



UNIVERSIDAD DON BOSCO

VICERRECTORÍA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

REDISEÑO Y UNIFICACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA VISUAL

PARA IMPRESOS MÚLTIPLES S.A. DE C.V.

PARA OPTAR AL GRADO DE MAESTRO DE DISEÑO GRÁFICO

MODALIDAD PROYECTO DE APLICACIÓN

PRESENTADO POR:  
JEAQUELINE LISSETTE MOLINA AYALA

ANTIGUO CUSCATLÁN, LA LIBERTAD, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA  
MARZO, 19 DEL 2011.

# ÍNDICE

---

## 1. Diagnóstico

---

## 2. Recopilación de la información

### 2.1 Historial de la empresa

Situación actual  
Misión  
Visión  
Políticas de calidad  
FODA  
Análisis de la identidad visual actual.

### 2.2 productos y servicios

### 2.3 Uso de la imagen gráfica

---

## 3. Análisis de la competencia

### 3.1 Tendencias, imagen visual

---

## 4. Identificación de la problemática

### 4.1 Análisis de la problemática

### 4.2 Árbol de problemas

---

## 5. Alcances y limitaciones.

---



# ÍNDICE

---

## 6. Propuesta de la solución a la problemática

6.1 Objetivo general y objetivos específicos

6.2 Brief de la imagen gráfica

6.3 Proceso

Brainstorming  
Bocetos  
Ideas preliminares  
Ideas digitalizadas  
Idea final

---

## 7. Identidad corporativa

7.1 Introducción

7.2 Concepto

7.3 Isologo

7.4 Logotipo

7.5 Isotipo

7.6 Tipografía

7.7 Área de seguridad

7.8 Escala

7.9 Paleta cromática

7.10 Variaciones

---



# ÍNDICE

---

## 8. Manual de usos correctos e incorrectos de la identidad corporativa

- 8.1 Isologo
- 8.2 Construcción del isotipo
- 8.3 Construcción del logotipo
- 8.4 Tipografía
- 8.5 Área de seguridad
- 8.6 Usos del isologo

Permitidos  
No permitidos

### 8.7 Sistema de aplicaciones

#### 8.7.1 Medios Impresos

Papelería corporativa  
Publicaciones  
Impresiones promocionales

#### 8.7.2. Medios Digitales

Sitio Web  
Plantilla para presentaciones en  
Power point

#### 8.7.3. Aplicaciones 3D

Artículos promocionales  
Vehículos

---

## 9. Conclusiones

---

## 10. Anexos



## INTRODUCCIÓN

Esta propuesta de imagen corporativa, ha sido creada con referencia y guía de normas básicas para la correcta y unificada utilización de los elementos gráficos que conforman la identidad corporativa de Impresos Múltiples S.A. de C.V.

El proyecto fue seleccionado a partir de la necesidad de Impresos Múltiples de unificar su imagen y lograr una identidad corporativa sólida y estable.

La identidad corporativa se crea a través de la imagen corporativa que recoge las constantes gráficas, cromáticas y tipográficas que fijan la personalidad y estilo de la organización, como la normativa aplicable a las mismas.

Una imagen corporativa clara y homogénea se proyecta sobre la actividad de la empresa, tanto en los espacios públicos como en las comunicaciones internas y crea en este aspecto, la identificación de los mismos empleados con la empresa.

Esta propuesta de manual de usos de la imagen corporativa visual de Impresos Múltiples, es una herramienta indispensable y de obligado seguimiento para la aplicación de los elementos que se definen en la propuesta.

Cualquier uso de estos elementos de forma distinta a las expuestas en este manual de usos, se considera incorrecta.

A pesar que este manual se presenta de una manera elemental, se busca abarcar las formas de utilización de los elementos gráficos corporativos como para medios digitales y en línea, así como también, para medios impresos.

Por lo tanto, al seguir las consideraciones antes expuestas se espera lograr una repetición constante de la marca y de la imagen en general. Ello traerá como consecuencia el poseer la imagen ante la audiencia.

## 1. DIAGNÓSTICO

Impresos Múltiples (IM), es una empresa dedicada a brindar servicios de Artes Gráficas en sistemas de impresión offset y digital. Al mismo tiempo, ofrece una variedad de productos para satisfacer las exigencias y necesidades de sus clientes.

Impresos Múltiples, es una sociedad que cuenta con 18 años de experiencia en el servicio de impresiones. Actualmente se encuentra en expansión y su ámbito de actuación es a nivel local (San Salvador), pero no descartan la idea que su mercado se extienda a nivel nacional.

Algunas de las ventajas competitivas que esta imprenta posee son: una atención personalizada, según las necesidades y deseos de los clientes en los servicios y productos que ofrece, optimización del tiempo en los procesos de cotizaciones, aprobaciones y producción, precios razonables, calidad de productos finales, entregas a tiempo y diferentes opciones de pago.

Mediante un diagnóstico realizado a Impresos Múltiples, a través de entrevistas, información impresa y sus antecedentes, se ha podido identificar que la identidad corporativa que actualmente posee la empresa no refleja una relación directa con el mercado de las impresiones; tampoco se visualiza unión gráfica entre los logos anteriores para que pueda posicionarse por su propia imagen, ya que es la forma en la que el público percibe el significado de la empresa.

A lo largo de sus 18 años de existencia, la empresa ha experimentado grandes cambios en su imagen gráfica (colores, formas...),<sup>1</sup> y a pesar de contar con dichas estrategias, no ha logrado mantener una identidad establecida, única y permanente que demuestre su calidad y prestigio.

Por otra parte, un aspecto que se puede mencionar como debilidad en Impresos Múltiples, es el hecho de no poseer un sitio web, que cumpla con las funciones básicas de promoción para una empresa.

Impresos Múltiples, necesita cumplir con las necesidades que el mercado actual demanda para lograr una mayor proyección, esto implica la incursión en los nuevos medios de comunicación como las nuevas tecnologías.

Ya que para (IM), no solo es importante el mercado local sino también, tener una visión en el mercado nacional.

---

Ver en “Propuesta de la solución a la problemática”, Antecedentes.

## 2. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

### 2.1 Historial de la empresa

#### *Situación actual*

Impresos Múltiples, como ya se ha mencionado anteriormente, no posee una identidad visual establecida, la empresa ha experimentado 3 cambios en su imagen gráfica en cuanto a las formas, los colores y las tipografías.

La empresa desea realizar un nuevo cambio de imagen, pero de una forma más acertada y relacionada a su misión y visión.

#### *Misión*

Enfocar nuestro potencial a garantizar la satisfacción de nuestros clientes, a través de productos y servicios de calidad, mediante la mejora continua de procesos de producción y recurso humano ético y profesional.

#### *Visión*

Mantener e incrementar nuestro liderazgo en la industria gráfica, utilizando los avances tecnológicos y logrando así, servicios integrales de impresión.

#### *Políticas de calidad*

“...en Impresos Múltiples nos esforzamos por satisfacer a nuestros clientes, contando con personal comprometido y bajo un enfoque de mejora continua en todos los procesos...”

#### **FODA**

A continuación se presenta un análisis del diagnóstico de los aspectos positivos (fortalezas) que la empresa puede aprovechar y de los aspectos negativos (debilidades) que la empresa debe corregir para mejorar su funcionamiento.

#### *Fortalezas*

Impresos Múltiples posee una gran fortaleza, ser miembro de ACOASEIG Asociación Cooperativa de Ahorro, Crédito, Aprovechamiento y Comercialización de Empresarios de la Industria Gráfica de R. L.<sup>2</sup>

Una asociación importadora y distribuidora de papel, que busca la optimización de los procesos de impresión de sus asociados, por medio de la unión y la cooperación.

Impresos Múltiples por lo tanto, es su propio importador de papelería para su consumo evitándose procedimientos de compra y optimizando el tiempo de los procesos y mejorando los tiempos de entrega.

<sup>2</sup> Ver en “[www.acoaceig.com.sv](http://www.acoaceig.com.sv)”

Los representantes de la empresa, participan anualmente a la feria de imprentas, un evento realizado en distintos lugares en los Estados Unidos<sup>3</sup>, donde su fin es, ayudar a las Industrias Gráficas de Latinoamérica especialmente, a crecer en cuanto a su maquinaria y por ende, en sus capacidades y oportunidades en el ámbito de las impresiones.

#### *Debilidades*

La mayor debilidad de Impresos Múltiples encontrada a través del diagnóstico, es la falta de unidad y razón en su identidad corporativa, ya que posee una estructura informal para lo que la empresa desea transmitir a través de ella.

Las nuevas tecnologías son muy importantes para una empresa que desea desenvolverse efectivamente en la sociedad actual, por lo tanto, el hecho que la empresa no posea un sitio web, y no se promoció en las redes sociales, genera una debilidad muy grande para su desarrollo, pues la sociedad y el mercado comercial están girando cada vez más alrededor de éstas estrategias de comunicación y promoción.

Los recursos humanos, económicos y el factor tiempo, son aspectos que no permiten que la empresa se desarrolle plenamente y utilice todas las herramientas disponibles para promocionarse a gran escala.

#### *Oportunidades*

Las oportunidades se visualizan como elementos del entorno que favorecen el funcionamiento de Impresos Múltiples, a continuación los grandes ámbitos de oportunidad:

El prestigio y el reconocimiento de la empresa crecen día a día, gracias a la calidad de sus productos finales y eso permite que su expansión en el mercado de las impresiones y sea del conocimiento de más empresas que necesiten de los servicios y productos que la empresa ofrece.

Las empresas que ya han comprobado la calidad de trabajos de Impresos Múltiples, recomiendan a sus empresas amigas o personas particulares trabajar con ellos.

La empresa ha trabajado en diferentes ocasiones con licitaciones demandadas por algunos ministerios del Estado, para poder optar a una licitación, las empresas deben someterse a diversas evaluaciones, Impresos Múltiples ha logrado superar las evaluaciones satisfactoriamente y le ha permitido trabajar para dichas instituciones, brindando sus servicios de impresión.

Impresos Múltiples adquiere nueva maquinaria anualmente<sup>4</sup>, esto le permite agilizar los procesos, trabajar mayores cantidades de impresiones, brindar más fuentes de trabajo y aumentar su oferta de productos y servicios.

3 Expo/conferencia de la imprenta/Washington 2010/ [www.bvents.com/es/ca-printing](http://www.bvents.com/es/ca-printing)

4 Ver en FODA "Fortalezas"

### *Amenazas*

Se trata de partes del entorno que obstaculizan o que pueden dificultarle a Impresos Múltiples, la obtención de sus metas, a continuación las amenazas encontradas.

Cada vez en el mercado de las impresiones en El Salvador, nacen nuevas empresas que brindan servicios de impresiones digitales y offset, esta situación crea cada vez más competencia directa para Impresos Múltiples y puede volver difícil su posicionamiento ante estas nuevas ofertas.

El nacimiento de muchas nuevas empresas dedicadas a brindar servicios de impresiones, crea también una situación difícil para Impresos Múltiples, pues al momento de cotizar sus servicios y productos estas empresas lo hacen en una escala de precios bajos, y en algunas ocasiones también con una calidad baja en los acabados.

Muchos clientes potenciales que se ven afectados por la economía, deciden pagar menos, aún así eso signifique que la calidad de los productos finales no sea de óptima calidad.

Esta situación afecta directamente a IM, pues por la calidad de los procesos y la maquinaria a utilizar, es difícil igualar los costos de su competencia con la calidad que los caracteriza.

Muchas de estas nuevas empresas, se insertan al mercado de las impresiones, con una imagen corporativa definida<sup>5</sup>, con medios digitales incorporados en sus listas de herramientas de promoción, como son: Blogs, sitios web, presencia en las redes sociales, entre otros.

Cada día el tema del cuidado del medio ambiente cobra más importancia a nivel mundial, y esto implica también, la educación hacia el tema del reciclaje de papel y el hecho de no imprimir documentos y poder así, estar más acorde con el cuidado del medio ambiente.

Este puede ser un aspecto amenazante para la empresa, puesto que IM se dedica a las impresiones en diversos sistemas, y el tema del medio ambiente trata de la conservación del medio ambiente en todas las formas que sea posible, el imprimir es una actividad cada vez más limitada y cuestionada.

Las personas actualmente prefieren mandar sus documentos vía internet ó comunicarse por medio de la web o de las redes sociales con otras empresas o con las demás personas, por lo que la actividad de imprimir pasó a segundo plano.

Impresos Múltiples al no poseer aún una identidad corporativa definida, al igual que no tener herramientas digitales para promocionarse, se ve en una situación de desventaja ante estas empresas, y se vuelve una amenaza latente para la empresa.

---

5 Ver en Capítulo 3 “Análisis de la competencia”

### *Análisis de la Identidad Visual actual de Impresos Múltiples*

La empresa ha tenido 3 cambios de imagen a lo largo de su existencia, dichos cambios han sido muy marcados, ya que las formas, colores y tipografías fueron modificados completamente, lo que demuestra una búsqueda constante de una verdadera imagen institucional que permita a ésta empresa, posicionarse en el mercado a través de ella.

La primera imagen, consistía únicamente en un logotipo tipográfico en color negro tipo manuscrito con el nombre “impresiones y más”<sup>6</sup>, luego cambió a una imagen a todo color bajo el nuevo nombre de “Impresos Múltiples”<sup>7</sup>, la imagen se visualizaba con una tipografía más artística pero a la vez, un poco informal simulando trazos de pincel, y se agregó una imagen de un pincel detrás de la tipografía, los colores utilizados en este ejemplo son el rojo y el negro, sin embargo, se puede ver una franja multicolor.

En el tercer cambio de la imagen, se mezcló la volumetría con bisel y relieve en las letras IM<sup>8</sup> que representan a la empresa, con un resplandor blanco que contornea las letras. Los colores utilizados en este caso son: verde, azul y una aplicación arcoíris en el fondo.



Imagen 1



Imagen 2

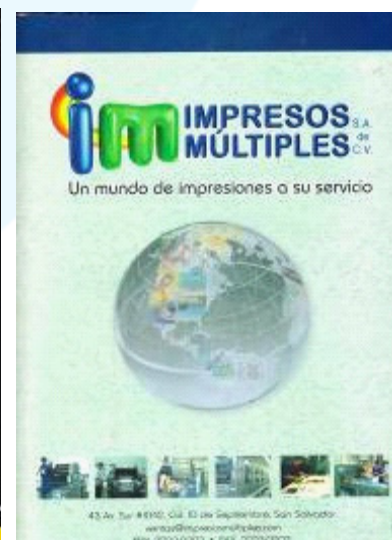


Imagen 3

---

6 Ver imagen 1

7 Ver imagen 2

8 Ver imagen 3

## 2.2 Productos y servicios

Impresos Múltiples ofrece una variedad de productos y servicios, enfocados a satisfacer las necesidades de los clientes.

- ◆ Afiche
- ◆ Folleto y Hojas de evaluación
- ◆ Carpetas
- ◆ Libros y Revistas
- ◆ Folletos
- ◆ Rotafolios
- ◆ Adhesivos y Viñetas
- ◆ Material publicitario
- ◆ Hojas volantes
- ◆ Memorias
- ◆ Papelería IVA
- ◆ Plegadizos
- ◆ Calendarios
- ◆ Cuadernos
- ◆ Artículos promocionales

### Servicios

- ◆ Barniz UV
- ◆ Doblado de pliegos
- ◆ Troquelado de hasta 30.5" X 32"
- ◆ Compaginado, engrapado y refileado en líneas de revistas
- ◆ Numeración en máquina offset hasta 18.5" X 25"
- ◆ Impresión offset hasta 20" X 29"
- ◆ Sistema Hot Melt (Pegado de libros)
- ◆ Salida de negativos hasta 29.5" X 21"
- ◆ Empastados de libros
- ◆ Laminaciones hasta 40" de ancho
- ◆ Impresión digital
- ◆ Tipografía de alto volumen
- ◆ Serigrafía
- ◆ Máquina cilíndrica
- ◆ Departamento de confección o acabados

## 2.3 Uso de la imagen gráfica actual

La empresa ha utilizado la imagen actual, en todos sus materiales promocionales, y procesos administrativos como son: organizadores de escritorio, tarjetas de presentación, calendarios, brochures, entre otros.

Ejemplos:



Imagen 4



Imagen 5



Imagen 6

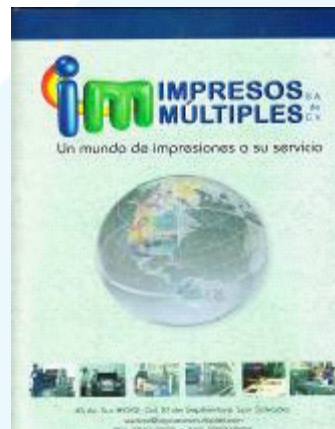
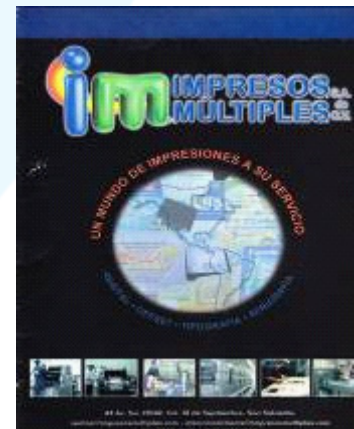


Imagen 7



Diferentes aplicaciones de la identidad corporativa actual, estas muestras corresponden a diferentes piezas generadas en años distintas ocasiones, con algunas variaciones perceptibles.

Tomando como muestra las imágenes anteriores, es evidente que la empresa se vale de su imagen para promocionarse y distinguirse, resaltando su logotipo en todas las aplicaciones y al mismo tiempo, incluye imágenes de muestra de los productos que ofrecen, departamentos que componen la empresa y del personal que labora en cada uno de ellos.

El logotipo de la empresa se lee como IM Impresos Múltiples, no es utilizado de la misma forma en todas las aplicaciones<sup>9</sup>, en el caso de la tarjeta de presentación y los folders promocionales, el logotipo posee la forma de un arcoiris detrás de las letras IM, cabe resaltar que dichas aplicaciones son utilizadas para presentarse como parte de la empresa en el caso de la tarjeta, y para promocionar sus productos y servicios en el caso de los folders promocionales que al mismo tiempo, la empresa ha utilizado como brochures.

El calendario de escritorio y las hojas membretadas, presentan el logotipo sin la forma de arcoiris detrás de las letras IM, y los colores que éste contenía, han sido aplicados al punto de la “i”.

Es importante mencionar, que todas estas aplicaciones, son utilizadas simultáneamente por Impresos Múltiples en los diversos procesos, por lo que la misma empresa, confunde a los usuarios sobre cuál es la verdadera identidad corporativa que la empresa posee.

La imagen actual, ha sido ubicada casi en cualquier parte de la pieza promocional, y su escala de tamaño ha sido modificada según la conveniencia de la empresa y no, de un manual de marca donde guíe acerca del uso correcto e incorrecto.

---

<sup>9</sup> Ver imágenes 4,5,6 y 7

### 3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

a. Algier´s Impresores



El logotipo no tiene relación con el giro de la empresa que son los “impresos”, y al mismo tiempo, incluyen en su imagen gráfica un apóstrofe que es comúnmente utilizado en el idioma Inglés, en éste caso para demostrar pertenencia.

b. Imprenta Bellas Artes



El logotipo se relaciona con la empresa por la imagen de la maquinaria de las primeras imprentas, tiene una apariencia clásica y cálida y la tipografía utilizada demuestra delicadeza y estilo. Sin embargo, la apariencia de ésta imagen denota antigüedad.

c. Innovación Digital



El logotipo se relaciona con la empresa con la tipografía que denota movimiento en las letras ID, pues la empresa también se considera una empresa dinámica y flexible. Las palabras “Innovación Digital” no están orientadas en la misma dirección, por lo que tiende a confundir en cuanto a la dirección de la empresa.

El logotipo no es representativo del área de las impresiones sino una marca personal.

d. Talleres y Copiados Unidos



El logotipo se relaciona con la empresa por la forma de las páginas que están vinculadas a la parte de las impresiones, la apariencia de esta imagen es de una empresa sólida, fuerte y segura.

## 4. IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

La identidad corporativa se refiere a la forma en cómo es percibida una empresa, y generalmente es aceptada como lo que la misma empresa significa.

Típicamente, un sistema de identidad es creado para ser atractiva al público, de modo que de ésta manera la empresa provoque un interés entre sus consumidores, y ese interés, genere un refuerzo de la marca y facilite así la promoción de sus servicios y las ventas de sus productos.

Cuando se habla de la identidad, se espera que ésta sea consistente en el posicionamiento de la marca de la empresa, debido a que cualquier incongruencia entre la identidad corporativa total y las aplicaciones en todas las piezas graficas y digitales, será confusa para los clientes cautivos y potenciales, y esto tenderá a reducir su credibilidad y rentabilidad.

Esta herramienta debe ser también creíble. Es decir, debe estar íntimamente relacionada con los objetivos reales de la empresa.

Es importante entender también, que una identidad corporativa puede estar compuesta por uno o más elementos, que de manera conjunta o independiente todos cumplen la misma función, acentuar la parte gráfica y la solidez de la de la imagen, mediante la cual, los usuarios puedan reconocer quién les ofrece los productos y servicios, y por consiguiente determinar las características y valores de la empresa.

A partir del diagnóstico y análisis de la información de algunos elementos de la identidad Corporativa, y sobre todo dentro del aspecto de los elementos visuales de dicha identidad, se ha concluido que actualmente la imagen de la empresa, no es adecuada, ya que no refleja la verdadera personalidad, calidad y dinamismo de la misma.

La identidad visual es la expresión principal de la forma de ser de la empresa y su personalidad, y es el elemento más inmediato de comunicación, por ello será vital dar la correcta importancia a este término, ya que todos los símbolos de Identidad buscan comunicar, dialogar y dar difusión a la reputación corporativa.

## 4.1 Análisis de la problemática

Tomando en cuenta la información del diagnóstico, se puede resumir que, Impresos Múltiples no cuenta con un sistema de identidad. Ya que la Imagen que se maneja actualmente carece de unidad visual, y de normativa para su uso.

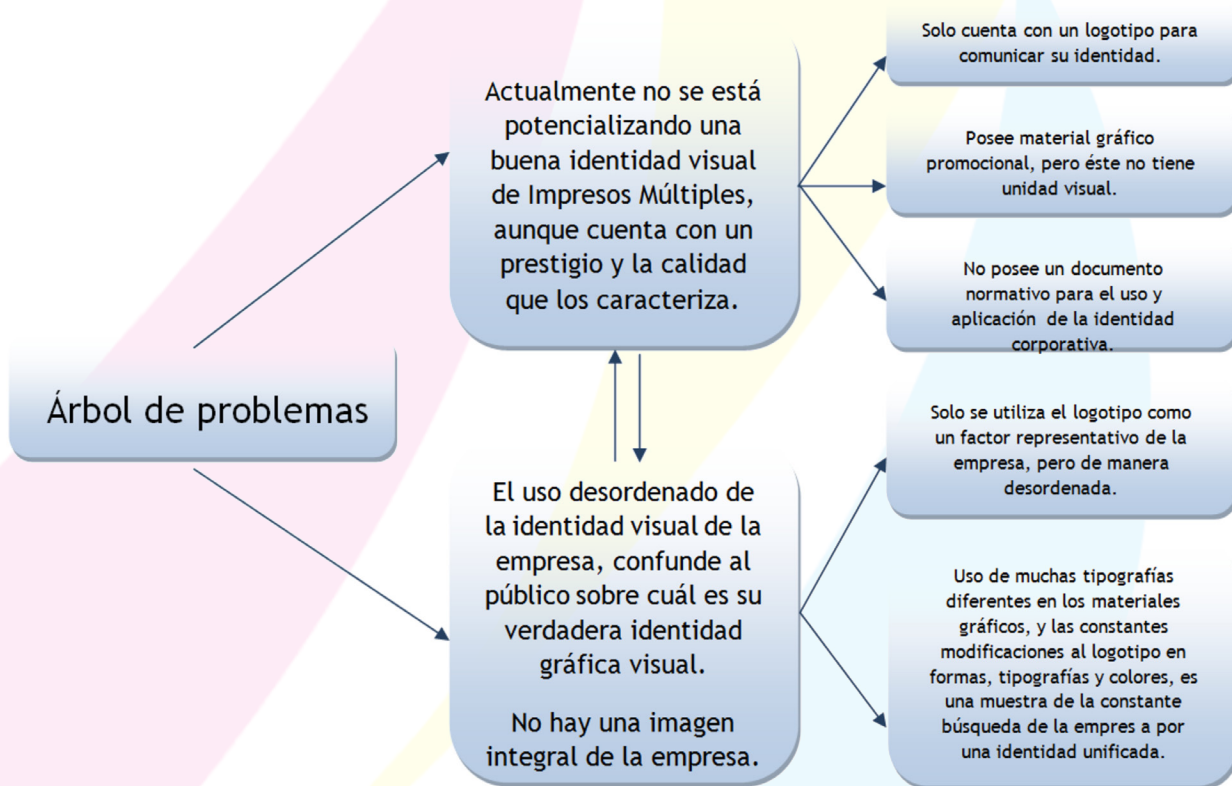
### Causas:

- ◆ La empresa no ha tomado en cuenta aún, que la identidad gráfica es un factor de importancia y es un aspecto relevante en el posicionamiento de su marca.
- ◆ El logotipo es utilizado únicamente como un factor representativo, que es modificado constantemente.
- ◆ Impresos Múltiples no pensó en un documento normativo sobre el uso de la imagen gráfica.
- ◆ La búsqueda constante por parte de la empresa de una identidad que represente la razón y unidad de la misma.
- ◆ La empresa dispone de poco tiempo para crear una identidad gráfica funcional y además, no posee recurso humano ni financiero que se dedique a esta actividad.

### Efectos:

- ◆ No hay una percepción visual unificada de la identidad gráfica de la empresa.
- ◆ Se utiliza un logotipo de manera desordenada e inadecuada por la falta de una normativa del uso de los elementos gráficos relacionados con la empresa.
- ◆ No hay una normativa para la aplicación del logotipo, ni especificaciones para generar materiales gráficos coherentes con la personalidad de la Institución.
- ◆ La empresa genera confusión en los usuarios en cuanto a su verdadera identidad gráfica, ya que ésta es modificada constantemente en su forma y color.
- ◆ Los materiales gráficos que utiliza la empresa en sus diversos procesos administrativos y de promoción, no poseen unidad en la aplicación de la identidad gráfica, en este caso específicamente del logotipo.

## 4.2 Árbol de problemas



## 5. ALCANCES Y LIMITACIONES

### 5.1 Alcances

- ◆ La generación de una propuesta de un sistema de identidad, para Impresos Múltiples S.A. de C.V.
- ◆ Obtención de una unidad visual de la empresa, logrando un posicionamiento y refuerzo de la imagen integral hacia el público.
- ◆ Creación de materiales multimedia para la promoción de la empresa, manteniendo la identidad corporativa.
- ◆ La propuesta de incursión de la empresa en medios digitales, por medio de la aplicación del sitio web, que a su vez contendrá los enlaces para las principales redes sociales de la red.
- ◆ Propuesta de aplicación de la identidad gráfica en los diferentes productos que ofrece la empresa, y al mismo tiempo, en los productos que IM utiliza para promocionarse.

## 5.2 Limitaciones

- ◆ Existe poca o casi ninguna información sobre la imagen actual de la empresa y su fundamentación, por lo que la propuesta de identidad corporativa en algunos aspectos partirá de cero.
- ◆ La empresa será la que decida sobre la aplicación de la propuesta de identidad presente.
- ◆ Queda a discreción de la empresa implementar la propuesta del sitio web en la red, dado a que aún no se posee de un dominio propio y un servidor para realizar dicho proceso actualmente.

## 6. PROPUESTA DE SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA

### 6.1 Objetivo general:

Contribuir al fortalecimiento de la Identidad corporativa de Impresos Múltiples S.A. de C.V., proponiendo un sistema de Identificación a través del cual, se genere unidad y que esta sea congruente e integre a los elementos visuales con los que se identifica la empresa.

### 6.2 Objetivos específicos:

1. Crear un Isologo
2. Definir un manual de uso del Isologo y los elementos gráficos relacionados con esta herramienta.
3. Generar un sistema de aplicaciones gráficas.

Estos objetivos se resumen en la elaboración de un MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA VISUAL, que reúna las aplicaciones gráficas, cromáticas y tipográficas que ayudan a posicionar la solidez y estabilidad de Impresos Múltiples, mediante su uso correcto.

### 6.3 Brief de la imagen gráfica

#### *Descripción*

Impresos Múltiples S.A de C.V. es una empresa dedicada a brindar servicios de artes gráficas, sistemas de impresión offset y digital y productos promocionales, cuenta con 18 años de experiencia satisfaciendo las exigencias y necesidades de todos sus clientes.

#### *Grupo objetivo*

El público objetivo de esta empresa, está conformado por micro, medianas y grandes empresas de diversos rubros que necesitan un servicio de impresión y otros servicios afines. Instituciones públicas y privadas, organizaciones y corporativos, industria y público en general.

### Colores o preferencias cromáticas

La empresa, en sus 18 años ha modificado su imagen gráfica en repetidas ocasiones, haciendo cambios en sus tipografías y paletas cromáticas de una manera radical.

### Imagen que se desea transmitir

Para Impresos Múltiples es muy importante contar con una imagen que demuestre de forma clara y sencilla su unidad, solidez, prestigio y estabilidad con la que cuenta la empresa.

### Ámbito de actuación

Local (San Salvador), aunque la empresa no descarta la idea de poder trabajar a nivel nacional.

### Ventajas competitivas

Impresos Múltiples le apuesta grandemente a la atención personalizada, pues tiene claro que muchos de sus clientes, prefieren trabajar con la empresa, porque ésta se preocupa por satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes en cuanto a los productos y servicios que la empresa ofrece.

Al mismo tiempo, la empresa entiende que debe estar actualizada en cuanto a maquinaria, procesos y acabados, por lo que se preocupa por asistir a capacitaciones sobre esos aspectos, para brindar más calidad en sus productos.

### Preferencias para el Isologo

Impresos Múltiples ha manejado por muchos años la imagen actual representada con las letras "IM" como logo tipográfico, acompañado con el nombre de la empresa, la empresa está dispuesta a probar con otras opciones, de formas, tipografías y colores, ya sean explícitas o abstractas.

## 6.4 Proceso

En esta etapa creativa, es donde nacen las ideas preliminares por donde se dirigirá la propuesta de imagen corporativa, por lo que resulta importante conocer cómo se estructura la propuesta presentada a continuación.

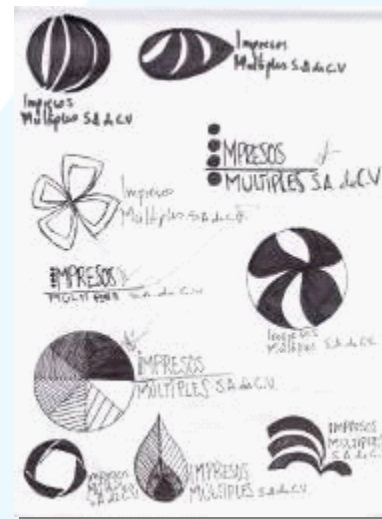
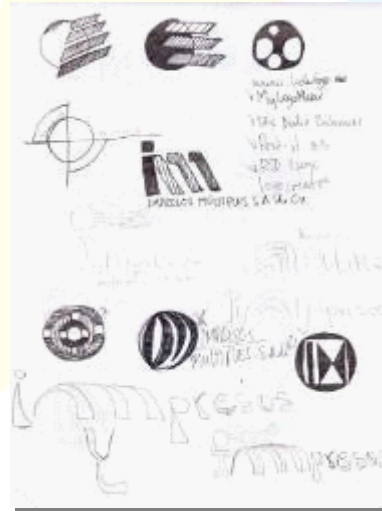
### Brainstorming

Lluvia de ideas, palabras y conceptos generales.



### Bocetos iniciales

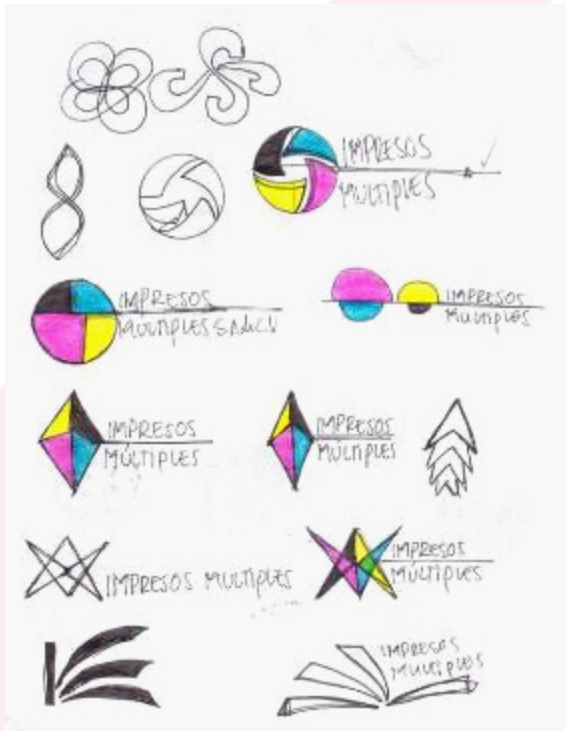
Propuestas de estructuración del Isologo, manteniendo la representación que la empresa ha utilizado hasta ahora con las letras IM y en otras propuestas acompañadas del nombre de la empresa.



Las ideas más acertadas fueron marcadas en los bocetos, gracias a la opinión de un grupo de personas de diversas especialidades, y con base a ese criterio se generaron los bocetos preliminares siguientes.

### Bocetos preliminares

Las ideas antes marcadas, se trabajaron con los esquemas de colores seleccionados para la elaboración del Isologo.



### Ideas digitalizadas

En esta ocasión, se presentan las ideas que fueron marcadas en las preliminares, en un formato digital para ver el comportamiento de la tipografía con la forma.





### Idea final

La idea final se elaboró utilizando las selecciones de tipografía y forma que fueron marcadas en los bocetos digitalizados, como los más funcionales de acuerdo a lo que se desea transmitir de la empresa, y la relación del isologo con la misma<sup>10</sup>.



Tipografía seleccionada



Forma seleccionada

La idea final usando las dos selecciones anteriores.



<sup>10</sup> Ver en "Identidad corporativa" Fundamentación de la idea final

## 7. IDENTIDAD CORPORATIVA

### 7.1 Introducción

Este apartado es una referencia de la estructura y composición de la identidad corporativa, y para asegurar la unidad de su Imagen se sugiere seguir la información aquí presentada.

Como primeros puntos a tratar, se encuentra la información sobre el Isologo, el Logotipo y el Isotipo, que componen gran parte del sistema de identidad visual de la Marca.

En este capítulo también, se encuentra la información necesaria acerca de la tipografía utilizada por la empresa, escalas, colores y variaciones, que pueden ser aplicadas en el uso de la Identidad corporativa de Impresos Múltiples.

### 7.2 Concepto

La estructuración de esta propuesta, está basada en el mismo slogan de la empresa “Un mundo de impresiones a su servicio”, pues la empresa busca relacionar esa herramienta con la razón de ser de la empresa y de su imagen proyectada al público.

Es por eso, que la forma que se adoptó para el Isologo es la de un mundo, y lo conforma las letras “IM”, con las que la empresa se ha identificado en todos estos años, y con las que Impresos Múltiples desea proyectarse y seguir utilizando como su imagen principal.

Al unir la forma y significado, obtenemos la lectura del Isologo como el mundo de “IM”, que está dispuesto a servir a sus clientes en todas sus necesidades de impresión. Acompañando al Isologo, se encuentra el logotipo tipográfico con el nombre “Impresos Múltiples” como texto principal y “S.A. de C.V.” en una escala menor acompañando al texto predominante.

### 7.3 Isologo

Esta es la versión principal de la identidad de Impresos Múltiples S.A de C.V., y la manera en que se estructura el isologo es, la unión del isotipo que en este caso es la forma y el logotipo es decir, el texto.



## 7.4 Logotipo

El logotipo es manejado tipográficamente para el nombre de la empresa y las siglas “S.A. de C.V.”, se trabajó esta herramienta en tres líneas, ya que la cantidad de texto es considerable, y el Isologo podría ser muy ancho si se mantiene la línea horizontal y podría propiciar ciertos problemas en sus aplicaciones.

**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

## 7.5 Isotipo

Cuando se habla de isotipo, se refiere al símbolo que muchas veces está presente en el Isologo, que puede ser abstracta, figurativa o compuesta.

En este caso, la forma es compuesta, pues la integran figuras vectorizadas con un color específico que van formando las letras “IM”, que representa el nombre de la empresa, y al mismo tiempo forma un mundo, al que la empresa se refiere cuando lo mencionan como su slogan.



## 7.6 Tipografía

La fuente tipográfica utilizada para el nombre de “Impresos Múltiples S.A. de C.V. es Soolidium una fuente sans serif, para brindar una imagen fuerte, elegante y sólida pero al mismo tiempo, flexible y dinámica.

Esta tipografía es de alta legibilidad, que permite disminuir la escala sin distorsión, cabe mencionar que ésta tipografía es de uso exclusivo para el logotipo.

**abcdefghijklmnopqrstvwxyz**  
**abcdefghijklmnopqrstvwxyz**  
**1234567890**  
**.,-;\_!”·\$%&/()=??**

### 7.7 Área de seguridad

Para una presentación consistente que asegure la limpieza y claridad es importante mantener alrededor de la identidad corporativa y en este caso el isologo, un espacio que lo proteja de otros textos, bordes, gráficos o ilustraciones.

El no respetar el área de seguridad afectará el impacto y no ser percibido por el público de la manera que se desea.

El área que debe mantenerse alrededor del Isologo de Impresos Múltiples, es igual a 1 vez la altura de la letra “m” de la palabra “múltiples”, como se muestra en esta página. El nombre de Impresos Múltiples está constituido por una tipografía robusta y grande, por lo que es necesario una unidad de medición que esté acorde a ésta escala y es por eso, que se decidió que la medida para el área de reserva sea “m”.

Estas son las áreas mínimas de restricción y bajo ninguna circunstancia deben de rebasarse.



### 7.8 Escala<sup>11</sup>

El tamaño mínimo del isologo se define como el menor tamaño al que puede ser reproducido conservando su adecuada visibilidad.

La escala puede variar según la aplicación en la que se utilice, tanto para pantallas o web, como también para impresiones.

La dimensión más pequeña del texto “S.A. de C.V.” es de 4.68 X 1.5 cm, debido que a esta escala todavía es legible, si se baja de esta escala se pierde el texto y se vuelve incomprensible.

---

<sup>11</sup> Ver siguiente página



**impresos  
multiples**  
s.a. de c.v.

15 x 4.805 centímetros



**impresos  
multiples**  
s.a. de c.v.

10 x 3.203 centímetros



**impresos  
multiples**  
s.a. de c.v.

7.5 x 2.401 centímetros










**impresos  
multiples**  
s.a. de c.v.

4.68 x 1.5 centímetros

## 7.9 Paleta cromática

El color es uno de los elementos más importantes en la expresividad de la identidad visual de la marca, por lo que requiere de una selección adecuada de tonos, dicha selección debe asegurar su reconocimiento y posicionamiento en el público y facilitar su recuerdo y a la vez, su correcta utilización en diversas aplicaciones.

Para la creación del isologo se utilizaron los colores que componen el modo CMYK, que es el formato ideal para impresión, y se relaciona directamente con la empresa, los colores se detallan a continuación para la versión color y escala de grises.

						
C = 100 M = 00 Y = 00 K = 00	C = 00 M = 100 Y = 00 K = 00	C = 00 M = 00 Y = 100 K = 00	C = 00 M = 00 Y = 00 K = 100	C = 00 M = 00 Y = 00 K = 00	C = 00 M = 00 Y = 00 K = 68	C = 00 M = 00 Y = 00 K = 26
R = 00 G = 100 B = 100	R = 100 G = 00 B = 100	R = 100 G = 100 B = 00	R = 00 G = 00 B = 00	R = 100 G = 100 B = 100	R = 32 G = 32 B = 32	R = 74 G = 74 B = 74
#00FFFF	#FF00FF	#FFFF00	#000000	#FFFFFF	#525252	#BDBDBD



Algunas características de los colores utilizados:

**El color amarillo:** El amarillo es luminoso y muy visible, razón por la cual puede ser encontrado generalmente en avisos de atención y otras señales. Es utilizado muchas veces en el diseño de logotipos para captar atención, crear felicidad y calidez.

**El negro:** Es técnicamente, la ausencia de color. Es poderoso y conjuga autoridad, elegancia y tradición y puede ser encontrado en muchos logotipos por su peso, simplicidad y sofisticación.

**El gris:** Se ubica en algún punto entre el blanco y el negro. Es también visto como neutral y frío, y es comúnmente utilizado en la tipografía dentro de los logos debido a su carácter neutro, que funciona bien con la mayoría de los otros colores.

**El blanco:** es el color universal de la paz y la pureza. Puede ser encontrado comúnmente en logotipos como textos en negativo.

**El azul cian:** Representa la calma, también puede suscitar imágenes de autoridad, éxito y seguridad. Es probablemente el color más popular en el diseño de logos y puede ser visto de manera extensa en sectores gubernamentales, medicina, así como en el sector comercial.

**El magenta:** El color magenta tiene como características la entrega, ayuda, bondad, tranquilidad, creatividad, independencia, dignidad y serenidad.

### 7.10 Variaciones

A continuación se muestran las variaciones de color de fondo, de la identidad corporativa en las tonalidades de la paleta cromática. En la muestra se encuentra el isologo a todo color y en una tinta.



## 8. MANUAL DE USOS CORRECTOS E INCORRECTOS DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA

### 8.1 Isologo

Aquí se muestra la forma en la que está compuesto el isologo.



Esta es la versión principal de la identidad corporativa visual de Impresos Múltiples, siempre que sea posible se debe utilizar ésta versión completa horizontal.



Esta versión vertical, se utilizará cuando, por falta de espacio, sea imposible usar la versión principal.

## 8.2 Construcción del isotipo



El isotipo es una representación abstracta de Impresos Múltiples, ya que representa las iniciales de su nombre con el que se ha estado comercializando estos años. Esta herramienta representa al mismo tiempo, el mundo de IM al que se refiere su slogan.

Cuando por tamaño, por espacio o por otro motivo no sea posible usar su Isologo de forma completa, se podrá hacer uso de su Símbolo únicamente.

## 8.3 Construcción del logotipo

**impresos  
múltiples  
s.a. de c.v.**

El logotipo está conformado por el nombre de la empresa en representación tipográfica, se utilizó una fuente tipográfica lo suficientemente fuerte y sólida que pudiera ser legible y reconocida a primera vista.

En situaciones especiales en las que la empresa no pueda utilizar la versión completa del isologo, se puede utilizar solamente el logotipo.

## 8.4 Tipografía

El logotipo está creado con una fuente llamada Soolidium, ésta tipografía solo puede ser utilizada para esta pieza gráfica, y en esta propuesta también se ha tomado en cuenta una tipografía alterna, que la empresa puede utilizar para diversas aplicaciones como por ejemplo: papelería comercial, impresiones promocionales, página web, entre otros.

Tipografía Soolidium para el logotipo

**abcdefghijklmnopqrstvwxyz**  
**abcdefghijklmnopqrstvwxyz**  
**1234567890**  
**.-;\_!"'\$.%&/()=??**

Tipografía alternativa 1, Trebuchet.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
/!"#\$%&'()\*=?;:~{}+`|

La tipografía alterna es Trebuchet, es una fuente sans serif o conocido como fuente de palo seco, posee la característica de ser muy legible, moderna y estilizada, demuestra seriedad y mucha clase.

Esta tipografía alterna será utilizada por la empresa en sus documentos o procesos propios, para potencializar más la identidad visual. Es una fuente común y compatible con todos los sistemas operativos, por lo que no generaría problemas de lectura.

Tipografía alternativa 2, Optima.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
/!"#\$%&'()\*=?;:~{}+`|

Esta fuente tipográfica es también de palo seco, san serif, de líneas rectas, finas y delgadas, cortes angulares que destacan la delicadeza, y estilo.

Es compatible con la mayoría de los sistemas operativos y para internet, es clara y legible por lo que es perfecta para documentos comerciales y de promoción.

### 8.5 Área de seguridad<sup>12</sup>

Para garantizar la legibilidad de isologo, se debe respetar siempre un Área de Reserva, alrededor de la marca, para que no la invadan otros elementos del diseño sobre todo los textos.

Proporcionar una zona de seguridad para el isologo, asegura la independencia visual del mismo respecto a los otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.

Para la siguiente muestra en cuadrícula, se propone que la medida para ésta área sea la “a”, puesto que servirá para la medición entre línea y línea de texto, y entre letra y letra y al mismo tiempo, entre el isotipo y el logotipo al momento de su estructuración.

---

<sup>12</sup> Ver página siguiente.



■ = a

Cuando se aplique la identidad corporativa en documentos, la medición para obtener el área de seguridad, se tomó como referencia la letra "M", pues el logotipo posee textos grandes y la medida para el área de reserva debe ser proporcional.



## 8.6 Usos del isologo

Siempre que sea posible y como uso principal del isologo se presentará como se ha propuesto hasta el momento, es decir, en los colores cian, magenta, amarillo, gris y negro en fondo blanco.

### PERMITIDOS



Es permitido también, el uso del isologo en escala de grises y en modo blanco y negro cada vez que la empresa lo estime conveniente, pero respetando las tonalidades de grises de 68% y 26% de la paleta cromática establecida.



*Escalas*

Las escalas permitidas para las variaciones de tamaño del isologo, se muestran a continuación, tanto para el isologo a color y en escalas de grises.



**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

15 x 4.805 centímetros



**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

10 x 3.203 centímetros



**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

7.5 x 2.401 centímetros



**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

4.68 x 1.5 centímetros



**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

15 x 4.805 centímetros



**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

10 x 3.203 centímetros



**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

7.5 x 2.401 centímetros



**impresos  
múltiples**  
s.a. de c.v.

4.68 x 1.5 centímetros



## No permitidos

En general, cualquier uso distinto a los especificados en el punto anterior, se puede considerar uso equivocado del isologo.

Se consideran usos incorrectos los que incluyen colores diferentes a los corporativos o su combinación indebida, los degradados, diferente tipografía, distorsiones, efectos y los fondos con imágenes.



## 8.7 Sistema de aplicaciones

### 8.7.1 Medios Impresos Papelería corporativa



Folder



Hoja membretada



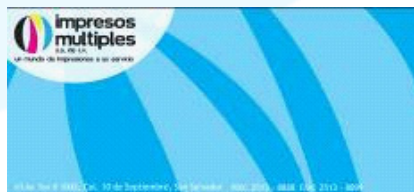
Sobre manila

Identificación: ALA, SU P.O. BOX # 1042, COL. 10 DE SEPTIEMBRE, SAN SALVADOR, P.O. BOX 2513 - 8888, P.A.S. 2513 - 8899		IMPRESOS MÚLTIPLES S.A. DE C.V.																															
Cliente: _____ Dirección: _____ Departamento: _____ Vendedor: _____ Fecha de Servicio: _____	Fecha: _____ Equipo: _____ M/I: _____ Otro: _____ Condiciones de Operación: _____	No. de Orden: _____ No. de Cliente: _____ No. de Operación: _____	No. de Orden: _____ No. de Cliente: _____ No. de Operación: _____																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>CANT.</th> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>PRECIO UNITARIO</th> <th>VENTAS EXCENTAS</th> <th>VENTAS AFECTAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXCENTAS	VENTAS AFECTAS						<table border="1"> <thead> <tr> <th>CANT.</th> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>PRECIO UNITARIO</th> <th>VENTAS EXCENTAS</th> <th>VENTAS AFECTAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXCENTAS	VENTAS AFECTAS						<table border="1"> <tr> <td>                 SUBTOTAL                  IMPORTE POR PAGAR                  IMPORTE POR PAGAR                  IMPORTE POR PAGAR             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> </tr> </table>	SUBTOTAL IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	<table border="1"> <tr> <td>                 SUBTOTAL                  IMPORTE POR PAGAR                  IMPORTE POR PAGAR                  IMPORTE POR PAGAR             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> </tr> </table>	SUBTOTAL IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA
CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXCENTAS	VENTAS AFECTAS																													
CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXCENTAS	VENTAS AFECTAS																													
SUBTOTAL IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA																													
SUBTOTAL IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA																													

Crédito fiscal

Identificación: ALA, SU P.O. BOX # 1042, COL. 10 DE SEPTIEMBRE, SAN SALVADOR, P.O. BOX 2513 - 8888, P.A.S. 2513 - 8899		IMPRESOS MÚLTIPLES S.A. DE C.V.																															
Cliente: _____ Dirección: _____ Departamento: _____ Vendedor: _____ Fecha de Servicio: _____	Fecha: _____ Equipo: _____ M/I: _____ Otro: _____ Condiciones de Operación: _____	No. de Orden: _____ No. de Cliente: _____ No. de Operación: _____	No. de Orden: _____ No. de Cliente: _____ No. de Operación: _____																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>CANT.</th> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>PRECIO UNITARIO</th> <th>VENTAS EXCENTAS</th> <th>VENTAS AFECTAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXCENTAS	VENTAS AFECTAS						<table border="1"> <thead> <tr> <th>CANT.</th> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>PRECIO UNITARIO</th> <th>VENTAS EXCENTAS</th> <th>VENTAS AFECTAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXCENTAS	VENTAS AFECTAS						<table border="1"> <tr> <td>                 SUBTOTAL                  IMPORTE POR PAGAR                  IMPORTE POR PAGAR                  IMPORTE POR PAGAR             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> </tr> </table>	SUBTOTAL IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	<table border="1"> <tr> <td>                 SUBTOTAL                  IMPORTE POR PAGAR                  IMPORTE POR PAGAR                  IMPORTE POR PAGAR             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> <td>                 VENTA                  VENTA                  VENTA                  VENTA             </td> </tr> </table>	SUBTOTAL IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA
CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXCENTAS	VENTAS AFECTAS																													
CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VENTAS EXCENTAS	VENTAS AFECTAS																													
SUBTOTAL IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA																													
SUBTOTAL IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR IMPORTE POR PAGAR	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA	VENTA VENTA VENTA VENTA																													

Factura comercial



Sobre



Tarjeta

Publicaciones



Carpetas



Publicaciones impresas

Impresiones promocionales



Brochure exterior



Brochure interior



Organizador de escritorio



## 8.7.2 Medios Digitales

### Sitio Web

Para la creación de este Sitio Web, se realizó un estudio basado en un cuestionario, para obtener información importante para la estructuración de esta herramienta. <sup>13</sup>

#### Página 1 HOME

En esta página se encontrará la bienvenida de la empresa hacia los visitantes y brindándoles una pequeña introducción a la empresa y sus productos y servicios.



#### Página 2 QUIENES SOMOS

La empresa aprovecha en su sitio web la página de ¿Quiénes somos? Para comunicarles a los usuarios su Misión, Visión y sus políticas de calidad, ya que la empresa lo considera una información importante que los visitantes debe conocer.



<sup>13</sup> Ver Anexos

<sup>12</sup> Las imágenes de la página del portafolio, únicamente son de muestra.

## Página 3 PRODUCTOS Y SERVICIOS

En esta página Impresos Múltiples da a conocer a los visitantes sobre sus productos y servicios, así como también, los tipos de procesos de impresiones que ofrecen.

The screenshot shows the website's header with the logo and navigation menu. The main content area is titled 'HOME \ PRODUCTOS' and features three sections: 'Artículos promocionales', 'Packaging', and a paragraph about product consumption. A 'VER SERVICIOS' link is visible in the top right. The footer contains the company's address and contact information.

**impresos múltiples**  
s.a. de c.v.

HOME QUIENES SOMOS **PRODUCTOS Y SERVICIOS** PORTAFOLIO CONTACTENOS

HOME \ PRODUCTOS VER SERVICIOS

**Artículos promocionales**  
Los productos promocionales pueden ser cualquier artículo común que sea utilizado por sus clientes o clientes potenciales. Lapices, bolígrafos, fosforos, llaveros, calendarios son unos pocos entre los miles que existen. ¿Que tienen de especial entonces? Nada más y nada menos que serán la herramienta de exposición y promoción de su negocio, al imprimirse en ellos el nombre, logo y cualquier información sobre su compañía. Existen miles de artículos promocionales que pueden ser relacionados con su negocio.

**Packaging**  
Definimos como Packaging o packages a todos los envases, etiquetados o envoltorios de los productos comerciales.

Estos envases tienen dos funciones, la de guardar y embalar el producto para atraer al público por medio de su imagen.

La mayor parte de los productos que consumimos vienen en un envase y, aunque éste generalmente tiene una vida efímera, cumple una serie de funciones básicas: protege el contenido, facilita su almacenamiento, da información a los consumidores sobre el producto y les ayuda a saber cómo utilizarlo.

43 Av. Sur # 1042 Col. 10 de Septiembre, San Salvador, El Salvador C.A.  
PBX: 2513-8888 FAX: 25138899

The screenshot shows the website's header with the logo and navigation menu. The main content area is titled 'HOME \ PORTAFOLIO' and features a grid of five small images representing different products. The footer contains the company's address and contact information.

**impresos múltiples**  
s.a. de c.v.

HOME QUIENES SOMOS PRODUCTOS Y SERVICIOS **PORTAFOLIO** CONTACTENOS

HOME \ PORTAFOLIO

43 Av. Sur # 1042 Col. 10 de Septiembre

## Página 4 PORTAFOLIO

Esta página está diseñada para que la empresa coloque las muestras de trabajos de diferentes productos y procesos con los que trabaja.

The screenshot shows a large image of a green leaf with water droplets. The image is framed by a white border with 'Imagen 3 de 5' on the left and 'CLOSE X' on the right. The website's header and footer are visible in the background.

HOME NEXT CONTACTENOS

Imagen 3 de 5 CLOSE X

43 Av. Sur # 1042 Col. 10 de Septiembre, San Salvador, El Salvador C.A.  
PBX: 2513-8888 FAX: 25138899

## Página 5 CARTERA DE CLIENTES

En este apartado es donde se mostrará una lista de empresas que ya trabajan con Impresos Múltiples, y confían en la calidad de sus productos y servicios.

The screenshot shows the 'CLIENTES' page of the Impresos Múltiples website. At the top, there is a navigation menu with links for HOME, QUIENES SOMOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS, PORTAFOLIO, CLIENTES (highlighted), and CONTACTENOS. Below the navigation, the page title is 'HOME \ CLIENTES'. The main content area lists several clients with their names and website URLs:

TIGO	www.tigo.com.sv
Philip Morris El Salvador	www.ades.org.sv
ONUSIDA	www.onusida-latina.org
Unilever	www.unilever-ancam.com
Telefonica Movistar	www.telefonica.com.sv
Hibronsa S.A. de C.V.	www.hibronsa.com.sv
Conamipe El Salvador	www.conamipe.gob.sv
Museo de la Palabra y la imagen	www.museo.com.sv
Ministerio de Educación	www.mined.gob.sv

At the bottom of the page, there is a footer with the address: 43 Av. Sur # 1042 Col. 10 de Septiembre, San Salvador, El Salvador C.A. and contact information: PBX: 2513-8888 FAX: 25138899.

## Página 6 CONTÁCTENOS

Esta es la parte más importante del sitio web, ya que es donde los clientes se pueden comunicar con la empresa y proporcionar los datos necesarios.

The screenshot shows the 'CONTACTENOS' page of the Impresos Múltiples website. At the top, there is a navigation menu with links for HOME, QUIENES SOMOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS, PORTAFOLIO, and CONTACTENOS (highlighted). Below the navigation, the page title is 'HOME \ CONTACTENOS'. The main content area features a contact form with the following fields:

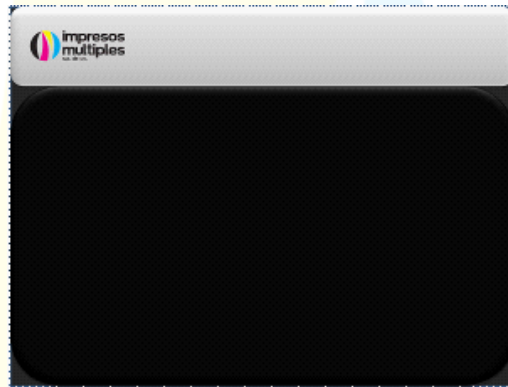
- Nombre:
- Empresa:
- E Mail:
- Comentario:

Below the form is an 'Enviar' button. At the bottom of the page, there is a footer with the address: 43 Av. Sur # 1042 Col. 10 de Septiembre, San Salvador, El Salvador C.A. and contact information: PBX: 2513-8888 FAX: 25138899.

Plantilla para presentaciones en Power Point  
Estilo 1



Plantilla principal



Plantilla para texto

Estilo 2



Plantilla principal

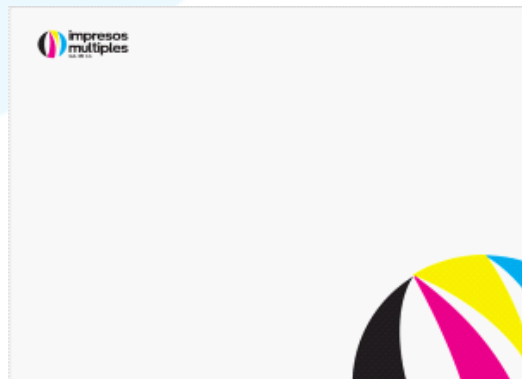


Plantilla para texto

Estilo 3



Plantilla principal



Plantilla para texto



### 8.7.3 Aplicaciones 3D Camisetas T-shirt



Camisas tipo polo



Gorras con bordados



Tazas



Memorias USB y llaveros



Vehículos corporativos



## 9. CONCLUSIONES

Esta propuesta contiene las normas a seguir para que la empresa y los miembros que la conforman, sepan cómo usar correctamente su identidad, de modo que puedan sacar el mayor provecho de ella.

El buen uso de este manual es punto clave para la proyección de la marca de Impresos Múltiples S.A. de C.V. y la empresa que representa, ya que quien lo tenga en sus manos y haga uso correcto de él, tendrá conocimiento de la manera de utilizar el Isologo para su buena difusión, proyección y distribución.

Con este isologo se espera lograr un mayor reconocimiento de Impresos Múltiples tanto por nueva clientela, como por la ya establecida.

Este nuevo isologo es mucho más indicado para el cliente, debido a que los colores y las formas que presenta, además de estar actualizadas para atraer al segmento de mercado que se propone, también siguen las reglas de legibilidad y coherencia.

Y se espera que colabore a que Impresos Múltiples se posicione con una mayor predominancia en el mercado de las impresiones en El Salvador.

## 10. ANEXOS

Proyecto: Desarrollo de un Sitio Web para Impresos Múltiples

### FASE DE ANÁLISIS

#### 1. Levantamiento de necesidades del servicio

Misión y Visión de la marca

Misión:

Enfocar nuestro potencial a garantizar la satisfacción de nuestros clientes, a través de productos y servicios de calidad, mediante la mejora continua de procesos de producción y recurso humano ético y profesional.

Visión:

Mantener e incrementar nuestro liderazgo en la industria gráfica, utilizando los avances tecnológicos y logrando así servicios integrales de impresión.

#### 2. Definición de objetivos

General y específicos

Objetivo general:

“A través de nuestro sitio web, queremos promocionar nuestros servicios y productos que ofrecemos, así como sus ventajas competitivas, y al mismo tiempo darnos a conocer como empresa”.

Objetivos específicos:

“Frente a los competidores, necesitamos tener presencia en Internet con un sitio web que nos proporcione oportunidades de ser encontrados por potenciales clientes”.

#### 3. Establecimiento de metas

Posicionamiento de la marca

Metas:

- Posicionar la marca de la empresa por medio del sitio web, logrando un número de visitas de 300 personas aproximadamente, en un período de una semana y aumentar el número de visitas constantemente.

- Dar a conocer el sitio por medio de diferentes herramientas en la internet, como son las redes sociales, directorios de empresas en línea, y medios de comunicación que

poseen soporte en línea, navegadores y buscadores de información.

- Actualizar la información y las imágenes que se presenta en el sitio web, así como también colocar un buzón de sugerencias para que los clientes comenten sobre el sitio y su contenido y de esta manera incluir o desechar la información que los clientes crean que no es necesaria publicar.
- Realizar cuestionarios a los clientes cautivos, para obtener información sobre la utilidad, diseño y usabilidad del sitio web, y de esta manera la información pueda servir de parámetro de medición sobre la herramienta y el impacto en el público.

#### 4. Financiamiento

Financiamiento del proyecto web

El proyecto de realización del sitio web, será financiado por la empresa “Impresos Múltiples S.A. de C.V., y quedará a su responsabilidad la actividad de actualización periódicamente.

Los costos de financiamiento se desglosan de la siguiente manera:

- Conceptualización y visualización
- Desarrollo e implementación a la red
- Pagos de Hosting y servidor
- Actualización y administración del sitio.

#### 5. Definición de la audiencia

Público objetivo

El público objetivo de esta empresa, está conformado por micro, medianas y grandes empresas de diversos rubros que necesitan un servicio de impresión y otros servicios afines. Instituciones públicas y privadas, organizaciones y corporativos, industria y público en general.

Características del público objetivo

El público objetivo antes mencionado, es un público formal que comprende diversos estratos y edades, pero generalmente este grupo objetivo posee internet, y en algunos casos es una fuente de información para posibles proveedores, y se publican en la red de igual manera, así como también en las redes sociales.

## 6. Definición de servicios interactivos

Formas de interactuar con el público

En el sitio web se mantendrán algunas formas de interactuar con el público como las siguientes:

- Páginas de contacto con la empresa
- Correos electrónico
- Cuestionarios sobre el sitio web
- Presencia en las redes sociales
- Chat personalizado en el sitio web
- Cuestionarios vía teléfono sobre el sitio web

Siempre se buscará la manera de estar en contacto con los clientes y público en general, realizando sondeos periódicamente para medir la eficiencia del sitio y sus opciones.

Pero dichas opciones no pueden realizarse si no es manteniendo una comunicación recíproca de la empresa con su público, también se buscará la forma de que el cliente encuentre lo que busca de la manera más interactiva posible, ya que el sitio maneja grandes cantidades de información.

Se entiende claramente la importancia que el cliente sea el que organice su búsqueda de información, por lo que se desea implementar un sitio web, donde el cliente sea el que decida por dónde comenzar a buscar lo que desea dentro del sitio.

## 7. Cuestionario

Identificación de público meta y valoraciones del grupo objetivo

1. -¿Cuál es el mensaje principal que pretende transmitir a los visitantes de este sitio web?

Promover a la empresa “Impresos Múltiples S.A. de C.V.” en el mercado del e comercio, y dar a conocer los productos y servicios que ésta ofrece y al mismo tiempo, llevar información importante a los clientes potenciales.

2. -¿Qué beneficios obtendrá la empresa con esta página?

Posicionamiento de la empresa como una de las más sólidas en el mercado de las impresiones.

Reconocimiento de la marca por los clientes cautivos.

Obtención de nuevos clientes por medio de la promoción de los servicios y productos que ofrecen.

4. -¿Cuál es el público objetivo?

El público objetivo de esta empresa, está conformado por micro, medianas y grandes empresas de diversos rubros que necesitan un servicio de impresión y otros servicios afines. Instituciones públicas y privadas, organizaciones y corporativos, industria y público en general.

5. -¿Quiénes son sus principales competidores?

Empresas dedicadas a los sistemas de impresión de forma profesional, imprentas de gran escala, diseñadores gráficos que presentan un tipo de servicio similar al de Impresos Múltiples S.A de C.V.

Identificación de público meta y valoraciones del grupo objetivo

6. -¿Porqué tendría que decidirse un cliente potencial por su empresa en lugar de por la competencia?

Porque Impresos Múltiples realiza cada trabajo de la mejor manera posible y la mejor calidad, procesos garantizados y entregas a tiempo.

Por la diversidad de productos y servicios que ofrece y los precios adecuados al presupuesto del cliente. Por la maquinaria de última tecnología que ofrecen un acabado óptimo de sus productos, etc.

### Definición del sitio web

7. -¿Cómo le gustaría que la gente describiera su página?

Como un sitio práctico, organizado, útil y funcional

8. -¿Hay aspectos de su imagen corporativa y del material de marketing existente que deben recogerse en el sitio?

Al momento de realizar el diseño del sitio web, se debe respetar el manual de marca de la empresa, que incluye paleta cromática (cian, magenta, amarillo y negro, CMYK), la tipografía permitida, tamaños, etc.

9. -Elabore un listado de varios sitios web de la competencia que, en su opinión, funcionan bien y explique por qué.

[www.impresospiblicolor.com.sv](http://www.impresospiblicolor.com.sv)

[www.ipcdigital.com](http://www.ipcdigital.com)

[imprentanacional.gob.sv](http://imprentanacional.gob.sv)

[www.algiersimpresores.com](http://www.algiersimpresores.com)

[www.imprentalatarjeta.com.sv](http://www.imprentalatarjeta.com.sv)

Son sitios web que presentan sus productos y servicios, hablan un poco de su marca y de una manera sintetizada.

10. -¿Hay aspectos del sitio web de la competencia que le gusten o disgusten especialmente?

Creo que todos tratan de vender sus servicios y productos y ese es el punto principal en la mayoría de las páginas.

Lo que no me gusta es que algunas no muestran los trabajos realizados, para que éstos puedan hablar por sí solos de la empresa que los presenta. También son muy raras las páginas que hablen de la empresa y sus políticas de calidad, etc.

### Contenido del sitio web

11. -¿Usará material ya existente en el nuevo sitio web?

La empresa Impresos Múltiples S.A. de C.V. no posee sitio web, por lo tanto, este proyecto será el primero en su naturaleza.

-Si la respuesta a la cuestión anterior es negativa, ¿será usted quien genere el nuevo material o encargará esta tarea de forma externa?

La responsabilidad de planificar, visualizar, desarrollar e implementar el sitio será por mi cuenta como diseñador.

No utilizaré terceras personas para estas actividades, luego de entregar el proyecto será la empresa quién asuma la responsabilidad.

12. -¿Quién es el responsable de aprobar los contenidos?

Licda. Imelda Ruíz de Díaz, Gerente Administrativo y Copropietaria de Impresos Múltiples S.A. de C.V.

13. -¿Tiene alguna idea para la organización de los contenidos?

Si, serán 6 clasificaciones:

a. Home descripción de los sistemas de impresión con los que se trabajan.

b. Quienes somos donde se encontrará información general de la empresa, misión, visión, etc.

c. Productos y servicios aquí se encontrará el catálogo de los productos y una descripción de los servicios que la empresa ofrece.

e. Portafolio aquí se mostrarán los trabajos ya realizados a distintas empresas de distintos rubros.

e. Cartera de clientes en este apartado es donde se mostrarán una lista de empresas que ya trabajan con Impresos Múltiples, y confían en su calidad.

f. Contactos esta es la parte más importante del sitio web, ya que es donde los clientes se pueden comunicar con la empresa y dejar sus datos.

### Detalles técnicos

14. -¿Qué plataformas y navegadores usa su público objetivo potencial?

Se le sugiere a la empresa que utilice las plataformas más comunes y más utilizadas por el grupo objetivo como son Internet Explorer, safari y mozilla, firefox.

15. -¿Deberá incorporar el sitio web una base de datos?

Si.

¿Dispone ya de una? No. la empresa se hará cargo del software necesario para subirlo a la red, así como también del Hosting que le proporcione su propio dominio.

16. -Describa con detalle qué transacciones de comercio electrónico desea llevar a cabo desde el sitio web.

En este sitio web, se pretende promover los servicios y productos y también proporcionarles a los clientes las formas de contactar a la empresa y viceversa.

### Estrategias de marketing

17. -¿Tiene algún plan para promocionar o desarrollar el sitio web?

Todo cliente que compone la cartera de clientes, recibirá por parte de la empresa un aviso para que visite el sitio web o al menos para comunicar que la empresa posee esa nueva herramienta.

Al mismo tiempo, se promoverá desde las redes sociales donde se publican la mayoría de las empresas actualmente. También por medio de toda su papelería en general.

### Datos administrativos

18. -¿Cómo quiere que se actualice el sitio web?

La actualización del sitio y la persona responsable de realizarla será designado por la empresa.

19. -Indique los datos de contacto de aquellas personas responsables del desarrollo del sitio web y el nombre de las encargadas de dar el visto bueno final.

20. -¿Cuál debería ser la fecha de lanzamiento del sitio web?

En cuanto el sitio web esté listo y sea verificado su funcionamiento.

21. -¿Ha registrado ya un nombre de dominio? No.

22. - ¿ha pensado en alguno?

Si, [www.impresosmultiples.com.sv](http://www.impresosmultiples.com.sv)

23. -Indique el presupuesto previsto para el sitio web.

No se ha destinado aún por parte de la empresa.

24. ¿Consideraría la posibilidad de crear el sitio web en diferentes fases para adaptarse a limitaciones presupuestarias? No.

## GLOSARIO

**ISOLOGO:** Es la representación de la marca mediante la unión del Logotipo y el Isotipo.

**ISOTIPO:** Es un Ícono o Símbolo que representa a la marca.

**LOGOTIPO:** Es la representación tipográfica del nombre de la marca.

**IDENTIDAD CORPORATIVA:** La identidad corporativa constituye todo aquello que permita distinguir a una empresa como singular y diferente de las demás. Es la manifestación física de la marca. Es conocida también como identidad visual, identidad gráfica, imagen gráfica o imagen corporativa.

**BRIEF:** Información que una empresa proporciona sobre sí misma, para generar estrategias de comunicación.

**BRAINSTORMING:** Lluvia de ideas, esencialmente es una técnica que se utiliza para la facilitación del surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problemática.

**FODA:** (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas). Es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa o institución, permitiendo de ésta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

**CMYK:** Sigla que se utiliza en cuatricromía para indicar los colores básicos en que se descomponen las imágenes de medio tono (a todo color). Son las iniciales de cian, magenta, amarillo y negro que mezclados reproducen cualquier gama de color.

**COMPOSICIÓN:** Es el ritmo en la disposición de los elementos en un conjunto. El acorde rítmico tiene una geometría subyacente que concentra la atención o la dispersa si sus elementos no son rítmicos. Un conjunto ha de estar sostenido por valores de proporción y equilibrio.

**COMUNICACIÓN:** Palabra derivada de comunidad (reunión de seres humanos con algo en común). Es el proceso o acción mediante la cual se transmiten significados, mensajes, informaciones y conocimientos entre emisores y receptores humanos a través de un canal.

**DISEÑO:** Es un proceso de creación visual con un propósito específico, práctico; es la expresión visual de la esencia de un mensaje o producto. Un buen diseño reúne la mejor forma para que ese mensaje o producto sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente, por lo que el diseño no sólo es estético sino también funcional.

**IMAGEN:** Del latín imago que viene de la raíz im: imitare. Una imagen es la representación en forma de figura (visible o audible) de un modelo original que ya existe. Es un término que implica muy diversos significados, determinados en su mayoría por la forma como son percibidos por el sistema sensorial (por lo que toda percepción podría catalogarse como imágenes mentales), operante en el nivel de percepción como una sensación y una aprehensión; en el nivel intelectual, como un desciframiento y una comprensión; y en el nivel psicológico, como una experiencia y una vivencia.

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:

1. 100 Most Valuable Global Brands 2009, Millward Brown Optimor.
2. Letter head Logo Designs Creating The Corporative image, Lisa Walker Steve Blount, Nippan 1991, Germany.
3. Logo Font & Lettering Bible, Leslie Carbarga, A David & Charlie Book published in the UK in 2004.
4. Letter head logo design Seven, Sayles Graphic Design.
5. Rutgers Visual, Identity Manual 2008 Version 1.2, The State University of New Yersey.
6. Logos: Making a strong Mark, 150 Strategies for Logos that last, Anistatia Miller and Jared Brown.
7. Costa, Joan. Identidad Corporativa. Editorial Trillas Sigma. México, DF. 2003.
8. Costa, Joan. La Imagen de Marca : Un fenómeno social .
9. Chávez, Norberto. La imagen corporativa. Editorial Gustavo Gili. 2001.
10. Fishel, Catharine. Rediseño de la imagen corporativa. Editorial Gustavo Gili. 2000.
11. Foges, Chris. Papeleria e Identidad Corporativa, Mexico McGrawhill, 1999
12. González Solas, Javier. Identidad Visual Corporativa: La imagen de nuestro tiempo, Editorial Síntesis. Madrid, 2002
- .

## REFERENCIAS:

- Manual de marca del departamento del DOE, Universidad José Simeón Cañas, San Salvador, El Salvador.
- Manual de Identidad corporativa de NOVA
- Manual de marca de Yampper



Universidad Don Bosco  
Vicerrectoría de Estudios de Postgrado  
Maestría en Diseño Gráfico  
Antiguo Cuscatlán, La Libertad  
San Salvador, El Salvador  
Marzo, 2011.