



878531  
20  
24

UNIVERSIDAD NUEVA MANAVA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO  
INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

"REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA FABRICA BOLSIFLEX"

TESIS

QUE PARA OBTENER  
EL TÍTULO DE LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTA

KARLA RABCHINSKY ROJAS

DIRECTOR DE TESIS: D.G. ADRIANA GÓMEZ MAGANDA

CD. DE MÉXICO 1997

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



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 MIS PADRES:

POR HABERME MOSTRADO QUE EL CAMINO DE LA PERSEVERANCIA Y LA DEDICACIÓN ES EL QUE HAY QUE RECORRER, DANDO LO MEJOR DE UNO MISMO.

POR SU APOYO EN MI EDUCACIÓN PROFESIONAL Y POR SABER GUIARME NO SOLO COMO PADRES SINO COMO AMIGOS.

A MIS HERMANOS:

SHAY Y LEA

JAIME Y JUDITH

EUGENIA Y GREGORIO

POR SU CARINO Y APOYO

INCONDICIONAL

A MIS ABUELOS:

POR TRANSMITIRME SU SABIDURÍA.

A MIS AMIGOS:

POR LA SONRISA, POR SUS MANOS  
LLENAS DE CARIÑO Y AMISTAD,  
POR ESTAR SIMPRE EN LAS BUENAS  
COMO EN LAS MALAS.  
KENA, TERE, LILIANA, DORINA  
BECKY, ORLY, VIVIANE, DANA Y PERLA  
A TODAS MIS COMPAÑERAS GRACIAS.

A MI QUERIDO DANIEL:

POR PONER UNA SONRISA EN  
MI ROSTRO, POR LOS MOMENTOS  
FELICES QUE HEMOS PASADO  
JUNTOS.

"Y EL MAESTRO DIJO; DIRIGIENDOSE AL SILENCIO: "EN EL SENDERO DE NUESTRA FELICIDAD ENCONTRAREMOS LA SABIDURÍA PARA LO QUE HEMOS ELEJIDO ESTA VIDA. ESTO ES LO QUE HE APRENDIDO HOY, Y OPTO POR DEJAROS AHORA PARA QUE TRANSITÉIS POR VUESTRO PROPIO CAMINO, COMO DESEÁIS".

"RICHARD BACH"

GRACIAS A TODOS MIS MAESTROS.

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Antecedentes del problema	Pag. 1
1.2 Definición del problema	Pag. 1
1.3 Ubicación del problema	Pag. 2
1.4 Objetivos	Pag. 2

### CAPÍTULO II: BOLSIFLEX SA. DE C.V.

2.1 Antecedentes de Bolsiflex	Pag. 4
2.1.1 Clasificación y tipos de bolsas	Pag. 6
2.2 Recursos económicos	Pag. 6
2.3 Naturaleza del problema	Pag. 7
2.4 Análisis de la imagen corporativa actual de Bolsiflex	Pag. 8
2.5 Competencia comercial	Pag. 12
2.5.1 Análisis de la competencia comercial gráfica	Pag. 14
2.6 Necesidades y requerimientos de la empresa Bolsiflex	Pag. 17

### CAPÍTULO III: USUARIOS

3.1 Usuarios de la empresa Bolsiflex	Pag. 18
--------------------------------------	---------

## CAPÍTULO IV: IMAGEN CORPORATIVA

4.1 ¿Qué es una imagen?	Pag. 20
4.2 ¿Qué es una corporación?	Pag. 20
4.3 ¿Qué es una imagen corporativa?	Pag. 20
4.3.1 ¿Porqué crear una imagen corporativa?	Pag. 21
4.4 Elementos que componen una imagen corporativa	Pag. 22

## CAPÍTULO V: PROCESO DE DISEÑO

5.1 Bocetos preliminares	Pag. 23
5.1.1 Alternativas	Pag. 24
5.1.2 Bocetos formales	Pag. 25
5.2 Características tipográficas	Pag. 27
5.3 Color	Pag. 31
5.4 Aplicaciones de una imagen corporativa	Pag. 34
5.5 Sistema de impresión	Pag. 53
5.6 Funcionamiento del diseño y su relación con el receptor	Pag. 54
5.6.1 Estrategia de diseño	Pag. 54
5.6.2 Tabla de jerarquización	Pag. 55
5.7 Costos	Pag. 56

# MANUAL DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE BOLSIFLEX

## INTRODUCCIÓN

SÍMBOLO/EXPLICACIÓN	Pag. 1
SÍMBOLO E IDENTIFICADOR	Pag. 2
DISEÑO DEL TRAZO	Pag. 3
RAZÓN SOCIAL	Pag. 4
DISEÑO CON MEDIDAS	Pag. 5
ORIGINAL EN NEGRO Y OUTLINE	Pag. 6
MÁRGENES VISUALES	Pag. 7
AMPLIACIÓN Y REDUCCIÓN	Pag. 8
COLOR	Pag. 9
USOS INCORRECTOS	Pag. 10
TIPOGRAFÍA	Pag. 11
TIPOGRAFÍA COMPATIBLE	Pag. 12
PAPELERÍA BÁSICA Y ADMINISTRATIVA A COLOR	Pag. 13
APLICACIONES A COLOR	Pag. 21
PROMOCIONALES A COLOR	Pag. 22
MEDIDAS E INDICACIONES DE LA PAPELERÍA BÁSICA Y ADMINISTRATIVA	Pag. 23
ORIGINALES MECÁNICOS DE LA PAPELERÍA BÁSICA Y ADMINISTRATIVA	Pag. 36

CONCLUSIONES

APENDICE A

BIBLIOGRAFÍA

## INTRODUCCIÓN

*El presente estudio tuvo como objetivo proponer un cambio en la imagen de Bolsiflex que, desde hace 30 años, se dedica a la fabricación e impresión de bolsas plásticas.*

*Bolsiflex como tal, fue fundada en 1986 y ha manejado desde sus inicios hasta la actualidad una misma imagen que ilustra una bolsa, por lo que ha provocado monotonía y, es ahí en donde se ubica el problema ya que este símbolo, dentro del mercado del plástico, es muy común y visto.*

*La empresa, se dedica a la fabricación y comercialización de bolsas y envolturas de polietileno, polipropileno y polipapel impreso en diversos gramajes. El sistema de impresión es con base en la flexografía. A su vez ofrece, distintas formas como: shopping bag, bolsas estilo camiseta, jareta, bolsa para basura, rollo impreso y para envase automático con diferentes tipos de asas rígidas o flexibles.*

*La bolsa es un artículo que se ha utilizado desde tiempos remotos. Ya que ha cumplido diversas necesidades, como carga, envoltura y protección.*

*El material, es el que ha sufrido múltiples transformaciones. Este revolucionó la producción y el uso de los envases, es por eso que se caracteriza por su versatilidad en el diseño. Así mismo, puede hablarse de diferentes grados de transparencia, variedad en su consistencia, en sus colores, tonos, tamaños y texturas.*

*El propósito de una imagen corporativa es transmitir lo que hace y vende tanto al público interno como externo.*

*La nueva imagen busca representar primordialmente el sistema de impresión, que es la flexografía; que transmita seguridad, confianza, también que ubique a la empresa como una compañía con expectativas de progreso y avance; todo ello con la finalidad de darse a conocer tanto a nivel nacional como en el internacional.*

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

*La utilización de bolsas en el mercado, es una costumbre que se ha tenido desde siempre. El material de éstas es el que ha sufrido múltiples transformaciones.*

*La bolsa es un artículo que se utiliza para cumplir ciertas necesidades como por ejemplo: carga, envoltura y protección. Este es el producto que Bolsiflex fabrica y a la vez imprime para que así, otras empresas hagan uso publicitario de los bienes o servicios que ofrecen ante el consumidor.*

*Bolsiflex ha manejado desde sus inicios a la actualidad una misma imagen, que ilustra una bolsa cuadrada con volumen y ligeramente inclinada y muestra en el centro de esta el nombre de la empresa.*

*Realmente el tener una imagen tanto tiempo no es malo, por el hecho de que te haces conocido con esa imagen, pero hoy por hoy la competencia es más grande y fuerte, eso es lo que crea que Bolsiflex requiera de un cambio, el cual está realizado con bases bien cimentadas.*

## 1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

*Como es sabido, todo estancamiento provoca monotonía, y es allí donde se ubica el problema que Bolsiflex presenta, ya que su símbolo dentro del mercado del plástico es muy común y visto lo que lo hace poco atractivo ante los ojos del usuario. No hay una distinción para Bolsiflex, porque tiende a caer en lo intracendente.*

*Se propone el rediseño de la imagen corporativa, con la idea de que sea coherente, es decir que debe estar claro el concepto de de la empresa, lo que pretende ser y lo que desea comunicar, así como lo que ésta produce, vende ó hace. La nueva imagen busca representar primordialmente el sistema de impresión, que es la flexografía; que transmita seguridad y confianza, también que ubique a la empresa*

como una compañía con expectativas de progreso y avance; todo ello con la finalidad de darse a conocer tanto a nivel nacional como internacional.

### 1.3 UBICACIÓN DEL PROBLEMA

En México existe un total de 400 fábricas que se dedican a la producción del plástico, de las cuales 350 se encuentran en el área metropolitana\*. Por lo tanto es necesario que Bolsiflex se distinga de toda la competencia, creando una nueva imagen que sea diferente a las demás es decir buscar un símbolo que no sea la bolsa ya que la mayoría utiliza ésta como imagen gráfica, que los colores sean distintos ya que por lo general usan el color azul, que represente seguridad y confianza.

### 1.4 OBJETIVOS

Conociendo entonces el problema existente, se proponen varios objetivos:

Al diseñar una nueva imagen para Bolsiflex se pretende:

- Proyectar una empresa seria, comprometida con su trabajo y con lo que ofrece.
- Expresar una alta calidad en los productos y servicios.
- Denotar liderazgo.
- Hacer notoria la buena comunicación entre empresa y usuario.
- Conseguir que el diseño creado no se limite a cumplir únicamente su función sino que también logre una máxima satisfacción bilateral: tanto a la empresa como al usuario.

\*Datos obtenidos por el propietario de la empresa

*Si se presenta una marcada necesidad para modificar radicalmente la imagen corporativa de Bolsiflex, debido a que ésta ha sido visualmente intracidental por su poca originalidad, pudiéndose inclusive confundir con las imágenes de otras empresas, entonces se requiere un rediseño que cumpla con todas y cada una de las cualidades propias de una buena imagen tales como color, impacto visual, memoria gráfica legibilidad.*

*Una imagen corporativa representa un instrumento activo de mercadeo que resulta vital dentro del ambiente actual del comercio, mismo que es sumamente competitivo y que está sujeto a cambios rápidos.*

CAPÍTULO II:  
BOLSIFLEX S.A. DE C.V.

## 2.1 ANTECEDENTES DE BOLSIFLEX

*La empresa fue creada en la Ciudad de México el 7 de marzo de 1986 como una Sociedad Anónima de Capital Variable, por el Señor Aarón Rabchinsky Jaet y el Señor Shay Rabchinsky Rojas, llamada "Bolsiflex", como resultado de la conjunción de las palabras "bolsa" y "flexografía" ya que esta última es la técnica de impresión que se utiliza en la empresa.*

*En un principio, la empresa estaba ubicada en Calzada de Tlalpan 1308.*

*Comenzó siendo una empresa pequeña en la que se realizaban todas las actividades del proceso de producción, por lo que se enviaba a fabricar la película y a maquilar la impresión en otro lugar, y solamente se hacía el bolseo, puesto que se contaba con una máquina bolseadora y cuatro personas que laboraban en la fábrica.*

*Para el 30 de noviembre de 1989 se presentó la oportunidad de cambiarse a una planta más grande, donde se encuentra actualmente ubicada, en la calle Gasoducto 706 colonia Santa Inés Azcapotzalco.*

*El plástico revolucionó la producción y el uso de los envases, es por eso que se caracteriza por su versatilidad en el diseño. Puede hablarse de diferentes grados de transparencia, variedad en su consistencia, en sus colores y tonos, tamaños y texturas (lisos, grabados, texturizados, brillantes y mates), además de ser resistente a altas temperaturas.*

***POLIETILENO:** Es el plástico más barato y quizá por ello el de mayor consumo en el mundo. Es el más usado para bolsas flexibles, ya que tiene buena propiedad de sellado. Una de sus desventajas, sin embargo, es que no tiene mucha propiedad de*

barrera al oxígeno.

**POLIPROPILENO:** Este material es muy similar al papel celofán, ya que tiene gran resistencia al rasgado, además de transparencia y brillo.

La forma en que se imprime el plástico es en base a la flexografía, antes llamada impresión a la anilina, que es una forma de impresión en rotativa y continuo que utiliza clichés de goma ó de caucho en donde va grabada sobre relieve la imagen original. Se utilizan tintas tanto de agua como de alcohol, su secado es en base a aire caliente y aspiración del propio aire. Se trata de un procedimiento ideal para imprimir películas plásticas, papel de pared y bolsas de papel.

Las máquinas de flexografía contienen:

- a) **Rodillo de tinta:** Se moja en una tinta y lo pasa al rodillo de transferencia.
- b) **Rodillo de transferencia:** Está cuadrulado para que la tinta pase pareja a la forma y tiene cierta textura, su superficie permite retener la tinta y así transferirla constantemente en cada una de sus partes al rodillo de portaforma.
- c) **Rodillo de portaforma:** Es el que contiene la matriz de caucho que precisamente contiene la forma.
- d) **Rodillo de presión**
- e) **Sustrato:** Es la materia que se va a imprimir.
- f) **Muestra de rodillo de transferencia tramado.**

Gracias al desarrollo y mejoras que la empresa ha tenido a lo largo de los años, Bolsiflex como microempresa se encuentra dentro del mercado en un buen nivel, tanto en ventas en toneladas como en selección de color (policromía). En la actualidad se cuenta con dos impresoras y tres bolseadoras.

### 2.1.1 CLASIFICACIÓN Y TIPOS DE BOLSAS

La empresa se dedica a la fabricación y venta de bolsas y envolturas de polietileno, polipropileno y polipapel impreso, en distintos gramajes.

Se ofrecen distintas formas de bolsas tales como: Shopping bag, bolsa estilo camiseta, jareta, bolsa para basura, rollo impreso para envase automático entre otras, con diferentes tipos de asas que pueden ser rígidas o flexibles.

Bolsiflex cuenta con un departamento de diseño en donde se realizan los originales mecánicos, dummies de la bolsa, para poder realizar los negativos y mandar hacer los clichés. También ofrece al cliente nuevas ideas para sus diseños, con el propósito de dar una mejor atención y servicio.

### 2.2 RECURSOS ECONÓMICOS

Bolsiflex comenzó con un capital variable de tres mil pesos de hoy en día, está considerada como una microempresa ya que su organización es de tipo familiar, dirigida y organizada por los propios dueños.

Su personal consta de dieciocho individuos y su venta anual ascienden a los cuatro millones de pesos aproximadamente.

Actualmente va a invertir para el cambio de la imagen de la empresa treinta mil pesos.

## 2.3 NATURALEZA DEL PROBLEMA

*Con la competencia tan grande que existe dentro del ramo del plástico es necesario que tanto la imagen gráfica que capta el usuario como el servicio y atención al cliente sean buenos. El director general de la empresa se dió cuenta que su servicio y atención a cliente era bueno pero la imagen gráfica era poco atractiva ante los ojos del usuario, ya que la mayoría de las empresas utilizan como simbolo la bolsa, ó usan distintas tipografías para el diseño de la compañía o simplemente ponen cualquier dibujo que represente a la empresa, no existe nada que haga distintivo a Bolsiflex. Es por eso que solicitaron mi asesoría para darle una nueva visión a Bolsiflex, con el propósito también de que las ventas se acrecenten.*

*Para cambiar la imagen corporativa de Bolsiflex se pidió que se mantuviera el nombre de la empresa y los slogans, de ahí en fuera se tiene que cambiar el simbolo y los colores. En cuanto a la papelería básica la tarjeta de presentación hacerla con ideas nuevas, la hoja y el sobre aplicarle la nueva imagen utilizando márgenes y guías para que se vea agradable tomando en cuenta la proporción y ritmo. En cuanto a la papelería administrativa, el pedido, la cotización y la factura no se va a cambiar ningun dato, ni el formato ni el diseño puesto que el director general lo pidió así. En cuanto a las tintas, anteriormente utilizaban una tinta por el presupuesto que tenían, pero ahora se le propuso hacerselo a dos tintas, ya que se tiene un presupuesto un poco más alto y algo muy importante es que el trabajo le va a lucir mucho más.*

## 2.4 ANÁLISIS DE LA IMAGEN CORPORATIVA ACTUAL DE BOLSIFLEX

### MUESTRA DE LA IMAGEN ACTUAL



El símbolo está representado por una bolsa cuadrada, ligeramente inclinada hacia la izquierda con una asa rígida colocada en la parte superior de la bolsa.

El logotipo consiste en el nombre de la empresa, que se encuentra dividido en dos partes: "BOLSI" en la parte superior y "FLEX" debajo de ésta.

El logotipo se encuentra en la parte central de la bolsa, limitado por dos flecas horizontales que rodean la bolsa.

La tipografía utilizada para la palabra "BOLSI" y "FLEX" es la BAUHAUS. Aparece además una segunda tipografía HELVETICA en la parte superior de la bolsa donde puede leerse: "Incremente sus ventas con un empaque atractivo", y en la parte inferior "Diseñamos y producimos bolsas y envolturas en polietileno, polipropileno y polipapel".

Tanto el nombre de la empresa como el slogan aparece solo en altas.

Se usaron los colores azul ultramar y blanco.

La papelería básica de Bolsiflex consiste en: tarjeta de presentación, sobre membretado, y hoja membretada.

A continuación se presenta cada uno de estos:

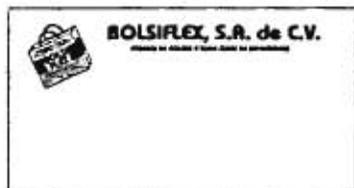
### TARJETA DE PRESENTACIÓN



Su formato es horizontal 9X5cm, el símbolo está centrado y justificado a la izquierda, el nombre ubicado a lado del símbolo con la misma inclinación del símbolo debajo de la bolsa y del nombre en forma conical justificado a la izquierda el nombre de la empresa y dirección.

Se imprime en serigrafía a una sola tinta (blanco), sobre fondo azul ultramar.

### SOBRE MEMBRETADO



Su formato es tamaño carta 23.8X10.5cm. El símbolo está en la parte superior izquierda, el nombre de la empresa está en la parte superior a lado del símbolo.

Se imprime en offset a una tinta (azul ultramar).

## HOJA MEMBRETADA



*Formato tamaño carta 215X28cm, el símbolo se encuentra en la parte superior izquierda, el nombre de la empresa está en la parte superior a un lado del símbolo.*

*Está impreso en offset a una tinta (azul ultramar), en papel bond.*

*Después de haber analizado la papelería básica, se puede concluir que existe una uniformidad en cuanto al logotipo de la empresa, ya que se encuentra en la misma posición tanto en la tarjeta como en la hoja y el sobre.*

*Respecto a la información que debe ponerse en cada uno de los elementos de la papelería no existe una semejanza, ya que tanto en la hoja como en la tarjeta aparece la información pero está ubicada en diferente posición, mientras que en el sobre no aparece la dirección y no se respeta el espacio para los timbres postales.*

*Como conclusión podemos decir que la papelería es buena, ya que tiene todos los elementos necesarios, pero es importante el cambio puesto que su símbolo dentro del mercado es muy común, lo cual lo hace poco atractivo y por lo mismo que la competencia es muy grande, Bolsiflex tiene que distinguirse creando una nueva imagen que sea diferente a las demás.*

## 2.5 COMPETENCIA COMERCIAL

*La competencia es la llave de una empresa o negocio ya que es la forma de superación.*

*Dentro de este ramo existen numerosas empresas que se dedican a la impresión de bolsas de plástico como son:*

*Aba S.A. de C.V.; Plásticos del Moralillo S.A. de C.V.; Polietilenos 2000 S.A. de C.V.; Pir S.A. de C.V.; Películas Plásticas S.A. de C.V.; Episa; entre otras que se pueden encontrar en la Sección Amarilla.*

*Muchas de ellas manejan en su identidad gráfica la idea de la bolsa en distintas posiciones y formas, mientras que otras juegan con la tipografía o simplemente utilizan cualquier dibujo.*

*Sin embargo dentro de las numerosas empresas se encuentran dos que constituyen la competencia más importante de Bolsiflex. Estas son: Multibolsas Plásticas S.A. de C.V.; y Bolsas especiales de Polietileno. Estas dos empresas son consideradas su competencia más fuerte ya que ambas se asumen también como microempresas, además de que producen casi las mismas toneladas con una magnífica calidad en selección de color (policromía) y cuentan con una gran experiencia en el ramo del plástico.*

*Las tres se anuncian en la Sección Amarilla y por lo general utilizan como color principal el azul.*

*A continuación se muestran los anuncios en la Sección Amarilla de las empresas ya mencionadas.*

**TODO EN EMPAQUE FLEXIBLE**

SHOPPING BAG LAMINADA

**aba** S.A. de C.V.  
DISEÑO INTERNACIONAL DE EMPAQUE

VA BOLSAS CON CIERRE PLÁSTICO A PRESIÓN

AMIGOS NUEVOS METALIZADOS

BAJOS PRECIOS QUE CUMPLAN

CAIDAD RECONOCIDA INTERNACIONALMENTE

MEJORE LA PRESENTACION DE SUS EMPAQUES CON IMPRESION EN SELECCION DE COLOR

DE UNO A 8 COLORES

SELECCION A COLOR POLICROMIAS MEDIOS TONOS

PLANTA: LERMA EDO. DE MEX. TEL. 517-28-1000 FAX: 517-28-1001

CIUDADES UNIDAS: 2000 S.A. DE C.V. TEL. 517-28-1000 FAX: 517-28-1001

**POLIETILENOS 2000 S.A. DE C.V.**

FABRICANTES E IMPRESORES DE BOLSAS Y ROLLOS DE POLIETILENO EN TODOS LOS TAMAÑOS Y CALIBRES

SURTIMOS PEDIDOS EN 12 HRS. O ANTES SI ES POSIBLE

Tels.: 388-0608 • 388-0755 • Fax: 388-0661

SERVICIO, CALIDAD, GARANTIA Y CONFIANZA

LIC. JUAN FERNANDEZ ALBARRAN No. 14-A FINCA INDUSTRIAL UNILEJO SAN PABLO SALPA CP 58000 TULAHUAPAN TLA. EDO. DE MEXICO

**Multibolsas Plásticas**  
S.A. de C.V.

FRANCO 1 MAZOTOP 136 C.P. 53000  
MEXICALM EDO. DE MEXICO

**ABSOLUTAMENTE TODO!**  
Y LO MEJOR EN:

Rollos, Bolsas y Cubretrajes de Polietileno, Polipropileno y Polipapel

Especialidad en: EMPAQUE AUTOMÁTICO, COEXTRUCION 3 CAPAS, IMPRESION A 6 COLORES Y SELECCION DE COLOR.

358-25-36 576-59-11 576-98-86  
FAX: 358-09-34

FABRICANTES DE:  
ROLLOS, CUBRETRAJES,  
BOLSAS CON ASA Y  
SUAJES EN POLIETILENO,  
ALTA Y BAJA DENSIDAD  
CON IMPRESIONES  
HASTA 4 TINTAS

CAMELA 260 BIS  
COL. GRANJAS MEXICO  
C.P. 08400, MEXICO, D.F.

570-4036 520-1584  
370-3700 354-1000 FAX: 370-3700



**PELICULAS PLASTICAS, S.A. DE C.V.**

PELICULAS PARA ENVASE AUTOMATICO Y BOLSAS DE POLIPROPILENO, POLIETILENO, CEELO-AN Y SUS LAMINACIONES, IMPRESION HASTA 6 TINTAS, BOLSAS DE SELLO LATERAL, DE FONDO, ATRAS, PARA PAN DE CAJA Y DE SELLO REUSABLE

CIEN TONOS Y 16 COLORES MEDIO TONO  
LUBRIFICACION PARA TORNOS Y MANTENIMIENTO

TEL: (91-712) 2-29 10 FAX: 2-29 696  
LADA 91 (2 91) 5 99 22

**PIR**  
S.A. de C.V.

ESPECIALIDAD EN:  
BOLSAS DE ASA E  
IMPRESION A 6 TINTAS,  
CUBRETRAJES, ROLLOS  
GANCHOS IRROMPIBLES

**370-20-45**  
FAX: 370-23-48

**epis**  
empaque plástico  
industriales, s.a. de c.v.

Los mejores precios en: Laminados para impresión y Corrosión, Embalajes para Alimentos, Cintas para sellado lateral y de fondo, Bolsas con cierre a presión, Bolsas para impresión a 6 tintas y medios tonos, Bolsas para impresión a 6 tintas y medios tonos, Bolsas para impresión a 6 tintas y medios tonos, Bolsas para impresión a 6 tintas y medios tonos.

576-5400 Fax: 576-4252

**BOLSIFLEX S.A. de C.V.**

DISEÑAMOS Y PRODUCIMOS BOLSAS Y ENVOLTURAS EN POLIETILENO Y POLIPROPILENO

**SHOPPING BAGS**

IMPRESION DE 1 A 6 COLORES-MEDIOS TONOS

SELECCION DE COLOR

## 2.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA COMERCIAL GRÁFICA

Para realizar el análisis de la competencia comercial gráfica, se realizó un cuadro comparativo con las dos empresas competentes con Bolsiflex, se calificó otorgándole distintas puntuaciones como son:  
3-MUY BUENO, 2- BUENO, 1- REGULAR, 0- MALO. También se da una breve explicación sobre los elementos que se utilizaron para realizar este análisis, ya que conociendo la definición se puede juzgar con un mejor criterio.

**ESTILO GRÁFICO-** Elementos iconográficos. \*(1)

**LEGIBILIDAD-** El grado de facilidad para darse a entender. \*(1)

**IMPACTO VISUAL-** La impresión que se tiene al verlo. \*(1)

**MEMORIA FOTOGRÁFICA-** La retención que se tiene al verlo. \*(1)

**ERGONOMÍA-** El diseño de objetos, fundamentado en la métrica del ser humano. \*(1)

**ILUSTRACIÓN-** Imagen gráfica mediante el estudio de la técnica utilizada. \*(2)

**TIPOGRAFÍA-** Si es legible o no, si el puntaje es bueno o no. \*(3)

**COLOR-** Si el color que tiene es el adecuado dentro del diseño. \*(4)

**MATERIAL-** Si funciona en el material que esta hecho.

**SISTEMA DE PRODUCCIÓN-** Cuál se utilizó.

# IMAGEN GRÁFICA

Gráficas Especiales de Valdelella



Multicolor Plankor



ESTILO GRÁFICO	0	1	2
LEGIBILIDAD	0	1	2
IMPACTO VISUAL	0	0	0
MEMORIA FOTOGRAFICA	0	1	1
ORIGINALIDAD	0	0	0
MENSAJE	0	2	2
COMPOSICIÓN	0	1	2
ILUSTRACIÓN	0	1	1
ERGONOMÍA			
TARJETA	Si tiene, medida 9x5cm	Si tiene, medida 9x5cm	Si tiene, medida 9x5cm
HOJA	Si tiene, medida 215x28cm	Si tiene, medida 215x28cm	Si tiene, medida 215x28cm
SOBRE	Si tiene, medida 24x105cm	Si tiene, medida 24x105cm	Si tiene, medida 24x105cm
TIPOGRAFÍA	No se encontró	Chuchward bold	Bauhaus
COLOR	Verde	azul	azul
MATERIAL	Bond y Opalina	Bond y Opalina	Bond y Opalina
SIST. DE IMPRESIÓN	Offset y Serigrafía	Offset y Serigrafía	Offset y Serigrafía
PROMOCIONALES			
SECCIÓN AMARILLA	Se anuncia	Se anuncia	Se anuncia

3- MUY BUENO 2- BUENO 1- REGULAR 0- MALO

*A manera de conclusión puede decirse que la empresa Bolsiflex al ser comparada con la empresa Multibolsas Plásticas se encuentra en un nivel similar en cuanto a puntaje, se puede observar que las dos empresas tienen como símbolo representativo una bolsa, lo cual se ha dicho anteriormente, que es muy común y visto, aunque la empresa Multibolsas plásticas tiene otro símbolo muy distinto que se ve más interesante ya que refleja la intersección de rollos ó tintas. También, no existe una unión en cuanto al diseño, ya que manejaron dos tipos de ideas diferentes sin lograr una unificación. Pero con la empresa Bolsas Especiales de Polietileno, Bolsiflex cuenta con un mejor parámetro comparativo, ya que el símbolo que tiene la competencia, no trasmite lo que realmente es la empresa.*

*En el ramo del plástico el 50% utilizan como imagen visual una bolsa en diferentes formas y tamaños, el otro 50% utilizan cualquier otra imagen visual o simplemente juegan con la tipografía, realmente ninguna empresa tiene una imagen visual atractiva y por lo general utilizan como color principal el azul en distintos tonos, por eso también la idea de darle una variación tanto a la imagen visual, como el color que sean diferentes, que realmente exprese lo que la empresa produce.*

## 2.6 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LA EMPRESA BOLSIFLEX

*Una vez observada y analizadas las carencias y por lo tanto necesidades en cuanto a su imagen, se presentan los siguientes requerimientos:*

- 1.- Diseñar una imagen corporativa en la que se note primeramente, la transformación. Esta imagen debe conjuntar factores como: confianza, calidad, servicio, avance y tecnología.*
- 2.- Aunado al punto anterior, Bolsiflex busca un crecimiento en las ventas de su producto.*
- 3.- Conocimiento de su existencia tanto a nivel nacional como a nivel internacional.*

CAPÍTULO III: USUARIOS

### 3.1 USUARIOS DE LA EMPRESA BOLSIFLEX

*En cualquier producto se encuentra un porcentaje de usuarios que son quienes hacen que las ventas se acrecenten.*

*El mercado de Bolsiflex es a nivel nacional.*

*Dentro de la empresa existen dos tipos de usuarios:*

*El primer tipo lo constituyen los compradores de las bolsas de plástico, que pueden ser: Tiendas departamentales, boutiques, confeccionistas, fabricantes de galletas, dulceras, laboratorios entre otros. Indistintamente ambos sexos, principalmente en el rango de edad de 20 a 60 años. El nivel cultural no es un factor que se considere en las estadísticas del usuario de Bolsiflex por el tipo de producto del que se trata, sin embargo, en cuanto al nivel socioeconómico, la clientela es principalmente de las clases media, media-alta y alta, ya que son ellos quienes disponen de un presupuesto extra para la compra de este tipo de empaque ó presentación.*

*El segundo tipo es el de la imagen, compuesto por gente que hacen uso de ésta dentro y fuera de la empresa como son: Secretarias, empleados, vendedores, proveedores, así como otras empresas que tienen contacto con Bolsiflex tales como: Maquiladores de materia prima y tintas.*

*Los usuarios de bolsas son empresas que utilizan éstas como empaque que en su mayoría conocen la técnica utilizada para su publicidad particular.*

*Algo muy importante es transmitir lo que es la empresa, lo que pretende ser y lo que desea comunicar, así como lo que ésta produce, vende o hace, por lo tanto se busca una imagen clara y sencilla que represente progreso, avance para la empresa, seguridad y confianza. Denotando también las cualidades del producto que es la*

*flexibilidad y la forma de impresión con la cual se imprime el plástico, ya que su imagen anterior no transmitía nada ya que es muy vista y común como símbolo de cualquier empresa que se dedica a la fabricación y venta del polietileno.*

CAPÍTULO IV: IMAGEN CORPORATIVA

*Una identidad visual es la forma en la que la imagen corporativa de la empresa se comunica visualmente a diversos públicos por medio de todos los conductos visuales.*

*Una imagen corporativa existente no debe cambiarse solo por el placer del cambio, sino debe realizarse por medio de estudios de investigación, análisis del diseño y mercadotecnia, así se podrá detectar la debilidad de ésta.*

*El propósito de una imagen corporativa es transmitir lo que hace y vende tanto al público interno como externo.*

#### **4.1 ¿QUÉ ES UNA IMAGEN?**

*La palabra imagen viene del latín "imago" que significa imitación o semejanza con la realidad, es decir, es aquello que es fiel a lo original.*

#### **4.2 ¿QUÉ ES UNA CORPORACIÓN?**

*Es una agrupación de asociaciones que integra a empresas privadas, organismos públicos o sectores de una comunidad.*

#### **4.3 ¿QUÉ ES UNA IMAGEN CORPORATIVA?**

*La expresión "imagen corporativa", es de origen estadounidense. Es la que un determinado público percibe sobre una organización a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido. La imagen corporativa estará determinada por todo lo que haga la empresa.*

*Así entonces, consiste en cualquier cosa tangible, visible e incluso intangible de una empresa, mediante el cual ésta puede ser entendida. Se trata de una representación de la empresa en el cual ésta manifiesta su ser, su identidad.*

*"La imagen corporativa ve mucho más allá de ser una lectura visualista, ya que compromete a la totalidad de los comportamientos de la empresa". (1)*

*IDENTIDAD CORPORATIVA: Es la historia de la organización, de la personalidad construida por la empresa, que abarca sus creencias y su filosofía, así como el tipo de tecnología que utiliza su propietario, la gente que labora, la personalidad de sus dirigentes, sus valores culturales y sus estrategias.*

*Brikight y Stadler nos dicen que "la imagen corporativa es vista en forma paralela a la identidad personal como una definitiva combinación entre apariencia, palabras y acciones de la compañía al igual que su carácter expresado más específicamente, como la combinación en el comportamiento de la corporación, aspecto de la misma comunicación corporativa y la supuesta personalidad corporativa como la manifestación propia de la compañía." (2)*

#### **4.3.1 ¿PORQUÉ CREAR UNA IMAGEN CORPORATIVA?**

*Para el desarrollo de la imagen corporativa es importante saber lo que es la empresa, lo que pretende ser y lo que desea comunicar, así como lo que ésta produce, vende ó hace por lo que es preciso que sea identificada de una manera simple y breve.*

*Dentro de la composición de la imagen corporativa encontramos un punto clave que es la identidad gráfica que busca reconocer ó establecer la personalidad de la empresa a través de su marca.*

1- Sachewski P. David. Con un cable estratégico. Management y fundamentos de la imagen corporativa. Buenos Aires editorial Macchi. 1995 pag. 30  
2- Chavez Roberto. Zimmerman Asociados Corporate design. W. Suñer. pag. 12.

*La imagen corporativa ayuda a las compañías a comprender de una manera los problemas de su audiencia, ya que mantiene a la empresa en permanente comunicación con el público.*

*El proyecto a realizar consiste en el rediseño de la imagen corporativa de la empresa Bolsiflex S.A. de C.V., la cual, como ya se mencionó anteriormente, se dedica a la fabricación y venta de bolsas de polietileno. Tras diseñar la imagen gráfica, se realizarán también la papelería básica, administrativa y algunas aplicaciones que llevarán esta nueva imagen gráfica.*

#### **4.4 ELEMENTOS QUE COMPONEN UNA IMAGEN CORPORATIVA**

*Toda imagen corporativa está compuesta de varios elementos de diseño, los cuales hacen que el mensaje pueda manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución. Estos elementos son:*

***NOMBRE DE LA EMPRESA:** En muchas ocasiones es mediante el cual se efectúa el reconocimiento de la empresa. Muchas veces coincide con el logotipo, pero realmente es el que se impone dentro del consumismo.*

***SÍMBOLO:** Es la marca visual que representa a la empresa, es el rasgo más definido que posee una empresa. Una de las características del símbolo es que es arbitrario, es decir, no tiene una relación natural con la empresa, sino que únicamente la representa.*

***LOGOTIPO:** Es la versión gráfica del nombre de la empresa ó marca.*

*El diseño de la imagen corporativa de Bolsiflex estará compuesto por un logograma piesto que será la combinación del símbolo y logotipo.*

CAPÍTULO V: PROCESO DE DISEÑO

## 5.1 BOCETOS PRELIMINARES

Para desarrollar los bocetos se formuló una lista conceptual, que es una lluvia de ideas en la que aparecieron elementos de trabajo de la empresa como son: impresoras, resina y rodillos. Junto con estas ideas se pensó en lo que la empresa quiere transmitir tanto al consumidor como al personal que labora en ella.



Se comienza trabajando con la imagen de un rodillo, para representar la máquina impresora, proyectando de esta manera la imagen de fuerza y seriedad.



Después se trabaja con formas geométricas con el fin de darle versatilidad.



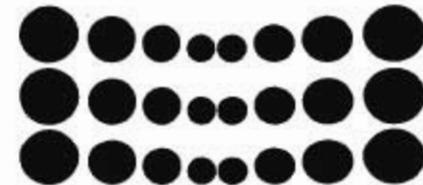
Por otro lado se trabaja con el rollo de polietileno para se vio que realmente no representaba ningún rumbo respecto a la imagen anterior de Bobilliz.



Posteriormente al no quedar satisfechos con los resultados, se realizaron bocetos con los siglos de la empresa utilizando rollos de polietileno.



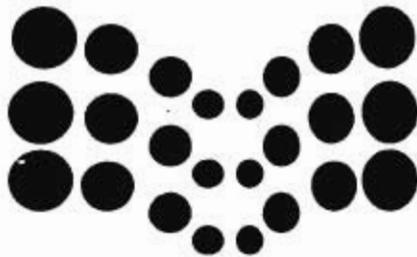
También se bocetaron los siglos de la empresa en forma de impresora, de una forma abstracta proyectando el rodillo de transferencia y el rodillo de portaforma, en los cuales pasa la película plástica.



Se idea trabajar con la materia prima del polietileno que es la resina, se elabora con el círculo ya que el material es circular. Su diseño en forma lineal con: ocho círculos horizontales y tres verticales con una degradación de tamaños, comenzando de mayor a menor y posteriormente de menor a mayor.

## 5.1.1 ALTERNATIVAS

Después que se mostró los bocetos preliminares se eligió trabajar con la idea de la materia prima



El mismo concepto se le dió movimiento a los círculos, como se ven en la máquina de extrusión, pero no fue del todo satisfactorio ya que parecía transmitir un producto de uso personal (como burbujas de shampoo).



Con la idea de las bolitas representando la materia prima se derivó otro concepto más interesante, para representar el sistema de impresión que es la flexografía que se imprime por medio de puntos cuando es tramada la impresión. Así que se diseñó un nuevo concepto: se siguió utilizando los círculos pero ahora se alargaron un poco tomando la forma de una elipse y se manejó en forma final con cuatro elipses horizontales y cuatro verticales con degradación de tamaño de mayor a menor.



De este mismo concepto se trabajó más las elipses alargándolas más y haciéndolas más proporcionadas los tamaños de las elipses. Se probó aumentarle una elipse a cada hilera, gustando más así.



Después de modificarlas y de aumentarle una elipse más se probó quitarle una hilera. Quedando así como idea representando al sistema de impresión con cinco elipses horizontales y tres hileras de elipses con degradación de tamaños.



Se trabajó más las elipses haciéndolas más finas, adelgazándolas a lo ancho, enderezándolas y degradándolas de tamaño a proporción.



Se formó un nuevo concepto, cada elipse del extremo izquierda fue modificada de tal forma que se aprueba una prolongación culminada en punta.

## 5.1.2 BOCETOS FORMALES

Con la nueva idea de formarle una prolongación a cada elipse se comenzó a trabajar con dos conceptos, puesto que al hacerle la prolongación se refleja la perspectiva de la película plástica saliendo de la máquina impresora y los puntos es por la forma en que se imprime la flexografía cuando es tramada.

Es así como se comenzó a trabajar con los bocetos formales tomando como muestra la imagen anterior.



A cada elipse se le quitó la prolongación, dejándole únicamente a los primeros elipses de cada hilera dando la impresión y perspectiva de que van saliendo de la máquina impresora.



También se probó manejarlo con un poco de movimiento.

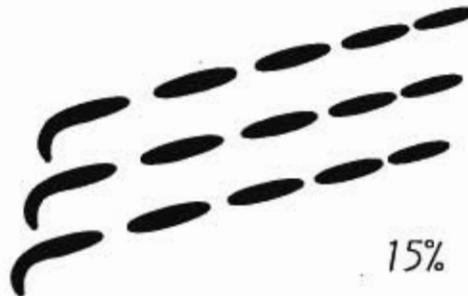


35%

Después de darle movimiento, se observó que fue muy exagerado. Así se decidió darle mayor espacio entre elipse y elipse, y girar la figura un 35%, un 25% y un 15%.



25%

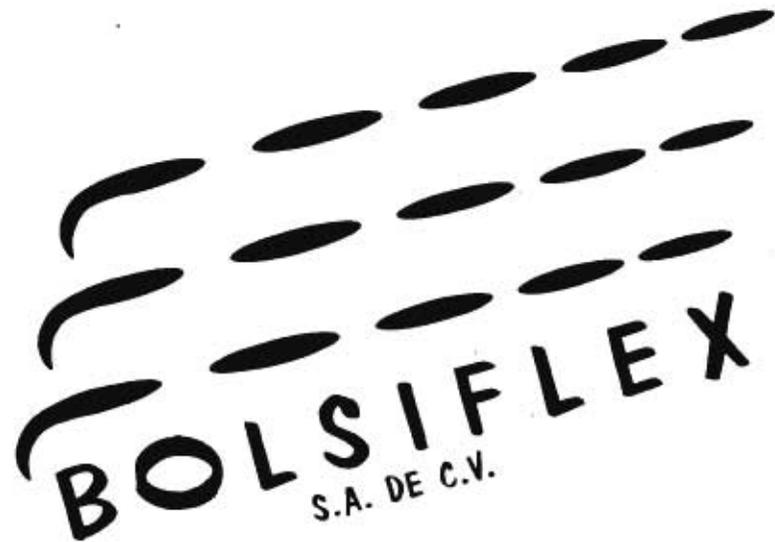


15%

Quedando este como símbolo representativo de Bolsiflex ya que los otros se ven muy hacia arriba, y este se ve fino y con movimiento.

*El símbolo consta de tres hileras horizontales de cinco elipses cada uno con degradación de tamaño comenzando de mayor a menor, siendo el primero al 100% , la siguiente un 90% del primero y así sucesivamente, dando una sensación de dilatación ya que esto hace que las elipsas se vean con movimiento pareciendo que las formas pequeñas se vieran más lejos y las mayores más cerca. Representando progreso, avance para la empresa. La elipse es una forma geométrica que parte de un círculo pero condensado y alargado con ello la empresa quiere transmitir seguridad y confianza.*

*Denotando así mismo las cualidades del producto que es la flexibilidad y al mismo tiempo queriendo mostrar de una forma la imagen del rollo de polietileno saliendo de la máquina impresora, impresa por la trama de puntos.*



## 5.2 CARACTERÍSTICAS TIPOGRÁFICAS

*La tipografía es la manera como una empresa escribe su propio nombre en el logotipo, también se le denomina estilo propio de la empresa.*

*Una vez escogida la tipografía para la compañía ésta opera como elemento de identificación visual.*

*En cuanto a la tipografía que acompaña al símbolo para formar el logograma final de Bolsiflex, se estudiaron distintos tipos de fuentes entre ellos:*

**BOLSIFLEX**

*HARPOON.- No es muy legible, además de que se busca una tipografía sólo con altas y ésta no tiene esta característica.*

**BOLSIFLEX**

*TECHNICAL.- Es una tipografía afeminada y no va con la imagen de la empresa.*

**BOLSIFLEX**

*RÉNFWREW.- Es una tipografía cuadrada que no es la que se está buscando.*

**BOLSIFLEX**

*FREEPORT.- Va más acorde a lo que se está buscando. Es redonda y se ve flexibilidad, aunque se requiere una tipografía más bold.*

**BOLSIFLEX**

*DAWN CASTLE.- Cumple con las características deseadas, es redonda, bold, tiene flexibilidad y la característica de que la letra "O" es la más similar al símbolo de la empresa.*

Finalmente se decidió utilizar para el logograma la tipografía Dawn Castle tanto para el nombre de la empresa como para la razón social. Se trata de una tipografía que no tiene patines, es bold, redonda y existe una concordancia entre el símbolo y la tipografía. Uno de los elementos característicos de la tipografía es la letra "O" la cual se giró 90° para crear un vínculo entre el símbolo y la tipografía.

**BOLSIFLEX**  
S.A. DE C.V.

Para darle movimiento a la tipografía se giró un 15% hacia la izquierda de su posición original para tener una similitud con el símbolo.

Como tipografía secundaria se escogió la Arial Rounded para los nombres de los directivos que aparecen en la papelería básica y administrativa, ya que esta tipografía tiene características semejantes a la Dawn Castle.

**ARIAL ROUNDED**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

*Podemos apreciar el logograma final que se usará en la realización de la nueva imagen de Bolsiflex.*



### 5.3 COLOR

El color es otro de los elementos que componen la personalidad de la empresa, por lo que su elección no es un trabajo secundario, sino una operación de primer orden. Es el emisor específico del producto, el que informa, expresa e identifica, siendo su principal función atraer y lograr la atención.

Se realizaron varias pruebas de color para el logograma:



Se tomaron los colores secundarios verde y morado



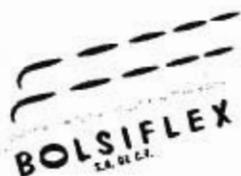
Los mismos colores se alternaron, sin tener ninguna respuesta satisfactoria.



Se probó utilizar un color secundario y cálido (naranja) combinarlo con el morado, agradó el color naranja pero se querían más muestras de color.



Como gustó los colores cálidos, se hizo una degradación de café hacia amarilla y el nombre de la empresa en violeta, para que exista contraste con el símbolo, pero en realidad no gustó ya que no se aprecia mucho el símbolo.



Se ideó con los colores básicos, pero eran demasiados colores para el logograma.



Al tener estas ideas se escogió trabajar con el naranja degradándolo y el nombre en violeta. Gusto mucho esta combinación pero el símbolo es muy pequeño para una degradación.



Así que se optó por trabajar con el violeta para las bolitas, y para el nombre el naranja gusto mucho puesto que se combinaron colores cálidos y fríos.



Como ya había gustado estos colores se trabajaron al revés, el naranja para las bolitas y el violeta para el nombre. Fue aceptada para representar el logograma de Bolsiflex.

*Pantone Orange 021C*



*Pantone Violet C*



*En ésta existe un contraste ya que se combinaron colores cálidos con fríos, el naranja transmite calor y como el símbolo está basado en el sistema de flexografía, los colores deben tener una similitud con el símbolo.*

*Las tintas con que se imprime en las máquinas impresoras se secan con el calor de la misma máquina, también porque los colores cálidos tienen la característica de aumentar y acercar aparentemente los objetos. Por otro lado, el color violeta es frío, por lo que hace contraste con el cálido y en lo que se refiere a la flexografía, el material, la materia prima es tratada a base de rayos ultravioleta para lograr la adhesión de la impresión de la película, aparte por no caer en la monotonía del color azul ya que por lo general las empresas utilizan las gamas de los azules como color principal.*

*Muestra del logograma final a color.*

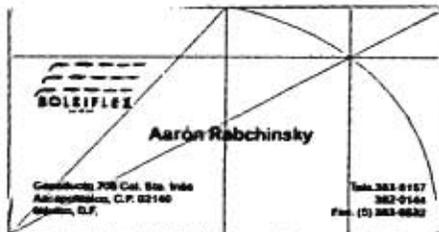
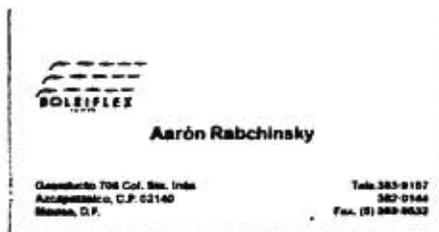


## 5.4 APLICACIONES DE UNA IMAGEN CORPORATIVA

En todo diseño es necesaria la aplicación de la imagen corporativa en papelería básica que consta de tarjeta de presentación, hoja membretada y sobre, como en papelería administrativa. Esto está determinado por un formato que puede variar en forma y tamaño y en una retícula en la cual se crearon líneas de intersección para justificar márgenes y manchas tipográficas.

Para la papelería de Bolsiflex se diseñaron varios bocetos logrando obtener un resultado satisfactorio.

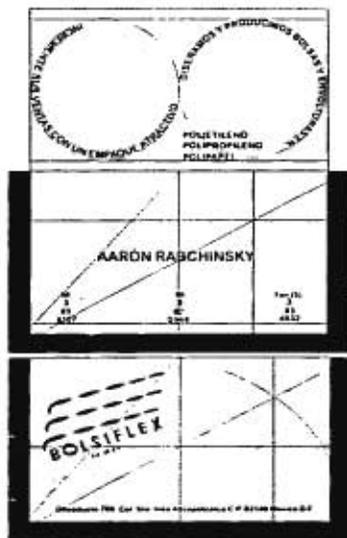
### TARJETA DE PRESENTACIÓN



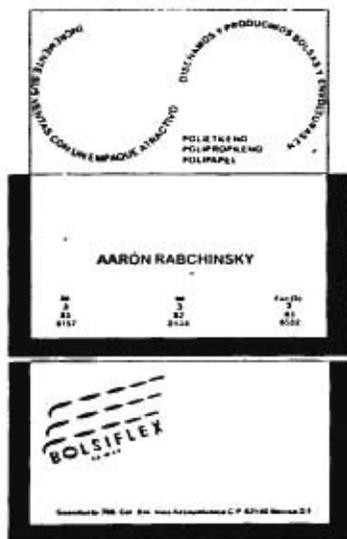
Se diseñó en forma horizontal, el logograma aparece en la parte superior izquierda, al centro el nombre del Director General, la dirección justificada en la parte inferior izquierda y los teléfonos justificadas en la parte inferior derecha. No se escogió ya que el logograma se ve estática y no gustó la idea.



Se probó en forma vertical, el logograma está centrado en la parte superior con una inclinación del 15% el nombre del Director General está ubicado en la parte central de la tarjeta, los teléfonos aparecen centrados arriba de la dirección que está en la parte inferior de la tarjeta. No se aceptó ya que es muy común ver las tarjetas de presentación así.

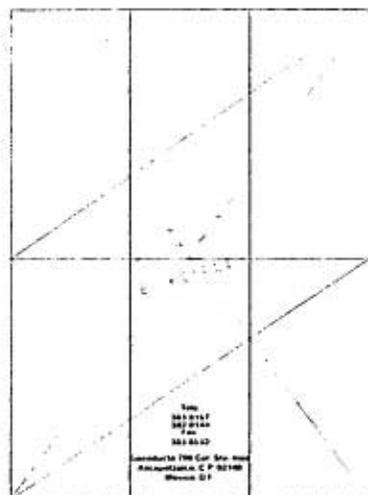


Se tomó el formato horizontal, en forma de libro, si se cierra la tarjeta, a primera vista encontramos el logograma, se desminuyó para así formar de fondo una repetición de ésta en marca de agua. La dirección se encuentra a lo largo de la tarjeta en la parte inferior, también observamos una pleca que rodea toda la tarjeta, al abrir la tarjeta en la parte de arriba se colocó un slogan de la empresa en forma circular, en la parte de abajo se encuentra el nombre de la persona centrado y debajo de ésta los teléfonos abarcando todo el espacio de la tarjeta en forma de pirámide.



Se decidió esta como tarjeta de presentación de Bolsiflex ya que es diferente en su formato y distintas a las tarjetas que vemos cotidianamente. La marca de agua es un elemento importante ya que nos representa la impresión sobre el plástico, ya que se imprime repetitivamente.

## HOJA MEMBRETADA

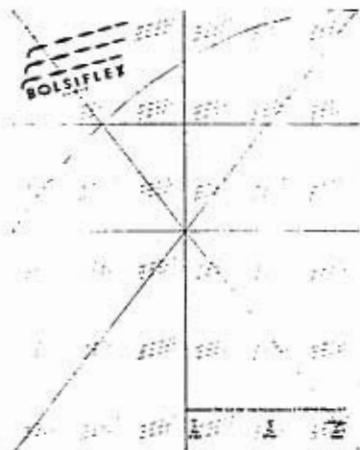


Aparece el logograma en la parte central en marca de agua e inclinado. El teléfono y la dirección aparecen centrados en la parte inferior de la hoja.  
Esta opción fue descartada ya que no llama mucha la atención



En esta segunda propuesta el logograma está ubicada en la parte superior izquierda en forma horizontal y la dirección en la parte inferior del mismo lado, los teléfonos debajo de esta, justificadas a la derecha



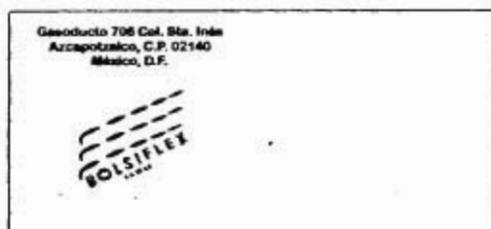
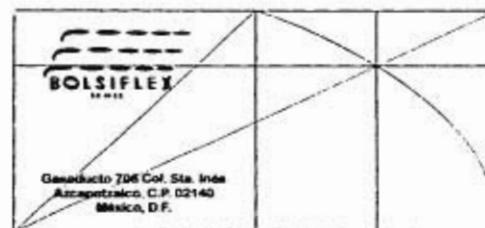
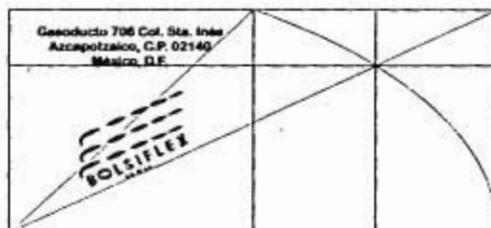


*Esta tercera opción es la hoja membretada que quedo para Bolsiflex. El logograma está ubicado en la parte superior izquierda con una inclinación del 15% de su forma horizontal, el logograma se redujo y se repite como fondo en marca de agua, la dirección se encuentra en la parte inferior derecha y debajo de ella el teléfono en forma de pirámide.*

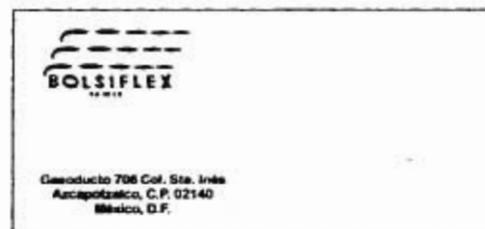
*Se pensó hacerla igual que la tarjeta para que exista una similitud en la papelería básica.*

## SOBRE

*En el diseño de éste, es importante dejar espacio para los timbres postales que son colocados en la parte superior derecha.*



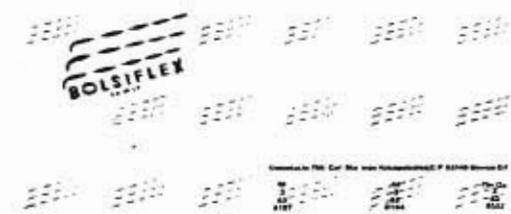
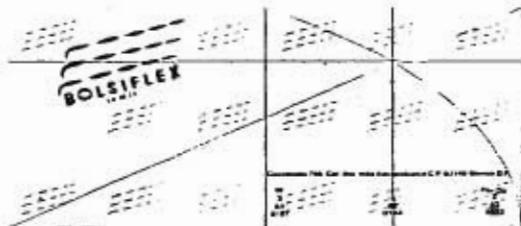
*En la primera opción la dirección se encuentra en la parte superior izquierda y debajo de ésta el logograma con una inclinación del 15% de su forma horizontal.*



*El logograma se encuentra en la parte superior izquierda en forma horizontal y la dirección en la parte inferior justificada a la izquierda.*

*Este es el sobre que quedó para la imagen de Bolsiflex, se tomó en cuenta la idea de la tarjeta y de la hoja para la realización del sobre para que exista una semejanza en la papelería*

*El logograma está en la parte superior izquierda con una inclinación del 15% de su forma horizontal. También se redujo el logograma para formar un fondo de repetición en marca de agua. La dirección se encuentra en la parte inferior derecha y debajo de está aparecen los teléfonos en forma de pirámide.*





		<b>FABRICA DE BOLSA Y TERA CLASE DE IMPRESION</b> <small>INDICAR EN EL CUADRO DE ADECUACION Y EN EL CUADRO DE ADECUACION</small>	
<b>DESTINO Y DELIBERAR EN</b>		<b>IMPRESION</b>	<b>IMPRESION</b>
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	<b>CONDICIONES</b>
<b>PLAZA</b>		<b>Nº TELEFONO FAX</b>	
<b>INDICACIONES DE IMPRESION</b>		<b>IMPRESION</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	

FAX

		<b>FABRICA DE BOLSA Y TERA CLASE DE IMPRESION</b> <small>INDICAR EN EL CUADRO DE ADECUACION Y EN EL CUADRO DE ADECUACION</small>	
<b>DESTINO Y DELIBERAR EN</b>		<b>IMPRESION</b>	<b>IMPRESION</b>
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	<b>CONDICIONES</b>
<b>PLAZA</b>		<b>Nº TELEFONO FAX</b>	
<b>INDICACIONES DE IMPRESION</b>		<b>IMPRESION</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	

FACTURA

		<b>FABRICA DE BOLSA Y TERA CLASE DE IMPRESION</b> <small>INDICAR EN EL CUADRO DE ADECUACION Y EN EL CUADRO DE ADECUACION</small>	
<b>DESTINO Y DELIBERAR EN</b>		<b>IMPRESION</b>	<b>IMPRESION</b>
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	<b>CONDICIONES</b>
<b>PLAZA</b>		<b>Nº TELEFONO FAX</b>	
<b>INDICACIONES DE IMPRESION</b>		<b>IMPRESION</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	

		<b>FABRICA DE BOLSA Y TERA CLASE DE IMPRESION</b> <small>INDICAR EN EL CUADRO DE ADECUACION Y EN EL CUADRO DE ADECUACION</small>	
<b>DESTINO Y DELIBERAR EN</b>		<b>IMPRESION</b>	<b>IMPRESION</b>
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	<b>CONDICIONES</b>
<b>PLAZA</b>		<b>Nº TELEFONO FAX</b>	
<b>INDICACIONES DE IMPRESION</b>		<b>IMPRESION</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	
<b>CONDICIONES DE IMPRESION</b>		<b>CONDICIONES</b>	

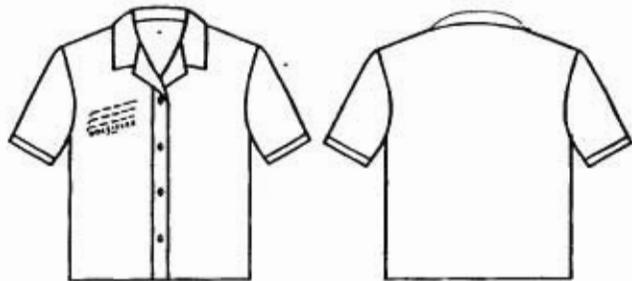
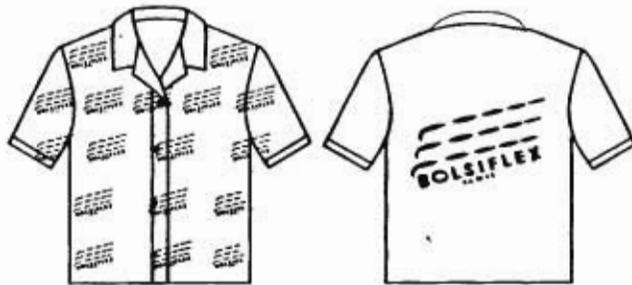
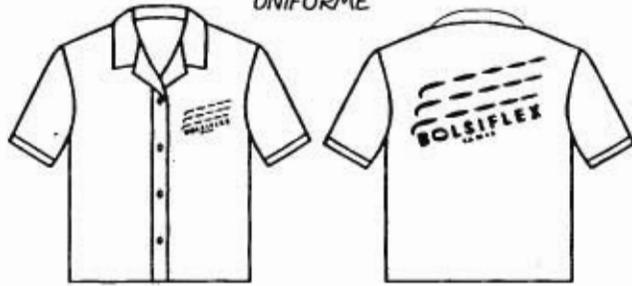




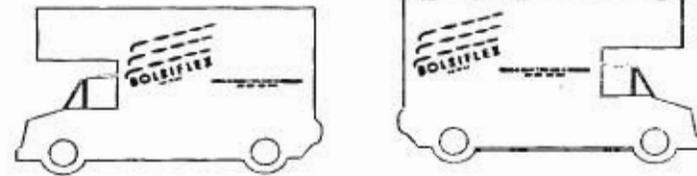
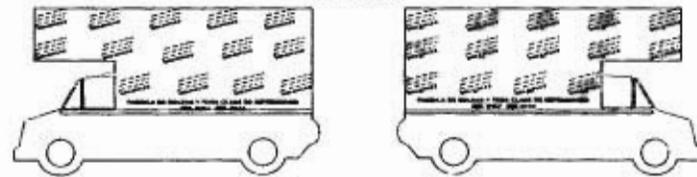


## BOCETOS DE LAS APLICACIONES

UNIFORME



CAMIÓN



BOLSA DE EMPAQUE

**BOLSIFLEX**  
UNA LLAMADA BASTA...!

CLIENTE \_\_\_\_\_  
MEDIDA \_\_\_\_\_  
CALIBRE \_\_\_\_\_  
CANTIDAD \_\_\_\_\_  
TOTAL \_\_\_\_\_

TARJETA DE EMPLEADO

**BOLSIFLEX**

Nombre \_\_\_\_\_  
N° de empleado \_\_\_\_\_



**BOLSIFLEX**  
UNA LLAMADA BASTA...!

CLIENTE \_\_\_\_\_  
MEDIDA \_\_\_\_\_  
CALIBRE \_\_\_\_\_  
CANTIDAD \_\_\_\_\_  
TOTAL \_\_\_\_\_

**BOLSIFLEX**



Nombre \_\_\_\_\_  
N° de empleado \_\_\_\_\_

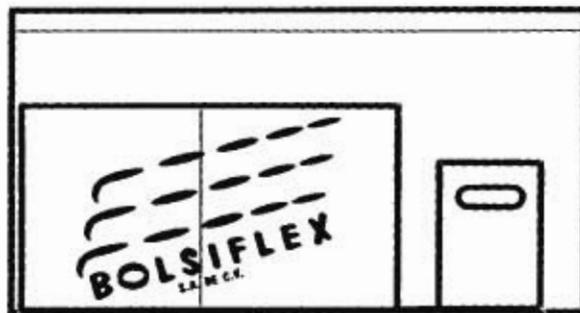
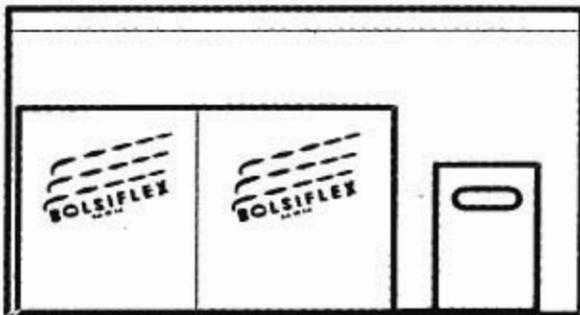
**BOLSIFLEX**  
UNA LLAMADA BASTA...!

CLIENTE \_\_\_\_\_  
MEDIDA \_\_\_\_\_  
CALIBRE \_\_\_\_\_  
CANTIDAD \_\_\_\_\_  
TOTAL \_\_\_\_\_

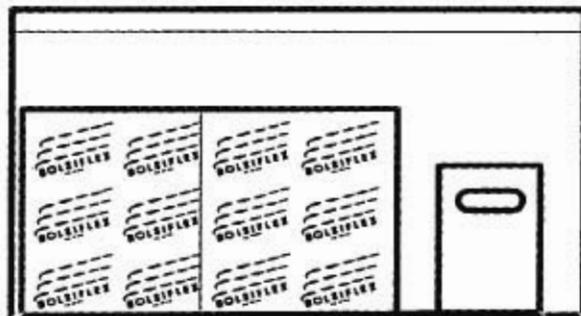
**BOLSIFLEX**



Nombre \_\_\_\_\_  
N° de empleado \_\_\_\_\_



PORTON DE LA EMPRESA

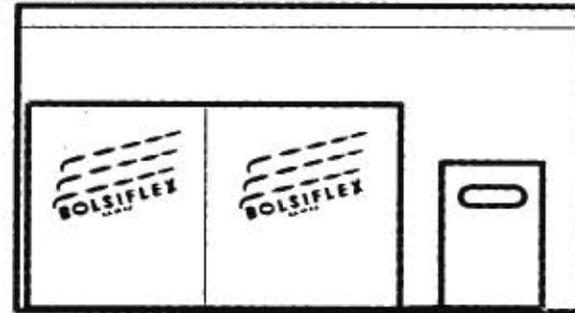


## BOCETOS FORMALES DE LAS APLICACIONES

UNIFORME



PORTON DE LA EMPRESA



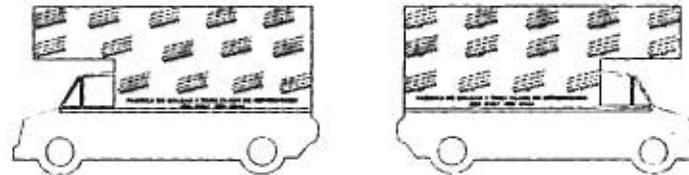
BOLSA DE EMPAQUE

O SI ES      L PL      BOLSIFLEX

**UNA LLAMADA BASTA...!**

CLIENTE: \_\_\_\_\_  
 MEDIDA: \_\_\_\_\_  
 CALIBRE: \_\_\_\_\_  
 CANTIDAD: \_\_\_\_\_  
 TOTAL: \_\_\_\_\_

CAMIÓN



TARJETA DE EMPLEADO

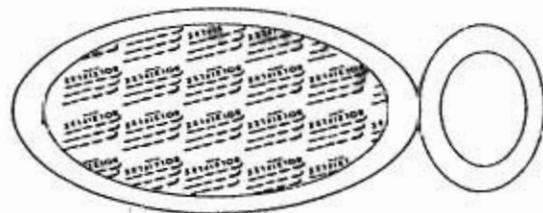
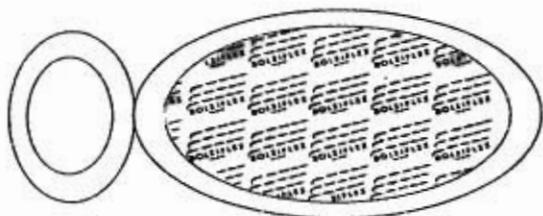
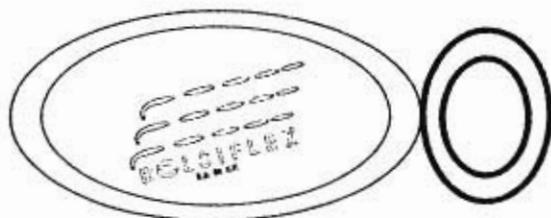
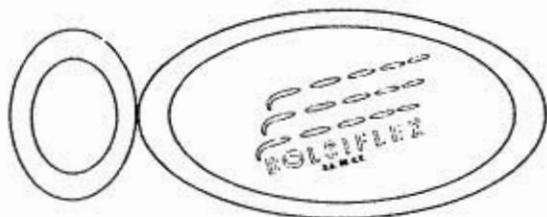
O SI ES      L PL      BOLSIFLEX

Nombre: \_\_\_\_\_  
 N° de empleado: \_\_\_\_\_

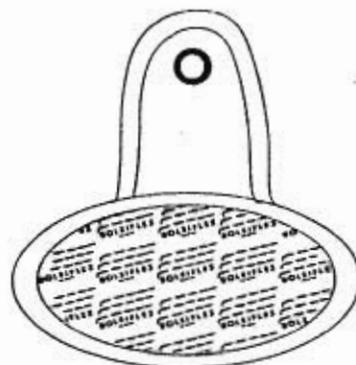
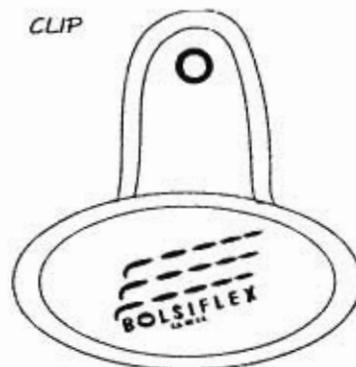
O SI ES      L PL      BOLSIFLEX

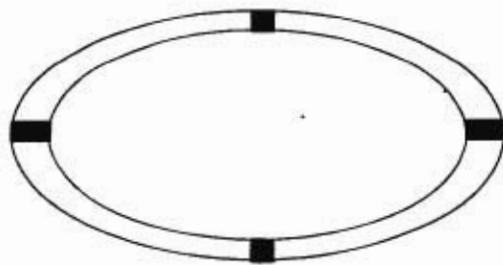
## BOCETOS DE LOS PROMOCIONALES

LLAVERO

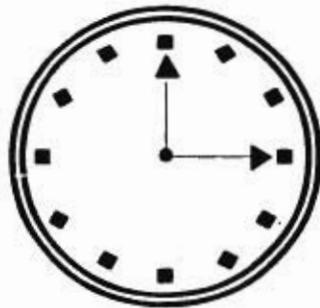


CLIP

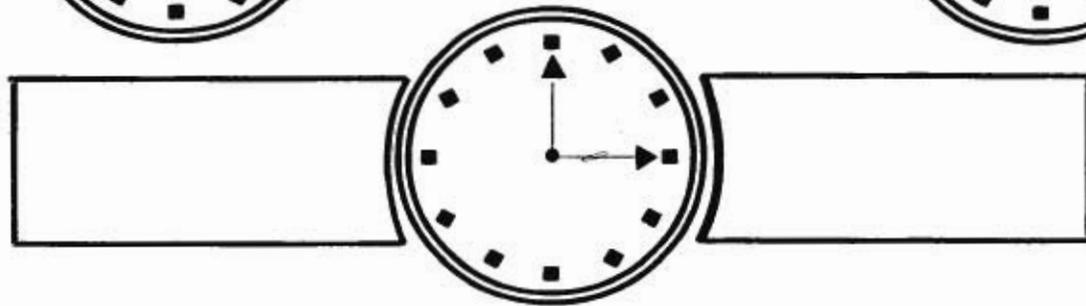




CENICERO

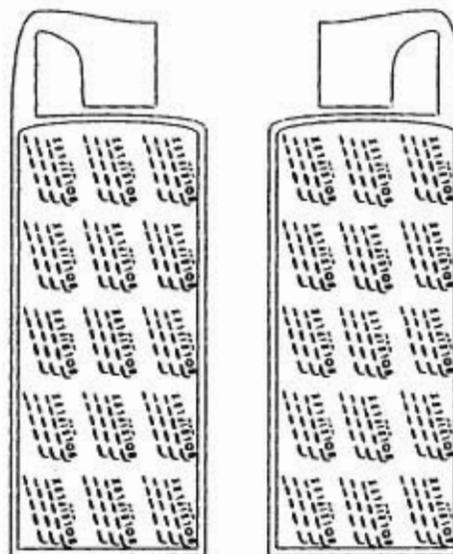


RELOJ DE PARED Y DE MANO





ENCENDEDOR



## BOCETOS FORMALES DE LOS PROMOCIONALES



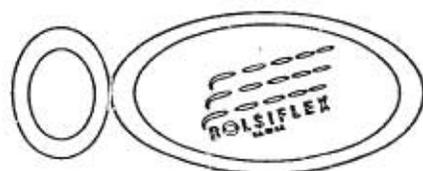
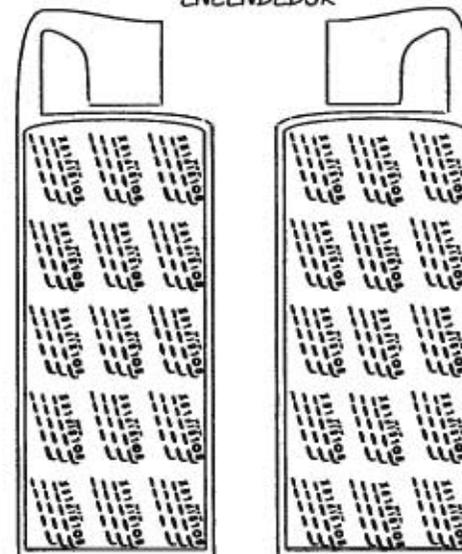
CENICERO

RELOJ DE PARED



CLIP

ENCENDEDOR



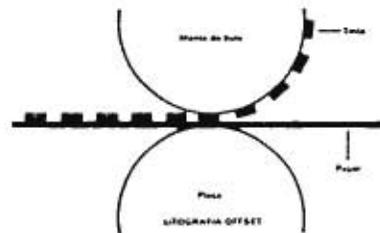
LLAVERO



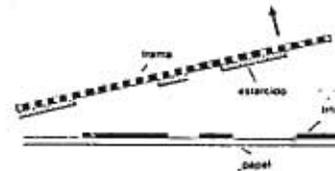
## 5.5 SISTEMA DE IMPRESIÓN

La impresión es el último paso en el proceso de diseño ya que de esta manera el logotipo va a ser impreso en distintas formas y por diferentes métodos de impresión.

**OFFSET:** Procedimiento de impresión en el que se utilizan pláncas metálicas planográficas enrollables que no tocan el papel, sino que imprimen sobre un cilindro de caucho que a su vez, traslada la impresión al papel. Este proceso se utiliza para imprimir cajas plegadizas, etiquetas, y publicaciones. El costo de este proceso es relativamente bajo, de buena calidad y puede hacerse tirajes muy grandes.



**SERIGRAFÍA:** Procedimiento de impresión manual, hoy en día también industrial, mediante el cual la tinta pasa por mallas de diferentes tejidos ya sean abiertas o cerradas. Se lleva a cabo sobre cualquier material plano o curvo. Resulta ideal para tirajes cortos ya que su costo es un poco alto pero cuenta con una gran calidad y elegancia.



## 5.6 FUNCIONAMIENTO DEL DISEÑO Y SU RELACIÓN CON EL RECEPTOR

*Tomando en cuenta el proceso de diseño y el manual de imagen corporativa, debe considerarse la existencia de un plan de funcionamiento, o bien de una estrategia de diseño, ya que con ésta última el proyecto de principio a fin adquiere solidez puesto que se lleva a la práctica, tornándose real.*

### 5.6.1 ESTRATEGIA DE DISEÑO

*Recordando que Bolsiflex no es única en su ramo y que la competencia es cada día más fuerte es necesario sobresalir por lo tanto, la difusión publicitaria de la empresa continuará utilizando el mismo medio ( Sección amarilla) e innovará provablemente el hecho de anunciarse en una revista propia del plástico, haciendo ahora hincapié en su nueva imagen y expresando que con ésta, Bolsiflex crece como empresa de manera general.*

*Una de las estrategias gráficas en base al desarrollo de la imagen será plasmar ésta de manera más llamativa en cuanto a tamaño y distribución (Claro está tomando en cuenta todos los elementos nuevos de la imagen, color, forma, tipografía), también transmitiendo lo que la empresa es y a lo que realmente se dedica que es a la venta e impresión de polietileno y que la forma de imprimir es en base a la flexografía.*

## 5.6.2 TABLA DE JERARQUIZACIÓN

Como ya fué explicado anteriormente la nueva imagen que representará a la empresa se usará principalmente en:

- 1.- Papelería personal (Tarjeta de presentación, hoja, sobre y fax).
- 2.- Papelería administrativa externa (Hoja de pedido, cotización, remisión y factura).
- 3.- Papelería administrativa interna (Recibo de nómina, vale provisional de caja, contra-recibo, tarjeta checador y tarjeta comedor).

Esta imagen tendrá otras aplicaciones acorde con las necesidades de la empresa tales como:

- 1.- Aplicaciones visuales de la empresa (Fachada, camión de reparto, bolsa de empaque gafete y uniformes).
- 2.- Artículos promocionales de acuerdo a un calendario que la empresa establecerá (Reloj, llavero, clip, encendedor y cenicero).

## 5.7 COSTOS

*La papelería básica como la administrativa se imprimirán en offset, por ser el sistema de impresión más barato, de buena calidad y para tirajes grandes.*

*Únicamente las tarjetas de presentación se haran en serigrafía con el fin de darles más elegancia y calidad.*

*Las cantidades se establecieron para un período de un año.*

*1000 Tarjetas de presentación*

*2 tintas, impresa por dos lados (En serigrafía)*

*positivos*

*suaje y suajado*

*doble*

*Total aproximado \$1694.00*

*5000 Hojas membretadas (Carta)*

*2 Tintas, impreso en offset*

*negativos*

*Total aproximado \$1264.00*

*5000 Sobres (Carta)*

*2 Tintas, impreso en offset*

*negativos*

*Total aproximado \$1747.00*

5000 Fax (Carta)

Papel

1 Tinta, impreso en offset  
negativo y lamina

Total aproximado \$969.00

5000 H. Pedido (Carta)

Papel para original y copia

2 Tintas, impreso en offset  
negativos y lamina

folio y engomado

Total aproximado \$2074.00

10000 H. Cotización (Carta)

Papel para original y copia

2 Tintas impreso en offset  
negativos y lamina

folio y engomado

Total aproximado \$3500.00

5000 H. Factura (Carta)

Papel para original y 4 copias

2 Tintas impreso en offset

Negativo y lamina

folio y engomado

Total aproximado \$3954.00

5000 H: Remisión (1/2 Oficio)

Papel para original y 2 copias  
2 tintas impreso en offset  
negativo y lamina  
corte  
folio y engomado  
Total aproximado \$241200

300 T. Comedor (1/4 Carta)

Cartulina  
1 Tinta, impreso en offset  
negativo y lamina  
corte  
Total aproximado \$18500

1000 V.P: de Caja (1/4 de Carta)

Papel  
2 Tintas ipreso en offset  
negativo y lamina  
corte y engomado  
Total aproximado \$37400

5000 Contrarecibo (1/4 Carta)

Papel para original y copia  
2 Tintas impreso en offset  
negativo y lamina  
corte y engomado  
Total aproximado \$64900

5000 R. de Nómina (1/4 Carta)

Papel para original y copia

2 Tintas, impreso en offset

negativo y lamina

corte y engomado

Total aproximado \$649.00

300 T. Checador (85 X 19 cm)

Cartulina

1 Tinta impreso por dos lados en offset

negativos y lamina

corte

Total aproximado \$327.00

Total final aproximado \$19,798.00

A este precio falta sumarle un 20% más del total que incluye los honorarios de diseño y originales mecánicos.

A un así no se pasa del presupuesto.

Las aplicaciones y los promocionales es una propuesta. El cliente decide la cantidad y cuando producirlos por lo que su costo es variable.

# MANUAL DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE BOLSIFLEX



## INDICE

### INTRODUCCIÓN

SÍMBOLO/EXPLICACIÓN	Pag. 1
SÍMBOLO E IDENTIFICADOR	Pag. 2
DISEÑO DEL TRAZO	Pag. 3
RAZÓN SOCIAL	Pag. 4
DISEÑO CON MEDIDAS	Pag. 5
ORIGINAL EN NEGRO Y OUTLINE	Pag. 6
MÁRGENES VISUALES	Pag. 7
AMPLIACIÓN Y REDUCCIÓN	Pag. 8
COLOR	Pag. 9
USOS INCORRECTOS	Pag. 10
TIPOGRAFÍA	Pag. 11
TIPOGRAFÍA COMPATIBLE	Pag. 12
PAPELERÍA BÁSICA Y ADMINISTRATIVA A COLOR	Pag. 13
APLICACIONES A COLOR	Pag. 21
PROMOCIONALES A COLOR	Pag. 22
MEDIDAS E INDICACIONES DE LA PAPELERÍA BÁSICA Y ADMINISTRATIVA	Pag. 23
ORIGINALES MECÁNICOS DE LA PAPELERÍA BÁSICA Y ADMINISTRATIVA	Pag. 36

## INTRODUCCIÓN

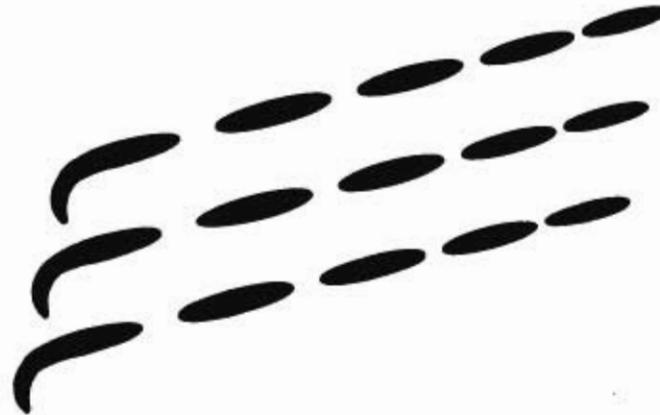
*El símbolo es la marca visual que representa a la empresa y el tiempo hace que se vuelva un elemento identificador.*

*Un sistema de identificación visual es el conjunto de reglas que llevan el uso del logotipo, tipografía, color y que las distinguen de las demás de su ramo por eso es necesario la realización de un manual para el uso exclusivo de la empresa y colaboradores.*

*El manual es una guía instructora de aplicaciones gráficas que contiene todas las normas y restricciones. Debe ofrecer detalles acerca de cómo producir el símbolo y el logotipo con proporciones y espacios.*

*El manual contendrá diversos impresos de la empresa explicando cómo han de ser utilizados e indicará todos los estilos de letras que deben ser adoptadas, así como los colores y el número de pantone. Además dará instrucciones para sus aplicaciones y promocionales.*

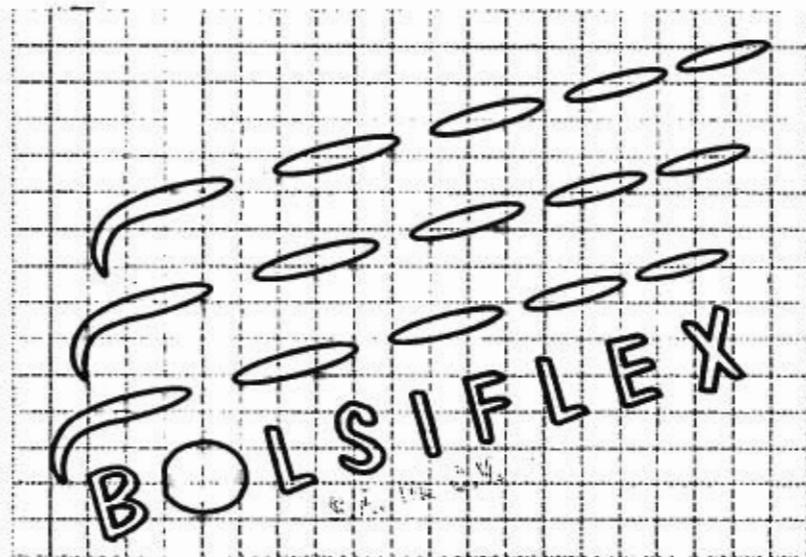
## SÍMBOLO/ EXPLICACIÓN



*El símbolo de BOLSIFLEX está integrado por tres hileras de cinco elipses horizontales cada una con degradación de tamaños comenzando de mayor a menor siendo la primera al 100%, la siguiente un 90% de la primera y así sucesivamente, dando una sensación de dilatación y que esto hace que las elipses se vean con movimiento pareciendo que las formas pequeñas se vieran más lejos y las mayores más cerca. Representando progreso, avance para la empresa. El símbolo se rotó un 15% de su forma horizontal. La elipse es una forma geométrica que parte de un círculo pero condensado y alargado con ello la empresa quiere transmitir seguridad y confianza*

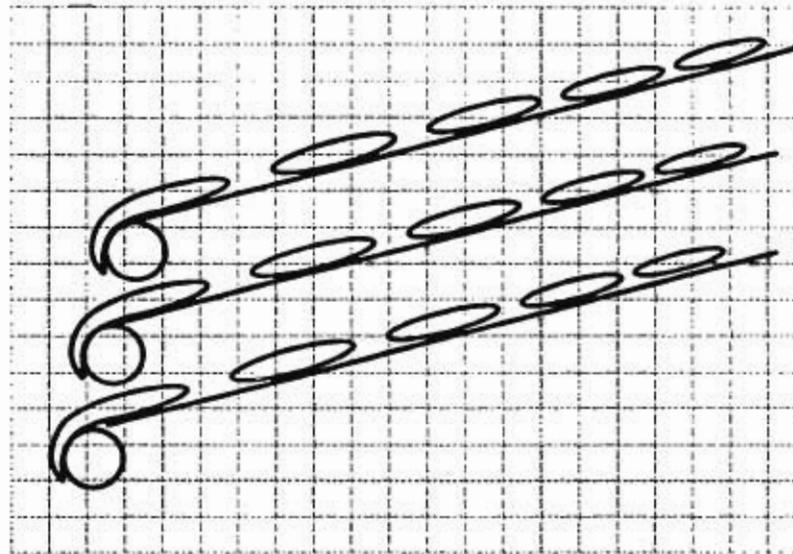
*Denotando así mismo las cualidades del producto que es la flexibilidad y al mismo tiempo queriendo mostrar de una forma la imagen del rollo de polietileno saliendo de la máquina impresora y la trama de puntos por la cual se imprime la flexografía, cuando la impresión es tramada.*

## SÍMBOLO E IDENTIFICADOR



*El símbolo y el identificador (nombre de la empresa) así como la razón social no deben ser modificados, por lo que deben de ir debajo del símbolo con la misma inclinación.*

## DISEÑO DEL TRAZO



*Sus proporciones deben permanecer iguales, el diseño se realizó tomando como base un cilindro para dar la impresión de que las elipses fueran saliendo de la máquina impresora, como si fuera la película plástica.*

*Las primeras elipses se deformaron teniendo como patron el cilindro de ahí en adelante las elipses se fueron degradando de tamaño. El símbolo se inclinó para dar la sensación de movimiento.*

RAZÓN SOCIAL

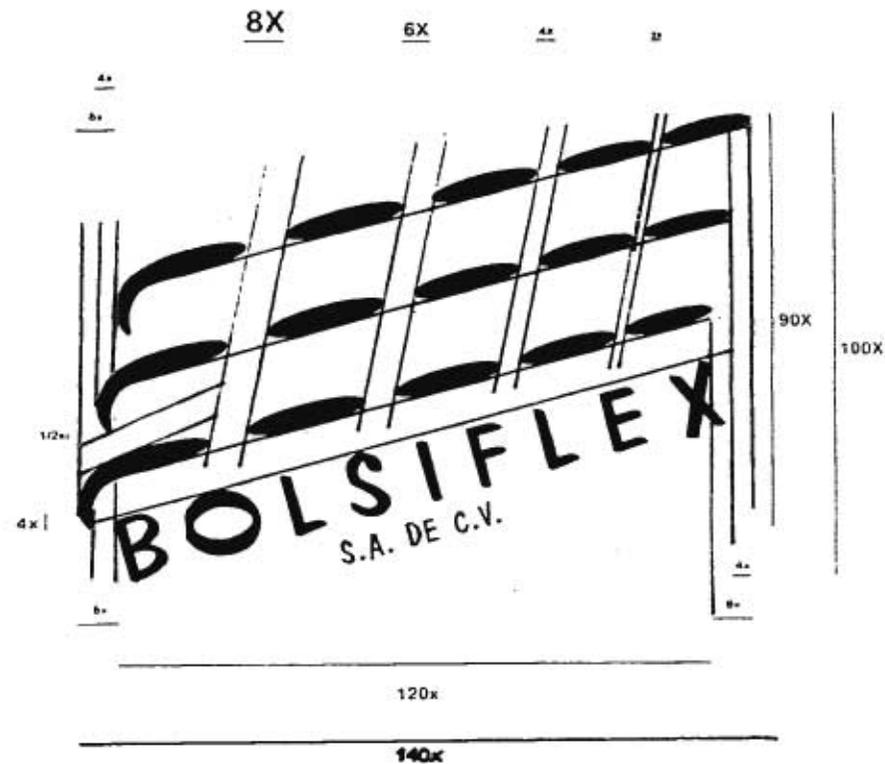
**BOLSIFLEX**  
S.A. DE C.V.

*La tipografía que se usará es la Dawn Castle, que es una tipografía que no tiene patines, es bold y de esta manera existe una concordancia con el símbolo.*

*Uno de los elementos característicos de la tipografía es la "O" la cual se giró 90° para crear un vínculo entre el símbolo y la tipografía.*

*Para darle movimiento a la tipografía se giró un 15% toda la razón social de su forma original.*

## DISEÑO CON MEDIDAS



Se hizo en base a X, que es la mínima medida que hay entre elipse y elipse. Esto sirve para que tenga la misma proporción el logograma.

ORIGINAL EN NEGRO Y OUTLINE



## MÁRGENES VISUALES



Los márgenes visuales, son el espacio mínimo que se debe respetar entre el logograma y otros elementos. Dentro de las áreas que comprenden los márgenes visuales no está permitido incluir ningún otro elemento. El margen del logograma está determinado por la distancia "X".

## AMPLIACIÓN Y REDUCCIÓN



Estos son los tamaños establecidos para el uso del logograma, el motivo por el cual no se debe usar ninguna otra medida responde al hecho de establecer una estandarización. Habrá casos en que el logograma no responda a estos tamaños, y esto solo será permitido siempre y cuando se justifique su aplicación y no pierda la proporción. El mínimo al que se puede reducir el logograma es a 2cm de altura.

## COLOR



*PANTONE Orange021 C*

*PANTONE Violet C*

*Estos son los colores oficiales para usar el logograma.*

*El símbolo se usará como marca de aguarepetida sin llevar la razón social, usándose un mediotono del 15% del Orange021 C. El logograma estará a un 100% del Orange021 C (elipses) y Violet C (razón social).*

## USOS INCORRECTOS

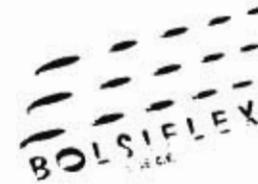
*Nunca deberá usarse en forma horizontal*



*Nunca deberá ser inscrito dentro de otra forma*



*Nunca deberá usarse en fondos con degradados o texturas*



*Nunca deberá usarse en outline*



*No se debe variar la proporción*



## TIPOGRAFÍA

La tipografía que se utilizará para el nombre de la empresa y la razón social es la *DAWN CASTLE* por la caracterización de no tener patines, ser bold y redondeada para que haya una concordancia entre el símbolo y la tipografía dando la sensación de flexibilidad.

Se manejó solo con altas para dar la imagen de solidez a la empresa.

Uno de los elementos característicos de la tipografía es el detalle de la "O" la cual se giró 90° para crear un vínculo entre el símbolo y la tipografía. El puntaje varía de acuerdo a la reducción o ampliación del diseño.

**DAWN CASTLE**  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn**op**qrstuvwxyz  
1234567890

**BOLSIFLEX**  
S.A. DE C.V.

Para la papelería básica y administrativa se usará la tipografía *ARIAL* *ROUNDED* en altas y bajas, por ser semejante a la *DAWN CASTLE*, puesto que no tiene patines es bold y redonda.

**ARIAL ROUNDED**  
ABCDEFGHIJKLMN**Ñ**OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn**ñ**opqrstuvwxyz  
1234567890

Gasoducto 706, Col. Sta. Inés Azcapotzalco C.P. 02140 México D.F.

## TIPOGRAFÍA COMPATIBLE

La tipografía compatible que se utilizará es la ONE STROKE (script) y ONE STROKE (script bold). En caso de que no se encuentre el estilo tipográfico Dawn Castle y Arial Rounded.

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ

1234567890 æøßÆØ &?!£\$%(.,;:)

**abcdefghijklmnopqrstvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ**

**1234567890 æøßÆØ &?!£\$%(.,;:)**

## ***PAPELERIA BASICA Y ADMINISTRATIVA A COLOR***

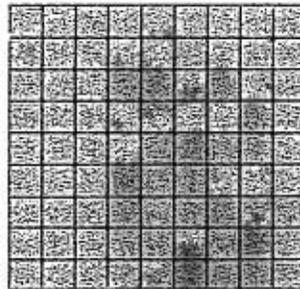
*El color, es uno de los elementos que compone este sistema de identificación el cual juega un papel muy importante.*

*PANTONE ORANGE 021c*

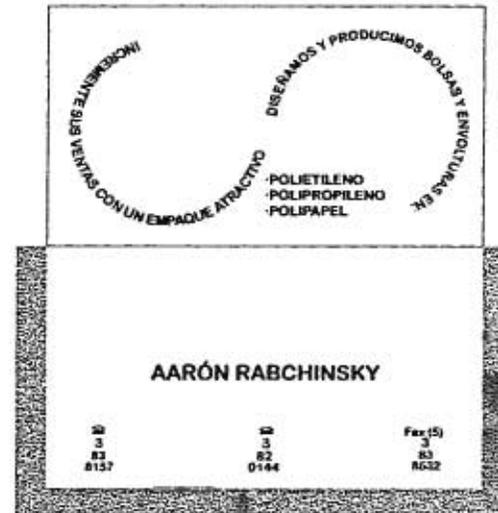
*PANTONE VIOLETc*

*Estos son los colores oficiales para esta nueva imagen. Para evitar variaciones de color, se incluyen muestras desprendibles de cada color.*

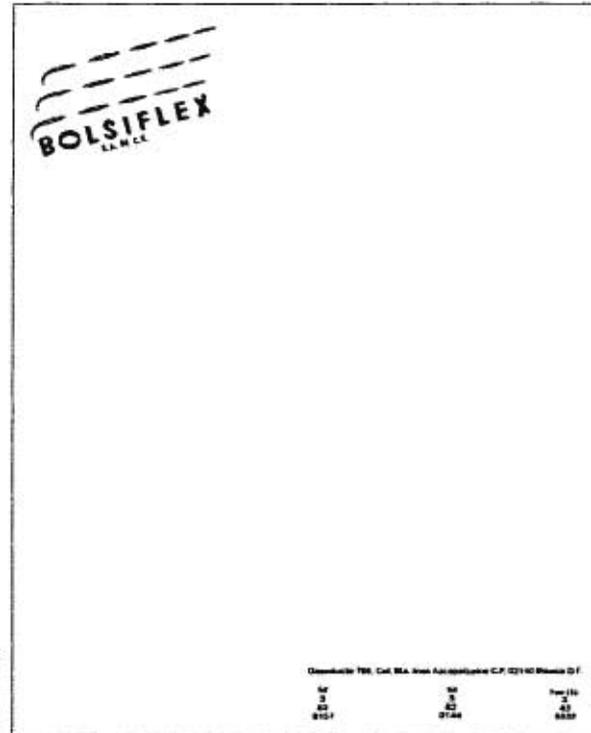
*En el caso de la marca de agua, se usará el pantone orange 21 a medio tono al 15%.*



## TARJETA DE PRESENTACIÓN



HOJA MEMBRETADA



SOBRE





## FACTURA



**BOLSIFLEX**  
S.A. DE C.V.

**FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION**  
Dominante 796, Col. San Juan Atoyac, C.P. 02148 Mexico D.F.  
 Tel: 525 2111 Fax: 525 2111

UNA LLAMADA BASTA... / DIA MES AÑO / FACTURA N°

VENIDO A	CONDICIONES	SU PERIODO	SU CANTIDAD	RUEB.
R.F.C.				

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	IMPORTE

**S.A. DE C.V. BOLSIFLEX**

**RUEB. (V.A. 04/70)**

**CANCELADA (V.A. 01/02)**

**IMPORTE**

**EN \$**

**TOTAL \$**

## FAX



**BOLSIFLEX**  
S.A. DE C.V.

**FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION**  
Dominante 796, Col. San Juan Atoyac, C.P. 02148 Mexico D.F.  
 Tel: 525 2111 Fax: 525 2111

UNA LLAMADA BASTA... / DIA MES AÑO

ORIGEN A / DELIVER TO	DIA	MES	AÑO
COMPANIA / COMPANY	LADA	COD	
PLAZA	N° TELEFAX / FAX		
REFERENCIA / REFERENCE	FOLIO		

ENVIADO POR / FROM

OFICINA / OFFICE

EXTENSION

NUMERO DE HOJA INCLUYENDO ESTA PORTADA / NUMBER OF PAGES INCLUDING COVER SHEET

OBSERVACIONES / COMMENTS



CONTRA RECIBO

  
**BOLSIFLEX**  
 S.A. DE C.A.

	FECHA	NUMERO
--	-------	--------

CONTRA RECIBO

RECIBIMOS DE:

LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS A REVISION:

NUMERO	FECHA	IMPORTE	OBSERVACIONES

TOTAL \$

DIAS	L	M	M	J	V	S	HORARIO	FECHA DE PAGO
REVISION							DE A HRS	
PAGO							DE A HRS SELLO	

\_\_\_\_\_  
 FIRMA

VALE PROVISIONAL DE CAJA

  
**BOLSIFLEX**  
 S.A. DE C.A.

VALE PROVISIONAL DE CAJA \$

IMPORTE EN LETRA

CONCEPTO

CONTROL	FECHA	AUTORIZADO POR	RECIBIDO POR

## RECIBO DE NÓMINA



RECIBO DE NOMINA

NOMBRE DEL EMPLEADO

SUELDO CORRESPONDIENTE A:  SEMANA  QUINCENA DEL  AL

INGRESOS

NORMAL (con 7 <sup>o</sup> DIAS)	DIAS	HORAS	IMPOTE
TIEMPO EXTRA	HORAS		
OTROS			
TOTAL DE INGRESOS			<input type="text"/>

DEDUCCIONES

IMPUESTOS / RENTA	IMPOTE
CUOTA IMSS	<input type="text"/>
OTRAS	
NETO RECIBO	

RECIBI DE:

NOMBRE DE LA EMPRESA

LA CANTIDAD ANOTADA EN ESTE RECIBO EN PAGO DE MI SUELDO:  
ADEMAS CERTIFICADO QUE NO SE ME ADEUDA A LA FECHA,  
CANTIDAD ALGUNA POR NINGUN CONCEPTO.

FIRMA DEL EMPLEADO

## TARJETA CHECADOR

Nº.  NOMBRE

MES  FECHA

FIRMA

	MAÑANA		TARDE		EXTRA	
	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

NOTA: SE CONSIDERA FALTA ANTES  
AL HORARIO TRABAJAR. ASIMISMO  
SI FALTA A OTRAS PERSONAS QUE  
TRABAJAN EN LA MISMA EMPRESA  
DEBEN FALTAR A LOS HORARIOS. LA  
EMPRESA DE IMPRESION DEBERIA  
NOTIFICARLOS DE ANTELICHO.

EMPRESA	EXTENSION
---------	-----------

Nº.  NOMBRE

MES  FECHA

FIRMA

	MAÑANA		TARDE		EXTRA	
	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						

NOTA: SE CONSIDERA FALTA ANTES  
AL HORARIO TRABAJAR. ASIMISMO  
SI FALTA A OTRAS PERSONAS QUE  
TRABAJAN EN LA MISMA EMPRESA  
DEBEN FALTAR A LOS HORARIOS. LA  
EMPRESA DE IMPRESION DEBERIA  
NOTIFICARLOS DE ANTELICHO.

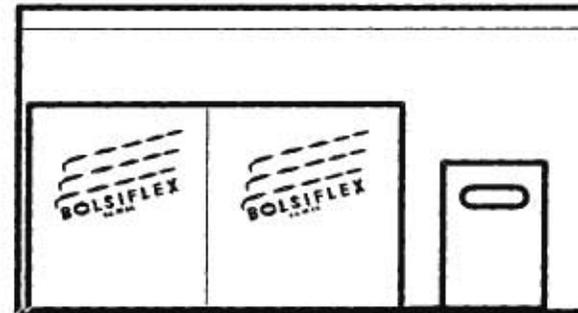
EMPRESA	EXTENSION
---------	-----------

## APLICACIONES A COLOR

UNIFORME



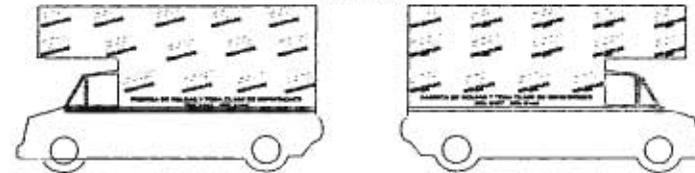
PORTON DE LA EMPRESA



BOLSA DE EMPAQUE

BOLSIFLEX	BOLSIFLEX	BOLSIFLEX	BOLSIFLEX
<b>UNA LLAMADA BASTA...!</b>			
CLIENTE	_____		
MEDIDA	_____		
CALBRE	_____		
CANTIDAD	_____		
TOTAL	_____		

CAMIÓN



TARJETA DE EMPLEADO

BOLSIFLEX	BOLSIFLEX	BOLSIFLEX	EE
BOLSIFLEX	BOLSIFLEX	BOLSIFLEX	EE
Nº de identificación			
BOLSIFLEX	BOLSIFLEX	BOLSIFLEX	BOLSIFLEX

PROMOCIONALES A COLOR

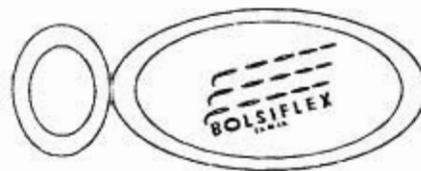


CENICERO

RELOJ DE PARED



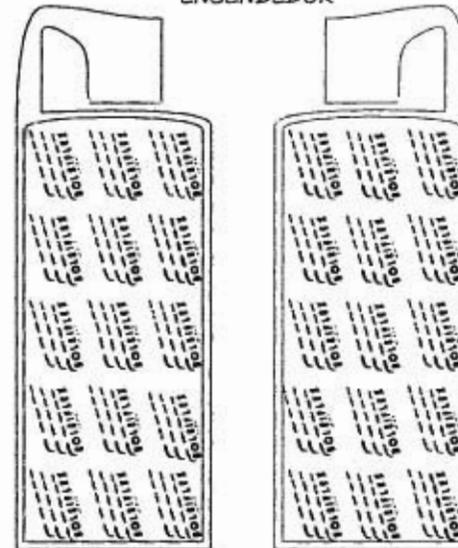
CLIP



LLAVERO

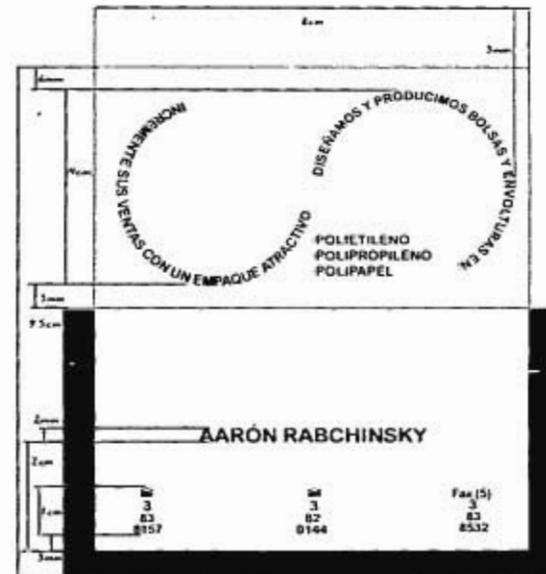
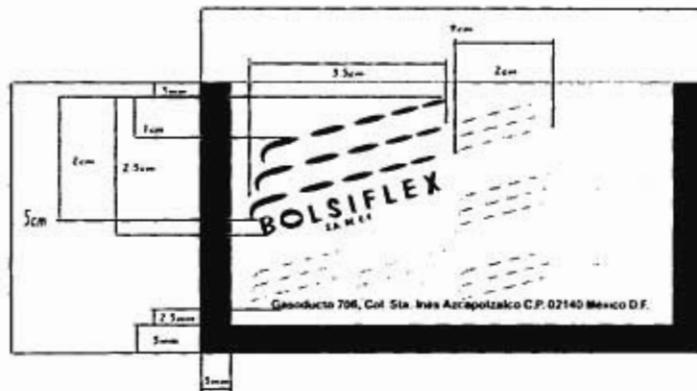


ENCENDEDOR



# PAPELERÍA BÁSICA

## TARJETA DE PRESENTACIÓN



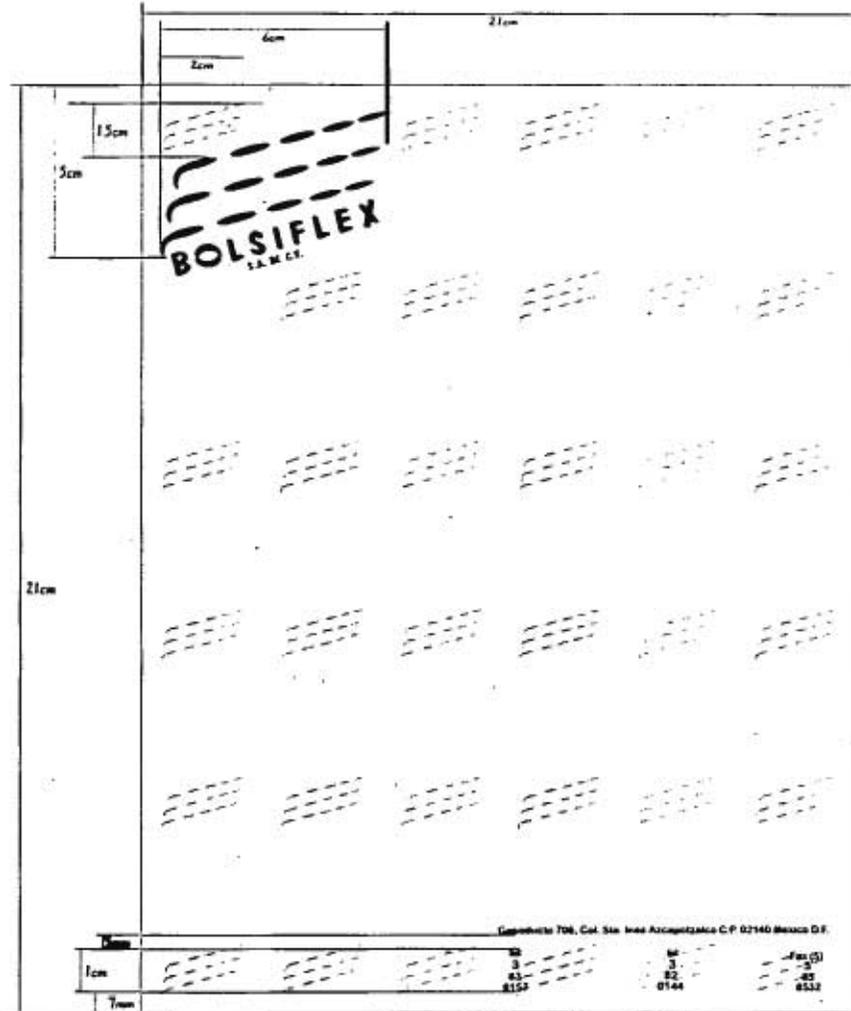
### TARJETA DE PRESENTACIÓN

LOGOTIPO	TARJE DE ALUM.	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	SLOGAN	PLACA
BOLSIFLEX	35cm	2cm	3cm	3cm	3cm	3cm
LA MEX	Valor C	Frango 010	Valor C	Valor C	Valor C	Carretera 021 C
	Orange 027 C	Industria al 100				
METODO DE IMPRESIÓN	Serigrafía					
EMPRESA O COMERCIALIZADORA	Arul Plásticos					
TIPO DE PAPEL	Grande 216g					

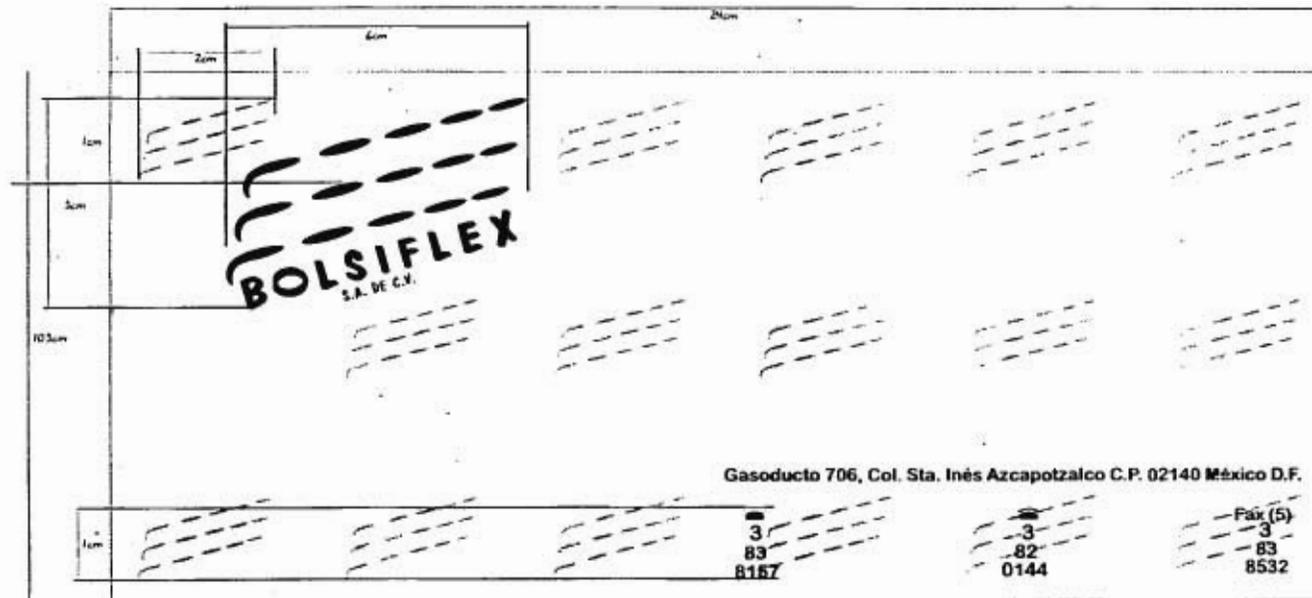
# HOJA MEMBRETADA

## HOJA MEMBRETADA

	LOGOGRAMA	BASE DE AGUA	DIRECCION
TAMPAJO	6cm	3cm	10pts
COLOR	Violet C Orange 021 C	Orange 021 C modulacion al 75%	Violet C
METODO DE IMPRESION	Offset		
TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA	Arial Standard		
TIPO DE PAPEL	David Neg		



# SOBRE



## SOBRE TAMAÑO CARTA

	LOGOGRAMA	BASE DE AGUA	DIRECCION
TAMAÑO	6cm	5cm	10pts
COLOR	Violet C Orange 021 C	Orange 021 C medesimo al 15%	Violet C
METODO DE IMPRESION	Offset		
TIPOGRAFIA COMPLEMENTARIA	Avul Rounded		
TIPO DE PAPEL	Dand 36g		



# COTIZACIÓN



**BOLSIFLEX**  
S.A. de C.V.

**FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION**  
Comunicación 704, Col. San Juan Atoyacalco C.P. 02140 Mexico D.F.

Mexico, D.F., a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 19\_\_

UNA LLAMADA  
BASTA...! Atención: \_\_\_\_\_

**Muy Sr. (s) y amigo (s):**  
Por medio de la presente:  
Con mucho gusto nos estamos permitiendo proporcionarle (s) la cotización que nos ha (n) solicitado:  
Bolsas de Polietileno impresas \_\_\_\_\_ litros. Colores \_\_\_\_\_.

MEDIDA	ESPESOR	CANTIDAD	PRECIO POR MILLAR

**TIPO DE MATERIAL:** \_\_\_\_\_

**FECHA DE ENTREGA:** \_\_\_\_\_

**CONDICIONES DE PAGO:** \_\_\_\_\_

Desiendo que la cotización que antecede sea de su completo agrado, quedamos al pendiente de sus indicaciones y nos es grato saludarle de Ud. (s) Su Atto. S.S.

**ACLARACIONES:** \_\_\_\_\_

**REPRESENTANTE:** \_\_\_\_\_

**GRABADOS:** \_\_\_\_\_

**DIBUJO:** \_\_\_\_\_

## COTIZACIÓN

CANTIDAD	MEDIDA	ESPESOR	CANTIDAD	PRECIO POR MILLAR	PRECIO TOTAL

**MARCA DE IMPRESION:** \_\_\_\_\_

**TIPO DE IMPRESION:** \_\_\_\_\_

**TIPO DE PAPEL:** \_\_\_\_\_

**OTROS PUNTO:** \_\_\_\_\_

# FACTURA

215cm

75cm      140cm



**FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION**  
Carretera 75a. Car. San Juan Acapulcanca C.P. 82900 Mexico D.F.

UNO CIENTOS BASTA... FACTURA N°

VENDEDOR:       CONDICIONES:       SU PEDIDO:       NUESTRA DEB:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	IMPORTE

R.F.C. BOL 8803078      REG. IVA 1447163      CAMACINTRA 4732

 <p style="font-size: x-small;">                     Este comprobante es válido para efectos fiscales en la medida en que el emisor de este comprobante sea un contribuyente registrado en el padrón de contribuyentes del IVA y que el receptor de este comprobante sea un contribuyente del IVA.                 </p>	SUBTOTALS IVA \$ TOTALS
--	-------------------------------

28cm

20cm

## FACTURA

CONDICIONES	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE
IMPORTE	1000	1000	1000	1000	1000
IMPORTE	1000	1000	1000	1000	1000
IMPORTE	1000	1000	1000	1000	1000
IMPORTE	1000	1000	1000	1000	1000
IMPORTE	1000	1000	1000	1000	1000
IMPORTE	1000	1000	1000	1000	1000

METODO DE IMPRESION: Digital  
 REGIMEN DE COMPLETACION: Fiscal Resumido  
 TIPO DE PAPEL: Papel y color Neg.  
 GROSS WEIGHT: 7 gramos (suma de los pesos de papel y color negro)

FAX

21.5cm  
18cm  
16cm



**FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION**  
Comunicar P.M. Car. San Juan, San Juan, C.P. 92148 Mexico D.F.

UNA LLAMADA  
BASTA . . .

DIRIGIDO A / DELIVER TO	DIA	MES	AÑO
COMPANIA / COMPANY	LADA	COD	
PLAZA	N°. TELEFAX / FAX		
REFERENCIA / REFERENCE	FOLIO		

ENVIADO POR / FROM

OFICINA / OFFICE	EXTENSION
------------------	-----------

NUMERO DE HOJA INCLUYENDO ESTA PORTADA / NUMBER OF PAGES INCLUDING COVER SHEET

OBSERVACIONES / COMMENTS

22cm

15cm

FAX

LEGISLATIVA	TITULO	ORIGEN	TELEFONO	TELEFAX	LOCAL
SENADO	SEN	SEN	SEN	SEN	SEN
LEGISL	LEGIS	LEGIS	LEGIS	LEGIS	LEGIS
METODO DE IMPRESION	Color				
TRUCOS DE COMPLEJIDAD	Black/Fluores				
TIPO DE PAPEL	Standard / Heavy Pap				
CODE PAGES	Formateo completo sobre tamaño y contenido de pagina				

# NOTA DE REMISIÓN

4m
16m



**FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION**  
Quetzaltenango P.M., Car. Ruta Interamericana C.P. 02140 Mexico D.F.

LINEA LLAMADA: \_\_\_\_\_

VENIDORA: \_\_\_\_\_

DIA	MESES	AÑO

NOTA DE REMISION \_\_\_\_\_

REPRESENTANTE \_\_\_\_\_

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	MONTOS

R.F.C. BOL 8603078
REG. I.V.A. 1447183
CAMACINTA 4732

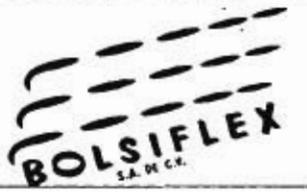
COMPROBANTE SIN VALOR FISCAL

SUBTOTAL \$	
I.V.A \$	
TOTAL \$	

**NOTA DE REMISION**

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	IMPORTE
PLASTICO IMPRESION	kg				
PLASTICO MEDIANE IMPRESION	kg				
PLASTICO IMPRESION	kg				
PLASTICO IMPRESION	kg				
PLASTICO IMPRESION	kg				

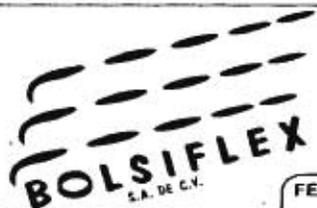
# TARJETA COMEDOR

		105 100	
		Name	
3cm			
<p><b>PRESENTE ESTA TARJETA AL ENCARGADO DEL COMEDOR ES PERSONAL E INTRANSFERIBLE EN CASO DE PERDIDA NO SERA REPUESTA.</b></p> <p><b>ENTREGUESE AL DEPTO. DE TESORERIA PARA COMPRAR UNA NUEVA TARJETA.</b></p>			
<b>VALIDA DEL:</b>			
1		12	
2	AL DE	13	
3	DEPARTAMENTO	14	
4		15	
5		16	
6	NOMBRE	17	
7		18	
8	FIRMA	19	
9		20	
10	COSTO DE TARJETA	21	
11	\$	22	

## TARJETA COMEDOR

	LOGOGRAMA	TEXTO	UNIDAD
IMPRESO	100	8 y 11 pts	600mm
COLOR	Verde C	Verde	Verde
MATERIAL DE IMPRESION	Change 221 C		
PROGRAMA COMPUTACIONAL	Alcalá		
TIPO DE PAPEL	Dineral 100gsm 70g		
ORIENTACIONES	Formato A7 de parte superior de original		

# CONTRA RECIBO



**BOLSIFLEX**  
S.A. DE C.V.

FECHA	NUMERO							
<b>CONTRA RECIBO</b>								
RECIBIMOS DE:								
LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS A REVISION:								
NUMERO	FECHA	IMPORTE	OBSERVACIONES					
TOTAL \$								
DIAS	L	M	M	J	V	S	HORARIO	FECHA DE PAGO
REVISION							DE A HRS	
PAGO							DE A HRS	SELLO
FIRMA								

**CONTRA RECIBO**

DESCRIPCION	FECHA	IMPORTE	OBSERVACIONES

# VALE PROVISIONAL DE CAJA

The diagram shows a rectangular form with the following dimensions and layout:

- Top width: 10.5cm
- Top-left inner width: 7cm
- Top-left inner height: 3cm
- Left margin: 1.5cm
- Bottom-left margin: 2.5cm

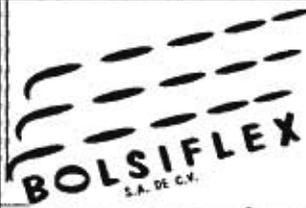
The form contains the following elements:

- Logo:** A stylized logo with wavy lines above the text "BOLSIFLEX S.A. DE C.V."
- Title:** "VALE PROVISIONAL DE CAJA" followed by a dollar sign (\$) in a rounded box.
- Amount in Letters:** A large rounded rectangular box labeled "IMPORTE EN LETRA".
- Concept:** A large rounded rectangular box labeled "CONCEPTO".
- Control Table:** A table at the bottom with four columns: "CONTRDL", "FECHA", "AUTORIZADO POR", and "RECIBIDO POR".

## VALE PROVISIONAL DE CAJA

	CONDICION	TITULO	FECHA	VALOR
IMPORTE	...	...	...	...
CONCEPTO	...	...	...	...
IMPORTE DE IMPRESION	...	...	...	...
IMPORTE DE COMPLEMENTOS	...	...	...	...
TIPO DE PAPEL	...	...	...	...
DEBILITACIONES	...			

# RECIBO DE NOMINA



<b>RECIBO DE NOMINA</b>		FECHA	
NOMBRE DEL EMPLEADO			
SUELDO CORRESPONDIENTE A:		DEL	
<input type="checkbox"/> SEMANA <input type="checkbox"/> QUINCENA			
<b>INGRESOS</b>			
NORMAL (con 7 <sup>o</sup> DIAS)	DIAS	HORAS	IMPOTE
TIEMPO EXTRA	HORAS		
OTROS			
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			
<b>DEDUCCIONES</b>			
IMPUESTOS / RENTA	IMPOTE		
CUOTA IMSS			
OTRAS			
<b>NETO RECIBO</b>			
RECIBI DE:			
NOMBRE DE LA EMPRESA			
LA CANTIDAD ANOTADA EN ESTE RECIBO EN PAGO DE MI SUÉLDO: ADEMÁS CERTIFICADO QUE NO SE ME ADEUDA A LA FECHA, CANTIDAD ALGUNA POR NINGUN CONCEPTO.			
FIRMA DEL EMPLEADO			

## RECIBO DE NOMINA

	LOCALIDAD	TITULO	FECHA	DIAS
EMPLEADO	San	San	Apr	2000
CUBO	MEXICO	CONSTR	2000	2000
PRESENTE DE EMPLEADOR	[Firma]			
FECHA DE EMPLAZAMIENTO	[Fecha]			
IMPORTE	[Monto]			
OTROS DATOS	[Comentarios]			

# TARJETA CHECADOR

E.S.M.  
E.S.M.

Nº \_\_\_\_\_ NOMBRE \_\_\_\_\_  
MES \_\_\_\_\_ FECHA \_\_\_\_\_  
FIRMA \_\_\_\_\_

	MANANA		TARDE		TARDE		TARDE	
	ENTRADA	SEÑAL						
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								

ENTRADA SEÑAL

NOTA: Se otorgará un crédito de asistencia por día de asistencia en el mes de mayo de 1950 y otro por asistencia en el mes de junio de 1950. Los días de asistencia en los meses de mayo y junio de 1950 serán los días de asistencia en los meses de mayo y junio de 1950.

Nº \_\_\_\_\_ NOMBRE \_\_\_\_\_  
MES \_\_\_\_\_ FECHA \_\_\_\_\_  
FIRMA \_\_\_\_\_

	MANANA		TARDE		TARDE		TARDE	
	ENTRADA	SEÑAL						
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								

ENTRADA SEÑAL

NOTA: Se otorgará un crédito de asistencia por día de asistencia en el mes de mayo de 1950 y otro por asistencia en el mes de junio de 1950. Los días de asistencia en los meses de mayo y junio de 1950 serán los días de asistencia en los meses de mayo y junio de 1950.

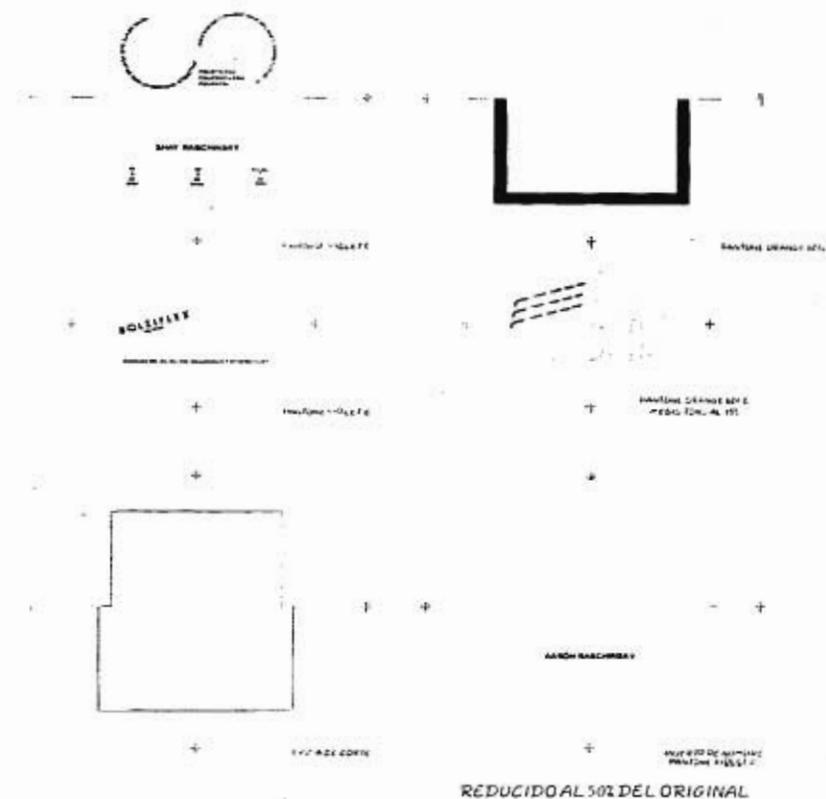
## TARJETA CHECADOR

Nº \_\_\_\_\_ NOMBRE \_\_\_\_\_  
MES \_\_\_\_\_ FECHA \_\_\_\_\_  
FIRMA \_\_\_\_\_

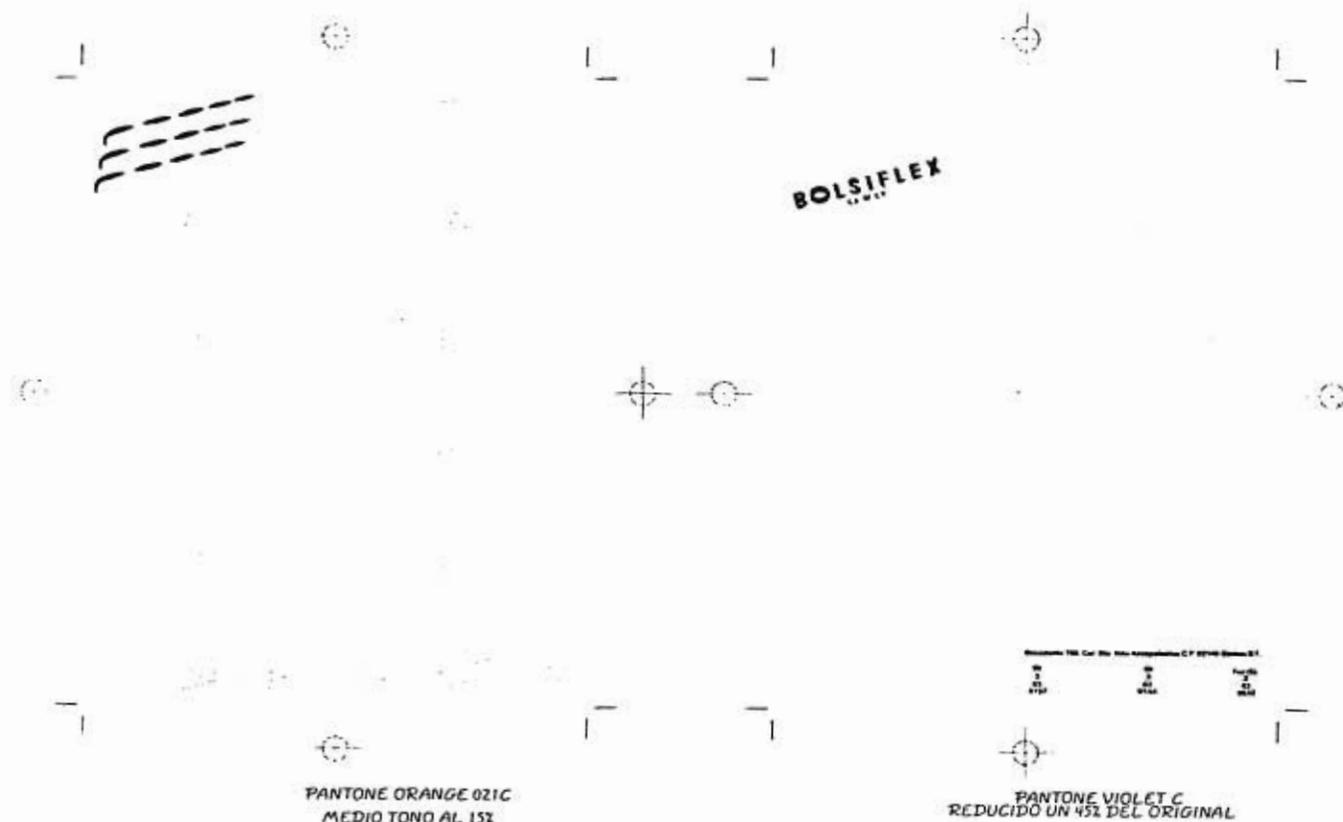
ENTRADA SEÑAL

NOTA: Se otorgará un crédito de asistencia por día de asistencia en el mes de mayo de 1950 y otro por asistencia en el mes de junio de 1950. Los días de asistencia en los meses de mayo y junio de 1950 serán los días de asistencia en los meses de mayo y junio de 1950.

# ORIGINALES MECÁNICOS DE LA PAPELERIA BÁSICA Y ADMINISTRATIVA TARJETA DE PRESENTACIÓN



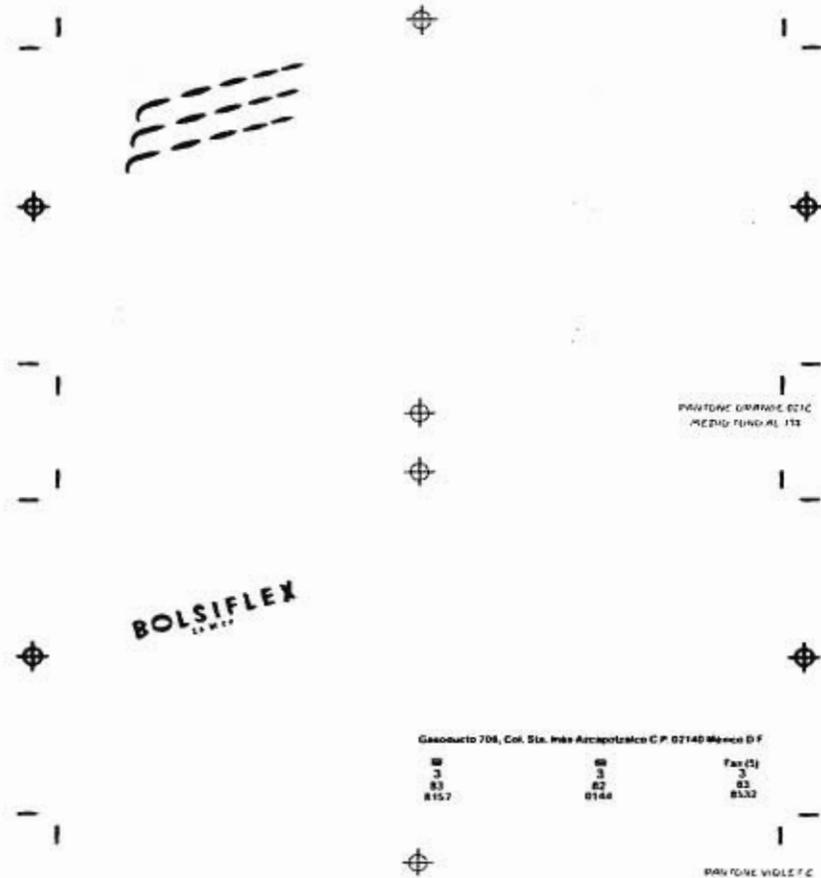
# ORIGINAL MECÁNICO DEL LA HOJAMEMBRETADA



PANTONE ORANGE 021C  
MEDIO TONO AL 15%

PANTONE VIOLET C  
REDUCIDO UN 45% DEL ORIGINAL

# ORIGINAL MECÁNICO DEL SOBRE



REDUCIDO AL 75% DEL ORIGINAL



# ORIGINAL MECÁNICO DEL LA COTIZACIÓN



**BOLSIFLEX**

FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION

Comercial P.R. Car. 100 km. Anapimoco C.P. 80140 México D.F.

México D.F., a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 19\_\_

A la(s) \_\_\_\_\_

UNA CLAMADA

BASTA.

Muy Sr. (s) y amigos (s)

Por medio de la presente

Con mucho gusto nos estamos poniendo a su disposición (o) la cotización que nos ha (o) solicitado

Bolsas de Paquetado Impresión \_\_\_\_\_

Impresión Colorada \_\_\_\_\_

MEDIDA	IMPENSO	CANTIDAD	PRECIO POR BELLER

TIPO DE MATERIAL \_\_\_\_\_

FECHA DE ENTREGA \_\_\_\_\_

CONDICIONES DE PAGO \_\_\_\_\_

Declaro que la cotización que anticipo con esta fe comprobante original, quedamos al pendiente de sus opiniones y nos da gusto suscribirnos de IM (S) S.A. S.S.

ACLARACIONES \_\_\_\_\_

REPRESENTANTE \_\_\_\_\_

CARABIDOS \_\_\_\_\_

CIERRE \_\_\_\_\_

✦ PANTONE ORANGE 021C

✦ PANTONE VIOLET C  
REDUCIDO AL 45% DEL ORIGINAL

# ORIGINAL MECÁNICO DE LA FACTURA



**BOLSIFLEX**

FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION

Caracas 700 Car. Sta. Ana, Apartado 5114, P.O. Box 5114

UNIDAD:  IVA:  IMPORTE:

VENDEDOR:  CONDICIONES:  VALOR:  MONEDA:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	IMPORTE

R.F.C. BOLSIFFLEX REG. IVA IMPRES. COMERCIAL-175 SUBTOTAL \$  
TOTAL \$

PANTONE ORANGE 021C

PANTONE VIOLET C  
REDUCIDO AL 45% DEL ORIGINAL

# ORIGINAL MECÁNICO DEL FAX



UNA LLAMADA  
BASTA

FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION

Resolución No. 44. del 20 de Septiembre de 1978. Diario Oficial

DIRIGIDO A / DELIVER TO	DI	ME	AN
COMPANIA / COMPANY	LADN	COO	
PLAZA	Nº TELEFAX / FAX		
REFERENCIA / REFERENCE	FOLIO		

ENVIADO POR / FROM	
OFICINA / OFFICE	EXTENSION

NUMERO DE PAGAS INCLUYENDO ESTA PORTADA / NUMBER OF PAGES INCLUDING COVER SHEET

OBSERVACIONES / COMMENTS

PANTONE NEGRO  
REDUCIDO AL 40% DEL ORIGINAL

# ORIGINAL MECÁNICO DE LA HOJA DE REMISIÓN

The image shows a mechanical drawing of a remittance slip form. The drawing includes several registration marks (crosshairs) and labels for different parts of the form. On the left side, there is a dashed line indicating a fold or cut. The main form is a rectangular box with a header section and a table below. The header section contains the text "BOLSIFLEX" and "FABRICA DE BOLSAS Y TODA CLASE DE IMPRESION". Below the header, there are two columns of text, likely for "NOMBRE" and "DIRECCION". The table below has four columns and one row. The labels at the bottom of the drawing are "FANTOM GRANDE 011C" on the left, "FANTOM VIOLET C EFUNDIDO AL SOL DEL ORIGINAL" on the right, and "COMPANY ON MATERIAL" in the center.

Column 1	Column 2	Column 3	Column 4

# ORIGINAL MECÁNICO DEL LA TARJETA COMEDOR



**BOLSIFLEX**  
S.A.

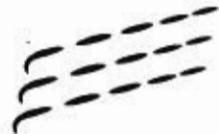
PRESENTE ESTA TARJETA AL ENCARGADO DEL COMEDOR  
ES PERSONAL E INTRANSFERIBLE  
EN CASO DE PERDIDA NO SERA REPUESTA.  
ENTREGUESE AL DEPTO. DE TESORERIA PARA CDMPRAR UNA  
NUEVA TARJETA.

1	VALIDA DEL:	12
2	AL DE	13
3	DEPARTAMENTO	14
4		15
5	NOMBRE	16
6		17
7	FIRMA	18
8		19
9	COSTO DE TARJETA	20
10		21
11	\$	22

PANTONE ORANGE 021C

PANTONE VIOLET C

# ORIGINAL MECÁNICO DEL CONTRA RECIBO



**BOLSIFLEX**  
L. R. C. S.

FECHA	NUMERO
-------	--------

CONTRA RECIBO

RECIBIMOS DE:

LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS A REVISAR:

NUMERO	FECHA	IMPORTE	OBSERVACIONES

DIAS	L	M	J	V	S	HORARIO	FECHA DE PAGO
REVISOR						DE A HRS	
PAGO						DE A HRS	SELLO
FIRMA							

PANTONE ORANGE 021C

PANTONE VIOLET C

ORIGINAL MECÁNICO DEL VALE PROVISIONAL DE CAJA

The form is a rectangular document with registration marks (crosshairs) at the corners and midpoints of the sides. A wavy line is drawn in the upper left quadrant. The text and fields are as follows:

**BOLSIFLEX**  
VALE PROVISIONAL DE CAJA \$

IMPORTE EN LETRA

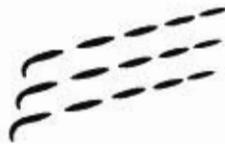
CONCEPTO

CONTROL	FECHA	AUTORIZADO POR	RECIBIDO POR
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

PANTONE ORANGE 021C

PANTONE VIOLET C

# ORIGINAL MECÁNICO DEL RECIBO DE NÓMINA



**BOLSIFLEX**  
S.A. DE C.V.

RECIBO DE NOMINA		FECHA	
NOMBRE DEL EMPLEADO			
SUELDO CORRESPONDIENTE A		DEL	
SEMANA		QUINCENA	
INGRESOS			
NORMAL (con 7 * DIAS)	DIAS	HORAS	IMPOTE
TIEMPO EXTRA	HORAS		
OTROS			
TOTAL DE INGRESOS			
DEDUCCIONES			
IMPUESTOS / RENTA	IMPOTE		
CUOTA IMSS			
OTRAS			
NETO RECIBO			
RECIBI DE:			
NOMBRE DE LA EMPRESA			
<small>LA CANTIDAD ANOTADA EN ESTE RECIBO EN PAGO DE MI SUELDO; ADEMÁS CERTIFICADO QUE NO SE ME ADEUDA A LA FECHA, CANTIDAD ALGUNA POR NINGUN CONCEPTO.</small>			
FIRMA DEL EMPLEADO			

PANTONE ORANGE 021 C

PANTONE VIOLET C

# ORIGINAL MECÁNICO DEL LA TARJETA CHECADOR

N°	NOMBRE
MES	FECHA
FIRMA	

N°	NOMBRE
MES	FECHA
FIRMA	

	MAÑANA		TARDE		EXTRA	
	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

	MAÑANA		TARDE		EXTRA	
	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA	ENTRADA	SALIDA
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						

NOTA: SE CONSIDERA FALTA CUANDO SE MARCAN TARJETAS JUNTO AL PEGAR O SIN MARCAR PERMANENTE QUE MARCAN OTRAS TARJETAS DEPENDIENTE A LAS NOTAS CON ESCRIBIDA DE IMPRESION DE SERIAS NOTIFICACION DE INMEDIATO

ORDENADAS	EXTRINSECO
-----------	------------

NOTA: SE CONSIDERA FALTA CUANDO SE MARCAN TARJETAS JUNTO AL PEGAR O SIN MARCAR PERMANENTE QUE MARCAN OTRAS TARJETAS DEPENDIENTE A LAS NOTAS CON ESCRIBIDA DE IMPRESION DE SERIAS NOTIFICACION DE INMEDIATO

ORDENADAS	EXTRINSECO
-----------	------------

PANTONE VIOLET C

PANTONE VIOLET C  
REDUCIDO AL 70% DEL ORIGINAL

## CONCLUSIONES

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

*Debido a las necesidades actuales de las empresas modernas se requiere una imagen visual acorde a las exigencias de la globalización de los negocios, por lo que en este proyecto se propone una nueva imagen para la empresa Bolsiflex la cual se dedica a la venta y producción de bolsas de polietileno.*

*Lo que más caracteriza ultimamente al diseño gráfico es la aparición cada vez con mayor frecuencia de lo que se denomina imagen corporativa. Grandes empresas se han instalado en el mercado con modernas imagenes corporativas. Pero también las pequeñas y medianas empresas han sentido los vientos del cambio ó el fracaso de las modalidades tradixcionales de identificación empresarial este tema se denomina con varios nombres: imagen gráfica, identidad visual, imagen corporativa e identidad empresarial.*

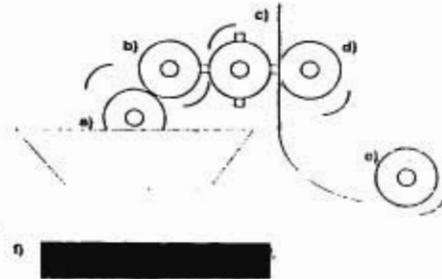
*La identidad empresarial es importante ya que va a reflejar la personalidad construida, sus creencias y su filisofía ya que esta es la que crea en el consumidor una idea de lo que se produce y se ofrece. Mi aporte consiste en la integración de la identidad, la comunicación y la imagen, proyectando las cualidades del producto que es la flexibilidad y al mismo tiempo queriendo mostrar de una forma la imagen del rollo de polietileno saliendo de la maquina impresora y la trama de puntos por la cual se imprime la flexografía cuando es tramada la impresión, utilizando formas geométricas como es la elipse que nos representa seguridad y confianza, al mismo tiempo la nueva imagen nos muestra que la empresa va hacia un mejor camino puesto que el logograma se giró y se muestra como va avansando en todos los sentidos.*

*Es importante mencionar que el papel que desempeña un diseñador gráfico dentro de la vida cotidiana es pocas veces reconocido, por eso nosotros como diseñadores tenemos que demostrar que nuestro papel es muy importante dentro del mundo que nos rodea.*

Como opinión personal es una satisfacción este proyecto lo cual fue un reto que lo superé. Aquí están puestos todos los conocimientos adquiridos durante los estudios profesionales, es una mayor alegría saber que este proyecto tan grande es real.

## APENDICE A

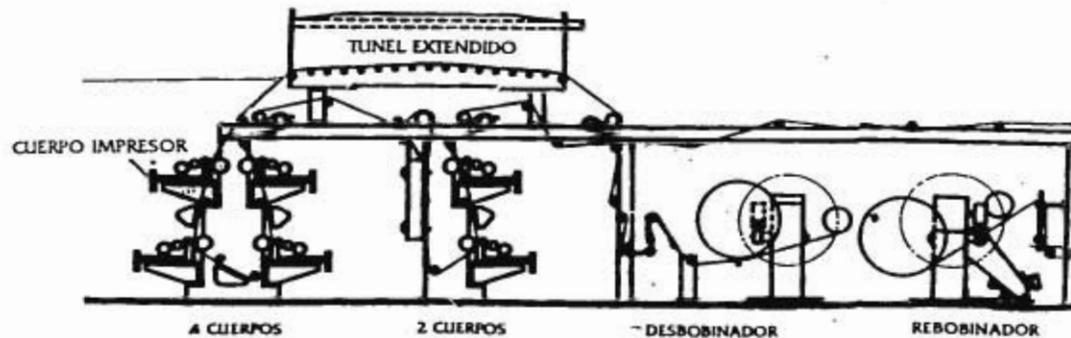
### LAS MÁQUINAS DE FLEXOGRAFÍA CONTIENEN:



### TIPOS DE MÁQUINAS DE IMPRESIÓN FLEXOGRÁFICA SISTEMA STACK-TYPE

Los cuerpos impresores se ubican sobre una misma estructura rígida, donde están interconectados mecánicamente. Cuando se utiliza más de una estructura, el control de registro entre ellas es usualmente electrónico.

Ejemplo: máquina de 6 colores flexo tipo stack-type.

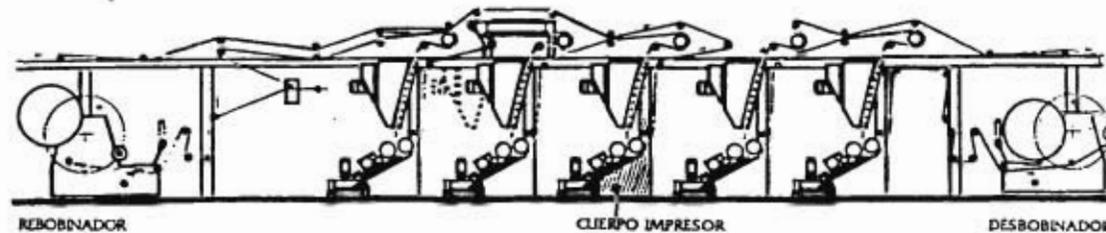


## SISTEMA DE CUERPOS INDEPENDIENTES EN LA LÍNEA

*Cada cuerpo posee su propia estructura y está alineado con el siguiente sobre un mismo plano, generalmente se usa para papeles pintados de pared y decoración*

*Este sistema permite altas velocidades, el riesgo entre colores generalmente es electrónico.*

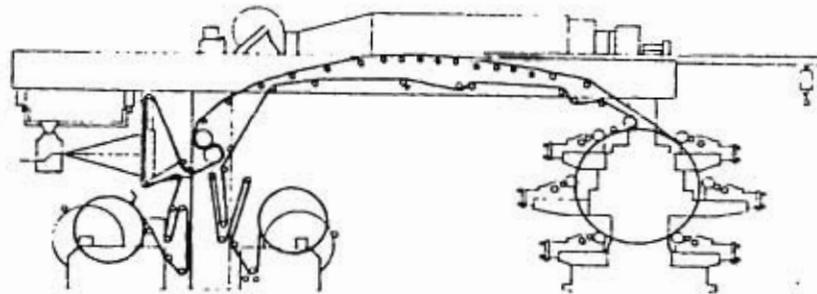
*Ejemplo: máquina de 5 colores flexo a cuerpos independientes.*



## SISTEMA DE TAMBOR CENTRAL

*Todos los cuerpos impresores están montados sobre una única estructura y todos los cilindros de contrapresión se reemplazan por un único tambor central donde se apoyan los cilindros impresores.*

*Ejemplo: máquina de 6 colores flexo a tambor central.*



## BIBLIOGRAFÍA

Blackwell, Lewis, La tipografía del siglo xx. Editorial Gili, México, 1993.

Carter E; David, Designing corporate identity programs for small corporations, Art Direction Book Co, 2nd edition, New York, 1985.

Celorio Blasco; Carlos, Diseño del embalaje para exportación. Editorial Bancomext, Ins. Mex. del Envase, 1º. edición, 1993.

Costa, Joan, Identidad corporativa. Editorial Trillas, México, 1993.

Chaves, Norberto, La imagen corporativa, teoría y metodología, Editorial Gili, Barcelona, 1995.

Chaves, Norberto, La imagen corporativa. Editorial Gili, 1994.

Chaves, Norberto, Zimmerman Asociados corporate design w. Schintel.

Erdei E; Guillermo, Código de barras diseño, impresión y control de calidad, Editorial Mc Graw Hil, 3era edición.

Ind Nicolas, La imagen corporativa estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces, Editorial Díaz Santos SS; Madrid, 1992.

Iturbide, Roberto, Marcas, símbolos y logotipos en México, Editorial Iconográfica, México, 1987.

Lewis, Jhon, Principios básicos de la tipografía, Editorial Trillas, LMéxico, 1991.

March, Marion, Tipografía creativa. Editorial Gili, 2º edición, México 1991.

Murray, ray, Manual de técnicas, Editorial G. Gili.

Otto, Kleppners, Publicidad, Pretiere-Hall Hispanoamericana.

Palacios Tejeda; Luis, Gestión de la imagen corporativa creación y transmisión de la identidad de la empresa, Editorial Norma, 1987.

Robundo, C. International corporate identity, Edition Evolution, Tokio, 1990.

Schensohn A; Daniel, Comunicación esrtatégica management y fundamentos de la imagen corporativa, Buenos Aires, Editorial Macchi, 1993.

Tabull, Arthur; Comunicación gráfica, Editorial trillas, 2º edición, México, 1990.

Wong Wucius; Principios del diseño en color, Editorial Gili, 1992.