



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

Diseño y Desarrollo de un Sistema Integral de Comunicación Visual: Manual de Procesos, Identidad Corporativa y Página Web para la empresa Gráficas “El Troquel”.

AUTOR:

Luna Jacho Wendy Dayanna

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
DISEÑADOR GRÁFICO CON EQUIVALENCIA A TECNÓLOGO SUPERIOR**

TUTOR:

Ing. Juan Flor

CUENCA – ECUADOR, 2025

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.



www.sudamericano.edu.ec

📍 Bolívar y Manuel Vega - San Blas 📞 (593 7) 2838323 - 2843619 📠 0996976449

✉ info@sudamericano.edu.ec

SUDAMERICANO

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR
Aprobación del Trabajo de Titulación

Doy fe que el trabajo desarrollado por el estudiante: LUNA JACHO WENDY DAYANNA con el título **“DISEÑO Y DESARRO DE UN SISTEMA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN VISUAL: MANUAL DE PROCESOS, MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA, PÁGINA WEB PARA LA EMPRESA GRÁFICAS EL TROQUEL”**, cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,



ING. JUAN HERNAN FLOR GUAMBO

C.I 0103552642

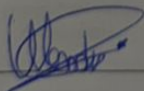


DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, **LUNA JACHO WENDY DAYANNA**, estudiante del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **DISEÑO GRÁFICO CON NIVEL EQUIVALENTE A TECNOLOGIA SUPERIOR - PRESENCIAL**, declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **“Diseño y desarrollo de un sistema integral de comunicación visual: Manual de procesos, Manual de identidad corporativa y Página web para la empresa Gráficas El Troquel”** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



LUNA JACHO WENDY DAYANNA

Cédula: 0106024771



DEDICATORIA

Agradezco a Dios, a la vida y al universo por permitirme llegar hasta este momento y darme la oportunidad de culminar esta etapa.

Agradezco eternamente a mis padres, Daniel y Teresa, por estar siempre a mi lado, acompañándome en cada paso, en cada acierto y en cada fracaso. Gracias por su apoyo incondicional, por los valores y principios que me han inculcado y, sobre todo, por el amor que siempre me han brindado y que ha sido la base de todo lo que soy.

Dedico esta tesis al apoyo constante de mi hermana Jeny, por estar siempre pendiente de mí y acompañarme en cada proceso. Agradezco también a mis hermanos, por su apoyo y presencia a lo largo de mi vida.

De manera especial doy gracias a todos quienes conforman Gráficas “El Troquel”, por abrirme sus puertas, brindarme su colaboración y compartir sus conocimientos, lo que hizo posible el desarrollo de esta tesis.

Finalmente, agradezco al Instituto Superior Tecnológico Particular Sudamericano, por permitirme vivir nuevas experiencias académicas, rodearme de grandes compañeros y contar con el acompañamiento de docentes que aportaron significativamente a mi formación profesional.

ÍNDICE

RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN	13
PROBLEMÁTICA	14
JUSTIFICACIÓN.....	15
OBJETIVO GENERAL	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
CAPÍTULO I.....	17
1. MARCO REFERENCIAL	17
1.1. MARCO TEÓRICO	17
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	23
1.3. MARCO CONCEPTUAL	25
1.4. BRIEF	29
1.5. HOMÓLOGOS	37
CAPÍTULO II.....	49
2. METODOLOGÍAS	49
2.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	49
2.2. METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE DISEÑO	50
2.3. PROPUESTA DE DISEÑO	51
CAPÍTULO III.....	54
3. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN.....	54
3.1. FASE DE DESARROLLO	54
CAPÍTULO IV	64
4. RESULTADOS.....	64
4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	64
4.2. CONCLUSIONES	75
4.3. RECOMENDACIONES.....	76
4.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	77
4.5. PRESUPUESTO.....	77
4.6. ANEXOS.....	78
4.7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	81

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Manual de identidad corporativa Ambrossía.....	37
Ilustración 2 Manual de identidad corporativa Ambrossía.....	38
Ilustración 3 Manual de identidad corporativa Psyscream.....	39
Ilustración 4 Manual de identidad corporativa Psyscream.....	39
Ilustración 5 Manual de identidad corporativa Psyscream.....	40
Ilustración 6 Página web Hola Color.....	41
Ilustración 7 Página web Hola Color.....	41
Ilustración 8 Página web Sennefelder.....	42
Ilustración 9 Página web Sennefelder.....	43
Ilustración 10 Diseño de un manual de procesos productivos en imprenta para diseñadores gráficos.	44
Ilustración 11 Diseño de un manual de procesos productivos en imprenta para diseñadores gráficos.	45
Ilustración 12 Mip manual de instrucción para pre prensa.....	46
Ilustración 13 Mip manual de instrucción para pre prensa.....	47
Ilustración 14 Mip manual de instrucción para pre prensa.....	48
Ilustración 15 Entrevistas al personal de Gráficas “El Troquel”	55
Ilustración 16 Encuestas a clientes y colaboradores de Gráficas “El Troquel”	55
Ilustración 17 Recolección de información Gráficas “El Troquel”.....	56
Ilustración 18 Recolección de información Gráficas “El Troquel”.....	57
Ilustración 19 Propuestas para diagramar un Manual de procesos de empaques, Manual de identidad corporativa y Página web en la empresa Gráficas “El Troquel”	58
Ilustración 20 Propuestas para diagramar un Manual de procesos de empaques, Manual de identidad corporativa y Página web en la empresa Gráficas “El Troquel”	59
Ilustración 21 Prototipos para la Página web para la empresa Gráficas “El Troquel”	60
Ilustración 22 Prototipos para la Página web para la empresa Gráficas “El Troquel”	60
Ilustración 23 Prototipos para el Manual de procesos para la empresa Gráficas “El Troquel”	61
Ilustración 24 Prototipos para el Manual de procesos para la empresa Gráficas “El Troquel”	61
Ilustración 25 Prototipos para el Manual de identidad corporativa para la empresa Gráficas “El Troquel”	62

Ilustración 26 Prototipos para el Manual de identidad corporativa para la empresa Gráficas “El Troquel”	62
Ilustración 27 Testeo de presentación del Manual de procesos y Manual de identidad corporativa en la empresa Gráficas “El Troquel”	63
Ilustración 28 Presentación del Manual de identidad corporativa en la empresa Gráficas “El Troquel”	73
Ilustración 29 Presentación del Manual de identidad corporativa en la empresa Gráficas “El Troquel”	73
Ilustración 30 Presentación del Manual de procesos en la empresa Gráficas “El Troquel”.	74
Ilustración 31 Presentación del Manual de procesos en la empresa Gráficas “El Troquel”.	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	64
Figura 2 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	65
Figura 3 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	65
Figura 4 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	66
Figura 5 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	67
Figura 6 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	67
Figura 7 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	68
Figura 8 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	68
Figura 9 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	69
Figura 10 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	70
Figura 11 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	70
Figura 12 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	71
Figura 13 Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cronograma de actividades.....	77
Tabla 2	Presupuesto.....	77

RESUMEN

Esta tesis se desarrolla a partir de la necesidad de fortalecer la imagen, la organización interna y la presencia digital de la empresa cuencana Gráficas El Troquel. A pesar de su experiencia y reconocimiento, la empresa no disponía de lineamientos claros que unifiquen su identidad visual, estandaricen sus procesos ni respalden su comunicación en el entorno digital. El proyecto propone el diseño y desarrollo de un Sistema Integral de Comunicación Visual, compuesto por tres elementos fundamentales: Un Manual de Identidad Corporativa, un Manual de Procesos para la elaboración de empaques y una Página Web funcional. Estos recursos buscan ordenar, modernizar y dar coherencia a la forma en que la empresa se comunica tanto interna como externamente. A través de entrevistas al personal y encuestas a clientes, se identificaron problemas como el uso inconsistente de la marca, la dependencia del conocimiento empírico en los procesos productivos y la falta de visibilidad digital. Como respuesta, la propuesta plantea herramientas visuales y organizativas que facilitan el trabajo diario, mejoran la eficiencia, fortalecen la imagen profesional de la empresa y permiten una mejor conexión con los clientes. Este proyecto no solo mejora la apariencia visual de Gráficas El Troquel, sino que también optimiza su funcionamiento interno y la prepara para competir de manera más sólida y profesional en el mercado gráfico actual, respetando su trayectoria y proyectándola hacia el futuro.

Palabras clave: manual; desarrollo; procesos.

ABSTRACT

This thesis is developed in response to the need to strengthen the visual image, internal organization, and digital presence of the Cuenca-based company Gráficas “El Troquel”. Despite its experience and recognition in the graphic sector, the company lacked clear guidelines to unify its visual identity, standardize its processes, and support its communication in the digital environment.

The project proposes the design and development of an Integrated Visual Communication System, composed of three key elements: a Corporate Identity Manual, a Process Manual for packaging production, and a functional website. These resources aim to organize, modernize, and bring coherence to the way the company communicates both internally and externally.

Through staff interviews and customer surveys, issues such as inconsistent brand usage, reliance on empirical knowledge in production processes, and limited digital visibility were identified. In response, the proposal presents visual and organizational tools that facilitate daily operations, improve efficiency, strengthen the company’s professional image, and enable better connections with clients.

This project not only enhances the visual appearance of Gráficas “El Troquel” but also optimizes its internal operations and prepares the company to compete more solidly and professionally in the current graphic market, respecting its trajectory while projecting it toward the future.

Keywords: manual; development; processes

INTRODUCCIÓN

Gráficas “El Troquel” ha formado parte del sector gráfico cuencano por más de 25 años. A lo largo de este tiempo ha construido su reconocimiento gracias al esfuerzo de su equipo, a la experiencia adquirida y a la confianza de sus clientes. Sin embargo, como ocurre en muchas empresas con trayectoria, su crecimiento operativo no siempre ha ido de la mano con su crecimiento comunicacional. La marca, los procesos internos y la presencia digital se han desarrollado de forma intuitiva, respondiendo al día a día, sin una guía visual ni organizativa que unifique el trabajo y refleje realmente lo que la empresa es capaz de hacer.

Durante las entrevistas realizadas al personal, se evidenció una misma preocupación: la falta de lineamientos claros afecta tanto la imagen de la empresa como la manera en que se trabaja internamente. Cada colaborador aplica la marca a su criterio, los procesos dependen en gran medida de la experiencia individual y la ausencia de una página web limita la visibilidad de los servicios que ofrecen. Todo esto hace que la empresa proyecte menos de lo que realmente es.

Frente a esta realidad, surge la necesidad de diseñar un Sistema Integral de Comunicación Visual que permita ordenar, modernizar y dar coherencia a todos estos aspectos. Este sistema se compone de tres herramientas fundamentales: un Manual de Identidad Corporativa que establezca cómo debe verse y comunicarse la marca; un Manual de Procesos que organice y estandarice el trabajo interno; y una Página Web funcional que refleje la trayectoria, los servicios y la calidad de Gráficas El Troquel en el entorno digital.

El propósito de este proyecto es acompañar a la empresa en un proceso de renovación que no solo mejora su imagen, sino que también facilita su funcionamiento diario y fortalece la relación con sus clientes. Diseñar estos recursos es una manera de reconocer el valor de su historia y, al mismo tiempo, prepararla para enfrentar las exigencias actuales del mercado gráfico.

PROBLEMÁTICA

La empresa “Gráficas El Troquel” se dedica a la elaboración de empaques de papel, cartón y otros materiales, a pesar de estar posicionados en el mercado varios años, tienen carencias en ciertos aspectos, mismas que limitan su crecimiento y dificultan su capacidad de proyectarse como una marca sólida y competitiva.

El problema se centra en tres ámbitos esenciales que, al no estar adecuadamente desarrollados, han colocado a la empresa en una etapa de estancamiento donde sus procesos internos, su identidad visual y su presencia digital no avanzan al ritmo que exige el mercado actual, afectando directamente su capacidad de evolucionar y consolidarse.

La ausencia de un manual de identidad corporativa ha generado que la marca se utilice de manera inconsistente, sin lineamientos claros para el uso del logo y de sus elementos visuales. Esta ausencia de normas provoca que cada colaborador aplique la marca según su criterio, modificando colores, tipografías, tamaños y proporciones, dando como resultado que la identidad visual pierda coherencia, dificulte el reconocimiento por parte del público y reduzca el valor y la percepción profesional de la marca.

Por otro lado, el no tener un manual de procesos que oriente y estandarice las etapas de elaboración de empaques, genera inconsistencias en la calidad del producto final, errores en la producción y dificultades en la capacitación del personal. La ausencia de un documento que unifique los procedimientos impide mantener un control eficiente sobre los tiempos, uso correcto de la maquinaria, y métodos de trabajo, ocasionando pérdidas de recursos y disminución en la productividad.

Además, la falta de una página web limita la visibilidad de la empresa en el entorno digital, dando un aspecto de desactualización y poca competitividad. Sin una plataforma digital la empresa no puede mostrar de manera organizada sus productos y servicios que esta ofrece, lo que reduce oportunidades de captar nuevos clientes.

Frente a estas necesidades, la implementación de un Sistema Integral de Comunicación Visual, compuesto por un Manual de Identidad Corporativa, un Manual de Procesos para la elaboración de empaques y una Página Web funcional, se convierte en una solución estratégica. Dicho sistema no solo permitirá mejorar y unificar la apariencia visual de la marca, sino también consolidar una identidad sólida que transmita profesionalismo y coherencia. Asimismo, la estandarización de los procesos

internos fortalecerá el control y la eficiencia productiva, mientras que la creación de una página web funcional ampliará la presencia digital de la empresa, facilitando la conexión con nuevos clientes y mejorando su competitividad dentro del mercado gráfico.

JUSTIFICACIÓN

La implementación del diseño y desarrollo de un sistema integral de comunicación visual compuesto por un manual de procesos, identidad corporativa y página web para la empresa Gráficas El Troquel, responde a la necesidad de fortalecer la identidad, la organización interna y la presencia digital de la empresa, cuyo crecimiento se ha visto limitado por la falta de lineamientos visuales, procedimientos estandarizados y herramientas de comunicación actuales. En un mercado gráfico cada vez más competitivo, las empresas requieren no solo productos de calidad, sino también una imagen confiable, procesos eficientes y canales de comunicación que les permitan conectar con sus clientes de manera efectiva.

La ausencia de un Manual de Identidad Corporativa impide que la empresa proyecte una imagen sólida y profesional. La inconsistencia en el uso del logo y de los elementos visuales genera confusión, disminuye el reconocimiento de la marca y afecta su posicionamiento. Contar con un manual permitirá unificar criterios, fortalecer la percepción de la empresa y garantizar que su identidad sea aplicada correctamente en todos los soportes.

La falta de un manual de procesos dificulta la organización del trabajo, ya que no existen procedimientos claros que orienten la producción de empaques. Esto provoca errores, retrasos, desperdicio de recursos y variaciones en la calidad del producto final. Tener un manual de procesos que guíe a los colaboradores de la empresa, permitirá unificar criterios y establecer lineamientos técnicos y metodológicos que faciliten la correcta ejecución de las tareas, el uso adecuado de la maquinaria y la coordinación entre las diferentes áreas. De igual forma, servirá como herramienta de apoyo para el personal nuevo o en reemplazo temporal, asegurando la continuidad, eficiencia y uniformidad en la producción.

La inexistencia de una página web limita la visibilidad de la empresa en el ámbito digital, reduciendo sus oportunidades de atraer nuevos clientes. Una página web funcional permitirá mostrar productos, brindar información clara y generar una presencia profesional que respalde la calidad del trabajo que ofrece la empresa. Este recurso

potenciará la competitividad de la marca dentro del mercado gráfico y reforzará su posicionamiento.

La implementación de un Sistema Integral de Comunicación Visual que incluya estos tres elementos representa una solución integral que no solo mejora la imagen de la empresa, sino que optimiza su funcionamiento interno y amplía su alcance comercial. Esta propuesta impulsará la modernización de la marca, incrementará la eficiencia de sus procesos y fortalecerá su presencia en el entorno digital.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar y desarrollar un Sistema Integral de Comunicación Visual para la empresa Gráficas El Troquel, mediante un Manual de Identidad Corporativa, un Manual de Procesos para la elaboración de empaques y una Página Web funcional, con el fin de fortalecer su identidad institucional, optimizar sus procesos internos y mejorar su presencia digital.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar la situación actual de la empresa para identificar necesidades, oportunidades y áreas de mejora en su comunicación visual.

Diseñar y estructurar el Manual de Identidad Corporativa, estableciendo lineamientos claros para el uso coherente del logotipo, la tipografía, la paleta de colores y los elementos visuales de la marca.

Diseñar una página web intuitiva y responsive que permita a los clientes obtener información clara sobre la empresa y facilite su posicionamiento digital.

Diseñar y estructurar un Manual de Procesos que sea de utilidad para los colaboradores de la empresa y para personas interesadas en la elaboración de empaques.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico reúne los fundamentos y teorías en tres ejes centrales, identidad visual corporativa, gestión y documentación de procesos, y comunicación digital.

1.1.1. Teoría de la Identidad Corporativa

La identidad corporativa es el conjunto de elementos gráficos que una marca utiliza para proyectar su personalidad y carácter distintivo, permitiendo transmitir de manera coherente quién es, y cómo desea ser percibida por su público. El autor Capriotti (2013), hace referencia que la identidad corporativa es la originalidad de la organización, esta se conforma por sus valores, características y creencias con las que la organización se autoidentifica frente al mercado.

Según Egas Cruz & Yance Jácome (2018), resalta que la identidad corporativa es una estrategia de comunicación esencial para proyectar profesionalismo, coherencia y confianza hacia el público. La importancia de la identidad corporativa según Cortina (2006), nos dice que toda empresa se reconoce como una unidad propia y diferenciada, lo que la hace única y coherente respecto a sí misma.

En la empresa Gráficas El Troquel, la falta de normas del uso de la marca provoca que su público no conecte con la esencia que se quiere transmitir, el uso incorrecto del logo, variación de colores, tipografías no estandarizadas y aplicaciones gráficas improvisadas, afecta la percepción de los valores, atributos y debilita su posicionamiento.

1.1.2. Teoría de la Identidad Visual

La identidad visual es todo aquello que se puede ver de la marca, como el logotipo, tipografías, paleta de colores, retículas, entre otros recursos visuales que hacen que la marca logre ser fácilmente reconocida.

A criterio de EPS Comunicación (2025), la identidad visual de una marca se construye a partir de elementos como el logotipo, los colores, las tipografías, los estilos gráficos y sus distintas aplicaciones. Cuando todos estos recursos se usan de forma coherente y reflejan los valores de la marca, logran transmitir una imagen clara, fuerte y permanente en la memoria del público.

Autores como Milier (2025), señala que una identidad visual precisa y bien estructurada es fundamental para garantizar reconocimiento, memorabilidad y valor de marca. Cuando estos elementos se emplean correctamente, contribuyen a transmitir confianza al público.

En el caso de la empresa Gráficas El Troquel, la ausencia de un manual de identidad corporativa provoca que cada colaborador aplique la marca según sus criterios, generando inconsistencias visuales que deterioran la percepción de profesionalismo e identidad de la empresa.

1.1.3. Teoría del Manual de Identidad Corporativa

Un manual de identidad Corporativa es un documento que contiene lineamientos claros y concisos del uso de los elementos visuales de la marca. Su propósito es asegurar la coherencia, uniformidad y estabilidad en todos los soportes internos y externos.

Autores como Waka (2020), recalca que un manual de identidad corporativa surge a partir de la creación de la identidad de la marca y tiene como propósito definir la aplicación correcta de todos sus componentes, tanto en medios offline como online. Entre los elementos esenciales que debe incluir se encuentran el logotipo, la paleta de colores, las tipografías, las imágenes y las piezas corporativas que representan visualmente a la marca. Asimismo, señala que este manual debe ser capaz de adaptarse a distintas circunstancias sin necesidad de realizar cambios constantes.

Por otra parte, Cogollo (2020), resalta que el manual de identidad corporativa es una guía donde se ordena todos los recursos visuales de la marca, de la misma manera permite que todos los usuarios que trabajan con la marca tengan el mismo lenguaje al momento de aplicarlo sin perder la coherencia visual.

Para Gráficas El Troquel, la creación del manual de identidad corporativa responde a la necesidad de profesionalizar la marca, corregir el uso incoherente del logo y fortalecer la percepción institucional.

1.1.4. Teoría de Procesos y Procedimientos

Un procedimiento es una descripción detallada y ordenada de las actividades para llevar a cabo un proceso. La documentación de procesos reúne todas las etapas para obtener un bien o servicio, permitiendo comprender cómo se trabaja, quién interviene y cuáles son los resultados esperados.

De acuerdo con UpKeep Staff (2022), un proceso es el conjunto de pasos generales que se requieren para alcanzar un objetivo y está formado por la entrada, los procedimientos y los resultados. Por su parte, los procedimientos brindan información detallada sobre cómo debe realizarse cada paso dentro del proceso.

Según la gestión por procesos (Deming y BPM), estandarizar procedimientos permite:

- Reducir errores en producción
- Aumentar la calidad del producto final
- Asegurar eficiencia y continuidad operativa
- Facilitar la capacitación del personal
- Optimizar tiempos y reducir desperdicios

La ausencia de un manual de procesos de empaques dentro de la empresa Gráficas “El Troquel” provoca errores, variaciones en la calidad y pérdida de recursos.

1.1.5. Teoría del Manual de Procesos

Un manual de procesos es un documento que organiza y describe de manera estructurada las reglas, pautas y pasos necesarios para ejecutar correctamente las actividades dentro de la empresa. Su función es garantizar que los procesos se realicen de forma uniforme, eficiente y coherente, facilitando el trabajo del personal y asegurando el correcto funcionamiento de la empresa.

Paredes (2011), detalla que un manual de procesos describe los procedimientos que realiza cada persona dentro de la empresa, convirtiéndose en una guía útil para el personal nuevo, ya que ofrece una pauta clara sobre cómo proceder en la ejecución de

sus actividades. El objetivo de este manual es evitar la pérdida de recursos y asegurar que cada área asuma la responsabilidad de sus funciones.

Según Rodríguez (2025), Un manual de procesos tiene las siguientes ventajas:

- Optimización de tiempo y recursos
- Mejoramiento del control interno
- Comunicación fluida entre los colaboradores
- Delimitación de responsabilidades
- Mejoramiento de la imagen empresarial

Para una empresa gráfica, su importancia es aún mayor porque el trabajo depende de una serie de procesos donde se necesita de precisión técnica, insumos, tiempos de secado, medidas exactas, corte y acabados.

El manual de procesos para empaques facilita la producción uniforme y profesional, fortalece la organización interna y asegura continuidad incluso cuando ingresa nuevo personal.

1.1.6. Teoría de Estandarización de Procesos

La estandarización de procesos es una práctica importante dentro de la gestión organizacional, se refiere a la definición, documentación y aplicación de los procesos operativos de manera uniforme dentro de la empresa. Según la ISO, la estandarización de procesos implica que se establezca de forma coherente, sistemática y eficiente el desarrollo de actividades, lo que permite a la empresa cumplir de manera consistente con los requisitos de los clientes (ISO 9001:2015, 2015). Al aplicar la estandarización de procesos dentro de Gráficas “El Troquel”, es posible unificar criterios en actividades clave, lo que asegura que exista una mejora calidad en el servicio y así facilitar la capacitación del personal según los nuevos procedimientos establecidos.

La gestión de calidad es una decisión estratégica para una empresa, pues esta puede ayudar a mejorar su desempeño global y así otorgar una base para iniciativas sostenibles. Existen beneficios potenciales para las empresas que implementan estos sistemas de gestión basados en la Norma Internacional, tales como tener capacidad de proporcionar productos que compensen los requisitos del cliente, facilitan oportunidades de satisfacción del cliente, aborda riesgos y oportunidades asociadas a la realidad de la empresa, genera capacidad para demostrar conformidad con los requisitos del sistema de gestión de calidad (ISO 9001:2015, 2015). Adoptar esta gestión, permite que exista

una mejora en cuanto a la eficiencia interna y a la vez se fortalezca su posición en el mercado, pues así es posible garantizar productos textiles de calidad y servicios adecuados.

1.1.7. Teoría de la Presencia Digital

La presencia digital es la imagen de la marca que se proyecta en internet mediante todos los canales digitales, la cual se ha convertido en un elemento esencial para la competitividad empresarial.

Enty (2025) afirma que la presencia digital de una empresa debe estar bien diseñada, ser visualmente atractiva y ofrecer fácil una navegación, garantizando que la información sea relevante y esté siempre actualizada. Contar con visibilidad en internet no solo aporta credibilidad, sino que también facilita la conexión con los clientes y fortalece el posicionamiento de la marca.

Para Diggs (2023), tener una presencia digital ayuda a:

- Mejorar la accesibilidad con los clientes
- Expandirse como empresa
- Mejorar la experiencia y el servicio al cliente

La ausencia de página web, como sucede en Gráficas El Troquel, provoca que la empresa se perciba como desactualizada, baja visibilidad y pérdida de oportunidades con nuevos clientes.

1.1.8. Teoría del Diseño Web y Experiencia del Usuario

El diseño web se encarga de planificar, crear y organizar la estructura visual de un sitio web, teniendo en cuenta que esta debe tener orden, estética y funcionalidad. La experiencia de usuario es como las personas perciben al interactuar con el producto digital, analiza emociones, su fácil navegación, la claridad de la información y la satisfacción que genera navegar en el sitio web.

El diseño web consiste en preparar y organizar el contenido que se compartirá en internet (Salinas, 2025). Elementos como la tipografía, los colores y las imágenes

forman parte esencial de un buen diseño, ya que contribuyen a que el sitio se vea visualmente atractivo y se adapte correctamente tanto a computadoras como a dispositivos móviles. El diseño web permite crear y desarrollar la apariencia, la estructura y la funcionalidad de un sitio.

Por otro lado, la experiencia de usuario ayuda a comprender cómo interactúan las personas con la página, esta debe asegurar una navegación sencilla, información útil y debe ser visualmente atractiva.

Según Coppola (2023), las principales características que debe cumplir un diseño web profesional son:

- Debe ser visualmente atractiva
- Carga rápida y estructura funcional
- Diseño adaptable (responsive)
- Navegación intuitiva
- Debe ser interactivo, comunicativo y mantener la coherencia.

Implementar una página web con estas características en la empresa Gráficas “El Troquel” permitirá fortalecer su presencia digital y un mayor alcance con sus clientes. Además, aportará a la empresa una plataforma digital profesional donde se puedan visualizar sus servicios, portafolio, procesos y canales de contacto de forma clara, ordenada y consistente con su identidad corporativa.

1.1.9. Teoría del Sistema Integral de Comunicación Visual

Un Sistema Integral de Comunicación Visual agrupa todos los elementos gráficos que construyen la imagen de una empresa. Es una estrategia simplificada para comunicar de manera coherente tanto hacia adentro (procesos) como hacia afuera (marca y página web).

A su vez, un sistema integral permite que la identidad se mantenga estable, evitando improvisaciones visuales que puedan debilitar la percepción del público (Samper, 2016). Garantiza que la empresa visualmente este siempre igual en términos de orden, estilo y profesionalismo.

Nediger (2024), nos dice que el objetivo de la comunicación visual es:

- Atraer la atención del público objetivo

- Transmitir información compleja de forma comprensible
- Expresar emociones
- Comunicar un mensaje de manera simplificada y exponer sus resultados

Para la empresa Gráficas “El Troquel”, el sistema integral de comunicación visual se convierte en una herramienta clave para fortalecer su presencia y coherencia. Su actividad principal se basa en la producción de material impreso, empaques y soluciones visuales personalizadas, contar con un sistema unificado garantiza que la marca transmita profesionalismo, orden y confiabilidad en cada punto de contacto.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

Empresa: **Gráficas “El Troquel”**

1.2.1. Contexto Geográfico

Gráficas “El Troquel” es una empresa cuencana con más de 25 años de trayectoria en el sector gráfico, dedicada al servicio en el área de cualquier proceso de terminado gráfico, a la elaboración de empaques y a la venta al por mayor y menor de láminas de corrugado. Tienen a disposición un espacio de más de 600 m², ubicado entre las calles Ascensio Pauta y Obispo Miguel León.

La ubicación estratégica de la empresa, dentro de un sector urbano con accesos viales y comerciales, facilita la conexión con imprentas, diseñadores y proveedores, lo que fortalece su rol dentro de la cadena productiva del sector gráfico cuencano.

1.2.2. Contexto social

El sector gráfico en Cuenca ha experimentado una creciente demanda de servicios especializados debido a la expansión de emprendimientos, pequeñas industrias y negocios locales que requieren empaques personalizados y soluciones de impresión de calidad. En este entorno competitivo, las empresas proveedoras de acabados gráficos deben adaptarse a nuevas exigencias: propuestas visuales más eficientes, procesos internos claros y una comunicación digital profesional.

Los diseñadores, imprentas y clientes corporativos hoy buscan proveedores que no solo entreguen productos, sino que también proyecten confianza, orden, claridad visual y estructura profesional. En este sentido, la falta de una identidad corporativa

definida o de una presencia digital adecuada puede generar percepciones de improvisación, afectando tanto el alcance comercial como la reputación.

Culturalmente, Cuenca es una ciudad que valora el diseño, la estética y la funcionalidad, lo que convierte al sector gráfico en un espacio competitivo, donde la coherencia visual es fundamental. La implementación de un sistema integral de comunicación en Gráficas El Troquel no solo responde a una necesidad interna, sino también a las expectativas del mercado local, que demanda marcas consistentes y procesos confiables.

Este proyecto adquiere un impacto social al fortalecer la profesionalización del sector, apoyar el trabajo de diseñadores e imprentas, y contribuir al desarrollo de una comunidad gráfica más organizada y competitiva.

1.2.3. Contexto empresarial

Gráficas “El Troquel” se caracteriza por ser un aliado estratégico de las imprentas y diseñadores, aportando valor a los procesos de impresión mediante soluciones creativas y flexibles. Su compromiso con la mejora continua, la confidencialidad y la confianza la posiciona como una opción fiable y moderna dentro del mercado gráfico cuencano.

Sin embargo, a pesar de su experiencia y reconocimiento, la institución enfrenta retos comunicacionales que limitan su crecimiento. La ausencia de lineamientos claros en su identidad visual, la falta de un manual de procesos internos y la inexistencia de una página web dificultan la proyección profesional de la empresa. Esto impacta en la uniformidad de su marca, en la organización operativa y en su presencia digital, elementos fundamentales para competir en el mercado actual.

En este escenario, el desarrollo de un Sistema Integral de Comunicación Visual para Gráficas “El Troquel” se vuelve una respuesta necesaria y estratégica. Este sistema no solo permitirá ordenar su identidad corporativa y sus procesos internos, sino también proyectar una imagen sólida y profesional en el ámbito digital. De esta manera, la empresa podrá consolidarse como una marca coherente, moderna y confiable, capaz de responder a las exigencias del mercado y fortalecer su relación con clientes actuales y potenciales.

1.2.4. Importancia del proyecto

Por medio de entrevistas aplicadas al personal que colabora en la empresa Gráficas El Troquel se evidenció que enfrentan inconsistencias en sus procesos internos

y en la gestión de su identidad visual. La falta de lineamientos claros para el manejo de maquinaria y para el flujo de producción genera retrasos, errores y una fuerte dependencia del personal con mayor experiencia. Los colaboradores coinciden en que un manual de procesos con fotografías, ejemplos y explicaciones visuales es indispensable para estandarizar el trabajo y mejorar la eficiencia.

En el área de diseño se identificó una problemática similar: cada diseñador interpreta la marca de manera distinta, lo que provoca variaciones en colores, proporciones y aplicaciones del logo. Esto afecta la coherencia visual de la empresa y perjudica su imagen profesional. Los colaboradores consideran urgente contar con un manual de identidad visual que unifique criterios y fortalezca el reconocimiento de la marca.

Asimismo, existe una necesidad compartida de contar con una página web profesional. Aunque la empresa posee redes sociales, carece de un espacio digital formal donde presentar su catálogo, procesos y especificaciones técnicas. La creación de una web fortalecerá la credibilidad, facilitará la comunicación con clientes y ampliará las oportunidades comerciales.

En conjunto a las necesidades descritas, muestran que la empresa cuenta con experiencia y solidez, pero requiere actualizar sus herramientas de comunicación y organización interna para ser competitivo dentro del mercado. Implementar un Sistema Integral de Comunicación Visual permitirá mejorar la eficiencia operativa, profesionalizar la marca y proyectar una imagen sólida, moderna y coherente ante sus clientes.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

A continuación, se definen los conceptos utilizados para la presente investigación con la finalidad de una comprensión óptima del proyecto.

1.3.1. Coherencia Gráfica

“Es la capacidad de una marca para mantener un estilo gráfico unificado en todos sus elementos de comunicación” (Melcard, 2025, párr. 2).

Dentro del manual de identidad corporativa se establecen lineamientos puntuales de como la marca debe ser usada en sus diferentes aplicaciones, fortaleciendo el reconocimiento de la marca y evitando desviaciones perceptivas.

1.3.2. Marca

Según Lameiras (2021), nos dice que la marca es un nombre, término, señal, símbolo, diseño o la agrupación de todos ellos que permite reconocer lo que una empresa ofrece y distinguirlo de lo que hacen sus competidores. Es la manera en que una organización se presenta ante los demás y cómo las personas identifican sus productos o servicios.

En el caso de Gráficas “El Troquel”, aunque cuenta con varios años de presencia en el mercado, su marca aún no proyecta la solidez que corresponde a su trayectoria. Por ello, trabajar adecuadamente en su construcción y disponer de un manual de identidad permitirá fortalecer su imagen y asegurar una comunicación visual más coherente y profesional.

1.3.3. Teoría del color

Permite comprender cómo las personas perciben, interpretan y reaccionan emocionalmente ante los colores. Costa (2004) dice que, el color forma parte de la estructura visual de la comunicación y ejerce como un signo capaz de influir en la percepción y en la lectura del mensaje. Desde esta perspectiva, cada elección cromática tiene una intención, ya sea atraer la atención, transmitir una emoción o reforzar la identidad visual de un proyecto. Por eso, el color no se elige por gusto, sino por función.

Para la imagen de Gráficas “El Troquel”, el color en su imagen permite que el profesional del diseño transforme ideas en experiencias visuales significativas. No se trata únicamente de combinar colores, sino de manejar el color como un lenguaje visual capaz de comunicar profesionalismo, capacidad y compromiso.

1.3.4. Logo

Un logo es un símbolo visual que representa a la marca, lo cual se deriva de la identidad de la marca. Según Costa (2004), el logo es un signo visual diseñado específicamente para identificar y diferenciar, funcionando como el principal elemento de reconocimiento de una marca. Su objetivo no solo es representar de manera gráfica la esencia de la empresa, sino también comunicar de forma directa su identidad en todos los puntos de contacto. El logo interactúa como una síntesis visual capaz de resumir valores, personalidad y atributos distintivos, facilitando la presencia y la asociación directa por parte del público. En este sentido, el logo no es únicamente un componente estético, sino un recurso estratégico que contribuye a la construcción de la imagen de

la marca, fortaleciendo su presencia y coherencia en cada una de sus aplicaciones corporativas.

El logo en la empresa graficas El Troquel representa la exactitud, trayectoria y especialización en el sector gráfico, convirtiéndose en un distintivo que conecta de manera directa con su actividad principal y con la identidad que la empresa ha posicionado en el mercado cuencano.

1.3.5. Tipografía

Es un lenguaje visual que los mensajes sean legibles, expresivos y significativos. Como señala García y Morillas (2010), el objetivo principal de la tipografía es garantizar la legibilidad, es decir, que el contenido pueda ser leído fácilmente. Esto implica el tamaño, interlineado, espaciado y jerarquías textuales que permiten que el lector pueda leer de forma continua y natural. En este sentido, la tipografía no solo se lee, también se siente.

En Gráficas “El Troquel”, la tipografía cumple un rol fundamental dentro de su comunicación visual, ya que se transforma en un recurso que sostiene la identidad y la coherencia de la marca en todos sus productos impresos y digitales. La empresa trabaja en un entorno donde la claridad, la precisión y la lectura inmediata son esenciales, por lo que la elección tipográfica no es casual, sino estratégica.

1.3.6. Colorimetría

Es la disciplina que estudia y mide el color de manera objetiva, permitiendo comprender cómo se percibe, cómo se reproduce y cómo se mantiene su coherencia en distintos medios. Fairchild (2013) explica que la colorimetría proporciona un lenguaje común para describir el color, lo que facilita la comunicación entre diseñadores, impresores y dispositivos tecnológicos. A diferencia de la teoría del color, que aborda aspectos perceptuales, simbólicos y emocionales, la colorimetría se enfoca en los aspectos científicos del color: su composición, su medición y su comportamiento bajo diferentes condiciones de luz.

Uno de los principales usos de la colorimetría en Gráficas El Troquel es la calibración y gestión del color. Esto implica ajustar todos equipos de impresión y software para que todos trabajen bajo los mismos estándares. Gracias a ello, se reduce la variación entre lo que el diseñador ve en pantalla y lo que el cliente recibe en físico, evitando inconsistencias que podrían afectar la percepción de la marca o del producto final.

1.3.7. Estilo gráfico

El estilo gráfico es la manera en que se organiza, representa y comunica visualmente un mensaje dentro del diseño. Munari (2010), plantea que todo diseño surge como respuesta a un problema y, por lo tanto, no puede entenderse únicamente como una expresión estética, sino como un proceso lógico orientado a satisfacer una necesidad. Desde esta perspectiva, el estilo no es un adorno ni un recurso superficial, sino la manera particular en que el diseñador resuelve visualmente ese problema, tomando decisiones que armonizan forma, función y comunicación. Cada solución gráfica refleja una intención, un método y un razonamiento específico, por lo que el estilo es el resultado natural del proceso creativo y no su punto de partida. En consecuencia, el diseño se convierte en una herramienta para aportar claridad, orden y significado, donde el estilo emerge como la identidad visual de la solución planteada.

El estilo gráfico dentro de la empresa se caracteriza por una combinación neutra entre solidez y claridad. Sus composiciones visuales trabajan con estructuras limpias, ordenadas y funcionales, lo que refuerza la idea de un servicio cuidadoso y orientado al detalle. Este enfoque permite que la comunicación visual mantenga coherencia en todos sus puntos de contacto, ya sea en sus piezas impresas, empaques o comunicación digital.

1.3.8. Calidad

Chiavenato (2017), destaca que las organizaciones alcanzan calidad cuando integran procesos eficientes, atención al detalle y una cultura enfocada en la satisfacción del cliente. Esto requiere revisar, ajustar y perfeccionar constantemente cada etapa de producción para garantizar resultados sólidos.

En Gráficas El Troquel, la calidad se convierte en el eje central que guía cada proceso, desde la recepción de un pedido hasta la entrega final del producto.

1.3.9. Página web

Una página web es un espacio digital creado para presentar información, servicios o experiencias a través de Internet. Para Castillo (2020), una página web se constituye de elementos estructurados mediante lenguajes como HTML, hojas de estilo y diversos recursos multimedia que permiten crear una experiencia visual y funcional.

En Gráficas El Troquel, la página web se proyecta como una herramienta esencial para fortalecer su presencia en el mercado gráfico y consolidar la comunicación

con sus clientes. La incorporación de un espacio digital propio permite ampliar su alcance y ofrecer una experiencia más completa y actualizada sobre sus servicios.

1.3.10. Diseño UX

Es una disciplina enfocada en comprender cómo las personas interactúan con productos digitales y cómo esos encuentros pueden volverse más fluidos, intuitivos y satisfactorios. García (2020), menciona que el diseño UX busca empatar lo visual con lo operativo, asegurando que cada decisión, desde la tipografía hasta la jerarquía de información, contribuya a una interacción armónica.

Los clientes de Gráficas El Troquel suelen buscar información sobre servicios y productos que esta brinda. Partiendo de este análisis, la estructura del sitio debe organizarse de manera intuitiva, facilitando que los visitantes encuentren lo que buscan sin esfuerzo dentro de la página web.

1.3.11. Arquitectura de la información

La arquitectura de la información es la disciplina encargada de organizar, estructurar y jerarquizar los contenidos dentro de un entorno digital. La arquitectura de la información busca reducir la confusión y el esfuerzo cognitivo que una persona debe realizar al navegar por un sitio web. Según Martínez (2020), una arquitectura bien diseñada permite que las plataformas digitales se perciban como intuitivas, accesibles y amigables, generando una experiencia más fluida.

En Gráficas El Troquel, la arquitectura de la información es un componente clave para el desarrollo de su página web, ya que permite organizar los contenidos de manera clara y coherente para mejorar la interacción con los usuarios. Por ello, la estructura debe constar con un menú simple, categorías bien definidas y rutas de navegación accesibles.

1.4. BRIEF

Gráficas “El Troquel” es una empresa cuencana con más de 25 años de trayectoria en el sector gráfico, dedicada al servicio en el área de cualquier proceso de terminado gráfico, a la elaboración de empaques y a la venta al por mayor y menor de láminas de corrugado. Gráficas El Troquel se caracteriza por ser un aliado estratégico de las imprentas y diseñadores, aportando valor a los procesos de impresión mediante soluciones creativas y flexibles. Su compromiso con la mejora continua, la confidencialidad y la confianza la posiciona como una opción fiable y moderna dentro del mercado gráfico cuencano.

Los siguientes briefs permiten ordenar la información, contextualizar la problemática y establecer una línea clara para la propuesta de diseño en la empresa Gráficas “El Troquel”. Cada uno cumple una función en específico: el Brief de Identidad Corporativa tiene como propósito consolidar y profesionalizar la imagen visual de la empresa; el Brief del Manual de Procesos busca estandarizar y mejorar la eficiencia operativa; y el Brief de Página Web responde a la necesidad de presencia digital y comunicación simultánea. En conjunto, estos documentos constituyen la base conceptual del proyecto, asegurando coherencia y alineación con los objetivos generales del Sistema Integral de Comunicación Visual que se propone.

1.4.1. Brief del Manual de Identidad Corporativa

Proyecto:

Diseño y Desarrollo de un Sistema Integral de Comunicación Visual: Manual de Procesos, Identidad Corporativa y Página Web para la empresa Gráficas “El Troquel”.

Empresa:

Gráficas “El Troquel”

Ubicación:

Ascensio Pauta y Obispo Miguel León (Ciudadela La Católica). Cuenca, Ecuador

Servicios:

Terminados gráficos, elaboración de empaques y a la venta al por mayor y menor de láminas de corrugado.

Situación Actual:

La empresa cuenta con un logotipo y algunos recursos visuales, pero carece de una identidad gráfica unificada y de un manual que regule su correcta aplicación. De acuerdo con las entrevistas realizadas a colaboradores y clientes, la ausencia de lineamientos claros ha provocado que la marca se perciba en desventaja frente a la competencia. Esta falta de estandarización visual ha generado inconsistencias en sus aplicaciones, proyectando una imagen poco profesional y dificultando que la empresa comunique de manera efectiva aquello que realmente la distingue dentro del sector gráfico.

Descripción del Manual de Identidad Corporativa:

Se diseñará un manual de identidad corporativa partiendo del logo que mantiene la empresa dándole pequeños ajustes que este requiere, se implementara dentro del mismo pautas claras sobre el uso del logo, color corporativo, tipografías, usabilidad y aplicaciones.

Objetivo General:

Diseñar un Manual de Identidad Visual que regule el uso de la identidad visual de la empresa.

Objetivos Específicos:

- Diagnosticar el estado actual de la marca.
- Estandarizar logotipo, paleta cromática, tipografías y estilo gráfico.
- Crear un manual estructurado que asegure coherencia en todas las comunicaciones.

Público Objetivo:

Este manual de identidad Corporativa va dirigido a clientes actuales y personas interesadas en los servicios y productos que la empresa ofrece, proveedores, emprendedores y colaboradores internos.

Estilo Visual Requerido:

Tono: Profesional, confiable y accesible.

Estilo: Empresarial.

Elementos gráficos: Integrar fotografías reales de los productos que se realizan en la empresa y elementos volumétricos.

Colores: Paleta basada en colores representativos de la empresa.

Tipografía: Moderna y de fácil lectura; combinación de tipografías para jerarquizar contenidos (titulares, subtítulos y cuerpo de texto).

Diagramación: Limpia, ordenada, respetando una jerarquía visual clara, uso de espacios en blanco que permitan una lectura cómoda.

Especificaciones Técnicas:

Formato: Impreso (tamaño 21x15).

Número de páginas: 50 páginas.

Materiales: Papel couche.

Encabezados: Incorporar elementos identitarios de la empresa en cada sección.

Entregables:

Diagramación final listo para imprenta.

Observaciones Finales:

Se deberá asegurar la coherencia entre el contenido, el diseño y los valores de la empresa.

Todo el diseño deberá considerar criterios de accesibilidad y legibilidad.

El trabajo se desarrollará en constante coordinación con el equipo de diseño y administrativo de la empresa.

1.4.2. Brief del Manual de Procesos para la Elaboración de Empaques

Proyecto:

Diseño y Desarrollo de un Sistema Integral de Comunicación Visual: Manual de Procesos, Identidad Corporativa y Página Web para la empresa Gráficas “El Troquel”.

Empresa:

Gráficas “El Troquel”

Ubicación:

Ascensio Pauta y Obispo Miguel León (Ciudadela La Católica). Cuenca, Ecuador

Servicios:

Terminados gráficos, elaboración de empaques y a la venta al por mayor y menor de láminas de corrugado.

Situación Actual:

La empresa cuenta con varios años de experiencia en la producción de empaques; sin embargo, no dispone de un documento formal que unifique y ordene sus procesos productivos. Esta ausencia de lineamientos claros ha generado variaciones en los resultados, demoras, errores operativos y dificultades para guiar al personal nuevo,

quienes deben aprender únicamente a partir de la experiencia de sus compañeros. La transmisión del conocimiento se ha dado de forma empírica, lo que hace más complejo mantener un estándar de calidad constante.

Durante las entrevistas realizadas, los colaboradores expresaron que un manual de procesos sería de gran utilidad, especialmente si incluye fotografías reales, ejemplos visuales y explicaciones claras que faciliten el aprendizaje. Consideran que contar con esta herramienta no solo mejoraría la comprensión de cada etapa del trabajo, sino que también ayudaría a estandarizar la forma de operar, reduciendo errores y fortaleciendo la calidad del producto final.

Descripción del Manual Procesos para la Elaboración de Empaques

Se diseñará un manual de procesos para la elaboración de empaques con una estética profesional y moderna, alineada a la identidad visual de Gráficas “El Troquel”. La línea gráfica tomará como base los colores corporativos de la empresa, garantizando coherencia y reconocimiento institucional. El contenido visual integrará fotografías del proceso productivo, representaciones de los productos y pictogramas que faciliten la comprensión de cada etapa. Estos recursos permitirán que el manual sea claro, accesible y altamente funcional para cualquier colaborador que lo consulte. El manual permitirá documentar, organizar y estandarizar los procesos del área de producción, facilitando la formación interna, la eficiencia operativa y la calidad en la elaboración de empaques y productos gráficos.

Objetivo General:

Realizar un Manual de Procesos de empaques claro, visual y funcional que estandarice las actividades internas de producción en Gráficas “El Troquel”.

Objetivos Específicos:

- Identificar los procesos actuales de producción.
- Documentar cada etapa con lenguaje claro y accesible.
- Estandarizar buenas prácticas y criterios de calidad.

Público Objetivo:

Este manual de procesos está dirigido al personal operativo, administrativo y a los nuevos colaboradores que se integren a la empresa. Asimismo, puede servir como guía para personas interesadas en conocer cómo se elaboran los empaques y comprender de manera visual y estructurada cada etapa del proceso productivo.

Estilo Visual Requerido:

Tono: Profesional, confiable y accesible.

Estilo: Empresarial.

Elementos gráficos: Integrar fotografías reales de los productos que se realizan en la empresa y elementos volumétricos.

Colores: Paleta basada en colores representativos de la empresa.

Tipografía: Moderna y de fácil lectura; combinación de tipografías para jerarquizar contenidos (titulares, subtítulos y cuerpo de texto).

Diagramación: Limpia, ordenada, respetando una jerarquía visual clara, uso de espacios en blanco que permitan una lectura cómoda.

Especificaciones Técnicas:

Formato: Impreso (tamaño 21x29,7).

Número de páginas: 50 páginas.

Materiales: Papel couche.

Encabezados: Incorporar elementos identitarios de la empresa en cada sección.

Entregables:

Diagramación final listo para imprenta.

Observaciones Finales:

Se deberá asegurar la coherencia entre el contenido, el diseño y los valores de la empresa.

Todo el diseño deberá considerar criterios de accesibilidad y legibilidad.

El trabajo se desarrollará en constante coordinación con el equipo de diseño y administrativo de la empresa.

1.4.3. Brief de la Página Web**Proyecto:**

Diseño y Desarrollo de un Sistema Integral de Comunicación Visual: Manual de Procesos, Identidad Corporativa y Página Web para la empresa Gráficas “El Troquel”.

Empresa:

Gráficas “El Troquel”

Ubicación:

Ascensio Pauta y Obispo Miguel León (Ciudadela La Católica). Cuenca, Ecuador

Servicios:

Terminados gráficos, elaboración de empaques y a la venta al por mayor y menor de láminas de corrugado.

Situación Actual:

Actualmente la empresa no cuenta con presencia digital propia, lo que limita su visibilidad, competitividad y acceso a nuevos clientes. Tampoco tiene un espacio digital que muestre sus servicios, portafolio o trayectoria. Según las encuestas realizadas, nos dicen que, aunque la empresa ya tiene presencia en redes sociales y un reconocimiento sólido por su trayectoria, una web profesional permitiría proyectar mayor seriedad, mostrar el portafolio de trabajos, orientar al cliente sobre especificaciones técnicas y atraer nuevas oportunidades comerciales.

Descripción de la Página Web

Se diseñará una página web manteniendo la imagen corporativa, donde se transmita profesionalidad en cada sección, para ello se emplearán los colores corporativos. El diseño será atractivo y moderno, empleando elementos visuales que conecten con el público objetivo de manera inmediata, logrando así que los usuarios puedan experimentar una experiencia de investigación fluida y envolvente. Se contemplará un diseño responsivo, el cual permite que el sitio web tenga una adecuada visualización tanto en dispositivos móviles como en computadoras, lo que garantiza una experiencia de usuario adecuada a las distintas pantallas. Así también, se integrarán enlaces directos a redes sociales y medios de contacto. Adicional a esto se optimizarán los recursos del sitio web para asegurar que la carga sea rápida y eficiente.

Objetivo General:

Desarrollar una página web funcional y visualmente coherente con la identidad de El Troquel, que presente servicios, historia, portafolio y datos de contacto.

Objetivos Específicos:

- Definir arquitectura de información clara.
- Diseñar la interfaz (UI) alineada a la identidad corporativa.
- Crear una experiencia de usuario (UX) intuitiva y accesible.
- Publicar contenido que represente profesionalismo, calidad y trayectoria.

Público Objetivo:

Clientes empresariales, emprendedores, industrias, comercios y público general que requiera servicios gráficos o empaques.

Estilo Visual Requerido:

Tono: Profesional, confiable y accesible.

Estilo: Empresarial.

Elementos gráficos: Integrar fotografías reales de los productos que se realizan en la empresa.

Colores: Paleta basada en colores representativos de la empresa.

Tipografía: Moderna y de fácil lectura; combinación de tipografías para jerarquizar contenidos (titulares, subtítulos y cuerpo de texto).

Diagramación: Limpia, ordenada, respetando una jerarquía visual clara, uso de espacios en blanco que permitan una lectura cómoda.

Entregables:

Url de la página web adaptada a dispositivos móviles y computadoras.

Observaciones Finales:

Se deberá asegurar la coherencia entre el contenido, el diseño y los valores de la empresa.

Todo el diseño deberá considerar criterios de accesibilidad y legibilidad.

El trabajo se desarrollará en constante coordinación con el equipo de diseño y administrativo de la empresa.

1.5. HOMÓLOGOS

1.5.1. Homólogos para el manual de identidad corporativa

Los siguientes homólogos responden a la necesidad de desarrollar un Manual de Identidad Corporativa para Gráficas “El Troquel”, considerando su actividad productiva y la esencia de su marca. La propuesta busca transmitir profesionalismo, calidad y compromiso en cada una de las aplicaciones visuales, garantizando coherencia y fortaleciendo la presencia empresarial en todos los soportes de comunicación.

AMBROSIA

Ambrossía es un emprendimiento colombiano dedicado a la elaboración de velas decorativas y aromatizadas. Su Manual de Identidad Corporativa refleja una propuesta visual sencilla, pero a la vez elegante y profesional. Los acabados gráficos aportan una percepción de mayor calidad, mientras que la estructura del contenido está cuidadosamente organizada, lo que facilita una lectura clara, agradable y bien guiada para el usuario.

Se tomó como referencia este manual porque, aunque la empresa Gráficas “El Troquel” tenga una actividad completamente distinta, logra transmitir una profesionalidad clara y sin excesos visuales. Este enfoque permite conservar la esencia empresarial y evitar elementos que distraigan o resten coherencia a la identidad que se desea proyectar.

Ilustración 1

Manual de identidad corporativa Ambrossía



Nota. Tomado de *Manual de identidad visual Ambrossia* (Caicedo Cancelado & Morales Barrera, 2021), Behance. <https://www.behance.net/gallery/131107735/Manual-de-Identidad-Visual-Ambrossia>

Ilustración 2

Manual de identidad corporativa Ambrossía



Nota. Tomado de *Manual de identidad visual Ambrossía* (Caicedo Cancelado & Morales Barrera, 2021), Behance. <https://www.behance.net/gallery/131107735/Manual-de-Identidad-Visual-Ambrossia>

PSYSCREAM

Psyscream es un emprendimiento dedicado a la elaboración de helados de crema. Su Manual de Identidad Corporativa presenta una propuesta visual llamativa, organizada y profesional. La composición utiliza fotografías reales de helados y texturas que refuerzan la esencia de la marca. Sin embargo, el logotipo incluye varios elementos lo que ocasiona una carga visual elevada. Aun así, su aplicación dentro del manual se mantiene bien estructurada y adecuadamente diagramada.

Este manual de identidad corporativa nos ayuda a tener una estructura visual organizada a pesar de tener logotipos cargados, teniendo como referencia la organización visual y las imágenes del producto.

Ilustración 3

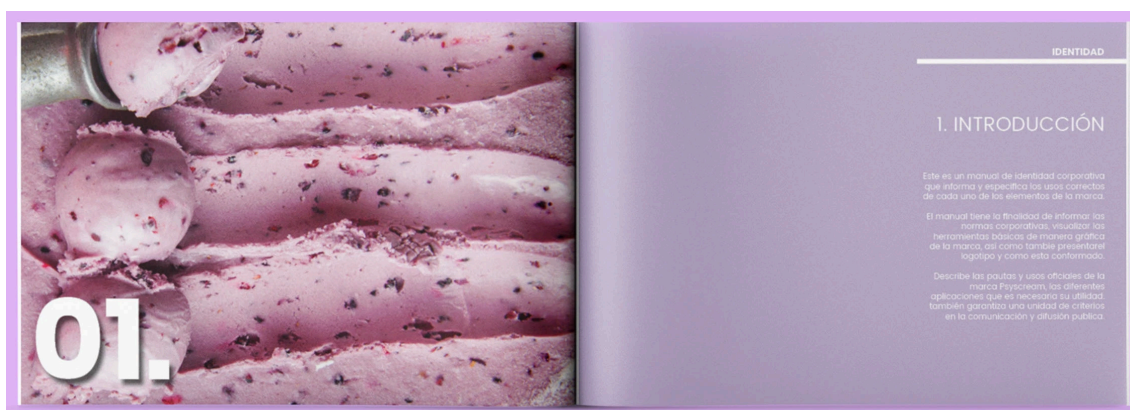
Manual de identidad corporativa Psyscream



Nota. Tomado de *Manual de identidad corporativa* (García, 2021), Behance. <https://www.behance.net/gallery/115500063/MANUAL-DE-IDENTIDAD-CORPORATIVA>

Ilustración 4

Manual de identidad corporativa Psyscream



Nota. Tomado de *Manual de identidad corporativa* (García, 2021), Behance. <https://www.behance.net/gallery/115500063/MANUAL-DE-IDENTIDAD-CORPORATIVA>

Ilustración 5

Manual de identidad corporativa Pyscream



Nota. Tomado de *Manual de identidad corporativa* (García, 2021), Behance. <https://www.behance.net/gallery/115500063/MANUAL-DE-IDENTIDAD-CORPORATIVA>

1.5.2. Homólogos para la página web

Los siguientes homólogos fueron tomados como referencia para el desarrollo de la página web de Gráficas “El Troquel”. La aplicación de estos referentes, pertenecientes a empresas con un giro de negocio similar, permite identificar buenas prácticas relacionadas con la estructura, el diseño visual, la coherencia gráfica y la comunicación de marca, así como tendencias actuales aplicadas en entornos digitales corporativos.

Este análisis no pretende replicar los homólogos estudiados, sino comprender criterios relevantes y detectar áreas de oportunidad que sirvan como base para la toma de decisiones en el desarrollo del proyecto.

HOLA COLOR

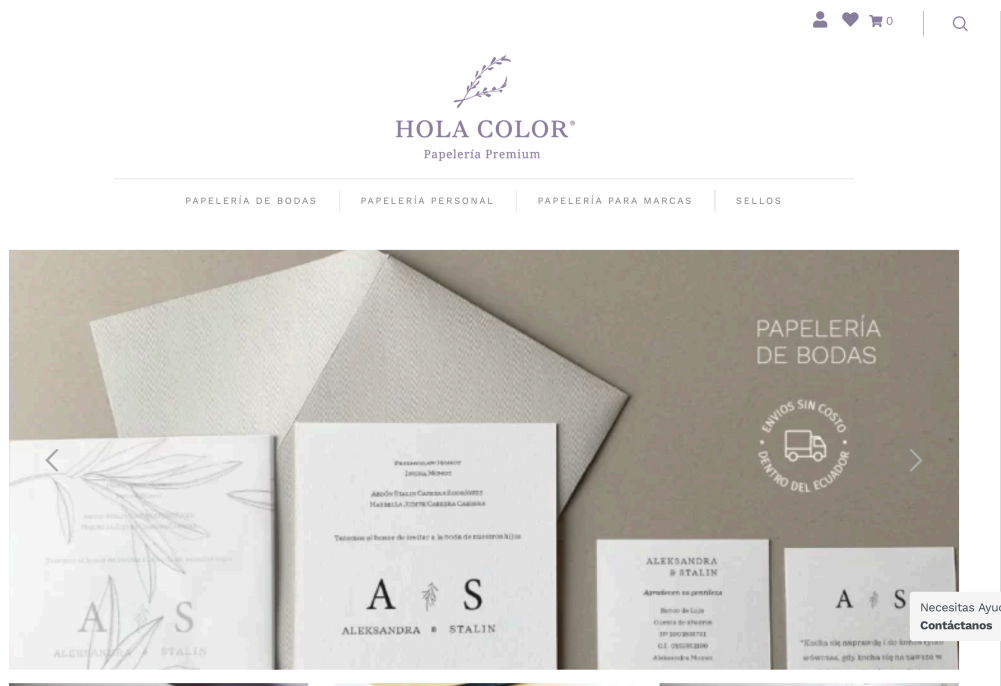
Hola Color es una empresa ecuatoriana dedicada a la comercialización de productos de papelería premium. Su página web se caracteriza por una propuesta visual limpia y equilibrada, en la que predomina la simplicidad combinada con un estilo elegante. El uso adecuado de los colores corporativos, junto con una diagramación ordenada y jerarquizada, permite una navegación clara y una correcta presentación de sus productos, transmitiendo profesionalismo y confianza al usuario.

Este referente para Gráficas El Troquel, busca proyectar una imagen institucional sólida y representativa de la empresa, evitando la sobrecarga visual. A través de una

estructura clara, el uso controlado de elementos gráficos y una correcta organización de la información, se pretende comunicar de manera efectiva los servicios que ofrece la empresa, priorizando la funcionalidad, la legibilidad y la experiencia del usuario.

Ilustración 6

Página web Hola Color



Nota. Tomado de *Holacolor* (s. f.). <https://holacolor.com.ec/>

Ilustración 7

Página web Hola Color



Nota. Tomado de *Holacolor* (s. f.). <https://holacolor.com.ec/>

SENEFELDER

Senefelder es una empresa con amplia trayectoria en el sector gráfico, cuya página web presenta una estructura visual clara y bien organizada. El diseño se caracteriza por el uso equilibrado de espacios en blanco, una jerarquía visual definida y una navegación intuitiva que facilita el acceso a sus servicios y marcas. La combinación de imágenes de productos, recursos gráficos y elementos visuales propios de la identidad de cada línea permite comunicar de forma efectiva la diversidad de soluciones que ofrece la empresa, sin perder coherencia ni orden visual. El sitio web integra banners y recursos gráficos llamativos que refuerzan el posicionamiento de sus marcas, manteniendo un adecuado control de la carga visual mediante una correcta diagramación y uso estratégico del color. Esto contribuye a una experiencia de usuario clara, funcional y profesional.

Para Gráficas “El Troquel”, demuestra cómo una empresa gráfica puede comunicar variedad de servicios y productos dentro de una plataforma digital organizada y estructurada. Tomar como referencia la distribución del contenido, la jerarquización de la información y el manejo visual de las marcas, permitirá a Gráficas “El Troquel” proyectar una imagen institucional sólida, evitando la saturación visual y priorizando la claridad, funcionalidad y coherencia gráfica en su página web.

Ilustración 8

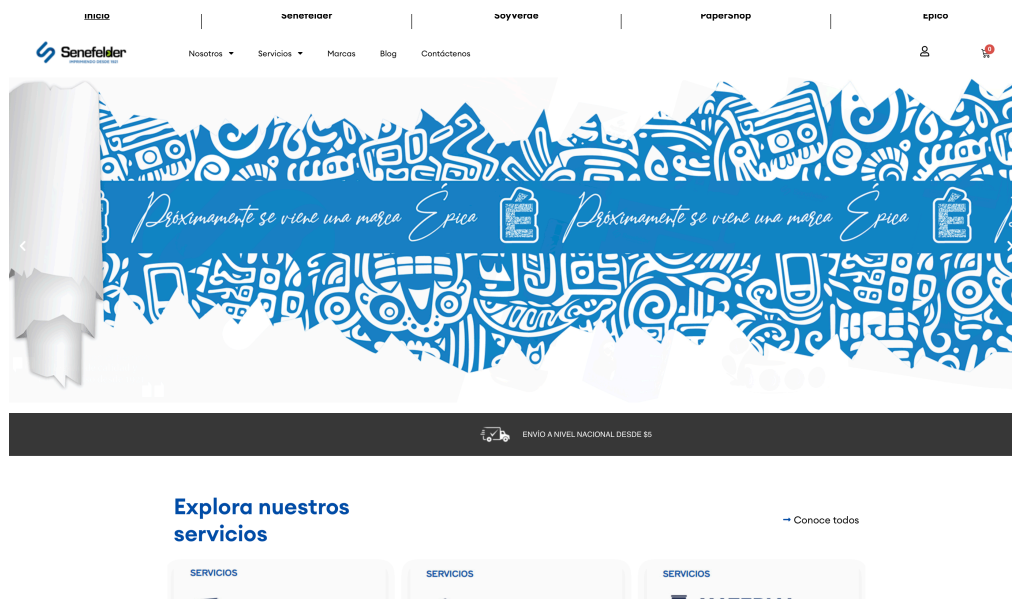
Página web Senefelder



Nota. Tomado de Senefelder (s. f.), <https://www.senefelder.com/>

Ilustración 9

Página web Senefelder



Nota. Tomado de Senefelder (s. f.), <https://www.senefelder.com/>

1.5.3. Homólogos para el manual de procesos

Estos homólogos tomados como referencia ayudan a orientar el proceso de diagramación del manual de procesos de empaques de la empresa Gráficas “El Troquel”, facilitando la comprensión de cómo estructurar cada sección, ubicar adecuadamente los elementos gráficos y organizar las imágenes de manera estratégica. También, aportan aspectos para desarrollar un diseño visual equilibrado, claro y funcional, que evite la saturación de información y garantice una lectura fluida y comprensible para el usuario.

DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCESOS PRODUCTIVOS EN IMPRENTA PARA DISEÑADORES GRÁFICOS.

Este manual de procesos productivos en imprenta nos ayuda a definir la estructura y diagramación del documento desarrollado. Este homologo nos ayuda a tener una idea de cómo organizar cada capítulo y proceso, así como el uso adecuado de imágenes como apoyo visual para reforzar la comprensión del contenido técnico.

Asimismo, este referente proporciona una guía clara sobre la inclusión de glosarios o definiciones de términos clave al inicio de cada capítulo, lo que facilita la comprensión del lector y mejora la experiencia de lectura. También permite analizar la

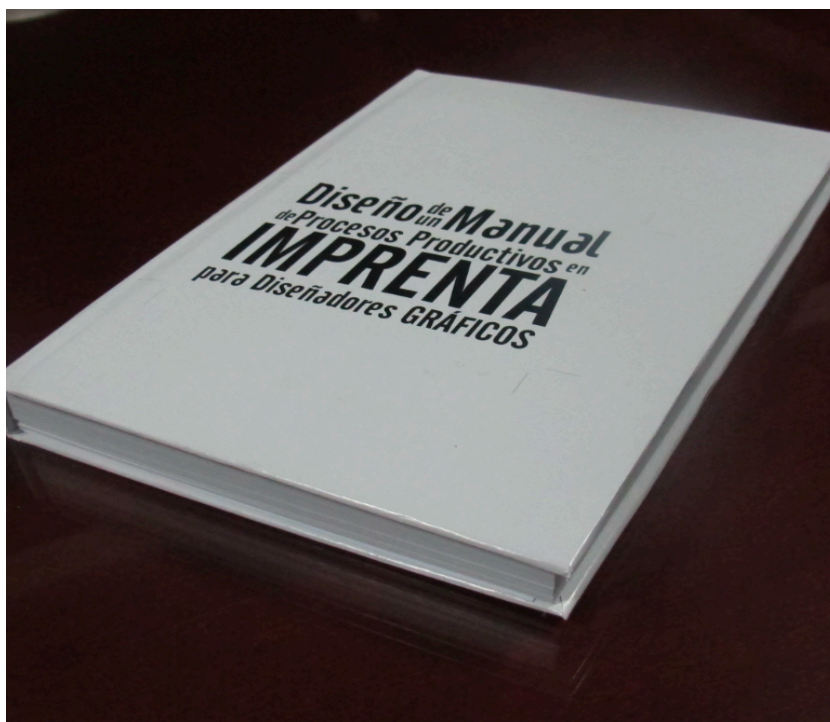
correcta distribución de la información, el equilibrio entre texto e imagen y la jerarquización de contenidos.

Este manual nos da referencias sobre el uso del color aplicado en títulos, subtítulos y cuerpo de texto, contribuyendo a una lectura fluida, ordenada y visualmente atractiva.

Para la diagramación del manual de procesos de empaques de Gráficas “El Troquel”, este homólogo funciona como referencia para generar interés en el lector mediante el uso adecuado del color, la correcta jerarquización de la información y la aplicación de textos coherentes. De igual manera, orienta sobre la incorporación de imágenes como apoyo visual, logrando un equilibrio entre contenido y diseño que mejora la legibilidad y comprensión del manual.

Ilustración 10

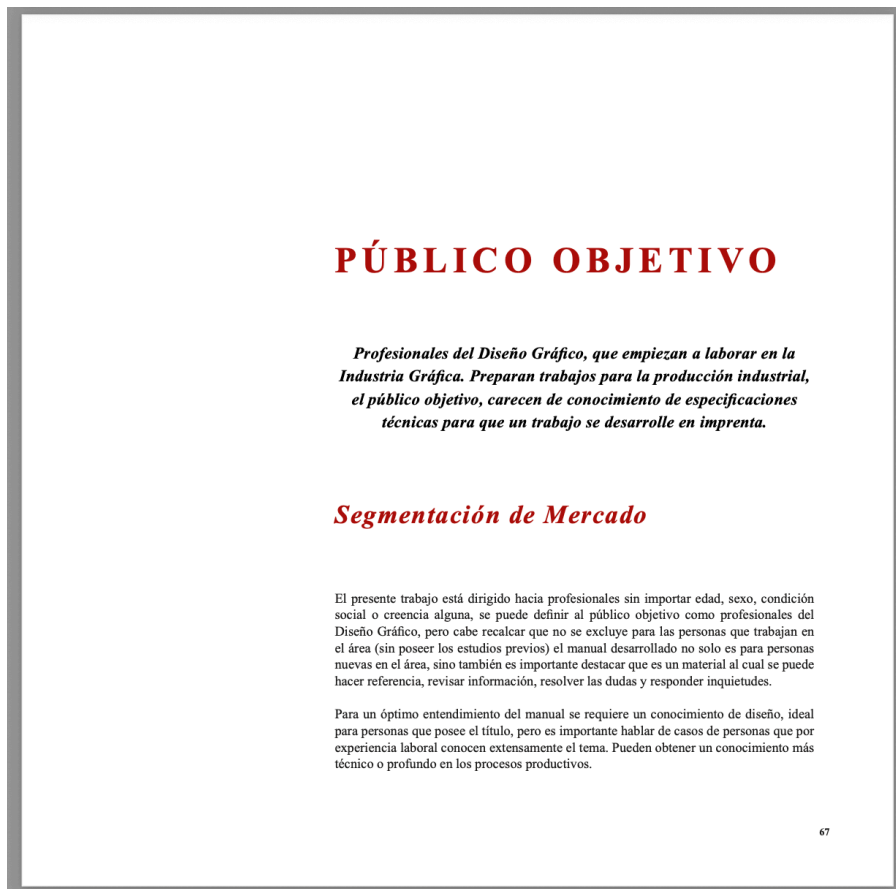
Diseño de un manual de procesos productivos en imprenta para diseñadores gráficos.



Nota. Tomado de *Diseño de un manual de procedimientos para el departamento de operaciones y logística en la compañía Circolo S.A. y su incidencia en el año 2011* (Zambrano Banchón, 2011), Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1644/13/UPS-GT000216.pdf>

Ilustración 11

Diseño de un manual de procesos productivos en imprenta para diseñadores gráficos.



Nota. Tomado de *Diseño de un manual de procedimientos para el departamento de operaciones y logística en la compañía Circolo S.A. y su incidencia en el año 2011* (Zambrano Banchón, 2011), Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1644/13/UPS-GT000216.pdf>

MIP MANUAL DE INSTRUCCIÓN PARA PREPrensa

Este manual de instrucción para preprensa nos da una referencia sobre el uso efectivo del color sin opacar la claridad de la información. Emplea colores llamativos para destacar elementos importantes, lo cual facilita la identificación visual de contenidos relevantes. Además, integra íconos que orientan al lector sobre los temas tratados y complementa la comprensión de cada sección.

El uso de imágenes reales, complementadas con flechas y otros recursos gráficos, contribuye a una lectura más clara y al entendimiento de los procesos

descritos. Asimismo, el uso estratégico de color en los textos permite resaltar información importante, dando jerarquía visual y mejorando la organización general del contenido.

Este referente en Graficas “El Troquel” resulta útil para observar cómo equilibrar estética y funcionalidad en la diagramación del manual, ofreciendo soluciones visuales que pueden adaptarse al desarrollo de nuestro propio documento.

Ilustración 12

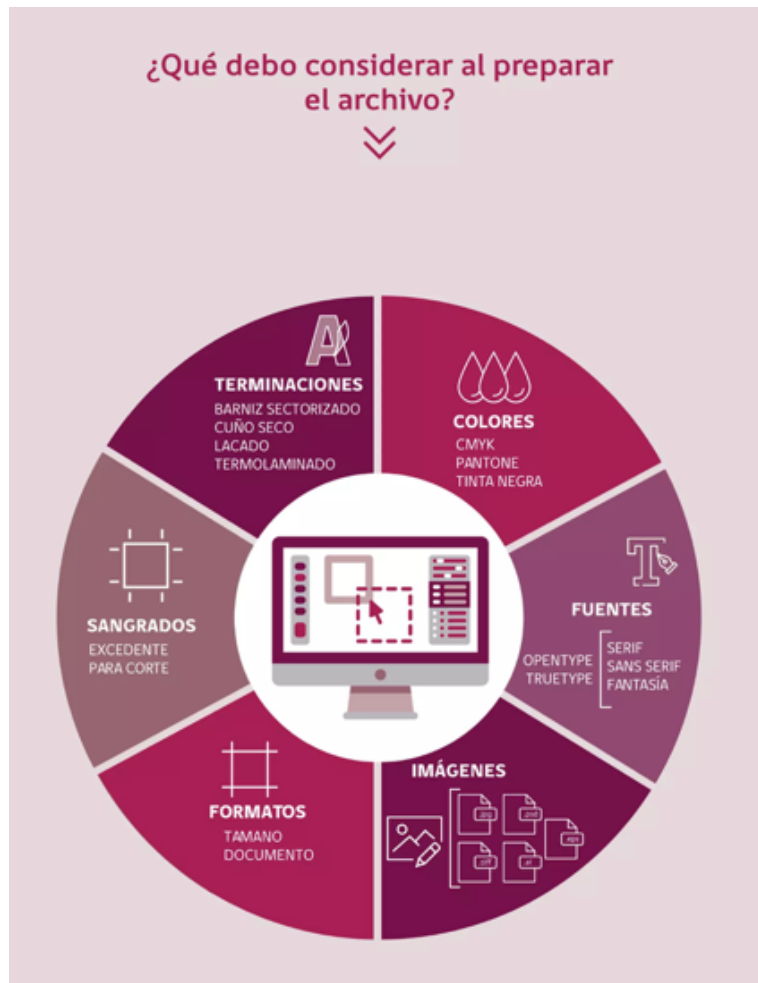
Mip manual de instrucción para pre prensa



Nota. Tomado de *MIP manual de instrucción para pre prensa*, por A. Ferrada Sepúlveda, 2018, Universidad del Desarrollo, Facultad de Diseño (<https://repositorio.udd.cl/items/b125e0c1-b015-466d-b404-90c149257cb5>)

Ilustración 13

Mip manual de instrucción para prerensa



Nota. Tomado de MIP manual de instrucción para prerensa, por A. Ferrada Sepúlveda, 2018, Universidad del Desarrollo, Facultad de Diseño (<https://repositorio.udd.cl/items/b125e0c1-b015-466d-b404-90c149257cb5>)

Ilustración 14

Mip manual de instrucción para pre prensa



Nota. Tomado de MIP manual de instrucción para pre prensa, por A. Ferrada Sepúlveda, 2018, Universidad del Desarrollo, Facultad de Diseño (<https://repositorio.udd.cl/items/b125e0c1-b015-466d-b404-90c149257cb5>)

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍAS

2.1. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

En el Diseño y Desarrollo de un Sistema Integral de Comunicación Visual: Manual de Procesos, Identidad Corporativa y Página Web para la empresa Gráficas “El Troquel”, se llevó a cabo una metodología de investigación mixta que, mediante enfoques cualitativos y cuantitativos, permiten una visión del objeto de estudio desde diferentes dimensiones. Esta estrategia metodológica fue pertinente y propicia para abordar con más profundidad las necesidades de la empresa.

Desde la perspectiva cualitativa, se realizaron entrevistas al personal que labora en la empresa, a través de las cuales se evidenció que Gráficas “El Troquel” presenta ciertas limitaciones en sus procesos internos, especialmente durante la incorporación de nuevo personal, esto nos supo expresar el Gerente de producción Luis Luna. La falta de conocimiento sobre el manejo de la maquinaria y las etapas que conforman el proceso de producción genera retrasos, confusiones y una alta dependencia de los colaboradores con mayor experiencia.

Ante esta situación, el personal de gerencia administrativa Jenifer Luna y el gerente de producción Luis Luna coinciden en que la implementación de un manual de procesos resultaría de gran utilidad, siempre que este incluya fotografías reales, ejemplos visuales y explicaciones claras que faciliten el aprendizaje, estandaricen los procedimientos y optimicen la forma de trabajo dentro de la empresa.

En el área de diseño, el encargado Richard Ordoñez ve la necesidad de contar con un manual de identidad visual que permita unificar criterios. Actualmente, cada diseñador interpreta y aplica los elementos gráficos de manera distinta, lo que genera inconsistencias en los medios publicitarios de la empresa y en la correcta aplicación del logotipo. La implementación de una guía visual contribuiría a establecer parámetros claros, permitiendo que todos los involucrados hablen el mismo idioma gráfico. De esta manera, se evitarían distorsiones del logotipo, variaciones incorrectas de color y decisiones improvisadas que afectan la coherencia y la imagen profesional de la marca.

Finalmente, el personal de ventas destaca la necesidad de una página web. Aunque la empresa ya tiene presencia en redes sociales y un reconocimiento sólido por su trayectoria, una web profesional permitiría proyectar mayor seriedad, mostrar el portafolio de trabajos, orientar al cliente sobre especificaciones técnicas y atraer nuevas oportunidades comerciales.

Desde la perspectiva cuantitativa se realizaron 22 encuestas a clientes para tener una mejor perspectiva sobre la empresa lo cual pudimos observar que:

Los clientes se interesan por saber los procesos de producción de empaques, eso quiere decir que el manual de procesos no solo servirá para los colaboradores internos sino también para personas interesadas en el área gráfica.

Se pudo evidenciar que existen irregularidades en la aplicación de los elementos gráficos de la marca, derivadas de la ausencia de lineamientos claros. La interpretación individual de colores, tipografías y uso del logotipo provoca una imagen poco profesional y uniforme en los distintos medios de comunicación.

Por otra parte, los resultados relacionados con la comunicación y presencia digital reflejan la necesidad de mejorar la forma en que la empresa se presenta ante sus clientes. La falta de una plataforma digital estructurada limita la difusión de información sobre servicios, procesos y valores corporativos.

2.2. METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE DISEÑO

Para el desarrollo de este proyecto se utilizó la metodología Design Thinking, para mantener un lineamiento y organización en la fase de investigación y ejecución que permita responder de manera efectiva a las necesidades del público objetivo y dar soluciones a la problemática.

Esta metodología es de carácter flexible y tiene capacidad para abordar problemáticas complejas desde una perspectiva integral, además, que permite abordar el diseño desde una perspectiva centrada en las personas y en la comprensión real de su contexto. El enfoque de esta metodología no es solo la creación de propuestas gráficas, sino que entiende a fondo las necesidades, experiencias y dificultades que enfrentan las personas involucradas en un proceso, en este caso, los colaboradores y clientes de Gráficas “El Troquel”.

La elección de esta metodología responde a la necesidad de ordenar, estandarizar y mejorar tanto la experiencia interna de la empresa, es decir cómo se comunica la marca y cómo se proyecta en el entorno digital, así como también la percepción externa de la marca. Partiendo desde este punto el diseño se entiende como una herramienta estratégica capaz de aportar soluciones reales y funcionales, y no únicamente como un recurso estético. A través del Design Thinking, el diseñador asume un papel como mediador entre la empresa, su equipo de trabajo y sus clientes, desarrollando propuestas basadas en la observación, el análisis y la realidad del contexto, y no en suposiciones o decisiones improvisadas.

Las fases metodológicas aplicadas fueron: diagnóstico, definición, ideación, desarrollo y validación, las cuales se detallan a continuación.

2.3. PROPUESTA DE DISEÑO

De acuerdo a la problemática planteada en el presente proyecto enfocado en la falta de un manual de identidad corporativa, manual de procesos de empaques y página web, se plantea la siguiente propuesta de diseño:

2.3.1. Manual de identidad corporativa

El manual de identidad corporativa se diseñará como un documento normativo que establece el uso correcto de la identidad visual de la empresa. Incluye 5 capítulos:

- Estructura del logotipo
- Color corporativo
- Tipografía
- Usabilidad
- Aplicaciones

Este manual permite al personal interno mantener coherencia visual en todas las comunicaciones sean digitales o impresas de la empresa. Se diagramará en InDesign y será presentado de manera impresa y digital para mayor comodidad de los usuarios internos que laboran en la empresa.

2.3.2. Manual de procesos de empaques

El manual de procesos de empaques para la empresa Gráficas “El Troquel” tendrá un diseño atractivo y sistemático permitiendo al usuario leer sin perder el interés del mismo, este consta de:

- Introducción
- Objetivos
- Alcance
- Tipos de Materiales
- Flujo general del proceso de empaques
- Descripción de los procesos
- Beneficios del manual de procesos
- Otras especificaciones
- Conclusión
- Glosario de términos

Este manual se desarrollará con un enfoque visual mediante imágenes reales, tablas y lenguaje accesible, lo que facilita su comprensión y aplicación. Su finalidad es que se convierta en una guía práctica para nuevos colaboradores, permita documentar, organizar y estandarizar los procesos del área de producción, facilitando la formación interna, la eficiencia operativa y la calidad en la elaboración de empaques y productos gráficos. Este será diagramado en InDesign y presentado de manera impresa.

2.3.3. Página Web

Se diseñó un sitio web autoadministrable el cual fue alojado y publicado mediante la plataforma Hostinger. El diseño del sitio fue planificado para ser visualmente atractivo, funcional y adaptado a la identidad visual de la marca.

- Diseño responsive y navegación intuitiva
- Secciones: Inicio, nosotros, contactos, productos, blog.
- Integración de redes sociales y botones de contacto directo.
- Optimización para buscadores (SEO básico)

Esta plataforma digital permite a Gráficas “El Troquel” posicionarse en el mercado digital, ampliar su alcance y fortalecer su imagen profesional. Estos productos fueron desarrollados de manera coherente con la misión y visión de la empresa,

respondiendo a necesidades reales identificadas durante el diagnóstico. La propuesta de diseño no solo mejora la funcionalidad interna de la empresa, sino que también proyecta su imagen a nuevos clientes y mercados, lo que representa un valor agregado para su crecimiento a futuro.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

3.1. FASE DE DESARROLLO

Partiendo desde las premisas de la metodología de diseño escogida, en este caso el Design Thinking, tenemos las siguientes etapas de la fase de desarrollo:

Empatizar:

La fase de empatía permitió comprender de manera profunda la realidad de Gráficas “El Troquel”. A través de entrevistas al personal operativo, administrativo y de diseño, así como encuestas dirigidas a los clientes, se identificaron necesidades reales, percepciones y oportunidades de mejora.

Como primer punto para definir una propuesta de diseño se necesitó conocer los problemas reales que presentan esta población para partir de una problemática y brindar soluciones desde el diseño.

- Los colaboradores dependen en gran medida de la experiencia empírica para ejecutar los procesos.
- No existen lineamientos claros para el uso de la identidad visual.
- La ausencia de una página web limita la visibilidad y credibilidad de la empresa.

Esta información fue clave para entender que el problema no era la falta de capacidad técnica, sino la ausencia de documentación, orden y coherencia comunicacional.

Ilustración 15

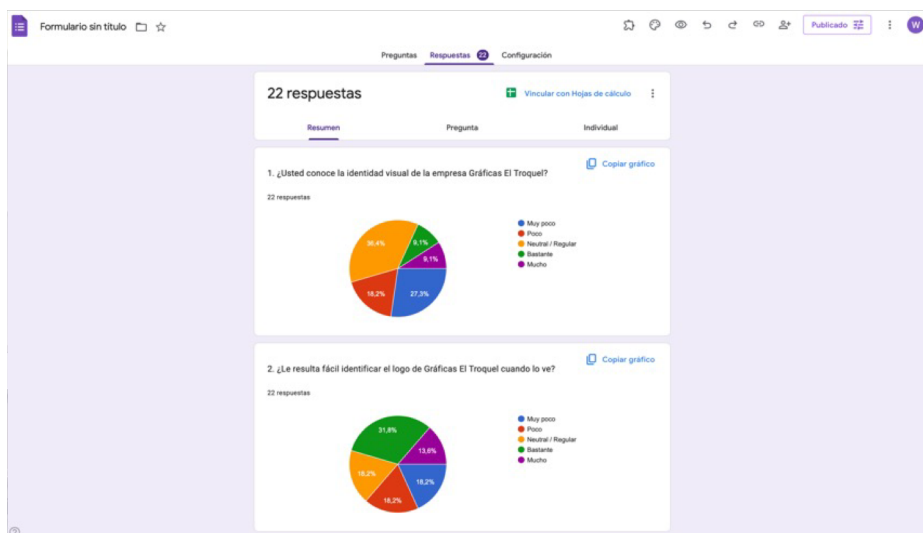
Entrevistas al personal de Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Ilustración 16

Encuestas a clientes y colaboradores de Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Definir:

Con la información obtenida, se definieron claramente los problemas centrales del proyecto:

- Inconsistencia en la aplicación de la identidad corporativa.
- Falta de estandarización de los procesos productivos.
- Ausencia de presencia digital estructurada.

Esta fase permitió delimitar el alcance del proyecto y establecer objetivos claros, orientados a la creación de un Sistema Integral de Comunicación Visual, compuesto por un Manual de Identidad Corporativa, un Manual de Procesos y una Página Web funcional.

Se procedió a recolectar la información que ya contaba la empresa y no se podía hacer un cambio extremo como los colores corporativos, el logo, se investigó a profundidad sus procesos de producción de empaques y como manejan sus redes sociales.

Ilustración 17

Recolección de información Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Ilustración 18

Recolección de información Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Idear:

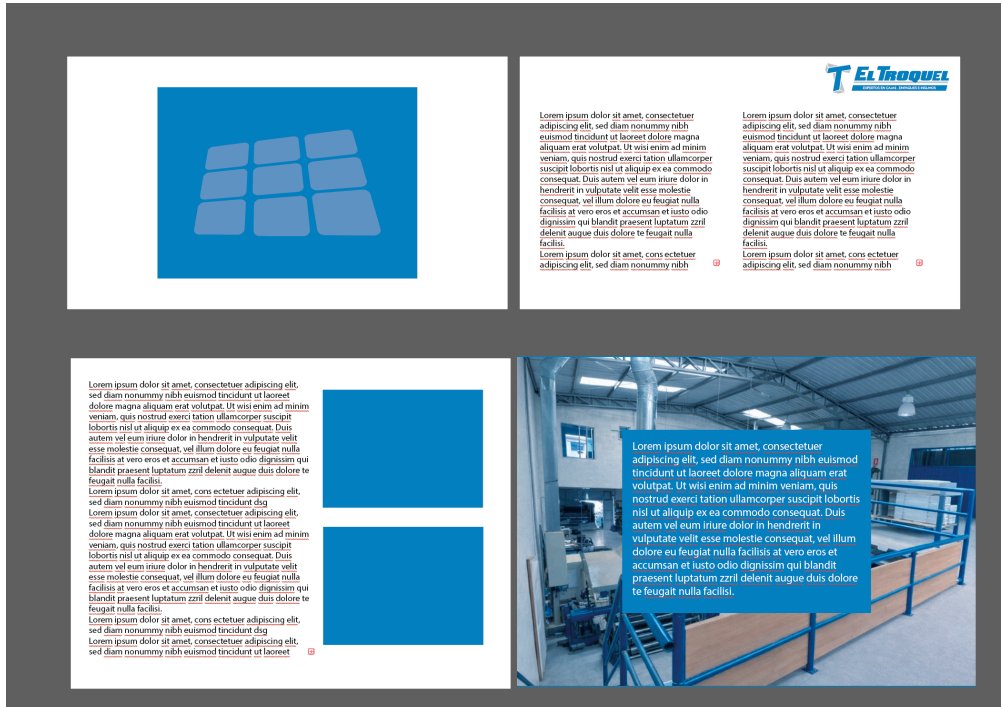
En esta etapa se generaron las propuestas de solución, considerando tanto las necesidades detectadas como el contexto real de la empresa. Aquí se plantearon ideas enfocadas en:

- Crear manuales visuales claros, accesibles y funcionales.
- Utilizar recursos gráficos, fotografías reales y un lenguaje comprensible para el personal de producción.
- Diseñar una página web intuitiva, coherente con la identidad y adaptable a distintos dispositivos.

La ideación no se limitó a lo estético, sino que priorizó la usabilidad, comprensión y coherencia, asegurando que las soluciones puedan ser aplicadas y sostenidas en el tiempo. En esta etapa se desarrollaron los artes de diseño en Adobe Illustrator y se realizó el retoque de las fotografías necesarias en Photoshop. Asimismo, se elaboraron wireframes de mediana fidelidad para la página web y se planteó una idea inicial sobre cómo estarían estructurados los manuales de procesos.

Ilustración 19

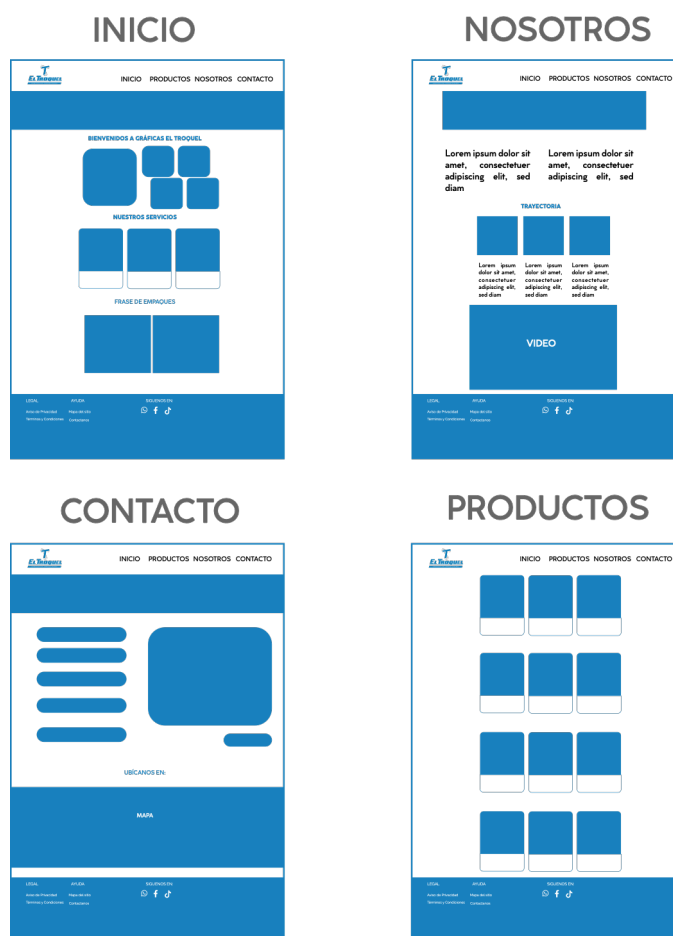
Propuestas para diagramar un Manual de procesos de empaques, Manual de identidad corporativa y Página web en la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Ilustración 20

Propuestas para diagramar un Manual de procesos de empaques, Manual de identidad corporativa y Página web en la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Prototipar:

Se desarrollaron los primeros prototipos del Manual de Identidad Corporativa, del Manual de Procesos y de la estructura de la página web. Estos prototipos permitieron visualizar cómo funcionarían las propuestas en un contexto real, facilitando ajustes antes de su implementación final.

Prototipo del sitio web: Creado en WordPress y diseñado con Elementor, con un diseño responsivo, navegación intuitiva y secciones específicas como Inicio, Productos, Nosotros, Contacto, Blog. También se incluyeron videos corporativos de la empresa y fotografías reales previamente retocadas con Adobe Photoshop. Como solución para

que la página web funcione como e-commerce, las ventas se canalizaron a través de WhatsApp.

Ilustración 21

Prototipos para la Página web para la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Ilustración 22

Prototipos para la Página web para la empresa Gráficas “El Troquel”

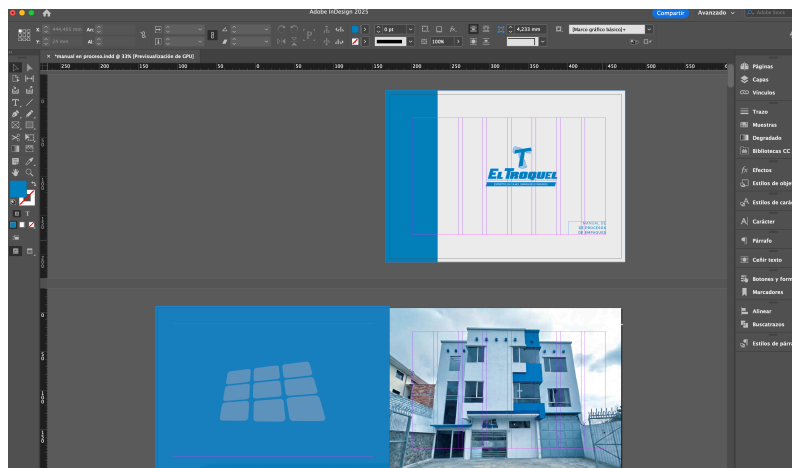


Nota. Elaboración propia.

Prototipo del manual de procesos: Elaborado en Adobe InDesign con fotografías y diagramas, disponible en formatos impreso (A4 apaisado), estructurado en capítulos operativos, administrativos y de control.

Ilustración 23

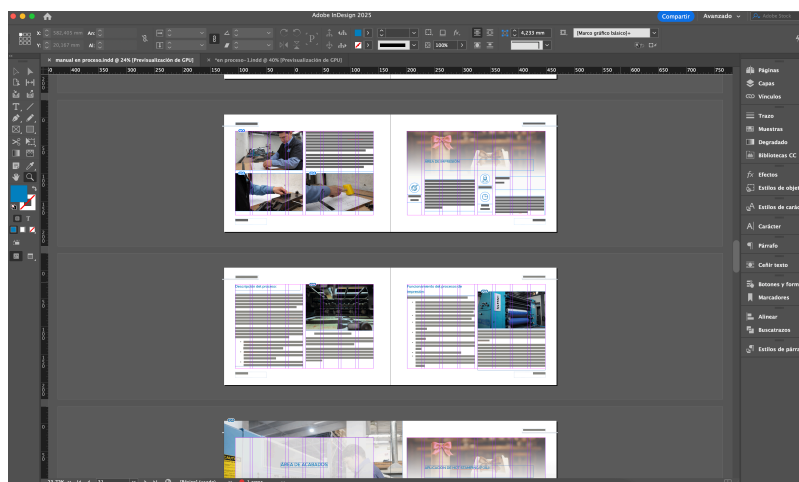
Prototipos para el Manual de procesos para la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Ilustración 24

Prototipos para el Manual de procesos para la empresa Gráficas “El Troquel”

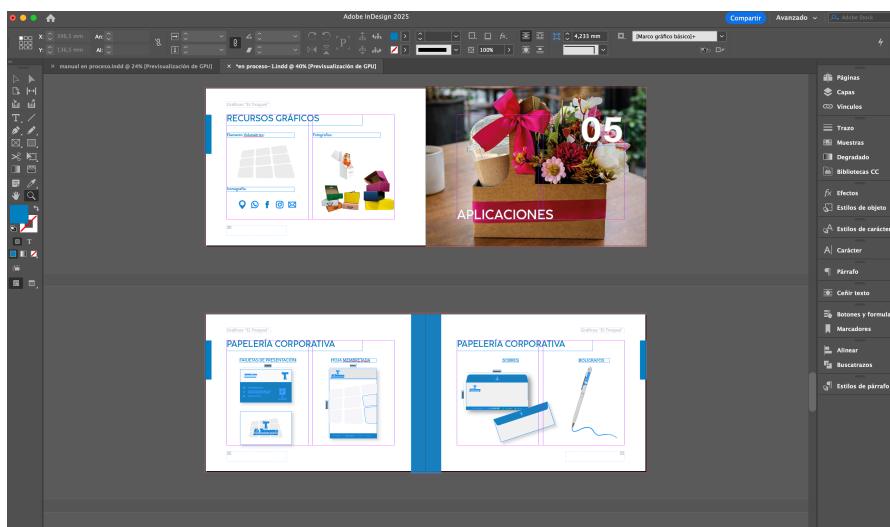


Nota. Elaboración propia.

Prototipo del manual de identidad corporativa: Elaborado en Adobe InDesign con fotografías y diagramas, disponible en formatos impreso y digital.

Ilustración 25

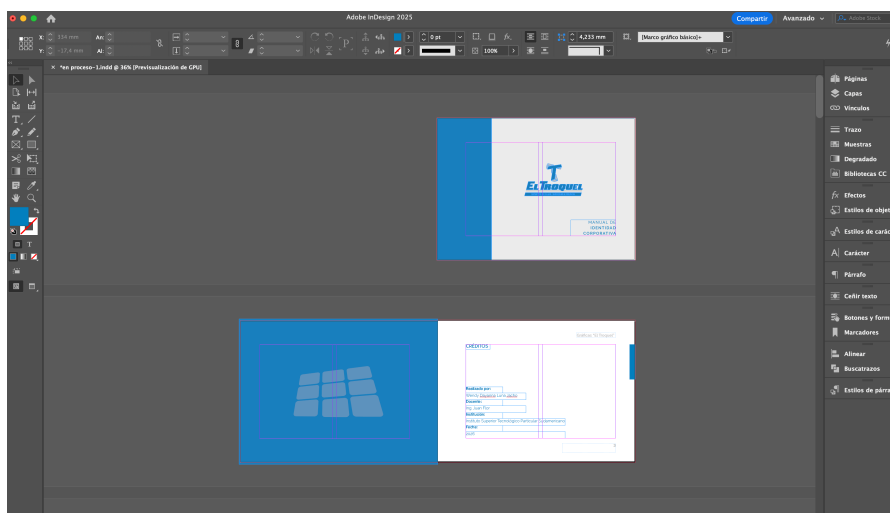
Prototipos para el Manual de identidad corporativa para la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Ilustración 26

Prototipos para el Manual de identidad corporativa para la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Estos prototipos fueron diseñados para ser fácilmente comprensibles, accesibles desde cualquier dispositivo y adaptables a futuras actualizaciones.

El prototipado fue clave para verificar que:

- Los manuales sean entendibles para todo el personal.
- La identidad visual se aplique correctamente en distintos soportes.
- La web tenga una navegación clara y una estructura lógica.

Testear:

Finalmente, los prototipos fueron enviados, revisados y validados junto a los colaboradores de la empresa, quienes aportaron observaciones desde su experiencia diaria. Este proceso permitió realizar ajustes finales y asegurar que las soluciones se ajusten verdaderamente a las necesidades identificadas en la fase inicial.

Ilustración 27

Testeo de presentación del Manual de procesos y Manual de identidad corporativa en la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Dentro del desarrollo del presente proyecto fue necesario partir de la recolección de datos cualitativos y cuantitativos en donde se evidenciaron aquellas necesidades de la población de estudio y de la empresa.

Para empezar con la propuesta de diseño se necesitó conocer las limitaciones y necesidades de la empresa Gráficas “El Troquel”.

4.1.1. Presentación de los resultados

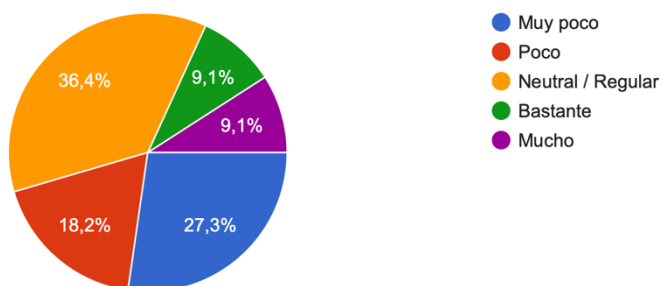
Datos cuantitativos

Los datos cuantitativos recabados corresponden a encuestas aplicadas al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño, así como también para personas externas como clientes cercanos a la empresa, en total 22 usuarios.

Figura 1

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

1. ¿Usted conoce la identidad visual de la empresa Gráficas El Troquel?
22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

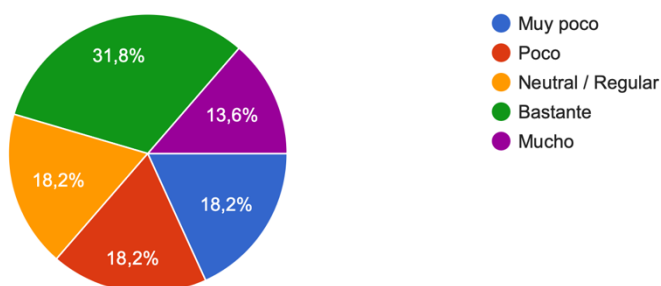
Los resultados evidencian que el nivel de reconocimiento de la identidad visual de Gráficas “El Troquel” es limitado. La mayoría de los encuestados presenta una

percepción neutral o regular, lo que evidencia un reconocimiento superficial de los elementos visuales de la marca.

Figura 2

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

2. ¿Le resulta fácil identificar el logo de Gráficas El Troquel cuando lo ve?
22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

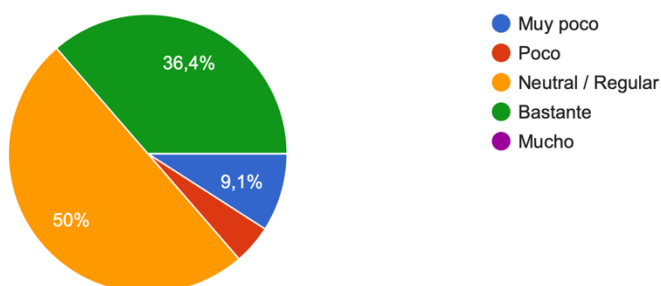
Los resultados indican que el logotipo es identificado con facilidad por la mayoría de las personas encuestadas, sin embargo, persiste un grupo pequeño que presenta dificultades para reconocerlo, lo que demuestra que hacer un cambio drástico en el logo no convendría.

Figura 3

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

3. En una escala del 1 al 5, ¿cuánto profesionalismo le transmite la identidad visual actual de la empresa?

22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

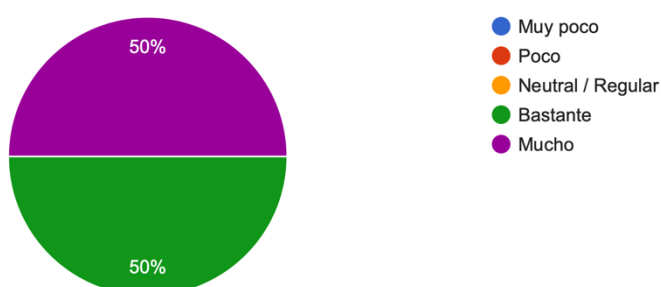
La identidad visual actual transmite un nivel de profesionalismo moderado, siendo percibida de manera aceptable por algunos participantes, aunque sin generar una impresión altamente sólida en la totalidad del público.

Figura 4

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

4. ¿Considera importante que una empresa cuente con un manual de identidad visual?

22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

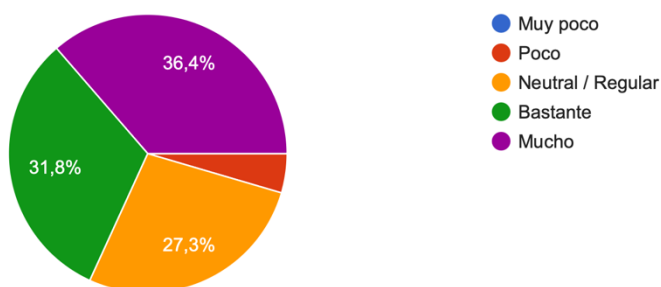
Gran parte de los encuestados consideran muy importante que una empresa cuente con un manual de identidad visual, ya que esta ayuda a mantener coherencia y correcta aplicación de la imagen corporativa.

Figura 5

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

5. ¿Le interesaría conocer de forma clara y sencilla los procesos que se realizan para fabricar un empaque?

22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

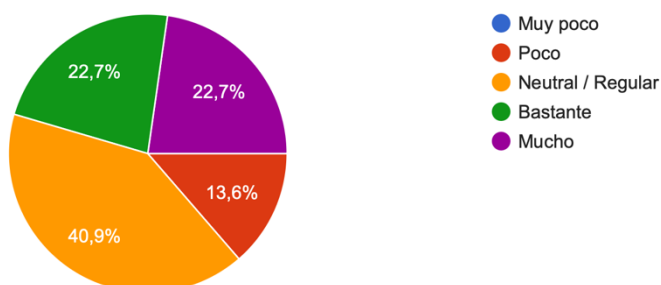
Los encuestados tienen un alto interés en conocer de forma clara y sencilla los procesos de fabricación de empaques, lo que evidencia la necesidad de una comunicación más informativa y transparente.

Figura 6

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

6. En su opinión, ¿es importante entender cómo se elaboran los empaques dentro del área gráfica?

22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

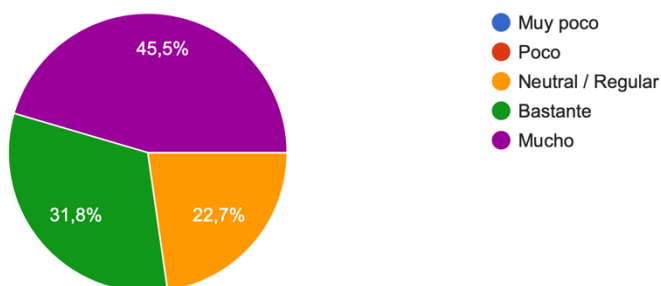
Los resultados reflejan que se considera relevante entender cómo se elaboran los empaques dentro del área gráfica.

Figura 7

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

7. ¿Le sería útil recibir información más clara sobre materiales, tipos de impresión y opciones disponibles para empaques?

22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

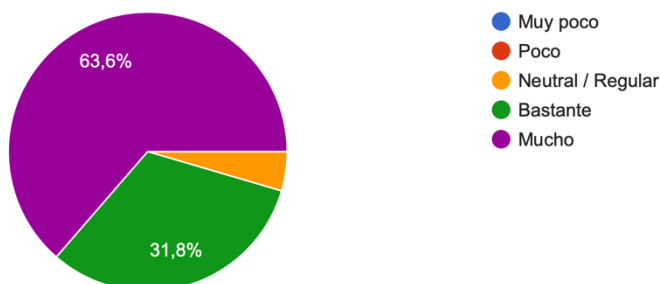
Existe una gran demanda de información más detallada sobre materiales, tipos de impresión y opciones disponibles, lo que demuestra una expectativa por parte de los clientes de recibir asesoramiento claro y completo por diversos medios.

Figura 8

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

8. ¿Cree que una página web de Gráficas El Troquel facilitaría el acceso a información sobre sus servicios y productos?

22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

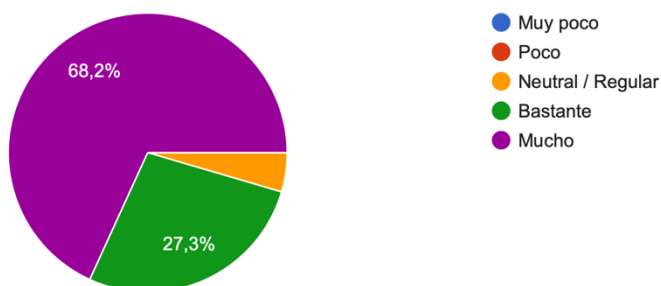
La mayoría de los encuestados considera que una página web facilitaría significativamente el acceso a información sobre los servicios y productos de la empresa, como un canal de comunicación necesario.

Figura 9

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

9. Considera que una página web con información organizada y actualizada le ayudaría a tomar decisiones al solicitar un servicio?

22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

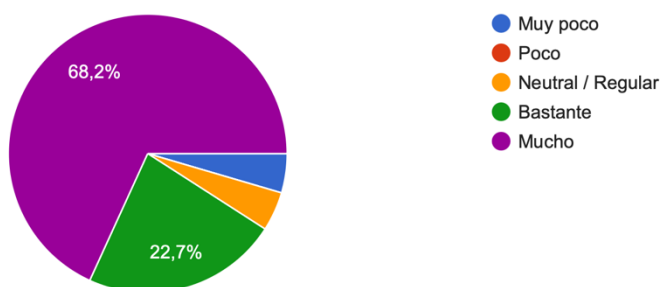
Los resultados muestran que una página web organizada y actualizada contribuiría positivamente al proceso de toma de decisiones al momento de solicitar un servicio, fortalece la confianza del cliente.

Figura 10

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

10. En una escala del 1 al 5, ¿cuánta confianza le genera una página web moderna y bien estructurada al momento de contratar un servicio?

22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

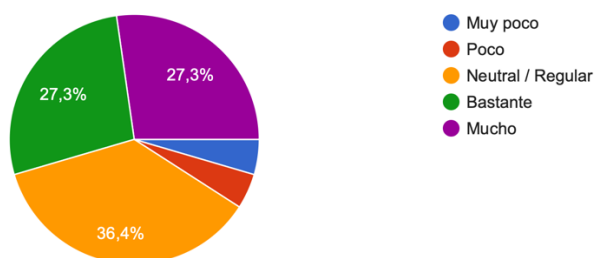
Una página web moderna y bien estructurada genera un nivel de confianza favorable en los encuestados, siendo percibida como un factor determinante al momento de contratar un servicio.

Figura 11

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

11. ¿Qué tan satisfecho se siente actualmente con la comunicación que mantiene la empresa con sus clientes?

22 respuestas



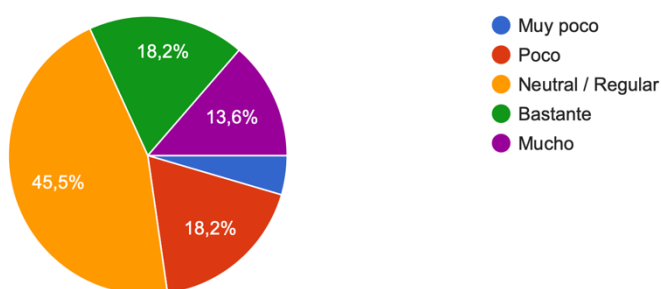
Nota. Elaboración propia.

El nivel de satisfacción con la comunicación actual de la empresa es moderado, lo que sugiere oportunidades de mejora en la claridad, frecuencia y efectividad de los mensajes dirigidos a los clientes.

Figura 12

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

12. ¿Qué tan claro le parece actualmente el posicionamiento y mensaje de la empresa?
22 respuestas



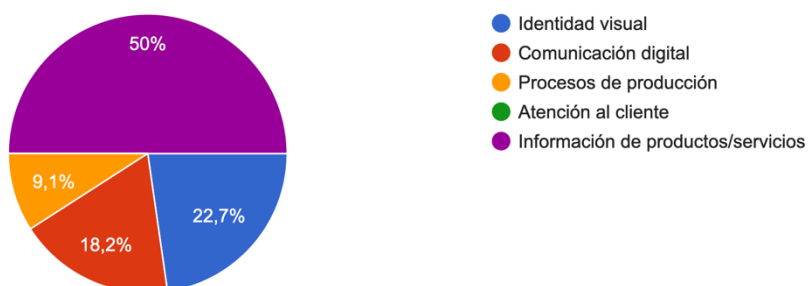
Nota. Elaboración propia.

Los encuestados perciben el posicionamiento y el mensaje de la empresa como parcialmente claros, lo que evidencia la necesidad de fortalecer la estrategia comunicacional y el enfoque de marca.

Figura 13

Encuesta al personal que labora en la empresa, personal de administración, producción y diseño.

13. Según su percepción, ¿qué área considera que requiere mayor mejora en Gráficas El Troquel?
22 respuestas



Nota. Elaboración propia.

Según la percepción de los encuestados, las principales áreas que requieren mejora se relacionan con la información de productos y servicios, la comunicación digital y la identidad visual, evidenciando la necesidad de una estrategia integral de comunicación.

Datos cualitativos

De acuerdo a los datos cualitativos recabados de las entrevistas aplicadas al personal que labora en la empresa Gráficas “El Troquel” se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráficas “El Troquel” funciona gracias a la experiencia, el compromiso del equipo y una comunicación directa entre los colaboradores. No obstante, muchos de los procesos internos dependen del conocimiento de otros colaboradores, lo que genera confusiones, retrabajos y pérdida de tiempo, especialmente cuando la información no es clara o cuando ingresa personal nuevo.

En cuanto a la identidad visual, se reconoce que la marca es conocida y valorada por su trayectoria; sin embargo, su aplicación no siempre es uniforme. Por ello, se considera necesario contar con un manual de identidad visual que ayude a mantener coherencia en el uso del logotipo, colores y recursos visuales, proyectando una imagen más profesional y actual.

Finalmente, se concluye que, aunque las redes sociales han sido una herramienta efectiva para atraer clientes, una página web profesional permitiría mostrar mejor los servicios, ordenar la información y fortalecer la confianza del público. En conjunto, estas herramientas contribuirían a una empresa más organizada, eficiente y con una imagen sólida frente a sus clientes.

Presentación de los resultados

En la presentación del diseño del manual de procesos, manual de identidad corporativa y la página web se obtuvieron los siguientes resultados:

Manual de Identidad Corporativa

El manual de identidad corporativa fue presentado a los propietarios de Gráficas “El Troquel”, así como al personal administrativo y de diseño. Durante su socialización,

los participantes coincidieron en que el manual es una herramienta útil y fácil de aplicar en las actividades diarias de la empresa. Como parte de este proceso, se realizó una prueba de impresión para verificar la correcta aplicación del logotipo en su escala mínima de reducción, obteniéndose resultados satisfactorios.

Es importante señalar que no se realizaron cambios drásticos en el logotipo, ya que se mantuvieron los colores y elementos visuales que la marca ha utilizado durante años, debido a su nivel de reconocimiento entre los clientes. Finalmente, el manual fue entregado en formato impreso y digital, con el propósito de facilitar su consulta y uso por parte de todas las personas que lo requieran.

Ilustración 28

Presentación del Manual de identidad corporativa en la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Ilustración 29

Presentación del Manual de identidad corporativa en la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Manual de Procesos

Para determinar la factibilidad de la implementación del manual, se realizaron encuestas los miembros de la empresa, con el fin de determinar las posibles falencias e implementar mejoras en cuanto a procesos en el caso de ser necesario, sin embargo, según los datos recopilados se puede determinar que ha existido una claridad de procesos, el manual resulta útil para la capacitación del personal, los procesos estandarizados tienen coherencia con el trabajo que realizan día a día, la implementación del manual ha mejorado la eficiencia productiva y al estar en la página web, el manual es de fácil acceso.

Ilustración 30

Presentación del Manual de procesos en la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

Ilustración 31

Presentación del Manual de procesos en la empresa Gráficas “El Troquel”



Nota. Elaboración propia.

4.2. CONCLUSIONES

La implementación del sitio web en la empresa Gráficas “El Troquel” fue de gran importancia, pues indica su transformación digital, permitiendo así que la empresa pueda fortalecer su identidad visual, aumentar su presencia en línea y ofrecer una experiencia de navegación fluida para clientes actuales y potenciales. Se ha planteado un diseño visual coherente, responsivo y una arquitectura web clara, de tal manera que se logró transmitir profesionalismo, accesibilidad y funcionalidad. Este logro demuestra cómo una estrategia de presencia digital bien diseñada puede ser fundamental para el posicionamiento competitivo de las empresas del sector gráfico, donde la imagen y el acceso rápido a la información son clave para atraer a un público más amplio y lograr un crecimiento sostenible.

El sitio web fue validado con éxito mediante pruebas de usabilidad con usuarios internos y externos, quienes expresaron altos niveles de satisfacción con el diseño visual, la facilidad de uso, los tiempos de carga y la adaptabilidad a diferentes dispositivos. Estos resultados confirmaron que la combinación de tecnologías como WordPress con principios de diseño centrado en el usuario es una fórmula efectiva para crear una plataforma web funcional, intuitiva y accesible, sin requerir un equipo técnico especializado ni inversiones significativas.

La implementación del manual de identidad corporativa ha sido de gran ayuda para que la marca se comuniqué de manera más clara y coherente. Al contar con lineamientos definidos, todos los miembros de la empresa comparten un mismo lenguaje visual, lo que facilita el reconocimiento de la marca y fortalece su presencia. Además, aplicar esta coherencia en las distintas plataformas permite que la empresa se muestre de forma más ordenada, constante y profesional ante sus clientes.

Por otro lado, el desarrollo del manual de procesos operativos ha permitido que la empresa pueda documentar y estandarizar sus actividades clave, tales como el diseño, la producción, el control de calidad y la atención al cliente, esto ha impactado directamente en la organización interna. Este documento facilita la sistematización del trabajo y promueve la mejora continua al servir como guía para la capacitación del personal, la reducción de errores y la optimización del tiempo en cada etapa del proceso productivo.

Gracias a la estandarización, se pudieron identificar áreas de mejora, asignar responsabilidades y formalizar procedimientos que anteriormente se ejecutaban de manera empírica, lo que contribuyó a una mayor eficiencia y productividad en la empresa.

4.3. RECOMENDACIONES

Con base en los resultados obtenidos y las conclusiones desarrolladas en el presente estudio, se plantean una serie de recomendaciones orientadas a consolidar y dar sostenibilidad a las acciones implementadas en Gráficas “El Troquel”, así como a fortalecer su organización interna y proyección externa.

Se recomienda a la empresa mantener la aplicación del manual de identidad corporativa como una herramienta permanente, asegurando su uso coherente en todos los puntos de contacto con el cliente, tanto en medios impresos como digitales. Asimismo, se sugiere socializar y reforzar periódicamente su contenido con el personal administrativo, de diseño y producción, con el fin de garantizar una correcta y uniforme aplicación de la marca.

De igual manera, se aconseja consolidar la implementación del manual de procesos, promoviendo su uso cotidiano como guía de trabajo. Capacitar al personal en su manejo permitirá reducir errores, optimizar tiempos y facilitar la adaptación de nuevos

colaboradores, fomentando una cultura organizacional basada en el orden, la eficiencia y la mejora continua.

En cuanto a la presencia digital, se recomienda fortalecer y mantener actualizada la página web como un canal estratégico de comunicación y servicio al cliente. Para ello, se sugiere designar a un responsable de su administración y considerar el uso de herramientas de análisis digital que permitan evaluar el comportamiento de los usuarios y detectar oportunidades de mejora. Además, incorporar funciones como formularios de cotización, catálogos de trabajos y guías técnicas podría mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos de atención.

Finalmente, se considera pertinente que la empresa continúe explorando estrategias relacionadas con la transformación digital y la gestión visual de marca, integrando conocimientos de diseño gráfico, comunicación digital y gestión operativa. Estas acciones contribuirán a fortalecer el posicionamiento de Gráficas “El Troquel” y a asegurar un crecimiento sostenido y competitivo dentro del sector gráfico.

4.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 1

Cronograma de actividades.

Cronograma de actividades del proyecto de tesis		
Fase / Actividad	Semana inicio	Semana fin
Definición del tema de investigación, planteamiento del problema y objetivos	1	2
Investigación teórica y contextual	2	5
Aplicación de la metodología de investigación (entrevistas, observación y encuestas)	5	6
Análisis e interpretación de los resultados cualitativos y cuantitativos	6	7
Desarrollo del marco teórico, conceptual y contextual	7	8
Branding y gestión de marca: identidad visual y verbal	8	9
Análisis de la competencia: benchmark visual y digital	9	10
Construcción gráfica de la identidad visual: logotipo (concepto y versiones), paleta cromática, tipografías y sistema	10	11
Arquitectura y experiencia del usuario: objetivos del sitio web, mapa del sitio y wireframes	11	12
Integración y coherencia del proyecto: manual de identidad visual, sitio web y presencia digital alineados	12	13
Conclusiones, aportes del proyecto, limitaciones y futuras líneas de investigación	13	14

Nota. Creado por el autor.

4.5. PRESUPUESTO

Tabla 2

Presupuesto.

PRSUPUESTO	
ACTIVIDAD	PRSUPUESTO
Movilidad	\$ 40,00
Viáticos	\$ 30,00
Licencias de programas	\$ 20,00
impresión de manuales	\$ 50,00
dominio y hosting	\$ 50,00
otros	\$ 8,00
Total	198.00

Nota. Creado por el autor.

4.6. ANEXOS

Banco de preguntas para entrevistas a profesionales de la empresa:

Nombre del entrevistado: Mgter. Jenifer Luna

Cargo: Gerente de ventas y de administración.

Preguntas:

¿Cómo describiría actualmente la organización y ejecución de los procesos internos dentro de Gráficas El Troquel?

¿Qué dificultades operativas o de comunicación considera que se presentan con mayor frecuencia en los procesos actuales?

¿De qué manera cree que un manual integral de procesos podría ayudar a mejorar la eficiencia o claridad en las actividades diarias?

¿Qué aspectos considera esenciales que debería incluir un manual de procesos para que sea realmente útil para el personal?

¿Cuál es su opinión sobre la presencia digital actual de Gráficas El Troquel?
¿Considera que es suficiente para atraer y fidelizar clientes?

Nombre del entrevistado: Dis. Richard Ordonez.

Cargo: Diseñador.

¿Qué cambios o mejoras cree que deberían realizarse en la identidad visual empresarial para reforzar el posicionamiento de la marca?

¿Cómo percibe actualmente la imagen visual de Gráficas El Troquel y qué tan consistente cree que es en sus diferentes aplicaciones?

¿Qué expectativas tiene respecto a contar con un manual de identidad visual dentro de la empresa? ¿Cómo cree que podría aportar en el trabajo diario?

Nombre del entrevistado: Dis. Sergio Arias

Cargo: Diseñador.

¿Qué expectativas tiene respecto a contar con un manual de identidad visual dentro de la empresa? ¿Cómo cree que podría aportar en el trabajo diario?

¿Cuál es su opinión sobre la presencia digital actual de Gráficas El Troquel? ¿Considera que es suficiente para atraer y fidelizar clientes?

¿Qué características o funciones considera esenciales para el desarrollo de una página web que represente de manera efectiva a la empresa?

En general, ¿cómo cree que la implementación conjunta del manual de procesos, manual de identidad visual y página web impactará en la productividad y la imagen de la empresa?

Nombre del entrevistado: Daniel Luna

Cargo: Dueño de la empresa.

¿Qué problemas o confusiones suelen presentarse en los procesos internos y cómo afectan al desempeño diario?

¿De qué manera cree que un manual integral de procesos podría ayudar a mejorar la eficiencia o claridad en las actividades diarias?

¿Qué aspectos considera esenciales que debería incluir un manual de procesos para que sea realmente útil para el personal?

¿Qué elementos visuales (logotipo, tipografías, estilos gráficos, etc.) considera que deben mejorarse para reforzar la identidad de la empresa?

Nombre del entrevistado: Teresa Jacho

Cargo: Dueña de la empresa.

Cuando se presenta un problema o una confusión en el proceso, ¿cómo lo resuelven normalmente y qué efecto cree que tiene en el tiempo o la calidad del trabajo?

¿De qué manera piensa que un manual de procesos podría facilitar el trabajo o hacerlo más claro para todos?

¿Cómo siente que se proyecta actualmente la imagen visual de Gráficas El Troquel? ¿Qué partes cree que podrían mejorarse para dar una mejor impresión?

¿Qué espera que cambie o mejore si contamos con un manual de identidad visual que explique cómo debe aplicarse correctamente la marca?

Si pudiera decidirlo, ¿qué le gustaría que tenga la página web para que sea realmente útil tanto para clientes como para el personal?

¿Qué impacto cree que tendrá para la empresa el hecho de contar con un manual de procesos, un manual de identidad visual y una página web profesional?

Fotografías de los procesos para la elaboración de empaques:



REFERENCIAS

- Caicedo Cancelado, K., & Morales Barrera, V. (2021). *Manual de identidad visual Ambrossia* [Proyecto de diseño]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/131107735/Manual-de-Identidad-Visual-Ambrossia>
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. <https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Imagen%20Corporativa.pdf>
- Castillo, J. (2020). *Fundamentos del desarrollo web*. Alfaomega.
- Chiavenato, I. (2017). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill.
- Cogollos, E. (2020). *Manual de identidad corporativa: Qué es y cómo hacer un buen manual de marca*. <https://www.evacogollos.com/manual-identidad-corporativa/>
- Coppola, M. (2023). *Qué es el diseño web: Definición, características e importancia*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/website/disenio-web>
- Cortina Izeta, J. M. (2006). *Identidad, identificación, imagen*. Fondo de Cultura Económica; Zimat.
- Costa, J. (2004). *La comunicación en acción: Introducción a la teoría y técnica de la comunicación visual*. Paidós.
- Diggs, O. (2024). *Por qué es importante la presencia digital*. Humaniz Group. <https://www.humanizgroup.com/blog/por-que-es-importante-la-presencia-digital/>
- Egas Cruz, E. Y. y Yance Jácome, K. T. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil – Ecuador. *Revista Espacios*, 39(24). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/18392420.html>
- Enty. (2025). *Presencia digital para las empresas: Impulsar la visibilidad y el crecimiento*. <https://enty.io/blog/la-importancia-de-la-presencia-digital-para-las-empresas>
- EPS Comunicación. (2025). *Los elementos de identidad visual de marca que construyen tu imagen corporativa*. <https://www.epscomunicacion.es/blog/los-elementos-de-identidad-visual-de-marca-que-construyen-tu-imagen-corporativa/>
- Fairchild, M. D. (2013). *Color appearance models* (3rd ed.). Wiley.
- Ferrada Sepúlveda, A. (2018). *MIP manual de instrucción para pre prensa*. Universidad del Desarrollo, Facultad de Diseño. <https://repositorio.udd.cl/items/b125e0c1-b015-466d-b404-90c149257cb5>
- García, J. (2020). *Introducción al diseño digital centrado en el usuario*. Editorial UOC.

- García, M. (2021, 15 de marzo). *Manual de identidad corporativa* [Proyecto de diseño]. Behance. <https://www.behance.net/gallery/115500063/MANUAL-DE-IDENTIDAD-CORPORATIVA>
- García, M., & Morillas, C. (2010). *Tipografía: Del plomo a la era digital*. Editorial Gustavo Gili.
- Hola Color. (s. f.). *Hola Color – Papelería premium*. <https://holacolor.com.ec/>
- Lameiras, A. (2021). *Gestión de marca y reputación online*. Universidad Carlos III de Madrid. https://www.uc3m.es/igualdad/media/igualdad/doc/archivo/doc_temario-marcas/temas_gestion-de-marca-y-reputacion-online.pdf
- López, G. (2020). *Manual de identidad corporativa*. SomosWAKA. <https://www.somoswaka.com/blog/2020/06/manual-de-identidad-corporativa/>
- Martínez, P. (2020). *Estructura y diseño de la información digital*. Alfaomega.
- Melcard. (2025). *¿Qué es la coherencia visual en una marca?* <https://melcard.com/que-es-la-coherencia-visual-en-una-marca>
- Miller, D. (2025). *Qué es la identidad visual, su importancia y beneficios*. Tiendanube. <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>
- Munari, B. (2010). *¿Cómo nacen los objetos?* Editorial Gustavo Gili.
- Nediger, T. (2024). *Comunicación visual: Definición, ejemplos y plantillas*. Venngage. <https://es.venngage.com/blog/comunicacion-visual/>
- Pérez Segura, C. (2018). *Mip manual pre prensa* [Presentación]. SlideShare. <https://es.slideshare.net/slideshow/mip-manual-preprensa/250184452>
- Rodrigues, N. (2023). *Guía para crear un manual de procedimientos efectivo*. HubSpot España. <https://blog.hubspot.es/sales/manual-de-procedimientos-empresa>
- Salinas Islas, D. (2025, 21 de enero). *Qué es el diseño web: Todo lo que necesitas saber*. Wix. <https://es.wix.com/blog/disenio-web>
- Samper, F. (2016). *Manual de identidad corporativa y gestión visual*. Trillas.
- Senefelder. (s. f.). *Artes gráficas desde 1921*. <https://www.senefelder.com/>
- Torres Díaz, E. T., & Gómez Lazzo, J. P. (2014). *Diseño de un manual de procesos productivos en imprenta para diseñadores gráficos* [Trabajo de graduación, Universidad del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3892>
- UpKeep Staff. (2022). *Proceso vs. procedimiento: ¿Cuál es la diferencia?* UpKeep. <https://upkeep.com/es/blog/process-vs-procedure/>
- Zambrano Banchón, R. N. (2011). *Diseño de un manual de procedimientos para el departamento de operaciones y logística en la compañía Circolo S.A. y su incidencia en el año 2011* [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1644/13/UPS-GT000216.pdf>