

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

INVESTIGACIÓN: Importancia de la fotografía arquitectónica en la promoción de proyectos inmobiliarios.

ESTRATEGIA: Rediseño de imagen visual y material publicitario para Mayan Ke.

PROYECTO DE GRADO

**ANA LUCÍA ARMAS MEJÍA**

CARNET 10867-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2015

CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: Importancia de la fotografía arquitectónica en la promoción de proyectos inmobiliarios.

ESTRATEGIA: Rediseño de imagen visual y material publicitario para Mayan Ke.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR  
**ANA LUCÍA ARMAS MEJÍA**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, SEPTIEMBRE DE 2015  
CAMPUS CENTRAL



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

RECTOR:	P. EDUARDO VALDES BARRIA, 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. HERNÁN OVIDIO MORALES CALDERÓN
VICEDECANO:	MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA:	MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA
DIRECTORA DE CARRERA:	MGTR. ANA REGINA LÓPEZ DE LA VEGA

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

MGTR. KARIN LUCRECIA ABREU LISCUTIN


## **TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

MGTR. ADAN CHRISTIAN MONTENEGRO CRUZ

MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

MGTR. MARÍA DEL ROSARIO MUÑOZ GÓMEZ DE ALEGRÍA

## CARTA DE APROBACIÓN

 **Universidad Rafael Landívar**  
Tradición Jesuita en Guatemala

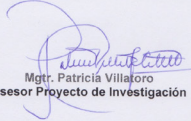
**Facultad de Arquitectura y Diseño**  
**Departamento de Diseño Gráfico**  
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428  
Fax: (502) 2426 2628 ext. 2429  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016


Reg. No. DG.020-2015

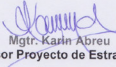
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura y Diseño a los nueve días del mes de julio de dos mil quince.

Por este medio hacemos constar que el (la) estudiante ARMAS MEJÍA, ANA LUCÍA, con carné 1086710, 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).


  
Mgtr. Patricia Villaloro  
Asesor Proyecto de Investigación

  
Lic. Ericka Herrera  
Asesor Proyecto Digital

  
Mgtr. Karin Abreu  
Asesor Proyecto de Estrategia

cc: Archivo  
mfr

## ORDEN DE IMPRESIÓN

 **Universidad Rafael Landívar**  
Tradición Jesuita en Guatemala

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**  
No. 03369-2015

**Orden de Impresión**



De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante ANA LUCÍA ARMAS MEJÍA, Carnet 10867-10 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03108-2015 de fecha 18 de agosto de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

**INVESTIGACIÓN:** Importancia de la fotografía arquitectónica en la promoción de proyectos inmobiliarios.

**ESTRATEGIA:** Rediseño de imagen visual y material publicitario para Mayan Ke.

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 11 días del mes de septiembre del año 2015.

  
  
MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA, SECRETARIA  
ARQUITECTURA Y DISEÑO  
Universidad Rafael Landívar

# INDICE

1.-Introducción	1	Logotipo	17
2.-Familiarización con el cliente y el proyecto en general, definición del mercado y contexto	3	Isotipo	17
3.-Comprensión y definición del problema o necesidad	4	Isologotipo	17
4.- Objetivos	5	Imagotipo	18
5.-Marco de Referencia	6	Descriptor de marca	18
5.1- Profundizar en la información del Cliente	6	El Claim y Slogan	18
Historia de cómo se fundó Mayan Ke	6	Características de un buen logotipo	19
Misión	7	Características básicas de la papelería corporativa	22
Visión	7	Diseño Publicitario	23
Organización de la empresa	7	El anuncio en medios impresos	23
Beneficio de la compra y utilización de productos de Mayan Ke	8	El layout en medios impresos	23
Filosofía de Mayan Ke	8	El marketing móvil	24
Proceso de manufactura de los productos de Mayan Ke	8	La web 2.0	24
5.2-Recopilación de Información del Tema	10	7.- Grupo Objetivo	25
Cultura	10	7.1-Perfil geográfico	26
Cultura Guatemalteca	11	7.2-Perfil Demográfico	26
Artesanía guatemalteca	12	7.3-Perfil psicográfico	27
Cerámica Guatemalteca	13	<b>GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO</b>	<b>28</b>
Proceso de la manufactura de la cerámica tradicional guatemalteca	13	8.-Contenido material gráfico	30
6.-Contenido Teórico de Diseño	15	9.-Proceso de Conceptualización	31
La Imagen visual	15	Lluvia de ideas	32
Rediseño de imagen visual	16	Analogías	33
Componentes de la marca	17	Conceptos Preliminares	34
		Metáfora	35
		Conceptos Preliminares	36



Cadaver Exquisito:	37	<b>GESTION DE LA IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑO</b>	<b>173</b>
Conceptos Preliminares:	38	13.-Propuesta y fundamentación final	174
9.2-Fundamentación de la idea:	39	Formato:	175
Validación de concepto preliminar:	39	Tarjeta de Presentación	175
Concepto central final:	40	Hoja Membretada	175
Fundamentación:	40	Sobre Membretado	176
Concepto complementario final:	42	Etiquetas	176
Fundamentación:	42	Manta de Bienvenida	177
10.-Codificación del Mensaje:	44	Afiches Digitales	177
10.1-Visualización:	44	Reticula:	178
Tabla de Requisitos basada en el concepto principal	46	Ejes:	178
Tabla de Requisitos basada en el		Elemento Gráfico de Apoyo:	179
concepto complementario	47	Tipografía:	179
Moodboard basado en el concepto complementario	48	Textos:	179
10.2-Planeación Estratégica de Medios	49	Color:	180
10.3-Selección de las piezas	49	Soporte:	180
10.4-Fases estratégicas de comunicación	51	Logotipo:	181
11.-Bocetaje para definir propuesta preliminar:	52	Linea Gráfica:	182
Propuesta # 1:	52	Tarjeta de presentación:	183
Propuesta #2	143	Hoja Membretada:	184
Inicio de propuesta preliminar	145	Sobre Membretado:	185
12.1-Validación:	166	Etiqueta:	186
Logotipo:	167	Manta de Bienvenida:	187
Tarjeta de Presentación:	168	Afiches digitales:	188
Hoja Membretada, Sobre Membretado y Etiqueta:	169	Manual de Identidad Gráfica:	189
Manta de Bienvenida y Afiches digitales:	170	14.-Producción y Reproducción	197
Modificación de piezas, según validación	172	15.-Conclusiones	208
		16.-Recomendaciones	209
		17.- Referencias	210
		18.- Anexos	215

## INTRODUCCIÓN

Guatemala posee una gran riqueza cultural, que se ve reflejada en una amplia variedad de objetos artesanales únicos e incomparables, que se desarrollan sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados y que constituyen el sello particular de cada región, comunicando sus creencias, costumbres, narrando su historia y reflejando la identidad de su gente.

Sin embargo deben innovarse constantemente para mantener y mejorar su posición frente a la demanda del mercado tanto nacional como internacional, para así continuar siendo un pilar importante en la lucha para crear fuentes de desarrollo e ingreso para su comunidad.

San Antonio Palopó es bien conocido por su cerámica de alta calidad, que es una evolución de la cerámica antigua Maya, influenciada por las técnicas modernas que la hacen más coherente y eficaz, mediante el uso de moldes y procesos de cocción a elevada temperatura que generan un efecto impermeable y a su vez eliminan el plomo de los esmaltes dando como resultado productos seguros, resistentes, coloridos y de una gran diversidad.

La empresa original y que lidera esta línea de productos de cerámica artesanal es Mayan Ke, considerada como una pequeña

empresa que desea aumentar su productividad para crecer, y con ello brindar trabajo y la esperanza de mejorar la calidad de vida a su comunidad.

Mayan Ke ha ido adaptándose con el paso del tiempo, creando nuevos diseños de acuerdo con las exigencias del consumidor, sin embargo aunque sus productos son de buena calidad y están bastante actualizados, no han logrado posicionarse dentro del nicho del mercado que les corresponde y aun no son reconocidos por su grupo objetivo, lo que ha limitado su desarrollo, por lo que debe crear nuevas estrategias que le permitan evolucionar al ritmo del siglo XXI.

Consiente de que en el presente la vida social se comunica a través de la imagen y el color en composiciones graficas, Mayan Ke ha considerado como estrategia principal apoyarse en el diseño gráfico para darse a conocer. Ya que las nuevas tecnologías avanzan con el pasar de los días y el mundo actual exige nuevas formas para comunicarse, el diseño gráfico cumple esta importante función modificando el conocimiento, las emociones y el comportamiento de las personas, cambiando el entorno y mejorando la realidad dentro de la sociedad.





# GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO

---



## Familiarización con el cliente y el proyecto en general, definición del mercado y contexto

En el año 2004, en San Antonio Palopó, Guatemala, con el objetivo de ofrecer al cliente final, productos artesanales de cerámica, originales y de alta calidad así como ser una fuente de desarrollo e ingreso para la comunidad y mejorar su condición de vida, se unen los ceramistas: Roberto Pérez, Marco Antonio Sicay y Pedro Pérez para fundar el taller de cerámica Mayan Ke.

Mayan Ke, produce artículos artesanales de cerámica, utilizando la técnica "Stoneware" que consiste en el quemado de las piezas a una temperatura mucho más alta que la empleada por el resto de ceramistas tanto en Guatemala como en el resto de centroamérica, ésta práctica da como resultado productos mucho más resistentes, que conjuntamente con el uso de pintura 100% libre de plomo así como la originalidad y variedad de utensilios da como resultado una mercadería de excelencia.

El taller de fabricación y sala de ventas de Mayan Ke está ubicado en el municipio de San Antonio Palopó y además tiene una segunda sala de ventas en Panajachel, ambos en el departamento de Sololá, cuenta con con el apoyo de "Misión Taiwán" cuyo propósito es principalmente compartir las experiencias del desarrollo económico de Taiwán con pequeñas y medianas

empresas en Guatemala, para así lograr establecer nuevas oportunidades de desarrollo, según el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República de Taiwán, China (2009).

Aunque Mayan Ke es una empresa con un gran potencial de crecimiento, después de la realización de un brief (Anexo #1), se pudo constatar que su crecimiento se ve fuertemente afectado debido a sus limitantes en la comercialización de sus productos dentro del grupo objetivo al que está dirigido, constituido principalmente por turistas nacionales y extranjeros generalmente femeninas.



San Antonio Palopó, Sololá - Fuente propia.



## Comprensión y definición del problema o necesidad

La empresa de cerámica artesanal Mayan Ke, no cuenta con una forma de identificación adecuada hacia su grupo objetivo, por lo que necesita establecer un distintivo visual que la proyecte e identifique como un taller de cerámica líder en Guatemala.

Mayan Ke, cuenta con una gran variedad de productos de alta calidad, sin embargo carece de una forma de darse a conocer, teniendo como consecuencia, la falta de reconocimiento de la empresa, por parte de su grupo objetivo.



## Objetivos

- Rediseñar la imagen visual de Mayan Ke para ser identificada como una empresa artesanal de productos de cerámica, guatemaltecos, con características únicas y de alta calidad por turistas femeninas, tanto nacionales como extranjeras, que visitan lugares de interés en Guatemala.
- Desarrollar un material publicitario, con el fin de dar a conocer los productos de Mayan Ke y sus características ante el grupo objetivo.



## Marco de Referencia



San Antonio Palopó, Sololá - Fuente propia.



Logotipo Actual

### Profundizar en la información del Cliente

Contacto: Roberto Pérez Pérez

Teléfono: (502) 5515-5207

Correo: ceramicamayn\_ke@yahoo.com

Dirección: Calle del Lago, Barrio Chuacrúz, San Antonio Palopó, Sololá, Guatemala C.A

### Historia de cómo se fundó Mayan Ke

En el año 1992 el Sr. Ken Edwards, escultor y ceramista norteamericano, inició un pequeño taller de cerámica artesanal de alta temperatura en San Antonio Palopó, Sololá, Guatemala. Elaborando vajillas, y artículos decorativos entre otros, con el fin de enseñar a la gente joven las técnicas de trabajo. Pronto el taller logró un gran crecimiento, gracias a la dedicación y esmero de los jóvenes aprendices de la comunidad.

Después de varios años de realizar las actividades conjuntamente se tomó la decisión de independizar su actividad productiva con la idea de convertirse en una fuente de ingreso para la comunidad que les permitiera mejorar su calidad de vida y ofrecer al cliente final un producto de alta calidad.

En Octubre del 2004, con el fin consolidar el proceso de comercialización a través del fortalecimiento empresarial de sus negocios, los ceramistas Roberto Pérez, Marco Antonio Sicay y Pedro Pérez, fundan el taller de cerámica Mayan Ke Sociedad Anónima.



Interior taller de cerámica Mayan Ke S.A, muestra de cerámica terminada Fuente propia.

## Misión

- Ofrecer productos de cerámica elaborados a mano.
- Ofrecer productos de alta duración y calidad.
- Ofrecer al turista la posibilidad de observar las técnicas de elaboración de la cerámica, brindando una atención adecuada.

## Visión

- Mantener y mejorar la técnica de la cerámica artesanal.
- Ser una fuente de ingresos para la actual y las nuevas generaciones.
- Ser parte importante en el desarrollo de nuestro municipio y del país.

## Organización de la empresa

Mayan Ke, es una empresa familiar cuyos fundadores heredaron a sus hijos Antonio Sicay, Roberto Pérez y Pedro Pérez. Se dedica a la creación de piezas únicas de cerámica pintada a mano, está conformada por 5 pintores, una persona que trabaja el torno y otra persona encargada de la manipulación de los moldes.





Detalle de producto realizado por Mayan Ke S.A - Fuente propia.

## Beneficio de la compra y utilización de productos de Mayan Ke

Al comprar y utilizar los productos de cerámica Mayan Ke el cliente obtiene la garantía de que son de larga durabilidad, seguros para su uso en alimentos, ya que no utilizan tóxicos y están libres de plomo, además de resistentes para hornos convencionales y de microondas.

## Filosofía de Mayan Ke

El fundador Roberto Pérez menciona que la filosofía de trabajo de Mayan Ke relaciona la riqueza de la madre tierra y la cerámica con la vida, ya que el artesano con dedicación y entusiasmo moldea con sus manos el barro, que luego de varios procesos se convierte en un producto refinado.

La combinación de colores, está inspirada en la naturaleza, así el café representa a la madre tierra, el verde a las montañas y volcanes del lugar, las gotas pintadas de color azul en los productos simbolizan la brisa del majestuoso lago de Atitlán y la lluvia que en las épocas del invierno cae para dar vida a la tierra recordando del mito de la creación del lago (Anexo #5) ; el rojo evoca los atardeceres y la sangre que corre por las venas del artesano, el amarillo es la luz y calor del radiante sol que da brillo y alegría al diario vivir de los pobladores del lago.



## Proceso de manufactura de los productos de Mayan Ke

Según Roberto Pérez Pérez artesano de Mayan Ke (anexo #1, brief), por norma general las materias primas utilizadas durante la fabricación, son arcillas procedentes de varias regiones del país, sometidas a un proceso de lavado y homogenización que, con un apropiado balance adquieren las características de elasticidad y dureza que se necesitan. Una vez realizada la primera mezcla se procede a moldear los productos con el objetivo de obtener el tamaño adecuado, seguido del secado, esmaltado y finalmente la cocción.

El rango de cocción de la arcilla que varía entre los 1200°C y 1300°C crea un efecto impermeable y a su vez permite que el plomo de los esmaltes se queme dejando un acabado resistente y seguro de usar para alimentos.



Moldeo de piezas, taller de cerámica Mayan Ke - Fuente propia.

## Recopilación de Información del Tema

### Cultura

Según Arevalo (2011), el término cultura proviene del latín cultus, que hace referencia al cultivo del espíritu humano y las facultades intelectuales del hombre. Su significado ha ido cambiando a través de la historia, y es a partir del iluminismo del siglo XVIII, que se empieza a asociar con civilización y desarrollo o progreso de un grupo específico de personas.

Para Bravo (2011), la cultura ha sido definida como las prácticas y valores particulares comunes a una población que vive en una ubicación determinada, puede aplicarse a un conjunto de formas de vida, costumbres y conocimientos al igual que el grado de desarrollo artístico, científico, industrial de una época determinada o bien a una comunidad en particular. Las sociedades deberán recordar sus tradiciones, creencias y percepciones de la vida, a lo largo del tiempo, al punto en que se convierta en un tipo de comportamiento que las represente con un estilo de vida específico y reconocible ante otras culturas, para así prolongar su propia existencia.

Continúa explicando Bravo (2011) que la cultura es considerada como un proceso grupal que ha pasado de generación en generación, abarcando el conjunto de elementos que han podido ser transferidos desde una agrupación a otra y pueden ser aceptados y realizados por una comunidad.

Cuando los que pertenecen a ese colectivo con los mismos intereses y creencias, necesitan traducir de una cultura a otra para comunicarse, ésta se convierte en civilización, como lo indica Oltra (1995).

La cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella, el hombre adquiere sus valores y busca nuevos significados ante situaciones específicas, como lo determina La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, (1982).

## Cultura guatemalteca

Guatemala debido a su historia y posición geográfica posee una herencia folklórica y cultural extraordinariamente rica, como menciona Cabrera (2009), al clasificarla desde su origen histórico ésta se divide en tres ramas principales, la más antigua corresponde a todas las manifestaciones de ascendencia prehispánica luego vienen las que se desarrollaron durante el período colonial y por último las que sin ser indígenas ni españolas surgieron en el país.

La variedad étnica de Guatemala es otra fuente cultural de gran relevancia, está compuesta por veinticuatro grupos divididos por el idioma de cada comunidad, Salazar (2001) menciona que existen cuatro subdivisiones principales: Ladina, Maya, Garífuna y Xinca. cada una de éstas comunidades comparte rasgos específicos que las diferencian y a su vez las une.

De acuerdo a Cabrera (2009), se pueden mencionar las celebraciones como las ferias patronales de cada pueblo, bailes tradicionales, música, literatura, textiles, cerámica, artesanía del hierro, bisutería etc. y todos los aspectos artísticos que se han desarrollado en la vida de sus habitantes.

Sin embargo la cultura no es solamente una manifestación artística, sino que también está ligada a los aspectos de tipo económico de cada colectivo y es así como de acuerdo a la actividad

económica y comercial a que se dediquen las comunidades así será el desarrollo cultural que alcancen, se puede observar por ejemplo que en las poblaciones del oriente del país la principal actividad es la ganadería, lo que genera un comportamiento en la población muy diferente a la del occidente en donde es agrícola o a la capital que es eminentemente urbana e industrial.

Ésta variedad cultural es representada en las artesanías típicas de cada lugar, en las que se unen tanto los aspectos económicos como las expresiones artísticas logrando, identidad y soporte financiero a la región.



Alfombra, Antigua Guatemala - Fuente propia.



## Artesanía guatemalteca

Las artesanías se caracterizan como explica Vicens (1971), por la proporción humana, la simplicidad y la ausencia de toda pretensión trascendental, y a la hora de su elaboración ésta busca la utilidad funcional ya que se considera que todos los objetos artesanales cumplen con una función útil, y colaboran con el diario vivir de una comunidad o una sociedad.

De acuerdo a la Asociación Guatemalteca de Exportadores Guatemala AGEXPORT (2013), el sector artesanal guatemalteco, está conformado por aproximadamente un millón de artesanos y productores, en su mayoría indígenas que están en la zona occidental y central del país. Estima que un 70% de la población artesanal guatemalteca es femenina, siendo la producción de la rama textil la mayor del país, en telares de cintura y de pedal, aplicaciones bordadas y productos tejidos en crochet. Adicionalmente, Guatemala cuenta con otras ramas artesanales como productos en madera, cerámica, fibras vegetales, vidrio soplado, hierro forjado, velas, cuero y joyería.

La artesanía guatemalteca de orígenes ancestrales, en la actualidad tiene como estrategia principal, la innovación de productos, teniendo como fin la oferta de mejores calidades, colores y diseños adaptados a tendencias de mercados mundiales y una capacidad productiva más técnica que la que se tenía anteriormente.



Telares típicos - Fuente: <http://www.theprisma.co.uk/>

## Cerámica Guatemalteca

La cerámica está presente en la región guatemalteca desde que los primeros registros humanos, en la cultura Maya ésta es anecdótica, con tremenda variedad, excelencia de diseño y estilo. Muchas variedades de cerámicas, de muy buena calidad han sido encontradas como frascos para guardar esencias y medicamentos, incensarios, urnas funerarias e incluso figurillas articuladas. como describe Werness (2003).

La cerámica ha continuado su presencia conjugando técnicas tanto prehispánicas, como de origen europeo. Sus productos más comunes son vajillas, tinajas, jarros, tiestos, ollas, comales, incensarios y figuras decorativas de reciente introducción.

### Proceso de la manufactura de la cerámica tradicional guatemalteca

Según Mobil, (1977), En Guatemala existen dos tipos de centros alfareros que se diferencian radicalmente por las características en los procesos de manufactura:

- **Tipo Folk:** Donde predominan las técnicas prehispánicas, como Santa Cruz Chinautla, San Luis Jilotepeque y Santa Apolonia.
- **Tipo Mayólica:** Utiliza técnicas hispánicas de vidriado y torno como en Antigua Guatemala y Totonicapán.

## Cerámica tipo folk

Explica Mobil (1977) que en la cerámica tipo folk, las formas que se dan a los objetos son casi siempre las mismas, ollas, tinajas, apastes, braseros, comales etc. Y los colores son generalmente rojizos que varían de tono en cada región.

El proceso en la producción de cerámica que utiliza esta técnica sigue los siguientes pasos:

1. Se le da forma a base de rotación manual a una fina masa de barro levantada desde el suelo.
2. Fricción de la pieza con barro seco en polvo.
3. Alisado de la superficie del objeto mediante frotos de mazorca de maíz desgranado, piedras finas de río u otros objetos similares.
4. Secar al sol.
5. Aplicación de engobe (una pasta de barro y agua).
6. Cocción al aire libre.
7. Decoración.



Ángeles de Chinautla - Cerámica tipo Folk - <http://www.deguate.com/>



## Cerámica tipo mayólica

De acuerdo con Rubio (2014), la cerámica mayólica o vidriada fue traída por los españoles en el siglo XVI y adoptada por los alfareros en Santiago de los Caballeros, su proceso de producción es el siguiente:

1. Una primera cocción de la pieza a una temperatura de 700°C, lo que permite al enfriarse, y una vez alcanzada la temperatura ambiente, una superficie sólida capaz de soportar un nuevo proceso de aplicación de esmaltes a base de óxidos.
2. Decoración de la pieza
3. Una segunda cocción a 1000°C de temperatura en un horno de ladrillo.

El color amarillo se obtenía del antimonio; el verde del óxido de cobre y el negro del óxido de hierro. El tono blanco – crema que se utiliza como base se obtenía del plomo. La decoración puede ser geométrica, utilizando en el interior círculos concéntricos que alternan en amarillo y verde; también pueden incluir bandas con representaciones de flores, pero quizás los más llamativos son los que tienen como decoración animales.



Cerámica tipo mayólica - <http://todohistoriaguatemala.com/>





## Contenido Teórico de Diseño

### La Imagen visual

Para Menéndez (2012), La imagen visual es el conjunto de elementos gráficos que simbolizan lo que las empresas consideran que es su esencia y por sobre todo lo que quieren transmitir acerca de lo que son.

La empresa indica Muñíz (2010), busca ser identificada, por lo que crea una imagen visual que le ayuda a ser reconocida y a diferenciarse de sus competidores, generando expectativas y asociaciones en las personas que la hacen ser recordada.

La imagen visual es el medio por el que se manifiesta la personalidad de la empresa, es el logro de un posicionamiento respecto a los demás, asumiendo su propia historia y su propio estilo, que como explica Rodríguez (2008) se refleja en la marca, es decir que es un proyecto único, personal y estable generando como consecuencia la diferenciación, la permanencia, equilibrio, valor, autenticidad y reconocimiento de la misma.

## Rediseño de imagen visual

Cuando una empresa considera que su imagen ya no denota su esencia y decide rediseñarla deberá tener presentes las fortalezas que desea conservar y los posibles efectos emocionales que éste cambio pueda provocar en el público. Estas transformaciones pueden ser desde algo pequeño para mejorar el modo como es percibida, modernizar y revitalizar sus valores o un cambio radical con el objeto de crecer como indican Jiménez y Rodríguez (2007).

Para Fishel, (2003), hay tantas razones para rediseñar una imagen como empresas hay en el mundo, sin embargo estas pueden agruparse en las siguientes categorías genéricas:

- **Reubicar:** Con ligeros y hábiles ajustes, la empresa busca mejorar su posición comercial.
- **Modernizar:** La empresa desea una imagen más actual, con un diseño nuevo, práctico y estéticamente vinculado con los clientes.
- **Gestionar el cambio:** La empresa debe promover el cambio para no quedarse rezagada y su imagen debe corresponder a este cambio.
- **Promover el crecimiento:** Promover el crecimiento a través de una nueva imagen es una acción enérgica y táctica.
- **Volver a empezar:** Iniciar de nuevo con una imagen completamente diferente a veces es lo más inteligente para la empresa.

## La Marca

Según Davis (2002) la marca es lo que representa a una compañía, implica seguridad, consistencia y un conjunto definido de expectativas por parte del consumidor, es el camino intangible y emocional que recorre la mente humana ofreciendo promesa, aceptación, confianza y esperanza, diferenciando productos y servicios que parecen similares en características, atributos y tal vez hasta beneficios.

La marca es la forma que engloba lo que es la empresa, como ejemplifica Mir (2015), una marca es como un muro formado por un conjunto de ladrillos. Cada ladrillo es una idea, una percepción, un significado o una asociación en la mente del consumidor. Las ideas son los beneficios que aporta la marca al consumidor (para que le sirve, como se siente al usarla, como le ven los demás), los símbolos, los valores, su personalidad, lo que comunica, su identidad o esencia, etc. La combinación singular de todos los ladrillos hace que el muro sea único.

## Componentes de la marca

Pol (2005) refiere que la marca en sí es un ícono único, abstracto que funciona como la rubrica personal de una entidad, su imagen emblemática, muestra determinada personalidad que la hace diferenciarse de las demás y comunica públicamente un resumen visual que representa sus ideas y características, esta imagen gráfica se denomina logotipo.

Un logotipo puede componerse por un nombre o por una imagen o por la combinación de nombre e imagen y dependiendo de éstas características existen cuatro tipos diferentes: logotipo, isotipo, imagotipo e isologotipo.

## Logotipo

Sweeny (2005), menciona que un logotipo es el medio más utilizado para describir una marca puesto que es un elemento verbal representado de una forma escrita. Costa (1993) agrega que para que una marca sea considerada logotipo deberá tener un componente informativo escrito, semánticamente completo y autosuficiente. Es decir, las letras de las que se conforma la marca. Por ejemplo:



Logo San Martín - Fuente: <http://www.sanmartinbakery.com/>

## Isotipo

Para Filippis (2007), el isotipo es solo la imagen pura, no incluye palabras ni frases, engloba la esencia de una marca de manera abstracta, es un símbolo estímulo que remite a un significado, Por ejemplo: el icono de Apple.



Apple Logo - Fuente: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

## Isologotipo

Navarro (2007), refiere el isologotipo es la agrupación de una imagen con una palabra o una frase que se distribuye para que destaque algún aspecto de la empresa, por ejemplo:



Logo Cemaco - Fuente: <http://logovectors.net/>



## Imagotipo

Es la imagen que acompaña al nombre en la identificación de un producto, es de carácter secundario e identifica de manera inmediata al nombre y mediata al producto. Martin (2005) indica que el nombre se vincula al producto directamente mientras que el imagotipo se relaciona primero con el nombre y luego con el producto, es decir que el nombre da el significado y sentido último a todo imagotipo y nunca al revés. El imagotipo será entonces la marca escrita en medios no alfabéticos. Por ejemplo:



Logo Pollo Campero - Fuente: <http://www.redecon-sa.com>

## Descriptor de marca:

Según Escudero (2015), describe, a lo que se dedica la empresa bajo la marca, ejemplo:  
Scandia, agua purificada



Logo Scandia agua purificada - Fuente: <http://todoatupuerta.com/>

## El Claim y Slogan

El claim es la frase que describe las extraordinarias cualidades de un producto en determinada campaña publicitaria, suele confundirse, explica Muela (2001) con el slogan que es el lema que especifica la filosofía de la marca en sí, ambos suelen utilizarse junto al logotipo para darle credibilidad. Ejemplo: Gallo la mejor cerveza, tradición y orgullo de Guatemala, famosa desde 1936..



Logo Cerveza Gallo - Fuente: <http://www.google.com/images>

## Características de un buen logotipo:

Borges (2012), indica que un buen logotipo debe de ser adecuado al objeto, proyecto, organización, institución, etc. que pretende representar y a sus valores; reconocible y memorable, esto quiere decir que debe de ser fácil de describir e identificar.

Un logotipo continúa explicando Borges (2012), debe de ser sencillo, de tal manera que lo haga más identificable y no lo complicarlo con elementos innecesarios que pueden hacer que se desvíe la atención de lo que realmente le interesa a la empresa dar a conocer de la identidad de la marca.

Sweeny (2005), menciona que un logotipo, debe poseer una unidad informativa escrita, semánticamente completa y auto sostenible por si misma. Adicionalmente debe ser perdurable en el tiempo ya que cambiar un logotipo con mucha frecuencia, resulta negativo y puede perjudicar a la empresa en general. Debe ser versátil, capaz de adaptarse a cualquier escenario y a cualquier soporte, y poder ser reproducido en distintos materiales, formatos y tamaños.

Principalmente debe ser original, único y nunca recordar a otra marca o empresa, ya que sería el fin de la empresa que representa como tal.

Es por ello que diseñar un logotipo consta de un trabajo previo de estudio e investigación de marca para así poder lograr construir un diseño que identifique a la empresa en general.

De acuerdo con Menéndez (2011), independientemente de donde se difunda el logotipo, deberá tener la misma fuerza y causar siempre el mismo efecto de reconocimiento en el consumidor, para lograrlo sus principales características tendrán que ser: Memorable, relevante, único, simple, original y consistente en coherencia con el resto de la imagen de la compañía, conservando una paleta de colores uniforme y una estética específica.

Según el documento entregado en el curso de Imagen visual de la Universidad Rafael Landívar, las características de los buenos logotipos se centran en:

### 1. Asociación positiva:

El logotipo debe mostrar la imagen de una compañía o un producto en su mejor punto de vista o ángulo.

### 2. Fácil identificación:

Los logotipos deben ser rápidamente legibles para que sean reconocidos y recordados.

### 3. Gestalt cerrada:

La "gestalt cerrada", captura un todo integrado que dirige la vista al interior de la estructura. La "gestalt abierta", genera dispersión y por lo tanto una percepción débil. El círculo perfecto tiene la gestalt ideal y sirve como un imán para el ojo.

#### **4. Nivel de abstracción:**

Los logotipos muy abstractos son muy costosos para promocionarlos y pueden crear confusión visual.

#### **5. Reducción:**

Los logotipos deben ser diseñados para poderlos reducir a 1.5cm. de diámetro sin que pierdan su efectividad visual.

#### **6. Un Color:**

Los logotipos idealmente deben ser diseñados para imprimirse en una tinta, por cuestiones económicas. El color se aplica para denotar la marca, pero ésta no depende del color para sus efectos visuales.

#### **7. Espacios Negativos:**

Un claro entendimiento del fenómeno figura / fondo es esencial en el diseño de logotipos efectivos. Los espacios negativos o blancos deben ser considerados cuidadosamente. Estas formas blancas a través de una claridad visual reversible o invertida pueden ser imágenes muy recordables.

#### **8. Peso del logotipo:**

El peso visual del símbolo debe ser consistente. Los logotipos pesados tienden a ser aquellos con trazos simples. Estos resisten mejor a las reducciones, además ofrecen más contraste con la tipografía ubicada a su alrededor.

#### **9. Fluido:**

El ojo se mueve mucho mejor donde hay fluidez que donde lo paran en seco.

#### **10. Dirección:**

La indicación de dirección es importante en el logotipo, apuntar arriba y a la derecha es más efectivo que apuntar a la izquierda o abajo. Estas direcciones, adelante y hacia arriba, son percibidas como positivas para los observadores.



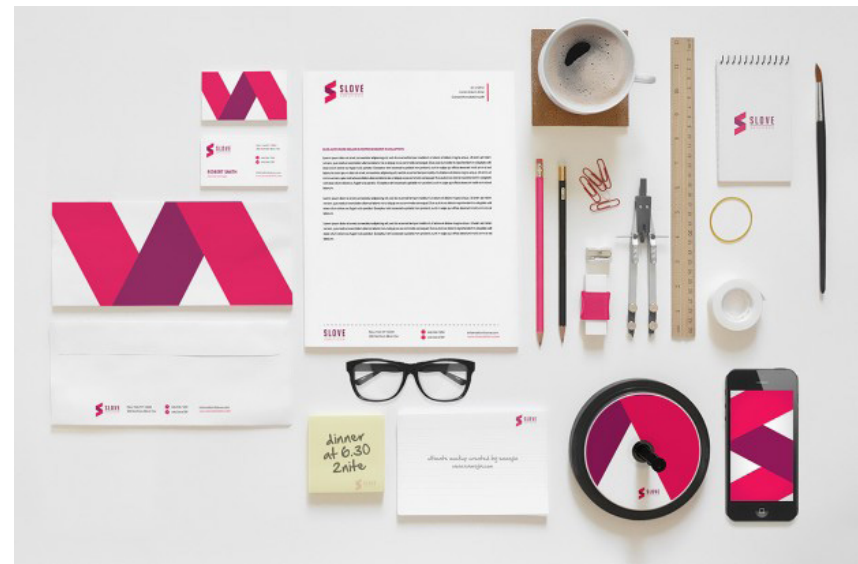
## Elementos gráficos de la imagen visual

Para representar a una marca, Milier (2014), señala que los componentes gráficos como el color, tipografía, formas y símbolos definirán su estilo, contando con el logotipo como parte fundamental, que será plasmado en los diferentes elementos de soporte.

Estos elementos de soporte o aplicaciones graficas, explica Ecosistema emprendedor (2013), son las herramientas que utiliza la entidad para comunicar su imagen corporativa y pueden tener multitud de variantes de acuerdo con los intereses de la empresa, sin embargo las más comunes son: la papelería corporativa, las piezas graficas digitales y los elementos promocionales.

## Papelería corporativa:

- **Tarjeta de presentación:** Su tamaño estándar es 3.5 x 2 pulgadas. aunque se puede reducir y alterar su forma, no se recomienda aumentar el tamaño. Los datos que debe incluir son: logotipo, nombre, cargo, dirección, teléfono o móvil, correo electrónico y pagina web.
- **Hoja membretada:** Puede tener diseños diferentes pero complementarios para la primera página y las subsecuentes, creando así una imagen más dinámica, su formato estándar es 8.5 x 11 pulgadas. Debe integrar logotipo, dirección, teléfono o móvil y pagina web.



Papelería corporativa - Fuente: <http://graffica.info/>

## Características básicas de la papelería corporativa:

La papelería corporativa es generalmente el primer punto de contacto de la empresa con sus clientes, constituyéndose en la plataforma de comunicación visual de la marca. Amado (2013), recomienda los aspectos básicos que debe contener la papelería empresarial:

- **Unidad y consistencia:** la reproducción de los mismos colores, tipografías, texturas y del logotipo como elemento dominante, en todo el material gráfico de manera uniforme.
- **Concentración de elementos:** agrupación y alineación tanto de textos como de elementos gráficos, respetando los espacios vacíos.
- **Información de interés:** simplificar la información, evitando el abuso en puntos, comas, paréntesis y abreviaturas.
- **Flexibilidad y adaptación:** adaptar el cuerpo de la tipografía y la medida de los elementos gráficos, manteniendo la misma organización de textos.
- **Acabado Final:** un acabado final uniforme, de mejor calidad y original, transmitirá confianza.



Papelería corporativa - Fuente: <http://bengar.com/>



Papelería corporativa - Fuente: <http://graphicburger.com/>

## Diseño Publicitario

La publicidad explica Bussarakamoakom (2012), tiene como misión conquistar al público, hacerle soñar y desear lo que se publicita, transmitiendo el mensaje de la manera más atractiva, por lo que el diseño gráfico publicitario creará mensajes que representan las ideas que el anunciante desea transmitir a su grupo objetivo, tanto para soportes en papel como audio visuales e incluirá material publicitario para internet y smartphone.

La labor del diseñador gráfico publicitario indica Accerto (2014), será la de transmitir esas ideas con fines comerciales mediante el uso de cualquier elemento, ya sea un texto o una imagen. La intención es la de estimular el conocimiento, el interés y la compra de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado

### El anuncio en medios impresos: diarios, revistas y suplementos

Bigné (2003), señala que los elementos básicos que van a dar forma a la composición de un anuncio en un medio impreso son:

- **El titular:** Tiene la función de captar la atención del consumidor e incitarle a leer u observar el resto del anuncio, pueden ser directos, cuando presentan el mensaje en forma clara y directa o indirectos cuando buscan generar la curiosidad del receptor.

- **El texto:** Desarrolla el mensaje explicando las características, los beneficios y la utilidad del producto o servicio. Se debe caracterizar por la simplicidad, la credibilidad, el orden y la claridad.
- **La ilustración:** Es la parte que predomina en el anuncio, su función es la de captar la atención de la audiencia, despertar el interés del lector, causar una impresión favorable del producto, marca o empresa, identificar el tema del anuncio, o ayudar a convencer al lector de la veracidad de lo que se plantea..

### El layout en medios impresos

Bigné (2003), indica que el layout o composición gráfica es la forma en que se organizan los elementos en el anuncio: titular, subtítular, texto, ilustración, nombre de la marca, slogan, logotipo, nombre de la empresa, dirección, teléfono, página web etc.

Es importante indica Bigné (2003) considerar el recorrido de la vista a lo largo del anuncio, pues se ha demostrado que el centro óptico de la página no coincide con su centro geométrico, ya que este se sitúa un poco más arriba y ligeramente a la izquierda, por lo que generalmente este punto es ocupado por el titular y la ilustración en la parte superior, así mismo se busca que la marca ocupe la esquina inferior derecha para que sea lo último que capte la vista y por lo tanto lo que más se recuerde.



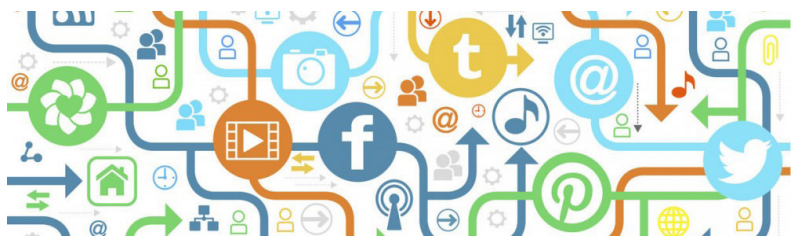
## El marketing móvil

De acuerdo con Bussarakampakom (2012), esta promoción tiene como fin idealizar al cliente, mejorar la imagen de marca, incentivan la repetición de compra, dirigir el tráfico al punto de venta y establecer un canal de comunicación entre el usuario y la marca, entre sus servicios más relevantes están las aplicaciones o apps, que se desarrollan bajo la marca del anunciante y contienen información importante para el usuario.

## Marketing Digital

Según el portal web [www.mdmarketingdigital.com](http://www.mdmarketingdigital.com), el marketing digital es definido como la utilización de estrategias de comercialización llevada a cabo en medios digitales, de tal manera que colabora con la creación de vínculos entre usuarios.

De tal manera que una estrategia digital debe de incluir espacios en los cuales el grupo objetivo o el usuario pueda interactuar con la información del cliente, generar opiniones y así mejorar resultados en el área de productos y servicios.



Conexión de redes - Fuente: <http://comunidad.iebschool.com/>

## La web 2.0

Es una plataforma con datos y contenidos generados por el usuario que puede transmitir publicidad viral a muchas personas de forma individualizada y que a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, MySpace.. etc.) contribuyen a difundir mensajes con fines privados o publicitarios entre otros, explica Bussarakampakom (2012), entre los elementos publicitarios más importantes a considerar en las campañas publicitarias on-line están: crear mensajes con valor añadido (generalmente entretenimiento), interactivos con los que el receptor pueda interactuar, personalizados y persistentes, es decir que superen el concepto de campaña para transformarse en espacios de comunicación permanente.



Marketing Digital - Fuente: <http://www.branderideas.com/>

## Es importante para la PYMES, la utilización del marketing digital

Según el sitio web [www.smartupmarketing.com](http://www.smartupmarketing.com), la importancia del uso del marketing digital ya que hoy en día múltiples consumidores se informa y toma decisiones de compra por lo observado en medios digitales, y estar presente en los medios digitales aporta y crea canales de comunicación entre consumidor y empresa.

Es necesario que una empresa cuente con redes sociales adecuadas para el tipo de mercado al que va dirigido, para que genere una reacción positiva en el traslado de mensajes y contenido que hagan que la empresa sea mas reconocida entre su grupo objetivo y así permita generar una comunidad en torno a temas comunes.

## Como se elige la red social más adecuada para una empresa

Las redes sociales se han vuelto parte fundamental de los que es la estrategia de marketing de una empresa, sin embargo se debe de tener claro que las redes sociales no son para realizar una venta directa, sino que nos ayudan a establecer una comunicación directa con el cliente, generar confianza y entendimiento mutuo para que a través de estas características se llegue a una venta final.

Como menciona el portal web [dispersum](http://dispersum.com) (2014), las redes sociales mas adecuadas para una empresa, serán aquellas que contengan el mayor numero de usuarios que coincidan con el perfil del grupo objetivo al que se dirigen los productos o servicios de una empresa. De tal manera que menciona las características generales de cada una de las redes, como Twitter, Google+, LinkedIn, Facebook, Pinterest, Youtube, Tumblr, Instagram.

- **Twitter:** Es una red de pequeñas publicaciones que tengan como máximo 140 caracteres por mensaje, en el ámbito empresarial es común mente utilizado como complemento de servicio o atención al cliente por su facilidad de uso.
- **Google+:** Es una red que ayuda con el traslado de información o contenido temático en la red, en el ámbito empresarial es común mente utilizado para difundir contenidos a nivel global.
- **LinkedIn:** La red recomendada para empresas para ofrecer servicios o para incorporar personal, especialmente personal técnico, ideal para establecer colaboraciones con otros profesionales.
- **Facebook:** Es la red social más extendida abarcando personas de todas las edades, esta indicada en modelos de negocio para realizar ventas con clientes finales.
- **Pinterest:** El portal web [dispersum](http://dispersum.com) (2014), menciona que es una gran red para productos o servicios que necesiten una gran proyección visual hacia el consumidor.

- **Youtube:** La mayor red social de video, además de una fuente inagotable de contenido visual.
- **Tumblr:** Al ser una web en la cual une lo visual con el servicio, se ajusta específicamente para contenidos basados en imágenes, como fotografías, ilustradores, etc.
- **Instagram:** Adecuado para productos o servicios que puedan explotarse visualmente menciona el portal web dispersum (2014)

Luego de evaluar las distintas características de cada una de las redes sociales, se debe de realizar un análisis de que es lo que realmente necesita la empresa y se debe de preguntar que medio es el que servirá para generar un aporte positivo a la empresa.



Marketing Digital - Fuente: <http://dspace.com.au/>

## Facebook para pequeños negocios

Scipion (c.f), menciona que para poder utilizar una de las redes sociales más utilizadas para la promoción de pequeñas y medianas empresas, se debe de tener una estrategia de contenido ya definida, y recomienda que el primer paso para que un negocio inicie con la presencia en la red social es crear una "Página de fans", ya que este tipo de página es la más utilizada y la más recomendada para negocios.

La utilización y la presencia en la redes sociales es fundamental para la promoción y el reconocimiento de una empresa, tal como menciona Carbellido (2013), uno de los múltiples beneficios es que se crean distintos canales de comunicación con clientes potenciales los cuales abren el canal para conocer y crear cierta cercanía con el cliente potencial, la cual traerá beneficios a la empresa.

Tal como menciona el portal web dispersum (2014), Facebook es una red social extendida que abarca una gran cantidad de personas de todas las edades, las cuales por medio de una fan page, puede establecerse que grupo objetivo o a que rango de edades desea promocionar su empresa, producto o servicio.



## Grupo Objetivo

El grupo objetivo según González y Carrero (2008), es el conjunto de personas a las que va específicamente dirigida la comunicación, es decir se identifica con los consumidores potenciales del producto. Para definirlo el cliente, llena un brief o como explican Bonta y Farber (2002), hace un resumen de los elementos más relevantes de su marca para dar inicio al desarrollo de material publicitario.

Para definir el grupo objetivo al que se dirigirá el material gráfico publicitario de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke, está en su calidad de cliente llenó un brief (Anexo #1), en el que en el describió 3 específicamente, indica que sus principales consumidores son mujeres turistas tanto nacionales como extranjeras, con sus parejas.

Con el afán de una mejor comprensión y acercamiento con los actuales clientes, se creó un instrumento de investigación, con el que se realizó un estudio de observación y análisis de intereses, (Anexo #2), cuyo principal objetivo era determinar la motivación para ingresar a la sala de ventas, el comportamiento dentro de ella y la preferencia por algún producto en especial.

La observación se realizó en la sala de ventas ubicada en la calle Santander, en Panajachel, Sololá, en donde se tomó una muestra de once personas que visitaron el establecimiento en el transcurso de medio día.

Con el fin de obtener la opinión de los clientes acerca de la identificación de la sala de ventas, sus productos y adicionalmente acceder a datos personales que denotaran su perfil geográfico, psicográfico y demográfico, se les realizó una entrevista verbal, (Anexo #3)



Tienda calle Santander, Panajachel - Fuente Propia

## Perfil geográfico del grupo objetivo

La entrevista realizada, indica que, el 40% de los entrevistados son guatemaltecos de los cuales el 100% vive en la ciudad capital, en las zonas 14, 15 y carretera a El Salvador. El 60% restante corresponde a extranjeros, 33% peruanos, 33% Estado Unidenses y 33% Franceses. (anexo #3).

## Perfil Demográfico

De los 11 turistas entrevistados, 5 fueron turistas nacionales, 2 hombres y 3 mujeres. De los 6 turistas extranjeros, 5 fueron mujeres y un hombre. El 85% esta comprendido entre las edades de 35 a 65 años.

Con respecto a los visitantes turistas guatemaltecos se puede establecer del lugar que indicaron como zona de residencia, según el Mapa de estratificación socioeconómica por sector censal de la zona central, ciudad de Guatemala (2009), que las zonas 14 y 15 de la ciudad capital se ubican en el estrato socioeconómico de nivel medio-alto y este se amplía al sector de carretera a El Salvador.

De los turistas extranjeros se puede establecer de acuerdo con el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT, 2015), el gasto promedio diario por turista que visitó Panajachel, Sololá, durante la Semana Santa fue de \$71.90 durante 5.2 días, por lo que se consideran de un nivel socioeconómico igualmente medio-alto.



Tienda calle Santander, Panajachel - Fuente Propia



Tienda calle Santander, Panajachel - Fuente Propia





Tienda calle Santander, Panajachel - Fuente Propia

El 67% indicó tener una educación superior universitaria, al igual que las características del nivel medio alto según Multivex Sigma dos Guatemala (2009), además señalaron vivir en sectores residenciales, y poseer un nivel de vida holgado que les permite viajar frecuentemente.

Para, Multivex Sigma dos Guatemala (2009), el nivel medio alto de Guatemala se caracteriza por: tener ingresos familiares que oscilan en un promedio de Q. 23,500.00 al mes, son ejecutivos de empresas privadas o públicas o también pueden ser dueños de negocios medianos, disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, televisores, aparatos eléctricos, etc.), tienen como mínimo un empleado de servicio domestico, poseen uno o dos vehículos de modelo no necesariamente reciente.

### Perfil psicográfico

Mencionan los entrevistados (Anexo #3), que lo que capturó su atención y generó su interés por entrar a la sala de ventas de Mayan Ke, fue la muestra de productos colocada en la calle Santander, así mismo coinciden en que los productos son bastante atractivos por su diseño colorido y acabados finales, lo que los convierte en un agradable recuerdo para el hogar.

Aunque la variedad de productos es muy amplia y va desde productos ornamentales hasta artículos utilitarios como vajillas completas o elementos aislados, se pudo constatar que los clientes mostraban especial interés por el juego de té exhibido



afuera de la sala de ventas y que consta de tetera, azucarera, lechero y cuatro tazas.

Tres de los entrevistados indicaron que ya habían visitado la sala de ventas de Mayan Ke en ocasiones anteriores y que habían adquirido productos similares a los que estaban llevando en ese momento, puesto que se sentían muy satisfechos con la mercadería.

Sin embargo aunque todos recordaban la calidad de los productos y ubicación de tienda, ninguno había memorizado su nombre, lo que denota que ni la marca, ni el logotipo actual son lo suficientemente fuertes y memorables en el consumidor.

Luego de analizar las características de la muestra tomada de visitantes a la sala de ventas de Mayan Ke, ubicada en la calle Santander de Panajachel, Sololá, se establece que el grupo objetivo al que va dirigida la comercialización de los productos de cerámica artesanal, corresponde principalmente a mujeres, turistas tanto nacionales como extranjeras, comprendidas entre los 35 y los 65 años, que gustan principalmente de los artículos utilitarios relacionados con la degustación de alimentos como, las vajillas completas y sobre todo los juegos de té.



Sala de ventas, calle Santander, Panajachel - Fuente Propia





**GESTIÓN DEL  
PROCESO DE  
DISEÑO**

---





## Contenido material gráfico

### Información general del cliente:

Contacto: Pedro Pérez Pérez

Teléfono: (502) 5582-9032 (502)7762-2274

Correo: ceramicamayan\_ke@yahoo.com

Dirección: Calle del Lago, Barrio Chuacrúz, San Antonio Palopó,  
Sololá, Guatemala, C.A

Stoneware

Cerámica hecha a mano

¡Felicitaciones!

Al usted comprar esta pieza, está obteniendo un producto de alta calidad.

Nuestros productos de cerámica son horneados a elevadas temperaturas por lo que no contienen plomo.

El producto que usted tiene en sus manos es durable, seguro para alimentos y su uso esta garantizado para microondas y hornos convencionales.





## Proceso de Conceptualización

Con el fin de generar una frase conceptual que logre el mensaje con el que se represente e identifique a la empresa Mayan Ke, se realizaron los procesos: Lluvia de ideas, analogía, metáfora, y por último cadáver exquisito, las cuales se desarrollarán a continuación.

Al finalizar, se escogieron cinco frases preliminares de cada proceso, que fueron fundamentadas, para verificar su validez y aportación al proyecto, hasta llegar a la definición y la elección final de la frase conceptual principal y secundaria.

## 1. Lluvia de ideas:

Según Lupton (2013), el proceso consiste en atacar un problema desde diferentes posiciones a la vez, bombardeándolo con preguntas rápidas para encontrar soluciones que funcionen. De tal manera que por medio de palabras relacionadas con el tema se llegará a propuestas para el concepto. Las palabras de este listado ayudarán a crear propuestas para los siguientes procesos de conceptualización.

- |                    |                    |                  |                    |                  |
|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|
| 1. Agua            | 21. Transparencias | 41. Canoa        | 61. Matriz         | 81. Encubierto   |
| 2. Azul            | 22. Materiales     | 42. Malecón      | 62. Modelo         | 82. Oculto       |
| 3. Lago            | 23. Torno          | 43. Vista        | 63. Moldeable      | 83. Reservado    |
| 4. Cielo           | 24. Barro          | 44. Panajachel   | 64. Marca          | 84. Tenebroso    |
| 5. Nubes           | 25. Historia       | 45. Fríos        | 65. Muestra        | 85. Invisible    |
| 6. Arte            | 26. Aprendizaje    | 46. Olas         | 66. Guía           | 86. Ritmo        |
| 7. Cerámica        | 27. Espacio        | 47. Moldes       | 67. Resistencia    | 87. Repetición   |
| 8. Pinceladas      | 28. Brillo         | 48. Arcilla      | 68. Translúcido    | 88. Cultura      |
| 9. Colores         | 29. Barniz         | 49. Corriente    | 69. Claridad       | 89. Amor         |
| 10. Transformación | 30. Tradición      | 50. Personas     | 70. Flujo          | 90. Proceso      |
| 11. Horno          | 31. Mosaico        | 51. Turismo      | 71. Señal          | 91. Colores      |
| 12. Calor          | 32. Trazo          | 52. Guatemala    | 72. Huella         | 92. Mezcla       |
| 13. Fuego          | 33. Rasgo          | 53. Tallar       | 73. Firma          | 93. Trabajo      |
| 14. Temperatura    | 34. Liquido        | 54. Viento       | 74. Imaginación    | 94. Paisaje      |
| 15. Tranquilidad   | 35. Orillas        | 55. Ríos         | 75. Creatividad    | 95. Manualidad   |
| 16. Animales       | 36. Reflejo        | 56. Volcanes     | 76. Transformación | 96. Gotas        |
| 17. Artesano       | 37. Fibra          | 57. Moldear      | 77. Seguimiento    | 97. Lluvia       |
| 18. Pasión         | 38. Templo         | 58. Manos        | 78. Trajes         | 98. Movimiento   |
| 19. Superación     | 39. Esfuerzo       | 59. Herramientas | 79. Cultura        | 99. Personalidad |
| 20. Movimiento     | 40. Pedidos        | 60. Perfección   | 80. Magia          | 100. Generación  |

## 2. Analogías:

Continúa explicando Lupton (2013), que aplicando la parte de la retórica, en el proceso se crean frases combinando palabras con relación al proyecto, por lo que se utilizaron las del proceso anterior "lluvia de ideas", para generar las frases creativas e innovadoras, que mejor representen el concepto que se desea transmitir, de estas se escogieron las cinco preliminares:

1. Gotas como tu propia mano
2. Moldeando gotas como reflejos
3. Cascadas moldeadas como gotas imaginarias
4. Ritmo de gotas como cascadas moldeadas
5. Pasos manejables como reflejo de agua
6. Reflejo de tus manos como corriente de agua
7. Juego de agua como gotas rítmicas
8. Agua reflejada como amor moldeado
9. Circulo de emociones como gotas rítmicas
10. Unión de aguas como gotas rítmicas
11. Unión de aguas como circulo de emociones
12. Emociones como gotas rítmicas
13. Ritmo de agua como viento oculto
14. Viento misterioso como culpa sentimental
15. Aguas rencorosas como viento misterioso

### Frases finales seleccionadas:

1. Ritmo de gotas como cascadas moldeadas
2. Juego de agua como gotas rítmicas
3. Ritmo de agua como viento oculto
4. Unión de aguas como circulo de emociones
5. Unión de aguas como gotas rítmicas

## Conceptos Preliminares:

### 1. Ritmo de gotas como cascadas moldeadas:

La palabra "Ritmo" hace referencia a la repetición de las gotas como elementos distintivos que crean cierto ritmo en los productos de Mayan Ke, en cuanto a "cascadas moldeadas" sugiere la abundancia en el moldeado de las piezas por parte de los artesanos.

### 2. Juego de agua como gotas rítmicas:

La frase "juego de agua", hace notar la utilización del agua fundamentalmente en el proceso de moldeado y pintura para la creación de cada pieza realizada por los artesanos de Mayan Ke, y la segunda sección del concepto "como gotas rítmicas", hace alusión a la repetición armoniosa de los elementos pintados en los diferentes productos realizados.

### 3. Ritmo de agua como viento oculto:

Cuando se dice "Ritmo de agua", se relaciona con la repetición del agua como elemento esencial en la creación de los productos de los artesanos de Mayan Ke, la segunda parte de la frase "viento oculto", se vincula al viento que sopla todos los días a las 5:00pm y como la leyenda sobre la creación de lago influye en Mayan Ke. (anexo#5)

### 4. Unión de aguas como círculo de emociones:

Las palabras "Unión de aguas", narran la leyenda de cómo la unión de 3 ríos formaron el lago (anexo#5). La segunda parte "círculo de emociones" señala que es una empresa familiar.

### 5. Unión de aguas como gotas rítmicas:

En "Unión de aguas" se establece una relación con el lago de Atitlán y en la segunda parte "gotas rítmicas" hace referencia a las gotas de agua que forman el lago y que aparecen en los elementos utilizados en los productos de Mayan Ke.



### 3. Metáfora:

Wolf (2010), explica que esta figura del proceso creativo se basa en la descripción de un tema por medio de otro, es decir el establecimiento de una similitud de significados entre dos temas o frases, utilizando una por otra.

Para este caso se eligieron cinco.

1. Moldeando gotas
2. Moldeando Cataratas
3. Rotando Gotas moldeables
4. Tallando manos con agua rítmica
5. Tallando agua con manos rítmicas
6. Lluvia de cascadas
7. Manos de artesano - pinceladas de amor
8. Moldeando el agua, tallando la tierra
9. Creando armonía de un ritmo de gotas
10. Reflejo líquido
11. Los pecados como el viento
12. Gotas moldeadas por el susurro de viento
13. Agua secreta, viento hablador
14. Gotas moldeadas por ríos secretos
15. Ritmo de agua secreta por el susurro del viento

#### Frases finales seleccionadas:

1. Moldeando el agua, tallando la tierra
2. Gotas moldeadas por el susurro de viento
3. Ritmo de agua secreta por el susurro del viento
4. Tallando agua con manos rítmicas
5. Manos de artesano, pinceladas de amor

## Conceptos Preliminares:

### 1. Moldeando el agua, tallando la tierra:

“Moldeando el agua”, o manejando el agua para moldear la arcilla que se utiliza en los productos de Mayan Ke, la segunda parte, “tallando la tierra” hace énfasis en el proceso que conlleva la elaboración de una pieza.

### 2. Gotas moldeadas por el susurro de viento:

En “Gotas moldeadas”, se establece la unión entre el agua y la arcilla para la creación de una pieza y su respectiva decoración con pinceladas en forma de gotas, en la segunda parte “susurro de viento” ubica a la cerámica Mayan Ke arrullada por el viento que procede del lago de Atitlán.

### 3. Ritmo de agua por el susurro del viento:

“Ritmo de agua” se relaciona con el constante y armonioso movimiento del agua del lago de Atitlán, y “susurro del viento” es el soplo del viento que produce un murmullo mientras mece las aguas produciendo ondas que a su vez llevan gotas de creatividad al taller de Mayan Ke.

### 4. Tallando agua con manos rítmicas:

“Tallando agua” o utilizando el agua para transformar la arcilla que con “manos rítmicas” darán vida a una nueva pieza de Mayan Ke.

### 5. Manos de artesano, pinceladas de amor:

La frase “Manos de artesano” hace referencia a las manos de los artesanos ya que son la herramienta principal para crear los productos de Mayan Ke, y se complementa con “pinceladas de amor” debido a que cada producto realizado, lleva una gran entrega para que quede a la perfección.

#### 4. Cadaver Exquisito:

Técnica utilizada por los surrealistas en 1925, la cual está caracterizada por escribir ideas diferentes relacionadas al tema, creando frases, relaciones interesantes, creativas e innovadores que mejor representen el concepto que se desea transmitir, para lo que se escogieron tres preliminares.

Las gotas de agua son azules - como el cielo de Guatemala - nacimiento de artesanía - cerámica única - como pinceladas suaves - como gotas de lluvia - que calma la atmósfera - de arte y pasión por las manualidades - hechas con suaves detalles de amor - representado con cascadas rítmicas - las gotas que caen para ser moldeadas desde el manejo de la tierra - donde inicia el arte y la naturalidad de los elementos - rítmicos con reflejos acuáticos - creados con gotas de lluvia - de pinceladas azules - como el reflejo de nuestros trajes en el Lago - razón de inspiración de los colores - que nuestros pinceles toman y lo plasman - colores pintando una realidad distinta - como lo que imaginamos - gotas de agua caen del cielo - reflejo que nos envuelve entre azul y turquesa - como el color de los trajes de nuestra gente - baile de gotas que caen del cielo y se plasman en nuestras almas - gotas de vida que se vuelven pintura - venas de pintura sobre cascadas de agua - vientos moldeadores de arte y pasión - pinceles iniciadores de arte y agua - suaves pinceladas

1. Círculo de emociones con gotas rítmicas
2. Creando armonía de un ritmo de gotas
3. Gotas de agua como nuestros trajes
4. Ritmo de agua - Armonía moldeada
5. Gotas de barro, plasmando nuestra alma
6. Vientos moldeadores de arte y pasión
7. Baile de gotas rítmicas
8. Suaves detalles de amor
9. Vientos moldeadores de gotas rítmicas
10. Reflejos del lago en nuestras manos

#### Frases finales seleccionadas:

1. Gotas de barro, plasmando nuestra alma
2. Vientos moldeadores de arte y pasión
3. Vientos moldeadores de gotas rítmicas
4. Creando armonía con ritmo de gotas
5. Reflejos del lago en nuestras manos

## Conceptos Preliminares:

### 1. Gotas de barro, plasmando nuestra alma:

“Gotas de barro” se refiere a la utilización de la arcilla modificada por el agua del lago y “plasmando nuestra alma” pone énfasis en la identidad propia que se le pone a cada pieza

### 2. Vientos moldeadores de arte y pasión:

“Vientos moldeadores” es la fluidez en el proceso creativo que se pone en marcha para la elaboración de los productos de Mayan Ke que con “arte y pasión” logran impregnarle originalidad y calidad a cada pieza.

### 3. Vientos moldeadores de gotas rítmicas:

“Vientos moldeadores” se refiere a cómo llegan las ideas a Mayan Ke, como un murmullo suave y constante tal como si fueran “gotas rítmicas” caen en los productos de cerámica de una forma repetitiva .

### 4. Creando armonía con ritmo de gotas:

“Creando armonía”, es la unión de la arcilla, el agua y la mano del artesano, trabajando en unidad, que con “ritmo de gotas” llenan de colorido cada elemento que produce Mayan Ke.

### 5. Reflejos del lago en nuestras manos:

“Reflejos del lago” son la inspiración en la elaboración y decoración de los productos de Mayan Ke, “en nuestras manos” ubica la procedencia original de cada una de las piezas.



## Fundamentación de la idea:

### Validación de concepto preliminar:

Luego de analizar las quince opciones de conceptos preliminares, se seleccionó la frase conceptual:

“Creando armonía con ritmo de gotas”

Estudiantes del último año de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar, evaluaron la comprensión de este concepto y según la temática, su posible utilización en el área gráfica.

La evaluación determinó que éste se podía emplear como concepto secundario y que cambiando el orden de algunas palabras y sustituyendo otras, se podría generar el concepto central capaz de abarcar con mayor amplitud a la empresa de cerámica Mayan Ke, tomando en cuenta su localización, filosofía e historia.

Concepto central:

**“Ritmo de agua por el susurro del viento”**

El mismo grupo, validó y aprobó este concepto argumentando la relación que existe entre la ubicación del taller de Mayan Ke y la influencia que sobre éste ejerce el lago de Atitlán.

Para la generación de materiales publicitarios secundarios se seleccionó como concepto complementario:

**“Creando armonía con ritmo de gotas”**

A continuación se fundamentarán dichos conceptos:

## Concepto central final:

# “Ritmo de agua por el susurro del viento”

## Fundamentación:

**Ritmo** – Según la RAE, el término ritmo significa “Orden acompasado en la sucesión o acaecimiento de las cosas.” De tal manera que se refiere al rítmico movimiento del agua del lago de Atitlán que se ve reflejada en los armoniosos y repetitivos trazos de las decoraciones en los productos de la empresa artesanal Mayan Ke.

**Agua** – Según la RAE el término agua significa “Sustancia cuyas moléculas están formadas por la combinación de un átomo de oxígeno y dos de hidrógeno, líquida, inodora, insípida e incolora. Es el componente más abundante de la superficie terrestre y, más o menos puro, forma la lluvia, las fuentes, los ríos y los mares; es parte constituyente de todos los organismos vivos y aparece en compuestos naturales.” en el concepto se utiliza como fuente de inspiración para los productos de Mayan Ke, puesto que sus decoraciones son gotas de agua portadoras de vida y de creatividad para los artesanos dando como resultado vibrantes y coloridas piezas hechas de la mezcla de arcilla, agua e ingenio.

**Susurro** – Es un murmullo, o un ruido muy apacible. En el concepto hace alusión al tenue arrullo que produce el soplo del viento en el lago de Atitlán, así mismo a la unión entre el viento y los ríos, en la leyenda sobre la creación del lago (anexo#5).

**Viento** – En su definición para la RAE viento significa “corriente de aire producida en la atmósfera por causas naturales.” En el lago de Atitlán esta corriente que crea remolinos, es decir movimientos concéntricos como los del torno, recibe el nombre de Xocomil (anexo#5), se produce diariamente y en el concepto es metafórica a la vertiente de creatividad que todos los días llega al taller de Mayan Ke, dando como resultado una gran gama de productos.

Actualmente existe un gran desconocimiento por parte del grupo objetivo al que esta dirigida la cerámica artesanal de Mayan Ke, acerca de la variedad, calidad, características y beneficios de los productos. Por lo que, el concepto final seleccionado desea representar la fuerte influencia que tiene la leyenda de la creación del lago (anexo#5) con la gran variedad de sus productos y la utilización del agua como componente esencial en el proceso de manufactura y decoración de de los mismos, diferenciándolos por sus características, beneficios y originalidad.

Es por esto que, se considera que la frase responde a la necesidad planteada de una manera exitosa.

En la creación de una imagen de identidad fuerte, el concepto contribuirá con el dinamismo y versatilidad aportados por el ritmo, el viento, y el agua que pueden ser representados con formas amigables y orgánicas que relacionen la ceramica Mayan Ke con el lago de Atitlán y sus colores característicos, aprovechando la leyenda de la creación del lago, (anexo #5), como un atractivo turístico.

## Concepto complementario final:

# “Creando armonía con ritmo de gotas”

## Fundamentación:

Con el fin de darse a conocer y reconocer por su grupo objetivo y de difundir por medio de diferentes materiales gráficos la gran variedad, calidad y beneficios de la colorida y original cerámica artesanal Mayan Ke, se determinó la utilización del concepto complementario “Creando armonía con ritmo de gotas”.

**Creando** – De acuerdo con la RAE el término creando se define como “Producir algo de la nada.” de tal manera que hace referencia al proceso original y creativo del trabajo artesanal de la cerámica Mayan Ke, ya que aunque la cerámica está muy enraizada en las artesanías guatemaltecas, este producto en particular es totalmente único en cuanto a las técnicas de manufactura, diseño y desarrollo de las piezas así como la decoración en forma y colorido.

**Armonía** – Es la “Unión y combinación de sonidos simultáneos y diferentes, pero acordes.” como cita en la definición de armonía la RAE, por lo que en el concepto señala la concordancia tanto en el proceso de concepción, manufactura y decoración de los

productos Mayan Ke, utilizando la misma variedad de formas texturas y colores, encajando sin altisonantes de ningún tipo.

**Ritmo** – Significa “Orden acompasado en la sucesión o acaecimiento de las cosas.” como indica la RAE, su relación con el concepto se basa principalmente en los patrones de decoración de las piezas, en donde la repetición de los elementos va enlazada y sigue una estructura preestablecida.

**Gotas** – “Partícula de cualquier líquido de forma esferoidal.” como especifica la RAE, en el concepto hace alusión al agua dadora de vida del lago de Atitlán, fuente de inspiración en las decoraciones de los productos de cerámica Mayan ke.

La imagen de identidad de cerámica Mayan Ke, estará influenciada por este concepto que aporta fluidez y armonía en las formas amigables y orgánicas, cargadas de dinamismo creativo y color alusivo a los del agua del lago de Atitlán.



El concepto complementario seleccionado contribuirá a la creación de piezas dinámicas y variadas, entrelazadas directamente con el ritmo y la armonía del concepto central, que pueden ser representadas por medio de formas orgánicas y fotografías mostrando los colores característicos de la cerámica trabajada por los artesanos.



## Codificación del Mensaje:

### Visualización:

Se desarrolló un moodboard, basado en imágenes relacionadas a la empresa Mayan Ke y al concepto de diseño.


En el proceso se establecieron los parámetros de función, tecnología y expresión que codificarán el mensaje del concepto gráficamente.

Moodboard basado en el concepto principal: "Ritmo de agua por el susurro del viento".



"Fluidez y armonía en las formas amigables y orgánicas cargadas de dinamismo creativo y color"


**Tabla de Requisitos basada en el concepto principal:  
"Ritmo de agua por el susurro del viento"**

Elemento	Funcionalidad	Tecnología	Expresión
Color	Distinguir por medio del color la empresa artesanal Mayan Ke.	Fusión de gamas de colores y tonos representativos de los productos realizados por Mayan Ke. 	Armonía
Tipografía	Dar a entender la información principal de Mayan Ke.	Tipografía San-Serif y uso de tipografía manuscrita o de apariencia artesanal para representar a Mayan Ke.	Manualidad
Elementos gráficos de apoyo	Crear union gráfica en los materiales a realizar.	Aplicación de alta abstracción en los elementos gráficos del logotipo.	Ritmo
Formato	Brindar funcionalidad en las piezas gráficas seleccionadas estableciendo las dimensiones de cada elemento.	Tarjeta de Presentación: 2 x 3.5" Hoja Membretada: 8.5 x 11" Sobre Membretado: 4.25 x 9.5" Etiqueta: 2 x 4.25"	Calidad
Soporte	Dar una base donde pueda plasmarse la información de la empresa.	Tarjeta de presentación: Papel Texturizado Hoja Membretada: Bond Sobre Membretado: Bond Etiqueta: Papel texturizado	Delicadeza
Retícula	Ser una guía para la realización de los materiales de la empresa artesanal Mayan Ke.	Retícula jerárquica. Basada en la importancia visual de los elementos en cada pieza.	Dispersión
Ejes	Ser una guía visual que de movimiento a las piezas.	Ejes orgánicos y estructura informal.	Distribución





**Tabla de Requisitos basada en el concepto complementario:  
"Creando armonía con ritmo de gotas"**

Elemento	Funcionalidad	Tecnología	Expresión
Color	Conectar de forma visual la variedad de productos artesanales que realiza la empresa Mayan Ke	Colores representativos de los productos que realiza Mayan Ke. 	Unión
Tipografía	Demostrar que los productos realizados en Mayan Ke, son artesanales. Trasladar la información necesaria sobre los productos que realiza Mayan Ke.	Tipografía San-Serif y uso de tipografía manuscrita o de apariencia artesanal para representar a la cerámica Mayan Ke.	Estabilidad
Elementos gráficos de apoyo	Ligar el material directamente con la imagen visual de la empresa artesanal Mayan Ke.	Aplicación de alta abstracción de los elementos gráficos del logotipo.	Ritmo
Formato	Brindar información y funcionalidad en las piezas gráficas seleccionadas estableciendo las dimensiones de cada elemento.	Manta: 0.80 x 2.00 mts Piezas digitales: 1200 x 1200 px	Seguridad
Soporte	Representar claridad, compromiso, calidad y distinción por parte de la empresa Mayan Ke.	Mantas Publicitarias: Vinil - Manta tipo Roll Up Piezas digitales: Color RGB	Distinción
Retícula	Generar una jerarquía visual en cada material gráfico realizado.	Retícula jerárquica. Basada en la importancia visual generada por el tamaño de los elementos en cada pieza a realizar.	Orden
Ejes	Guía de visual para orientar al observador en el orden de lectura de los elementos gráficos utilizados.	Ejes orgánicos y estructura informal.	Equilibrio

## 9. Planeación Estratégica de Medios:

### 9.1 Selección de las piezas:

Piezas	Media		Forma de distribución		
	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
Logotipo: Identificar a la empresa de cerámica artesanal guatemalteca Mayan Ke.	No Aplica.	Imagen Visual	Propietario de la empresa Pedro Pérez Responsable de velar por la aplicación correcta del logotipo	Indefinido hasta que surga un rediseño.	No aplica.
Tarjetas de Presentación: Brindar la información necesaria de la empresa Mayan Ke, dirección, contacto, correo electrónico.	Impreso	Imagen Visual	Propietario de la empresa Pedro Pérez Encargado de la distribución de las tarjetas de presentación	Indefinido hasta que surga un rediseño.	Se entregará a clientes interesados en adquirir más productos de Mayan Ke.
Hoja Membretada: Se utilizará en la correspondencia externa de la empresa hacia los clientes, contiene el logotipo, contacto, dirección y correo electrónico.	Impreso	Imagen Visual	Propietario de la empresa Pedro Pérez Responsable de velar por la aplicación correcta de las hojas de presentación	Indefinido hasta que surga un rediseño.	Se utilizara en la correspondencia externa de la empresa.
Sobre: Destinado para introducir, cartas, tarjetas y documentos, lleva impreso el logotipo, dirección, contacto y correo electrónico de la cerámica artesanal Mayan Ke, sera destinado para los clientes.	Impreso	Imagen Visual	Propietario de la empresa Pedro Pérez Responsable de velar por la aplicación correcta de los sobres	Indefinido hasta que surga un rediseño.	Se utilizara para presentar información sobre cotizaciones a clientes, la cual se unira con las hojas membretadas
Etiqueta: Identificar los productos de Mayan Ke e informar sobre los beneficios de su adquisición.	Impreso	Imagen Visual	Propietario de la empresa Pedro Pérez Responsable de emplear de forma adecuada las etiquetas en los productos.	Se sugiere realizar un analisis luego de un año de utilizar la etiqueta para evaluar su funcionalidad.	Se colocará una en cada producto que realice Mayan Ke.



Piezas	Media		Forma de distribución		
Propósito	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
<p>Manta Publicitaria:            Dar a conocer la nueva imagen de la empresa y sus productos así como invitar al cliente a entrar a la tienda.</p>	Impreso	Publicitario	Propietario de la empresa Pedro Pérez Responsable de emplear de forma adecuada la manta publicitaria.	Indefinido. Hasta que se considere hacer una renovación de imagen o se deteriora.	Exterior de la sala de ventas de Mayan Ke, ubicada en calle Santander, centro comercial "Los Barandales" Panajachel, Sololá
<p>Afiches Digitales:            Dar a conocer la empresa Mayan Ke, con el grupo objetivo dando a conocer la nueva imagen de la empresa y sus productos.</p>	Digital	Publicitario	Propietario de la empresa Pedro Pérez Responsable de publicar los las 12 piezas gráficas entregadas en ocasiones que sea posible	Se podrán rotar las piezas las cuales se colocaran cada mes durante 1 año con el fin de mantener activa la página	Facebook



## Fases estratégicas de comunicación:

**Logotipo:** Identificará a la empresa y sus productos, será aplicado con variaciones de color entre blanco y azul, dependiendo del material, en toda la imagen visual de la cerámica artesanal de Mayan Ke.

**Tarjeta de Presentación:** Se utilizará para dar a conocer la información de contacto de la empresa, contiene el logotipo, contacto, dirección y correo electrónico de la empresa.

**Hoja Membretada:** Se utilizará en la correspondencia externa de la empresa, contiene el logotipo, contacto, dirección y correo electrónico de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke.

**Sobre Membretado:** Destinado para cartas, tarjetas y documentos, lleva impreso el logotipo, dirección, contacto y correo electrónico de la cerámica artesanal Mayan ke.

**Etiquetas:** Identificará cada pieza con el logotipo y una breve reseña de la empresa y los beneficios que se adquieren al comprar productos de la cerámica artesanal Mayan Ke, dicha etiqueta se colocará en cada producto amarrado con un lazo pequeño, y en las piezas que no cuenten con agarrador se colocará con cinta adhesiva.

**Manta Publicitaria:** Servirá para captar la atención del grupo objetivo, dicha manta será colocada o utilizada en el exterior de la sala de ventas, siendo su objetivo dar la bienvenida e invitando a conocer más de los productos de la cerámica artesanal de Mayan Ke.

Asi mismo se utilizara la misma manta publicitaria en futuras exposiciones y promociones de ventas. De tal manera que se realizará la impresion de 3 distintas mantas publicitarias.

**Afiches Digitales:** Su propósito es dar a conocer dentro del grupo objetivo, los productos de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke, por medio de las redes sociales, difundiendo su nueva imagen visual, de tal manera que se creo una estrategia en redes sociales, utilizando como base la red social Facebook, como landing page de la red social Instagram, ya que son las redes las cuales se recomiendan por su alto contenido visual.

De tal manera que la estrategia de publicaciones esta desarrollada para 1 mes de utilización con las distintas especificaciones de publicaciones, con el fin de que se tome como base para los futuros meses del año.

Al ser doce piezas se podrán utilizar con rotación durante el tiempo que dure su utilización.

Semana 1	Frecuencia de Publicacion	Fechas Especiales	Hora	Objetivo del Mensaje	Temática	Contenido Visual	Mensaje
Lunes	1		10:00am	Informar al publico las distintas técnicas de cerámica y los beneficios de contar con sus productos	Video relacionado	www.	¿Sabias que, la cerámica realizada en Guatemala es una de las más solicitadas en la region latino americana, debido a sus diversas características? Te explicamos como trabajamos.
31-ago-15	2		5:00pm	Artículo	Tema relacionado con cerámica	Fotografías de cerámica / relacionada con el artículo	La cerámica realizada en Mayan Ke, es una cerámica libre de plomo por lo que es ideal para ingerir alimentos y hornear.
Martes	1		10:30am	Mostrar al grupo objetivo los productos más destacados de Mayan Ke, en este caso serian los Juegos de Té.	Fotografías Juego de Té	FOTOGRAFÍAS JUEGO DE TÉ / PAQUETE #1	Te presentamos nuestra linda vajilla para tomar té, no te quedes sin la tuya, ven a nuestra sala de ventas en la calle Santander Panajachel - Guatemala
1-sept-15	2		5:30pm	Fotografías de productos	Fotografías productos relacionados con el juego de Té	Fotografías productos relacionados con el juego de Té	¡Te promonemos un tesito a la orilla del Lago!, ven por tu vajilla a nuestra sala de ventas en la calle Santander Panajachel - Guatemala
Miércoles	1		10:15am	Informar al publico de las distintas características de los productos de Mayan Ke.	Características de Mayan Ke - Proceso de creacion	Fotografía - proceso de creacion	Cada figura que hacen los artesanos de Mayan Ke, cuenta con la grandeza moldeada en cada pieza de manera que exprese la cultura y tradicion de nuestra orgullosa Guatemala.
2-sept-15	2		5:15pm	Artículo	Características de productos	Beneficios de compra de Mayan Ke	El perfil de cada una de nuestras colecciones, busca explotar el colorido y cultura de nuestro amado pais. ¡Descúbrelo por ti mismo, y ven a visitarnos a la calle Santander en Panajachel - Guatemala!
Jueves	1		10:00am	Promocionar diversas redes sociales como instagram para ver sus productos	Seguidores en Instagram	<a href="http://www.instagram.com/MayanKeGT">www.instagram.com/MayanKeGT</a>	Síguenos en Instagram para ver más de nuestros productos
3-sept-15	2		5:00pm	Noticias	Noticias del sector	Noticias / promociones / o alianzas que involucren a Mayan Ke	Puedes encontrar nuestros productos en Antigua Guatemala - (Dirección de tienda)
Viernes	1		10:30am	Informar al cliente sobre donde encontrar los productos de Mayan Ke	Despedida de la semana	Fotografía de Lago / PAQUETE #2	Que tengas un feliz descanso, te esperamos en la calle Santander de Panajachel
4-sept-15	2		5:30pm	Fidelizar / Atención del cliente	Información Mayan Ke	Recordar ubicación y contacto de Mayan Ke	Ven a visitarnos a nuestra sala de ventas en la calle Santander de Panajachel - Guatemala
Sábado	1		10:15am	Informar al cliente sobre donde encontrar los productos de Mayan Ke	Dirección y Numeros de telefono de donde encontrar a Mayan Ke	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3	¡Ven a conocer nuestra variedad de productos de cerámica artesanal pintada a mano! Te esperamos en la calle Santander, Panajachel - Guatemala
5-sept-15	2		5:15pm	Fidelizar / Atención del cliente	Información Mayan Ke	Recordar ubicación y contacto de Mayan Ke	El Lago de Atitlán es un territorio rico en naturaleza, fresca y variedad de artesanías, en el cual destacan dos volcanes: "Atitlán y Tolimán" los cuales sirven de inspiración para nuestros artesanos.
Domingo	1		10:00am	Mostrar al cliente los distintos productos que cuenta Mayan Ke	Información de punto de venta	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3	¡Los esperamos en nuestra sala de ventas! - Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá - Guatemala
6-sept-15	2		5:00pm	Fotografías	Fotografías productos	Fotografías de productos de Mayan Ke / Productos de Cocina	¡Explora la profundidad de cada color, teniendo en tus manos cada una de nuestras colecciones que te sorprenderán! Ven a visitarnos y asómbrete con nosotros, te esperamos.

Semana 2	Frecuencia de Publicacion	Fechas Especiales	Hora	Objetivo del Mensaje	Temática	Contenido Visual	Mensaje
Lunes	1		10:00am	Informar las distintas características que cuenta Mayan Ke, y como por medio de sus productos se están dando a conocer.	Artículos de entrevista con AGEXPORT o entrevistas realizadas por distintos medios de Mayan Ke	VIDEO / ENTREVISTAS / ARTÍCULOS	Mayan Ke cuenta con productos de cerámica artesanal, libres de plomo lo cual los hace ideales para utilizar en tu cocina y demás, enterate más de nuestro proceso de realización de productos en esta entrevista realizada para los agentes de AGEXPORT
7-sept-15	2		5:00pm	Artículo	Tema relacionado con cerámica	Fotografías de cerámica / relacionada con el artículo	¡Orgullosos del arte que crean nuestros artesanos! Cada una de nuestras piezas es pintada a mano por artistas guatemaltecos, que en cada pieza pone esfuerzo y amor.
Martes	1		10:30am	Dar a conocer el producto más vendido, de Mayan Ke	Personal artesano	Fotografías del equipo de Mayan Ke	Técnicas que requieren una gran concentración y amor para cada paso de elaboración de cada pieza de nuestras
8-sept-15	2		5:30pm	Fotografías de productos	Fotografías productos más vendidos / Juego de té	Fotografía de Juego de Té de Mayan Ke	Es una tarde deliciosa, y amerita un delicioso café con estilo inigualable, te esperamos para que hagas parte de tu día a día esta obra Guatemalteca
Miércoles	1		10:15am	Mostrar al cliente los distintos productos que cuenta Mayan Ke	Información de punto de venta	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3	¡Los esperamos en nuestra sala de ventas! - Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá - Guatemala
9-sept-15	2		5:15pm	Artículo	Productos de cocina	Fotografía, productos de cocina	Cada pieza lleva consigo una magia diferente, disfruta de cada una de ellas presumiendo nuestras distintas piezas de cocina. Elige la tuya en nuestra sala de ventas ubicadas en la calle Santander de Panajachel - Guatemala
Jueves	1		10:00am	Promocionar diversas redes sociales como Instagram para ver sus productos	Seguidores en Instagram	<a href="http://www.instagram.com/MayanKeGT">www.instagram.com/MayanKeGT</a>	Síguenos en Instagram para ver más de nuestros productos
10-sept-15	2		5:00pm	Noticias	Noticias del sector	Noticias / promociones / o alianzas que involucren a Mayan Ke	En Mayan Ke, estamos listos para la celebración de nuestra independencia, te esperamos con un cafecito en mano, ven con nosotros a la calle Santander de Panajachel - Guatemala y conoce nuestras promociones de la semana.
Viernes	1		10:30am	Informar al cliente sobre donde encontrar los productos de Mayan Ke	Despedida de la semana	Fotografía de Lago / PAQUETE #2	Es una tarde que amerita un delicioso café con estilo Mayan Ke, haz parte de tu día a día esta obra guatemalteca y visítanos en la calle Santander de Panajachel - Guatemala
11-sept-15	2		5:30pm	Fidelizar / Atención del cliente	Información Mayan Ke	Recordar ubicación y contacto de Mayan Ke	Mayan Ke, es una empresa de cerámica artesanal pintada a mano, cuyas características son inigualables, te esperamos en nuestra sala de ventas en la calle Santander de Panajachel - Guatemala
Sábado	1	PROMOCION FERIADO 15 SEPT	10:15am	Fidelizar / Atención al cliente	Crear atracción del cliente hacia la sala de ventas de Mayan Ke y estén enterados de la promoción	Fotografías de productos	¡Los esperamos en nuestra sala de ventas! - Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá - Guatemala
12-sept-15	2	PROMOCION FERIADO 15 SEPT	5:15pm	Información de Promoción	Información Mayan Ke	Recordar ubicación y contacto de Mayan Ke	¡Tenemos precios especiales para ti, ven te estamos esperando!
Domingo	1	PROMOCION FERIADO 15 SEPT	10:00am	Información de Promoción	Promoción de precios especiales por el feriado del 15 de sept.	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3	En estas fechas tan memorativas de nuestro país, tendremos precios especiales en nuestros productos! Te esperamos en la calle Santander de Panajachel - Guatemala.
13-sept-15	2	PROMOCION FERIADO 15 SEPT	5:00pm	Fotografías	Fotografías productos	Fotografías de productos de Mayan Ke / Productos de Cocina	¡Los esperamos en nuestra sala de ventas! - Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá - Guatemala

Semana 3	Frecuencia de Publicacion	Fechas Especiales	Hora	Objetivo del Mensaje	Temática	Contenido Visual	Mensaje
Lunes	1	PROMOCION FERIADO 15 SEPT	10:00am	Fidelizar / Atencion al cliente	Crear atraccion del cliente hacia la sala de ventas de Mayan Ke y esten enterados de la promocion	Fotografias de productos	¡Los esperamos en nuestra sala de ventas! - Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá - Guatemala
14-sept-15	2	PROMOCION FERIADO 15 SEPT	5:00pm	Artículo	Tema relacionado con cerámica	Fotografias de cerámica / relacionada con el articulo	Cuidamos cada detalle de nuestras piezas, por eso antes del rpceso de pintado trazamos patrones guías que haran que cada detalle quede perfecto, nosotros pintamos con amor cada trazo de cada una de nuestras piezas.
Martes	1	PROMOCION FERIADO 15 SEPT	10:30am	Informacion de Promocion	Promocion de precios especiales por el feriado del 15 de sept.	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3	En estas fechas tan memorativas de nuestro pais, tendremos precios especiales en nuestros productos! Te esperamos en la calle Santander de Panajachel - Guatemala.
15-sept-15	2	PROMOCION FERIADO 15 SEPT	5:30pm	Fotografias de productos	Fotografias productos más vendidos /Juego de té	Fotografia de Juego de Té de Mayan Ke	¡Los esperamos en nuestra sala de ventas! - Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá - Guatemala
Miércoles	1		10:15am	Informar al publico de las distintas características de los productos de Mayan Ke.	Características de Mayan Ke - Proceso de creacion	Fotografia - proceso de creacion	¡Dedicacion en cada paso! Antes de ser pintadas, cada una de nuestras piezas pasa por un horno para ser secado y tenga la mejor rigidez y el color quede mucho mas vivo. Déjanos entrar en tu hogar con nuestras piezas de decoración
16-sept-15	2		5:15pm	Artículo	Características de productos	Beneficios de compra de Mayan Ke	Nuestros productos estan hechos sin plomo, lo cual los hace ideales para utilizar en tu cocina y en tu horno, ya que no tienen toxinas
Jueves	1		10:00am	Promocionar diversas redes sociales como instagram para ver sus productos	Seguidores en Instagram	<a href="http://www.instagram.com/MayanKeGT">www.instagram.com/MayanKeGT</a>	Síguenos en Instagram para ver más de nuestros productos
17-sept-15	2		5:00pm	Noticias	Noticias del sector	Noticias /promociones / o alianzas que involucren a Mayan Ke	Mayan Ke, es la combinacion perfecta entre color, tramas, amor, arte y tradicion guatemalteca. Nada mejor para complementar tu decoracion con nuestros articulos decorativos especiales que tenemos para ti.
Viernes	1		10:30am	Informar al cliente sobre donde encontrar los productos de Mayan Ke	Despedida de la semana	Fotografia de Lago / PAQUETE #2	Que tengas un feliz descanso, te esperamos en la calle Santander de Panajachel
18-sept-15	2		5:30pm	Fidelizar / Atención del cliente	Información Mayan Ke	Recordar ubicación y contacto de Mayan Ke	Ven a visitarnos a nuestra sala de ventas en la calle Santander de Panajachel - Guatemala
Sábado	1		10:15am	Mostrar al cliente los distintos productos que cuenta Mayan Ke	Informacion de punto de venta	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3	¿Buscas añadir color y tradición a tu hogar? Te invitamos a conocer cada una de nuestras piezas, en la calle Santander de Panajachel- Guatemala
19-sept-15	2		5:15pm	Fidelizar / Atención del cliente	Información Mayan Ke	Recordar ubicación y contacto de Mayan Ke	¡Los esperamos en nuestra sala de ventas! - Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá - Guatemala
Domingo	1		10:00am	Informar al cliente sobre donde encontrar los productos de Mayan Ke	Direccion y Numeros de telefono de donde encontrar a Mayan Ke	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3	¡Ven a conocer nuestra variedad de productos de cerámica artesanal pintada a mano! Te esperamos en la calle Santander, Panajachel - Guatemala
20-sept-15	2		5:00pm	Fotografias	Fotografias productos	Fotografias de productos de Mayan Ke / Productos de Cocina	¡Explora la profundidad de cada color, teniendo en tus manos cada una de nuestras colecciones que te sorprenderan! Ven a visitarnos y asombrate con nosotros, te esperamos.



Semana 4							Frecuencia de Publicacion	Fechas Especiales	Hora	Objetivo del Mensaje	Temática	Contenido Visual	Mensaje
Lunes	1		10:00am	Mostrar al grupo objetivo los productos más destacados de Mayan Ke, en este caso serian los Juegos de Té.	Fotografias Juego de Té	FOTOGRAFIAS JUEGO DE TÉ / PAQUETE #1						Te presentamos nuestra linda vajilla para tomar té, no te quedes sin la tuya, ven a nuestra sala de ventas en la calle Santander Panajachel - Guatemala	
21-sept-15	2		5:00pm	Artículo	Tema relacionado con cerámica	Fotografias de cerámica / relacionada con el articulo						Visita Mayan Ke, y llévate tu colección que llenaran tu hogar con colores intensos que predominaran en tu mesa, y distintos ambientes, creando así un aura de armonía.	
Martes	1		10:30am	Mostrar al grupo objetivo los productos más destacados de Mayan Ke, en este caso serian los Juegos de Té.	Fotografias azulejos	FOTOGRAFIAS Azulejos / PAQUETE #4						Una variedad increíble de color para tu hogar con estas piezas de nuestra colección decorativa, las cuales aportaran un toque tradicional a tu hogar. Encuéntralo únicamente en Mayan Ke	
22-sept-15	2		5:30pm	Fotografias de productos	Fotografias productos más vendidos /Juego de té	Fotografía de Juego de Té de Mayan Ke						¡No hay nada mejor que comenzar tu tarde que con un delicioso café! Deja que nuestra colección de tazas te acompañe y termines un excelente día	
Miércoles	1		10:15am	Informar al publico de las distintas características de los productos de Mayan Ke.	Características de Mayan Ke - Proceso de creacion	Fotografia - proceso de creacion						¡Buenos dias, desde el Lago de Amatitlán! Te esperamos el fin de semana	
23-sept-15	2		5:15pm	Artículo	Características de productos	Beneficios de compra de Mayan Ke						Impresiona con detalles únicos, nuestras distintas colecciones que ofrecen un singular estilo, mostrando lo mejor de nuestra cultura guatemalteca.	
Jueves	1		10:00am	Informar al cliente sobre donde encontrar los productos de Mayan Ke	Direccion y Numeros de telefono de donde encontrar a Mayan Ke	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3						¡Ven a conocer nuestra variedad de productos de cerámica artesanal pintada a mano! Te esperamos en la calle Santander, Panajachel - Guatemala	
24-sept-15	2		5:00pm	Promocionar diversas redes sociales como instagram para ver sus productos	Seguidores en Instagram	<a href="http://www.instagram.com/MayanKeGT">www.instagram.com/MayanKeGT</a>						Síguenos en Instagram para ver más de nuestros productos	
Viernes	1		10:30am	Informar al cliente sobre donde encontrar los productos de Mayan Ke	Despedida de la semana	Fotografia de Lago / PAQUETE #2						Te proponemos un café con estilo Mayan Ke, haz parte de tu día a día esta obra guatemalteca y visítanos en la calle Santander de Panajachel - Guatemala	
25-sept-15	2		5:30pm	Fidelizar / Atención del cliente	Información Mayan Ke	Recordar ubicación y contacto de Mayan Ke						¡Te estamos esperando!- Estamos en la calle Santander de Panajachel - Guatemala	
Sábado	1		10:15am	Informar al cliente sobre donde encontrar los productos de Mayan Ke	Direccion y Numeros de telefono de donde encontrar a Mayan Ke	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3						Conoce nuestra variedad de productos de cerámica artesanal pintada a mano! Te esperamos en la calle Santander, Panajachel - Guatemala	
26-sept-15	2		5:15pm	Fidelizar / Atención del cliente	Información Mayan Ke	Recordar ubicación y contacto de Mayan Ke						¡Ven a visitarnos, te estamos esperando!- Estamos en la calle Santander de Panajachel - Guatemala	
Domingo	1		10:00am	Mostrar al cliente los distintos productos que cuenta Mayan Ke	Informacion de punto de venta	FOTOGRAFIA / PAQUETE #3						¡Los esperamos en nuestra sala de ventas! - Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá - Guatemala	
27-sept-15	2		5:00pm	Fotografias	Fotografias productos	Fotografias de productos de Mayan Ke / Productos de Cocina						Haz que tu familia aprecie el valor de compartir la comida en familia con nuestras piezas exclusivas de nuestras distintas colecciones, ven a visitarnos! Te esperamos	

## Bocetaje para definir propuesta preliminar:

### Propuesta # 1: Construcción de logotipo:

A continuación se presenta detalladamente el proceso y la toma de decisiones en la construcción del logotipo, por medio de símbolos, con los siguientes significados.

El proceso de bocetaje consiste en la creación de las propuestas para la imagen gráfica que utilizará Mayan Ke, utilizando como herramienta el corte y pegado, y digitalización de las piezas, para así llegar a una propuesta que represente adecuadamente el concepto seleccionado.

Así mismo por medio de distintos símbolos, se presenta el proceso de selección de cada una de las piezas.



- Símbolo utilizado para seleccionar los materiales que serán utilizados como referencia para la segunda fase.



- Símbolo utilizado para distinguir las propuestas que serán escogidas para ser trabajadas como propuesta final.



- Símbolo que representa la selección final de la propuesta.

## Bocetaje de símbolo, Propuesta #1 / Técnica #1:

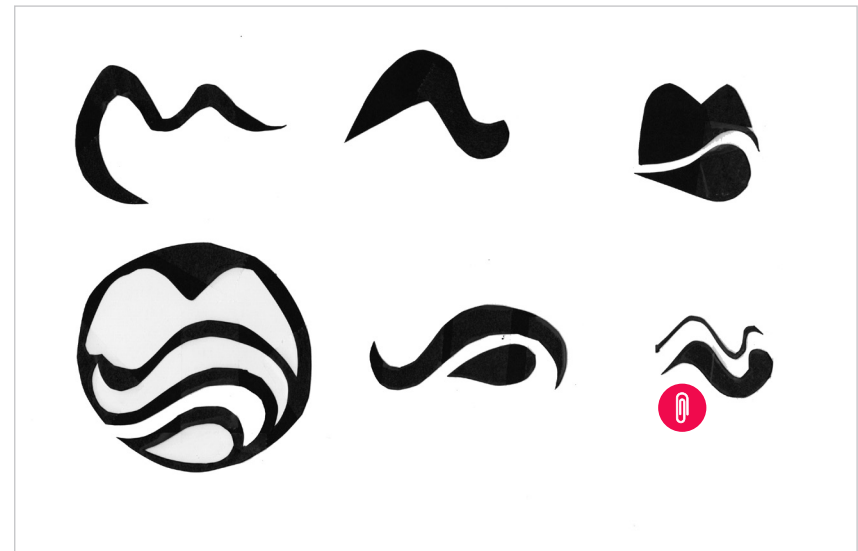
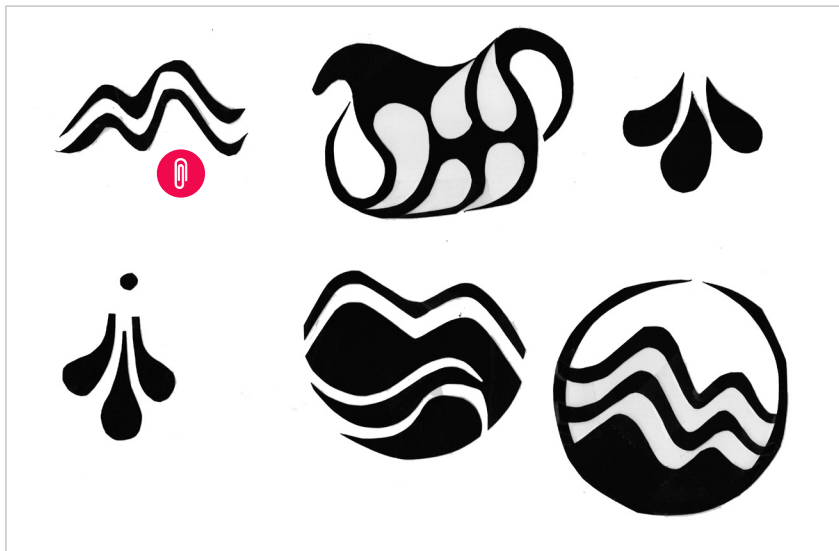


La primera fase del proceso de bocetaje inicia con el corte y pegado de las formas que de manera gráfica representan el concepto principal.

En los bocetos se aplica un alto nivel de abstracción, del movimiento del agua y el viento, con la silueta de los volcanes que rodean el lago de Atitlán, lugar de localización del taller y sala de ventas de los productos de cerámica artesanal Mayan Ke.



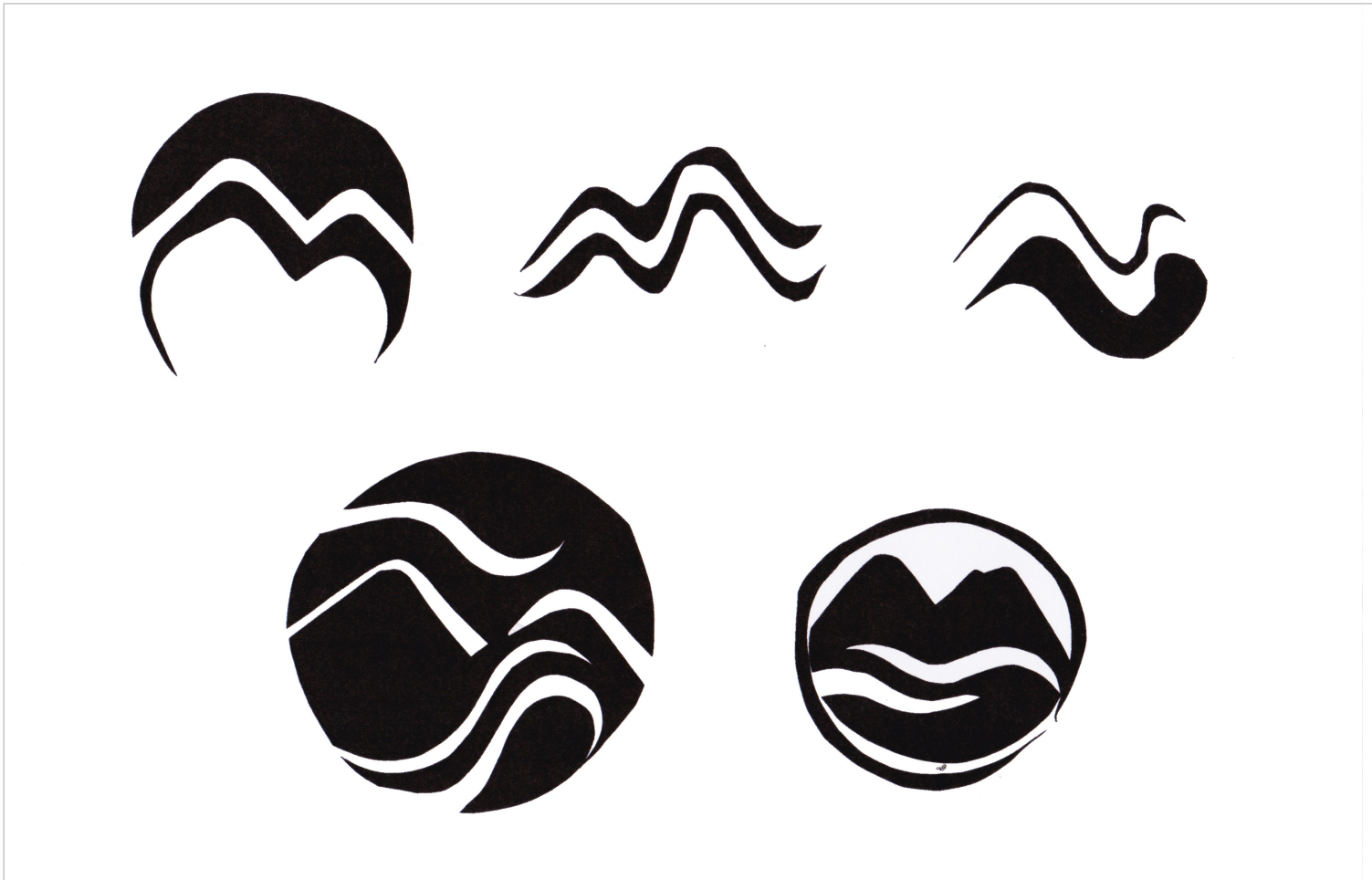
El logotipo debe ser único, relevante, simple, consistente y sobre todo original, como recomienda Menéndez (2011), por lo que se marcaron con el símbolo de selección de la primera fase, los que tienen pocos elementos en su disposición y se puede visualizar en ellos una implementación de la tipografía.



El proceso de bocetaje continuó, implementando distintas formas orgánicas, representando de manera gráfica el concepto principal seleccionado.

Se trabajó con formas más orgánicas e irregulares, al considerar que un logotipo es la representación escrita de un elemento verbal que asume una fisonomía singular y constante como menciona Sweeny (2005).

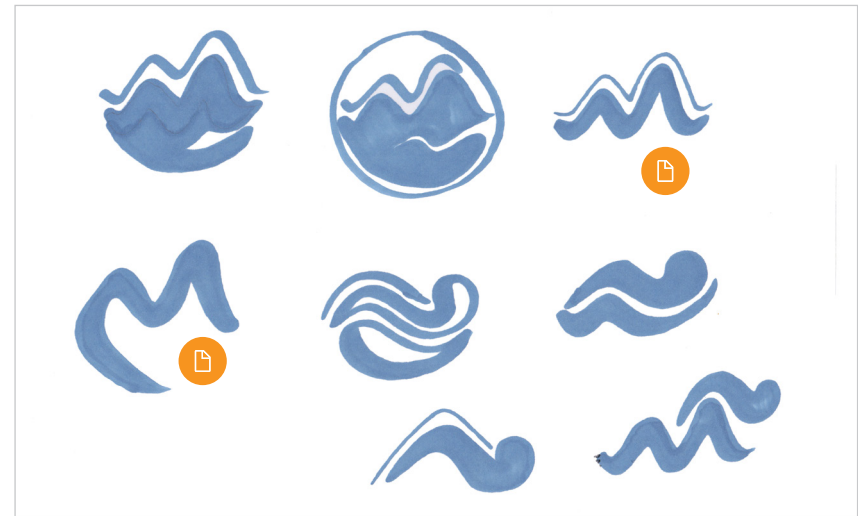




Se seleccionaron cinco de los veinticinco símbolos generados en la primera fase de bocetaje, estos podrían ser el origen del logotipo destinado a ser la imagen visual de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke.

La segunda fase de la técnica de bocetaje, utiliza los símbolos seleccionados moldeándolos a marcador hasta obtener una propuesta adecuada.

## Bocetaje de Símbolo, Propuesta #1 / Técnica #2:



Basándose en los cinco bocetos seleccionados, se utiliza el marcador como herramienta con el fin de desarrollar propuestas más dinámicas, orgánicas e innovadoras y se generan nuevos símbolos.

Se marcaron las opciones de las propuestas de la segunda fase para la elección final del símbolo que se utilizará para la creación de la imagen visual de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke.



Siempre utilizando el marcador como herramienta, el proceso continuó, hasta llegar a la selección final de dos propuestas que se trabajaron simultáneamente.

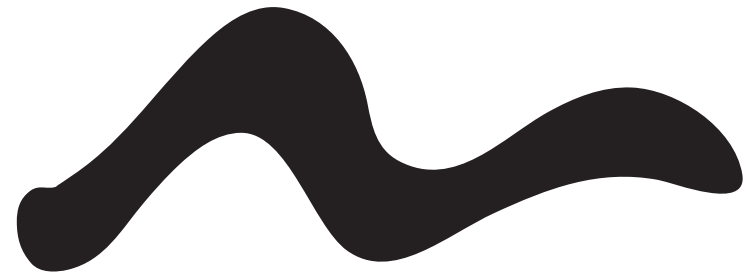
Ambas propuestas cumplen con lo mencionado por Borges (2012), quién indica que un buen logotipo debe de ser adecuado al objeto, proyecto, organización, institución, etc. que pretende representar, a sus valores y lo suficientemente reconocible y memorable, esto quiere decir que debe de ser fácil de describir e identificar.

El desarrollo de la técnica de bocetaje dió como resultado las siguientes propuestas, para que sean trabajadas como el inicio de la propuesta de la imagen visual de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke.



#### **Propuesta de Símbolo #1**

El símbolo seleccionado representa los volcanes y el agua del lago de Atitlán, haciendo referencia a la localización del taller y a la sala de ventas de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke. Es una forma orgánica, envolvente, dinámica y con fuerza de representación.



#### **Propuesta de Símbolo #2**

El símbolo seleccionado es una alta abstracción de los volcanes que rodean el lago de Atitlán, al mismo tiempo representa el dinamismo del viento que produce ondas y olas en el agua del lago en total armonía con la fluidez del trazo del pincel que realiza el artesano de Mayan Ke al decorar cada una de las piezas de cerámica.

En ambas propuestas se usó la técnica de retórica, mostrando la fisonomía singular y constante de un objeto, siendo elementos verbales que transmiten la fuerza de los volcanes y el dinamismo del agua del lago, aspectos fundamentales de un logotipo según Sweeny (2005). Es de notar que la segunda propuesta también representa el trabajo que realiza Mayan Ke. Se procederá a continuación a efectuar las pruebas de tipografía y color.



## Implementación de tipografía, Propuesta #1:



Las tipografías y tipo de diagramación empleadas se distinguen por ser de carácter manual en alusión al trabajo artesanal que se realiza en Mayan Ke, para lo que se realizáron dieciocho distintas propuestas para cada uno de los dos símbolos seleccionados.



Se generaron distintas diagramaciones de la forma de representar el logotipo haciendo cambios en el eje reticular y se concluyó que al colocar la tipografía en la parte inferior del símbolo se logra unidad en el elemento.



Finalmente se seleccionó una propuesta que cumple con los parámetros establecidos por Menéndez (2011), cuando menciona que un logo debe de ser simple pero representativo de la empresa.

## Prueba tipográfica, Propuesta #2:



Así mismo las tipografías y tipo de diagramación empleadas en la propuesta #2 se distinguen por ser de carácter manual en alusión al trabajo artesanal que se realiza en Mayan Ke, para lo que se realizaron dieciocho distintas propuestas.





Al cambiar el eje reticular se dió lugar a distintos tipos de diagramación, llegando a la conclusión de colocar la tipografía en la parte inferior del símbolo para lograr su unificación.



Luego de analizar las dieciocho propuestas se seleccionó la que se considera más simple y representativa de la empresa como menciona Menéndez (2011).

Las siguientes son las propuesta seleccionadas, que comprenden el símbolo con la implementación de la tipografía:



Propuesta de símbolo y tipografía #1



Propuesta de símbolo y tipografía #2

Seguidamente se procederá a la realización de las pruebas de color, para las que se tomaron como referencia tres fotografías relacionadas con la empresa de productos de cerámica artesanal Mayan Ke.

## Pruebas de color, fotografía #1

Se seleccionaron distintas fotografías representativas de la cerámica que trabaja Mayan Ke, y se sacaron los colores de la fotografía los cuales fueron implementados en las distintas propuestas.



C: 100%	C: 94%	C: 70%	C: 48%	C: 26%	C: 12%	C: 38%	C: 55%	C: 68%	C: 70%	C: 73%	C: 73%
M: 96%	M: 84%	M: 53%	M: 33%	M: 22%	M: 12%	M: 20%	M: 33%	M: 44%	M: 47%	M: 52%	M: 62%
Y: 29%	Y: 12%	Y: 24%	Y: 13%	Y: 53%	Y: 37%	Y: 47%	Y: 66%	Y: 67%	Y: 72%	Y: 72%	Y: 70%
K: 20%	K: 2%	K: 3%	K: 0%	K: 0%	K: 0%	K: 0%	K: 10%	K: 28%	K: 38%	K: 53%	K: 77%



Los doce colores que salieron seleccionados de la fotografía #1 de los productos de Mayan Ke, se implementaron en el símbolo elegido como propuesta #1, con el objetivo de llegar a una opción final de color, la que se marco.

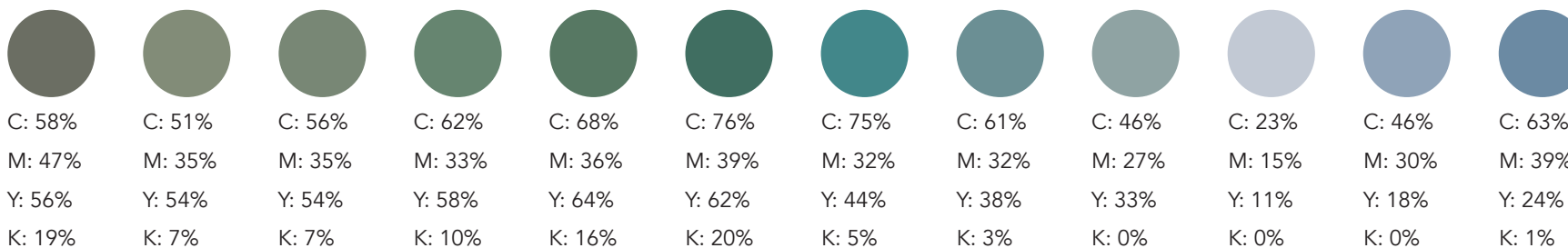


Los mismos doce colores resultantes de la fotografía #1 de los productos de Mayan Ke, se aplicaron en la propuesta #2, y se marcó la que se considera con mejores cualidades.



## Pruebas de color, fotografía #2

Como segunda referencia fotográfica representativa del taller de cerámica Mayan Ke, se tomó una vista del pueblo de San Antonio Palopó, ubicado a orillas del lago de Atitlán y cuna del taller de cerámica artesanal Mayan Ke, de ella se escogieron doce colores representativos.



Los doce colores obtenidos de la fotografía #2, se aplicaron en la propuesta #1, y se marcó la que se consideró más adecuada.





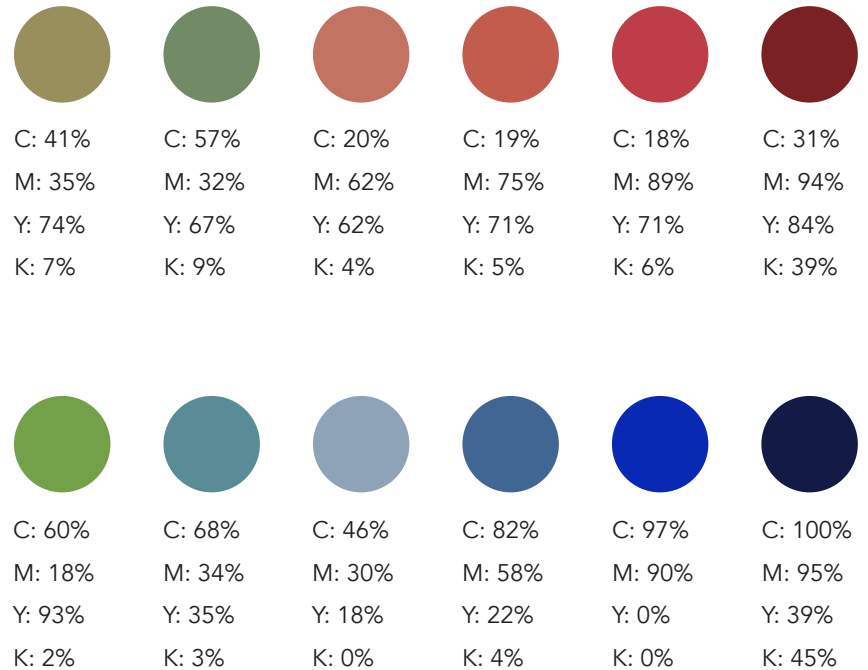
Igualmente los doce colores seleccionados de la fotografía #2, se aplicaron a la propuesta #2, de donde se escogió y marcó la que se consideró más apropiada.





### Pruebas de color, fotografía #3

Se utilizó como referencia una fotografía del interior de la sala de ventas de la cerámica artesanal Mayan Ke, de la que se tomaron los colores que serán implementados en la propuesta de imagen seleccionada.



Se tomaron doce colores relevantes en la fotografía y se aplicaron a la propuesta #1, con el fin de seleccionar la más representativa, la que se ubicó y sucesivamente se marcó.



Así mismo los doce colores resultantes de la fotografía #3, fueron vertidos en la propuesta #2, y se escogió la que se consideró mejor.



Luego de realizar las pruebas de color con las tres fotografías representativas de Mayan Ke, se seleccionaron las tres que con mayor frecuencia aparecían en los distintos escenarios de Mayan Ke, los productos, el taller y la sala de ventas.



C: 75%  
M: 32%  
Y: 44%  
K: 5%

R: 66%  
G: 135%  
B: 138%

PANTONE:  
7475C

HEXACROMÁTICO:  
43878a



C: 82%  
M: 58%  
Y: 22%  
K: 4%

R: 64%  
G: 102%  
B: 148%

PANTONE:  
647C

HEXACROMÁTICO:  
3f6694



C: 94%  
M: 84%  
Y: 12%  
K: 2%

R: 48%  
G: 69%  
B: 140%

PANTONE:  
7455C

HEXACROMÁTICO:  
30468c

Los tres colores seleccionados se aplicaron en las dos propuestas de símbolo y tipografía y a continuación se procedió a una encuesta verbal entre personas calificadas en el tema, para establecer la opción final del logotipo para la empresa de productos artesanales de cerámica, Mayan Ke.

#### 10.1.1.d Logotipo de propuesta #1





## Propuesta preliminar seleccionada

La encuesta verbal realizada a personas calificadas en el tema, dió como resultado que la propuesta #2 cumplía, con un amplio margen de ventaja sobre la propuesta #1, con todos los requisitos para ser un logotipo, único, relevante, simple, consistente y sobre todo original, adecuado al producto, representativo de los valores de Mayan Ke, reconocible y memorable.

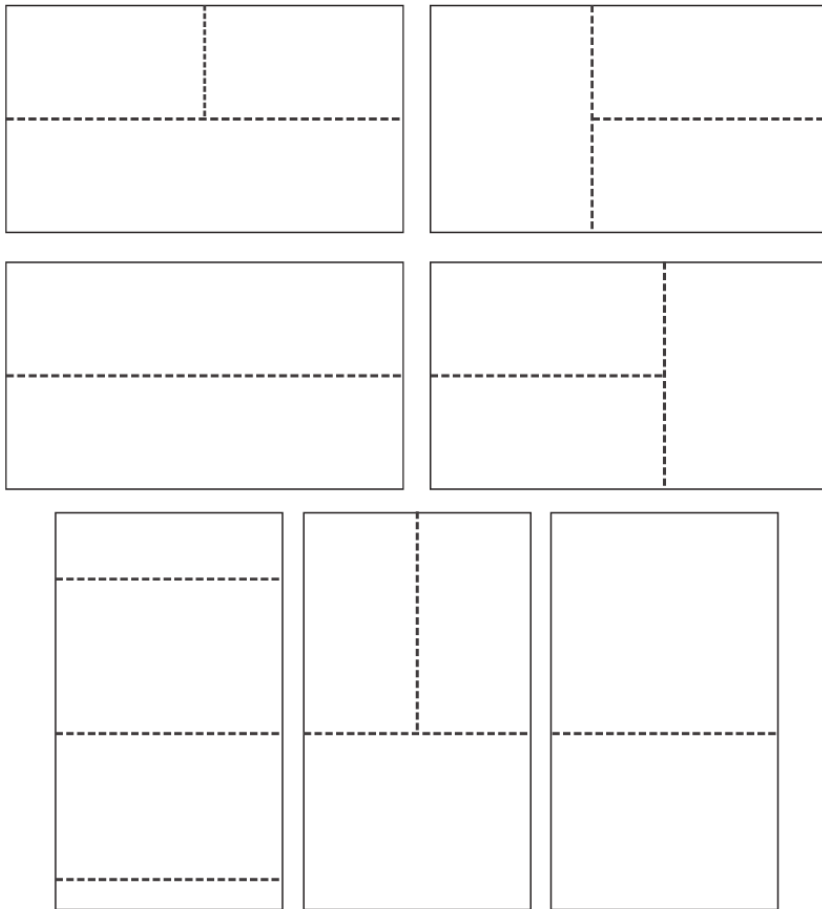
El símbolo seleccionado es una alta abstracción de los volcanes que rodean el lago de Atitlán, al mismo tiempo representa el dinamismo del viento que produce ondas y olas en el agua del lago en total armonía con la fluidez del trazo del pincel que realiza el artesano de Mayan Ke al decorar cada una de las piezas de cerámica. así mismo las tipografías y tipo de diagramación empleadas se distinguen por ser de carácter manual en alusión al trabajo artesanal que realiza la empresa y están colocadas en la parte inferior para conferirle, unidad.

C: 94%      R: 48%  
M: 84%      G: 69%  
Y: 12%      B: 140%  
K: 2%

PANTONE: 7455 C

HEXACROMÁTICO:  
30468c

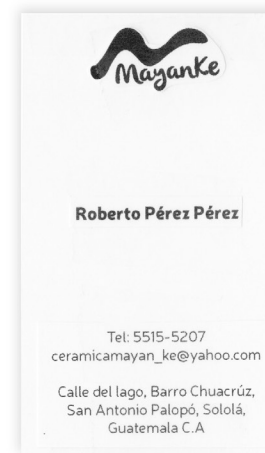
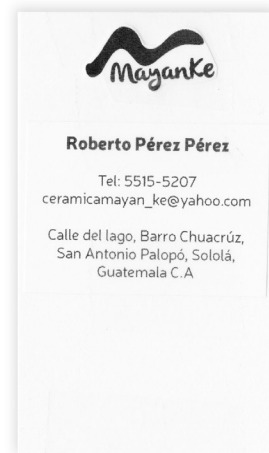




### **Tarjeta de Presentación / Propuesta # 1** **Diagramación**

Se realizó el proceso de bocetaje utilizando una retícula jerárquica con ejes horizontales, para determinar la diagramación de la información.

El elemento gráfico de apoyo seleccionado, será agregado digitalmente.



Utilizando la técnica de corte y pegado, se escogió una retícula jerárquica con ejes horizontales para la realización del proceso de bocetaje, con el fin de determinar la diagramación de la información que contiene la tarjeta de presentación.



Se presentaron ocho propuestas de diagramación y se inició la digitalización de las seleccionadas, con el fin de agregar los elementos gráficos de apoyo, propuestas de color y elementos que contribuyan con la comunicación de la información.

## Digitalización / Propuesta #1

Se seleccionaron las propuestas preliminares y se procedió a su digitalización, para posteriormente implementar el elemento gráfico de apoyo.

A continuación se muestran las propuestas seleccionadas:





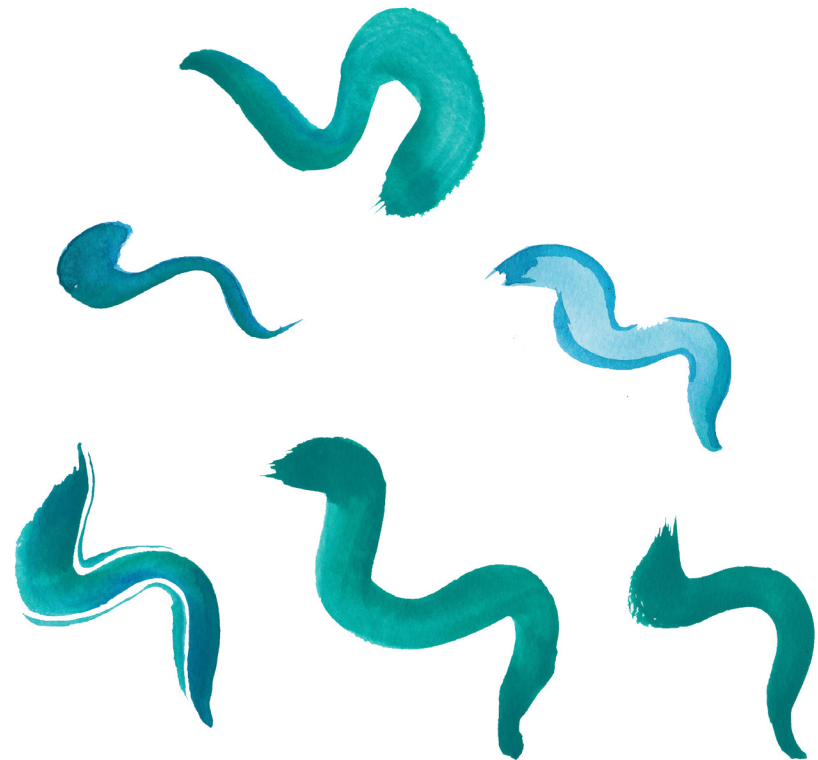
## Bocetaje de elementos de apoyo propuesta #1

Con el fin de establecer un elemento que identificara el trabajo que realizan los artesanos que pintan la cerámica en Mayan Ke, se utilizaron diversas técnicas manuales para desarrollar el elemento de apoyo.

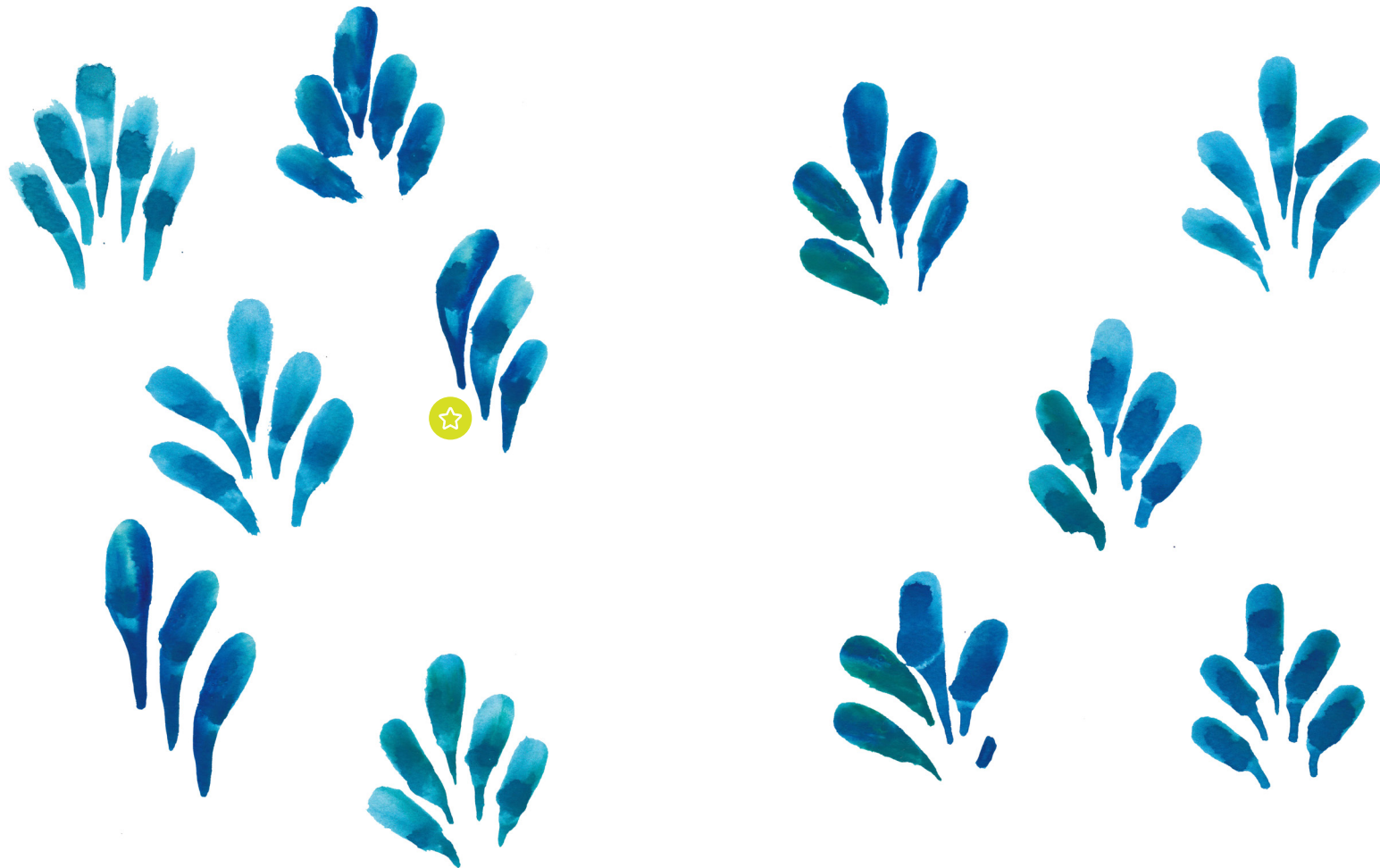
Inicialmente se crearon elementos abstractos con el color y la textura de la pintura que se emplea en la decoración de los productos de la cerámica de Mayan Ke, sin embargo luego de un breve análisis se determinó que un elemento gráfico de este tipo, no necesariamente se ligaría directamente con los productos y acabados que tiene Mayan Ke.



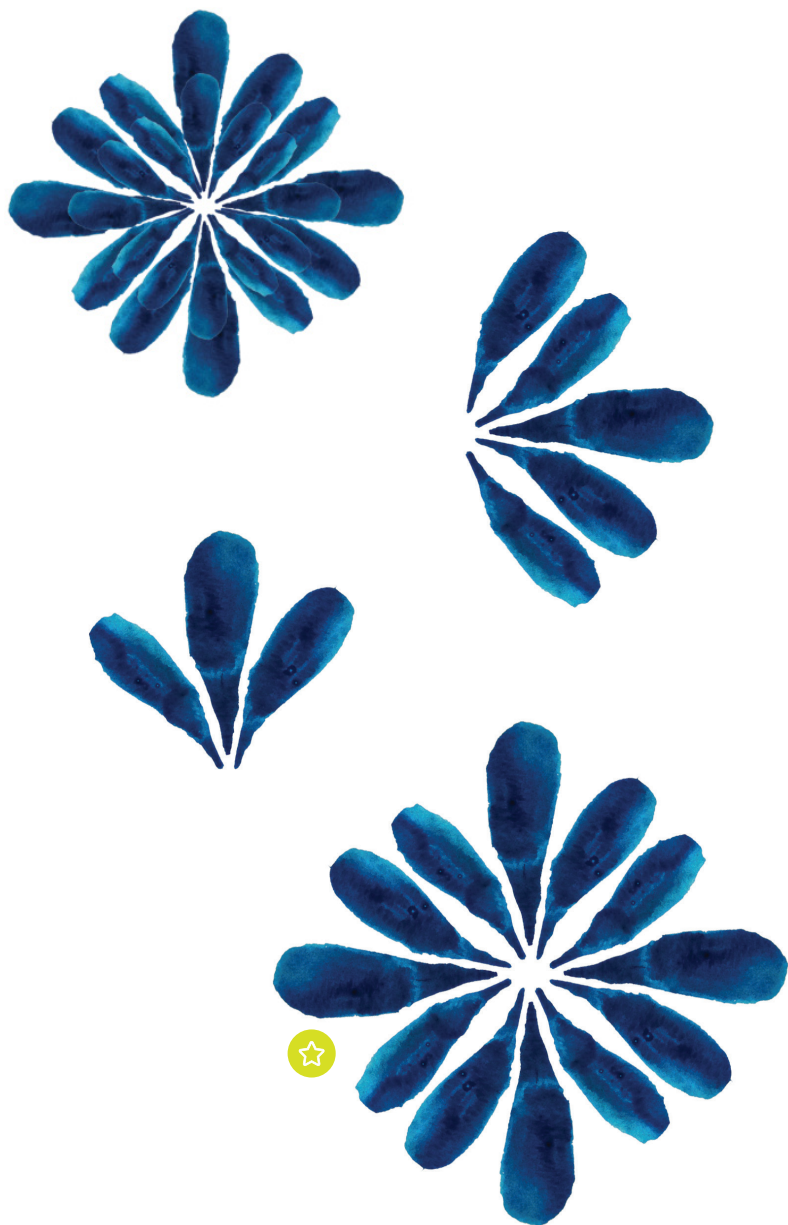
Por lo que se inició un proceso de bocetaje más específico, siempre utilizando la pintura como herramienta base para la creación de formas parecidas a las de la nueva propuesta de imagen visual, con el fin de ligarlas directamente con el producto.



En el proceso que le siguió, se crearon elementos menos abstractos y más parecidos a los que usan los artesanos en la decoración de sus productos, a modo de ligarlos con la cerámica de Mayan Ke, seleccionandose el marcado.



La propuesta seleccionada y marcada se digitalizó, editó, y se le dió fuerza agregándole color, dando como resultado un elemento gráfico principal que puede ser desarrollado e implementado en las diferentes piezas.



Como elemento gráfico de apoyo preliminar, se establecieron las gotas por ser características de los productos de Mayan Ke, el color azul representa el agua del lago y su influencia en Mayan Ke, el color rojo, está ligado a la pasión y entrega con que el artesano trabaja cada una de las piezas de cerámica.

Por estar directamente ligado con el trabajo de cerámica artesanal que realiza Mayan Ke y con el fin de crear unidad gráfica en todos los materiales se implementará en las piezas seleccionadas.



## Selección tipográfica / Propuesta #1

El tipo de letra que se utilizará en la información de cada pieza se busca claridad, calidad y compromiso por lo que se seleccionaron tipos de letra estilo Sans--Serif, para no recargar el material.

La que ha sido marcada cumple con las características necesarias.

Avenir Book  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678910

Maven Pro   
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678910

Neris  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678910

Eurostile  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678910

Folks Light  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678910

Hasteristico  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678910

Khmer Sangam MN  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678910

Helvetica Neue  
ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
12345678910



## Implementación de elementos gráficos de apoyo Propuesta #1

Se digitalizaron las propuestas elegidas y se implementaron las pruebas de color y posición de los elementos gráficos de apoyo, procediendo luego a la designación de la que mejor cumple

en su diagramación y posición de elementos gráficos con el concepto de diseño seleccionado.



También se trabajaron propuestas con una diagramación vertical y siempre utilizando el boceto elegido, para generar opciones con distintas distribuciones de información y posición de elementos gráficos siempre representando el concepto de diseño seleccionado.



## Propuesta preliminar #1 / Tarjeta de Presentación

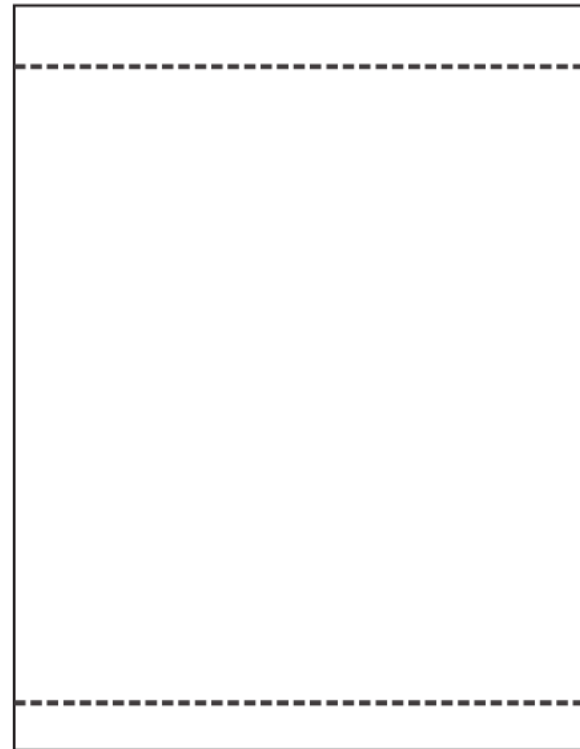
La propuesta seleccionada fue elegida porque cumple y representa en su diagramación y posición de elementos gráficos el concepto de diseño seleccionado.

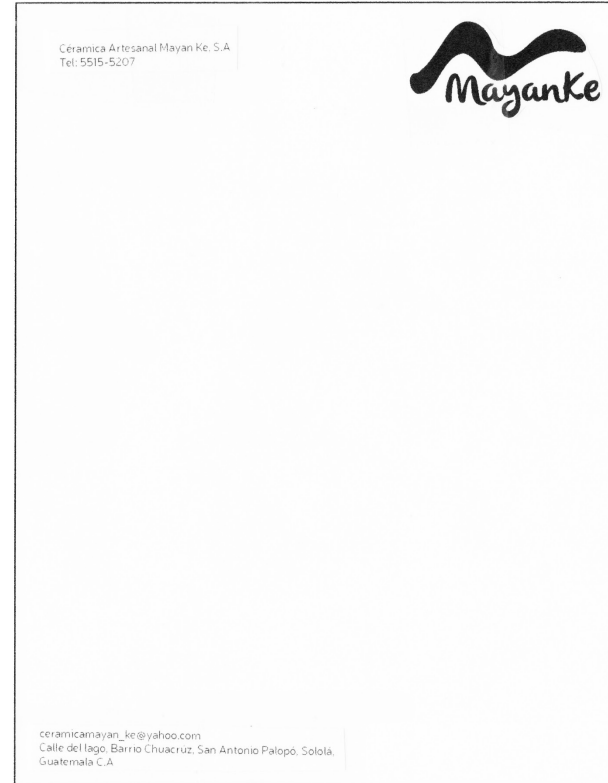
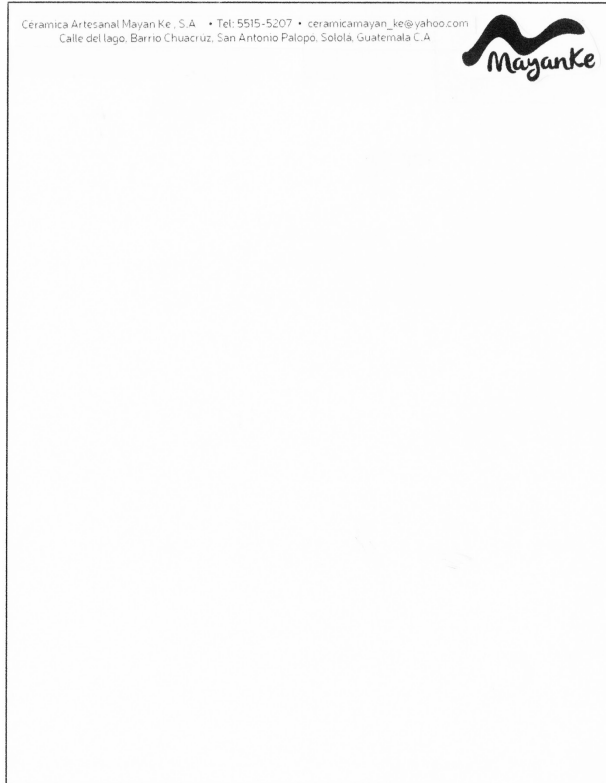
La tarjeta será de la medida universal de 3.5 x 2 pulgadas, en papel texturizado como material de soporte y la diagramación de la información usará un tamaño de letra de 7 puntos.



## Hoja Membretada / Propuesta #1 Diagramación

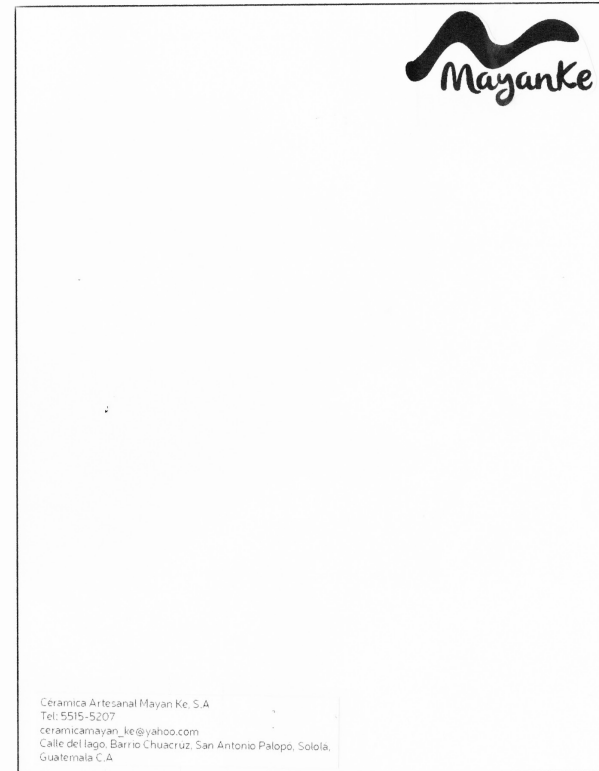
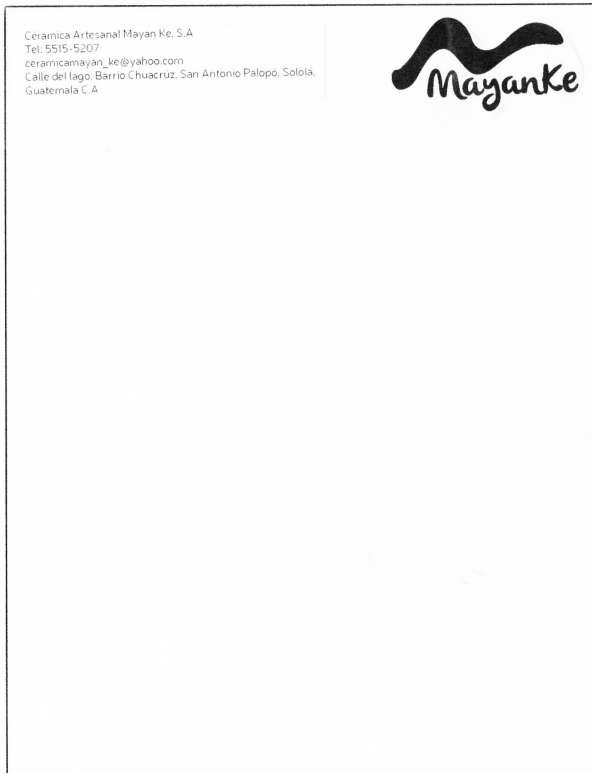
Utilizando la técnica de corte y pegado, se escogió una retícula jerárquica con ejes horizontales para la realización del proceso de bocetaje, con el fin de determinar la diagramación de la información que contiene la hoja de papel membretado de la empresa.



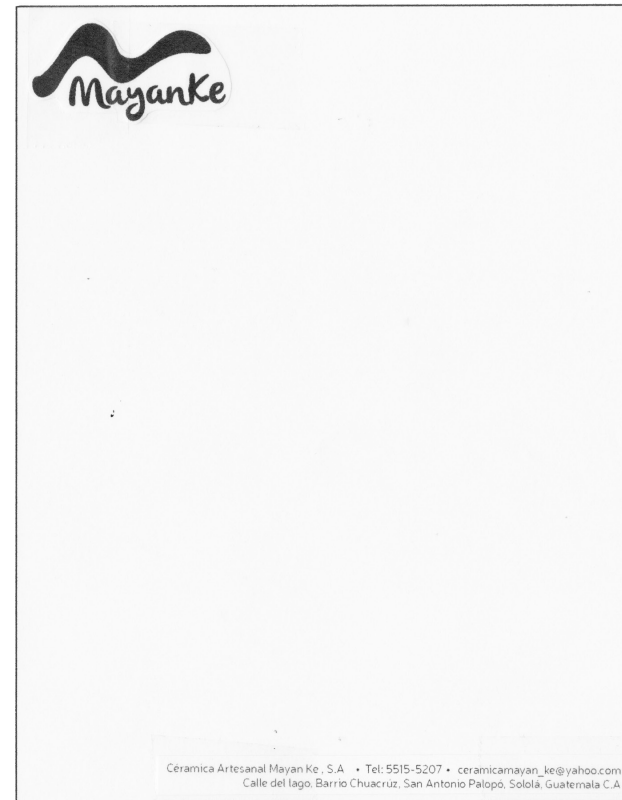
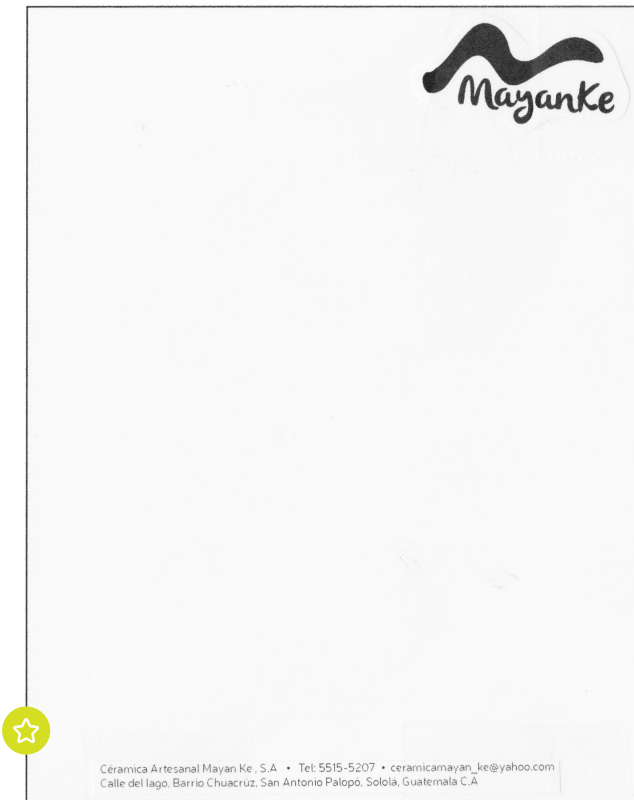


En el proceso de bocetaje de corte y pegado, se hacen pruebas con distintas posiciones en cuanto a la diagramación del texto, analizando la mejor ubicación para el logotipo de la empresa y tomando en cuenta la lógica de lectura visual del observador.





Continuando con el bocetaje de diagramación, se generan propuestas con la información colocada en bloque, dejando siempre la ubicación del logotipo en el punto focal para que llame más la atención.



Se hicieron ocho propuestas de diagramación de la información en la hoja membretada y se marcó la seleccionada, que lleva el logotipo en la parte superior derecha y la información de contacto centrada en la parte inferior, para que no compita con el logo ni recargue el material.

## Digitalización / Propuesta #1

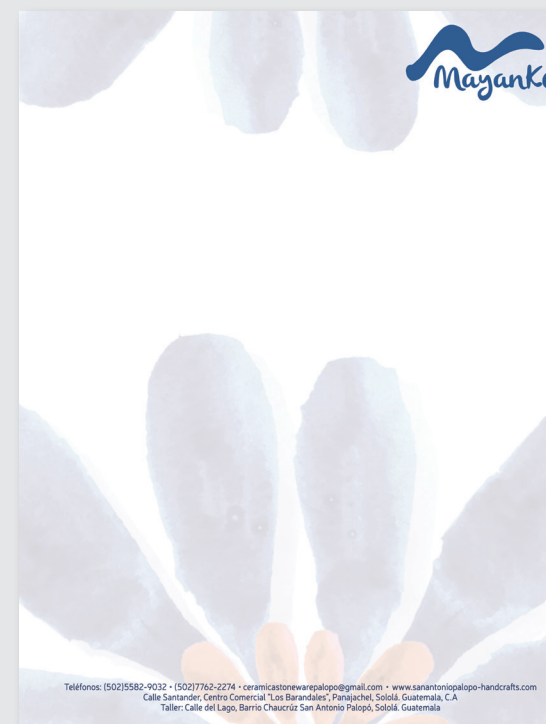
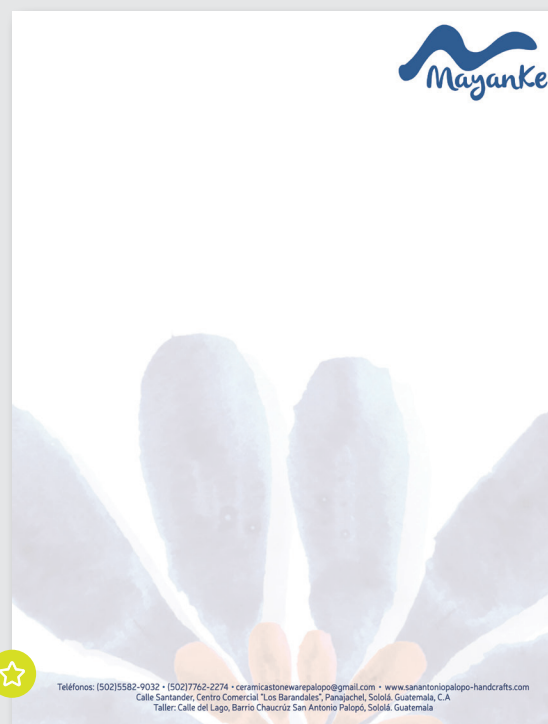
Para llegar a establecer la propuesta preliminar, se digitalizó la seleccionada, implementándosele el color en el logotipo y el texto para continuar complementando la pieza.



## Implementación de elemento gráfico de apoyo

### Propuesta #1

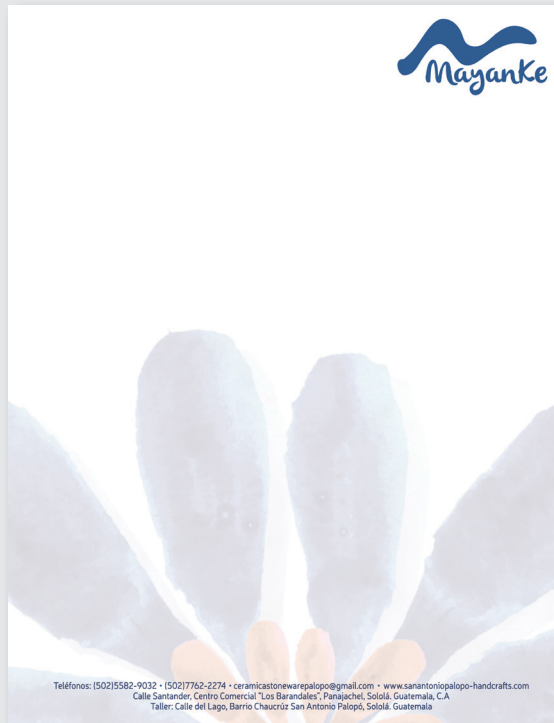
Se digitalizaron las propuestas elegidas y se implementaron las pruebas de color y posición de los elementos gráficos de apoyo, procediendo luego a la designación de la que mejor cumple en su diagramación y posición de elementos gráficos con el concepto de diseño seleccionado.



## Propuesta preliminar #1 / Hoja Membretada

La propuesta preliminar seleccionada tiene una jerarquía muy simple que identifica a la empresa pero que en ningún momento compite con el contenido de la hoja y además transmite con claridad la información de contacto con la empresa.

El tamaño de la hoja es carta de 8 x 11.5 pulgadas, con soporte de Papel Bond.

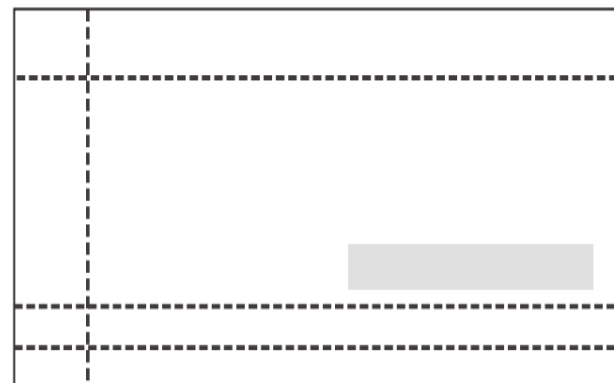
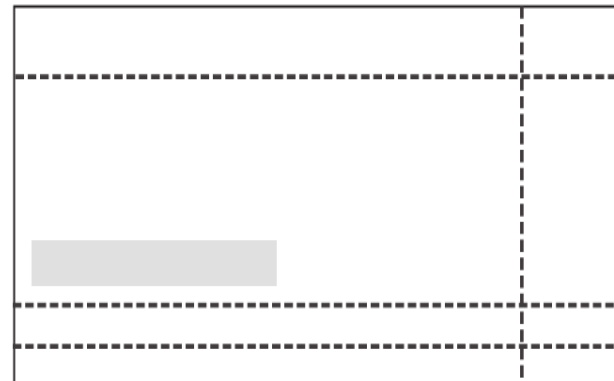
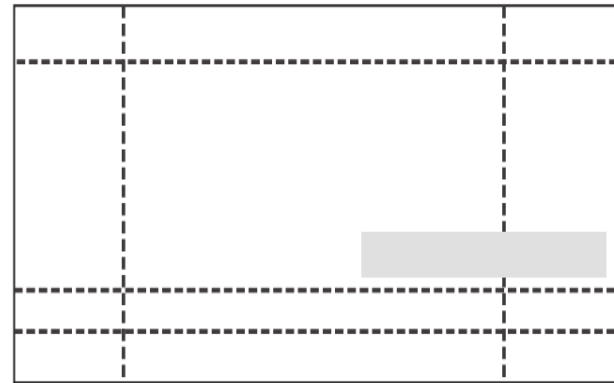


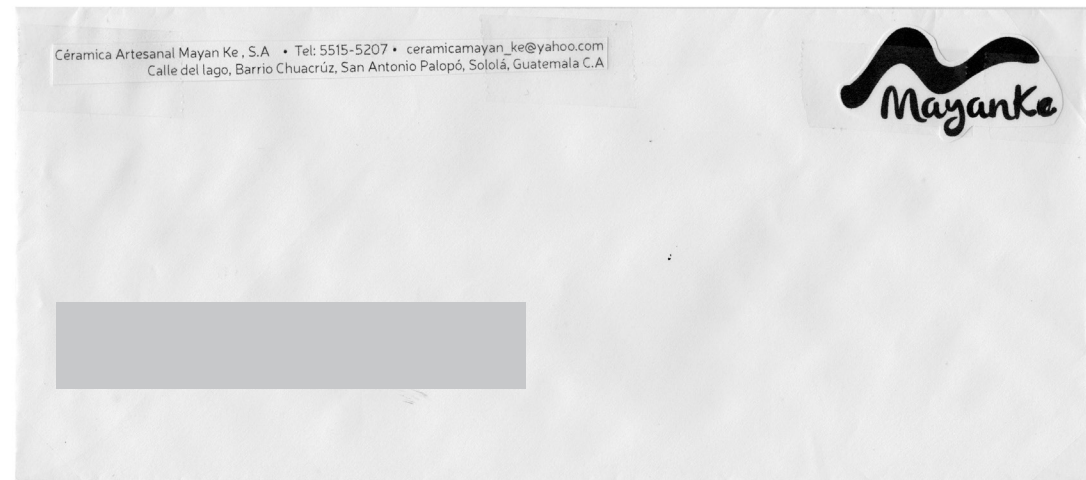
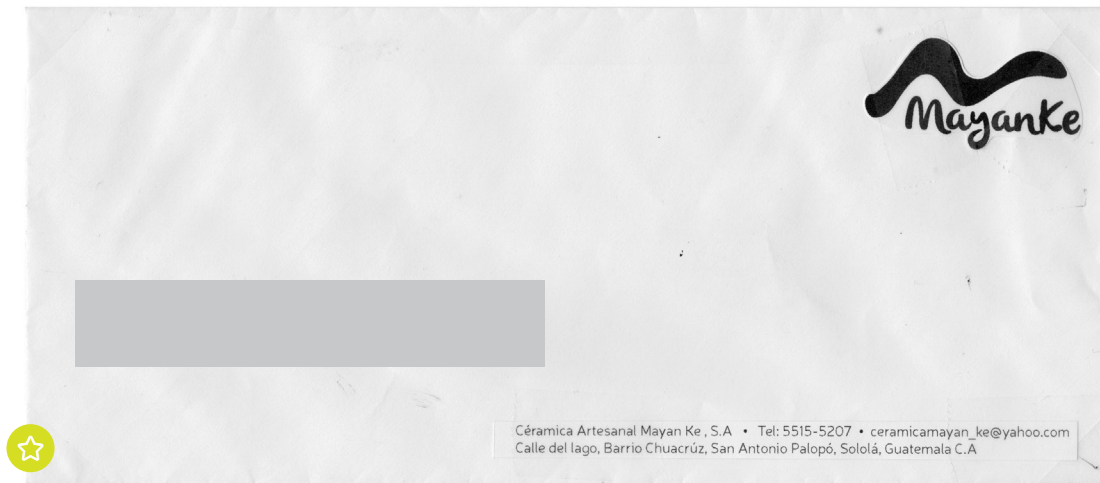


## Sobre Membretado / Propuesta #1 Diagramación

Con el fin de determinar la diagramación de la información que contiene el sobre membretado se procedió a la realización del proceso de bocetaje.

El elemento gráfico de apoyo seleccionado, será agregado digitalmente.



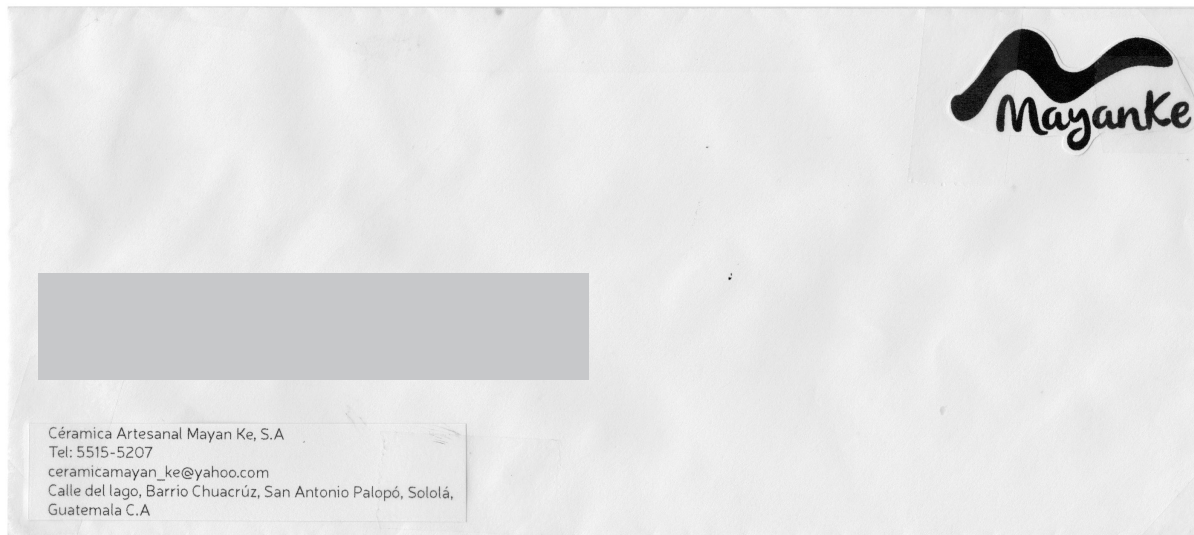


Utilizando la técnica de corte y pegado, se escogió una retícula jerárquica con ejes horizontales para la realización del proceso de bocetaje, con el fin de determinar la diagr macion de la información de contacto de la empresa que contiene el sobre

membretado, al que se colocó como referencia un recuadro gris, donde se encontrarán los datos del receptor del sobre.



Se realizaron propuestas de diagramación con distintas ubicaciones del logotipo y del texto que contiene la información de contacto de la empresa.



En la propuesta seleccionada y marcada, el logotipo se ubica en la esquina superior derecha y el texto que contiene la información de contacto de la empresa en la parte inferior, en concordancia con la distribución de los elementos gráficos de la hoja membretada preliminar.

## Digitalización / Propuesta #1

Para llegar a establecer la propuesta preliminar, se digitalizó la propuesta seleccionada, implementándose el color en el logotipo y el texto para continuar complementando la pieza.

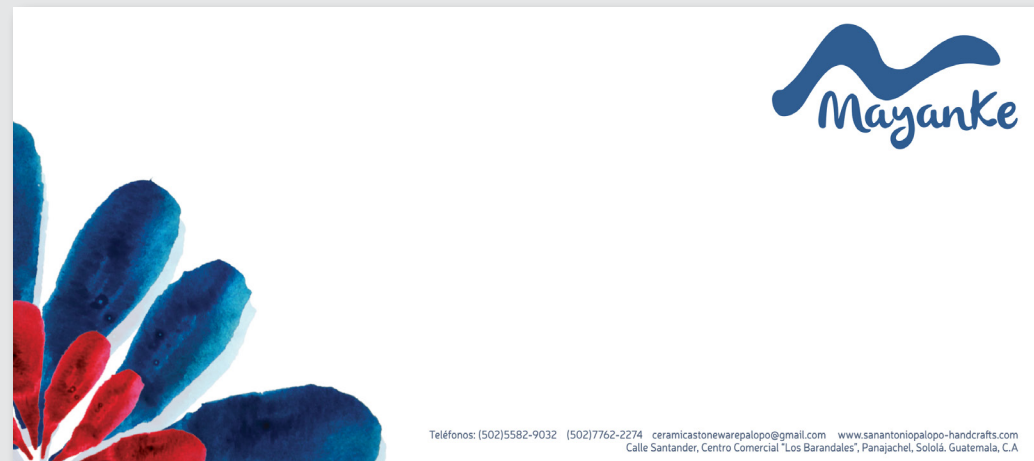


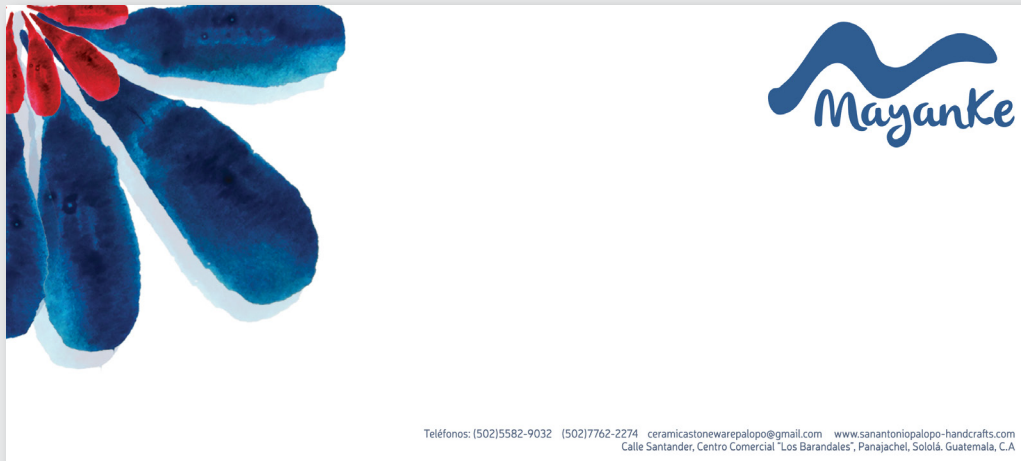
Teléfonos: (502)5582-9032 (502)7762-2274 [ceramicastonewarepalopo@gmail.com](mailto:ceramicastonewarepalopo@gmail.com) [www.sanantonioopalopo-handcrafts.com](http://www.sanantonioopalopo-handcrafts.com)  
Calle Santander, Centro Comercial "Los Barandales", Panajachel, Sololá, Guatemala, C.A



## Implementación de elemento gráfico de apoyo Propuesta #1

Se digitalizaron las propuestas elegidas y se implementaron las pruebas de color y posición de los elementos gráficos de apoyo.



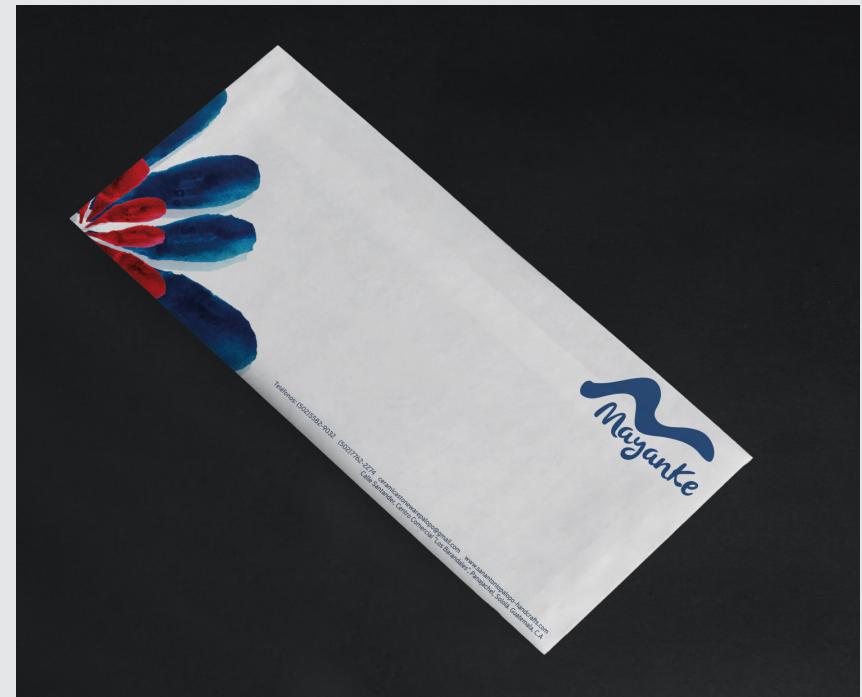


Se procedió luego a la designación de la que mejor cumple en su diagramación y posición de elementos gráficos, con el concepto de diseño seleccionado.

## Propuesta preliminar #1 / Sobre Membretado

La propuesta seleccionada preliminarmente es la unión visual de la tarjeta de presentación y la hoja membretada, cumpliendo a cabalidad su función de contener documentos y a su vez comunicar la información pertinente de la empresa en unidad con la imagen visual.

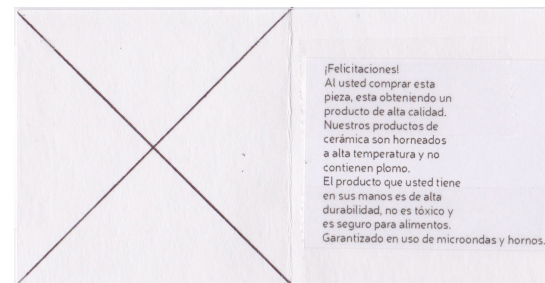
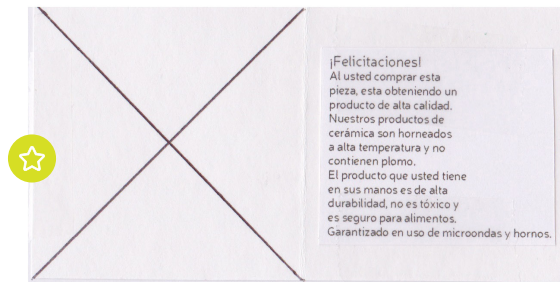
La medida será de 9.5 x 4.25 pulgadas con el soporte de Papel Bond



### **Etiqueta / Propuesta #1: Diagramación:**

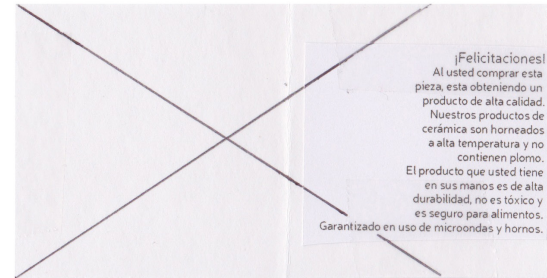
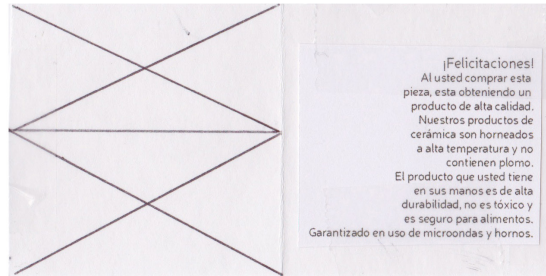
Se realizó el proceso de bocetaje de la etiqueta, utilizando una retícula jerárquica con ejes horizontales, para determinar la diagramación de la información.

El elemento gráfico de apoyo seleccionado, será agregado digitalmente.

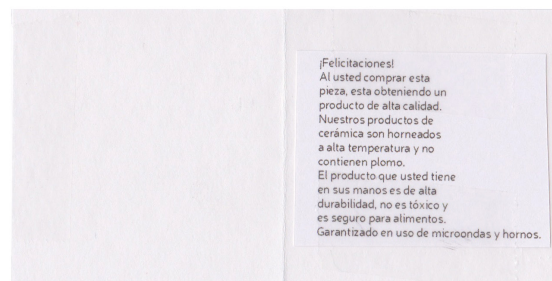


En la diagramación de la información para la etiqueta que se colocará en los productos artesanales de la empresa Mayan Ke, se trabajará un material tiro y retiro, con la finalidad de brindar la mayor área posible para distribuir toda la información que contiene, acerca de la empresa y los beneficios al adquirir un producto de Mayan Ke.





Se realizaron propuestas de diagramación con distintas ubicaciones del elemento gráfico de apoyo.



En la propuesta seleccionada el elemento gráfico de apoyo está en toda el zona de tiro, para darle unidad al logotipo y a la información de contacto de la empresa, brindándole mayor claridad al área destinada y los beneficios de comprar los productos de la cerámica artesanal Mayan Ke.

## Digitalización / Propuesta #1

Para llegar a establecer la propuesta preliminar, se digitalizó la seleccionada, implementándosele el color en el logotipo y la tipografía en el texto para continuar complementando la pieza.

### **Mayan Ke, S.A**

Tel:(502) 5582-9032  
(502) 7762-2274

[www.sanantoniopalopo-handcrafts.com](http://www.sanantoniopalopo-handcrafts.com)

Calle Santander, Centro Comercial  
"Los Barandales"  
Panajachel, Sololá  
Guatemala C.A



¡Felicitaciones!

Al usted comprar esta pieza,  
está obteniendo un producto  
de alta calidad.

Nuestros productos de cerámica  
son horneados a alta temperatura  
y no contienen plomo.

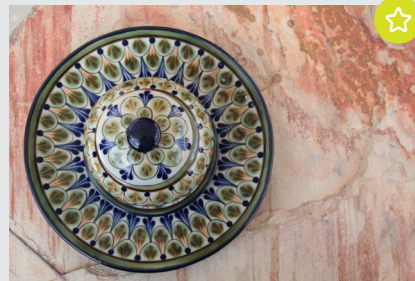
El producto que usted tiene  
en sus manos es de alta  
durabilidad, no es tóxico y  
es seguro para alimentos.

Garantizado en uso de  
micronondas y hornos



## Selección de fotografías / Propuesta #1

Para generar una propuesta que representara tanto los productos como la empresa, se tomaron una serie de fotografías de los productos, para ser implementadas en las diferentes propuestas a realizar de la etiqueta, la cual representará a Mayan Ke, en sus productos.



## Implementación de elementos gráficos de apoyo

### Propuesta #1

Luego de la selección de las fotografías de los productos con mayor demanda por parte del consumidor, se digitalizaron las propuestas elegidas y se implementaron las pruebas de color en el logotipo y en las fotografías empleadas como elementos gráficos de apoyo.

Tiro



Tiro



Retiro



¡Felicitaciones!  
Al usted comprar esta pieza,  
está obteniendo un producto  
de alta calidad.  
Nuestros productos de cerámica  
son horneados a alta temperatura  
y no contienen plomo.  
El producto que usted tiene  
en sus manos es de alta  
durabilidad, no ex tóxico y  
es seguro para alimentos.  
Garantizado en uso de  
micronondas y hornos

Retiro



¡Felicitaciones!  
Al usted comprar esta pieza,  
está obteniendo un producto  
de alta calidad.  
Nuestros productos de cerámica  
son horneados a alta temperatura  
y no contienen plomo.  
El producto que usted tiene  
en sus manos es de alta  
durabilidad, no ex tóxico y  
es seguro para alimentos.  
Garantizado en uso de  
micronondas y hornos



Se realizaron propuestas con la segunda diagramación seleccionada, con el fin de establecer una diferencia entre ambas

y así seleccionar la que mejor se adapte a la función de imagen visual de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke.

Tiro



Retiro

¡Felicitaciones!  
Al usted comprar esta pieza,  
está obteniendo un producto  
de alta calidad.  
Nuestros productos de cerámica  
son horneados a alta temperatura  
y no contienen plomo.  
El producto que usted tiene  
en sus manos es de alta  
durabilidad, no ex tóxico y  
es seguro para alimentos.  
Garantizado en uso de  
micronondas y hornos

Tiro



Retiro

¡Felicitaciones!  
Al usted comprar esta pieza,  
está obteniendo un producto  
de alta calidad.  
Nuestros productos de cerámica  
son horneados a alta temperatura  
y no contienen plomo.  
El producto que usted tiene  
en sus manos es de alta  
durabilidad, no ex tóxico y  
es seguro para alimentos.  
Garantizado en uso de  
micronondas y hornos

También se generaron propuestas utilizando como elemento gráfico de apoyo el seleccionado para el resto de la papelería empresarial y la combinación de éste con fotografía.

Tiro



Tiro



Retiro



Retiro

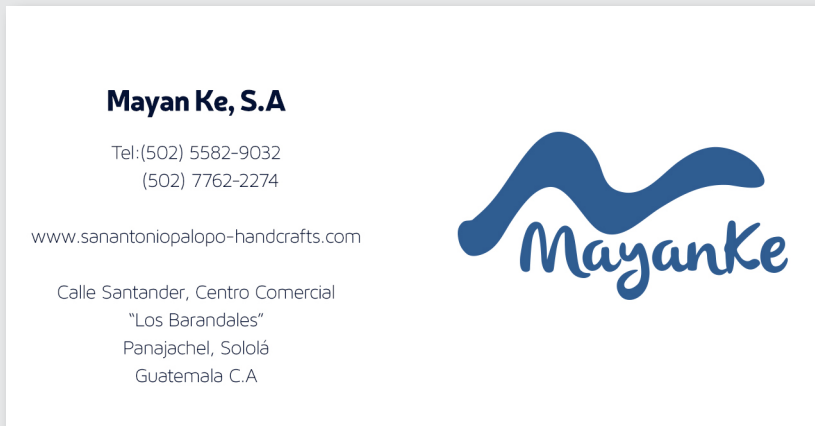


## Propuesta preliminar #1 / Etiqueta

En la propuesta seleccionada preliminarmente se usa la fotografía como elemento unificador del producto y de la imagen visual, cumpliendo con el propósito de brindar información para contactar a la empresa, identificarla con su logotipo y comunicar claramente los beneficios de adquirir los productos artesanales de la cerámica Mayan Ke.

La medida de la etiqueta será de 4.25 x 2.25 pulgadas. con un soporte de Opalina

### Tiro



### Retiro



¡Felicitaciones!  
Al usted comprar esta pieza, está obteniendo un producto de alta calidad. Nuestros productos de cerámica son horneados a alta temperatura y no contienen plomo. El producto que usted tiene en sus manos es de alta durabilidad, no es tóxico y es seguro para alimentos. Garantizado en uso de microwaves y hornos

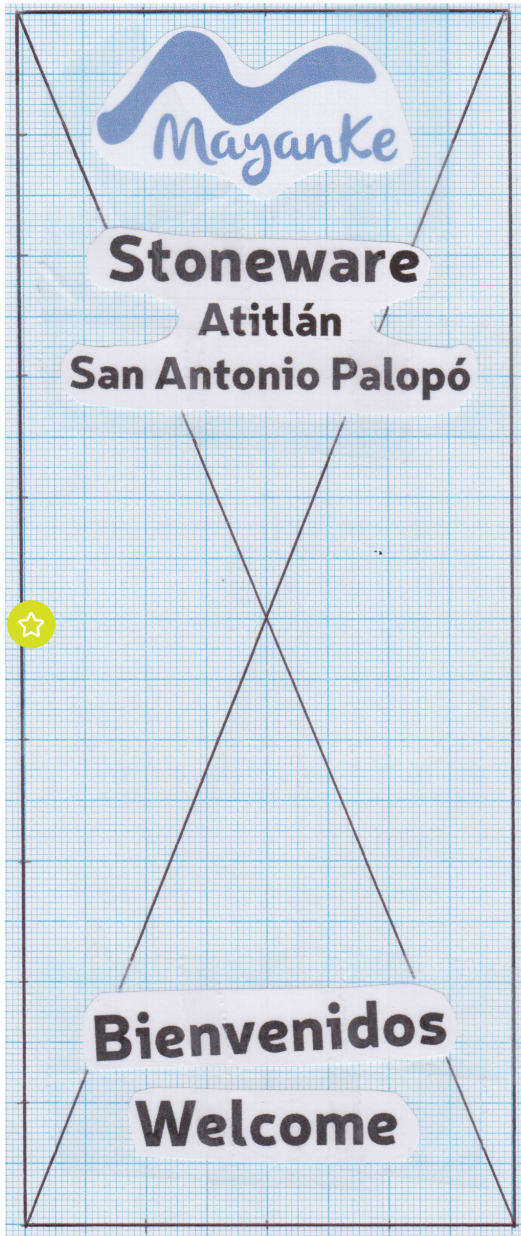
## **Manta Publicitaria / Propuesta #1**

### **Diagramación**

Se realizó el proceso de bocetaje utilizando una retícula jerárquica con ejes verticales, para determinar la diagramación de la información.

El elemento gráfico de apoyo seleccionado, será la fotografía.

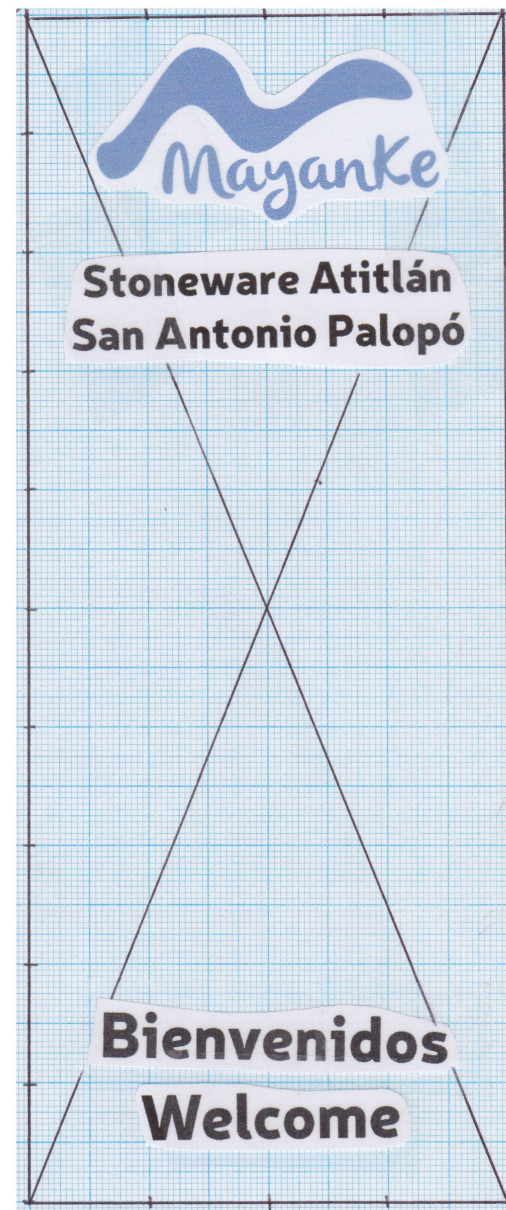
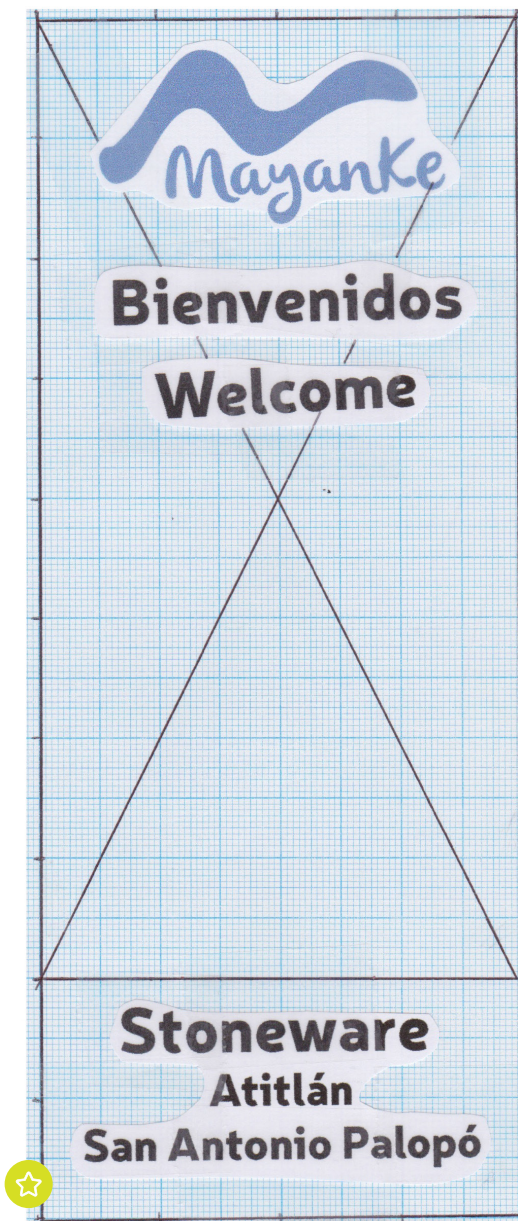


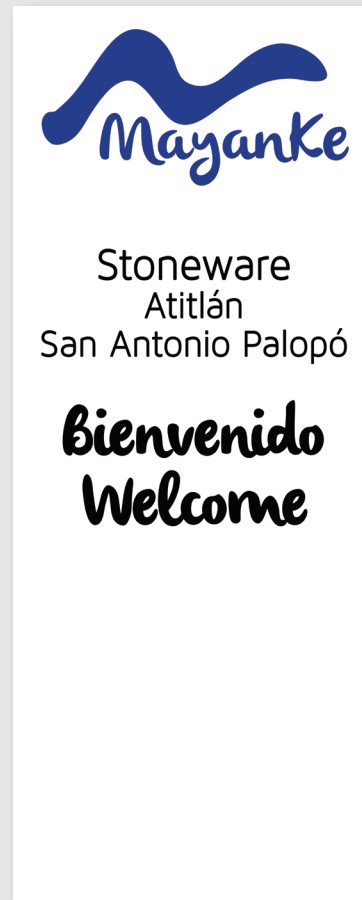
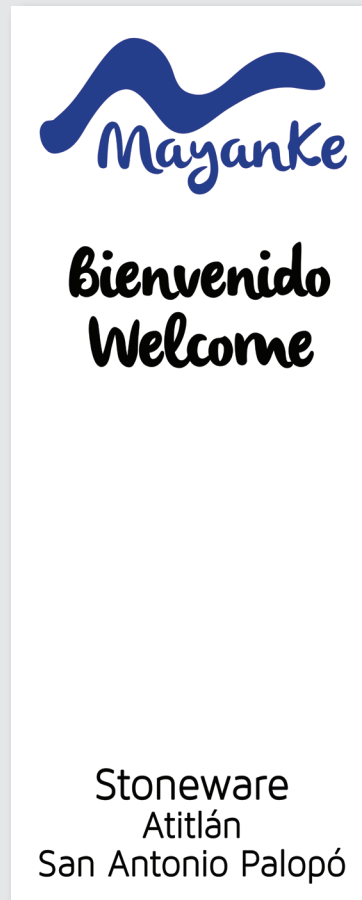
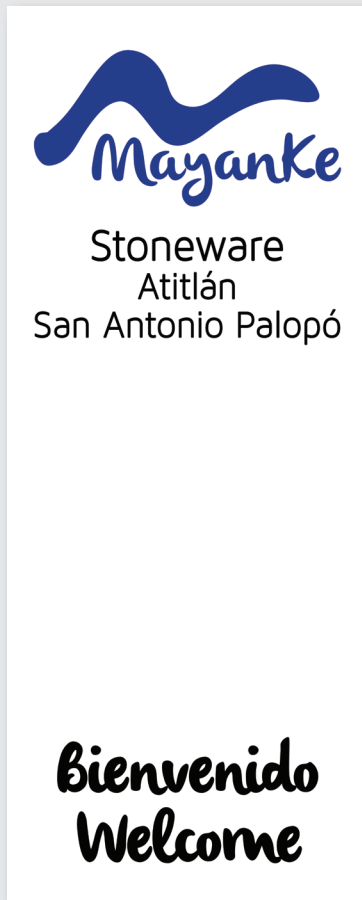


Utilizando la técnica de corte y pegado, se escogió una retícula jerárquica con ejes verticales para la realización del proceso de bocetaje, con el fin de determinar la diagrámacion de la información que contiene la manta publicitaria, que tendrá una medida de 0.80 x 2 Mts. ensamblada en una estructura Roll Up.



Se presentaron cuatro propuestas de diagramación y se inició la digitalización de las seleccionadas, con el fin de agregar los elementos gráficos de apoyo, propuestas de color y elementos que contribuyan con la comunicación de la información.





**Digitalización:**

Se seleccionaron las propuestas preliminares y se procedió a su digitalización, para posteriormente implementarle el color, las fotografías y demás elementos gráficos de apoyo.



## Selección de fotografías / Propuesta #1

Para generar una propuesta que representara tanto los productos como la empresa y así lograr invitar al grupo objetivo a saber más de la empresa, se tomaron una serie de fotografías de los productos, para ser implementadas en gran formato y así lograr mayor impacto en la empresa.

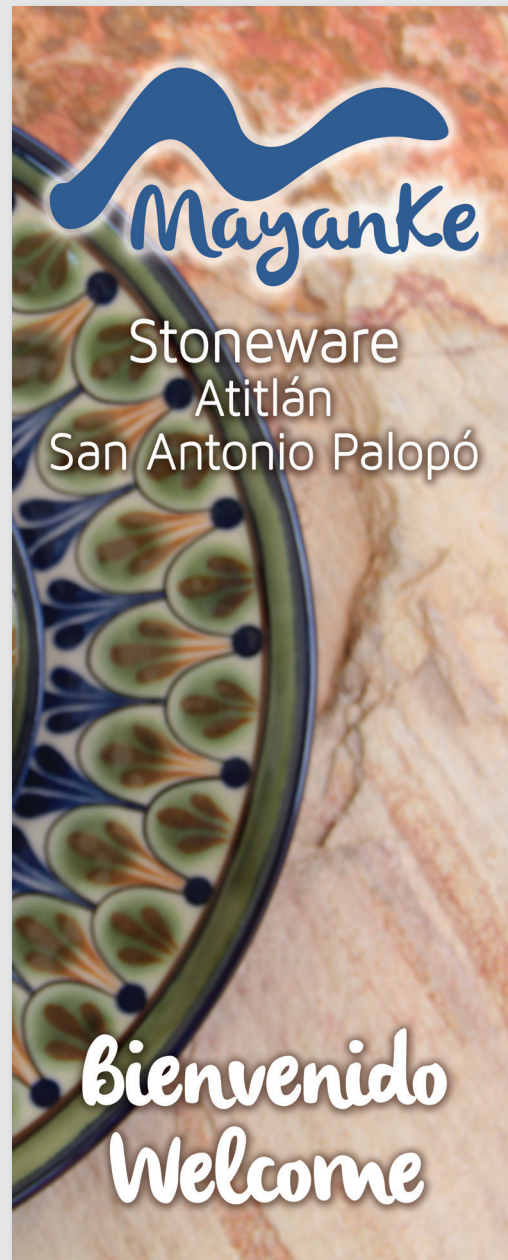






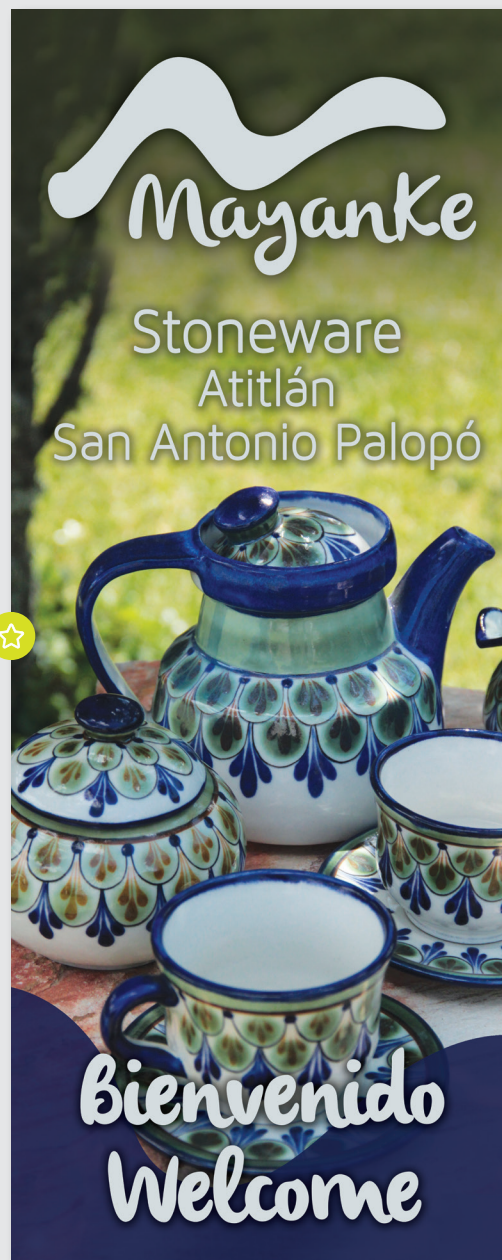
### Implementación de elementos gráficos y fotografías:

Se digitalizaron las propuestas elegidas implementandose las pruebas de color y posición de los elementos gráficos de apoyo.



Para marcar un contraste entre el logotipo y la fotografía se elaboraron varias pruebas.



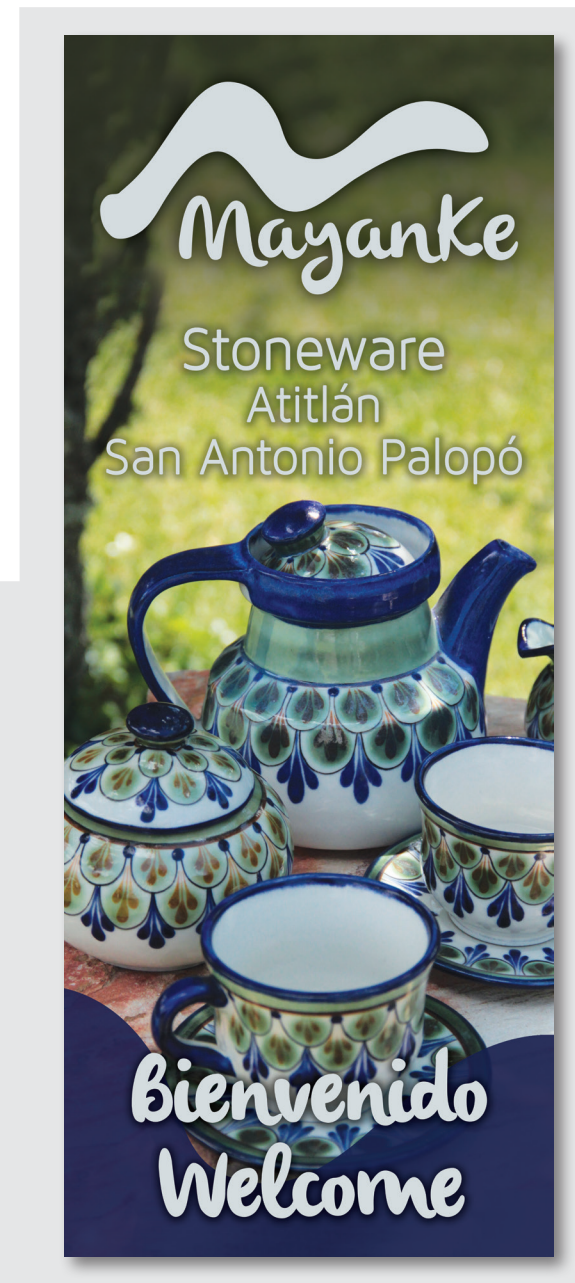


Luego de seis pruebas con distintas fotografías se seleccionó la propuesta preliminar que muestra los productos más buscados, según el instrumento realizado para el grupo objetivo.

## Propuesta preliminar #1 / Manta Publicitaria

En la propuesta seleccionada preliminarmente se usa la fotografía como elemento unificador del producto y de la imagen visual de la empresa, cumpliendo con el propósito de brindar la bienvenida e invitar a conocer más de sus productos entrando a su sala de ventas.

La medida de la manta será de 2.00 x 0.80 cm, con un soporte de Vinil, colocado en una estructura tipo Roll-Up.



## **Afiche Digital / Propuesta #1: Diagramación:**

Con el fin de generar una propuesta que esté directamente ligada con la imagen visual de la empresa y que pueda generarse como material publicitario en páginas digitales como facebook, Se realizó el proceso de bocetaje.

Como elemento gráfico de apoyo se utilizarán fotografías, consideradas en este caso indispensables.





La medida recomendada para los afiches digitales será de 1200 x 1200 px, según Llubes (2015), de tal manera que utilizando la técnica de corte y pegado, se escogió una retícula jerárquica con ejes verticales para la realización del proceso de bocetaje, con el fin de determinar la diagramación de la información que contiene el afiche digital.



En las propuestas se establecen distintos tamaños y posiciones de los elementos gráficos y textos, representando en forma de "x" el área a utilizar por una fotografía.





Se generaron propuestas colocando el logotipo en la parte inferior del afiche, sin embargo fueron descartadas ya que producen un sentimiento de inseguridad y puede darse a entender como una marca introvertida, lo cual no concuerda con lo que quiere transmitir la empresa.



Luego de diez propuestas de diagramación se eligió la marcada con el símbolo de selección, que se caracteriza por seguir un orden jerárquico vertical, posicionando como el elemento de mayor importancia el logotipo que identifica a la empresa en la parte superior central, como segundo en importancia el texto con la información de contacto y en el fondo una fotografía de los productos más representativos de la cerámica artesanal Mayan Ke.





Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032

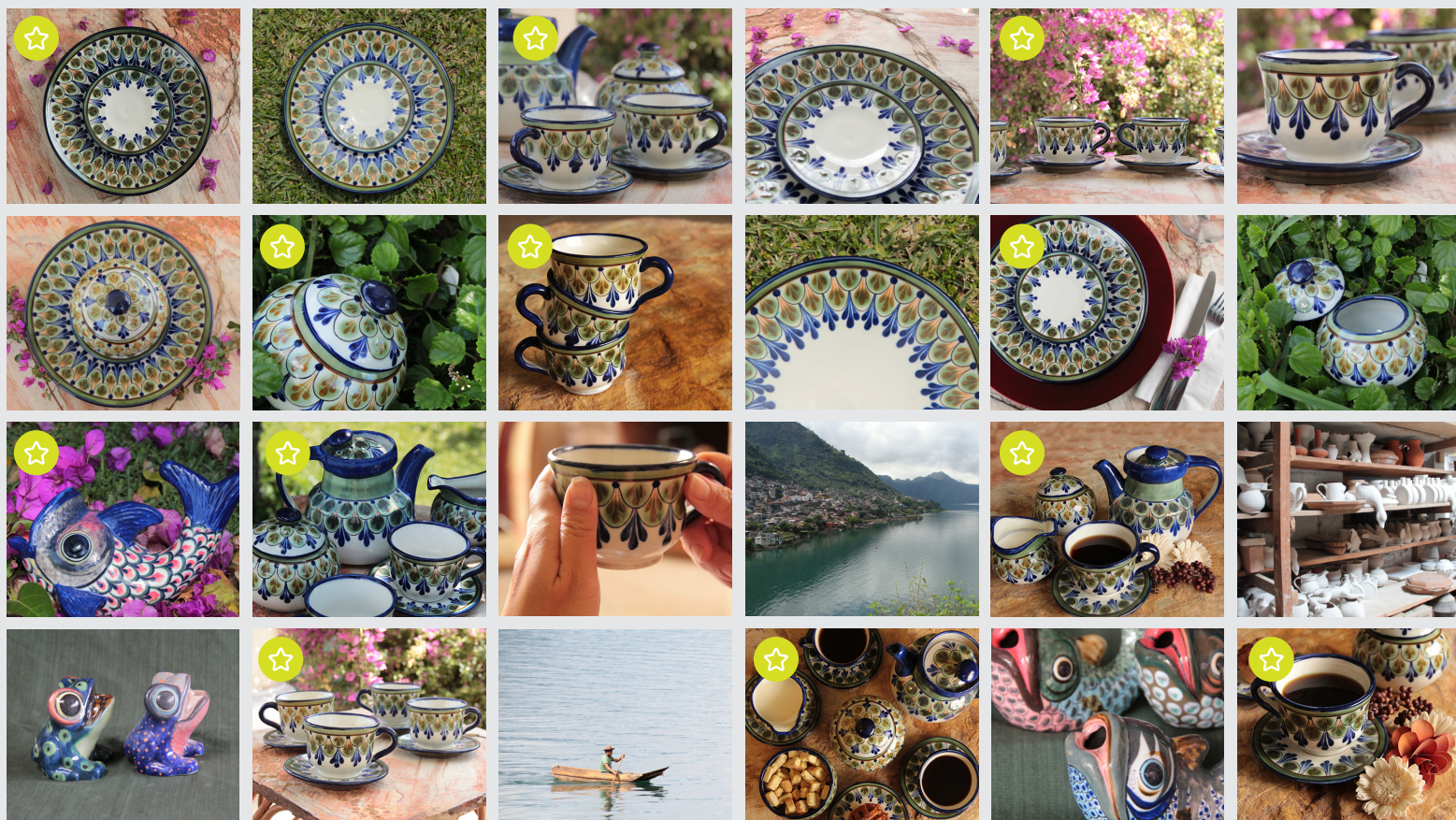
### **Digitalización / Propuesta #1**

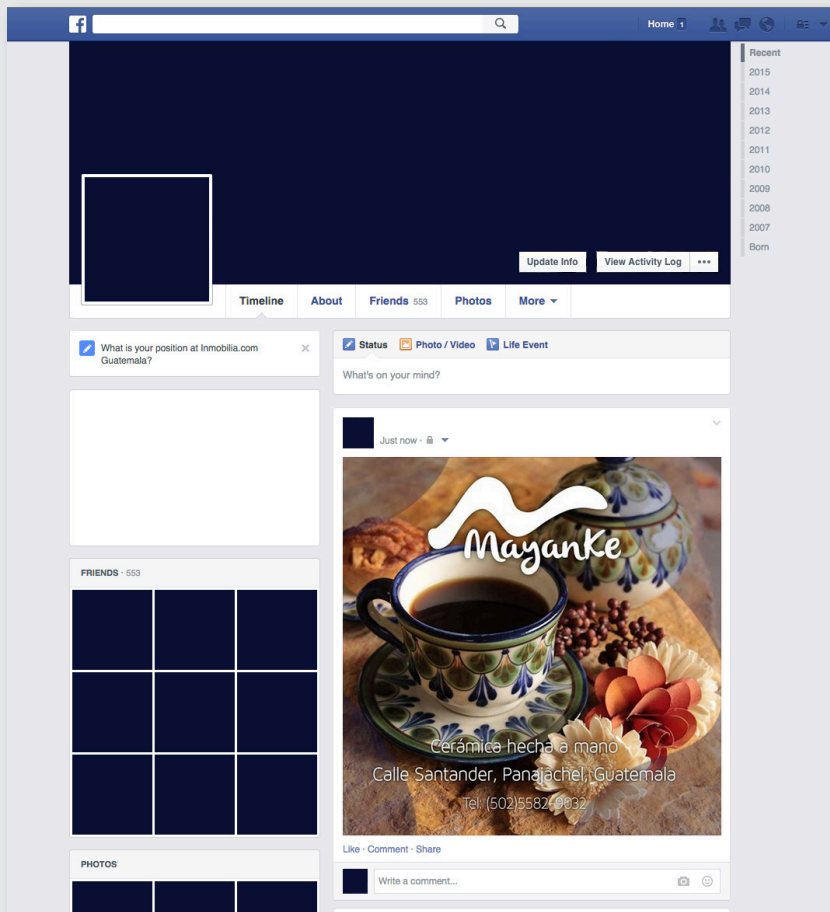
La propuesta preliminar seleccionada pretende mostrar una imagen atractiva, representativa de la empresa, capaz de capturar la atención del observador y buscar su interés por lo que se emplearon distintas piezas con la misma estructura pero utilizando diferentes fotografías dentro de un mismo patrón con el fin de crear unidad visual.

Se muestran las 12 fotos seleccionadas las cuales serán rotadas mensualmente durante un año de promoción en redes sociales.

## Selección de fotografías / Propuesta #1

Luego de la selección de la diagramación, se eligieron doce fotografías para los afiches digitales, que muestran al grupo objetivo los productos de la empresa de cerámica Mayan Ke.





## Propuesta preliminar #1 / Afiche Digital

La propuesta preliminar seleccionada, presenta unidad gráfica con los productos y con el resto de los materiales gráficos de la imagen visual de la empresa, implementándose en las doce fotografías elegidas con el fin de crear un material rotativo que se publique durante todo un año.

La medida recomendada para los afiches digitales será de 1200 x 1200 px, según Lluberes (2015).

A continuación se presentaran las 12 propuestas con las fotografías seleccionadas y mostradas anteriormente.





Propuesta preliminar 1/12:



Propuesta preliminar 2/12:





Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032

Propuesta preliminar 3/12:



Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032

Propuesta preliminar 4/12:





Propuesta preliminar 5/12:



Propuesta preliminar 6/12:





Propuesta preliminar 7/12:



Propuesta preliminar 8/12:





Propuesta preliminar 9/12:



Propuesta preliminar 10/12:





Propuesta preliminar 11/12:



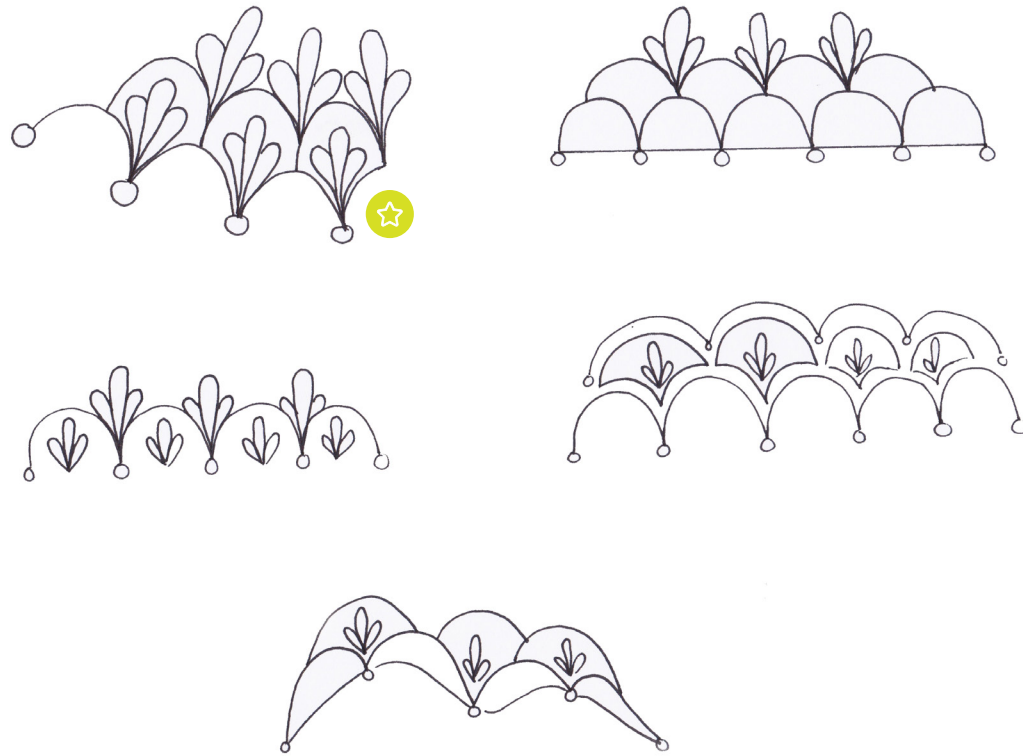
Propuesta preliminar 12/12:

Al concluir con la propuesta#1, se le pidió a un grupo de estudiantes de último año de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar, que realizara una evaluación colectiva, con el fin de determinar si las propuestas presentadas cumplían con los requisitos necesarios para ser consideradas piezas preliminares del proyecto de imagen visual de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke.

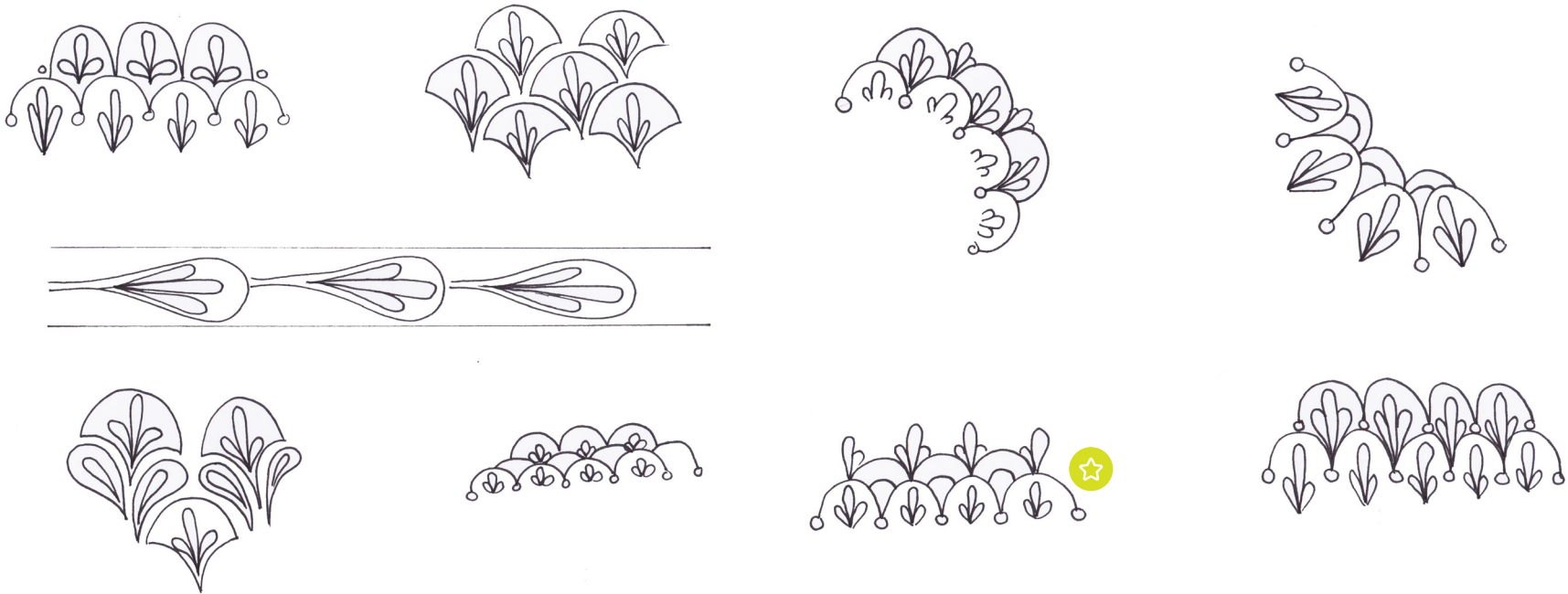
En base a los comentarios del grupo, se concluyó que la propuesta mostrada no se ligaba directamente con la empresa y las características de sus productos, puesto que los elementos del material gráfico de apoyo, no se relacionaban con los productos artesanales, por lo que se tomó la decisión de realizar una mejora en las propuestas, dando inicio a la realización del proceso de la propuesta #2.

### **Realización de Propuesta #2:**

Tomando en cuenta los comentarios recibidos, se decidió iniciar con el bocetaje de tres elementos gráficos para implementarlos en distintas piezas, con las mismas características que los de la propuesta #1, pero que representarían de una manera diferentes los productos de la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke.

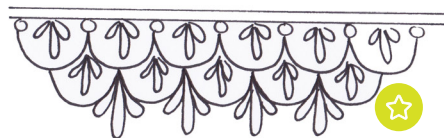
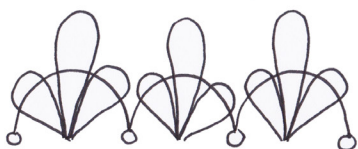


Tomando como referencia los elementos gráficos de las decoraciones de los productos de cerámica artesanal Mayan Ke, se realizaron bocetos con el fin de crear unidad visual en todos los materiales.



Se generaron distintas formas de representar los elementos decorativos en los productos cerámicos de Mayan Ke.





Se seleccionaron tres de las veinticinco propuestas para elementos gráficos de apoyo, considerados como los patrones originales.



**Elemento Gráfico # 1:**

Se procedió a la aplicación de pintura en las tres propuestas seleccionadas con el objetivo de crear un vínculo recreando los patrones utilizados en las artesanías de cerámica de Mayan Ke.



**Elemento Gráfico # 2:**



**Elemento Gráfico # 3:**



## **Tarjeta de Presentación / Propuesta #2**

### **Diagramación:**

Utilizando la misma diagramación establecida en la propuesta #1 pero implementado los nuevos elementos gráficos de apoyo se hicieron propuestas para la tarjeta de presentación.

## Digitalización / Propuesta #2:

Se realizaron distintas propuestas utilizando los elementos gráficos de apoyo, con el fin de representar gráficamente tanto los productos como el concepto principal "Ritmo de agua por el susurro del viento", con una diagramación jerárquica horizontal en la que se complementan la información y el elemento gráfico de apoyo.

### Propuesta Inicial



### Propuesta #2





Así mismo se desarrollaron propuestas con una diagramación vertical para generar diversidad.

El soporte será cascara de huevo, por lo que el fondo del material será un color beige.



## Propuesta preliminar #2 / Tarjeta de Presentación

La propuesta seleccionada, presenta una jerarquía visual que cumple y representa en su diagramación y posición de elementos gráficos con el concepto de diseño seleccionado.

La tarjeta de presentación tendrá las medidas estandares establecidas de 2 x 3.5 pulgadas y será impreso en cartulina de cascara de huevo color beige, para simular la textura de la cerámica.



## **Hoja Membretada / Propuesta #2: Diagramación:**

Con el fin de crear variedad entre los distintos materiales, se implementó en las hojas membretadas, un elemento gráfico de apoyo distinto pero con los mismos caracteres que los que se utilizaron en las tarjetas de presentación.

Al utilizar diferentes elementos gráficos de apoyo en cada pieza de la papelería empresarial se pretende crear dinamismo a la vez que unidad visual puesto que todos los elementos guardan los mismo caracteres.

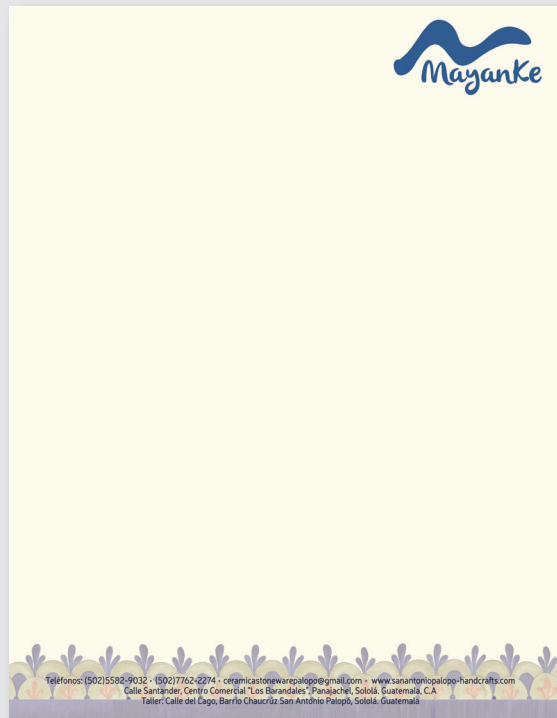
Con el fin de establecer las propuesta preliminar de la hoja membretada, se realizaron distintas pruebas para la implementación del elemento gráfico de apoyo.





## Propuesta preliminar #2 / Hoja Membretada:

La propuesta preliminar seleccionada para la hoja membretada, cumple con el concepto principal de diseño " Ritmo de agua por el susurro del viento", se complementa visualmente con los productos artesanales y con el resto de la papelería.



## **Sobre Membretado / Propuesta #2: Diagramación:**

Utilizando el bocetaje que se realizó previamente, se desarrolla una nueva propuesta en base a la diagramación establecida anteriormente, implementando directamente las propuestas con el elemento gráfico de apoyo seleccionado.

Se desarrollaron distintas propuestas con la implementación del nuevo elemento gráfico de apoyo, con el fin de establecer la propuesta preliminar para la pieza.



Luego de la realización de cuatro propuestas distintas de diagramación e implementación de elemento gráfico se concluyó con la selección de la propuesta preliminar, mostrada a continuación con el símbolo de selección.





## Propuesta preliminar #2 / Sobre Membretado:

En la propuesta seleccionada como preliminar se muestran de una manera distinta los elementos gráficos de apoyo, usando transparencias de los mismos, en clara alusión al proceso de transformación al que están sometidos los productos de la cerámica artesanal Mayan Ke.

En la siguiente fotografía se muestra el proceso de transformación al que están sometidos los productos de cerámica artesanal Mayan Ke.



La pieza tendrá como medida 4.25 x 9.5 pulgadas y será impresa en un papel Cascara de Huevo color beige.



**Etiqueta / Propuesta #2:**  
**Diagramación:**

En la elaboración de la nueva propuesta de la etiqueta para los productos artesanales Mayan Ke, se busca que sea simple para no recargar la riqueza del diseño del producto y que a su vez mantenga unidad gráfica con el resto de la papelería empresarial.

Se presentan distintas propuestas con la utilización del elemento gráfico de apoyo solo como detalle, en la parte interior de la etiqueta.

Tiro

**Mayan Ke, S.A**

Tel: (502) 5582-9032  
(502) 7762-2274

www.sanantonioopalopo-handcrafts.com

Calle Santander, Centro Comercial  
"Los Barandales"  
Panajachel, Sololá  
Guatemala C.A



A yellow star icon is located in the bottom-left corner of the card.


Tiro

**Mayan Ke, S.A**

Tel: (502) 5582-9032  
(502) 7762-2274


www.sanantonioopalopo-handcrafts.com

Calle Santander, Centro Comercial  
"Los Barandales"  
Panajachel, Sololá  
Guatemala C.A



A decorative floral pattern is visible in the top-left corner of the card.


Retiro



¡Felicitaciones!  
Al usted comprar esta pieza,  
está obteniendo un producto  
de alta calidad.  
Nuestros productos de cerámica  
son horneados a alta temperatura  
y no contienen plomo.  
El producto que usted tiene  
en sus manos es de alta  
durabilidad, no ex tóxico y  
es seguro para alimentos.  
Garantizado en uso de  
micronondas y hornos

A yellow star icon is located in the bottom-left corner of the card.

Retiro



¡Felicitaciones!  
Al usted comprar esta pieza,  
está obteniendo un producto  
de alta calidad.  
Nuestros productos de cerámica  
son horneados a alta temperatura  
y no contienen plomo.  
El producto que usted tiene  
en sus manos es de alta  
durabilidad, no ex tóxico y  
es seguro para alimentos.  
Garantizado en uso de  
micronondas y hornos

Se generaron propuestas más abstractas, sin embargo, luego de realizar cuatro propuestas de distintas etiquetas, se eligió la que más se adaptaba a la imagen visual manejada para la empresa y con una mayor identificación con los productos.

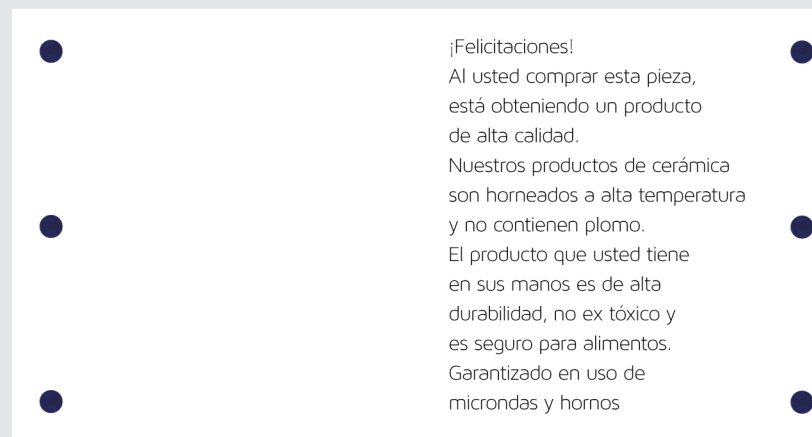
Tiro



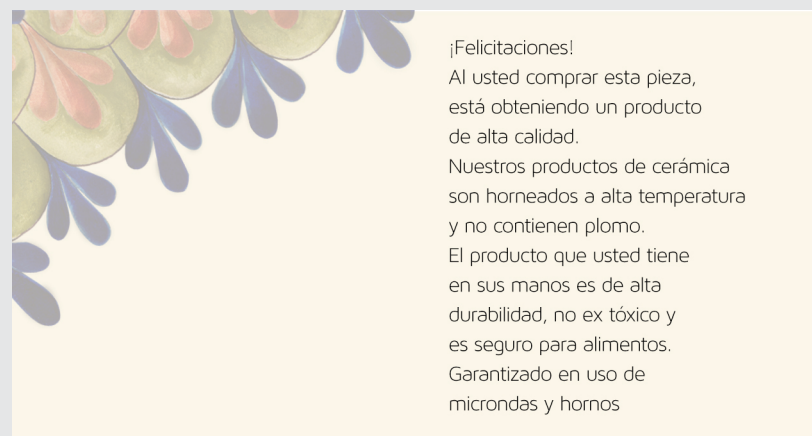
Retiro



Tiro



Retiro

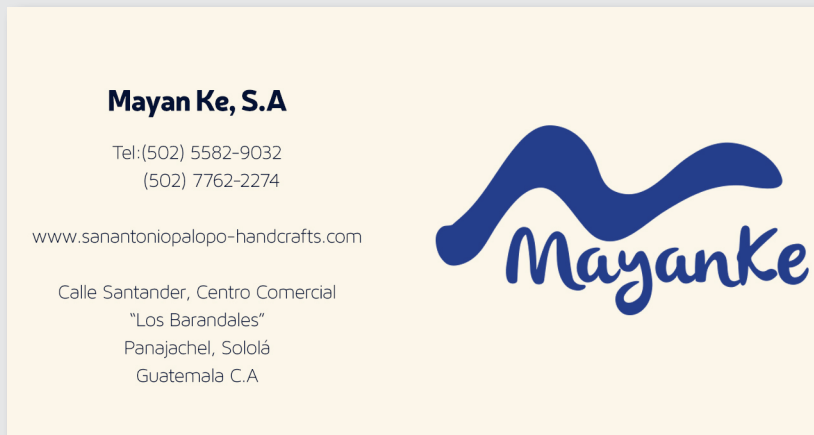




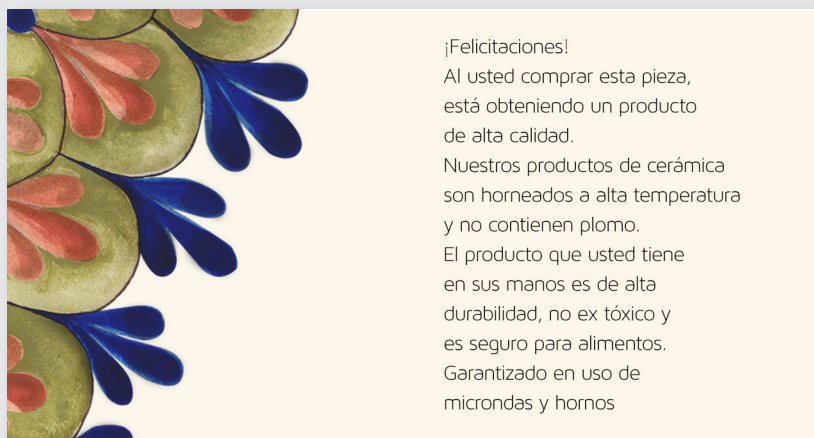
## Propuesta preliminar #2 / Etiqueta:

La propuesta preliminar seleccionada, se eligió por su simplicidad que hace resaltar los productos y a su vez identifica claramente a la empresa y mantiene unidad gráfica con el resto de la papelería por el detalle gráfico que se encuentra en su interior.

### Tiro



### Retiro



## **Manta Publicitaria / Propuesta #2:**

### **Diagramación:**

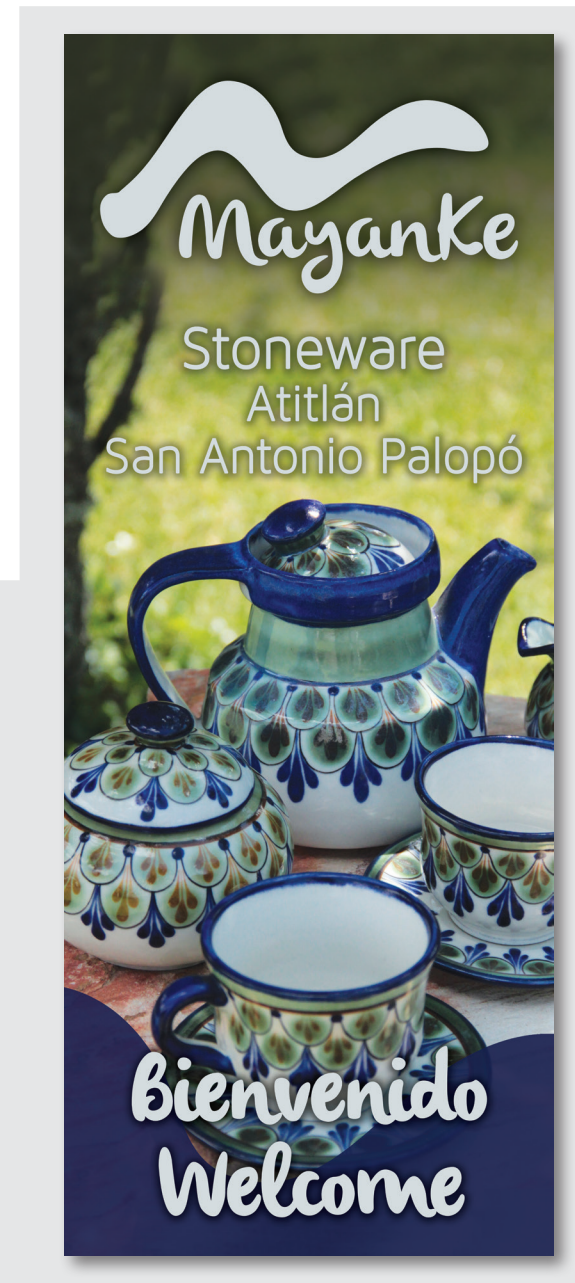
Se establece que la manta de bienvenida, permanecerá de la misma forma presentada en la propuesta #1, debido a que su función principal es atraer las miradas de su grupo objetivo invitándolos a entrar a la sala de ventas.

Por lo que se presenta a continuación:

## Propuesta preliminar #2 / Manta Publicitaria

Se establece la propuesta preliminar de la manta que será colocada en las afueras de la sala de ventas, invitando al público a entrar y ver de cerca los productos.

La medida de la manta será de 2.00 x 0.80cm, con un soporte de Vinil, colocado en una estructura tipo Roll-Up.

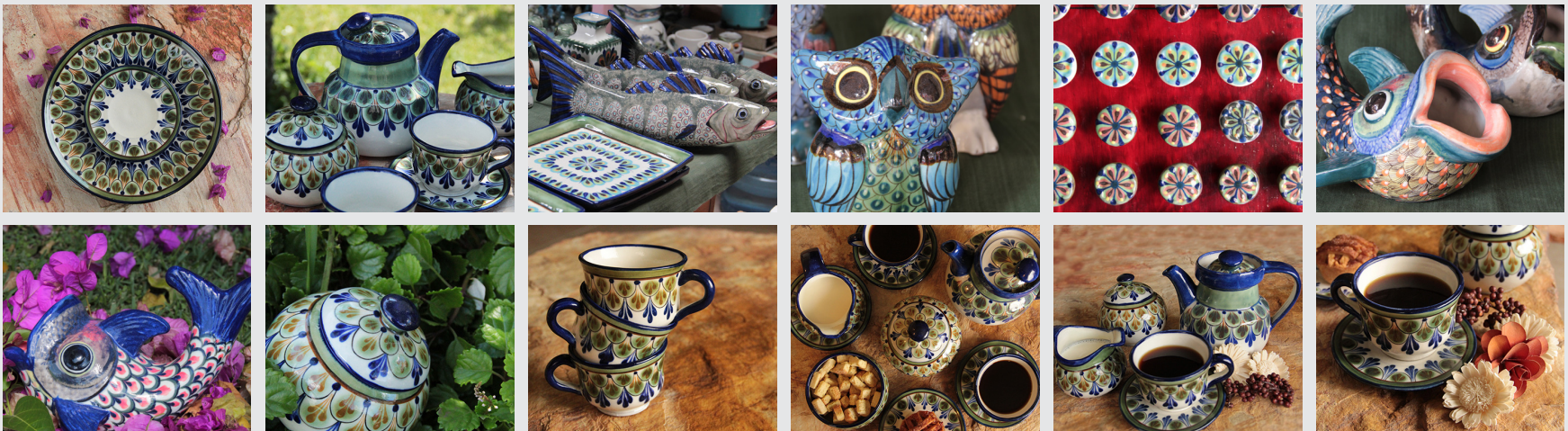




## Afiches Digitales / Propuesta #2: Diagramación:

Luego de la presentación de la propuesta preliminar #1, se observó que los productos implementados en las doce piezas generaban monotonía en el material ya que se representaban los mismos productos, por lo que se tomó la decisión de cambiar ciertas piezas implementando distintas fotografías para así brindar variedad y dar a conocer que la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke, cuenta con diversidad de productos.

Por lo que se mantiene la estructura del afiche digital y únicamente se cambiar algunas fotografías.







Propuesta preliminar 1/12:



Propuesta preliminar 2/12:





Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032

Propuesta preliminar 3/12:



Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032

Propuesta preliminar 4/12:





Propuesta preliminar 5/12:



Propuesta preliminar 6/12:





Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032

Propuesta preliminar 7/12:



Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032

Propuesta preliminar 8/12:





Propuesta preliminar 9/12:



Propuesta preliminar 10/12:





Propuesta preliminar 11/12:



Propuesta preliminar 12/12:

## VALIDACIÓN:

Se realizó una revisión del proceso de la estrategia de diseño a través de un proceso de validación, en el cual por medio de distintas preguntas se recibió retroalimentación externa de la propuesta preliminar realizada y presentada anteriormente.

Se implementaron las encuestas (anexo #4) como una manera de recolectar datos, las cuales fueron distribuidas a tres grupos distintos de validadores, conformados por una muestra de 7 diseñadores expertos en el área de diseño de imagen visual y diseño publicitario, trabajadores de la revista inmobiliaria inmobilia.com, y diseñadores gráficos especializados en la imagen visual de la empresa Eikon (anexo #4.1); una muestra de 25 personas que conformaron el grupo objetivo (anexo #4.2) y tres expertos en el tema de la realización de pintura en cerámica (anexo #4.3).

Con el fin de fundamentar de una mejor manera los cambios realizados en la propuesta final de las piezas gráficas del proyecto, se elaboraron gráficas de las preguntas, divididas según el grupo encuestado, iniciando con los diseñadores gráficos (anexo #4.1.a), luego con el grupo objetivo (anexo #4.2.a) y finalizando con los expertos en el tema (anexo #4.3.a).

El objetivo principal del proceso de validación es evaluar si lo que se desea transmitir por medio de las piezas está siendo recibido de una forma exitosa por parte del grupo objetivo, examinando de esta forma el canal de comunicación empleado en cada pieza gráfica.

A continuación se presenta una comparación de resultados de las piezas gráficas, en donde se muestran los cambios realizados en la propuesta preliminar para lograr una mayor efectividad en base a los comentarios, observaciones y críticas recibidas por parte de los encuestados.



Expertos en el tema, contestando encuesta de validación - Fuente propia.

## Logotipo:



Se tomaron en cuenta diversos aspectos a evaluar en los tres distintos grupos de validación, tanto los diseñadores gráficos, como los expertos en el tema y el grupo objetivo, iniciando con la interpretación de logotipo.

Se pudo determinar que el 87.7% de los diseñadores entrevistados consideran que la implementación de color en la propuesta del logotipo genera armonía y es adecuado para la temática. En cuanto a la tipografía utilizada el 88.9% de los encuestados del grupo objetivo opina que el tipo de letra utilizada en el isotipo es complementaria al símbolo y es fácil de leer, sin embargo el 7.4% cree que el tipo de letra dificulta la lectura pero complementa positivamente al símbolo, así mismo el 100% de los consultados expertos en el tema consideran que el tipo de letra complementa positivamente al símbolo y facilita la lectura.

En cuanto a los resultados establecidos para la selección tipográfica por los diseñadores gráficos se considero que el tipo de letra utilizado en el isotipo es complementaria y adecuada para el logotipo y la empresa.

Así mismo en cuanto a la interpretación del símbolo del isotipo el 57.1% de los diseñadores encuestados opinó que representa pinceladas, mientras que el 28.6% consideró que simbolizaba todas las respuestas establecidas, tales como pinceladas, montañas, agua y viento, de tal manera que el símbolo es adecuado para la representación de la empresa según los diseñadores.

En cuanto al grupo objetivo el 100% de los encuestados concuerdan en que el logotipo representa pinceladas, la cerámica y la artesanía pintada de Mayan Ke, al igual que el 100% considera que el símbolo utilizado como representativo de la empresa artesanal es interpretada como agua, viento, montañas y pinceladas, por lo tanto se encuentra directamente ligado con el significado del concepto central seleccionado.

Por último expertos concuerdan en que el isotipo representa pinceladas, artesanía pintada y cerámica lo cual es representativo de la empresa así mismo el 66.6% de los encuestados considera que el isotipo hace referencia al agua y montañas, y el otro 33.3% considera que hace referencia al agua, viento, montañas y pinceladas. Así mismo como comentario extra de los encuestados se establece que la imagen identifica originalmente los productos de cerámica de Mayan Ke y las piezas son apoyadas por un logotipo adecuado y funcional.



## Tarjeta de Presentación:



Se dió inicio a la evaluación de la tarjeta de presentación por parte de los tres distintos segmentos de la validación, incluyendo a los diseñadores gráficos, expertos en el tema y grupo objetivo.

En la validación por parte del grupo objetivo se pudo determinar que el 88.9% de los entrevistados consideran que al ver la tarjeta de presentación se trata de una tienda de cerámica artesanal, sin embargo el 7.4% de los encuestados considera que es una tienda relacionada con pintura. Como comentario extra se mencionó que la ubicación y posicionamiento de la información

en el material, generan la sensación de formalidad y estabilidad por parte de la empresa.

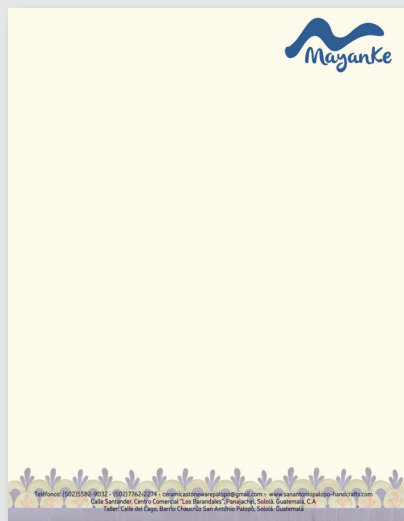
Así mismo los diseñadores gráficos concuerdan en que se reconoce la unidad y armonía entre el material y los productos realizados por la empresa artesanal Mayan Ke, sin embargo como comentario extra recomiendan que los márgenes de cada material sea más amplio para que no exista riesgo en el borde.

El 87.7% de los diseñadores consultados consideran que la selección tipográfica implementada en los materiales es adecuada ya que facilita la legibilidad de la información y el 71.4% comenta que el orden de la lectura de la información es coherente.

Por parte de los expertos, el 66.7% concuerda en que la tarjeta representa una tienda de cerámica, sin embargo el otro 33.3% establece que podría tratarse de una tienda de artesanía, lo cual es acorde con el objetivo principal de la tarjeta y se complementa directamente con el concepto central seleccionado.

Por otro lado, como comentario extra se estableció que la distribución de los elementos aportan positivamente a la pieza y representan directamente los productos de la empresa artesanal Mayan Ke, así mismo mencionan que el detalle del elemento gráfico complementa y grafica positivamente a los productos que realiza la empresa, dándole un toque único a la pieza.

## Hoja Membretada, Sobre Membretado y Etiqueta:

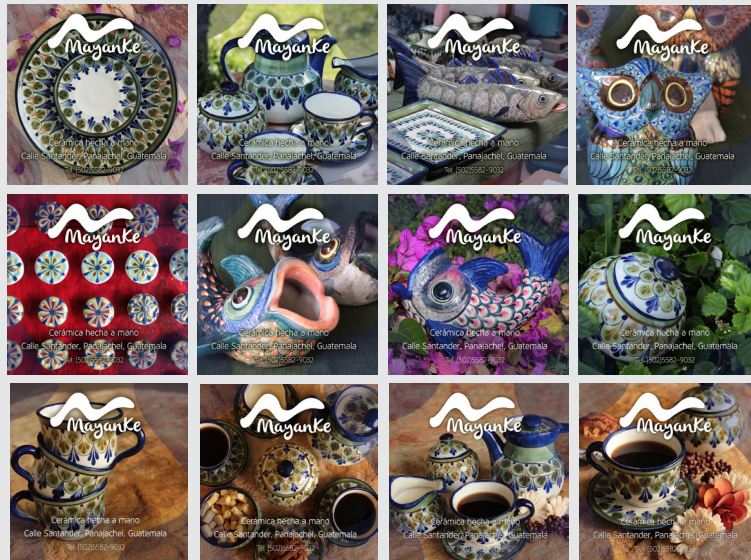


Según la evaluación realizada a los distintos grupos de validaciones sobre los elementos gráficos en general, se logró determinar que el 71.4% de los diseñadores gráficos entrevistados estiman que el material gráfico de apoyo aporta fluidez y unidad a la imagen visual de los productos de la empresa artesanal, sin embargo el 14.3% comenta que se ve desordenado pero que aporta positivamente a la temática, así mismo el 85.7% opina que la implementación de los elementos gráficos y la información se complementan entre si y aportan de una manera positiva al tema.

El 100% del grupo objetivo considera que cuentan con armonía y ritmo entre ellos, y que los elementos gráficos aportan fluidez al material y al tema. El 92.6% de los entrevistados, mencionó que la utilización de los elementos gráficos, estructura de información y posicionamiento del logo le dan a la empresa estabilidad, formalidad y profesionalismo, sin embargo se considera que la hoja membretada podría tener más color y dinamismo para generar más unidad visual.

El 100% de los expertos en el tema, consideran que los elementos son fluidos y aportan positivamente a la empresa de acuerdo con el tema, de igual forma el 100% considera que cuenta con un orden de lectura coherente y es adecuada para el material

## Manta Publicitaria y Afiches digitales:



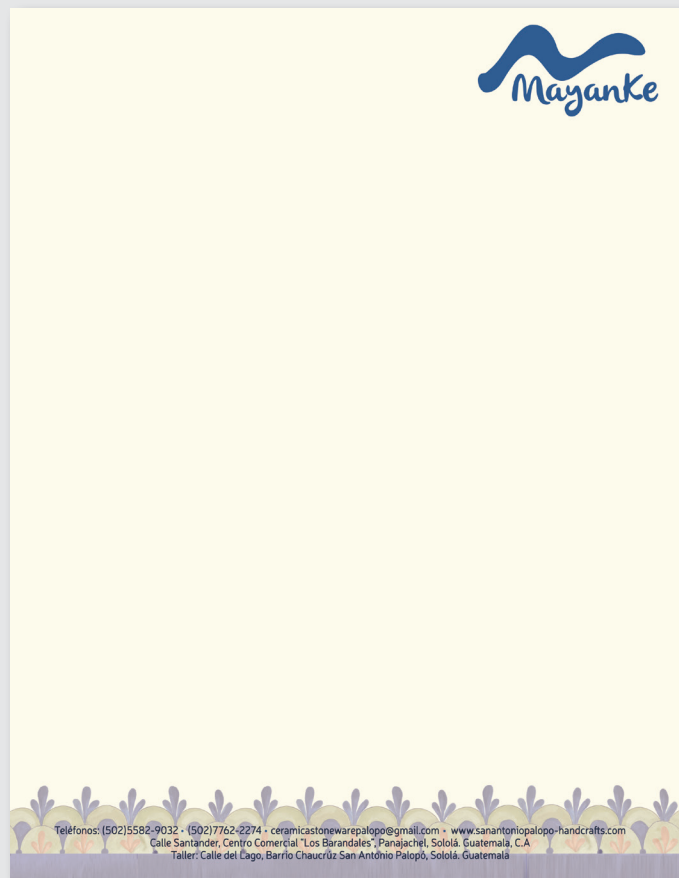
Según la evaluación realizada sobre los elementos y material en general, el 96.3% de los consultados del grupo objetivo considera que la unión entre los elementos gráficos y la estructura de la información se complementan entre si y aportan positivamente al tema, así mismo se mencionó que la representación gráfica, desde el logotipo, los textos y el color, generan un aporte significativo y verdadero para la presentación de Mayan Ke, igualmente los colores utilizados son bastante representativos de la empresa y del país, sin embargo se mencionó que los textos inferiores de los afiches digitales se pierden en la fotografía y es algo que se podría mejorar.

El 85.7% de los consultados considera que la selección tipográfica es adecuada para los materiales y facilita la lectura de la información, sin embargo concuerdan con la opinion del grupo objetivo al evaluar la colocación del texto en la parte inferior de los afiches digitales.

Los expertos en el tema mencionan que el uso de los colores complementarios es adecuado, que las piezas realizadas son apropiadas para el tema y la ubicación de cada elemento complementa positivamente a cada material.

## Modificación de piezas, según validación

Antes



Después



Según lo mencionado en las encuestas de validación la hoja membretada carecía de color y dinamismo, a diferencia de las otras piezas, por lo que se realizó el cambio del elemento gráfico

para así cumplir con las observaciones realizadas por parte de los diseñadores encuestados y el grupo objetivo.



Antes



Después



Así mismo se mencionó que los textos inferiores de los afiches digitales, se perdían en la fotografía y es algo que se podía mejorar. Por lo que se incrementó el grosor de la letra, se aumentó la sombra de fondo y se limpió el área para generar más acercamiento visual a la información y no sobre saturar el material.

Luego de completar con la validación de la propuesta se procedió a realizar el manual de marca para la utilización de la nueva imagen realizada para la empresa artesanal de cerámica Mayan Ke.





**GESTIÓN DE  
LA IMPLEMENTACIÓN  
DE DISEÑO**

---





## PROPUESTA Y FUNDAMENTACIÓN FINAL:

Mayan Ke, es una pequeña empresa de cerámica artesanal pintada a mano que desea aumentar su productividad para crecer y con ello brindar trabajo y esperanza de mejorar la calidad de vida de su comunidad.

Sin embargo, no cuenta con una forma de identificación para darse a conocer adecuadamente con el grupo objetivo, por lo que era necesario establecer un distintivo visual que la proyecte e identifique como un taller líder de cerámica en Guatemala.

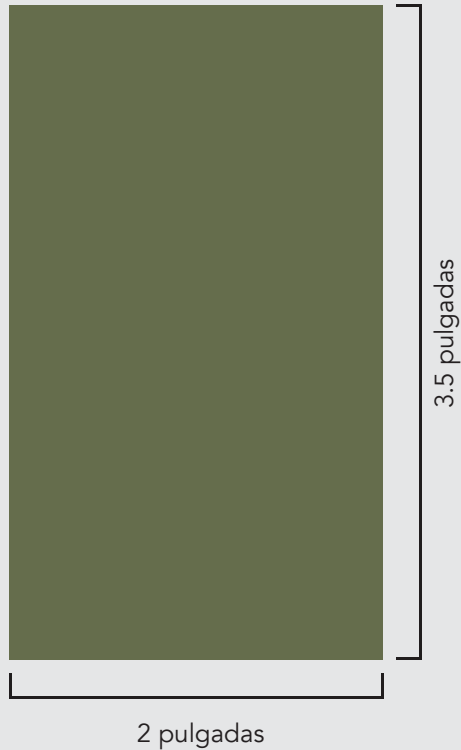
El grupo objetivo al que va dirigida la empresa está comprendido por mujeres, turistas tanto nacionales como extranjeras en un rango de edad entre los 35 y 65 años, que gustan principalmente de los artículos utilitarios relacionados con la degustación de alimentos, como las vajillas completas y sobre todo los juegos de té.

El concepto de diseño en el cual gira la propuesta gráfica es “Ritmo de agua por el susurro del viento”, con el que se desea representar la fuerte influencia que tiene la leyenda de la creación del lago (anexo #5) con la gran variedad de sus productos y la utilización del agua como componente esencial en el proceso de manufactura y decoración de los mismos, diferenciándolos por sus características, beneficios y originalidad.

A continuación se presentan las propuestas finales de la imagen visual y material publicitario de Mayan Ke, las cuales responden de una manera exitosa la necesidad planteada.

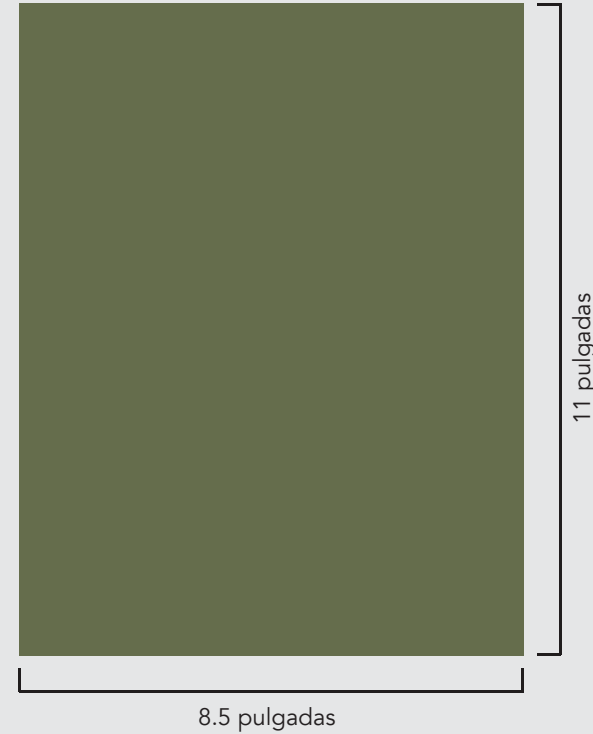
## Formato:

Tarjeta de Presentación



La tarjeta de presentación cuenta con un formato estándar de 2 x 3.5 pulgadas, que busca representar la tradicionalidad de la empresa en los distintos procesos elaboración de los productos, así como también su facilidad de manejo en el momento de entregarse al cliente.

Hoja Membretada



La hoja membretada cuenta con una medida tamaño carta de 8.5 x 11 pulgadas vertical, para que pueda ser utilizada para el envío de cotizaciones, cartas etc., pueden ser impresas en una impresora casera y reducir costos para la empresa.

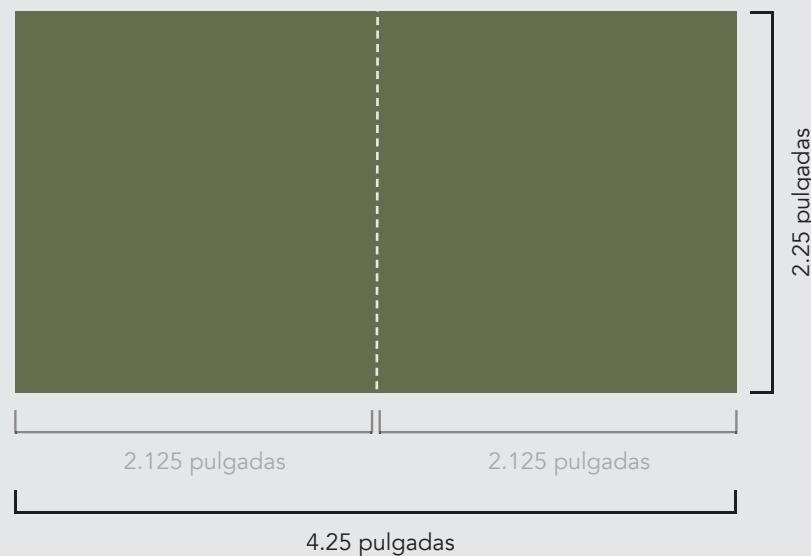


### Sobre Membretado



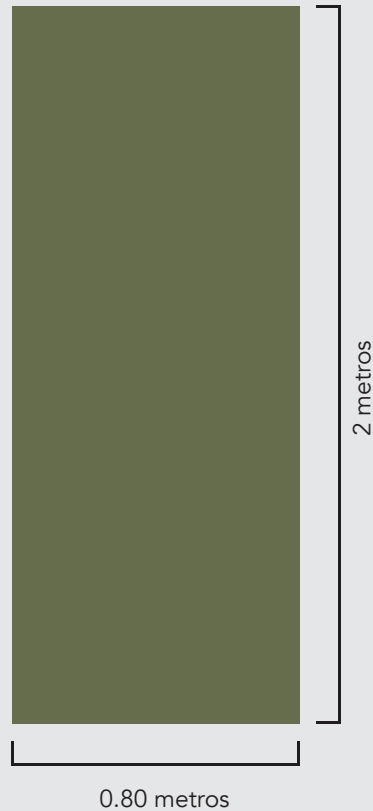
El sobre membretado cerrado tiene como medida 9.5 x 4 pulgadas, lo cual está implementado para una hoja tamaño carta en su interior, tal y como menciona Ecosistema emprendedor (2013), la imagen corporativa puede tener multitud de variantes de acuerdo a los intereses de la empresa, de tal manera que el conjunto de la hoja membretada y el sobre membretado busca la tradición de la empresa para así fortalecer su imagen gráfica.

### Etiquetas



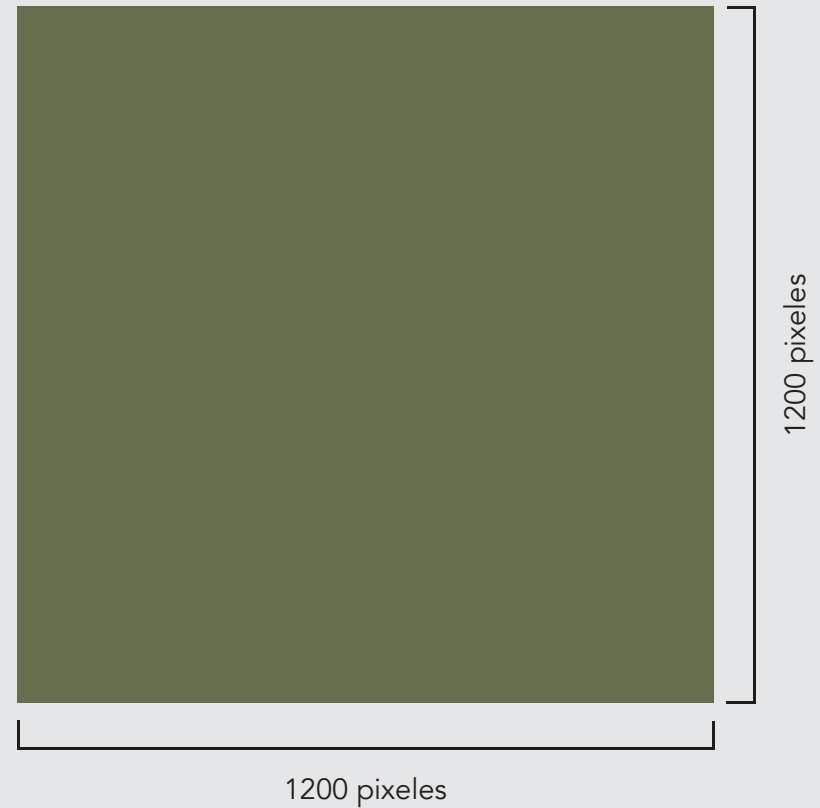
La etiqueta va ligada directamente con la entrega de los productos de Mayan Ke, tiene como medida total de 4.25 x 2.25 pulgadas, debe de ser implementada en todos los productos de cerámica con el fin de identificar a la empresa, se consideró una medida estándar que pueda ser utilizada tanto para piezas pequeñas como piezas grandes de los productos de la empresa.

### Manta Publicitaria



La manta publicitaria tiene como medida 0.80 x 2.00 metros, montada en una estructura tipo Roll Up, ya que la ubicación principal de la manta será en la calle Santander de Panajachel, invitando al grupo objetivo a conocer la sala de ventas, debe de ser una manta lo suficientemente grande como el formato seleccionado y atractiva como para atraer la atención del consumidor.

### Afiches Digitales



Los afiches digitales tienen como medida 1200 x 1200 pixeles, ya que como menciona Lluberes (2015) es la medida recomendable para imágenes en redes sociales, debido a la resolución implementada y la apreciación del contenido que se coloque. De tal manera que la medida establecida reconoce y presenta de una manera exitosa la función principal de cada pieza.

**Retícula:**

La retícula en los materiales realizados es manejada por jerarquía, dividiendo la información, el posicionamiento del logotipo y la implementación del elemento gráfico, busca en cada uno de los materiales dar a conocer la nueva imagen y enfatizar en el logotipo, para así generar el impacto necesario para que la empresa sea reconocida por parte de su grupo objetivo.

Así mismo la retícula jerárquica genera unidad visual y dinamismo en cada uno de los materiales realizados, siempre ligandolos con el concepto central seleccionado "Ritmo de agua por el susurro del viento".

**Ejes:**

En los distintos materiales, se manejaron principalmente ejes horizontales, ya que permiten una mejor composición y distribución de la información dando mayor énfasis a lo que se desea. Con la unión de la retícula y los ejes se crea cierto ritmo, dinamismo y movimiento, representando así el ritmo, dinamismo y movimiento al que hace referencia el concepto de diseño.

## Elemento Gráfico de Apoyo:



Se desarrolló el elemento gráfico de apoyo haciendo referencia a las decoraciones de los productos de cerámica artesanal que realiza Mayan Ke, con el fin de representar gráficamente en las piezas de diseño los productos de la empresa y así lograr vincularlos con el grupo objetivo y ligar directamente el diseño del elemento gráfico con el concepto de diseño seleccionado, representado ritmo y dinamismo en cada una de las piezas.

## Tipografía:

### Textos:

Maven Pro

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

12345678910

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."

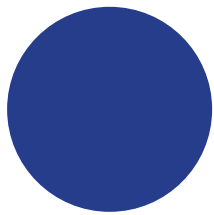
La tipografía seleccionada busca apoyar a la imagen gráfica de la empresa, sin sobre cargar el material, por lo que se seleccionó una tipografía Sans Serif, con caracteres sólidos y de trazo simple, logrando transmitir la información de una manera clara y sobria, enviando al grupo objetivo un carácter de profesionalismo y tradición de la empresa.



## Color:

La paleta de colores seleccionados representan primordialmente los colores que utiliza Mayan Ke en sus productos, ligados fuertemente con la filosofía de la empresa y el concepto de diseño.

El color simboliza el entorno en el que se encuentran el taller y la sala de ventas de Mayan Ke, tomando en cuenta lo verde de las montañas y sus volcanes, lo azul que representa el agua y el mito de la creación del lago, el café hace referencia a la materia prima usada en los productos de cerámica.



Color Principal

El color principal esta ligado directamente tanto con la empresa, por su significado en cuanto a los colores como en al representación gráfica del concepto de diseño, reflejando así por medio del color, el ritmo, el viento y el agua, del entorno del taller de cerámica.

C: 94% M: 84% Y: 12% K: 2%

R: 48% G: 69% B: 140%

PANTONE: 7455 C

HEXACROMÁTICO: 30468c



Colores complementarios en piezas gráficas  
(elemento gráfico)

## Soporte:

El soporte utilizado es primordialmente el papel y la cartulina de "Cascara de Huevo" por el acabado final luego de la impresión, ya que genera la sensación de un barniz tal y como es en las piezas de cerámica de Mayan Ke.

Así mismo, el material cuenta con una textura y cierto brillo el cual colabora con el acabado final de cada una de las piezas.

## Logotipo:



C = 100%	R = 37%
M = 90%	G = 92%
Y = 12%	B = 139%
K = 2%	PANTONE: 7455 C

Fishel (2003) menciona que una de las características principales por las cuales es necesario considerar el cambio de imagen es el “Volver a empezar” ya que iniciar de nuevo con una imagen completamente diferente puede ser lo más inteligente para una entidad, por lo que se realizó el rediseño del logotipo para la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke, puesto que el que se ha estado utilizando como identificador visual no se relaciona con la elaboración de productos de cerámica, ni con la nueva imagen que se desea transmitir.

El rediseño del logotipo busca identificar a Mayan Ke, como el taller de cerámica artesanal con más prestigio en San Antonio Palopó, Sololá y reflejar las características artesanales de sus productos, se inspira en el entorno, las leyendas de la región, los materiales y el proceso de elaboración de los productos de cerámica.

Como establecen Jiménez y Rodríguez (2007) las transformaciones por mínimas que sean pueden mejorar el modo como es percibida una marca y revitalizarla por completo, de tal manera que se elaboró un símbolo que representa los volcanes que rodean el Lago de Atitlán, al mismo tiempo que el dinamismo del viento que produce ondas y olas en el agua del lago, y la fluidez del trazo del pincel que realiza el artesano al decorar cada una de las piezas de cerámica. Así mismo las tipografías y diagramación empleadas se distinguen por ser de carácter manual en alusión al trabajo artesanal que realiza la empresa y están colocadas en la parte inferior del símbolo para generar unidad.



## Línea Gráfica:

La línea gráfica utilizada en la imagen visual de la empresa artesanal Mayan Ke, busca plasmar y transmitir al grupo objetivo todas las características con que cuentan los productos de Mayan Ke, y dar a entender porqué son los líderes en elaboración de cerámica artesanal en Guatemala.

Cada una de las piezas seleccionadas, establece una conexión directa con los productos y cada color y forma tiene un significado para los artesanos, la empresa y representa exitosamente el concepto de diseño.

Como menciona Amado (2013) cada pieza debe de mostrar consistencia y unidad gráfica, simplificar la información, adaptación de cuerpos tipográficos y sobre todo un acabado final que termine de representar a la empresa.

De tal manera que la línea gráfica realizada para la empresa artesanal Mayan Ke, refleja con éxito las características, productos y filosofía de la empresa y cumple satisfactoriamente en la representación del concepto de diseño.

## Tarjeta de Presentación:

La línea gráfica utilizada en las tarjetas de presentación busca presentar de una manera sutil la empresa artesanal de cerámica Mayan Ke y los productos que realiza, ya que como indica Amado (2013), será el primer contacto con los clientes y por medio de ellas se busca reflejar el profesionalismo en el trabajo que los artesanos realizan.

Ecosistema emprendedor (2013), menciona que la función principal de la tarjeta de presentación es brindar la información necesaria de la empresa, su contacto y ubicación a potenciales clientes.

Así mismo Ecosistema emprendedor (2013), señala que la tarjeta de presentación es una herramienta que utiliza la entidad para dar a conocer y presentar al grupo objetivo la nueva imagen de la empresa, dándole un carácter profesional y estable.

## Hoja Membretada:

La función principal de la hoja membretada es ser el medio de comunicación para la correspondencia externa de la empresa, contiene el dato de contacto, el elemento gráfico de apoyo y como parte fundamental el logotipo.

Según Amado (2013), la papelería corporativa debe presentar unidad y consistencia, reproduciendo los mismos colores, tipografías, texturas y el logotipo, buscando la limpieza visual para no sobrecargar el texto que se le coloque a la hora de su utilización, de tal manera que continúa la línea gráfica establecida por la pieza anterior generando unidad entre los materiales.

El manejo de jerarquías visuales en el material se enriquece con la utilización del elemento gráfico, que direcciona la vista al logotipo que de acuerdo con Milier (2014), es el componente más importante del material ya que tiene el propósito de dar a conocer el rediseño de la imagen visual de la empresa.



## **Sobre Membretado:**

Para completar con la trilogía de la imagen visual de la empresa el sobre cuya función principal será transportar cartas, tarjetas documentos etc., busca seguir la línea gráfica establecida en las dos últimas piezas, presentando como recomienda Amado (2013) , unidad y consistencia al reproducir los mismos colores, tipografías, texturas y sobre todo el logotipo, adaptandose de una manera flexible en la colocación del cuerpo de la tipografía y la medida de los elementos gráficos.

Explica Amado (2013), que la tarjeta de presentación, la hoja membretada y el sobre membretado transmitirán fortaleza, profesionalismo y confianza en la imagen visual de la empresa, marcando la línea gráfica y el acabado final uniforme, de calidad y original que se debe seguir para futuros materiales.

## **Etiqueta:**

En concordancia con lo que indica Amado (2013), el diseño de la papelería es flexible y adaptable en cuanto al cuerpo de la tipografía, la medida de los elementos gráficos y la organización de los textos, por lo que la etiqueta que será colocada en cada producto de la empresa artesanal Mayan Ke, cuenta con una diagramación diferente al resto de los materiales con el fin, de no competir ni sobre cargar los productos y al mismo tiempo resaltar por ser un diseño simple y funcional, pero manteniendose dentro de la misma línea y consistencia del resto de los materiales.

Al ser un elemento que va directamente ligado con los productos, se situó en la parte de atrás la información de contacto de la empresa para familiarizar y generar reconocimiento por parte del grupo objetivo.

## **Manta Publicitaria:**

La manta publicitaria estará ubicada en la parte exterior de la sala de ventas de Mayan Ke, invitando a los clientes a conocer más sobre la empresa y sus productos, por esta razón en la pieza se utilizó una fotografía que muestra los productos cerámicos más emblemáticos y con mayor aceptación por parte de los consumidores.

En la distribución de los elementos que constituyen la pieza, el logotipo que como señala Milier (2014), es el componente que da a conocer el rediseño de la imagen visual de la empresa, se localiza en el centro superior del formato, coincidiendo con el centro óptico del cartel, que según Bigne (2003), es el primer elemento que el consumidor capta en el recorrido de la vista a lo largo del anuncio, para así generar un mayor reconocimiento visual por parte del grupo objetivo, que inicia desde la invitación al cliente a la sala de ventas y se complementa con el resto de los materiales tales como la tarjeta de presentación y la etiqueta.

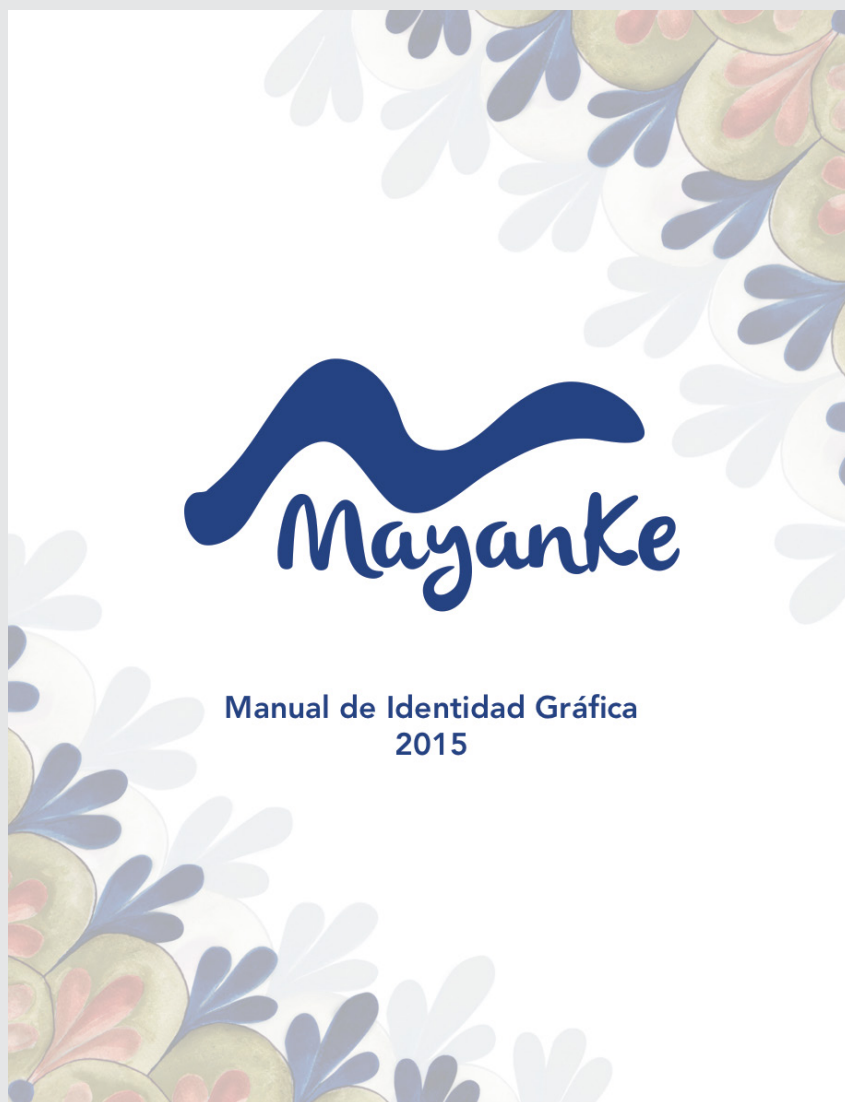
Mostrando como sugiere Amado (2013), unidad y consistencia se implementó en la parte inferior del material un detalle que sigue con el movimiento orgánico del logotipo, utilizando su misma tipografía en el texto que invita al cliente a conocer la sala de ventas.

## **Afiches Digitales:**

Los afiches digitales representan de una forma simple y concisa el concepto complementario de diseño seleccionado y serán implementados en las redes sociales para generar promoción dentro del grupo objetivo y mostrar la variedad de productos que Mayan Ke elabora.

Luego de la realización del proceso de validación y la interpretación de los comentarios vertidos por los encuestados en cuanto a la dificultad de lectura y limpieza del material, se seleccionaron fotografías que representan lo mejor de Mayan Ke y en unidad gráfica y visual con el resto de los materiales como enseña Amado (2013), se emplea la misma tipografía Sans Serif, en el texto que informa al grupo objetivo sobre donde encontrar los productos.

## Manual de Identidad Gráfica:



## Manual de Identidad Gráfica - Mayan Ke, S.A

### INTRODUCCIÓN

Mayan Ke, S.A es una empresa artesanal de elaboración de cerámica pintada a mano que desea aumentar su productividad para crecer y con ello brindar trabajo y esperanza de mejorar la calidad de vida de su comunidad.

La finalidad de este manual es homogenizar todas las publicaciones dentro de un mismo estilo, identificable tanto por la empresa como por el grupo objetivo.

Pretende ser una guía de diseño que ofrezca pautas claras y sean fáciles de interpretar por cualquier persona que esté a punto de realizar una publicación para la empresa artesanal Mayan Ke.

## FAMILIARIZACIÓN CON EL TEMA

En el año 2004, en San Antonio Palopó, Guatemala, con el objetivo de ofrecer al cliente final, productos artesanales de cerámica, originales y de alta calidad así como ser una fuente de desarrollo e ingreso para la comunidad y mejorar su condición de vida, se unen los ceramistas: Roberto Pérez, Marco Antonio Sicay y Pedro Pérez para fundar el taller de cerámica Mayan Ke.

Mayan Ke, produce artículos artesanales de cerámica, utilizando la técnica Stoneware que consiste en el quemado de las piezas a una temperatura mucho más alta que la empleada por el resto de ceramistas tanto en Guatemala como en el resto de centroamérica, ésta práctica da como resultado productos mucho más resistentes, que conjuntamente con el uso de pintura 100% libre de plomo así como la originalidad y variedad de utensilios da como resultado una mercadería de excelencia.

# Logotipo



Logotipo Preferido a utilizar:

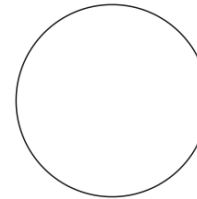


Como realizarlo:



4

Paleta Cromática:



Blanco

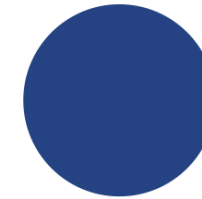
**Colores para impresión:**

C: 0%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 0%

**Color para piezas digitales:**

R: 255%  
G: 255%  
B: 255%

**Pantone: 7541 C**



Azul Empresarial

**Colores para impresión:**

C: 94%  
M: 84%  
Y: 12%  
K: 2%

**Color para piezas digitales:**

R: 48%  
G: 69%  
B: 140%

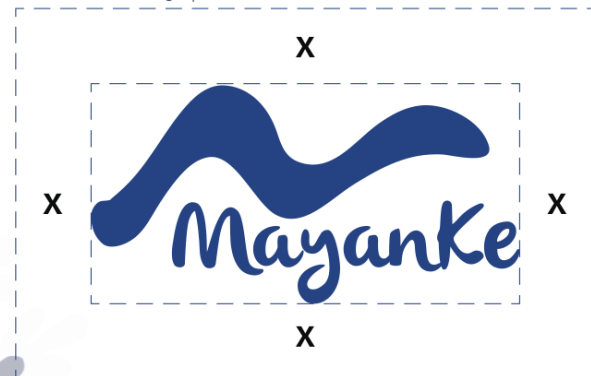
**Pantone: 7455 C**

5

Medida del logotipo en "X"



Área de reserva del logotipo:



Logotipo versiones aceptadas:



Sobre fondo blanco, usar el logo con el azul empresarial.



Sobre fondo azul empresarial, usar el logotipo blanco.



Versión en Blanco y Negro

Logotipo en uso de fotografía:



Cuando se coloque el logotipo en una fotografía, siempre usar la versión en blanco y buscar el área menos saturada para colocarlo, preferiblemente en el centro superior del formato, siempre con Drop Shadow.

Usos NO permitidos del logotipo:



El logotipo nunca debe de ser colocado con un contorno de ningún color, ya que afecta la legibilidad.

El logotipo nunca debe de ser colocado con un recuadro blanco o de algún color en el fondo

El logotipo nunca debe de ser estirado o deformado de ninguna manera.

Tipografía:



Tipografía del Logotipo / OLIVER:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Papelería  
Corporativa



## Manual de Identidad Gráfica - Mayan Ke, S.A

### Tarjetas de Presentación:



Medida:  
2 x 3.5 pulgadas

Soporte:  
Cartulina Cascara de Huevo  
color beige

### Hoja Membretada:



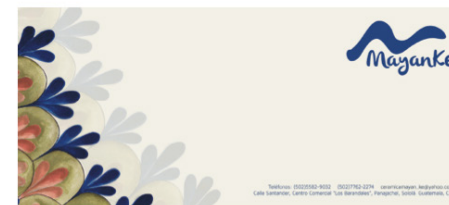
Medida:  
8.5 x 11 pulgadas

Soporte:  
Papel Cascara de Huevo  
color beige

12

## Manual de Identidad Gráfica - Mayan Ke, S.A

### Sobre Membretado:



Medida:  
4 x 9.5 pulgadas

Soporte:  
Papel Cascara de Huevo  
color beige

### Etiquetas:



Medida:  
4.25 x 2.25 pulgadas

Soporte:  
Cartulina Cascara de Huevo  
color beige

13

Manta Publicitaria:



Medida:  
0.80 x 2.00 metros

Soporte:  
Vinil - Estructura Roll Up

Afiches Digitales:



Medida:  
1200 x 1200 pixeles

Soporte:  
Digital

14

## GRACIAS POR SEGUIR LA LÍNEA GRÁFICA PARA LA EMPRESA MAYAN KE

De antemano se le agradece seguir con los requerimientos de la marca, para así continuar fortaleciendo la imagen empresarial de Mayan Ke.

Cualquier consulta no dude en contactarme

siempre a las ordenes,

Ana Lucia Armas  
Teléfono: 4577-9286  
correo: [al.armas.design@gmail.com](mailto:al.armas.design@gmail.com)

15

## Manual de Identidad Gráfica:

Pintado y Sánchez (2013) mencionan que el manual de identidad gráfica cumple con el objetivo de identificar, diferenciar y coordinar la presentación de la identidad de una empresa.

Así mismo el manual cuenta con secciones específicas en las cuales se explica brevemente las indicaciones, recomendaciones y modos de uso de la imagen de la empresa, con el fin de centrarse en contenidos fijos, donde se especifica la utilización de la marca definiendo normas en relación a tamaño, tipografías, construcción, y espacios a respetar con el fin de cumplir satisfactoriamente su función.

De tal manera que se creó un manual de identidad gráfica para la empresa de cerámica artesanal Mayan Ke, con el fin de establecer una línea gráfica a la cual seguir, para futuras realizaciones de materiales tanto empresariales como publicitarios.

El manual de identidad gráfica, está basado en los elementos más importantes de los productos de la empresa, por lo que se explota y se implementa el elemento gráfico de apoyo utilizado en las piezas, con el fin de establecer un contacto directo y una unión más significativa con la empresa y con las piezas gráficas. El manual cuenta con una retícula tradicional y ejes horizontales con el objetivo de simplificar el traslado de información al usuario.

De tal manera que es entregado de forma digital para su consulta, así como también presenta muestras y/o visualizaciones de cómo fue implementada la línea gráfica en distintas piezas realizadas.



## PIEZAS FINALES

Luego del proceso de diseño realizado, a continuación se presentan las piezas finales realizadas para la empresa artesanal Mayan Ke.





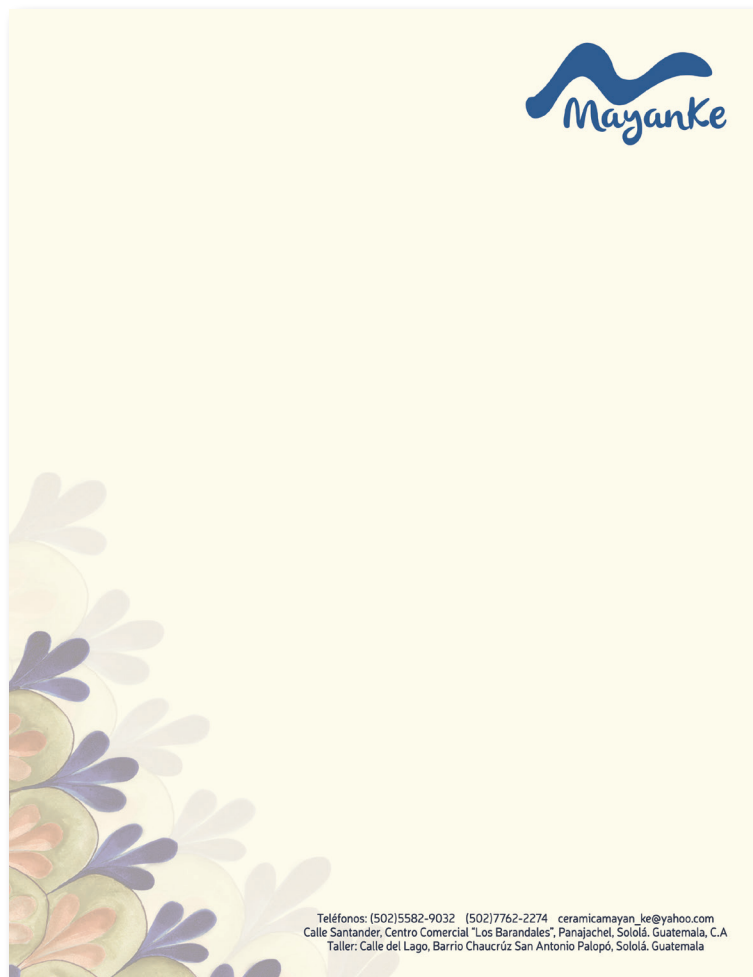
**Dimensiones:**

2 x 3.5 pulgadas

**Soporte:**

Cartulina cascara de huevo  
beige





**Dimensiones:**

8.5 x 11 pulgadas

**Soporte:**

Papel cascara de huevo  
beige



**Dimensiones:**

4 x 9.5 pulgadas

**Soporte:**

Papel cascara de huevo  
beige







**Dimensiones:**

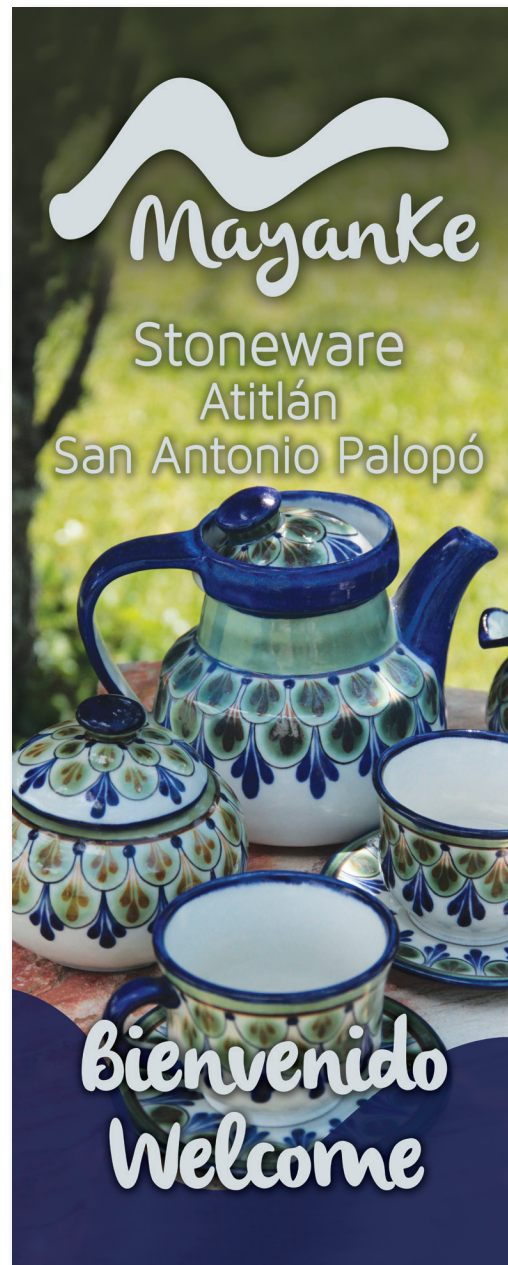
4.25 x 2.25 pulgadas

**Soporte:**

Cartulina cascara de huevo  
beige







**Dimensiones:**

0.80 x 2.00 metros

**Soporte:**

Vinil - Estructura Roll Up







Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032



Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032



Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032



Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032

**Dimensiones:**  
1200 x 1200 pixeles

**Soporte:**  
Digital (12 piezas)









Mayanke  
Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032



Mayanke  
Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032



Mayanke  
Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032



Mayanke  
Cerámica hecha a mano  
Calle Santander, Panajachel, Guatemala  
Tel: (502)5582-9032





## **PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN:**

Luego de la definición de las piezas finales, se inició la producción y reproducción de los materiales, tomando en cuenta los procesos de impresión y preparación para archivos digitales de cada una de las piezas.

A continuación se presenta una serie de puntos que colaborarán con la producción y reproducción de los materiales.

## Especificaciones Técnicas Tarjeta de Presentación

**Cantidad:**

200 tarjetas

**Dimensiones:**

2 x 3.5 pulgadas

**Orientación:**

Vertical

**Color:**

Full color

**Soporte:**

Cartulina cascara de huevo beige

**Sistema de impresión:**

Impresión digital

**Impresión:**

Tiro

**Cantidad por hoja tamaño carta  
(8x11.5)**

8 tarjetas por hoja.

## Especificaciones Técnicas Hoja Membretada

**Cantidad:**

100 hojas membretadas

**Dimensiones:**

8x11.5 pulgadas

**Orientación:**

Vertical

**Color:**

Full color

**Soporte:**

Papel cascara de huevo beige

**Sistema de impresión:**

Impresión digital

**Impresión:**

Tiro

## Especificaciones Técnicas Sobre Membretado

**Cantidad:**

100 sobres membretados

**Dimensiones:**

9.25x11 pulgadas abierto

**Orientación:**

Horizontal

**Color:**

Full color

**Soporte:**

Papel cascara de huevo beige

**Sistema de impresión:**

Impresión digital

**Impresión:**

Tiro

**Cantidad por hoja tamaño tabloide  
(11x17):**

1 Sobre



## Especificaciones Técnicas Etiquetas

**Cantidad:**

200 etiquetas

**Dimensiones:**

4.25x2.25 pulgadas

**Orientación:**

Horizontal

**Color:**

Full color

**Soporte:**

Cartulina cascara de huevo beige

**Sistema de impresión:**

Impresión digital

**Impresión:**

Tiro y Retiro

**Cantidad por hoja tamaño carta  
(8x11.5):**

8 etiquetas

## Especificaciones Técnicas

### Manta Publicitaria

**Cantidad:**

1 manta

**Dimensiones:**

0.80x2.00 metros

**Orientación:**

Vertical

**Color:**

Full color

**Soporte:**

Vinil

**Sistema de impresión:**

Impresión digital

**Impresión:**

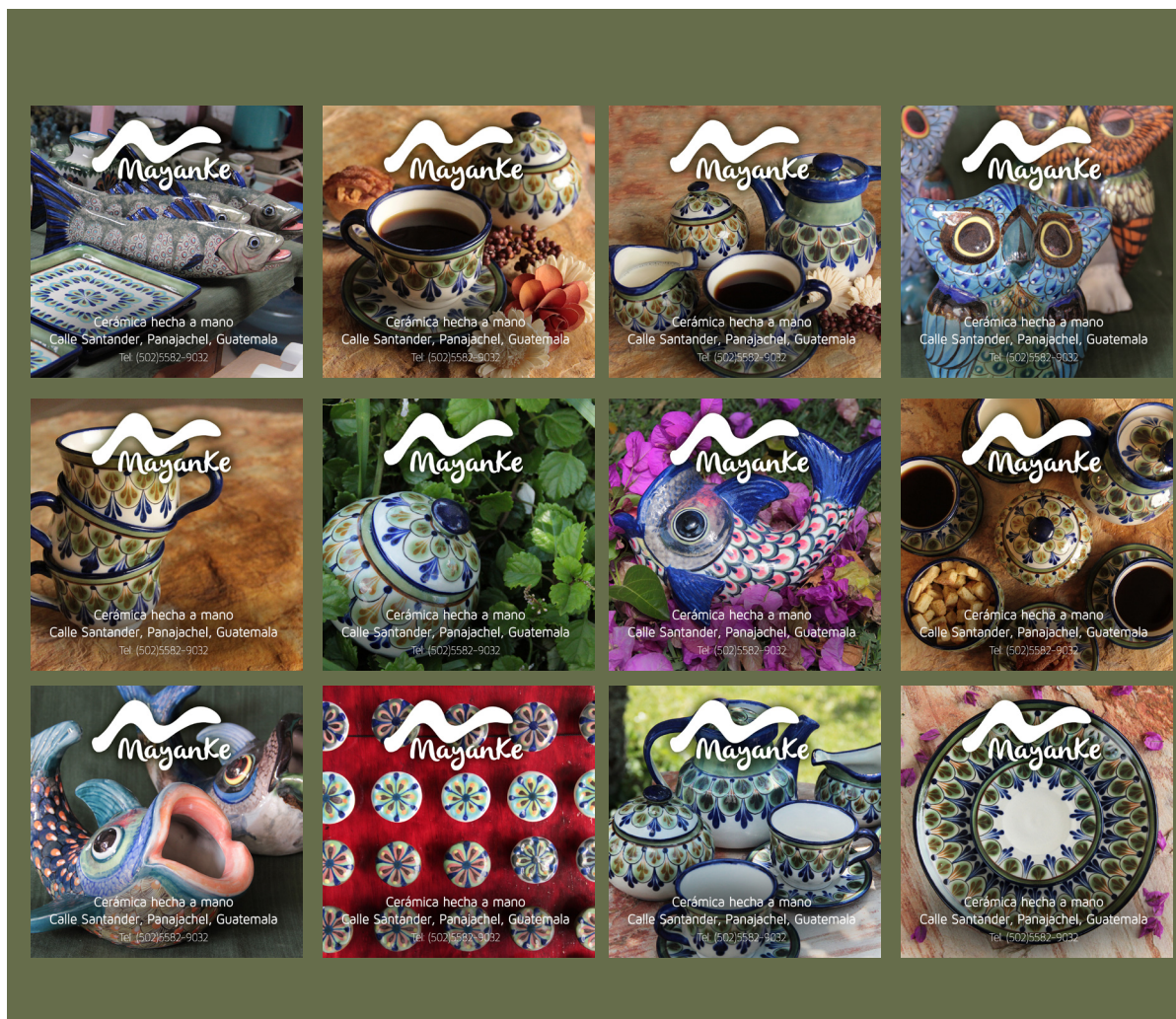
Tiro

**Estructura:**

Roll Up



## Especificaciones Técnicas Afiches Digitales

**Cantidad:**

12 afiches digitales

**Dimensiones:**

1200x1200 pixeles

**Orientación:**

Vertical

**Color:**

Full color RGB

**Soporte:**

Digital - Comprimido Web

**Tamaño de archivo:**

1.5 MB

**Formato de afiche digital:**

JPG

En anexos se encuentra el CD con los materiales digitales listos para su reproducción.

## Informe técnico que acompaña los archivos digitales para reproducción

Estimados Señores de Impresiones.

Presente:

Es un gusto para mi poder saludarlo, espero que todo le este saliendo muy bien en sus labores diarias, adjunto le envío el CD (ver en anexo #7), que contiene las especificaciones que se requieren para la impresión de los siguientes materiales:

### Tarjeta de Presentación

Para la reproducción de las tarjetas de presentación se necesitarán 200 unidades, con una medida de 2 x 3.5 pulgadas, con orientación vertical.

**Cantidad por hoja tamaño carta:** 8 tarjetas por hoja.

**Color:** Full Color

**Impresión:** Tiro

**Sistema de impresión:** Impresión digital

**Soporte:** Cartulina cascara de huevo beige

### Hoja Membretada

Para la reproducción de la hoja membretada se necesitarán 100 unidades, con una medida de 8.5 x 11 pulgadas, con orientación vertical.

**Color:** Full Color

**Impresión:** Trio

**Sistema de Impresión:** Impresión digital

**Soporte:** Papel cascara de huevo beige

### Sobre Membretado

Para la reproducción del sobre membretado se necesitarán 100 unidades, con una medida de 9.25 x 11 pulgadas abierto, con orientación horizontal.

**Cantidad por hoja tamaño tabloide:** 1 sobre

**Color:** Full Color

**Impresión:** Tiro

**Sistema de impresión:** Impresión digital

**Soporte:** Papel cascara de huevo beige

### Etiquetas

Para la reproducción de las etiquetas se necesitarán 200 unidades, con una medida de 4.25 x 2.25 pulgadas, orientación horizontal.

Cantidad por hoja tamaño carta: 8 etiquetas

**Color:** Full Color

**Impresión:** Tiro y Retiro

**Sistema de impresión:** Impresión digital

**Soporte:** Cartulina cascara de huevo beige



### **Manta Publicitaria / Estructura Roll Up**

Para la reproducción de la manta publicitaria, se necesitará 1 unidad, con una medida de 0.80 x 2.00 metros, con orientación vertical.

**Color:** Full Color

**Soporte:** Vinil

**Estructura:** Tipo Roll Up

Las piezas pueden ser vistas por medio del Master Collection CS6 para procesadores Mac OS y Windows, como observación general, los archivos editables se manejaron en Adobe Photoshop CS6.

Los archivos no editables y montajes se encuentran sobre las siguientes plataformas

.pdf

.jpg

Dentro del CD encontrará cada uno de los archivos en carpetas individuales.

### **ARCHIVOS**

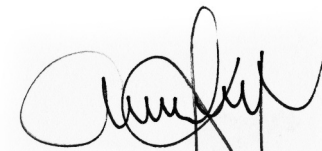
- ETIQUETA-RETIRO.pdf
- ETIQUETA-TIRO.pdf
- HOJAMEMBRETADA.pdf
- MANTA.pdf
- SOBRE MEMBRETADO.pdf
- TARJETADEPRESENTACION.pdf

### **MONTAJES**

- Etiqueta.jpg
- Hojamembretada.jpg
- MantadeBienvenida.jpg
- MontajeAfiCheDigital.jpg
- SobreMembretado.jpg
- TarjetadePresentacion.jpg

De antemano agradezco su tiempo y dedicación, y favor comunicarse conmigo o correo electrónico, por cualquier duda o consulta.

Sin mas que agregar,



Ana Lucía Armas Mejía

T: 4577-9286

aluciaarmasm@gmail.com

## Presupuesto, diseño y reproducción:

Para los materiales: tarjetas de presentación, hojas membretadas, sobres membretados y etiquetas, se realizaron cotizaciones de reproducción con el método de impresión digital a las empresas TheSign, Green Print y Visión Digital (cotización en anexo #6)

Se eligió la empresa Green Print, ya que ofreció la opción más adecuada para el presupuesto del cliente.

Así mismo para la impresión de la manta de bienvenida se seleccionó Grafipronto, debido a que al entregarla esta se encuentra ya instalada en la estructura y la calidad es incomparable.

## Presupuesto de diseño:

PIEZA	SUBTOTAL
Estrategia Creativa	Q2,900
Logotipo	Q2,600
Tarjeta de Presentación	Q900
Hoja Membretada	Q450
Sobre Membretado	Q450
Etiqueta	Q450
Manta de Bienvenida	Q500
<b>TOTAL</b>	<b>Q8,250.00</b>

## Presupuesto de reproducción:

PIEZA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL
Tarjeta de Presentación	200	Q1.40	Q280.00
Hoja Membretada	100	Q9.50	Q950.00
Sobre Membretado	100	Q11.25	Q1,125.00
Etiqueta	200	Q2.25	Q680.00
Manta de Bienvenida	1	Q375.00	Q178.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q3,213.00</b>

## Presupuesto total

A continuación se presenta el presupuesto total para el desarrollo del proyecto, que incluye los servicios profesionales de diseño gráfico, aunque estos serán una donación a la empresa como una consideración al bajo presupuesto que cuenta para ello.

**TOTAL DE REPRODUCCIÓN Q. 2,538.00**

**TOTAL DE DISEÑO Q. 8,250.00**

**TOTAL DE PROYECTO Q. 10,788.00**



## CONCLUSIONES

Se rediseño la imagen visual de Mayan Ke, por medio de logotipo, tarjeta de presentación, hoja membretada, sobre membretado y etiqueta, identificandola así como una empresa artesanal de productos de cerámica, guatemaltecos, con características únicas y de alta calidad, aspectos que son apoyados por el elemento gráfico utilizado, para ser reconocida y recordada por turistas femeninas tanto nacionales como extranjeras, que visitan lugares de interés en Guatemala.

Se desarrolló un material publicitario que consiste en una manta y doce afiches digitales para publicar en redes sociales durante todo el año para que den a conocer los productos de Mayan Ke y sus características al grupo objetivo.





## RECOMENDACIONES

Se recomienda que al diseñar la imagen visual de una empresa de artesanías, se conozca el desarrollo de elaboración de los artículos, como el punto de partida para lograr implementar un diseño adecuado que sea capaz de crear una relación más estrecha con la empresa y que pueda transmitir la esencia de la misma, su historia, personalidad y sobre todo el mensaje que desea enviar. El proyecto involucra entender el proceso de manufactura de los productos y es allí en donde el diseñador gráfico debe abstraer el fundamento de los símbolos que utiliza, sintetizarlos y transformarlos en iconos que la identifiquen.

Solamente comprometiéndose con la naturaleza de la entidad, podrá generarse una propuesta para el rediseño de una imagen visual que sea capaz de representarla como algo único, personal y estable que la diferencie, le de permanencia, equilibrio, valor, autenticidad y reconocimiento.

Se recomienda que al diseñar un material publicitario para una empresa de artesanía se explore la riqueza visual a través de fotografías del producto.





**REFERENCIAS**

---



Accerto, (2014). Diseño grafico publicitario. España: SLU.

Agexport, (2013). Artesanias de Guatemala.

(Documento www). Disponible en:

[export.com.gt/sectores/sector-exportador-de-artersanias/](http://export.com.gt/sectores/sector-exportador-de-artersanias/)

Consultado en abril de 2015

Amado, (2013). Pautas para diseñar una papelería de empresa profesional.

(Documento www). Disponible en: [www.slideshare.net/.../pautasparadisearunapapeleriad..](http://www.slideshare.net/.../pautasparadisearunapapeleriad..)

Consultado en abril de 2015

Arévalo, J. (2011). El valor de la educación intercultural.

Madrid: Editorial Visión Libros.

Bigné, E. (2003). Promoción comercial.

Madrid: ESIC EDITORIAL.

Bonta, P. y Farber, M. (2002). 199 Preguntas sobre marketing.

Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Borges, V. (2012). Características de un buen logo.

(Documento www). Disponible en:

<http://www.metodomarketing.com/caracteristicas-de-un-buen-logo/>

Consultado en abril, 2015

Bravo, C. (2011). La estructura cultural de la sociedad.

(Documento www). Disponible en:

[www.albertobravom.blogspot.com](http://www.albertobravom.blogspot.com)

Consultado en abril de 2015

Bussarakampakom, Ch. (2012). El diseño: 7 visiones transversales.

México: UVIC: Universidad de León.

Cabrera, H. (2009). Cultura Guatemalteca.

(Documento www). Disponible en:

<http://cultuguateexar.blogspot.com/>

Consultado en abril, 2015

Costa, Joan. (1993). Identidad Corporativa.

México: Trillas.

Davis, S. (2002). La marca: Máximo valor de su empresa.

México: Pearson Educación.

Escudero, M. (2015). Servicio de atención comercial (2015)

España: Editex

Filippis, J. (2007). Glosario del Diseño.

Buenos Aires: Nobuko

Fishel, C. (2003). Rediseño de la imagen corporativa.

México: Gustavo Gili

González, M. y Carrero, E. (2008). Manual de comunicación de medios.

Madrid: ESIC EDITORIAL

Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), (2015). Boletín Estadístico abril 2015.

(Documento www). Disponible en:  
<http://www.inguat.gob.gt/inicio.php>  
Consultado en junio 2015

Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), (2015). Boletín Estadísticas en Semana

Santa 2015, del 27 de marzo al 5 de abril.

(Documento www). Disponible en:  
[www.inguat.gob.gt/.../boletines/boletin-semana-santa-..](http://www.inguat.gob.gt/.../boletines/boletin-semana-santa-..)  
Consultado en junio 2015

Jiménez, A. y Rodríguez, I. (2007). Comunicación e Imagen Corporativa  
Editorial UOC

Lupton, E. (2013). Intuición, acción, creación, Graphic Design Thinking.

Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Llaveres, C. (2015). Como crear anuncios en Facebook - Publicidad web eficiente y segmentada.

(Documento www). Disponible en:  
[www.dalealaweb.com/](http://www.dalealaweb.com/)  
Consultado en Junio 2015

Mapa de estratificación socioeconómica por sector censal, zona central de Guatemala.

(2009).

(Documento www). Disponible en:  
[http://infociedad.muniguate.com/Site/01\\_estratos\\_sociales\\_files/1\\_Estratos%20sociales.pdf](http://infociedad.muniguate.com/Site/01_estratos_sociales_files/1_Estratos%20sociales.pdf)  
Consultado en junio 2015

Martin, E. (2005). Como diseñar, seleccionar y proteger nombres de marca.

FC Editorial

Menéndez, F. (2012). La identidad corporativa, un factor determinante de la personalidad de las empresas.

(Documento www). Disponible en:  
[www.artfactory.es/.../la-identidad-corporativa-un-fact...](http://www.artfactory.es/.../la-identidad-corporativa-un-fact...)  
Consultado en junio 2015

Milier, D. (2014). Identidad visual: importancia y beneficios. I Ecommerce Blog. (Documento www). Disponible en:

[www.slideshare.net/.../pautasparadisearunapapeleriad..](http://www.slideshare.net/.../pautasparadisearunapapeleriad..)  
Consultado en abril de 2015

Ministerio de Relaciones Exteriores Republica de China, Taiwán, (2009). Carta Blanca

sobre la política de asistencia internacional (resumen).

(Documento www). Disponible en:  
<http://www.mofa.gov.tw>  
Consultado en junio de 2015



Mir, J. (2015): Posicionarse o desaparecer  
Madrid: ESIC Editorial.

Mobil, J. (1977). Historia del Arte Guatemalteco  
Guatemala: Serviprensa Centroamericana.

Muela, C. (2001). La publicidad radiofónica en España: análisis creativo de sus mensajes  
España: Ediciones Internacionales Universitarias

Multivex Sigma dos Guatemala, (2009). Definición de niveles socioeconómicos, áreas urbanas, zona metropolitana, Guatemala.  
(Documento www). Disponible en:  
<https://mtjerez62.files.wordpress.com/.../nse-multivex-...>  
Consultado en junio 2015

Muñiz, R. (S.F.). Marketing en el siglo XXI, 5ª. Edición, capítulo 4, Producto y Precio.  
(Documento www). Disponible en:  
[www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm](http://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm)  
Consultado en abril, 2015

Navarro, J. (2007). Fundamentos del Diseño.  
España: Universitat Jaume I

Oltra, B. (1995), Cultura y tiempo, Investigaciones de sociología de la cultura.  
Alicante: Editorial Aguaclara.

Pol, A. (2005). Secretos de marcas, logotipos y avisos publicitarios, simbolismo gráfico, espacial y cromático.  
Buenos Aires: Dunken.

Pintado, Sánchez, J. (2013) Imagen corporativa, influencia en la gestión empresarial.  
Madrid: ESIC Editorial

Rodríguez, V. (2008). Comunicación corporativa un derecho y un deber.  
Santiago de Chile: RIL Editores.

Rubio, R. (2014). Etnología Hispano Guatemalteca, Cerámica Mayolica.  
(Documento www). Disponible en:  
[todohistoriaguatemala.com/ceramica-mayolica/](http://todohistoriaguatemala.com/ceramica-mayolica/)  
Consultado en junio 2015

Salazar, M. (2001). Culturas e Interculturalidad de Guatemala, Instituto de Lingüística y Educación.  
Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

Sweeney, E. (2005). ¿Marca, logotipo, imagotipo...? – El problema de la terminología en la definición de conceptos en el diseño gráfico.

(Documento www). Disponible en:

[http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/enfoque/a\\_marca.asp](http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/enfoque/a_marca.asp)

Consultado en abril, 2015

Unesco, (1982). Declaración de México sobre las políticas culturales.

(Documento www). Disponible en:

[portal.unesco.org/culture/es/files/.../mexico\\_sp.pdf](http://portal.unesco.org/culture/es/files/.../mexico_sp.pdf)

Consultado en junio 2015

Vincens, F. (1971). Artesanías (arte popular) España.

Barcelona: Ediciones Plígrafa S.A.

Wolf, P. (2010). Graphic design, translated: a visual directory of terms for global design.

Rockport Publishers





**ANEXOS**

---



## INDICE ANEXOS

Anexo #1 - Brief	i	Anexo #5 - Leyenda de Xocomil	xxxv
Anexo #2 Estudio de Observación Grupo Objetivo	iv	Anexo #6 - Cotizaciones de impresión	xxxviii
i. Anexo 2.1 - TABULACIÓN	vi		
ii. Estudio de Observación / Grupo Objetivo	vi		
iii. Anexo 2.2 - GRÁFICAS	viii		
iv. Estudio de Observación / Grupo Objetivo	viii		
Anexo #3	xiii		
Encuesta Verbal a clientes de Mayan Ke	xiii		
i. Anexo 3.1 - TABULACIÓN	xv		
ii. Encuesta verbal a Clientes de Mayan Ke Grupo objetivo:	xv		
iii. Anexo 3.2 - GRÁFICAS	xvii		
iv. Encuesta verbal a Clientes de Mayan Ke Grupo objetivo:	xvii		
Anexo #4 - Validación	xxii		
i. Anexo # 4.1	xxiii		
Validación a Expertos en Diseño Gráfico:	xxiii		
Anexo #4.1.a- GRÁFICAS - Diseñadores Gráficos:	xxv		
Expertos en imagen visual y diseño publicitario	xxv		
ii. Anexo # 4.2	xxvii		
Validación a Grupo Objetivo:	xxvii		
Anexo #4.2.a- GRÁFICAS - Grupo objetivo:	xxix		
iii. Anexo # 4.3	xxxi		
Validación a Expertos en el tema:	xxxi		
Anexo #4.3.a- GRÁFICAS - Expertos en el tema:	xxxiii		





# ANEXOS #1: BRIEF

---



## Anexo 1

### Brief / Mayan Ke:

#### 1. Historial o antecedentes del negocio:

Datos históricos relevantes:

- Nombre empresa: Mayan Ke, S.A
- Fundado en el año 2004 por en San Antonio Palopó, Sololá, Guatemala.
- Especializados en cerámica vidriada, cuya sala de ventas principal se encuentra en la calle Santander de Panajachel, Sololá.
- El taller de cerámica actualmente se encuentra en la casa de Ken Edwards, quien hace más de 20 años enseñó la técnica que se ha ido modificado hasta alcanzar expresiones propias del lugar.

Descripción de atributos de los atributos o beneficios de la marca:

- Entre los beneficios que el cliente obtiene al comprar y utilizar los productos de cerámica, son: Alta calidad, seguro para alimentos, resistentes a microondas y hornos, durabilidad, no es tóxico y libre de plomo.

#### 2. ¿Cuál es el rol principal de la comunicación?

Porqué se necesita de la publicidad:

- Mayan Ke, S.A necesita de la publicidad y mejora de imagen debido a que desean ser mas reconocidos y aumentar las ventas de sus productos.

#### ¿Qué espera que el consumidor final perciba del producto?

- Se espera que el cliente reconozca la marca y conozca los productos.
- Actualmente Mayan Ke, S.A utiliza mantas vinílicas dentro del local en el que están ubicados en la calle Santander en Panajachel, cuentan con una página de Facebook denominada: Mayan Ke SA. También cuenta con etiquetas impresas full color en papel lino, utilizando el logotipo, y una breve descripción del producto.

#### 3. ¿A quién le estamos hablando (Grupo Objetivo)?

- Como grupo objetivo se segmenta en mujeres amas de casa y sus parejas, tanto turistas como turista guatemalteco.

#### 4. ¿Qué se desea que piensen de Mayan ke?

- Mayan Ke, S.A quiere que lo reconozcan por su calidad en productos y por ser líder en elaboración de cerámica artesanal en Guatemala.

#### 5. ¿Cuáles son los soportes de la marca?

Mayan Ke, S.A, cuenta con:

- Página de Facebook
- Mantas vinílicas en calle Santander
- Etiquetas
- Catálogos de productos.

6. ¿Cuál es la propuesta?

¿Qué es exactamente lo que debemos decirle al consumidor acerca del producto para que lo considere necesario?

- Mayan Ke, S.A desea que lo reconozcan como taller líder de elaboración artesanal en la Guatemala, al igual que dar a conocer su trabajo y su técnica de trabajo.

7. Otros pensamientos:

- Se considera que la empresa tiene un problema de divulgación de información, esto quiere decir que se debe de crear una estrategia de venta o una forma de divulgación de los tipos de trabajos que realiza Mayan Ke.

8. ¿Que proceso lleva la manufactura de los productos de Mayan Ke?

- Segun Roberto Pérez Pérez artesano de Mayan Ke (ver brief en Anexo 0.4), Por norma general las materias primas utilizadas durante la fabricación, son arcillas procedentes de varias regiones del país, sometidas a un proceso de lavado y homogenización que, con un apropiado balance adquieren las características de elasticidad y dureza que se necesitan. Una vez realizada la primera mezcla se procede a moldear los productos con el objetivo de obtener el tamaño adecuado, seguido del secado, esmaltado y finalmente la cocci3n.





# ANEXOS #2:

ESTUDIO DE OBSERVACIÓN  
GRUPO OBJETIVO

---



## Anexo 2

### Estudio de Observación / Grupo Objetivo:

Ubicación:

Tienda de cerámica artesanal Mayan Ke, Calle Santander, Panajachel, Sololá, Guatemala.

1. ¿Qué producto observan de primero al ingresar a la tienda?
2. ¿Qué producto es el que más les llama la atención?
3. ¿Qué producto le llama más la atención a las mujeres?
4. ¿Cuál es el comportamiento de las mujeres dentro de la tienda?
5. ¿Qué producto le llama más la atención a los hombres?
6. ¿Cuál es el comportamiento de los hombres dentro de la tienda?
7. ¿Cuál es el producto con mayor venta en la tienda?
8. ¿Entré que edades se encuentran los visitantes de la tienda?
9. ¿Qué idioma hablan los visitantes de la tienda?
10. Cuando están pagando ¿Qué producto es el que toman de los que esta en la mesa?

## Anexo 2.1 - TABULACIÓN

### Estudio de Observación / Grupo Objetivo

1. ¿Que producto observan de primero al entrar a la sala de ventas?

- a. Artículos decorativos ///// = 46%
- b. Vajillas completas / = 9%
- c. Juegos de té // = 18%
- d. Piezas aisladas /// = 27%

2. ¿Que producto es el que más llama la atención?

- a. Artículos decorativos // = 18%
- b. Vajillas completas //// = 36%
- c. Juegos de té ///// = 46%
- d. Piezas aisladas

3. ¿Que producto les llama más la atención a las mujeres?

- a. Artículos decorativos / = 12.5%
- b. Vajillas completas // = 25%
- c. Juegos de té ///// = 62.5%
- d. Piezas aisladas

4. ¿Cual es el comportamiento de las mujeres dentro de la sala de ventas?

- a. Un recorrido rápido y se va
- b. Se detiene, observa y examina los artículos que más llaman su atención /// = 37.5%
- c. Selecciona cuidadosamente cada una de las piezas que le interesan y las compra ///// = 62.5%
- d. Compra rápidamente lo que llama su atención

5. ¿Que producto les llama más la atención a los hombres?

- a. Artículos decorativos
- b. Vajillas completas
- c. Juegos de té
- d. Piezas aisladas /// = 100%

6. ¿Cual es el comportamiento de los hombres dentro de la sala de ventas?

- a. Un recorrido rápido y se va // = 67%
- b. Se detiene, observa y examina los artículos que más llaman su atención
- c. Selecciona cuidadosamente cada una de las piezas que le interesan y las compra
- d. Compra rápidamente lo que llama su atención / = 33%

7. ¿Cual es el producto de mayor venta en la sala de ventas?

- a. Artículos decorativos /// = 27%
- b. Vajillas completas
- c. Juegos de té ///// = 46%
- d. Piezas aisladas /// = 27%

8. ¿Entre que edades se encuentran los visitantes la sala de ventas?

- a. Menor a 25 años
- b. De 25 a 45 años //// = 36%
- c. De 45 a 65 años ///// = 64%
- d. Mayor de 65 años

9. ¿Que idioma hablan los visitantes a la sala de ventas?

- a. Español ///// = 46%
- b. Solamente un idioma extranjero // = 18%
- c. Español e ingles
- d. Español y un idioma extranjero //// = 36%

10. ¿Cuanto gastan?

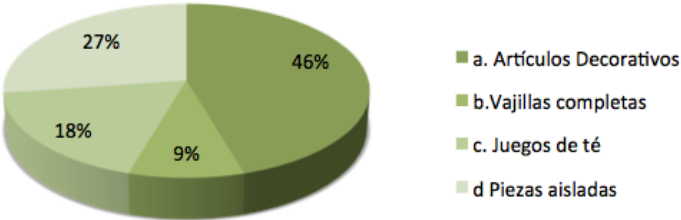
- a. Menos de Q100.00 // = 18%
- b. Entre Q100.00 y Q300.00 ///// = 55%
- c. Entre Q300.00 y Q500.00 // =18%
- d. Más de Q500.00 / = 9%

# Anexo 2.2 - GRÁFICAS

## Estudio de Observación / Grupo Objetivo

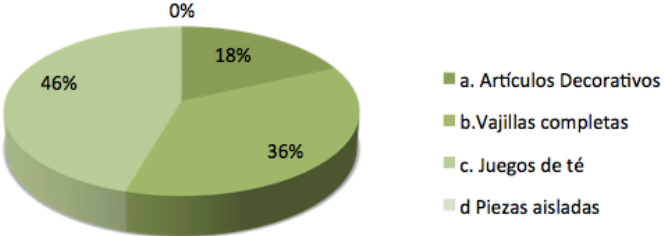
1. ¿Que producto observan de primero al entrar a la sala de ventas?

a. Artículos Decorativos	5
b.Vajillas completas	1
c. Juegos de té	2
d Piezas aisladas	3



2. ¿qué producto es el que más llama la atención?

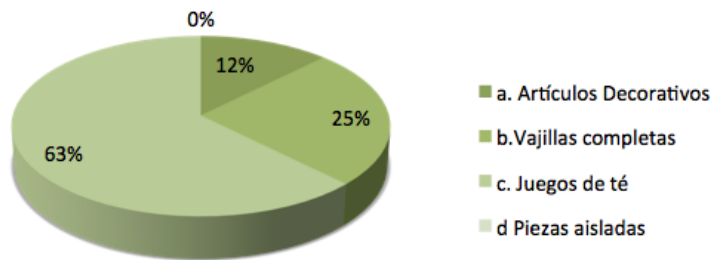
a. Artículos Decorativos	2
b.Vajillas completas	4
c. Juegos de té	5
d Piezas aisladas	0





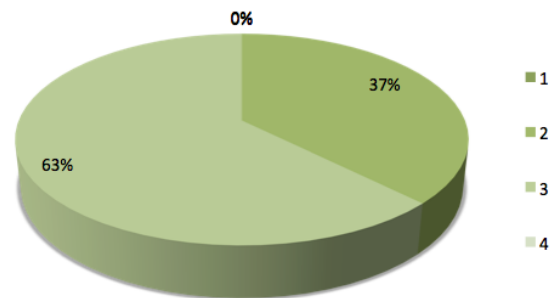
3. ¿Qué producto les llama más la atención a las mujeres?

a. Artículos Decorativos	1
b. Vajillas completas	2
c. Juegos de té	5
d. Piezas aisladas	0



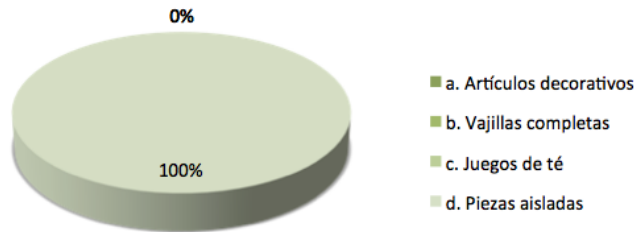
4. ¿Cual es el comportamiento de las mujeres dentro de la sala de ventas?

a. Un recorrido rápido y se va	0
b. Se detiene, observa y examina los artículos que más llaman su atención	3
c. Selecciona cuidadosamente cada una de las piezas que le interesan y las compra	5
d. Compra rápidamente lo que llama su atención	0



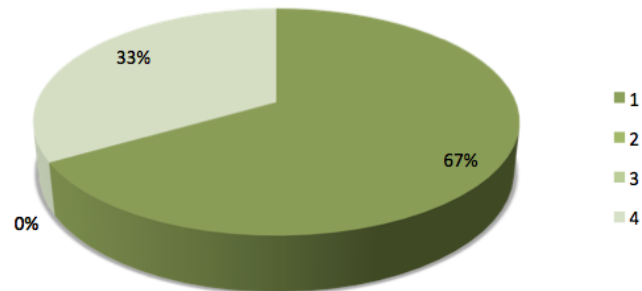
5. ¿qué producto les llama más la atención a los hombres?

a. Artículos decorativos	0
b. Vajillas completas	0
c. Juegos de té	0
d. Piezas aisladas	3



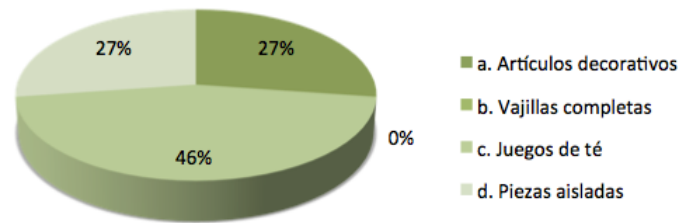
6. ¿Cual es el comportamiento de los hombres dentro de la sala de ventas?

a. Un recorrido rápido y se va	2
b. Se detiene, observa y examina los artículos que más llaman su atención	0
c. Selecciona cuidadosamente cada una de las piezas que le interesan y las compra	0
d. Compra rápidamente lo que llama su atención	1



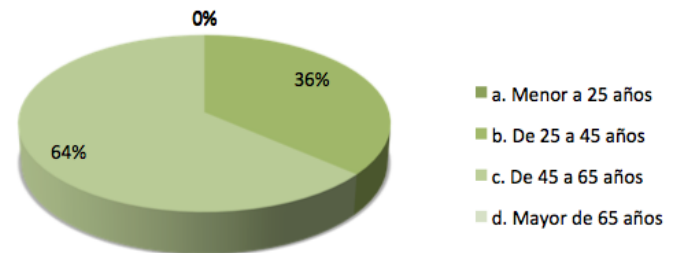
7. ¿ Cual es el producto de mayor venta en la sala de ventas?

a. Artículos decorativos	3
b. Vajillas completas	0
c. Juegos de té	5
d. Piezas aisladas	3



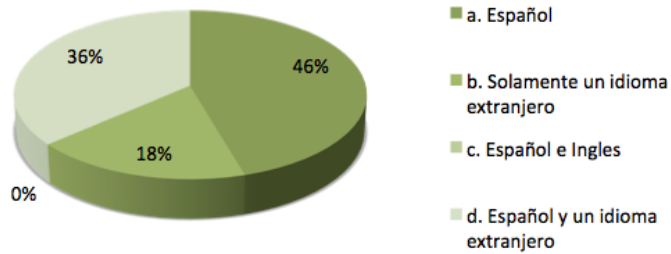
8. ¿Entre que edades se encuentran los visitantes de la sala de ventas?

a. Menor a 25 años	0
b. De 25 a 45 años	4
c. De 45 a 65 años	7
d. Mayor de 65 años	0



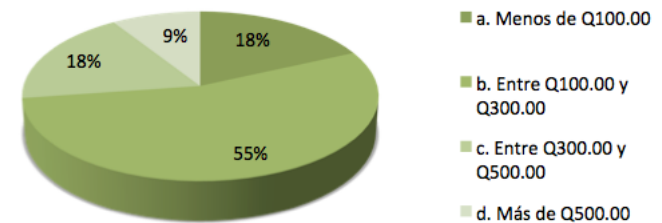
9. ¿ Que idioma hablan los viistantes de la sala de ventas?

- a. Español 5
- b. Solamente un idioma extranjero 2
- c. Español e Ingles 0
- d. Español y un idioma extranjero 4



10. ¿ Cuanto gastan?

- a. Menos de Q100.00 2
- b. Entre Q100.00 y Q300.00 6
- c. Entre Q300.00 y Q500.00 2
- d. Más de Q500.00 1







# ANEXOS #3:

ENCUESTA VERBAL  
A CLIENTES DE MAYAN KE

---



### **Anexo 3**

#### **Encuesta verbal a Clientes de Mayan Ke**

##### **Grupo objetivo:**

1. ¿En donde vive?
2. ¿Cada cuanto tiempo visita Panajachel?
3. ¿Cuál es su medio de transporte para visitar Panajachel?
4. ¿Es usted casado/a? ¿Viene acompañado?
5. ¿Que opina sobre la imagen de la tienda?
6. ¿Le agradan las artesanías guatemaltecas?
7. ¿Había visitado la tienda anteriormente?
8. ¿Qué opina de la tienda?
9. ¿Qué es lo primero que le llama la atención de las artesanías?
10. ¿Qué es lo que lo hizo entrar a la tienda?
11. ¿Qué opina sobre el logotipo de la tienda?
12. ¿Cuál es su producto favorito de la tienda?
13. ¿Cuál considera que es el producto estrella de la tienda?
14. ¿Cuál es el producto que ve de primero al ingresar a la tienda?
15. ¿Qué es lo que más le llama la atención?

## Anexo 3.1 - TABULACIÓN

### Encuesta verbal a Clientes de Mayan Ke

#### Grupo objetivo:

#### 1. ¿Cuál es su nacionalidad?

- a. Guatemalteco ///// = 46%
- b. Peruano // = 18%
- c. Estado Unidense /// = 27%
- d. Francés / = 9%

#### 2. ¿Si es guatemalteco, en donde vive?

- a. Capital, zona 15 /// = 60%
- b. Capital, zona 14 / = 20%
- c. Capital, carretera a El Salvador / = 20%

#### 3. ¿Cada cuanto tiempo visita Panajachel?

- a. Es la primera vez //// = 36%
- b. Varias veces al año ///// = 46%
- c. Muy de vez en cuando // = 18%

#### 4. ¿Cuál es su medio de transporte para visitar Panajachel?

- a. Automóvil propio ///// = 46%
- b. Automóvil alquilado // = 18%
- c. Transporte colectivo privado //// = 36%
- d. Transporte colectivo público

#### 5. ¿Qué lo hizo entrar a la sala de ventas de Mayan Ke?

- a. La exhibición de productos en la calle Santander  
////////=82%
- b. Ya conocía la sala de ventas // = 18%
- c. El logotipo de la tienda llama la atención
- d. Vio los productos en internet

#### 6. ¿Qué opina de la imagen de Mayan Ke?

- a. No la había notado ////////// = 82%
- b. La había visto pero no la recordaba // =18%
- c. Me gusta

#### 7. ¿Qué opina del logotipo de Mayan Ke?

- a. No lo había notado ////////// = 82%
- b. Lo había visto pero no lo recordaba // =18%
- c. Me gusta

#### 8. ¿Con que asocia el logotipo de Mayan Ke?

- a. Una tienda de artesanía pintada a mano
- b. Una tienda de cerámica
- c. Todas las anteriores
- d. Ninguna de las anteriores ////////// = 100%

#### 9. ¿Con que asocia el logotipo de Mayan Ke?

- a. Agua
- b. Viento
- c. Montañas
- d. Pinceladas
- e. Todas las anteriores
- f. Ninguna de las anteriores //// // / = 100%

10. ¿Cual es el producto que más le llama la atención?

a. Artículos decorativos /// = 27%

b. Vajillas completas

c. Juegos de té ///// = 55%

d. Piezas aisladas // = 18%

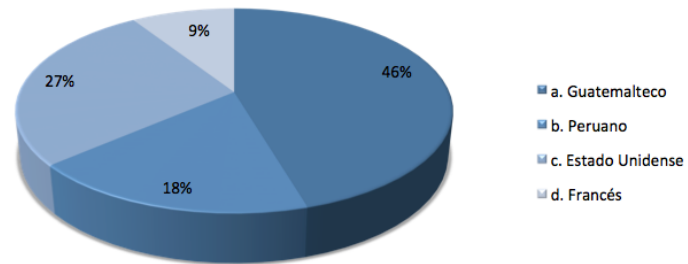


## Anexo 3.2 - GRÁFICAS

### Encuesta verbal a Clientes de Mayan Ke Grupo objetivo:

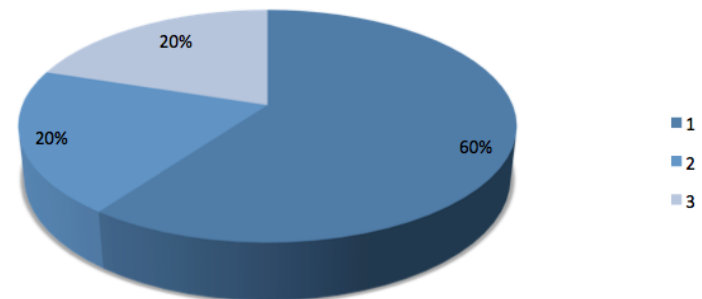
1. ¿Cual es su nacionalidad?

a. Guatemalteco	5
b. Peruano	2
c. Estado Unidense	3
d. Francés	1



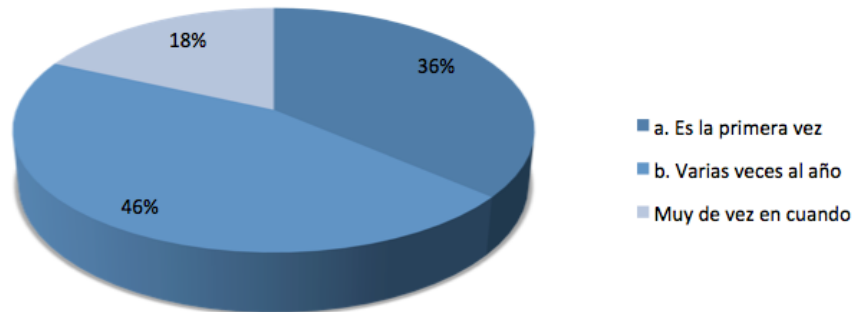
2. ¿Si es guatemalteco, en donde vive?

a. Capital, zona 15	3
b. Capital, zona 14	1
c. Capital, Carretera a El Salvador	1



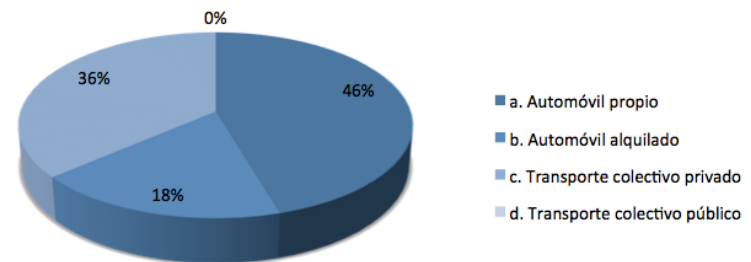
3. ¿Cada cuanto tiempo visita Panajachel?

- a. Es la primera vez 4
- b. Varias veces al año 5
- Muy de vez en cuando 2



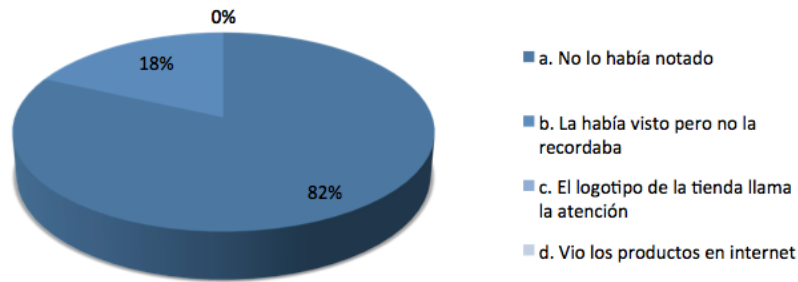
4. ¿Cuál es su medio de transporte para visitar Panajachel?

- a. Automóvil propio 5
- b. Automóvil alquilado 2
- c. Transporte colectivo privado 4
- d. Transporte colectivo público 0



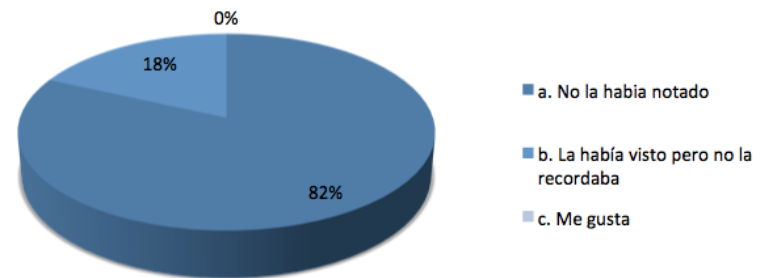
5. ¿Qué lo hizo entrar a la sala de ventas de Mayan Ke?

- a. No lo había notado 9
- b. La había visto pero no la recordaba 2
- c. El logotipo de la tienda llama la atención 0
- d. Vio los productos en internet 0



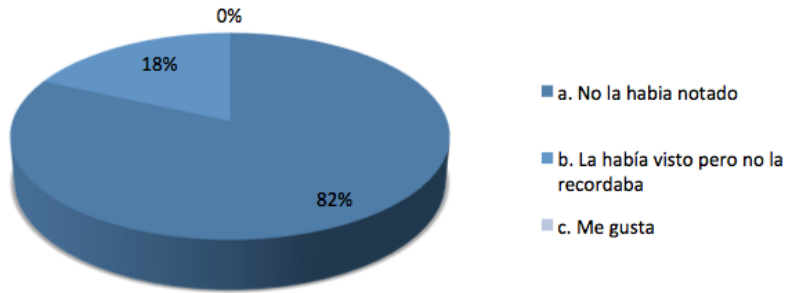
6. ¿Qué opina de la imagen de Mayan Ke?

- a. No la habia notado 9
- b. La había visto pero no la recordaba 2
- c. Me gusta 0



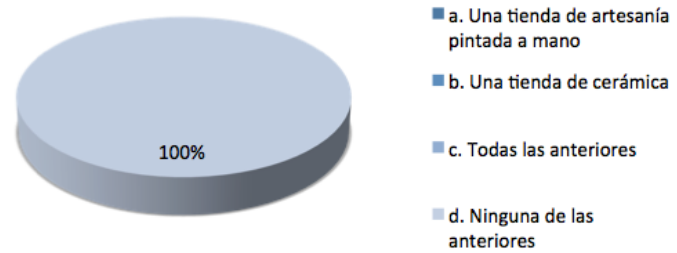
7. ¿qué opina del logotipo de Mayan Ke?

- a. No lo había notado 9
- b. Lo había visto pero no lo recordaba 2
- c. Me gusta 0



8. ¿Con que asocia el logotipo actual de Mayan Ke?

- a. Una tienda de artesanía pintada a mano
- b. Una tienda de cerámica
- c. Todas las anteriores
- d. Ninguna de las anteriores 11

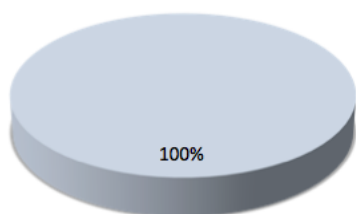




9. ¿Con que asocia el logotipo actual de Mayan Ke?

- a. Agua
- b. Viento
- c. Montañas
- d. Pinceladas
- e. Todas las anteriores
- f. Ninguna de las anteriores

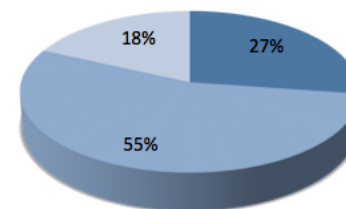
11



- a. Agua
- b. Viento
- c. Montañas
- d. Pinceladas
- e. Todas las anteriores
- f. Ninguna de las anteriores

10. ¿cuál es el producto que más le llama la atención?

- a. Artículos decorativos 3
- b. Vajillas completas 6
- c. Juegos de té 2
- d. Piezas aisladas



- a. Artículos decorativos
- b. Vajillas completas
- c. Juegos de té
- d. Piezas aisladas





**ANEXOS #4:**  
VALIDACIÓN

---



## Anexo # 4.1

### Validación a Expertos en Diseño Gráfico:

Logotipo:

1. Considera que el color es:

- a. Genera armonía y es adecuado a la temática
- b. No genera armonía pero es adecuado a la temática
- c. Genera armonía pero no es adecuado a la temática
- d. No genera armonía y no es adecuado a la temática

2. Considera que la tipografía es:

- a. Es complementaria al isotipo y adecuada para la a la temática
- b. No es complementaria al isotipo y adecuada para la temática
- c. Es complementaria al isotipo pero no adecuada para la temática
- d. No es complementaria al isotipo y no es adecuada a la temática

3. Con que asocia el logotipo mostrado:

- a. Pinceladas
- b. Artesanía pintada
- c. Cerámica
- d. Todas las anteriores

4. ¿Con qué asocia el símbolo del isotipo?

- a. Agua
- b. Viento
- c. Montañas
- d. Pinceladas
- e. Todas las anteriores

5. Considera que la paleta de color utilizada aporta a los productos:

- a. Armonía
- b. Unidad
- c. Desequilibrio
- d. Diferencia

6. ¿Considera que los elementos de apoyo generan?

- a. Fluidez en el material y aporta al tema
- b. Se ve desordenado y no aporta al tema
- c. Se ve fluido pero no aporta al tema
- d. Se ve desordenado pero va de acuerdo a la temática.

7. ¿Considera que la estructura en la que está colocada la información?

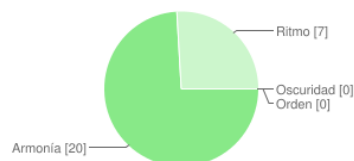
- a. Cuenta con un orden coherente para la lectura
- b. No cuenta con un orden coherente para la lectura
- c. El orden es confuso para la lectura
- d. El orden ayuda a la lectura

8. Considera que el tipo de letra es:
- a. Su lectura es confusa
  - b. Su lectura es adecuada y aporta al material
  - c. Su lectura es confusa y no aporta al material
  - d. Su lectura es adecuada pero no aporta al material
9. Considera que la información y los elementos gráficos son:
- a. Se complementan entre si y aportan al tema.
  - b. No se complementan entre si y no aportan al tema.
  - c. Se complementan entre si pero no aportan al tema.
  - d. No se complementan entre si pero si aportan al tema.

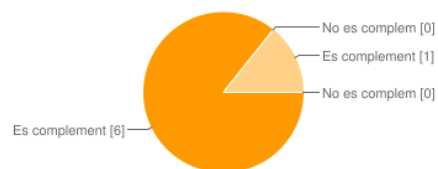


## (Anexo #4.1.a) Diseñadores Gráficos: Expertos en imagen visual y diseño publicitario

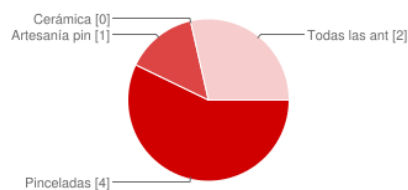
**Materiales en general:**



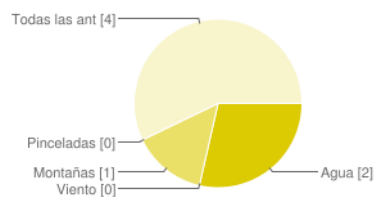
Oscuridad	0	0%
Orden	0	0%
Armonía	20	74.1%
Ritmo	7	25.9%



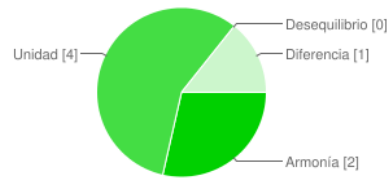
Es complementaria al isotipo y adecuada para la a la temática	6	85.7%
No es complementaria al isotipo y adecuada para la temática	0	0%
Es complementaria al isotipo pero no adecuada para la temática	1	14.3%
No es complementaria al isotipo y no es adecuada a la temática	0	0%



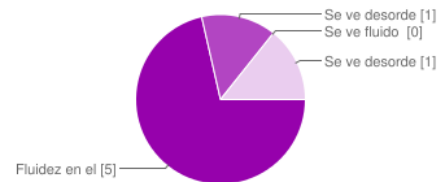
Pinceladas	4	57.1%
Artesanía pintada	1	14.3%
Cerámica	0	0%
Todas las anteriores	2	28.6%



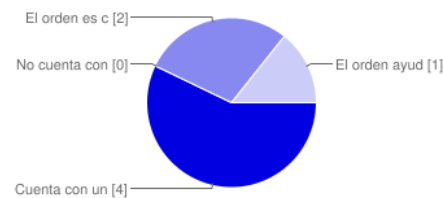
Agua	2	28.6%
Viento	0	0%
Montañas	1	14.3%
Pinceladas	0	0%
Todas las anteriores	4	57.1%



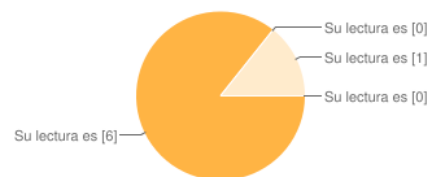
Armonía	2	28.6%
Unidad	4	57.1%
Desequilibrio	0	0%
Diferencia	1	14.3%



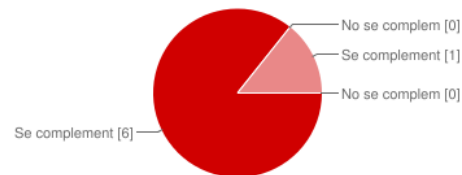
Fluidez en el material y aporta al tema	5	71.4%
Se ve desordenado y no aporta al tema	1	14.3%
Se ve fluido pero no aporta al tema	0	0%
Se ve desordenado pero va de acuerdo a la temática.	1	14.3%



Cuenta con un orden coherente para la lectura	4	57.1%
No cuenta con un orden coherente para la lectura	0	0%
El orden es confuso para la lectura	2	28.6%
El orden ayuda a la lectura	1	14.3%



Su lectura es confusa	0	0%
Su lectura es adecuada y aporta al material	6	85.7%
Su lectura es confusa y no aporta al material	0	0%
Su lectura es adecuada pero no aporta al material	1	14.3%



Se complementan entre si y aportan al tema	6	85.7%
No se complementan entre si y no aportan al tema	0	0%
Se complementan entre si pero no aportan al tema	1	14.3%
No se complementan entre si pero si aportan al tema	0	0%

## Anexo # 4.2

### Validación a Grupo Objetivo:

Logotipo:

1. El tipo de letra que se usó:
  - a. No complementa al símbolo, y su lectura es confusa.
  - b. Complementa al símbolo y es fácil de leer
  - c. No complementa al símbolo pero es fácil de leer
  - d. Dificulta la lectura pero complementa al símbolo
  
2. Con que asocia el logotipo mostrado:
  - a. Pinceladas
  - b. Artesanía pintada
  - c. Cerámica
  - d. Todas las anteriores
  
3. Al observar la figura utilizada en el logotipo lo asocio o relaciono con:
  - a. Agua
  - b. Viento
  - c. Montañas
  - d. Pinceladas
  - e. Todas las anteriores

Tarjetas de Presentación:

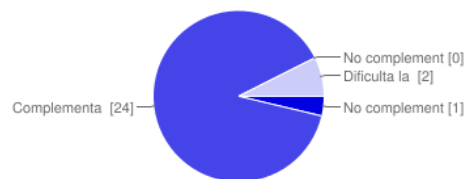
4. Cuando observa la tarjeta de presentación, ¿Puede decir de qué tipo de comercio es?
  - a. Una tienda de pintura
  - b. Una tienda de cerámica
  - c. Una tienda de artesanía
  - d. No entiendo la temática
  
5. ¿Considera que el uso del color en los materiales representa?
  - a. Oscuridad
  - b. Orden
  - c. Armonía
  - d. Ritmo
  
6. ¿Considera que los elementos de apoyo generan?
  - a. Fluidez en el material y aporta al tema
  - b. Se ve desordenado y no aporta al tema
  - c. Se ve fluido pero no aporta al tema
  - d. Se ve desordenado pero va de acuerdo a la temática.
  
7. ¿Considera que la estructura en la que está colocada la información?
  - a. Cuenta con un orden coherente para la lectura
  - b. No cuenta con un orden coherente para la lectura
  - c. El orden es confuso para la lectura
  - d. El orden ayuda a la lectura

8. Considera que el tipo de letra es:
- a. Su lectura es confusa
  - b. Su lectura es adecuada y aporta al material
  - c. Su lectura es confusa y no aporta al material
  - d. Su lectura es adecuada pero no aporta al material
9. Considera que la información y los elementos gráficos :
- a. Se complementan entre si y aportan al tema.
  - b. No se complementan entre si y no aportan al tema.
  - c. Se complementan entre si pero no aportan al tema.
  - d. No se complementan entre si pero si aportan al tema.

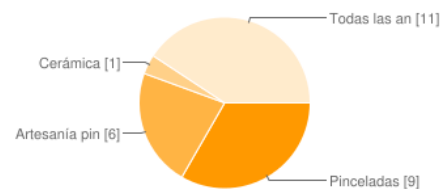


## (Anexo #4.2.a) Grupo objetivo:

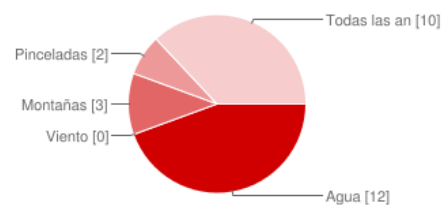
### Logotipo



No complementa al símbolo, y su lectura es confusa.	1	3.7%
Complementa al símbolo y es fácil de leer	24	88.9%
No complementa al símbolo pero es fácil de leer	0	0%
Dificulta la lectura pero complementa al símbolo	2	7.4%

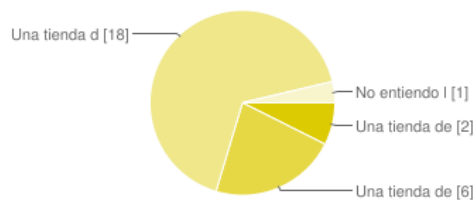


Pinceladas	9	33.3%
Artesanía pintada	6	22.2%
Cerámica	1	3.7%
Todas las anteriores	11	40.7%



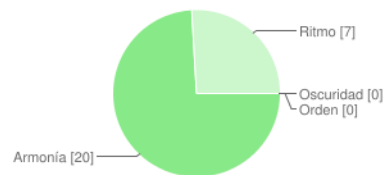
Agua	12	44.4%
Viento	0	0%
Montañas	3	11.1%
Pinceladas	2	7.4%
Todas las anteriores	10	37%

### Tarjeta de Presentación

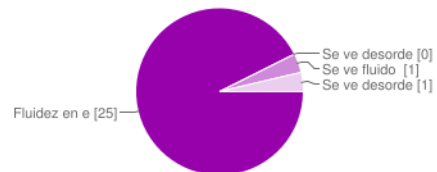


Una tienda de pintura	2	7.4%
Una tienda de cerámica	6	22.2%
Una tienda de artesanía	18	66.7%
No entiendo la temática	1	3.7%

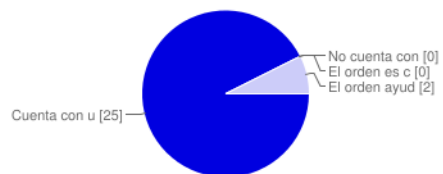
**Materiales en general:**



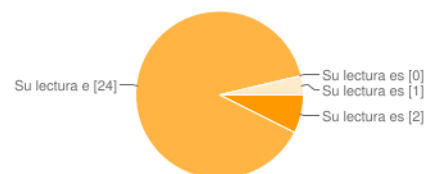
Oscuridad	0	0%
Orden	0	0%
Armonía	20	74.1%
Ritmo	7	25.9%



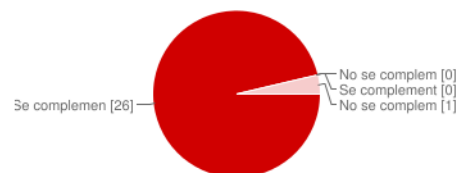
Fluidez en el material y aporta al tema	25	92.6%
Se ve desordenado y no aporta al tema	0	0%
Se ve fluido pero no aporta al tema	1	3.7%
Se ve desordenado pero va de acuerdo a la temática.	1	3.7%



Cuenta con un orden coherente para la lectura	25	92.6%
No cuenta con un orden coherente para la lectura	0	0%
El orden es confuso para la lectura	0	0%
El orden ayuda a la lectura	2	7.4%



Su lectura es confusa	2	7.4%
Su lectura es adecuada y aporta al material	24	88.9%
Su lectura es confusa y no aporta al material	0	0%
Su lectura es adecuada pero no aporta al material	1	3.7%



Se complementan entre si y aportan al tema	26	96.3%
No se complementan entre si y no aportan al tema	0	0%
Se complementan entre si pero no aportan al tema	0	0%
No se complementan entre si pero si aportan al tema	1	3.7%

## Anexo # 4.3

### Validación a Expertos en el tema:

Logotipo:

1. El tipo de letra que se usó:
  - a. No complementa al símbolo, y su lectura es confusa.
  - b. Complementa al símbolo y es fácil de leer
  - c. No complementa al símbolo pero es fácil de leer
  - d. Dificulta la lectura pero complementa al símbolo
  
2. Con que asocia el logotipo mostrado:
  - a. Pinceladas
  - b. Artesanía pintada
  - c. Cerámica
  - d. Todas las anteriores
  
3. Al observar la figura utilizada en el logotipo lo asocio o relaciono con:
  - a. Agua
  - b. Viento
  - c. Montañas
  - d. Pinceladas
  - e. Todas las anteriores

Tarjetas de Presentación:

4. Cuando observa la tarjeta de presentación, ¿Puede decir de qué tipo de comercio es?
  - a. Una tienda de pintura
  - b. Una tienda de cerámica
  - c. Una tienda de artesanía
  - d. No entiendo la temática
  
5. ¿Considera que el uso del color en los materiales representa?
  - a. Oscuridad
  - b. Orden
  - c. Armonía
  - d. Ritmo
  
6. ¿Considera que los elementos de apoyo generan?
  - a. Fluidez en el material y aporta al tema
  - b. Se ve desordenado y no aporta al tema
  - c. Se ve fluido pero no aporta al tema
  - d. Se ve desordenado pero va de acuerdo a la temática.
  
7. ¿Considera que la estructura en la que está colocada la información?
  - a. Cuenta con un orden coherente para la lectura
  - b. No cuenta con un orden coherente para la lectura
  - c. El orden es confuso para la lectura
  - d. El orden ayuda a la lectura

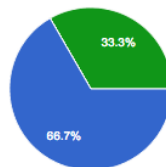
8. Considera que el tipo de letra es:
- a. Su lectura es confusa
  - b. Su lectura es adecuada y aporta al material
  - c. Su lectura es confusa y no aporta al material
  - d. Su lectura es adecuada pero no aporta al material
9. Considera que la información y los elementos gráficos :
- a. Se complementan entre si y aportan al tema.
  - b. No se complementan entre si y no aportan al tema.
  - c. Se complementan entre si pero no aportan al tema.
  - d. No se complementan entre si pero si aportan al tema.



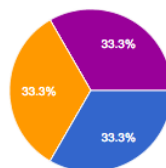
**(Anexo #4.3.a) Expertos en el tema:**



No complementa al símbolo, y su lectura es confusa.	0	0%
Complementa al símbolo y es fácil de leer	3	100%
No complementa al símbolo pero es fácil de leer	0	0%
Dificulta la lectura pero complementa al símbolo	0	0%

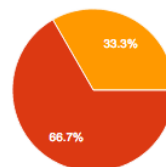


Pinceladas	2	66.7%
Artesanía pintada	0	0%
Cerámica	0	0%
Todas las anteriores	1	33.3%



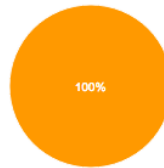
Agua	1	33.3%
Viento	0	0%
Montañas	1	33.3%
Pinceladas	0	0%
Todas las anteriores	1	33.3%

**Tarjeta de Presentación**



Una tienda de pintura	0	0%
Una tienda de cerámica	2	66.7%
Una tienda de artesanía	1	33.3%
No entiendo la temática	0	0%

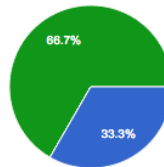
**Materiales en general:**



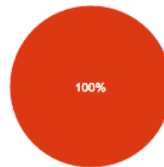
Oscuridad	0	0%
Orden	0	0%
Armonía	3	100%
Ritmo	0	0%



Fluidez en el material y aporta al tema	3	100%
Se ve desordenado y no aporta al tema	0	0%
Se ve fluido pero no aporta al tema	0	0%
Se ve desordenado pero va de acuerdo a la temática.	0	0%



Cuenta con un orden coherente para la lectura	1	33.3%
No cuenta con un orden coherente para la lectura	0	0%
El orden es confuso para la lectura	0	0%
El orden ayuda a la lectura	2	66.7%



Su lectura es confusa	0	0%
Su lectura es adecuada y aporta al material	3	100%
Su lectura es confusa y no aporta al material	0	0%
Su lectura es adecuada pero no aporta al material	0	0%



Se complementan entre si y aportan al tema	3	100%
No se complementan entre si y no aportan al tema	0	0%
Se complementan entre si pero no aportan al tema	0	0%
No se complementan entre si pero si aportan al tema	0	0%





**ANEXOS #5:**  
**LEYENDA DE XOCOMIL**

---



## Anexo 1

### Leyenda de Xocomil:

En el departamento de Sololá, Guatemala, se encuentra el Lago de Atitlán, considerado uno de los más bellos del mundo. Está rodeado de tres volcanes: Atitlán, Tolimán y San Pedro, así como de varias poblaciones de origen maya. La naturaleza alrededor del lago así como el folklor de la gente con sus trajes indígenas de colores vibrantes hacen de este lugar una de las atracciones turísticas más grandes del país.

Una de las características del lago es un viento fuerte llamado Xocomil que empieza a las cinco de la tarde y no permite la navegación por sus aguas a esa hora ya que es temido por las grandes olas que levanta y por la rabia con la que sopla. La etimología de Xocomil, proviene de las voces kaqchikeles "Xocom", de jocom (recoger) e "il" (pecados), o sea el viento que recoge los pecados de los habitantes de los pueblos situados a las orillas del lago.

Cuenta la leyenda que antes de la formación del lago habían tres ríos que se juntaban al centro de los tres volcanes. Cada mañana iba a bañarse a los ríos una doncella de una belleza incomparable con una cabellera larga y negra, delgada de piel suave y fina. Era la hija del cacique de la región y su nombre era Citlatzin que significa "estrellita", cantaba con una dulzura excepcional y las aguas de los ríos se enamoraron de ella y cada día esperaban con ansias el baño de la joven. Los ríos se creían los amantes de Citlatzin aunque sabían que ella era la prometida del hijo del cacique del norte.



Lago de Atitlán - Fuente propia.

Una mañana de tantas, después del baño usual, Citlatzin decidió dar un paseo para recoger algunas flores para su madre. En el camino se topó con Tzilmiztli, que era hijo del carpintero de la región, por lo tanto un plebeyo. Su nombre significa "Puma Negro". No era permitido que la nobleza se mezclara con los plebeyos pero el encuentro casual de Citlatzin y Tzilmiztli los impactó a los dos. Al verse a los ojos sintieron como la electricidad les recorría el cuerpo y no querían separarse jamás. Hablaron de todo un poco y acordaron volverse a ver a la mañana siguiente en el mismo lugar. Desde ese día, Citlatzin y Tzilmiztli se encontraban a escondidas y compartían momentos inolvidables. Una mañana sin pensarlo Tzilmiztli le rozó la mejilla y la besó apasionadamente. Del beso pasaron a más y así empezaron a tener una apasionada aventura amorosa que los hizo enamorarse y aferrar el alma hacía un destino incierto y sin futuro.



Mientras tanto los ríos veían un cambio en Citlaltzin que no sabían como interpretar. Ya no jugaba con sus aguas cristalinas como antes sino que se apresuraba a bañarse y hasta dejó de cantar para ellos. Ellos sabían que algo la distraía pero no comprendían que era. Después de algunos meses se empezaron a ver cambios en el cuerpo de Citlaltzin. Los ríos que conocían todos sus rincones sabían que estaba diferente, sus formas de niña se había transformado a formas de mujer. Sospechaban que Citlaltzin se había enamorado pero no podían estar seguros, sabían que faltaba bastante tiempo para que ella se casara así que no comprendían quien podía estarla distrayendo, se morían de la curiosidad así que decidieron preguntarle al viento si podía contarles que sucedía. El viento les contó de los encuentros de Citlaltzin con Tzilmiztli, los ríos se cegaron de los celos y decidieron hacer algo para separarlos. Le pidieron al viento que les ayudaran a traer a Tzilmiztli y Citlaltzin a los ríos, querían castigar a Tzilmiztli enfrente de Citlaltzin para que ella supiera que con ellos no se jugaba.

El viento empujó a Tzilmiztli y a Citlaltzin hacia los ríos y cuando llegaron a la orilla empujó con más fuerza a Tzilmiztli para que entrara a las aguas de los ríos. Tzilmiztli se enredó en las aguas enfurecidas mezcladas con el viento que lo envolvían para hundirlo en ellas. Cuando Citlaltzin notó lo que estaba sucediendo decidió que no podía vivir sin Tzilmiztli y voluntariamente entró a las aguas y en medio de la furia tomó la mano de Tzilmiztli para luego hundirse con él hasta las profundidades.

Los ríos al ver que Citlaltzin había decidido acabar su vida junto a Tzilmiztli se enfurecieron aún más hasta formar un choque de corrientes que cubrió casi toda la región.

Así fue como se formó el Lago de Atitlán. Las aguas nunca olvidaron la traición de su amada y junto con el viento todavía protestan su pecado.



Lago de Atitlán - Fuente propia.





# ANEXOS #6:

COTIZACIÓN DE IMPRESION

---



## Cotización de impresión GreenPrint

Tel: 2311-6411

Dirección: 15avenida A 5-09 zona 13

### COTIZACION

No. JD-0906-313



15 avenida A 5-09 zona 13

PBX: (502) 2311-6411

[www.ads.com.gt](http://www.ads.com.gt)

#### EMPRESA

Nombre	Venegua	Fecha:	09-jun-15
Dirección	Ciudad, Guatemala.	Contacto:	
Ciudad	Ciudad, Guatemala.		Ana Lucía Armas
Teléfono	2329-7676	Puesto:	Depto. Diseño
E-mail:		No. Celular:	
Nit:			

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNI Q.	TOTAL Q.
200	tarjetas de presentación en casc. De huevo cartulina/ tiro	Q 1.40	Q 280.00
100	hojas membretadas en cascará de huevo papel/tiro	Q 9.50	Q 950.00
200	etiquetas tiro y retiro en cartulina cascará de huevo cortadas	Q 2.25	Q 450.00
100	sobres no hay existencia	-	-
			Q1,680.00
			Q7.50
			Q1,687.50
			Q1,687.50

#### Condiciones Generales:

**Forma de Pago:** 60% ANTICIPO - 40% contraentrega

**Vigencia:** La presente cotización es valida por 15 días.

De aprobarse la presente cotización, por favor emitir orden de compra y pago a nombre de:

**Green Print**

Agradeciéndole de antemano la oportunidad que nos brinda de presentarle nuestra cotización y en espera de cualquier comentario. Atentamente.

**Autorizado por:** \_\_\_\_\_

**Jonatan Duran**  
Comercializacion  
2311-6411 - Ext: 108

**Firma del cliente:** \_\_\_\_\_





## Cotización de impresión Grafipronto

Tel:2336-6999

Dirección: Diagonal 6 13.01 Zona 10



### COTIZACIÓN

AU-0255

Empresa: \_\_\_\_\_ 19/05/2015  
Contacto: ANA LUCIA ARMAS 4577-9286  
Dirección: \_\_\_\_\_  
Correo: [aluciaarmasm@gmail.com](mailto:aluciaarmasm@gmail.com)

A continuación, encontrará la cotización solicitada:

Cantidad	Descripción	Precio uni.	Sub total
1	Manta Vinilica 0.80 x 2.00 metros con impresión en lona vinilica de alta resolución, estructura roll up	Q.375.00	Q.375.00

**TOTAL Q.375.00**

#### Observaciones:

1. No se emiten facturas previas para trámites de cheques.
2. El servicio a domicilio tiene un recargo de Q. 50.00, disponible únicamente en zonas 9, 10, 13 y 14.
3. Pagos únicamente en moneda nacional.
4. Si desea crédito, solicitar papelería con Diseñador(a).
5. Todo cheque debe estar preavisado, con los datos de quien firma - solicitar datos a Diseñador(a).
6. Pagos con cheque mayor de Q. 5,000.00 se facturarán únicamente con cheques de caja.
7. Si la cotización no está autorizada, no se procederá a realizar el trabajo solicitado.

Forma de pago:  
Tiempo de entrega: días hábiles

#### CHEQUES A NOMBRE DE CANELLA, S.A.

Será un gusto poder atenderle.  
Atentamente,

Anayté Urizar  
Diseñadora Gráfica

Diagonal 6 13-01 Zona 10, C.C. Oakland Mall, Local S-04 - Tel: 2336-6966

## Cotización de impresión Visión Digital

Tel: 2419-3817

Dirección: Centro Comercial

Pacific Plaza Zona 15 Local 09 y 10



**Fecha: 9 de Julio de 2015**

**ATENCIÓN: Arte Inmobiliario Guatemala**  
**FORMA DE PAGO: Contado**

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	TOTAL
Impresión a full color de tarjetas de presentación a full color solo tiro en cascara de huevo	Q1.00	200	Q200.00
Impresión de hojas membretadas a full color solo tiro	Q6.00	100	Q600.00
Etiquetas a full color de 2.25-4.25plg en cascara de huevo	Q1.50	200	Q300.00
Manta Vinilica de 0.80*2metros	Q195.00	1	Q195.00

**NOTA: COMPROMISO DE ENTREGA: 2 4 horas**  
**Atentamente,**

**Nancy Alvarado**  
**Cel (502) 5616-5708**  
[visiondigital11@gmail.com](mailto:visiondigital11@gmail.com)

Centro Comercial Pacific Plaza Z. 15 Locales 09 y 10 (C.C. De Burguer King), Guatemala ●2419-3817 y 2419-3818





CD