAROLA PARA HUEVO
- TUBOS DE CARTON
- PAPEL ENGOMADO
- FORROS DE PAPEL



- AGRICOLA
- INDUSTRIAL
- AVICOLA

NACIONAL Y EXPORTACION

**VENDO OF**

Av. Ejército del Trabajo N.º 42 Col. Tlaycama, Municipio de Tlalampantla, Edo. de México  
 Conmutador: 310-55-90 y 310-57-15  
 Ventas: 310-56-35 310-48-56 310-61-82 310-63-15  
 C.P. 54110 Apdo. Postal 2561 Fax: 310-78-93

<b>MONTERREY, N.L.</b> Av. Miguel Alemán 307 Pto Col. 15 de Mayo Conmutador Tel: 375 3111 Ventas Tel: 374 2811 372-3078 Código Postal 66050 Apdo. Postal 157 Tel: 6382585	<b>GUADALAJARA, JAL.</b> Naragó 1140 Col. Fresno Ventas Tel: 612-9268/612-9519 612-9415 Código Postal 44900 Apdo. Postal 17488 Fax: 612-9392 Stylor 91820/91815 PA 524-1283	<b>CULIACAN, S.M.</b> Km. 15 Carretera Costa Rica - El Coahuaco Conmutador Tel: 1439 60 14 30 90 14 31 35 Ventas Tel: 14-1367 17 17 49 Código Postal 80130 Apdo. Postal 894 Fax: 11-60-22
--	--	---

**OFICINAS GENERALES**  
 Av. Lazaro Cárdenas N.º 3400 Edif. C. S. S. Jesús D. Soc. 3ra y Garza García, N.L.  
 Código Postal 66220 Apdo. Postal 333 Fax: 353-30-79  
 Conmutador: 263-91-01

**GRUPO**




**cajas corrugadas de México, S.A. de C.V.**

**VENTAS TEL.- 771-0444**  
CON 4 LINEAS

OFICINAS GENERALES DE VENTAS:

**ORIENTE 171 No. 334**  
**COL. INDUSTRIAL ARAGON**  
**C.P. 07800**

**TEL.- 771-0444**  
CON 4 LINEAS



**ACABADOS DE PAPELES, SATINADOS Y ABSORBENTES S.A. DE C.V.**

- PAPEL PARA EMPAQUE Y ENVOLTURA
- GINIA ADHESIVA C ANERA Y TRANSPARENTE
- PAPEL ENGOMADO
- PAPEL APACHEIA
- TUBO DE CARTON
- CARTON CORRUGADO
- FORDER CARTA Y OFICIO

**770-00-88** CON 40 LINEAS y 91 800 70051  
 Via Morelos No. 176 Apdo. Postal 16 C.P. 55000  
 Ecatepec de Morelos Edo. de Mex

**EN CARTON CORRUGADO**

**APSA**

**770-00-88**  
CON 40 LINEAS

y 91 800 700 54




**CAJAS DE CARTON CORRUGADO Y FIBRA SOLIDA PARA EMPAQUE**

**EMPAQUES MODERNOS SAN PABLO, S.A. DE C.V.**

PROL. PONIENTE 150 ESQ. AV. LAS GRANJAS IND. VALLEJO  
 Enviar Correspondencia al Apartado Postal 16-130  
 Delegación Acatzacoatlán, 02000 México, D.F.

**394-18-00** CON 10 LINEAS DIRECTAS  
 TELEFAX: 392-1158



**LAMINADOS FACARLYTE S.A. DE C.V.**

- Fabricación de TODA clase de EMPAQUES para capas de resaca (LINERS).
- BELLLOS de garantía.
- ESPUMA de Poliestireno.
- RECUBRIMIENTOS de PVC, HDPE, LDPE, PVdC, EVA y otros.

MARIANO ESCOBEDO 181  
 64000 TULAMPANTLA, EDO. DE MEXICO  
 665-6890 665-9253  
 665-9479 FAX: 665-9214

Corrugados  
**La Colmena**  
S.A. DE C.V.



Cajas y Empaques  
de Cartón Corrugado

823-17-34 823-14-93  
823-02-99  
(FAX) 823-03-79

LA COLMENA, MEX.

 **UNIPAK, S.A. DE C.V.**

FABRICA DE PAPEL Y  
CARTON CORRUGADO

**TEL. 255-0377**  
CON 5 LINEAS

SUDERMAN 222  
COL. POLANCO 11570 MEX. D.F.  
TELEX 173357 UPKME  
TELEFAX (2032084)

 **FABRICANTES DE TODA  
CLASE DE EMPAQUES DE  
CARTON CORRUGADO**

ALFREDO B. NOBEL 31  
FRACC. INDUSTRIAL  
PUENTE DE VIGAS  
C.P. 54060 TLALNEPANTLA  
EDO. DE MEXICO

**565-57-00**  
(CON 5 LINEAS)  
565-69-78 FAX

**CARTONAJES**  **ESTRELLA,**  
S.A. de C.V.

FABRICANTE DE :

- CARTON
- CARTONCILLO
- PREIMPRESOS
- CAJAS PLEGADIZAS
- CAJAS DE CARTON  
CORRUGADO

PONIENTE 122 No. 430  
IND. VALLEJO, C.P. 02300

**368-00-33 587-61-66**  
CON 42 LINEAS DIRECTAS  
**FAX: 567-04-34**

**CORRUGADOS  
AZTECA, S.A. DE C.V.**

Cajas de Cartón Corrugado  
y Corrugado una Cara

**FABRICACION INMEDIATA**

Cantidades Pequeñas  
o Grandes

LUCIO BLANCO N° 31  
CDL. STA. CRUZ MEYEHUALCO

**Tel. 693-7931**  
FAX: 691-3535

 **CAJAS DE CARTON  
CORRUGADO Y  
FIBRA SOLIDA  
PARA EMPAQUE  
Y CELULOSAS**

**CELULOSAS  
MAIRO,  
S.A. DE C.V.**

Km. 18.4 Carretera Méx.-Puebla  
Los Reyes La Paz  
Estado de México

**85-514-77**  
(CON 5 LINEAS)

 **Smurfit Cartón y Papel  
de México, SA de CV**

**LIDERES EN LA FABRICACION DE EMPAQUES**

<b>Cajas de Cartón Corrugado</b>	<b>DIRECCION COMERCIAL</b> Jaime Balmes no. 11, Torre D-7o. Piso Col. Los Morales Polanco 11050 México, D.F. Tel. 395-5022 Fax: 395-5776	<b>DIVISION CORRUGADOS:</b> Planta Los Reyes, Tlalnepantla, Edo. de Mex. Tel. 565-6625, 565-4400 Planta Cerro Gordo Sta. Clara, Edo. de Mex. Tel. 569-3507, 569-3333 Corrugado Añes Tlalnepantla, Edo. de Mex. Tel. 397-5522, 397-4711
<b>Empaques Plegadizos</b>		
<b>Diseño Estructural</b>		
<b>Sistemas Mecanizados de Empaque</b>	<b>DIVISION PLEGADIZOS</b> Aztán Plegadizos, Sta. Clara, Edo. de Mex. Tel. 569-6690, 569-3466	

**GRUPO TUCAN**  
 CAJAS DE CARTON PLEGADIZO  
 CON DISTRIBUIDORES  
 EN TODA LA REPUBLICA  
 TENEMOS EN EXISTENCIA,  
 CAJAS PARA:  
 PASTELES, REGALOS,  
 ZAPATOS, PERFUMERIA, LUNCH,  
 PAPIAS, HAMBURGUESAS Y  
 ROSCA DE REYES, GORROS,  
 ANTIFASES Y CANASTITAS  
**¡NO LA TENEMOS SE LA HACEMOS!**  
 399-8198 399-9761  
 561-8034  
 FAX: 527-7652  
 AV. AZCAHUITZALCO No. 206  
 COL. A. FABIÓN, C.P. 02060  
 AZCAHUITZALCO, MEXICO, D.F.

**CAJAS DE CARTON CORRUGADO Y FIBRA SOLIDA PARA EMPAQUE**  
**567-03-77**  
 CON 10 LINEAS DIRECTAS  
 FAX: (5) 587-19-41  
**Corrugado y Fibra, S.A.**  
 PONIENTE 134 No. 649 COL. IND. VALLEJO MEXICO, D.F.

**UNITED**  
 Cajas de Cartón Corrugado y de Fibra Sólida para Empaque  
 Empaques de Cartón  
**"UNITED" S.A. de C.V.**  
 Apartado Postal 2-421  
 Etzalan 25  
 Col. Popular Rastro  
 15220 México, D.F.  
 TELEFONO:  
**789-90-88**  
 (Con 10 Líneas Directas)

**LA CONTINENTAL**  
 FABRICA DE ENVASES DE CARTON CORRUGADO, S.A. DE C.V.  
 CONJUNTOR: 787-3488  
 787-8213 787-8230  
 FAX: 787-43-09  
 7A NOVELAS No. 15  
 SAN CRISTOBAL CALIFORNIA, EDO DE MEXICO

**EMPAQUES EL ROBLE, S.A. DE C.V.**  
 FABRICANTE DE TODA CLASE DE EMPAQUES DE CARTON CORRUGADO  
**CON URGENCIA**  
 DR. GARCIA DIEGO No. 44  
 COL. DOCTORES  
 CODIGO POSTAL 06720  
**TELS.: 588-8390**  
**761-4143**  
**FAX: 761-5851**

**ARCHIVO MUERTO**  
 CAJAS DE CARTON MURGUIA  
 ENTREGA INMEDIATA DE 1 A 10,000  
 15 TAMAÑOS DIFERENTES  
 GUSTAVO BAZ 142 394 84 07  
 PATROTSIMO 751 MAXCOAC 611-80-23  
 PLUTARCO E. CALLES 1236 579-93-01  
 MARINA NACIONAL 103 527-86-59  
 AV. TLAMAC 4337 895-46-95  
 LUIS MOYA 75-A 521-75-93  
 AV. DIV. DEL NORTE 2502 686-59-21

**CARTONERA MEJIA HERMANOS, S.A. DE C.V.**  
**CMH**  
 SERVICIO URGENTE EN TODO TIPO DE CAJAS DE CARTON CORRUGADO SOBRE MEDIDA DE LINEA Y DE SALDOS  
**782-5084**  
**84-6314**  
**85-1646**  
 CAL CHARE No. 3  
 COL. VICTORIA

**DISTRIBUIDORA "ARZATE"**  
 CARTON PARA LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ Y DEL CALZADO, PORTAFOLIOS, ENCUADERNACION, ETC.  
 CARTONCILLO SEMIKRAFT Y CAPLE PARA CAJA DE CALZADO DE 15 A 40 PUNTOS  
 CORTE Y SUAJE  
**845-35-76 840-19-69**  
**FAX: 840-19-68**  
 CALLE 1 LOTE 2 MANZANA 1  
 COL. JOSE LOPEZ PORTILLO  
 C.P. 09920 IZTAPALAPA, D.F.

**CARTON CORRUGADO, MICROCORRUGADO Y BEMCRAFT**  
 CORTAMOS A MEDIDA • SUAJAMOS • SERVICIO A DOMICILIO • INFORMES Y PEDIDOS  
**704-09-64**  
**FAX: 388-24-17**  
 CONGRESO DE LA UNION 312  
 ESQ. PLOMEROS COL. JANITZO

**CAJAS DE CARTON CORRUGADO**  
 \* FABRICAMOS CAJAS SOBRE MEDIDA **URGENTES**  
 TAPAS Y ENVASES NACIONALES S.A. DE C.V.  
**784-5927 \* 762-2043**  
 OFICINAS CALLE 27 No. 175 COL. 1 ZARAGOZA PLANTA SAN JUAN DE ARAGON 108 VILLA GUSTAVO A. MADERO  
 TEL. Y FAX: **781-6008**

**MEXPAC**  
 PAPER Y CARTON S.A. DE C.V.  
 106 FEBRERO 444 MEXICO, D.F.  
 FIBRA NATURAL GRIS  
 FIBRA NATURAL ROJA  
 FIBRA NEGRA  
 FIBRA 15 K.L. (PARA CALZADO)  
 PASTA MECANICA (BASE PARA LAMINAS)  
 CARTON SEMIKRAFT (20, 30 Y 40 PTS)  
 FABRICACION DE FIBRAS ESPECIALES  
**TELS. 519-21-42**  
**519-41-83**  
**Y 530-41-61**  
**FAX: 530-42-82**

**cartón forrado, s.a. de c.v.**  
 • LAMINACIONES  
 • MONTAJES Y  
 • CARTULINAS  
 J. FERNANDEZ ALBARRAN 54  
 FRACC. PARQUE INDUSTRIAL  
 VALLEJO, TLALHEPANTLA,  
 EDO. DE MEXICO  
**392-18-44**  
**392-00-02**  
**fax 392-64-43**

**CAJAS PLEGADIZAS Y MICROCORRUGADAS**  
 CASCARON ILLUSTRACION CAPI F

**Laisa**

**Capitulo 2**

## CAPITULO II.-ESTUDIO DE LAISA

### 2.1.- La imagen de LAISA

Laisa ha tenido dos imágenes diferentes, la primera es un mapa de México delineado en negro, sobre de él una lámina acanalada en tonos naranjas y una estrella de direcciones (norte, sur, este y oeste) de ocho picos, cada uno de ellos tiene una mitad vertical color negro y la otra azul cian con un slogan que dice "En todos los puntos, en todos los climas..." ver figura 1; otra de sus imágenes es tipográfica parecida a la imagen de la Ford escrita en manuscrita dentro de un óvalo horizontal y a veces aparece en medio de dos rollos de papel en perspectiva desenrollándose, ver figura 2 y 3.

Ahora LAISA no cuenta con una imagen, pero ha decidido entrar al mercado con una nueva identidad gráfica con la cual logre satisfacer todas sus necesidades.

### 2.2 Necesidades detectadas

Las necesidades que exige LAISA son: dar mayor seriedad a la empresa, transmitir calidad y duración de sus productos y demás características que toda empresa desea transmitir a sus clientes y al mercado en general como es puntualidad, confiabilidad, dedicación, respeto, entre muchas otras. A nivel nacional quiere llegar muy lejos y de igual forma puede llegar algún día a exportar su mercancía a Estados Unidos, Canadá, Centro y Sudamérica por eso es que necesita de una imagen propia.

Los documentos que tienen de papelería básica y administrativa son con diseños comunes y pobres que si cumplen su función, pero en éste y muchos casos es necesario acudir a un estudio de diseño para que a demás de cumplir con su función tengan un impacto visual para que la gente los pueda familiarizar con la empresa.

#### 2.2.1 Análisis de la Imagen de LAISA

##### LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S.A. DE C.V. ANÁLISIS INTERNO

LAISA, es un de las empresas que menos diseño maneja, se recopilaron un ejemplar de cada documento que usan, cada uno de ellos varían en cuanto al tamaño, tipografía, distribución, color, y diseño en general; en cada uno aparece o no la imagen actual o la anterior, les falta uniformidad porque son diferentes entre sí.

Todo cumple con los requisitos indispensables y con las técnicas de impresión populares, les falta mucha calidad, diseño y seriedad a su identidad gráfica.

- tarjeta: están en tinta negra, la imagen aparece centrada abajo del nombre de la empresa y abajo de ella en dos columnas la dirección y teléfono, está hecha en offset con tipografía de imprenta. La medida es 5X9 cm. No logra tener impacto visual, es una tarjeta como muchas otras, ver figura 4.

- sobre: en la parte superior derecha aparece el nombre sombreado dando la característica de fuerza, que sobresale; debajo aparece dirección y teléfonos. También está impreso en negro, ver figura 5.

- hoja: en la parte superior aparece el nombre y debajo en tres columnas los datos de productos, dirección y teléfonos. En medio de la hoja aparece un dibujo de dos rollos de papel un poco desenrollados ilustrado con líneas paralelas horizontales, diagonales y circulares o radiales, encima de ellos aparece la imagen de la empresa, todo esto en sello de agua. Utilizan hojas tamaño carta de 21.5X28 cm., ver figura 6. En éste caso luce bien pero se va a cambiar por el nuevo proyecto.

Sus papeles administrativos están hechos en offset color negro, azul y café sin diseño especial, los colores de éstos papeles no significan nada en especial para la empresa.

##### ANÁLISIS PROMOCIONAL

Esta empresa no cuenta con promoción.



EN TODOS LOS PUNTOS



EN TODOS LOS CLIMAS..



Fig. 1

Fig. 2

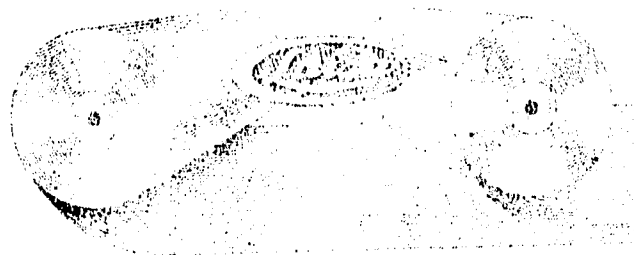


Fig. 3

LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.



ALBERTO LOBATON CH.

Plásticos No. 27 Sta. Clara  
Ecatepec, Edo. de Méx.  
C. P. 55540

Tel. 569-38-22

Fig. 4

**Laminas Acanaladas "Infinita" S.A.**

FABRICA Y OFICINAS

KLM 14 1/2 CARRETERA MEXICO-LAREDO APARTADO POSTAL N° 13

SANTA CLARA, EDO DE MEXICO



Fig. 5

# Láminas Acanaladas "Infinita", S.A. de C.V.

APARTADO POSTAL N° 13

CALLE PLASTICOS No. 27  
SANTA CLARA, EDO. DE MEXICO

TELEFONOS  
5-69-38-14  
5-69-38-22  
5-69-36-79

C. P. 55540

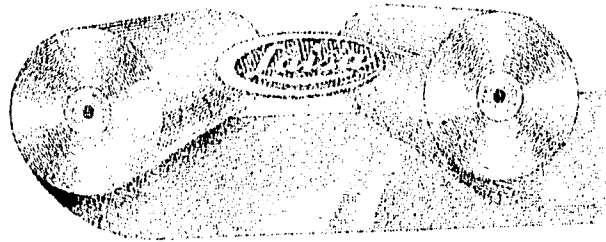


Fig. 6

### 2.3 Análisis de la Imagen de la Competencia

UNIPAK, S.A DE C.V.

#### ANÁLISIS INTERNO

La imagen gráfica de esta empresa varía en la tarjeta, en la hoja y en el sobre; eso no es muy recomendable porque llega a confundir al cliente, no hay unificación en su papelería.

- tarjeta: el diseño consta de un rollo de papel dibujado a base de rayas paralelas horizontales diagonalmente significando el largo del papel y líneas radiales significando el ancho del rollo; del rollo sale desenrollado un pedazo del mismo. Su tipografía es tipo helvética (direcciones, teléfonos y productos), la tipografía del nombre de la empresa es de mayor puntaje e itálica; todo va de color azul Pantone 2747 U significando limpieza, higiene, frío, agua, etc., ésta última es materia prima para la elaboración del papel, ver figura 7.

- sobre: de color azul también, el mismo dibujo de la tarjeta pero de él sale el nombre de la empresa dentro de la flauta del corrugado, aquí se une el papel y el corrugado, aparece en la parte superior derecha, ver figura 8.

- hoja: ésta va de color negro que significa dominio, misterio, elegancia, pasión, muerte, sensualidad, etc. El diseño es el rollo de papel antes mencionado, de él sale una flauta de corrugado en alto contraste en conjunto con el nombre de la empresa en altas y bajas y los productos en altas, en la parte inferior aparecen la dirección y los teléfonos divididos por una pleca, ver figura 9.

En cuanto a la papelería administrativa no me fue proporcionada, no quisieron enseñarla y por eso no se pudo analizar.

#### ANÁLISIS PROMOCIONAL

Lo único que ellos manejan como promocional es un anuncio en la Sección Amarilla. Dicho anuncio tiene el recuadro, el símbolo (que es un rollo de papel), teléfonos y fax en color rojo Pantone 166 U significando poder, odio, ira, peligro, pasión, etc. y llama más la atención que otros colores. Para llamar la atención con una tipografía helvética. El nombre de la empresa viene en itálicas y a lo que se dedica más direcciones van de color negro en una retícula de una columna con el texto centrado, ver figura 10.



**UNIPAK, S.A. DE C.V.**  
 Fabrica de Papel y Carton Corrugado

SUDERMAN 222  
 COL. POLANCO  
 TELEF. 173357 UPKME  
 TELEFAX 02032084  
 TIRTA MEXICO, D.F.  
 TEL. 255-0377  
 CON 5 LINEAS

Fig. 7



Fig. 10



Fabrica de Papel y Carton Corrugado  
 Calle San Juan y Adasemeles • Cuernavaca, Mor. • Tel. 801-11  
 Apartado Postal 844 Telcel: 173357 UPKME  
 — LINER • MEDIUM • CAJAS DE CARTON CORRUGADO —  
 OFICINAS EN MEXICO: Suderman No. 222 Col. Polanco  
 11570 México, D. F. Tel. 533-60-78 con 5 líneas

Fig. 8



Fig. 9

Oficinas México/ Sudermann 222 Col. Polanco, México D.F. C.P. 11570 Tel: 255-03-77 Fax: 203-20-84  
Planta / Calle San Juan y Allacomulco Col. Chapultepec, Cuernavaca, Morelos C.P. 62450 Tel: (73) 15-01-11 Fax: (73) 15-65-20

## SMURFIT, CARTON Y PAPEL DE MÉXICO S.A. DE C.V.

### ANÁLISIS INTERNO

De las tres empresas analizadas ésta es la más preparada en cuanto a imagen gráfica. Su diseño es uniforme en la hoja y sobre, (fue el único material que se pudo conseguir) es una empresa trasnacional y se identifica fácilmente por la placa azul Pantone 2985 U que aparece en todos los elementos con la tipografía y diseño calados sobre el papel que es blanco simbolizando luz, pureza, verdad, higiene, ésta última también es característica del color azul. La tipografía que manejan es tipo Helvética y luce bien, no tiene necesidad de aplicar tipografía con mucho estilo. Sus diseños están justificados a la derecha o a la izquierda dependiendo el caso y con un manejo de dos columnas, ver figura 11 y 12.

### ANÁLISIS PROMOCIONAL

Esta empresa tiene promocionales en revistas especializadas que no me fueron posible adquirir. Tiene un anuncio horizontal en la Sección Amarilla en negro. en la parte superior aparece una placa negra con el nombre y la imagen de la empresa calados, abajo aparece un slogan centrado y después en tres columnas justificadas a la izquierda está su producción, direcciones y teléfonos, ver figura 13.



Smurfit Carton y Papel  
de México, SA de CV

Envases Cilíndricos

Lago Chapala No. 26 P  
Colonia Anáhuac  
11320 México, D.F.  
Tel. 398-0500 Fax: 341-4834

Fig. 11





Smurfit Carton y Papel  
de México, SA de CV

Oficinas Corporativas

Jaime Balmes 11, Torre D  
Col. Los Morales-Polanco  
11050 México, D.F.

Fig. 12

	<b>Smurfit Carton y Papel de México, SA de CV</b>
<b>LIDERES EN LA FABRICACION DE EMPAQUES</b>	
<b>Cajas de Cartón Corrugado</b>	<b>DIRECCION COMERCIAL</b> Jaime Balmes no. 11, Torre D-7o. Piso Col. Los Morales Polanco 11050 México, D.F. Tel. 395-5022 Fax: 395-5776
<b>Empaques Plegadizos</b>	<b>DIVISION CORRUGADOS.</b> Planta Los Reyes, Tlahuepantla, Edo. de Mex. Tel. 565-6625, 565-4400
<b>Diseño Estructural</b>	Planta Cerro Gordo Sta. Clara, Edo. de Mex. Tel. 569-3507, 569-3333
<b>Sistemas Mecanizados de Empaque</b>	<b>DIVISION PLEGADIZOS</b> Artán Plegadizos, Sta. Clara, Edo. de Mex. Tel. 569-6690, 569-3466
	Corrugado Atlas Tlahuepantla, Edo. de Mex. Tel. 397-5522, 397-4711

Fig. 13

El análisis siguiente se basa de acuerdo a los siguientes conceptos:

**ESTILO GRÁFICO:** Conjunto de caracteres iconográficos, técnicas, figurativas, etc. Depende de una época, de una sociedad o de una cultura.

**LEGIBILIDAD:** Que es fácil su entendimiento, el grado de simplicidad para darse a entender.

**IMPACTO VISUAL:** Que atrae a la gente, causa gran impresión, es la que nos hace detenernos para verla.

**COMPOSICIÓN:** Es el equilibrio y balance en el diseño a través de las formas.

**MEMORIA FOTOGRÁFICA:** Es fácil que la gente lo memorice y lo tenga siempre presente. Se da gracias al Impacto visual, se da a través del estudio o es inducida al momento.

**ERGONOMIA:** Es el estudio funcional en base a la anatomía humana del formato, material, textura, color, etc. específicos para que funcionen de la mejor manera para el hombre en su percepción.




**ILUSTRACIÓN:** Dibujos que aparecen dentro del diseño, hay que estudiar la técnica que se aplicará y si cumple su funcionamiento. Si son hechas por un especialista en dibujo o no.

**TIPOGRAFÍA:** Si la que se va a utilizar es la adecuada o no, tomando en cuenta su puntaje y estilo.

**COLOR:** Estudio y funcionamiento del color dentro del elemento diseñado, la fuerza con que actúa cada uno de ellos por separado y en conjunto.

**MATERIAL:** Si funciona en el material en que está hecho, si sirve para el fin que tiene.

**SISTEMA DE PRODUCCIÓN:** Si es el adecuado dependiendo del tiraje, calidad, etc. y pueden ser muy variables.

	LAISA	UNIPAK	SMURFIT
IMAGEN GRÁFICA			
ESTILO GRÁFICO	X	X	X
LEGIBILIDAD	X	X	X
IMPACTO VISUAL			X
COMPOSICIÓN	X	X	X
MEMORIA FOTOGRÁFICA	X	X	X
ERGONOMIA: TARJETA	X	X	X
HOJA	X	X	X
SOBRE	X	X	X
PROMOCIONALES. SECCIÓN AMARILLA		X	X
ILUSTRACIÓN	X	X	
TIPOGRAFÍA: SERIF	X		
SANS SERIF	X	X	X
ALTAS	X	X	X
BAJAS	X	X	X
ALTAS Y BAJAS	X	X	X
ITÁLICAS		X	
ROMANAS	X	X	X
COLOR: AZUL		X	X
NEGRO	X	X	X
BLANCO	X	X	X
ROJO			
MATERIAL: PAPEL BOND	X	X	X
SISTEMA DE PRODUCCIÓN. OFFSET	X	X	X
SERIGRAFIA		X	X

Después de haber realizado la tabla pasada llegamos a la conclusión de que cada diseño tiene su propio estilo gráfico que a la vez es legible, pero no es tan fácil lograr que un diseño tenga impacto visual, eso lo podemos ver cuando 1 de las 3 empresas ( Smurfit ) cumple con esto.

Cada imagen por separado tiene su propia composición tipográfica y gráfica logrando una memoria fotográfica en distintos porcentajes; LAISA lo asociamos con la imagen de la Ford dentro de la elipse, Unipak lo recordamos por formar del rollo de papel con corrugado su nombre, y a Smurfit la recordamos por tener su imagen dentro de una fleca no muy común dentro de los diseños de las empresas del ramo papero.

Las tarjetas, hojas y sobres cumplen con los requisitos indispensables ergonómicamente hablando.

En cuanto a los promocionales o publicidad, LAISA es la única de las tres que no utiliza la Sección Amarilla para anunciarse; en sus diseños Smurfit es la única que no recurrió a las ilustraciones para su imagen, pero las otras dos empresas usan el rollo de papel al igual que muchas otras empresas papeleras.

En cuanto a la tipografía sólo LAISA llega a utilizar con serif dándole un toque de antigüedad, en éstos casos lucen mejor sans serif.

Los colores característicos de éstas empresas son diversas tonalidades de azul, negro y blanco; pero ninguna maneja el rojo que es el nuevo color que va a estar dentro de la nueva imagen de LAISA por sus características psicológicas del color.

Las 3 empresas utilizan en su papelería papel bond por ser apto para el trabajo de oficina y su manejo tanto en offset como en serigrafía.

Laisa

Capitulo 3

### CAPITULO III.- IDENTIDAD CORPORATIVA

#### 3.1 ¿Qué es identidad corporativa?

Toda empresa existente debe de darse a conocer comunicando sus servicios, productos, ventajas, capacidades, alcances, ideologías y demás características que la identifiquen individualmente. Para que todo esto se logre es necesario tener una imagen gráfica y una identidad.

La identidad va a servir para que pueda ser reconocida y destaque ante las demás empresas dentro del mismo mercado. La identidad es la personalidad de la empresa, es el resultado de la unión de varios elementos de diseño que entre ellos deben de uniformar y familiarizar la imagen gráfica. Para esto es necesario de los estudios y creatividad de uno o varios diseñadores que logren un estilo propio debido a que ninguna empresa es lo mismo para todas las personas, y hay que saber comunicar lo que se desea, tomando siempre en cuenta a qué se dedica, de dónde proviene, cuál es su principal objetivo y hasta dónde quiere llegar.

La imagen corporativa es la unión de varios elementos de diseño que van a representar un producto, servicio u organización desde sus inicios hasta el encuentro con el usuario.

La identidad corporativa es la aplicación de la imagen corporativa en diferentes medios de comunicación y publicidad incluyendo todo lo que es papelería y artículos promocionales

#### 3.2 Análisis de las necesidades de LAISA

Toda empresa requiere de una imagen que lo distinga y diferencie de la competencia, dependiendo del diseño que se maneje es hasta dónde va a llegar dicha empresa, hay que tomar varios puntos en consideración dentro del estudio de diseño gráfico para lograr una imagen de la mejor manera posible, con los mayores y mejores resultados deseados y planteados con anterioridad al proyecto.

Este proyecto se va a dedicar a diseñar la identidad corporativa de LAISA (Láminas Acanaladas Infinita S.A. de C.V.), se dedica a la fabricación de papel, láminas acanaladas y próximamente cajas de cartón corrugado. Después de haber diseñado la imagen gráfica se va a diseñar varios elementos de papelería básica, papelería administrativa y publicidad, diseñando cada uno de ellos por separado. Todos estos diseños y sus reglas se van a localizar dentro del manual de imagen corporativa que va a ir dentro del proyecto.

"El objetivo no ha de ser simplemente crear un << diseño por amor al diseño >>, sino, más bien, crear un diseño que cumpla una misión y, además, que cumpla bien." 1

Cada empresa, producto o servicio tiene su propia personalidad, la cual podemos encontrar dentro de su imagen y lo ayuda a diferenciarlo de los demás, ésta puede desarrollarse o modificarse con el tiempo.

"Lo que ha ocurrido, naturalmente, es que las marcas se han convertido en mucho más que simples recursos para distinguir productos: se han convertido en avales e indicadores de calidad, de valor, de fiabilidad y de origen. Se han convertido en algo así como mensajes abreviados que permiten a los consumidores identificar productos, servicios y organizaciones." 2

#### 3.3 ELEMENTOS QUE COMPONEN UNA IDENTIDAD CORPORATIVA

Toda identidad corporativa está compuesta de varios elementos de diseño, cada uno de ellos tiene sus propias características, se pueden manejar juntos o por separado, obteniendo así un diseño capaz de comunicar todo lo antes planteado. Estos elementos son:

- Nombre de la empresa.
- Símbolo: Es un elemento de comunicación capaz de representar algo de forma concreta o abstracta, todo esto va asociado con una idea.
- Monograma: Son las iniciales del nombre de la empresa.
- Logotipo: Es un grupo de letras o palabra que se utilizan como imagen.
- Logograma: Es la combinación de logotipo y símbolo.

- Tipografía: Es el estudio del tipo de letra que se va a utilizar dentro de la imagen.

Desde la Edad Media empezamos a conocer de la tipografía gracias a la invención de la imprenta; con el tiempo se fueron modificando los diferentes tipos de letras buscando mejor legibilidad. Anteriormente se utilizaba el metal para la reproducción o diseño de la tipografía, pero ahora han sido cambiados por la fotocomposición y la computación.

La tipografía es el estilo del diseño de un abecedario, existen muchas tipografías diferentes, algunas se leen mejor que otras, por ser el lenguaje el medio principal de comunicación hay que tomar en cuenta la legibilidad de la letra elegida en nuestro diseño. Pero la legibilidad también depende a parte del estilo de la letra en su tamaño, su peso, el interlineado, la longitud de la línea, los márgenes, las líneas disparejas o uniformes, la tinta, el papel, la impresión y el interés del lector en el contenido.

"Y aun cuando el lector pueda estar inconsciente de ello, las formas visuales creadas por las líneas negras, curvas y rectas, y los ángulos que constituyen los caracteres, influyen sobre su pensamiento."<sup>3</sup>

A las letras se les conocen como tipos o caracteres, su tamaño se basa en la medida conocida como punto o pica, donde una pulgada tiene 6 picas y una pica 12 puntos. Existe gran variedad de fuentes o familias tipográficas, cada una de ellas formada por altas (mayúsculas), bajas (minúsculas), signos de puntuación y números; cada familia se diferencia por su propio diseño.

Dentro de cada familia existen variaciones de los tipos conocidos como estilos tipográficos y éstos son:

- a) Amplitud: Es la condensación que es un estrechamiento de la letra y la expansión o ensanchado.
- b) Peso: Son los rasgos delgados o gruesos de las letras conocidos como light a la clara, demibold a la seminegrita, bold a la negra y extrabold a la extranegra.
- c) Posición: Las letras inclinadas hacia la derecha son itálicas o cursivas y las normales llamadas romanas.

Algunas características de la tipografía son:

- a) Altura x: Como su nombre lo indica, se basa en la letra x tomando la profundidad del cuerpo central de las letras minúsculas.
- b) Ascendentes: Es la parte de las letras minúsculas que rebasan hacia arriba de la altura x.
- c) Descendentes: Es la parte de las letras minúsculas que rebasan hacia abajo de la altura x.
- d) Línea de base: Es la línea donde está el cuerpo central de las minúsculas (altura x) y las mayúsculas.
- e) Hueco: Es el espacio en blanco dentro de las letras.
- f) Línea fina: Es el rasgo delgado de las letras.
- g) Patín o Serif: Es el remate de la letra, si no lo lleva se llaman sin patín o sans serif.

La tipografía tiene gran importancia dentro de cualquier diseño, pues de ella depende en gran porcentaje el éxito del diseño. Esta debe de tener forma, equilibrio y color. Cualquier diseño creativo es funcional y expresivo. La tipografía es el medio para justificar un fin.

La tipografía que se va a utilizar en el logotipo es la Architecture (Arquitectura) de Corel Draw 3.0 por dar un toque de modernidad además de caracterizar muy bien la letra L de 90 grados las cajas de cartón y el punto de la letra l o reciclable de los productos, su puntaje va a variar de acuerdo a la reducción o ampliación del diseño. La tipografía de la razón social utilizada también como tipografía secundaria va a ser la Avant Garde Book normal que también es una tipografía moderna de trazos sencillos.

- Color: Selección de uno o más colores en base al código Pantone o selección de color que van a caracterizar nuestra imagen gráfica.

"El color y su poderoso efecto en el diseño son vitales para el éxito en el mercado. El color tiene que atraer la atención del público, emitir un mensaje específico acerca del producto y conseguir la venta." 4 El color es una de las herramientas más importantes dentro de la comunicación gráfica; la fuente de todo color es la luz, la luz es una energía visible constituida por lo que se conoce como longitud de onda. Las ondas más largas son invisibles, mientras más se van acortando las frecuencias son mayores y se dejan sentir como calor como la luz infrarroja, después logran la visibilidad con lo que conocemos como color. La magenta es la más larga, mientras se van acortando pasan de los naranjas y amarillos a los verdes y azules hasta el violeta, después de éste están los rayos ultravioletas. Es así que el color es una propiedad de las ondas luminosas que llegan a nuestros ojos, no del objeto. La luz reflejada en una superficie que refleja toda la luz blanca vemos el color blanco y el negro lo vemos cuando esa luz blanca es absorbida por la superficie. El color de los objetos se logra con la combinación de los rayos luminosos absorbidos y reflejados.

Los colores primarios pigmento son el magenta, amarillo y cyan; y los primarios luz son verde, rojo naranja y azul violeta. Todos los colores pigmento son combinaciones de los colores primarios pigmento y de igual manera para los colores luz. Los colores secundarios son la mezcla de dos primarios. Los colores complementarios son los que están opuestos en el círculo cromático. Los colores análogos son colores adyacentes a ambos lados, no son tan excitantes como los complementarios por no haber contraste. El esquema monocromático es la escala de valores de un color.

El matiz es sinónimo de color, los colores secundarios son el verde, naranja y violeta. Los colores intermedios son la combinación de un primario con un secundario; todos éstos colores aparecen en el círculo cromático.

El pigmento es el color más negro.

El valor es la claridad u oscuridad de un color logrado por la mezcla con el blanco o el negro.

La luminosidad es la escala de grises.

La intensidad es la fuerza de un color.

El color dentro de la comunicación gráfica debe atraer y lograr la atención, ser legible y comprensible a demás de causar cierta impresión, producir efectos psicológicos, desarrollar asociaciones y crear un ambiente estético y placentero. La forma y el color son elementos básicos de los estímulos visuales, desempeñan un papel muy importante en el aspecto emocional del hombre.

Dentro de la psicología los colores se dividen en cálidos que son los rojo, naranjas y amarillos, son colores estimulantes y resaltan a demás de tener mayor visibilidad que los fríos; y los colores fríos son los azules siendo éstos relajantes y dan profundidad; los colores verdes y violetas son neutrales por estar entre los cálidos y fríos. El contraste del color es la base para llamar la atención. El color es muy importante para la memoria, a la hora de describir algo empezamos por asociarlo con su color. El color debe tener equilibrio, contraste, proporción, ritmo, armonía y movimiento.

El equilibrio se logra en el acomodo de los elementos dentro del diseño dependiendo de su tamaño o peso; los colores brillantes son más ligeros que los oscuros. El contraste es necesario para la buena legibilidad, si los colores son claros el fondo debe de ser oscuro y viceversa. La armonía se logra por el buen estudio de la combinación o elección de los colores. Las preferencias de ciertos colores se dan a la edad, el sexo, la educación y localización geográfica, por eso hay que estudiar siempre a quién va dirigido nuestro diseño.



Los colores que se van a manejar son:  
Azul Pantone 2935 C  
Rojo Pantone Red 032 C

Hay que tener siempre presente la fidelidad del color en la reproducción de nuestro impresos ya que pueden variar debido a las tintas y el papel entre otros.

Los colores que se van a utilizar son colores masculinos demostrando fuerza, valor, ganas de crecer y salir adelante, cada color tiene su explicación de funcionalidad:

- rojo.- es un color muy llamativo, simboliza rivalidad, poder y emociones fuertes. Este color puede tener una poderosa influencia sobre elementos de diseño, es dominante y excelente para captar la atención del público.
- azul.- simboliza el agua, paz, limpieza, higiene. Representa integridad, confianza, estabilidad, respeto, formalidad y es conservador.
- blanco.- es la existencia de luz, simboliza pureza, inocencia, verdad, higiene. (Se manejará en papel).

Cada uno de éstos tres colores cuenta con características que representan o queremos que lleguen a representar a nuestra empresa. Todos son colores fríos y masculinos, pero también son colores vivos representando dinamismo, animación, felicidad y espontaneidad, un entorno de colores vivos induce a respuestas instintivas e impulsivas, reflejan más luz que otros colores y tienden a llamar bastante la atención.

Después de varios bocetos es que se llegó al resultado final, se estudiaron diferentes tipografías, acomodos gráficos y colores obteniendo como resultado el análisis detallado de cada uno de los elementos mencionados a lo largo del capítulo. Por ejemplo, en la figura 1 aparece una tipografía muy redonda y hasta un poco afeminada, ésta no queda con LAISA porque es una fábrica muy fuerte, masculina y pesada como para ese tipo de letra, en la figura 2 aparece otra tipografía donde la letra L marca los ángulos de las cajas de cartón, la letra a las ondas de la lámina acanalada, pero son muy pronunciadas y la letra s por ser tan redonda representa los rollos de papel, pero necesitábamos de algo más especial y diferente; en la figura 3 encontramos otra tipografía que representa la L como la figura pasada, la letra s también pero mejor por representar de mejor manera a la lámina, el punto de la letra i por ser un triángulo representa el símbolo de reciclable y lo que nos representaba la letra a de la figura 2 lo vamos a caracterizar con un símbolo de los rollos de papel o mejor aún con los rodillos secadores de la máquina de papel, ya que ésta es la madre de toda la fabricación de LAISA, sin esa máquina no habría ni papel, ni láminas ni cajas. Para darle movimiento a la tipografía es que se decide darle cierto grado de inclinación como muestra la figura 4, a la vez que se decide sombrear para dar el aspecto de sobresalir pero con un bloque debajo como base para que no pareciera volar. En la figura 5 ya unimos el símbolo de un rollo de papel pero se ve muy vacío y en la figura 6 decidimos meterle tres rollos de papel, pero ahora parecía máquina de offset.

Tomando en cuenta la figura 7 de una máquina de papel surgen otras ideas para el símbolo de la imagen de LAISA. Primeramente se decide tomar la abstracción de los rodillos secadores de la máquina y acomodarlos uno frente al otro horizontalmente como en la figura 8 y el nombre de LAISA arriba de ellos representando movimiento en la producción, pero parecían llantas de automóvil; cambia la abstracción en la figura 9 para darle mayor relación a la máquina, todos los rodillos son del mismo tamaño y van uno arriba y uno abajo acomodados diagonalmente y se acomodó encima de ellos centrado el nombre de la empresa, le faltaba todavía un poco al diseño; se entonces cuando se estudia la perspectiva de la máquina que se tiene en la planta de LAISA, es una máquina que mide cerca de los 100 m. de largo y obviamente los últimos rodillos se ven mucho más pequeños que los que tenemos de frente, el acomodo diagonal se dejó y el nombre también, eso lo mostramos en la figura 10 que es el logotipo que usaremos en la realización de la nueva imagen de LAISA.

**laisa**

Fig. 1

**Laisa**

Fig. 2

**Laisa**

Fig. 3

**Laisa**

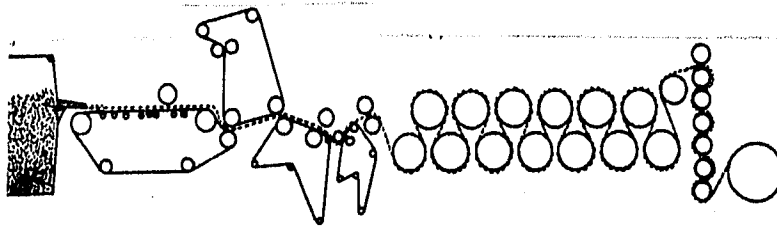
Fig. 4

**Laisa**

Fig. 5

**Laisa**

Fig. 6



MAQUINA DE PAPEL

Fig. 7

**Laisa**

Fig. 8

**Laisa**

Fig. 9

**Laisa**

Fig. 10

- **Papelaría:** Es la aplicación del diseño en tarjeta de presentación, hoja, sobres, notas, facturas, etc. Dentro de los principios de diseño, todas las comunicaciones gráficas están determinadas por cierto formato, en algunos casos éste puede ser variable, el formato es la forma, el tamaño y el estilo de la publicación. Hay que tomar en cuenta el buen manejo, la adaptación del contenido al formato y las limitaciones mecánicas dentro de los sistemas de impresión. Los márgenes son muy importantes para enmarcar el contenido y para ordenar gráficamente todos los elementos que lo conformen. Todo esto se logra gracias a una retícula que es la división del espacio a diseñar en áreas rectangulares y ordenadas para facilitar el acomodo de todos los elementos, como puede ser en mitades, tercios, etc., cada segmento se divide posteriormente en cuadrados iguales con separaciones iguales para lograr el orden del texto y las ilustraciones.

Para la papelería de LAISA se diseñaron varios elementos, cada uno de ellos tuvo un proceso de bocetaje logrando llegar al resultado final:

- **Tarjeta de presentación:** Primero se diseñó verticalmente como se muestra en la figura 1, el logotipo aparece centrado en la parte superior y la razón social debajo de él, el nombre y puesto de color azul para representar que forma parte de la empresa y la dirección y teléfono del mismo color que la sombra de LAISA justificado uno a la derecha y otro a la izquierda, pero esa justificación rompía con toda la tarjeta que estaba toda centrada.

En la figura 2 se diseñó horizontalmente, el problema aquí sería que no llegara a caber un nombre bastante largo y cae en el formato que la mayoría de las empresas maneja, se busca ser diferentes, en cuanto a los colores fueron iguales a la figura 1.

En la figura 3 se justifica la dirección y teléfono en la parte inferior, pero se cambia el color del nombre de la persona y puesto a rojo, al ser el rojo un color que llama la atención le quitaba impacto visual al símbolo.

En la figura 4 en vez de rojo se pone del color de la dirección y pierde un poco la fuerza; por eso es que se decidió por la figura 5 parecida a la figura 1 pero con la dirección y teléfono justificado al centro al igual que todo.

- **Hoja principal:** En toda hoja de papel es necesario el mayor aprovechamiento de espacio para escribir, la figura 6 aparece el logotipo con la razón social del lado superior izquierdo por llamar más la atención que del derecho, pero queda mucho espacio en blanco desperdiciado, y la dirección y teléfono van en la parte inferior; por eso es que en la figura 7 queda del mismo lado el logotipo y del izquierdo la razón social y la dirección, de ésta manera queda muy cargada la hoja arriba y vacía en la parte de abajo.

En la figura 8 se decide centrar en la parte superior el logotipo con la razón social pero abarca mucho espacio y el espacio para escribir está muy reducido, y la dirección regresa a la parte inferior.

En la figura 9 se deja la dirección como en la pasada y se pone el logotipo del lado superior izquierdo y justificado a su altura la razón social para equilibrar todos los elementos.

- **Sobre:** Los sobres necesitan de espacio para poner el remitente o timbras del lado derecho aunque no sea aéreo, en la figura 10 el logotipo aparece del lado superior izquierdo, la razón social justificada a su altura máxima del lado superior derecho y la dirección justificada a ambos lados en la parte inferior, aquí queda muy reducido el espacio en blanco, por eso es que en la figura 11 se reduce el puntaje de la dirección a la mitad dejándolo justificado a la izquierda y en la parte superior izquierda también el logotipo con la razón social, pero la dirección quedaba un poco perdida; por eso es que se subió y se centró debajo del logotipo como se puede ver en la figura 12 dejando suficiente espacio para escribir o para timbres.

- **Sobre aéreo:** Todo sobre aéreo debe de tener espacio suficiente para escribir y poner timbres, tomando en cuenta que alrededor tiene apoyos gráficos, en la figura 13 el logotipo aparece del lado superior izquierdo y la razón social y la dirección del lado superior derecho abarcando mucho espacio, por eso es que en la figura 14 se pone igual a la figura 11 pero el espacio es mucho más reducido entre la razón social y la dirección, se decide en la figura 15 poner la dirección debajo de la razón social justificada a ambos lados para tener más espacio libre.

- Sobre 23X30 cm.: Estos sobres necesitan de espacio para escribir remitente, notas o en todo caso para poner timbres también, por eso necesita tener espacio libre sin que pasen por desapercibidos los datos de la empresa, en la figura 18 se pone del lado superior izquierdo el logotipo con la razón social, ésta queda muy chica, debe verse más y la dirección y teléfono están en la parte inferior; en la figura 17 se pasa la razón social del lado superior derecho la dirección justificada a la izquierda y el teléfono a la derecha, pero queda muy chico y se ve muy vacío todo el sobre; se decide agrandar el logotipo y centrarlo junto con la razón social en la figura 18 y se vuelven a bajar la dirección y teléfono pero el espacio queda ahora muy reducido, por eso es en la figura 19 que se decide tomar el mismo diseño de la hoja principal obteniendo equilibrio en los datos de la empresa y espacio necesario para cualquier fin.

- Folder tamaño carta: Los folders pueden tener el diseño bastante amplio porque por lo general no llevan información más que dentro de ellos, en la figura 20 se decide trabajar folder color blanco para que quedara igual que la hoja principal y se tomó el mismo diseño pero más reducido que en la figura 18 quitando el teléfono pero se necesitaba ver más el logotipo, por eso es que en la figura 21 se decide llenar casi toda la parte frontal del folder repitiendo el logotipo varias veces y en la parte inferior justificada a ambos lados la razón social y dirección pero se ve ahora muy cargado.

Se decide darle más seriedad y caracterización con papel kraft en vez de color blanco, se centra en grande el logotipo y la razón social pero por ser tan grande tenía mucho peso y la dirección quedaba en la parte inferior, por eso es que se decide en la figura 23 subir el logotipo y la razón social en grande y dejando la dirección igual pero logrando ahora un mejor equilibrio visual.

- Notas de remisión: Este es un elemento muy importante debido a que va directamente con el cliente, además de que es bueno que resalte entre varios papeles, en la figura 24 aparece en tamaño media carta para facilitar su manejo, aparece toda en azul para unificarla con los colores empresariales, el logotipo aparece en la parte central superior, debajo de él la razón social, dirección y teléfono, quedaba de esa manera demasiado espacio en blanco a ambos lados del logotipo, por eso es que se decide en la figura 25 pasarlo del lado superior izquierdo, la razón social justificada a la altura del círculo más grande y debajo de ella aparecen dirección y teléfono. Todas las líneas que aparecen son rectas formando ángulos de 90 grados debido a que da más seriedad que redondeado y justificando los diferentes tamaños de cajas que LAISA fabrica.

- Mensaje Telefónico: En toda oficina la cantidad de llamadas que se reciben son bastantes, cada llamada es para diferente persona y con diferentes recados, la mayoría de las veces se apuntan las llamadas en hojas o cuadernos normales, por eso es la importancia de haber diseñado también este elemento, por ser únicamente para manejo interno es que no lleva dirección y teléfono. En la figura 26 aparece con un recuadro rojo para darle un toque de elegancia y para unificarlo con el símbolo, además de poder resaltar con ese marco entre varios papeles que pudieran haber en el escritorio o portafolios. El logotipo y razón social se colocaron en la parte superior izquierda y el título justificada a la altura del círculo mayor, pero resaltaba más que la razón social dejándola en un segundo plano, por eso es que se decide en la figura 27 pasar la razón social del lado superior derecho y bajar el título al centro; al igual que en la nota de remisión el contenido de la hojita que mide 10X15 cm. va de azul para familiarizarlo, se decidió ese tamaño por ser cómodo y suficiente para la información que llevará.

- Facturas: Estas tienen la misma importancia que las notas de remisión, se hizo el mismo diseño solamente varió el tamaño que es ahora en tamaño carta para poder diferenciarlas con mayor facilidad una de otra, en la figura 28 aparece.

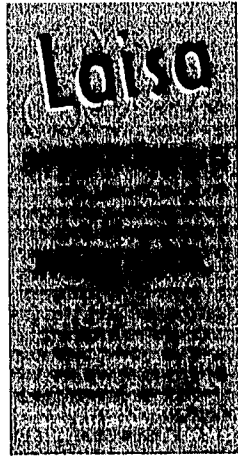


Fig. 1

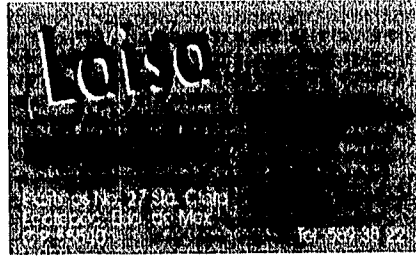


Fig. 2

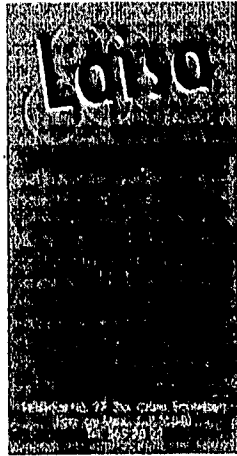


Fig. 3

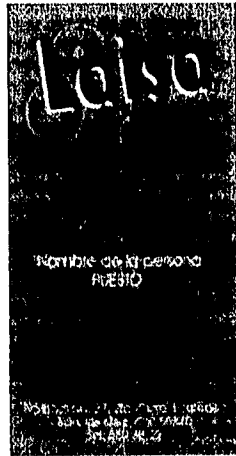


Fig. 4

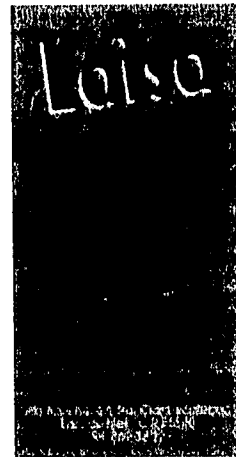


Fig. 5

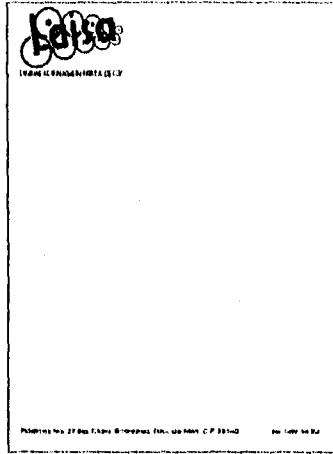


Fig. 6

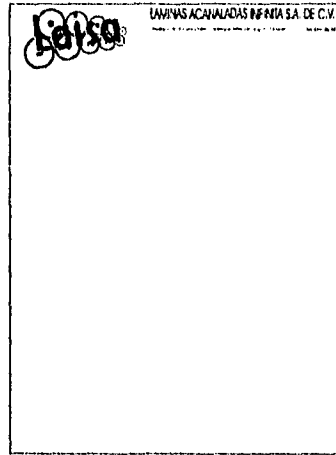


Fig. 7

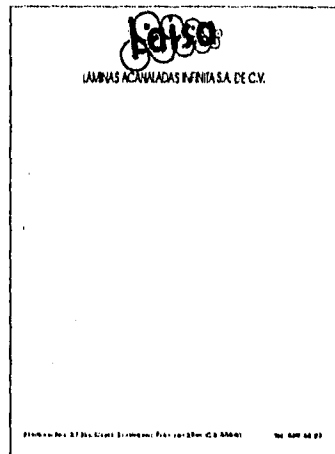


Fig. 8

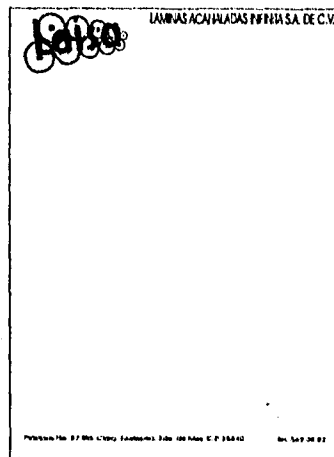


Fig. 9

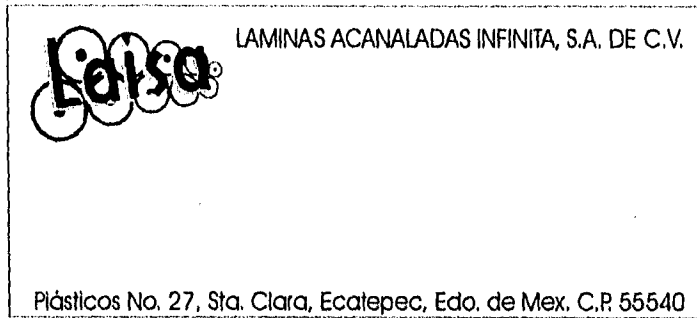


Fig. 10

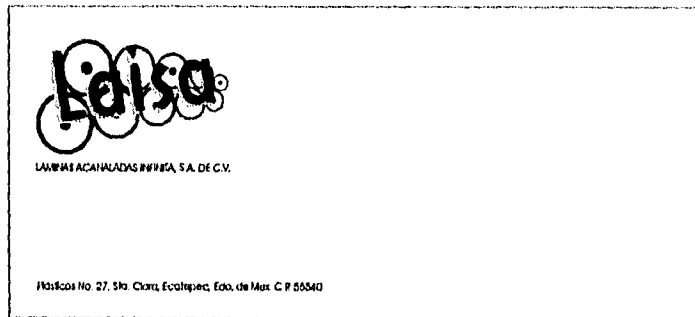


Fig. 11

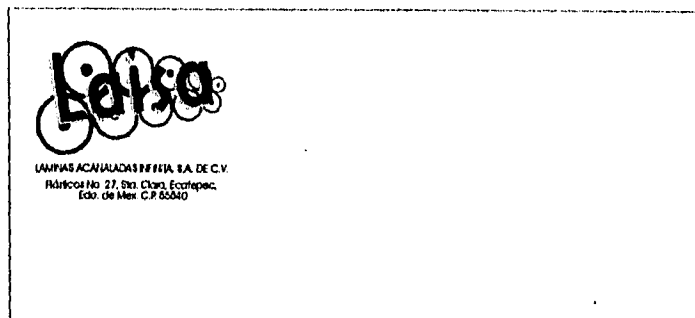


Fig. 12

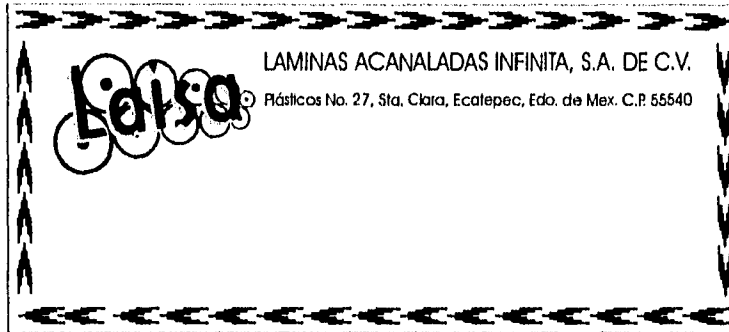


Fig. 13

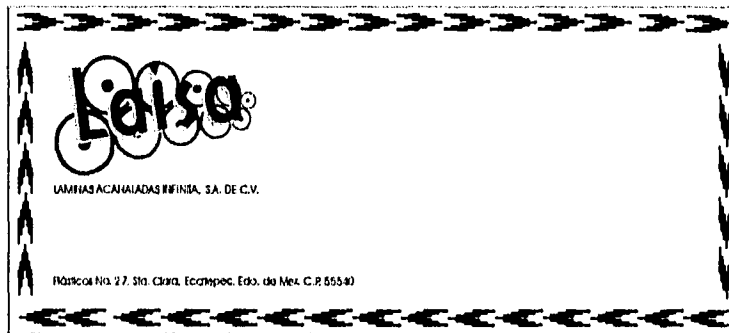


Fig. 14



Fig. 15



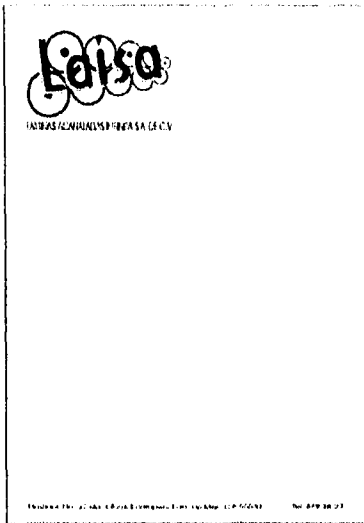


Fig. 16

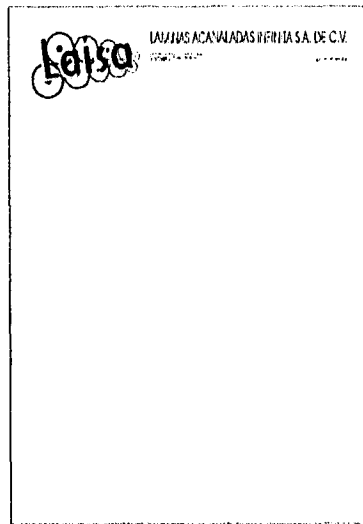


Fig. 17

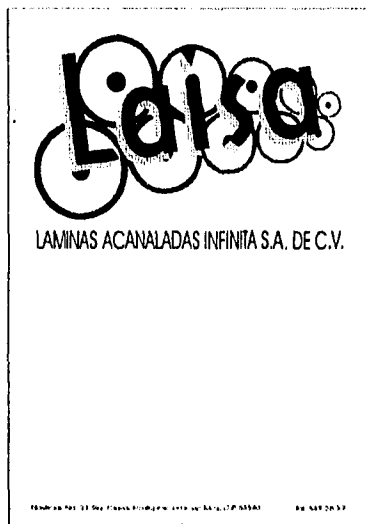


Fig. 18

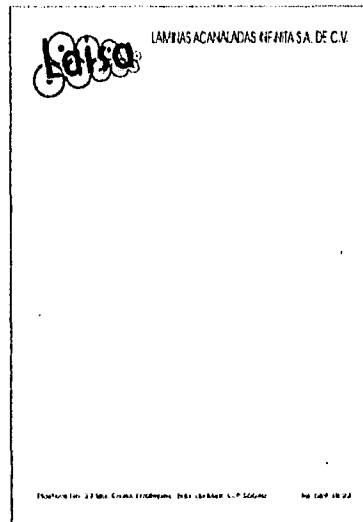


Fig. 19



Fig. 20

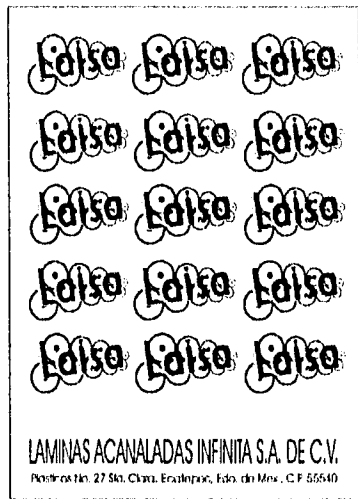


Fig. 21

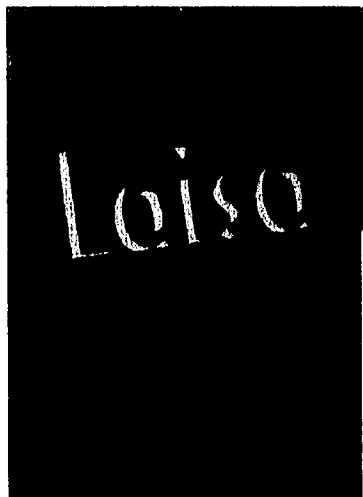


Fig. 22

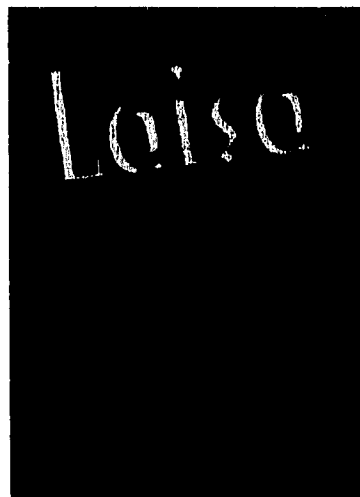


Fig. 23

**Kaisa**  
**LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.**  
INDUSTRIALIZADORA DE ACERO Y ALUMINIO EN LAS AMERICAS

<b>MANUFACTURER</b>		<b>ADDRESS</b>	<b>TELEPHONE</b>
<b>NAME</b>	<b>ADDRESS</b>	<b>NUMBER</b>	<b>CITY</b>
<b>ZIP</b>	<b>STATE</b>	<b>COUNTRY</b>	<b>PORT OF ORIGIN</b>
<b>DATE OF ORDER</b>	<b>QUANTITY</b>	<b>UNIT WEIGHT</b>	<b>TYPE OF FINISH</b>

**Comments:**

<b>NAME OF THE MANUFACTURING FACILITY</b>		<b>ADDRESS</b>	<b>TELEPHONE</b>
<b>NAME</b>	<b>ADDRESS</b>	<b>NUMBER</b>	<b>CITY</b>
<b>ZIP</b>	<b>STATE</b>	<b>COUNTRY</b>	<b>PORT OF ORIGIN</b>

Fig. 24

**Kaisa**  
**LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.**  
INDUSTRIALIZADORA DE ACERO Y ALUMINIO EN LAS AMERICAS

<b>MANUFACTURER</b>		<b>ADDRESS</b>	<b>TELEPHONE</b>
<b>NAME</b>	<b>ADDRESS</b>	<b>NUMBER</b>	<b>CITY</b>
<b>ZIP</b>	<b>STATE</b>	<b>COUNTRY</b>	<b>PORT OF ORIGIN</b>
<b>DATE OF ORDER</b>	<b>QUANTITY</b>	<b>UNIT WEIGHT</b>	<b>TYPE OF FINISH</b>

**Comments:**

<b>NAME OF THE MANUFACTURING FACILITY</b>		<b>ADDRESS</b>	<b>TELEPHONE</b>
<b>NAME</b>	<b>ADDRESS</b>	<b>NUMBER</b>	<b>CITY</b>
<b>ZIP</b>	<b>STATE</b>	<b>COUNTRY</b>	<b>PORT OF ORIGIN</b>

fig. 25

**Laisa** MENSAJE TELEFONICO

WWW.LAISACOMUNICACIONES.COM

Hora: ..... Fecha: .....

Para: .....

De: .....

Regresar la llamada  Volverá a llamar

MENSAJE: .....

Recibido por: .....

Fig.26

**Laisa** MENSAJE TELEFONICO

LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.

Hora: ..... Fecha: .....

Para: .....

De: .....

Regresar la llamada  Volverá a llamar

MENSAJE: .....

Recibido por: .....

Fig. 27

**Laisa** LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.  
ESTABLECIMIENTO INDUSTRIAL Y COMERCIAL EN LA ZONA FRANCESA DE LA CIUDAD DE MEXICO

IMPRESION CON LA ADOSADA 1192 RES. CAN. N.º DE INGEN. N.º 1926

	LUGAR DE ENTREGA	FECHA
	RECEPCION/ENTREGA	

NOMBRE PEDRO	STACIDO	MATERIAL

CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD

Escriba el nombre	LA EMPRESA QUE EMPALMA EN LOS EL C. DE LA	SUBICION
	LA EMPRESA QUE EMPALMA EN LOS EL C. DE LA	MEX. VA.
	CARGA	MEX.

fig. 28

- Promocionales: Es la aplicación del diseño en los elementos de publicidad como son anuncios en revistas y periódicos, folletos, volantes, calcomanías, plumas, llaveros, gorras, en fin una infinidad de objetos; así como la aplicación en los uniformes que usen en la empresa desde los obreros hasta las secretarías y los vehículos que ebarca desde una motocicleta, un montacargas, automóviles, camionetas, camiones y trailers. Cada empresa de acuerdo a sus necesidades encoge cómo y con qué elementos quiere darse a conocer.

Para LAISA se diseñaron los siguientes elementos promocionales:

- Plumus: Una pluma es un buen elemento para promocionarse debido a la necesidad de toda persona de tener consigo una, es fácil de guardarla en la bolsa, en la camisa, en el saco o en el portafolio, no se pensó en diseñar lápices por el problema de tener que estarle secando punta o por ensuciar el área donde se guarda. En la figura 1 se diseñó una pluma de color negro para que fuera elegante y en la parte central se puso el logotipo con la razón social para que al escribir uno estuviera recordando inconscientemente a la empresa; debido a que el color azul se pierde en el fondo negro se cambió por fondo blanco como muestra la figura 2 pero se perdió totalmente la elegancia que queríamos dentro de lo que es una pluma promocional. Se decide cambiar en la figura 3 el blanco por un gris oscuro pero se sentía muy pequeña la imagen, en la figura 4 se piensa en la repetición de grande a chico de la imagen, ahora se ve muy cargado, para evitarlo se decide poner en la parte central de la pluma el logotipo y en la parte inferior la razón social permitiendo mejor lectura que en la figura 1.

- Encendedores: Un encendedor también es un elemento promocional excelente debido a la gran cantidad de gente que lo utiliza, en la figura 6 se pensó en poner verticalmente el encendedor, en la parte superior central el logotipo con la razón social y en la parte inferior dirección y teléfono, a la hora de prender el encendedor la mano no taparía el diseño, pero queda mucho espacio en blanco y se decide en la figura 7 repetir la imagen, pero se ve muy cargado; entonces se decide cambiar la posición a horizontal ubicando el logotipo con la razón social a 2/3 del encendedor centrado y abajo dirección y teléfono como muestra la figura 8 en fondo blanco pero para darle un poco el toque de distinción se cambia en la figura 9 el fondo a gris para uniformarlo también con la pluma; a la hora de prender el encendedor puede llegar a taparse con la mano la imagen de la empresa, pero no se le dio importancia debido al tiempo de uso que sería de segundos; en la pluma se puede llegar a tapar la razón social a la hora de escribir, pero por eso es que queda libre el logotipo en la parte central.

- Libretas: Siempre se ha tenido la necesidad de tener dónde apuntar cualquier dato principalmente en oficinas o cualquier lugar de trabajo, por eso es que se pensó en promocionarse también en el papel, en el producto de fabricación de LAISA (no directamente en papel fabricado por ella), el mejor diseño de libretas es el cubo de papel que se muestra en la figura 10, en cada una de las caras del cubo se colocó el logotipo con razón social centrados y dirección y teléfono en la parte inferior, luce bien, pero a la hora de ir usando las hojas se acabaría perdiendo la imagen de la empresa, por eso es que en la figura 11 se decide mejor colocar con la misma distribución el diseño en cada una de las hojitas en marca de agua, pero los lados del cubo se venían muy vacíos, se decide agregar en la figura 12 el logotipo alrededor del cubo pero necesitaba de los demás datos, así es que en la figura 13 se decide poner el mismo diseño en las hojitas como marca de agua y en las cuatro paredes del cubo para así lograr mandar el mensaje promocional de lado que se vea.

- Ceniceros: Si se pensó en encendedores decidimos conjuntarlo con un cenicero común redondo para relacionarlo con los círculos del diseño, en la figura 14 se decide centrar el logotipo con la razón social, pero se veía un poco pobre, por lo que se decide mover la razón social a la parte inferior lateral del cenicero como en la figura 15 repetido tres veces para poder verlo de cualquier posición pero la parte exterior estaba en blanco, se decide en la figura 16 poner también afuera la razón social logrando que se viera muy cargado el cenicero, cuando un cenicero está lleno de ceniza automáticamente tapa el diseño de la parte de abajo, por eso se decide dejar el logotipo adentro y la razón social afuera para evitar perder el promocionarse, el cenicero va a

ser blanco y no transparente para evitar la sobreposición visual de los elementos internos y externos.

- Llaveros: Este también es un elemento muy usado por la gente, aunque no cualquiera decide cargar consigo un llavero promocional, prefiere de uno especial, pero para quien no le importa cargar consigo cualquier llavero es excelente promocionarse con él porque mucha gente llega a verlo asomado por la bolsa del pantalón o sobre la mesa o hasta en los estacionamientos; se decide en la figura 18 diseñarlo en acrílico transparente por ser éste un material ligero y fácil de imprimir en serigrafía de forma rectangular con el logotipo y razón social centrados y dirección y teléfono justificados a ambos lados en la parte inferior, pero se ve un poco simple, por eso es que se decide poner un acrílico azul y otro blanco para que se diera más a notar como en la figura 19 pero llamaba más la atención con rojo y blanco como en la figura 20. El rectángulo no se identifica mucho con la imagen aunque representa las cajas, pero en la figura 21 se cambia de rectángulo a círculo para relacionarlo con la imagen y con los rollos de papel también con el contorno rojo para llamar la atención.

- Reloj de pared: Este es un buen regalo que la empresa puede dar en Navidad o año nuevo a sus clientes, en la figura 22 se diseñó el reloj en forma hexagonal en rojo para dar un toque de elegancia, pero contrastaba un poco con el diseño, en la figura 23 se cambia por un cuadrado y se deja el logotipo con razón social centrados, pero pasaba lo mismo que con la figura del llavero, así que se cambia a un reloj circular azul en la figura 24 pero llamaría más la atención en rojo como la figura 25, para separar los números de la imagen de LAISA es que se decide ponerlos en negro y quitar la razón social para dejar más limpio el centro del reloj, debido a que la gente que recibe el reloj como regalo ya sabe qué significa LAISA como muestra la figura 26 y no es necesaria entonces la razón social.

- Vehículos: Los vehículos de toda empresa están siempre en las calles de la ciudad, en las carreteras del país o en las fronteras, es un excelente medio de promoción, en la figura 27 se va a poner en las puertas del trailer sin caja el logotipo, razón social, dirección y teléfono justificados a ambos lados, en la figura 28 es el trailer con caja pero igual a la figura pasada y se ve bastante desperdiciado los lados de la caja, por eso es que en la figura 29 se anexa en los lados laterales y trasero de la caja el logotipo con razón social abarcando el 100% del espacio. Dentro de la fábrica hay bastantes montacargas y se decidió ponerles también en ambos lados el logotipo con la razón social como en la figura 30, esto para unificarlos con la empresa sin tener la necesidad de ponerle dirección y teléfono ya que son solamente de uso interno.

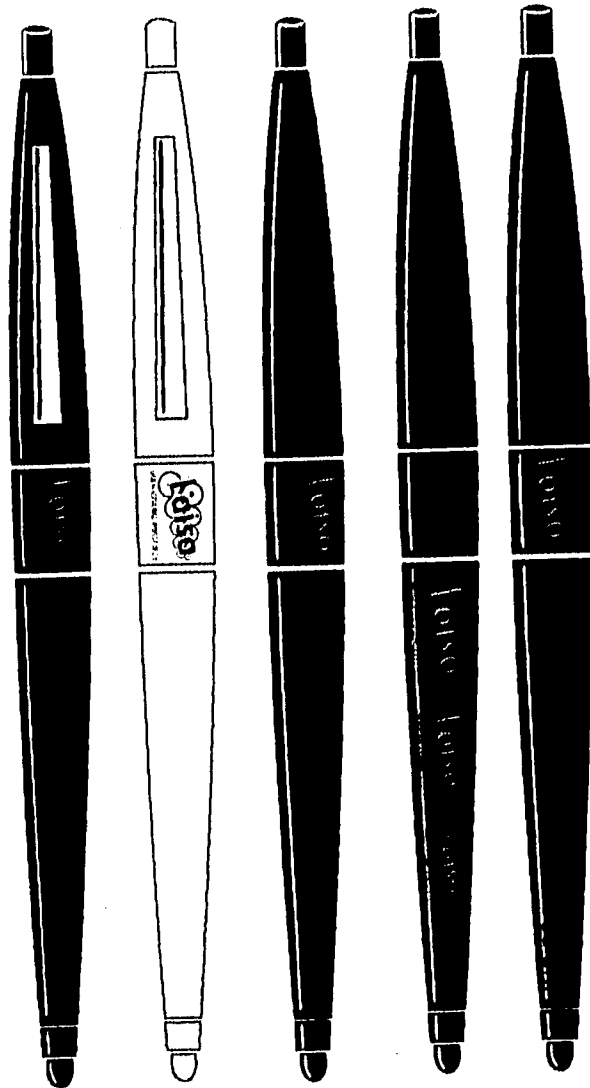


Fig. 1

Fig. 2

Fig. 3

Fig. 4

Fig. 5



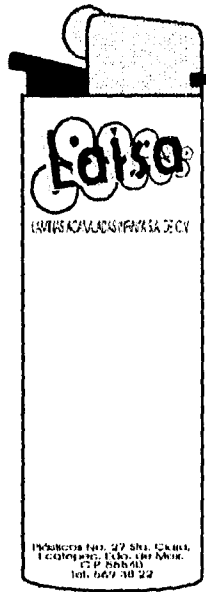


Fig. 6

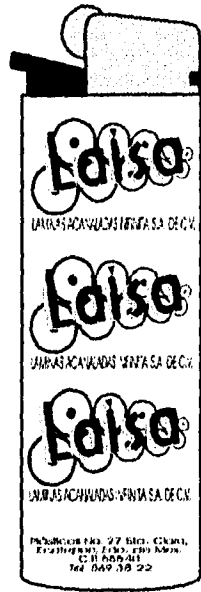


Fig. 7

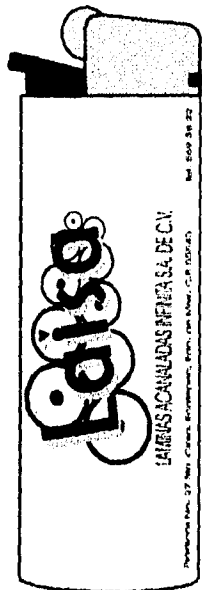


Fig. 8

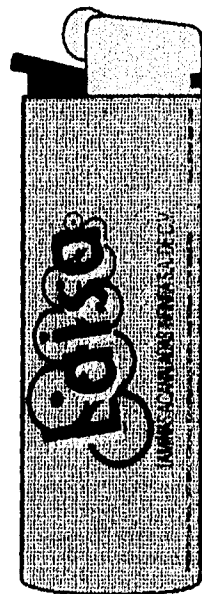


Fig. 9



Fig. 10

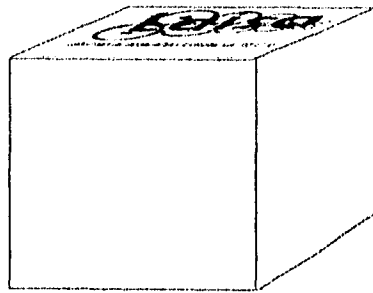


Fig. 11

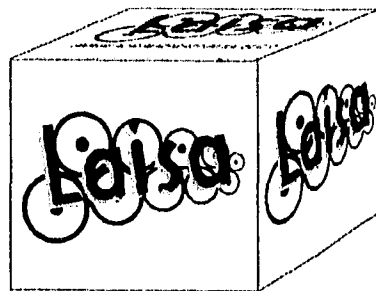


Fig. 12



Fig. 13

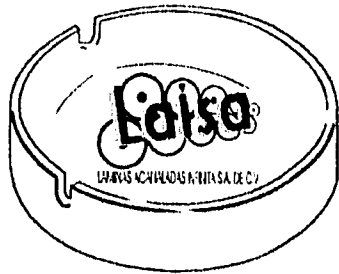


Fig. 14

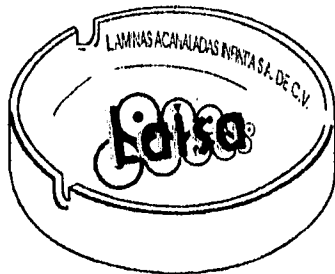


Fig. 15

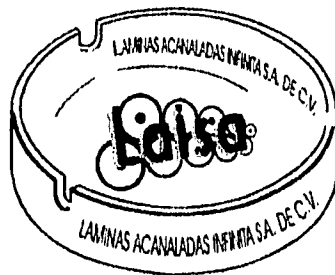


Fig. 16

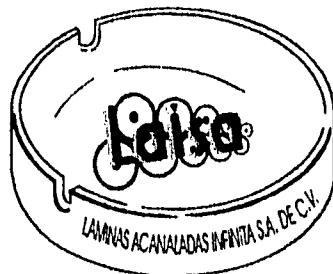


Fig. 17

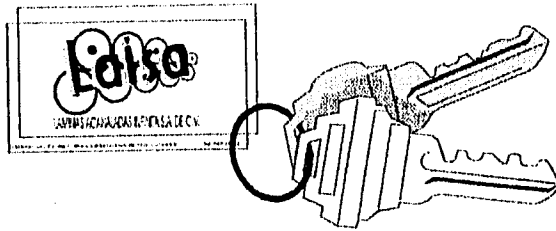


Fig. 18

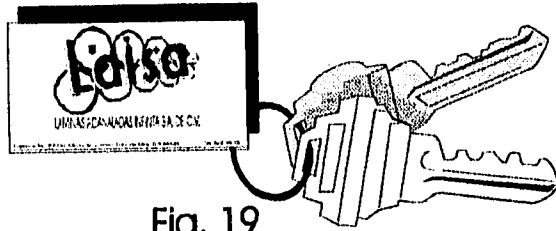


Fig. 19

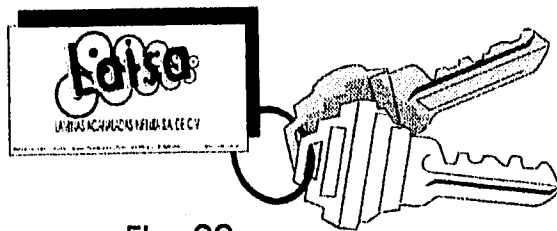


Fig. 20

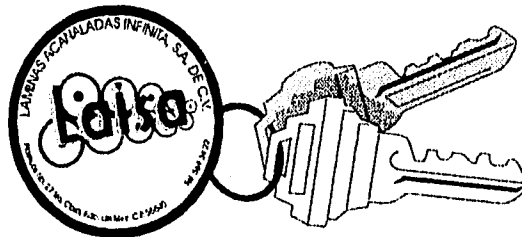


Fig. 21

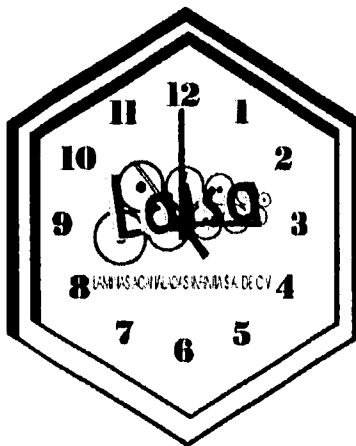


Fig. 22

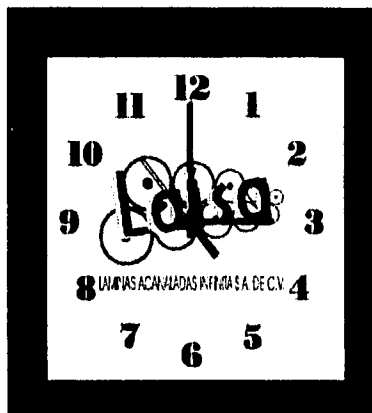


Fig. 23



Fig. 24

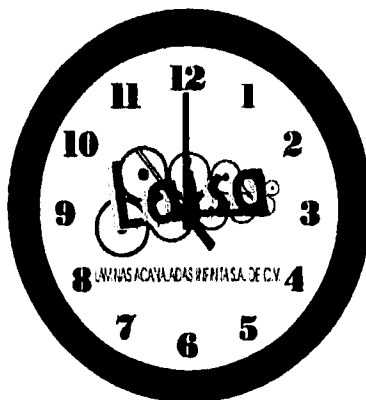


Fig. 25

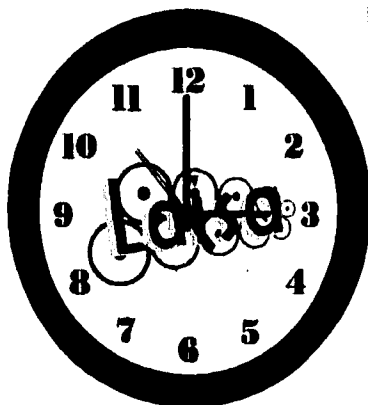


Fig. 26

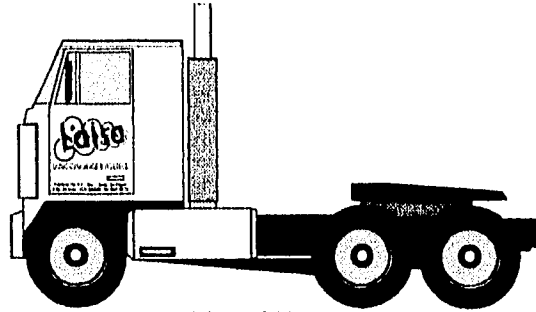


Fig. 27

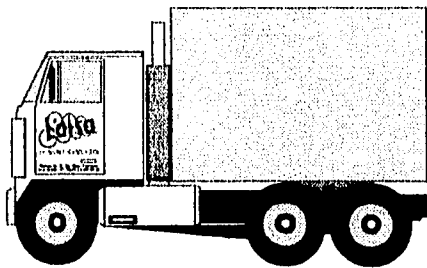


Fig. 28

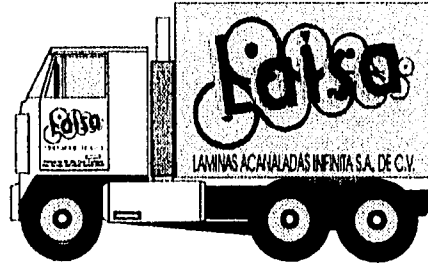


Fig. 29



Fig. 30

### 3.4 Sistema de reproducción y materiales

En la actualidad existen varios métodos de reproducción impresa de ilustraciones y texto, éste es un punto muy importante dentro del trabajo final de cualquier diseño.

La impresión es el medio para reproducir las imágenes visuales dentro de la comunicación masiva. Existen varios procesos de impresión, algunos de ellos son:

- a) Offset: Es una impresión indirecta con formas planográficas metálicas o plásticas y con planchas enrollables en relieve. La imagen entintada se transfiere de la placa a una lámina de caucho y posteriormente al papel. Se lleva a cabo por medio de tres cilindros, el de la placa, el de mantilla y el de impresión. Es de muy buena calidad para tirajes grandes.
- b) Serigrafía: Es un proceso de impresión mediante el cual la tinta pasa por mallas de diferentes tejidos, abierta en las zonas de impresión y tapada en las demás. Es un método manual con un rasero o con máquinas especiales; se lleva a cabo sobre cualquier material y en bases planas o curvas. Es el método más adecuado para todo lo que son promocionales.
- c) Flexografía: Es un método de impresión en relieve por medio de unas placas de caucho o plástico con tinta de secado rápido. Se usa mucho en el empaque, tanto cajas como papel envoltura por tener la capacidad de entintar grandes áreas de color sólido.
- d) Grabado: Con un cliché que es una placa de impresión en relieve o en hueco en la que se graba a base de ácidos dibujos o texto; existen de línea, medio tono y tramado, se usa en la impresión directa.
- e) Impresión por chorro: Este sistema de impresión es sin placas, son chorros de tinta impulsados por una computadora. Sirve para imprimir sobre superficies delicadas, se han impreso envases y materiales de empaque, también para membretar.
- f) Rotograbado: Este sistema de impresión consiste en unos pozos llenos de tinta, se limpia el exceso de tinta de la superficie y se pone el papel en la placa por medio de presión. Se usa en periódicos dominicales, folletos de envío por correo, revistas, reproducciones de pinturas, envases y envolturas, es para tirajes bastante grandes teniendo más capacidad que el offset. Tiene como mínimo un tiraje de 100,000.
- g) Huecograbado: En éste proceso las imágenes están en bajorelieve entintadas sobre una superficie plana, al hacer presión sobre el papel se entinta.

Se va a imprimir en offset por ser más económico y funcional para varios tirajes, en éste caso el tiraje máximo será de 5000 hojas y el mínimo de 1000 sobres; éstas cantidades están tomadas en cuenta para el uso anual de la empresa para evitar el maltrato de la papelería. En algunos elementos de la papelería como son las tarjetas de presentación, los folios y los sobres de 23X30 cm. Junto con los elementos publicitarios se puede manejar la serigrafía o termograbado que dan un toque de elegancia y calidad; puede considerarse también la marca de agua y el realce en seco.

El papel que se va a utilizar para la impresión va a depender del tipo, color y peso. El papel de color blanco ha sido el tradicional para todos los trabajos de imprenta; pero desde hace tiempo ha surgido el interés por trabajar sobre papel de color debido al contraste y son más capaces de llamar la atención y por su estimulación psicológica.

Al seleccionar el papel es necesario tomar en cuenta varios factores, ya que éste es la voz del material impreso, pueda ser elegante, mediocre o llamativo. Hay que tomar en cuenta su costo, su durabilidad y funcionalidad para su propio objetivo. Pero también es muy importante tomar en cuenta del papel la opacidad, el tamaño las propiedades especiales para determinados sistemas de reproducción, las cualidades químicas y físicas para el doblado.

El papel que se va a utilizar en hojas principales y en la papelería administrativa, tomando en cuenta sobres va a ser papel bond blanco de 36 gr. éste papel viene en tamaño carta, oficio y doble carta, los sobres vienen ya hechos, tomando en cuenta los aéreos y los de 23 X 30 cm. El papel bond es fuerte y durable, es de buen manejo en el offset, se usa mucho en las oficinas

porque su primordial aplicación es la de ser papel membretado, mecanografiado y para escribir a mano. Las tarjetas van a estar hechas en papel kraftena de 300 gr., se encuentra en el mercado en rollos de 125 cm. de ancho; por su color identifica perfectamente a LAISA, además de ser apta para tarjetas de presentación y para los folders papel kraft de 200 gr. lo hay en el mercado en rollos de 75 y 125 cm. de ancho. Los artículos promocionales van a ser plumas, ceniceros, llaveros, encendedores, libretas y reloj de pared.

El diseño se va a componer de monograma y símbolo logrando así un logotipo con razón social. El monograma consta de las iniciales de la razón social (LAISA), la L va en mayúscula y AISA en minúsculas, están con una inclinación de 7 grados logrando una buena perspectiva de la máquina de papel; el monograma va sombreado para el aspecto de sobresalir hacia arriba y adelante, de al aspecto de fuerza, la sombra es una trama a base de puntos muy abiertos. La letra "e" tiene la forma de las ondas de la lámina acanalada y la flauta del cartón corrugado con que se hacen las cajas, la letra "L" tiene un ángulo de 90 grados representando a las cajas también. El símbolo es una abstracción del rodillo de una máquina de papel, aparecen diez de ellos ya que el número diez es una calificación alta, es lo mejor. Esta se encuentra debajo del monograma significando que en fabricación de papel LAISA sobresale, que gracias al papel LAISA se eleva, crece, va para arriba. La razón social aparecerá debajo del logograma en altas justificado a ambos lados del logograma. El monograma va de color azul sombreado de una trama al 20% de azul, el símbolo va de rojo, y la razón social de azul.

... "El diseñador daba ser algo así como un estratega de negocios." 5

### 3.5 Implementación de la Investigación

Una vez estudiado cada uno de los componentes del diseño final se va a analizar en general. La competencia en su mayoría utiliza los colores negro, azules, grises, blanco, entre otros; para mí caracterizan muy bien al ramo de la papelería, unos colores cálidos o femeninos le quitarían seriedad a la empresa, los colores naturales como tierras o verdes no la representarían de la mejor manera, sin embargo los colores elegidos tienen que ver con uno de los elementos más importantes de la materia prima del papel, se trata del agua, representada por el azul, junto con el negro y el gris se hace un triángulo cromático de elegancia y naturalidad. Estos colores van a representar a la empresa mejor que otros, el diseño puede llegar a verse mejor si se toman en cuenta otras combinaciones cromáticas pero perdería el significado que viene desde la esencia de nuestros productos, la materia prima. El color final es el color del papel kraft en su mayoría, pero en combinación con los colores ya elegidos va a llamar mucho la atención, además que ahora por la ecología se ha requerido mucho en la industria manejar lo reciclable, en nuestro caso el papel kraft cumple con dicha característica. Por lo tanto, la imagen con sus colores establecidos va a llevar al usuario a un mejor entendimiento de la empresa, en cuanto al ramo en que se encuentra. Muchas veces es bueno salirse de lo convencional, de lo que siempre vemos, siempre y cuando resulta favorable; pero muchas otras veces el hecho de querer ser diferentes, de variarle a lo ya establecido puede ser contraproducente al querer cambiar las ideas ya preestablecidas que el hombre tiene a ciertos parámetros.

### 3.6 COMUNICACIÓN VISUAL

El lenguaje es un medio de comunicación del hombre de modo natural que ha evolucionado desde la forma más primitiva hasta la alfabetización, la lectura y la escritura; todo esto abarcando la capacidad humana de previsualización y planificación, diseño y creación de objetos visuales y de símbolos e imágenes.

El lenguaje visual está formado por :



- a) El punto: Puede ser imaginario o real, es la referencia de una posición en el espacio a demás de ser la unidad más simple.
- b) La línea: Es la unión de dos o más puntos que logran movimiento.
- c) La forma: Es constituida por las líneas, pueden lograr tono, textura, contorno y tamaño. Existen tres formas básicas: el cuadrado asociado con torpeza, honestidad, rectitud y esmero; el triángulo con la acción, el conflicto y la tensión, y el círculo la calidez, la protección y la infinidad.
- d) Tono: Es la claridad u oscuridad del color.

El diseñador gráfico debe trabajar combinando la creatividad con la comunicación, ya que debe de presentar el mensaje de manera estética. El comunicador debe poder decir con imágenes lo que se dice con palabras y ser capaz de guiar el ojo del lector a través del mensaje. El ritmo del diseño interactúa con la proporción de todos los componentes visuales, la armonía puede estar en el tono, la forma, el tamaño o la textura.

El ojo tiende a moverse hacia arriba y a la izquierda, también va con el movimiento de las manecillas del reloj y prefiere el movimiento horizontal.

"El símbolo, como medio de comunicación visual y significado universal de una información empaquetada, no existe sólo en el lenguaje. Su uso es más amplio. El símbolo debe ser sencillo, y referirse a un grupo, una idea, un negocio, una institución o un partido político."<sup>6</sup> Un símbolo debe verse, reconocerse, recordarse y reproducirse.

Gran parte de la efectividad de cualquier ilustración o imagen depende de la variedad de las funciones de comunicación que realizan y de todas las formas físicas que puedan alcanzar, no se puede esperar la función de la forma. Las imágenes deben atraer y capturar la atención, muchas veces funcionan mejor en combinación con la tipografía y se logra una mejor comunicación.

Existen dos tipos de ilustraciones:

- a) De líneas: Son líneas sólidas negras sobre un fondo blanco. Se pueden usar dos y tres tintas.
- b) De medios tonos: Son ilustraciones con tonos medios entre el blanco y el negro. La ilusión de los tonos se logra mediante puntos o trama, mientras más fina sea la trama mejor será la calidad. También se pueden trabajar a color.

Las ilustraciones tienen un papel muy importante para llamar la atención, si se usa una sola ilustración puede lograr un fuerte impacto visual si domina la página.

Todo aquello que es visual lleva su propio contenido que abarca el significado de cada una de las partes que conforman ese todo. El aprendizaje perceptivo nos ayuda a interrelacionar características definidoras y visuales de objetos y conceptos.

El contenido es lo que se está expresando, directa o indirectamente, es la información, el mensaje.

"La caja de herramientas de todas las comunicaciones visuales son los elementos básicos, la fuente compositiva de cualquier clase de materiales y mensajes visuales, o de cualquier clase de objetos y experiencias: el punto, o unidad visual mínima, señalizador y marcador del espacio; la línea, articulante fluido e infatigable de la forma, ya sea en la flexibilidad del objeto o en la rigidez del plano técnico; el contorno, los contornos básicos como el círculo, el cuadrado, el triángulo y sus infinitas variantes, combinaciones y permutaciones dimensionales y planas; la dirección, canalizadora del movimiento que incorpora y refleja el carácter de los contornos básicos, la circular, la diagonal y la perpendicular; el tono, presencia o ausencia de luz, gracias al cual vemos; el color, coordenada del tono con la añadidura del componente cromático, elemento visual más emotivo y expresivo; la textura, óptica o táctil, carácter superficial de los materiales visuales; la escala o proporción, tamaño relativo y medición; la dimensión y el movimiento, tan frecuentemente involucrados en la expresión. Estos son los elementos visuales que constituyen la materia prima en todos los niveles de inteligencia visual a partir de los cuales se

proyectan y expresan todas las variedades de declaraciones visuales, de objetos, entornos y experiencias." 7 Conjuntando varias de las características pasadas en un diseño es como logramos el significado.

El hombre recibe y expresa mensajes visuales a tres niveles, ellos a su vez ofrecen diferentes opciones de estilos y medios para la resolución de problemas visuales:

- a) representativo: es todo aquello que se ve y reconoce a partir del entorno y la experiencia.
- b) abstracto: es cualquier elemento reducido a su mínima expresión tanto de componentes visuales como de elementos básicos, en base a los medios más directos, emocionales y hasta primitivos de elaboración del mensaje.
- c) simbólico: son todos los sistemas de símbolos codificados que ha creado el hombre arbitrariamente y al que adscribe un significado.

El hombre durante toda su vida ha recibido mensajes a través de sus sentidos, el resultado de esa acumulación de información capaz de ser seleccionada se le conoce como percepción. Cualquier acontecimiento visual tiene un contenido influenciado por sus elementos visuales dentro de la percepción humana.

### 3.7 ¿Qué es un manual corporativo?

Un manual corporativo es el instructivo de las aplicaciones gráficas de una imagen determinada, éste contiene todas las normas o restricciones necesarias dentro del manejo del símbolo, mediante éste manual se va a informar a la gente cómo aplicar el símbolo, qué significa o representa y quién deberá usarlo.

Un manual corporativo es necesario para cualquier empresa, con él se asegura el manejo perfecto del diseño en cualquier fase gráfica o elemento de la empresa. Debe de llevarse a cabo con un lenguaje claro y comprensible para impresores, dibujantes, carpinteros, diseñadores, en fin, cualquier persona que necesite reproducir cualquier elemento diseñado para evitar malos entendidos y problemas con sus aplicaciones. El manual corporativo debe de ser actualizado cada determinado tiempo para que valla con el desarrollo y tecnología de todo lo referente al diseño.

1 MURPHY John, Michael Rowe, *Como diseñar marcas y logotipos*, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, España, 3a. edición, 1992, p. 82.

2 idem. p. 2.

3 TURNBULL T. Arthur, Russell N. Baird, *Comunicación Gráfica*, Ed. Trilce, México, 1992, p.75

4 SWANN, Alan, *El color en el diseño gráfico, Principios y uso efectivo del color*, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, España, 1993, p. 24.

5 MURPHY John, Michael Rowe, *Cómo diseñar marcas y logotipos*, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, España, 3a. edición, 1992, p.82.

6 Dondis D.A. *La Sintaxis de la Imagen, Introducción al alfabeto visual*, Ed. Gustavo Gili, S.A., Barcelona, España, 1981. p. 89

7 idem, p. 28



**LAMINAS ACANALADAS INFINITA SA DE CV**

**MANUAL CORPORATIVO**

## CAPITULO IV: MANUAL CORPORATIVO

### 4.1 INDICE

- Introducción
- La empresa
- Monograma
- Símbolo
- Logosímbolo
- Tipografía corporativa
- Tipografía secundaria
- Razón Social
- Los colores
- Composición cromática
- Proporciones del diseño
- Geometrización del diseño
- Papelería
- Tarjeta de presentación
- Hoja principal
- Sobre tamaño oficio
- Sobre tamaño oficio aéreo
- Sobre 30X23 cm.
- Folder tamaño carta
- Nota de remisión
- Mensaje Telefónico
- Factura
- Promocionales:
- Plumas
- Encendedores
- Llaveros
- Ceniceros
- Libretas
- Reloj de pared
- Vehículos

### 4.2 INTRODUCCION

La Imagen corporativa de LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S.A. DE C.V. se ha logrado gracias a un proyecto de diseño ahora establecido, y por eso es de gran importancia conocer a fondo éste manual.

Ahora nuestra empresa será reconocida gracias a la nueva Imagen representando la seriedad y calidad con que se trabaja y de los productos.

Es muy importante dar a conocer por medio del manual el control que se debe tener con la Imagen en cuanto a los elementos de diseño que la integran, formatos, colores, papeles, tipografía y en sí cada una de las características, incluyendo los elementos de papelería y los promocionales. Aquí aparecen todas las normas detalladas, especificaciones y ejemplos de cada elemento diseñado para evitar errores en la reproducción, en la impresión o en cualquier cambio que se le quiera hacer al diseño más adelante.

Este manual es únicamente de referencia y cualquier duda es necesario acudir al diseñador de la Imagen corporativa de LAISA.

#### **4.3. ¿COMO UTILIZAR EL MANUAL CORPORATIVO?**

Este manual contiene toda la información necesaria para la identidad corporativa de LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. de C.V.

Cuando se reproduzca cualquier artículo diseñado debe de hacerse tal cual se indique en el manual y si se llegara a diseñar cualquier otro artículo que no aparezca dentro del manual se deben de aplicar las normas preestablecidas y lo más cercano a las especificaciones de la identidad corporativa.

#### **4.4 LA EMPRESA**

LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S.A. DE C.V. es una empresa privada del ramo papero que se dedica a la fabricación de papel, de láminas acanaladas y de cajas de cartón corrugado. La empresa se localiza en la calle de Plásticos No. 27, Santa Clara, Estado de México, en el kilómetro 14.5 de la carretera México-Toledo.

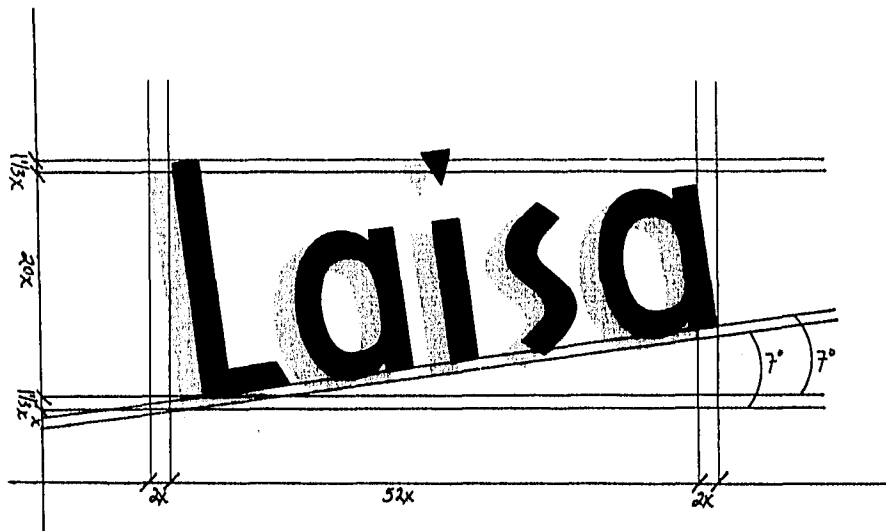
LAISA ha tenido dos imágenes diferentes a lo largo de su historia, es ahora, en 1994 cuando decide darle un nuevo enfoque a la empresa cambiando su imagen por otra nueva, diferente y capaz de comunicar a la gente todas sus características de servicio, trabajo y producción.

#### 4.5 MONOGRAMA

Un monograma son las iniciales del nombre de la empresa, LAISA son las iniciales de LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S.A. DE C.V.

El monograma tiene una inclinación de 7 grados hacia la izquierda formando una diagonal reflejando crecimiento y fuerza; la L está en mayúscula y aisa en minúsculas, todas están sombreadas reflejando el salir hacia arriba y adelante dejando huella. La letra L refleja con su ángulo de 90 grados los ángulos de las cajas de cartón, por eso es que aparece en mayúscula y el punto de la letra i aparece en forma de triángulo representando lo reciclable de sus productos, si se hubiera escrito todo en mayúsculas se perdería esta característica, por eso es que aisa aparece en letras minúsculas.

El monograma únicamente podrá aparecer en los colores antes mencionados o en escala de grises. El LAISA que aparece como sombra es una trama de 20% del color azul; nunca se podrán modificar sus posiciones.

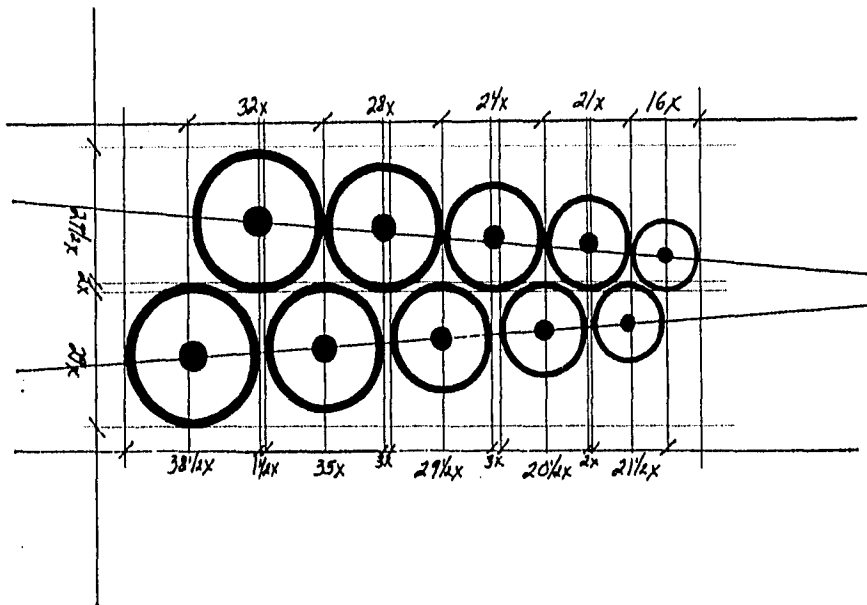


$$x = 3 \text{ mm.}$$

#### 4.6 SIMBOLO

Para poder crear este símbolo fue necesario ir a conocer la planta de LAISA, las máquinas de papel están conformadas principalmente de varios rodillos enormes por los cuales va pasando la mezcla hasta formar el papel. La idea de hacer el símbolo de estos rodillos se debió a que sin ellos no se puede fabricar el papel en esas máquinas de casi 100 metros de largo, y sin papel no se pueden fabricar ni láminas acanaladas ni cajas, se pueda decir que esos rodillos son la base de toda la producción de LAISA.

El símbolo únicamente podrá aparecer de color rojo o en el tono correspondiente a la escala de grises; siempre deben de aparecer los 10 rodillos, ni más ni menos, y jamás se puedan alterar las distancias y tamaños entre sí.



$$x = 1 \text{ mm.}$$



#### 4.7 LOGOSÍMBOLO

El logotipo es la unión del monograma con el símbolo formando un diseño visualmente equilibrado y agradable.

Este siempre deberá de aparecer como representante de la empresa y no por separado sus dos partes que lo conforman.

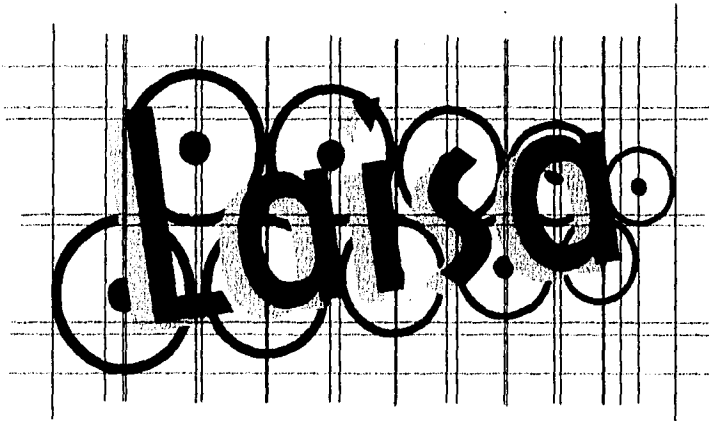
El logotipo únicamente puede aparcar del lado superior izquierdo en:

- hoja principal
- sobre tamaño oficio
- sobre aéreo tamaño oficio
- sobre 23X30 cm.
- nota de remisión
- mensaje telefónico
- factura

En la parte superior centrado en:

- tarjeta de presentación
- folder tamaño carta

Jamás se podrá poner en la parte inferior ni del lado derecho para cuidar el equilibrio e impacto visual.



#### 4.8 TIPOGRAFIA CORPORATIVA

La tipografía corporativa del monograma es Architecture (Arquitectura) Normal del Corel Draw 3.0 y su puntaje siempre va a ser constante en las reducciones del diseño.

La tipografía de la razón social es Avant Garde Book Normal (Corel Draw) al igual que la tipografía secundaria.

#### 4.9 TIPOGRAFIA SECUNDARIA

En todos los elementos de papelería o promocionales se utilizará la tipografía Avant Garde Book (Corel Draw), el puntaje depende del elemento que se esté analizando.

Jamás se pueden cambiar las fuentes tipográficas de ningún elemento.

#### 4.10 RAZON SOCIAL

En todos los casos deberá aparecer la razón social: LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S.A. DE C.V. junto con el logotipo, ya sea debajo de éste justificado a ambos lados o del lado derecho superior, dependiendo del elemento que se analice.

La razón social únicamente aparecerá debajo del logotipo en:

- sobre tamaño oficio
- sobre aéreo tamaño oficio
- folder tamaño carta
- tarjeta de presentación
- promocionales
- vehículos

Sólo aparecerá del lado superior derecho alineado a la máxima altura del logotipo en:

- hoja principal
- sobre 23X30 cm.

Y en la parte superior derecha pero alineado a la altura del primer círculo del lado izquierdo del logotipo en:

- nota de remisión
- mensaje telefónico
- factura

Avant Garde Book Normal

ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTUVWXYZ  
vwxyz123456  
7890

Architecture Normal

ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTUVWXYZ  
vwxyz123456  
7890

LAMINAS ACANALADAS INFINITA, S.A. DE C.V.

**Laisa**

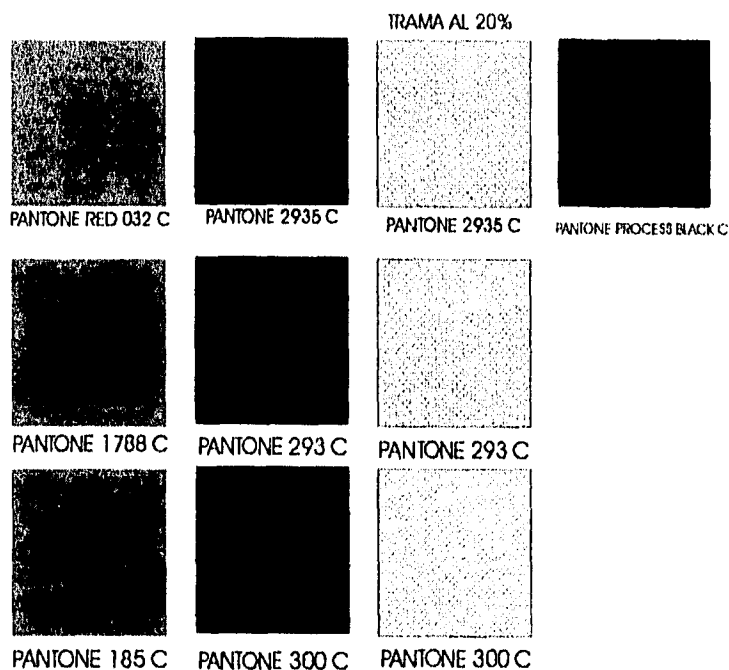
#### 4.11 LOS COLORES

Una de las características más importantes de cualquier diseño es el color.

En este caso se utilizarán el azul ( Pantone 2935 C ) y el rojo ( Pantone Red 032 C ) que son colores masculinos y vivos; y en caso de reproducciones en blanco y negro ( Pantone Process Black C ).

El azul simboliza el agua ( componente esencial para la fabricación de papel como materia prima ), limpieza y representa integridad, confianza, estabilidad y formalidad; el rojo es un color muy llamativo y simboliza poder, por ser un color dominante y capaz de atraer la atención tiene una poderosa influencia en la imagen de LAISA.

Estos colores tendrán que ser igualados al código de color PANTONE para cualquier aplicación del símbolo.

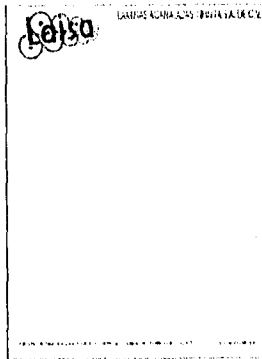


##### 4.11.1 COMPOSICION CROMATICA

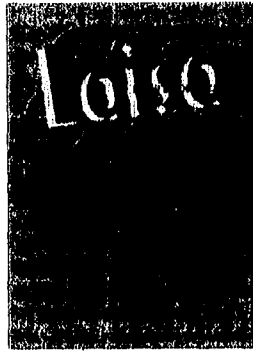
La aplicación de los colores deberá de ser única y exclusivamente como se muestra con los colores azul y rojo; en blanco y negro o gama de grises.

- fondo blanco o papel kraft o kraftcena.
- monograma color azul sombreado de la trama azul al 20%.
- símbolo color rojo.
- razón social azul.

HOJA DE PRESENTACION



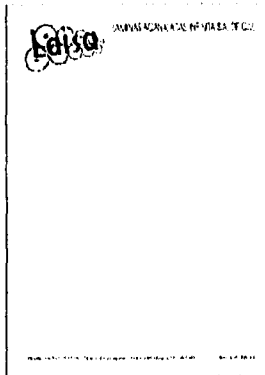
FOLDER



TARJETA DE PRESENTACION



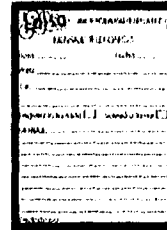
SOBRE 23X30 CM.



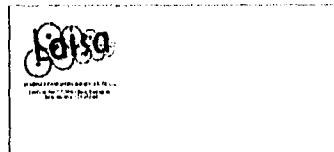
SOBRE TAMAÑO OFICIO



MENSAJE TELEFONICO



SOBRE AEREO TAMAÑO OFICIO



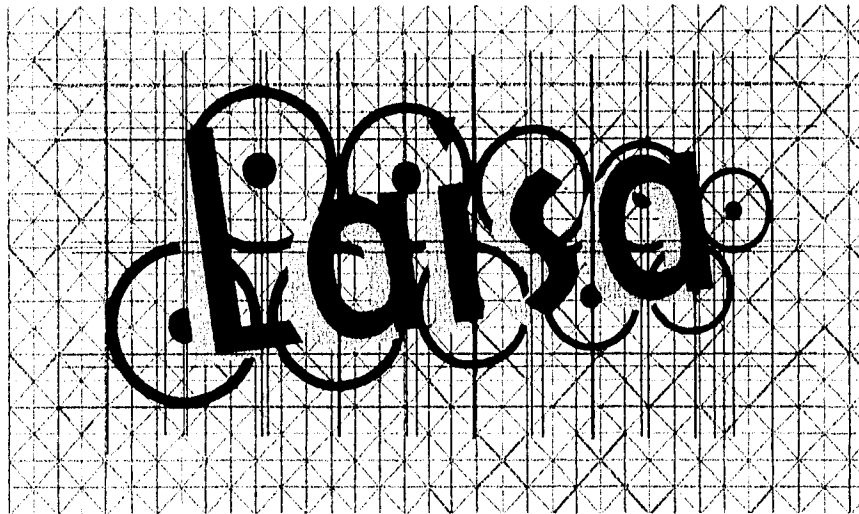
NOTA DE REMISION

FACTURA

4.12 PROPORCIONES DEL DISEÑO



4.13 GEOMETRIZACION DEL DISEÑO



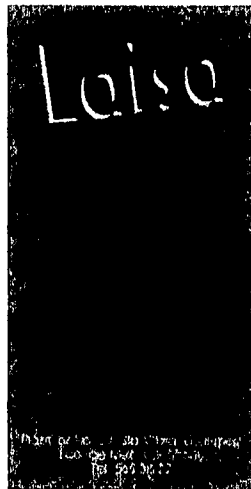
#### 4.14 PAPELERIA

Todos los elementos de papelería deberán traer consigo la imagen de la empresa.

Para llevar siempre una uniformidad es necesario imprimir en serigrafía o en offset, dependiendo el caso; para evitar cualquier problema de impresión más adelante se muestran los originales mecánicos a escala de cada uno de los elementos.

- tarjeta de presentación
- hoja principal
- sobre tamaño oficio
- sobre tamaño oficio aéreo
- sobre 30 X 23 cm.
- folder tamaño carta
- nota de remisión
- mensaje telefónico
- factura

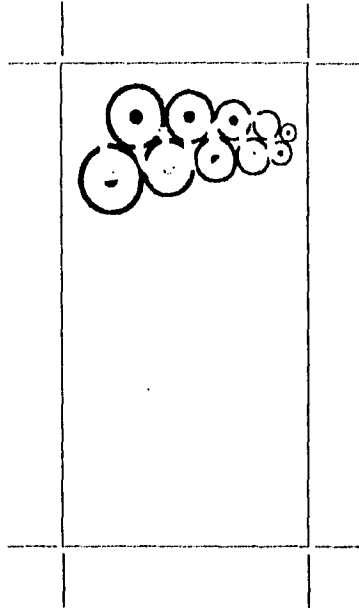
#### 4.14.1 TARJETA DE PRESENTACION



MATERIAL: PAPEL KRAFTCENA  
GRAMAJE: 300gr.  
MEDIDAS: 5 X 9 cm.  
TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
PUNTAJE: 12, 10 y 7.5 pts.



TARJETA DE PRESENTACION



**Laisa**

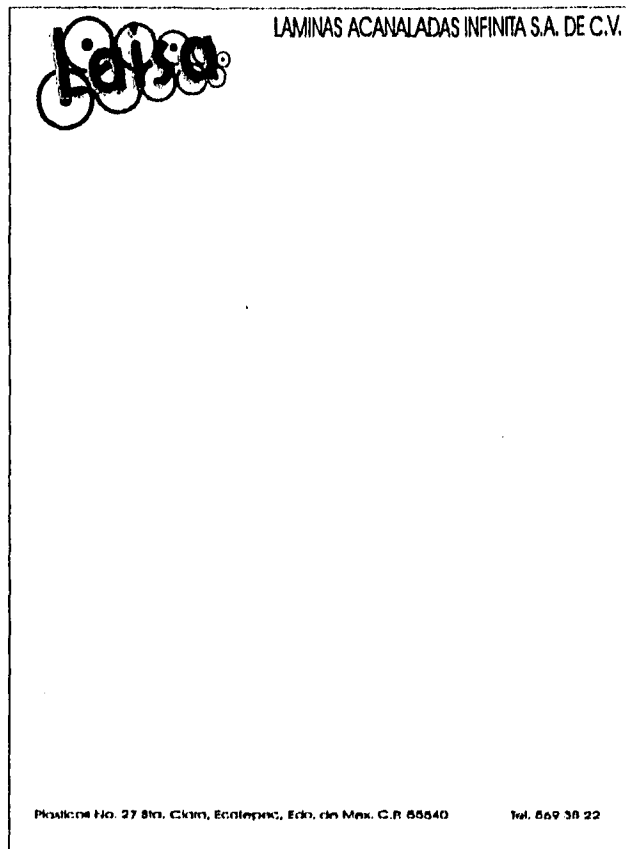
Pública No. 27, Sta. Clara, Ecatepec  
Edo. de Mex., C.P. 55540  
Tel: 569 38 22

**Laisa**

LAMINAS ACANALADAS INFIMA, S.A. DE C.V.

Nombre de la persona  
PUESTO

4.14.2 HOJA PRINCIPAL



PAPEL: BOND  
GRAMAJE: 36 gr.  
MEDIDAS: 21.5 X 28 cm.  
TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
PUNTAJE: 24.5 y 9 pts.

HOJA PRINCIPAL



HOJA PRINCIPAL

**Laisa**

LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.

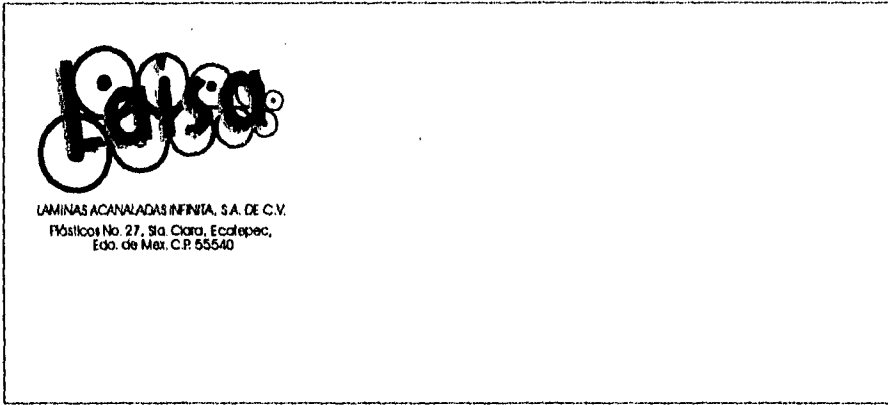
Plóticas No. 27 Bta. Clara, Ecatepec, Edo. de Mex. C.P. 55840

Tel. 549 36 92

HOJA PRINCIPAL

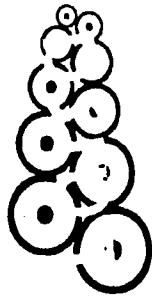
**Laisa**

4.14.3 SOBRE TAMAÑO OFICIO



PAPEL: BOND  
GRAMAJE: 36 gr.  
MEDIDAS: 10,5 X 23,5 cm.  
TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
PUNTAJE: 10 pts.

SOBRE OFICIO



SOBRE OFICIO

**Laisa**



SOBRE OFICIO

**Laisa**

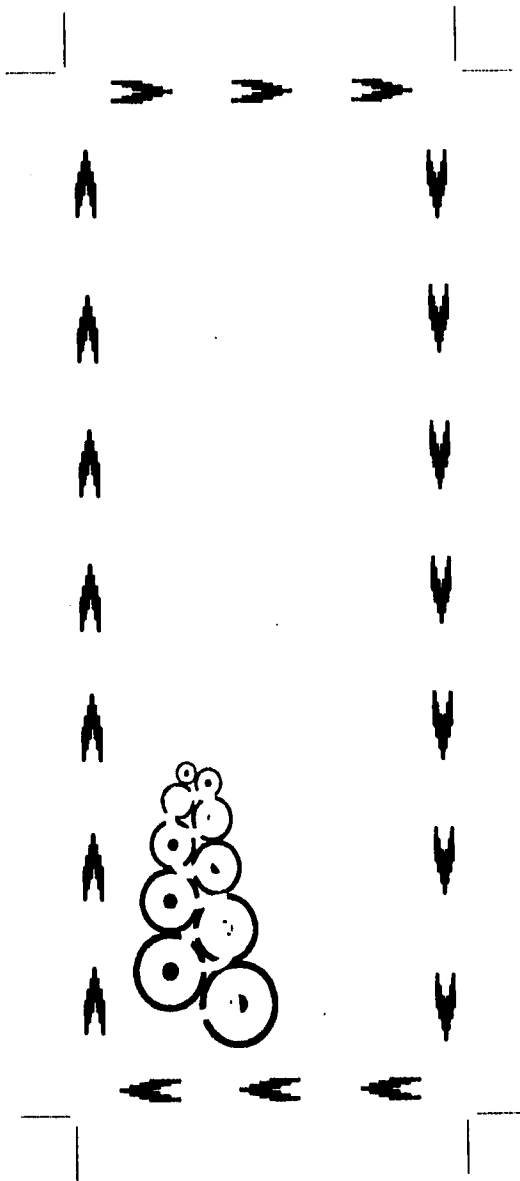
LAMINAS ACANALADAS INFERIA, S.A. DE C.V.  
P.O. Box 27, Sta. Clara, Ecatepec,  
Edu. Mex. C.P. 55540

#### 4.14.4 SOBRE TAMAÑO OFICIO AEREO



PAPEL: BOND  
GRAMAJE: 36 gr.  
MEDIDAS: 10,5 X 23,5 cm.  
TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
PUNTAJE: 10 pts.

SOBRE OFICIO AEREO

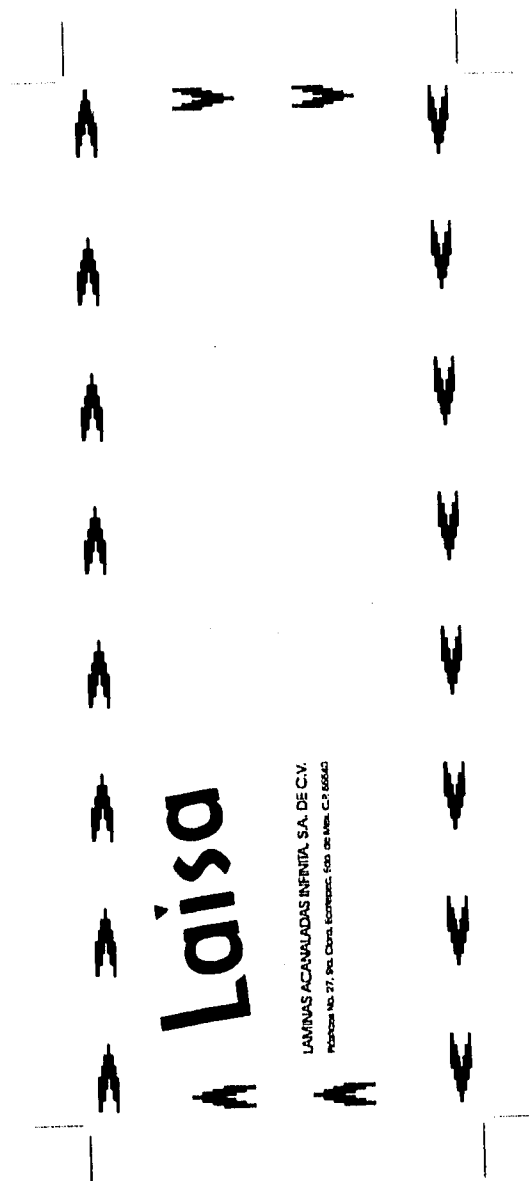


SOBRE OFICIO AEREO

ESTA TESTA NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

**Laisa**

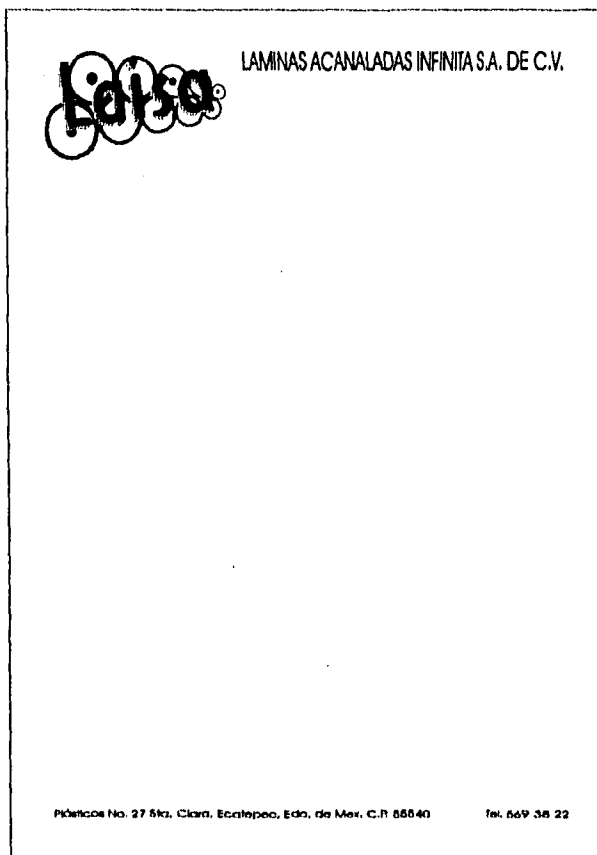
SOBRE OFICIO AEREO



**Laisa**

LAMINAS ACARBUADAS INFINITA S.A. DE C.V.  
Paseo No. 27, 9to. Piso, Edificio, Edo. de Mex. C.P. 06540

4.14.5 SOBRE 30 x 23 CM.

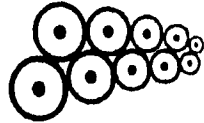


PAPEL: BOND  
GRAMAJE: 36 gr.  
MEDIDAS: 23 X 30 cm.  
TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
PUNTAJE : 25.5 y 9 pts.

SOBRE



SOBRE





SOBRE

**Laisa**

SOBRE

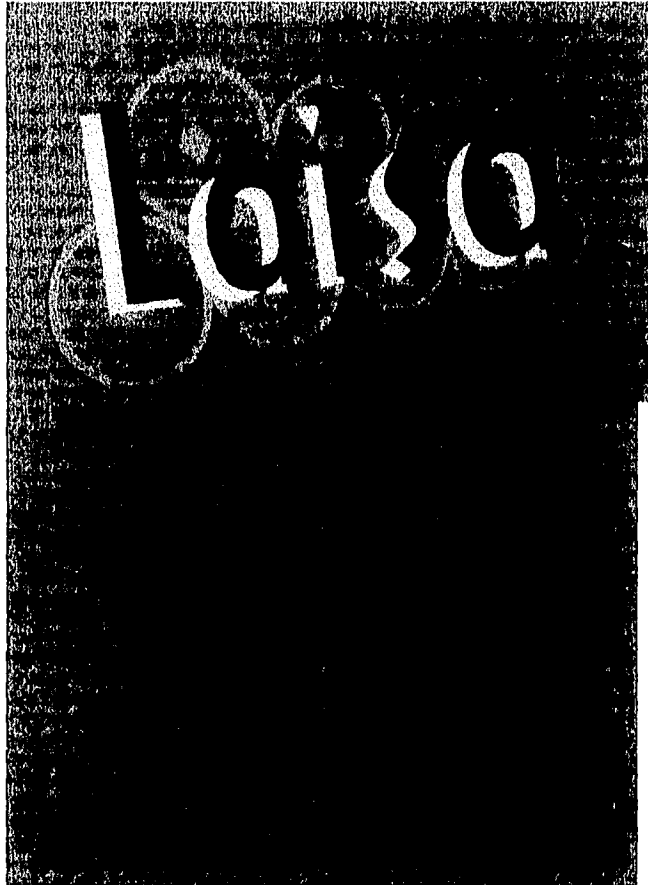
**Laisa**

LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.

Pórtico No. 27 Sta. Clara, Ecatepec, Edo. de Mex. C.P. 55640

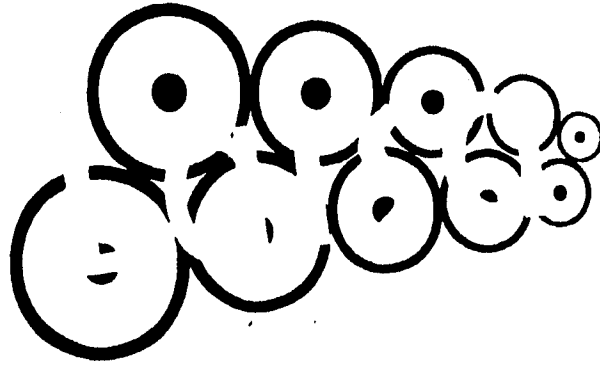
Tel. 569 38 22

4.14 6 FOLDERTAMAÑO CARTA



MATERIAL: PAPEL KRAFTCENA  
GRAMAJE: 300 gr.  
MEDIDAS: 22.5 X 30 cm.  
TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
PUNTAJE: 56.5 y 20.5 pts.

FOLDER



FOLDER

**Laisa**


FOLDER

# Laisa

LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.

Plásticos No. 27 Sta. Clara, Ecatepec, Edo. de Mex., C.P. 55540

4.14.7 Nota de remisión



**LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.**  
PLANTA No. 27 No. Calle Brindley, 141, 14100 CA BARRIO  
 TEL 849 2822

REG. FED. COPIE LAI 480221-1142 REG. CAM. NAJ. DE TRANS. No. 1945

		REMISION PAJ
		LUGAR DE EMISION
		FECHA
		REC. A QUIEN SE EMITE
NUMERO DE PEDIDO	SU PEDIDO	VA DE EMBARQUE

CANTIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	UNIDAD	

IMPORTE CONTRA

	<p>LA MERCANCIA QUE AMPARA ESTA REMISION EL CLIENTE              LA ACEPTA EN CONCORDANCIA CON SU TOTAL DIRECCION</p>						
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">ORIGINAL</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">SUB TOTAL</td> </tr> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%; text-align: center;">MAS IVA</td> </tr> <tr> <td style="width: 50%;"></td> <td style="width: 50%; text-align: center;">TOTAL</td> </tr> </table>	ORIGINAL	SUB TOTAL		MAS IVA		TOTAL
ORIGINAL	SUB TOTAL						
	MAS IVA						
	TOTAL						

PAPEL: BOND CON TRES COPIAS  
 GRAMAJE: 36 GR.  
 MEDIDAS: 14X 21.5 cm  
 TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
 PUNTAJE: 7, 9 Y 10 PTS.

NOTA DE REMISION





NOTA DE REMISION

**Laisa**

NOTA DE REMISION

**Laisa** LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.  
Platanos No. 57 No. Centro, Guataper, Tlax., Tlax. Mex. C.P. 40400 Tel. 847 26 22

REMISION No.

REG. FED. CONE. LN-480221-1112 REG. CAM. NAJ. DE TRANSF. No. 1945

	LUGAR DE EMISION <input type="text"/>	FECHA <input type="text"/>
	RECIBO A QUIEN SE EMITE <input type="text"/>	

NUMERO DE PEDIDO	SU PEDIDO	VIA DE EMBAQUE

CANTIDAD	CANTIDAD	UNIDAD	CODIGO	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	IMPORTE

IMPORTE CON LETRA

LA MERCANCIA QUE ANTERA SEA REMISION EL CLIENTE LA ACEPTA EN COMPLETO HASTA SU TOTAL ENTREGACION

	SUB TOTAL
	IMPORTE IVA
	TOTAL

ORIGINAL

4.14.8 Mensaje telefónico

**Latso** LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.  
MENSAJE TELEFONICO

Hora: ..... Fecha: .....

Para: .....

De: .....

Regresar la llamada  Volverá a llamar

MENSAJE: .....

.....

.....

.....

.....

.....

Recibido por: .....

PAPEL: BOND  
GRAMAJE: 36 GR.  
MEDIDAS: 10X15 cm.  
TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
PUNTAJE: 25 pts.

MENSAJE TELEFONICO



MENSAJE TELEFONICO

Laisa

MENSAJE TELEFONICO

**Laisa**

LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.

MENSAJE TELEFONICO

Hora: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Para: \_\_\_\_\_

De: \_\_\_\_\_

Regresar la llamada  Volverá a llamar

MENSAJE: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_


\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Recibido por: \_\_\_\_\_

4.14.9 Factura



**LAMINAS ACANALADAS INFINITA S.A. DE C.V.**  
Planta No. 27 Pte. 13 Ave. El Compadre S/N. Pte. 13 Sta. C. R. 84810 Tel. 849 28 27

REG. FED. COM. LAI-480221-112 REG. CAM. NAJ. DE TRANSF. No. 1945

FACTURA No.
-------------

LUGAR DE EXPEDICION	FECHA
B/C A QUIEN SE EXPIDE	

NUMERO DE PEDIDO
------------------

SU PEDIDO
-----------

VA DE EMBARQUE
----------------

CANTIDAD MATERIAL	CANTIDAD BASE	UNIDAD	CODIGO	DESCRIPCION	PRECIO UNIDAD	VALOR

IMPORTE CON LETRA
-------------------

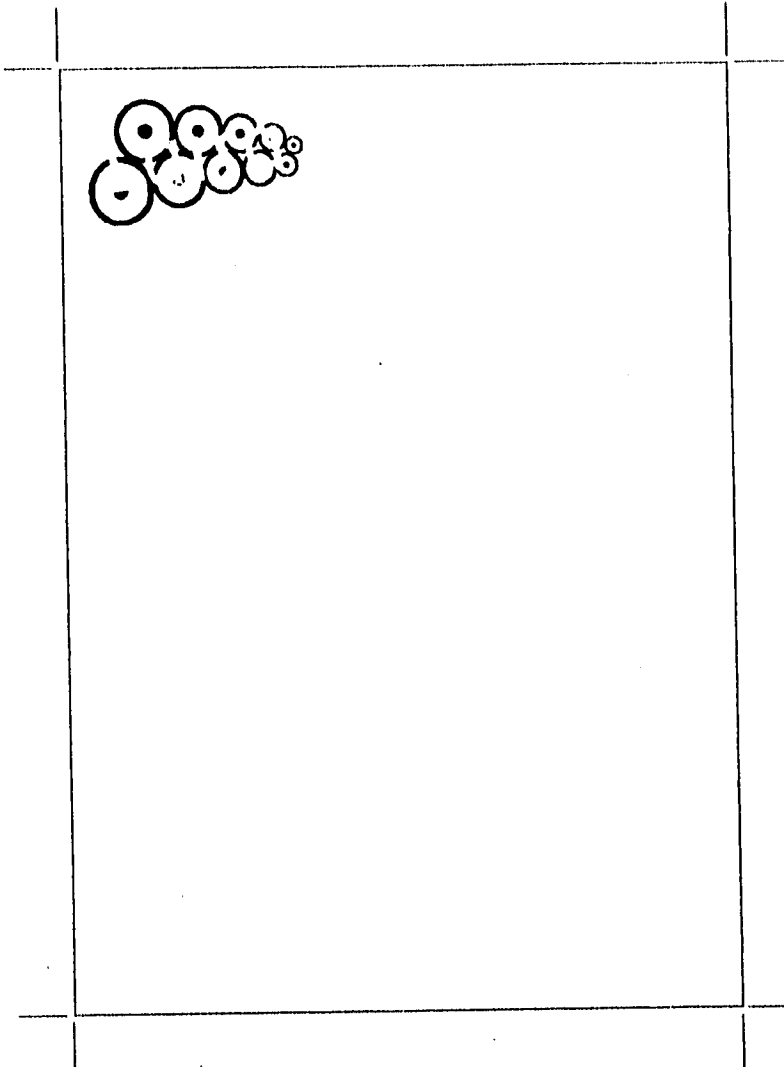
LA MERCANCIA QUE AMPARA ESTA REMISION EL CLIENTE  
 LA ACEPTA EN COMODATO HASTA SU TOTAL LIQUIDACION

ORIGINAL

SUB TOTAL
MAS IVA
TOTAL

PAPEL: BOND CON TRES COPIAS  
 GRAMAJE: 36 GR.  
 MEDIDAS: 21.5X28 cm  
 TIPOGRAFIA: AVANT GARDE BK BT  
 PUNTAJE: 7, 9 Y 10 PTS.

FACTURA





FACTURA

**Laisa**

FACTURA

# Laisa

LAMINAS ACANALADAS INFINTA S.A. DE C.V.

Periferico No. 27 Bm. Ciudad Ecatepec, S de L. AM. C. P. 88603 Tel. 569 26 28

FACTURA No.

REG. FED. CONF. LN 480221-1172 REG. CAM. NAL. DE TRANS. No. 1945

LUGAR DE EXPEDICION	FECHA
R.F.C. A QUE SE EXPIDE	
<input type="text"/>	

NUMERO DE PEDIDO	SI PEDIDO	VIA DE EMBAQUE
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

CANTIDAD MATERIA PRIMA	CANTIDAD BUNDA	UNIDAD	COLOR	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

IMPORTE CON LETRA

LA MERCANCIA QUE ANIMARA ESTA REMISION EL CLIENTE  
LA ACEPTA EN CONCORDANCIA NUESTRA SU TOTAL UTILIZACION

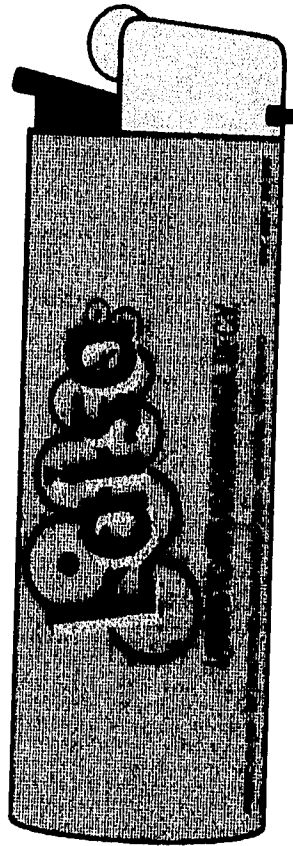
ORIGINAL

SUB TOTAL
MAS IVA
TOTAL

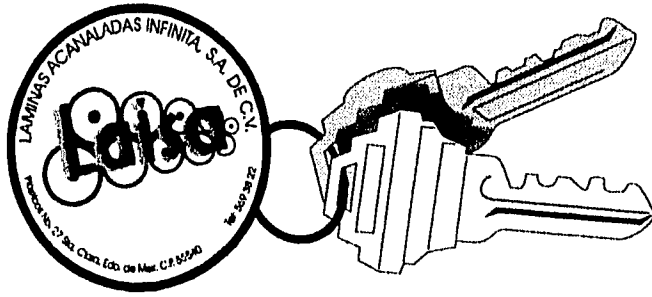
4.15 PROMOCIONALES  
4.15.1 Plumas



4.15.2 Encendedores



4.15.3 Llaveros



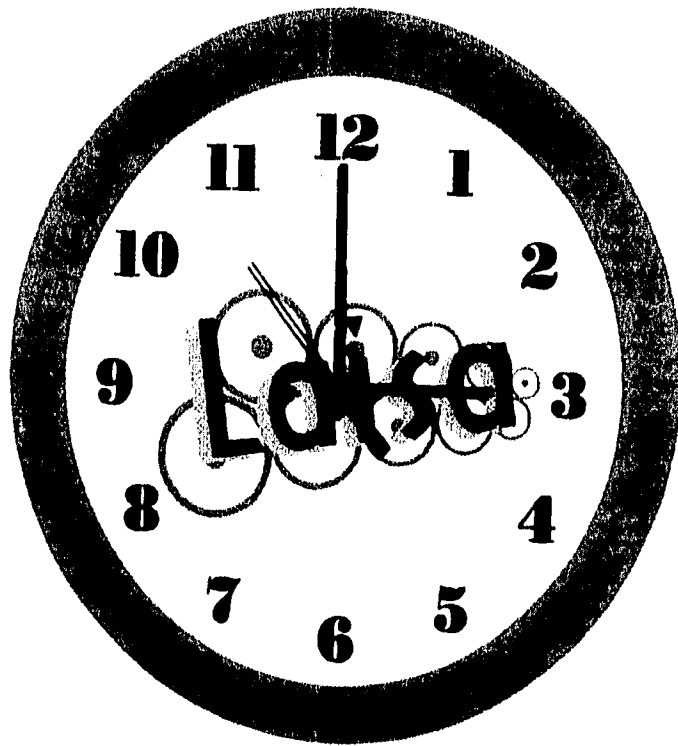
4.15.4 Ceniceros



4.15.5 Libretas

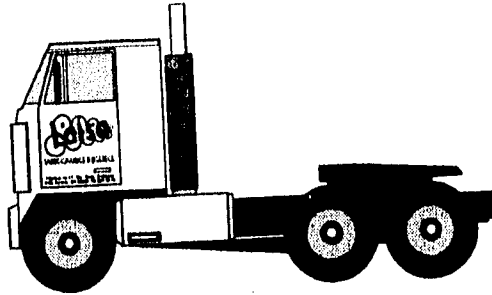


4.15.6 Reloj de pared





4.16 Vehículos



#### **COTIZACIÓN DEL DISEÑO**

**Para la elaboración de la imagen corporativa de LAISA (Láminas Acanaladas Infinita S.A. de C.V.) se llevó a cabo éste proyecto que tendrá un costo de:**

- 30% del bocetaje que incluye las diferentes alternativas o diseños de cada uno de los elementos tanto de la imagen como de la identidad corporativa.
- 15% de la elaboración de los domis impresos por computadora, incluyendo todo el trabajo en general computarizado.
- 55% de la elaboración de los originales mecánicos de cada uno de los elementos de la papelería ya listos para impresión.
- De la cotización que aparece a continuación de la imprenta Marketing y Publicidad de México a demás de incluir el I.V.A. se debe de contar con un 20% extra para el diseñador gráfico del proyecto.
- La forma de pago será de un 50% de anticipo y el otro 50% al entregar el manual corporativo junto con los originales mecánicos y si se desea también el material impreso.

De acuerdo a la platica sostenida con usted, presentamos la siguiente cotización.

\*Impresión de 100 tarjetas de presentación de 5 X 9 cms. a 3 tintas en serigrafía sobre papel kraftena de 300 kgs.  
N\$155.00 más el papel

\*5000 hojas membretadas en papel bond de 36 kgs. a dos tintas en offset, tamaño carta.  
N\$950.00

\*3000 sobres membretados en papel bond de 36 kgs. a dos tintas en offset, tamaño oficio.  
N\$4,360.00

\*1000 sobres aereos a dos tintas en offset.  
N\$ 1,100.00

\*1000 sobres bolsa de 23 X 30 cms. a dos tintas en offset, tamaño oficio.  
N\$2,092.00

\*1000 sobres bolsa de 23 X 30 cms. a tres tintas en serigrafía, tamaño oficio.  
N\$4,800.00

\*3000 folders tamaño carta en papel kraftena de 300 gr. impresos a dos tintas en serigrafía.  
N\$6,650.00  
a tres tintas  
N\$7,500.00  
(el precio del papel puede variar)

\*5000 remisiones en papel bond de 36 kg. original y tres copias de 14 X 21.5 cms. en offset a dos tintas.  
N\$1695.00

\*1000 mensajes telefonicos en papel bond de 36 kg. de 10 X 15 cm. a dos tintas en offset  
N\$720.00

\*1000 facturas en papel bond de 36 kg. de 21.5 X 28 cm. original y tres copias a dos tintas en offset.  
N\$ 1230.00

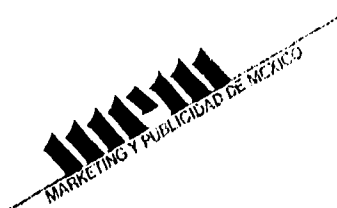
\*Los artículos promocionales varían de acuerdo al tamaño del artículo.  
Pero un precio aproximado basado en 100 artículos de cada uno sin incluir el artículo sería:  
plumas: N\$ 1.00 por tinta por artículo  
encendedores: N\$1.00 por tinta por artículo  
llaveros: N\$1.00 por tinta por artículo  
ceniceros: N\$1.00 por tinta por artículo

\*La rotulación depende del tamaño del mismo, pero proporcionaremos el precio por cm2 de vinil reflejante que es el que se utiliza para trailers y montacargas. El precio puede disminuir en volumen.  
N\$0.20 cm2  
N\$50.00 por hora de colocación

Gracias por su preferencia

**ipsograph**

110



Ciudad Constitucionale, B-18 Linnain  
 Zona Azul C14 Sur, Edo. de Mexico  
 Tels: 552-05-11 / 552-00-74

**PRESUPUESTO 375**

CLIENTE: **EMPRESA ACABALADO DE INGENIERIA, S.A. DE C.V.**  
 TEL: 55-73-7435

ESPECIFICACION:

FECHA: **2 DE JUNIO DE 1995.**

A IN: **Lic. Alberto Labatón.**

Tenemos el agrado de someter a su estimable consideración el siguiente presupuesto:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
500	TARJETAS (SIN PAPEL) 3 TINTAS SEPIGRAFIA.		\$5,000.00
5000	HOJAS RECTANGULAS EN PAPEL BOND DE 80 KGS. IMPRESAS A 3 TINTAS OFFSET.		\$50,000.00
5000	SIGNALES RECTANGULAS EN PAPEL BOND DE 80 KGS. IMPRESOS A 2 TINTAS OFFSET.		\$50,000.00
1000	COPIAS AERIAS IMPRESOS A 2 TINTAS OFFSET PAPEL BOND DE 80 KGS.		\$10,000.00
1000	COPIAS BOLSA 230X30 CMS. IMPRESOS A 3 TINTAS SEPIGRAFIA.		\$10,400.00
1000	PLANCHAS TAMPADO 1/4" (SIN PAPEL) IMPRESOS A 2 TINTAS SEPIGRAFIA.		\$5,950.00
1000	FUNDERS TAMPADO CARTA (SIN PAPEL) IMPRESOS A 3 TINTAS SEPIGRAFIA.		\$6,950.00
200	PLUMAS (STYLUS MOD. 130) 3 TINTAS SEPIGRAFIA.		\$5,000.00
200	PLUMAS (STYLUS NEGROS) 3 TINTAS SEPIGRAFIA.		\$5,000.00
100	GENERICOS CUADRADOS DE 4 CM. OPACOS TRANSPARENTES 3 TINTAS.		\$5,000.00
100	CUBOS DE PAPEL DE 4 CM. CON MARCA DE AGUA EN CADA HOJA.		\$5,000.00
100	CUADROS TRANSPARENTES (MODELO ECTEC) 3 TINTAS.		\$5,000.00

A ESTOS PRECIOS SE LES AGREGARA EL I.V.A. CORRESPONDIENTE.

Tiempo de entrega: .....

Condiciones de pago: **50% DE ANTE PAGO Y RESTO A LA ENTREGA.**

El precio sujeto a cambio debido a fluctuaciones en los costos de los materiales y otros precios de los  
 insumos, siempre se le agregará el impuesto correspondiente.

Observaciones: **EN LOS CASOS EN QUE EL CLIENTE REPRODUCE MATERIAL SE REQUIERE UNA MARCA DEL 10%**

L.C.F. GRACIA A DE LA  
 P.E.S.

## CONCLUSIONES

Durante la realización de este proyecto se dio a conocer la importancia de toda empresa de tener su Identidad Corporativa por ser un elemento esencial capaz de hablar por sí solo en cuanto a las características empresariales.

Durante el análisis y estudio a cerca del color, forma y tipografía se logró diseñar para Láminas Acanaladas Infinita, S.A. de C.V. una imagen diferente a la anterior capaz de cumplir con todas las características y resolviendo sus necesidades. Después de haber estudiado las diferentes imágenes de la competencia se obtuvo como resultado algo diferente y novedoso sin caer en las mismas ideas, logrando así que LAISA esté en el mercado ante la competencia y ante sus clientes como una empresa de cambio, diferente, novedosa y seria en su trabajo y calidad de sus productos.

Una de las necesidades de LAISA era que su nueva imagen fuera funcional y duradera, esto se logró gracias a que el diseño tiene los colores representativos de la materia prima de sus productos junto con la simbología y psicología de sus colores; el símbolo que se maneja es la base de la fabricación del papel, lámina y cajas de cartón, caracterizados también en el tipo de papel que se va a emplear en la papelería. Unido todo esto a los promocionales, LAISA está lista para salir al mercado a cumplir una nueva meta.

#### BIBLIOGRAFIA

- COOK Alton, Robert Fleury, *Type & Color*, Rockport Publishers, 3a. edición, Rockport Massachusetts, 1991, 157 p.
- DONDIS, D.A., *La sintaxis de la imagen*, Ed. Gustavo Gili, S.A., 8a. edición, Barcelona, España, 1990, 211 p.
- MERCADO, Fernando, *Manual de Identidad Corporativa*, Tesis, Universidad Iberoamericana, México, D.F., 1976.
- MURPHY John, Michael Rowe, *Como diseñar marcas y logotipos*, Ed. Gustavo Gili, S.A. de C.V., 3a. edición, Barcelona, España, 1992, 144 p.
- ROTH Lászlo, George L. Wybenga, *The Packaging Designer's Book of Patterns*, Ed. Van Nostrand Reinhold, 1991, New York, U.S.A., 487 p.
- SWANN Alan, *El color en el diseño gráfico*, Ed. Gustavo Gili, S.A. de C.V., Barcelona, España, 1993, 144 p.
- TURNBULL T. Arthur, Russell N. Baird, *Comunicación Gráfica*, Ed. Trillas, México, 1992, 429 p.