

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: Diseño gráfico en los textiles de la tienda guatemalteca Del Palomar.

ESTRATEGIA: Rebranding para marca de cosméticos naturales Rosa Mutzus.

PROYECTO DE GRADO

**MARIANA DE JESÚS MURGA GONZÁLEZ**

CARNET 25053-12

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, OCTUBRE DE 2018

CAMPUS CENTRAL

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: Diseño gráfico en los textiles de la tienda guatemalteca Del Palomar.

ESTRATEGIA: Rebranding para marca de cosméticos naturales Rosa Mutzus.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR  
**MARIANA DE JESÚS MURGA GONZÁLEZ**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, OCTUBRE DE 2018  
CAMPUS CENTRAL

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.  
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO  
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO  
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS  
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO  
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ  
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ  
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

## **NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

LIC. JORGE ROBERTO MORALES TOBIAS

## **TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

MGTR. FRANZINE RENEÉ PINELO RECINOS DE RAMÍREZ  
LIC. ANA GABRIELA ZELADA CORTEZ  
LIC. JAVIER FERNANDO CASTILLO VASQUEZ

# CARTA DE ASESORES



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradición Jesuita en Guatemala

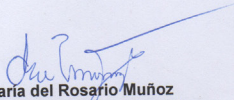
Facultad de Arquitectura y Diseño  
Departamento de Diseño Gráfico  
Teléfono: (502) 2426 2625 ext: 2428  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016

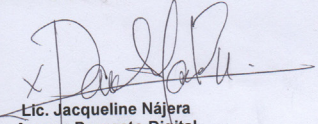
Reg. No. DG.100-2017

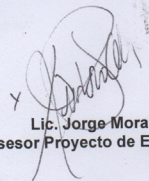
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de  
Arquitectura y Diseño a los siete días del mes de diciembre  
de dos mil diecisiete.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **MURGA GONZÁLEZ, MARIANA DE JESÚS** con carné **2505312**, cumplió con los requerimientos del curso de Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).

  
Lic. Maria del Rosario Muñoz  
Asesor Proyecto de Investigación

  
Lic. Jacqueline Nájera  
Asesor Proyecto Digital

  
Lic. Jorge Morales  
Asesor Proyecto de Estrategia

# CARTA DE AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
No. 031414-2018

## Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante MARIANA DE JESÚS MURGA GONZÁLEZ, Carnet 25053-12 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0331-2018 de fecha 16 de octubre de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: Diseño gráfico en los textiles de la tienda guatemalteca Del Palomar.  
ESTRATEGIA: Rebranding para marca de cosméticos naturales Rosa Mutzus.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 19 días del mes de octubre del año 2018.



  
MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA  
ARQUITECTURA Y DISEÑO  
Universidad Rafael Landívar



# índice

## Introducción

### Gestión de la estrategia de diseño

Familiarización .....	04
Necesidad, comprensión y definición del problema .....	06
Objetivos .....	06
Marco teórico de referencia .....	07
Profundización en información del cliente .....	08
Información del tema .....	16
Contenido marco teórico de diseño .....	23
Información de diseño .....	24
Definición grupo objetivo .....	30

### Gestión del proceso de diseño

Contenido del material gráfico .....	31
Diseño del concepto .....	37
Fundamentación del concepto .....	42
Visualización .....	43
Planeación estratégica de medios .....	45
Bocetaje .....	47
Bocetaje logotipo .....	49
Selección de logotipo .....	57
Bocetaje etiquetas .....	66
Propuesta preliminar 1 .....	87

Validación .....	94
Propuesta preliminar 2 .....	95
Bocetaje final todas las piezas .....	98
Propuesta preliminar 3 .....	102
Validación 2 .....	104
Análisis de resultados .....	105
Cambios realizados .....	106
Propuesta final y fundamentación .....	111
Producción y reproducción .....	123
Cotizaciones .....	131
Total del trabajo de diseño .....	132
Conclusiones y recomendaciones .....	133
Anexos .....	134



# Introducción

Hoy en día la cosmética natural se ha vuelto una opción más popular y segura por parte de los consumidores que quieren optar por soluciones estéticas que no tengan impactos negativos gracias al uso de químicos en la piel.

Rosa Mutzus cosmética natural es un producto que ofrece belleza sin riesgos. Sin embargo la imagen no logra mandar ese mensaje a los consumidores. Por el cual a continuación se realizó una estrategia creativa con el propósito de desarrollar una nueva identidad funcional para la marca que no solamente sea más atractiva para los clientes si no que también logre mandar un mensaje claro de belleza profesional sin riesgos.



# Familiarización

## con el cliente

### INFORMACIÓN DEL CLIENTE:

Nombre: Rosa Mutzus (RM cosmética natural)

Ubicación: Octava avenida, 19-60 zona 5 Villa Nueva, Fuentes del valle 2, Guatemala Villanueva.

Contacto: Rosa Mutzus

Tel: 6661-8847

Cel: 5419-9904

Email: rosa\_mutzus@yahoo.com

### Acerca de:

RM cosmética natural surge como una idea de la Ingeniera Rosa Mutzus impulsada por su interés en el cuidado del medio ambiente sus conocimientos en química y la inquietud de poder iniciar en un negocio propio desde hace ya varios años. Idea que toma forma de manera oficial en noviembre del año 2014 cuando es creada la empresa bajo el nombre de RM cosmética natural, la cual inicia con una propuesta diferente con

la intención de brindar a sus consumidores un producto 100% natural y artesanal, elaborado con materias primas nacionales de la mejor calidad, con un impacto positivo hacia el medio ambiente y enfocado en personas interesadas en un cuidado de higiene personal más sofisticado y libre de químicos o productos sintéticos que a largo plazo pueden resultar siendo dañinos tanto para su salud como para el medio ambiente. El valor agregado en el mercado consiste en que RM cosmética natural elabora un producto hecho en su totalidad con materia prima de origen natural y su proceso es totalmente artesanal, en la actualidad el mercado de los productos naturales; siendo más específicos los jabones naturales suelen presentarse a los consumidores; en la mayoría de los casos como productos libres de químicos o de materiales sintéticos, sin embargo en base a los resultados de una investigación de mercado y de la competencia actual se logró identificar que la mayoría de estos contienen en cierto grado de químicos y/o materia prima de origen sintético lo cual hace que el producto no sea 100% natural, independientemente de cual sea su proceso.





## Estrategia portafolio

La empresa ofrece a sus consumidores distintos productos, tales como jabones naturales, Champú, bálsamo labial, maquillaje mineral, desodorantes, aceites para masaje y aceites hidratantes. Debido al contenido de ingredientes innovadores, excelentes resultados a largo y corto plazo su producto más vendido en la actualidad es el jabón natural en sus distintas presentaciones.

### Valores corporativos:

A.Confiabilidad: Nuestra veracidad y precisión en cuanto a la información y características de nuestros productos.

B.Empatía: La actitud de aplicar la regla de oro “tratar a los demás, como quiero que me traten.”

### Visión:

Ser los mayores proveedores de productos cosméticos naturales y artesanales en Guatemala para el mercado hotelero y venta por catálogo, aumentando el bienestar de todos los involucrados.

### Misión:

Armonizamos la belleza con el cuidado del medio ambiente, brindando productos de calidad, seguros y naturales, siendo rentables y productivos. RM cosmética natural busca compaginar salud con belleza natural y mostrar sus productos como alternativa a obtener belleza con salud.





# Necesidad

comprensión y definición del problema

## Necesidad:

RM cosmética natural carece de una imagen de marca atractiva para los clientes, la cual permita dar a conocer los productos como cosméticos de calidad y resalten sobre su competencia. Asegurando que los clientes tanto actuales como potenciales opten por los productos de RM cosmética natural.

# Objetivos

## Objetivos:

1. Desarrollar una identidad corporativa funcional y atractiva para los clientes que de a entender que los productos son de confianza y buena calidad.
2. Desarrollar una solución más funcional para el embotellamiento del producto.
3. Desarrollar un catálogo en línea para impulsadoras donde informe sobre productos y su funcionamiento.
4. Desarrollar el diseño de una página web para distribución de información sobre la empresa y sus productos.



# Marco teórico de referencia



## Profundizar en información del cliente

A continuación se presentan los antecedentes gráficos de Rosa Mutzus cosmética natural con la funcionalidad de estos analizados.

### Logotipo:



-Tipografía difícil de leer no atractiva y aburrida.

-La mariposa no tiene razón o significado para la empresa por el cual puede ser no necesaria utilizarla.

-La segunda tipografía es comic Sans la cual la hace ver no profesional e infantil.

### Productos:



los colores amarillos y claros le dan calidez y vida a los productos.





Los productos entre sí son difíciles de diferenciar. todas las etiquetas son iguales por el cual fácilmente se podría confundir un champú de un repelente de mosquitos. Hay algunas etiquetas que son transparentes, sin embargo el color del producto es un color café miel oscuro por el cual se vuelven imposibles de leer.

las etiquetas no tienen jerarquía en el orden al igual que toda la información está solamente en una cara por el cual se vuelve aburrida de leer y mata al diseño del logotipo. No existe punto focal.





### Desodorante de pies:

La etiqueta del desodorante no tiene una jerarquía visual al igual que tampoco tiene un punto focal.

Las tres pequeñas etiquetas informativas que tiene (100% natural, no testado en animales y libre de parabenos) rompen por completo la línea gráfica del producto. No existe ritmo al igual que no tiene una función de legibilidad ya que la etiqueta es muy larga y la información sigue todo el largo de etiqueta.

### Crema:

La etiqueta de la crema hidratante rompe con el resto de la línea gráfica no tiene un punto focal y utiliza una fotografía difícil de leer y en mala resolución por el cual le quita confianza y credibilidad a la marca.





### Bálsamo labial:

La etiqueta del bálsamo labial no tiene buena legibilidad, las tres pequeñas etiquetas informativas que tiene (100% natural, no testado en animales y libre de parabenos) rompen por completo la línea gráfica del producto. No existe ritmo al igual que no tiene una función de legibilidad ya que la etiqueta es muy larga y la información sigue todo el largo de etiqueta.



### Desodorante:

La etiqueta del desodorante es muy larga. la parte informativa de la etiqueta sigue toda la anchura de esta por el cual lo hace aburrido de leer al igual que le quita algún sentido de punto focal. No existe punto focal en la etiqueta es difícil saber que este es un desodorante. ya que la tipografía de esta es muy pequeña y se pierde dentro del resto de la composición de la etiqueta.



Los champús, tónicos así como los sueros tienen un color muy parecido entre sí por el cual si se utiliza el mismo color en todas las etiquetas estas serán más difíciles de diferenciar. Se sugiere utilizar o clasificar los productos y sus funciones por color para que estos sean más fáciles de diferenciar.





## Estrategia portafolio



### Jabones:

La etiqueta de los jabones es muy larga de nuevo no hay diferencia entre la parte informativa de ingredientes y la cara de el jabón. se pierde la letra que enseña el tipo de producto. el color es aburrido y no da alusión a ser una marca profesional.

Se sugiere cambiar la etiqueta a que esta conste de dos es decir tenga una cara frontal y una cara de atrás para poder separar de manera mas limpia toda la información que contiene la etiqueta.



## Estrategia portafolio

### Catálogo:

Cambio de color en el logotipo.

Verde chinto vuelve a cambiar el color este choca con la información. Y no concuerda con la línea grafica.

Mal uso de tipografía y jerarquías todo llama mucho la atención no dan ganas de leerlo.

Fotografías no apelan al interés del cliente y no muestran nada.

**Rosa y Tulzús**  
Cosméticos Naturales

**JABÓN ARTESANAL EN BARRA**  
Duo facial y corporal

Hechos con aceites de oliva, canola y coco. Enriquecidos con cera de abeja, manteca de caribú, aceites de esencias, etc.

LIMPIAN EDAVEMENTE Y PERFECTAN LA PIEL.

Adaptado a cualquier piel tipo y color. Se usa untado o lavado.

Facial y piel: Limpiador, hidrata y calma antes de lavar.

Acné y piel: Exfolia, humecta y hidrata.

Mano: Limpia y hidrata.

Chiclosos: Hidratación, exfoliación y rico en antioxidantes, aceites y rico en proteínas, para piel seca.

300 ml.

LABIAL DE COLORES Y AROMAS DIVERSOS Y NATURALES. Precio único 15 gramos.

Cuidado ultrablando. Hidratación y nutrición todo tipo de piel.

Ajuda a renovar. Hidratación, nutre e hidrata todo tipo de piel.

Avellana: Exfolia suavemente, hidrata y equilibra la grasa de la piel.

Esperma para el verano.

Conoce más:  
• Crema de limpieza  
• Crema para el rostro  
• Crema hidratante  
• Crema para el cuerpo  
• Crema para el cuerpo  
• Crema para el cuerpo  
• Crema para el cuerpo

**CHAMPO ARTESANAL**  
sin sulfatos, sin parabenos

Idoneo para cabellos secos y de normal a grueso.

Manténlo para Capilar, Capilar y de normal a grueso.

300 ml.

**COMBATEN LA CAIDA DEL CABELLO Y LA CADIDA.**

Conoce más:  
El acondicionador químico puede ser sustituido por el cuidado de la madre de mandarina en el tipo de cabello. Algunos de nuestros productos de belleza hacen el.

300 ml.

**BALSAMO LABIAL NATURAL**  
Llave de aceites minerales, aceites, coco y otros aceites. Sin color ni olor.

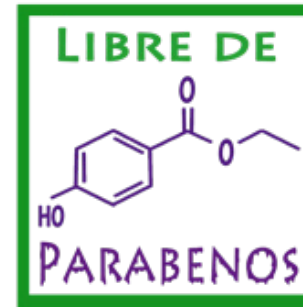
300 ml.

**PROTECTIVA DELICADA PIEL DE LOS LABIOS**

300 ml.

¡Ahora a tu alcance! En tu caja o en tu bolso.

Realiza tu belleza natural, no arriesgues tu salud y cuida el medio ambiente.



### Etiquetas informativas:

- No hay profesionalismo en las etiquetas.
- Tipografía mal utilizada parece de Halloween
- Las etiquetas no van con el resto de la línea gráfica.



### Imagen de marca:

- El celeste vuelve a agregar mas colores a la línea.
- Existe mucha variación de la línea gráfica. No se mantiene concreta.

## Estrategia portafolio

### Etiquetas:

-Ningún elemento concuerda con ningún otro elemento utilizado en la composición.

-Falta utilización de jerarquías en los productos

-El logotipo no concuerda con el resto de la línea grafica.

-Muy pesado para la vista y no es atractiva.

-La tipografía comic Sanz le quita credibilidad y profesionalismo a la empresa.

-Mucha información que esta conjunto el logotipo. ( nadie va a leer la información si el producto no es atractivo.)

-Falta utilización de jerarquía en las etiquetas de los productos.

-Falta limpieza.

-El uso de colores le da mucho ruido a la composición hay por lo menos 4 verdes diferentes.

-No da la impresión de ser un producto natural.

-La huella de mascota resalta mucho por el cual parece un producto para mascotas.

-El verde de atrás es mas una obstrucción visual.





## Información del tema:

A continuación se presentan ejemplos de otros productos que son artesanales

### Caso No.1 Naturel

Los productos de natural son fáciles de identificar en cuanto al logotipo sin embargo las etiquetas de todos los productos excepto los jabones son bastante parecidas entre si. Por el cual los hace difíciles de identificar que son, si champús ó aceites no se sabe que exactamente son los productos. El color verde es un color muy chinto por el cual no parece un color natural o artesanal. El logotipo en la línea naturel es el que más funciona ya que es fácil de identificar y de recordarse de el.



## Caso No.2 Savon

los productos de savon son diferenciados por los colores de las etiquetas este los hace tener colores mas vivos por lo tanto mas llamativos y resaltan bastante del resto de marcas en el mercado de cosmética natural.

Todas las etiquetas siguen siendo muy parecidas por el cual es difícil de saber que tipo de producto es cada uno.

el logotipo resalta y hace presencia en la marca

los colores son llamativos

la tipografía es fuerte llamativa y fácil de leer.

Los productos tienen una buena jerarquía

visual y consisten de tres diferentes variaciones de tipografías

Bold para tipo de producto normal para ingrediente principal y

light para el resto de los

ingredientes.

el color cafe logra contrastar con el resto de colores.





## Recopilar información del tema

Para lograr trabajar el proyecto se investigó sobre temas de cosmética natural y sus productos.

### 2.Cosmética Natural:

Según BDIH (Federación de industrias y empresas cosméticas alemanas)

Para que un producto sea considerado cosmética natural existen ciertas reglas y criterios a seguir los cuales son:

- las materias primas deben proceder de plantas y, siempre que sea posible, de cultivo ecológico certificado.
- Los productos no pueden estar testados en animales ni contener materias primas procedentes de animales vertebrados.
- Se permite el uso de sales inorgánicas y materias primas obtenidas de minerales.
- Materias primas de uso restringido: solo se permite emulgentes y tenso activos de origen vegetal como aceites, grasas, lecitinas, ceras, etc.
- Sustancias prohibidas: colorantes sintéticos, fragancias sintéticas, siliconas y parafinas y otros productos derivados del petróleo.

Caballé, E. (n.d.) Cosmética natural y cosméticos adecuados para Sensibilidad Química Múltiple. Recuperado Febrero 16, 2017, de <http://nofun-eva.blogspot.com/2008/08/cosmética-natural.html>

### 1.Productos naturales:

Según Ángel Gutiérrez Ravelo, un producto natural es un compuesto químico producido por un organismo vivo en la naturaleza. El producto natural es cualquier sustancia producida por la vida. En un sentido amplio un producto natural es un compuesto orgánico, aislado de fuentes naturales producido por un proceso metabólico primario o secundario. Si hay un proceso más producido que secundario este ya no sería considerado como un producto natural.

Rev.R.Acad.Cienc.Exact.Fís.Nat. (Esp) Vol. 103, N°. 2, pp 409-419, 2009 X  
Programa de Promoción de la Cultura Científica y Tecnológica





### 3.Productos artesanales:

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza, especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.”



### 4.Jabones Naturales:

Según Moritz Langasse de Orgánicos.eu, los jabones naturales respetan la Tierra y sus recursos naturales. Estos permiten reducir la cantidad de ingredientes químicos sobre la piel y sobre el medio ambiente. No utilizan químicos innecesarios, tampoco utilizan conservantes, colorantes, o perfumes sintéticos, aceites minerales derivados del petróleo como las parafinas y sustancias procedentes de animales muertos. Los productos tampoco están testados en animales.”

Langgasse, M. (2011, November 11). Qué son los jabones naturales.

Recuperado Febrero 16,2017 de <http://manualidades.innatia.com/c-jabón-biodegradable.html>





### 5.Champú Natural:

Según botánica online, un champú natural es aquel que no contiene ingredientes químicos agresivos para el cabello, es decir un champú sin detergente y colorantes artificiales.

S.L., B. (n.d.) Champús naturales. Recuperado Febrero 16,2017, de <http://www.botanical-online.com/medicianlscuidadodelcabellochampus.html>



### 6.Maquillaje Mineral:

Según Mónica Sánchez el maquillaje mineral es el que esta compuesto de mica, oxido de titanio, zinc entre otras piedras. Los maquillajes minerales no llevan añadidos, ni talco, fragancias ni conservantes. Está libre de tóxicos y no contienen plomo. Estas son piedras machacadas hasta quedar en polvo.

¿Qué es el maquillaje mineral y por que está por todas partes? (n.d.) Recuperado Febrero 16, 2017 de <http://www.guapaal instante.com/2014/04/que-es-el-maquillaje-mineral-y-por-que.html>







## Estrategia portafolio

### 7.Desodorante natural:

Un desodorante natural es un producto elaborado con ingredientes naturales para disimular el olor corporal. No contienen alcohol ni aromatizantes. Están realizados con hierbas medicinales como romero.

S.L., B. (n.d.) Desodorantes naturales. Recuperado Febrero 16,2017, de <http://www.botanical-online.com/medicianlscuidadodelcabellochampus.html>



### 8.Bálsamo labial natural:

Según Leslie Villalba, El bálsamo labial es un aplicador utilizado para aliviar o hidratar los labios con resequead. Los bálsamos labiales naturales están elaborados con los ingredientes básicos de aceite de oliva extra orgánico y cera de abeja, para hidratar y proteger los labios. No contienen petróleo, colores artificiales, sabores artificiales o endulzantes.

Leslievillalba Seguir. (n.d.). Bálsamo labial. Recuperado febrero 16,2017, de <http://es.slideshare.net/leslievillalba/blsamo-labial-15417843>

### 9.Salud:

Según la constitución de la OMS: Principios “La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. La cita procede del Preámbulo de la constitución de la organización mundial de la salud, que fue adoptada por la conferencia sanitaria internacional.

Official records of the world health organization, N-2, p100) entró en vigor el 7 de abril de 1948. La definición no ha sido modificada desde 1948.

### 10.Belleza:

Según la enciclopedia real academia, “belleza es una noción abstracta ligada a numerosos aspectos de la existencia humana. Estudiada por la disciplina filosófica de la estética. La belleza es la característica de una cosa que a través de la percepción de una sensación de placer o satisfacción la belleza puede manifestarse como un aspecto visual, sonido, sabores, u olores.”

Según Tomas de Aquino “ La belleza es aquello que agrada a la vista. La percepción de la belleza a menudo implica la interpretación de alguna entidad que esta en el equilibrio y armonía con la naturaleza”.





### 11. Químicos en productos conservantes:

La mayoría de los productos cosméticos que no son totalmente naturales u orgánicos, tienen sustancias hechas por el hombre. Según el grupo EWG (environmental working group) se realizaron estudios sobre los parabenos y los resultados muestran que la exposición a estos conservantes tienen efectos negativos estos incluye crecimiento de células cancerosas y reacciones alérgicas. Los cosméticos normalmente tienen solo unas cantidades muy pequeñas de conservantes.

¿Sabes qué son los parabenos y cuáles son sus efectos?/ ECOagricultor. (n.d.)  
Recuperado Febrero 16,2017 de <http://www.ecoagricultor.com/sabes-que-son-los-parabenos-y-sus-efectos/>





# Contenido marco teórico de diseño





## Información de diseño

**A continuación se presenta los temas de diseño investigados para la nueva identidad corporativa de Rosa Mutzus cosmética natural.**

### 1. Brochures:

Según Fundmarketing el brochure es todo aquella papelería que sea propia de una compañía y que esta la represente.

El brochure puede abarcar desde anuncios publicitarios hasta servicios que la compañía puede llegar a ofrecer hasta servicios que la compañía puede llegar a ofrecer. A tarjetas de presentación de proyecto que pueden circular de manera externa o interna en una compañía.

El brochure debe ser pensado como la misma compañía entrando a la casa de los potenciales clientes.

El brochure tiene tres funciones;

1. Informativa
2. Publicitaria
3. Identificadora



1. Informativa; la función informativa informa al público acerca de algún aspecto de su compañía la información puede tener el objetivo de presentar a su compañía, productos nuevos que esta puede ofrecer.

2. Publicitaria; la función publicitaria funciona para promover varios o productos o servicios que ofrece la compañía de manera atractiva.

3. Identificadora; la función identificadora del brochure es puramente para identificar la compañía y hacer que este se distinga sobre los demás.

Brochure: ¿Qué es y para qué sirve? (2014, Junio 23). Recuperado febrero 16, 2017, de <https://wepadesign.wordpress.com/2014/06/23/brochure-que-es-y-para-que-sirve/>





## Estrategia portafolio

### 2.Imagen Corporativa:

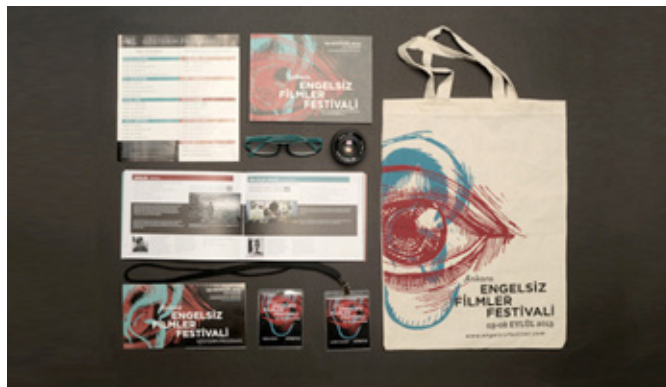
Según definición ABC La imagen corporativa resulta ser el conjunto de cualidades que los consumidores atribuyen a una determinada compañía, es decir, es lo que la empresa significa para la sociedad, cómo se la percibe.

La creación de la imagen corporativa generalmente está a cargo de los responsables del área de Relaciones Públicas, quienes para

construirla emplearán principalmente campañas de comunicación en diferentes medios de comunicación, los tradicionales: prensa escrita, televisión, radio, más los que han traído las nuevas tecnologías tales como Internet, redes sociales, entre otros.

Por supuesto que esa imagen que se creará, especialmente direccionada hacia la percepción, deberá ser sumamente atractiva para que el público la registre y sienta interés por ella.

Definición de Imagen Corporativa. (n.d.) Recuperada Febrero 16,2017, de <http://www.definiciónabc.com/comunicación/imagen-corporativa.php>

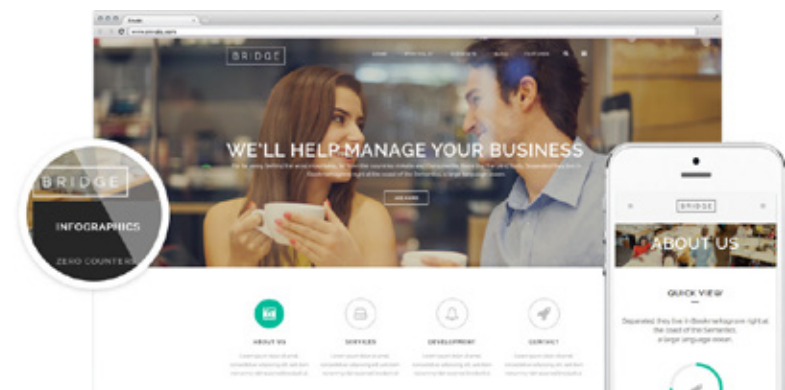


### 3.Páginas Web:

Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.

Las páginas web están desarrolladas con lenguajes de marcado como el HTML, que pueden ser interpretados por los navegadores. De esta forma, las páginas pueden presentar información en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), estar asociadas a datos de estilo o contar con aplicaciones interactivas.

Entre las múltiples características que tiene una página web y que sirven para identificarla se encuentran las siguientes: cuenta con información textual y también con material de tipo audiovisual, está dotada de un diseño atractivo, está optimizada y ejerce como la tarjeta de presentación de una empresa, una persona o un profesional concreto.



## Estrategia portafolio

### 4. Tipografía:

Según Newark (2002), tipografía significa escribir/imprimir utilizando elementos estándares y alguna relación modular entre estos elementos. Ya que es una relación bidimensional, se establecen proporciones verticales como horizontales ya sea en un sistema manuscrito o mecánico.

Según Temlow (2006), desde la invención de la imprenta se ha experimentado con diversas formas en que la tipografía puede aparecer. Los experimentos lúdicos realizados, atraen la atención del lector hacia el carácter visual de la página, hacia el hecho de que la letra y palabra son formas maleables que ofrecen un gran potencial para crear y re estructurar el significado.

Diversos autores desde el siglo XVIII han trabajado con el potencial semántico del diseño de páginas al, por ejemplo, interrumpir el flujo de texto con páginas blancas, utilizando recursos tipográficos como asteriscos e imágenes incrustadas, tener composiciones dinámicas y abiertas en el texto que combinen movimientos horizontales y verticales y tipografías de diferentes cuerpos, entre otras ideas.



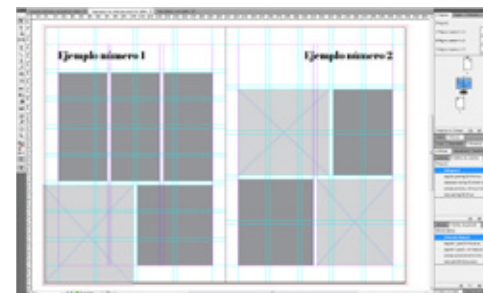
### 5. Jerarquía:

Según Newark (2002), la jerarquía es la principal condición para que un texto tenga significado y experiencias distintos. De forma convencional se maneja un texto con encabezamientos, titulares, introducciones y prefacios antes del cuerpo principal de texto, con páginas y tablas de contenidos.



### 6. Retícula:

Según Newark (2002), la retícula es una estructura invisible que organiza el material gráfico en una superficie que nos puede ayudar a la toma de decisiones. Tiene la función de limitar las posibilidades de elección para ayudar al diseñador a decidir cómo colocar los elementos en cada página. Además aporta unidad al diseño, dando un aspecto de coherencia a un diseño que tenga páginas con materiales muy distintos.





## Estrategia portafolio

### 7. Posicionamiento de marca:

Según Roberto Espinosa En Marketing llamamos posicionamiento de marca al lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto el resto de sus competidores. El posicionamiento otorga a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia. Esta imagen propia, se construye mediante la comunicación activa de unos atributos, beneficios o valores distintivos, a nuestra audiencia objetivo, previamente seleccionados en base a la estrategia empresarial.

Lara, E., Roberto Espinosa/ Marketing y Ventas Blog, Diaz, P., Gomez, J.C., R., Á, L.,... (n.d.) Posicionamiento de marca, la batalla por tu mente. Recuperado Febrero 16,2017 de <http://robertoepinosa.es/2014/09/15/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente/>



[misfolder.blogspot.com](http://misfolder.blogspot.com)

### 8. Logotipo:

Según definición mx un logotipo es un gráfico, expresión tipográfica o ambas cosas a la vez que se utiliza para dar cuenta de un movimiento, institución o empresa. A nivel comercial, la utilización de un logotipo apunta a que el público reconozca rápidamente a una empresa determinada, circunstancia de enorme importancia en la medida en que da cuenta del prestigio de esta. Esto hace que la publicidad haga un uso extendido de estos, por lo que debe reproducirse en distintos soportes, debe distinguirse con facilidad.

Logotipo. (n.d.). Recuperado Febrero 16,2017 de <https://definicion.mx/logotipo/>





## Estrategia portafolio

### 9. Branding:

Según MGlobal el branding de marca o de empresa es el proceso mediante el cual se construye una marca, comprendiendo este como el desarrollo y mantenimiento de un conjunto de atributos y valores inherentes a la marca y por la que esta será identificada por su público. Por ello, cada paso que da la empresa hasta convertirse en una marca rápidamente reconocible por sus clientes debe analizarse y seguir una estrategia previa.

Agencias, consultorías y profesionales del sector publicitario hablan constantemente del branding de una marca o branding de empresa, pero en la realidad no siempre se tiene del todo claro que abarca exactamente este concepto y cómo se configura dentro de las empresas.

Para entender lo que es el branding de empresa tenemos que comprender lo que significa la marca de una organización.

Como marca debemos concebir algo más que un simple nombre: la marca es el sello, el espíritu, el símbolo identificativo de la organización, o una combinación de todo ello, a través de la cual, los usuarios perciben una imagen válida de ella, en términos de calidad, fiabilidad y unicidad.

La marca es lo que nos distingue de la competencia.

¿Cómo se define el branding de una marca? (2016, Abril 06). Recuperado Febrero 16, 2017, de <http://mglobalmarketing.es/blog/como-se-define-el-branding-de-una-marca/>





## Estrategia portafolio

### 10. Empaques etiquetas:

Según Stanton, Etzel y Walker, la etiqueta es la parte de un producto que transmite información sobre el producto y el vendedor. Puede ser parte del empaque o estar adherida al producto.

Para Kerin, Hartley y Rudelius, la etiqueta es una parte integral del empaque y suele identificar al producto o marca, quién lo hizo, dónde y cuándo se hizo, cómo debe usarse y el contenido y los ingredientes del paquete.

Para Fischer y Espejo, la etiqueta es la parte del producto que contiene la información escrita sobre el artículo; una etiqueta puede ser parte del embalaje (impresión) o simplemente una hoja adherida directamente al producto.

En este punto, y teniendo en cuenta lo anterior, planteo la siguiente Definición de Etiqueta para fines de marketing:

Thompson, I. (n.d.). La etiqueta del producto. Recuperado Febrero 16,2017, de <http://www.marketing-free.com/producto/etiquetas.html>



### 11. Envases:

Según ALIMENTEK el envase es todo recipiente o soporte que contiene o guarda un producto, protege la mercancía, facilita su transporte, ayuda a distinguirla de otros artículos y presenta el producto para su venta. Es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo.

Marketizer.com, Q./.(n.d.). Definición de envase, envasado, empaque y embalaje. Recuperado Febrero 17,2017, de <https://www.quiminet.com/articulos/definicion-de-envase-enzasado-empaque-y-embalaje-15316.html>





# Definición Grupo objetivo

**Para crear un perfil para el grupo objetivo se realizó un focus group en donde se les pasó una encuesta (anexo a) con el propósito de conocer más sobre los gustos de los sujetos.**

## Área demográfica:

Según los estudios realizados se concluye que el producto está enfocado a mujeres de clase social media y clase social alta, de las edades comprendidas entre 19 a 55 años.

## Área geográfica:

País: Guatemala

Región: Metropolitana

Ciudad: Guatemala

El producto únicamente se estará comercializando en el área de la ciudad capital de Guatemala, debido a que se está iniciando y se necesita posicionar el producto para luego poder expandir en el interior.

- Mercadito de Lola en 4 grados Norte
- El Market (C.C. Plaza La Villa Blvd. Los Próceres 10-50 zona 10)
- San Gregorio Hotel y Spa (km. 30.5 carretera a Santa Elena Barillas)

- Vivero de la Escalonia (5ª. Ave. Sur #36C, Antigua Guatemala)
- Artesano's market (6ª. Ave 9-62 Edif. París Local 4)
- Lingua (Ave. Reforma 15-54 Edif. Reforma Obelisco, Nivel 1)

## Área psicográfica:

Se analizó este tipo de mercado en base a que las mujeres se preocupan mucho por su apariencia personal y que confían en los productos a base de ingredientes naturales.

## Mercado Meta:

Según la segmentación de mercado se concluye en que el mercado meta lo constituyen las áreas, demográfica, geográfica y psicográfica, teniendo en cuenta que el área de mayor atención será la demográfica y donde las estrategias de marketing deberán ser más fuertes.

Porque el mercado meta está comprendido por mujeres de 19 a 55 años de nivel social medio-alto, ubicadas en la ciudad capital de Guatemala y que cuidan de su apariencia personal con productos naturales.



# Contenido

## del material gráfico:

### Etiquetas:

- Jabón Arcilla
- Jabón algas marinas
- Jabón avena y miel
- Jabón chocolate
- Jabón carbón activado
- Jabón leche de cabra
- Jabón pepino y aloe
- Jabón aguacate y cúrcuma
- Champú romero
- Champú manzanilla
- Champú jojoba
- Desodorante en barra
- Desodorante roll on
- Desodorante en polvo (para pies)
- Bálsamo labial
- Aceite almendras
- Aceite jojoba

- Aceite rosa mosqueta
- Aceite de aguacate
- Aceite de coco
- Maquillaje marfil
- Maquillaje caramelo
- Maquillaje miel
- Rubor cereza
- Rubor bronce
- Rubor-rosa clásico
- Suero regenerador capilar
- Suero rejuvenecedor facial
- Tónico capilar
- Tónico facial
- Crema anti manchas
- Repelente de mosquitos
- Repelente de piojos.

### Material Grafico: (imagen corporativa)

- Tarjeta de presentación
- Sobre
- Bifoliar
- Logotipo
- Empaque
- Línea grafica de etiquetas.



## Catalogo para impulsores:

### Catálogo:

¿Sabías que...?

La mujer promedio absorbe por la piel alrededor de 2,500 gramos de químicos al año.

Muchos de estos químicos están relacionados con alergias, infertilidad, trastornos hormonales y cáncer.

Cosméticos y productos de higiene personal, 100% naturales y artesanales.

Limpieza, humectación y nutrición de la piel, sin riesgos a la salud ya que nuestras formulaciones no contienen químicos y solamente se utilizan ingredientes naturales y frescos.

Ahora a tu alcance!!! En tu casa o trabajo...

Realza tu belleza natural, no arriesgues tu salud y cuida el medio ambiente

¿Cómo reconozco los productos cosméticos naturales?

Los fabricantes responsables y honestos, deben colocar una etiqueta que incluya una lista completa de los ingredientes (ordenados en forma descendente).

Los fabricantes deben poseer Licencia Sanitaria y Registros Sanitarios, aunque sea un producto natural y artesanal, para asegurar la calidad y la higiene.

Los productos naturales no poseen colores agresivos o muy llamativos.

No poseen aromas frutales (fresa, mango, papaya, etc.), ya que

estos aromas no se pueden extraer.

Únicamente los cítricos, las especias y algunas flores, poseen aceites esenciales que dan un aroma suave y de corta duración.

La textura y viscosidad son diferentes, ya que no se les agregan espesantes ni otros químicos que sirven para que parezcan una sólo mezcla y no se separen.

Su tiempo de vida es más corto, ya que no contienen Preservantes.

### Nuestros Productos:

Jabón artesanal en barra (uso facial y corporal), peso neto 75 gramos:

Chocolate:

Hidratante, emoliente y rico en antioxidantes, para piel seca y/o madura.

Algas y toronja:

Reafirma, nutre e hidrata todo tipo de piel.

Avena y miel:

Exfolia, nutre e hidrata todo tipo de piel.

Leche de cabra y semilla de uva:



Exfolia, nutre y alivia pieles sensibles y maduras.

Aguacate y cúrcuma:

Hidrata y calma la piel irritada o sensible.

Carbón activado:

Desintoxica y purifica todo tipo de piel.

Pepino y aloe:

Limpia, tonifica y calma pieles grasas o con acné.

Arcilla:

Elimina impurezas, destapa poros y equilibra la grasa de la piel.

Especial para el afeitado

CHAMPÚ ARTESANAL

(sin detergentes, sin sal)

contenido neto 240 ml

Romero:

para cabello oscuro y de normal a graso.

Manzanilla:

para cabello claro y de normal a graso.

Jojoba:

para cabello de normal a seco.

DESODORANTE EN BARRA

Libre de aluminio. No tapa los poros, no produce alergia.

Peso neto 80 gramos

BÁLSAMO LABIAL NATURAL

Libre de aceite mineral, parafinas, plomo y otros metales. Sin color ni olor

Peso Neto 4 gramos

MAQUILLAJE MINERAL

100 % minerales puros pulverizados, libre de metales pesados, sin colorantes.

•Hipo alérgico

•No comedagénico

BASE DE MAQUILLAJE

¡Utilízalo como crema y polvo traslúcido!!!

3 tonos: marfil, miel y caramelo.

Envase de 9 gramos

RUBOR EN POLVO

Junto con el bálsamo labial, también lo puedes usar para los labios!!

3 tonos: Rosa clásico, cereza y bronce.

Envase de 2.5 gramos

ACEITES VEGETALES

Envase de 30 ml



### Aceite de Rosa Mosqueta

Indicado especialmente para piel muy seca.

Cabello: Refuerza y aporta vitalidad al cabello encrespado, dañado o muy fino.

Piel: Hidratación profunda, evita envejecimiento prematuro, disminuye manchas, estrías y cicatrices. No exponerse al sol durante su uso.

### Aceite de Almendras

Indicado para piel de normal a seca.

Cabello: Restaura y da brillo al cabello maltratado, seco y quebradizo.

Piel: Suaviza e hidrata profundamente. Especial para piel irritada, inflamada o con quemaduras.

### Aceite de Jojoba

Indicado para piel de normal a grasa.

Cabello: desplaza el sebum que obstaculiza el folículo, equilibrando la grasa y nutriendo el cuero cabelludo.

Piel: Evita la acumulación del sebum, facilita la regeneración celular, aumentando la elasticidad, suavidad y firmeza de la piel.

¡Utiliza el aceite puro y obtén el 100% de beneficios para tu piel y cabello!

## UNOS CONSEJOS PARA TI:

### Consejo No.1

### Rutina de limpieza

1. Utiliza uno de nuestros aceites como desmaquillante.
2. Lávate la cara con nuestros jabones.
3. Aplícate el aceite como hidratante.

Cutis limpio y sueño tranquilo, sabiendo que reduces enfermedades al eliminar el uso de químicos peligrosos.

### Consejo No.2

El acondicionador químico puede ser sustituido por 1 cucharada de vinagre de manzana en 1 taza de agua.

Antes de peinar, aplícate alguno de nuestros aceites de las puntas hacia la raíz.

### Consejo No.3

Los puedes utilizar para masaje, como desmaquillan tés y como hidratantes desde el cabello hasta los pies!!

Hecho en Guatemala por RM Cosmética Natural Comentarios o sugerencias a [info@rosa-mutzus.com](mailto:info@rosa-mutzus.com) Síguenos en facebook. [com/RosaMutzus](https://www.facebook.com/RosaMutzus)



### Bifoliar:

¿Buscas cosméticos 100% naturales?  
para tu seguridad...

Los fabricantes responsables y honestos, deben colocar una etiqueta que incluya una lista completa de los ingredientes (ordenados en forma descendente) y fecha de vencimiento del producto.

tiempo de vida es corto,  
ya que no contienen preservantes sintéticos,

No poseen sabores o aromas frutales (fresa, mango, papaya, etc), a chocolate, chicle, etc, ya que estos no se pueden extraer. Únicamente los cítricos, las especias y algunas flores, poseen aceites esenciales que dan un aroma suave y de corta duración.

No poseen colores agresivos o muy llamativos, aún algunos colorantes de “grado alimenticio” son sintéticos y no aceptables para cosmética 100 % natural.

Los fabricantes deben poseer Licencia Sanitaria y Registros Sanitarios, aunque sea un producto natural y artesanal, para asegurar la calidad y la higiene.

La textura y viscosidad son diferentes, ya que no se les agregan espesantes ni otros químicos que sirven para que parezcan una sola mezcla y no se separen.

#### ENCUÉTRANOS EN:

- Mercadito de Lola en 4 grados Norte
- El Market (C.C. Plaza La Villa Blvd. Los Próceres 10-50 zona 10)
- San Gregorio Hotel y Spa (km. 30.5 carretera a Santa Elena Barillas)
- Vivero de la Escalonia (5ª. Ave. Sur #36C, Antigua Guatemala)
- Artesano's market (6ª. Ave 9-62 Edif. París Local 4)
- Lingua (Ave. Reforma 15-54 Edif. Reforma Obelisco, Nivel 1)



Para dudas o comentarios, comunícate a:  
RM CosméticaNatural  
Licencia Sanitaria L-S-LAB-0661-2015 info@rosa-mutzus.com,  
(502) 5419-9904 Facebook.com/RosaMutzus

### **Nuestros Productos:**

#### JABONES FACIALES Y CORPORALES

Aguacate y cúrcuma: Hidrata y calma la piel irritada o sensible.

Pepino y aloe: Limpia, tonifica y calma pieles grasas o con acné.

Avena y miel: Exfolia, nutre e hidrata todo tipo de piel.

Chocolate: Hidratante, emoliente y rico en antioxidantes, para piel seca y/o madura.

Leche de cabra y semilla de uva:  
Exfolia, nutre y alivia pieles sensibles y maduras.

Carbón activado:  
Desintoxica y purifica todo tipo de piel.

Algas y toronja: Reafirma, nutre e hidrata todo tipo de piel.

Arcilla: Elimina impurezas, destapa poros y equilibra la grasa de

la piel. Especial para el afeitado

#### CHAMPÚ

(sin detergentes, sin sal)

Romero: para cabello oscuro y de normal a graso.

Manzanilla: para cabello claro y de normal a graso.

Jojoba: para cabello de normal a seco.

#### Aceites

regeneradores:

para rostro y cabello aceites vegetales enriquecidos con aceites esenciales.

Maquillaje mineral:

100 % minerales puros pulverizados, libre de metales pesados, sin colorantes.

Bálsamo labial:

libre de aceite mineral, parafinas, plomo y otros metales. Sin color ni olor.

Tónicos faciales y capilares:

Libres de alcohol, sin colorantes ni Preservantes. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales





# Diseño del concepto

A continuación se presenta una serie de diferentes técnicas de conceptualización con el propósito de llegar a un concepto que logre representar la esencia de la marca Rosa Mutzus cosmética natural. La cual tiene como objetivo compaginar salud con belleza natural y mostrar sus productos como alternativa a obtener belleza con salud.

Para los procesos de conceptualización se utilizaron cuatro técnicas, lluvia de ideas, mapa mental, opuestos y por último ideas a través de imagen. A partir de cada técnica se generaron diferentes frases para poder elegir un concepto sobre el cual se trabajo el material.



# Conceptualización

## método No.1 lluvia de ideas

medio ambiente  
químicos  
maquillaje  
natural  
organico  
verde  
naturaleza  
seguridad  
confianza  
felicidad  
crudeza  
viveza  
inmortalidad  
importante  
suavidad  
abstracto  
bienestar  
aspectos  
equilibrio  
mortal  
seguro  
cosméticos  
zen

mandalas  
tierra  
agua  
elementos  
fortaleza  
productividad  
valor  
curvas  
sensaciones  
realidad  
belleza  
mujer  
vitalidad  
fisico  
variedad  
emocional  
terrenal  
fuerza  
predominio  
artesanal  
nacional  
belleza natural  
sustancias

movimiento  
energía  
calidad  
higiene  
sofisticado  
empatía  
responsable  
armonía  
cuidado  
futuro  
humano  
satisfacción  
mezcla  
resaltar  
espíritu  
moda  
artesano

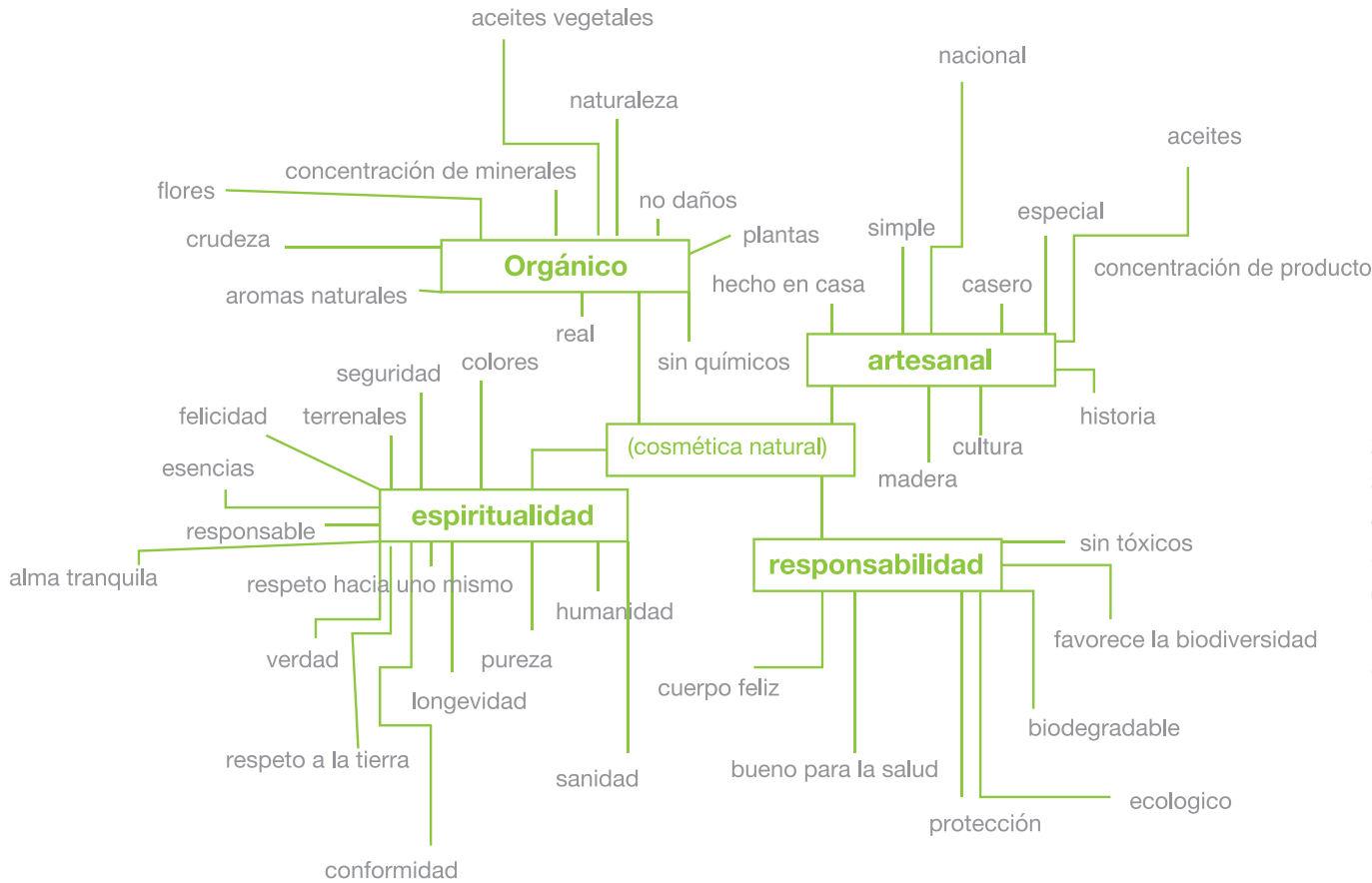
### Frases generadas:

1. Seguridad en belleza
2. Movimiento vitalísima
3. Belleza humana
4. Vitalidad a lo estetico
5. La belleza en la realidad
6. Inmortalidad terrenal
7. Elementos terrenales
8. Energía humana



# Conceptualización

## método No.2 Mapa mental



### Frases generadas:

1. Vitalidad en la estética
2. Protección en la naturaleza
3. Protección natural
4. Seguridad en la crudeza
5. Vitalidad pura
6. Pureza natural
7. Pureza cultural
8. Orgánica espiritual



# Conceptualización

## método No.3 Mapa mental

natural - artificial  
naturaleza - caos  
seguridad - fragilidad  
confianza - desconfianza  
felicidad - desencanto  
crudeza - (suavidad, sintético)  
viveza - decadente  
orgánico - inorgánico  
inmortalidad - mortalidad  
importante - desconocido  
suavidad - dureza  
realidad - ideal  
mujer - hombre  
fisico - sutil  
terrenal - celestial  
energía - apocamiento  
higiene - suciedad  
armonía - alboroto  
futuro - pasado  
moda - antigüedad

abstracto - preciso  
bienestar - incomodidad  
equilibrio - desorden  
mortal - eterno  
seguro - incierto  
tierra - arte  
fortaleza - debilidad  
productivo - inservible  
valor - miedo  
curvas - rigidez  
sensaciones - insensibilidad  
belleza - deformación  
vitalidad - extenuación  
variedad - uniformidad  
fuerza - fragilidad  
movimiento - estatismo  
calidad - vulgaridad  
responsable - impetuoso  
cuidado - desacierto  
humano - divino

### Frases generadas:

1. Viveza terrenal
2. Bienestar orgánico
3. Cuidado natural
4. Energía armoniosa
5. Modo natural
6. Moda orgánica natural
7. Vitalidad de la mujer
8. La energía cruda de la mujer
9. La belleza real de la mujer
10. La belleza real femenina
11. Suavidad femenina
12. Belleza cruda



# Conceptualización

método No.4 ideas a través de imagen



## Frases generadas:

- Seguridad llamativa
- Verde impacto
- Comunicación natural
- Tendencia transparente
- Impacto natural
- Innovación orgánica
- Atención fresca
- Personalidad transparente
- Movimiento saludable
- Preferencia orgánica

Llamativo  
Interesante  
Movimiento  
Innovador  
Seguro  
Verde  
Dinámico  
Atención  
Saludable  
Información  
Comunicación

Ideas  
Agrado  
Seguridad  
Conocimiento  
Preferencia  
Identificadores  
Tendencia  
Impacto  
Personalidad  
Educación  
Excelencia

verde  
beige  
natural  
orgánico  
naturaleza  
fresco  
honesto  
transparente  
original  
seguro  
saludable  
fácil



## Selección de conceptos

viveza terrenal  
bienestar orgánico  
cuidado natural  
energía armoniosa  
modo natural  
moda orgánica natural  
vitalidad de la mujer  
la energía cruda de la mujer  
la belleza real de la mujer  
la belleza real femenina  
suavidad femenina  
**belleza cruda**  
vitalidad en la estética  
protección en la naturaleza  
protección natural  
seguridad en la crudeza  
vitalidad pura  
pureza natural  
pureza cultural

orgánica espiritual  
Seguridad en belleza  
movimiento vitalísima  
belleza humana  
vitalidad a lo estetico  
la belleza en la realidad  
inmortalidad terrenal  
elementos terrenales  
energía humana  
Seguridad llamativa  
Verde impacto  
Comunicación natural  
Tendencia transparente  
Impacto natural  
Innovación orgánica  
Atención fresca  
Personalidad transparente  
Movimiento saludable  
Preferencia orgánica

# Concepto

## Belleza cruda

Según la investigación que se hizo para el grupo objetivo de Rosa Mutzus cosmética natural se llegó a la conclusión que el mejor concepto a seguir para el rediseño de la línea gráfica y branding de la marca se haría bajo belleza cruda. Ya que esta implica tal cual la belleza natural de la mujer, y como esta belleza sin químicos, preservantes, etc. Está directamente relacionada con la salud ya que al utilizar cosmética natural estamos cuidando tanto la belleza natural como la salud. La cual tiene cumple con el objetivo de la marca Rosa Mutzus cosmética natural el cual es compaginar salud con belleza natural y mostrar sus productos como alternativa a obtener belleza con salud.



# Visualización:

## Visualización :

**Concepto: Belleza Cruda (raw beauty)**

### Proyecto:

Expresión: seguridad orgánica.

Elemento: colores pastel.

Tecnología: Pantone RBG y CMYK

Función: demostrar que los productos son 100% orgánicos y artesanales.

### Cliente:

Rosa Mutzus

Expresión: unir salud con belleza .

Elemento: tipografía.

Tecnología: sans serif básica, cursiva serif.

Función: generar estabilidad en la composición al igual que lograr compaginar salud con belleza.

## Etiquetas y empaques:

Expresión: confianza.

Elemento: Colores y texturas naturales.

Tecnología: pantones CMYK y RGB se utilizara una línea de colores pastel crudos, una mezcla de rosados, morados y verdes.

-A través de los verdes se quiere dar alusión a la naturalidad y lo orgánico.

-Mientras que los rosados y morados dan alusión a la salud y la piel humana.

Función:

A través de los colores y texturas naturales se quiere demostrar que estos son productos artesanales y orgánicos, y sin embargo la calidad de estos productos es buena y hasta mejor de utilizar.



## Estrategia portafolio

### Línea Gráfica y material gráfico:

Expresión: Confianza Femenina

Elemento: Tipografía, colores e información.

Tecnología:

helvética (thin, normal, bold) tipografía estable fuerte y fácil de leer, sans serif básica.

American typewriter (thin, bold) serif tipografía clásica y curva.

Code bold, tipografía estable fuerte y fácil de leer sans- serif.

Función: Generar estructura y estabilidad en la composición de la línea grafica al igual que marcar jerarquías y dar orden al instrumento.

Tecnología: pantones CMYK y RGB se utilizara una línea de colores pastel crudos, una mezcla de rosados, morados y verdes.

-A través de los verdes se quiere dar alusión a la naturalidad y lo orgánico.

-Mientras que los rosados y morados dan alusión a la salud y la piel humana.

Función:

A través de los colores y texturas naturales se quiere demostrar que estos son productos artesanales y orgánicos, y sin embargo la calidad de estos productos es buena y hasta mejor de utilizar.

### Logotipo:

Expresión: Unir salud con belleza.

Elemento: Tipografía.

Tecnología:

helvética (thin, normal, bold) tipografía estable fuerte y fácil de leer, sans serif básica.

American typewriter (thin, bold) serif tipografía clásica y curva.

Code bold, tipografía estable fuerte y fácil de leer sans- serif.

Función: Generar estructura y estabilidad en la composición de la línea grafica al igual que marcar jerarquías y dar orden al instrumento.





# Planeación estratégica

## de medios:

Rosa Mutzus cosmética natural se especializa en la fabricación y distribución de cosméticos y productos de higiene personal 100% naturales y artesanales. Se identificó una oportunidad en cambio de branding del producto, para lograr ser más atractivo para el cliente al igual que manejar una mejor distribución de información de producto.

¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Piezas y medio o soporte	Carácter	Propósito	Lugar	tiempos	a través de quien o cómo
etiquetas	informativo	Brindar información directa del producto a posibles compradores. Información directa significando que es, cual es su función y sus ingredientes.	Se distribuirá en diferentes tiendas incluyendo: -Mercadito de lola en 4 grados norte -El Marquet -San Gregorio Hotel y Spa -Vivero de la Escalante -Artesanos Marquet -Lingua	Los tiempos de distribución dependen de las ventas de los productos y a partir de estos se ve que tantos se distribuyen cada mes en cada tienda.	Ya que son productos nuevos la encargada de distribuirlos es la propia dueña Rosa Mutzus haciendo personalmente a las tiendas.



¿Qué se va a utilizar como medio de comunicación?			¿Cómo se distribuirá?		
Piezas y medio o soporte	Carácter	Propósito	Lugar	tiempos	a través de quien o cómo
brochure	informativo publicitario	Brindar información directa de los productos al igual que dar información sobre los beneficios del uso de productos naturales.	Se distribuirá en diferentes tiendas incluyendo: -Mercadito de lola en 4 grados norte -El Marquet -San Gregorio Hotel y Spa -Vivero de la Escalante -Artesanos Marquet -Lingua	Se distribuirán 50 piezas al inicio de cada mes por tienda.	Ya que son productos nuevos la encargada de distribuirlos es la propia dueña Rosa Mutzus hiendo personalmente a las tiendas.
Catálogo	informativo publicitario	Brindar información del desglose de todos los productos con que la línea RM cosmética natural cuenta y hablar sobre sus beneficios.	El catálogo se distribuirá digitalmente a posibles clientes por medio de correos personalizados. También se hará un catálogo impreso especialmente para clientes frecuentes. Donde se les enviará personalmente a sus casas.	Se mandará un catálogo digital cada semana a nuevos clientes obtenidos a través de las tiendas.	A través de Rosa Mutzus la dueña de los productos.



# Bocetaje

belleza cruda  
mood board

A continuación se presenta un mood board de lo que el nuevo diseño de la marca Roza Mutzus quiere representar a sus clientes y nuevos posibles clientes. Siempre siguiendo el concepto (belleza cruda) se quiere dar a entender un mensaje en donde lo natural no solamente es salud sino que también existe un tipo de belleza cruda una belleza que se quiere llegar a apreciar y admirar. Más por parte de las mujeres ya que a través del uso de productos de cosmética natural se obtiene un tipo de belleza REAL con la cual se genera mayor autoestima y confianza de si mismo.

Estrategia portafolio





# Bocetaje logotipo

## El logo.

Para un rediseño de branding de la marca siempre es importante comenzar por el logo de la marca ya que a través de este se seguirá una línea grafica que vaya con la nueva cara de Rosa Mutzus cosmética natural. El objetivo de el nuevo logotipo es que este exprese la unión de Salud y belleza. Por el cual a continuación se hicieron diferentes pruebas que tuvieron como objetivo lograr llegar a la expresión de compaginar salud con belleza.

Figura 1

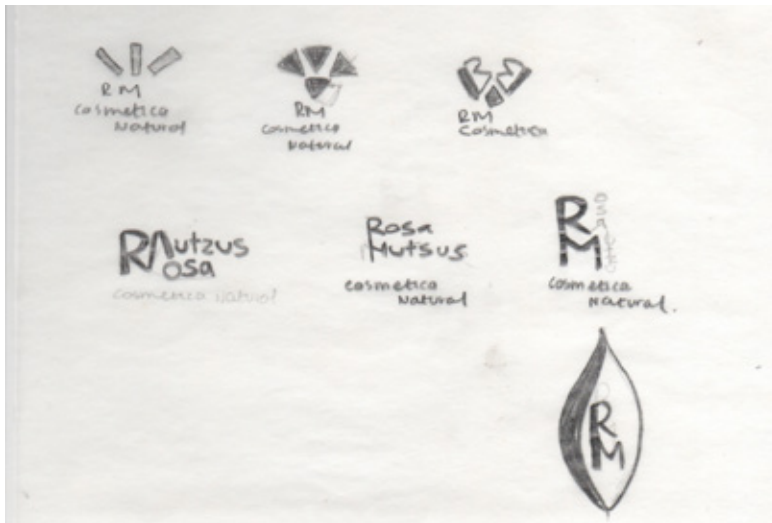
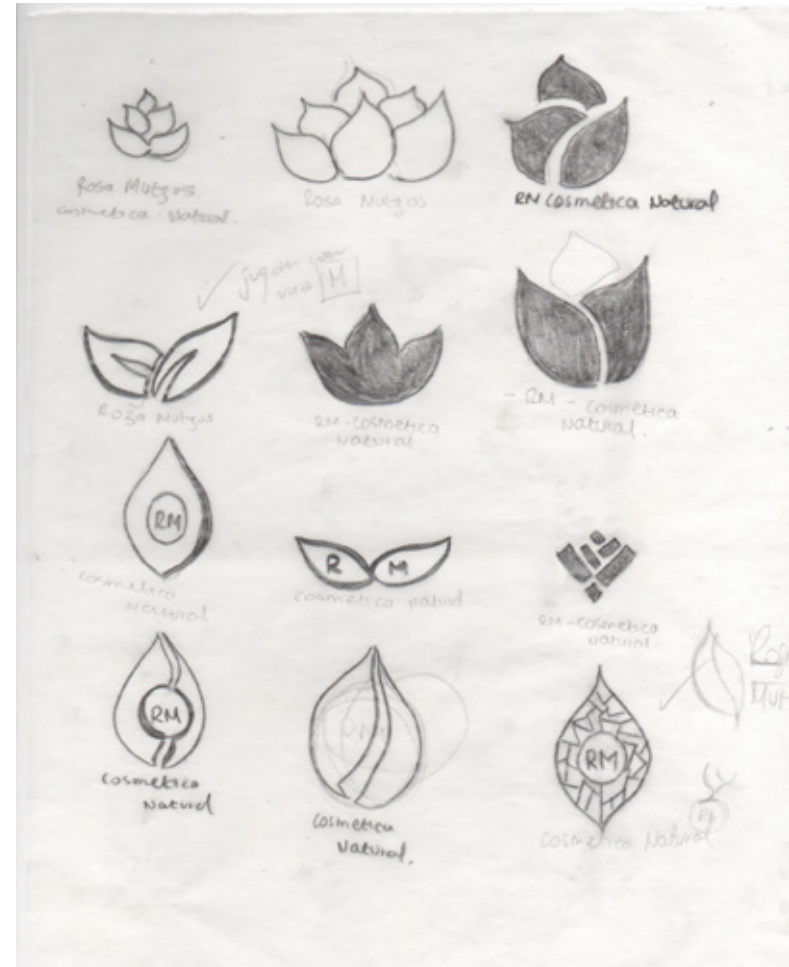


Figura 2





# Bocetaje manual logotipo

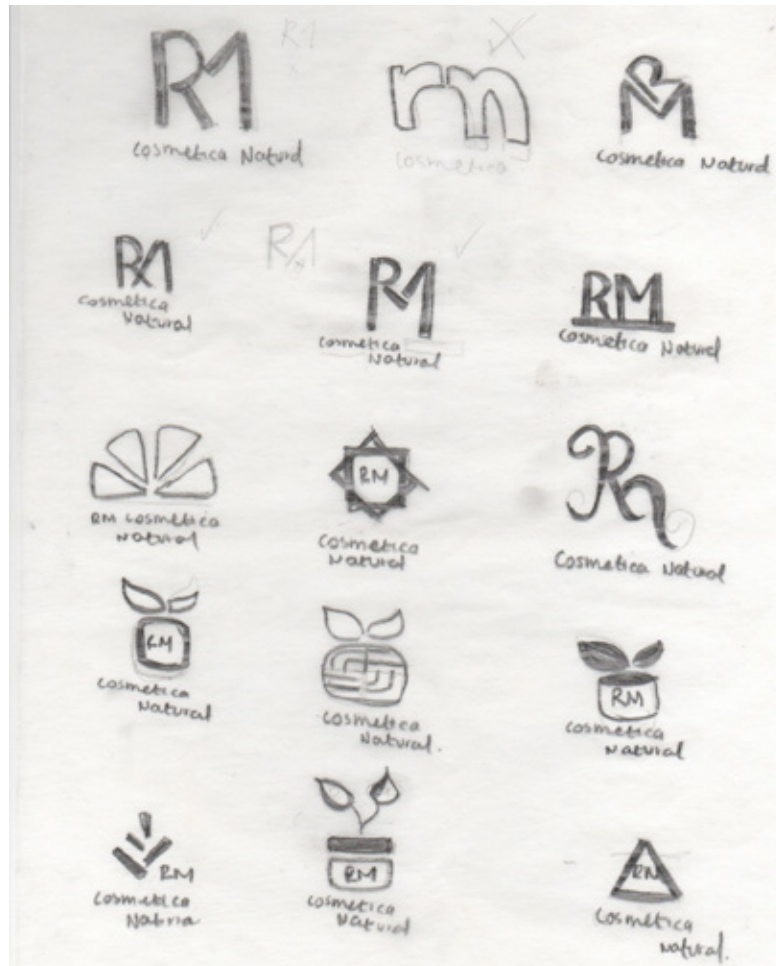
Figura 3



Figura 4



Figura 5



## Bocetaje manual logotipo

Se comenzó por el bocetaje manual de logotipo en estas se hicieron varias pruebas como se puede ver de las figuras 1 a 5. En la figura uno se concentro en hacer un bocetaje manual donde se pensaran las ideas con las que más se relacionaba cosmética natural. A partir de estas se hizo un mayor desglose de las ideas de un logotipo adecuado para el rediseño de la marca Rosa Mutzus cosmética natural. Tanto la figura dos como en la tres se concentro en lo que es ser natural es decir se utilizaron diferentes abstracciones de hojas y flores para lograr llegar a un logotipo adecuado. En la figura 4 se decidió concentrarse puramente en la abstracción de las iniciales de la marca en este caso RM y por último en la figura cinco se hizo una mezcla de ambas para lograr hacer pruebas que fuesen con el rediseño de marca. Todas las mejores opciones fueron consideradas para el logotipo final por el cual se decidió pasar las mejores a bocetaje digital con el propósito de tener una mejor idea de cómo se vería el logotipo.



# Bocetaje logotipo

pruebas tipográficas:

Helvetica Neue (regular)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

**Helvetica Neue (bold)**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

raleway

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

CODE REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

american typewriter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Para las tipografías se busco una variación de tres diferentes tipografías para los diferentes materiales gráficos que se iban a realizar. Para tanto titulares como el logotipo se busco una tipografía fuerte que resaltara y al mismo tiempo fuese geométrica por el cual se decidió utilizar Code regular siendo esta una tipografía grande y llamativa. Para los cuerpos de texto se busco una tipografía que se diera a entender fácilmente y que fuera entendible siendo una tipografía pequeña, ya que se tomo en cuenta los cuerpos de texto de las etiquetas por el cual se decidió una tipografía clásica el cual fue helvética y por último para descripciones y subtítulos se utilizo una tipografía femenina siendo esta american typewriter por las curvas.

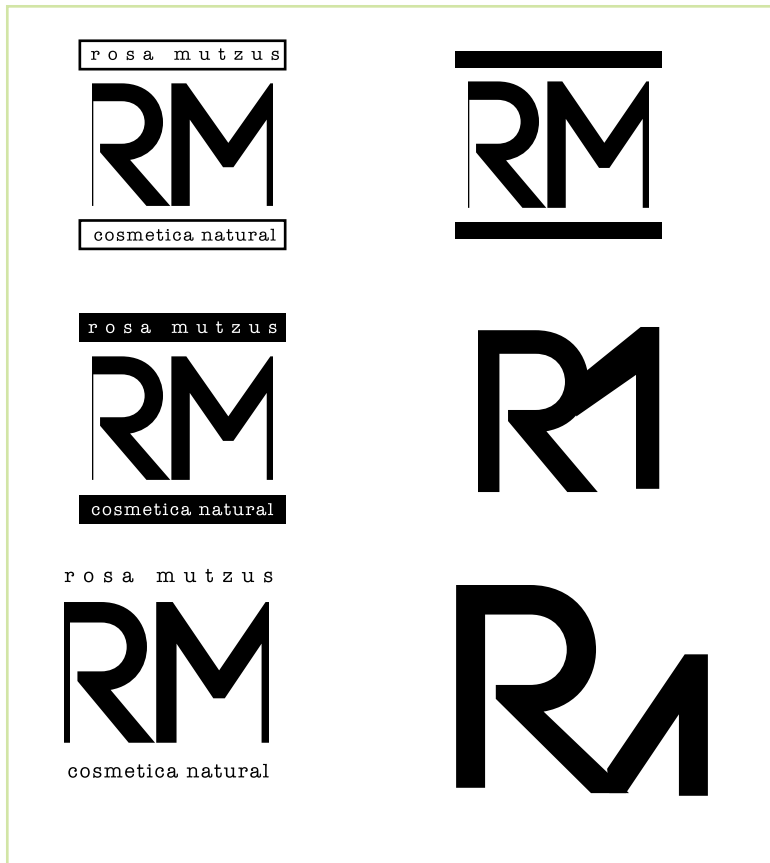




# Bocetaje logotipo

digital:

Figura 1



A continuación se demuestran las diferentes pruebas de logotipo que fueron pasadas a digital. Se comenzó haciendo diferentes pruebas jugando con las iniciales de Rosa Mutzus cosmética natural como se puede ver en la figura 1 sin embargo se llegó a la conclusión que estas no resultaban para una marca de cosmética natural ya que eran demasiado geométricas y les falta feminidad. En las figuras dos y tres se comenzó a hacer una abstracción de tanto hojas y elementos naturales como las letras iniciales. Se comenzó a utilizar elementos más redondos para lograr dar un toque más femenino. En las figuras 4 y 5 se volvió a utilizar abstracciones de hojas sin embargo se buscó una solución más realista en estas. Se llegó a la conclusión que las soluciones más realistas eran muy saturadas para solamente ser un logotipo por el cual se descartaron.

# Bocetaje digital logotipo

Figura 2

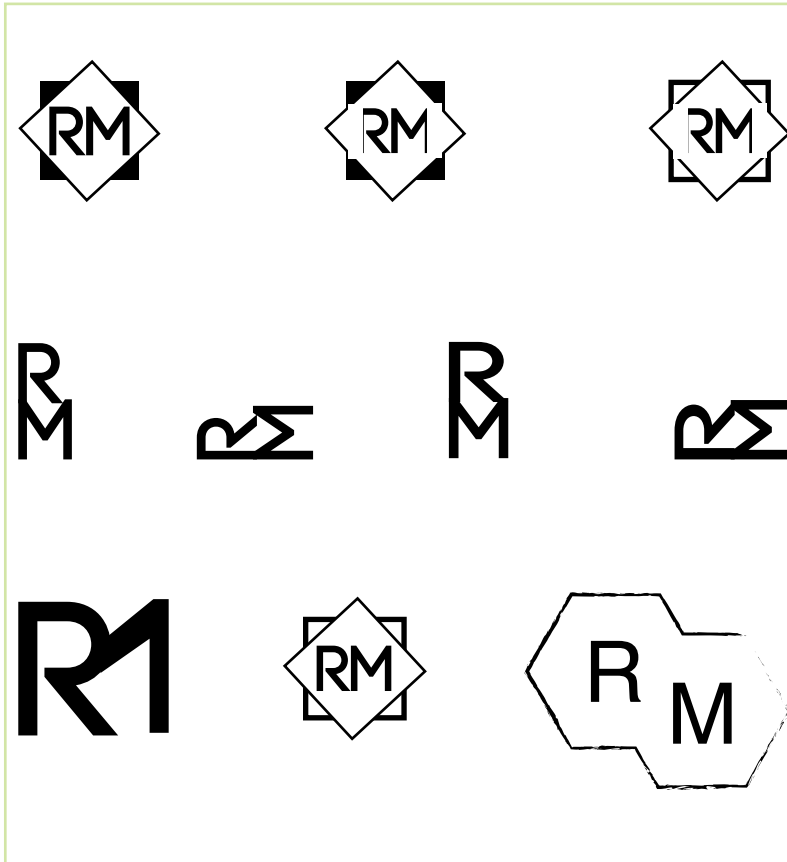
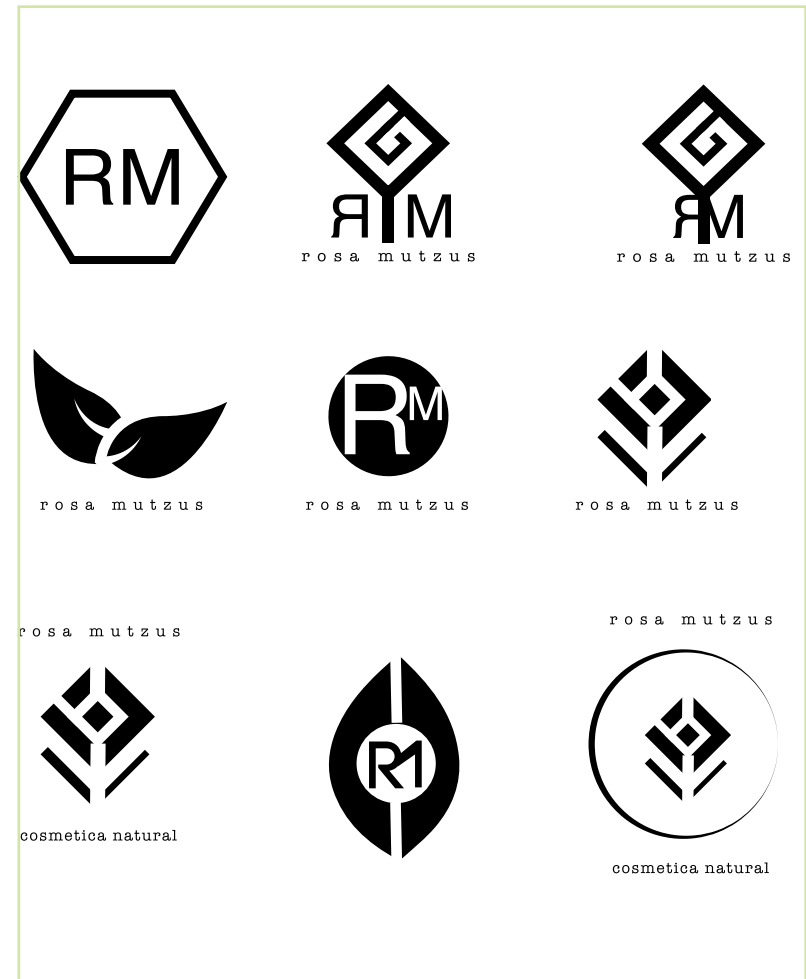


Figura 3



# Bocetaje digital logotipo

Figura 4

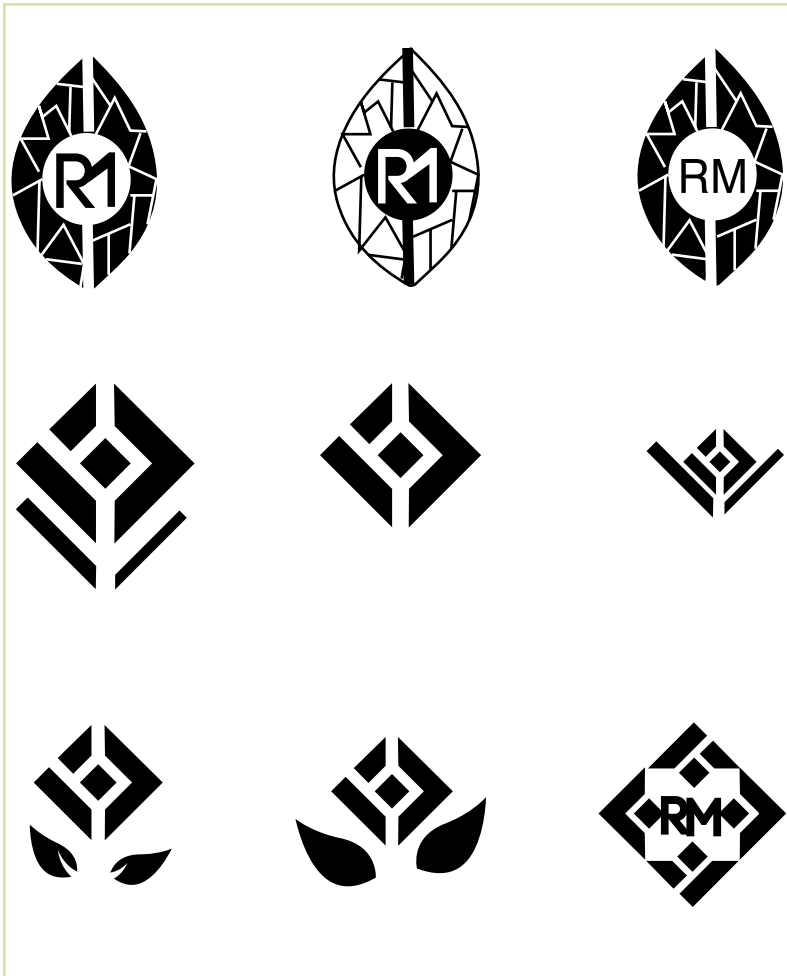
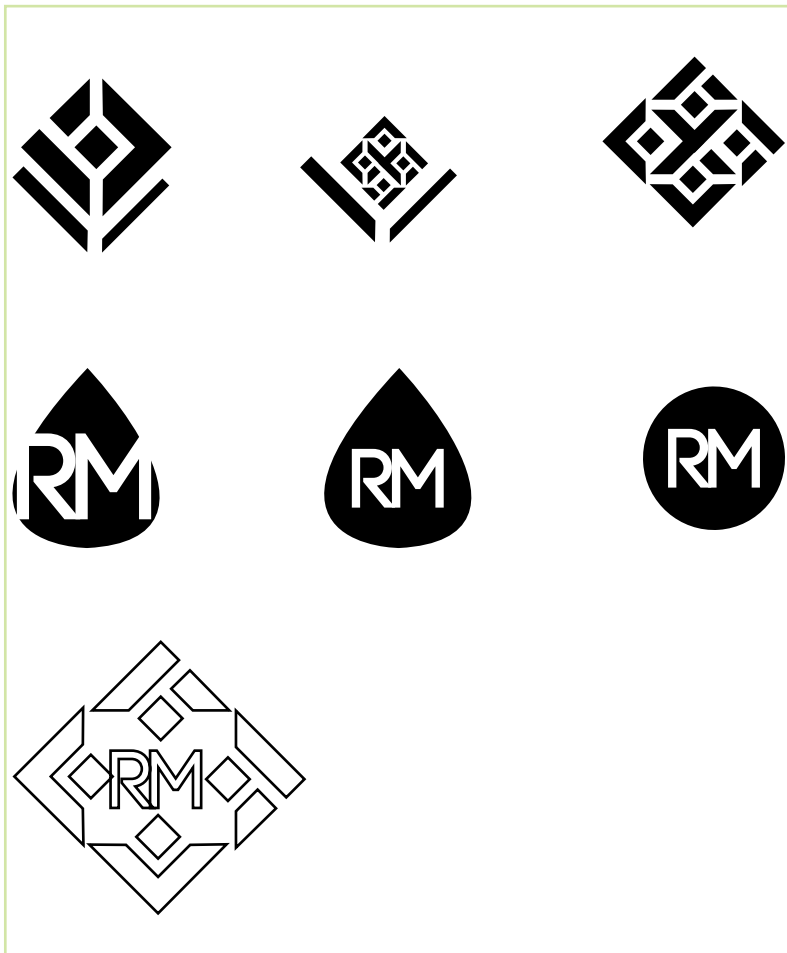


Figura 5



## Bocetaje digital logotipo

Figura 6



Por último en la figura seis se puede ver la selección de mejores logotipos para el rediseño de marca a partir de estos siete se eligieron las dos abstracciones de rosa ya que los logotipos que tenían la gota de agua se consideraron ser no funcionales ya que estos aludían más a una empresa de agua y no una marca de belleza.

Estrategia portafolio

# Selección de logotipo

A partir de las diferentes pruebas se llego a la conclusión que las dos a continuación son las mejores representaciones de la marca.

-Ambas van de la mano con compaginar salud con belleza ya que en el caso de tanto la primera como la tercera opción el logotipo representa tres aspectos importantes de la marca a rosa, belleza y salud. Primero a rosa como tal ya que ambas son una abstracción de una rosa. Segundo la belleza por la belleza implícita de una rosa y tercero el estilo geométrico de la abstracción le agrega una parte mas formal con una estructura estable y fuerte representando a través de esta la salud.

-En la segunda se ve una hoja con el detalle de las venas que tiene una hoja real y en medio las dos letras RM representando el nombre rosa mutzus. Este logotipo de nuevo tiene la intención de representar tres aspectos de la marca, el nombre, salud y belleza. La belleza se ve representada a través de la delicadeza de las venas de la hoja representando la belleza de la vida y que cada parte de algo grande como un árbol o una flor tiene vida en ella. La salud esta representada en el circulo de en medio de la hoja ya que este representa un solido en la composición. Y por ultimo las letras RM representan la marca como tal Rosa Mutzus.

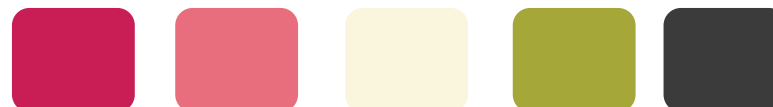




# Prueba de colores



#f1f2ba # DAE582 #95A867 #442C19 #CE7453



#C71E54 #E76D7D #F8F5DD# A6A838 #3A3B3C



#362B35 #623F50 #B0B560 #D1D367 #DFB2B0



#D0C0DE# AAC343 #BBD9D7 #DFB2B0



#A41C3D #E61C5C #F69CA0 #CCDC4D #74A841



#09574C #738637 #403D1A #D6D3B7# A29F7F

A partir de tener dos selecciones de logotipos se comenzó a probar distintas paletas de color, hubo una selección de seis distintas paletas de color que se consideraron ser las más funcionales para un producto que fuese tanto representativo de naturalidad como de ser productos para pieles y pelo. Por el cual todas se mezclaron entre colores verdes para la naturalidad y colores rosados y morados para las pieles.



# Pruebas color logotipo 1



# Estrategia portafolio

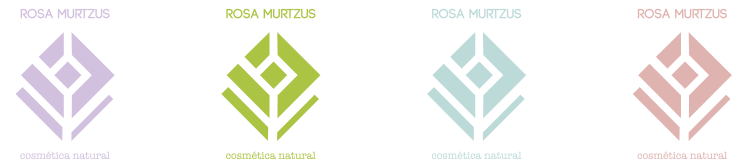


#362B35	#623F50	#B0B560	#D1D367	#DFB2B0	#09574C	#738637	#403D1A	#D6D3B7	#A29F7F
#A41C3D	#E61C5C	#F69CA0	#CCDC4D	#74A841	#C71E54	#E76D7D	#F8F5DD#	A6A838	#3A3B3C



Estrategia portafolio

# Pruebas color logotipo 2



#D0C0DE#

AAC343

#BBD9D7

#DFB2B0



#f1f2ba



# DAE582



#95A867



#442C19



#CE7453

# Estrategia portafolio



#362B35	#623F50	#B0B560	#D1D367	#DFB2B0	#09574C	#738637	#403D1A	#D6D3B7	#A29F7F

#A41C3D	#E61C5C	#F69CA0	#CCDC4D	#74A841	#C71E54	#E76D7D	#F8F5DD#	A6A838	#3A3B3C



# Pruebas color 2

## logotipo 1





## Pruebas color 2

### logotipo 2



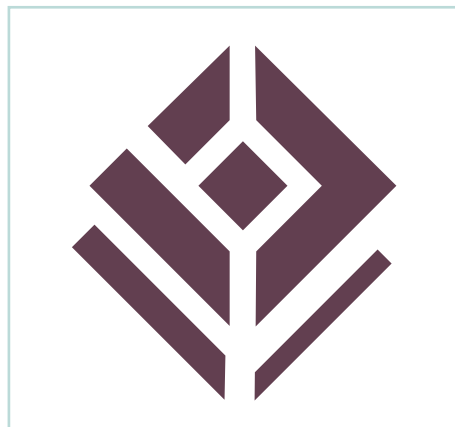
# ROSA MUTZUS

cosmética natural



### Colores:

A partir de la diferente selección de paletas de colores pantone se llegó a la conclusión que los cuatro colores que mejor funcionaban para el rediseño de marca Rosa Mutzus cosmética natural sean los siguientes. Ya que estos dan alusión tanto a naturalidad como belleza humana.



-El logotipo va de la mano con compaginar salud con belleza ya que el logotipo representa tres aspectos importantes de la marca. A rosa, belleza y salud.

Primero a rosa como tal ya que ambas son una abstracción de una rosa.

Segundo la belleza por la belleza implícita de una rosa.

Tercero el estilo geométrico de la abstracción le agrega una parte mas formal con una estructura estable y fuerte representando a través de esta la salud.



# Bocetaje etiquetas

Champús





## Bocetaje etiquetas champú



En cuanto a la etiqueta de champú artesanal se comenzó por hacer varias pruebas de importancia en jerarquía . Se llego a la conclusión que los elementos mas importantes en la composición serian tanto el logotipo como el identificador de producto en este caso champú artesanal. En las primeras pruebas se noto una falta de jerarquía y orden visual por el cual se cambio a tratar de mantener un orden visual.

## Bocetaje etiquetas champú



A partir de tratar de mantener un orden visual en jerarquía visual se jugo con la paleta de colores se comenzó a mezclar el verde con el morado ya que desde un principio se decidió mantener el morado como color unificador del resto de los tres colores. Sin embargo todavía no se lograba llegar a una unificación satisfactoria en cuanto a orden y colores.





# Bocetaje etiquetas champú



A partir que se logro llegar a un orden de jerarquía satisfactorio en este caso logotipo, tipo de producto, descripción de lo que hace y etiquetas de seguridad se siguió trabajando en el diseño de la etiqueta se probó darle más textura utilizando el isotopo de fondo en una opacidad menor. Después se probaron diferentes mezclas de color de nuevo utilizando el morado en diferentes elementos de la composición con la intención que estos lograsen resaltar más a las personas.

# Bocetaje etiquetas champú



## Bocetaje etiquetas champú



A partir que se logró llegar a un orden de jerarquía satisfactorio en este caso logotipo, tipo de producto, descripción de lo que hace y etiquetas de seguridad se siguió trabajando en el diseño de la etiqueta se probó jugar más con la paleta de colores elegida anteriormente para ver que color resaltaba más y era más adecuado para la etiqueta específicamente del champú. También se jugó con el tamaño de los elementos con el objetivo de buscar que estos impacten más al posible consumidor y atraigan positivamente a la vista de este.

Estrategia portafolio

## Bocetaje etiquetas champú



## Bocetaje etiquetas champú



En este caso se probó dar una opción de etiqueta transparente. Por el cual se puso un color café miel de fondo ya que la mayoría de los productos de la compañía Rosa Mutzus cosmética natural son de este color. Por el cual se necesitaba dar una idea de cómo se mirarían los colores de la paleta elegida con los colores de los productos. Sin embargo se llegó a la conclusión que estos se perderían muy fácilmente en el envase por el cual se decidió trabajar con etiquetas a full color y no transparentes.



# Bocetaje etiquetas champú



## Bocetaje etiquetas champú



En este caso se probó dar una opción de etiqueta con un fondo de textura de hoja. Estas acoplándose a diferentes colores. Sin embargo se descartó ya que estas saturaban mucho la composición.





# Bocetaje etiquetas champú





## Bocetaje etiquetas champú



Como propuestas finales se juntaron las mejores propuestas de bocetaje para que a partir de estas se eligiera la mejor línea gráfica que se trabajaría no solamente en las etiquetas de champú sino que también en el resto de las etiquetas. Se decidió dejar el orden de jerarquía con el logotipo, tipo de producto, descripción de lo que hace y etiquetas de seguridad. Al igual que también se decidió dejar de fondo la textura de hoja ya que este lo volvía mas llamativo al igual que lograba compaginar la naturalidad con la belleza. Sin embargo se bajo la opacidad de la textura para que se lograra una mayor legibilidad en las etiquetas.

# Bocetaje etiquetas desodorantes



ROSA MUTZUS

cosmética natural

**DESODORANTE ARTESANAL**

Frescura Cítrica

No obstruye los poros ni irrita la piel

No contiene compuestos de aluminio

libre de parabenos y fragancia artificial

**Modo de uso:**

Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30° C

**Ingredientes:**

Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos  
hecho en Guatemala por  
RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com  
(502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-

ROSA MUTZUS

cosmética natural

**DESODORANTE ARTESANAL**

Frescura Cítrica

Modo de uso:  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

No obstruye los poros ni irrita la piel

No contiene compuestos de aluminio

libre de parabenos y fragancia artificial

Peso Neto 83 gramos  
hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com  
(502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-

**Ingredientes:**

Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).

**DESODORANTE ARTESANAL**

Frescura Cítrica

**Modo de uso:**

Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**

Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-

**DESODORANTE ARTESANAL**

ROSA MUTZUS

cosmética natural

Frescura Cítrica

**Modo de uso:**

Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**

Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



No obstruye los poros ni irrita la piel

No contiene compuestos de aluminio

libre de parabenos y fragancia artificial

Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-

# Bocetaje etiquetas desodorantes



ROSA MUTZUS



cosmética natural

## DESODORANTE ARTESANAL

Frescura Cítrica

No obstruye los poros ni irrita la piel  
No contiene compuestos de aluminio  
libre de parabenos y fragancia artificial

**Modo de uso:**

Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**

Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-



# DESODORANTE ARTESANAL

Frescura Cítrica

**Modo de uso:**

Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**

Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-

# DESODORANTE ARTESANAL

Frescura Cítrica

No obstruye los poros ni irrita la piel  
No contiene compuestos de aluminio  
libre de parabenos y fragancia artificial

**Modo de uso:**

Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

ROSA MUTZUS



cosmética natural

Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-

**Ingredientes:**

Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).

ROSA MUTZUS



cosmética natural

## DESODORANTE ARTESANAL

Frescura Cítrica

No obstruye los poros ni irrita la piel  
No contiene compuestos de aluminio  
libre de parabenos y fragancia artificial

**Modo de uso:**

Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**

Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-

# Bocetaje etiquetas desodorantes



**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-



**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-



**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-



**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-

# Bocetaje etiquetas desodorantes



**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-



**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C



**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural



Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904 Reg. Sanitario Pt-



**DESODORANTE ARTESANAL**  
**Frescura Cítrica.**

No obstruye los poros ni irrita la piel  
No contiene compuestos de aluminio  
libre de parabenos y fragancia artificial

ROSA MUTZUS



cosmética natural

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



**DESODORANTE ARTESANAL**  
ROSA MUTZUS  
cosmética natural  
**Frescura Cítrica.**

No obstruye los poros ni irrita la piel  
No contiene compuestos de aluminio  
libre de parabenos y fragancia artificial

**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-



**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**LIBRE de parabenos**

**100% natural**

**NO testado en animales**

**DESODORANTE ARTESANAL**

Frescura Cítrica

No obstruye los poros ni irrita la piel  
No contiene compuestos de aluminio  
libre de parabenos y fragancia artificial

**ROSA MUTZUS**

cosmética natural

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).



Uno de los mayores retos en las etiquetas era lograr encontrar una solución no solamente que fuese agradable a la vista si no que también una solución funcional en cuanto a la distribución de información necesaria por etiqueta. En cuanto a desodorantes se buscaron diferentes soluciones todas con el objetivo de encontrar la mejor solución funcional. Ya que el desodorante consiste en ser un envase cilíndrico se llevo a la conclusión que la mejor solución para este seria distribuir una etiqueta de forma rectangular en tres partes. Una contando con la cara principal y mas llamativa de la pieza y las otras dos contando con la información necesaria. En este caso instrucciones de uso, ingredientes etc. Para lograr unificar el resto de las etiquetas se decidió mantener la textura de hoja de fondo siempre y cuando el fondo fuera a base de color. ( En ninguna etiqueta la textura de fondo es vista en color blanca o transparente.) la división en tres permite dar mas espacio a la información que lleva la etiqueta de desodorante al igual que dividir esta de manera limpia y funcional.

**DESODORANTE ARTESANAL**

ROSA MUTZUS

cosmética natural

Frescura Cítrica

**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officinalis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).

**NO testado en animales**

**LIBRE de parabenos**

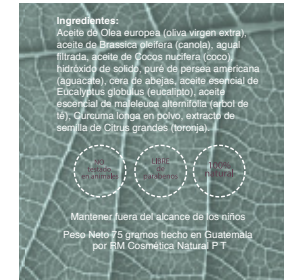
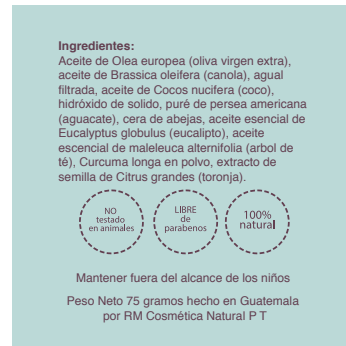
**100% natural**

No obstruye los poros ni irrita la piel  
No contiene compuestos de aluminio  
libre de parabenos y fragancia artificial

Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural  
Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904  
Reg. Sanitario Pt-



# Bocetaje etiquetas jabones



A continuación se presenta el bocetaje para las etiquetas de los jabones. En este rediseño se cambio tanto el tamaño de la etiqueta como la funcionalidad. El tamaño de la etiqueta anteriormente consistía en ser una etiqueta larga. Sin embargo Para tener mas apreciación al diseño se cambio a que esta fuese compuesta de dos caras la cara principal conteniendo el logotipo , tipo de producto y una pequeña descripción de funcionalidad mientras que la cara trasera se utilizo para ocupar los ingredientes y resto de información secundaria. Se llego a la conclusión que la textura utilizada como fondo no debía de utilizarse tanto en la cara delantera como en la cara trasera ya que la cara trasera se vería muy pesada al igual que la legibilidad de los ingredientes se perdía mucho con la textura por el cual se manejo la cara delantera con textura y la cara trasera lisa sin textura logrando llegar a una composición mas limpia legible y llamativa.

# Bocetaje etiquetas

## bálsamo labial





# Bocetaje etiquetas bálsamo labial



**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**BALSAMO NUDEBERRY**  
**LABIAL NATURAL**

SUAVIZA HUMECTA Y PROTEGE LOS LABIOS.  
NO CONTIENE PARAFINA, PARABENOS, PLOMO NI  
ACETITE MINERAL.

**Ingredientes:** Manteca de cacao (theobroma cacao), cera de abeja, aceite de jojoba (simmondsia chinensis), aceite de rosa mosqueta (rosa moschata), mica (CI 77019) y óxido de hierro (CI 77491).

Lote: Conservar de 20 a 30°C  
Vencido: Peso Neto 4 gramos

Hecho en Guatemala por  
RM Cosmética Natural  
info@rossa-mutzus.com  
(502)55419-9904

NO testado en animales  
LIBRE de parabenos  
100% natural

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**BALSAMO NUDEBERRY**  
**LABIAL NATURAL**

SUAVIZA HUMECTA Y PROTEGE LOS LABIOS.  
NO CONTIENE PARAFINA, PARABENOS, PLOMO NI  
ACETITE MINERAL.

**Ingredientes:** Manteca de cacao (theobroma cacao), cera de abeja, aceite de jojoba (simmondsia chinensis), aceite de rosa mosqueta (rosa moschata), mica (CI 77019) y óxido de hierro (CI 77491).

Lote: Conservar de 20 a 30°C  
Vencido: Peso Neto 4 gramos

Hecho en Guatemala por  
RM Cosmética Natural  
info@rossa-mutzus.com  
(502)55419-9904

NO testado en animales  
LIBRE de parabenos  
100% natural

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**BALSAMO NUDEBERRY**  
**LABIAL NATURAL**

SUAVIZA HUMECTA Y PROTEGE LOS LABIOS.  
NO CONTIENE PARAFINA, PARABENOS, PLOMO NI  
ACETITE MINERAL.

**Ingredientes:** Manteca de cacao (theobroma cacao), cera de abeja, aceite de jojoba (simmondsia chinensis), aceite de rosa mosqueta (rosa moschata), mica (CI 77019) y óxido de hierro (CI 77491).

Lote: Conservar de 20 a 30°C  
Vencido: Peso Neto 4 gramos

Hecho en Guatemala por  
RM Cosmética Natural  
info@rossa-mutzus.com  
(502)55419-9904

NO testado en animales  
LIBRE de parabenos  
100% natural

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**BALSAMO NUDEBERRY**  
**LABIAL NATURAL**

SUAVIZA HUMECTA Y PROTEGE LOS LABIOS.  
NO CONTIENE PARAFINA, PARABENOS, PLOMO NI  
ACETITE MINERAL.

**Ingredientes:** Manteca de cacao (theobroma cacao), cera de abeja, aceite de jojoba (simmondsia chinensis), aceite de rosa mosqueta (rosa moschata), mica (CI 77019) y óxido de hierro (CI 77491).

Lote: Conservar de 20 a 30°C  
Vencido: Peso Neto 4 gramos

Hecho en Guatemala por  
RM Cosmética Natural  
info@rossa-mutzus.com  
(502)55419-9904

NO testado en animales  
LIBRE de parabenos  
100% natural

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**BALSAMO NUDEBERRY**  
**LABIAL NATURAL**

SUAVIZA HUMECTA Y PROTEGE LOS LABIOS.  
NO CONTIENE PARAFINA, PARABENOS, PLOMO NI  
ACETITE MINERAL.

**Ingredientes:** Manteca de cacao (theobroma cacao), cera de abeja, aceite de jojoba (simmondsia chinensis), aceite de rosa mosqueta (rosa moschata), mica (CI 77019) y óxido de hierro (CI 77491).

Lote: Conservar de 20 a 30°C  
Vencido: Peso Neto 4 gramos

Hecho en Guatemala por  
RM Cosmética Natural  
info@rossa-mutzus.com  
(502)55419-9904

NO testado en animales  
LIBRE de parabenos  
100% natural



# Bocetaje etiquetas bálsamo labial



Para la etiqueta de bálsamo labial se tuvo que hacer varias pruebas de funcionalidad ya que esta siendo la etiqueta mas pequeña todavía consiste de bastante información. Por el cual se hicieron varias pruebas de diagramación con el objetivo de llegar a la mas funcional legible y llamativa. Se comenzó por la utilización de un rosado claro. Sin embargo se llego a la conclusión que este al imprimirlo perdía mucho la legibilidad por el cual se decidió ir por el rosa piel mas oscuro ya que funcionaba con legibilidad al igual que funciona al ser un color mas neutral y fuerte y no un color rosa bebe. En cuanto a diagramación se volvió a separar en tres partes dando mas espacio para implementar la información necesaria. Como cara principal se utiliza el color de base con la textura de fondo logrando que este fuese mas llamativo a la vista. Mientras que el resto de la información va puesta sobre blanco logrando que la composición se mirase limpia y fuese fácil de leer.

# Propuesta preliminar 1

etiquetas



**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**ACEITE ARTESANAL**

Almendras

Peso neto 3 gramos  
Distribuido por RM Cosmética Natural  
info@rosamutzus.com, tel 5419-9904

**Cabello:**  
Restaura y da brillo al cabello maltratado, seco y quebradizo.

**Piel:**  
Suaviza e hidrata profundamente. Especial para piel irritada, inflamada o con quemaduras

Lote:      Vence:

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**CHAMPÚ ARTESANAL**

Romero

Para todo tipo de cabello  
Acondiciona, da brillo y combate la caspa.

LIBRE DE PARABENOS      100% NATURAL      NO TESTADO EN ANIMALES

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

SUAVIZA HÚMECTA Y PROTEGE LOS LABIOS. NO CONTIENE PARAFENA, PARABENOS, PLOMO NI ACETEE MINERAL.

LIBRE DE PARABENOS      100% NATURAL      NO TESTADO EN ANIMALES

**BÁLSAMO LABIAL NATURAL**      NUDEBERRY

**Ingredientes:** Manteca de cacao (theobroma cacao), cera de abeja, aceite de jojoba (simmondsia chinensis), aceite de rosa mosqueta (rosa moschata), mica (CI 77019) y óxido de hierro (CI 77491).

Conservar de 20 a 30°C      Lote:  
Peso Neto 4 gramos      Vence:  
Hecho en Guatemala por RM Cosmética Natural  
info@rosa-mutzus.com  
(502)55419-9904

**Modo de uso:**  
Aplicar gentilmente 2 ó 3 veces, sobre la piel seca. Si es necesario durante el día, repetir la aplicación. Si observa irritación de la piel, descontinúe su uso. Para una mejor aplicación debe almacenarse entre 20 a 30°C

100% NATURAL      Peso Neto 83 gramos hecho en Guatemala por RM cosmética natural

LIBRE DE PARABENOS

NO TESTADO EN ANIMALES      Info@rosa-mutzus.com (502)5419-9904 Reg. Sanitario Pt-

**DESODORANTE ARTESANAL**

Frescura Cítrica

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**Ingredientes:**  
Almidón de maíz, bicarbonato de sodio, manteca de teobroma cacao (cacao), cera de abeja, aceite de cocos nucifera (coco), aceite esencial de citrus sinensis (naranja), aceite esencial de lavándula officialis (lavanda) y extracto de semilla de Citrus grandis (toronja).

No obstruye los poros ni irrita la piel  
No contiene compuestos de aluminio  
libre de parabenos y fragancia artificial



# Propuesta preliminar 1

## etiquetas





# Propuesta preliminar 1

## etiquetas





# Propuesta preliminar 1

bifoliar

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

## NUESTROS PRODUCTOS

LIBRE DE PARABENOS

100% NATURAL

NO TESTADO EN ANIMALES

**JABONES FACIALES Y CORPORALES**  
**Aguacate y cúrcuma:** Hidrata y calma la piel irritada o sensible.  
**Pepino y aloe:** Limpia, tonifica y calma pieles grasas o con acné.  
**Avena y miel:** Exfolia, nutre e hidrata todo tipo de piel.  
**Chocolate:** Hidratante, emoliente y rico en antioxidantes, para piel seca y/o madura.  
**Leche de cabra y semilla de uva:** Exfolia, nutre y alivia pieles sensibles y maduras.  
**Carbón activado:** Desintoxica y purifica todo tipo de piel.  
**Algas y toronja:** Reafirma, nutre e hidrata todo tipo de piel.  
**Arcilla:** Elimina impurezas, destapa poros y equilibra la grasa de la piel. Especial para el afeitado

**CHAMPÚ**  
*(sin detergentes, sin sal)*  
**Romero:** para cabello oscuro y de normal a graso.  
**Manzanilla:** para cabello claro y de normal a graso.  
**Jajobas** para cabello de normal a seco.

**MAQUILLAJE MINERAL:**  
 100 % minerales puros pulverizados, libre de metales pesados, sin colorantes.

**TÓNICOS FACIALES Y CAPILARES:**  
 Libres de alcohol, sin colorantes ni Preservantes. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales.

**ACEITES REGENERADORES:**  
 para rostro y cabello aceites vegetales enriquecidos con aceites esenciales.

**BÁLSAMO LABIAL:**  
 libre de aceite mineral, parafinas, plomo y otros metales. Sin color ni olor.

### ¿BUSCAS COSMÉTICOS 100% NATURALES?

**PARA TU SEGURIDAD...**  
 Los fabricantes responsables y honestos, deben colocar una etiqueta que incluya una lista completa de los ingredientes (ordenados en forma descendente) y fecha de vencimiento del producto.

**TIEMPO DE VIDA ES CORTO,**  
 ya que no contienen preservantes sintéticos,

**NO**  
 poseen sabores o aromas frutales (fresa, mango, papaya, etc), a chocolate, chicle, etc, ya que estos no se pueden extraer.  
 Únicamente los cítricos, las especias y algunas flores, poseen aceites esenciales que dan un aroma suave y de corta duración.

**NO**  
 poseen colores agresivos o muy llamativos, aún algunos colorantes de "grado alimenticio" son sintéticos y no aceptables para cosmética 100 % natural.

**ENCUÉTRANOS EN:**

- Mercadito de Lola en 4 grados Norte
- El Market (C.C. Plaza La Villa Blvd. Los Próceres 10-80 zona 10)
- San Gregorio Hotel y Spa (Km. 30.8 carretera a Santa Elena Barillas)
- Vivero de la Escalonia (6ª. Ave. Sur #300, Antigua Guatemala)
- Artessano 's market (6ª. Ave 9-62 Edif. Paris Local 4
- Lingua (Ave. Reforma 15-54 Edif. Reforma Obelisco, Nivel 1)

Para dudas o comentarios, comunícate a: RM Cosmética Natural  
 Licencia Sanitaria L-3-LAB-0661-2015 info@rosa-mutzus.com,  
 (502) 6419-9904 Facebook.com/RosaMutzus

**LOS FABRICANTES**  
 deben poseer Licencia Sanitaria y Registros Sanitarios, aunque sea un producto natural y artesanal, para asegurar la calidad y la higiene.

**LA TEXTURA**  
 y viscosidad son diferentes, ya que no se les agregan espesantes ni otros químicos que sirven para que parezcan una sola mezcla y no se separen.





# Propuesta preliminar 1

hojas membretadas y tarjetas presentación





Estrategia portafolio

# Propuesta preliminar 1

carpeta y catálogo





# Validación 1

Después de este proceso de bocetaje en el curso de síntesis 3 se hizo un proceso de validación en este se tomaron en cuenta diferentes observaciones como:

- Mejorar la jerarquía visual de las etiquetas
  - Tener cuidado con la fotografía de fondo ya que podría interferir con el texto de las etiquetas
  - Dar más unidad a estas, por ejemplo si una tiene esquinas redondas que todas las tengan al igual que mantener la misma jerarquía visual en todas.
  - Para el catálogo y la página web se recomendó quitar las fotografías que estaban siendo utilizadas de fondo ya que esta chocaba con el resto de la línea gráfica.
- Al tomar en cuenta estas observaciones estos fueron los siguientes resultados:





# Propuesta preliminar 2

## etiquetas





# Propuesta preliminar 2

## etiquetas

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**SUERO REGENERADOR FACIAL**

Rico en antioxidantes,  
hidrata la piel  
y estimula su regeneración

**Instrucciones de uso:**  
aplicar sobre la piel limpia y masajear suavemente, antes de dormir y antes de maquillarse.

**Ingredientes:**  
Aceite de semilla de uva (*Vitis vinifera*), aceite esencial de lavanda (*Lavandula officinalis*), aceite esencial de palmarosa (*Syzygium martinii*), aceite esencial de pachuli (*Boerhaavia cuba*).

Peso neto 30 g.  
Hecho en Guatemala por RM Cosmética Natural  
Reg. sanitario: PT-74079  
lote: venec:

NO TESTEADO EN ANIMALES | LIBRE DE PARABENOS | 100% NATURAL

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

SEMILLA + HEMICIA Y PROTEIN LOS LAMEOS.  
NO CONTIENE PARABENOS, FARMACOS, FLOMO NI ACEITE MINERAL.

Conservar de 20 a 30°C Peso Neto 4 gramos  
Hecho en Guatemala por RM Cosmética Natural  
Reg. sanitario: PT-74079  
lote: venec:

**BÁLSAMO LABIAL NATURAL** NUDEBERRY

LIBRE DE PARABENOS | 100% NATURAL | NO TESTEADO EN ANIMALES

**Ingredientes:** Mantequilla de cacao (*Theobroma cacao*), cera de abeja, aceite de jojoba (*Jatropha curcas*), aceite de rosa mosqueta (*Rosa moschata*), mica (CI 77019) y óxido de hierro (CI 77491).

**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**JABÓN ARTESANAL**

**Arcilla**

Elimina impurezas,  
drainaje poros y equilibra la  
grasa de la piel.

**Ingredientes:**  
Aceite de *Clusia rosea* (paja virgen extra), aceite de *Simarouba officinalis* (pariente) agua filtrada, aceite de *Clusia rosea* (palmier de sucre), aceite de *Simarouba officinalis* (palmier de sucre), aceite, aceite esencial de *Clusia rosea* (pariente), aceite esencial de *Simarouba officinalis* (paja de M), extracto de semilla de *Clusia rosea* (pariente).

NO TESTEADO EN ANIMALES | LIBRE DE PARABENOS | 100% NATURAL

Mantener fuera del alcance de los niños  
Peso Neto 75 gramos  
Hecho en Guatemala por RM Cosmética Natural  
Reg. sanitario: PT-  
lote: venec:



# Propuesta preliminar 2

etiquetas y bifoliar



## ROSA MUTZUS

cosmética natural

LIBRE DE PARABENOS

100% NATURAL

NO TESTADO EN ANIMALES

### NUESTROS PRODUCTOS

<p><b>JABONES FACIALES Y CORPORALES</b> Aguacate y cítricos: Hidrata y calma la piel irritada o sensible. Papaya y aloe: Limpia, tonifica y calma pieles grasas o con acné. Avena y miel: Exfolia, nutre e hidrata todo tipo de piel. Chocolate: Hidrata, amaciana y rico en antioxidantes, para piel seca y madura. Leche de cabra y semilla de uva: Exfolia, nutre y alivia pieles sensibles y maduras. Carbón activado: Desintoxica y purifica todo tipo de piel. Ajo y burbujas: Hidrata, nutre e hidrata todo tipo de piel. Amlá: Elimina impurezas, desata poros y equilibra la grasa de la piel. Especial para el alfilerado.</p>	<p><b>CHAMPÚ</b> (sin detergentes, sin aol) Romero: para cabello seco y de normal a grueso. Manzanilla: para cabello seco y de normal a grueso. Jengibre: para cabello de normal a seco.</p> <p><b>ACEITES</b> REGENERADORES: para rostro y cabellos secos vegetales enriquecidos con aceites esenciales.</p>	<p><b>MAQUILLAJE MINERAL:</b> 100 % minerales pura pulverizada, libre de metales pesados, sin colorantes.</p> <p><b>TÓNICOS FACIALES Y CAPILARES:</b> Líquid de alcohol, sin colorantes ni preservantes. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales.</p> <p><b>BÁLSAMO LABIAL:</b> Libre de aceites minerales, parafinas, plomo y otros metales. Sin color ni olor.</p>
--	---	--



## ROSA MUTZUS

cosmética natural

# CHAMPÚ

## ARTESANAL

**Romero**

Para todo tipo de cabello  
Acondiciona, da brillo y  
combate la caspa.

LIBRE DE PARABENOS

100% NATURAL

NO TESTADO EN ANIMALES

**Considere que...**  
un champú natural no contiene estabilizantes y espesantes químicos, por lo que la consistencia es líquida y no gelatinosa. El cabello puede pasar por un periodo de "reacostumbración" de aprox. 1 o 2 semanas, el cual se resaca con mucha grasa o sebo. Después de este periodo, tu piel saludable, suave y brillante. No se recomienda aplicar acondicionador sintético. Se recomienda adicional una vez por semana con una solución de vinagre (1 cucharada en 1 taza de agua.)

---

**Ingredientes:**  
Agua filtrada, aceite de *Citrus aurantium* (Naranja), Jugo de *Chaenactis* (tabaco), extracto de papaya, aceite de *Olea europaea* (oliva virgen extra), aceite de *Simmondsia chinensis* (jojoba), glicerina vegetal, aceite de *Plantago virginica* (platanillo dulce), *Urtica dioica* (ortiga), extracto de semilla de *Citrus aurantium* (Naranja), aceite esencial de *Albizia leonensis* (árbol de té), aceite esencial de *Juniperus communis* (de la uva).

---

**Aplicar antes de usar:**  
Manténgase fuera del alcance de los niños.  
Peso Neto 250 gramos.  
Hecho en Guatemala por Rosa Cosmética Natural  
Pag. aptiartico: PT-14079  
lot: vnor



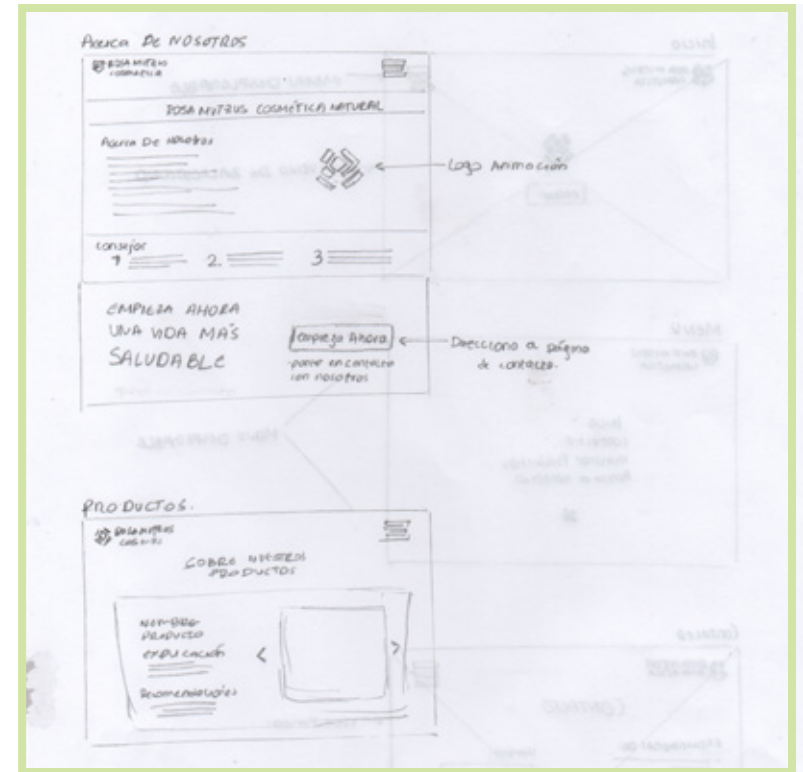
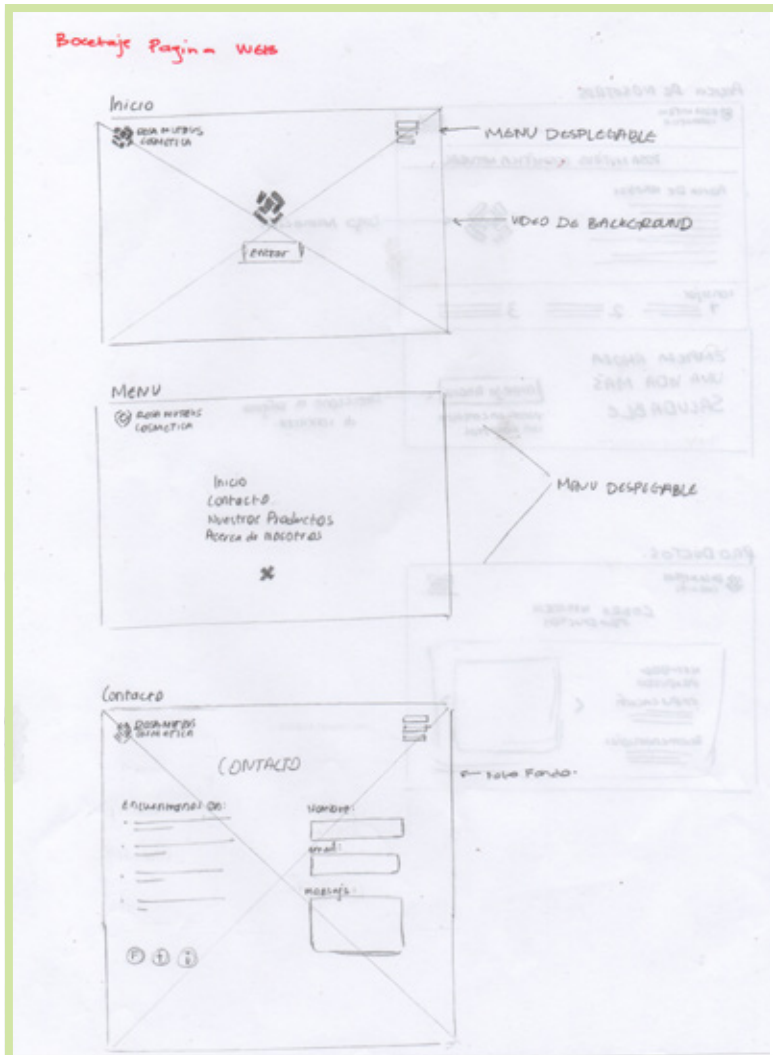
# Bocetaje final

todas las piezas:

En el curso de portafolio se llegó a la conclusión que la fotografía de fondo utilizada como textura para tanto las etiquetas como el resto de los materiales gráficos sobre saturaban el diseño. También en los materiales gráficos la utilización constante de los cuatro colores quitaban unidad a la línea gráfica, la saturaban y le quitaba profesionalismo por el cual se llegó a la conclusión que se utilizaría el color verde como color base de la marca Rosa Mutzus cosmética natural y se quedaría el resto de los colores para lograr dar una diferenciación de producto en las etiquetas. También se quitaría por completo la textura de fondo y solo se utilizaría gráficos de fondo para lograr dar una presentación de la línea gráfica más limpia y profesional.

A continuación se muestran los siguientes resultados.









<p>CHAMPÚ ARTESANAL</p> <p>1 =</p> <p>2 =</p> <p>3 =</p>	<p>DESCODIFICANTE EN BARRA</p> <p>1 =</p> <p>Aléites vegetales</p> <p>1 =</p> <p>2 =</p> <p>3 =</p> <p>4 =</p> <p>5 =</p>
<p>MAQUILLAJES</p> <p>1 =</p> <p>2 =</p> <p>3 =</p> <p>4 =</p>	<p>CONSEJOS PARA TI</p> <p>1 =</p> <p>2 =</p> <p>3 =</p>
<p>¡MÁS INFORMACIÓN!</p> <p>Visítanos en</p> <p><a href="http://www.rosamujer.com">www.rosamujer.com</a></p>	<p>¡MÁS PRODUCTOS!</p>

<p>BELEZA SIN RIESGOS</p> <p>CATÁLOGO DE LANZAMIENTO</p>	<p>CHAMPÚ ARTESANAL</p> <p>1 =</p> <p>2 =</p> <p>3 =</p>
<p>SABÍAS QUE</p> <p>• =</p> <p>• =</p> <p>• =</p> <p>• =</p>	<p>¿CÓMO SE CONOCE ESTOS PRODUCTOS?</p> <p>• =</p> <p>• =</p> <p>• =</p> <p>• =</p>
<p>¡NUESTROS PRODUCTOS!</p>	<p>JABÓN ARTESANAL</p> <p>1 =</p> <p>2 =</p> <p>3 =</p> <p>4 =</p> <p>5 =</p> <p>6 =</p> <p>¡¡¡¡¡</p>



Estrategia portafolio



# Propuesta preliminar 3

todas las piezas:







# Validación 2

A continuación se presenta el proceso de validación. Para este se entrevistó tanto a grupo objetivo como expertos en el tema y en diseño.

Para la muestra de expertos en diseño se entrevistó a diseñadores gráficos de la facultad de arquitectura y diseño. A estos se enseñó los diferentes tipos de etiquetas con los que contarían los productos, el catálogo digital, los bifolios la nueva imagen corporativa y el diseño de la página web. Donde al mismo tiempo se les iba explicando el porqué de cada elemento y los cambios que se habían echo en cuanto a toda la línea gráfica anterior.

Para grupo objetivo se eligió a mujeres interesadas en utilizar productos naturales al igual que de calidad. Se les explico en que consistía la marca y se les enseñó toda la línea gráfica a partir de esto se les paso la encuesta para que ellas respondieran que pensaban sobre el rediseño de Rosa Mutzus Cosmética natural.

Por último a expertos en el tema se paso la encuesta a diferentes personas que trabajan en la industria de cosmética natural. Se siguió el mismo procedimiento que en los dos grupos anteriores.



# Análisis de resultados

## validación:

Durante la validación no solamente se logró llegar a tener un insight según los resultados de los instrumentos de validación si no que también a través de la opinión profesional de un profesor de la facultad el dio una critica constructiva verbal para poder mejorar en ciertos aspectos más específicos y detalles en cuanto a etiquetas y materiales gráficos que se desarrollaron en el proyecto.

En cuanto a las etiquetas:

Se recomendó mantener una mejor consistencia en todas las etiquetas. Mantener un mayor área de respeto en las etiquetas ya que hay ciertos elementos gráficos que se acercan mucho a la orilla.

También se recomendó ordenar y revisar márgenes en cuanto al área de respeto del logotipo. Mantener la misma jerarquía visual en todas.

Se recomendó agrandar el logotipo en todas las etiquetas y ponerle más importancia visual a este ya que se le esta dando

un re-branding a la marca por el cual es de importancia que el logotipo logre resaltar en todas las etiquetas. Se recomendó tener más cuidado con los gráficos de fondo ya que esta puede hacer que algunas tipografías se pierdan con estas.

Logotipo:

En cuanto al logotipo se recomendó revisar todo el material gráfico en estas incluyendo etiquetas, página web, catálogo digital , bifoliales y resto de material gráfico ya que se podía ver que en algunas el logotipo podría haberse distorsionado. Al igual que en cosmética natural se recomendó ponerle más énfasis a este para dar un mayor entendimiento que este es de cosmética natural.

Catálogo, bifoliar, página web:

En el catálogo se recomendó jugar más con la tipografía para lograr crear una mejor jerarquía y tener una mejor definición de titulares y cuerpos de textos.



# Cambios realizados

Debido al análisis de los resultados de las validaciones se ha decidido realizar los cambios necesarios para que tanto el cliente como el grupo objetivo tenga una mejor experiencia con la nueva presentación de marca de Rosa Mutzus cosmética natural.



Estimula el crecimiento del cabello, combatiendo su caída y la caspa



Para las etiquetas de sueros regeneradores se decidió cambiar la posición de el gráfico de fondo ya que como la etiqueta era muy pequeña para el envase el gráfico puesto atrás de la tipografía saturaba la composición. Por el cual se decidió mover el gráfico. En el caso de la etiqueta de suero regenerador capilar el gráfico se movió para abajo. Mientras que en el caso de suero regenerador facial el gráfico se movió para arriba. Ambos se movieron para diferentes lados con el propósito de dar más diferenciación entre etiquetas al igual que dar más variedad a toda la línea.

## Estrategia portafolio



En cuanto a las etiquetas de maquillaje mineral se llegó a la conclusión que era mejor quitar el gráfico y cambiarlo a no ponerlo directamente debajo de la tipografía de la etiqueta. Esto se considero ya que el envase es de crema redonda, por el cual la etiqueta funcionaba mejor de manera que cubría el envase al igual que el entendimiento de las tipografías mejoraba.



**MAQUILLAJE  
MINERAL**

**Color Ebano**

100% minerales puros  
pulverizados Libre de  
conservantes,  
fragancias y otros químicos



## Estrategia portafolio

Para las etiquetas de jabón artesanal se decidió cambiar la opacidad del gráfico de fondo ya que este estaba muy fuerte para el entendimiento de las tipografías. Por el cual funcionaba mejor cambiando la opacidad de este.





## Estrategia portafolio

Para los tónicos capilares también se decidió cambiar la opacidad del gráfico de fondo ya que al estar utilizando los mismos colores tanto de tipografías como de el gráfico ambas artes se podían perder fácilmente entre si. Por el cual se decidió cambiar la opacidad de el gráfico de fondo por un menor a la que tenía antes, logrando que ambos fueran entendibles y no se perdieran entre si.



 ROSA MUTZUS  
cosmética natural

# TÓNICO CAPILAR

**Estimula el crecimiento del cabello,** combatiendo su caída y la caspa. Regula la producción de grasa y deja un agradable aroma, que favorece la calma y la concentración mental.

LIBRE DE  
PARABENOS

100%  
NATURAL

NO TESTADO  
EN ANIMALES

 ROSA MUTZUS  
cosmética natural

# TÓNICO CAPILAR

**Estimula el crecimiento del cabello,** combatiendo su caída y la caspa. Regula la producción de grasa y deja un agradable aroma, que favorece la calma y la concentración mental.

LIBRE DE  
PARABENOS

100%  
NATURAL

NO TESTADO  
EN ANIMALES



## NUESTROS PRODUCTOS ROSA MUTZUS cosmética natural

<p><b>JABONES FACIALES Y CORPORALES</b> Aguaoka y cáscara: Hidrata y calma la piel irritada o sensible. Papaya y aloe: Limpia, tonifica y calma pieles grasas o con acné. Avena y miel: Exfolia, nutre e hidrata todo tipo de piel. Choculote: Hidrata, emoliente y rico en antioxidantes, para piel seca y/o madura. Leche de cabra y semillas de uva: Exfolia, nutre y alivia pieles sensibles y maduras. Cárbón activado: Desinfecta y purifica todo tipo de piel. Algas y florajaz: Reafirma, nutre e hidrata todo tipo de piel. Anolis: Elimina impurezas, desata poros y equilibra la grasa de la piel. Especial para el estroto</p>	<p><b>QUAKRÚ</b> Jabón desgranante, sin jabón. Romero: para cabello seco y de normal a graso. Mentaolilo: para cabello claro y de normal a graso. Júpiter: para cabello de normal a seco.</p>	<p><b>MAGUILLAJE MINERAL Y CAPLARES</b> 100 % minerales puros pulverizados. Sin de metales pesados, sin colorantes. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales.</p>	<p><b>TÓNICOS FACIALES Y CAPLARES</b> Líquido de alcohol, sin colorantes ni fragancias. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales.</p>
<p><b>ACEITES REGENERADORES</b> para rostro y cabellos secos vegetales enriquecidos con aceites esenciales.</p>	<p><b>BÁLSAMO LABIAL</b> Rico de aceites minerales, petrolícos, alcohol y otros metales. Sin color ni olor.</p>		

## NUESTROS PRODUCTOS ROSA MUTZUS cosmética natural

<p><b>JABONES FACIALES Y CORPORALES</b> Aguaoka y cáscara: Hidrata y calma la piel irritada o sensible. Papaya y aloe: Limpia, tonifica y calma pieles grasas o con acné. Avena y miel: Exfolia, nutre e hidrata todo tipo de piel. Choculote: Hidrata, emoliente y rico en antioxidantes, para piel seca y/o madura. Leche de cabra y semillas de uva: Exfolia, nutre y alivia pieles sensibles y maduras. Cárbón activado: Desinfecta y purifica todo tipo de piel. Algas y florajaz: Reafirma, nutre e hidrata todo tipo de piel. Anolis: Elimina impurezas, desata poros y equilibra la grasa de la piel. Especial para el estroto</p>	<p><b>QUAKRÚ</b> Jabón desgranante, sin jabón. Romero: para cabello seco y de normal a graso. Mentaolilo: para cabello claro y de normal a graso. Júpiter: para cabello de normal a seco.</p>	<p><b>MAGUILLAJE MINERAL Y CAPLARES</b> 100 % minerales puros pulverizados. Sin de metales pesados, sin colorantes. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales.</p>	<p><b>TÓNICOS FACIALES Y CAPLARES</b> Líquido de alcohol, sin colorantes ni fragancias. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales.</p>
<p><b>ACEITES REGENERADORES</b> para rostro y cabellos secos vegetales enriquecidos con aceites esenciales.</p>	<p><b>BÁLSAMO LABIAL</b> Rico de aceites minerales, petrolícos, alcohol y otros metales. Sin color ni olor.</p>		

### ¿BUSCAS COSMÉTICOS 100% NATURALES?

<p><b>PARA TU SEGURIDAD...</b> Los fabricantes responsables y honestos, deben colocar una etiqueta que incluya una lista completa de los ingredientes (ordenados en forma descendente) y fecha de vencimiento del producto.</p>	<p><b>NO</b> poseen sabores o aromas fuertes (vino, mango, papaya, etc.) o chocolate, chicle, etc, ya que estos no se pueden extraer. Únicamente los cítricos, las especias y algunas flores, poseen aceites esenciales que dan un aroma suave y de corta duración.</p>	<p><b>ENCUENTRANOS EN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Miércoles de Luto, Av. 6 (Punto Barrio)</li> <li>- El Vergelito Barrio y El Vergelito Barrio (Cajal) (Cajal)</li> <li>- Miércoles de Luto (Cajal) (Cajal)</li> <li>- Anolis (Cajal) (Cajal)</li> <li>- Lápiz (Cajal) (Cajal)</li> </ul> <p style="font-size: small;">Pasa Anolis a otros puntos de venta en Cajal y otros puntos de venta en Cajal y otros puntos de venta en Cajal.</p>	<p><b>LOS FABRICANTES</b> deben poseer Licencia Sanitaria y Registro Sanitario, aunque sea un producto natural y artesanal, para asegurar la calidad y la higiene.</p>
<p><b>TIEMPO DE VIDA SE CORRO,</b> ya que no contienen preservantes sintéticos.</p>	<p><b>NO</b> poseen olores agresivos o muy llamativos, sin algunos colorantes de "grado alimenticio" sin sintéticos y no aceptables para cosmética 100 % natural.</p>	<p><b>LA TEXTURA</b> y viscosidad son diferentes, ya que no se les agregan espesantes ni otros químicos que sirven para que permanezca una sola mezcla y no se separen.</p>	

### ¿BUSCAS COSMÉTICOS 100% NATURALES?

<p><b>PARA TU SEGURIDAD...</b> Los fabricantes responsables y honestos, deben colocar una etiqueta que incluya una lista completa de los ingredientes (ordenados en forma descendente) y fecha de vencimiento del producto.</p>	<p><b>NO</b> poseen sabores o aromas fuertes (vino, mango, papaya, etc.) o chocolate, chicle, etc, ya que estos no se pueden extraer. Únicamente los cítricos, las especias y algunas flores, poseen aceites esenciales que dan un aroma suave y de corta duración.</p>	<p><b>ENCUENTRANOS EN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Miércoles de Luto, Av. 6 (Punto Barrio)</li> <li>- El Vergelito Barrio y El Vergelito Barrio (Cajal) (Cajal)</li> <li>- Miércoles de Luto (Cajal) (Cajal)</li> <li>- Anolis (Cajal) (Cajal)</li> <li>- Lápiz (Cajal) (Cajal)</li> </ul> <p style="font-size: small;">Pasa Anolis a otros puntos de venta en Cajal y otros puntos de venta en Cajal.</p>	<p><b>LOS FABRICANTES</b> deben poseer Licencia Sanitaria y Registro Sanitario, aunque sea un producto natural y artesanal, para asegurar la calidad y la higiene.</p>
<p><b>TIEMPO DE VIDA SE CORRO,</b> ya que no contienen preservantes sintéticos.</p>	<p><b>NO</b> poseen olores agresivos o muy llamativos, sin algunos colorantes de "grado alimenticio" sin sintéticos y no aceptables para cosmética 100 % natural.</p>	<p><b>LA TEXTURA</b> y viscosidad son diferentes, ya que no se les agregan espesantes ni otros químicos que sirven para que permanezca una sola mezcla y no se separen.</p>	

Por último el bifoliar tenía el mismo problema con los gráficos de fondo estos al ser muy opacos causaban que la tipografía se perdiera entre ellos por el cual las personas no podían leer bien la información de productos que el bifoliar ofrecía. Por el cual se le bajo la opacidad a los gráficos logrando que la lectura no fuese interrumpida por estos.





# Propuesta final

y fundamentación:

La propuesta final de todo el rediseño de imagen de la marca Rosa Mutzus Cosmética natural se ha basado en el objetivo de generar mayor atracción e interés de parte tanto de la clientela actual como posibles futuros clientes de la marca. Al igual que este rediseño logre transmitir un mejor entendimiento de lo que implica buscar belleza a través de métodos y productos más saludables. Y la experiencia que esta puede llegar a dar como marca a sus propios clientes a través de la utilización de productos saludables y sin efectos negativos en la salud.

Para lograr este objetivo se trabajó bajo el concepto de Belleza cruda ya que se busca mantener tanto una presentación de la marca el cual refleje tanto naturalidad, belleza y salud.



# Propuesta final

## logotipo:

-El logotipo va de la mano con compaginar salud con belleza ya que el logotipo representa tres aspectos importantes de la marca. A rosa, belleza y salud.  
Primero a rosa como tal ya que ambas son una abstracción de una rosa.  
Segundo la belleza por la belleza implícita de una rosa.  
Tercero el estilo geométrico de la abstracción le agrega una parte mas formal con una estructura estable y fuerte representando a través de esta la salud.



**ROSA MUTZUS**  
cosmética natural



# Propuesta final

etiquetas:





# Propuesta final

etiquetas:





# Propuesta final

etiquetas:





# Propuesta final

todos los productos:







# Propuesta final

## etiquetas fundamentación:

Para las etiquetas se manejaron cuatro colores

diferentes con el propósito de clasificar los diferentes productos y sus usos. Los celestes son representativos de productos específicamente para pelo, los morados son representativos de productos para la piel, los rosados son productos utilizados para maquillaje y los verdes son aceites y repelentes. La clasificación de productos por color se dio gracias a la necesidad que el color del producto en si es muy parecido entre todos por el cual la utilización de colores permite dar una mejor diferenciación a la hora de buscarlos. Al igual que los colores tienen como funcionalidad representar tanto a la persona como a la naturaleza rosados y morados para piel, verde y celeste para naturaleza.

En todas las etiquetas se manejo la misma presentación de logotipo

ya que este tenía una doble funcionalidad el cual era no agarraba más espacio innecesario permitiendo que hubiese suficiente espacio para las indicaciones de uso como para los ingredientes.

También se maneja en todas un área de respeto de impresión con el propósito que en el proceso de corte no se pierda información.

En cuanto a tipografía, dentro de las etiquetas se utilizó cuatro tipografías,

Code bold- fue utilizada para la descripción de producto. Es una tipografía fuerte llamativa y fácil de leer por el cual se utilizó como una tipografía principal en la presentación de producto. American typewriter- fue utilizada para la pequeña descripción de funcionalidad al igual que el ingrediente principal del producto. Esta tipografía es una tipografía redonda y delicada dando alusión a la parte de belleza con la que cuentan los productos.

Helvética- fue utilizada para la parte de atrás de las etiquetas específicamente los ingredientes y el modo de uso. Con el propósito que esta es una tipografía fácil de leer al igual que permite llegar a un tamaño reducido sin perder legibilidad en el proceso de reducción.

Por último todas las etiquetas cuentan con diferentes gráficos de fondo los cuales fueron tomados dando abstracción al propio logotipo con el propósito de jugar con las etiquetas y hacer el producto más llamativo.

# Propuesta final

## bifoliar fundamentación:

Para el bifoliar se manejó el color base verde el cual permite dar alusión a que los productos son naturales al igual que logra unificar toda la línea gráfica con las demás piezas.

En cuanto a tipografías se utilizaron

Code bold- fue utilizada para el logotipo Rosa Mutzus cosmética natural.

American typewriter- fue utilizada para el logotipo de Rosa Mutzus cosmética natural.

Helvética- fue utilizada para la parte de atrás de las etiquetas específicamente los ingredientes y el modo de uso. Con el propósito que esta es una tipografía fácil de leer al igual que permite llegar a un tamaño reducido sin perder legibilidad en el proceso de reducción.

El material tiene una vista horizontal con el propósito de generar más espacio al igual que cada segmento de información se decidió separar con el objetivo que este fuese más fácil de leer y no cansara la vista del usuario así este pudiese leer toda la información que se le pone en el bifoliar.

Por último cuenta con diferentes gráficos de fondo los cuales fueron tomados dando abstracción al propio logotipo con el propósito de jugar con las etiquetas y hacer el producto más llamativo.



**¿BUSCAS COSMÉTICOS 100% NATURALES?**

**PARA TU SEGURIDAD.**  
Los fabricantes responsables y honestos, deben colocar una etiqueta que incluya una lista completa de los ingredientes (ordenados en forma descendente) y fecha de vencimiento del producto.

**NO** poseen sabores o aromas frutales (frutas, mango, pepino, etc.), o chocolate, cítricos, etc., ya que estos no se pueden extraer.  
Únicamente los cítricos, los especias y algunos flores, poseen aceites esenciales que dan un aroma suave y de corta duración.

**ENCUÉNTRANDOS EN**

- Mercadería de Leticia de 6 grandes marcas
- El Máximo (C) Plaza La Vía (Rosa, Luz Preservante 20-80 pesos 20)
- Rosa Mutzus (Bani y Liza) (20) 20-80 Conservante 6 Rosa (Bani 20-80)
- Tintes de la Mercadería (20, Av. El Bar FOM), Anápolis (20-80-100)
- Anápolis 3 (20-80) (20, Av. El Bar FOM), Anápolis (20-80-100)
- Cacha (20, Bani 20-80) Bani Bani (20-80-100)

Para más información, contacta al 02-993833333  
Línea gratuita 1-800-010-0102 [www.rosamutzus.com](http://www.rosamutzus.com)  
(20), 20-80-100 [www.rosamutzus.com](http://www.rosamutzus.com)

**TIEMPO DE VIDA ES CORRO,**  
ya que no contienen preservantes sintéticos.

**NO** poseen colores agresivos o muy llamativos, aún algunos colorantes de "grado alimenticio" son sintéticos y no aceptables para cosmética 100% natural.

**LOS EMBRICANTES**  
deben poseer Licencia Sanitaria y Registro Sanitario, aunque sea un producto natural y artesanal, para asegurar la calidad y la higiene.

**LA TEXTURA**  
y viscosidad son diferentes, ya que no se les agregan espesantes ni otros químicos que sirven para que persista una sola mezcla y no se separen.

**NUESTROS PRODUCTOS**  **ROSA MUTZUS**  
cosmética natural

**JABONES FACIALES Y CORPORALES**  
Aguacate y cítricos: Hidrata y calma la piel irritada o sensible.  
Pepino y aloe: Limpia, tonifica y calma pieles grasas o con acné.  
Avena y miel: Exfolia, nutre e hidrata todo tipo de piel.  
Chocolate: Hidrata, amolece y rico en antioxidantes, para piel seca y/o madura.  
Leche de cabra y esencia de savia: Exfolia, nutre y hidrata pieles sensibles y maduras.  
Cárbido activado: Desinfecta y purifica todo tipo de piel.  
Algas y kaseína: Reafirma, nutre e hidrata todo tipo de piel.  
Juvénil: Elimina impurezas, desgrasa poros y equilibra la grasa de la piel. Especial para el embarazo.

**CHAMPÚ**  
(sin detergentes, sin sulf) Rumor: para cabello oscuro y de normal a grueso.  
Mintazul: para cabello claro y de normal a grueso.  
Júpiter: para cabello de normal a seco.

**ACEITES REGENERADORES**  
para rostro y cabellos/aceites vegetales enriquecidos con aceites esenciales.

**MAQUILLAJE MINERAL**  
100% minerales puros pulverizados, libre de metales pesados, sin colorantes.

**BÁLSAMO LABIAL**  
Libre de aceites minerales, parafinas, silicona y otros metales. Sin color ni olor.

**TÓNICOS FACIALES Y CAPILARES**  
Libres de alcohol, sin colorantes ni preservantes. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales.





# Propuesta final

hojas membretadas y tarjetas



Para las tarjetas de presentación se decidió poner el logotipo y gráficos como elementos principales en la composición con el propósito de llamar la atención rápidamente del cliente al igual que esta tuviese el propósito de ser identificativo de la nueva imagen de Rosa Mutzus Cosmética Natural. Al igual que en la parte de atrás de estas lleva la información necesaria de contacto para contactarse directamente con la empresa.



# Propuesta final

## carpeta



Para la carpeta se decidió poner el logotipo y una fotografía de producto como elementos principales en la composición con el propósito de llamar la atención rápidamente del cliente al igual que esta tuviese el propósito de ser identificativo de la nueva imagen de Rosa Mutzus Cosmética Natural.

# Propuesta final

## catálogo





# Propuesta final

## materiales digitales página web



Para el catalogo en linea y la pagina a web se manejó el color verde como color base para lograr unificar toda la línea gráfica. Y se le logró dar una variación de colores al utilizar las diferentes fotografías de los productos los cuales cuentan con el resto de los colores con el propósito de estos ser clasificados por su tipo de uso-

En cuanto a tipografías se utilizaron

Code bold- fue utilizada para el logotipo Rosa Mutzus cosmética natural. Y titulares con el propósito de generar jerarquía y manejar el titular como primer punto focal.

American typewriter- fue utilizada para el logotipo de Rosa Mutzus cosmética natural.

Helvética- fue utilizada para la información en general de los productos y sus usos con el propósito que esta es una tipografía fácil de entender y genera armonía entre las otras dos tipografías creando unificación entre las tres.

Por último cuentan con diferentes gráficos de fondo los cuales fueron tomados dando abstracción al propio logotipo con el propósito de jugar con las etiquetas y hacer el producto más llamativo.



# Producción y reproducción

## especificaciones técnicas

### Folder:

Dimensión:

- cerrado: 9 x 12 pulgadas.
- Abierto: 18 x 24 pulgadas.
- Orientación: vertical.

Modo de color: Full color CMYK pedir siempre impresión con tinta de cera.

Soporte: papel tex cote.

Cantidad total: 50 unidades para primera presentación.





NUESTROS PRODUCTOS  ROSA MUTZUS  
cosmética natural

**JABONES FACIALES Y CORPORALES**

Agavecote y cáscara: Hidrata y calma la piel irritada o sensible.  
 Papaya y aloe: Limpia, tonifica y calma pieles grasas o con acné.  
 Avena y miel: Exfolia, nutre e hidrata todo tipo de piel.  
 Chocolate: Hidrata, amolante y rico en antioxidantes, para piel seca y/o madura.  
 Leche de cabra y semillas de uva: Exfolia, nutre y alivia pieles sensibles y maduras.  
 Carbón activado: Desintoxica y purifica todo tipo de piel.  
 Algas y honeye: Hidrata, nutre e hidrata todo tipo de piel.  
 Anís: Elimina impurezas, desepa poros y equilibra la grasa de la piel. Especial para el acné.

**CHAMPÚ**

para desengrasar, con aloe  
 Romero: para cabello seco y de normal a grueso.  
 Manzana: para cabello seco y de normal a grueso.  
 Júpiter: para cabello de normal a seco.

**ACEITES REGENERADORES**

para rostro y cabellos secos vegetales enriquecidos con aceites esenciales.

**MAGULLAJE MIXERAL**

100 % minerales puros pulverizados, libre de metales pesados, sin colorantes.

**BÁLSAMO LABIAL**

libre de alcohol mineral, parafinas, silicona y otros metales. Sin color ni olor.

**TÓNICOS FACIALES Y CAPILARES**

Libres de alcohol, sin colorantes ni preservantes. Hechos con infusiones herbales y aceites esenciales.



**Bifoliar:**

Dimensión: 8.5 largo (pulgadas) x 3.67 alto (pulgadas).  
 Orientación: horizontal.  
 Modo de color: Full color CMYK pedir siempre impresión con tinta de cera.  
 Soporte: Papel bond.  
 Cantidad total: 100 unidades para primera impresión.

**¿BUSCAS COSMÉTICOS 100% NATURALES?**

**PIEA TU SEGURIDAD...**

Los fabricantes responsables y honestos, deben colocar una etiqueta que incluya una lista completa de los ingredientes (ordenados en forma descendente) y fecha de vencimiento del producto.

**NO**

poseen sabores o aromas frutales (fresa, mango, papaya, etc), o chocolate, chicle, etc, ya que estos no se pueden extraer.  
 Únicamente los cítricos, las especias y algunos flores, poseen aceites esenciales que dan un aroma suave y de corta duración.

**ENCUÉNTRANOS EN**

- Minimarket del Coto de 6 paradas Heredia
- El Mueble (C) Plaza La Viena Heredia (Productos 10-10 desde 10)
- El Soplete (C) Plaza La Viena Heredia (Productos 10-10 desde 10)
- Mundo de la Salud (C) P.O. Box 1000, San José, Costa Rica (Productos)
- Aerolinea y Cabaña (C) P.O. Box 1000 Plaza Central 6
- Laguna (C) Heredia 10-10 Plaza Central Heredia, Heredia (C)

Para más información, contacta al 7887 7887 (Heredia)  
 Dirección: Calle 14 y 15, P.O. Box 1000, San José, Costa Rica  
 (C) 7887 7887 (Heredia) www.rosamutzus.com

**TIEMPO DE VIDA ES CORTO,**

ya que no contienen preservantes sintéticos.

**NO**

poseen colores agresivos o muy llamativos, aun algunos colorantes de "grado alimenticio" son sintéticos y no aceptables para cosmética 100 % natural.

**LOS FABRICANTES**

deben poseer Licencia Sanitaria y Registros Sanitarios, aunque sea un producto natural y artesanal, para asegurar la calidad y la higiene.

**LA TEXTURA**

y viscosidad son diferentes, ya que no se les agregan espesantes ni otros químicos que sirven para que parezca una sola mezcla y no se separen.



## Estrategia portafolio



## Etiquetas:

Mantener tamaño que viene en pdf tamaño carta. ya que será cortado de manera artesanal se pide que se imprima una hoja tamaño carta

Modo de color: Full color CMYK pedir siempre impresión con tinta de cera.

Soporte: papel adhesivo en blanco.

Cantidad total: 10 unidades por etiqueta diferente. (diez hojas tamaño carta)





## Hojas membretadas:

Dimensión: 11 pulgadas x 8.5 pulgadas

Orientación: vertical

Modo de color: Full color CMYK pedir siempre impresión con tinta de cera.

Soporte: Papel bond.

Cantidad total: 100 unidades para primera impresión.





## Tarjetas de presentación:

Dimensión: 3.5 cm x 2 cm

Orientación: horizontal

Modo de color: Full color CMYK pedir siempre impresión con tinta de cera.

Soporte: Papel lino blanco

Cantidad total: 100 unidades para primera impresión.





## Catálogo:

Dimensión:

cerrado: 5 pulgadas x 5 pulgadas

abierto: 10 pulgadas x 10 pulgadas

Orientación: horizontal

Modo de color: Full color CMYK pedir siempre impresión con tinta de cera.

Soporte: Papel fotográfico

Cantidad total: 20 unidades para primera impresión.



# Producción y reproducción

## informe técnico

Guatemala 23 de noviembre de 2016 presente

A quien corresponda en el cd entregado se adjuntan las siguientes piezas:

- Bifoliar
- Folder
- Etiquetas
- Hojas membretadas
- Tarjetas de presentación
- Catálogo

Se solicita

Utilizar el archivo denominado bifoliar. Jpg para la impresión de 100 unidades utilizando como soporte papel bond en modo CMYK full color impresión a base de cera. Con las dimensiones de 8.5 x 3.67 pulgadas. Se solicita imprimir tres unidades por hoja tamaño carta en tiro y retiro.

Utilizar el archivo denominado folder. Jpg para la impresión de 50 unidades utilizando como soporte papel texcote en modo CMYK full color impresión a base de cera. Con las dimensiones de





# Producción, y reproducción

## informe técnico



-cerrado: 9 x 12 pulgadas.

-Abierto: 18 x 24 pulgadas.

-Orientación: vertical.

Utilizar el archivo denominado etiquetas.pdf para la impresión de 10 unidades por tipo de etiqueta utilizando como soporte papel adhesivo en blanco modo CMYK full color impresión a base de cera. Se solicita no cambiar tamaño de pdf ya que las etiquetas vienen a tamaño real.

Utilizar el archivo denominado hojasmembretadas. Jpg para la impresión de 100 unidades utilizando como soporte papel bond en modo CMYK full color impresión a base de cera. Con las dimensiones de 11 x 8.5 pulgadas.

Utilizar el archivo denominado tarjetas. Jpg para la impresión de 100 unidades utilizando como soporte papel lino blanco en modo CMYK full color impresión a base de cera. Con las dimensiones de 3.5cm x 2cm. Se solicita imprimir seis unidades por hoja tiro y retiro.

Utilizar el archivo denominado catálogo.jpg para la impresión de 50 unidades utilizando como soporte papel fotográfico blanco en modo CMYK full color impresión a base de cera. Con las dimensiones de 5 pulgadas x 5 pulgadas.

Cualquier duda por favor comunicarse a Mariana Murga por medio de el correo [maris.murga@gmail.com](mailto:maris.murga@gmail.com)

Agradeciendo siempre su disponibilidad

Mariana Murga

Diseñadoras Gráficas

Estrategia portafolio



# Producción y reproducción

cotizaciones



# Total de trabajo de diseño

Para determinar el presupuesto del diseño realizado, se ha establecido utilizar los criterios de tarifa del diseño de la cámara de diseñadores en comunicación visual del C.C.I.R.R, por lo que se han establecido los siguientes precios tomando en consideración que la empresa Rosa Mutzus esta ubicado como un cliente de empresa pequeña ya que constituye de un total de dos personas a cargo y tres empleados.

Rediseño de imagen incluyendo logotipo e imagen corporativa.....	Q. 2,000
Rediseño de todas las etiquetas.....	Q. 1,000
Elaboración de catalogo en línea.....	Q. 500
Diseño de pagina web.....	Q. 500
Rediseño de material impreso bifoliar.....	Q. 100

Cantidad Total: Q 4,100

Con derecho a cuatro cambios y entendimiento de entrega nítida de todas las artes.





# Conclusiones y recomendaciones

## Conclusiones:

A través del diseño desarrollado para el rediseño de marca de la empresa Rosa Mutzus cosmética natural se logró generar un impacto visual tanto para clientes ya existentes como para futuros posibles clientes. A través de repetidas pruebas y cambios en base a estudios realizados previamente, Se llegó a una propuesta que responde de manera acertada con la necesidad que se tenía. Las etiquetas fueron el material mas importante realizado en el proyecto ya que estas tienen como funcionalidad no solamente atraer y resaltar por el resto de los productos de competencia si no que también generar un sentimiento de seguridad y profesionalismo a los clientes. El cual a través de validaciones realizadas se llegó a la conclusión que estas si cumplen con su función y objetivo.

## Recomendaciones:

Se recomienda siempre mantener las medidas especificadas en el documento para todos los materiales impresos ya que si no se mantienen puede ocurrir una distorsión del material. También se recomienda siempre guiarse por el manual de logotipo para que este no sufra ningún tipo de distorsión o mal uso como consecuencia poniendo en riesgo la nueva imagen de la marca. Por último se recomienda siempre imprimir los materiales con tinta a base de cera ya que logra generar el color específico que se busca en todos los materiales impresos.





# Anexos



# Resultados

## grupo objetivo

### LOGOTIPO y aplicaciones

El logotipo:

9 - transmite salud y belleza.

0 - Solo Belleza

3 - Es representativo de una línea de productos de belleza.

Los colores:

7 - Representan salud, belleza y naturalidad.

4 - Transmiten ser productos de una marca 100% artesanal.

0 - Se crea una mezcla difícil de entender

0 - No transmite nada.

El tipo de letra:

9 - Muestra la fuerza en la salud y la belleza en ambas tipografías.

1 - No demuestra salud y belleza del todo.

En cuanto a lo que transmite el logotipo:

10 - Yo como persona que quiere utilizar productos naturales siento confianza y profesionalismo al ver la nueva imagen.

0 - No transmite ser una marca segura y confiable para utilizar.

0 - No transmite ningún sentimiento

### Etiquetas

Los colores en las etiquetas:

8 - Se entiende que cada color representa un sector.

0 - Se alejan mucho uno de otro y se ve desordenado.

4 - Crean armonía entre si.

0 - Se pueden mejorar para unificar la línea.

En las etiquetas, el logotipo:

9 - Se entiende.

1 - No se entiende

Las etiquetas:

0 - Se miran desordenadas

0 - No se entienden

10 - Hay un orden y buen entendimiento en todas.

En las etiquetas, los gráficos de fondo:

0 - Molestan la vista

3 - Podrían mejorar.

7 - Crea un diseño interesante y más llamativo.



### Catálogo

La utilización de colores:

5 - Llama la atención.

8 - Si provoca leerlo.

0 - No llama la atención y no provoca leerlo.

El orden del catálogo:

3 - Es dinámica y diferente

9 - Es limpia y facilita la lectura.

0 - Es desordenada

0 - Crea confusión en cuanto legibilidad

Los gráficos de fondo:

1 - Molestan la vista

9 - Llama la atención.

### Página Web

La utilización de colores:

2 - Llama la atención.

0 - No llama la atención

8 - Cautiva y crea conexión.

El orden de la página:

10 - Es dinámica y diferente

0 - Es desordenada

0 - Crea confusión en cuanto legibilidad

Los gráficos de fondo:

0 - Molestan a la vista

5 - Crea una textura interesante.

6 - Llama la atención.



# Resultados

## diseñadores gráficos

### LOGOTIPO y aplicaciones

Recordando el concepto que se está utilizando para el proyecto, cree que este:

0 - Se transmite en el logotipo

0 - No existe conexión

5 - Crea la unión entre Belleza Natural y Salud

Piensa que la paleta de colores que se está utilizando en el logotipo es:

Adecuada con Rosa Mutzus Cosmética Natural

4 - Conecta con salud pero no con belleza.

1 - Conecta tanto con salud y belleza.

0 - No transmite nada.

La tipografía del logotipo:

4 - Tiene conexión tanto con el símbolo del logo como con el concepto de Belleza Cruda

1 - No transmite salud y belleza

0 - No es legible.

La abstracción del logotipo:

5 - Se entiende como una Rosa o flor.

0 - No se entiende.

0 - Podría mejorar

El logotipo Transmite:

2 - Seguridad y Belleza

3 - Si se relaciona con productos de cosméticos.

0 - No transmite nada

En sus aplicaciones (Etiquetas, WEB, Catalogo)

5 - El logotipo si se implementa

0 - No se implementa

0 - No funciona en ninguna aplicación.

Etiquetas

Se utilizó una paleta de cuatro colores los cuales aluden tanto a Salud, Belleza y Naturalidad. Estos con el propósito tanto de poder separar los productos en cuatro categorías como también que estos impacten y aludan a la salud la belleza y la naturalidad.

En las etiquetas ¿La paleta de colores muestra armonía entre sí?

3 - 0 Si crea armonía

0 - Si crea armonía pero no va con salud, belleza y naturalidad.

2 - Si crea armonía pero debe mejorar.

0 - No crea armonía

## Estrategia portafolio



En las etiquetas, la diagramación de las etiquetas:

3 - Posee un punto focal que guía al ojo a lo más importante (logo), y se 2 - redirige al título. (Nombre del sector).

0 - La jerarquía está desordenada.

0 - No existe jerarquía.

En las etiquetas, los gráficos de fondo:

0 - Molesta la vista

0 - Interrumpen con la tipografía de las etiquetas.

3 - Crea un diseño interesante y más llamativo.

2 - Debe mejorar la jerarquía y legibilidad.

Catálogo

(Se utilizan cuatro colores dando alusión a la Salud, Belleza y Naturalidad del producto al igual que separa en categorías los productos). El color verde es el color base de toda la línea con el propósito de unificarla.

La utilización de colores:

3 - Llama la atención para el G.O.

0 - No llama la atención

2 - Cautiva y crea conexión.

La jerarquía visual:

4 - Es dinámica y diferente

0 - Es desordenada

1 - Crea confusión en cuanto legibilidad

Los gráficos de fondo:

1 - Molestan a la vista

4 - Llama la atención.

Página Web

La utilización de colores:

5 - Llama la atención para el G.O.

0 - No llama la atención

0 - Cautiva y crea conexión.

La jerarquía visual:

5 - Es dinámica y diferente

0 - Es desordenada

0 - Crea confusión en cuanto legibilidad

Los gráficos de fondo

0 - Molestan a la vista

3 - Crea una textura interesante.

2 - Llama la atención.

La página en general

4 - Si se conecta con el resto de las piezas.

0 - No se conecta con el resto de las piezas.

1 - Puede mejorar

# Resultados

## expertos en el tema



### Logotipo y aplicaciones

Recordando el concepto que se está utilizando para el proyecto, cree que este:

2 - Se transmite en el logotipo

1 - No existe conexión

2 - Crea la unión entre Belleza Natural y Salud

Piensa que la paleta de colores que se está utilizando en el logotipo es:

1 - Adecuada con Rosa Mutzus Cosmética Natural

1 - Conecta con salud pero no con belleza.

3 - Conecta tanto con salud y belleza.

La tipografía del logotipo:

4 - Tiene conexión tanto con el símbolo del logo como con el concepto de Belleza Cruda.

1 - No transmite salud y belleza

0 - No es legible.

La abstracción del logotipo:

4 - Se entiende como una Rosa o flor.

1 - No se entiende.

El logotipo Transmite:

2 - Seguridad y Belleza

3 - Si se relaciona con productos de cosméticos.

0 - No transmite nada

En sus aplicaciones (Etiquetas, WEB, Catalogo)

5 - El logotipo si se implementa

0 - No se implementa

0 - No funciona en ninguna aplicación.

Etiquetas

Se utilizo una paleta de cuatro colores los cuales aluden tanto a Salud, Belleza y Naturalidad. Estos Con el propósito tanto de poder separar los productos en cuatro categorías como también que estos impacten y aludan a la salud la belleza y la naturalidad. El color verde fue utilizado como color base para unificar la línea gráfica.

Los colores en las etiquetas:

4 - Se entiende que cada color representa un sector.

0 - Se alejan mucho uno de otro y se ve desordenado.

1 - Crean armonía entre si.

0 - Se pueden mejorar para unificar la línea.

En las etiquetas, el logotipo:

4 - Se entiende.

1 - No se entiende

## Estrategia portafolio



0 - No llama la atención y no provoca leerlo.

El orden del catálogo:

2 - Es dinámico y diferente

3 - Es limpia y facilita la lectura.

0 - Es desordenada

0 - Crea confusión en cuanto legibilidad

Los gráficos de fondo:

0 - Molesta a la vista

5 - Llama la atención.

Página Web

La utilización de colores:

3 - Llama la atención.

0 - No llama la atención

2 - Cautiva y crea conexión.

El orden de la página:

5 - Es dinámica y diferente

0 - Es desordenada

0 - Crea confusión en cuanto legibilidad

Los gráficos de fondo

0 - Molestan a la vista

2 - Crea una textura interesante.

3 - Llama la atención.

Las etiquetas:

0 - Se miran desordenadas

0 - No se entienden

5 - Hay un orden y buen entendimiento en todas.

En las etiquetas, los gráficos de fondo:

1 - Molestan la vista

0 - Podrían mejorar.

4 - Crea un diseño interesante y más llamativa

Catálogo

Se utilizó una paleta de cuatro colores los cuales aluden tanto a Salud, Belleza y Naturalidad. Estos con el propósito tanto de poder separar los productos en cuatro categorías como también que estos impacten y aludan a la salud la belleza y la naturalidad. El color verde fue utilizado como color base para unificar la línea gráfica.

La utilización de colores:

3 - Llama la atención.

2 - Si provoca leerlo.