

00227
16



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**

"Diseño Grafico Aplicado al Envase de Juego Didáctico para Niños de 4 a 7 años"

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciada en Comunicación Gráfica

Presenta

Mitzi Zuleika García García

Director de Tesis: Mtro. Jaime A. Rezéndiz González

Asesor de Tesis: Lc. Elisa Vargas Reyes

México, D.f., 2003

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



**DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
XOCHIMILCO D.F.**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Dios por dejarme vivir y disfrutar estos momentos
y estar siempre presente en mi vida

A mi madre, que es el ser más maravilloso del
mundo, gracias por el apoyo moral, su cariño y
comprensión que desde pequeña me ha brindado,
por guiar mi camino y estar siempre junto a mí en
momentos más difíciles.

A mi padre por que desde pequeña ha sido para
mí un hombre grande y maravilloso, y que siempre
he admirado.
Gracias por todo lo que me han dado.

A mi tío Marcelo porque es de esa clase de personas
que todo comprende y dan lo mejor de sí mismos
sin esperar nada a cambio... porque sabe escuchar
y brindar ayuda cuando es necesario.

A mi Novio por su apoyo, amor y comprensión,
por estar a mi lado siempre apoyandome, en todo
momento.

A mis hermanos, les digo que no es fácil llegar,
se necesita ahinco lucha y deseos de triunfar, yo
se que ustedes también pueden llegar.
Espero verlos en esta meta.

2

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dedicatoria

A la Universidad Nacional Autónoma de México y ala escuela Nacional de Artes Plasticas, por darme la oportunidad de ser una profesionista y pertenecer a está Gran casa de estudios.

A Prof. Jaime Resendíz por sus conocimientos, por su paciencia y su tiempo.

A la Lic. Elisa Vargas por su tiempo y sus conocimientos.

A todos mis maestros que me dejaron sus palabras y sus sábios consejos.

A Lic. Javier Michel por hacerme partcipe de este proyecto.

A mis compañeros del Seminario por dejarme aprender de ellos.

A todas aquellas personas que me apoyaron en la realización de este proyecto.

Gracias

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3



Agradecimientos



El papel que juega hoy en día el diseñador, es de vital importancia para la comunicación visual, ya que la imagen de un producto es primordial para su venta, dependiendo del segmento del mercado a quien vaya dirigido el producto. El diseño debe ser dirigido para que sea consumido por el cliente deseado.

Este proyecto parte de una investigación detallada que empieza hablando de conceptos de comunicación, diseño, mercadotecnia, envase y embalaje, ya que éstos son de vital importancia en nuestra carrera ya que con estos cuatro conceptos y los puntos que se analizan partiendo de estos nos ayudan a que nuestros diseños tengan una mejor comunicación visual a parte de una buena imagen, para impactar a nuestro cliente meta.

En el segundo capítulo se habla de la empresa que está por iniciar ya que el cliente de este proyecto es un Psicólogo que estudia el aprendizaje de los niños a través del juego; ha inventado y adaptado algunos juegos para facilitar el aprendizaje a niños normales y con problemas de aprendizaje.

El tercer capítulo habla de la metodología que se siguió con toda la información recopilada y estudiada para la creación del diseño del juego didáctico llamado "Mis Primeros Números" este pretende llegar a las manos de todos los niños.

El cuarto y último capítulo es dedicado a la cotización de diseño e impresión hasta tener el producto terminado, ya que salimos de la escuela sin ningún conocimiento de cómo cotizar, por lo que aquí menciona una pequeña propuesta de una guía de como cotizar, realizada y propuesta por un grupo de alumnos de la Carrera de Comunicación Gráfica.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Introducción

Dedicatoria

Agradecimientos

Introducción

1. Comunicación	1
1.1. Definición	3
1.2. Proceso de Comunicación	3
1.2.1. Comunicación Visual	8
1.2.2. Comunicación Gráfica	9
1.3. Diseño Gráfico	9
1.3.1. Antecedentes	11
1.3.2. Importancia de un Elemento de Diseño	14
1.3.3. Importancia de la Semántica en el Diseño Gráfico	17
1.4. Color	19
1.4.1. Importancia del Color	19
1.5. Tipografía	24
1.5.1. Importancia de la Tipografía	24
1.6. Envase	28
1.6.1. Función del Diseño Gráfico en el Envase	28
1.6.2. Antecedentes	29
1.6.3. Envase, y Embalaje	31
1.6.4. Clasificación del Envase	33
1.6.5. Legales	34
1.6.6. Elementos del Diseño gráfico Aplicados al envase	36
1.6.7. Código de Barras	37
1.6.8. Materiales para el Envase	38
1.7. Técnicas de Impresión	40
1.7.1. Acabados	46
1.8. Mercadotécnica	48
1.8.1. Qué función tiene el envase en la Mercadotécnica	48
1.8.2. Estrategia de Mercado	50
1.8.3. Como ayuda a la Mercadotécnica en el Diseño Gráfico	52

Capítulo



TESIS CON
PALLA DE ORIGEN



2. Investigación Sobre el Producto	54
2.1. El juego	55
2.1.1. La Importancia del Juego	57
2.1.2. Habilidades e Intereses del Niño hacia el Juego Dependiendo de su Edad	58
2.2. Desarrollo del niño	61
2.2.1. Niños con Discapacidad	66
2.3. Material Didáctico	67
2.3.1. Procedimientos del Material Didáctico	68

3. Método y Metodología	69
3.1. Problema	71
3.1.2. Análisis	71
3.1.3. Interpretación	71
3.2. Investigación Interna	72
3.2.1. Aspectos legales para juguetes	80
3.3. Investigación Externa (Tabuladores)	83
3.3.1. Competencia	93
3.4. Brif de Comunicación	95
3.4.1. Brif de Diseño	96
3.5. Primeras Imágenes de la marca	97
3.5.1. Alternativas de Solución	98
3.5.2. Bocetos Preliminares de Marca	99
3.5.3. Solución de Marca	101
3.6. Red	103
3.7. Alternativas de solución de cartas	102
3.7.1. Solución de Cartas	112
3.8. Primeras Imágenes de envase	113
3.8.1. Alternativas de Solución de Envase	114
3.8.2. Bocetos Preliminares de Envase	115
3.8.3. Solución de Envase	116
3.8.4. Original Mecánico	117
3.8.5. Envase Desplegado	118
3.8.6. Original Digital	119
3.8.8. Muestra de Cartas Tamaño real	121
3.8.9. Fotografías del proyecto	127

Capítulo

6



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Indice



Capítulo IV

4. Guía de procedimientos para presupuestar proyectos de diseño gráfico integral	128
4.1. Cotización	131
4.1.1. Cotización de diseño	132
4.1.2. Cotización de impresión	133
4.1.3. Cotización de pre prensa	133
4.4. Formato de cotización para el cliente	134

Conclusiones

Bibliografía

7



Indice



I



8
Capitulo
Capitulo

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



I. Comunicación

Todos los animales tienen la necesidad de comunicarse. En el humano esta necesidad es de vital importancia, pues de ella depende su supervivencia, gracias a su capacidad para razonar ha logrado elaborar un sistema de comunicación sumamente complejo, que pasó por un lento y prolongado proceso evolutivo.

Es probable que los gestos hayan constituido la base de la comunicación del hombre prehistórico. Los medios de comunicación que empleaba el hombre para ponerse en contacto con los demás, iban de acuerdo a las condiciones naturales que lo rodeaban, a manera de ejemplo se citan: las señales de humo, el uso de palomas mensajeras, los sonidos producidos con tambores, y las personas que fungían como mensajeros entre una comunidad y otra; poco a poco han sido sustituidos de acuerdo a los avances de la ciencia.

Las palabras nacieron de los sonidos emitidos por el hombre que fueron refinándose paulatinamente. El vocabulario del hombre se enriqueció a medida que adquiría conocimientos del mundo que habitaba, tuvo que inventar una palabra para nombrar cada cosa, y, con ese cúmulo de palabras formó su idioma.

Hacia el año 3000 antes de nuestra Era, los sumerios inventaron una forma de escritura compuesta de símbolos que se grababan en tablillas de arcilla con un punzón en forma de cuña. Por esa misma época los egipcios crearon la escritura denominada jeroglífica.

El desarrollo de los medios de comunicación se ha basado en el lenguaje; sin embargo, existen otros tipos de comunicación como la gráfica, la gestual y la visual. Las pinturas en las cavernas son una de las pruebas más remotas de la comunicación gráfica y visual.

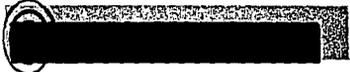
La segunda fase del desarrollo de los medios de comunicación se conformó con la aparición de inventos tales como: la imprenta, el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión y el cine.

La tercera etapa de la evolución de la comunicación se encuentra marcada por la comunicación vía satélite, la introducción de la fibra óptica, la creación de la telefonía celular, y finalmente, la aparición de los enlaces entre redes de computadoras que han hecho posible establecer contacto en todos los rincones de nuestro planeta en tan solo unos instantes.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I

001



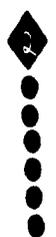
Es importante mencionar que los medios más modernos electrónicos de comunicación, no han sustituido a los medios impresos y, la fecha siguen produciéndose muchos libros, periódicos, revistas, panfletos, folletos y otro tipo de publicaciones con las que el lector incrementa su cultura.

El arte es un medio de comunicación en el que se combinan la sensibilidad, el talento y la capacidad expresiva del autor. Sin embargo, los mensajes que se transmiten a través del arte no son claros, y el modo en que cada persona los interpreta, depende de su grado de cultura y su manera particular de ver la vida.

Los medios de comunicación se dividen en 2 clases, los privados y los masivos, los primeros son aquellos con los que se establecen contactos entre pocas personas, como el teléfono, las cartas personales y comerciales, las tarjetas postales, las conversaciones sociales y de negocios, y el sistema internet. Los medios de comunicación masiva son aquellos que envían mensajes a muchas personas, como lo son: la radio, la televisión, el cine, los videos, las publicaciones, los letreros y señales en las calles

La comunicación es indispensable para todas las actividades humanas. La gente necesita expresar sus ideas y sentimientos, y conocer los de los demás, por ejemplo: los comerciantes dependen de la publicidad para vender sus bienes y servicios

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo I

002

1.1 Definición

La comunicación es un intercambio de información que se realiza entre los entes cuya necesidad es la de intercambiar diversos mensajes, a través de diferentes vías o canales.

Nota importante: En este trabajo nos enfocaremos a los medios de comunicación impresa y visual, considerando a quién va a dirigido el mensaje, qué se quiere comunicar, cuándo, cómo, dónde y por qué.

1.2. Proceso de Comunicación

En la buena comunicación deben existir cinco factores fundamentales:

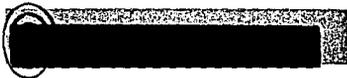
- a) Emisor: Produce un mensaje al receptor;
- b) Receptor: Decodifica la señal, e interpreta el mensaje;
- c) Canal: Medio por el cual se transmite el mensaje;
- d) Mensaje: Señales que se transmiten, y
- e) Efecto: Resultado del mensaje.

3

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I

003



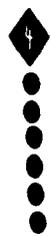
Para relacionar la definición y objetivos de la comunicación con nuestro campo de trabajo, daremos un enfoque comunicacional desde el punto de vista del diseñador.

Aquí la definición es: Proceso por el cual una fuente emisora influye sobre un sistema receptor a través de la manipulación de signos, configurando mensajes y circulando éstos a través de determinados canales físicos. La comunicación se establece en cinco puntos fundamentales:



La empresa, el diseñador, el mensaje, el medio difusor y el público, en donde la empresa y el público, en donde la empresa y el público son los extremos comunicantes. El emisor, es la empresa que tiene la necesidad de una imagen. El diseñador es el encargado de codificar el mensaje, (el producto del diseño). El mensaje es el resultado del diseño gráfico; en este caso, es un conjunto de signos y símbolos dispuestos en cierto orden para ser recibidos por el público. El medio difusor es el canal por el cual circulan los mensajes gráficos. Estos pueden ser: impreso, filmico o televisión. El destinatario es el público, por lo general un segmento social definido por ciertas características económicas y culturales. (1)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

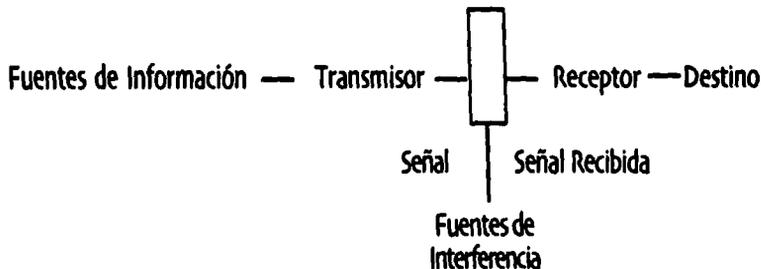


1. COSTA, Joan
Imagen Global
Ed. CEAC

Capítulo I

A manera de ejemplo, mencionamos dos modelos de comunicación:

El modelo de "SHANNON y WEAVER", la comunicación se realiza mediante la transmisión de mensajes, destacando la simplicidad y linealidad.



En este modelo la señal es la forma física de un mensaje; el canal es el recurso por medio del cual se transmite el mensaje, el medio es la forma o técnica empleada para transmitir el mensaje; el código es un sistema de significado común para los miembros de una cultura, el cual está compuesto de signos y reglas que determinan cómo y en qué contexto se utilizan estos signos y cómo pueden ser combinados para formar mensajes más complejos.

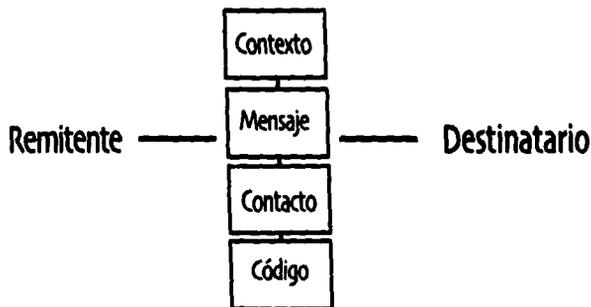
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo II



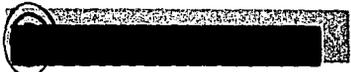
El modelo de "ROMAN JACKOBSON", establece un puente entre el proceso y la semiótica, su modelo es doble. El remitente envía un mensaje que debe referirse a algo diferente de si mismo a un destinatario, le llama contexto y forma el tercer punto del triángulo cuyos otros vértices son el remitente y el destinatario. Asimismo menciona que el contacto, es decir; el canal físico y las conexiones psicológicas entre el remitente, destinatario y el código forman un sistema de significados compartidos por medio del cual se estructura el mensaje. En otras palabras, podemos decir que el remitente será la empresa quien desea comunicar un mensaje, quien mediante el contacto (el diseñador) forman el mensaje (la imagen gráfica) mediante un código o canal (elementos del diseño) que sean reconocibles (contexto) por el usuario (destinatario).



6

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I



Con el objeto de explicar los procesos de la comunicación, definimos sus principales conceptos:

Emisor: Fuente de un mensaje. Organismo productor del mensaje o de la señal en dirección al receptor;

Mensaje: Serie organizada de signos según la codificación, con la intención de comunicar algo, misma que debe ser información seleccionada y codificada por el emisor, destinada a un receptor el cual será capaz de decodificar y reaccionar al mensaje;

Receptor: Destinatario del mensaje susceptible de decodificarlo, que por lo general, va dirigido a un sector de la sociedad definido por ciertas características económicas y culturales;

Contexto: Remite el mensaje. El cual puede ser verbal o susceptible de ser verbalizado;

Código: Conjunto de conocimientos, signos, señales y símbolos, así como, reglas funcionales de aplicación por medio de las cuales se articulan los mensajes, y

Contacto: Medio o canal entre el emisor y el receptor, y a través del cual se vincula el mensaje, los canales pueden ser: Gráficos, filmicos o televisivos.(1)

Con el fin de relacionar la definición y los objetivos de la comunicación con el presente trabajo, daremos un enfoque comunicacional desde el punto de vista del diseñador.

Definición: Proceso por el cual una fuente emisora influye sobre un sistema receptor, a través de la manipulación de signos, configurando mensajes que circulan desde determinados canales físicos.

Por lo que, considerando esta última definición, establecemos los cinco puntos siguientes:

- a) Empresa: Primer extremo comunicante;
- b) Diseñador: Encargado de codificar el mensaje;
- c) Mensaje: Resultado del diseño gráfico, en este caso, no referimos al conjunto de signos y símbolos ordenados de tal manera que los reciba el público;
- d) Medio difusor: Canal por el cual circulan los mensajes gráficos, que pueden ser: impresos, filmicos, televisivos, y
- e) Público: Destinatario o segundo extremo comunicante.

Los destinatarios el público, por lo general un segmento social definido por ciertas características económicas y culturales.(2)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2. COSTA. Joan
"Identidad Gráfica"
Ed.Trillas



Capítulo II

1.2.1. Comunicación Visual

La comunicación visual tiene una gran importancia ya que la mayoría de la información la captamos a través de la vista, todo lo que ven nuestros ojos, tienen un valor distinto, según el contexto en el que estén insertas, dando información diferente como una nube, una flor, un dibujo, un cartel, (excluyendo el mensaje).³

Existen dos tipos de comunicación visual:

Intencional: Creada intencionalmente para que al receptor le llegue el mensaje, que es examinado bajo dos aspectos: la información estética y la información práctica, la primera podría ser un dibujo técnico, una señal de tráfico; la segunda como la línea armónica que compone una forma, o simples señales de humo, y

Casual: Surge de manera natural y aún sin ser intencionada previamente, envía un mensaje; que puede ser interpretado libremente por el que la recibe, podríamos considerar mensajes científicos o estéticos; ejemplo: el movimiento de las nubes.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es de mencionar que para que el mensaje llegue correctamente al receptor, debe de pasar por los filtros siguientes:

Sensorial:- Aquel en el que se encuentran problemas de los sentidos, ejemplo: el daltónico no ve determinados colores, de esta forma un mensaje con lenguaje cromático se altera;

Operativo:- Depende de las características del receptor, edad, sexo, etc., ejemplo: un niño no recibe el mensaje igual que un adulto, lo interpreta diferente, y

Cultural:- Mensajes que el receptor conoce dependiendo de su cultura, tradiciones, etc. ejemplo: una persona indígena no reconoce la música rockera debido a que no es parte de su cultura.

Un elemento muy importante dentro de la comunicación visual, es el "soporte visual", conjunto de elementos que hacen visible el mensaje, mismos que se consideran y analizan para el mensaje tenga coherencia respecto de la información, como textura, forma, estructura, etc.



Comunicación casual e intelectual.



(3)MUNARI, Bruno,
Diseño y comunicación visual
P.. 79

Capítulo II

1.2.2. Comunicación Gráfica

"La comunicación gráfica es el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana".(4)

En la comunicación gráfica se utilizan dos tipos de imágenes.

Ilustraciones que pueden ser fotografías, pinturas, dibujos, etc., y

Símbolos de diversas formas, llamados letras, que agrupadas forman palabras representadas gráficamente

Las imágenes y el lenguaje escrito desempeñan funciones muy diferentes en la comunicación gráfica; sin embargo, comparten una notable similitud ya que el lenguaje facilita el pensamiento.

El receptor de una imagen visual debe leer el mensaje para comprenderlo. La lectura la definimos definir como la extracción de la información a partir de imágenes visuales, lo que significa que se lee tanto las ilustraciones, como las palabras.

El diseñador y comunicador visual trabaja con un vocabulario, el cual consiste, no en palabras, sino en conceptos que tienen diversos significados basados en la teoría y la práctica; así como en connotaciones psicológicas enfocadas al diseño

La función de la "comunicación gráfica" consiste en transmitir mensajes, información y conocimiento por medio de impresos como: revistas, folletos, libros, etc., y para que tenga éxito debe considerar los aspectos económicos, sociales y culturales del receptor del mensaje.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4. TURNBULL, Arthur,
Comunicación Gráfica,
Ed. Trillas Mexico, 1992, p 13

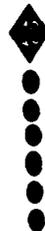
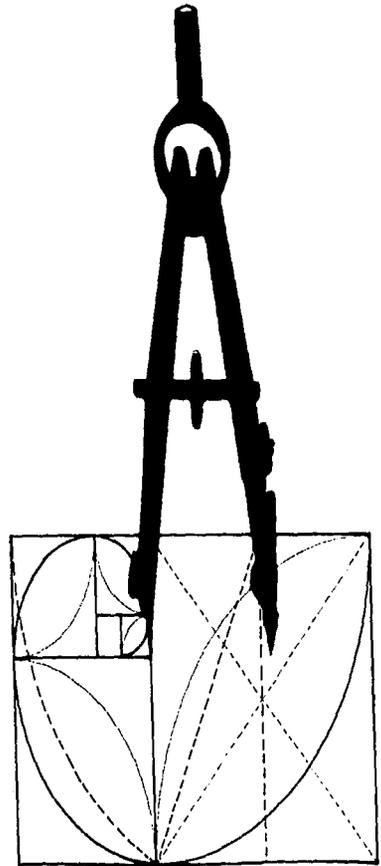


Capítulo I

1.3 Diseño Gráfico

El "Diseño Gráfico" fue creado principalmente para resolver problemas de comunicación relacionada con productos, conceptos, imágenes, organizaciones, servicios, etc., dicha creación origino que la comunicación fluyera más rápida, original, persuasiva y funcional. Asimismo, fue capaz de enviar mensajes acerca de una empresa o de un producto, haciendo que el subconsciente del público las entienda a través de mensajes gráficos como el color, la forma, la textura, la línea, etc.

El proceso de diseño gráfico consiste en identificar y comprender el espacio y así poder establecer orden y armonía entre los elementos gráficos de una diagramación de forma, de texto y de color, dando como resultado que el diseño gráfico sea funcional.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I

1.3.1. Antecedentes

El diseño gráfico empezó en los tiempos prehistóricos y ha sido practicado durante siglos por artesanos, escribanos, impresores, artistas, comerciales e incluso pintores, cuando el hombre primitivo buscaba alimento y encontraba una huella de animal impresa en el lodo, en realidad recibía un mensaje gráfico; sin embargo, en diseño gráfico actual se constituyó como una demanda de la revolución industrial.

En el siglo XIX los carteles representaron la expresión de la vida económica, social y cultural.

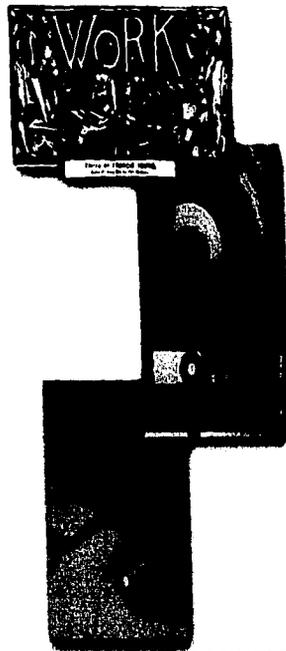
Los carteles impresos en sistema litográfico atrapaban la atención, las ilustraciones ayudadas por el texto revelaban el contexto preciso e introdujeron una nueva estética de imágenes simplificadas y ordenadas por medios de reproducción gráfica, en esta época los artistas dejaron de agregar simplemente texto tipográfico y empezaron a dibujar tipos y a responsabilizarse de todos los elementos que deberían ser reproducidos, siendo entonces reconocidos como diseñadores gráficos.

En el siglo XX los desarrollos experimentados en el diseño gráfico de los carteles se extendieron a las tarjetas postales, etiquetas adhesivas, estampillas y embalajes, esto fomento la economía en el diseño y redujo el número de colores utilizados.

La primera guerra mundial estableció la importancia del diseño gráfico, toda vez que, el gráfico, la ilustración y el letrero ayudaron a informar e instruir de un modo económico y directo a los combatientes.

El futurismo fue importante porque rompió con el tradicional esquema simétrico de la pagina impresa.

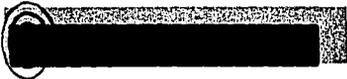
En la década de los 30' el diseño gráfico tuvo una participación importante en la vida política, la hoz y el martillo en la bandera roja de los comunistas y la svástica nazi, por ejemplo, sustituyeron a los antiguos símbolos nacionales. Los líderes políticos casi se transformaron en iconos por su presencia masiva en carteles matasellos, portadas de revistas y periódicos.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo II



La fotografía resultó particularmente útil a la propaganda política ya que se les pudo mostrar de manera mas clara, la población a los líderes.

El cartel sobresalió de las contribuciones de los diseñadores a la pugna política y a la propaganda de la guerra, impulsó los procedimientos metodológicos del diseño y la idea de que por medio del diseño, era posible resolver problemas de comunicación.

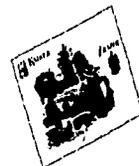
En las principales ciudades de Europa, el diseño gráfico surgió como parte de la moderna sociedad industrial, no solo a través de los carteles, sino también de los membretes, folletos de publicidad, catálogos de componentes industriales y ferias, llamado arte comercial.

En los años 60, el diseño gráfico ya formaba parte de la cultura y de la economía de los países industrializados. La revolución electrónica ofreció la posibilidad de utilizar imágenes almacenadas desde periódicos anteriores y de transformar sus contenidos en algo contemporáneo, a través de la manipulación digital.

El implantarlo a la televisión, contribuyó a solucionar problemas de comunicación y acabó siendo reconocido por los consumidores como sinónimo de moda y buen gusto.

En los años 70' el diseño gráfico jugo un papel destacado en las estrategias de marketing toda vez que permitió, a través de la corporativa global, identificar los productos y las empresas fabricantes junto a sus consumidores. Asimismo se involucró en el proceso de comercialización de los productos y llegó a ser elemento importante en la industria y los medios.

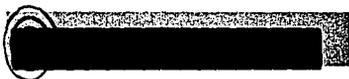
Con el nacimiento de la era digital en los años 90' se creó la información World Wide Web de Internet, las paginas Web, es decir, documentos electrónicos con enlaces de hipertexto o hipermedia que posibilitaron la navegación virtual en "Internet" de información disponible.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

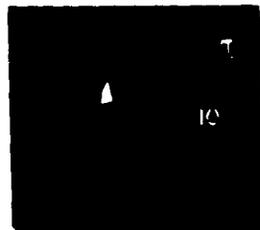
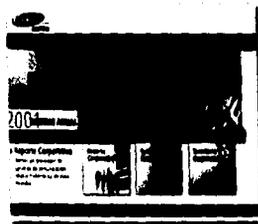


Capítulo I



La "www" surge como un complejo campo para el diseño gráfico, de particular arquitectura y múltiples posibilidades de añadir imágenes móviles en animación o en videos, fotos, gráficos y textos en un ambiente interactivo, que exige un estudio de diseño gráfico mucho mas profundo, por que contrario al grafismo impreso, aún no ha sido posible establecer patrones estables para la reciente interfaz gráfica "Redes".

El diseño gráfico deberá seguir adquiriendo protagonismo en la construcción de la nueva sociedad de la información que anticipa Internet. Las paginas web, son hoy por hoy, el escaparate visible del futuro de la información digital, se desarrollan con celeridad al integrar técnicas de comunicación visual, diseño cognitivo, diseño de la estructura de la navegación hipertexto y, por supuesto de diseño gráfico.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I

1.3.2. Importancia de un Elemento de Diseño

Los elementos visuales son importantes para que un diseño este muy bien sustentado, ya que para que un buen diseño llame la atención, necesita un lenguaje visual y debe de estar ahí con una razón de comunicación.

"Un diseño no debe descansar, tan solo en los cánones de buen gusto y sensibilidad estética..."⁵
Los elementos de diseño son:

Composición: Es la forma de ordenar adecuadamente en un espacio los elementos;

Imagen: Son todas aquellas que percibimos visualmente como fotografías, ilustraciones, etc. El diseño se encarga de crear las imágenes haciendo que el producto se diferencie de los demás, así como llamar la atención del cliente según Steven Sansino en su libro "Packaging" en el que señala que "el público compra imagen que se asocie con su estilo de vida, con sus deseos y otros factores". El éxito de un producto depende en gran parte del diseño de la imagen;

Textura: Superficie que percibimos táctil y visualmente;

Equilibrio: Es cuando los elementos son colocados adecuadamente en sus espacios;

Armonía: Coincidencia de un elemento con otro;

Forma: Se manifiesta a través de la línea. Las formas pueden ser definidas como tono, textura, contornos y tamaños, los grupos de palabras también pueden integrarse a esta; existen tres formas básicas círculo, cuadrado y triángulo.

Contraste: Permite ver o percibir en toda forma de comunicación, debiendo enfatizarse unos materiales más que otros, siendo esta la fuente de todo significado;

Proporción: Relación que existe de un elemento con otro, dependiendo su tamaño y forma;

Ritmo: Repeticiones de elementos armónicos que dan la sensación de movimiento;

Movimiento: Es cuando los elementos de diseño son colocados adecuadamente, proporcionando un movimiento ocular sin fatiga visual;

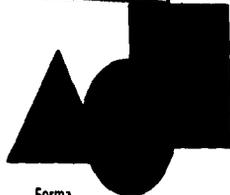
Tensión: Es llamar la atención del espectador a un punto deseado;

Color: Fenómeno óptico luminoso;

Equilibrio: Existe cuando los elementos son colocados en un sentido de contrapeso. Los elementos grandes dan la impresión de ser más pesados, las formas irregulares tienen mayor peso que las regulares, los colores oscuros son más pesados que los claros;

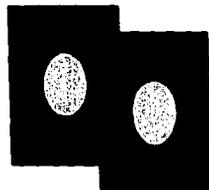
Ritmo: este se logra a través de la repetición ordenada de los elementos como la línea, la forma, etc., el ritmo es por tanto una fuerza importante en el movimiento;

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Forma

Clásico



Contraste

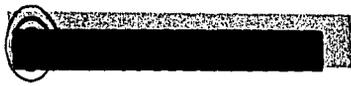


Textura

(5) James Philditch
El vendedor silencioso Edit. okio-tau
p.p.99



Capítulo II



Estilo: Forma de representar algo, por ejemplo. estilo abstracto. Según Dondis A. Dondis en sus libro La sintaxis de la imagen el estilo es "la síntesis visual de los elementos, las técnicas, la sintaxis, la expresión y la finalidad básica", además habla de cinco clases de estilos visuales que son:

El Primitivo: se distingue por la exageración, espontaneidad, actividad, simplicidad, economía plana, irregularidad, redondez y colorismo;

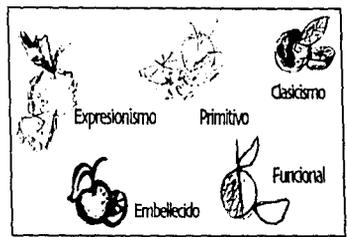
Expresionismo: Se distingue por la exageración, espontaneidad, complejidad, variación, distorsión, irregularidad, experimentación y verticalidad;

Clasicismo: se distingue por su armonía, simplicidad, representación, simetría convencionalismo, dimensionalidad, coherencia, pasividad y Unidad;

Embellorado: tiene complejidad, profusión, exageración, redondez, detallismo, variedad, colorismo, actividad y diversidad, y

Funcional: caracterizado por su simplicidad, simetría, angularidad, abstracción coherencia, secuencialidad, unidad, organización, economía, sutilidad, continuidad, regularidad, aguzamiento y monocromatizidad.

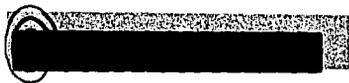
Estilos



TESIS CON
PALLA DE ORIGEN



Capítulo I



Digramación: Partición del soporte visual que ayudará al diseñador en su propio que hacer, de una manera ordenada y siempre justificada con lo que todos los elementos gráficos que se vayan a utilizar buscarán su lugar específico, encontrando armonía y buena composición. Todos los elementos estarán en tensión adecuada, optimizándose así la proyección de cada diseño.

La diagramación permite proyectar el diseño secuencial, dando orden tipográfico, lineal, compositivo, orden de elementos y justificación;

Reticula: Pretende resolver problemas con respecto al formato, los textos, los gráficos y el espacio en formas iguales; módulos o formas variadas con una distribución rítmica;

Sección áurea: Método de diagramación hecho de manera matemática, siendo cualquier punto dentro de la superficie diagramada, el cual está justificado y organizado en relación a los demás. Divide el espacio de tal forma, que los segmentos resultantes, tienen relación constante y proporcional de segura y equilibrada armonía;

Red: Intervalos regulares;

Reticula: Intervalos irregulares y es usada en diseño editorial, y

Trazas áureas: disposición de los elementos dentro de un todo. dentro de la superficie diagramada. el cual esta justificado y organizado en relación los demás. Divide el espacio de tal forma, que los segmentos resultantes, tienen relación constante y proporcional de segura y equilibrada armonía.

Red. Tiene intervalos regulares
Reticula Tiene intervalos irregulares y es usada en diseño editorial.
Trazas aureas. disposición de los elementos dentro de un todo.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I

1.3.3. Importancia de la Semántica en el Diseño Gráfico

Se entiende por semántica cualquier sistema que nos permita comunicarnos por medio de simbolización representaciones. El diseño y la semántica van de la mano, pues el diseñador interpreta una necesidad, que traducirá en un mensaje, el cual representará aquello que pretende para que el perceptor lo interprete.

Es importante la semántica en el diseño gráfico ya que vamos a utilizar gráficos que llevarán un significado implícito de acuerdo con la función que realizarán.

La semántica es el análisis de los conceptos involucrados en el significado; ¿Qué? ¿Con qué? y ¿Para qué?

La semiología es la enseñanza de las señales que forman signos a partir de la unidad de significados y significante, es la relación de lo abstracto y lo concreto, esta relación la podemos ejemplificar, con la lengua (sistema de signos) y habla (comunicar), esto es la relación de la lengua a través de un hecho concreto de comunicación, señales y mensajes.

Semiótica es el nombre que le dio "Charles Sander" a una interpretación de los signos basada en una teoría de conocimiento y reconocimiento de los mismos.

El signo se puede definir como algo físico, perceptible por nuestros sentidos, y en función del uso que se le será comprendidos, esto quiere decir que el signo es reconocido por un grupo social.

En la semiótica los signos son susceptibles de interpretación y permiten la configuración de cualquier mensaje visual.

La semiótica engloba básicamente tres dimensiones:

Comprende las relaciones posibles entre los signos visuales con los objetos o ideas a los que son aplicables, es decir, es la relación entre el signo y el sujeto o concepto que representa. Es el nivel de interpretación el que marca el significado.

Es la relación del signo con su sistema y los símbolos. Se determina por la relación formal de unos signos con otros o de esos signos con su entorno. Comprende las reglas de organización y composición que determinan los alcances permisibles de los elementos visuales. Ésta va de la mano con la elaboración del discurso.

Es la relación entre el signo y los usuarios. Describe los vínculos entre la necesidad, el mensaje y los diseñadores, así como el vínculo entre los preceptores y los objetos de comunicación visual. Esta ligado a la práctica del signo, corresponde, lógicamente al objeto mismo.

El signo, en su relación diáctica, es decir, en relación al objeto al que se refiere además el significado de este depende siempre del contexto en que se usa, contempla tres dimensiones..



CAFETERIA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I



ICONO

Representa algo existente en la realidad.

INDICE

Es la función de señalar, indicar o prohibir algo.

SIMBOLO

Este establece sus relación con el objeto por ley o costumbre, según los espacios culturales de los distintos grupos sociales en los que se genere, su significado dependerá de los marcos culturales del receptor.

El símbolo nace de los iconos pero que pueden ser abstracciones que aparentemente no son representables, tales como patria, feminidad, ternura, dolor, etc.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo II

1.4. Color

1.4.1. Importancia del Color

El color es un fenómeno óptico luminoso, considerado fenómeno por la forma que tiene de manifestarse, óptico porque capta a través de la vista y luminoso porque requiere de la luz para poder ser visto.

La luz es una porción de amplia gama de energía que el sol irradia constantemente y forma parte del espectro electromagnético, no sentimos su impacto, debido a que no se trata de algo material.

El color es un elemento principal para que la comunicación sea eficaz, se aplica en función de la marca del fabricante de las connotaciones psicológicas del producto y del género de este. "El color tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual", éste es el alma del diseño, tiene una afinidad con las emociones y sentimientos, además esta relacionado a una amplia categoría de elementos simbólicos.

Se les llama cuerpos luminosos a los que emiten luz propia como las estrellas y los cuerpos que están en estado de combustión.

Los cuerpos iluminados reflejan la luz que reciben de otra fuente, por ejemplo: los planetas y los cuerpos terrestres.

El color por lo tanto, "es una propiedad de las ondas luminosas que llegan a nuestros ojos, no del objeto que vemos. este último tiene la propiedad de absorber algunas longitudes de onda al mismo tiempo que permite que se reflejen otras".⁵

Las dos dimensiones de la luz son: Brillantes (amplitud de onda) y el matiz (longitud de onda).

Cuando percibimos la luz percibimos diferencias tonales: los tonos pueden ser cromáticos o acromáticos. Las diferencias en el tono son el resultado de la relativa brillantez de la luz reflejada en aquello que observamos.

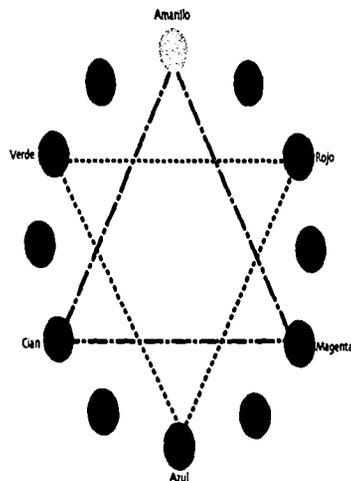
El término tono muchas veces se confunde con el de color, la diferencia radica en que las variaciones de un único tono produce colores diferentes.

En los colores primarios son tres colores en la luz y tres en los pigmentos que reciben el nombre de bicolors primarios.

Los primarios son : rojo (magenta), amarillo, (amarillo) y azul (cyan).

Los primarios de la luz son. azul-violeta, rojo-naranja, y verde.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



— — — — — Colores Primarios
- - - - - Colores Secundarios

(6) D.A. Dondis
La sintaxis de la imagen
Edit. Gili p.p. 64

Capítulo I

Todos los colores de los pigmentos se derivan de la mezcla de los pigmentos de los tres colores primarios; los colores de luz se derivan de mezclas de los colores primarios de la luz.

Un color primario de un pigmento es originado por el reflejo de dos primarios de la luz y un primario de la luz es originado por el reflejo de dos primarios de pigmentos, es decir; un color primario del pigmento es un color secundario de la luz y viceversa, esto porque los colores secundarios son resultado de la mezcla de dos primarios, para aplicar el color en forma efectiva se tiene que tener conocimiento de las tres dimensiones del color que pueden definirse y medirse: matiz, valor e intensidad.

Matiz: Es el color mismo o croma, hay más de cien y lo podemos distinguir por la calidad del matiz un color de otro, los matices se ordenan en escala circular esto con fines de identificación, existen tres matices primarios: amarillo, rojo (magenta) y azul (cian). El amarillo se considera más próximo a la luz y el calor, el rojo es el más emocional y activo, el azul es pasivo y suave;

Los colores primarios al mezclarse producen los secundarios, y los colores intermedios resultan al mezclar un primario con un secundario.

Los colores primarios luz son el verde, el rojo naranja y el azul violeta.

Los colores pigmentos los podemos medir en base a tres parámetros: tono, saturación y valor.

Valor: se refiere a la claridad u oscuridad del matiz, un color puede ser aclarado mezclándolo con un matiz claro del mismo color o añadiéndole blanco sea a su contenido de blanco o negro.

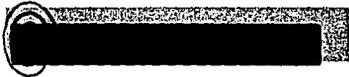
Saturación es simple y casi primitivo y ha sido el favorito de artistas populares y niños; además es el grado de limpieza de un color, tiende a ser grisáceo o sucio.

Intensidad: se refiere a la fuerza de color.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I



La psicología del color tiene tres objetos principales dentro de la comunicación; atraer y lograr la atención; ser legible y comprensible; causar una impresión.

La forma y el color son básicos en la estimulación visual ya que desempeña parte vital en la vida emocional del hombre.

El color influye en el humor y en los sentimientos, existe cierta evidencia que nos sugiere que la luz de diferentes colores, al penetrar en el ojo, puede afectar indirectamente el centro de las emociones en el hipotálamo, lo cual a su vez afecta la glándula pituitaria. Estas glándulas controlan todo el sistema endocrino incluyendo la tiroides y las glándulas sexuales, y gobiernan los niveles hormonales de dicho sistema y los humores que de él dependen.

Cada color tiene carácter psicológico propio. Para este tema me base en la autora Georgina Ortiz.

Negro: Es oscuro y compacto símbolo de desesperación y muerte, pero también de elegancia, su carácter es impenetrable, es vacío sin ninguna posibilidad, un silencio eterno sin futuro ni esperanza, la expresión de la unidad rígida sin ninguna peculiaridad.

Este color confiere una impresión de distinción, nobleza y elegancia, en especial cuando es brillante.

Bianco: Sugiere pureza, lo inaccesible, lo inexplicable, por sus ausencia de carácter crea una impresión de vacío e infinidad. El blanco tienen en nuestras almas un efecto de silencio lleno de posibilidades. Evoca un efecto refrescante y antiséptico cuando está cerca del azul. pureza, paz, inocencia.

No tiene carácter autónomo, no testifica nada. La rapidez de este color refleja temor, ansiedad, vejez, monotonía y depresión el gris oscuro es el color de la suciedad en todo el sentido de la palabra.

Verde: cuando la naturaleza se torna verde, hay la esperanza de una nueva vida, es un color tranquilo e indiferente .

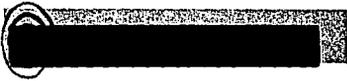
Rojo: Significa fuerza, vivacidad, virilidad, masculinidad, dinamisimos es brutal, exaltante e irradiante, da una impresión de severidad y dignidad, así como también de benevolencia y encanto, es un color cálido, que desborda una vida vivaz y ardiente .



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo I



El rojo manifiesta un poder inmenso e irresistible; este color atrae nuestra vista, lo miramos queriendo o no.

Los tonos medio, encierran actividad, fuerza, movimiento, deseos pasionales. Estos tonos de rojo se usan cuando queremos indicar la fuerza primitiva, la eficacia o las propiedades estimulantes y fortificantes de un producto.

El rojo cereza es más sensual, un rojo claro es más alegre significa fuerza, animación, alegría y triunfo.

En síntesis el rojo entre mas oscuro se torna mas serio, mas profundo y problemático y entre más claro, más alegre y con un temperamento más imaginativo. problemático y entre más claro, más alegre y con un temperamento más imaginativo.

Es tímido, de una suavidad dulce, romántica, es la imagen de feminidad y afecto, sugiere ternura e intimidad, carece de vitalidad.

Café: Da la impresión de compacto y de gran utilidad, encierra una vida sana y de trabajo diario; es el color más realista aunque su efecto no es vulnerable ni brutal. Entre más oscuro, asume más los atributos del negro.

Azul: Es profundo, femenino, descansa en una atmósfera relajada, preferido por el adulto y expresa cierta madurez, remite a una vida espiritual.

La profundidad del azul es una gravedad solemne y celestial en donde lo racional es ignorado. Mientras más oscuro sea el azul más nos lleva a la infinidad, mientras más claro, es menos impaciente; su carácter es más indiferente y vacío llenándose a sueños.

Al ver el azul nos da una sensación de Frescura, Limpieza e Higiene, especialmente combinando con el blanco.

Naranja: Expresa radiación y comunicación es el color de la acción que se asume de todo corazón; tiene carácter receptivo amable e íntimo, cálido, efusivo y generoso.

Turquesa: Tiene una fuerza muy grande y una expresión de fuego, pero un fuego interior y frío. Su frescura nos recuerda a los lagos de las montañas en verano.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo I

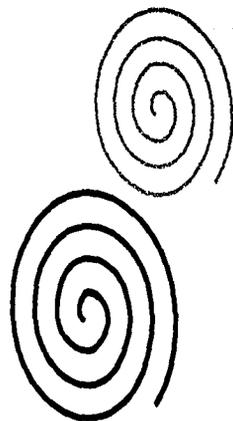


Amarillo: Es el color más luminoso, más escandaloso y más brillante; es joven, vivaz y extrovertido.

Contrastado con el azul nos da una impresión de profundidad.

El amarillo es un color muy atractivo, en cambio el amarillo verdoso tiene un efecto nauseabundo. Es afectivo al corazón y confiere un sentimiento de alegría.

Violeta. Es un equivalente al pensamiento místico y a la meditación que celosamente esconde un secreto, entre más lila, menos profundo será, tornándose más mágico que místico, más frívolo que serio.. Equivale a la meditación, es triste, melancólico y lleno de dignidad.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

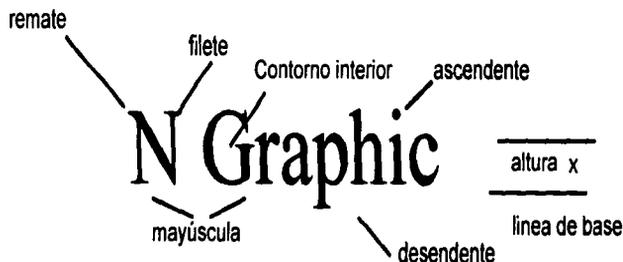
Capítulo I

1.5. Tipografía

1.5.1. Importancia de la Tipografía

Es un elemento de gran peso, las ilustraciones son importantes dentro del diseño y la comunicación gráfica; sin embargo, por medio de las palabras se guían los procesos de pensamientos del lector hacia lo que se espera, será la comprensión de un mensaje que concuerde con la intención de la fuente de origen, aunque si bien es cierto, una imagen dice mas que mil palabras. Terminología tipográfica:7

La invención de la imprenta originó solo un tamaño de letra, pero con el paso del tiempo surgió el interés por buscar nuevos tamaños y diseños, ésto con el fin de agregar variedad a los materiales impresos.



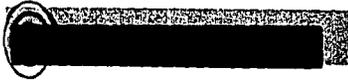
Existen miles de formas dentro de los diversos conjuntos, las diferencias son sutiles y dos o mas letras que se parecen mucho entre si pueden tener nombres diferentes por que son surtidas por diferentes productores.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



(7)fuente: TRUBULL, T. Arthur.
Comunicación Gráfica,
Trillas, 1990.p.p.77-83.

Capitulorl



El tipo se organiza por: grupos, familias, fuentes y series.

a) Grupos: En estos es importante tener en cuenta desarrollo histórico de las diferentes letras dentro de cada una de las categorías y su forma estructural.

LETRA DE TEXTO:

Se asemeja a la caligrafía que usaban los monjes alemanes en los tiempos de Guttemberg, siendo de difícil lectura, utilizándose generalmente en invitaciones de bodas o graduaciones, diplomas y documentos religiosos. Está compuesta d mayúsculas y minúsculas.

TIPOS ROMANOS:

Las letras que están en este tipo son las mas numerosa y las mas usada y están inspiradas en las letras grabadas el los edificios romanos. Este tipo se caracteriza por contrastar rasgos suaves y fuertes, y el uso de remates, siendo de lectura fácil, se dividen en:

1. Tipo estilo antiguo: el contraste de,os rasgos de la letra es menos marcado y los remates se unen en las terminales que están junto a ellos.

2. Tipo romano moderno: esta tiene un aspecto más mecánico y menos artístico; el remate recto, delgado y descontentado.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

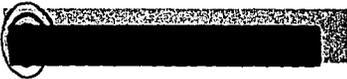
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z



**TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN**

Capitulos I



TIPO GÓTICO:

Sans serif o palo seco (sin remate), éstas son monótonas y esqueléticas, con muy poco o nulo contraste en sus rasgos, nació en la revolución industrial.

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

LETRA REMATE CUADRADO:

Son las letras que se podrían denominar góticas con remate.

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

LETRA MANUSCRITA Y CURSIVA:

Simulan manuscrita; la letra cursiva no está unida, mientras que la manuscrita aparenta estarlo.

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

LETRA DECORATIVA Y NOVEDOSA

Estas son las letras que no encuentran en ninguna de las clasificaciones antes mencionadas; son de moda. Las novedosas no se presentan para la composición de un original extenso.

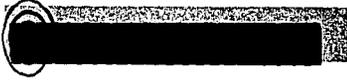
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I



b) Familias Tipográficas:
 "Cierta número de letras estrechamente afines como familia Calson o familia Bondon". Dentro de una familia, puede haber variedades de peso, amplitud y posición, a estos se les llama estilo tipográfico.

Amplitud: Se refiere al estrechamiento de las letras, y a la expansión del tipo; cuando las letras son ensanchadas, estas formas se conocen como: Condensed (condensado o compacto) y expanded (ancho o extendido).

Algunos estilos tipográficos tienen rasgos más delgados o más gruesos que se conocen como: Ligh (clara), semibold (seminegra), bold (negra) y extrabold (extranegra).

El estilo tipográfico normal se denomina normal o redondo porque no hay cambios en amplitud y peso.

Las letras inclinadas se conocen como itálicas o cursivas, las letras en posición normal hacia arriba se conoce como romana o redonda

c) Fuente tipográfica:
 Está integrada por letras, números, signos de puntuación y otros símbolos que constituyen una rama de una familia en determinado tamaño. (La rama es una variación de la familia), características especiales no se encuentran en las fundiciones normales.

d) Es la variedad de los tamaños de la rama de una familia disponible para una composición.

Helvetica Ultralight
 Helvetica Neue
Helvetica Black Condense
Helvetica Neue Bold



TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Capitulos

1.6. Envase

1.6.1. Función del Diseño Gráfico en el Envase

Transmitir un mensaje es dar una solución visual a la competitividad del envase, además hace que el envase venda por si solo, ya que forma parte integral de su desarrollo.

Las funciones básicas del diseño gráfico en el envase son:

- La identificación inmediata de un producto;
- Diferenciarlo de sus competidores dándole un carácter, valor y personalidad propia;
- Informar al consumidor de forma clara, el contenido y los beneficios de este;
- Aumentar la capacidad de venta, y
- Atraer al consumidor.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitol

1.6.2. Antecedentes

El envase existe desde hace mucho tiempo desde que nuestros antepasados empezaron a hacer sus propias vasijas para guardar sus alimentos después las fueron adaptando a sus necesidades como en el trueque y más adelante les empezaron a dar un función decorativa aparte de que les servía para guardar y transportar productos.

Los primeros envases se hicieron con hojas de árboles cueros de animales, ramas de árboles ahuecados y otros recipientes que fueron perfeccionados de acuerdo con las necesidades del hombre y conforme avanzan las civilizaciones.

En china, hace 8000 años se inicio la fabricación de vasijas de barro que transportaban todo tipo de alimentos.

La historia dice que los egipcios ya utilizaban la botella de vidrio desde el 2000 a.c.

En la edad media los envases eran de los materiales que usaban las tribus nómadas (los envases de esa época fueron improvisados para satisfacer las necesidades de estos), los

egipcios y los chinos, es decir, cuero vasijas de barro, vidrio, madera y piedras.

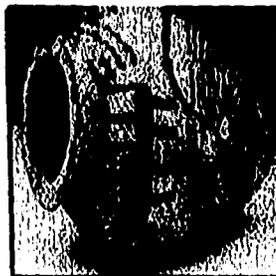
En el siglo XIV llega a España, Francia y Gran Bretaña la fabricación del papel y dos siglos después se crea el arte del etiquetado.

En 1700 la fabricación de papel llega a Estados Unidos.

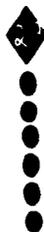
Hasta 1800 aproximadamente a manufactura de envases fue esencialmente artesanal.

La Revolución Industrial marca la era del envase moderno, al ser una época de constantes inventos y descubrimientos que permitieron consolidar la industria del envase.

No fue hasta el siglo XVIII cuando el envase fue utilizado por primera vez para la venta de bienes de consumo. Se trataba de unas píldoras patentadas por el Dr. Jhon Harper y unos polvos para la fiebre del Dr. James, estos productos aparecen en el comienzo de 1740-1750. Estas medicinas eran envasadas en frascos de vidrio mal acabados, tapados con pegamento atada a un cordel y adornados con una etiqueta.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo I



No fue hasta el siglo XVIII cuando el envase fue utilizado por primera vez para la venta de bienes de consumo, se trataba de unas píldoras patentadas por el Dr. Jhon Harper y unos polvos para la fiebre del Dr. James, estos productos aparecen en el comercio de 1740-1750, estas medicinas eran envasadas en frascos de vidrio mal acabados, tapados por pegamento atada a un cordel y adornados con una etiqueta.

En la segunda mitad del siglo XVIII fue cuando probablemente aparecieron las primeras actividades encaminadas al área de la distribución física, también por este tiempo Alois Senefelder trabajaba en la primera prensa litográfica que jugaría un papel importante para el progreso del envase.

A fines del siglo XVIII aparece la primera marca denominada "CHLOROYNE" DEL Dr. Collis Browne.

En 1899, la UnedaBiscuit introdujo su paquete, lo que puso fin al barril de las galletas.

Con Peter Durand se inició la gran industria empackadora de alimentos, lo que sucedió cuando fueron concedidas las patentes para fabricar envases metálicos que servirían para la preservación de alimentos.

A fines del siglo XIX se utilizan las cajas de cartón para galletas, cortadas y embaladas a mano.

En la última década de este siglo, se logró un gran adelanto al introducir el uso de corcholatas para el cierre de botellas.

En 1890 aparecen las cajas de cartón impresas, las primeras botellas de leche, la etiqueta de Black and Wite, La Coca Cola y después la Pepsi Cola.

En 1900, M.N. Kellog lanza las latas de cartón compuesto conteniendo cereales.

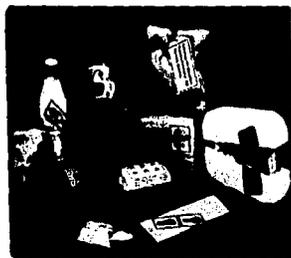
En 1930 aparece el plástico como recurso para la creación de envases; posteriormente aparecen los tapones de plástico pero como eran caros, solo se utilizaban en productos de lujo.

En E.U. de Norteamérica se envasa la comida para bebés en tarros de vidrio.
nan en caliente.

En 1933 en Alemania se desarrolla el polietileno y 12 años después el polietileno de alta densidad.

En 1959 surge la lata de aluminio.

En 1977 El vidrio empieza a utilizarse para productos de valor elevado, se usa el PET en alimentos y productos que se



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitol

1.6.3. Envase y Embalaje

Envase, empaque y embalaje son una especie de contenedores de productos que sirven para guardar, proteger, conservar y transportar.

Hay una confusión en el significado de estas tres palabras en México y América latina le llaman envase al recipiente para contener líquidos y empaque al contenedor para sólido, de acuerdo a este valor semántico los líquidos se envasan y los sólidos se empacan y embalaje no forma parte de su vocabulario, se unificaron criterios con respecto al envase y al empaque según la Asociación Mexicana de Envase, ejemplo: En el caso del gel que no es ni líquido, ni sólido como se llamaría el contenedor.

Embalaje tiene dos funciones primordiales: proteger y sujetar las mercancías durante su distribución.

Envase cualquier recipiente adecuado en contacto con el producto para protegerlo y conservarlo.

De acuerdo con las definiciones anteriores los objetivos del envase son: Que permita su rápida identificación y acomodo. Existen tres tipos de envases:

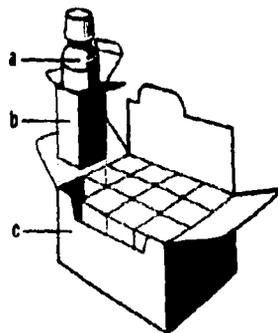
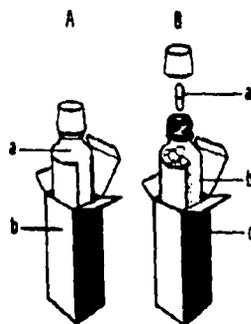
Contener y transportar el producto; Proteger; Mantenerlo atractivo; Económico; Fácil acceso, y Que permita su rápida identificación y acomodo

Existen tres tipos de envases:

Envase primario: tiene contacto directo con el producto, se debe tener cuidado de que el material de este no afecte al contenido, debe tener compatibilidad física y química entre el producto;

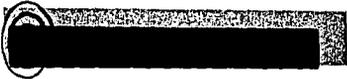
Envase secundario: Contenedor unitario o colectivo que guarda en él, el envase primario, además sirve para proteger, identificar, comunicar, e informar las cualidades del producto, y

Envase terciario: Por lo general colectivo guarda en él, el envase primario y secundario, su función es unificarlo y protegerlo mediante su distribución.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

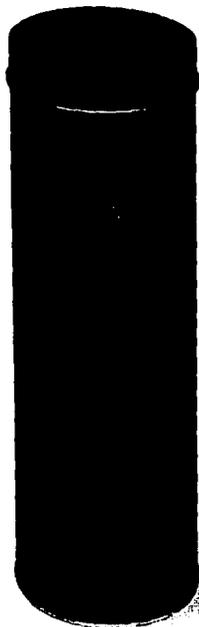
Capital



Función del envase

El envase tiene dos funciones; la estructural es resuelta por el diseño industrial y la comunicacional, en ésta nos enfocaremos ya que son definidas por la mercadotecnia y el diseño gráfico. La función comunicacional depende directamente del material y del grafismo estos darán al envase una imagen.

El envase tiene la función de comunicar a que tipo de población va dirigido el envase, si es lujoso o económico, si es para mujeres o para hombres.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitular

1.6.4. Clasificación del Envase

Los envases se clasifican en rígido, flexible y plegadizo.

Rígidos son todos aquellos que por sus características y necesidades son duros como por ejemplo una botella de vidrio.

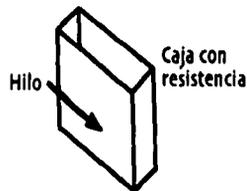
Flexibles tienen las características de adaptarse, doblarse, manipularse y ser moldeables, por ejemplo una bolsa de plástico.

Plegadizos son de cartón, se pueden apilar sin maltratar el envase y cuando se va a utilizar se armara, por medio de dobleces, candados y unos otros van pegados.

El hilo en el cartón es muy importante en la elaboración de envases ya que de este consiste la rigidez de ésta y se reconoce visualmente por medio de las fibras que corren a lo largo de la hoja extendida del cartón.

Cuando se dobla no se quiebra, en esta dirección corre el hilo y si se quiebra la dirección será opuesta, también se puede saber si rasgamos un pedazo, si este corre, la dirección del hilo, si se desvía hacia un lado esta será la dirección del hilo.

Las cajas para que estén más resistentes se deberán hacer a contra hilo, es decir los dobleces se harán en contra del hilo del cartón; si estos quedarán al hilo la caja quedaría floja sin resistencia y firmeza.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.6.5. Legales

La información que llevan las etiquetas debe estar en idioma español, expresarse en términos comprensibles y legibles, de manera que el tamaño y el tipo de letra permitan al consumidor su lectura a simple vista, además de que la etiqueta debe permanecer disponible hasta el momento de su uso o consumo, en condiciones normales, la cual debe aplicarse en cada unidad o envase múltiple.

Consumidor: Persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios; por lo tanto, no es consumidor quién adquiere, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en proceso de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios a terceros.

Contenido neto: Cantidad de producto envasado, deberá declararse según El sistema General de Medidas ya sea, en Kg, gr, m, cm, l, o ml, dependiendo del producto que se trate y con números arábigos

Instrucciones de uso: Las instrucciones de uso deben estar en la superficie de información del envase primario o secundario de los siguientes productos: lociones, y productos capilares, tintes, cremas, geles, etc.

En caso de no contar con un espacio suficiente para poner las instrucciones, se puede hacer un instructivo anexo al envase, sobre el cual se indicará, por medio del texto "léase el instructivo anexo", que las instrucciones aunque no están en el envase si las tiene.

Declaración de lote: En cualquier parte del envase primario o secundario, debe figurar la identificación del lote con una indicación en clave o en lenguaje claro, ya sea grabado, marcado con una tinta indeleble o de cualquier otro modo, siempre y claro este sea claro y asegure su permanencia.

Las leyendas precautorias especificadas, deben ir en la superficie de información del envase primario o secundario o en el instructivo anexo.

Estas leyendas deben redactarse de manera clara, concisa, que no provoque errores y confusión en el consumidor.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo I



Dentro de las exigencias legales que debe llevar, está la altura de la tipografía que se representa en el siguiente cuadro:

Superficie principal de exhibición en cm2	Altura mínima de números y letras en mm2	Puntos
Hasta 32	1.6	7
Más de 32-161	3.2	14
Más de 161-645	4.8	20
Más de 645-2580	6.4	27
Más de 2580	12.7	32

Garantías: Cuando se ofrezcan garantías por los proveedores, estas deben explicarse en los términos y formas establecidas en la ley Federal de Protección al Consumidor e indicar y cumplir con: Nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del productor nacional o importado del producto y teléfonos de servicios en el territorio nacional, identificación del producto que corresponde la garantía, duración de la garantía.



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Capitulos I

1.6.6. Elementos del Diseño Gráfico Aplicado al Envase

Los elementos que citaré a continuación forman la imagen gráfica del envase, de la cual depende en gran parte el éxito del producto.

Nombre del producto: El que se le da a un producto en particular. Nombre genérico de una marca aparece cuando, después de varios años, estas tienen tanta aceptación que es posible identificarlos por el nombre genérico o descriptivo del producto. Por ejemplo la marca Kleenex.

Marca: Es la palabra por la cual se reconoce el producto, su objetivo es darle identidad al producto, además de confianza al consumidor, y de esta forma venderlo. La palabra debe ser fácil de leer, recordable, sugerir algo del producto, original, con memoria gráfica, legible, aceptable por los nuevos productos que se agreguen a la línea, tener impacto visual, poder ser registrada y protegida legalmente,

Marca registrada es la denominación legal que señala al propietario, que tiene el uso exclusivo, de una marca; por tanto, la ley prohíbe que otros la usen.

Nominativa (NIKE)
inominada
3era dimensión en envase mixta

Denominación genérica:
Descripción de las características básicas de composición, ingredientes o naturaleza del producto además de verídica es una promesa básica de la que es el producto. ejemplo: Jugo de frutas.

Logotipo: Interpretación gráfica del nombre o marca del producto, que tiene la función de identificar, promover y hacer que se conserve mucho tiempo en el mercado.

Logosímbolo: Está comprendido por palabras e imágenes que en conjunto son una estructura visual, además tiene un impacto psicológico que lo hace llegar al consumidor que lo percibe de manera fácil.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Fuente. Tesis RESENDIZ, Jaime,
El Diseño Gráfico aplicado a envases y
empaques con fines didácticos. p.p. 36-4



Capitubol

1.6.7. Código de Barras

Es un símbolo formado por trece dígitos: los tres primeros identifican al país (México 750), los siguientes cinco se refieren al fabricante, los siguientes cuatro se refieren al producto y el último es el código verificador, que afirma la lectura correcta de todos los anteriores.

Este sirve para saber de forma simple el país, el fabricante, como se denomina y el costo, además de agilizar las compras y ser un moderno servicio al cliente.

Las barras siempre están de manera vertical y es indispensable que haya contraste para que pueda ser leído por el scanner. Se recomienda usar colores oscuros y evitar los cálidos, que son colores ciegos para el escáner lector.

Es recomendable poner el tipo de producto.

Por lo general los colores que se manejan para el código de barras son los colores legibles, ejemplo:

Negro sobre blanco
 Negro sobre rojo
 Negro sobre amarillo
 Azul sobre blanco
 Azul sobre rojo
 Azul sobre naranja
 Café oscuro sobre blanco

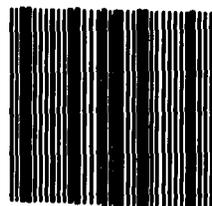
Por lo contrario los colores no legibles son:

Oro sobre blanco
 Negro sobre oro
 Negro sobre verde
 Negro sobre Azul
 Azul sobre verde
 Rojo sobre verde
 café claro sobre blanco
 rojo sobre blanco

Colores no legibles



Colores legibles



123 12345 1234 1

País CIA Producto Cod. Verificador



TESIS CON
 VALLA DE ORIGEN

Capitular

1.6.8. Materiales para Envases

Estos se deben seleccionar de acuerdo a cada producto en particular.

Los materiales que existen en el mercado son vidrio, madera, plástico, metal, papel y cartón.

El vidrio

Es usado principalmente para el envase primario este esta en contacto directo con el producto, no altera el sabor del producto, este tipo de envase se asocia con lujo y calidad; sus desventajas son su peso, fragilidad y astillamiento

La madera

Es usada para la elaboración de cajas, de productos finos y estuches, su elaboración es artesanal, tiene alta resistencia al impacto por lo tanto es usada también para el embalaje; sus desventajas son se engruesa y se pudre con el agua y el sol, no resulta costeable para envases pequeños, su producción es muy lenta y de alto costo.

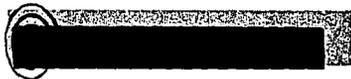
El plástico

Es usado para envases primarios y secundarios se fabrican envases de película flexible, rígidos y semirrígidos, transparentes translúcidos y opacos, existen diferentes materiales de plástico, mencionare algunos de ellos: Polietileno, polipropileno, polipropileno biorientado, cloruro de polivilideno y policarbonato.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitubol



Debe tener infinidad de formas y tamaños en el uso e este para los envases, los metales mas usados son el acero inoxidable, la hojalata el aluminio y el cromo tiene una larga vida en el anaquel desventaja reacción química a la humedad. y ácidos con la oxidación natural, corrosión y contaminación; su alto peso y costos por flete.

Es una variante del papel este se compone de varias capas, el papel es considerado a hasta 65 gr/m² y el cartón es mayor de 65gr/m², y papel se usan para el envase primario hasta el de embalaje, tiene bajos costos, el papel se divide entres grupos papeles finos, crepados y para envase, con el papel se pueden hacer bolsas y sacos, los materiales mas comunes para cajas plegadizas son couche, cromakote, eurokote, cartoncilo gris, cartulinas, y para el embalaje se usa por lo regular el cartón corrugado en sus diferentes presentaciones, corrugado una cara, sencillo, doble corrugado, triple corrugado.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitulos I

1.7. Técnicas de Impresión

Para que se pueda elegir correctamente un sistema de impresión hay que considerar, costos, calidad, tipo de trabajo de diseño, el soporte, número de impresiones, si se van a imprimir fotografías, alto contraste o algo muy detallado.

En la elaboración de envase las técnicas de Impresión que se utilizan principalmente son Offset, huecograbado, Serigrafía y Flexografía estos se clasifican en métodos de impresión directa e indirecta.

A continuación se muestra un cuadro comparativo de estos sistemas.

Técnica de impresión	Materia	Bobina y pliego	Positivo/negativo	Substrato	Unidad	Calidad	Ventajas	Desventajas	Volumen
Offset	Placa de aluminio	Plego	Negativo	Papel, telas, plásticos aluminio	100 a 300 LPP	Excelente	Suavidad de imágenes imprimen muchos colores directos, aplica bien su bueno en detalle	Registro delicado costoso	Bajos y altos
Serigrafía	Malla de seda	Bobina y pliego	Positivo	Todo tipo de materiales	90 a 120 LPP	Buena	todo tipo de material impresión sobre volumen	Una pasada por color	Bajos y altos
Flexografía	Polímero	Bobina y pliego	Negativo	Películas plásticas laminaciones y bobas, fajas reticidas capas de cartón	80 a 100	Suficiente	Relativamente económico en trajes pequeños sea rápido	No permite tipografías delgadas ni letras blancas sobre fondo oscuro mínimo 8 puntos calidad limitada	Bajas a medias
Fotogravado	Cliché y plástico	Bobina y pliego	Positivo	Papel películas flexibles plásticas laminaciones	150 a 350	Buena		Costo elevado	Alto
Transparencia	Láminas			Envases rígidos					Alto
Hotstamping	Cilindro de cobre	Bobina y pliego	Positivo	Héstaico	Regular	Excelente calidad			Bajos y altos
Injet	Cliché de metal								
Temponarfe									



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitulari

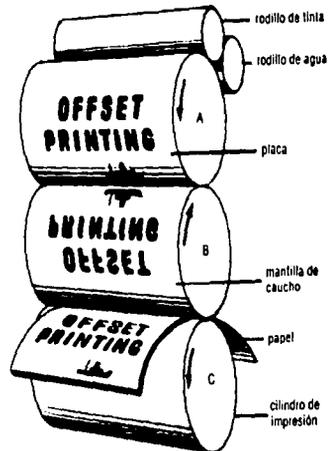
Este sistema está basado en la repulsión del agua y el aceite, si no hay un equilibrio entre el agua y la tinta, la humedad puede estirar el papel. La superficie de impresión pasa por rodillos cargados de agua que humedece las zonas sin imagen, después pasa por los rodillos de entintado que deposita la tinta en las zonas con imagen, el resto de la plancha que está húmeda no acepta la tinta, se pone en contacto el cilindro formado de goma, la tinta deja en esta una impresión que así vez transfiere la imagen al papel, el cual nunca entra en contacto con la plancha.

Este sistema permite imprimir pocos ejemplares, tiene una gran calidad en los pequeños detalles se puede utilizar en una gama amplia de papel y en diferentes gramajes, se logra que el punto sea fino ya que no usa grabados ni relieves, se obtiene buena calidad y es relativamente rápido.

TESIS CON
PALLA DE ORIGEN

En este sistema la imagen es hueca, esta es rellenada con tinta ligera de rápido secado, casi inmediatamente de la impresión, el papel es comprimido contra la plancha por un cilindro recubierto de caucho, este proceso tuvo gran avance cuando el huecograbado se convirtió en rotograbado, debido al alto costo de los rodillos se utiliza para tirajes muy grandes, con este sistema se obtiene buena calidad en las imágenes delineadas y fotografías, las tintas en color logran un mayor brillo que otros sistemas.

Se utiliza principalmente en revistas, no se limita solo en esto.



Offset



Huecograbado





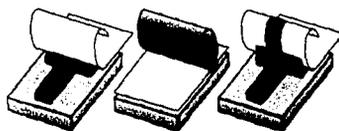
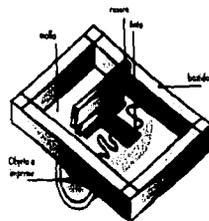
Es un sistema de Impresión en alto relieve, tiene un filete que realza y contornea la figura, impresión mecánica electrónica o manual, se puede imprimir en todo tipo de papel excepto muy gofrados, los tirajes pueden variar, pueden ser cortos o largos.

Fig. 1028 21113

En este sistema se usa un marco con una malla fina de seda, nylon o metal la cual se bloquea con una emulsión fotosensible, usando un positivo que deja libre de emulsión las áreas claras de este, la tinta se pasa por la malla con un rasero.

La impresión es manual y económico, los tirajes son cortos, pero también existen maquinas automáticas que hacen el trabajo.

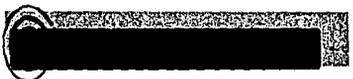
Se utilizan en la impresión sobre papel, tela, cuero, madera, etc.; se imprimen carteles, botellas, papelería, etc.



Serigrafía

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





Se trata de la técnica más usada para la impresión sobre superficies pequeñas y sobre todo y especialmente para aquellas no planas que suponen cierta dificultad, tales como cabezas de muñecos etc.

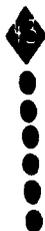
Únicamente existe un sistema mediante máquinas bien sean éstas más o menos sofisticadas, con posibilidad de impresión de 1 a 4 colores, con o si plato. Para impresión de productos en serie, es posible acoplar un sistema de alimentación automático.

La impresión se efectúa mediante unas máquinas generalmente neumáticas que utilizan un tapón de caucho el cual pisa en la placa en la que previamente se ha colocado la tinta y copia y reproduce el motivo en la superficie del objeto.

Su principal ventaja es la de que es el único sistema que permite imprimir adaptándose a las superficies irregulares así como que la cadencia de impresión es muy rápida.

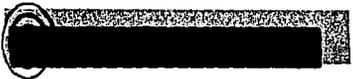
Sus limitaciones están tanto en la superficie a imprimir como en que la calidad de impresión tiene menos relieve que la serigrafía. Es posible realizar cuatricromía.

Su proceso consiste en aplicar una película generalmente metalizada sobre una superficie plana o cilíndrica por medio de calor.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitolo I



La impresora utiliza carga electrotLa impresora utiliza carga electrostática con el tóner o tinta en polvo para crear la imagen. Esta imagen entonces se transfiere a papel electrostáticamente mezclando polvo de tinta de rayos láser.

Las imágenes se crean electrostáticamente mezclando polvo de tinta seca en un tambor de metal, con el uso del rayo láser. La velocidades de este tipo de aparatos es muy variable puede ir desde 4-20 que sería para impresiones caseras o de bajo tiraje hasta 4,000 por hora en adelante. Un punto importante de este tipo de impresoras es la resolución de la imagen.

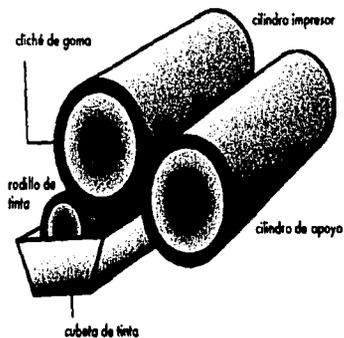
Las menos costosas pueden dar buena calidad con 300dpi pero se llega hasta 1,000 o mas.

Flexografía

Este sistema es a partir de placas de caucho flexible con las imágenes de impresión en relieve son adheridas o amarradas ala cilindro de impresión de una prensa rotativa alimentada por rollos de papel.

El color fija rápidamente y eficazmente en grandes áreas de color sólido. Se usa para películas plásticas, envoltorios, laminaciones, bolsas, tetrapack, cajas de cartón fajas retráctiles de PVC.

Flexografía



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitulari



La información digitalizada en una computadora se usa para dirigir la tinta a través de diminutos canales para formar patrones alfanuméricos o de puntos a la vez que rocían la imagen sobre el papel.

En estos procesos no se necesitan ni cilindros ni presión. Algunas impresoras de inyección de tinta usan una sola boca o canal, guiada por la computadora para oscilar entre el papel y el depósito de tinta.

La impresión por inyección de tinta se ha usado por lo general para imprimir envases y materiales de empaque. En la industria editorial algunas revistas imprimen el nombre del suscriptor directamente en la portada y lo hacen mediante este sistema, lo que elimina el uso de etiquetas o también para mandar cartas personalizadas dentro de las mismas publicaciones. De este modo más personal los publicistas, los dueños de la revista y los lectores. Algunos ejemplos de revistas que así se manejan son . Time, Sports, Illustrated, Money, People.

Se pueden imprimir materiales delicados o frágiles. El desgaste de las placas que pegan contra los cilindros de impresión y el papel se elimina.

Las operaciones de prensa son totalmente automáticas, tirajes cortos rápidos y económicos.

Impresos frente y vuelta en selección de color.

Entrega casi inmediata.

Magnífica calidad de impresión.

Personalizaciones en textos e imágenes.

Antes de pasar a otro tema es conveniente mencionar los diferentes acabados que se realizan después de la impresión, según la clase y finalidad del impreso.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo I

1.7.1. Acabados

Acabado:

Conjunto de operaciones a las que se somete el papel después de su fabricación haciéndolo idóneo para el uso que se destina.

El papel puede suministrarse en bobinas que se preparan mediante el bobinado, o en hojas y después se verifica el corte al formato, mediante la cortadora rotativa. A esta operación puede seguirle el refinado con la guillotina. Con frecuencia se modifican las características superficiales del papel mediante el alisado con la lisa o mediante el satinado con la calandra. Para ara conseguir papel muy brillante se recurre a la abrillantadora, mientras que con el gofrado, de la que el papel tela es un caso partícula, se estampan sin tinta en el papel adornos o marcas en relieve. Con el calibrado se le da l papel un espesor conveniente.

El acabado son conjunto de operaciones que se realizan después de la impresión, según la clase y finalidad del impreso: corte del papel, barnizado, plastificado, troquelado, numeración, etc.; el papel puede tener un acabado liso, rugoso, brillante, aterciopelado.

Barnizado:

Para dar al producto un acabado brillante se le da una mano de laca o barniz después de la impresión. Se trata de aplicar el barniz en la maquina de imprimir que se utiliza normalmente o emplear una maquina especial. Para conseguir un brillo muy intenso se usa una laca solidificada ultravioleta(UVA). La laca se aplica con un rodillo y se seca con lamparas UVA. La mayoría de los libros en rústica y muchas cajas de cartón llevan este acabado.

Barnices:

Por medio de este se le da brillo al soporte o ala impresión, además cumple con las funciones de protección.

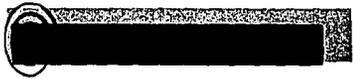
Es un vehículo para tintas grasas. Barnices brillantes. Substancia que se añade a las tintas de imprimir para dar un aspecto brillante a la capa de tinta impresa. Están formados por aceite y resinas sintéticas.

Barnices brillantes de sobre impresión para cartonaje. Sustancia de protección y de embellecimiento, resistente a la abrasión Por lo general están formados por un disolvente aromático o por alcohol, con resinas disueltas y clorocaucho.



46





Plastificado:

Por medio de este laminado se le da al papel rigidez, puede ser brillante o mate además protege al mismo tiempo, aplicando una película de plástico transparente.

Para obtener un brillo muy intenso se utiliza acetato de celulosa, mientras que el polipropileno se emplea para que la lámina se doble sin romperse.

Troquelado:

Se hace una forma a base de cuchillas (unas de punta roma y plegar y otras de afiladas para cortar) y se coloca en lecho de una máquina tipográfica adaptada para cortar cajas de cartón de formas irregulares.

Construcción de cajas de cartón:

Esta tarea se lleva a cabo en máquinas especiales que unen las juntas con cola.

Corte:

Acción y efecto de cortar.

Corte luz de. Ancho utilizable de la guillotina. Corte de papel al formato; Consiste en cortar el papel de modo que salgan hojas cortadas según las medidas pedidas por el cliente.

Refinado:

Operación que consiste en desarrollar las propiedades físicas de la pasta, por medio de un efecto de desfibración y corte de las fibras. Refilado e papel: consiste en dejar el papel al tamaño exacto, eliminando el excedente.

Pegado

Engomar las pestañas de un envase para el suajado.

Encuadernación:

Es la reunión de pliegos (ya cosidos con hilo) a una cubierta en condiciones más sólidas que la encuadernación es rústica con materiales nobles y más rimbosos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capitulos I

047

1.8. Mercadotecnia

La mercadotecnia no es sinónimo de venta si no es una parte de ella, ya que el objetivo es detectar, satisfacer y crear las necesidades y deseos del consumidor haciendo que el producto se venda por sí solo.

Stanton: "la mercadotecnia es un sistema global de actividades de negocios proyectada para planear establecer el precio, promover y distribuir bienes y servicios que satisfacen deseos de clientes actuales y potenciales".

Kotler: "actividad humana dirigida a satisfacer necesidades, carencias y deseos a través de proceso de intercambio".

Boone y Kuntz: "consiste en el desarrollo de una eficiente distribución de mercancías y servicios a determinados sectores públicos consumidores".

Enis: "Actividades de intercambio, realizadas por individuos y organizaciones con el fin de satisfacer las necesidades de los intereses humanos".

Marketing Staff of the state university: "Es el proceso interno de una sociedad mediante

el cual se plantea con anticipación o se aumenta y satisface la composición de la demanda de mercancías y servicios de índole mercantil, mediante la creación, promoción, intercambio y distribución física de tales mercancías o servicios".

Se concluye entonces que la mercadotecnia a través de diferentes actividades estudia al público consumidor para satisfacer sus necesidades, gustos y deseos mediante intercambio de productos y servicios. Asimismo, estudia las necesidades del mercado para después fabricar productos, bienes o servicios para después venderlos. Quién es el cliente, cómo vive, qué estatus social tiene, sexo, edad, etc.

La mercadotecnia menciona que hay 5 estadios para que cumpla con éxito.

PRODUCTO (un buen producto);

Ser distribuido en la

PLAZA correspondiente;

PRECIO el producto debe tener el precio exactamente proporcional a la calidad del producto;

PROMOCIÓN, y

EL ENVASE.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

(6) Patricia, Danel,
Fundamentos de mercadotecnia
México, D.F.; Edit. trillas, 1990
p.p.19

Capitular

1.8.1. Que función tiene el envase en la Mercadotecnia

El envase es más importante que el producto que contiene, se ha hecho a este mismo, ya que sirve de vínculo, es el medio que ayuda a reflejar la imagen que el fabricante desea grabar en la mente del consumidor, presentando un producto diferente y que compita con los demás envases.

El éxito en las ventas de una empresa depende mucho del producto como de su envasado.

El envase es un instrumento en la mercadotecnia que consiste en contener un producto con el objeto de hacerlo llegar al consumidor en una forma segura, atractiva, económica, de fácil acceso y que permita su rápida identificación y acomodo.

El envase no constituye un factor para cada fase de la Mercadotecnia, pero si juega un papel muy importante en muchas de ellas, como se explica a continuación:

El envase es un factor muy importante en la venta de un producto, sobre todo en las tiendas de autoservicio, las cuales no podrían existir sin la presencia del mismo.

● Por medio del envase se hace posible el uso de la publicidad de un producto.

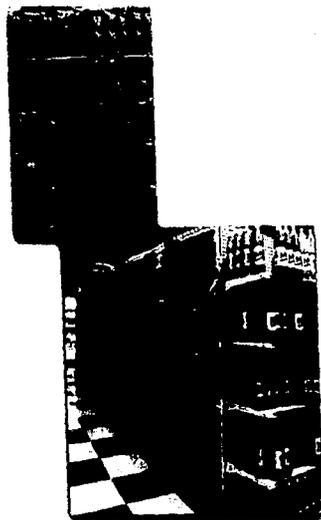
● Los productos envasados facilitan su transporte, almacenaje y distribución, al mismo tiempo que se efectúan a costos más bajos.

● El envase ha contribuido grandemente para el lanzamiento de nuevos productos y para la apertura de nuevos mercados.

● El envase reduce los gastos de manejo de productos terminados.

● Los productos envasados proporcionan gran comodidad al público consumidor, al mayorista y al detallista.

● El envase es un valioso instrumento para las promociones de venta.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitolo I

049

1.8.2. Estrategia de Mercado

Esta se planea para un producto o una línea de productos, cuando se tiene definida la competencia, el mercado y las oportunidades de mercado.

Para el buen funcionamiento de una empresa, es necesario administrar su esfuerzo mercadológico, es decir; desarrollar y operar todos los conceptos relacionados con la mercadotecnia por medio de la planeación de metas y estrategias; la relación de planes y la evaluación de los resultados de mercadotecnia.

La planeación estrategia es importante ya que debe definir la misión de la organización, establecer los objetivos organizacionales, realizar un análisis en la cartera de organización y diseñar las estrategias para lograr los objetivos.

A su vez la planeación y estrategias comprende las siguientes etapas:

- Analizar la situación;
- Establecer las metas de mercadotecnia;
- Seleccionar los mercados meta;

● Establecer las estrategias de mercadotecnia, para satisfacer esos mercados y lograr las metas, y

● Realizar un plan anual en el cual se orienten las operaciones tácticas.

Para lograr la máxima eficacia para el desenvolvimiento de una empresa, a través de un producto se tiene que elegir la estrategia adecuada.

Existen tres estrategias de mercado:

No diferenciada: No hay una diferencia entre mercados ya que se dirige al mercado total;

Diferenciada: enviada dos o mas segmentos mediante el desarrollo de mercadotecnia para cada uno, y

Concentrada: Dirigida a un sólo segmento de mercado.

Estrategias:

Cuándo eliminamos una línea que ya cumplió su ciclo de vida, cuando simplificamos una línea que está saturada de productos que no tienen una venta.

Cambiar el diseño, envase u otra característica del producto.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitol

050

El posicionamiento, que es organizar bien un producto para que ocupe un lugar claro, bien definido y conveniente en el mercado y en la mente del consumidor, esta organización se da por medio de la explotación del número de atributos en un producto, el cual va adecuado en relación con la competencia u otro producto dentro de la misma compañía.

Una estrategia comúnmente utilizada es la promoción, que por sus características se ha denominado "sinónimo de venta" cuya intención es informar, atraer e influir al consumidor.

La forma de llevar acabo la promoción es por medio de la venta personal, la publicidad y la promoción de ventas.

La actividad de promocionar es simplemente un acto de comunicación la cual es la fuente que envía un mensaje al receptor por medio de un canal.

Cuando se va a escoger la mezcla promocional ideal se deben considerar los siguientes aspectos:

Dinero disponible

Naturaleza del mercado

Naturaleza del producto

Etapa del ciclo de vida de un producto, es decir, que va a llegar un momento en el cual el producto ya no sea comprado más. Dentro de este ciclo hay etapas en las que esta al máximo o cuando ya paso de moda y pasa desapercibido en el mercado.

La promoción se debe llevar acabo por medio de la coordinación de una campaña que gire alrededor de un solo tema y diseñada para cumplir con la meta fijada desde el principio.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capital

1.8.3. Como ayuda la mercadotecnia en el Diseño Gráfico Gráfico

Marcando la pauta con la investigación de mercado ya que con esta se definen las características y el mensaje gráfico, tales como.

Ilustraciones y textos adecuados para el público al que va dirigido, con la intención de que perciba bien el mensaje

El lenguaje que se va a manejar

El tipo y tamaño de letra
La composición

El color dependiendo del nivel social y cultural del consumidor

Imagen que se le va a dar al producto, de lujo, calidad o popularidad.

"Amador información mercadológica corresponde un mayor acierto en el concepto y realización del proyecto de diseño"(7)

La marca, el envase y otras características están ligadas con la función financiera y con la producción. Por ejemplo la producción es mas corta cuando existen de un mismo producto seis colores en lugar de uno, es decir, seis presentaciones, por esta razón el precio será mas alto.

En lo financiero los riesgos están por ejemplo cuando se elaboran presentaciones especiales con motivo del día de las madres y los productos no se vendieron por lo menos el día 11 de mayo.

La marca se utiliza para identificar un producto sobre otro, es un nombre un símbolo o probablemente la combinación de estos. La importancia de esta radica en facilitar al consumidor la identificación del producto o servicio, además de garantizar que cuando compre de nuevo esa marca recibirá una calidad comparable.

Otra ventaja es que ayuda que el consumidor no confunda un producto con otro, de esta forma un producto de buena calidad la marca hablara por si misma, es decir, se hará publicidad solo.

Los productos que cuentan con marca tienen dos responsabilidades:

- Favorecer a la identificación
- Conservar la calidad constante en el producto.

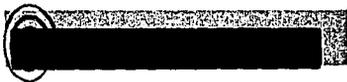


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

(7) Carlos, Celorio. Blasco
Diseño del embalaje para la exportación
México, D.F; Edita. Instituto Mexicano del
Envase p.109



Capitulos I



Muchas firmas no ponen marcas para no cumplir con estas responsabilidades, una buena marca sugiere sobre las características o bondades del producto, beneficios, uso o acción, facilidad cuando se pronuncia, y/o escribe, y facilidad para recordar, Por esta razón los nombres, de preferencia deben de ser cortos, sencillos y de una sola sílaba, dar distinción al producto, adaptables si surge una nueva línea y cumplir con lo necesario para ser registrada y protegida legalmente.

El envase cumple con las funciones de seguridad y utilidad, además ayuda a la identificación de un producto y en el punto de venta es un vendedor silencioso.

El envase cuenta con estrategias de mercado. Cambio de envase. Para evitar una disminución en las ventas y aplicar al mercado atrayendo a más clientes, se cambia el envase.

Muchas veces se cambia el envase para apoyar las promociones, además de servir como medio publicitario al anunciar un nuevo envase o tal vez simplemente se cambia por que ya no lucia atractivo.

Envase en línea de productos:

La compañía elige si conservará o no semejanza de familia en el envase, es decir, usar envases idénticos en todos los productos o envases con características en común, solamente cuando los productos tienen uso parecido y de calidad similar.

Envase para reuso: Este envase estimula la repetición de la compra, ya que el consumidor hará lo posible por tener un juego completo de envases, por ejemplo: los frascos de leche en polvo decorados.

Envases Múltiples: Su nombre lo dice todo y este multiplica e incrementa las ventas totales del producto.

El envase es engañoso: ya que muchas veces compramos un producto solo por un envase llamativo y en realidad el contenido no es muy bueno.

Por los conceptos anteriores la relación que tiene la mercadotecnia en el Diseño Gráfico, consiste en que por medio del diseño se realicen las imágenes, los símbolos o palabras idóneas para el envase, lo anterior con el objetivo de atraer la atención del consumidor.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitular I

II



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo



2. Investigación sobre el Producto

Este proyecto surge del psicólogo Javier Espinoza Michael, quien estudió psicología en la UNAM generación 70-74. Se dedicaba a trabajar en la reforma agraria, posteriormente le ofrecieron 2 materias en la ENEP Iztacala, en Educación y Desarrollo, y taller de educación abierta para adultos (alfabetización primaria y secundaria), más tarde en el 78 tuvo un hijo que presenta discapacidad intelectual con problemas de aprendizaje, quien como padre y psicólogo lo llevó poco a poco a desarrollar algunas alternativas didácticas y materiales educativos para dar en la medida de lo posible, solución a algunos de los problemas que presentaba el niño, por lo tanto prestó más atención a la psicología educativa, para que su hijo aprendiera el lenguaje y la psicomotricidad.

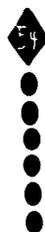
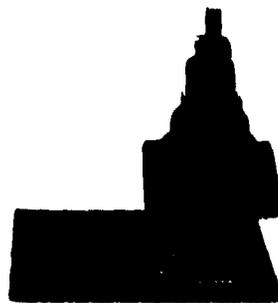
Todas sus ideas empezaron cuando le tenía que explicar cosas de la escuela, utilizó objetos que habían a su alcance, después empezó a diseñar juegos dependiendo de las necesidades que surgían.

Posteriormente, ofreció las mismas alternativas en las escuelas de educación especial, donde ha asistido su hijo, además apoya trabajando con los alumnos y utilizando los materiales que su hijo a ocupado para su aprendizaje, de ahí surge la idea de producirlos a mayor escala y comercializarlos, derivado del buen resultado que se obtenía.

A la fecha, cuenta con 15 materiales educativos diseñados por el mismo, así como 2 libros de ejercicios.

Actualmente, imparte clases en la UNAM, una de ellas denominada "Elaboración de Materiales Educativos", a base de problemas que se presentan en los diferentes tipos de discapacidad. Analiza juegos del mercado y las habilidades que se pueden desarrollar con éstos.

Pretende lanzar a la venta algunos de los juegos diseñados por él, para lo cual necesita una identidad y un envase, y así, hacer más atractivo el producto y venderlo con éxito.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

2.1. El juego

Existen distintos tipos de juego, desde el simbólico, pasando por el de reglas y el de vídeo, hasta el didáctico.

El juego simbólico comienza de forma incipiente antes de los tres años, pero se consolida hasta los cuatro cuando el niño ya maneja bien el lenguaje y su realidad está mucho más estructurada.

Los juguetes son en muchas frecuencias significantes, el oso de peluche significa un animal real, la muñeca significa un bebé o un niño, etc. Sin embargo, éstos no son sino significantes expresamente elaborados para facilitar el juego simbólico del niño. Afortunadamente el niño no se limita a esos elementos sino crea sus propios significantes, a los que de manera arbitraria otorga un significado por ejemplo: una hilera de cajas de cerillos para un niño puede significar un tren.

El juego simbólico es de gran importancia en la estructuración de la realidad del niño, ya que éste le permite representar una serie de situaciones en las que él juega diferentes roles o papeles. Así va proyectando imágenes, imitando lo que hace su mamá, lo que hace el bombero, el maestro y así, un sin fin de situaciones que permiten, además,

que unos niños enseñen a otros; otra forma de juego simbólico es el cuento ya que al niño se le sugiere reinventar el cuento o cambiar ciertas situaciones.

El juego de reglas aparece de forma incipiente hacia los cuatro o cinco años cuando el niño quiere imitar a los niños mayores pero aún no entiende lo que es una regla. Sucede que el niño acomoda las reglas a su conveniencia, dado que el quiere participar pero no quiere perder.

A los siete años el niño acepta las reglas siempre y cuando sea el quien las fije.

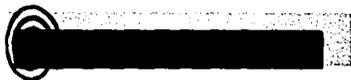
El niño acepta un juego cuyas reglas vienen desde siempre, es decir, son reglas casi sagradas y que no pueden cambiarse. Si éstas se cambian, "ya no es el juego". El niño puede llegar a ser de una rigidez absoluta, por lo que no le gusta jugar con niños mas pequeños, en esta etapa quebrantar una regla crea un fuerte sentimiento de culpabilidad.

En la adolescencia acepta que las reglas se pueden convertir antes de iniciar el juego, pero una vez hechas, estas deben ser respetadas, y al faltar a las reglas debe haber un castigo, al momento de hacer las reglas se tienen que hacer también los castigos.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III



Juego educativo: su finalidad muy específica buscaba despertar el interés en trabajar temas que, abordados de otra forma, resultan muy aburridos. El trabajo-juego resulta un gran apoyo, tanto por los aprendizajes que permite como el interés que despierta; como por ejemplo: los niños tienden a imitar lo que hacen los adultos y juegan a que son doctores, maestras, mamá y papá etc.; este juego les ayuda a aprender las actividades que tienen las personas mayores.

El juego de vídeo: en realidad no estimula la inteligencia creativa del niño y lo obliga a pasar horas sentado frente a la pantalla, sin ejercitar la actividad física que tan necesaria resulta.



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Capítulo III

2.1.1. La importancia del juego

Mediante el juego, los niños adquieren habilidades de creatividad, lectura, escritura, razonamiento, etc.

Habilidad Física: (motoras gruesas) se desarrolla a medida que el niño gatea, camina, corre, sube, salta, toca, etc.

Habilidades motoras finas: Con el uso de manos y dedos aprenden a manipular los objetos.

Habilidades mentales: Se agudizan cuando el juego pide solución de problema y demuestra la causa y efecto. Los niños aprenden acerca de las formas, colores, tamaños y otros conceptos. El lenguaje brota cuando el niño interactúa con otros niños.

El aprendizaje de seguir instrucciones, cooperar, esperar su turno, obedecer las reglas y compartir, son habilidades sociales importantes que se denominan a través del juego.

El juego también desarrolla habilidades emocionales por medio del placer que experimentan los niños, el compañerismo con otros, y a través de los sentimientos durante el juego de personajes imaginarios.

El autoestima es crucial para cimentar la vida y, también aumenta si los niños logran metas por medio de la recreación.

Estos mecanismos estimulan la creatividad y la imaginación, permiten que los niños amplíen sus horizontes. Cuando un niño aprende que es doctor, profesor, padre o madre, etc. él o ella aprenden que la vida está llena de posibilidades y oportunidades.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Beth Boosalis, Director Ejecutivo,
National Lekotk Center www.toy-org

Capítulo III

2.1.2. Habilidades e intereses del niño hacia el juego dependiendo su edad

En este apartado se mencionarán las habilidades e intereses de los niños dependiendo su edad, ya que los juguetes deben ser acordes a cada etapa.

Los expertos concuerdan en que los juguetes benefician a los bebés, ya que usan sus sentidos para aprender a conocer su mundo, durante los primeros meses de vida, los bebés son incapaces de sostener con sus manos, pero les agrada explorar con sus ojos y oídos. Por lo tanto, los juguetes que emiten sonidos son especialmente agradables, las imágenes de alto contraste, blanco y negro o de colores brillantes. Una vez que el infante puede alcanzar objetos con las manos, ellos disfrutan de los juguetes que tienen textura y son seguros para poner en la boca.

Se deben evitar los enredos peligrosos, nunca se deben colocar los juguetes o adosarlos a la cuna, corral, cochecillo, asiento, o alrededor del cuello del bebé con elástico cuerda o cinta.

En la segunda mitad del primer año, los infantes dominan las habilidades motoras que les permiten jugar con juguetes de maneras nuevas e interesantes. Cuando se pueden sentar, disfrutan de los juguetes que pueden manipular, como sea golpear con ruido, dejar caer, amontonar, oler, sacar, abrir y cerrar. Cuando ya puede gatear, y caminar, les agradan las cosas que pueden arrastrar junto con ellos. Los juguetes que muestran causa y efecto son también emocionantes en esta edad.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III

De uno a dos años

En el segundo año de vida, los niños son exploradores. Animados por la curiosidad y la admiración, los niños necesitan y poseen habilidades físicas que les facilita jugar y aprender. Un niño activo necesita juguetes para juego físico, esto es, caminar, trepar, empujar, cabalgar y aquellos que les permitan experimentar y manipular. En esta edad, imitan a los adultos y les agradan los objetos que les ayuda a aprender las situaciones de la vida.

De dos a tres años

A los nenes mayores, les encanta probar sus habilidades físicas y les gustan los juguetes para juego activo. A esta edad ellos también poseen buena coordinación de las manos y dedos, disfrutan usando estas habilidades para trabajar en artes básicas y artesanía, títeres, bloques y rompecabezas sencillos. El juego imaginativo también empieza al tercer año.

De tres a seis años

Después de los tres años, los niños comienzan a jugar activamente. Los niños preescolares y los de jardín de infancia son maestros de la fantasía. Les gusta actuar papeles de mayores y les agrada usar disfraces y objetos que les ayude a dar vida a su imaginación. Es muy común que los niños a esta edad desarrollen un fuerte apego a sus juguetes favoritos, expresando sus sentimientos a una muñeca especial o un osito de peluche. Los materiales para artes y artesanías son también muy populares en esta etapa de la niñez, pues les encanta crear cosas con sus manos.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Los niños de edad escolar gustan de juegos que requieren estrategias. Los juegos de tablero, deportes de mesa y juguetes clásicos como canicas y cometas son los favoritos. Los escolares primarios disfrutan de explorar diversas clases de mundos de los mayores, y les gustan las muñecas de moda y de carrera, así como las figuras de acción. A esta edad los niños procuran nueva información y experiencias por medio del juego, disfrutan de los conjuntos de ciencia, artesanía y magia. Además, en esta etapa poseen las habilidades físicas y la coordinación para entretenerse con la versión infantil del equipo deportivo de adultos.

De nueve a doce años

Los niños pre-adolescentes empiezan a desarrollar pasatiempos e intereses para toda la vida y disfrutan de la artesanía, armar modelos, conjuntos de magia, de construcción, de ciencia, así como rompecabezas más sofisticados. El juego activo encuentra su expresión en los deportes de equipo. La pintura, escultura, cerámica y otros proyectos artísticos continúan siendo de interés.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



2.2. Desarrollo del niño

El desarrollo humano se ha estudiado desde el punto de vista psicológico por varios teóricos, los cuales ven el desarrollo de diferentes maneras y presentan diferencias y contradicciones substanciales, entre los más importantes está la psicología genética de Piaget, teoría sociocultural de Vigostky, y la psicoanalítica de Erikson entre algunas.

Para Piaget el aspecto más importante de la psicología reside en la comprensión de los mecanismos, el desarrollo de la inteligencia. Según el individuo recibe dos tipos de herencia intelectual: la estructural y la funcional.

La estructural: Parte de las estructuras biológicas que determinan al individuo en su relación con el medio ambiente.

La funcional: Es más conocida tanto biológica como psicológica, ésta es la adaptación y la organización.

PIAGET describió el desarrollo del niño dependiendo de las características de cada una de las etapas que presenta el desarrollo.

PERIODO SENSORIO- MOTOR:

Este comprende de los cero a los 18-24 meses de edad, en este periodo se consolidan los reflejos, primeras coordinaciones de esquemas. presión, succión, visión-audición. seguimiento visual de objetos.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



PERIODO DE PREPARACIÓN Y
ORGANIZACIÓN DE LAS
OPERACIONES CONCRETAS

1.5 A 11-12 años, en este periodo, el niño estructura su pensamiento lógico-matemático que se caracteriza por la reversibilidad, éste tiene la capacidad de construir su idea de todo lo que le rodea, el niño aprende a transformar las imágenes estáticas en activas y con ello a utilizar el lenguaje y los diferentes aspectos de la función semiótica que están en todas las formas de comunicación. Además el niño aprende los procesos de transformación que sufren los objetos, por ejemplo, cuando una forma es maleable, pasa de largo y delgado a corto y ancho. también en esta etapa aprende a relacionar objetos dependiendo de su color tamaño y forma.

PERIODO DE LAS OPERACIONES
FORMALES

Aproximada mente entre los 11 y 12 años en esta etapa el niño se hace capaz de razonar correctamente sobre proposiciones en las que cree, es decir, a las que considera en términos de hipótesis y puede sacar las consecuencias de verdades simplemente posibles.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

62



Capítulo III



Para **la actividad**, la actividad que implica la transformación del medio a través de instrumentos, viene a constituir la conciencia, ésta, a través de los signos, permite el contacto significativo con los demás y con uno mismo.

La concepción de la evolución o desarrollo, llevó a Vigotsky a estudiar la noción del aprendizaje. Las funciones psicológicas superiores (inteligencia, memoria, y especialmente el lenguaje), son resultado de la comunicación, son signos, que no son otra cosa que la acción interiorizada.

Ejemplo:

Las primeras actividades directas de los niños sobre los objetos, lo llevan a modificar el movimiento de los reflejos, pronto la limitación física de esas acciones directas lo llevan a prolongar su mano a través de la mano de otra (generalmente de la madre), y así aprende a señalar. Rápidamente se constituye en el niño el gesto de señalar, que no es otra cosa sino el intento de asir y utilizar la reacción de la madre. El movimiento de asir se convierte en acto de señalar.

En el desarrollo cultural del niño, toda función aparece dos veces: primero a nivel social, y más tarde a nivel individual; primero entre personas y después en el interior del propio niño.

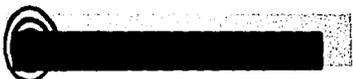
Todos los elementos que intervienen para el desarrollo de la memoria y la inteligencia, son a través de una actividad transformadora que permite al hombre pensar, juzgar, reflexionar y también inventar, imaginar y crear. Todo esto lo realiza mediante los instrumentos generados por la actividad semiótica gracias a la capacidad para extraer de cada objeto su esencia.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III



ERICKSON agrega un componente social y cultural que, según él, permite que el niño salga de sus crisis de desarrollo habiendo enriquecido positivamente su personalidad.

Propone ocho etapas de evolución en la vida. Cada etapa es una crisis psicosocial por vencer y una fortaleza por crear.

a) Primera etapa o infancia, va de cero a doce meses, es la crisis de confianza- desconfianza. Por ejemplo: cuando el niño depende totalmente de la madre en especial para la nutrición siente hambre o necesidad física de presencia inmediata y ésta es otorgada sin falta, se crea la confianza, por el contrario la desconfianza aparece al no recibir el alimento necesario.

b) Segunda etapa: de uno a tres años, se caracteriza por el inicio de la independencia y autonomía que el niño logra, cuando afirma el desplazamiento (al caminar) y comienza a querer hacer todo solo, comer, beber, alcanzar las cosas, etc.

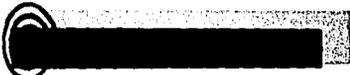
La superación de la crisis se da cuando el niño conquista una relativa autonomía que acompaña de la confianza adquirida, el niño tiene fuerza de voluntad y distingue entre sí y no, bueno y malo, tuyo y mío. además de esto el niño ya puede expresar muchas cosas y se le puede explicar el por qué de las prohibiciones.

c) Tercera etapa: va de los tres o cuatro a los seis o siete: el niño está en la edad del juego, a esta edad el juego es casi siempre simbólico y el juego de las niñas comienza a diferenciarse del de los niños.

Ejemplo: El niño va a jugar más a los policías y ladrones, a la guerra, etc., y las niñas por lo general a la mamá, a la escuelita, a las muñecas. Es el momento del descubrimiento del sexo, no sólo genital sino también en el sentido de que ya sabe si es niño o niña y todo lo que esto conlleva.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





Cuarta etapa: va de los siete u ocho a los once o doce, el niño entra en la edad escolar, aquí la característica es la destreza con la inferioridad, lo que puede crear sentimientos de incapacidad. El niño entra en una etapa de perfeccionismo y absolutismo. Nada es relativo todo es bueno o malo, amigo o enemigo, no hay términos medios.

Quinta etapa es la adolescencia y va de los doce o trece años a los dieciséis o dieciocho. Se caracteriza por la necesidad de identidad y su problema sería la confusión.

Sexta etapa: Adulto joven que sigue a la adolescencia. El adulto joven deberá estar capacitado para la intimidad y la solidaridad frente al aislamiento. Aparecen convicciones ideológicas y un sentido de obligación moral. Es la época en la que el joven llega a poder amar y trabajar con satisfacción, aspectos que constituyen una personalidad madura.

Séptima etapa: llamada madurez o adultez, se presenta la oposición productividad e inercia. El adulto debe ser productivo y creativo; ésta se caracteriza por la preocupación de establecer y guiar a la siguiente generación.

Octava etapa: es la vejez se caracteriza por la integridad y la sabiduría.

65

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

065

2.2.1. Niños con discapacidad

Puede ser una decisión muy difícil escoger un juguete adecuado para cualquier niño, pero a veces se necesita ayuda para escoger juguetes para niños con discapacidades.

Cuando hablamos de niños con discapacidades hablamos de diversos problemas que no es fácil encuadrarlos.

Dentro de cada una de las discapacidades, los niveles son muy diversos.

Por ejemplo; entre una persona con síndrome de Dawn, y una con hiperactividad, un autista y personas con síndrome de Dawn son enormes diferencias entre ellos.

Hay personas con problemas de aprendizaje producto de envejecimiento, falta de respiración al nacer, malparto, golpes en la cabeza, por causas, exógenas o por causas sociales, como puede ser la falta de estimulación, a través de esta puede recuperarse mucho.

Todo esto presenta un abanico de problemas que pretenderán ser resueltos a través de diferentes estrategias didácticas, psicopedagogía y terapéuticas.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

66



Capítulo III

066

2.3. Material Didáctico

El material didáctico sirve para un mejor aprendizaje, facilita el camino de lo concreto a lo abstracto, favoreciendo y enriqueciendo la comprensión personal e interpersonal que es el logro esencial de aprender, genera pensamientos, emociones y una conducta general favorable para la captación del conocimiento.

Estos pueden estar dirigidos a personas o niños que tienen alguna discapacidad o limitaciones, como para niños normales, los materiales ayudarán a solucionar deficiencias de manera parcial y en algunos casos totalmente.

El material didáctico desarrolla conocimientos, conceptos y habilidades básicas que permiten la incorporación social, el aprendizaje de la lectoescritura y las operaciones básicas de las matemáticas, contar, sumar y restar, el desarrollo de la psicomotricidad gruesa como fina.

En conclusión, el material didáctico es un recurso o herramienta para apoyar el desarrollo de conocimientos y habilidades para niños normales y con discapacidades mejorando el aprendizaje.

El material didáctico debe de cumplir con los siguientes conceptos:

Tiempo: el niño debe de reconocer que es día, tarde, noche ahora, rápido, hora, mes.

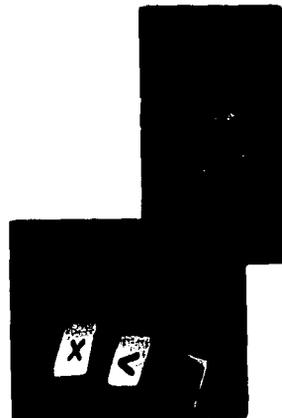
Espacio: lugar en donde se ubicará

Conocimiento: de sobre vivencia, barrer, comer, caminar, etc.

Habilidades: Aseo personal

Aprender a leer, contar, escribir, sumar reconocer el símbolo de los números que va a permitir funcionar en la sociedad.

Ya que se tienen todas estas habilidades básicas, puede empezar a ser autosuficiente y empezar a aportar algo a los demás.



2.3.1. Procedimiento del Material Didáctico

Esta parte de la siguiente teoría.

El desarrollo de los conceptos y habilidades va de lo concreto a lo abstracto.

Ejemplo: Se enseña el concepto de distancia, lejos - cerca

Al niño se le da la orden de que vaya gateando a un árbol que está a 5 metros de distancia y después a otro que está a 10 metros, con esto se logra que el niño perciba físicamente los que es la distancia.

Se hace una práctica de mesa con muñecos y árboles para que el niño manipule sus manos y ojos. Abstracto, éste se explica en el cuaderno con dibujos. Se le dice al niño que ilumine el árbol que está más cerca de la persona y que tache el que está más lejos.

Definición simbólica del lenguaje, este ejercicio se basa en que el niño explique qué es lejos y cerca con sus propias palabras.

El material educativo de este proyecto tiene los cuatro niveles de aprendizaje.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo



68-1

3. Metodo y Metodología

Meta o fin
 Caminos-camino
 Logo-tratado

Método: de (lat. methodus, del gr. métodos).
 Conjunto de operaciones ordenadas con que pretende obtener un resultado.
 Conjunto de elementos para enseñar algo.

Metodología: Ciencia que estudia los métodos del conocimiento

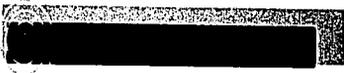
Entendiendo por Metodología el camino por el cual se llegará a un fin

Autor	Problema	Análisis	Replanteo	Definición	Investigación Práctica	Análisis	Conceptual	Técnicas	Recopilación	Sintetización	Presentación	Español Español Técnicas	Por Papeles	Pruebas	Función		
Hobbes	discusión	dogmas	no	crisis	información	dogmas	teorías	Análisis	si	si	si	si	si	si	si	si	crisis, funcional, racional
Popek	discusión	metodo	si	definición	análisis recomendaciones	si	teoría	Análisis	si	si	si	si	no	no	si	si	crisis, funcional, racional
Chaves	Objetos	lo-puede del-puede	Estructura información	Objetos	cuadro psicológico	si	ANIA	no	Sintetiza	Análisis recomendaciones	no	Chaves recomendaciones	no	si	si	si	
Lallich	subjetivo	si	no	Objetos	análisis	si	funcional	si	Recomendaciones	funcional si	no	no	no	si	si	si	
Juan Costa	planteamiento	no	no	no	si	si	si	no	si	no	si	no	no	no	no	si	
Cual UAH	caso	si	no	caso	no	no	no	si	si	no	si	no	si	no	si	si	
Albareda	no	requiere	no	intención	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	no	
Díaz	Presentación	organiza	si	si	si	si	si	Lógica	si	si	no	no	si	no	si	si	función, análisis, presentación, recomendaciones



TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Capítulo III



on esta comparación se observa que las metodologías de algunos autores proponen una profunda investigación y análisis a partir de la cual se empieza la proyectualización, además de que las metodologías no deben ser rígidas y completamente racionales, algunas de ellas se basan en la intuición y en la imaginación, lo importante es combinar racionalidad e intuición y en la imaginación, lo importante es combinar racionalidad e intuición, esto es mucho más difícil que ser completamente racional y lógico que sea un método siempre particular para cada trabajo, con ésto se pretende decir que no existe una metodología única pero sí que sea cual sea el problema a resolver, se debe organizar un "modus operandi" que responda a las necesidades propias de dicho trabajo.

Con este análisis de la metodologías citadas por varios autores, se llegó a la conclusión de que se tiene que partir de un problema o proyecto a desarrollar; tener una comunicación plena con el cliente para saber que es lo que quiere, cuales son sus necesidades reales y concretas, investigar sobre el tema, buscando todo el material posible, teniendo en cuenta a quién va dirigido, analizar e interpretar la información, teniendo recabada y analizada la información se empieza a conceptualizar en diferentes códigos visuales y plantear un estilo, teniendo esto, se comienza a trabajar en los primeros bocetos para hacer una selección que consta de tres partes: la preliminar, el desarrollo y la concreción del proyecto, éste ya aprobado con toda su justificación se prepara para su reproducción.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III

3.1. Problema

oda vez que se tiene el método y la metodología a seguir para desarrollar este proyecto empezaremos con el problema. Este es un juego didáctico para niños con problemas de aprendizaje, el cual tiene que ser atractivo, novedoso y económico; que pueda competir en el mercado, además, a éste se le agregará un instructivo de uso, y con una explicación breve del por qué del juego.

3.1.2. Análisis

Juego didáctico: Para diversión de los niños, así como para aquéllos con problemas de aprendizaje.

Atractivo: Para el comprador y el usuario. Ya que los padres, los maestros, los pedagogos y los terapeutas son los que adquieren el producto, por tal motivo debe ser atractivo para ellos y después para los niños, a éstos les debe ser agradable a la vista para que los incite a jugar y así aprender.

Novedoso: Debe tener una función y una imagen que proyecte algo nuevo y funcional.

Económico: Producto de buena calidad y costo accesible para todo tipo de clientes.

3.1.3. Interpretación

e debe crear una imagen atractiva, novedosa y económica; un juego didáctico para niños de cualquier edad, así como para niños con algún problema de aprendizaje. Sabiendo que el producto debe ser económico, deberá dar una imagen con calidad además de darle importancia, ya que estos juegos no son tan reconocidos; por que no tienen difusión, con este tipo de material, los niños no solamente se divierten, sino también aprenden. Estos compiten con los juguetes de pilas, este tipo de producto se podría decir que juega solo, no hay una interacción entre el niño y el juguete. Por tal motivo se tiene que hacer un envase impactante para que los clientes lo reconozcan y se recomienden.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.2. Investigación Interna

Como se mencionó en el capítulo anterior, el proyecto es nuevo así como la marca, la investigación interna se basa principalmente en los antecedentes personales del cliente, ¿Como le surge la idea?, ¿Desde hace cuánto?, ¿Qué es lo que necesita para llevarla a cabo?; a este punto se le agregará información acerca del juego.

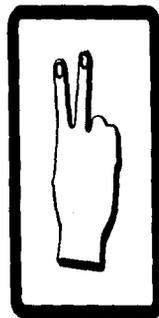
Empezando por el nombre: "Mis Primeros Números", este juego está compuesto por un conjunto de 72 cartas con las cuales se puede realizar el juego de la memoria, utilizando diversas combinaciones de cartas, además se puede usar como material educativo y terapéutico para la enseñanza de la numeración básica.

- 11 cartas de puntos
- 11 cartas de manos
- 11 cartas del nombre de los números
- 11 cartas de números morados
- 11 cartas de números rojos
- 11 cartas de números anaranjados
- 6 cartas blancas

Descripción de las cartas

anos: Los niños empiezan a contar con los dedos de sus manos, siendo éste el nivel de aprendizaje más concreto que se puede dar en las matemáticas. Esto favorecerá a que el niño aprenda sin mucho esfuerzo la numeración que está implicado en ello.

Se recomienda que las personas adultas que jueguen con los niños o bien con personas con problemas de aprendizaje, hagan imitar con sus manos las posiciones que se encuentran en las cartas.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

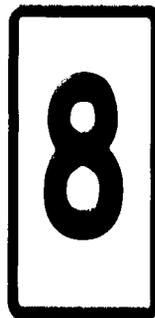
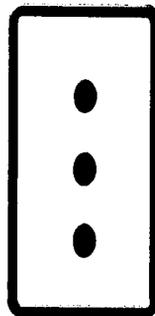
untos: El número de dedos de la mano representa el número de objetos que se encuentran fuera de nosotros, es decir, en el mundo que nos rodea, por eso, el siguiente juego de cartas son las que tienen los puntos (tipo domino), que representarán dichos objetos.

Aquí el niño comenzará a relacionar el número de dedos con el número de puntos.

La colocación de los puntos se hizo con la intención de que sean reconocidos de manera rápida por los niños, ésta colocación (constelación) representada básicamente por el número cinco, se apoya en los cinco dedos de cada una de las manos.

úmeros: representación simbólica del número).

El número de dedos y de objetos (puntos) se representan con un símbolo numérico (1,2,3,etc.), este juego de cartas favorecerá a que el niño conozca cómo se representa un número de objetos con un símbolo correspondiente, lo que implica uno de los primeros pasos en proceso de abstracción y simbolización de la numeración, de las cantidades.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

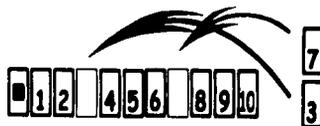
Capítulo III

alabra número: Estas cartas representan el número en palabras. El objetivo de estas cartas es de apoyo para que el niño llegue a conocer cómo se escriben con palabras los números del uno al diez, utilizando para ello el principio del método global de lecto-escritura que es leyendo la palabra completa. Esto también es una representación simbólica de los números y por lo tanto, un nivel importante de abstracción en el proceso de aprendizaje del infante. De la misma manera se recomienda hacer que los niños relacionen estos juegos de tarjetas con los demás juegos.

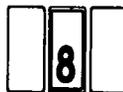
artas blancas: Las cartas blancas no son para utilizarse en el juego de "Mis Primeros Números", sin embargo se han incluido para utilizarlas como material educativo y terapéutico, o bien, se pueden incluir un para de ellas en el juego de memoria.

Como material educativo o terapéutico pueden utilizarse para que el niño coloque encima de ellas las cartas que corresponden a la numeración del uno al diez, o bien, las cartas que van antes o después de cualquier carta.

Ejemplo:



¿Que carta va antes del ocho y cual va después?



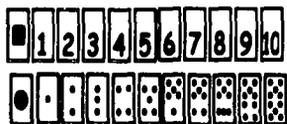
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

Instrucciones del juego

Objetivo del juego de "Mis Primeros Números" es lograr colocar el mayor número de cartas en la seriación del uno al diez en las hileras que les corresponda.

Recomendaciones



El juego cuenta con seis juegos de cartas (manos, puntos, números rojos, morados, anaranjados y palabras del nombre de los números). Se pueden jugar con un número de dos juegos de cartas o bien con tres juegos de cartas, cuatro, cinco o seis juegos. Entre más juegos de cartas se incluyan, más complejos y tiene mayor duración de tiempo.

Se recomienda para niños que apenas comienzan a conocer la numeración, posteriormente incluir un juego de cartas número de cualquier color, es decir jugar con tres juegos de cartas.

Ya dominado por el niño el juego con estas cartas es conveniente añadir el juego de cartas 8 palabras número para que jueguen con cuatro juegos de cartas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





jemplo. manos, puntos rojos, números verdes, números morados, o bien: manos números verdes, números rojos, palabras números.

Se recomienda buscar diversas combinaciones.

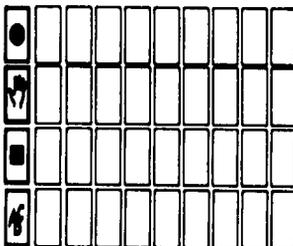
Las cartas restantes (40) se barajan).

Las cartas que se barajearon se colocan al azar formando hileras horizontales de 9 cartas a partir de cada una de las cartas guía.

Instrucciones

Se selecciona el juego de cartas con las que se va a jugar.

De los juegos previamente seleccionados, se separan las cartas guía de cada uno de ellos y se colocan sobre la mesa formadas verticalmente.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

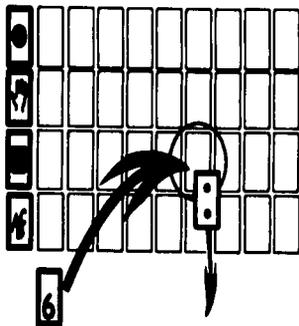
Capítulo III

Después de colocarlas de esta manera, sobrarán cuatro cartas.

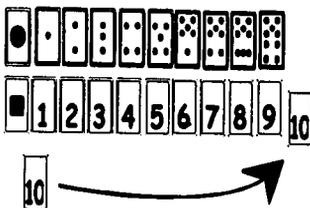
El primer jugador que le toque tirar, tomará una de las cuatro cartas sobrantes y la colocará boca arriba en el lugar que le corresponde, que es donde se encuentra su carta guía según la seriación numérica del uno al diez.

Quitando a la vez la carta que se encuentra boca abajo ocupando ese lugar.

Ejemplo:



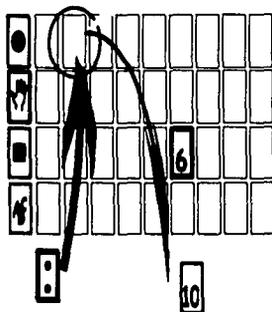
A la siguiente tirada por el mismo jugador se colocará la carta que se retiro, siguiendo la seriación numérica en el lugar quitando nuevamente la carta que ocupa ese lugar.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

Este procedimiento de sustitución de cartas y de colocación en función de su carta guía y de su seriación numérica se repetirá hasta encontrarse con una de las cartas que tengan el número diez la cual se colocara al final de la línea horizontal que le corresponde.

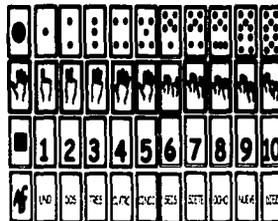


Al colocar una carta con el numero diez las cartas sobrantes se reducirán a tres; claro está si se está jugando como en este ejemplo, con cuatro juegos de cartas.

De las cartas sobrantes se tomará una y se colocará nuevamente en el lugar que le corresponde siguiendo así el mismo procedimiento anteriormente mencionado. Hasta encontrarse con otra carta con el número diez que se colocará de la misma manera para que queden solo dos cartas sobrantes.

Este procedimiento se repetirá las veces que sea necesario hasta que el jugador se quede sin cartas para ser intercambiable.

Colocando los cuatro dieces ya no habrá cartas intercambiables por lo que acabará el juego para el primer jugador.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III

Juego de Memoria

Instructivo

El juego de la memoria se juega con las mismas reglas que todos conocemos.

Se seleccionan dos juegos de cartas con las que se va a jugar.

Se barajan, y se colocan boca abajo en hileras.



El primer jugador voltear dos cartas y si no son par se vuelven a voltear boca abajo.

El siguiente jugador realiza su tirada volteando otras dos cartas buscando hacer par, el jugador que logre voltear dos cartas que hagan par se queda con ellas; ganará el jugador que haga el mayor número de pares.



Para hacer más complejo el juego se recomienda jugar con tres juegos de cartas con la finalidad de formar tercias.



Datos del Consumidor

Público al que va dirigido:

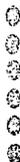
En este caso tenemos dos públicos el que adquiere y el que lo consume.

El primero son los padres, maestros, pedagogos o psicólogos o alguna persona mayor.

El segundo son los niños y niñas de 4-7 años aprox.

Status. Clase media

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Capítulo III

3.2.1 Aspectos Legales para Juguetes

bedeciendo a la norma Oficial Mexicana NOM-015-SCFI-1988, INFORMACIÓN COMERCIAL -ETIQUETADO EN JUGUETES

Definiciones:

Accesorio: Es aquel artículo que se utiliza como complementario de los juguetes.

Advertencia: Leyenda que señala una situación de alerta en el uso del juguetes.

Consumidor: Persona física o moral que adquiere o disfruta, como destinatario final, juguetes. No se considera como consumidor quien adquiere, almacena, utiliza o consume juguetes con objeto de integrarlos en proceso de producción, transformación comercialización o prestación de servicios a terceros.

Embalaje: Material que envuelve, contiene y protege los juguetes para efectos de su almacenamiento y transporte.

Envase: Cualquier recipiente o envoltura en el cual está contenido el producto para su venta al consumidor.

Etiqueta: Cualquier rótulo, marbete, inscripción, imagen u otra materia descriptiva o gráfica escrita, impresa estarcida, marcada, grabada en alto o bajo relieve, adherida o sobrepuesta al juguete, a su envase o, cuando no sea posible por las características del juguete o envase, al embalaje.

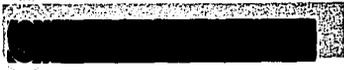
Fabricante: Es la persona física o moral responsable de la transformación de insumos en juguetes.

Garantía: Documento mediante el cual el fabricante, comerciante y/o importador que lo ofrezca, se compromete a responder del funcionamiento del juguete, por un tiempo determinado, en caso de que éste presente cualquier defecto de fabricación o en los materiales utilizados en la misma.

Instructivo: Información escrita dirigida al consumidor que explica el correcto funcionamiento, uso, ensamblado o armado del juguete.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





Juguete: Cualquier producto o materia concebido, destinado y fabricado del todo evidente a ser utilizado con finalidad de juego o entretenimiento, el cual puede usarse o disfrutarse en forma activa o pasiva.

Uso indebido: Condiciones en las cuales el consumidor puede someter un juguete, y las cuales no son consideradas como condiciones de uso normal o adecuado, tales como: desarmarlo indebidamente, lanzarlo, tirarlo o en general, usar el juguete para un propósito distinto de aquel para el que fue concebido o indicado en el instructivo.

Uso normal o adecuado: Formas de empleo o manejo del juguete, las cuales se indican en el instructivo que acompañan al mismo y que han sido establecidas por el fabricante, la costumbre, estilo o que son evidentes, derivadas de las características del propio juguete.

Requisitos generales de información comercial: La información acerca de los juguetes debe ser veraz; describirse y presentarse de forma tal que no conduzca a error al consumidor con respecto a la naturaleza y características de los juguetes, observándose en todo caso lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor.

La información obligatoria que se ostenta en las etiquetas de los juguetes debe:

Cumplir con lo que establece la NOM-008-SCFI-1993, sin perjuicio de que adicionalmente se pueda expresar en otro sistema de unidad de medida. La información que se exprese en un sistema de unidades distinto al Sistema General de Unidad de Medida, debe expresarse también en este último, cuando menos en el mismo tamaño de letra y/o números y de manera igualmente ostensible y presentarse en la etiqueta del juguete o del producto que lo contiene, cuando éste sea el caso, de manera tal que permanezca disponible hasta el momento de ser adquirido por el consumidor.



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

stentarse de manera tal que el tamaño y tipo de letra permitan al consumidor su lectura a simple vista. Exclusivamente la información señalada en el presente capítulo debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de presentarse en otro idioma.

Datos obligatorios en el envase:

1. Nombre genérico del producto: cuando éste no sea plenamente identificable a simple vista por el consumidor.

Indicaciones de cantidad en forma escrita o gráfica.

2. Los juguetes que se comercialicen por cuenta numérica en empaques que permitan ver su contenido, no requiere presentar declaración de cantidad.

3. Nombre razón social y domicilio del productor o responsable de la fabricación para productos nacionales.

4. Leyenda que identifique el país de origen, por ejemplo: «producto de...», «hecho en ...» «manufacturado en ...» u otros análogos sujeto a lo dispuesto en

los tratados internacionales de los que los estados Unidos sean parte.

5. Leyenda o símbolo que indique la edad del consumidor recomendada por el fabricante para su uso.

6. Los juguetes de la aplicación deben ir acompañados, cuando el juguete lo requiera, de instructivos sin cargo adicional. Dicho instructivo debe contener las indicaciones claras y precisas para su uso normal, conservación y mejor aprovechamiento, así como las advertencias necesarias para el manejo seguro y confiable de los mismos.

Ya sea en el producto, empaque o instructivo, cuando el juguete lo requiera se debe ostentar las siguientes precauciones:

1. Precaución que debe tomar el usuario para el manejo, uso o disfrute el juguete.

2. Indicaciones de conexión o ensamble para su adecuado funcionamiento, cuando éstos sean necesarios.

3. Cuando se ofrezca garantía del juguete, ésta debe establecerse en los términos dispuestos por la ley Federal de Protección al Consumidor.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.3. Investigación Externa (Tabuladores)

Tabulador Tipo de Material
 Producto Juego didáctico
 Cliente Psic. Javier Michel

No. 1

Observaciones Se observán en su mayoría envases de cartón

MARCAS	Botella	Caja	Bolsa	Envoltura						
Borras		●								
Educa		●								
Educato	●	●	●							
The learning Journey		●								
Mi alegría		●								
Diako		●								
Glúglú										
Veritron		●								
Bebe boom				●						
Libre				●						
Juego birjan		●								
Magneticos				●						

Conclusiones En el mercado la mayoría de los envases son cajas de cartón



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Capítulo III



Tabulador Colores en Cartas
 Producto Juego didáctico
 Cliente Psic. Javier Michel

No. 2

Observaciones Se nota una variedad de colores

MARCAS	Negro	Amarillo	Rojo	Verde	Blanco	Degradados	Varios						
Borras							●						
Educa	●	●	●	●	●	●							
Educatodo	●	●	●	●	●								
The learning Journey							●						
Mi alegría	●	●	●	●									
Diako	●	●	●	●									
Glúglú	●	●	●	●	●								
Veritron	●	●	●	●	●	●	●						
Bebe boom		●	●	●									
Libre	●		●		●								
Juego birjan							●						
Magneticos	●	●	●	●	●								

Conclusiones La mayoría de lastarjetas tienen los colores primarios y secundarios



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Capítulo III



Tabulador Tipo de material en cartas

No. 3

Producto Juego didáctico

Cliente Psic. Javier Michel

Observaciones Se observán 4 tipo de materiales

MARCAS	Cartón	Plástico	Madera	Tela									
Borras	●		●										
Educa	●		●										
Educato	●	●	●										
The learning Journey	●												
Mi alegría	●												
Diako	●												
Glúglú	●												
Veritron	●												
Bebe boom		●	●	●									
Libre		●											
Juego birjan	●												
Magneticos		●											

Conclusiones De los 4 tipo de materiales el más usado es el cartón



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Capitulo III



Tabulador Tipo de impresión en cartas y envases

No. 4

Producto Juego didáctico

Cliente Psic. Javier Michel

Observaciones Se onbreva a simple vista en la mayoría una impresión en offset

MARCAS	Serigrafía	Offset	Plástico	Termoformas										
Borras		●												
Educa		●												
Educatoado	●	●												
The learning Journey		●												
Mi alegría		●												
Diako		●												
Glúglú		●												
Veritron		●												
Bebe boom	●													
Libre	●													
Juego birjan		●												
Magneticos			●	●										

Conclusiones

Como se observo la mayori de las cartas están impresas en offset

56



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Capitulo III



Tabulador **Forma de envase**

No. **5**

Producto **Juego didáctico**

Cliente **Psic. Javier Michel**

Observaciones **en su mayoría son cuadrados los envases**

MARCAS														
Borras														
Educa		<input type="checkbox"/>												
Educator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Botella								
The learning Journey		<input type="checkbox"/>												
Mi alegría		<input type="checkbox"/>												
Diako		<input type="checkbox"/>												
Glúglú		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
Veritron		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>											
Bebe boom					Emplayado									
Libre					Emplayado									
Juego birjan		<input type="checkbox"/>												
Magneticos						Blister								

Conclusiones **La forma de envase más utilizado es el rectangular y en algunos casos el cuadrado**



TESIS CON FALLA DE ORIGEN.

Capítulo III



Tabulador Colores en Marca

Producto Juego didáctico

Cliente Psic. Javier Michel

Observaciones Se observa el rojo y el amarillos

No. 6

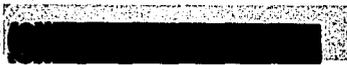
MARCAS	Verde	Blanco	Rojo	Negro	Naranja	Amarillo	Azul	Morado	Rosa	Selección		
Borras			●	●								
Educa		●	●	●	●							
Educator										●		
The learning Journey	●	●				●	●					
Mi alegría			●			●	●					
Diako		●	●			●						
Glúglú	●	●	●		●		●	●	●	●		
Veritron	●			●								
Bebe boom												
Libre												
Juego birjan	●		●				●	●				
Magneticos	●		●	●	●							

Conclusiones Se maneja en primer lugar el rojo, en segundo el verde y la mayoría utiliza u colores en su marca



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Capitulo III



Tabulador **Tipografía en marcas**

No. **7**

Producto **Juego didáctico**

Cliente **Psic. Javier Michel**

Observaciones

MARCAS	Futura	Helvetica	Times	Arial	Fantasia								
Borras	●												
Educa	●												
Educatodo		●											
The learning Journey			●										
Mi alegría					●								
Diako				●									
Glúglú				●									
Veritron					●								
Bebe boom				●									
Libre													
Juego birjan		●											
Magneticos	●												

Conclusiones **Se utiliza tipografía palo seco como Futura y arial.**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III



Tabulador No. de tipografías empleadas en el envase

No. 8

Producto Juego didáctico

Cliente Psic. Javier Michel

Observaciones

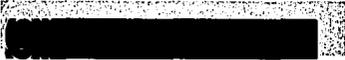
MARCAS	Logotipo	2ª	3ª										
Borras	●	●	●										
Educa	●	●	●										
Educato	●												
The learning Journey	●	●	●										
Mi alegría	●	●	●										
Diako	●	●											
Glúglú	●	●											
Veritron	●	●											
Bebe boom													
Libre													
Juego birjan	●	●	●										
Magneticos													

Conclusiones La mayoría utiliza 3 tipos en sus envases



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III



Tabulador colores en el envase

No. 9

Producto Juego didáctico

Cliente Psic. Javier Michel

Observaciones Se nota una variedad de colores

MARCAS	Verde	Rojo	Amarillo	Negro	Azul claro	Azul Obsc.	Blanco	Morado	Naranja	Verde Cl.	Rosa	Varios
Borras	70%	7%	3%	1%	1%	1%	10%	3%	5%	2%		
Educa	10%	45%		5%			40%		5%			
Educator	5%	60%	20%	5%			10%					
The learning Journey	25%	10%	5%		2%	2%	10%	5%				
Mi alegría	2%	3%	8%		5%	65%	5%				5%	
Diako												
Glúglú	70%	5%	5%	2%	2%	5%	5%		3%		5%	
Veritron												100%
Bebe boom	2%	2%	87%	2%	2%		2%		2%			
Libre												100%
Juego birjan	5%	5%	5%	10%			68%					
Magneticos	10%	10%	10%	20%		10%		10%				

Conclusiones

Los colores mas utilizados o su porcentaje son el verde, el rojo, el amarillo y el blanco, los demás son usados en pequeñas cantidades



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capitulo III



Tabulador **Imagen en el envase**

No. **10**

Producto **Juego didáctico**

Cliente **Psic. Javier Michel**

Observaciones

MARCAS	Cartas	Fichas	Ilustración	Foto										
Borras	●													
Educa	●													
Educatoro														
The learning Journey			●											
Mi alegría	●		●											
Diako	●													
Glúglú	●	●												
Veritron	●													
Bebe boom														
Libre														
Juego birjan			●											
Magneticos			●											

Conclusiones **Se utiliza en la mayoría la image de las cartas ya que así el cliente tiene un acercamiento con el producto.**



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.3.1. Competencia



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III

3.4. Brif de Comunicación

Proyecto: Juego didáctico para niños con problemas de aprendizaje.

Mercado. Padres de familia y niños entre 5 y 7 años

La mayoría de los materiales educativos no tienen un envase llamativo, los que lo tienen caen en lo formalismo, por ser un juguete de educación, y no caen en lo divertido esto es lo que incita a los niños a jugar y a los padres de familia a comprar.

Se busca obtener una imagen que de la sensación de diversión.

La imagen debe ser atractiva, divertida, con un envase novedoso para que logre posicionarse y estar presente en la mente del perceptor (consumidor primario) y el niño (consumidor secundario) para el debe ser algo novedoso, divertido llamativo y el cual lo va hacer sentir y se divierte (aprendiendo de forma ludica).

La que los niños necesitan que las formas y objetos que tiene a su alcance y que los hacen aprender sean llamativos, que los motiven a jugar y aprender, pues en estos tiempos los niños son mas exigentes con lo que desean.

El juego busca lograr que el público no solo padres de familia sino tambien psicólogos, pedagogos, maestros, se interesen en adquirir este producto.

El envase junto con su imagen tendra la función de atraer la atención del público y por lo tanto sus compra.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III

3.4.1. Brif de Diseño

Proyecto: Juego didáctico para niños con problemas de aprendizaje.

Mercado: Padres de familia y niños entre 5 y 7 años

Gimick: el envase es tipo lonchera, y será el elemento de recordación.

Impresión: Será en offset

Envase: será de cartulina cople de 20pts

Tipografía: se usará Tipo paloseco novedoso, para el logo de la marca general y la submarca. Características del diseño: reiterará el aspecto lúdico y mostrara una tendencia infantil.

Legales: estarán con tipografía paloseco, ya que está es una tipografía legible y entendible(Futura, Helvética O Cómic Sans)

Color: En el logo se manejarán el rojo o el azul, dependiendo del fono. Panel frontal del envase: se propone usar el rojo, aunque en los tabuladores realizados aparece el verde, se propone el rojo ya que es un color intenso; niños y adultos son atraídos por este color.

Elementos gráficos: se propone utilizar una ligera cuadrícula para dar un soporte y estabilidad a todo el dinamismo del diseño. Se utilizarán como elementos las cartas del juego para que los posibles clientes tengan una mejor visualización de lo que es el juego.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

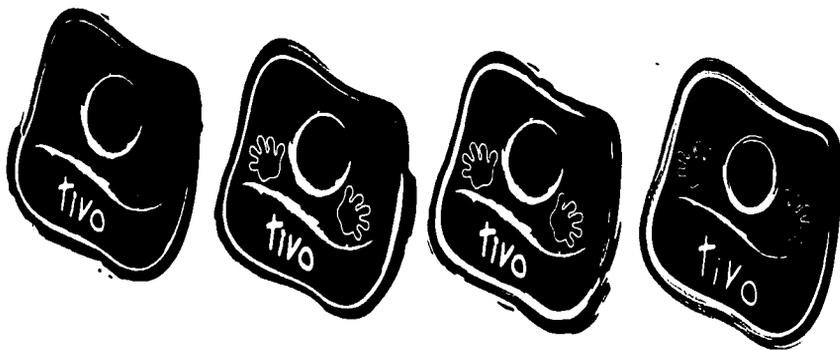
3.5. Primeras imágenes de la Marca



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

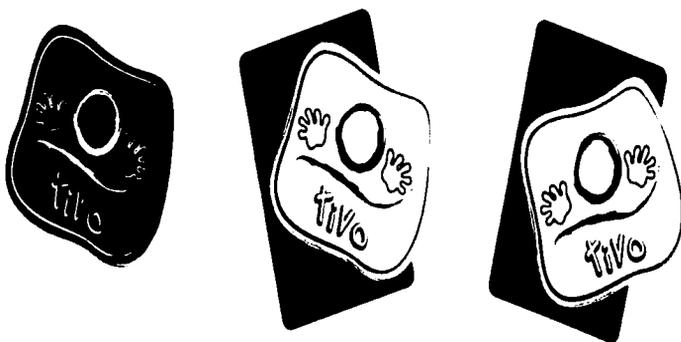
3.5.1. Alternativas de solución solución



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

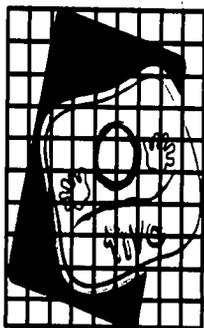
3.5.2. Bocetos preeliminares



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.5.3. Red



Pantone
199C



Pantone
293C

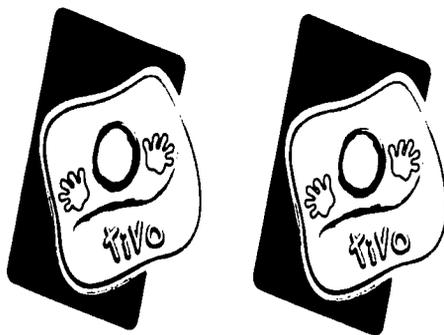


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.5.4. Solución

En este caso, el logotipo se va a manejar de color azul puede cambiar, dependiendo del fondo a color rojo, los trazos son muy sueltos, además de la silueta del niño es tipo brochazo, para dar la sensación de libertad, se le da una cierta inclinación a las figuras para hacer el logotipo un poco más dinámico, las puntas redondeadas del rectángulo hacen ver al logotipo suave y gentil, traté de destacar las manos, ya que en la mayoría de los materiales, es lo que se utiliza.



■
Pantone
199C

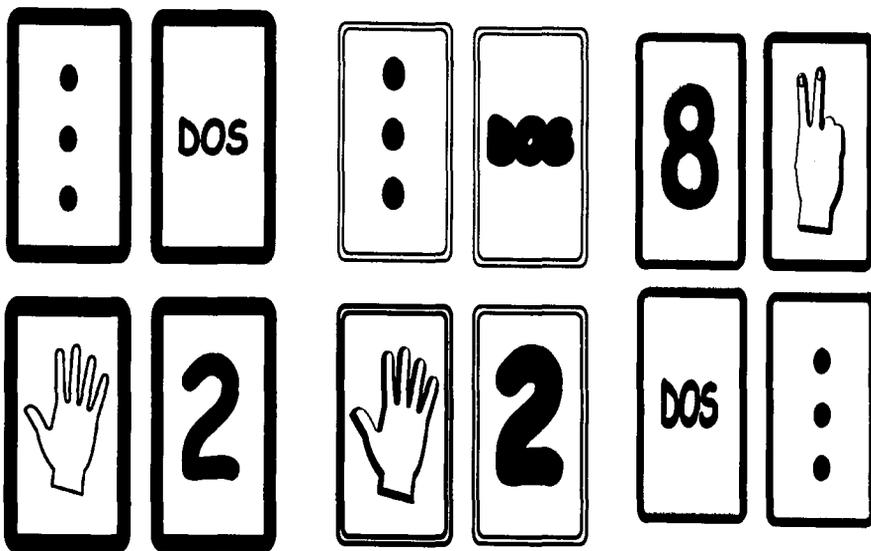
■
Pantone
293C



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

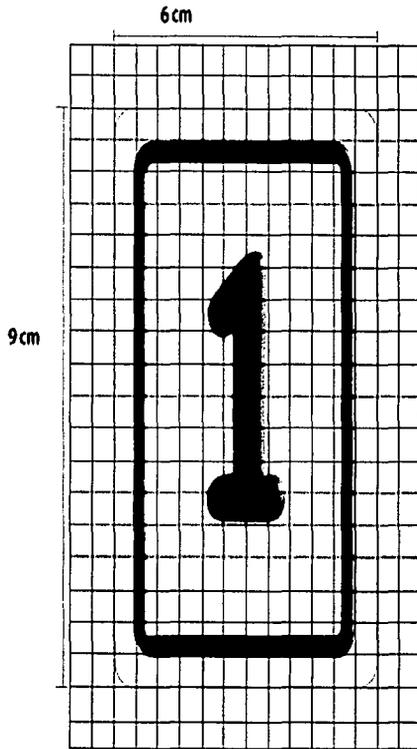
Capítulo III

3.6. Alternativas de solución de cartas



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

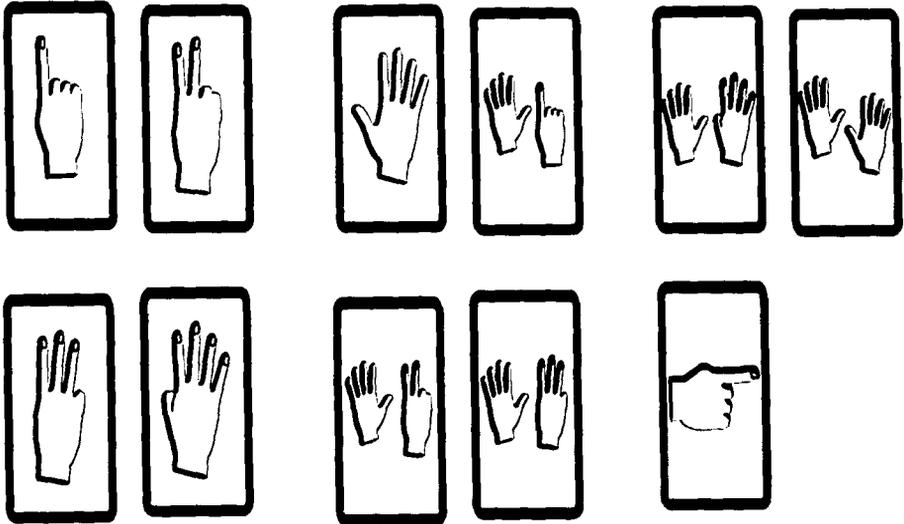
3.6.1. Red



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

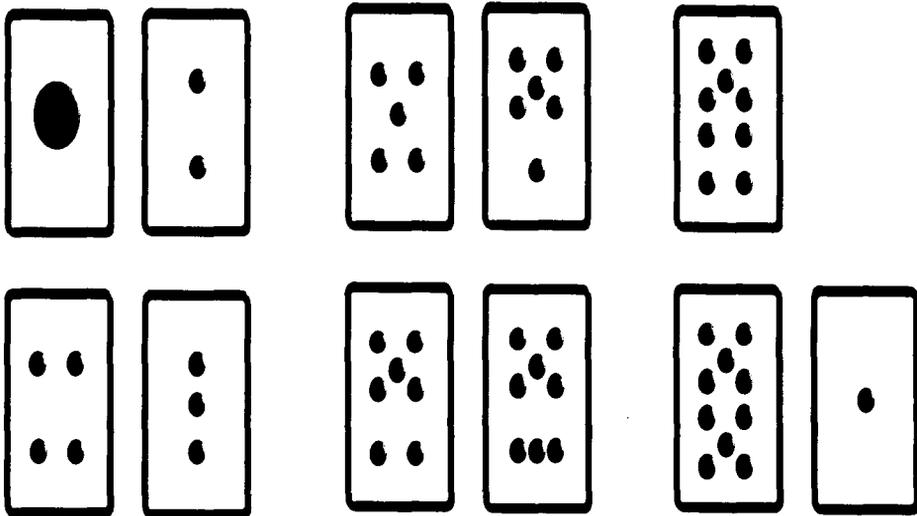
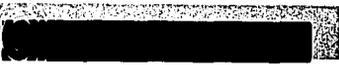
Capítulo III

3.6.2. Solución de cartas



TESIS CON
PALA DE ORIGEN

Capítulo III

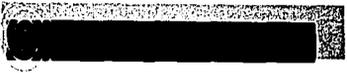


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



TESIS CON
FALLA DE

Capítulo III



1

2

4

5

8

9

3

■

6

7

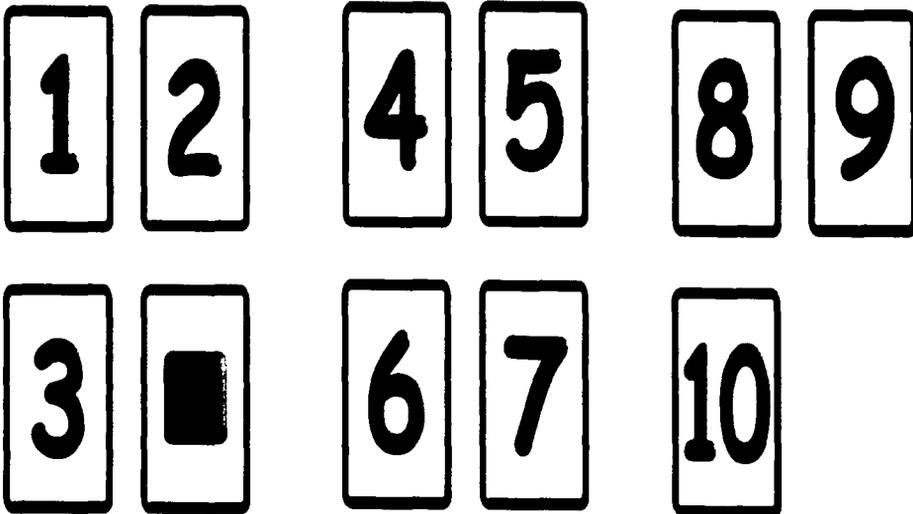
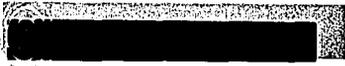
10

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



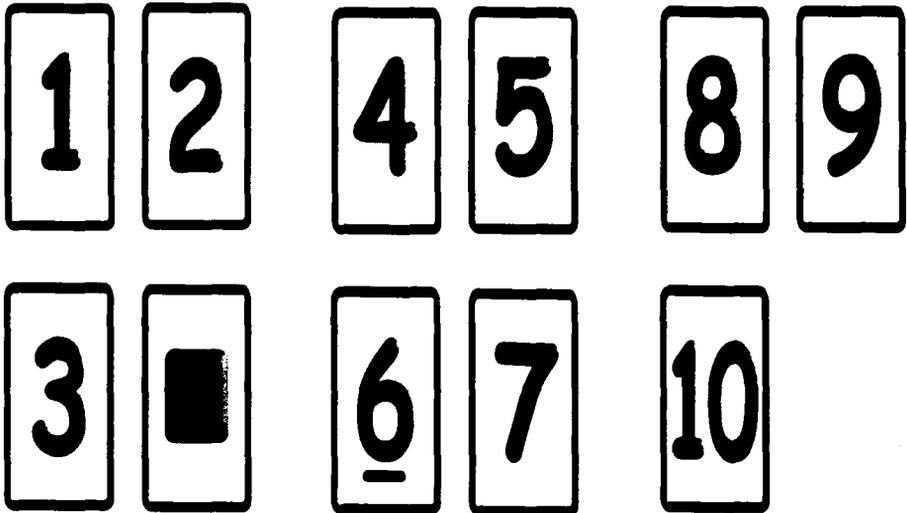
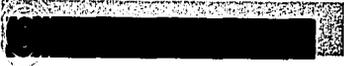
TESIS CON
FALLA DE

Capítulo III



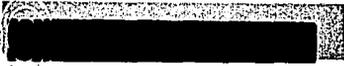
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III



UNO

DOS

CINCO

SEIS

NUEVE

DIEZ

TRES

CUATRO

SIETE

OCHO

AS

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III

3.7. Diseño de Instructivo

3.1. Descripción de los datos

3.2. Método

3.3. Indicaciones

3.4. Diagrama de flujo

3.5. Instrucciones

3.6. Ejercicios

Juego de Memoria

Instructivo

1. El jugador debe seleccionar un número de un grupo de números.
2. Se debe seleccionar un número de un grupo de números.
3. Se debe seleccionar un número de un grupo de números.
4. El jugador debe seleccionar un número de un grupo de números.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

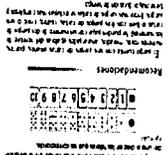


- 11. Carta blanca
- 12. Carta blanca
- 13. Carta blanca
- 14. Carta blanca
- 15. Carta blanca
- 16. Carta blanca
- 17. Carta blanca

Este tipo de cartas se utilizan para solicitar información o para hacer un pedido. Se debe indicar claramente el objeto de la carta y el destinatario.

Nota

Este tipo de cartas se utilizan para solicitar información o para hacer un pedido. Se debe indicar claramente el objeto de la carta y el destinatario.



El objetivo del juego es encontrar la ruta más corta que conecte los números del 1 al 10 y las letras de la A a la J.

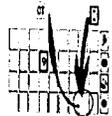
Cartas blancas:

Las cartas blancas se utilizan para solicitar información o para hacer un pedido. Se debe indicar claramente el objeto de la carta y el destinatario.

Como primer paso se debe indicar el objeto de la carta y el destinatario. Se debe indicar claramente el objeto de la carta y el destinatario.



El objetivo del juego es encontrar la ruta más corta que conecte los números del 1 al 10 y las letras de la A a la J.



El objetivo del juego es encontrar la ruta más corta que conecte los números del 1 al 10 y las letras de la A a la J.



El objetivo del juego es encontrar la ruta más corta que conecte los números del 1 al 10 y las letras de la A a la J.

9. Averiguar una ruta que conecte los números del 1 al 10 y las letras de la A a la J.

10. De las cartas blancas se debe indicar el objeto de la carta y el destinatario. Se debe indicar claramente el objeto de la carta y el destinatario.

11. Las cartas blancas se utilizan para solicitar información o para hacer un pedido. Se debe indicar claramente el objeto de la carta y el destinatario.

12. Como primer paso se debe indicar el objeto de la carta y el destinatario. Se debe indicar claramente el objeto de la carta y el destinatario.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.7.1. Portada de Instructivo

Folletín para instructivo de
13 páginas interiores, portada y contra.

Tamaño Final de 13 x 10 cm

Impreso en Offset en papel Bond de
90 gr.

Acabado



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

112

3.8. Primeras Imágenes

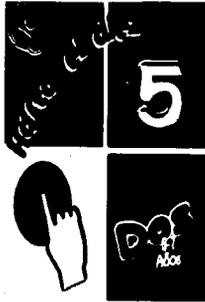


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.8.1. Alternativas de solución

Alternativa de solución



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.8.2. Bocetos preliminares



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.8.3. Solución

utilicé como elemento principal el mismo juego, para que a simple vista el cliente se percate de lo que lo integra, por la forma en que están acomodadas las cartas, se denota la diversión y el dinamismo.

En el fondo se utilizó una cuadrícula para darle un soporte a todo el dinamismo del diseño, se empleó el color rojo ya que llama la atención, además de ser un color que denota vivacidad, dinamismo, con mucha energía; se puede emplear cuando queremos indicar calidez, eficiencia y estimulación.

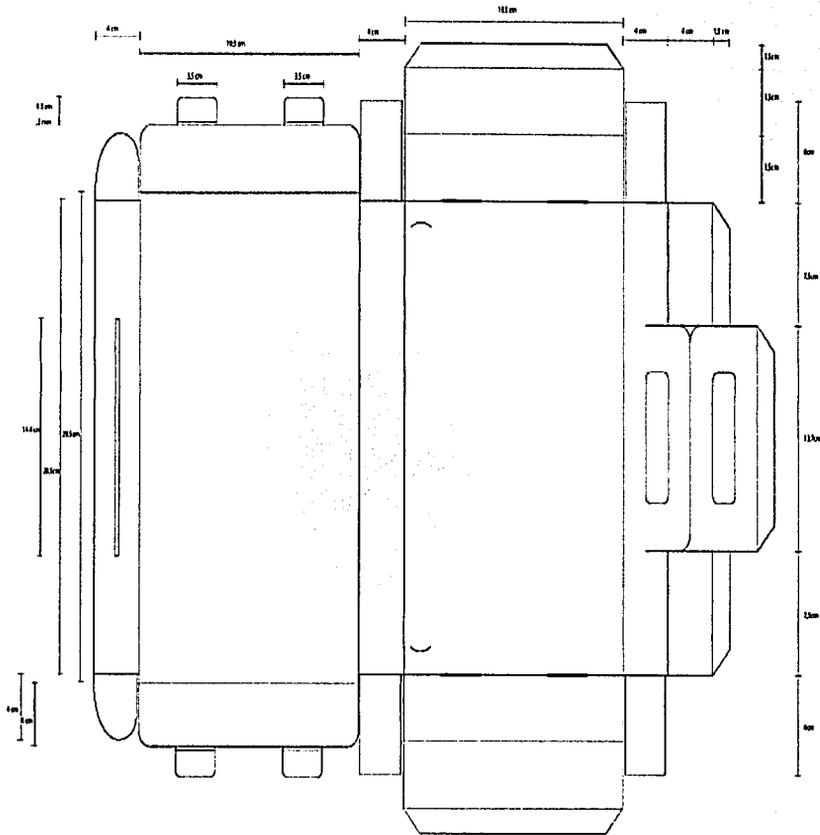
La tipografía es tipo palo seco decorativa novedosa, da la apariencia que la escribió un niño, así se identificara con el juego.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.8.4. Plano Mecánico



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III

3.8.5. Envase Desplegado

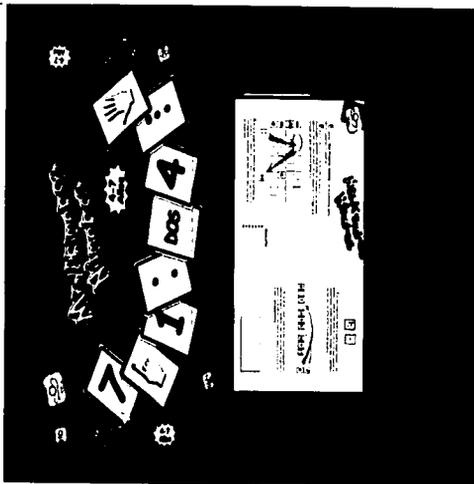
Especificaciones:

Medidas de envase terminado
29 x 19 x 4 cm

La impresión de este sera en offset a
4 X o tintas con un recubrimiento de
Barniz UV.

En Papel caple de cara blanca de
18 Pts

Se entregará armado



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.8.6. Original Digital



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III

3.8.7. Pre-Prensa

Este proyecto fue realizado en plataforma Macintosh, usando los siguientes programas, Ilustreitor 10 y Photoshop 7.0 en los cuales también se llevaron a cabo las formaciones para salida a negativo.

Se eligió el Offset como el método para imprimir este proyecto por su excelente calidad de definición y por el costo de que no es tan elevado, además de que se pueden imprimir tirajes altos como bajos.

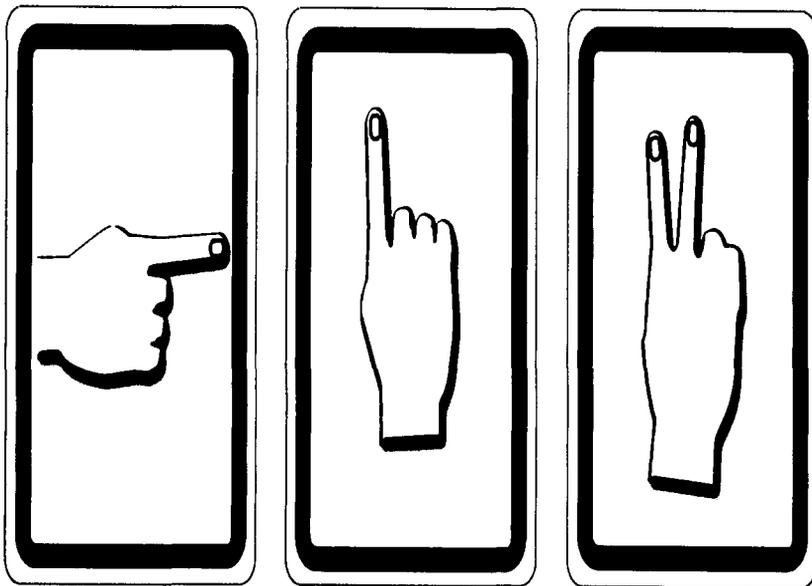
Al negativero se le debe enviar disco de respaldo con el nombre del archivo del que se va a hacer los negativos, previamente echa la formación de trabajo todo convertido a curvas o si es posible enviar las fuentes ocupadas, teniendo en cuenta para las formaciones los rebases y líneas guía.

Para un mejor resultado en el proceso de Pre-Prensa e impresión se deben tomar los siguientes puntos.
Investigar imprentas y burós
Preguntar con respecto a tamaños, tintas, soportes, formatos de archivo, suajes, etc.
Definir los colores ya sean directos o en selección.
Revisar las pruebas de color y los primeros ejemplares salidos de las prensas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

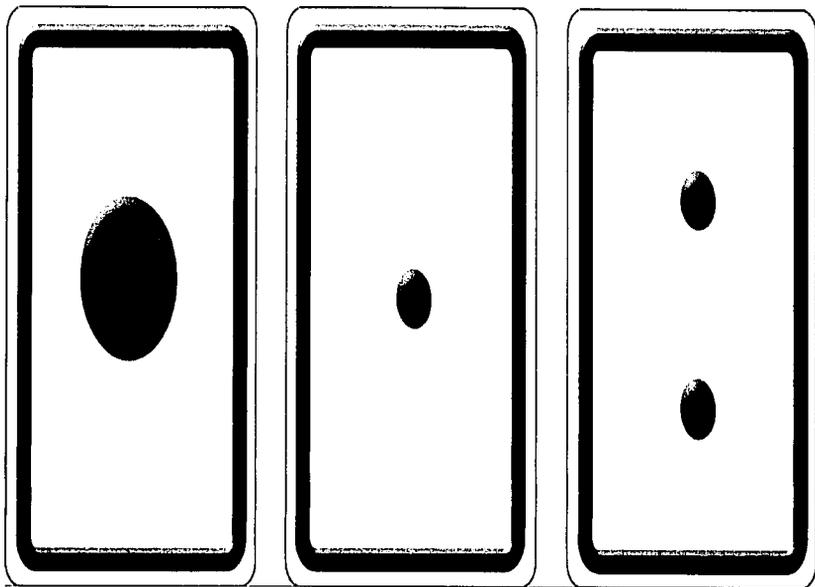
Capítulo III

3.8.8.. Muestras de Cartas Tamaño Real



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

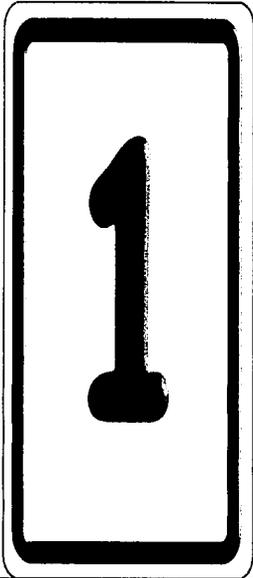
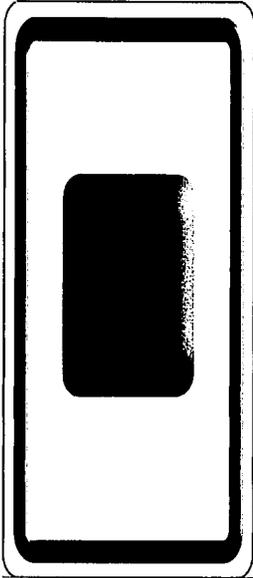
Capítulo III



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



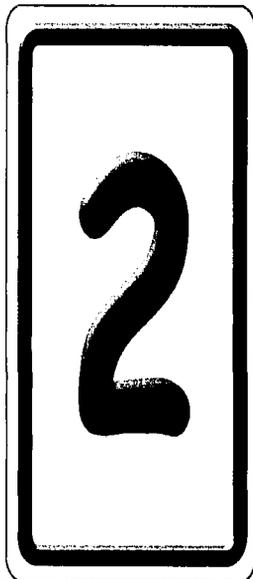
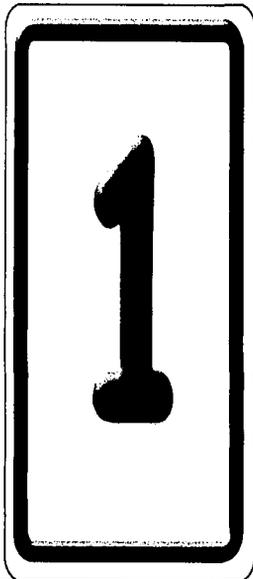
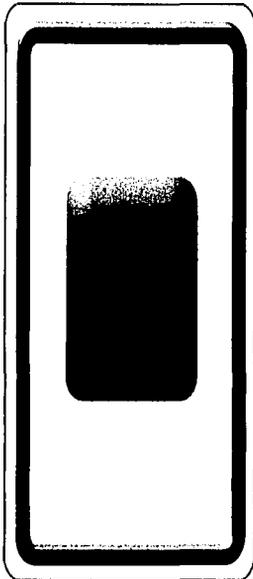
Capítulo III



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



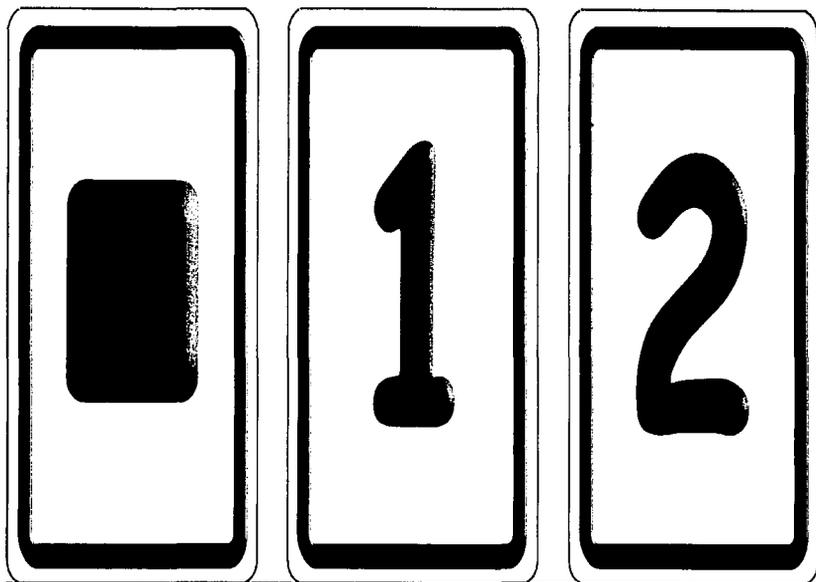
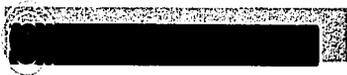
Capítulo III



TESIS CON
FANJA DE ORIGEN

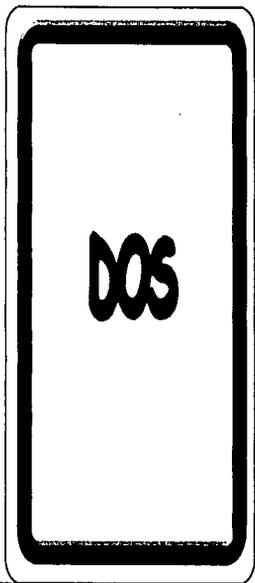
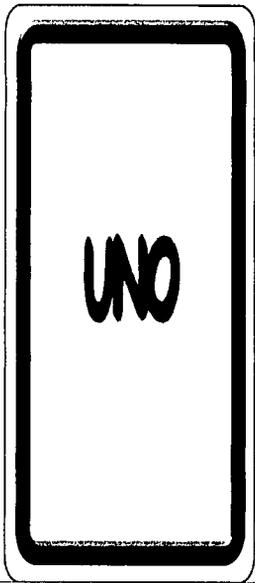
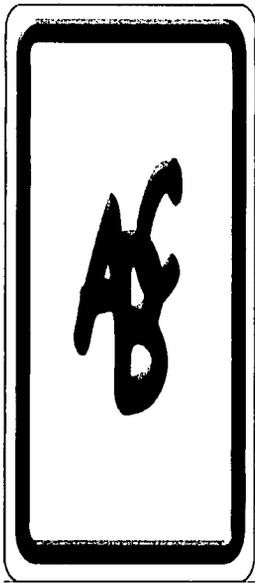
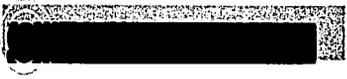


Capítulo III



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

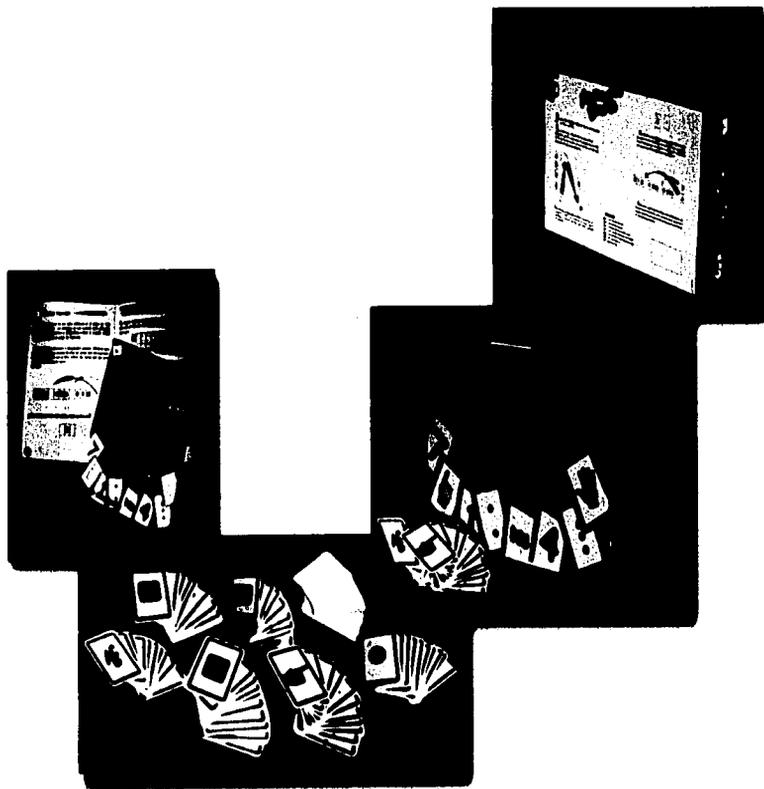
Capítulo III



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III

3.8.9. Fotografías del Proyecto



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo III



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo



4. Guía de Procedimientos Sugeridos Para Presupuestar Proyectos de Diseño Gráfico Integral

Esta guía es propuesta por ex alumnos de la ENAP de la carrera de Comunicación Gráfica, enfrentando la problemática de valoración y concienciación del trabajo del diseñador.

La problemática surge desde los programas de estudio de la carrera, que carecen de la información necesaria para enfrentarnos al mercado comercial como profesionistas independientes. Esta guía surge de la necesidad de encontrar los parámetros adecuados a tomar en cuenta en el proceso de cotización de proyectos integrales de diseño.

Cuando hablamos de proyectos integrales, nos referimos al servicio tanto del proceso de diseño como de la asesoría en la producción.

El objetivo de presentar un servicio integral es darle la importancia y profesionalismo al diseño en sí, y demostrar que bajo la supervisión del diseñador se obtienen óptimos resultados en cualquier proyecto impreso, generando a la larga menos pérdidas y mayor calidad para el cliente.

La guía está fundamentada en experiencias vividas en la realización de proyectos gráficos en los cuales el problema inicial fue el no saber cómo

cobrarlos, ocasionando altibajos en los costos de presupuesto, derivando en pérdidas del proyecto mismo o en las ganancias monetarias.

Se propone el siguiente procedimiento que toma en cuenta los factores primordiales de toda cotización separando en fijos y variables en el proceso de diseño.

FIJOS:

- Entrevistas / Revisiones / Entregas
- Investigación
- Conceptualización
- Propuestas (3 máximo)
- Dummies
- Afinación
- Autorización
- Captura de textos
- Corrección de textos
- Cotizaciones de producción
- Asesoría de producción

VARIABLES:

- Fotos
- Ilustraciones
- Asesorías
- Modificaciones extras.

En cada proyecto calcularemos el tiempo que nos llevaremos realizando cada paro, dando como resultado las horas invertidas.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



El siguiente paso es calcular el costo por hora, para lo que tomaremos en cuenta los gastos mensuales laborando en casa, aplicando los equivalentes a salarios mínimos:

Luz 30%
Teléfono: es recomendable adquirir una línea exclusiva para el diseñador
Agua 5%
Internet \$180
Transporte. Variable según las necesidades
Consumibles \$1000
Contabilidad \$200
Renta 30% o \$500 si es casa propia
Imprevistos 20% del total
Sueldo propio \$ 6000
Celular \$ 200

Los porcentajes y salarios mínimos que se consideraron anteriormente pueden ser aplicados a profesionistas que trabajen free lance y que por lo tanto desarrollan sus proyectos en casa. Pueden ser variables según el lugar, zona, condiciones de trabajo y carga laboral.

A continuación se suman todos los costos, se dividen entre el número de días laborables por mes y se divide entre 8, que son las horas de una jornada normal de trabajo. El resultado será lo que se cobre por cada hora de trabajo.

Para presupuestar el costo de impresión debemos recurrir a cotizar por separado cada uno de los siguientes puntos:

Preprensa
Negativos
Pruebas de color
Papel
Impresión
Recubrimientos
Suaje
Suajado o refine
Pegado y acabado
Entrega (flete)

Asesoría (80% del costo total de diseño)
Del total es conveniente aumentar un 30% para efecto de ganancias y respaldar el trabajo por algún imprevisto.

En lo que refiere a la etapa de producción final es muy importante que el diseñador haga la revisión de impresiones a pie de máquina, es decir, dar el visto bueno, para lo que se deben tomar en cuenta los siguientes puntos.

1. Para poder dar el visto bueno, debe analizarse una prueba que ya este ajustada de acuerdo a todo lo especificado como colores, registros, etc.

2. Se revisan los textos contra especificaciones

3. Verificar los colores directos o Pantones de izquierda a derecha

4. Verificar la impresión de selección de color con cuentahilos para revisar el registro

5. Comparar la impresión de selección de color con la prueba de rol proporcionada

6. Revisar la presencia de puntos blancos en la impresión

7. Revisar la calidad de los textos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo IV

El desglose de costos antes mencionado debe ser de conocimiento exclusivo del diseñador. Al cliente se le justificará la cotización de su proyecto separando el costo final en tres etapas: diseño, pre prensa e impresión, para lo cual se sugiere el siguiente formato.

FECHA

NOMBRE DE LA EMPRESA

NOMBRE DEL PROYECTO

ATENCIÓN A:

PRESENTE.

Por este medio le hago llegar la siguiente cotización por concepto de:

DESCRIPCIÓN DE PROYECTO EN CUANTO A MEDIDAS, # DE TINTAS, SOPORTES, ACABADOS, ETC.

Costos:

DISEÑO:

Bocetos

Corrección de textos

etique de imágenes

Ilustraciones o fotografías (si se requieren)

Pruebas de color

Dummys

CD de respaldo

CANTIDAD \$ _____

PREPrensa:

Formación electrónica

Juego de negativos

Prueba de color

CANTIDAD \$ _____

IMPRESIÓN:

Número de impresiones

CANTIDAD \$ _____

SUBTOTAL: \$ _____

+ IVA: \$ _____

TOTAL \$ _____

El tiempo de entrega de diseño es de _____ días hábiles a partir de la entrega de información; y de impresión es de _____ días hábiles a partir de la aprobación.

El pago se realizará: 50 % de anticipo y el restante contra entrega (o según se acuerde con el cliente)

Sin más por el momento agradezco su atención

ATENAMENTE:

Es importante pedir al cliente devuelva una copia de la cotización con su firma de aprobación antes de empezar el proyecto para conservarlo en el expediente correspondiente. De igual forma, es necesario pedir una firma de aprobación en el dummy final después de que el cliente lo revise minuciosamente.

Es importante fomentar el que el comunicador gráfico no sea visto solo como un empleado más, sino como una alternativa práctica y funcional par el desarrollo comercial tanto de productos como de servicios. De esta forma se puede dar a conocer al profesional del diseño que es capaz de asumir la responsabilidad de independizarse.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Capítulo IV

4.1 Cotización

4.1.1 Cotización de diseño

Luz \$150
Teléfono \$313
Agua \$83
Internet \$180
Transporte \$500
Consumibles \$1000
Contabilidad \$200
Renta \$500 si es casa propia
Imprevistos \$1832
Sueldo propio \$ 6000
Celular \$ 200

Total \$10,967
/21 días \$523
/8 días \$65.50
\$65.50 X hora

2hrs Entrevistas
8 hrs Revisiones
4 hrs Entregas
2 hrs Investigación
3 hrs Conceptualización
5 hrs Propuestas (3 máximo)
1 hrs Dummies
2 hrs Afinación
1 hr s Autorización
1 hrs Captura de textos
2 hrs Corrección de textos
2hrs Cotizaciones de producción
3 hrs Asesoría de producción
2 hrs Ilustraciones

38 hrs x \$65.50=\$2,489

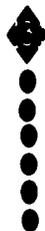
\$2,489 por diseño

Más un 30% de remanente=\$3,411.45

Y un 40% de impuestos= \$4,776.03

Esta cantidad será nuestro costo por
diseño

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



4.1.2.2. Costos de Impresión

Envase de juguete

Papel (caple reverso blanco 18 pts) 71x 125 (750 hojas)	\$1887.76
Impresión 1 millar	\$480
Recubrimiento Barnuz UV	\$400
Suajado	\$200
Acabado y pegado	\$500

3,467.76

+ 30% 1,040 = 4,508.088

Cartas

Papel (cartulina sulfatada 1 cara 20 pts) 51.4x86(500 hojas)	\$3045.28
Impresión 1 mill	\$960
Recubrimiento Plastificado	\$1000
Suajado	\$240

\$5,246.28

+ 30% 1,573 = 6,819.28

Instructivo

Papel (papel bond 90gr) 70x95(500 hojas)	\$218.96
Impresión 1 millar	\$480
Acabados	\$150

\$848.96

+ 30% \$254.688 = 1,102.688

Total

\$12,430.056

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo IV

4.1.3.3. Costos de Preparación de Prensa

Envase de juguete

Laminas	\$520
Negativos	
Tamaño 62x49	
4x0 tintas	\$1,335
Pruebas de color	\$350
Suaje	\$1,042
	<hr/>
	\$3,247

Cartas

Laminas	\$1,170
Negativos	
Tamaño 62x49	
4x0 tintas	\$2,495
Pruebas de color	\$700
Suaje	\$1,543
	<hr/>
	\$5,908

Instructivo

Laminas	\$1040
Negativos	
Tamaño 62x49	
4x0 tintas	\$520
Pruebas de color	\$350
	<hr/>
	\$1,910

Total

\$11,065

Siempre se cobrará por separado

Negativos
Pruebas de color
Suaje
Fotos
Ilustraciones

Ya que estos son una inversión para los clientes y estos materiales les servirán para varias ocasiones

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Capítulo IV

4.2 Formato de cotizaciones para el cliente

FECHA 25 de junio del 2003
Juguetes didácticos Tivo
juguete didáctico Mis primeros
números
ATENCIÓN A: Psic. Javier E. Michel

PRESENTE.

Por este medio le hago llegar la siguiente cotización por concepto de:

Envase para juego didactico
Soporte Caple de 18 pts.
Selección de color
Acabado: barniz uv, pegado
Tamaño. 51x65

Tarjetas de juego
Soporte cartulina sulfatada una cara
20 pts.
Selección de color
Acabado: Barniz UV y suajado
Tamaño. 58.4 x 40

Folleto de juego
Soporte papel bond 90 grs
Selección de color
Acabado: refine y engrapado

Costos:
DISEÑO:
Bocetos
Corrección de textos
Retoque de imágenes
Ilustraciones o fotografías (si se
requieren)
Pruebas de color
Dummys
CD de respaldo
CANTIDAD \$4,776.03

PREPrensa:
Formación electrónica
Juego de negativos
Prueba de color
CANTIDAD \$ 11,063

IMPRESIÓN:
1000 envases \$4,508.08
1000 juegos de cartas \$6,819.28
1000 instructivos \$1,106.88
CANTIDAD \$12,434.24

SUBTOTAL: \$17,210.27
+ IVA: \$2,581.54
TOTAL \$19,791.81

El tiempo de entrega de diseño es de 15 días hábiles a partir de la entrega de información; y de impresión es de 10 días hábiles a partir de la aprobación.

El pago se realizará: 50 % de anticipo y el restante contra entrega (o según se acuerde con el cliente)

Sin más por el momento agradezco su atención

ATENTAMENTE

Mitzi Zuleika García García



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo IV



En el tiempo que busqué información para la elaboración de este proyecto, pude darme cuenta de que no aprovechamos al máximo todo lo que aprendemos en el transcurso de la carrera, y con el tiempo lo vamos olvidando, además tenemos que seguir estudiando e irnos actualizando en muchos sentidos como en teoría, práctica, y programas de diseño.

Hubieron algunas correcciones tanto en el envase como en su estructura. En cuanto a diseño, todo diseñador debe tener un cuidado excesivo o minucioso para encontrar detalles que a veces pasan desapercibidos para nosotros, pero el cliente nos lo detecta inmediatamente aunque no te sabe responder por qué no le gusta el diseño, pero existe en el algo que lo inquieta, por tal motivo hay que tener una revisión minuciosa de nuestro proyecto; para que no haya errores, además de que un cliente siempre deberá firmar como visto bueno nuestro trabajo, para respaldarnos tanto el cliente como nosotros mismos, ya que en algunas ocasiones se pueden escapar errores que no logramos ver con atención ni el cliente ni nosotros.

Se debe tomar en cuenta para cualquier proyecto en qué sistema imprimir, qué tipo de papel, cuánto de se va a ocupar y así tener las cotizaciones.

En toda la carrera no hubo una educación de cómo cotizar nuestros diseños y esto es algo complicado para quienes comenzamos, por que en lugar de ganar perdemos, por eso, en este proyecto de tesis se realizó en último capítulo una guía de cómo cotizar diseño e impresión, este capítulo se elaboró con un grupo de alumnos de la carrera de Comunicación Gráfica, esta guía se basó en la experiencia, buscando una coherencia en los costos, ya que buscando información nos encontramos con el libro rojo, este muestra costos muy elevados, por lo que nosotros como egresados no podemos cobrar, sentimos que esta guía está más aterrizada a nuestra realidad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



- 1). Diseño de empaques para exportación, Carlos Celorio Blasco, Coedición del Banco Nacional de Comercio, S.N.C. Y el Instituto Mexicano del envase.
- 2). Manual del Diseñador Grafico, Bert Braham, Ed. Celeste.
- 3). Identidad Gráfica, Costa Jean EEd. Trillas
- 4). Imagen Global. Costa Jean. Ed. Gustavo Gil
- 5). Fundamentos de Mercadotecnia, Daniel Patricia, Ed, Trillas.
- 6). La sintaxis de la imagen. D.a. Dondis. Ed. Gustavo Gil
- 7). Diseño y reproducción, Fiovaranti Giorgio Ed, Gali
- 8). El mundo del envase, Ma. Dolores Vidales Giovanetti. Ed. Gustavo Gil.
- 9). Diseño y Comunicación visual, Munari Bruno , Ed. Gustavo Gil.
- 10). El significado de los colores. Ortiz Georgina, Ed. Trillas
- 11). El vendedor silencioso, Pilditch James, Ed. Okios-tau.
- 12). Manual de Artes Graficas, R. Randolph Karch Ed, Trillas Segunda edición, 1990. México D.F
- 13). Packaging. Steven Sonsino, Ed. Gustavo Gil.
- 14). Comunicación Gráfica. Arthur T. Turnbull, ed. Trillas.
- 15). Metodología del Diseño. Fundamentos teóricos. Luz del Carmen Vilchis. UNAM-ENAV, Centro Juan Acha, México.
- 15). Diseño gráfico aplicado a envase y empaque plegadizos. Tesis UNAM
- 16). Semiótica de la comunicación Grafica.
- 17). Fundamentos del Diseño Gráfico. ed. Infinito

TESIS CON
PALLA DE ORIGEN

