



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de guía impresa para informar acerca de las normas internacionales operativas de carga para exportación, dirigida a jefes y operadores de planta de la empresa Soluciones Terrestres Integradas, Guatemala, Guatemala 2018.

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala, C.A.

#### **ELABORADO POR:**

Alejandra María Soto Valle

14001206

Para optar al título de:

### **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero 2019

Autoridades

**Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

**Vicerrectora General**

Dra. Mayra de Ramírez

**Vicerrector administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

**Secretario General**

Lic. Jorge Retolaza

**Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer kachler

**Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo anzueto, msc.

## **Dedicatoria**

A Dios y la Virgen María porque en cada paso de mi vida se encuentran presentes y me llenan de fuerza y pasión para levantarme cada día y luchar por mis metas, sueños e ideales.

A mis padres, mi abuela y mi familia, que siempre, en cada paso o decisión que tomo, están a mi lado apoyándome, por enseñarme a levantarme cada vez que caigo, por guiarme siempre por el camino correcto y por brindarme las herramientas necesarias para llegar hasta donde estoy ahora. Pero sobre todo a mi madre, por ser un ejemplo a seguir, porque me ha demostrado ser una mujer luchadora, inteligente y responsable, que a pesar de las adversidades de la vida ha sabido salir adelante y triunfar de la mano de Dios y su familia.

A Gabriel Hernández, por estar junto a mí en cada momento, por demostrarme su amor y su apoyo, por incentivar me siempre seguir adelante, a perseguir mis sueños y metas, porque desde el comienzo pasó a ser un pilar de fuerza y ayuda en mi carrera como en mi vida y por estos años en los que juntos de la mano hemos logrado muchas metas.

A mis amigos que me han apoyado, que me han demostrado el verdadero valor de la amistad, por los momentos que hemos pasado juntos, por esas anécdotas que siempre vamos a recordar, por las risas, por las tristezas, por las alegrías y porque más que amigos se han llegado a convertir en familia.

## **Resumen**

La empresa de Soluciones Terrestres Integradas no cuenta con una guía impresa para informar acerca de las normas operativas internacionales del proceso de carga para exportación dirigida a jefes y operadores de planta.

Por lo que se planteó el objetivo diseñar una guía impresa para informar acerca de las normas internacionales de carga para exportación dirigida a jefes y operadores de planta.

Se utilizó una herramienta de validación, que da a conocer el desarrollo del proyecto a un promedio de 45 personas que conforman los grupos de expertos, profesionales, y grupo objetivo.

El resultado obtenido fue que se diseñó una guía impresa para informar acerca de las normas internacionales de carga para exportación dirigida a jefes y operadores de planta de la empresa Soluciones Terrestres Integradas. Se recomendó la distribución del material promocional para crear un vínculo y una fidelización con los clientes actuales y potenciales.

Guatemala 10 de abril de 2017

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA INFORMAR ACERCA DE LAS NORMAS INTERNACIONALES OPERATIVAS DE CARGA PARA EXPORTACIÓN, DIRIGIDA A JEFES Y OPERADORES DE PLANTA DE LA EMPRESA SOLUCIONES TERRESTRES INTEGRADAS, GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
Alejandra María Soto Valle  
14001206

  
Ms. C. Lourdes Donis  
Asesora  
Colegiado 26246



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 08 de mayo de 2017

**Señorita:**  
**Alejandra María Soto Valle**  
**Presente**

Estimada Señorita Sotp:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA INFORMAR ACERCA DE LAS NORMAS INTERNACIONALES OPERATIVAS DE CARGA PARA EXPORTACIÓN, DIRIGIDA A JEFES Y OPERADORES DE PLANTA DE LA EMPRESA SOLUCIONES TERRESTRES INTEGRADAS, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
LA ESCUELA EN LA CIENCIA

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 17 de noviembre de 2018

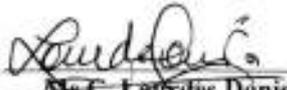
Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA INFORMAR ACERCA DE LAS NORMAS INTERNACIONALES OPERATIVAS DE CARGA PARA EXPORTACIÓN, DIRIGIDA A JEFES Y OPERADORES DE PLANTA DE LA EMPRESA SOLUCIONES TERRESTRES INTEGRADAS, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Presentado por la estudiante: Alejandra María Soto Valle, con número de carné: 14001206, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

  
M.C. Lourdes Donis  
Asesora  
Colegiado 26246



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Universidad de la Excelencia

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 08 de diciembre de 2019

Señorita  
Alejandra María Soto Valle  
Presente

Estimada Señorita Soto:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala ,15 de marzo de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler:

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: "DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA INFORMAR ACERCA DE LAS NORMAS INTERNACIONALES OPERATIVAS DE CARGA PARA EXPORTACIÓN, DIRIGIDA A JEFES Y OPERADORES DE PLANTA DE LA EMPRESA SOLUCIONES TERRESTRES INTEGRADAS, GUATEMALA, GUATEMALA 2018, de la estudiante Alejandra María Soto Valle ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo

---



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 26 de marzo de 2019

**Señorita:**  
**Alejandra María Soto Valle**  
**Presente**

Estimada Señorita Soto:

De acuerdo al dictamen rendido por la tema examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA IMPRESA PARA INFORMAR ACERCA DE LAS NORMAS INTERNACIONALES OPERATIVAS DE CARGA PARA EXPORTACIÓN, DIRIGIDA A JEFES Y OPERADORES DE PLANTA DE LA EMPRESA SOLUCIONES TERRESTRES INTEGRADAS, GUATEMALA, GUATEMALA 2018**, Presentado por la estudiante: Alejandra Maria Soto Valle, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Para efectos legales únicamente el autor(a) ALEJANDRA MARIA SOTO VALLE es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

## **CAPÍTULO I: Introducción**

Introducción.....	1,2
-------------------	-----

## **CAPÍTULO II: Problemática**

2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
2.3 Justificación.....	4
2.3.1 Magnitud.....	5
2.3.2 Vulnerabilidad.....	6
2.3.3 Trascendencia.....	6
2.3.4 Factibilidad.....	6
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	7
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	7
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	7

## **CAPÍTULO III: Objetivos del Diseño**

3.1 Objetivo general.....	8
3.2 Objetivos específicos.....	8

## **CAPÍTULO IV: Marco de referencia**

4.1 Información general del cliente.....	9
4.1.1 Nombre del cliente.....	9
4.1.2 Dirección.....	9
4.1.3 Finalidad.....	9
4.1.4 Objetivo.....	9
4.1.5 Antecedentes.....	9

4.1.6 Oportunidades.....	10
4.2 Misión.....	10
4.3 Visión.....	10
4.4 Delimitación geográfica.....	10
4.5 Grupo Objetivo.....	11
4.6 Principal beneficio del grupo objetivo.....	11
4.7 Competencia.....	11
4.8 Posicionamiento.....	11
4.9 Objetivos de mercado.....	11
4.10 Objetivos de comunicación.....	12
4.11 Mensajes claves a comunicar.....	12
4.12 Estrategias de comunicación.....	12
4.13 Reto del diseño y trascendencia.....	12
4.14 Materiales a realizar.....	13
4.15 Presupuesto.....	13
4.16 FODA.....	14
4.17 Organigrama.....	15

## **CAPÍTULO V: Definición del grupo objetivo**

5.1 Perfil geográfico.....	16
5.2 Perfil demográfico.....	16,17
5.3 Perfil psicográfico.....	17,18
5.4 Perfil conductual.....	18,19

## **CAPÍTULO VI: Marco Teórico**

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	20
---	----

6.1.1 Exportación.....	20
6.1.2 Paletas o Pallets.....	20
6.1.3 Embalaje.....	21
6.1.4 Transporte terrestre o por carretera.....	21,22
6.1.5 Almacenamiento.....	22, 23
6.1.6 Carga.....	23
6.1.7 Logística.....	24
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	24
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	24,25
6.2.1.1 Tipos de comunicación.....	25
6.2.1.1.1 Comunicación verbal.....	25
6.2.1.1.2 Comunicación verbal descendente.....	25,26
6.2.1.1.3 Comunicación horizontal.....	26
6.2.1.1.4 Elementos de comunicación.....	26,27
6.2.1.1.5 Funciones de comunicación.....	27
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	27
6.2.2.1 Concepto de diseño.....	27,28
6.2.2.2 Tipos de diseño.....	28
6.2.2.2.1 Diseño editorial.....	28
6.2.2.2.2 Diseño publicitario.....	28,29
6.2.3 Elementos conceptuales del diseño.....	29
6.2.3.1 Elementos de diseño.....	29
6.2.3.2 Elementos conceptuales.....	29
6.2.3.3 Elementos visuales.....	30

6.2.3.4 Elementos de relación.....	30,31
6.2.3.5 Elementos practicos.....	31
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	31
6.3.1 Ciencias auxiliares.....	31
6.3.1.1 Pedagogía.....	31
6.3.1.2 Semiología.....	32
6.3.1.3 Antropología.....	32
6.3.1.4 Sociología.....	33
6.3.1.5 Psicología.....	33
6.3.1.6 Cibernética.....	34
6.3.1.7 Psicología del color.....	34
6.3.1.8 Psicología Industrial.....	34
6.3.2 Artes.....	35
6.3.2.1 Ilustración.....	35
6.3.2.1 Tipografía.....	35
6.3.3 Teorías.....	36
6.3.3.1 Administración de empresas.....	36
6.3.3.2 Funcionalista.....	36
6.3.3.3 Gestalt.....	36
6.3.4 Tendencias.....	37
6.3.4.1 Iconografía.....	37
<b>CAPÍTULO VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar</b>	
7.1 Aplicación de la información obtenida del marco teórico.....	38
7.1.1 Pedagogía.....	38

7.1.2 Semiología.....	38
7.1.3 Antropología.....	39
7.1.4 Sociología.....	39
7.1.5 Cibernética.....	40
7.1.6 Psicología del color.....	40
7.1.7 Psicología industrial.....	41
7.1.8 Ilustración.....	41
7.1.9 Funcionalista.....	41
7.1.10 Gestalt.....	42
7.1.11 Iconografía.....	42
7.2 Conceptualización.....	42
7.2.1 Técnica.....	42,44
7.2.2 Definición de concepto.....	45
7.3 Proceso de bocetaje.....	45
7.3.1 Bocetaje de propuesta #1 carpeta tipo trifoliar.....	46
7.3.2 Bocetaje de propuesta #2 carpeta tipo trifoliar.....	46
7.3.3 Bocetaje de propuesta #1 guía de carga precedera y general.....	47
7.3.4 Bocetaje de propuesta #2 guía de carga precedera y general.....	48
7.3.5 Digitalización de propuesta #1 Carpeta tipo trifoliar.....	49
7.3.6 Digitalización de propuesta #2 Carpeta tipo trifoliar.....	50,52
7.3.7 Digitalización de propuesta #1 Guía de carga precedera y general.....	52,54
7.3.8 Digitalización de propuesta #2 Guía de carga precedera y general.....	54,56
7.4 Propuesta preliminar.....	56,61

## **CAPÍTULO VIII: Validación Técnica**

8.1 Población y muestreo.....	62,63
8.1.1 Muestra del cliente.....	63
8.2 Muestra expertos.....	63
8.3 Método e Instrumentos.....	64
8.3.1 Método cualitativo.....	64
8.3.2 Método cuantitativo.....	64
8.3.3 Encuesta.....	65
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	66,82
8.4 Cambio en base a resultados.....	82,84

## **CAPÍTULO IX: Propuesta gráfica final**

9.1 Propuesta gráfica final.....	85,88
----------------------------------	-------

## **CAPÍTULO X: Producción, reproducción y distribución**

10.1 Plan de costos de elaboración.....	90
10.2 Plan de costos de producción.....	91
10.3 Plan de costos de reproducción.....	92
10.4 Plan de costos de distribución.....	93
10.5 Cuadro con resumen general de costos.....	93

## **CAPÍTULO XI: Conclusiones y recomendaciones**

11.1 Conclusiones.....	94
11.2 Recomendaciones.....	95

## **CAPÍTULO XII: Conocimiento General**

12.1 Diseñar y comunicar.....	96
-------------------------------	----

## **CAPÍTULO XIII: Referencias bibliográficas**

13.1 Referencias en libros.....97,98

13.2 Bibliografía web.....99,100

#### **CAPÍTULO XIV: Anexos**

14.1 Anexo A.....101

14.1.1 Bocetaje.....101,103

14.2 Anexo B.....103

14.2.1 Foto de validación.....103

14.2.1.1 Autoridad.....104

14.2.1.2 Profesionales.....105,107

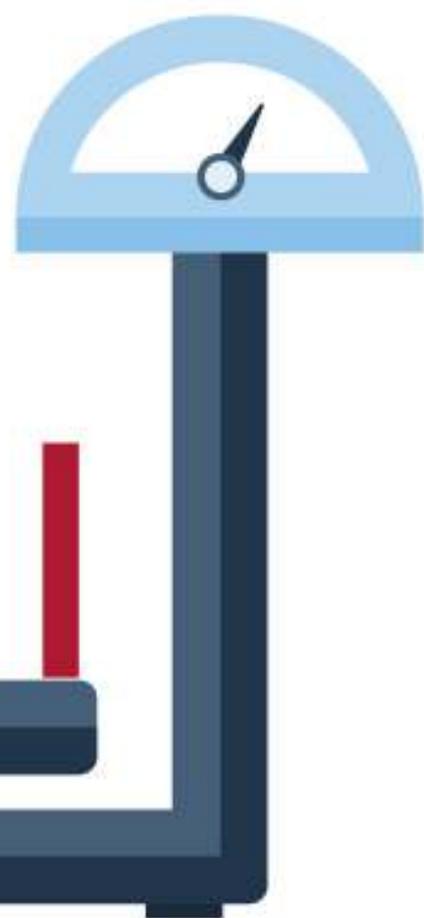
14.3 Anexo C.....108

14.3.1 Cotizaciones.....108

14.3.1.1 Cotización #1.....108

14.3.1.2 Cotización #2.....109

# CAPÍTULO I



# **Capítulo I: Introducción**

## **1.1 Introducción**

La empresa de Soluciones Terrestres Integradas brinda los servicios de importación y exportación terrestres con una operación logística especializada en carga perecedera y carga general.

Siendo Guatemala un país agrícola, que exporta sus productos en su mayoría a Estados Unidos y Europa, es necesario mantener la información o regulaciones establecidas en constante actualización. Por lo tanto, con el objetivo de brindar un excelente servicio y proteger el área económica de sus clientes actuales y potenciales, como de la misma empresa, además de generar un valor agregado y lograr una fidelización con los clientes. Se planteó la idea de ejecutar una guía impresa, que informe acerca de los procedimientos operativos del proceso de carga para exportación.

Con el fin de brindar asesoría a cada uno de los operadores de planta de los clientes actuales y potenciales de la empresa y llevar a cabo con éxito el proceso, evita así que se corran riesgos durante la trayectoria de la carga, que representan gastos económicos para la empresa de Soluciones Terrestres Integradas como para los clientes.

Se realizó una propuesta, que cuenta con una carpeta en la que se incluye la información general de la empresa, que contiene una hoja en la que se encuentra la guía de carga perecedera y del otro lado la guía de carga general y para dar un soporte de información más especializado. Se incluyó una pequeña hoja informativa en la que se dan a conocer los documentos que son necesarios para la exportación de carga perecedera y carga general.

Para la aplicación de dicho material, es necesario implementar las herramientas de comunicación y diseño. Para que el material anteriormente mencionado sea efectivo en su aplicación, se requiere de generar un interés visual y que sea de fácil comprensión para el grupo objetivo.



# CAPÍTULO II

## **Capítulo II: Problemática**

La empresa Soluciones Terrestres Integradas carece de material para establecer normas operativas internacionales del proceso de carga perecedera y carga general para exportación de forma visual, orientado a la inducción correcta y necesaria para el uso de clientes actuales y potenciales.

Debido a esa problemática, se determina que la solución es el diseño de guía impresa para informar acerca de las normas operativas de carga para exportación.

### **2.1 Contexto**

Soluciones Terrestres Integradas se encuentra en el Km. 15.5 Calzada Roosevelt C.C. Molino de las Flores, Tercer Nivel, Oficina 123 de la ciudad de Guatemala.

Esta empresa se dedica a la operación logística especializada en la exportación e importación de carga seca y perecedera que proviene de Estados Unidos y México, con destino final Guatemala y viceversa.

Como aspecto muy significativo de la empresa, la entrega del producto en tiempos reales y el resguardo de la cadena de frío son un eslabón importante dentro de la cadena de suministro.

Actualmente la empresa carece de material gráfico por el que pueda establecer normas operativas internacionales del proceso de carga perecedera y carga general para exportación, por lo que se halló la necesidad de diseñar una guía impresa, para beneficiar a los jefes planta y personal operario de planta de los clientes actuales y potenciales.

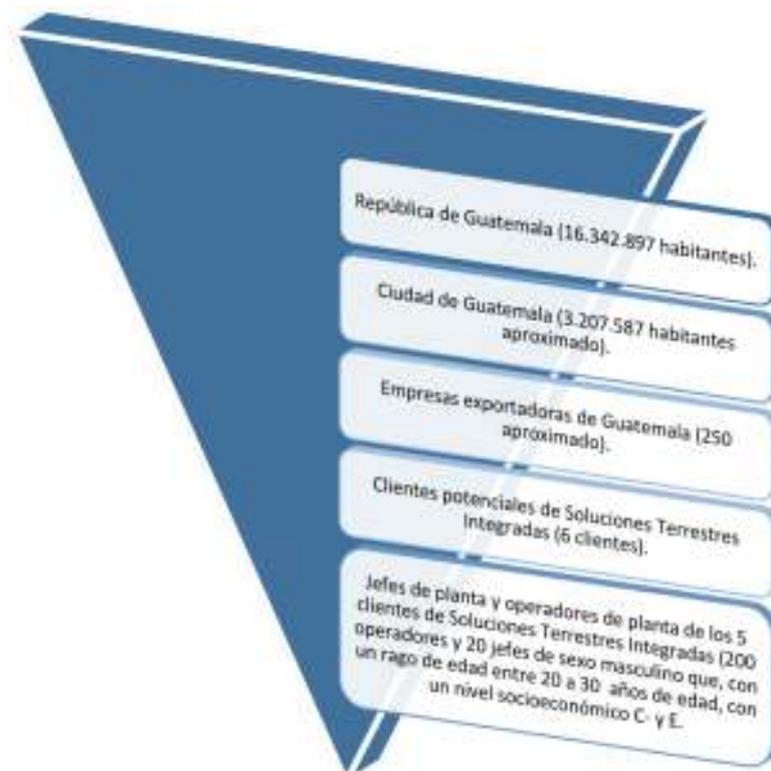
## **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

Soluciones Terrestres Integradas no cuenta con una guía impresa para informar acerca de las normas internacionales de carga para exportación dirigida a jefes y operadores de planta.

## **2.3 Justificación**

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

### 2.3.1 Magnitud.



Los grupos involucrados residen en Guatemala, específicamente en las región Central y Metropolitana del país. El grupo de competencia se encuentra en las empresas exportadoras de Guatemala. En el siguiente grupo se encuentran los clientes potenciales de la empresa Soluciones Terrestres Integradas, que son 6 que aportarían un beneficio y un crecimiento sustancial y, por último, tenemos a los operadores de planta de los 5 clientes actuales, cuya edad oscila entre los 20 y 30 años de edad, con un nivel socioeconómico C- y D.

### **2.3.2 Vulnerabilidad.**

Al no poseer el diseño de una guía impresa, la empresa corre el riesgo de pérdidas económicas que afectan al correcto funcionamiento financiero y empresarial.

### **2.3.3 Trascendencia.**

Al disponer de una guía impresa, existen beneficios tales como, aminorar las pérdidas económicas y mejorar el servicio que se les brinda a los clientes actuales y potenciales.

### **2.3.4 Factibilidad.**

El proyecto “Diseño de guía impresa para informar acerca de las normas operativas de carga para exportación, dirigida a jefes y operadores de planta”, tiene el apoyo de la dirección general de la empresa Soluciones Terrestres Integradas.

El proyecto es factible, ya que goza del apoyo de la administración general de la empresa, que proporcionará la información necesaria y de utilidad para llevar a cabo y establecer las normas necesarias por Soluciones Terrestres Integradas.

#### ***2.3.4.1 Recursos Humanos.***

Se dispone del apoyo del personal de la empresa, que posee la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades necesarias para el desarrollo del proyecto.

#### ***2.3.4.2 Recursos Organizacionales.***

Se obtuvo el apoyo de los ejecutivos de la empresa para autorizar al personal que estén en disposición de facilitar información requerida para el correcto desarrollo de este proyecto.

#### ***2.3.4.3 Recursos Económicos.***

La empresa actualmente posee los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, ya que reconoce que es necesario la implementación de material gráfico impreso para asesorar al personal de planta de sus clientes actuales y potenciales.

#### ***2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.***

Se dispone con el equipo de cómputo necesario, así también los programas de software adecuados para el eficiente desarrollo del proyecto hasta su etapa final.

# CAPÍTULO

# III



## **Capítulo III: Objetivo del diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar una guía impresa para informar acerca de las normas operativas internacionales de carga para exportación, dirigida a jefes y operadores de planta, de la empresa Soluciones Terrestres Integradas.

### **3.2 Objetivos específicos**

3.2.1 Investigar los conceptos y las tendencias de diseño a través de fuentes de investigación necesarios para el desarrollo de la guía impresa.

3.2.2 Recopilar la información más importante de la empresa a través del documento Brief para incluirla a la guía impresa.

3.2.3 Ilustrar elementos gráficos para dar una idea clara de los procesos de carga incluido en la guía.

# CAPÍTULO IV



## **Capítulo IV: Marco de referencia**

### **4.1 Información general del cliente**

#### **4.1.1 Nombre del cliente.**

Soluciones Terrestres Integradas

#### **4.1.2 Dirección.**

Km. 15.5 Calzada Roosevelt C.C. Molino de las Flores Tercer Nivel Oficina 123

#### **4.1.3 Finalidad.**

La finalidad del proyecto es informar a los clientes actuales y potenciales acerca de las normas operativas internacionales del proceso de carga perecedera y carga general para exportación y evitar percances que puedan afectar a la empresa de Soluciones Terrestres Integradas como a las empresas de los clientes.

#### **4.1.4 Objetivo.**

Crear un interés visual en el grupo objetivo para comunicar información sustancial que les servirá para ejecutar un proceso exitoso.

#### **4.1.5 Antecedentes.**

Soluciones Terrestres Integradas actualmente se encuentra en planes de crecimiento y reestructuración corporativa, por lo que es necesario implementar procesos adecuados que vayan en función de un mejor desarrollo de la empresa.

#### **4.1.6 Oportunidades.**

Soluciones Terrestres Integradas no cuenta con material gráfico impreso para establecer normas operativas internacionales de carga perecedera y carga general de exportación, para los jefes de planta y operadores de planta de los clientes actuales y potenciales.

#### **4.2 Misión**

Administrar las necesidades logísticas de nuestros clientes en cualquier parte del mundo.

#### **4.3 Visión**

Ser el enlace que facilite el intercambio comercial entre clientes y proveedores, teniendo como principio básico la calidad de nuestro servicio integrado.

#### **4.4 Delimitación Geográfica**

1) República de Guatemala

16.342.897 habitantes

2) Ciudad de Guatemala

3.207.578 habitantes

3) Empresas Exportadoras de Guatemala

250presas

4) Clientes Actuales de Soluciones Terrestres Integradas

05 clientes

5) Operadores de planta de los 8 clientes de STI

20 jefes de planta

200 operadores de planta

#### **4.5 Grupo Objetivo**

Hombres operadores de planta que oscilan de 20 a 30 años de Edad, que trabajan en plantas operativas de carga, de nivel socioeconómico E.

#### **4.6 Principal beneficio del grupo objetivo**

Educar a los operadores de planta para seguir adecuadamente cada paso a indicar en el proceso de carga perecedera o carga general del producto hacia el furgón.

#### **4.7 Competencia**

La empresa de Soluciones Terrestres Integradas consta con la competencia de:

- 1) Crowley
- 2) Seabord
- 3) Maersk
- 4) Apl
- 5) Chiquita

#### **4.8 Posicionamiento**

Orientar de una manera gráfica a los operadores de planta que se encuentran entre los 20 y 30 años de edad, quienes desempeñan el trabajo de carga del producto hacia el furgón.

#### **4.9 Objetivo de mercadeo**

Ejemplificar de una manera adecuada y gráfica el establecimiento de pasos a seguir de cómo los operadores de planta deben cargar el producto perecedero o general en el furgón.

#### **4.10 Objetivo de comunicación**

Se transmitirá a los operadores de planta por medio de una guía impresa, las normas operativas internacionales del proceso de carga perecedera y carga general para exportación.

#### **4.11 Mensajes claves a comunicar**

Creatividad

Orden

Procedimiento

Estructuración

#### **4.12 Estrategia de comunicación**

Desarrollar una guía impresa en la que predomine la comunicación gráfica para los operadores de planta de 20 a 30 años de edad, quienes desempeñan el trabajo de cargar el producto en el furgón.

#### **4.13 Reto del diseño y trascendencia**

Que los operadores de planta de 20 a 30 años comprendan cómo se realiza con un proceso ordenado y explicado gráficamente la carga del producto hacia el furgón, al resolver y disminuir de manera eficaz errores que puedan ser cometidos a lo largo de la tarea mencionada.

#### **4.14 Materiales a realizar**

Se realizará el diseño de una guía impresa para informar acerca de las normas operativas de carga para exportación, dirigida a jefes y operadores de planta, de los clientes actuales y potenciales de la empresa Soluciones Terrestres Integradas.

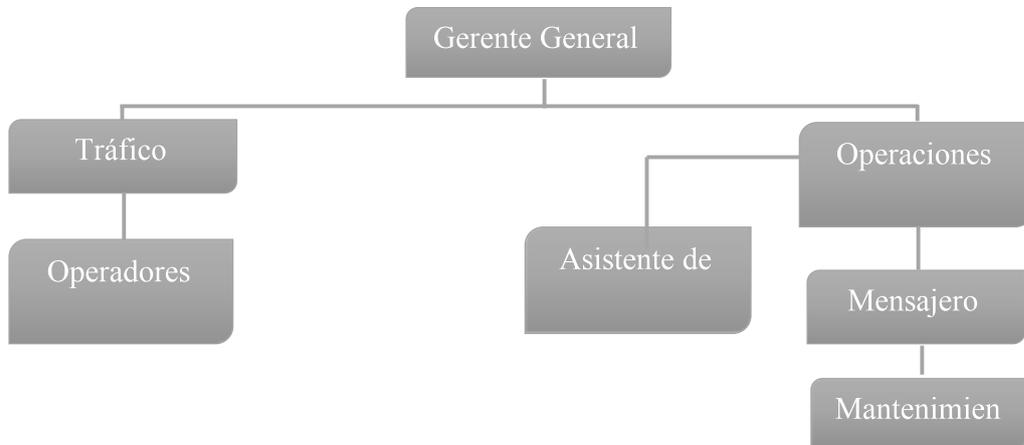
#### **4.15 Presupuesto**

La empresa de Soluciones Terrestres Integradas, cuenta con el presupuesto económico para llevar a cabo la impresión de las guías impresas con una serie de normas a seguir.

#### 4.16 FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Servicio al cliente.</li><li>• Cumplimiento de nuestro ofrecimiento de servicio.</li><li>• Tiempo y calidad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Buscar nuevos nichos de mercado para ofrecer una opción diferente de transporte y logística.</li><li>• Contar con la guía de carga impresa para clientes actuales y potenciales.</li><li>• Tener una guía de carga con la información necesaria para los clientes actuales y potenciales.</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de material impreso para informar acerca de los procedimientos operativos del proceso de carga para clientes actuales y potenciales.</li><li>• Falta de material impreso que represente a la empresa para clientes actuales y potenciales.</li><li>• Falta de una guía que contenga información sustancial para clientes actuales y potenciales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• No contar con el compromiso necesario en el servicio al cliente.</li><li>• No cumplirle al cliente con lo pactado.</li><li>• La calidad del servicio baje y no se cumplan con los tiempos de entrega.</li></ul>

#### 4.17 Organigrama





# CAPÍTULO V

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El grupo objetivo para el que se está realizando este proyecto cuenta con las siguientes características: personas de género masculino, guatemaltecos que oscilan entre los 20 a 30 años de edad, con un nivel socio-económico E, que se encuentra en el área operativa de carga en las plantas de producción.

### **5.1 Perfil geográfico**

El proyecto se llevará a cabo en Guatemala, que cuenta con una superficie de 108.890 Km<sup>2</sup>. Es un país que posee con una tipografía de orientación aproximada Norte-Sur bordeado por áreas montañosas al Occidente y Oriente.

El proyecto tendrá lugar en la de Ciudad de Guatemala, con una superficie de 692 Km<sup>2</sup>; Chimaltenango, con una superficie de 1,979 Km<sup>2</sup>; Petén, con una superficie de 35,854 Km<sup>2</sup> y San Juan Sacatepéquez, con una superficie de 465 Km<sup>2</sup>. Guatemala cuenta con una población de 16.673.000 de personas.

El grupo objetivo transita calles y avenidas principales de los departamentos y carreteras que los interconectan.

Guatemala cuenta con un microclima, que es beneficioso, ya que se puede producir diversos cultivos. Por lo general tiene un clima templado, pero puede variar dependiendo de la altitud en la que se encuentre.

### **5.2 Perfil demográfico**

Edad: Personas en un rango de edad entre los 20 y 30 años de edad.

Sexo: Masculino

Nivel socioeconómico: C- y D

Estudios: Educación de nivel diversificado y universitario

Tamaño de familia: de 4 a 6 miembros nucleares.

Ciclo de vida familiar: Jóvenes solteros, casados con o sin una cantidad de 3 a 4 hijos en promedio.

- Descripción del grupo objetivo:

Personas de sexo masculino, con un rango de edad de 20 a 30 años, en el área departamental generalmente Chimaltenango, Petén y San Juan Sacatepéquez, que posee un nivel socioeconómico C- y D, y nivel de estudio inferior.

Personas que desempeñan cargos de nivel bajo y superior como personal operativo de planta y jefes de planta, con ingreso aproximado de Q4,000.00 a Q8,000.00 mensuales, que tienen casa o apartamento rentado o financiado, de 1 a 2 recámaras, 1- 2 baños, sala.

Utilizan celular, radio, TV, cable, electrodomésticos básicos, sus hijos cuentan con una educación a nivel de escuela y mayores en universidad estatal. El área enfocada a su ámbito de diversión incluye únicamente visitas a centros comerciales, parques y estadios.

### **5.3 Perfil Psicográfico**

Grupo C-:

Forma de ser: Trabajadores, honrados, creen en Dios, creen la familia, creen en el trabajo, no apuestan por los estudios y respetan a la autoridad.

Personalidad: Convencionales, colaboradores, extrovertidos, despreocupados, impulsivos y sociables.

Hobbies: Les gustan las actividades recreacionales, socializar y los deportes.

Costumbres: En su mayor parte suelen tener reuniones familiares, comparte respeto familiar y con sus amistades, no suelen encontrar satisfacción en actividades tranquilas y no comparten tolerancia con todos los grupos sociales.

Grupo D:

Forma de ser: Trabajadores, honrados, creen en el trabajo, en la familia, apuestan por el estudio, responsables, respetan a la autoridad y empáticos.

Personalidad: Cautelosos en sus labores, sistemáticos, sociables y analíticos.

Hobbies: Visitan centros comerciales, les gustan las actividades que impliquen relacionarse con diferentes personas y los deportes.

Costumbres: Suelen tener reuniones con amistades o familiares y suelen encontrar satisfacción en actividades tranquilas.

#### **5.4 Perfil Conductual**

Grupo C-:

El personal dispone de responsabilidad en el desempeño de sus labores, sin embargo, su interés por alcanzar nuevos objetivos es poco desinteresado, suelen ser personas respetuosas con sus superiores y desempeñar su trabajo de forma cordial y en equipo, tienen tendencia a socializar durante el tiempo que desarrollan sus labores y se adaptan fácilmente al mandato de su alto mando.

Grupo D:

El personal posee un alto grado de responsabilidad en el desempeño de sus labores con un interés en desarrollarse en el ámbito y lograr alcanzar nuevos puestos, suelen ser personas responsables, determinantes, proactivos y positivos al momento de realizar sus

deberes, tienen interés de apoyo de trabajo hacia compañeros y se adaptan fácilmente al mandato, por lo que son muy apegados a las reglas impuestas por la empresa y sus superiores.

# CAPÍTULO



## **Capítulo VI: Marco Teórico**

### **6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio**

#### **6.1.1 Exportación.**

La exportación es una venta que se realiza al extranjero, que puede ser un producto o un servicio. Las exportaciones son reguladas por distintas resoluciones legales y ordenamientos arancelarios comerciales entre los distintos países.

En la exportación encontramos economías de exportación, que consisten en sustraer materias primas, minerales, agrícolas o ganaderas para su exportación definitiva. Contamos también con economías exportadoras, que su objetivo es la producción de productos, realizados con materia prima, que son propias del país donde se va a fabricar o bien se importa de otro país, para luego procesarlo en un producto final y venderlo local e internacionalmente (Ramírez, 2015).

#### **6.1.2 Paletas o pallets.**

En una plataforma que puede ser de madera, plástico, materiales reciclados, y otros. Son especialmente diseñados para la mercancía, que permiten el traslado de un lado a otro por medio de carretillas o grúas elevadoras. Existen dos tipos de paletas, la primera está conformada por un piso de plataforma que se amolda pies o soportes; la segunda, su estructura consiste en dos pisos de plataformas, que son soportados entre sí por barras, quedando espacios libres entre los dos libros para que el montacargas o grúa elevadora puedan alzarlas y agrupar la mercancía en el lugar deseado (Trias, 1979).

### **6.1.3 Embalaje.**

Es una técnica de cobertura la cual consiste en brindar cobertura y protección a la mercancía que vaya a ser exportada mediante cualquier modalidad de traslado y manejo, de forma que la mercancía llegue al destinatario sin haber sufrido algún daño desde que sale de las instalaciones donde fue despachada.

Este proceso contiene una serie de técnicas para que la mercancía sea protegida durante la cadena logística internacional, por tanto, se debe tomar en cuenta que puede pasar por diversos tipos de manipulación e incluso diferentes condiciones climáticas. Deben ser analizados los factores anteriores y la naturaleza que posea la mercancía para determinar qué tipo técnica y procedimiento de embala se debe utilizar (Trias, 1979).

### **6.1.4 Transporte terrestre o por carretera.**

Es el único medio de transporte que brinda al cliente el servicio denominado “Puerta a puerta”, también cuenta con la disponibilidad de transportar distintos tipos de carga como productos perecederos; ya sean líquidos, gaseosos o sólidos, también productos que no requieran algún tipo de refrigeración; también es posible trasladar carga que sea sobredimensionada.

El transporte terrestre por carretera cuenta con la flexibilidad de programar rutas, horarios y la carga y descarga; dando como resultado un transporte ideal para cargas que necesiten un envío inaplazable. Este tipo de transporte maneja dos tipos de contratación; la contratación de un consolidado, en el cual es posible compartir el furgón con carga de distintas empresas; siempre y cuando se maneje una sola naturaleza de carga como

perecedera o general; la segunda contratación puede ser un furgón completo, el cual consiste en realizar un solo envío en el cual puede ocupar todo o casi todo el furgón.

Existen diversas modalidades de contratar un servicio de transporte terrestre, las cuales pueden ser a través de una agencia de transporte o agencia de carga, con el transportista o bien con los operadores del transporte los cuales son mejor conocidos como “Hombre camión” (Cánovas, 2011)

### **6.1.5 Almacenamiento.**

Es el proceso logístico que otorga una ubicación a una mercancía en un determinado espacio, las cuales pueden ser materias primas, materiales procesados o materiales semi-procesados; se ubican adecuadamente, de tal manera que la utilización del espacio sea óptima en cuanto a la cantidad de mercancías.

Por lo general cuando se habla de mercancías de exportación, estas son ubicadas en recintos que pueden ser almacenes o bodegas donde se realiza la operación de recepción, almacenamiento y manipulación; estos pueden ser climatizados para las mercancías que lo requieran o pueden ser a temperatura ambiente para mercancías generales. En estos recintos es necesario realizar un inventario, con el cual se lleve un control de las mercancías que entran y salen.

La gestión de un almacén o bodega se basa en los criterios y la aplicación de los sistemas de almacenamientos, los cuales son:

- 1) Sistema FIFO (First in – First out): se considera uno de los sistemas más populares y más utilizados, ya que consiste en dar las primeras salidas a las primeras mercancías que entraron. Este sistema se emplea en los recintos que tienen un

volumen activo de mercancías, para evitar almacenar mercancías vencidas u obsoletas.

- 2) Sistema LIFO (Last in – First out): en pocas palabras este sistema consiste en que las últimas mercancías en entrar, van a ser las últimas en salir. Este sistema se emplea en la industria de alimentos.
- 3) Sistema FEFO (First expires – First out): este sistema consiste en dar salida primero a las mercancías que su fecha de expiración se encuentra más cerca. Este sistema se emplea en la industria farmacéutica (Ramírez, 2015).

#### **6.1.6 Carga.**

Es un conjunto de materia prima, mercancía procesada o mercancía semi-procesada, las cuales están protegidas por un embalaje que permite la movilización de la misma.

Es importante realizar el proceso de Distribución Física Internacional (FDI), el cual consiste en desplazar la carga desde un punto hacia otro punto; este proceso contiene tres etapas las cuales son:

Primera etapa: se procede a definir el tipo de carga que puede ser general o a granel; se establece la naturaleza de la misma, que puede ser peligrosa, frágil, perecedera, con peso especial o sobredimensionado.

Segunda Etapa: se procede a embalar la carga según el tipo y naturaleza; se utilizan diversos empaques y se procede a hacer el etiquetado de la carga.

Tercera Etapa: se procede a hacer una evaluación, la cual es una unitarización, que consiste en la paletización y contenederización que se evalúa y se escoge qué tipo de contenedor se utilizará (Ramírez, 2015).

### **6.1.7 Logística.**

Según (López J. A., 2011) “La logística tiene como objetivo la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad. Se encarga de la gestión de los medios necesarios para alcanzar este objetivo (superficies, medios de transportes, informática...) y moviliza tanto los recursos humanos como los financieros que sean adecuados.”

La logística es una parte esencial de la cadena de suministros, ya que da un seguimiento desde el punto de origen de las mercancías hasta el punto de destino, de manera que los clientes les sea satisfecho el envío; tomando en cuenta el flujo efectivo y eficiente. La logística tiene un puesto muy importante con relación a la competitividad de los exportadores, ya que puede definir la aprobación o decadencia de la mercancía en los mercados.

La empresa exportadora, acorde con los estándares que la logística ofrece, debe gestionar, planear y darle seguimiento riguroso a los procesos logísticos de la cadena de suministros, la cual consta de tres fases que son: la gestión de materiales, el sistema de flujo de materiales y la distribución física (Ramírez, 2015).

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

La palabra comunicación se deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”; de manera, que la comunicación en los seres vivos es vital cuando se encuentran dos o más. La comunicación tanto para la raza humano, como para los animales

ha servido para comunicar información del entorno en el que se encuentran y transferir esa información a los demás (Porto & Merino, Definición, 2008).

#### ***6.2.1.1 Tipos de Comunicación.***

##### ***6.2.1.1.1 Comunicación Verbal.***

La comunicación verbal permite acceder e intercambiar información entre un emisor y un receptor, los cuales a través de la misma pueden tener una discusión de ideas, negociaciones y conflictos.

La comunicación verbal para los seres humanos se ha transformado en algo vital para sobrevivir, esto incluye: costumbres, ritos, tradiciones sociales y culturales, así como también la historia y más.

Todos los seres humanos sin importar raza o país, tienen acceso a la comunicación verbal, la cual tiene una recopilación de estrategias lingüísticas que se consuman cuando se utilizan en las diferentes condiciones y se entra en una comunicación con los demás. Al realizar el uso de la lengua o idioma ya sea de forma escrita u oral, se está poniendo en práctica una acción propia del ser humano, la cual es social con una finalidad para dar a conocer algo. De tal manera que la lengua sirve de canal para transmitir a los demás en todo aquello que nos rodea, así como también nuestros sentimientos, creencias, actitudes y más (Uribe, 2009).

##### ***6.2.1.1.2 Comunicación Vertical Descendente.***

La comunicación vertical descendente es la que procede desde la dirección hasta los colaboradores, siguiendo el nivel jerárquico del organigrama de la empresa. El contenido descendente que se distribuye por todos los niveles jerárquicos debe de evitar un salto, para

así evitar que la información sea adulterada y ayude a los colaboradores a entender sus atribuciones.

A través de la comunicación descendente se logran transmitir políticas, estrategias, tácticas, procedimientos y ordenes, hasta llegar al nivel al cual le corresponde la ejecución de las mismas (Luis, 2012).

#### ***6.2.1.1.3 Comunicación Horizontal.***

La comunicación horizontal es un tipo de comunicación que se considera bidireccional, ya que puede utilizarse entre un mismo equipo de trabajo o bien entre departamentos. Esto se hace con el fin de integrar a todos los colaboradores en una atmósfera de confianza, apoyo emocional y social.

De la misma forma es posible conseguir información que facilite el funcionamiento de la empresa (Luis, 2012).

#### ***6.2.1.1.4 Elementos de la Comunicación.***

La comunicación se define como la acción de transmitir de un emisor a un receptor un código mediante un medio. Un emisor es aquello que envía el mensaje; un receptor, es aquello que recibe el mensaje; un medio, es a través de que se envía el mensaje; esto puede ser enviado por medio de palabras, imágenes, sonidos y más; un código, es aquella información que se expresa a través del mensaje. Una vez el receptor recibió el mensaje, este lo interpreta lo que se desea transmitir.

Se puede comunicar poniéndose el emisor y el receptor en un mutuo flujo de ideas y pensamientos, estos pueden llevarse a cabo mediante diversos canales, pero con un común código.

Para poseer una comunicación clara y concisa, es necesario y muy importante el tono o la manera de cómo se transmite el mensaje, ya que solo el contenido no puede generar una influencia que impacte o llame la atención tanto del receptor como del emisor (D'Ambra, 2016).

#### ***6.2.1.1.5 Funciones de Comunicación.***

La comunicación forma parte de las características del ser humano, ya que destaca por ser una especie social. La comunicación cuenta con una función excepcional cuando se emite un mensaje entre otras funciones como:

**Afectiva:** La comunicación permite que el ser humano se relaciona emocionalmente entre sí, dando a conocer sus afectos y sentimientos. Esta función comunicativa, permite un equilibrio emocional en el ser humano.

**Reguladora:** La comunicación nos brinda el poder de regular conductas que deben ser mejorados y adaptarlas a la sociedad, para mantener un equilibrio social y acorde.

**Informativa:** Con la comunicación el ser humano tiene la oportunidad de compartir culturas, historia, experiencias e información relevante, con el fin de que los demás puedan aprender (Universidad de Valencia, 2012).

### **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

#### ***6.2.2.1 Concepto de Diseño.***

La palabra “Diseño” se deriva del italiano *disegno*, la cual hace mención a un boceto, croquis o bosquejo que se ejecuta sobre algún material o mentalmente, para posteriormente producirlo. Es empleado también para hacer alusión a las líneas, formas y funcionalidades de ciertos productos.

El concepto de diseño se emplea en varias disciplinas donde se plasman las ideas creativas de forma visual, estas pueden ser como las artes, arquitectura, ingeniería y más (Porto & Merino, 2012).

#### ***6.2.2.2 Tipos de Diseño.***

##### ***6.2.2.2.1 Diseño Editorial.***

El diseño editorial es una de las ramas del diseño gráfico, que se enfoca en la estructura y composición de revistas, periódicos, libros, catálogos y más. Su objetivo principal es la estética donde se organizan espacios de texto e imágenes, así como también el diseño que da un soporte visual y estratégico al contenido.

Consta de crear publicaciones que contengan un atractivo visual y comuniquen el mensaje deseado de manera eficiente a través de tipografías, colores, composiciones y formas que obtengan armonía entre el contenido y lo gráfico (Andrés, 2007).

##### ***6.2.2.2.2 Diseño Publicitario.***

El diseño publicitario cumple con la función de presentar, promocionar o anunciar a empresa, productos o servicios; a través de diversos medios de comunicación como los afiches, volantes, televisión, radio, revistas y muchos más.

Para presentar el producto es necesario tener el conocimiento del mismo y establecer cuáles son las características, ventajas, novedades y otros datos de relevancia que ayuden a promover y conocer al grupo objetivo.

Para que el diseño publicitario sea efectivo en su objetivo trazado, es sustancial conocer al grupo objetivo, en aspectos cómo investigar, qué expectativas tiene el cliente del

producto o servicio, ya que es vital saber transmitir y crear un buen diseño de lo que el cliente espera (Ricupero, 2007).

### **6.2.3 Elementos conceptuales del diseño**

#### ***6.2.3.1 Elementos de Diseño.***

Los elementos de diseño son considerados una parte esencial visual de un diseño, ya que sin ellos no tendrían sentido.

Los elementos de diseño son los siguientes: elementos conceptuales, elementos visuales, elementos relacionados y elementos prácticos (Wong, 1991).

#### ***6.2.3.2 Elementos Conceptuales.***

Los elementos conceptuales son invisibles o inexistentes físicamente, sin embargo, se encuentran presentes, aunque no sean conceptuales y son los siguientes:

**Punto:** El punto indica una posición, no posee dimensiones, no ocupa espacio en un área, también es el inicio y el final de una línea y donde dos líneas se cruzan.

**Línea:** La línea se crea a partir del movimiento de un punto, pues se forma un reconocido que traza una línea. La línea posee largo, posición y dirección, así como también está limitada por dos puntos y conforma los bordes de un plano.

**Plano:** Una línea es movimiento que conforma un plano, que posee largo y ancho, así también posición y dirección. El plano es reducido por líneas, que delimitan los límites extremos de un volumen.

**Volumen:** El trayecto de un plano en movimiento forma un volumen. El volumen cuenta con una posición en el espacio y está restringido por planos (Wong, 1991).

### **6.2.3.3 Elementos Visuales.**

Los elementos visuales conforman la parte más sobresaliente de un diseño, ya que son los que se visualizan.

Forma: Es todo aquello que logra ser visualizado y posee una forma que se identifica fácilmente.

- 1) Medida: Todas las formas tienen un tamaño, que puede variar en referencia a la magnitud y pequeñez, pero físicamente puede ser medido.
- 2) Color: Debido al color, que cuenta con un sentido amplio del espectro solar, así como también los neutros y sus variaciones tonales y cromáticas; que todas juntas se logra distinguir una forma.
- 3) Textura: La textura puede ser plana, decorada, suave o rugosa, de tal forma que atrae la atención por medio del tacto o la vista. La textura le da mayor sentido a una forma (Wong, 1991).

### **6.2.3.4 Elementos de Relación.**

Los elementos de relación dirigen la ubicación y la interrelación en un diseño.

Dirección: La dirección de las formas se basa en relación con el observador, con el marco que contiene o con otras formas a su alrededor.

Posición: La posición de una forma es considerada respecto a cuadro o estructura.

Espacio: El espacio es ocupado por las formas, sin importar el tamaño. El espacio puede ser liso o ilusorio, para señalar una profundidad.

Gravedad: La gravedad se caracteriza por ser psicológica y no visual como se acostumbra anteriormente (Wong, 1991).

#### **6.2.3.5 Elementos Prácticos.**

Los elementos prácticos no son apreciados fácilmente en el contenido y alcance de un diseño.

Representación: La representación se define cuando una forma ha sido creada del mundo alrededor, esta puede ser realista, estilizada o abstracta.

Significado: El significado surge cuando en el diseño hay un mensaje a transmitir.

Función: La función sucede cuando el diseño debe cumplir un propósito específico (Wong, 1991).

### **6.3 Ciencias Auxiliares, artes, teorías y tendencias**

#### **6.3.1 Ciencias Auxiliares.**

##### **6.3.1.1 Pedagogía.**

La palabra pedagogía tiene origen en el griego *paidagogós*. Esta palabra se refiere al conjunto de saberes que se enfocan en la educación, la cual compete a la raza humana.

La pedagogía es una ciencia que estudia a la educación y el conocimiento en el ser humano, esta cuenta con características psicosociales, además esta se fortalece por diversas ciencias y disciplinas, como la antropología, la psicología, la filosofía, la medicina, la filosofía, entre otras. Esta ciencia contiene varios pilares que son acciones educativas como prácticas, técnicas, principios y métodos, las cuales proporcionan contenido necesario para ejecutarlas. (Porto & Merino, Definición.de, 2012)

### **6.3.1.2 Semiología.**

La semiología es la ciencia que se encarga del estudio del sistema de signos en la vida social, esta ciencia se considera como parte de la psicología social y la psicología general. Algunos de los signos de la semiología pueden ser: lenguas, códigos, señalizaciones y más.

Este estudio también puede ser conocido como semiótica ya que denominan la misma disciplina.

La semiología se encarga de los estudios relacionados al análisis de los signos, en la cual se ligan la semántica y la escritura, sin embargo, la semiótica se encarga de los signos humanos y los signos de la naturaleza. (Guiraud, 2014)

### **6.3.1.3 Antropología.**

La antropología es la ciencia que se dirige al estudio de la vida humana en general. Esta se divide en tres, antropología física, social y cultural. La antropología estudia las características físicas, las características biológicas y las características culturales como costumbres y creencias.

Antropología biológica: estudia las características genéticas, así como también las biológicas del hombre.

Antropología social: examina el comportamiento de la raza humana en la sociedad, la organización social y política, las instituciones sociales y las relaciones.

Antropología cultural: analiza las culturas durante el tiempo en el que se desarrolla y en el espacio, así también como los mitos, las costumbres, los valores, las creencias los rituales, la religión y el idioma. La antropología cultural segmenta en Etnografía, Etnología, Arqueología y Lingüística. (Augé & Colleyn, 2006)

#### ***6.3.1.4 Sociología.***

La sociología es una ciencia que se dedica a estudiar la complejidad social y humana de los grupos sociales. Esta ciencia se basa en sí en estudiar de cerca las relaciones que los humanos mantienen, todos los acontecimientos de la vida diaria, pero de una forma novedosa.

Los sociólogos cuentan con instrumentos modernos los cuales les permiten analizar de una forma más especial las conductas humanas, además de también observar muy de cerca a la sociedad.

El comprender la realidad social en la que vivimos es esencial. Como persona individual tenemos tendencia a influenciar a la sociedad, sin embargo, la sociedad también logra influenciarnos, ya que aún que seamos un ente individual, nuestra interacción siempre es social. (Ceballos, 1997)

#### ***6.3.1.5 Psicología.***

La psicología es considerada una ciencia pura como una ciencia aplicada. Su objetivo es estudiar y tratar de comprender los procesos, comportamiento y los mecanismos que inciden en las ideas, los sentimientos y en los razonamientos de la raza humana en un ambiente físico y social.

La psicología también tiene como objetivo, solucionar los problemas del ser humano, ya que es una ciencia capacitada de forma multidisciplinaria en la cual tiene relación con otras ciencias como la anatomía, la medicina, la psiquiatría, la sociología y otras muchas más, las cuales la refuerzan y dan una capacidad de entendimiento. (Furnham, 2010)

#### ***6.3.1.6 Cibernética.***

La cibernética es una ciencia que se dedica al estudio de la comunicación y los mecanismos de regulación de los sistemas complejos como el de los animales, máquinas y sistemas sociales.

La cibernética se basa en el control y la comunicación en los sistemas vivos, tanto en las máquinas, como en estructuras. Esta ciencia se dedica a mantener el orden los sistemas anteriormente mencionados.

Las funciones de la cibernética en la comunicación son ciertos fenómenos, que los seres vivos integran a sus capacidades naturales. (Pérez & Gardey, 2017)

#### ***6.3.1.7 Psicología del Color.***

La psicología del color investiga de qué forma somos afectados por los colores. Los colores tienen el poder de cambiar nuestra apreciación, transformar los sentidos, emociones y más. Los colores son una gran influencia, ya que estos cuentan con la capacidad de cambiar la percepción del espacio o a un elemento.

Es importante conocer el significado de los colores, para darles un correcto uso y transmitir el mensaje correcto (Aldana, 2017).

#### ***6.3.1.8 Psicología Industrial.***

La psicología industrial es una disciplina que se responsabiliza por la selección, formación y supervisión de los colaboradores de una empresa, con el fin de brindar una mejor productividad en el trabajo que desempeña cada uno. Está también tiene como objetivo analizar el comportamiento humano en la industria y los negocios (Porto & Merino, Definición, 2009).

## **6.3.2 Artes.**

### ***6.3.2.1 Ilustración.***

La ilustración en el diseño gráfico es un dibujo o una imagen, estas pueden ser hechas a mano con materiales como tinta, óleo, acuarelas y más; así como también puede ser hecha en una computadora con los programas adecuados.

A menudo la ilustración es utilizada para los anuncios publicitarios, portadas de libros, dentro del contenido de los libros o revistas y de varias formas más.

Existen varios tipos de ilustración: ilustración publicitaria, ilustración conceptual, ilustración narrativa y la ilustración decorativa (CocoSchool, 2016).

### ***6.3.2.2 Tipografía.***

El ser humano, una de sus principales características es el lenguaje, el cual sirve para comunicar ideas e información del entorno.

La tipografía es la representación visual del lenguaje utilizado por los seres humanos. La tipografía cuenta con un papel esencial en la comunicación escrita y visual, ya que los caracteres individuales forman palabras y las palabras forman mensajes. La tipografía a partir de sus diferentes estilos, puede transmitir o alterar el propósito del mensaje.

La tipografía puede estar segmentada en varios grupos, esto de su forma y estilo. Pueden transmitir emociones y personalidades (Chang, 2006).

### **6.3.3 Teorías.**

#### ***6.3.3.1 Administración de Empresas.***

La administración de empresas es una ciencia que vela por la organización de los recursos empresariales, materiales y humanos. Se trata de un grupo de reglas y prácticas, cuyo objetivo es perfeccionar todos sus recursos y así cumplir con los objetivos trazados por la empresa (Porto & Merino, Definición, 2017).

#### ***6.3.3.2 Funcionalista.***

La teoría funcionalista se centra en estudiar los efectos que los medios masivos de comunicación tienen sobre la sociedad.

Esta teoría nos ayuda a comprender los efectos y estudiar los medios de comunicación como una institución con base en la estructura que poseen. Debido al hecho de que los medios de comunicación masivos llegan a la gran mayoría de gente, se requiere que cumplan con tres funciones: educar, informar y entretener.

#### ***6.3.3.3 Gestalt.***

La psicología de la Gestalt se refiere a que el ser humano ve la forma de los elementos como una totalidad, gracias a la acción de la percepción. Para la psicología de la Gestalt, el todo nunca es idéntico a la sumatoria de varias partes, de manera que es distinto.

Entre las principales leyes de la doctrina Gestalt se encuentran: ley de semejanza, ley de la pregnancia, ley de la proximidad y ley del cierre (Porto & Merino, Definición, 2012).

### **6.3.4 Tendencias.**

#### ***6.3.4.1 Iconografía.***

El diseño iconográfico es la representación gráfica de un objeto, signo o símbolo que permite optimizar la comprensión del mensaje, mediante un elemento gráfico simplificado.

Es importante comprender la abstracción para llevar a cabo la creación de un ícono

(Gastélum, 2015)

# CAPÍTULO



## **Capítulo VII: Proceso de Diseño y propuesta preliminar**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

#### **7.1.1 Pedagogía.**

La pedagogía es la ciencia que estudia la educación y el conocimiento de la raza humana, esta tiene como uno de sus objetivos la organización de la misma, este fenómeno mencionado anteriormente formar parte del ser humano y se desenvuelve de un ámbito social.

La pedagogía se fortalece por la contribución de ciencias como la antropología, la psicología, la filosofía, la medicina y la sociología.

A través de la guía impresa, los jefes de planta y los operadores de pertenecen a los distintos clientes, contarán con la oportunidad de aprender a ejecutar su trabajo de forma más sencilla, objetiva, clara y aplicable a su vida laboral.

#### **7.1.2 Semiología.**

La semiología es la ciencia que se encarga del estudio del sistema de signos en el entorno de la vida social, algunos de los signos que pertenecen a esta ciencia pueden ser lenguas, códigos, señalizaciones, y otros más.

Esta ciencia también puede ser conocida como semiótica, teniendo entre ellas la diferencia que la semiología estudia los signos en que se ligan la semántica y la escritura, por otro lado, la semiótica se encarga de los signos humanos y de la naturaleza.

Esta ciencia se utilizará en la guía impresa, para la creación de los íconos que se verán reflejados en cada uno de los pasos a seguir, para que los jefes de planta y operadores puedan tener mejor entendimiento y puedan recordar de forma más clara la información.

### **7.1.3 Antropología.**

La antropología se encarga del estudio de la vida de la raza humana en general, que se divide en antropología física, social y cultural.

Por lo tanto, nos estaremos enfocando en la antropología social, que estudia el comportamiento de la raza humana en sociedad, organización social o política, así como también las instituciones sociales y las relaciones; la antropología cultural, que se dedica a analizar las culturas durante su desarrollo en tiempo y espacio, así como también los mitos, las costumbres, los valores, las creencias, los rituales, la religión entre otras.

Se empleará esta ciencia para el estudio del grupo objetivo en su ambiente, en sus costumbres y durante el desarrollo de sus labores en la empresa para la que laboran.

### **7.1.4 Sociología.**

La sociología es la ciencia que se encarga del análisis de la estructura y funcionamiento de los humanos y los grupos sociales. Esta ciencia estudia muy de cerca las interacciones que la raza humana tiene entre sí, también estudia el entorno de la vida diaria de los individuos.

Es indispensable tener el conocimiento de los humanos y grupos sociales debido a que cada ser humano puede influenciar a la sociedad y viceversa.

Esta ciencia se utilizará para estudiar de cerca el comportamiento del grupo objetivo y cómo se desenvuelve socialmente, de tal forma que se pueda extraer un perfil para que sirva de referencia y adaptar el proyecto al grupo objetivo.

### **7.1.5 Cibernética.**

La cibernética es la ciencia que se dedica al estudio de los sistemas complejos de control y también de la comunicación en las máquinas, los animales y sistema social. Uno de los objetivos de esta ciencia es mantener en orden los sistemas anteriores.

La función de la cibernética en la comunicación son algunas manifestaciones, que los seres vivos adquieren y las unifican con sus capacidades.

Esta ciencia se empleará cuando se ejecuten los programas de diseño, que se emplearán para la creación de la guía impresa.

### **7.1.6 Psicología del color.**

La psicología del color es un campo de estudio que se enfoca en analizar el efecto del color en la percepción y conducta humana.

Las percepciones de los colores son emocionales y estas a su vez contribuyen en dar un significado. El color tiende a influir al ser humano, sin embargo, ha sido el ser humano quien también ha otorgado poder al mismo, dando como resultado que se produzcan sensaciones e impresiones de gran importancia, estas pueden ser de carácter fisiológico y psicológico, lo que causa una alteración en la percepción y conducta.

Por lo tanto, los colores que serán aplicados en dicho proyecto buscarán estimular la lectura del documento y crear un vínculo con la marca de la empresa, así como promover el seguimiento de cada uno de los pasos a seguir en la infografía.

### **7.1.7 Psicología industrial.**

La psicología industrial estudia el comportamiento del ser humano en los entornos laborales. De esta manera se supervisa la eficiencia de la empresa, el rendimiento de los colaboradores en sus puestos de trabajo y el bienestar de todo el personal.

De manera que se busca crear un soporte para los operadores de planta, brinden una infografía para evitar que se omitan pasos a seguir e impedir accidentes que pongan en riesgo a los pilotos de las unidades y tener pérdida de la carga.

### **7.1.8 Ilustración.**

La ilustración es un dibujo o una imagen que cumple la función de aportar un sentido gráfico a un texto o documento. Las ilustraciones pueden ser a mano o bien hechas en computadora.

Se busca crear un sentido más gráfico para la sencilla comprensión de los pasos que se explican en el proceso adecuado de carga de producto perecedero.

### **7.1.9 Funcionalista.**

La teoría funcionalista se centra en el estudio de los efectos masivos de comunicación y cómo esta causa un efecto sobre la sociedad, ya que crea una influencia masiva.

Esta teoría ayuda a crear una idea de cómo un medio de comunicación puede influenciar a un grupo de personas, por lo que se ha aplicado esta teoría a la infografía con el fin de atraer la atención de los operadores de planta y lograr el aprendizaje de la misma.

### **7.1.10 Gestalt.**

La Gestalt es una corriente de la psicología que estudia cómo la mente del ser humano configura las piezas a su alrededor, y son transmitidos a través de los sentidos y la memoria. La Gestalt cuenta con varios principios y leyes que permiten leer figuras.

Con la Gestalt es posible guiar la infografía y obtener mejores resultados con respecto a la lectura de las figuras plasmadas en ella.

### **7.1.11 Iconografía.**

La iconografía estudia el origen, análisis, descripción y evolución de los elementos a nuestro alrededor. Esta ayuda a descubrir el origen, cómo fue su elaboración y la relación simbólica que tenga.

Esta tendencia será utilizada en las ilustraciones para crear mejor sentido de las mismas, mejor memorización de la infografía y dar un toque de frescura y vanguardismo.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Técnica.**

#### Mapa Mental

“Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. Es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual.

El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja. Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada. De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.

Las ramificaciones forman una estructura nodal.

Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad.” (Neuronilla, s.f.)

# NORMAS OPERATIVAS DE CARGA

## TIPOS DE CARGA:

**Perecedera:** frutas, verduras, carner, embutidos, lacteos, flores o follajes.

**General:** carga frágil, carga peligrosa, carga sobredimensionada o cargas especiales.

## CARGA GENERAL:

- Carga no unitarizada va suelta.
- Carga unitarizada va paletizada.
- Carga general puede ser liquida o solida.

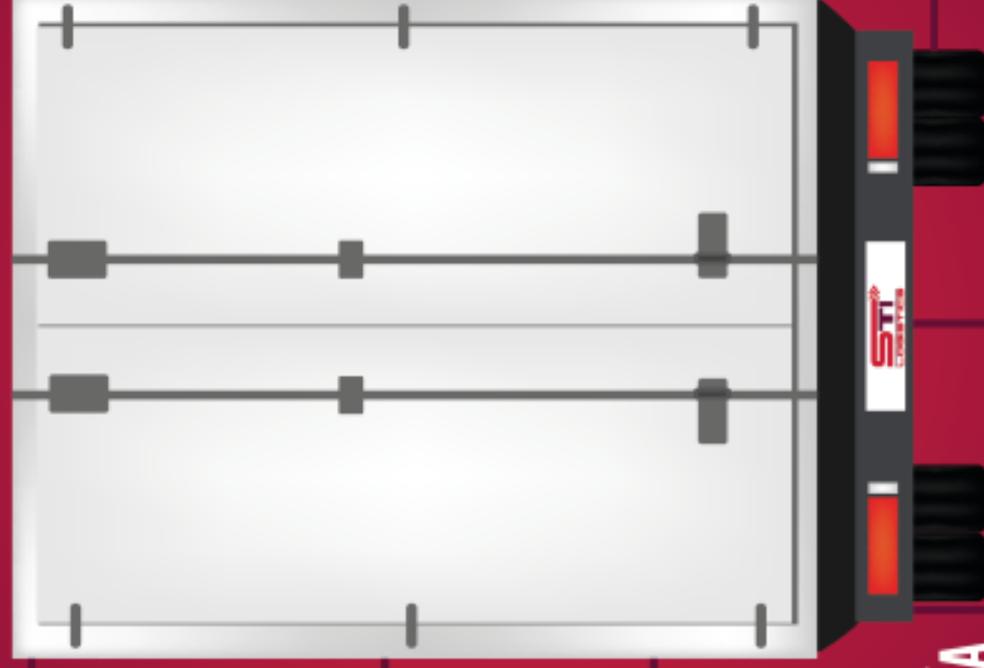
## CARGA PERECEDERA:

- Carga unitarizada va paletizada.
- Carga perecedera lleva empaque termico.
- Carga perecedera lleva empaque termico.

## DISEÑO DE CARPETA DE LA GUÍA

### DECARGA:

- Carpeta conguía de carga.
- Diseño de camión de transporte pesado.
- Cajas de carga,
- Diseño relacionado al tema.



## OBJETIVOS DEL DISEÑO:

- Fácil entendimiento
- Atractivo a la vista
- Información facil y concisa
- Evitar daños o accidentes

## GRUPO OBJETIVO:

- Operadores de planta
- Edad: 20-30 años
- Estudios: Básicos-Bachillerato

## DISEÑO DE GUÍA:

- Diseño modular para guía
- Iconos para descripción de pasos a seguir.
- Implementación del tema al diseño de la guía.

## COLORES DEL DISEÑO:

- Rojo (Colores de la empresa STI)
- Azul (Colores de la empresa STI)
- Corinto (Colores de la empresa STI)

## INFORMACIÓN DE LA EMPRESA:

- Logotipo de STI
- Misión
- Visión
- Correo electronico
- Dirección
- Teléfono

### **7.2.2 Definición del concepto.**

Concepto *“Respetar las normas y prevenir percances”*

Se utilizará la frase “Respetar las normas y prevenir percances” debido a que lo que se desea es comunicar las normas para el grupo objetivo, que son operadores de planta. La comunicación se llevará a cabo a través de un diseño simple, donde resalten las normas escritas y visuales, la información a transmitir será concreta y clara para fácil comprensión.

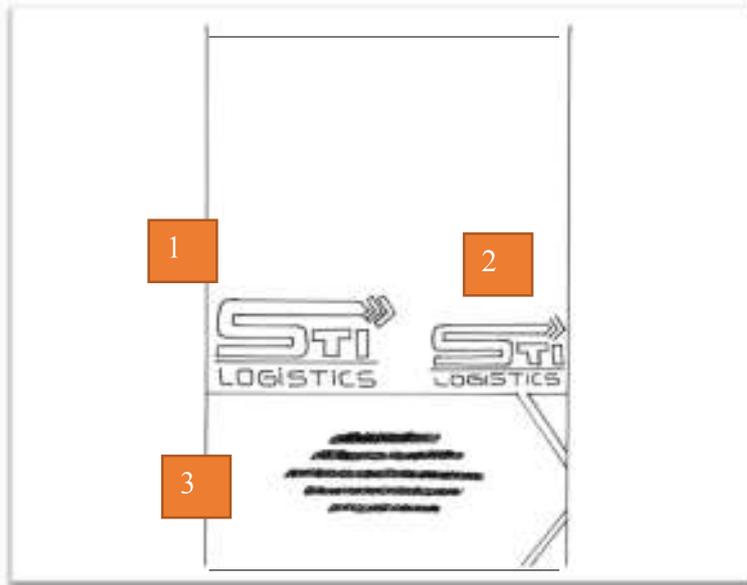
### **7.3 Proceso de Bocetaje**

El proceso de bocetaje es una importante herramienta ya que este ayuda a plasmar de forma visual o escrita las ideas, generando de esta manera una ayuda tanto para el diseñador como para el cliente, esta herramienta es un paso muy importante entre la conceptualización de una idea y la ejecución de la misma.

Esta herramienta visión analítica es muy importante ya que ayuda a activar la habilidad espacial, sensibilidad estética y visión geometrizable.

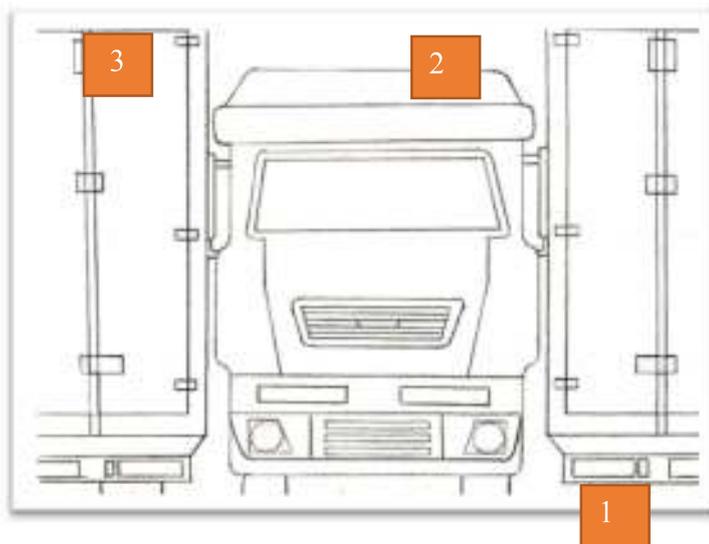
De tal forma que se estará utilizando esta importante herramienta de bocetaje para plasmar visualmente las ideas que se tienen para dar una solución a la problemática que se tiene con la empresa de Soluciones Terrestres Integradas.

### 7.3.1 Bocetaje de propuesta #1 Carpeta tipo trifoliar.



1. Gráfico donde se mostrará una parte del logotipo.
2. Logotipo
3. Caja de texto

### 7.3.2 Bocetaje de propuesta #2 Carpeta tipo trifoliar.



1. Logotipo
2. Gráficos referentes al tema, un cabezal de frente.
3. Gráficos referentes al tema, puertas del furgón.

### 7.3.3 Bocetaje de propuesta #1 Guía de carga perecedera y general.

3

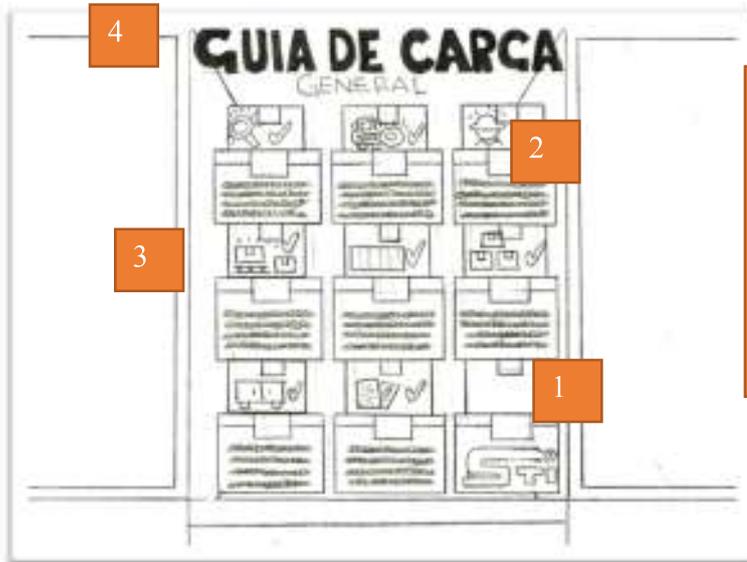


1. Cajas de texto
2. Iconos en relación al texto de la guía
3. Título de guía

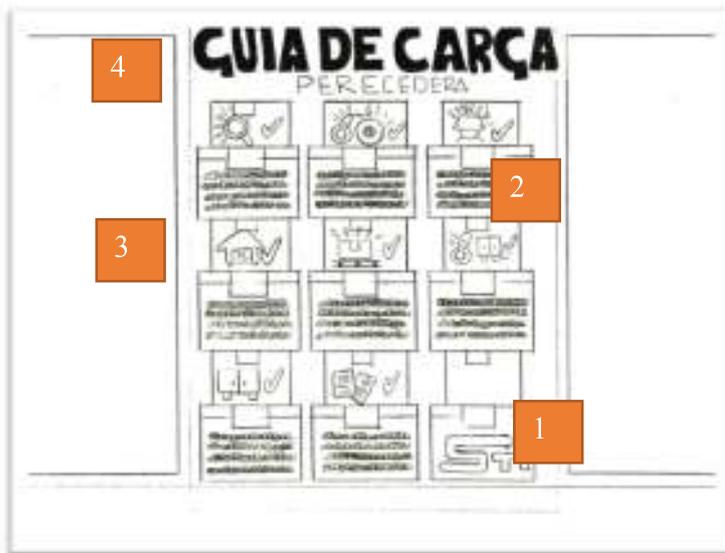


1. Cajas de textos
2. Iconos en relación al texto de la guía
3. Título de guía

### 7.3.4 Bocetaje de propuesta #2 Guía de carga precedera y general.



- 1. Logotipo
- 2. Cajas de textos
- 3. Iconos en relación al texto de la guía
- 4. Título de guía



- 1. Logotipo
- 2. Cajas de textos
- 3. Iconos en relación al texto de la guía
- 4. Título de guía

7.3.5 Digitalización de propuesta #1 Carpeta tipo trifoliar.

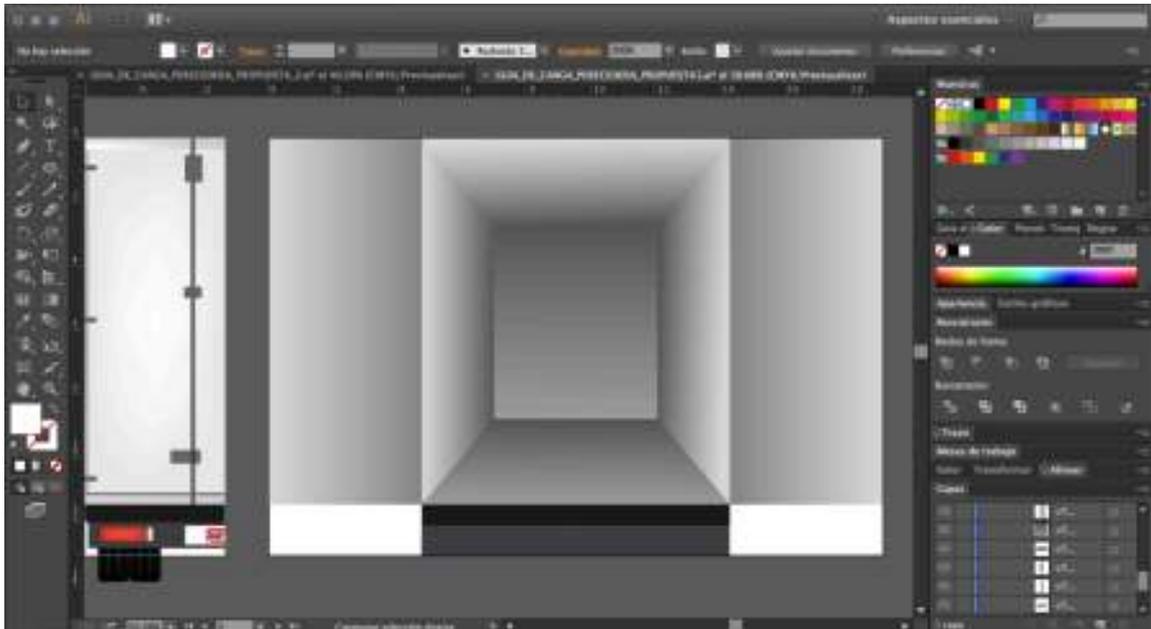


**7.3.6 Digitalización de propuesta #2 Carpeta tipo trifoliar.**





Carpeta por lado fuera (tiro)





Carpeta por lado dentro (retiro)

### 7.3.7 Digitalización de propuesta #1 Guía de carga perecedera y general.







**7.3.8 Digitalización de propuesta #2 Guía de carga perecedera y general.**



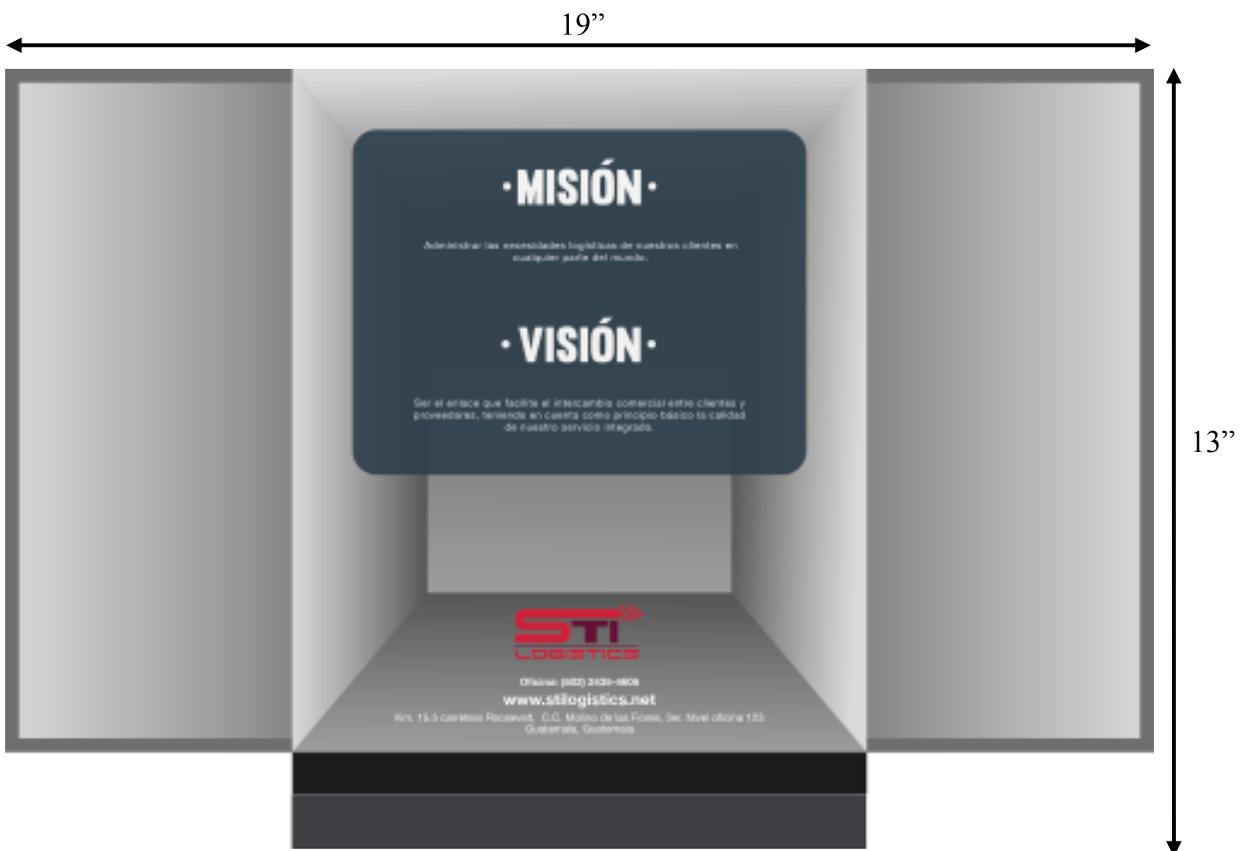




#### 7.4 Propuesta preliminar

Carpeta de la guía de carga impresa para informar acerca de las normas internacionales operativas de carga para exportación, dirigida a jefes y operadores de planta de la empresa Soluciones Terrestres Integradas.

1. La medida que se estableció para la carpeta es de 19x13 pulgadas.
2. Se definió como material a utilizar, papel husky.
3. Se implementó el logotipo en la carpeta, para crear un reconocimiento.
4. Se utilizó la ilustración del cabezal de un tráiler en la parte trasera de la carpeta, en las solapas se utilizó la ilustración de las puertas de un furgón, esto con el fin de crear un sentido temático de la empresa.
5. En la parte de adentro de la carpeta se creó la ilustración de la parte interna de un furgón, y se colocó información de la empresa, así como su misión y visión.



Guía de carga perecedera impresa para informar acerca de las normas internacionales operativas de carga para exportación, dirigida a jefes y operadores de planta de la empresa Soluciones Terrestres Integradas.

1. La medida que se estableció para la guía de carga perecedera es de 9.5x13 pulgadas.
2. Se definió como material a utilizar el papel husky.
3. Se implementó dentro del arte de la guía de carga perecedera el logotipo de la empresa.
4. Se utilizó la ilustración del furgón por dentro con cajas de cartón, en las que describen los pasos a seguir, tanto textual como visualmente.
5. Se utilizaron dos tipografías para el título, estas fueron Muro regular y New Cicle semi, esto con el fin de crear un impacto visual en el título y un descanso visual para el lector.
6. Se utilizaron íconos para facilitar la descripción de los pasos a seguir en la guía perecedera.

9.5"

# GUÍA DE CARGA PERECEDERA

The infographic is a vertical guide for loading perishable cargo. It features a grey background with a white and red title at the top. Below the title are eight numbered steps, each with an icon, a checkmark, and a text box. The steps are arranged in a grid-like fashion. The icons include a magnifying glass, a thermometer and tire, a hard hat, a warehouse, a truck, a container, a container with a checkmark, and a document. The STI Logistics logo is at the bottom right.

-  

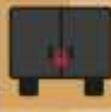
1. Evaluar las condiciones higiénicas del transporte y equipo de carga a utilizar, es importante revisar que no presenten tierra, rastros de otros productos, fugas de aceites o combustible.
-  

2. Se debe verificar que el transporte se encuentre en condiciones óptimas, inspeccionando el estado de los sellos de las puertas, el estado de las paredes y el correcto funcionamiento de temperatura de salida.
-  

3. El personal operativo de planta que participe en el proceso de carga, debe estar debidamente identificado y cumplir con las políticas de limpieza e higiene de la empresa con la que laboran.
-  

4. Cuando las características del producto lo requieran, estas deben permanecer en las cámaras frías donde están almacenadas a una temperatura adecuada.
-  

5. Evaluar las condiciones del embalaje del producto, estos deben estar sobre pallets y protegidos. Una buena aplicación de los materiales de embalaje, ayuda a prevenir eventualidades.
-  

6. Es importante recordar que el contenedor debe pre-enfriarse a la temperatura adecuada, con las puertas cerradas y con una anticipación de media hora, antes de introducir la carga.
-  

7. Finalizado el proceso de carga se deben cerrar cuidadosamente las puertas de la unidad y colocar el machampé que se proporcionará por el transporte.
-  

8. Se debe recopilar y entregar al piloto de la unidad los siguientes documentos: Factura original, licencia de exportación, Certificado Fitosanitario o Certificado Zoosanitario, Carta de Porte y Lista de empaque.

**STI**  
LOGISTICS

13"

Guía de carga general impresa para informar acerca de las normas internacionales operativas de carga para exportación, dirigida a jefes y operadores de planta de la empresa Soluciones Terrestres Integradas.

1. La medida que se estableció para la guía de carga general es de 9.5x13 pulgadas.
2. Se definió como material a utilizar el papel husky.
3. Se implementó dentro del arte de la guía de carga precedera el logotipo de la empresa.
4. Se empleó la ilustración del furgón por dentro con cajas de cartón, en las que describen los pasos a seguir tanto textual como visualmente.
5. Se utilizaron dos tipografías para el título, estas fueron Muro regular y New Cicle semi, esto con el fin de crear un impacto visual en el título y un descanso visual para el lector.
6. Se usaron iconos para facilitar la descripción de los pasos a seguir en la guía precedera.

9.5"

# GUÍA DE CARGA GENERAL

1. Evaluar las condiciones higiénicas del transporte y equipo de carga a utilizar, es importante revisar que no presenten tierra, rastros de otros productos, fujas de aceites o combustible.

2. Se debe verificar que al transporte se encuentre en condiciones óptimas, inspeccionando el estado de los sellos de las puertas, el estado de las paredes y verificar que no hayan mamparas fallas.

3. El personal operativo de planta que participe en el proceso de carga, debe estar debidamente identificado y cumplir con las políticas de limpieza e higiene de la empresa con la que laboran.

4. La mercancía en cantidad Menor que un Camión Completo a Camión Completo requieren de una planificación de carga en la cual se debe considerar los requisitos específicos de entrega del cliente.

5. Establezca un plan de carga que brinde la máxima protección de carga y distribución adecuada del peso del remolque.

6. Emplear un sistema de restricción para evitar daños durante el transporte, tomando en cuenta que el sistema de restricción depende de varios factores.

7. Después de que la mercancía está cargada y las puertas del contenedor están aseguradas con el sello o marchamo, se debe verificar que los cortes y las marcas requeridas estén fijados al contenedor.

8. Se debe recopilar y entregar al piloto de la unidad los siguientes documentos: Factura original, FAUGA o DEP-REX, Lista de empaque y Carta de porte y Manifiesto.

**STI**  
LOGISTICS

13"

# CAPÍTULO



## **Capítulo VIII: Validación Técnica**

Finalizada la propuesta preliminar del diseño del material impreso para informar acerca de los procedimientos operativos del proceso de carga para clientes actuales y potenciales de la empresa Soluciones Terrestres Integradas, se comienza la elaboración del proceso de validación de proyecto, que deberá determinar la disponibilidad de los recursos y la capacidad de cumplir con el objetivo del proyecto.

Para lograr el proceso de validación se empleará la encuesta como un método de investigación y recopilación de datos, que será de utilidad para el enriquecimiento funcional del proyecto.

### **8.1 Población y muestreo**

Para la validación de proyecto, se reunió la opinión de la distribución de los diversos grupos que conforman la muestra, mediante la herramienta de validación que evaluará la comunicación, el diseño y funcionalidad del proyecto.

La muestra se clasifica en 3 grupos:

**Cliente:** Son todas las personas que forman parte de la empresa que acreditan el proyecto, entre las que se encuentra la gerente general y el personal de tráfico.

**Experto:** Son todas las personas que poseen experiencia en el área de comunicación y diseño gráfico, que son catedráticos de forman parte de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Galileo.

**Grupo Objetivo:** Son todas las personas a quienes va dirigida la guía, y forman parte de las empresas de los clientes de Soluciones Terrestres Integradas. Dentro de este grupo de

personas se selecciona a gerentes de planta, operadores de planta y jefes operativos de exportación, dentro del grupo se tomó en cuenta a 20 personas.

### **8.1.1 Muestra del cliente.**

Para la ejecución de la evaluación del proyecto, se seleccionó a la gerente general y el personal de tráfico, a quienes se les mostro una propuesta preliminar y una propuesta final.

Encuestados:

Licda. Wendy Roxana Valle, Gerente General de Soluciones Terrestres Integradas.

Ing. Jorge Calvillo, Departamento de Tráfico

### **8.2 Muestra Expertos**

Para el muestreo de expertos, se ha seleccionado a 5 importantes catedráticos que pertenecen a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo, quienes brindan un valor agregado a la parte semiológico y funcional.

Encuestados:

Licda. Andrea Aguilar, Catedrática de Diseño en FACOM.

Lic. José Manual Monrroy, catedrático de Software y Diseño en FACOM.

Licda. Lisette Perez Aguirre, Directora General de Cuenta y catedrática de Diseño en FACOM.

Lic. Marlon Borrayo, catedrático de software en FACOM.

Lic. Rolando Barahona, Catedratic de Software y Diseño en FACOM

## **8.3 Método e Instrumentos**

### **8.3.1 Método Cualitativo.**

El método de investigación cualitativo tiene como objetivo recolectar información y describir las cualidades de un fenómeno. Basado en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas se recopila dicha información, para luego interpretarlo y describirlo minuciosamente.

El método cualitativo trata de encontrar la manera de descubrir tantas cualidades que se entiendan a profundidad, mas no con exactitud. El método cualitativo en su mayoría busca el significado de las cosas, pero también es explicativo y exploratorio.

Según contextos culturales, ideológicos y sociológicos, si existe una selección previa basada en parámetros, está ya no es considerada cualitativa.

### **8.3.2 Método Cuantitativo.**

El método de investigación cuantitativo es un método estructural, que se encarga de recopilar los datos y analizar los datos obtenidos de las distintas fuentes. Se basa en la aplicación de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para que, de esta manera específica, delimita y entienden qué tan conceptualizado se encuentra la búsqueda de resultados trazables a una población considerable.

La investigación cuantitativa a grandes rasgos generalmente busca medir la dimensión con que se buscan datos estadísticos que se interpreten imparcialmente. Definiendo así una relación estructurada de causa y efecto entre el problema y los factores.

### **8.3.3 Encuesta.**

La encuesta es una herramienta para la investigación y recopilación de datos, que tienen amplia variedad para realizar, sin embargo, contienen varios factores que son frecuentes en las encuestas. Todo depende de la metodología a utilizar y cuáles sean los propósitos que se deseen obtener en la investigación.

Por medio de la encuesta, logramos conseguir una exposición de preguntas, que serán de beneficio para la recopilación de datos específicos; la delimitación de una población específica, la recaudación de una muestra y el método que se aprovechará para la recopilación de datos, que determinará la compilación y adaptación.



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

(FACOM)

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO TESIS

Género: F       Experto:       Nombre:   
M       Cliente:       Profesión:   
Grupo Objetivo:       Puesto:   
Años de experiencias en  
el mercado:

Encuesta de validación de proyecto

DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA INFORMAR ACERCA DE LOS  
PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS DEL PROCESO DE CARGA PARA CLIENTES  
ACTUALES Y POTENCIALES.

GUATEMALA, GUATEMALA, 2018

Antecedentes:

Soluciones Terrestres Integradas, es una empresa joven que nació en el año 2007, con una operación logística especializada en el transporte de carga seca y perecedera proveniente de Estados Unidos y México con destino final Guatemala, la región centroamericana y viceversa.

El fin de la empresa es brindar una asesoría a cada uno de los operadores de planta que participen en el proceso de carga, en la cual puedan consultar y verificar cada uno de los pasos a seguir, de manera que puedan llevar a cabo con éxito las normas operativas de carga perezcedera; también busca aminorar los gastos que representan tanto para el cliente como para la empresa, una perdida, esto debido a una omisión de una de las normas.

Para poder ejecutar dicha asesoría, la empresa de Soluciones Terrestres Integradas ha solicitado la realización de una guía de normas operativas internacionales de carga perezcedera, la cual se brindara por medio de material impreso que produzca un interés. La guía debe transmitir el mensaje claro y conciso, promocione a la empresa y que cumpla con la meta establecida.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe la guía y según si criterio profesional contéstelas siguientes preguntas de la evaluación.

**Parte Objetiva:**

- 1) ¿Considera usted importante investigar los conceptos y las tendencias de diseño necesarias para el desarrollo de una guía impresa a través de fuentes de investigación que protejan y respalden las propuestas gráficas formado a clientes actuales y potenciales?

Si

No

2) ¿Considera usted necesario recopilar la información más importante de la empresa a través del documento Brief para crear un diseño acorde y conveniente para el entendimiento de los operadores de planta de los clientes actuales y potenciales?

Si

No

3) ¿Cree usted que ilustrar la composición gráfica por medio del software requerido para que esta sea integrada, balanceada y facilite la comprensión de nuestro cliente final?

Si

No

4) ¿Considera usted que diagramar la propuesta de guía impresa de carga para establecer el orden de los elementos, distribuyéndolos de tal forma que el mensaje sea directo y funcional para los clientes actuales y potenciales?

Si

No

### Parte Semiológica

5) ¿Considera usted que la información recopilada en la guía es clara y concisa?

Muy conveniente

Poco conveniente

Nada conveniente

6) ¿Considera usted que la guía cuenta con suficiente información?

Muy conveniente

Poco conveniente

Nada conveniente

7) ¿Según su criterio, los colores utilizados en la guía son?

Muy conveniente

Poco conveniente

Nada conveniente

8) ¿Considera usted que las tipografías utilizadas en la guía son?

Muy conveniente

Poco conveniente

Nada conveniente

9) ¿Según su criterio, el diseño de la guía es ordenado y entendible?

Muy de acuerdo

Poco de acuerdo

Nada de acuerdo

### **Parte Operativa**

10) ¿Según su criterio, los tamaños de los elementos gráficos en la guía son?

Muy de acuerdo

Poco de acuerdo

Nada de acuerdo

11) ¿Considera usted que las ilustraciones utilizadas en la guía son entendibles?

Muy de acuerdo

Poco de acuerdo

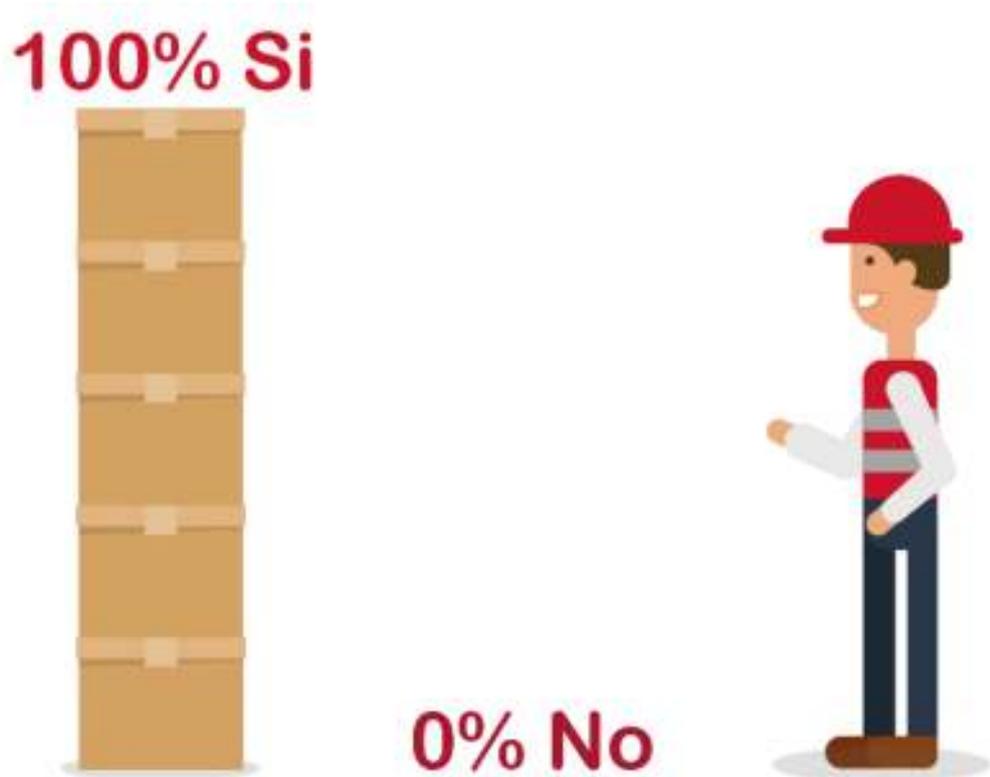
Nada de acuerdo

### **8.3 Resultados e interpretación de resultados**

Se presentarán las gráficas que interpretan de forma gráfica lo admisible, práctico y eficaz del proyecto de guía impresa, para informar acerca de los procedimientos operativos del proceso de carga para clientes actuales y potenciales, por medio de la tabulación de los datos recopilados.

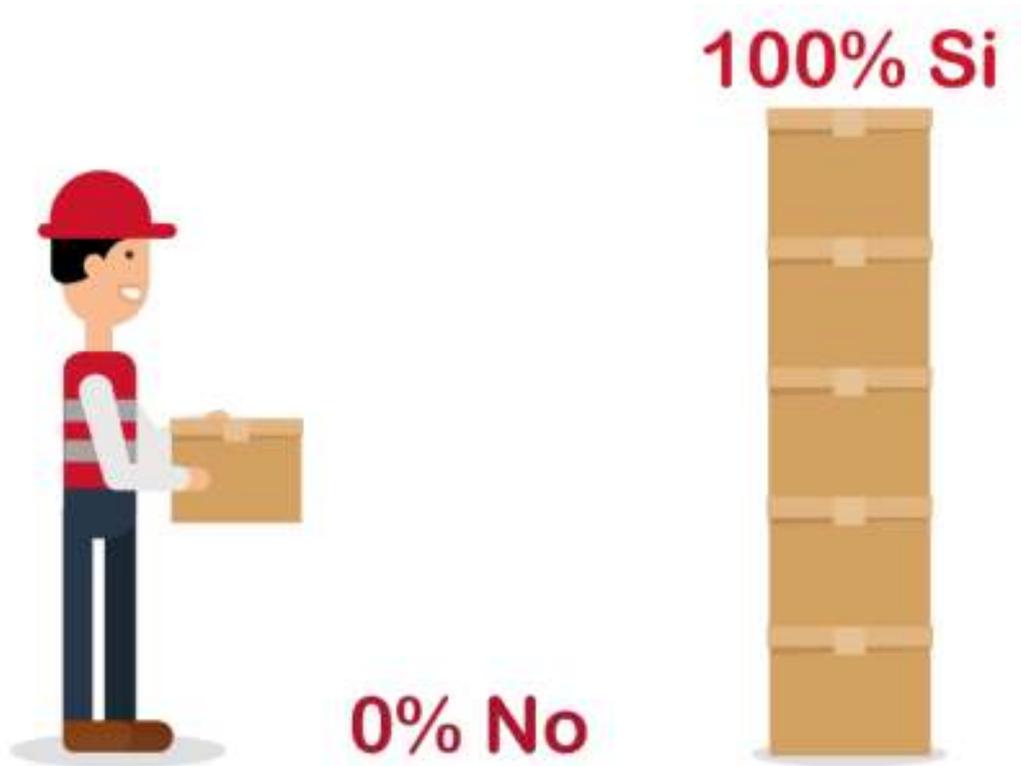
### Parte objetiva

¿Considera usted importante investigar los conceptos y las tendencias de diseño necesarias para el desarrollo de una guía impresa a través de fuentes de investigación que protejan y respalden las propuestas gráficas formando a clientes actuales y potenciales?



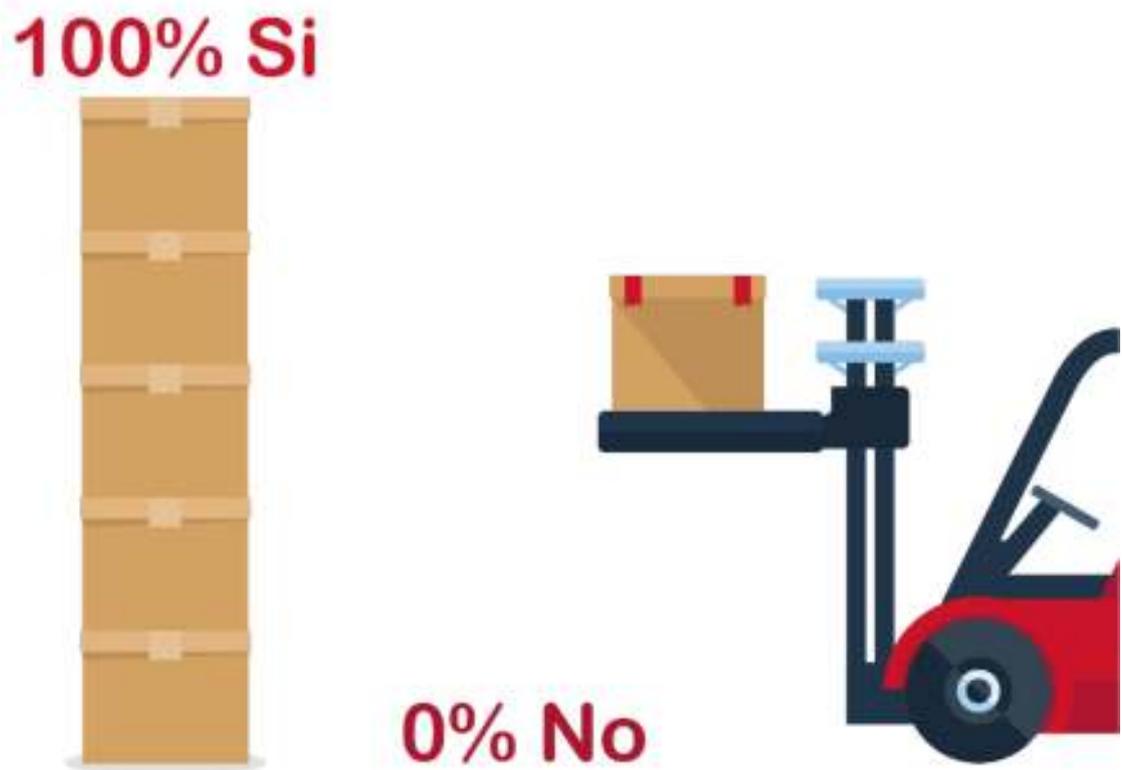
Interpretación: El 100% de los encuestados consideró importante investigar los conceptos y las tendencias de diseño necesarias para el desarrollo de una guía impresa a través de fuentes de investigación que protejan y respalden las propuestas gráficas formando a clientes actuales y potenciales.

¿Considera usted necesario recopilar la información más importante de la empresa a través del documento Brief para crear un diseño acorde y conveniente para el entendimiento de los operadores de planta de los clientes actuales y potenciales?



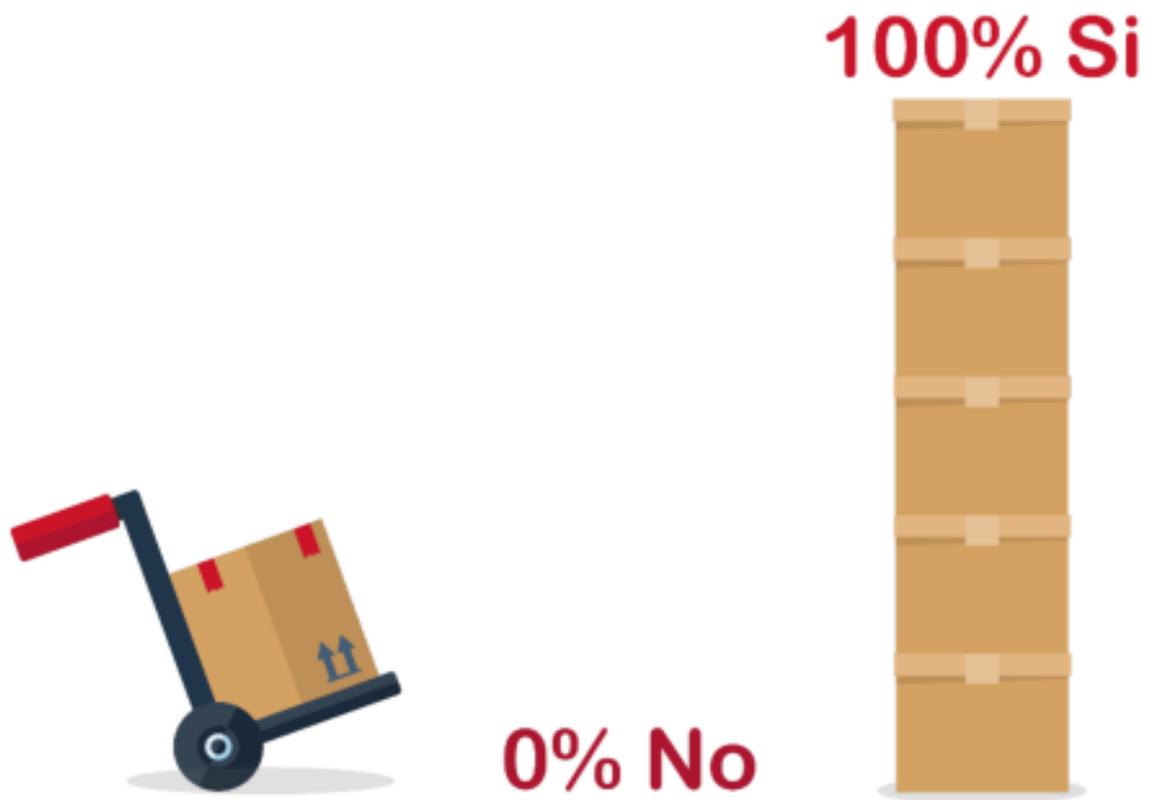
Interpretación: El 100% de los encuestados consideró necesario recopilar la información más importante de la empresa a través del documento Brief para crear un diseño acorde y conveniente para el entendimiento de los operadores de planta de los clientes actuales y potenciales.

¿Cree usted que ilustrar la composición gráfica por medio del software requerido para que esta sea integrada, balanceada y facilite la comprensión de nuestro cliente final?



Interpretación: El 100% de los encuestados consideró que ilustrar la composición gráfica por medio del software requerido para que esta sea integrada, balanceada y facilite la comprensión de nuestro cliente final.

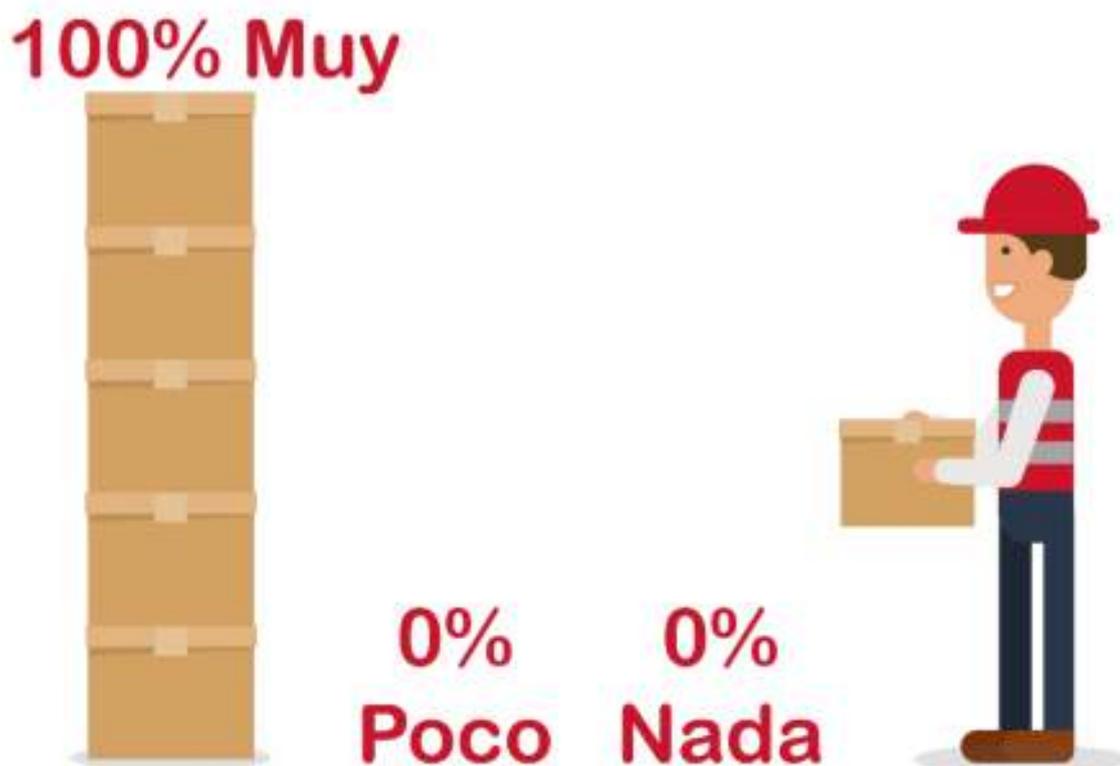
¿Considera usted que diagramar la propuesta de guía impresa de carga para establecer el orden de los elementos, distribuyéndolos de tal forma que el mensaje sea directo y funcional para los clientes actuales y potenciales?



Interpretación: El 100% de los encuestados consideró que diagramar la propuesta de guía impresa de carga para establecer el orden de los elementos, distribuyéndolos de tal forma que el mensaje sea directo y funcional para los clientes actuales y potenciales.

## Parte Semiológica

¿Considera usted que la información recopilada en la guía es clara y concisa?



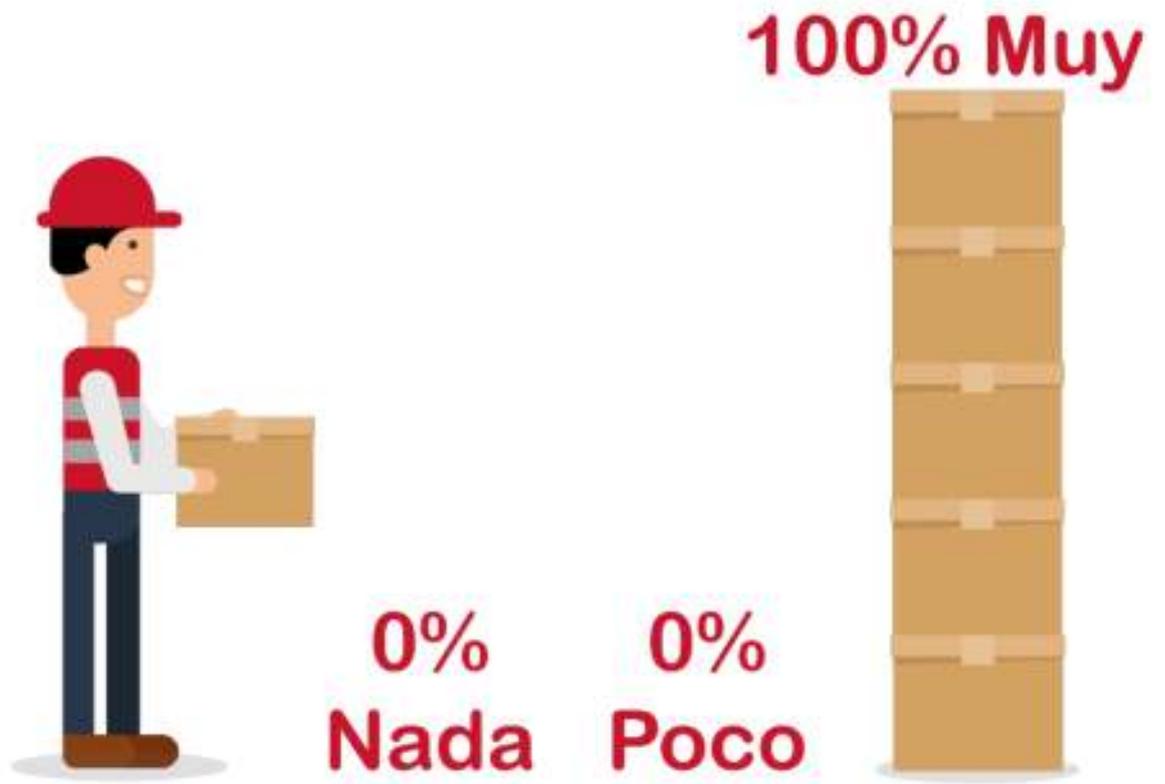
Interpretación: El 100% de los encuestados consideró que la información recopilada en la guía es clara y concisa.

¿Considera usted que la guía cuenta con suficiente información?



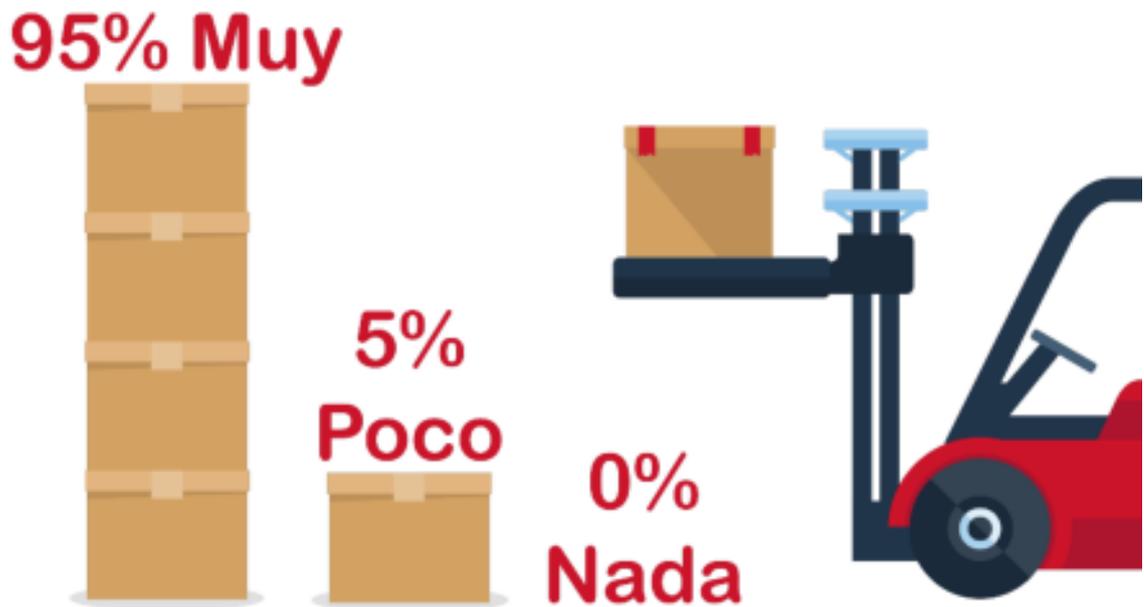
Interpretación: El 89% de los encuestados consideró que la guía cuenta con suficiente información y el 11% de los encuestados consideró que la guía cuenta con poca información.

¿Según su criterio, los colores utilizados en la guía son?



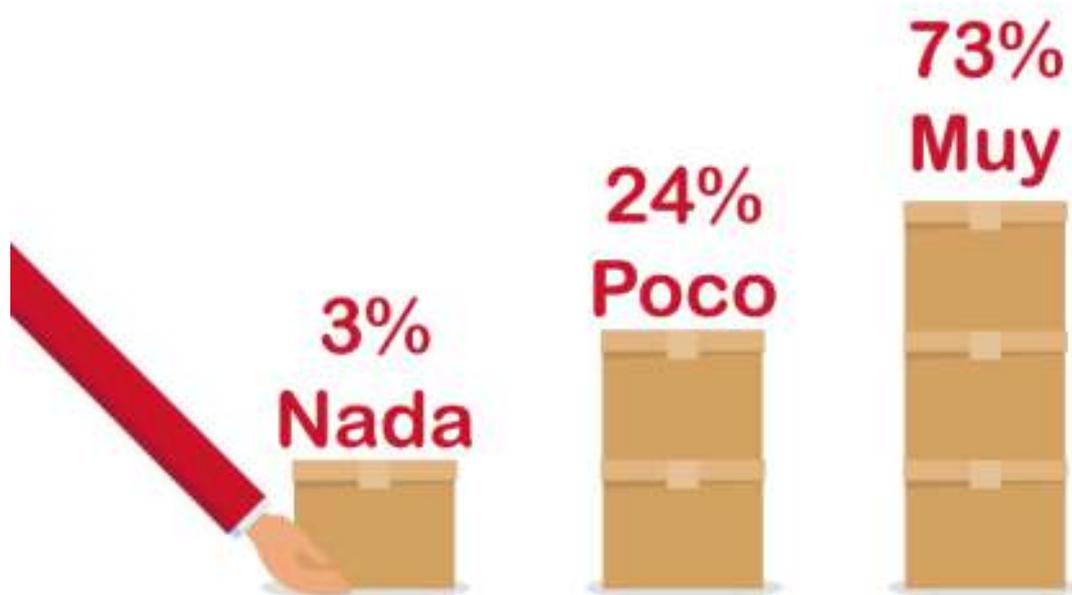
Interpretación: El 100% de los encuestados consideró que los colores utilizados en la guía son muy convenientes.

¿Considera usted que las tipografías utilizadas en la guía son?



Interpretación: El 95% de los encuestados consideró que las tipografías utilizadas en la guía son muy convenientes y el 5% de los encuestados consideró que son poco convenientes.

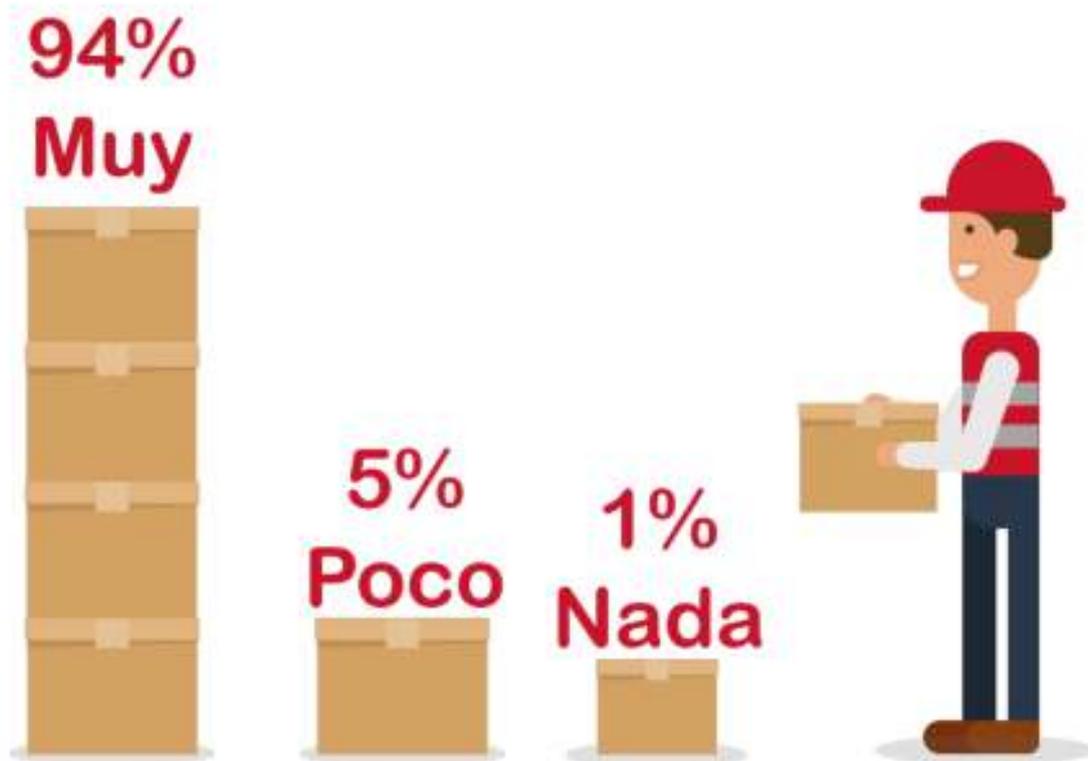
¿Según su criterio, el diseño de la guía es ordenado y entendible?



Interpretación: El 73% de los encuestados, según su criterio, consideró que el diseño de la guía es muy ordenado y entendible, el 24% de los encuestados consideró que es poco ordenado y entendible y el 3% de los encuestados consideró que es nada ordenado y entendible.

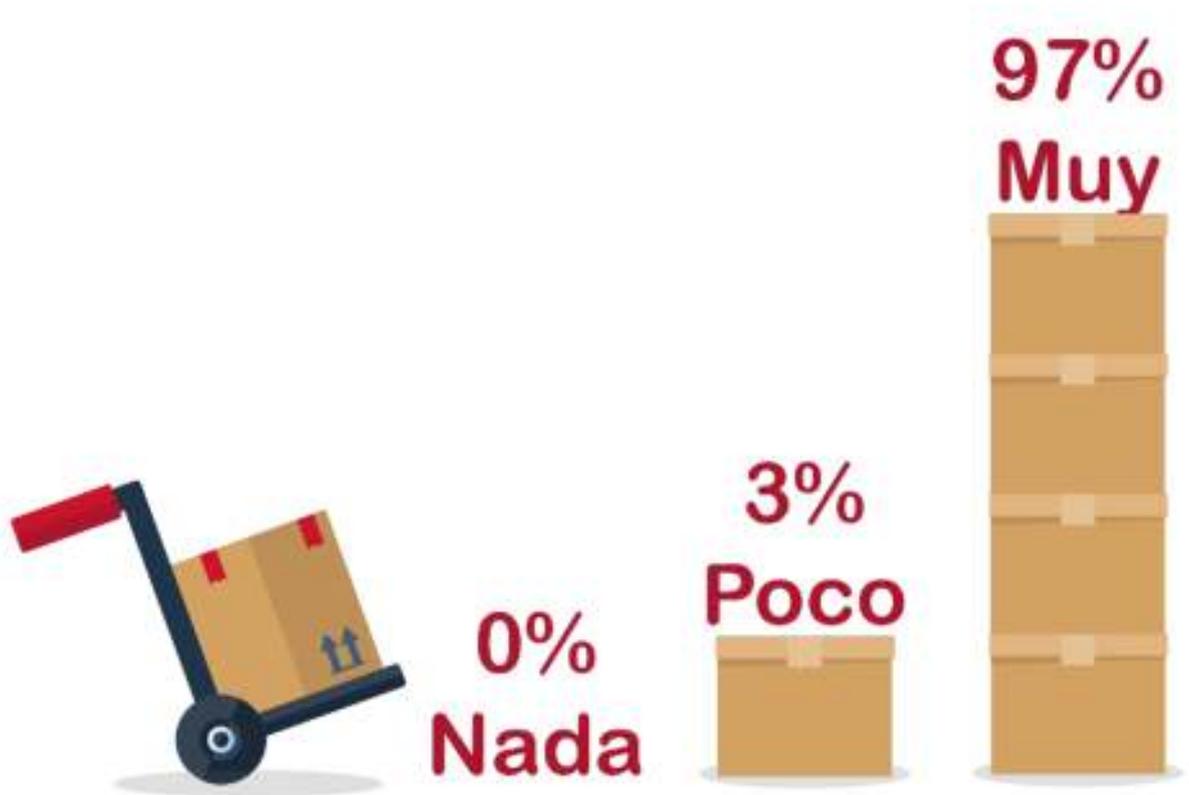
## Parte Operativa

¿Según su criterio, los tamaños de los elementos gráficos en la guía son?



Interpretación: El 94% de los encuestados, consideró que los tamaños de los elementos gráficos en la guía son muy convenientes, el 5% de los encuestados consideró que es poco conveniente y el 1% de los encuestados consideró que es nada conveniente.

¿Considera usted que las ilustraciones utilizadas en la guía son entendibles?



Interpretación: El 97% de los encuestados consideró que las ilustraciones utilizadas en la guía son entendibles y el 3% consideró que son poco entendibles.

#### **8.4 Cambios con base a resultados**

En las siguientes imágenes se podrá observar los cambios que se realizaron en base a los resultados de las encuestas y comentarios adicionales que se recopilaron de los encuestados, esto con el fin de brindar un proyecto eficaz y excepcional.

## Guía de carga perecedera



**Antes**

**Después**

**Antes:** En la guía de carga perecedera se contaba con algunos iconos que no se lograban visualizar y comprender en cuanto al color y formas que poseían.

El primero y séptimo paso carece de información que es vital para la correcta funcionalidad de la guía.

**Después:** Se pudieron realizar varios cambios con respecto a las formas de algunos iconos y los colores que no generaban lo que se deseaba transmitir. También se agregó información que era vital para el funcionamiento eficaz de la guía. En el primer paso se agregó el texto que dice “insectos” y el séptimo paso se agregó el texto que dice “Revisar la temperatura”.

## Guía de carga general



**Antes**

**Después**

**Antes:** En la guía de carga general cuenta con iconos que no cumplen con su función de transmitir el mensaje deseado y los colores de los mismos no reflejan lo que son y envían un mensaje erróneo.

**Después:** Se procedió a realizar el cambio de colores y formas de los iconos, formando un balance de colores y una transmisión fácil y eficiente del mensaje que se desea transmitir al grupo objetivo.



# CAPÍTULO IX

## Capítulo IX Propuesta Gráfica Final

### 9.1 Propuesta gráfica final

A continuación, se presenta la guía, que se obtuvo como propuesta final, basada en los cambios sugeridos en las encuestas. En las siguientes imágenes se podrá observar el tiro y retiro de la carpeta de la guía. La guía de carga precedera también será tiro y retiro.

#### Carpeta Tiro



En el tiro de la carpeta podremos observar el interior de un furgón, las solapas de los lados serán las puertas, en la parte inferior del camión de color gris oscuro, que simula una pestaña de metal, se encontrará un doble que servirá para sostener las guías y dentro se mostrará información de la empresa.

## Carpeta Retiro



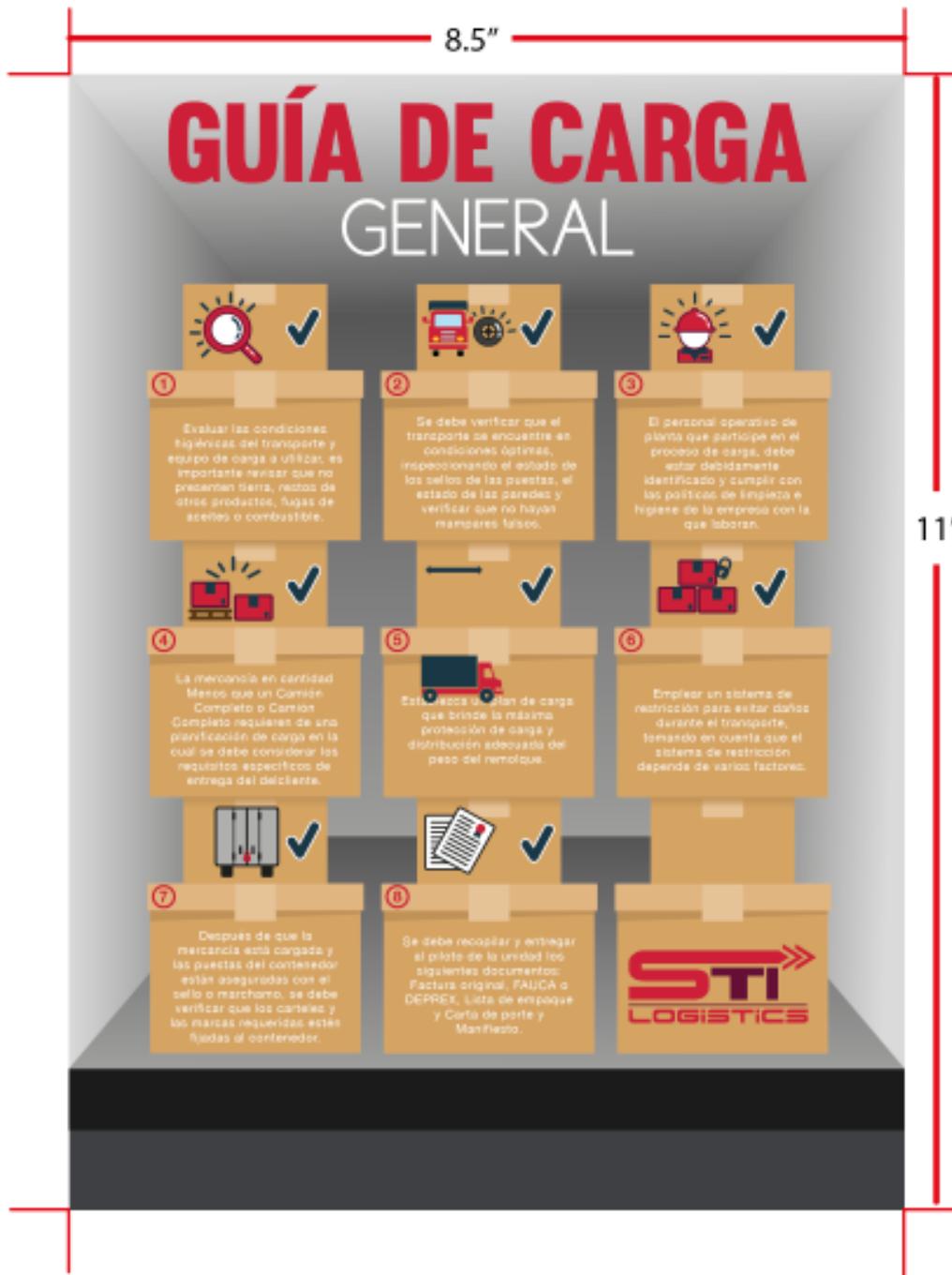
En el retiro de la carpeta podremos observar el frente de y parte del furgón por la parte superior un camión y a los lados las solapas que contiene las puertas por fuera del furgón, en la parte inferior del camión de color gris oscuro que simula una pestaña de metal, se encontrará un dobles que servirá para sostener las guías.

## Guía de carga perecedera tiro



En la guía de carga perecedera podremos observar el interior de un furgón y dentro de él va la carga, en que van descritos todos los pasos con sus respectivas ilustraciones.

## Guía de carga general retiro



En la guía de carga general podremos observar el interior de un furgón y dentro de él va la carga, en que van descritos todos los pasos con sus respectivas ilustraciones.

# CAPÍTULO X



## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

Para que el proyecto de diseño de guía de carga impreso, para establecer normas operativas internacionales del proceso de carga perezca sea efectivo, es indispensable aplicar dicho proyecto para que el grupo objetivo se familiarice. Por consiguiente, se darán a conocer los costos tanto de elaboración, como los costos de producción.

El plan de costos de elaboración nos permite establecer los recursos necesarios para la ejecución de la guía de carga, para proceder a la reproducción de la misma y generar los costos de elaboración.

Para la elaboración de las piezas de la guía de carga es indispensable seguir los procedimientos necesarios que se requiere para un proceso creativo y establecer las horas que serán requeridas:

- Recopilar información
- Proceso creativo
- Elaboración de bocetaje de las piezas
- Idealización del proyecto.

### 10.1 Plan de costos de elaboración

<b>Plan de costos de elaboración</b>	
<b>Tiempos de trabajo del proceso de bocetaje y diseño</b>	
Tiempo	Meses de Junio a Julio
Meses	2 meses
Semanas	8 semanas
Días	61 días
Horas de trabajo y costos	6 horas * Q. 25.00= Q. 150.00

## 10.2 Plan de costos de producción

En la siguiente tabla se explicará de forma clara y concisa el plan de producción que se llevó a cabo con el proyecto de la guía de carga. Plan de costos de distribución cubre 3 meses de trabajo que se distribuye en:

Elaboración de la propuesta preliminar.

Validación de técnica con cliente, expertos y el grupo objetivo.

Realización y comparación de cambios en base a los resultados de las encuestas de la propuesta final del proyecto de guía de carga.

<b>Plan de costos de producción</b>	
<b>Tiempos de trabajo del proceso de elaboración</b>	
Tiempo	Meses de Octubre a Diciembre
Meses	3 meses
Semanas	12 semanas
Días	60 días
Horas de trabajo y costos	5 horas * Q. 25.00= Q. 125.00

### 10.3 Plan de costos de reproducción

Se envió a cotizar las piezas del proyecto de guía de carga a diversas imprentas para sacar un costo, siendo este un costo promedio de las cotizaciones que se recopilamos más beneficios e impuestos del 12% de IVA.

<b>Plan de costos de reproducción</b>	
<b>Costos por reproducción de material</b>	
Carpeta de guía de carga	<b>Guía de carga / set carpetas tipo trifoliar</b> Impresas a full color solo tiro y retiro en husky 10 tamaño abierto de 13 x 19 pulgadas. <b>Guía de carga / set de hojas con guía de carga</b> Impresas a full color solo tiro y retiro en husky 10 tamaño 8.5 x 11 pulgadas.
Costo total	Q. 6,662.72

#### 10.4 Plan de costos de distribución

En el plan de costos de distribución no existen costos estimados, debido a que el material impreso de la guía de carga será distribuido por el personal de la empresa Soluciones Terrestres Integradas, conforme visitas a clientes actuales y potenciales.

#### 10.5 Cuadro con resumen general de costos

<b>Margen de utilidad</b>	
<b>Detalle de costos de elaboración de material</b>	
Costos de elaboración	Q. 150.00
Costos de producción	Q. 125.00
Costos de reproducción	Q. 6,662.72
Costo de distribución	Q. 0.00
Total de costos	Q. 6,937.72
Costo de IVA 12%	Q. 832.53
Margen de utilidad 20%	Q. 1,554.05
Costo total	Q. 7,495.25

# CAPÍTULO XIII



## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

Se propuso una guía de carga impresa que consta de tres piezas; la carpeta en que se encontrará información de la empresa de Soluciones Terrestres Integradas, la guía de carga donde se detallará paso a paso como realizar la operación de una forma correcta y las hojas, que contienen los documentos que se requieren para exportación. Estas piezas permitirán a los clientes actuales y potenciales ejecutar de manera correcta y eficaz el proceso de carga, que evitarán inconvenientes durante su trayecto por carretera.

- Se diseñó una guía impresa para informar acerca de las normas operativas de carga para exportación, dirigida a jefes y operadores de planta, de la empresa Soluciones Terrestres Integradas.
- Se investigaron los conceptos y las tendencias de diseño a través de fuentes de investigación necesarios para el desarrollo de la guía impresa.
- Se recopiló la información más importante de la empresa a través del documento Brief para incluirla a la guía impresa.
- Se ilustraron los elementos gráficos para dar una idea clara de los procesos de carga incluido en la guía.

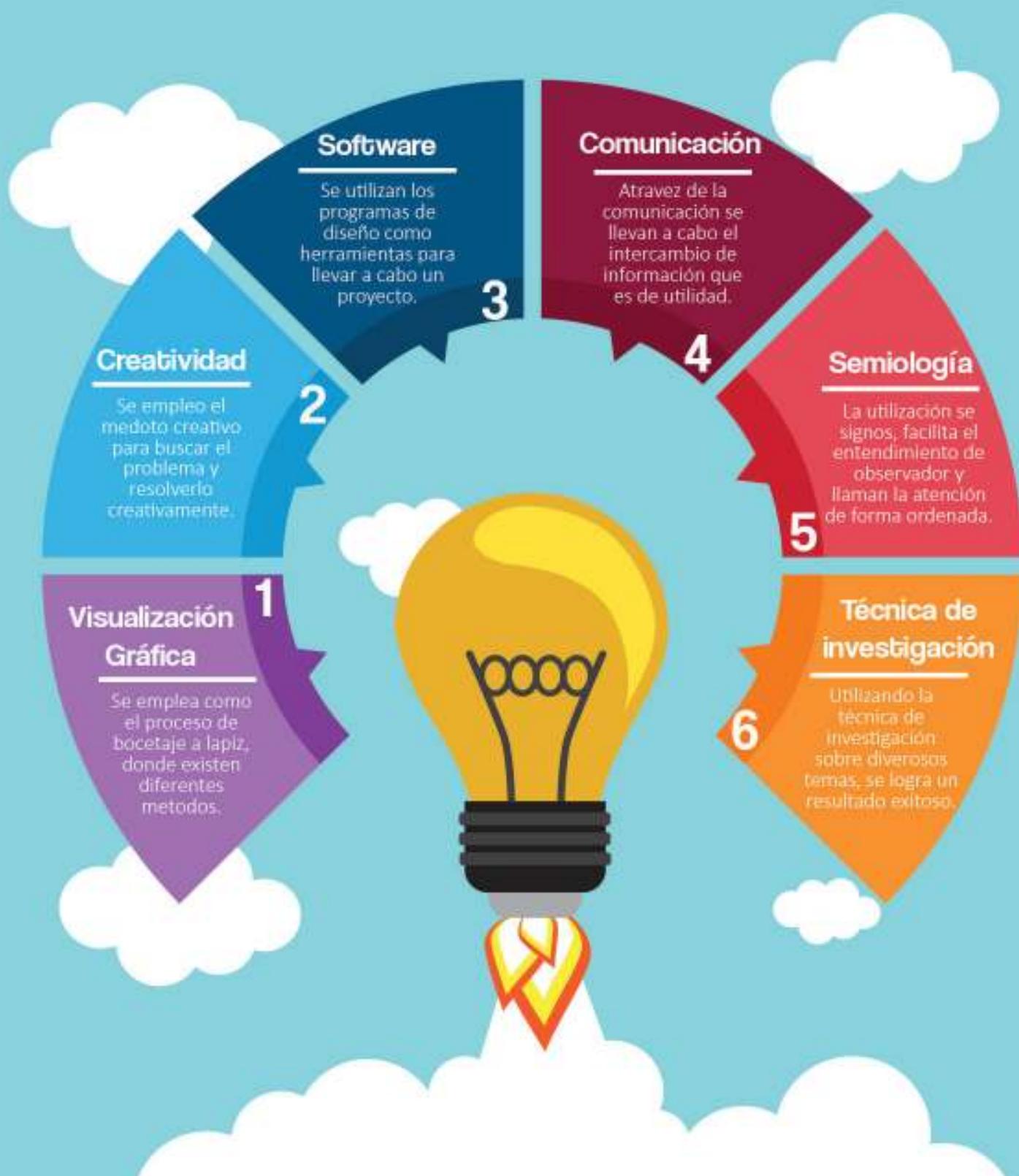
## **11.2 Recomendaciones**

- Se recomienda utilizar un tipo de papel grueso, resistente y brillante para la impresión de la guía de normas operativas de carga para exportación.
- Se recomienda la revisión y actualización de la información, que fue plasmada en la guía impresa de normas operativas de carga para exportación.
- Se recomienda establecer un tiempo de vida para la guía de carga impresa, debido al uso constante que pueda tener.
- Se recomienda la distribución de material promocional para crear un vínculo y una fidelización con los clientes actuales y potenciales.

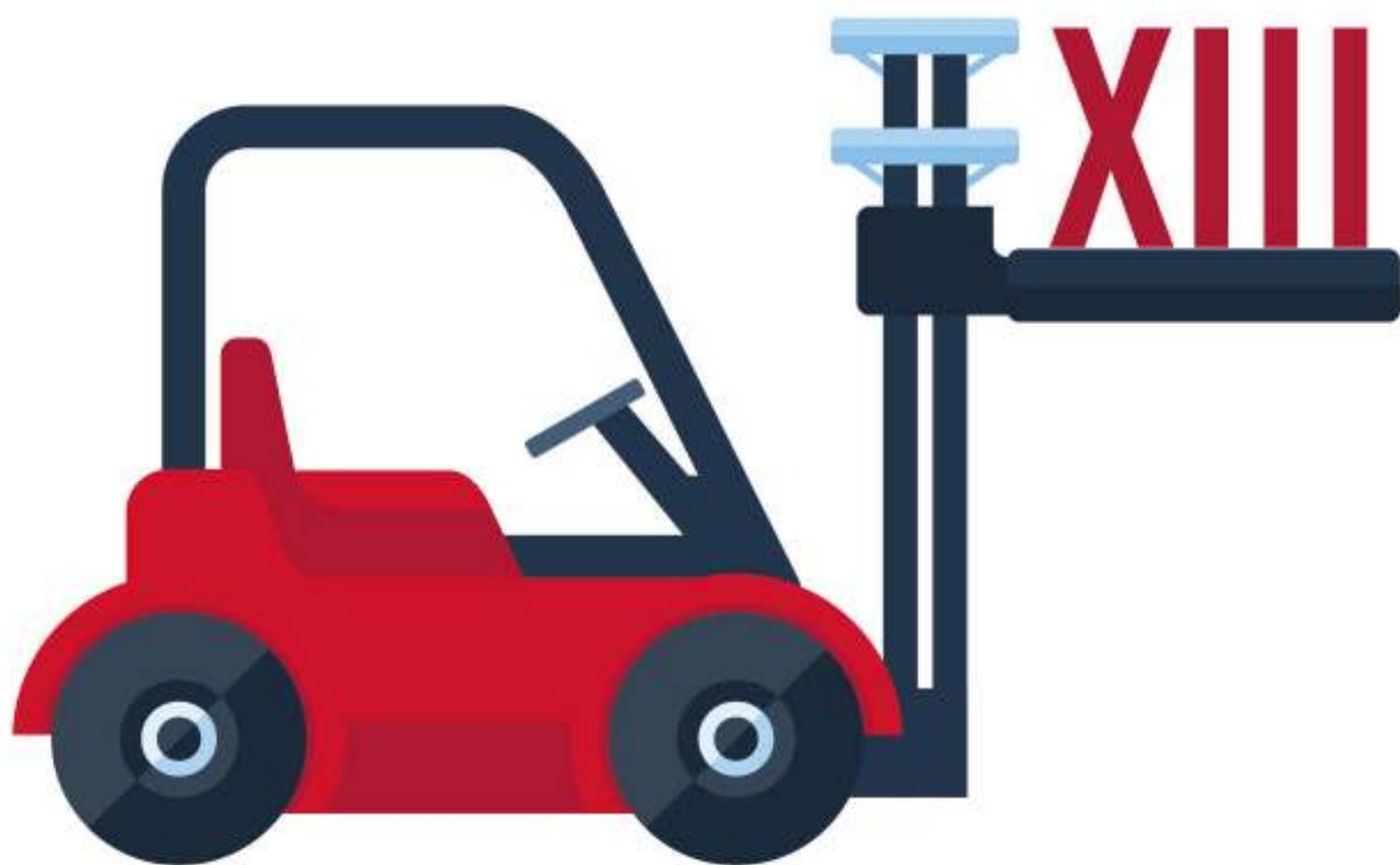


**XII**  
**CAPÍTULO**

# Conocimiento General



# CAPÍTULO



## Capítulo XIII: Referencias bibliográficas

### 13.1 Referencias en libros

(A)

Andrés, D. Z. (2007). *Introducción al Diseño Editorial*. Madrid, España: Visión Net.

(C)

Chang, K. (2006). *Diseñar Tipografía*. Barcelona, España: GustavoGili.

Cánovas, A. C. (2011). *Trasporte Internacional de Mercancías*. Madrid, España: Publidisa.

(D)

D'Ambra, M. (2016). *Técnicas de Comunicación*. Barcelo, España: De Vecchi.

(H)

Hernández, S. M. (2004). *Comercio Internacional I*. México: Editorial Limusa, S.A. de C.V.

(L)

Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2013). *El poder del Story Telling Visual Onfografías*. Barcelona, España: Gestión 2000 S.A.

Luis, P. (2012). *Dirección y gestión de recursos humanos. (7a.)*. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos, S.A.

(R)

Ramírez, A. C. (2015). *Logística Comercial Internacional*. Colombia, Barranquilla:  
Editorial Universidad del Norte.

Ricupero, S. A. (2007). *Diseño Gráfico en el Aula*. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.

(T)

Trias, F. G. (1979). *La Exportación y los Mercados Internacionales*. Barcelona, España:  
Editorial Hispano Europea.

(U)

Uribe, L. A. (2009). A PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN VERBAL. *Forma y  
Función*, 23.

(V)

Viggiano, N. G. (2009). *Comunicación y Lenguaje*. San José, Costa Rica: CECC/SICA.

(W)

Wong, W. (1991). *Fundamentos de diseño bi- y tri-dimensional*. Barcelona, España:  
Gustavo Gili, S.A.

## 13.2 Bibliografía Web

(A)

Aldana, A. A. (21 de Febrero de 2017). *CogniFit*. Obtenido de <https://blog.cognifit.com/es/psicologia-del-color-significado-colores/>

(B)

Bautista, A. W. (27 de Septiembre de 2011). *Gestopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-andragogia-importancia-capacitacion-recurso-humano-empresas/>

(C)

Carreño, D. (22 de Noviembre de 2011). *Estudio Creativo*. Obtenido de <http://www.estudio-creativo.com/2011/11/influencias-del-diseno-grafico-minimalismo/>

CocoSchool. (26 de Julio de 2016). *CocoSchool*. Obtenido de <http://www.cocoschool.com/ilustracion-diseno-grafico/>

(G)

Gastélum, J. A. (3 de Agosto de 2015). *Things That I Love*. Obtenido de <https://juanandresbg.wordpress.com/2015/08/03/proceso-creativo-del-diseno-iconografico/>

(L)

López, E. (2 de Abril de 2016). *Roast Brief*. Obtenido de Roast Brief: <http://www.roastbrief.com.mx/2016/04/la-ilustracion-en-el-diseno-grafico/>

López, J. A. (14 de septiembre de 2011). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/logistica-gestion-compras-almacenes-transporte/>

(N)

Neuronilla. (s.f.). *Neuronilla*. Obtenido de <https://www.neuronilla.com/listado-de-atributos/>

(P)

Porto, J. P., & Merino, M. (2008). *Definición*. Obtenido de Definición: <http://definicion.de/comunicacion/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2009). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/psicologia-industrial/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2012). *Denición*. Obtenido de <http://definicion.de/disenio/>

Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/gestalt/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2017). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/administracion-de-empresas/>

(U)

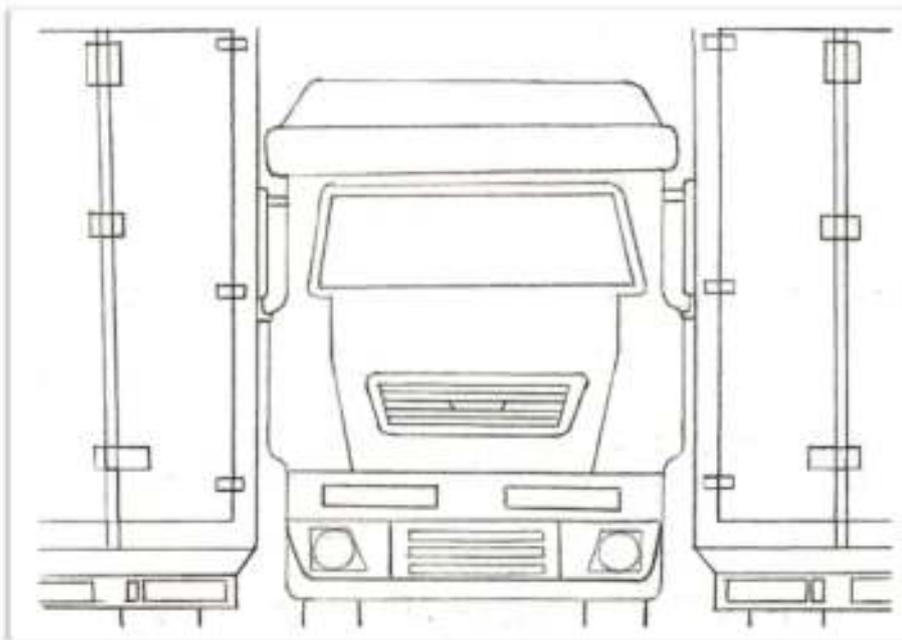
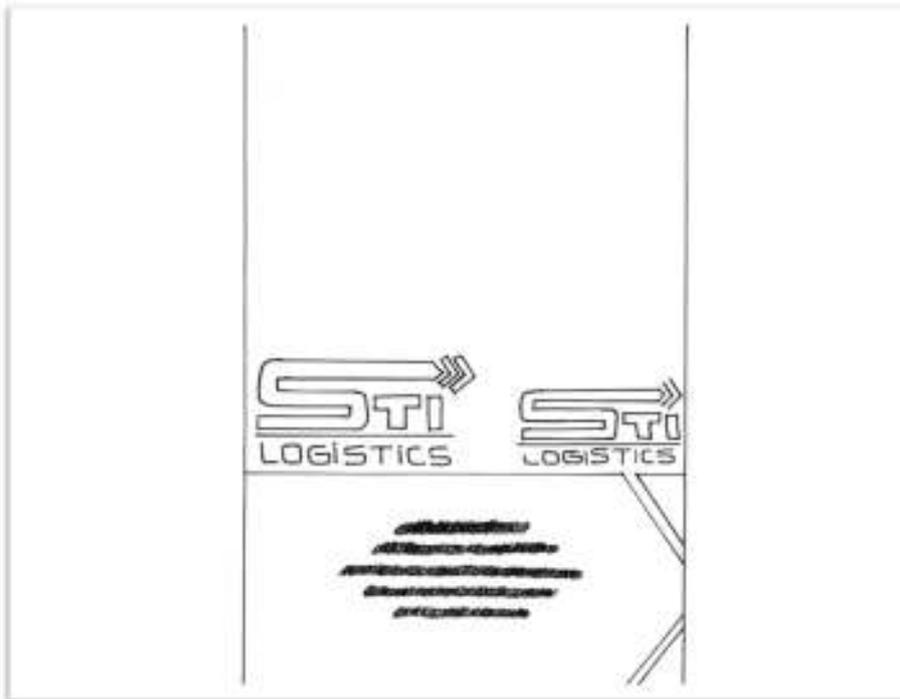
Universidad de Valencia. (22 de Octubre de 2012). *UV*. Obtenido de <http://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA8.wiki?3>

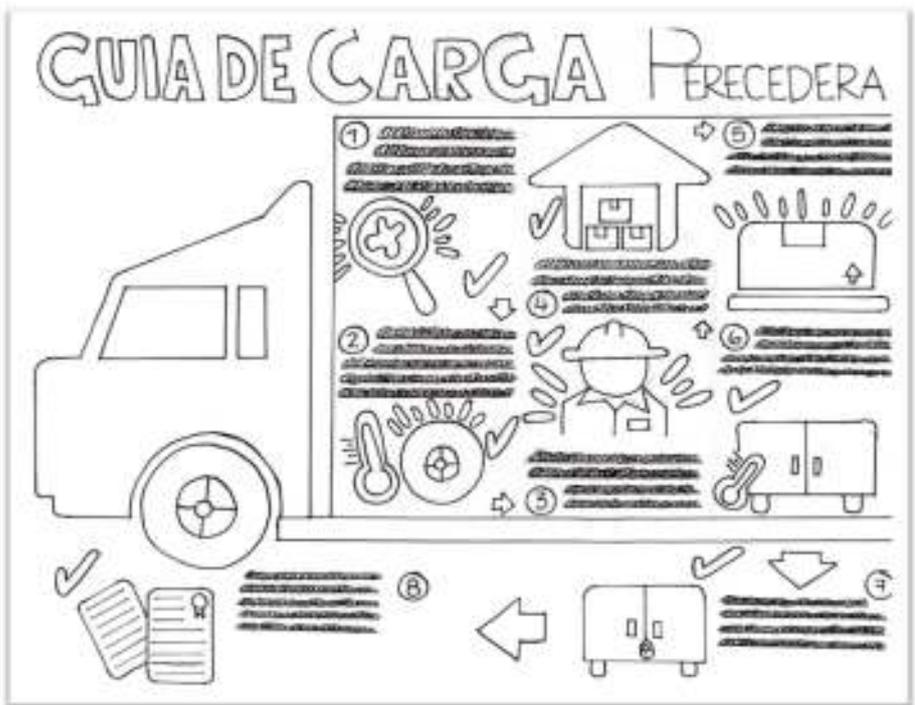
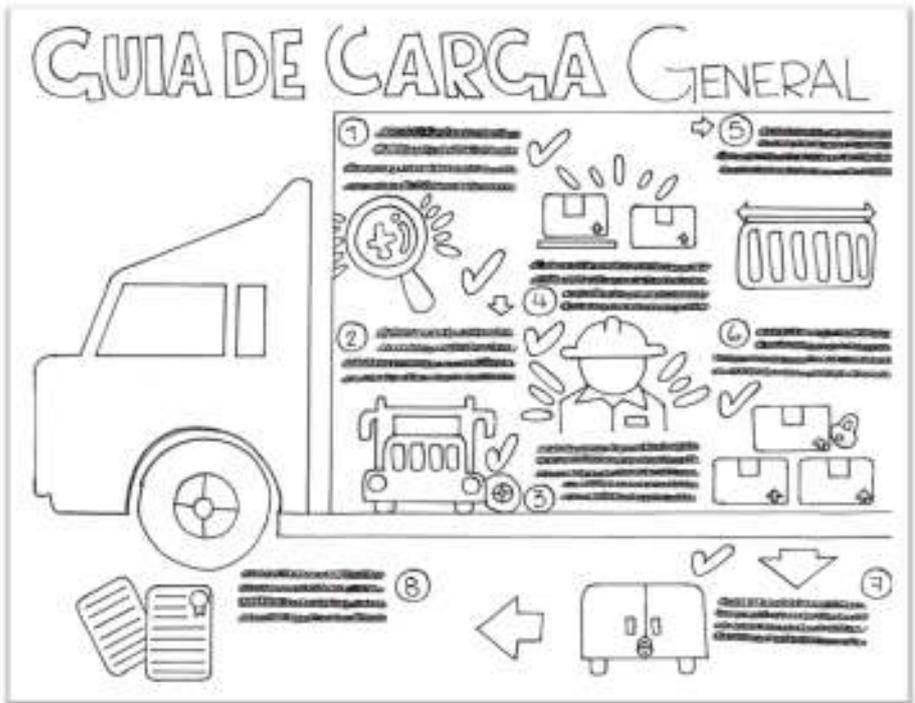


# CAPÍTULO XIV

## 14.1 Anexo A

### 14.1.1 Bocetaje.





# GUIA DE CARÇA

## GENERAL


# GUIA DE CARÇA

## PER ECEDERA


## 14.2 Anexo B

### 14.2.1 Foto Validación.

#### *14.2.1.1 Autoridad.*

Ingeniero Agrónomo Jorge Ferraté, Gerente de planta en Planesa, S.A.



#### ***14.2.1.2 Profesionales.***

Licenciada Andrea Aguilar, catedrática de diseño en FACOM Universidad Galileo



Licenciado Jose Manuel Monroy, catedrático de diseño en FACOM Univeridad Galileo



Licenciada Lissette Perez Aguirre, catedratica de diseño en FACOM Univercidad

Galileo



Licenciado Rolando Barahona, catedrático de diseño en FACOM Univeridad Galileo



## 14.3 Anexo C

### 14.3.1 Cotizaciones.

#### 14.3.1.1 Cotización #1.

Cantidad	Descripción	Valor
1,000	<b>CARPETA TIPO TRIFOLEAR</b> Impresas a full color solo tiro y retiro en husky 10 tamaño abierto de 13 x 19 pulgadas	<b>Q. 4,750.00</b>
1,000	<b>HOJAS INFORMATIVAS</b> Impresas a full color solo tiro y retiro en husky 10 tamaño 8.5 x 11	<b>Q. 1,510.00</b>
1,000	<b>SEPARADOR INFORMATICO</b> Impresas a full color solo tiro y retiro en husky 10 tamaño abierto de 4 x 11	<b>Q. 950.00</b>

En espera de poder servirles.

Atentamente,

Emilio Ramírez  
Cel. 3025-4393

**KRISTAL LITOGRAFIA**

**HOJA DE COTIZACION**

Señores: STI LOGISTIC  
Att: ALEJANDRA SOTO  
Dirección:

Nit:  
Tels:  
E-mail:

Fecha: 28 Noviembre 2017  
Validez: 15 días  
Tiempo de Entrega:  
Lo acordado con el cliente.  
Forma de Pago:  
Trámite de cheque

