



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO DE UN LIBRO CON REGISTRO HISTÓRICO Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA EMPRESA INDUVALLAS CIA. LTDA. UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico

Autor: Edwin Javier Sánchez Suscal

Tutor: Ing. Gissela Fernanda Ruales Ávila

Quito, 08 de marzo de 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Edwin Javier Sánchez Suscal, declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, son absolutamente originales, auténticos y de mi autoría; que el presente trabajo no ha sido previamente presentado para ningún grado profesional o académico; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En tal virtud, expreso que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del presente trabajo es de exclusiva responsabilidad del autor.

Edwin Javier Sánchez Suscal

C.C.: 1716136997

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Edwin Javier Sánchez Suscal** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **1716136997** de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“DISEÑO DE UN LIBRO CON REGISTRO HISTÓRICO Y PROCESOS DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR DE LA EMPRESA INDUVALLAS CIA. LTDA. UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE _____

CEDULA _____

Quito, a los

AGRADECIMIENTO

A mis padres por darme la vida, a Víctor Hugo Oña, Guiomar, Wagner, Byron, Fabricio por el apoyo incondicional brindado a mi persona para la realización de este trabajo, a mis hermanos y toda mi familia, a mis profesores, a mi tutora Ing. Gissela Ruales, a Induvallas la empresa que me brindó la oportunidad de realizar este proyecto.

Javier Sánchez

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios en primer lugar por darme la oportunidad de vivir y poder desarrollarme como ser humano y ser una persona de bien, a mi familia entera que nunca me han dejado caer y son un pilar fundamental en mi vida, a mi novia que siempre camina junto a mí en todos los logros alcanzados hasta el momento, por su amor y paciencia, son el motivo fundamental de este anhelo.

Javier Sánchez

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE	i
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I.....	4
1. Antecedentes	4
1.01. Contexto	4
1.02. Justificación.....	5
1.03. Definición del problema central (Matriz T)	8
CAPÍTULO II	9
2. Análisis de Involucrados	9
2.01. Mapeo de los Involucrados	9
2.02. Matriz de Análisis de Involucración	10
CAPÍTULO III.....	11
3. Problemas y Objetivos	11
3.01. Árbol de Problemas.....	11
3.02. Árbol de Objetivos	12
CAPÍTULO IV.....	13
4. Análisis de Alternativas	13
4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones	13
4.01.01. Tamaño del Proyecto	14
4.01.02. Localización del Proyecto	15
4.01.03. Análisis Ambiental.....	15
4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos	17
4.03. Diagrama de Estrategias.....	20

4.04. Construcción de la matriz de marco lógico.....	21
4.04.01. Revisión de los criterios para indicadores.....	21
4.04.02. Selección de indicadores	24
4.04.03. Medios de verificación	26
4.04.04. Supuestos	28
4.04.05. Matriz de marco lógico	30
CAPÍTULO V	33
5. La propuesta	33
5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta.....	33
5.01.01. Marco teórico	33
5.01.01.01. Introducción al diseño gráfico.....	33
5.01.01.02. Teoría del color	34
5.01.01.03. El color	34
5.01.01.03.01. Propiedades del color: El tono, saturación y valor son cualidades y características que tiene el color como propiedades.	34
5.01.01.03.02. El tono, o hue:	34
5.01.01.03.03. Saturación, o saturation:.....	34
5.01.01.03.04. Valor o value:.....	35
5.01.01.02. Colores luz o sistemas RGB.....	35
5.01.01.03. Colores pigmento o sistemas CMYK.....	35
5.01.01.04. Funciones del color	36
5.01.01.04.01. Color Blanco:	36
5.01.01.04.02. Color Negro:.....	36
5.01.01.04.03. Color Amarillo:	36
5.01.01.04.04. Color Naranja:.....	36
5.01.01.04.05. Color Azul:.....	36
5.01.01.04.06. El equilibrio:	36
5.01.01.04.07. El contraste:.....	37
5.01.01.04.08. La armonía:	37
5.01.01.05. El diseño editorial	37
5.01.01.06. Tipografía.....	38
5.01.01.07. Clasificación de las letras.....	39

5.01.01.08. Rotulación	39
5.01.01.08.01. El diseño de la letra:	40
5.01.01.08.02. Espaciado entre letra y letra:	40
5.01.01.08.03. El tamaño de la letra:	40
5.01.01.08.04. La longitud de la línea:	40
5.01.01.08.05. La calidad de impresión:	40
5.01.01.08.06. Los colores idóneos para la tipografía son:	40
5.01.01.09. El texto	41
5.01.01.10. Jerarquización	41
5.01.01.10.01. El título del documento:	41
5.01.01.10.02. Los subtítulos:	42
5.01.01.10.03. El pie de foto:	42
5.01.01.11. La cuadrícula o retícula	42
5.01.01.11.01. Cuadrículas simples:	42
5.01.01.11.02. Cuadrículas de 2 y 4 columnas:	42
5.01.01.11.03. Cuadrículas de 3 y 6 columnas:	42
5.01.01.12. Materiales y procesos de impresión	42
5.01.01.12.01. Impresión Offset:	43
5.01.01.12.02. Ventaja:	43
5.01.01.13. Encuadernación	43
5.01.01.13.01. Cosido a caballete con alambre:	43
5.01.01.13.02. Cosido lateral con alambre:	43
5.01.01.13.03. Encuadernación sin cosido:	44
5.01.01.13.04. Encuadernación tradicional de libros:	44
5.01.01.14. Fotografía	44
5.01.01.14.01. La fotografía digital:	44
5.01.01.14.02. Iluminación:	44
5.01.01.14.03. El Flash:	44
5.01.01.14.04. Profundidad de campo:	45
5.01.01.14.05. Velocidad de obturación:	45
5.01.01.14.06. Apertura de diafragma:	45
5.01.01.14.07. Fotografía arquitectónica:	45

5.01.01.14.08. Fotografía de interiores:	46
5.01.01.14.09. Fotografía urbana:	46
5.01.01.15. El libro.....	46
5.01.01.16. La publicidad exterior	47
5.01.01.17. El ritmo y la composición	48
5.02. Descripción de la herramienta.....	48
5.02.01. Metodología	48
5.02.02. Resultados	50
5.02.02.01. Encuesta	50
5.02.02.01.01. Modelo de encuesta.....	50
5.02.02.01.02. Tabulación de encuestas.....	52
5.02.02.02. Observación.....	63
5.03. Formulación del proceso de aplicación.....	64
5.03.01. Planificación.....	64
5.03.02. Desarrollo.....	64
5.03.02.01. Mapa de contenidos.....	64
5.03.02.02. Índice de imágenes	65
5.03.02.03. Estilos.....	65
5.03.02.03.01. La tipografía	66
5.03.02.04. Página master y retículas.....	67
5.03.02.05. Imagen corporativa	68
5.03.02.05.01. Logotipo	68
5.03.02.05.02 La cromática.....	68
5.03.02.05.03. Manejo fotográfico.....	69
5.03.02.06. Portada	70
5.03.02.07. Maquetación	74
5.03.02.07. Impresión	77
CAPÍTULO VI.....	78
6. Aspectos Administrativos	78
6.01. Recursos	78
6.01.01. Técnicos – Tecnológico	78
6.01.02. Humano	78

6.01.03. Económico.....	80
6.02. Presupuesto	80
6.02.01 Gastos Operativos	80
6.02.02 Aplicación del Proyecto	81
6.03. Cronograma.....	81
CAPÍTULO VII	82
7. Conclusiones y Recomendaciones	82
7.01. Conclusiones	82
7.02. Recomendaciones.....	84
Bibliografía	87
Anexo	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis de las Fuerzas T	8
Tabla 2: Análisis de Involucrados.....	10
Tabla 3: Impacto de los Objetivos	17
Tabla 4: Revisión de los criterios para indicadores.....	21
Tabla 5: Selección de indicadores.....	24
Tabla 6: Medios de verificación.....	26
Tabla 7: Matriz de supuestos	28
Tabla 8: Matriz de marco lógico	30
Tabla 9: Presupuesto de gastos operativos.....	80
Tabla 10: Presupuesto de aplicación del producto.....	81
Tabla 11: Cronograma de actividades.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapeo de involucrados.....	9
Figura 2: Árbol de Problemas	11
Figura 3: Árbol de Objetivos	12
Figura 4: Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	13
Figura 5: Localización del Proyecto	15
Figura 6: Diagrama de Estrategias	20
Figura 7: Tabulación pregunta #1	52
Figura 8: Tabulación pregunta #2	53
Figura 9: Tabulación pregunta #3	54
Figura 10: Tabulación pregunta #4	55
Figura 11: Tabulación pregunta #5	56
Figura 12: Tabulación pregunta #6	57
Figura 13: Tabulación pregunta #7	58
Figura 14: Tabulación pregunta #8	59
Figura 15: Tabulación pregunta #9	60
Figura 16: Tabulación pregunta #10	61
Figura 17: Tabulación pregunta #11	62
Figura 18: Mapa de contenidos	64
Figura 19: Índice diseño.....	65
Figura 20: Captura de pantalla proceso retícula.....	67
Figura 21: Logotipo	68

Figura 22: Colores.....	68
Figura 23: Edición de fotografías en Photoshop.....	69
Figura 24:Photoshop proceso portada 1.....	70
Figura 25: Photoshop proceso portada 2.....	70
Figura 26: Photoshop proceso portada 3.....	71
Figura 27: Photoshop proceso portada 4.....	71
Figura 28: Photoshop proceso portada 5.....	72
Figura 29: Photoshop proceso portada 6.....	72
Figura 30: Photoshop proceso portada 7.....	73
Figura 31: Proceso diseño libro 1.....	74
Figura 32: Proceso diseño libro 2.....	74
Figura 33: Proceso diseño libro 3.....	75
Figura 34: Proceso diseño libro 4.....	75
Figura 35: Proceso diseño libro 5.....	76
Figura 36: Proceso diseño libro 6.....	76
Figura 37: Proceso diseño libro 7.....	77

RESUMEN EJECUTIVO

La propuesta de este proyecto tiene como objetivo el diseño de un libro del registro histórico y procesos de la Publicidad Exterior en la empresa Induvallas Cía. Ltda., el cual está dirigido al personal administrativo y operativo de la empresa, además servirá como referente de estudio para los alumnos del Instituto Cordillera, de la carrera de Diseño Gráfico. Actualmente en la empresa no existe un documento en el cual se registre su crecimiento y desarrollo, además de cómo se fabrican las estructuras y demás productos que empresa produce y comercializa.

Para el diseño del documento se utilizará los programas: InDesign, Photoshop e Illustrator, el documento se lo realizará en formato de un libro, dentro de su temática contará con fotografías e información corporativa. Las fuentes de investigación del proyecto, se sustentará con los departamentos: comercial, logística, diseño, producción, proyectos especiales y tráfico.

Utilizando diversos métodos de investigación científica, con el fin que este estudio cumpla con todos los requisitos para que sea un referente de consulta y observación tanto para la empresa Induvallas Cía. Ltda., como para los estudiantes del ITSCO. Diseñar una guía o referencia acerca de lo que es la empresa y lo que en ella se desarrolla, de esta idea se desprende la imperiosa necesidad de crear un libro que detalle cómo se fabrican las vallas, materiales, estructuración, desarrollo, etc., pero lo más importante es dar a conocer la esencia misma de Induvallas su historia, su gente, sus triunfos, desarrollo y como ha logrado a través de los años convertirse en la principal empresa de Publicidad Exterior del Ecuador.

ABSTRACT

The purpose of this project is the design of a book of historical record and processes of the Exterior Advertising in the company Induvallas Cía. Ltda., Which is aimed at the administrative and operational staff of the company, will also serve as a reference for study for the students of the Cordillera Institute, for the Graphic Design career. Currently there is no document in the company that registers its growth and development, as well as how the structures and other products that the company produces and sell are manufactured. For the design of the document will be used the programs: InDesign, Photoshop and Illustrator, the document will be made in a book format, within its theme will have photographs and corporate information.

The research sources of the project, will be supported by departments: commercial, logistics, design, production, special projects and traffic. Using various methods of scientific research, in order that this study meets all the requirements to be a reference for consultation and observation for both the company Induvallas Cía. Ltda., As well as for ITSCO students.

Designing a guide or reference about what is the company and what is developed in it, from this idea comes the imperative need to create a book that details how to manufacture fences, materials, structuring, development, etc., but The most important thing is to make known the very essence of Induvallas its history, its people, its triumphs, development and how it has managed through the years to become the main Foreign Advertising company of Ecuador.



INTRODUCCIÓN

Este proyecto tiene como naturaleza el diseño de un libro con registro histórico y procesos de la empresa Induvallas Cia. Ltda., que tiene como problema principal la inexistencia de un documento de este tipo en sus 26 años en el mercado, ya que nunca se ha dado prioridad al estudio e importancia que tiene contar la historia de una empresa reconocida a nivel nacional.

La investigación realizada para conseguir llevar a cabo el proceso del ejemplar, tuvo muchos obstáculos ya que para poder tener acceso a toda la información detallada en el libro, toma de mucha paciencia, tiempo y conocimiento de todo lo que se va a realizar, también fue un desafío muy grande ya que realizar y tener la apertura de una empresa como lo es Induvallas Cia. Ltda., no es tarea fácil sin embargo en el proceso me di cuenta que es un desafío enorme ya que obtener información de la historia e ir investigando absolutamente todo lo que la empresa ha realizado en su trayectoria, requiere de tener conceptos y conocimientos de diseño, pues dentro de la empresa un 90% de lo que se realiza es diseño, y no solo para lo que refiera a la publicidad exterior sino también en lo que refiere a diseño e infraestructura de toda la empresa.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.01. Contexto

La empresa Induvallas Cía. Ltda., fundada en el año 1986 establece sus funciones en la ciudad de Quito, sus instalaciones están ubicadas en el sector norte de la ciudad, es una organización familiar la cual ofrece servicios de publicidad exterior con sus productos: vallas publicitarias, gigantografías, Mobile Systems, proyectos especiales.

A través de los años ha logrado posicionarse en el nivel más alto en su segmento en el mercado ecuatoriano, por la calidad de sus productos y servicios, utilizando tecnología de punta única en el Ecuador y Sudamérica en materia de impresión digital, con todo esto y debido al vertiginoso desarrollo empresarial no se ha diseñado ningún documento para dar a conocer a la empresa ya sea por falta de interés o desconocimiento por parte de sus Directivos.

Por tanto el no contar con una fuente de información y consulta para dar a conocer a su personal administrativo y planta ha motivado a que se desconozca la filosofía empresarial, los productos y servicios que esta ofrece. En la larga trayectoria de la empresa a nivel nacional, y el poseer una importante cartera de clientes, busco desarrollar una nueva imagen que ésta será representada dentro del mercado de la publicidad exterior.

El desconocimiento por parte del cliente interno y externo puede causar cierto distanciamiento entre las partes, con el fin de superar esta brecha que existe

actualmente se desarrollará un documento histórico fotográfico, que avalará su desarrollo.

La imagen de la empresa representa un costo directo, por lo que es muy importante que esta sea lo más clara y precisa, brindando así a las partes involucradas.

Este libro será un aporte muy importante para todos los colaboradores de la empresa Induvallas Cia. Ltda. ya que al poseer la historia de la misma impulsará a todas las áreas a conocer todo sobre la empresa a la cual está prestando sus servicios y de esta manera tener una herramienta útil tanto para el personal como para los potenciales clientes que tengan intriga de cómo surgió una empresa tan reconocida a nivel nacional y que hasta el momento está dejando huella en lo que respecta a la Publicidad Exterior en el país.

Los procesos que se implementará en el libro serán de lo más sencillos ya que deben ser legibles y claros sin mucha información, ya que este material se difundirá tanto para los colaboradores como para los potenciales clientes de la empresa.

1.02. Justificación

Este proyecto radica en la búsqueda de nuevas alternativas de comunicación interna de la empresa, dentro de las actividades diarias, mediante la inclusión de las temáticas de conocimientos sobre prácticas relativas a la organización y administración de las funciones de los integrantes, la producción y demás actividades.

Capacitar al personal con el fin de aprovechar los recursos, materiales y así aumentar los ingresos económicos, generar nuevas fuentes de empleo, promover el desarrollo humano y la calidad de vida de sus colaboradores.

Una diferencia a resaltar de este proyecto, si bien el sector de la Publicidad Exterior tendrá la puerta abierta para participar activamente, se da importancia a la inclusión dentro de la población receptora al personal de planta, al posibilitar que personal especializado funcione como replicantes idóneos.

También se promoverá la participación del personal administrativo de la empresa, considerando que es un factor que fortalezca la propuesta al atraer la atención sobre las tecnologías apropiadas desde un sector que luego puede ser el que requiera sus servicios, convirtiéndose de algún modo en su propio sostén.

En el presente documento, se adoptará inicialmente el método cualitativo mediante el cual se detallarán situaciones y eventos, midiendo y evaluando diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno, se utilizará también análisis cuantitativos, lo que nos permitirá establecer soluciones.

La recopilación textual, gráfica y técnica, darán forma a un documento que de seguro servirá como fuente de consulta a todo el personal que la conforman, tomando en cuenta que la fotografía desde tiempos inmemorables se ha convertido en un proveedor inagotable de registros históricos, serán las imágenes el principal sustento para demostrar el desarrollo y crecimiento de la empresa, que está más de 50 años liderando el mercado publicitario.

La implementación de un sistema de información permitirá conocer los procesos realizados por la empresa con mayor efectividad.

De acuerdo con los objetivos de la investigación, su resultado permite encontrar soluciones concretas a los problemas de comunicación, producción, clima organizacional y estructura interna, que inciden en los resultados de la empresa Induvallas Cía. Ltda., las capacitaciones de alto nivel con el complemento de este libro serán la base fundamental para seguir ofreciendo productos de primera calidad, con el fin conseguir un proceso de mejoramiento continuo tanto de la empresa como su personal, estableciendo normas y estándares internacionales y buscar la obtención de una certificación ISO.

Este proyecto esta apegado al Plan Nacional de Buen Vivir ya que en el Objetivo 2 nos dice “Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad” (Desarrollo, 2013-2017), el fin de este material de historia y procesos es que todos los colaboradores de la empresa sean incluidos en los proyectos sin tener preferencias por áreas como hasta el momento se ha venido dando, tener una igualdad de trato tanto para el área de producción como para el área administrativa y directivos.

De esta manera los colaboradores aumentarán su productividad ya que serán tomados en cuenta para los proyectos importantes y así desarrollarán más habilidades para tener un crecimiento tanto personal como profesional dentro de su carrera.

1.03. Definición del problema central (Matriz T)

Tabla 1: Análisis de las Fuerzas T

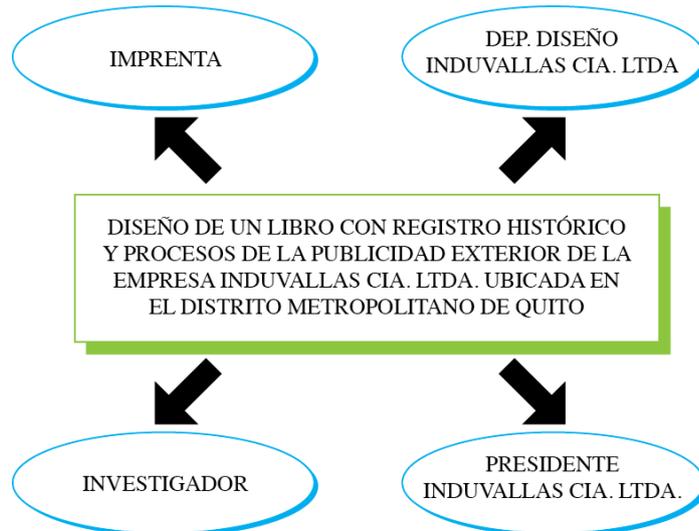
MATRIZ T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Deseada
Inversión de recursos para capacitación de personal	Desconocimiento de los procesos e historia de la empresa Induvallas Cia. Ltda. por parte de los colaboradores				Incremento de personal capacitado y con conocimientos de los procesos e historia de la empresa
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Aumento de ventas	2	4	2	5	Disminución de ventas
Reconocimiento de la empresa	4	5	3	4	Desinterés en la empresa por parte de potenciales clientes
Reconocimiento de la empresa	1	5	1	3	Ineficiencia al momento de atención al cliente
Crecimiento personal de los colaboradores	1	3	1	2	Rotación excesiva de colaboradores
Aumento en la tasa de empleo para el país	4	5	2	4	Recursos malgastados por parte de la empresa
Agilidad en la entrega de trabajos	2	3	1	2	Poco interés por conocer la historia de la empresa
Captación de potenciales clientes	3	4	3	3	insuficientes recursos por parte de la empresa

En la tabla que antecede encontramos las siguiente nomenclatura: I = Impacto y PC = Potencial de cambio. Que nos muestra el impacto actual y a donde va a cambiar una vez que hayamos ejecutado el proyecto.

CAPÍTULO II

2. Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de los Involucrados



En este cuadro se analizó que la parte más importante es el aporte del Departamento de diseño en sentido horario seguido por el presidente de la empresa, en tercer lugar el investigador y por último la imprenta encargada de la impresión del libro.

Figura 1: Mapeo de involucrados

2.02. Matriz de Análisis de Involucración

Tabla 2: Análisis de Involucrados

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERÉS SOBRE EL PROBLEMA	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERÉS SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
INVESTIGADOR	Es un problema que ha llevado a la empresa a disminuir clientes	Necesita de mucha recopilación de datos y fotografías históricas de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Económico • Creativo • • Intelectual • Técnico • Informático • Software 	Este libro ayudará a los colaboradores y a la empresa en si, para conocer a fondo sus procesos y toda su trayectoria en el mercado Ecuatoriano.	Factores económicos, tiempo y agenda del presidente de la compañía
DEP. DISEÑO INDUVALLAS CIA. LTDA.	El departamento de diseño tiene información de procesos ya que ellos son los encargados de una gran parte del proceso de los trabajos	Se debe contar con reuniones muy consecutivas con el presidente de la empresa para por recopilar y ordenar la información	<ul style="list-style-type: none"> • Creativo • Intelectual • • Técnico • Informático • Software 	El interés sobre el proyecto de Dep. Diseño es que se agilicen los procesos con una guía	Organización de información y factor económico
PRESIDENTE EMPRESA INDUVALLAS CIA. LTDA.	La empresa no cuenta con un archivo que cuente su historia y los procesos que se realizan.	En el transcurso y años que lleva la empresa en el mercado nunca se ha pensado o trabajado en un documento de este tipo.	<ul style="list-style-type: none"> • Económico • Social • Cultural • • Intelectual • Humano 	Gracias a este proyecto tendremos un documento que recopila todo lo que la empresa es desde sus inicios, contando con los procesos que se realizan para tener un producto de primera calidad terminado	Tiempo limitado, recopilación de información antigua y fotografías
IMPRENTA	Teniendo un archivo impreso de su historia y procesos ayudará mucho a la empresa en su ahorro de recursos.	Una empresa de tal magnitud debería por obligación tener un libro que cuente su historia, y más aun siendo reconocida a nivel nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • Económico • Técnico • • Informativo • Software 	En este libro se verá reflejado el trabajo que como imprenta de primer nivel realizamos, y será para esta empresa de reconocimiento a nivel nacional	Problemas con las placas de impresión

CAPÍTULO III

3. Problemas y Objetivos

3.01. Árbol de Problemas

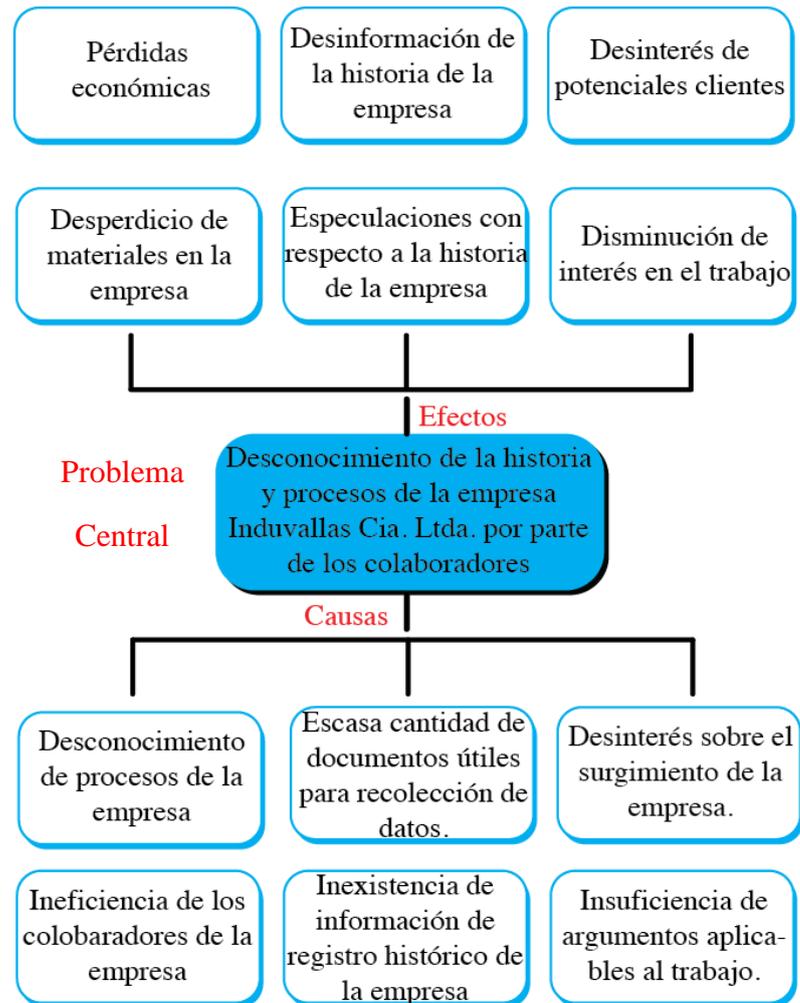


Figura 2: Árbol de Problemas

3.02. Árbol de Objetivos

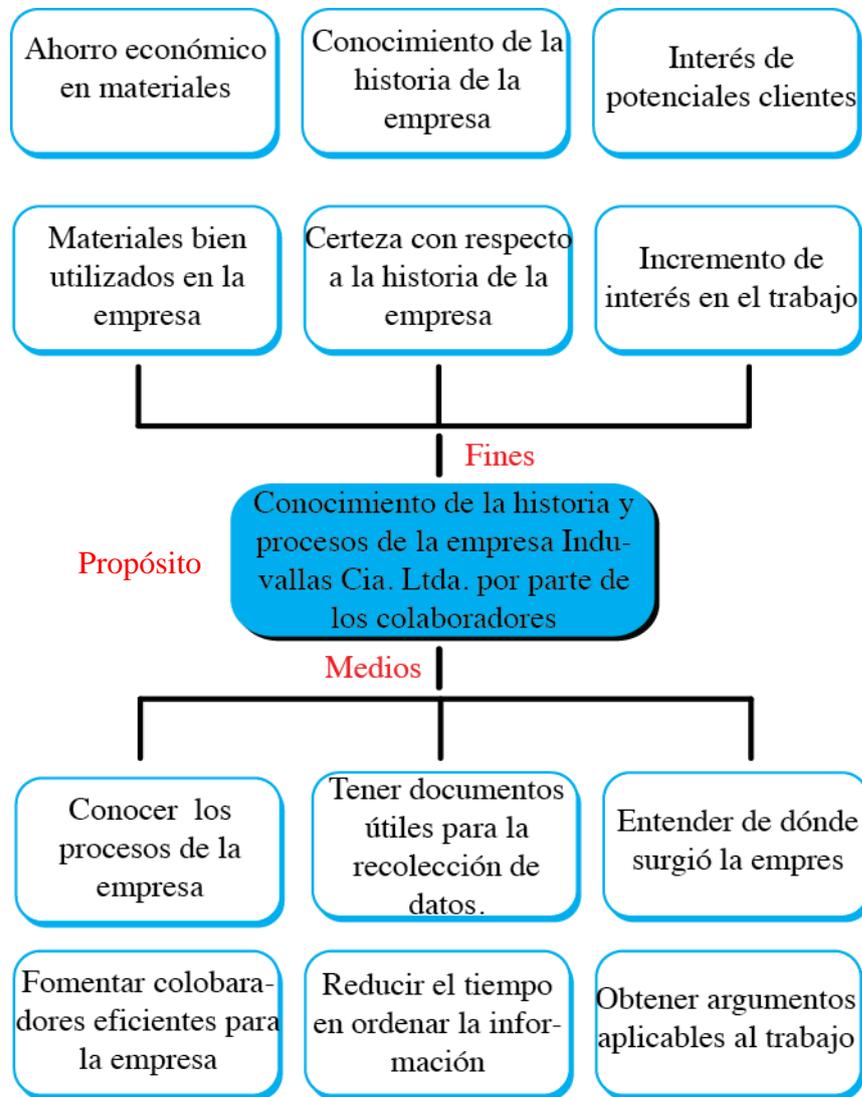


Figura 3: Árbol de Objetivos

CAPÍTULO IV

4. Análisis de Alternativas

4.01. Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

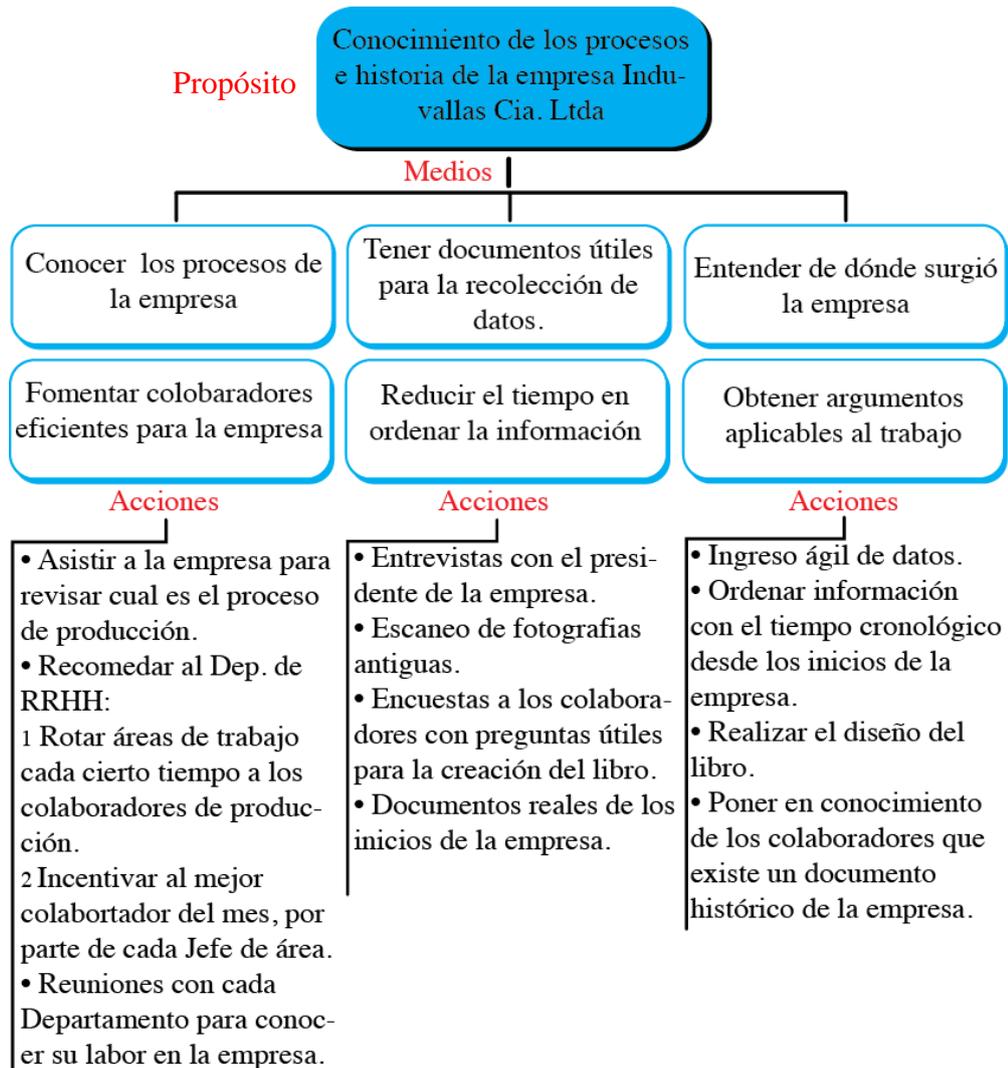


Figura 4: Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

4.01.01. Tamaño del Proyecto

El presente trabajo tiene un alcance dentro de todas las instalaciones de la empresa tanto el área administrativa como el área de producción, dentro de la cual se cuenta con 100 colaboradores activos laborando.

El fin de que podamos llegar al 100% de los colaboradores es que así, absolutamente todos tendrán el conocimiento de la historia y procesos que se manejan dentro de la empresa.

Tamaño del universo: 100 Heterogeneidad %: 50

Márgen de error: 5 Nivel de confianza: 95

$$n = \frac{(k^2 * p * q * N)}{((e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q)}$$

$$n = \frac{(1,96^2 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 100)}{(5^2 * 5(99)) + (1,96^2 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = 80$$

El tamaño recomendado es = 80

Si se encuesta a 80 personas, el 95% de las veces el dato que se requiere medir estará en el intervalo +- 5% respecto al dato que observes en la encuesta.

4.01.02. Localización del Proyecto

La empresa se encuentra ubicada en Ecuador Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Carcelén, Dirección Av. Eloy Alfaro N7220 y Chediak.



Figura 5: Localización del Proyecto

Fuente: Google Maps

4.01.03. Análisis Ambiental

Durante años el libro ha tenido como ventaja su larga vida útil y que no consume energía para su utilización sin embargo el problema cae en el gran uso de papel y como todos lo sabemos es proveniente de los árboles que cada día se talan más y más, aparte del uso indiscriminado de papel viene el uso de tintas tóxicas para su impresión dependiendo de la máquina o los terminados de cada uno de los ejemplares.

Los diseñadores gráficos por naturaleza afectamos al medio ambiente, tanto por el uso de computadores que necesitan energía eléctrica para su funcionamiento como máquinas para la impresión de materiales de publicidad o para el uso que los consumidores quieran darlos.

En este caso el libro que se va a imprimir será en papel couche de 90gr., y la portada se utilizará couche de 300gr., plastificado mate.

Los pros en este proyecto es que se imprimirá muy pocos ejemplares para el uso del ITSCO, la reducción de material y recursos en este caso ayuda a que el impacto se reduzca notablemente, hay que añadir que la vida útil de los ejemplares será muy duraderos.

Los contras es que se utilizarán materiales comunes y estos materiales si son contaminantes para el medio ambiente dado que se deben reducir costos y los materiales biodegradables y tintas vegetales son más costosas y mucho más cuando se trata de impresiones en bajas cantidades.

4.02. Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos

Tabla 3: Impacto de los Objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	TOTAL	CATEGORIA
Conocer los procesos de la empresa	5	5	5	4	5	24	ALTA
Fomentar colaboraciones eficientes para la empresa	5	4	4	5	5	23	ALTA
Tener documentos útiles para la recolección de datos.	5	4	5	5	5	24	ALTA
Reducir el tiempo en ordenar la información	4	5	5	4	5	23	ALTA
Entender de dónde surgió la empresa	4	4	5	4	5	22	ALTA
Obtener argumentos aplicables al trabajo	5	5	5	5	4	24	ALTA
Asistir a la empresa para revisar cual es el proceso de producción	5	5	4	5	5	24	ALTA

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	TOTAL	CATEGORIA
Recomendar al Dep. de RRHH: - Rotar áreas de trabajo cada cierto tiempo a los colaboradores de producción. - Incentivar al mejor colaborador del mes, por parte de cada Jefe de área.	4	5	5	5	4	23	ALTA
Reuniones con cada Departamento para conocer su labor en la empresa.	4	5	5	4	5	23	ALTA
Entrevistas con el presidente de la empresa.	5	5	4	4	4	22	ALTA
Escaneo de fotografías antiguas.	5	4	4	5	5	23	ALTA
Encuestas a los colaboradores con preguntas útiles para la creación del libro.	4	4	4	4	5	21	ALTA
Documentos reales de los inicios de la empresa.	5	5	5	5	5	25	ALTA
Ingreso ágil de datos.	4	4	5	5	5	23	ALTA

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	TOTAL	CATEGORIA
Ordenar información con el tiempo cronológico desde los inicios de la empresa.	5	4	5	5	5	24	ALTA
Realizar el diseño del libro.	5	4	4	5	5	23	ALTA
Poner en conocimiento de los colaboradores que existe un documento histórico de la empresa.	5	4	5	4	5	23	ALTA

Alta= 21-25 Media= 16-20 Baja= 15-0

4.03. Diagrama de Estrategias

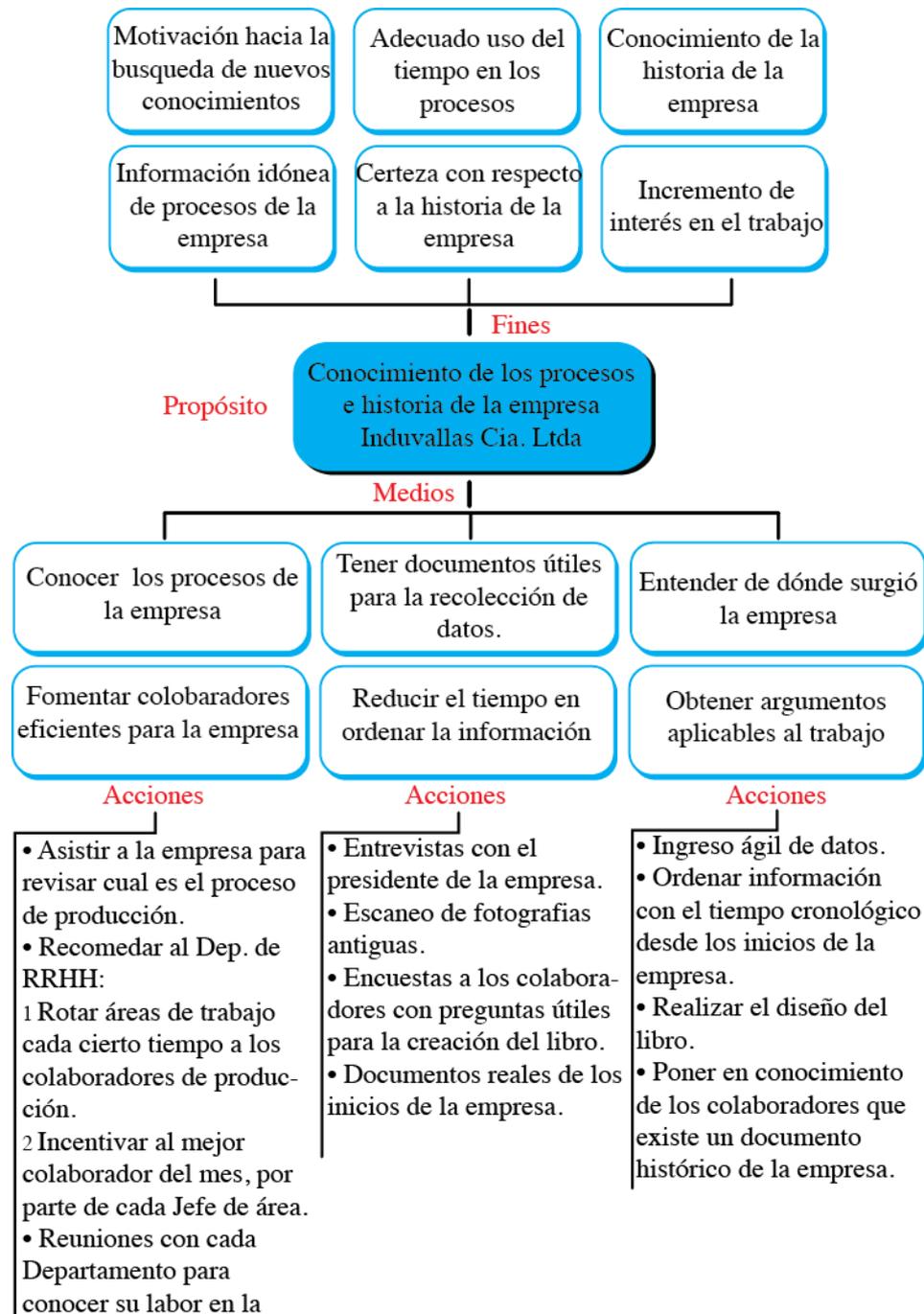


Figura 6: Diagrama de Estrategias

4.04. Construcción de la matriz de marco lógico

4.04.01. Revisión de los criterios para indicadores

Tabla 4: Revisión de los criterios para indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cant.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
Fines	F1. Materiales bien utilizados en la empresa	Utilización correcta de materiales 80%	64	Alta Ya que reducirá notablemente el desperdicio de material en la empresa	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	F2. Ahorro económico en materiales	Lograr un ahorro de un 60% en materiales	48	Media Se ahorrará en una medida considerable económicamente	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	F3. Certeza con respecto a la historia de la empresa	Tener firmeza al momento de defender a la empresa en un 90%	72	Alta El personal tendrá información correcta para defender sus intereses	2 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	F4. Conocimiento de la historia de la empresa	Conocimientos reales del crecimiento de la empresa en un 90%	72	Alta El personal contará con conocimientos reales del surgimiento de la empresa	2 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	F5. Incremento de interés en el trabajo	Que los colaboradores se interesen en el trabajo 80%	64	Alta Los colaboradores tendrán un interés mayor por su trabajo	3 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	F6. Interés de potenciales clientes	Llamar la atención de clientes potenciales 70%	56	Alta Se llegará a clientes importantes que antes no se interesaban por la empresa	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
Propósito	P1. Conocimiento de la historia y procesos de la empresa Induvallas Cia. Ltda. por parte de los colaboradores	Que los colaboradores conozcan sobre la empresa y como se fabrica una valla 90%	72	Alta Se logrará que casi todos los colaboradores tengan conocimiento de la empresa en la que trabajan	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
Componentes	C1. Conocer los procesos de la empresa	Que se conozca cual es el proceso para la fabricación de vallas 80%	64	Alta Se tendrá conocimientos de la	4 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cant.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
				fabricación de las vallas en un 80%			
	C2. Fomentar colaboradores eficientes para la empresa	Colaboradores que conozcan todo el proceso de trabajo 90%	72	Alta Los trabajadores serán eficientes en su área de trabajo	3 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	C3. Tener documentos útiles para la recolección de datos.	Se contará con documentos que ayuden a la recolección de datos 80%	64	Alta Se tendrá documentos tales como encuestas y observación para no perder los detalles	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	C4. Reducir el tiempo en ordenar la información	Realizar en orden cronológico el ingreso de datos 90%	72	Alta Eficacia al momento de ordenar la información en orden cronológico	1 mes	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	C5. Entender de dónde surgió la empresa	Información real y verificable de la historia de la empresa 80%	64	Alta Serán documentos de buenas fuentes que respaldan la historia de la empresa	1 mes	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	C6. Obtener argumentos aplicables al trabajo	Tener soluciones que agilicen los procesos en el trabajo 80%	64	Alta El personal será autosuficiente para resolver inconvenientes en el área de trabajo	2 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
Actividades	A1. Asistir a la empresa para revisar cual es el proceso de producción.	Hacer observación de los procesos de la empresa 90%	72	Alta Al permanecer en la empresa conociendo los procesos	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	a1.1. Recomendar al Dep. de RRHH: 1 Rotar áreas de trabajo cada cierto tiempo a los colaboradores de producción. 2 Incentivar al mejor colaborador del mes, por parte de cada Jefe de área.	Recomendación a RR.HH. con algunos puntos importantes 70%	56	Alta Se tendrá comunicación con el departamento RRHH para coordinar las recomendaciones	2 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	a1.2. Reuniones con cada Departamento para conocer su labor en la empresa.	Conocer las actividades de cada departamento 80%	64	Alta Se conocerá las actividades de cada departamento	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cant.	Calidad.	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	A2. Entrevistas con el presidente de la empresa.	Reuniones necesarias para conocer sobre la empresa 80%	64	Alta Obtener información de la fuente principal de la empresa	4 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	a2.1. Escaneo de fotografías antiguas.	Tener documentos reales de la historia 90%	72	Alta Las fotografías de la historia son una parte importante de la creación del ejemplar	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	a2.2. Encuestas a los colaboradores con preguntas útiles para la creación del libro.	Reunir información necesaria para poder plasmarla 90%	72	Alta Esta información se basará en el conocimiento de los colaboradores	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	a2.3. Documentos reales de los inicios de la empresa.	Tener documentos reales de la empresa 70%	56	Alta Los documentos reales se basan en el crecimiento de la empresa desde sus inicios	6 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	A3. Ingreso ágil de datos.	Ingresar la información en la diagramación sin pérdida de tiempo 80%	64	Alta Ingresar la información de manera eficaz	2 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	a3.1. Ordenar información con el tiempo cronológico desde los inicios de la empresa.	Tener la información de la empresa ordenada 80%	64	Alta Al tener la información ordenada se garantiza la diagramación eficaz	4 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	a3.2. Realizar el diseño del libro.	Diagramación del ejemplar 90%	72	Alta Empezar la diagramación del ejemplar	3 meses	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal
	a3.3. Poner en conocimiento de los colaboradores que existe un documento histórico de la empresa.	Difundir en la empresa el ejemplar 90%	72	Alta Casi todos los colaboradores tendrán el conocimiento del nuevo documento de la empresa	1 mes	Induvallas Cia. Ltda.	Todo el personal

4.04.02. Selección de indicadores

Tabla 5: Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificador de indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fines	F1. Materiales bien utilizados en la empresa	Utilización correcta de materiales 80%	x		x	x	x	4	Si
	F2. Ahorro económico en materiales	Lograr un ahorro de un 60% en materiales	x		x		x	3	Si
	F3. Certeza con respecto a la historia de la empresa	Tener firmeza al momento de defender a la empresa en un 90%	x	x	x	x	x	5	Si
	F4. Conocimiento de la historia de la empresa	Conocimientos reales del crecimiento de la empresa en un 90%	x	x	x		x	4	Si
	F5. Incremento de interés en el trabajo	Que los colaboradores se interesen en el trabajo 80%	x	x			x	3	Si
	F6. Interés de potenciales clientes	Llamar la atención de clientes potenciales 70%	x		x		x	3	Si
Propósito	P1. Conocimiento de la historia y procesos de la empresa Induvallas Cia. Ltda. por parte de los colaboradores	Que los colaboradores conozcan sobre la empresa y como se fabrica una valla 90%	x	x	x	x	x	5	Si
Componentes	C1. Conocer los procesos de la empresa	Que se conozca cual es el proceso para la fabricación de vallas 80%	x	x	x		x	4	Si
	C2. Fomentar colaboradores eficientes para la empresa	Colaboradores que conozcan todo el proceso de trabajo 90%	x	x	x	x	x	5	Si
	C3. Tener documentos útiles para la recolección de datos.	Se contará con documentos que ayuden a la recolección de datos 80%	x	x		x	x	4	Si
	C4. Reducir el tiempo en ordenar la información	Realizar en orden cronológico el ingreso de datos 90%	x	x	x	x	x	5	Si
	C5. Entender de dónde surgió la empresa	Información real y verificable de la historia de la empresa 80%	x	x	x	x	x	5	Si
	C6. Obtener argumentos aplicables al trabajo	Tener soluciones que agilicen los procesos en el trabajo 80%	x	x	x		x	4	Si
Actividades	A1. Asistir a la empresa para revisar cual es el proceso de producción	Hacer observación de los procesos de la empresa 90%	x	x	x	x	x	5	Si

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Clasificador de indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	a1.1. Recomendar al Dep. de RRHH: 1 Rotar áreas de trabajo cada cierto tiempo a los colaboradores de producción. 2 Incentivar al mejor colaborador del mes, por parte de cada Jefe de área.	Recomendación a RR.HH. con algunos puntos importantes 70%	x		x	x	x	4	Si
	a1.2. Reuniones con cada Departamento para conocer su labor en la empresa.	Conocer las actividades de cada departamento 80%	x	x	x	x	x	5	Si
	A2. Entrevistas con el presidente de la empresa	Reuniones necesarias para conocer sobre la empresa 80%	x	x	x	x	x	5	Si
	a2.1. Escaneo de fotografías antiguas.	Tener documentos reales de la historia 90%	x	x	x	x	x	5	Si
	a2.2. Encuestas a los colaboradores con preguntas útiles para la creación del libro.	Reunir información necesaria para poder plasmarla 90%	x	x	x	x	x	5	Si
	a2.3. Documentos reales de los inicios de la empresa.	Tener documentos reales de la empresa 70%	x	x	x		x	4	Si
	A3. Ingreso ágil de datos.	Ingresar la información en la diagramación sin perdida de tiempo 80%	x	x	x	x	x	5	Si
	a3.1. Ordenar información con el tiempo cronológico desde los inicios de la empresa.	Tener la información de la empresa ordenada 80%	x	x	x	x	x	5	Si
	a3.2. Realizar el diseño del libro.	Diagramación del ejemplar 90%	x	x	x	x	x	5	Si
	a3.3. Poner en conocimiento de los colaboradores que existe un documento histórico de la empresa.	Difundir en la empresa el ejemplar 90%	x	x	x	x	x	5	Si

En la clasificación de indicadores se marcó según la siguiente nomenclatura: A = Es clara, B = Existe información disponible, C = Es tangible y se puede observar, D = La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere de expertos y E = Si es representativo para nuestro estudio. Por otro lado para la selección se ha utilizado los siguientes valores: 4 y 5 = alta, 2 y 3 = media y 0 y 1 = baja

4.04.03. Medios de verificación

Tabla 6: Medios de verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fines	F1. Materiales bien utilizados en la empresa	Utilización correcta de materiales 80%	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	F2. Ahorro económico en materiales	Lograr un ahorro de un 60% en materiales	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	F3. Certeza con respecto a la historia de la empresa	Tener firmeza al momento de defender a la empresa en un 90%	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	F4. Conocimiento de la historia de la empresa	Conocimientos reales del crecimiento de la empresa en un 90%	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	F5. Incremento de interés en el trabajo	Que los colaboradores se interesen en el trabajo 80%	Secundaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	F6. Interés de potenciales clientes	Llamar la atención de clientes potenciales 70%	Secundaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
Propósito	P1. Conocimiento de la historia y procesos de la empresa Induvallas Cia. Ltda. por parte de los colaboradores	Que los colaboradores conozcan sobre la empresa y como se fabrica una valla 90%	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
Componentes	C1. Conocer los procesos de la empresa	Que se conozca cual es el proceso para la fabricación de vallas 80%	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	C2. Fomentar colaboradores eficientes para la empresa	Colaboradores que conozcan todo el proceso de trabajo 90%	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	C3. Tener documentos útiles para la recolección de datos.	Se contará con documentos que ayuden a la recolección de datos 80%	Primaria	Documentos	Cualitativa	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
	C4. Reducir el tiempo en ordenar la información	Realizar en orden cronológico el ingreso de datos 90%	Primaria	Documentos	Cualitativa	6 meses	Investigador
	C5. Entender de dónde surgió la empresa	Información real y verificable de la historia de la empresa 80%	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador
	C6. Obtener argumentos aplicables al trabajo	Tener soluciones que agilicen los procesos en el trabajo 80%	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
Actividades	A1. Asistir a la empresa para revisar cual es el proceso de producción.	Hacer observación de los procesos de la empresa 90%	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	a1.1. Recomendar al Dep. de RRHH: 1 Rotar áreas de trabajo cada cierto tiempo a los colaboradores de producción. 2 Incentivar al mejor colaborador del mes, por parte de cada Jefe de área.	Recomendación a RR.HH. con algunos puntos importantes 70%	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	a1.2. Reuniones con cada Departamento para conocer su labor en la empresa.	Conocer las actividades de cada departamento 80%	Primaria	Observación	Cualitativa	6 meses	Investigador
	A2. Entrevistas con el presidente de la empresa.	Reuniones necesarias para conocer sobre la empresa 80%	Secundaria	Entrevista	Cualitativa	6 meses	Investigador
	a2.1. Escaneo de fotografías antiguas.	Tener documentos reales de la historia 90%	Primaria	Documentos	Cualitativa	6 meses	Investigador
	a2.2. Encuestas a los colaboradores con preguntas útiles para la creación del libro.	Reunir información necesaria para poder plasmarla 90%	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Investigador

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
	a2.3. Documentos reales de los inicios de la empresa.	Tener documentos reales de la empresa 70%	Primaria	Documentos	Cualitativa	6 meses	Investigador
	A3. Ingreso ágil de datos.	Ingresar la información en la diagramación sin pérdida de tiempo 80%	Primaria	Documentos	Cualitativa	6 meses	Investigador
	a3.1. Ordenar información con el tiempo cronológico desde los inicios de la empresa.	Tener la información de la empresa ordenada 80%	Primaria	Documentos	Cualitativa	6 meses	Investigador
	a3.2. Realizar el diseño del libro.	Diagramación del ejemplar 90%	Primaria	Documentos	Cualitativa	6 meses	Investigador
	a3.3. Poner en conocimiento de los colaboradores que existe un documento histórico de la empresa.	Difundir en la empresa el ejemplar 90%	Primaria	Documentos	Cualitativa	6 meses	Investigador

4.04.04. Supuestos

Tabla 7: Matriz de supuestos

Nivel	Resume narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fines	F1. Materiales bien utilizados en la empresa	No se de el uso correcto a los materiales	x		x	x	
	F2. Ahorro económico en materiales	Los empleados gasten mas material	x		x	x	
	F3. Certeza con respecto a la historia de la empresa	No estén seguros de la empresa		x	x		x
	F4. Conocimiento de la historia de la empresa	Colaboradores no conozcan la historia de la empresa	x	x	x		x
	F5. Incremento de interés en el trabajo	Aumente el desinterés en el trabajo	x	x	x		x

Nivel	Resume narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	F6. Interés de potenciales clientes	Cientes opten por la competencia	x		x		
Propósito	P1. Conocimiento de la historia y procesos de la empresa Induvallas Cia. Ltda. por parte de los colaboradores	Que los colaboradores de la empresa no conozcan los procesos y la historia de la empresa	x	x	x	x	x
Componentes	C1. Conocer los procesos de la empresa	No tengan claridad de los procesos a cumplir en su área		x	x		x
	C2. Fomentar colaboradores eficientes para la empresa	Colaboradores no eficientes en la empresa	x	x	x		x
	C3. Tener documentos útiles para la recolección de datos.	Recolectar información sin documentos útiles			x		
	C4. Reducir el tiempo en ordenar la información	Tardar mucho tiempo en ordenar a información			x		
	C5. Entender de dónde surgió la empresa	No tener claridad del surgimiento de la empresa		x	x		x
	C6. Obtener argumentos aplicables al trabajo	Desconocer argumentos en el trabajo		x	x		x
Actividades	A1. Asistir a la empresa para revisar cual es el proceso de producción.	No asistir a la empresa a realizar observación	x	x	x	x	x
	a1.1. Recomendar al Dep. de RRHH: 1 Rotar áreas de trabajo cada cierto tiempo a los colaboradores de producción. 2 Incentivar al mejor colaborador del mes, por parte de cada Jefe de área.	Desinterés en las recomendaciones a RRHH para ayudar a los colaboradores	x	x	x		x
	a1.2. Reuniones con cada Departamento para conocer su labor en la empresa.	Tiempo reducido para reuniones con los departamentos	x	x	x		
	A2. Entrevistas con el presidente de la empresa.	Falta de tiempo del presidente para entrevistas	x	x	x		x
	a2.1. Escaneo de fotografías antiguas.	No contar con un escáner para el trabajo	x			x	x
	a2.2. Encuestas a los colaboradores con preguntas útiles para la creación del libro.	Sinceridad de los colaboradores al responder las encuestas	x	x	x	x	x
	a2.3. Documentos reales de los inicios de la empresa.	Falta de tiempo para buscar las imágenes necesarias	x	x	x		x
	A3. Ingreso ágil de datos.	Procesos innecesarios para el ingreso de datos	x		x		
	a3.1. Ordenar información con el tiempo cronológico desde los inicios de la empresa.	Tener la información desordenada		x	x		x

Nivel	Resume narrativo	Supuestos	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
	a3.2. Realizar el diseño del libro.	No dar importancia a la realización del libro	x	x	x	x	x
	a3.3. Poner en conocimiento de los colaboradores que existe un documento histórico de la empresa.	Falta de medios de difusión para dar a conocer el libro	x	x	x		x

4.04.05. Matriz de marco lógico

Tabla 8: Matriz de marco lógico

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Método de recolección	Método de análisis	Supuestos
Fines	F1. Materiales bien utilizados en la empresa	Utilización correcta de materiales 80%	Observación	Cualitativa	No se dé el uso correcto a los materiales
	F2. Ahorro económico en materiales	Lograr un ahorro de un 60% en materiales	Observación	Cualitativa	Los empleados gasten más material
	F3. Certeza con respecto a la historia de la empresa	Tener firmeza al momento de defender a la empresa en un 90%	Encuesta	Cuantitativa	No estén seguros de la empresa
	F4. Conocimiento de la historia de la empresa	Conocimientos reales del crecimiento de la empresa en un 90%	Encuesta	Cuantitativa	Colaboradores no conozcan la historia de la empresa
	F5. Incremento de interés en el trabajo	Que los colaboradores se interesen en el trabajo 80%	Encuesta	Cuantitativa	Aumente el desinterés en el trabajo
	F6. Interés de potenciales clientes	Llamar la atención de clientes potenciales 70%	Observación	Cualitativa	Clientes opten por la competencia
Propósito	P1. Conocimiento de la historia y procesos de la empresa Induvallas Cia. Ltda. Por parte de los colaboradores	Que los colaboradores conozcan sobre la empresa y como se fabrica una valla 90%	Encuesta	Cuantitativa	Que los colaboradores de la empresa no conozcan los procesos y la historia de la empresa

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Método de recolección	Método de análisis	Supuestos
Componentes	C1. Conocer los procesos de la empresa	Que se conozca cual es el proceso para la fabricación de vallas 80%	Observación	Cualitativa	No tengan claridad de los procesos a cumplir en su área
	C2. Fomentar colaboradores eficientes para la empresa	Colaboradores que conozcan todo el proceso de trabajo 90%	Encuesta	Cuantitativa	Colaboradores no eficientes en la empresa
	C3. Tener documentos útiles para la recolección de datos.	Se contará con documentos que ayuden a la recolección de datos 80%	Documentos	Cualitativa	Recolectar información sin documentos útiles
	C4. Reducir el tiempo en ordenar la información	Realizar en orden cronológico el ingreso de datos 90%	Documentos	Cualitativa	Tardar mucho tiempo en ordenar a información
	C5. Entender de dónde surgió la empresa	Información real y verificable de la historia de la empresa 80%	Encuesta	Cuantitativa	No tener claridad del surgimiento de la empresa
	C6. Obtener argumentos aplicables al trabajo	Tener soluciones que agilicen los procesos en el trabajo 80%	Observación	Cualitativa	Desconocer argumentos en el trabajo
Actividades	A1. Asistir a la empresa para revisar cual es el proceso de producción.	Hacer observación de los procesos de la empresa 90%	Observación	Cualitativa	No asistir a la empresa a realizar observación
	a1.1. Recomendar al Dep. de RRHH: 1 Rotar áreas de trabajo cada cierto tiempo a los colaboradores de producción. 2 Incentivar al mejor colaborador del mes, por parte de cada Jefe de área.	Recomendación a RR.HH. con algunos puntos importantes 70%	Observación	Cualitativa	Desinterés en las recomendaciones a RRHH para ayudar a los colaboradores
	a1.2. Reuniones con cada Departamento para conocer su labor en la empresa.	Conocer las actividades de cada departamento 80%	Observación	Cualitativa	Tiempo reducido para reuniones con los departamentos
	A2. Entrevistas con el presidente de la empresa	Reuniones necesarias para conocer sobre la empresa 80%	Entrevista	Cualitativa	Falta de tiempo del presidente para entrevistas

Nivel	Resumen Narrativo	Indicadores	Método de recolección	Método de análisis	Supuestos
	a2.1. Escaneo de fotografías antiguas.	Tener documentos reales de la historia 90%	Documentos	Cualitativa	No contar con un escáner para el trabajo
	a2.2. Encuestas a los colaboradores con preguntas útiles para la creación del libro.	Reunir información necesaria para poder plasmarla 90%	Encuesta	Cuantitativa	Sinceridad de los colaboradores al responder las encuestas
	a2.3. Documentos reales de los inicios de la empresa.	Tener documentos reales de la empresa 70%	Documentos	Cualitativa	Falta de tiempo para buscar las imágenes necesarias
	A3. Ingreso ágil de datos.	Ingresar la información en la diagramación sin pérdida de tiempo 80%	Documentos	Cualitativa	Procesos innecesarios para el ingreso de datos
	a3.1. Ordenar información con el tiempo cronológico desde los inicios de la empresa.	Tener la información de la empresa ordenada 80%	Documentos	Cualitativa	Tener la información desordenada
	a3.2. Realizar el diseño del libro.	Diagramación del ejemplar 90%	Documentos	Cualitativa	No dar importancia a la realización del libro
	a3.3. Poner en conocimiento de los colaboradores que existe un documento histórico de la empresa.	Difundir en la empresa el ejemplar 90%	Documentos	Cualitativa	Falta de medios de difusión para dar a conocer el libro

CAPÍTULO V

5. La propuesta

5.01. Antecedentes de la herramienta y perfil de la propuesta

Lo que hoy conocemos como diseño gráfico, es un avance tecnológico que ha venido desarrollándose con el tiempo ya que antiguamente se utilizaba diferentes métodos para comunicarse,.

La renovación que las empresas, en cuanto a sus productos y servicios ha llevado a que cada una gane un espacio en el mercado y es por este motivo que el diseño y comunicación también avanza en la tecnología y manera de llamar la atención de los clientes en cuanto a comunicar y llamar la atención de potenciales clientes.

Es por ello que se hará uso del diseño como herramienta para encontrar una solución que no sólo ayude a resaltar a la empresa Induvallas Cía. Ltda., de manera individual, sino que al mismo tiempo la presente dentro de un compendio que le brinde unidad sin robarle protagonismo.

A continuación un listado en detalle de las principales características del diseño gráfico que se utilizará en el desarrollo del proyecto.

5.01.01. Marco teórico

5.01.01.01. Introducción al diseño gráfico

El diseño gráfico es muy amplio en cuanto a todas las gamas que lo conforman, pero digamos que como concepto básico es conocido como la organización de algunos elementos para poder llegar a un conjunto que logre llamar

la atención visual a un grupo específico de personas llamado como grupo objetivo.

5.01.01.02. Teoría del color

Al mirar los colores nuestro cuerpo y cerebro tiene muchas sensaciones, existen estudios que cuando se ve un color que por cierto es solo la descomposición de la luz, cuando pasa a través de un prisma, el cerebro humano entiende y experimenta sensaciones únicas y en cada uno de ellos es totalmente diferente.

Estos colores son fácilmente observables cuando la luz se descompone en una superficie de plástico, en un vidrio o durante la lluvia.

5.01.01.03. El color

El mundo, tal como lo percibimos, es de colores puesto que donde hay luz, hay color. Al percibir una forma, profundidad o claroscuro, estamos hablando también de una de las capacidades del color. Es así que, cuando vemos el color rojo en algún objeto, en realidad lo que estamos observando es una superficie de un material que absorbe las ondas electromagnéticas que en el inciden con excepción de la que posee la propiedad del color rojo.

5.01.01.03.01. Propiedades del color: El tono, saturación y valor son cualidades y características que tiene el color como propiedades.

5.01.01.03.02. El tono, o hue: Verde, violeta y anaranjado son los colores designados al color que lo diferencia.

5.01.01.03.03. Saturación, o saturation: es la cantidad de pureza que tiene el color, y es manipulable en el tono ya sea más opaco o más claro.

5.01.01.03.04. Valor o value: Dependiendo de la cantidad de luz que posea el color es más claro u oscuro.

5.01.01.02. Colores luz o sistemas RGB

Son los colores luz o que son producidos por la incidencia de luz, son todos los colores que se ven en pantallas de todo tipo y son los colores primarios, el rojo, el verde y el azul o (Red, Green, Blue) es por este motivo que se denomina sistema RGB.

La incidencia de estos 3 colores hace que se forme la luz blanca y la mezcla de estos colores da origen a casi todos los colores.

Es el formato adecuado para imágenes mostradas en monitores de computadora o cuyo fin es ser impresas en impresoras de papel fotográfico. Cuando se utiliza en esta manera valor a cada pixel va desde negro (0) y blanco (255) para los colores R, G y B independientemente.

5.01.01.03. Colores pigmento o sistemas CMYK

En este sistema se componen los colores Cyan, Magenta, Amarillo estos tres colores al juntarse al 100% deben formar el color Negro que es el último color de este sistema que es el que se utiliza en todas las instituciones dedicadas a la impresión de material publicitario y en las impresoras tradicionales.

Durante la impresión no se obtiene una buena intensidad de color, es así que se integra al color negro para conformar el sistema completo de color CMYK. Esta escala es la mayormente utilizada en procedimientos de imprenta para imprimir en color, conocidas como tricromía y cuatricromía.

5.01.01.04. Funciones del color

Dentro del Diseño Gráfico impreso, el color cumple o debe cumplir funciones específicas:

- Llamar la atención.
- Producir efectos psicológicos.

5.01.01.04.01. Color Blanco: Este color absorbe mucho más la luz que los demás colores, el blanco puede representar paz, vacío, positivismo, etc.

5.01.01.04.02. Color Negro: Es la muestra de maldad, vacío, ausencia de luz, misterioso, formal, elegante y muchos más significados.

5.01.01.04.03. Color Amarillo: En este caso el amarillo es el color de la luz.

5.01.01.04.04. Color Naranja: Es un color que nos demuestra calidez, se puede mezclar con otros colores para dar más sensaciones como, entusiasmo, pasión, también es un color estimulante y muy dinámico.

5.01.01.04.05. Color Azul: Es el color del frío pero también es muy elegante y sobrio ya que también simboliza sabiduría, amistad, es muy utilizado para formar un entorno de paz y serenidad.

- Crear una atmósfera placentera.

En la pieza impresa, los colores deben ser dispuestos de manera tal que estén de acuerdo con los siguientes principios:

5.01.01.04.06. El equilibrio: tiene su origen en la adecuada ubicación de los elementos sobre el área de trabajo, teniendo en cuenta que el color les añade más peso.

Los colores brillantes resultan visualmente más ligeros, mientras que los oscuros

añaden más peso a las figuras. Los colores puros deberán reservarse para dar énfasis a un determinado elemento de la composición.

5.01.01.04.07. El contraste: es importante para dar legibilidad, siendo el contraste en valores el más significativo en un medio impreso. Por ello que cuando se hace uso del color como fondo debe cuidarse no disminuir la importancia de los elementos sobre él.

5.01.01.04.08. La armonía: es el resultado de una buena distribución de los objetos sobre el fondo sin que unos se interpongan a los otros ya sea en posición, contraste, equilibrio, etc.

5.01.01.05. El diseño editorial

Es una rama del diseño de información, especializada en el área de los impresos gráficos (libros, revistas, folletos, etc.). El diseño editorial ordena y construye a partir de imágenes y símbolos (textos), mejora, sintetiza y jerarquiza la información necesaria.

El diseño editorial es un tipo de comunicación masiva presentado por medio de un mensaje impreso o visual, y los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación.

Antes de empezar un diseño se deben conocer las necesidades del público, luego entonces se busca la armonía entre palabras, texto e imágenes: para esto es

necesario decodificar e interpretar mensajes y simplificarlos para su expresión en los medios gráficos.

Con el paso de los años se han ido perfeccionando y modernizando los sistemas de diseño y diagramación, los programas y computadores en ciertos casos simplifican el trabajo pero lo que nunca se podrá sustituir es la investigación, la sensación agradable del roce de los dedos sobre una hoja de papel, a intentar leerlo en una fría pantalla de un computador.

5.01.01.06. Tipografía

A pesar que las ilustraciones son de suma importancia a la hora de elaborar publicaciones impresas, los procesos del pensamiento del lector se guían a través de palabras que emiten un mensaje que le interesa. Las formas visuales generadas por las líneas negras, curvas y rectas, y los ángulos de los caracteres, influyen sobre la opinión que tenga el receptor del mensaje.

La tipografía para un diseñador conforma una parte importante de la composición ya que en armonía con las demás elementos se logra un diseño completo.

Desde la invención de la imprenta de Gutenberg hasta la aparición de la fotocomposición, el orden de la tipografía en el papel se limitó a las restricciones de un metal rígido; ahora, con el desarrollo de la computadora se ha flexibilizado bastante el diseño de tipografías a través de uso de herramientas especializadas.

5.01.01.07. Clasificación de las letras

Los impresores luego de la invención de la imprenta se dieron cuenta que con un solo tamaño y diseño de letra no les era suficiente para suplir sus necesidades y es por esto que empiezan a crear un sin fin de opciones tipográficas.

Se han creado varios modelos de tipografías a lo largo de los tiempos que las culturas se han ido acoplado.

Conocer o aprender todas las tipografías en casi imposible, por ese motivo se dividió en cuatro grupos principales que diferencian a las familias tipográficas.

Los 5 elementos que identifican a las familias tipográficas:

- Solo serif.
- Con o sin serif o remate.
- Bastones o serifs.
- Grosor del trazo.
- Engrosamiento.

5.01.01.08. Rotulación

En la rotulación hay que tener en cuenta, la distancia, la luz, el texto, la altura, etc., en este caso son tomadas en cuenta estos puntos ya que se debe tomar en cuenta que al ser rótulos las distancias de apreciación son un poco extensas, así el diseñador debe colocar los elementos de la estructura de tal manera que sea muy legible y entendible a la vez y también tomar en cuenta que debe verse en cuestión de segundos, porque las personas no tiene tiempo de pararse a ver la publicación como lo hacen en internet y otros medios.

5.01.01.08.01. El diseño de la letra: los tipos de diseño clásicos latinos, son los que ofrecen mayor legibilidad. Las letras redondas y minúsculas suelen ser las más legibles.

5.01.01.08.02. Espaciado entre letra y letra: Un título o un rótulo cuyas letras se encuentren a escasa distancia unas de otras, dificultan su legibilidad.

5.01.01.08.03. El tamaño de la letra: Una letra de tamaño grande es más legible que otra de tamaño más pequeño; pero existe un tamaño ideal que anima y favorece la lectura, la letra del cuerpo de texto el cual es de diez o doce puntos. Se debe tomar en cuenta que de acuerdo a la distancia que vaya la publicación se deberá utilizar el tamaño de textos, para una exposición de entre 8-10 metros el texto debe ser de 2,5cm aproximadamente, pero si se trata de una valla publicitaria que será visualizada entre 40-70 metros el tamaño será de mínimo 15cm.

5.01.01.08.04. La longitud de la línea: Si se utiliza texto demasiado chico y líneas muy extensas hace que la lectura se confunda.

5.01.01.08.05. La calidad de impresión: Si la impresión es mala, está borrosa o manchada no se podrá divisar perfectamente e influirá demasiado en la lectura.

5.01.01.08.06. Los colores idóneos para la tipografía son: Los colores oscuros sobre fondos claros y viceversa, sin embargo al utilizar fondos oscuros y letras claras se pierde el contraste.

5.01.01.09. El texto

Al construir un texto en un medio impreso se deben tener en cuenta ciertas consideraciones de manera tal que no sólo el texto sea legible, sino que el mismo no canse la vista del lector.

Para ello se presentan aquí algunas características que ayudan en el momento de elaborar un texto:

El denominado tipo de letra estándar o regular, posee la característica de ser mucho más legible que otro de tipo decorativo, por ejemplo. Mientras que los tipos serif o con serifas tienden a ser menos legibles que las de palo seco.

El espacio entre letras o palabras debe evitar ser muy amplio o demasiado reducido, dependiendo de la tipografía que se esté utilizando.

El tamaño, si el tipo es demasiado grande o muy pequeño, tiende a cansar mucho al lector y reduce la legibilidad. También ocurre con las columnas, donde un ancho corto, cansa al usuario, ya que tiene que cambiar de línea constantemente.

Un texto, todo en negrita, es muy denso y también dificulta la lectura, éste sólo debe ser utilizado para resaltar o jerarquizar palabras y títulos.

5.01.01.10. Jerarquización

5.01.01.10.01. El título del documento: Es considerado la parte más importante ya que es la primera impresión de la persona que está leyendo el artículo, el trabajo que debe cumplir es que el lector se interese en el documento y lo lea hasta culminarlo.

5.01.01.10.02. Los subtítulos: Son secundarios y su labor es que el lector tenga una guía dentro del texto.

5.01.01.10.03. El pie de foto: Se coloca debajo de las imágenes aportando una información adicional de estas, con un texto corto y concreto.

5.01.01.11. La cuadrícula o retícula

Utilizada dentro del diseño editorial para ubicar los elementos de una página, ya sean ilustraciones o elementos tipográficos; ya que representa una forma de organizar todo el documento para que tenga uniformidad en todas sus páginas a través de la ubicación de todos sus elementos dentro de los módulos de la misma.

Existen diferentes tipos de cuadrículas:

5.01.01.11.01. Cuadrículas simples: se encuentran en varios productos como periódicos, revistas, libros simples.

5.01.01.11.02. Cuadrículas de 2 y 4 columnas: se utilizan mucho en editoriales ya que son muy simétricas.

5.01.01.11.03. Cuadrículas de 3 y 6 columnas: estas retículas son más utilizadas en folletos, pues son espacios legibles y claros.

5.01.01.12. Materiales y procesos de impresión

La tecnología moderna ha creado tantos métodos de impresión a partir de la fotomecánica, que constituyen una de las decisiones más difíciles dentro del proceso de selección del más adecuado para difundir las publicaciones impresas entre ellos:

5.01.01.12.01. Impresión Offset: Tiene como principio fundamental el fenómeno de que el aceite y el agua no se mezclan. Es un proceso químico mediante el cual se imprime imágenes en un papel, gracias a una placa de aluminio, fotográficamente tratada con antelación; de forma que la imagen a imprimir recibe tinta grasosa mientras que la zona sin imágenes recibe agua y de esta forma repele la tinta. La impresión se fija en el papel al pasar entre varios cilindros: el primero recubierto por la placa; un segundo que se encuentra cubierto por una mantilla de caucho, el cual es el que transmite la imagen al papel; y un tercero llamado cilindro de impresión, que hace de soporte para el papel.

Conforme los cilindros van girando se va añadiendo tinta y agua al cilindro que contiene la placa y renovando así su carga de tinta.

5.01.01.12.02. Ventaja: Reduce los costos al mínimo, reproduce la tipografía de forma clara y legible, tiene la capacidad de imprimir en la mayoría de soportes de papel.

No requiere de costos adicionales para la impresión de fotografías, imprime con mayor rapidez; las placas y montajes son de fácil almacenamiento.

5.01.01.13. Encuadernación

5.01.01.13.01. Cosido a caballete con alambre: es el más comúnmente usado, por ser barato y adecuado para muchas revistas y libros.

5.01.01.13.02. Cosido lateral con alambre: las hojas son colocadas una encima de otra y engrapadas de arriba hacia abajo.

5.01.01.13.03. Encuadernación sin cosido: no se utiliza grapas sino una pega con una tela flexible en la parte posterior del libro.

5.01.01.13.04. Encuadernación tradicional de libros: es lo mas tradicional del mercado pues simplemente de los cose y se coloca pastas duras.

5.01.01.14. Fotografía

La palabra fotografía proviene del griego y se divide en dos palabras claves, la una es phos (que significa luz) y grafis (que significa escribir), dándonos como resultado que el significado de fotografía es (escribir con luz).

5.01.01.14.01. La fotografía digital: Es la más utilizada hoy en la actualidad, consiste en la captación, almacenamiento y posterior recuperación de imágenes mediante una cámara, las imágenes son capturadas por un sensor electrónico que dispone de múltiples unidades fotosensibles y desde allí se archivan en otro elemento electrónico que constituye la memoria.

5.01.01.14.02. Iluminación: La luz adecuada para componer una imagen con la intención creativa de un fotógrafo, es el punto clave de una imagen eficaz. La luminosidad se entiende por la cantidad de luz que penetra a través de la lente frontal de un objetivo, cuando ésta es mucha se puede tener buenas imágenes aunque la luz sea escasa.

5.01.01.14.03. El Flash: Cuando la luz natural es muy poca se puede hacer uso del flash. Sirve para tomas de buenos primeros planos y retratos en exteriores.

Existen algunas técnicas en la utilización del flash que pueden servir a diversos propósitos.

5.01.01.14.04. Profundidad de campo: Es el rango de distancias reproducidas en una fotografía donde todos los planos son aceptablemente más nítidos. Aquí la velocidad de apertura del diafragma incide directamente sobre la captación de la profundidad de campo.

5.01.01.14.05. Velocidad de obturación: Es la cantidad de tiempo que permanece abierto el diafragma, permitiendo el paso de la luz al capturar una imagen.

5.01.01.14.06. Apertura de diafragma: El diafragma cumple un papel muy importante en cuanto a la exposición de la placa fotosensible de las cámaras, con esta herramienta se puede permitir el paso de luz, con la apertura del mismo también se puede lograr profundidad de campo que la imagen se plasme totalmente nítida o borrosa al inicio o final dependiendo en donde este el enfoque del objeto a fotografiar. La fotografía que más nos interesa saber:

5.01.01.14.07. Fotografía arquitectónica: La arquitectura nos brinda excelentes oportunidades para la fotografía. Sin embargo son unas de las tomas más difíciles a realizar.

Previo a la toma de fotografías, se observa que estilo es el edificio o estructura a fotografiar, puesto que la forma de la edificación puede determinar la composición al captar la imagen.

5.01.01.14.08. Fotografía de interiores: Los espacios reducidos obligan a utilizar objetivos gran angulares, pero no por ello se abusará de los ángulos que nos ofrecen los mismos, se debe tomar en cuenta la luz pues existen interiores como oficinas, habitaciones y otros lugares que hay escases de luz para poder exponer correctamente una fotografía.

Se debe tomar en cuenta que con la forma que se decida iluminar, no se debe exagerar ya que se formarán sombras muy pronunciadas y eso generará pérdida de información de punto en la fotografía lograda.

En ambientes de interiores muy amplios hay que recordar que la luz de flash no cubre toda la superficie de destello. Es importante para lograr una foto de buena calidad tener el obturador abierto.

5.01.01.14.09. Fotografía urbana: La fotografía urbana trata de fotografía a calles, edificios barrios que contenga mucho lo que nos dice como la urbe, haciendo uso de las líneas y formas que nos ofrece cualquier lugar en cualquier momento, hacen que se revelen llamativas imágenes.

Las casas, edificios, ventanales, veredas, postes, semáforos, autos y muchos más elementos en la urbe logran que las fotografías tengan una composición importante y llamativa para el fotógrafo.

5.01.01.15. El libro

Es un impreso encuadernado que desarrolla extensamente un tema acorde con su título, un ensayo grande, una novela u obra literaria larga o una compilación de cuentos, ensayos u obras más pequeñas.

El libro es uno de los métodos más poderosos para transmitir ideas, pensamientos, fotografías, que han cambiado el curso del desarrollo intelectual, cultural y económico de la humanidad, desde los albores de la humanidad podemos encontrar manuscritos en donde se puede palpar la influencia de la palabra escrita, la Biblia, el Corán, el Manifiesto Comunista, y muchas obras más de fundamental trascendencia que resulta imposible cuantificar la influencia colectiva de los libros en la vida de millones de personas a lo largo de la historia.

La magnitud de los conocimientos conservados en las bibliotecas y el número de publicaciones que aparecen cada año hacen que resulte difícil imaginar un mundo sin libros, un libro puede ser científico, literario o lingüístico, de viaje, biográfico, de texto o estudio, de referencia o consulta como un diccionario, y muchas otras variantes, las cuales ofrecen infinitas posibilidades de expresar ideas y pensamientos con el fin de hacer de este planeta un sitio para vivir con el conocimiento.

5.01.01.16. La publicidad exterior

Sabemos que la Publicidad Exterior, se refiere a cualquier anuncio destinado al público, cuyo principal objetivo es promover la venta de bienes y servicios, su principal función es la de familiarizar al consumidor potencial con el producto o servicio, su denominación, el productor, las ventajas y beneficios de la compra, así como informarle de los puntos de venta existentes para su adquisición.

Es en este sentido, que a través de la publicidad que se dan a conocer nuevos productos y servicios, mejoras a los ya existentes en el mercado y novedades tecnológicas que marcan un nuevo estilo de vida. La influencia de la publicidad en los hábitos de consumo de la población es tal que la mayoría de la gente prefiere

aquellos productos o servicios de los que ha recibido un mensaje publicitario.

Es por ello que los exteriores son un medio completa y totalmente visual como altamente creativo. Además con los avances en la tecnología de computación gráfica y los nuevos sistemas de impresión, los anuncios se han convertido en una opción imprescindible.

5.01.01.17. El ritmo y la composición

El ritmo es la sucesión y armonía de los valores visuales: dibujo, color, movimiento y equilibrio, puesto que el ritmo debe aplicarse con racionalidad y coherencia lógica, además podemos precisar, que todo ello debe armonizar finalmente con las leyes psicológicas de la legibilidad y del lenguaje para poder producir en grado óptimo la sensación requerida.

Se entiende por composición la forma de disponer los diversos elementos que conforman una obra, con el fin de conseguir un efecto o sensación determinada. Para una composición adecuada, el espacio debe dividirse en distintas secciones que marcan el ritmo de dicha composición. De ese ritmo, dependerá el mayor o menor equilibrio de ésta.

5.02. Descripción de la herramienta

5.02.01. Metodología

En este caso para lograr con todo el diseño del exponente editorial que se está trabajando, utilizaré tres programas importantes para todos los diseñadores gráficos que son:

-  **Adobe Photoshop:** Este programa será útil para la edición de fotografías tomadas en las instalaciones de la empresa, y también para la reconstrucción y retoque de fotografías antiguas otorgadas por el presidente de la empresa.
-  **Adobe Ilustrador:** Con este programa echo para el manejo de vectores, me será útil para todo el diseño de partes como la numeración de las hojas y detalles pequeños que este libro poseerá
-  **Adobe InDesign:** Este es el programa clave de todo el proyecto ya que con el lograré todo el diseño, diagramación y estructura del libro, es un programa muy amigable para realizar proyectos de este tipo y también se puede enviar un simple archivo para que la imprenta pueda procesar la información y diseño enviado.

Aparte de los 3 programas mencionados para el diseño del libro, se utilizará:

- **Cámara Nikon D7000:** Esta cámara me será útil para realizar la fotografía de toda la parte estructural de la empresa así como de los departamentos que existen en la misma.
- **Escáner:** Útil para el escaneo de fotografías impresas de la historia de la empresa y vida del dueño y presidente de la misma.

5.02.02. Resultados

5.02.02.01. Encuesta

La siguiente encuesta está realizada para obtener la aceptación del proyecto que se ha venido realizando, se ha contado con 80 encuestas y ha arrojado los siguientes resultados.

5.02.02.01.01. Modelo de encuesta

Sexo: M F

Edad: _____ Ocupación: _____

Sector donde vive: Norte Centro Sur

1. Le gustaría que se plasme en un libro la historia de Induvallas Cía. Ltda. y la biografía de su principal directivo?

Si No

2. ¿Está usted satisfecho con la trayectoria de la empresa?

Si No

3. ¿Se siente orgulloso de pertenecer a ella?

Si No

4. ¿Sus ideas son tomadas en cuenta por su jefe o superiores?

Si No

5. ¿Cuándo ingresó a la empresa recibió un documento en el cual se explicaba la historia, las políticas, el manejo técnico y administrativo?

Si No

6. ¿Considera que tiene un entorno agradable de trabajo entre sus Directivos y compañeros de trabajo?

Si No

7. ¿Le gustaría tener capacitaciones constantes?

Si No

8. ¿Se siente integrado a la empresa como parte fundamental en las tareas de

producción?

Si No

9. ¿Cree usted que en la empresa existe una igualdad de oportunidades entre los empleados?

Si No

10. ¿Cree usted que las fotografías de este libro deben estar en?

Blanco y negro Color

11. Considera usted que lo más importante del contenido del libro debería ser?

Textual Gráfico

5.02.02.01.02. Tabulación de encuestas

1. Le gustaría que se plasme en un libro la historia de Induvallas Cía. Ltda. y la biografía de su principal directivo?

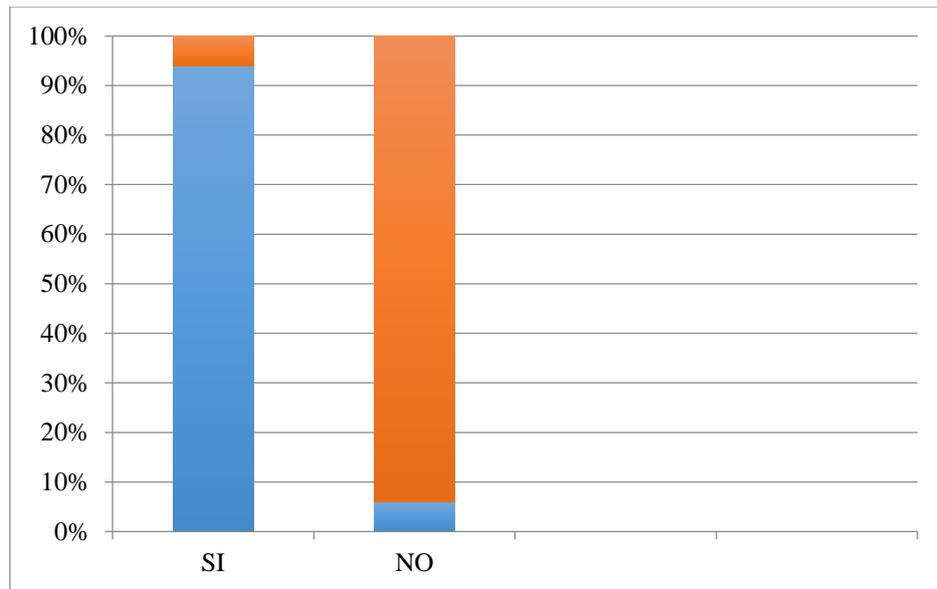


Figura 7: Tabulación pregunta #1

Interpretación.

Del 100% de personas encuestadas se puede apreciar que 75 de las mismas están de acuerdo con la elaboración del libro, mientras que 5 personas no.

Análisis.

De acuerdo a la interpretación se puede deducir que más del 80% de las personas encuestadas se identifica con la elaboración de un documento que registre el crecimiento de la empresa, y que el mismo tendría una aceptación importante, lo que valida la realización de la investigación.

2. ¿Está usted satisfecho con la trayectoria de la empresa?

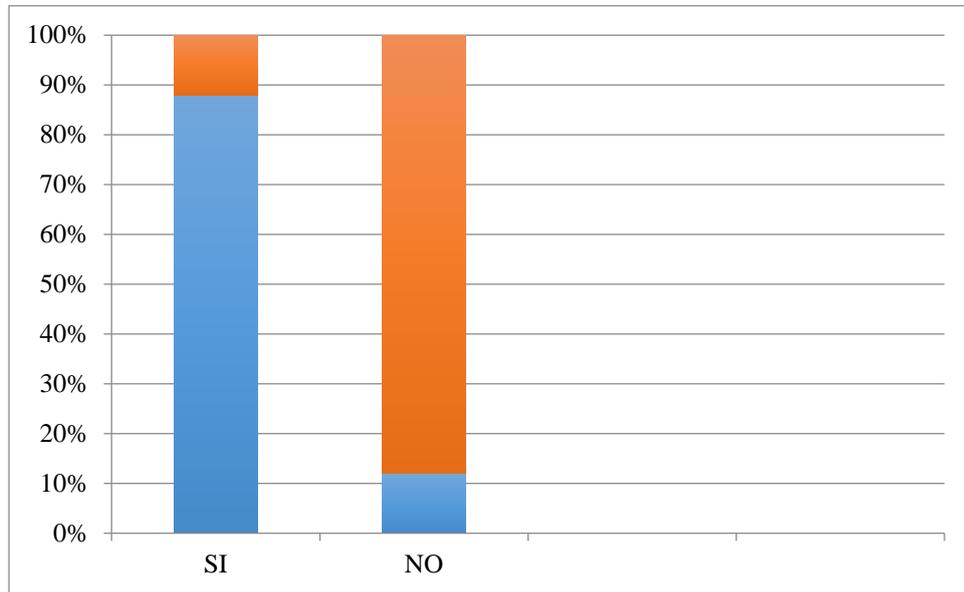


Figura 8: Tabulación pregunta #2

Interpretación.

De las personas encuestadas se puede apreciar que 70 personas se muestran satisfechas con la trayectoria de la empresa, mientras que 10 no.

Análisis.

De acuerdo a la interpretación podemos decir que las personas que trabajan en la empresa se sienten identificadas con la misma, lo que confirma la realización del trabajo propuesto.

3. ¿Se siente orgulloso de pertenecer a ella?

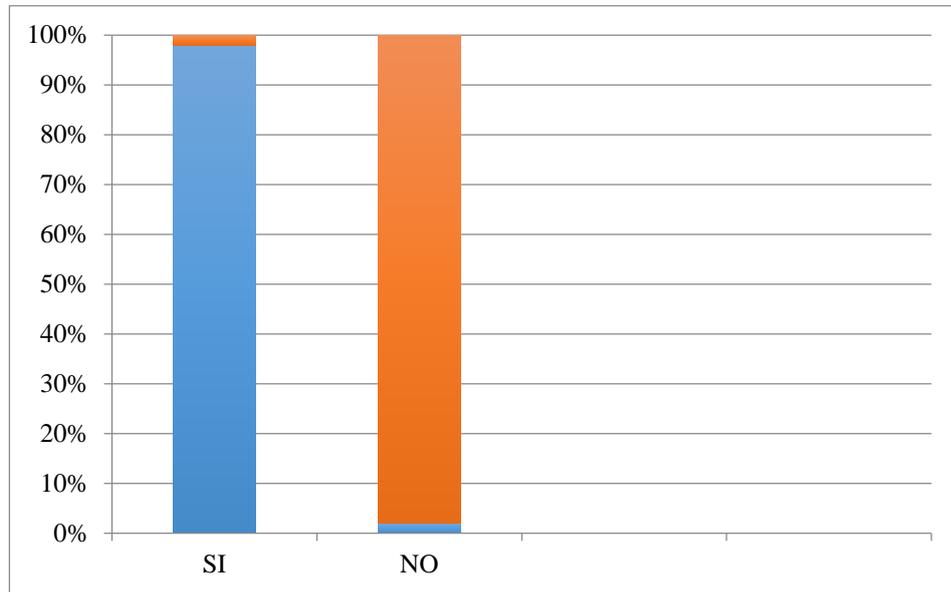


Figura 9: Tabulación pregunta #3

Interpretación.

De las personas encuestadas se puede apreciar que 78 personas se muestran orgullosas de pertenecer de la empresa, mientras que únicamente 2 no lo advierten de esa manera.

Análisis.

De acuerdo a la interpretación podemos decir que las personas que trabajan en la empresa la sienten como suya y orgullosos de prestar sus servicios a la misma.

4. ¿Sus ideas son tomadas en cuenta por su jefe o superiores?

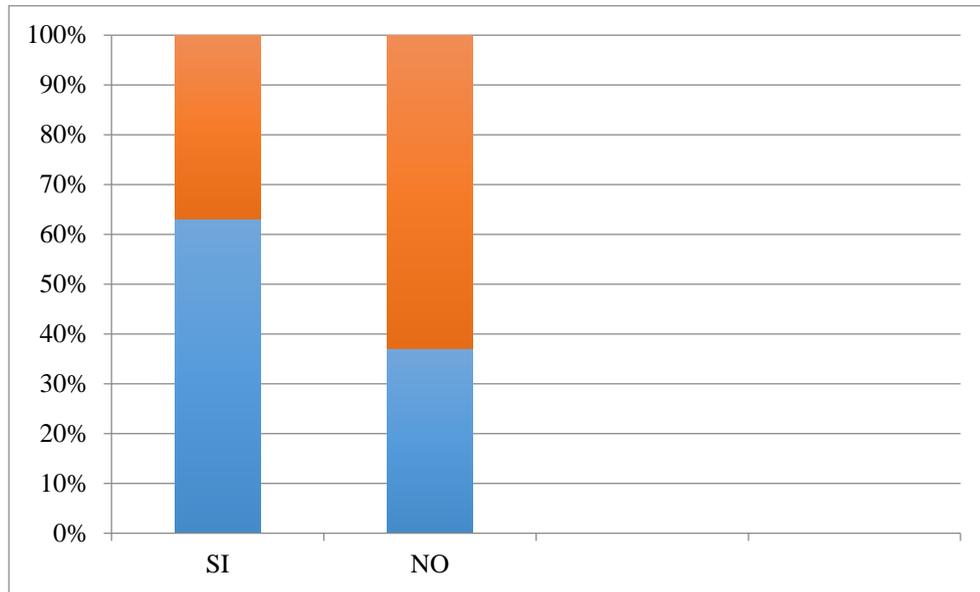


Figura 10: Tabulación pregunta #4

Interpretación.

De las personas encuestadas podemos ver que 50 personas se muestran positivamente, pero también hay 30 personas que no opinan así, es una cantidad de personas que hay que tomar en cuenta.

Análisis.

De acuerdo a la interpretación podemos decir que las personas que trabajan en la empresa se sienten escuchadas y las ideas que ellos tienen pueden tener el fin que se busca, pero también ese número de personas que respondieron negativamente debe ser analizado cuidadosamente.

5. ¿Cuándo ingresó a la empresa recibió un documento en el cual se explicaba la historia, las políticas, el manejo técnico y administrativo?

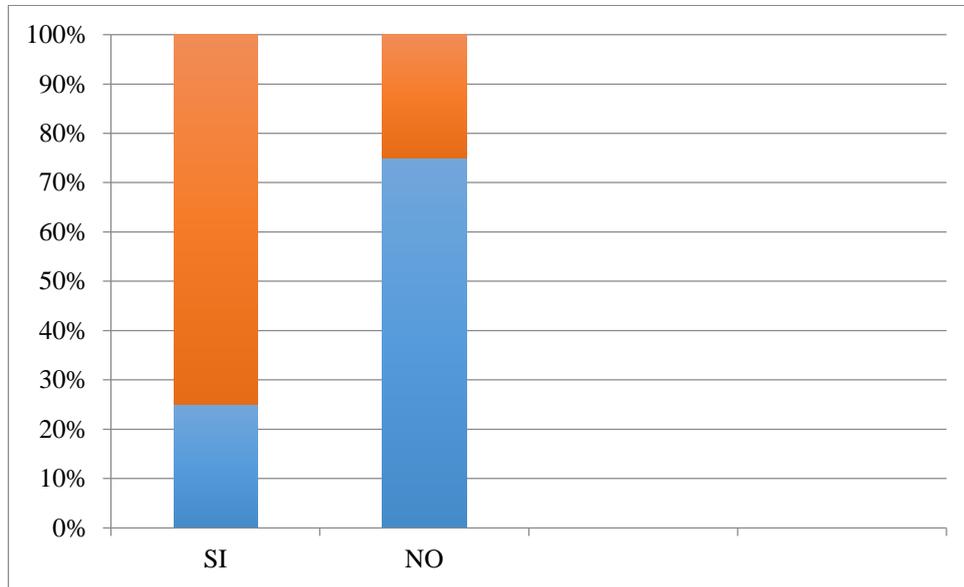


Figura 11: Tabulación pregunta #5

Interpretación.

De las personas encuestadas podemos ver que 60 personas respondieron que no, mientras que las 20 restantes tuvieron una respuesta positiva.

Análisis.

De acuerdo a la interpretación es la pregunta que más validez le da a mi investigación ya que la mayoría de personas nunca recibieron ningún tipo de documento que indique las normativas, historia, políticas, etc, acerca de la empresa, las 20 restantes recibieron únicamente una inducción previa más no un documento de respaldo.

6. ¿Considera que tiene un entorno agradable de trabajo entre sus Directivos y compañeros de trabajo?

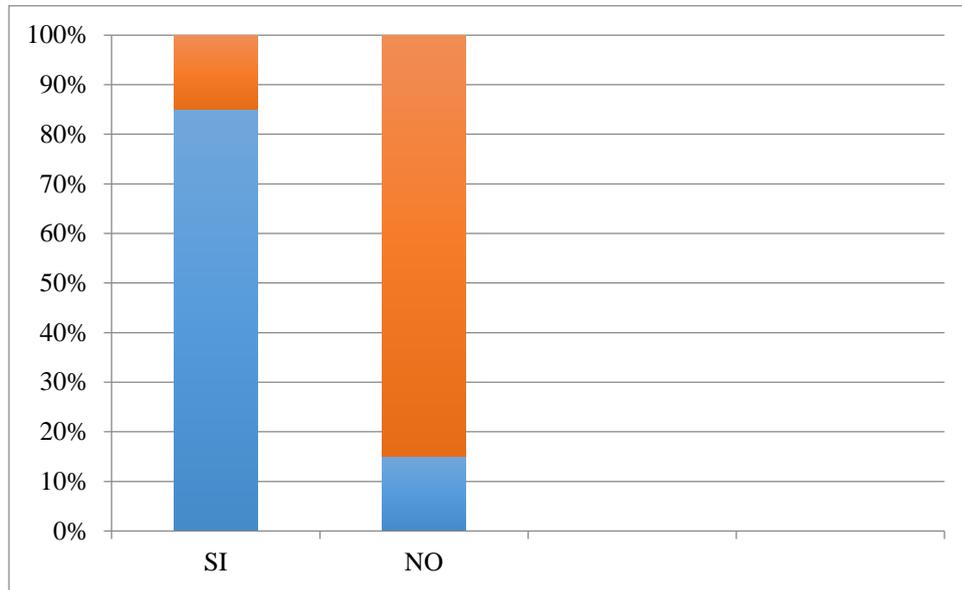


Figura 12: Tabulación pregunta #6

Interpretación.

De las personas encuestadas podemos ver que 68 personas respondieron afirmativamente, mientras que las 12 restantes tuvieron una respuesta negativa.

Análisis.

Se puede analizar que existe un ambiente laboral que se ubica dentro de lo normal ya que la mayoría de personas así lo afirman, pero hay también un grupo que opina lo contrario y eso se debe tomar en cuenta dentro de la obra para poder eliminar ese sentimiento de rechazo.

7. ¿Le gustaría tener capacitaciones constantes?

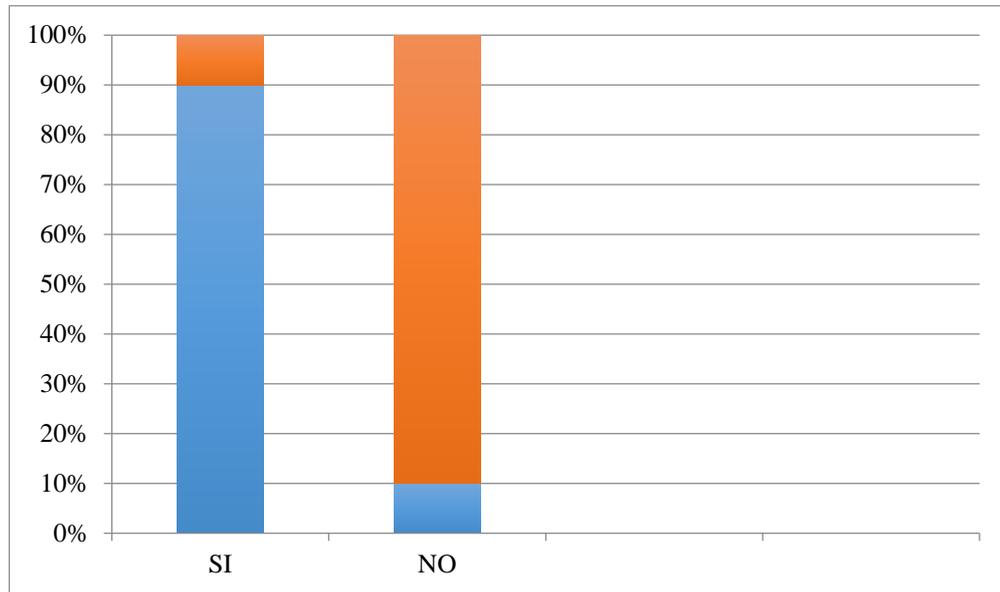


Figura 13: Tabulación pregunta #7

Interpretación.

De las personas encuestadas se puede observar que 72 personas respondieron afirmativamente, mientras que las 8 restantes tuvieron una respuesta negativa.

Análisis.

Se puede analizar que los colaboradores piden capacitaciones para tener un mayor desempeño laboral en sus tareas asignadas dentro de la empresa así como un mínimo número de personas dijo que no las necesita.

8. ¿Se siente integrado a la empresa como parte fundamental en las tareas de producción?

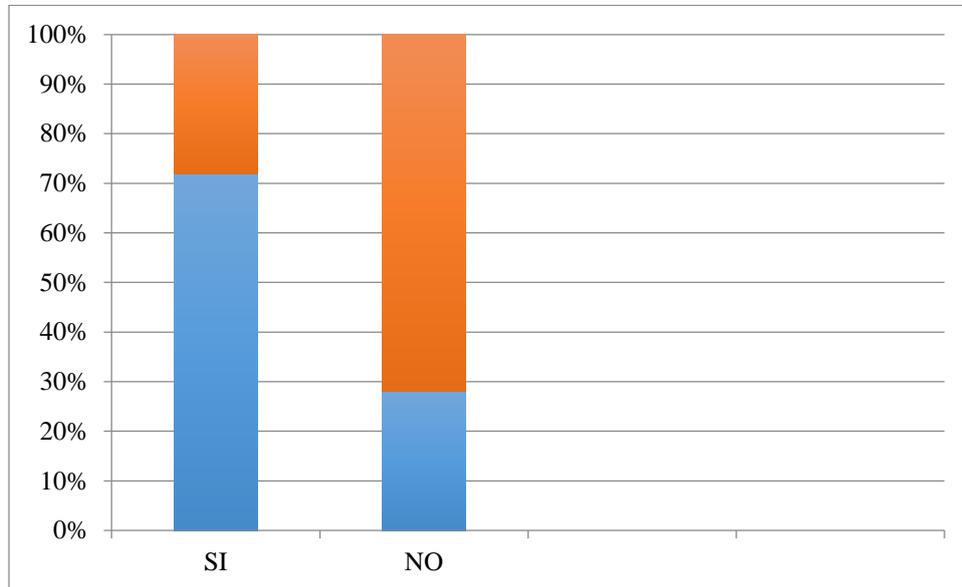


Figura 14: Tabulación pregunta #8

Interpretación.

De las personas encuestadas podemos ver que 57 personas respondieron positivamente, mientras que las 13 restantes tuvieron una respuesta negativa.

Análisis.

El personal tanto administrativo como de planta se sienten integrados en las tareas laborales diarias y eso es importante para que los trabajos entregados sean de primera calidad y a tiempo.

9. ¿Cree usted que en la empresa existe una igualdad de oportunidades entre los empleados?

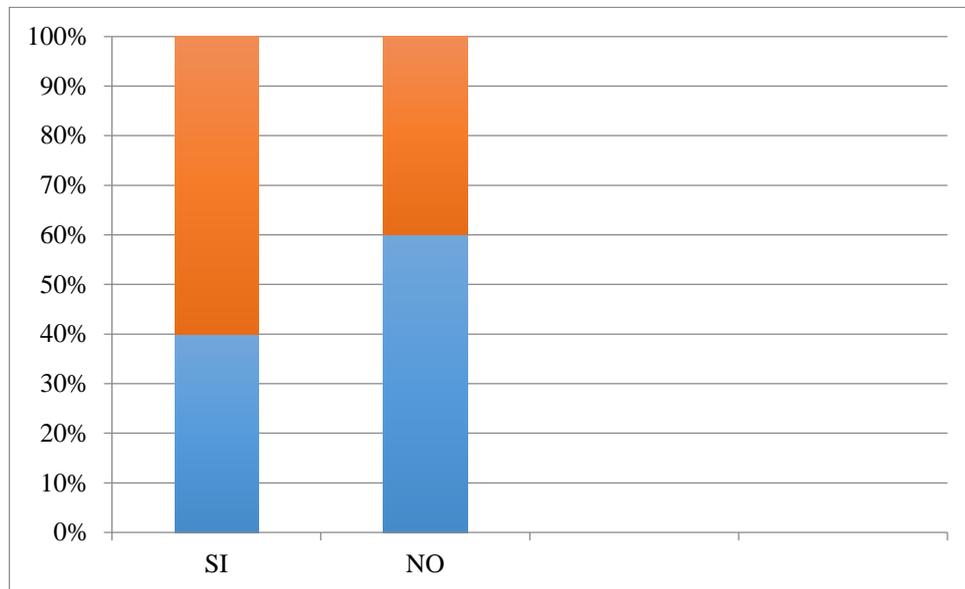


Figura 15: Tabulación pregunta #9

Interpretación.

De las personas encuestadas podemos ver que 48 personas respondieron que no, mientras que las 32 restantes respondieron que SI.

Análisis.

Esta cifra es preocupante ya que marca una tendencia hacia la envidia y el egoísmo entre compañeros ya que refleja que no todos están conformes con las políticas laborales.

10. ¿Cree usted que las fotografías de este libro deben estar en?

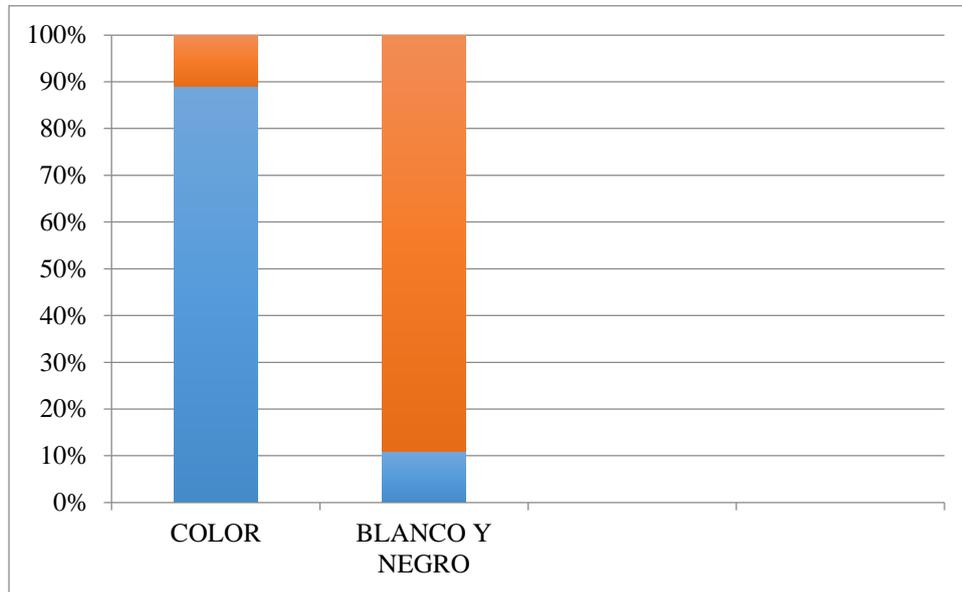


Figura 16: Tabulación pregunta #10

Interpretación.

De las personas encuestadas se puede apreciar que 71 de las mismas prefieren que las fotos estén a color y 9 personas prefieren que las fotografías vayan en blanco y negro.

Análisis.

De acuerdo a la interpretación se puede deducir que la mayoría de personas encuestadas se identifica con la fotografía a color, pero también se debe resaltar que algunas personas también opinan que debería tener fotografías en blanco y negro con el fin de resaltar el proceso histórico.

11. Considera usted que lo más importante del contenido del libro debería ser?

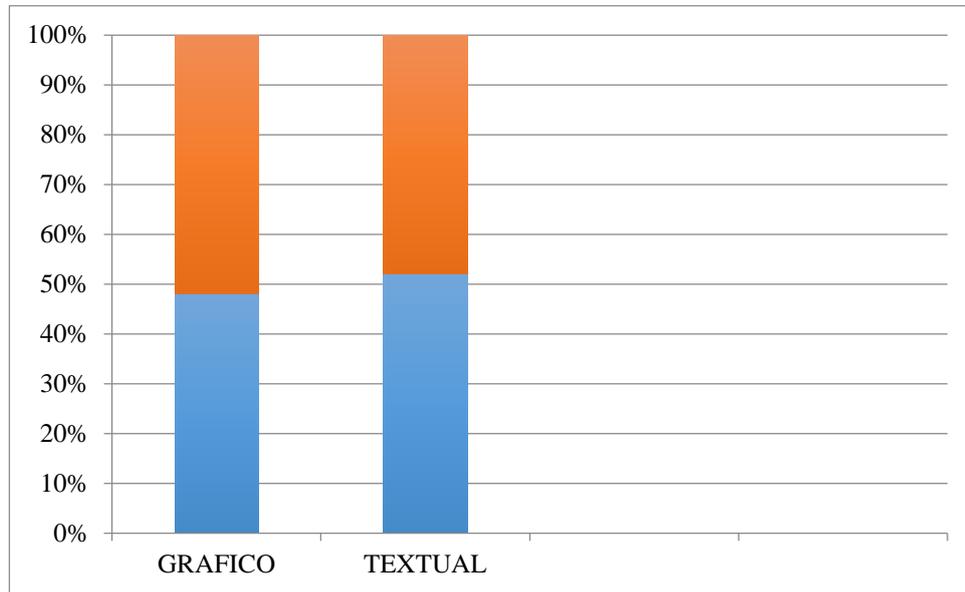


Figura 17: Tabulación pregunta #11

Interpretación.

De las personas encuestadas se puede apreciar que 42 personas prefieren que el contenido del libro sea textual y 38 encuestador sugieren que el libro sea gráfico.

Análisis.

De acuerdo a la interpretación la información que se presente en la obra deber ser mixta, ya que las respuestas de los encuestados está casi a un 50%-50 % , así que por este motivo debe tener material fotográfico con su respectiva descripción, además de los textos adicionales.

5.02.02.02. Observación

Es la técnica de investigación básica, sobre la que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad. En este caso la utilizaremos para recopilar la información de forma directa en el proceso investigativo.

Antes de realizar el libro fotográfico, se debe observar el proceso de producción editorial, el funcionamiento de cada uno de sus partes, las características principales del mismo, así como libros realizados anteriormente.

Se observó en el transcurso de toda la investigación algunas falencias que le empresa tiene con los colaboradores, entre ellas está que casi un 90% desconoce la historia de la misma, desde sus inicios y todo el proceso que tuvo que pasar para llegar a ser líder en el mercado ecuatoriano.

También una que se va de mis manos como investigador pero cabe mencionarla ya que existe muy poca comunicación entre algunas áreas de trabajo, causando esto un descontento entre algunos de los colaboradores y así encadena una molestia y malas prácticas laborales.

Se observó también que el presidente de la empresa es una persona con muchos ideales y sueños, tiene una visión enorme de ver a la empresa seguir surgiendo como lo ha hecho, esto debido a que es una empresa familiar y gracias al apoyo de cada uno de los miembros se ha posicionado en el mercado de una manera exitosa, contando con una cartera de clientes bastante amplia y una infraestructura que podríamos llamarla única en el Ecuador.

5.03. Formulación del proceso de aplicación

5.03.01. Planificación

Al momento de empezar el diseño del libro se inició analizando el tamaño que este debía tener y a su vez la orientación. Para solucionar este problema se consideró el tipo de información que va a transmitir, las imágenes que tendrá y se tomó mucho en cuenta el hecho de que el libro tendrá una sección de procesos.

De esta forma se decidió por un formato de 20 x 20 cm (cerrado) que se adapta muy bien a la aplicación que se va a realizar ya que al momento de contener fotografías y texto es un tamaño sobrio, formal y funcional, lo más importante que las imprentas no tendrán desperdicio de material al momento de impresión.

5.03.02. Desarrollo

5.03.02.01. Mapa de contenidos



Figura 18: Mapa de contenidos

5.03.02.02. Índice de imágenes

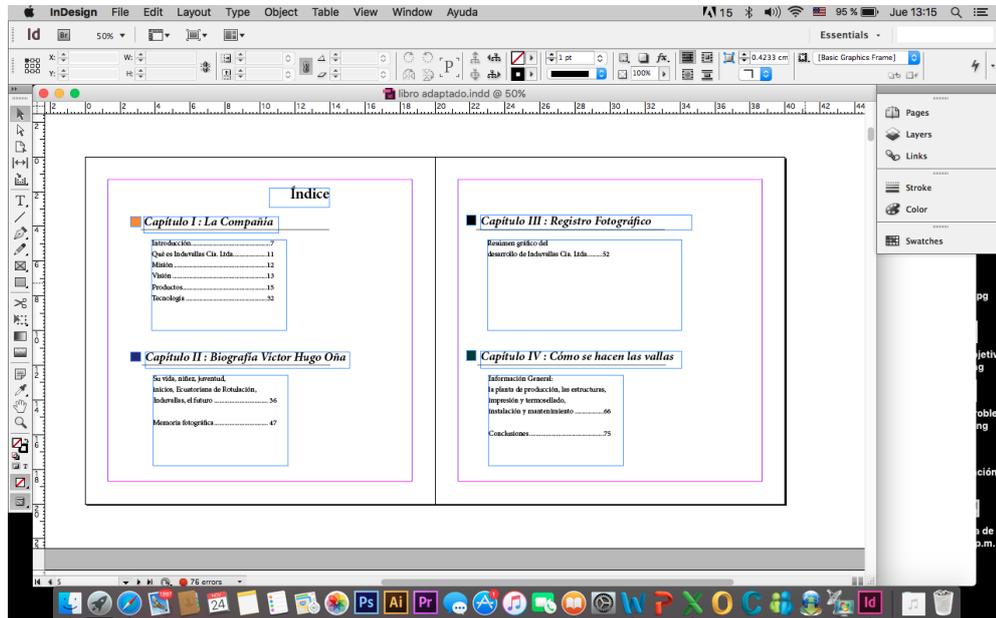


Figura 19: Índice diseño

Se realizó un índice sencillo y separado por capítulos para tener una mayor guía en cuanto a la búsqueda de información e imágenes.

5.03.02.03. Estilos

El estilo utilizado en el diseño de las páginas internas es minimalista, que es aplicable a cualquier tipo de espacio; sin embargo, por sus características los diseños minimalistas se prestan para usos en donde impere el orden y la nitidez. De otro modo, cualquier cosa fuera de su lugar desentonaría con la franca limpieza de esta corriente. Y en cuanto a la portada del producto se utilizó un estilo internacional, que se fundamenta en las innovaciones previas de los constructivistas y especialmente de la “tipografía elemental” y tiene en cuenta a su vez la necesidad creciente de comunicación internacional y el desarrollo de la fotografía.

Este estilo se sustenta sobre tres pilares básicos:

El uso de una rejilla modular que dotaba al diseño de coherencia y estructura interna.

El empleo de tipografías sans y disposición asimétrica de los distintos elementos del diseño.

Utilización de la fotografía en lugar de ilustraciones.

La impresión general era simple y racional con una estructura clara y concisa.

5.03.02.03.01. La tipografía

Para diseñar la familia Minion, Robert Slimbach se inspiró en la belleza intemporal de las letras de imprenta del Renacimiento tardío, una época de diseños tipográficos elegantes y altamente legibles.

La Minion Pro fue creada teniendo en cuenta las posibilidades de la tecnología actual, por lo que combina las cualidades estéticas y funcionales de los estilos históricos en los que se fundamenta con la versatilidad que ofrece la tecnología digital.

El resultado es un nivel sin precedentes en cuanto a flexibilidad tipográfica.

Minion Pro ofrece, además del juego de caracteres ordinarios, un completo surtido de ligaduras, letras y números alternativos y ornamentaciones.

Por todo ello, es una gran elección para casi cualquier proyecto: libros de lujo de edición limitada, boletines, circulares.

MINION PRO REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

MINION PRO ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

MINION PRO BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

MINION PRO BOLD ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

5.03.02.04. Página master y retículas

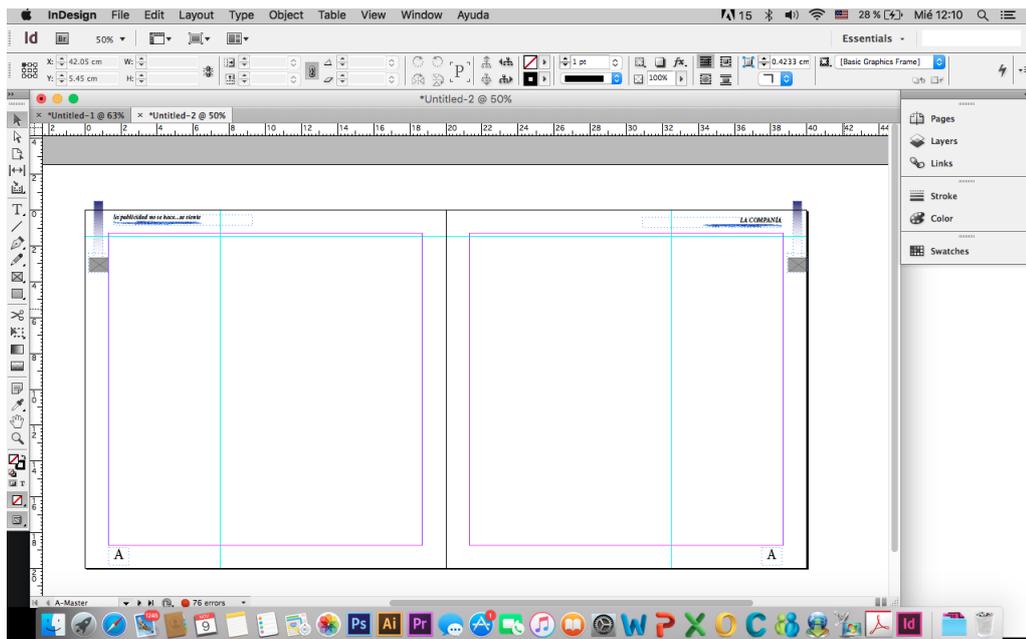


Figura 20: Captura de pantalla proceso retícula

La maquetación del libro consistió en ordenar todos los elementos, para esto se aplicó primeramente una retícula de bloque o manuscrito que es la estructura más simple, es un espacio cuadrado ya que la medida del libro es de 20x20 cm, en el cual se insertarán textos y fotografías.

Debe ser muy fácil de leer y no cansar a la vista del lector con muchos elementos en el diseño.

5.03.02.05. Imagen corporativa

5.03.02.05.01. Logotipo



Figura 21: Logotipo

La empresa ha manejado el logotipo de una manera muy sobria y es por este motivo que el diseño del libro será en un estilo minimalista, muy sobrio y sencillo para que los lectores puedan comprender y apreciar de la mejor manera, así mismo se manejará los colores corporativos incluido el negro y el gris para que tenga armonía dentro y fuera del mismo.

5.03.02.05.02 La cromática

El color empleado para las páginas internas serán en base a los colores del logotipo de la empresa y un gris para el texto de manera que vaya a la par con el resto de los colores.

	C =100 M=100 Y =0 K =20		C =0 M=45 Y =100 K =0		C =0 M=0 Y =0 K =100		C =0 M=0 Y =0 K =75
--	----------------------------------	--	--------------------------------	--	-------------------------------	--	------------------------------

Figura 22: Colores

5.03.02.05.03. Manejo fotográfico

Las sesiones fotográficas se desarrollaron a lo largo de 6 meses, para la captura de las imágenes se utilizó iluminación ambiental, evitando así el uso de flash.

Los equipos utilizados fueron trípode y una cámara Nikon D7000 de 16 mega pixeles, de mi propiedad.

Se realizó tomas tanto en interior como en exterior aplicando siempre las reglas aprendidas en las aulas del ITSCO, como el manejo de planos, ángulos y composición.

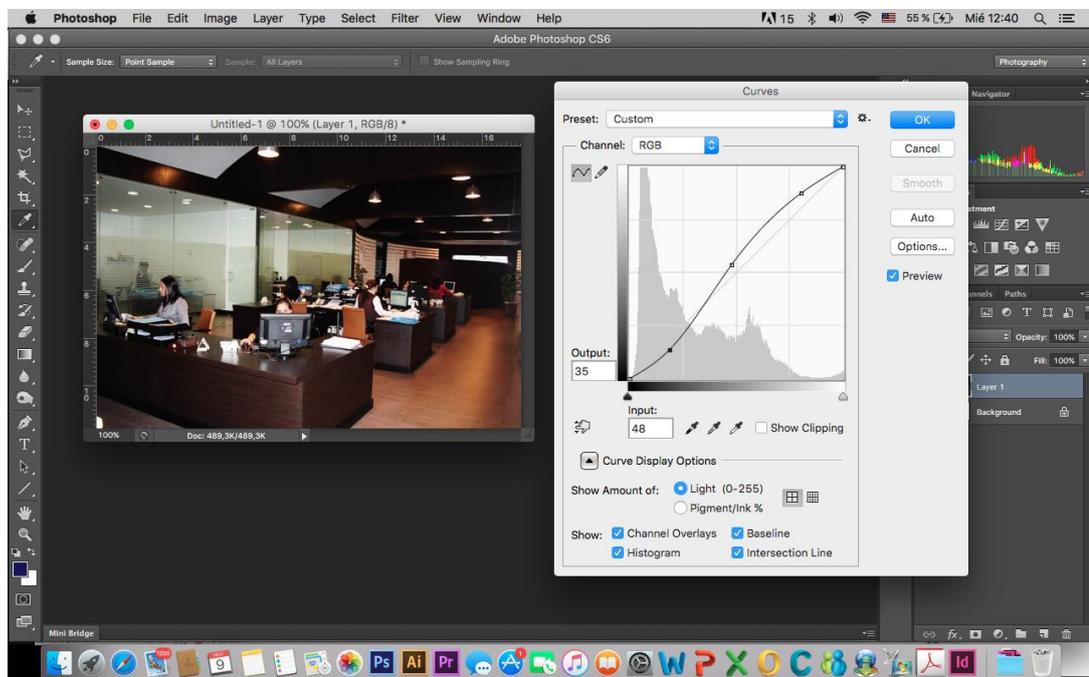


Figura 23: Edición de fotografías en Photoshop

5.03.02.06. Portada

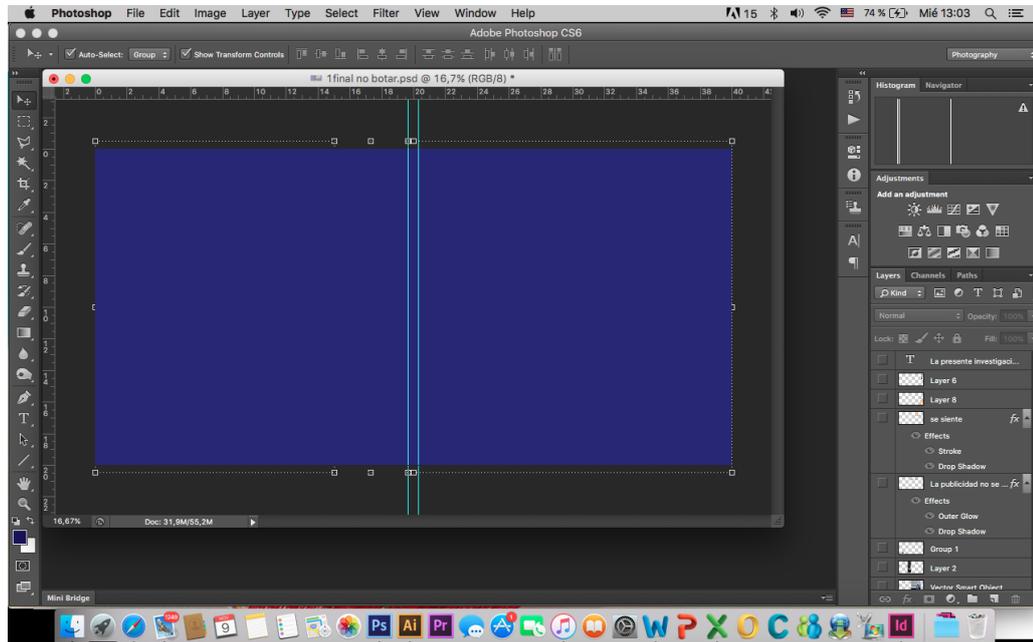


Figura 24: Photoshop proceso portada 1

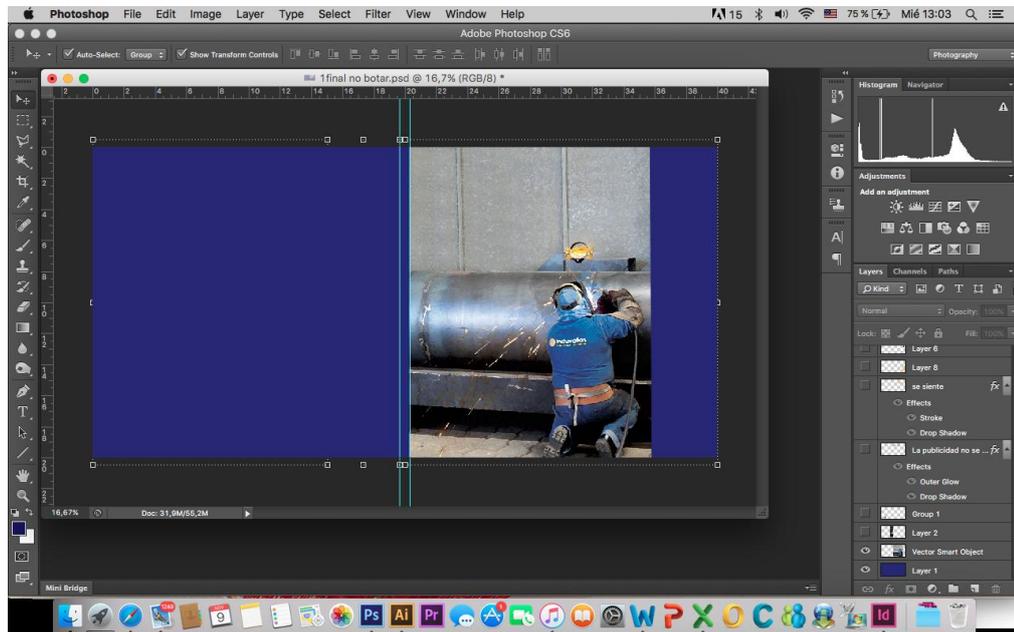


Figura 25: Photoshop proceso portada 2

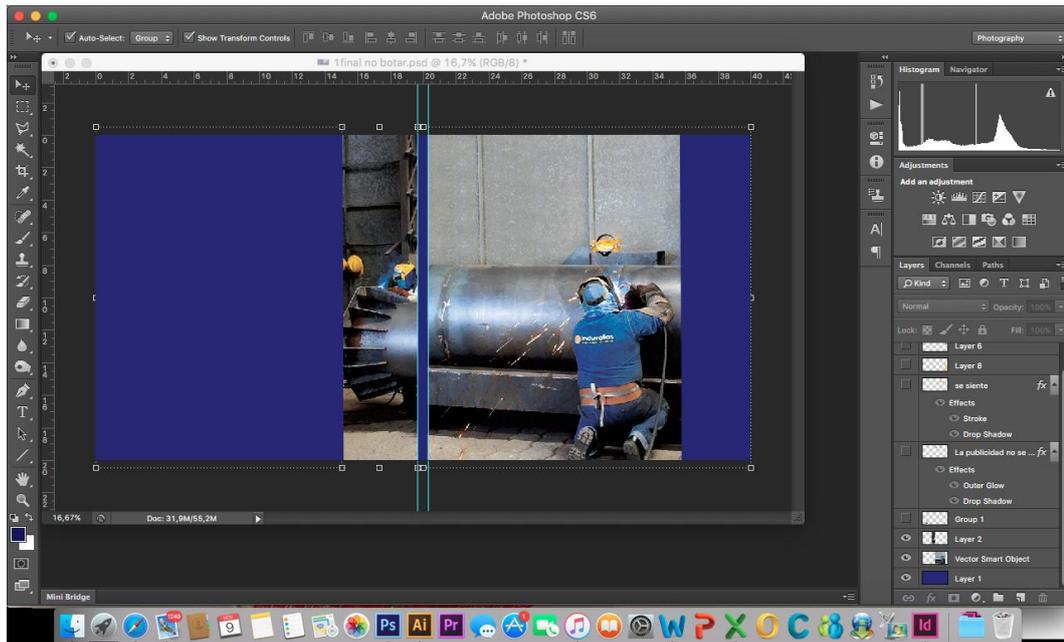


Figura 26: Photoshop proceso portada 3

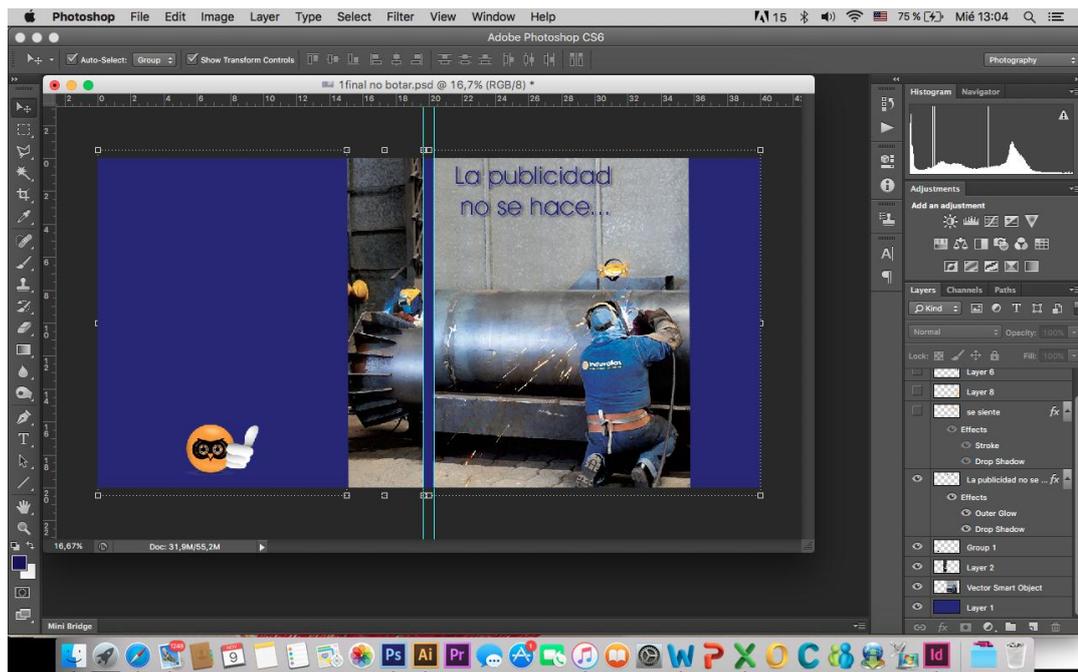


Figura 27: Photoshop proceso portada 4



Figura 28: Photoshop proceso portada 5



Figura 29: Photoshop proceso portada 6



Figura 30: Photoshop proceso portada 7

La portada está diseñada con el fin de dar la importancia que se merece al trabajador y su creación: la estructura tubular de la valla publicitaria. Se resalta además el logotipo de la empresa que le da el sentido de pertenencia de la obra, la fotografía tiene un efecto de acuarela que le asemeja a ser una obra de arte, y es así como se ve el trabajo de los colaboradores de la empresa.

Está matizada con los colores corporativos de la empresa en el cual predomina el azul y como complemento se utilizó el color amarillo. Se realizó una adaptación del imago tipo con un pulgar hacia arriba en señal de positivismo y progreso.

Complementario en la contraportada consta una semblanza de la obra y del motivo de la misma Induvallas Cía. Ltda.

5.03.02.07. Maquetación

Los textos son contribución especial de la empresa en cuanto a la filosofía empresarial, mientras que el resto de textos fueron redactados en base a entrevistas y de investigación para los datos de interés.

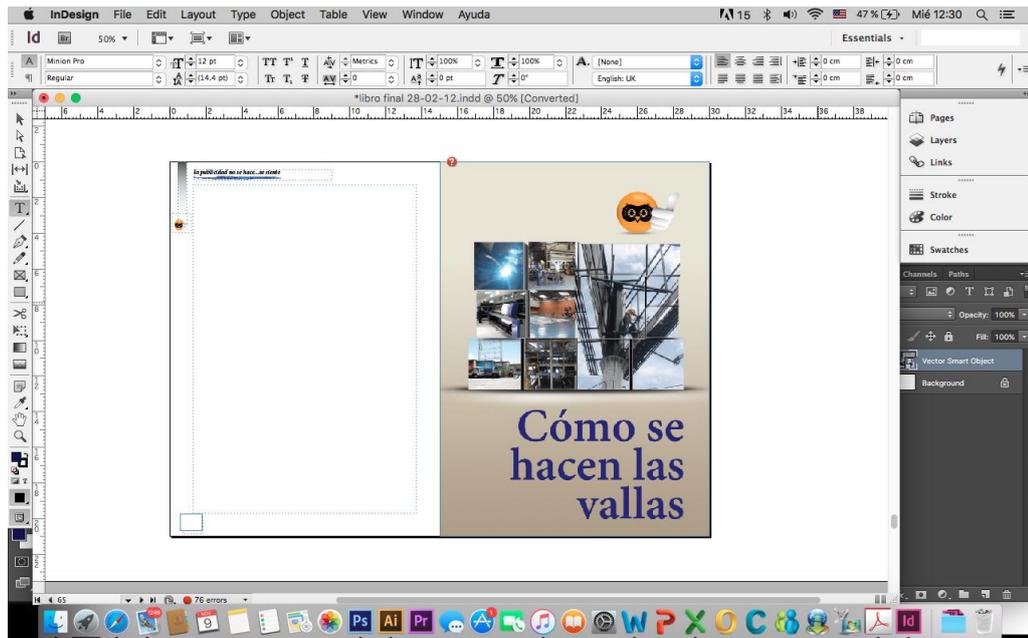


Figura 31: Proceso diseño libro 1

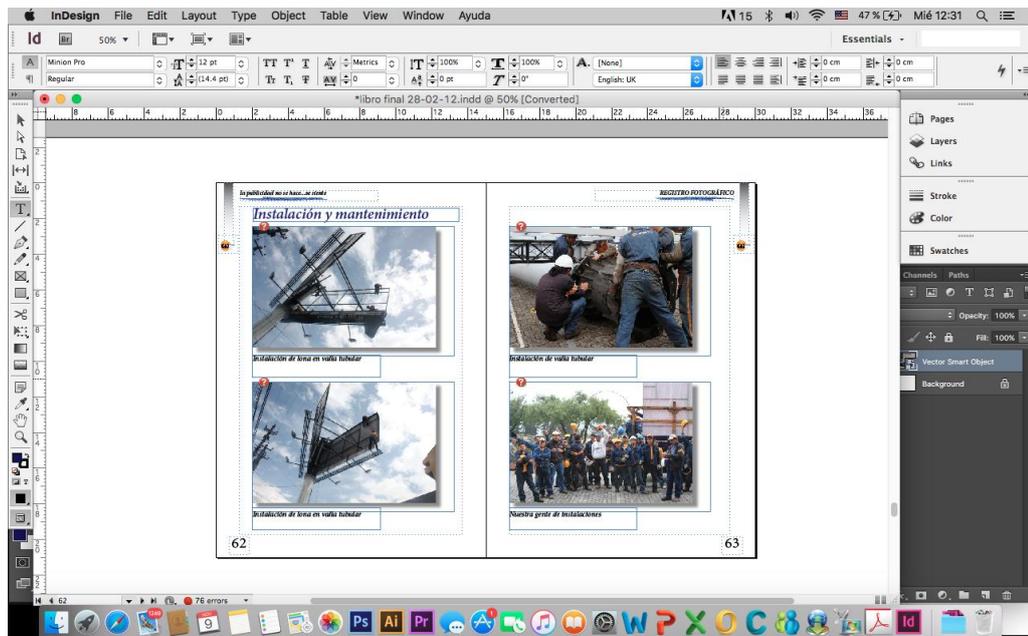


Figura 32: Proceso diseño libro 2

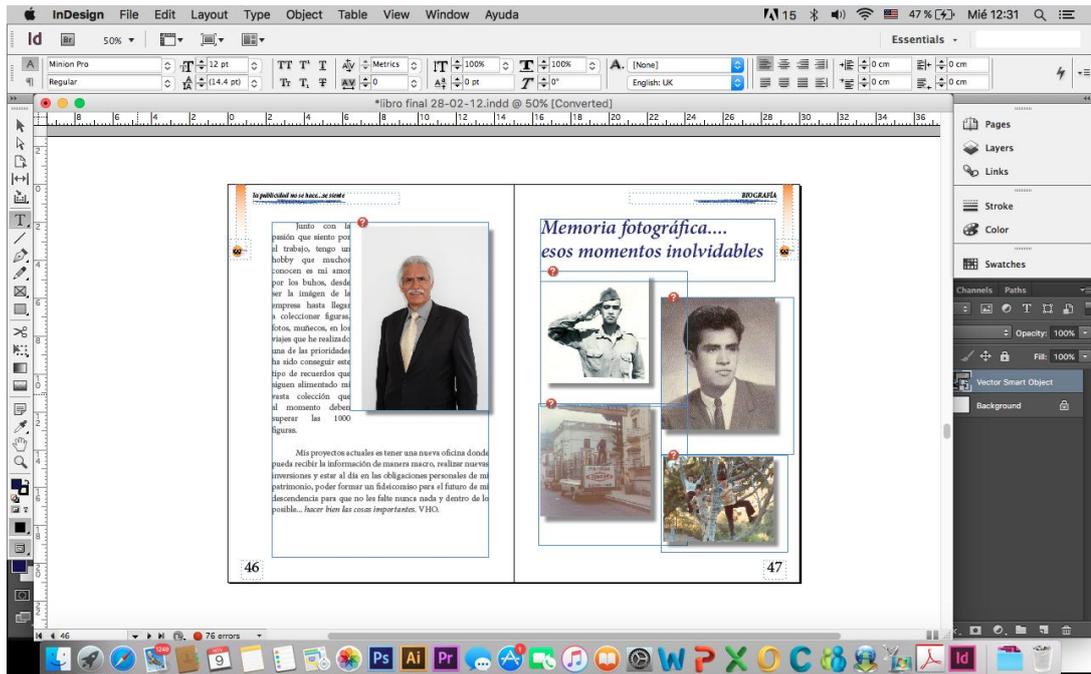


Figura 33: Proceso diseño libro 3

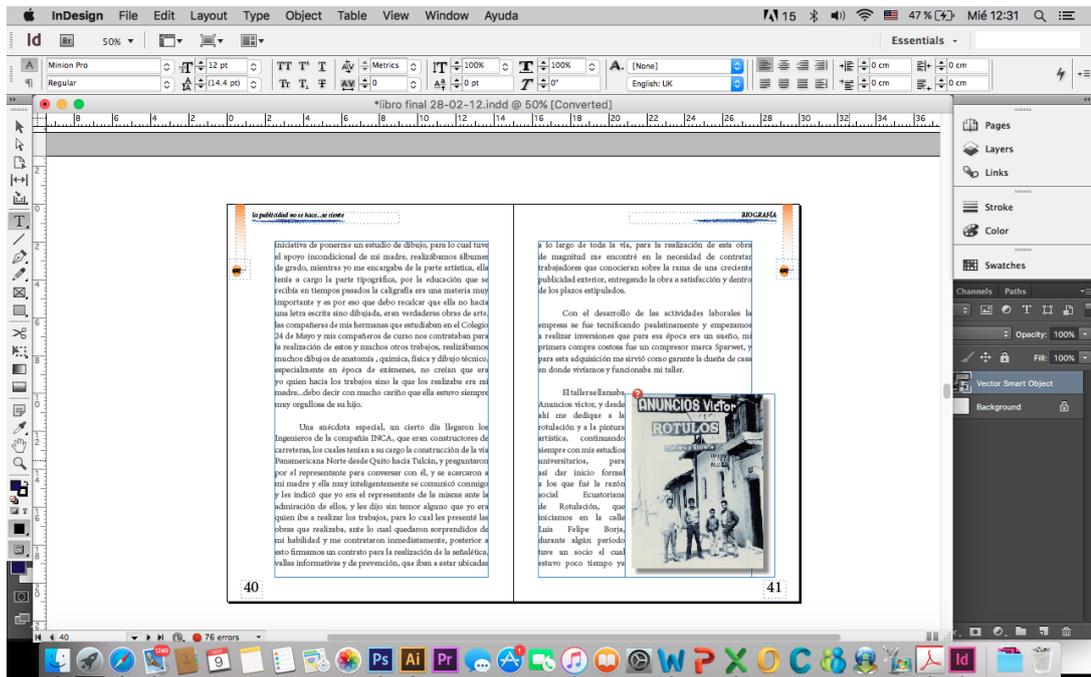


Figura 34: Proceso diseño libro 4

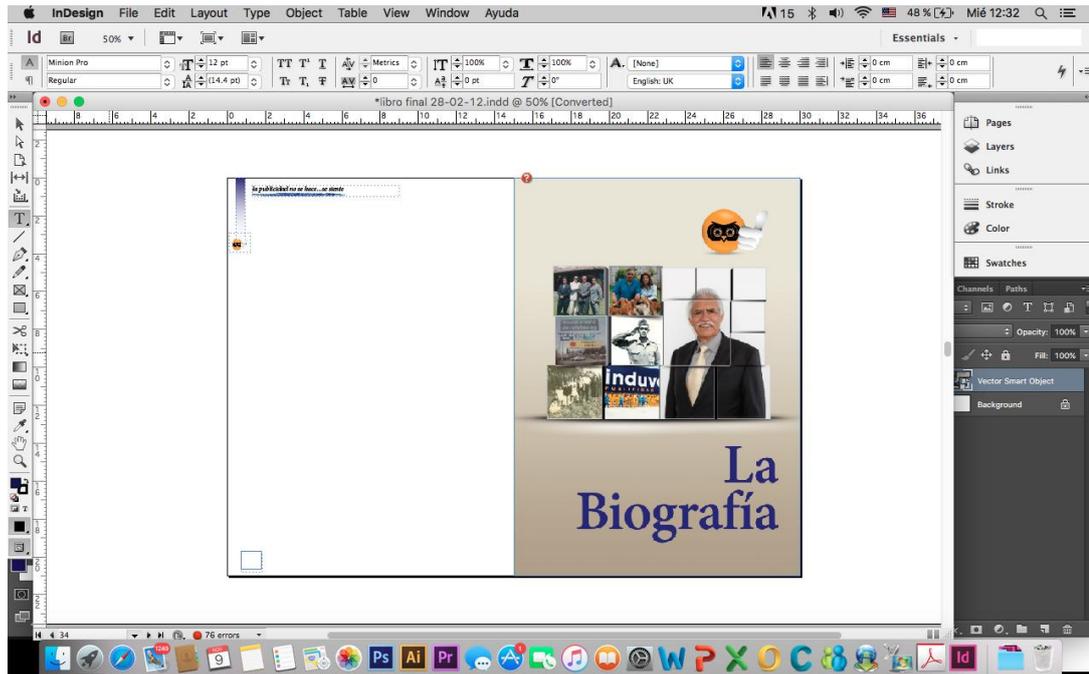


Figura 35: Proceso diseño libro 5

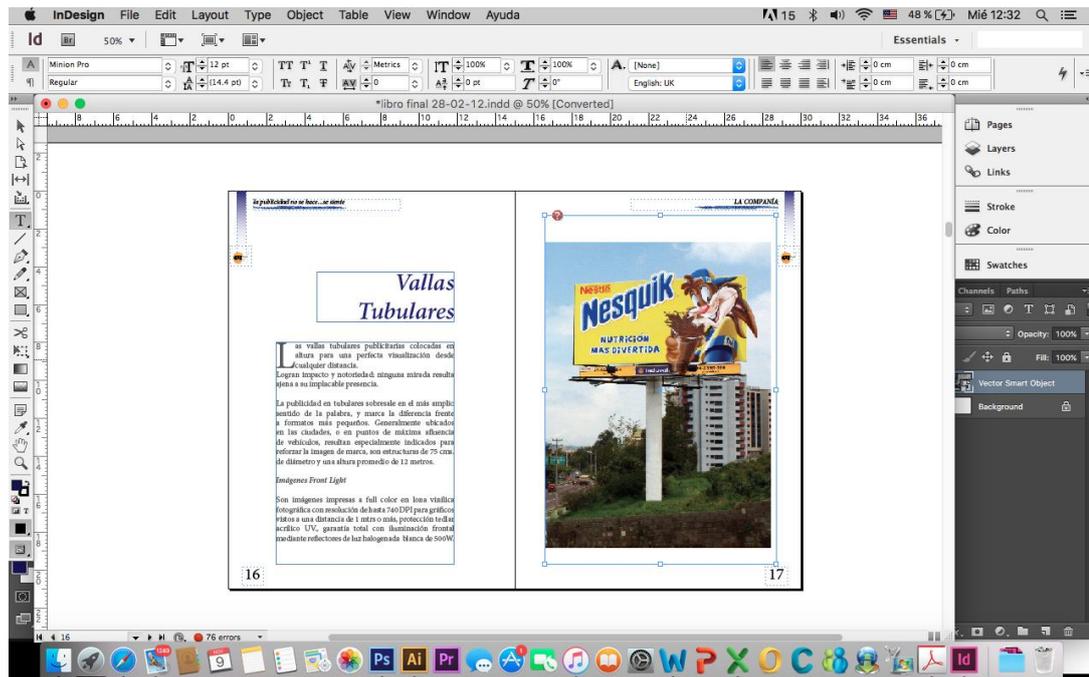


Figura 36: Proceso diseño libro 6

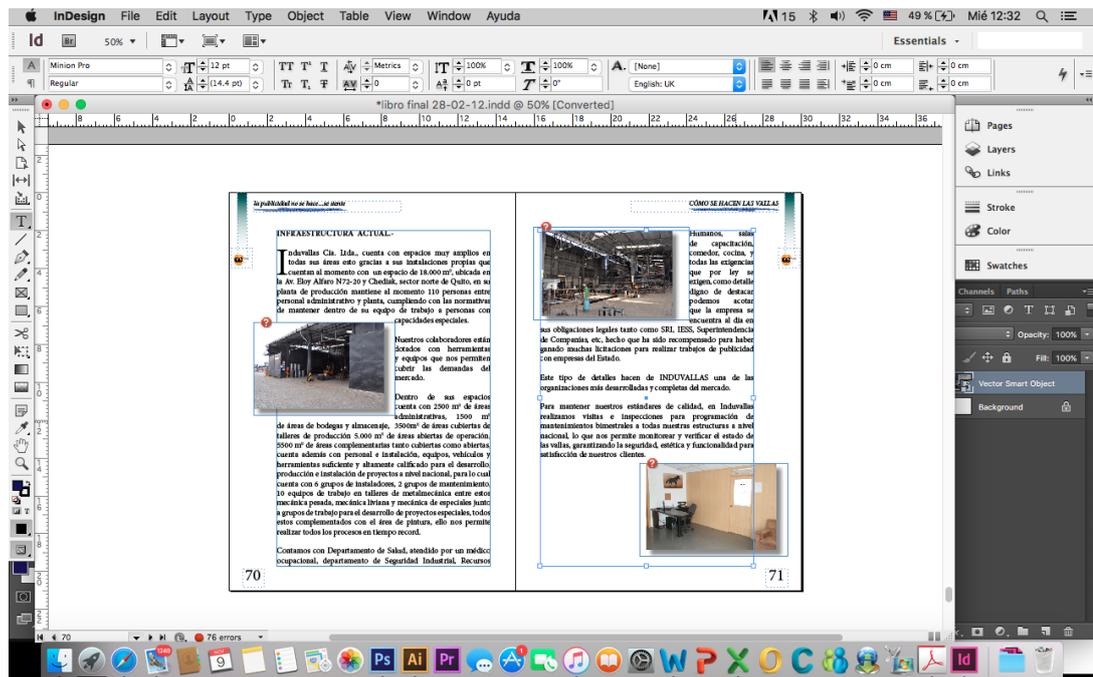


Figura 37: Proceso diseño libro 7

5.03.02.07. Impresión

En cuanto a la impresión será en papel couché de 90gr, que es el material para este tipo de medios impresos, además que por el formato que es de 20 x 20 se aprovecharán los espacios en los pliegos que vienen de tamaño 90 x 65 y se optimiza el material no habiendo desperdicio del mismo y su producción será más rápida y económica, realizada en una máquina Hp Índigo propiedad de Imprenta Don Bosco de la ciudad de Quito.

La portada estará impresa en papel couché mate de 300gr, con plastificado mate.

Refilado y encolado al calor para mejor presentación.

CAPÍTULO VI

6. Aspectos Administrativos

6.01. Recursos

Los recursos utilizados en el presente proyecto se basan en todas las personas que van a ser parte de la elaboración, así como en la tecnología utilizada y la inversión económica que se utilizará para que el ejemplar sea culminado con éxito.

6.01.01. Técnicos – Tecnológico

Los recursos tecnológicos que se utilizarán para la elaboración de este proyecto serán, un computador con los programas de diseño debidamente instalados para su correcto manejo.

Una cámara profesional de alto formato la cual se utilizara para plasmar las imágenes que este proyecto llevará en su contenido.

Un escaner sencillo para poder llevar a digital las imágenes que sean otorgadas por el presidente de la empresa contando su reseña histórica y por último y no menos importante el internet que hoy en día se ha vuelto parte de nuestras vidas, con el podremos investigar y buscar conceptos básicos que nos pueden aportar para colocar en el diseño y elaboración del libro.

6.01.02. Humano

En este caso de recursos humanos aportarán varias personas que no son más ni menos importantes para el proyecto culmine con éxito, empezamos nombrando:

• **Víctor H. Oña (Presidente de la empresa):** Con el apoyo paciencia y tiempo que el supo brindar, toda la información se fue canalizando y ordenando para poder llevar acabo el libro de la empresa.

• **Javier Sánchez (Investigador):** Por mi parte pienso que todo lo que se persevera se alcanza, ha sido un trayecto cansado al momento de encuestar a las personas que aportaron con la información necesaria, realizar toda la investigación, desarrollo y proceso de este trabajo es muy satisfactorio para mí como persona y como profesional.

• **Carlos Romo D. (Encargado del departamento de diseño):** Un gran amigo que supo aportar con ideas y guiar con todo lo que la empresa realiza, cabe recalcar que la experiencia de esta persona la ha llevado hasta donde se encuentra hoy en día, 15 años en el área de diseño hace que tenga conocimiento valioso, que no cualquier persona la adquiere en los estudios, y es por este motivo que fue una pieza importante para la culminación de este proyecto.

• **Colaboradores (trabajadores de la empresa):** Las personas que forman parte de la institución también fueron un gran aporte al momento de prestarse como modelos para las fotografías que se verán reflejadas en el ejemplar, también fueron de un aporte importante ya que pude vivir una experiencia única, compartir y conocer a algunos de ellos, sus tareas en la empresa y la experiencia que cada uno tiene como profesional y que hace que la empresa fluya y crezca día a día.

6.01.03. Económico

Para el financiamiento de este proyecto, se consideró la posibilidad de presentar el proyecto a la presidencia de la organización para que nos auspiciara. Aparte de esta posibilidad, se pensó en presentar el proyecto a clientes de la empresa, potencialmente interesadas en el proyecto y que puedan aportarnos económicamente con su auspicio.

El libro en primera fase será lanzado dentro de la empresa de forma gratuita, se puede pensar en una segunda edición del libro impreso.

6.02. Presupuesto

A continuación se realiza un análisis de los valores para la elaboración final del libro, en los cuales consta valores reales utilizados en el proceso de investigación para lograr culminar con éxito todo el proceso.

6.02.01 Gastos Operativos

Tabla 9: Presupuesto de gastos operativos

#	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
150	Copias	0,10	15,00
5	Gasolina	10	50,00
70	Alimentación	2	140,00
1	Programas	35	35,00
20	Internet	0,7	14,00
1	Anillado	1,50	1,50
TOTAL			255,50

6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla 10: Presupuesto de aplicación del producto

#	DETALLE	V/UNITARIO	V/TOTAL
100	Libro	15,00	1.500,00
		TOTAL	1.500,00

6.03. Cronograma

Tabla 11: Cronograma de actividades

#	Actividad	Resp.	Tiempo		Resultados Esperados		
			MES	Semana			
1	Antecedentes	Javier Sánchez	Julio	X			Conocer la empresa en la cual se va a trabajar.
2	Análisis de Involucrados	Javier Sánchez	Julio		X		Elegir a las personas inmersas en el proyecto.
3	Problemas y Objetivos	Javier Sánchez	Agosto	X			Especificar las causas y efectos de cada problema, así como los objetivos deseados.
4	Análisis de Alternativas	Javier Sánchez	Septiembre	X			Definir todas las alternativas que constan en el proyecto.
5	La Propuesta	Javier Sánchez	Octubre	X			Diseñar y diagramar el libro, buscar todas las herramientas para realizarlo.
6	Aspectos Administrativos	Javier Sánchez	Noviembre	X			Especificar los costos y cotizaciones para la realización del libro.
7	Conclusiones y Recomendaciones	Javier Sánchez	Noviembre			X	Redactar las conclusiones y recomendaciones de todo el proceso de investigación.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

1. Como conclusión puedo acotar que este es un proyecto que se realiza por primera vez en Induvallas Cía. Ltda., ya que al momento la mayoría de documentos que tratan este tema solo poseen únicamente textos históricos o descriptivos y fotografías.
2. El trabajo incluye textos tanto históricos como descriptivos, sin embargo he contado con el debido apoyo de los distintos departamentos que componen la organización, un problema importante que tuve fue en la solicitud de cotizaciones a las diferentes imprentas a las cuales me dirigí durante la etapa del desarrollo de esta propuesta de diseño, nunca pusieron el debido interés al ser un trabajo de titulación y no poder contar con la retribución económica del caso.
3. Con respecto al diseño llegué a determinar que para mantener la elegancia, fue importante conservar una línea gráfica minimalista que a la vez sea atractiva para el consumidor final.
4. A medida que se llegaba a una propuesta final de diseño, dentro de los elementos de esta propuesta; fue importante llevar a cabo un testeo entre los potenciales usuarios de cada uno de ellos.
5. De los resultados obtenidos se hicieron correcciones, modificaciones y se resaltó los componentes que más llamaron la atención de los diferentes grupos.



6. La importancia de conocer, saber de la historia y el crecimiento de una persona que tuvo una visión gigante, nos enseña que cuando se tiene un sueño nada más hay que luchar hasta conseguirlos, es un ejemplo de persona al ver como esta hoy en día la empresa y saber de dónde surgió
7. Convivir y conocer los aportes de cada uno de los colaboradores, es una satisfacción enorme ya que existen personas de todos los estratos sociales, desde el ingreso hasta llegar a la oficina de la máxima autoridad, también con los obreros que día a día tiene una labor gigante de trabajo en las alturas.
8. En conclusión este proyecto ha logrado hacerme crecer como persona y como profesional, el hecho de poder conocer todos los procesos que la empresa tiene hasta llegar a un trabajo final es muy interesante.
9. Tengo la satisfacción de haber llegado a realizar un documento que la empresa hace más de 25 años de estancia en el mercado no lo ha visto como una prioridad, y hoy en día se está plasmando en un material único para la misma.
10. Como conclusión de este proyecto puedo decir que al principio parecía imposible de lograr, sin embargo con perseverancia y dedicación se está logrando plasmar con éxito todas las metas propuestas.

7.02. Recomendaciones

1. Se recomienda que el libro sea una fuente de motivación y consulta dentro del personal administrativo y planta de la empresa, con el fin que conozcan a detalle cómo funciona el modelo administrativo, la historia de la empresa, así poder fomentar la identidad y el sentido de pertenencia en todos los ámbitos del trabajo diario.
2. Que el ejemplar sirva como una guía para el personal nuevo que ingresa a prestar sus servicios en la empresa, haciendo uso de toda su información, siendo este un soporte grande de nuevas ideas.
3. Una recomendación importante es que con el pasar del tiempo se pueda trabajar en una segunda edición, aumentando y modificando información de la empresa, ya que el presidente tiene como proyecto seguir creciendo la infraestructura y tecnología que hoy en día se usa dentro de la misma.
4. Se recomienda al departamento de RRHH que es una pieza clave dentro de la empresa, que se tome en cuenta la investigación realizada en este proyecto, ya que algunos colaboradores piden capacitaciones para poder ejercer mejor sus tareas encomendadas dentro de la empresa, también los incentivos a los mejores colaboradores y la rotación de áreas de trabajo, porque el trabajo repetitivo es un poco tedioso para algunos de ellos.
5. Como recomendación del producto realizado se podría decir que se tenga en cuenta que debe difundirse a todos los colaboradores, o a la mayoría para que la empresa logre tener una armonía en la información.



6. Que las jefaturas tomen en cuenta los aportes de los colaboradores, ellos tienen propuestas que pueden mejorar los procesos de la empresa notablemente, pero por seguir un proceso ortodoxo se aíslan a los comentarios de los obreros.
7. Tomar en cuenta que en la investigación se logró observar que casi la mayoría de colaboradores no recibieron un documento físico para conocer a la empresa que están pasando a formar parte.
8. Seguir trabajando en equipo, pues se observó que cuando se necesita de colaboración los obreros son muy unidos, en cuanto al trabajo cada uno tiene clara la tarea que cumple para que el proceso se cumpla adecuadamente.
9. Un receso pequeño en la mañana o en la tarde a la empresa en los horarios establecidos pueden ayudar a que su desempeño mejore notablemente, pues hay trabajos que requieren de mucho esfuerzo y a veces se alargan las labores hasta altas horas de la noche y madrugada en algunos casos.
10. La recomendación en general es que den uso adecuado y de la mejor manera al documento que se ha venido mencionando durante todo este proceso, ya que contiene mucha información valiosa tanto para los colaboradores como para la misma empresa.

Bibliografía

Coca, Fernández, Producción y Diseño Gráfico Para la World Wide

Web, España, PAIDOS IBERICA, S.A., 1998 185

De Pablos, José Manuel, Infoperiodismo,

El periodismo como creador de infografía, España, Editorial Síntesis, 1999

Diccionario Santillana de la Lengua Española, Santillana, 1994

Mondelo, Pedro, Ergonomía 1-Fundamentos, España, Edición

UPC,3ra Edición, 1999

Pannero, Julius & Zelnik, Martin,

Las dimensiones humanas en los espacios interiores, España, GG, 2001,
p.23

Pring, Roger, www.tipografia: 300 diseños tipográficos, España,

GG,2000

Turnbull, Arthur T. & Baird, Russell N., Comunicación Gráfica:

Tipografía - Diagramación - Diseño - Producción, México, TRILLAS,
1990

Fotonostra©, El Color,

<http://www.fotonostra.com/grafico/elcolor.htm>.

Fotonostra©, Historia del Color,

<http://www.fotonostra.com/grafico/historiacolor.htm>.

Fotonostra©, La Escala,

<http://www.fotonostra.com/grafico/escala.htm>.

Fotonostra©, Un tipo de letra para cada cuerpo de texto,

<http://www.fotonostra.com/grafico/tipostextos>.

Fotonostra©, Fotomecánica e impresión,

<http://www.fotonostra.com/grafico/fotomecanica>.

Fotonostra©, Formato RAW,

<http://www.fotonostra.com/digital/raw.htm>

Cinthy, Semiótica,

<http://www.monografias.com/trabajos14/semiotica/semiotica.shtml>

Wikipedia®, Diafragma (óptica).

[http://es.wikipedia.org/wiki/Diafragma \(%C3%83ptica\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Diafragma_(%C3%83ptica))

Alumnos de Diseño, Semiología, SEMIOLOGIA.pdf,

<http://didepuracepa.blogspot.com/2008/12/semiologa.html>

Juan Pedro, Ilustración,

<http://www.ilustracionmexico.org/clasificacion.html>.

Uch de RRHH, <http://www.wikilearnng> .conconcepto de encuestawkccp-

Mendivil, Adrian, La entrevista en el proceso de investigación,

<http://perio.unlp.edu.ar/pinvestigacion>

Anexo

ENCUESTA

Buen día, estoy realizando la siguiente encuesta, para evaluar cuanto usted conoce acerca de Induvallas Cía. Ltda., sus políticas y productos. Le agradezco brindarme un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

Sexo: M F

Edad: 35 Ocupación: INDUSTRIAL

Sector donde vive: Norte Centro Sur

1. Le gustaría que se plasme en un libro la historia de Induvallas Cía. Ltda. y la biografía de su principal directivo?

Sí No

2. ¿Está usted satisfecho con la trayectoria de la empresa?

Sí No

3. ¿Se siente orgulloso de pertenecer a ella?

Sí No

4. ¿Sus ideas son tomadas en cuenta por su jefe o superiores?

Si No

5. ¿Cuándo ingresó a la empresa recibió un documento en el cual se explicaba la historia, las políticas, el manejo técnico y administrativo?

Si No

6. ¿Considera que tiene un entorno agradable de trabajo entre sus Directivos y compañeros de trabajo?

Sí No

7. ¿Le gustaría tener capacitaciones constantes?

Sí No

8. ¿Se siente integrado a la empresa como parte fundamental en las tareas de producción?

Sí No

9. ¿Cree usted que en la empresa existe una igualdad de oportunidades entre los empleados?

Si No

10. ¿Cree usted que las fotografías de este libro deben estar en?

Blanco y negro Color

11. Considera usted que lo más importante del contenido del libro debería ser?

Textual Gráfico