



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LA MIXTECA

Diseño de aplicaciones para la identidad del café “El Punto” en diversos usos

San Francisco Telixtlahuaca, Oaxaca.

TESIS:

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

INGENIERO EN DISEÑO

PRESENTA:

JOSÉ EDUARDO LÓPEZ ZÁRATE

DIRECTOR:

M.A.V JORGE VÁZQUEZ SÁNCHEZ

HUAJUAPAN DE LEÓN, OAXACA, AGOSTO DEL 2023

Agradecimientos

A mis padres:

Por ser en todo momento la motivación constante y participes de los logros en mi vida, por complementar correctamente mi educación, enseñarme a culminar mis propósitos y apoyarme en el cumplimiento de mis metas y sueños.

A mi esposa e hija:

Por ser el motor de mi vida, por ser mi motivación para querer ser día a día un mejor ser humano , el mejor padre, el mejor esposo, por su amor y apoyo incondicional, por que sin duda alguna forman parte fundamental en este proyecto.

A mis profesores:

Por guiarme en cada paso de mi formación académica, por que sin duda alguna los consejos y aprendizaje brindados formaran por siempre una parte fundamental de mis conocimientos y mi forma de ver la vida.

INDICE

Introducción.....	7
Capítulo 1. MARCO TEORICO	
1.1 Estado del arte.....	9
1.2 Caso de Estudio	
1.2.1 Café “El Punto”.....	11
1.3 Planteamiento del problema.....	27
1.4 Justificación.....	28
1.5 Objetivos	
1.5.1 Objetivos generales.....	30
1.5.2 Objetivos específicos y metas.....	30
1.6 Metodología.....	31
Capítulo 2. DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE IDENTIDAD CORPORATIVA ACTUAL	
2.1 Requerimientos de diseño.....	33
2.2 Elementos formales del logotipo actual.....	34
Capítulo 3. DEFINICIÓN DE NECESIDADES DE LA EMPRESA	
3.1 Necesidades de la empresa.....	49
3.2 Necesidades del usuario.....	51
3.3 Listado de Aplicaciones.....	59
3.4 Características de los soportes para aplicación.....	60
Capítulo 4. DISEÑO	
4.1 Diseño de Aplicaciones	69
4.1.1 Vaso de Vidrio	71
4.1.2 Taza cerámica.....	73
4.1.3 Taza Tarro.....	75
4.1.4 Papel encerado	77
4.1.5 Vaso desechable con Domo.....	79

4.1.6 Vaso acerado.....	81
4.1.7 Charola térmica.....	83
4.1.8 Cono porta crepas.....	85
4.1.9 Porta vaso.....	87
4.1.10 Bolsa papel Kraft.....	89
4.1.11 Letrero Exterior.....	91
4.1.12 Caballete publicitario.....	93
4.1.13 Letrero de horarios de servicio.....	95
4.1.14 Comanda.....	97
4.1.15 Uniforme.....	99
4.1.16 Letrero acrílico.....	101
4.1.17 Tarjeta de Presentación.....	103
4.1.18 Baúl de repartidor.....	104
4.1.19 Hoja membretada.....	107
4.1.20 Folder institucional.....	109
4.1.21 Menú.....	112
Conclusiones.....	117

Introducción

El café es un cultivo tradicional, básico y estratégico, con más de 200 años de estar presente en la agricultura nacional, la producción y venta de café es una fuente de empleo y de divisas para el país, así como para la conservación de la biodiversidad.

El 94.1% de la producción se ubica en cinco entidades del país, ocupando el estado de Oaxaca el cuarto lugar aportando el 8.2% de la producción nacional, se cultiva el café en 7 de las 8 regiones que conforman el territorio donde se ubican los 17 municipios productores, entre ellos Villa alta, Ixtlán, Teotitlán, Cuscatlán, Putla de Guerrero, Miahuatlán, Yautepec, Sola de Vega, Pluma Hidalgo, entre otras, siendo la cafeicultura una actividad predominante gracias a los volúmenes de producción logrados por sus condiciones geográficas y climáticas (Rebeca Girón Ilescas, 2023).

El consumo actual de café presenta una ligera tendencia creciente ubicada entre 1.3 kg. y 1.5 kg. de consumo por persona; en 2016 el consumo de café tostado en grano fue de 5.3%, el café molido de 40.5% y el café soluble con 54.2%, sin embargo pese a que Oaxaca es un productor de café, la industria y el consumo del mismo se encuentra dominada por empresas trasnacionales, liderando en el canal de cafeterías Starbucks y en canal de retail la empresa Nestle (AMECAFE, 2016).

En este punto las cafeterías o tiendas de café juegan un papel importante para el incremento de consumo de café en nuestro estado, estos establecimientos han pasado a formar una parte importante de la cultura e historia, convirtiéndose en puntos de reunión para la sociedad y en un ritual social donde las personas se sientan a conversar y compartir información.

Más recientemente y derivado de la pandemia causada por el COVID-19 muchas de las cafeterías adoptaron el modelo de negocio de una segunda oficina debido al incremento del trabajo en línea apuntando de esta forma hacia un público joven y profesional, así mismo se han visto en la necesidad de implementar medios de publicidad digitales e impresos con la finalidad de brindar a sus clientes la más fiel imagen que los represente y beneficie para la adquisición y retención de sus consumidores. En este punto es donde las aplicaciones de diseño forman parte fundamental.

Es así que mediante su identidad la empresa crea una correlación tanto con el consumidor directo como con la comunidad, en donde la empresa juega un papel aún más importante de impacto cultural y social (Joaquín Sánchez Herrera, 2009).

En esta investigación se plantean los criterios de diseño a implementar en las diversas aplicaciones que el café “El Punto” requiere posterior al análisis y detección de sus necesidades así como la misión y visión en la que se enfoca.

CAPITULO 1. MARCO TEORICO

1.1 Estado del Arte

Se define a la identidad corporativa como el “conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se identifica y se auto-diferencia” (Capriotti, 2013). Actualmente dentro de la comunidad de San Francisco Telixtlahuaca en el estado de Oaxaca se encuentran diversas empresas que se dedican al giro de alimentos en el apartado de café o cafetería, con la finalidad de comprender el mercado en el cual competirá la identidad del café “El Punto” a nivel gráfico, analizaremos la identidad corporativa de sus competidores considerando los elementos básicos que conforman la composición de los logotipos, basándonos en los conceptos de línea, fondo, colores, tipografía y signo, con la finalidad de poder hacer un cuadro comparativo.

LOGOTIPO	línea	Fondo	Forma	Colores	Tipografía	Signo
	líneas curvas y abiertas.	Fondo degradado.	Formas regulares.	Terciarios.	Sin serif regular Con Serif Bold.	Figurativo.
	líneas curvas y abiertas.	Fondo con patrón.	Formas irregulares.	Terciarios.	Sin Serif regular.	Figurativo.
	líneas curvas y abiertas.	Fondo sólido.	Formas regulares.	Primarios y terciarios.	Sin Serif regular.	Figurativo.
	líneas curvas y abiertas.	Fondo Sólido.	Formas regulares e irregulares.	Terciarios.	Decorativa.	Figurativa.

1.2 Caso de Estudio

1.2.1 Café El Punto

El primer contacto que se tiene con el propietario del café el punto es por medio de la intervención arquitectónica a la totalidad de un inmueble en donde se realizan trabajos de restauración y validación estructural, así como propuesta de la distribución espacial de 9 locales al interior, dentro de los cuales se considera el local en planta alta con terraza para el establecimiento del negocio denominado “El Punto”.

El proyecto de café “El Punto” nace con la finalidad de brindar publicidad a los locales disponibles para renta dentro del inmueble, sin embargo empieza a tomar forma por la evidente aceptación de la comunidad, razón por la cual se establece un segundo contacto para apoyo en los proyectos de crecimiento de la empresa, dentro de los cuales se incluye la aplicación de su identidad en soportes que permitan la venta de sus productos y refuercen la identidad de la empresa con los usuarios.

Como primer instancia se procede al acercamiento con la empresa para poder identificar sus requerimientos de diseño, y dentro de los cuales surgen una serie de preguntas:

Con respecto a la empresa:

- 1.- ¿Cuáles son la misión, visión y valores de la empresa?.
- 2.- ¿Qué productos distribuye, elabora o vende la empresa?.
- 3.- ¿Cuántas personas son las responsables de la operación del café y cuáles son sus actividades? ¿Usan algún uniforme?.
- 4.- ¿Cuál es la percepción que el propietario quiere transmitir a sus usuarios?.
- 5.- ¿La empresa cuenta con algún logotipo?.
- 6.- ¿Cuáles son las áreas con las que cuenta el café y cuál es su capacidad?.

Con respecto a los servicios:

- 1.- ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?.
- 2.- ¿Qué actividades desarrolla la empresa?.
- 3.- ¿Ofrece servicio a domicilio?.
- 4.- En el caso de brindar servicio a domicilio ¿Qué tipo de contenedores ocupa?.
- 5.- ¿Cuál es el alcance del servicio a Domicilio?.
- 6.- ¿Cuál es el medio de transporte para los servicios a domicilio?.

Con respecto a los usuarios:

- 1.- ¿Cuál es el rango de edades de los usuarios del café?.
- 2.- ¿Cómo perciben los usuarios el logotipo?.

Con respecto a su difusión:

- 1.- ¿Cuáles son sus medios de difusión?.

Con respecto a normativa:

- 1.- ¿Existen normas que regulen el funcionamiento del café?.
- 2.- ¿Cuenta con algún registro de marca su logotipo?.

Todos estos cuestionamientos nos ayudan a comprender en mayor medida las necesidades tanto del usuario como del personal encargado del servicio y nos ayuda a no omitir alguna necesidad que inclusive pudiera haber pasado por alto el propietario, y es de vital importancia evaluar ambas partes, por lo cual se procede a realizar la entrevista al propietario, al usuario y a los encargados de la operación, de lo cual se obtienen los siguientes datos:

Con respecto a la empresa:

1.- ¿Cuáles son la misión, visión y valores de la empresa?

- Misión: Brindar una experiencia única gastronómica a nuestros clientes, por medio de productos de calidad y el mejor servicio mediante el uso de recursos locales tanto humanos como materiales.
- Visión: Ser la empresa líder en el giro cafetero dentro del estado de Oaxaca.
- Valores: Igualdad, responsabilidad y compromiso.

2.- ¿Qué productos distribuye, elabora o vende la empresa?

Para subsanar la pregunta en primer instancia se opta por la revisión del menú que ofrecen actualmente.

Figura 1

Carta anverso de café “El punto”.

FRAPPÉ		CAFÉ CALIENTE	
FRAPUCHINO.....	\$35.00	ESPRESSO.....	\$25.00
FRAPPE CAJETA.....	\$45.00	ESPRESSO DOBLE.....	\$30.00
FRAPPE ROMPOPE.....	\$40.00	CAFÉ LATTE.....	\$35.00
FRAPPE MAZAPÁN.....	\$40.00	CAPUCHINO.....	\$35.00
FRAPPE AMARETTO.....	\$40.00	AMERICANO.....	\$25.00
FRAPPE MOKA.....	\$40.00	CAPUCHINO MOKA.....	\$40.00
FRAPPE OREO.....	\$45.00	CAPUCHINO CAJETA.....	\$45.00
F. ALGODÓN DE AZÚCAR.....	\$45.00	CAPUCH. MAZAPÁN.....	\$40.00
FRAPPE CHAI.....	\$45.00	CAPUCH. ROMPOPE.....	\$40.00
FRAPPE GANSITO.....	\$50.00	CAPUCH. OREO.....	\$45.00
FRAPPE COCO.....	\$45.00	CAFÉ MACHIATO.....	\$40.00
FRAPPE CEREZA.....	\$45.00	CHAI LATTE.....	\$40.00
FRAPPE ZARZAMORA.....	\$45.00		
FRAPPE BLUEBERRY.....	\$45.00		
FRAPPE CREMA DE MEZCAL.....	\$50.00		

BEBIDAS		SODA ITALIANA	
REFRESCOS.....	\$20.00	MORA AZUL.....	\$30.00
JUGOS.....	\$20.00	MANZANA VERDE.....	\$30.00
		FRAMBUESA.....	\$30.00
		FRUTOS ROJOS.....	\$30.00
		PINK LEMON (NEON).....	\$40.00
		PINE APPLE (NEON).....	\$40.00

HAMBURGUESA		HOT DOG	
TRADICIONAL.....	\$40.00	TRADICIONAL.....	\$20.00
CUBANA.....	\$45.00	CON QUESILLO.....	\$22.00
HAWAIANA.....	\$45.00	HAWAIANO.....	\$25.00
BBQ.....	\$45.00		
DOBLE CARNE.....	\$50.00		
DOBLE QUESO.....	\$45.00		
DOBLE CARNE BBQ.....	\$55.00		
DOBLE CUBANA.....	\$60.00		
DOBLE HAWAIANA.....	\$60.00		

ALITAS e PZS	
ALITAS BBQ.....	\$70.00
ALITAS HABANERO.....	\$70.00
ALITAS BÚFALO.....	\$70.00
ALITAS HAB. PIÑA.....	\$70.00

COMBO 1		COMBO 2		COMBO 3	
3 FRAPPE SABOR CAFÉ		1 CREPA DE \$35 + 1		2 HOT DOG TRAD. + 1	
POR SOLO	\$100	FRAPUCHINO POR SOLO	\$65	REFRESCO POR	\$55

Nota. Diseñado por la casa de impresión “Contraste Publicidad, impreso en Enero de 2023.

Figura 2

Carta reverso de café “El punto”.

CREPAS DULCES

NUTELLA c/PHILADELPHIA	\$45.00
ZARZAMORA c/PHILADELPHIA	\$40.00
CAJETA c/PLÁTANO	\$40.00
HERSHEY'S c/PLÁTANO	\$40.00
LECHERA c/NUEZ	\$40.00
NUTELLA c/NUEZ	\$45.00
FRESA c/PHILADELPHIA	\$40.00
PHILADELPHIA c/PLÁTANO c/NUEZ	\$40.00

CREPAS SALADAS

JAMÓN c/QUESO AMARILLO	\$40.00
JAMÓN c/PHILADELPHIA	\$40.00
HAWAIANA	\$45.00
JAMÓN c/QUESILLO	\$40.00
CHORI QUESO	\$45.00

SANDWICH

SANDWICH DE JAMÓN	\$20.00
SANDWICH DE POLLO	\$25.00
SANDWICH DE CECINA	\$25.00
SANDWICH DE TASAJO	\$30.00
S. DE SALCHICHA	\$25.00
CLUB S. TRADICIONAL	\$50.00
CLUB S. DE CECINA	\$60.00
CLUB S. DE TASAJO	\$70.00

TORTAS

JAMÓN	\$25.00
POLLO	\$30.00
CECINA	\$25.00
CHORIZO	\$25.00
TASAJO	\$30.00
SALCHICHA	\$25.00
HAWAIANA	\$30.00
CUBANA	\$30.00
MULATA	\$35.00
MILANESA	\$35.00
HAWAIANA c/CHORIZO	\$35.00
COMBINADA EL PUNTO	\$40.00

BAGUETTES

JAMÓN	\$35.00
POLLO	\$40.00
CECINA	\$40.00
CHORIZO	\$40.00
TASAJO	\$50.00
SALCHICHA	\$40.00
HAWAIANA	\$40.00
CUBANA	\$45.00
MULATA	\$50.00
MILANESA	\$50.00
HAWAIANA c/CHORIZO	\$45.00
COMBINADA EL PUNTO	\$50.00

COMBO 4
1 HAMBURGUESA TRADICIONAL + 1 SODA ITALIANA POR SOLO
\$65

COMBO 5
1 TORTA DE \$25 + 1 REFRESCO POR SOLO
\$40

COMBO 6
2 BAGUETTE HAWAIANO + 2 REFRESCO POR SOLO
\$110

Nota. Diseñado por la casa de impresión “Contraste Publicidad, impreso en Enero de 2023.

Adicional a los productos mostrados en la carta, ocasionalmente y por temporada son lanzadas bebidas de innovación, las cuales son promovidas por medio de cartulinas en el área de la terraza y por difusión en redes sociales.

Para la elaboración de sus productos el café cuenta con distintas áreas de producción:

- Alimentos: área con freidora con plancha para dos estaciones, crepera, licuadora, batidora, área de plaque y loza, alacena, área de depósito de residuos.
- Bebidas frías: refrigerador, congelador, licuadoras industriales, cristalería.
- Bebidas calientes: Cafeteras, estantería, loza, plaque.
- Enfriadores: Vitrina fría exhibidora de 2.20 m. de largo, frigobar.

3.- ¿Cuántas personas son las responsables de la operación del café y cuáles son sus actividades? ¿Usan algún uniforme?

Actualmente el servicio cuenta con el siguiente personal:

- Cocinera: encargada de elaborar los diferentes platillos del menú, se encarga del funcionamiento, suministro y operación de la freidora con plancha para dos plazas, la crepera y las previas.
- Barista: se encarga de la preparación de las bebidas frías y calientes, tanto a base de café como libre de café, conforme a la operación brinda apoyo al área de cocina.
- Mesera: se encarga de la atención a los clientes, el recibimiento, ofrecimiento de las cartas, toma de pedidos, limpieza de las mesas, escamoteo y retiros de loza sucia.

En la actualidad los empleados no cuentan con ningún uniforme, conforme a este apartado el propietario nos informa que por practicidad en su operación y debido al intercambio de áreas del personal acorde a la operación, lo más viable es unificar el uniforme independientemente del puesto o las funciones para lo cual sugiere el uso de playeras tipo polo y la implementación de gorras.

4.- ¿Cuál es la percepción que el propietario quiere transmitir a sus usuarios?

El propietario nos menciona que uno de los principales diferenciadores de su marca es el uso de café de origen orgánico, de igual forma el ambiente familiar.

La percepción que quiere brindar a los usuarios es un ambiente agradable, fresco, familiar y divertido en donde las personas puedan distraerse y relajarse, un aspecto en el que se cuenta con especial atención por parte del propietario es el cuidado de la atención al cliente, se procura establecer lazos de confianza con los usuarios.

Nos aclara también que al desarrollar su negocio dentro de una comunidad pequeña, los usuarios suelen ser en su mayoría recurrentes, por lo cual el no brindar una buena atención es vital para asegurar la concurrencia de los clientes.

5.- ¿La empresa cuenta con algún logotipo?

La empresa inicio operaciones en octubre de 2018, el inicio de su operación lo realizo apoyado de un logotipo diseñado por una casa de impresión local denominada “Contraste Publicidad”.

Figura 3

Logotipo de café “El punto”.



Nota. Logotipo diseñado por casa de impresión “contraste Publicidad” Octubre 2018.

6.- ¿Se consideraron los requerimientos de diseño para la elaboración del logotipo?

En palabras del propietario nos informa que para la elaboración del logotipo solamente se brindó el nombre de la empresa, no se solicitó más información por parte de la casa de impresión, por lo cual se deduce no se consideraron los requerimientos del diseño para la conformación del logotipo.

7.- ¿Cuáles son las áreas con las que cuenta el café y cuál es su capacidad?

Las instalaciones se encuentran a media cuadra del palacio municipal de la localidad, se encuentra ubicado dentro de un edificio de dos plantas, cuenta con el acceso al edificio por la parte de la calle principal, una vez ingresando al edificio se recorre un corredor de 15 metros de largo para llegar a unas escaleras que nos brindan el acceso a la segunda planta, una vez estando en la planta alta se puede observar la terraza del café, la cual cuenta con capacidad para 8 mesas y servicio para 4 personas en cada una de ellas.

Siguiendo a la terraza se accede al espacio cerrado en donde se cuenta con 3 mesas de servicio para 4 personas cada una, nos encontramos con el mostrador vitrina exhibidora la cual separa el espacio para los usuarios del área de preparación de alimentos.

Figura 4

Fachada principal.



Nota. Acceso principal al inmueble, en la planta alta podemos observar el local del café el Punto.

Figura 5

Pasillo acceso a escaleras.



Nota. El pasillo conecta el acceso principal con el patio, en donde se desplantan las escaleras al segundo nivel.

Figura 6

Vista escaleras al área de terraza.



Nota. Se observa el cambio de niveles en la segunda planta.

Figura 7

Espacio cerrado.



Nota. Área cerrada delimitada por vitrina frigorífica de 2.20 m. de largo.

Figura 8

Terraza.



Nota. Se observa la distribución de las mesas en el área de terraza.

Figura 9

Área de juegos.



Nota. Observamos el área cerrada y la vitrina que delimita el acceso a los usuarios al área

Nota. Se cuenta con juegos de mesa, libros recreativos e inclusive una guitarra.

El análisis de este apartado se consultó con el propietario y los empleados, con respecto al acceso al café obteniendo las siguientes observaciones:

- Como se mencionó con anterioridad en la pregunta 3, el acceso por medio de escaleras es una limitante para las personas de edad avanzada o bien con problemas de movilidad.
- Los usuarios preguntan por el acceso al café con los encargados de los locales de la planta baja, quienes amablemente han apoyado en la guía.
- En ocasiones al no conocer los horarios de servicio los usuarios suben al café en horario no laboral y se ven en la necesidad de subir hasta la terraza para darse cuenta de que no hay servicio aun, lo cual genera cierto descontento por el esfuerzo realizado al subir las escaleras.

Cada uno de los apartados nos ayuda a contar con una perspectiva más alineada a las necesidades de la empresa, y en base a la experiencia y conocimiento del área de la ingeniería en diseño podemos brindar soluciones ajustadas a las necesidades tanto del propietario, como del personal y el usuario.

Con respecto a los servicios:

1.- ¿Cuáles son sus horarios de trabajo?

El personal labora de lunes a domingo en un horario de 11:00 hrs. de la mañana a 23:00 hrs. p.m, brindando el servicio a los usuarios en un horario de 13:00 hrs. a 23:00 hrs. p.m.

2.- ¿Qué actividades desarrolla la empresa?

La empresa café “El punto” es un establecimiento con ambiente familiar en donde está prohibida la ingesta de bebidas alcohólicas y el humo del cigarrillo, dentro de sus actividades se encuentran la venta de productos elaborados a base de café y alimentos, así como bebidas libres de cafeína; ofrecen un espacio de esparcimiento con la intención de brindar un tiempo de calidad familiar en donde las

personas se sientan seguras y tranquilas, también ofrecen juegos de mesa y guitarra para el uso de los clientes.

El café también ofrece la renta de su espacio con servicio de alimentos para eventos pequeños tales como aniversarios, cumpleaños o fiestas familiares así mismo ofrece el servicio de venta de bebidas y alimentos para eventos fuera de sus instalaciones.

El café, la materia prima del negocio es obtenida de la comunidad de San Marcial Ozolotepec en el estado de Oaxaca la cual cuenta con denominación orgánica y clasificación como café de altura, actualmente se pretende lanzar su propia línea de café para su distribución dentro de las instalaciones.

3.- ¿Ofrece servicio a domicilio?

Se ofrece el servicio a domicilio en un horario de 13:00 a 22:00 hrs. el servicio se brinda por medio de motocicleta, la cual cuenta con baúl maletero.

4.- En el caso de brindar servicio a domicilio ¿Qué tipo de contenedores ocupa?

Para el servicio a domicilio, o servicio para llevar la empresa se ve en la necesidad de cumplir con contenedores para toda la variedad de productos que se ofrecen en su menú. A continuación se enlistan en una tabla los contenedores empleados para cada producto del menú que ofrecen.

Tabla 1

Contenedores acorde a carta de “El punto”.

APARTADO DE MENU	PRODUCTO	CONSUMO EN EL LOCAL	PARA LLEVAR O DOMICILIO	A PARTIR DE 2 PIEZAS PARA LLEVAR
FRAPPE	Frapuchino.	Vaso de vidrio de 16 oz. tipo cavana, acabado liso.	Vaso con Domo línea cristal de la marca Reyma con capacidad de 16 Oz en material de polipropileno.	Porta vaso para 2 o 4 piezas de papel Kraft.
	Frappe cajeta.			
	Frappe rompopo.			
	Frappe Mazapán.			
	Frappe amaretto.			
	Frappe Moka.			
	Frappe Oreo.			
	Frappe algodón azúcar.			
	Frappe Chai.			
	Frappe Gansito.			
	Frappe de Coco.			
	Frappe de Cereza.			
	Frappe de Zarzamora.			
	Frappe Blueberry.			
Frappe crema de Mezcal.				
CAFÉ CALIENTE	Espresso.	Taza de porcelana 2 Oz.	Vaso acerado desechable con capacidad de 10 Oz. con tapadera.	Porta vaso para 2 o 4 piezas de papel Kraft.
	Espresso Doble.			
	Café Latte.	Taza de porcelana de 10 Oz.		
	Café Americano.			
	Café Machiato.			
	Capuchino.	Taza tarro de vidrio de 10 Oz.		
	Capuchino Moka.			
	Capuchino Cajeta.			
	Capuchino Mazapán.			
	Capuchino Rompopo.			
	Capuchino Oreo.			
Chai latte.				
BEBIDAS	Refrescos.		Envase no retornable.	No aplica.
	Jugos.	Envase no retornable.		
HAMBURGUESA	Hamburguesa tradicional.	Cesta de comida rápida y papel acerado	Charola térmica de unicef	Bolsa de papel Kraft

	Hamburguesa Cubana.	grado alimenticio de 34 cm. por 45cm.	(hamburguecera) y papel acerado grado alimenticio de 34 cm. por 45 cm.	calibre 44 GSM de dimensiones 13 x 8 x 25 cm. sin asa y con base.
	Hamburguesa Hawaiana.			
	Hamburguesa BBQ.			
	Hamburguesa Doble carne.			
	Hamburguesa doble queso.			
	Hamburguesa doble carne BBQ.			
	Hamburguesa doble cubana.			
	Hamburguesa doble hawaiana.			
HOT DOG	Hot dog tradicional.	Cesta de comida rápida y papel acerado grado alimenticio de 34 cm. por 45cm.	Charola térmica de unicel (hamburguecera) y papel acerado grado alimenticio de 34 cm. por 45 cm.	Bolsa de papel Kraft calibre 44 GSM de dimensiones 13 x 8 x 25 cm. sin asa y con base.
	Hot dog con quesillo.			
	Hot dog Hawaiano.			
ALITAS	Alitas BBQ.	Cesta de comida rápida y papel acerado grado alimenticio de 34 cm. por 45 cm.	Charola térmica de unicel (hamburguecera) y papel acerado grado alimenticio de 34 cm. por 45 cm.	Bolsa de papel Kraft calibre 44 GSM de dimensiones 13 x 8 x 25 cm. sin asa y con base.
	Alitas habanero.			
	Alitas Piña habanero.			
	Alitas Búfalo.			
SODAS ITALIANAS	Soda de mora Azul.	Vaso de vidrio de 16 oz tipo cavana, acabado liso.	Vaso con Domo línea cristal de la marca Reyma con capacidad de 16 Oz. en material de polipropileno.	Porta vaso para 2 o 4 piezas de papel Kraft.
	Soda de Manzana verde.			
	Soda de Frambuesa.			
	Soda de Frutos rojos.			
	Soda Pink Lemon (Neón).			
	Soda Pine Apple (Neón).			
CREPAS DULCES	Nutella con Philadelphia.	Plato de cerámica.	Cono porta crepas de papel Kraft de 20cm de diámetro.	Bolsa de papel Kraft calibre 44 GSM de dimensiones 13 x 8 x 25
	Zarzamora con philadelphia.			
	Cajeta con plátano.			
	Lechera con nuez.			
	Nutella con nuez.			

	Fresa con Philadelphia.			cm. sin asa y con base.
	Philadelphia con plátano y nuez.			
CREPAS SALADAS	Jamón con queso amarillo.	Plato de cerámica.	Cono porta crepas de papel Kraft de 20cm de diámetro.	Bolsa de papel Kraft calibre 44 GSM de dimensiones 13 x 8 x 25 cm. sin asa y con base.
	Jamón con Philadelphia.			
	Hawaiana.			
	Jamón con quesillo.			
	chori queso.			
TORTAS	Torta de jamón.	Cesta de comida rápida y papel acerado grado alimenticio de 34 cm. por 45cm.	Papel Aluminio.	Bolsa de papel Kraft calibre 44 GSM de dimensiones 13 x 8 x 25 cm. sin asa y con base.
	Torta de pollo.			
	Torta de Cecina.			
	Torta de chorizo.			
	Torta de Tasajo.			
	Torta de salchicha.			
	Torta hawaiana.			
	Torta Cubana.			
	Torta Mulata.			
	Torta de milanesa.			
	Torta Hawaiana con chorizo.			
	Torta combinada el punto.			
BAGUETTES	Baguette de Jamón.	Cesta de comida rápida y papel acerado grado alimenticio de 34 cm. por 45cm.	Papel Aluminio.	Bolsa de papel Kraft calibre 44 GSM de dimensiones 13 x 8 x 25 cm. sin asa y con base.
	Baguette de Pollo.			
	Baguette de Cecina.			
	Baguette de Chorizo.			
	Baguette de tasajo.			
	Baguette de Salchicha.			
	Baguette hawaiano.			
	Baguette Cubano.			
	Baguette Mulato.			
	Baguette de milanesa.			
	Baguette hawaiano con chorizo.			
	Baguette combinado el punto.			
	SANDWICH			
Sándwich de pollo.				
Sándwich de cecina.				
Sándwich de tasajo.				

	Sándwich de salchicha.			dimensiones 13 x 8 x 25 cm. sin asa y con base.
	Club sándwich tradicional.			
	Club Sándwich cecina			
	Club sándwich Tasajo			

Nota. La información es adquirida por medio de entrevista y proporcionada por las personas involucradas en el servicio.

Ocasionalmente se ofrecen bebidas de temporada o promociones los cuales se publican por medio de cartulinas, los empleados y propietario argumentan la necesidad de contar con algún medio de difusión más formal y atractivo para los clientes.

5.- ¿Cuál es el alcance del servicio a Domicilio?

El servicio a domicilio se brinda dentro de la comunidad en San Francisco Telixtlahuaca Etlá en el estado de Oaxaca y en el pueblo aledaño denominado San Pablo Huitzo el cual en motocicleta no se encuentra a más de 15 minutos de distancia.

6.- ¿Cuál es el medio de transporte para los servicios a domicilio?

El medio de transporte de los pedidos a domicilio es mediante el uso de una motocicleta, específicamente una motocicleta tipo doble propósito marca Vento con motor 200 cc. la cual fue adaptada con la colocación de un baúl trasero de 35 lt. de capacidad marca Roda.

Con respecto a los usuarios:

1.- ¿Cuál es el rango de edades de los usuarios del café?

Al consultar esta pregunta tanto con el propietario como con los encargados de la operación, en especial la mesera, se obtuvo que en si la recurrencia es variable, debido a que sus clientes van desde

niños pequeños o bebés hasta personas de la tercera edad, siendo estas de menor frecuencia debido a que para acceder al área del café tienen que subir por las escaleras.

Se observa que la concurrencia entre semana entre los días lunes a sábado en su mayoría se trata de estudiantes en el rango de 15 a 25 años en los horarios de 2 de la tarde hasta las 6 de la tarde, posteriormente la frecuencia se centra en personas de entre 25 y 60 años.

Otra observación por parte del personal es la preferencia por el consumo de ciertas bebidas o alimentos acorde al rango de edades de los usuarios, podemos destacar lo siguiente:

- Usuarios entre 15 y 25 años muestran preferencia por el consumo de sodas italianas, frappes, tortas y baguettes.
- Usuarios de entre 25 a 60 años muestran preferencia en el consumo de alitas, frappes, crepas y hamburguesas.
- Usuarios de tercera edad o a partir de 50 años en adelante muestran preferencia por el consumo de bebidas calientes y crepas.
- Usuarios de entre 5 a 15 años muestran preferencia por consumo de sándwich, torta, frappes, jugos y crepas.

Las observaciones realizadas por el personal son perceptivas ya que no se cuenta con alguna estadística formal de los datos, sin embargo representan un punto de partida y un apartado a considerar.

Los fines de semana predominan en frecuencia familias completas, generalmente en el servicio de la comida y la cena terminando la afluencia de los consumidores a horas más tempranas que durante el resto de la semana.

2.- ¿Cómo perciben los usuarios el logotipo?

Para tener una idea de la percepción del cliente conforme al logotipo se realizaron entrevistas al azar, dentro de lo cual se destaca que la comunidad ya cuenta con asociación por el nombre del café, sin embargo los elementos que conforman el logotipo se limitan a sus formas básicas, en la mayoría de los casos reconocen el logotipo con el nombre de la empresa encerrado en un círculo.

Queda claro para la comunidad en el caso de las personas que han visitado el café, el ambiente es totalmente familiar, sin embargo el propietario y personal operativo nos informa que es común que la gente llegue a las instalaciones preguntando por la venta de bebidas alcohólicas al igual que desconocen las propiedades orgánicas del producto que se les vende.

Con respecto a su difusión:

1.- ¿Cuáles son sus medios de difusión?

- Perifoneo de forma interna de la comunidad.
- Publicación en grupos de whatsApp de ventas de la comunidad.
- Página de Facebook y publicación en grupos de venta locales.
- Promocional al exterior del local.

Con respecto a normativa:

1.- ¿Existen normas que regulen el funcionamiento del café?

La empresa se encuentra actualmente dentro de los lineamientos marcados por la secretaria de salud del estado de Oaxaca, dentro de las cuales les solicitan contar con su constancia de manejo higiénico de alimentos NOM-251-SSA1-2009. Normativa a considerar ya que considera los materiales viables para su uso en el manejo de los alimentos, procesamiento y servicio.

2.- ¿Cuenta con algún registro de marca su logotipo?

El logotipo no cuenta con ningún registro, sin embargo se realizó la investigación en la página del IMPI y se encontró que el nombre “Café el punto” se encuentra disponible para su registro.

1.3 Planteamiento del problema

En la actualidad nos encontramos inmersos en un mundo repleto de mensajes visuales, tanto digitales como impresos, y cada vez son más las empresas que le brindan la debida importancia a la imagen corporativa, convirtiendo las campañas de difusión en una batalla campal donde destacar y hacer la diferencia representan el éxito o el fracaso.

La empresa café “El Punto” es una empresa que se encuentra actualmente en periodo de crecimiento y derivado a la demanda se ve en la necesidad de ampliar la gama de sus productos, así como de realizar mejoras constantes que actualicen, refresquen y posicionen a la empresa en la vanguardia para sus clientes.

Acorde con la investigación realizada previamente en el apartado del caso de estudio para contextualizar el funcionamiento y condiciones actuales del café, la identidad del café fue diseñada sin tomar a consideración los requerimientos de diseño de la marca, sin embargo en este periodo de madurez es necesario establecer los criterios de diseño sobre los cuales la identidad podrá ser reproducida sobre los diferentes soportes de diseño que requiera.

Es de vital importancia iniciar detectando los requerimientos de diseño con los que debe cumplir el logotipo para verificar su congruencia con el mensaje que transmite, además de someterlo a las diversas pruebas físicas que nos garanticen la correcta reproducción en los soportes que requieran para sus productos.

Los criterios de aplicación y composición del logotipo también deberán ser definidos con la finalidad de estandarizar la preproducción y facilitar la asociación de la marca por medio del diseño de sus contenedores, accesorios, papelería y medios de difusión con los que cuenta actualmente el café.

En este proyecto también se establecen los materiales a emplear como soporte para la impresión de los diseños considerando sus características y propiedades que cumplan con las necesidades de operación y distribución que se requieren sin dejar a un lado la normativa aplicable en el caso específico de nuestro caso de estudio.

El problema principal radica en la necesidad de implementar por medio de aplicaciones la identidad del café por sus diversos soportes con la finalidad de generar una frecuencia en el mensaje que permita la pregnancia de la identidad con sus usuarios.

1.4 Justificación

El estado de Oaxaca, se caracteriza por ser uno de los principales destinos de México, abundante en cultura nacional y una increíble propuesta gastronómica que no puede dejarse de lado durante su visita, tan es así que la competencia y saturación de opciones hacia el consumidor representa un gran reto para las empresas que se dedican al giro de alimentos y bebidas, por tal motivo el posicionamiento de una identidad corporativa es primordial para lograr el éxito, buscando la diferencia que permita que la empresa se distinga de las demás.

La implementación de las aplicaciones de la marca en los usos que requiere la empresa nos facilita a generar una asociación con los usuarios y viceversa, de esta forma los usuarios asocian el concepto de diseño con la empresa.

Para alcanzar la efectividad del mensaje se requiere establecer los criterios y las bases de reproducción de la identidad, con la finalidad de evitar variaciones que confundan o se encuentren fuera de contexto de acuerdo con el mensaje que se desea transmitir hacia el público.

La aplicación de la identidad en los diversos elementos de soporte brindara a los usuarios la seguridad y la formalidad que la empresa requiere al unificar su concepto de diseño en todas las actividades que desarrolla dentro de su servicio.

El diseño de las aplicaciones nos permitirá establecer las directrices a seguir para lograr reproducir de forma exitosa la identidad de la empresa en diversos soportes, ayudándonos a tener coherencia y congruencia con el mensaje que se desea emitir al público.

La obtención de los requerimientos de diseño nos aportan con los lineamientos que nos ayuden a determinar los recursos de diseño a implementar en la composición y aplicaciones que se requieren de igual forma aportara los lineamientos para el uso de las herramientas y recursos de diseño que más se acoplen al estilo del concepto de diseño a implementar generando una solución de diseño acoplada a las necesidades del café "El Punto".

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Establecer los lineamientos en la aplicación de la identidad del café “El Punto” conforme a las necesidades de la empresa.

1.5.2 Objetivos específicos y metas

1.- Rediseño de la imagen del café “El Punto”.

Meta: Actualización de identidad corporativa.

2.- Identificar las necesidades de aplicación acorde a las actividades de la empresa.

Meta: Listado de elementos de aplicación y características.

3.- Definir el concepto de diseño a aplicar.

Meta: Elaboración de criterios y recursos de diseño, desarrollar etapa de bocetaje.

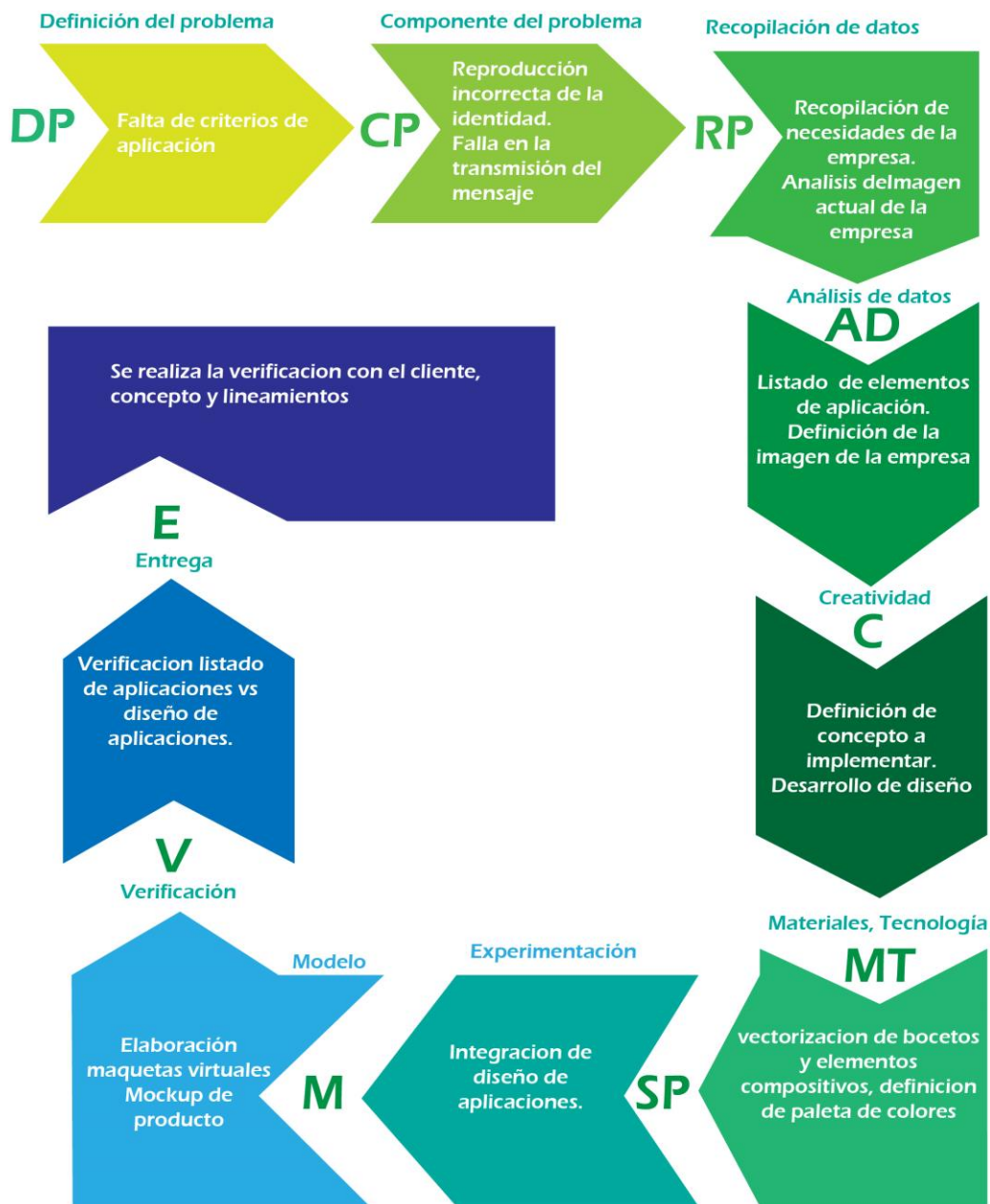
4.- Diseñar aplicaciones.

Meta: Definir la propuesta de cada aplicación.

1.6 Metodología

Para lograr los objetivos del proyecto se considera la aplicación de la metodología de “Bruno Munari” el cual plantea una serie de etapas las cuales de una forma lógica a base de la experiencia nos permite llegar a nuestro objetivo (Munari, 2004).

ESQUEMA REFERENCIAL



Capítulo 2. DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DE IDENTIDAD CORPORATIVA ACTUAL

2.1 Requerimientos del diseño

Conforme a la investigación de la empresa café “El Punto” en el capítulo 1, contamos con la información suficiente para extraer los requerimientos de diseño a través de valores que representen el carácter y la naturaleza de la empresa, para posteriormente extrapolarlos a las formas que transmitan el mensaje; comenzaremos enlistando los valores detectados:

Tabla 2

Valores formales de la empresa.

Valor Ideal	Mensaje	Forma
Familiar	Uno de sus principales distintivos es el ambiente familiar al contar con espacios en donde no se permite la ingesta de bebidas alcohólicas y el espacio es libre del humo de cigarrillo.	Equilibrio, simetría, líneas curvas.
Artesanal	El producto materia prima café cuenta con denominación orgánica con puntaje de altura traído de una comunidad de la Sierra Sur del estado de Oaxaca.	Formas orgánicas, líneas curvas.
Diversión	El establecimiento ofrece a sus usuarios un ambiente de esparcimiento incluyendo juegos de mesa que faciliten la convivencia y la diversión dentro de sus instalaciones, además de contar con elementos audiovisuales que generen un ambiente de entretenimiento.	Espontaneidad, aguzamiento, movimiento.
Confianza	Café "El Punto" busca establecer los lazos de confianza con sus usuarios con la finalidad de generar una atmosfera agradable que permita el relajamiento de sus clientes.	Equilibrio y simetría, líneas horizontales.
Unidad	Los visitantes suelen ser recurrentes, de esta forma sus clientes pueden convertirse en una comunidad en la que la aceptación es bidireccional, la unidad se convierte en un valor importante para mantener la comunidad.	Formas circulares, equilibrio y simetría, formas envolventes.
Igualdad	Uno de los valores institucionales de la empresa, referente a la no discriminación a ninguna persona por preferencia, raza o preferencia sexual.	Equilibrio, simetría.

Responsabilidad	Valor institucional referente a la importancia que conlleva el desarrollo de las actividades de la empresa, transmitido en la responsabilidad de brindar un servicio de calidad a los clientes.	Líneas horizontales, figuras simétricas.
Compromiso	Valor institucional referente al indiscutible principio de que el cliente siempre es primero, se establece un compromiso con el cliente de brindar un servicio en tiempo y forma.	Formas entrelazadas, líneas continuas.

Nota. Tabla de valores y formas representativas del café “El Punto”.

El estudio de formas acorde a los valores de la empresa para la comunicación a través de su identidad nos ayuda a generar un criterio de diseño y cumplimiento de sus requerimientos.

2.2 Elementos formales del logotipo actual

La identidad corporativa es el medio por el cual se logra la comunicación efectiva entre un emisor (empresa) y receptor (usuario), para llegar a este punto el diseño de identidad debe de lograr transmitir el mensaje que la empresa requiere a través de su logotipo, símbolo y gama de colores (Costa, Identidad Corporativa, 2014).

Con la finalidad de estudiar el logotipo actual del café “El Punto” se realiza su análisis a nivel de forma, acorde al requerimiento de forma-valores obtenidos en el apartado 2.1 los cuales nos servirán como criterio base para hacer la validación del logotipo actual.

Tabla 3

Análisis valores formales.

LOGOTIPO ACTUAL	REQUERIMIENTOS DE DISEÑO			CRITERIO	
	Valor ideal	Forma	Elemento visual.	CUMPLE	NO CUMPLE
	Familiar	Curvas, envolventes, forma irregular,	Estabilidad.	✗	
	Artesanal	Orgánicas, irregulares, básicas.	Espontaneidad	✗	
	Diversión	Curvas, formas irregulares.	Aguzamiento.	✗	
	Confianza	Formas geométricas.	Simetría.		✗
	Unidad	Formas circulares, simétricas.	Simetría.		✗
	Igualdad	Formas geométricas.	Simetría.		✗
	Responsabilidad	Líneas horizontales, figuras simétricas.	Simetría.		✗
	Compromiso	Formas geométricas.	Simetría.		✗

Nota. Observamos el comportamiento formal del logotipo.

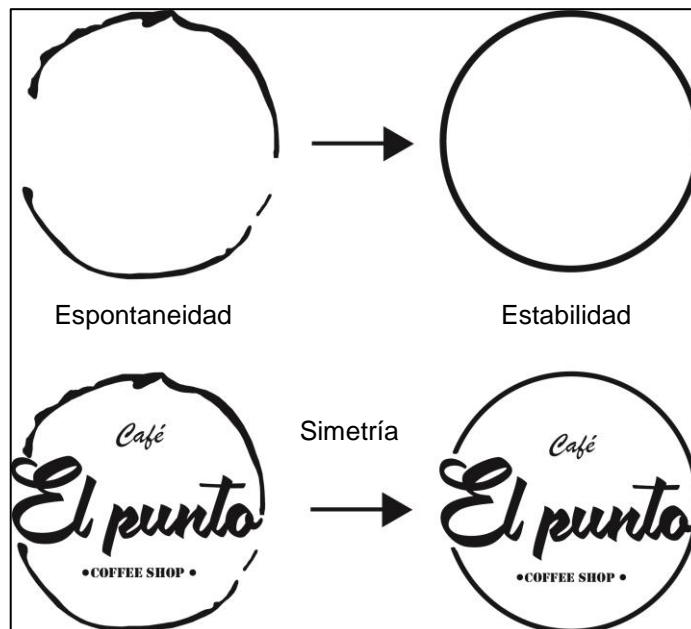
Al realizar el análisis podemos detectar existen oportunidades de mejora que se pueden aplicar al logotipo actual del café “El Punto”, con la finalidad de acercarse aún más al objetivo de la empresa en su mensaje, se realizan ajustes de forma en diseño.

Dentro de los criterios de forma en los que no cumple la identidad se encuentran los valores de confianza, unidad, igualdad y compromiso, los cuales hacen referencia a elementos visuales de simetría.

El incumplimiento de estos apartados es debido a que los trazos predominantes en el logotipo son líneas curvas e irregulares a la vez que representan espontaneidad en los trazos de la circunferencia envolvente del logotipo, para solventar esta necesidad se plantea la reducción de la forma envolvente a su forma primaria, reduciendo la espontaneidad del trazo y brindándole equilibrio y simetría mediante una forma básica de fácil asociación, lo cual genera seguridad y confianza al tratarse de una forma convencional.

Imagen 10

Ajuste formal.



Nota. Se modifican los trazos libres y espontáneos por una figura geométrica básica para solventar simetría.

Si bien en el apartado formal se tiene a consideración el requerimiento de que el logotipo debe cumplir con formas que transmitan lo artesanal de su producto, el logotipo está compuesto por el lema “Coffe Shop”, el cual contradice totalmente el valor de origen del producto y encarece sus cualidades artesanales al estar traducido al idioma inglés.

Una identidad se basa en la composición de logotipo, símbolo y color, en el diseño de la imagen no explotamos los recursos de símbolo ni color, los cuales nos pueden apoyar a resaltar los valores de familiar y artesanal identificados en los requerimientos de valor, por lo cual nos apoyaremos de un elemento visual que represente la parte artesanal del producto (orgánico) y evoque a la unidad.

Para poder transmitir el mensaje se requiere diseñar un elemento que aporte a nivel compositivo para lo cual nos basaremos en las formas orgánicas de la semilla del café y sus hojas, usándolo como elemento de integración del logotipo.

Para la elaboración del boceto se consideró el uso de formas orgánicas y simétricas usando los elementos de los granos de café así como las hojas de los cafetales.

Imagen 11

Boceto elemento de apoyo.

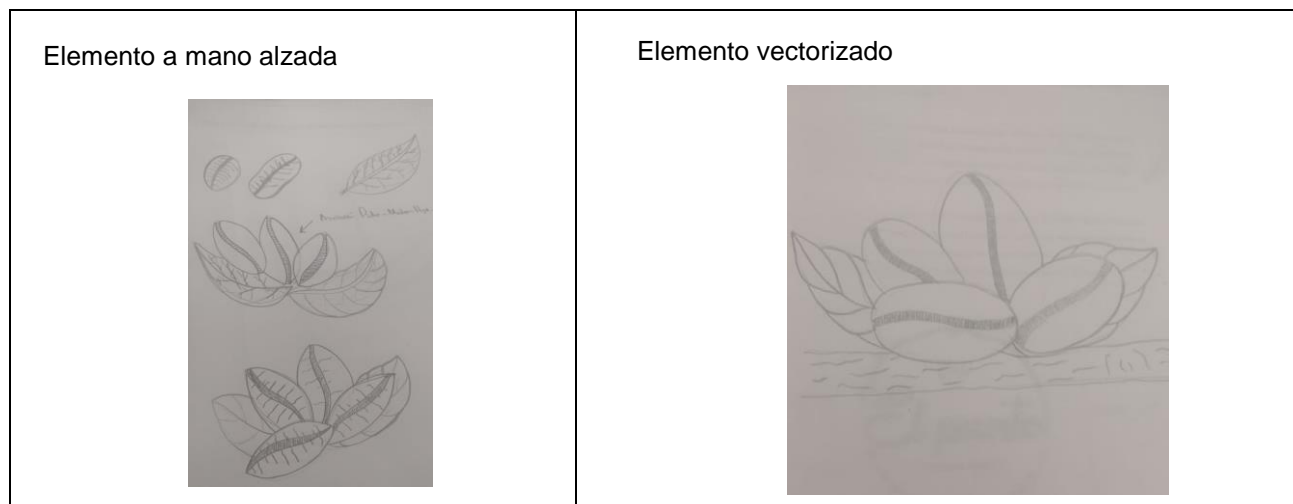
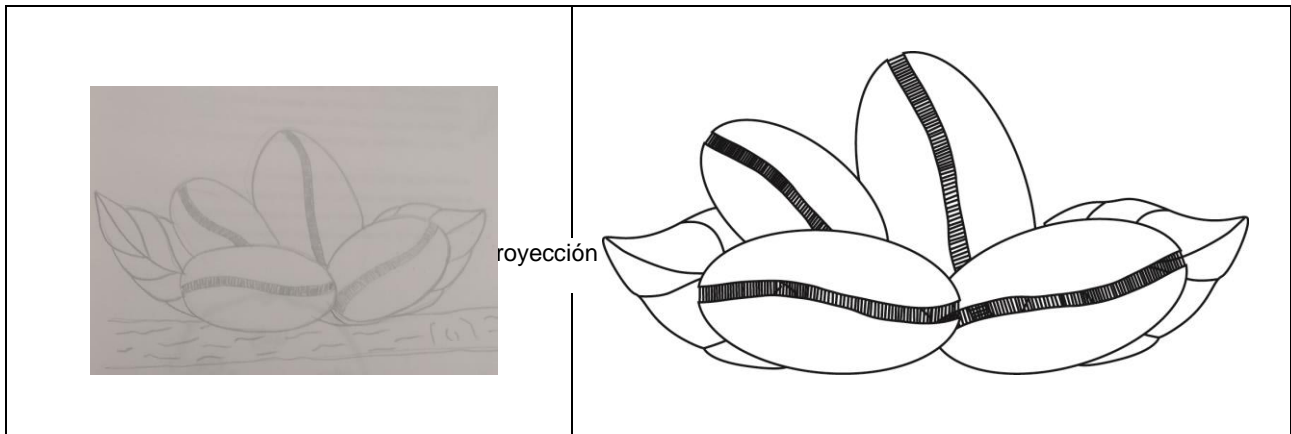


Imagen 12

Realización del vector conjunto de semillas.



Nota. Aplicación de software Ai Cs6.

El elemento representa un conjunto de granos de café (familia) sobre un par de hojas que semejan envolver o resguardar (Hogar) con el se pretende reforzar visualmente el giro de la empresa, así como sus valores de unidad, familiar y artesanal.

Imagen 13

Integrando el apoyo al logotipo.



Nota. Elemento de apoyo para reemplazar la leyenda de "Coffe Shop".

En la identidad visual es necesario considerar otros aspectos tales como dice: (Costa, Identidad Corporativa, 2014):

- La adaptabilidad de los signos de identidad en sus diferentes aplicaciones prácticas.
- La resistencia de los signos a las reducciones de tamaño sin que estos sean deformados.

Dentro de los aspectos mencionados debemos de realizar las pruebas necesarias para garantizar que la identidad en efecto cumple con los criterios, analizamos punto por punto.

Adaptabilidad de los signos

Para este punto consideraremos que la identidad debe de ser legible en usos que no tienen color, para lo cual es necesario considerar las posibles situaciones en las que se vea envuelto el logotipo, inicialmente partiremos de la suposición del cambio de color en el fondo del logotipo, lo cual nos generaría la disminución del contraste con su fondo actual, para solventar esta necesidad nos podemos basar en el principio de fondo y forma, lo cual a nivel cromático puede representar una ventaja al brindarle dinamismo a la imagen, de esta forma variaremos los fondos e invertiremos las tonalidades de forma y fondo para verificar su comportamiento.

Imagen 14

Variación en fondos.



Nota. Se observa el comportamiento del logotipo sobre diversos fondos, dando como necesidad la variante en negativo, adaptabilidad de los signos (Costa, *Identidad Corporativa*, 2014).

Como se observa la imagen en algunos fondos específicamente en fondos oscuros, la imagen tiende a perder el acento en el contexto, la gama de colores en definitiva es extensa por lo cual sería imposible realizar las pruebas con cada uno de los colores, sin embargo el principal reto de la imagen se centra en el contraste con el fondo, y este se ve afectado por la saturación de los tonos en el fondo, por este motivo se establecerán las variaciones del logotipo en sus saturaciones extremas y una saturación intermedia, es decir en blanco, negro y gris.

Imagen 15

Combinación de elementos de variaciones cromáticas.

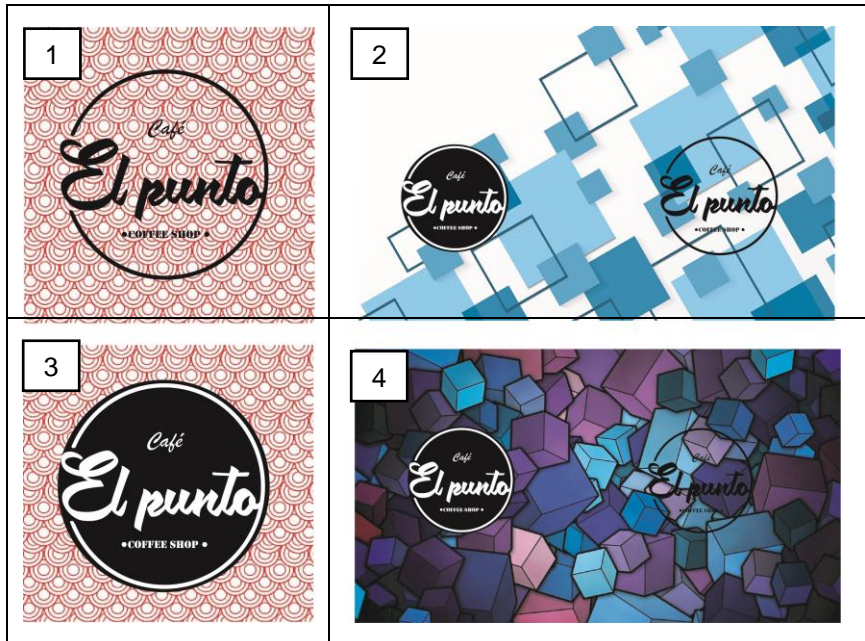


Nota. Al tratarse de un logotipo cromático se garantiza la combinación tonal sobre cualquier fondo mediante sus variaciones en negro, blanco y gris al 50%.

Otro aspecto a considerar en la adaptabilidad de los signos visuales es al verse sometido a medios con texturas o tramas generadas por combinaciones de colores o efectos de profundidad, por lo cual someteremos a la identidad del café “El Punto” y observaremos su comportamiento bajo esas circunstancias.

Imagen 16

Prueba con fondos de Patrón.



- 1.-Variacion de fondo con textura y logotipo en positivo.
- 2.-Variacion de fondo con textura y logotipo en positivo y negativo.
- 3.-Variacion logotipo en negativo y fondo con texturas.
- 4.-variacion logotipo en positivo y negativo en fondo con texturas.

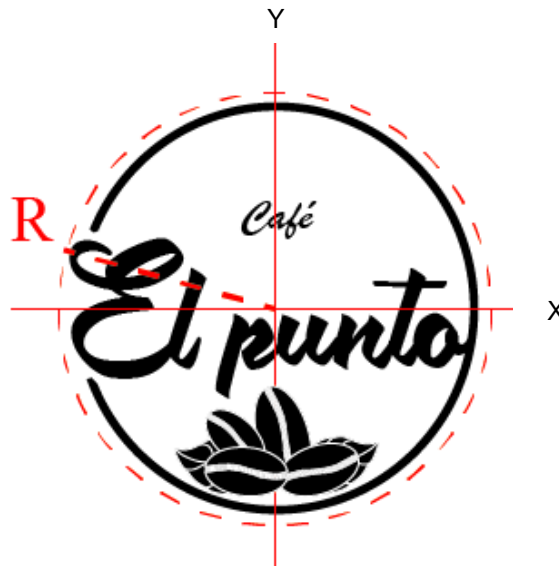
De la prueba se concluyen dos situaciones:

- El comportamiento del logotipo en fondo negro y forma en blanco (Negativo) no pierde visibilidad ante la variación de tono o textura, al contrario se funde con el contexto.
- El comportamiento del logotipo en fondo transparente y forma en negro (positivo), pierde sus características y acento cuando se somete a fondos texturizados o fondos negros.

Para evitar que el logotipo (variación positiva) se pierda en contextos de fondo en texturas, se deberá establecer un área de seguridad que nos permita aislar el logotipo del medio. Para establecer las dimensiones acorde a la geometría del logotipo se propone un fondo blanco en forma de círculo, en donde el radio R sea igual a la dimensión del eje del logotipo (centro) hacia la cresta de la parte superior de la letra "E".

Imagen 17

Área de seguridad.



Nota. Se establece el radio R que genera una circunferencia en fondo blanco para la determinación de área de seguridad aplicable en fondos con textura o fondos oscuros en la variación positiva del logotipo, criterio de adaptabilidad de los signos (Costa, *Identidad Corporativa*, 2014).

Una vez establecido el criterio aplicamos para verificar el comportamiento de la imagen.

Imagen 18

Aplicación área de seguridad.



Nota. Se observa el cambio en la identidad al aplicar el área de seguridad, nos permite la legibilidad y acento dentro de la composición, adaptabilidad de los signos según Costa (Costa, *Identidad Corporativa*, 2014).

Como última consideración en la variante de la adaptabilidad de la identidad es necesario estar consciente de que la identidad al ser aplicada en diferentes soportes, estará sujeta a las dimensiones que se requiera conforme a la naturaleza del objeto y su composición, por lo tanto es necesario someter el logotipo a las pruebas de impresión para determinar el tamaño mínimo que permita la legibilidad de los elementos de la identidad.

Una vez realizada la prueba de impresión se determina como tamaño mínimo de impresión 2 cm. de diámetro.

Resistencia de los signos a las reducciones de tamaño

Para el apartado de la resistencia de los signos a las reducciones de tamaño sin que estos sean deformados podemos realizar una prueba en la que el logotipo se someta a diferentes tamaños para observar el comportamiento de sus componentes.

Imagen 19

Prueba de reducción.



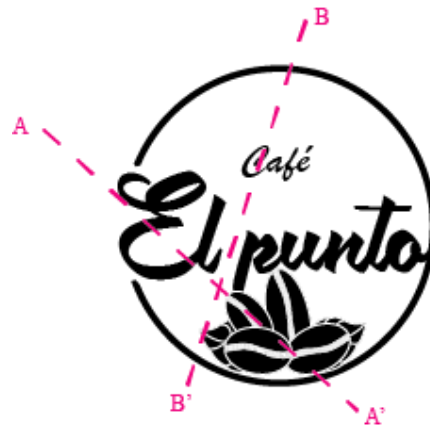
Nota. En la figura observamos que la leyenda “café” pierde legibilidad fácilmente.

En la imagen podemos observar que al momento de realizar las reducciones de diámetro la imagen tiene problemas de legibilidad, sin embargo el logotipo es legible hasta la reducción a 2 cm. de diámetro, lo cual nos indica que el problema radica principalmente en la proporción.

Al analizar el logotipo podemos identificar dos trazos perfectamente definidos en la composición, para ilustrarlos los marcaremos con segmentos de línea de A – A' a B – B'

Imagen 20

Composición del logotipo.



Nota. Las líneas A-A' y B-B' son líneas que rigen la composición del logotipo a nivel visual.

Para ajustar las dimensiones sin alterar el equilibrio del peso visual en los elementos de la composición tomaremos como referencia la línea B-B' como referencia y ajustaremos la proporción de la leyenda "café".

Imagen 21

Ajuste acorde a líneas de trazo en la composición.



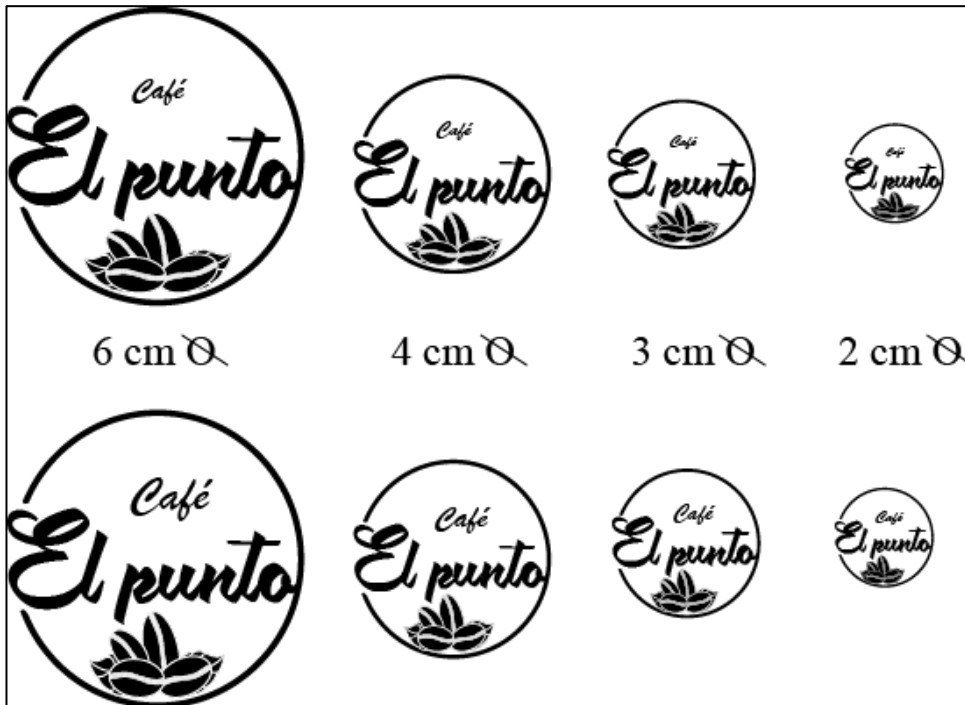
1.-Se ajusta la proporción conforme a los trazos principales de la composición mediante las líneas A-A' y B-B'.

2.-Observamos el conjunto de los elementos en composición armónica de acorde a los trazos visuales de la composición.

Para verificar que la proporción en efecto brinda la solución a los problemas de legibilidad realizaremos una comparativa en la reducción del logotipo original y una vez aplicada la proporción aurea y verificaremos el nivel de legibilidad obtenido.

Imagen 22

Comparativa en proporción.



Nota. Comparación de legibilidad previa y posterior al ajuste en la proporción acorde a los elementos compositivos.

En la imagen podemos observar que la legibilidad anterior al ajuste en la proporción se encontraba en el la escala a 4 cm, sin embargo una vez aplicada la proporción la legibilidad aumenta.

Ahora que han sido identificados y modificados los signos de la identidad para ajustarse a las necesidades de las aplicaciones procederemos a evaluar nuevamente el logotipo contra los requerimientos de diseño para verificar el cumplimiento.

Tabla 4

Requerimientos logotipo modificado.

LOGOTIPO ACTUAL	REQUERIMIENTOS DE DISEÑO			CRITERIO	
	Valor ideal	Forma	Elemento visual.	CUMPLE	NO CUMPLE
	Familiar	Curvas, envolventes, forma irregular,	Estabilidad.	✘	
	Artesanal	Orgánicas, irregulares, básicas.	Espontaneidad.	✘	
	Diversión	Curvas, formas irregulares.	Aguzamiento.	✘	
	Confianza	Formas geométricas.	Simetría.	✘	
	Unidad	Formas circulares, simétricas.	Simetría.	✘	
	Igualdad	Formas geométricas.	Simetría.	✘	
	Responsabilidad	Líneas horizontales, figuras simétricas.	Simetría.	✘	
	Compromiso	Formas geométricas.	Simetría.	✘	

Nota. Observamos el cumplimiento de la matriz de requerimientos posterior a las modificaciones.

Capítulo 3. DEFINICIÓN DE NECESIDADES DE LA EMPRESA

Se obtuvo la información necesaria para identificar a la empresa, sus actividades, el personal a cargo, las áreas de trabajo, su operación, su localización así como el menú de los productos que ofrecen a los usuarios sin embargo es necesario tomar a cuenta también las necesidades de los usuarios quienes reciben el servicio directamente para identificar sus necesidades y obtener el listado de aplicaciones que se requieren diseñar.

Para fines prácticos se separan las necesidades de aplicación en dos rubros:

- Necesidades de la empresa.
- Necesidades del usuario.

3.1 Necesidades de la empresa

En el apartado de las necesidades de la empresa tomaremos a consideración la tabla 1 en donde se enlistan los contenedores empleados por la empresa tanto para el servicio dentro de las instalaciones como fuera de ellas (para llevar/domicilio), de la tabla 1 sintetizaremos los elementos en una tabla como primer fase.

Tabla 5

Contenedores empleados.

ID	CONCEPTO
1	Vaso de 16 Oz tipo cavana acabado liso.
2	Taza de Porcelana de 2 Oz.
3	Taza de Porcelana de 10 Oz.
4	Taza tarro de vidrio de 10 Oz.
5	Cesta de comida rápida.
6	Papel acerado grado alimenticio de 34 x 45 cm.
7	Vaso con Domo desechable para 16 Oz.
8	Vaso acerado desechable con tapa para 10 Oz.
9	Charola térmica de unigel (amburguecera).
10	Plato de cerámica.
11	Papel aluminio.
12	Cono porta crepas.
13	Porta vaso para 2 o 4 piezas de cartón.
14	Bolsa de papel kraft calibre 44 GSM de 13 x 8 x 25 cm.

Nota. En el listado se concentran los contenedores y utensilios usados para el manejo de los alimentos según el menú del café.

En el listado se encuentran 14 artículos de los cuales algunos por sus características físicas y por lineamientos de higiene no pueden ser grabados o no se recomienda el grabado, a continuación enlisto los elementos a descartar:

- Taza de porcelana de 2 Oz. por las dimensiones de la taza y su geometría no se recomienda el grabado.
- Cesta de comida rápida: como su nombre lo indica se trata de una cesta la cual es acanalada por lo cual dificulta medios de impresión.
- Plato cerámico: por lineamientos de higiene, no debe ser grabado por desprendimiento de partículas.
- Papel aluminio: por sus características físicas y el uso no se recomienda el grabado.

Una vez eliminados los elementos que no proceden por sus características o función, el listado queda de la siguiente forma:

Tabla 6

Contenedores para aplicación.

ID	CONCEPTO
1	Vaso de 16 Oz. tipo cavana acabado liso.
2	Taza de Porcelana de 10 Oz.
3	Taza tarro de vidrio de 10 Oz.
4	Papel acerado grado alimenticio de 34 x 45 cm.
5	Vaso con domo desechable para 16 Oz.
6	Vaso acerado desechable con tapa para 10 Oz.
7	Charola térmica de unicel (amburguecera).
8	Cono porta crepas.
9	Porta vaso para 2 o 4 piezas de cartón.
10	Bolsa de papel Kraft calibre 44 GSM de 13 x 8 x 25 cm.

Nota. En el listado se concentran aplicaciones para los contenedores y utensilios usados en el manejo de los alimentos según el menú del café.

3.2 Necesidades del Usuario

El usuario representa un apartado primordial para el funcionamiento de las aplicaciones, para poder analizar los puntos a considerar estableceremos los procesos en el cual observaremos cada uno de los pasos que realizan para hacer una compra.

Para fines prácticos separaremos los procesos acorde al tipo de servicio que brinda la empresa.

- Servicio para llevar.
- Servicio para consumo en el local.
- Servicio a Domicilio.
- Servicios privados.

Tabla 7

Procesos servicio para llevar.

SERVICIO PARA LLEVAR	
SECUENCIA	ACTIVIDAD
1	Visualización del café desde el exterior del edificio.
2	Caminar del acceso del edificio a las escaleras (pasillo de 10 m.).
3	Subir escaleras hacia la segunda planta.
4	Se acerca al área de mostrador.
5	Se le facilita el menú.
6	Se toma su pedido por parte del mesero/a en comanda.
7	Realiza su pedido y se pasa al área de producción.
8	Espera la preparación de sus alimentos.
9	Recibe sus alimentos o bebidas.
10	Se le entrega la comanda con la cuenta del servicio.
11	Realiza el pago correspondiente.
12	En caso de ser necesario recibe su cambio.
13	Se retira de las instalaciones.

Nota. Se enlistan los 13 pasos indispensables para el servicio a clientes para llevar.

Tabla 8

Procesos servicio para el consumo en local.

SERVICIO CONSUMO EN EL LOCAL	
SECUENCIA	ACTIVIDAD
1	Visualización del café desde el exterior del edificio.
2	Caminar del acceso del edificio a las escaleras (pasillo de 10 m.).
3	Subir escaleras hacia la segunda planta.
4	Accede a la terraza o área cerrada.
5	Recibe el menú proporcionado por el mesero/a.
6	Se toma su pedido por parte del mesero/a en comanda.
7	Se transfiere el pedido al área de producción.
8	Espera la preparación de sus alimentos.
9	Recibe sus alimentos.
10	Consume sus alimentos.
11	Solicita el cobro por medio del mesero/a.
12	Recibe la cuenta por pagar en comanda.
13	Realiza su pago.
14	En caso de ser necesario recibe su cambio.
15	Se retira de las instalaciones.

Nota. Proceso estándar para realizar un servicio en el local del café.

Tabla 9

Procesos servicio a domicilio.

SERVICIO A DOMICILIO	
SECUENCIA	ACTIVIDAD
1	El usuario marca al número de atención al cliente.
2	Se recibe la llamada por medio de personal del café.
3	Se toma su pedido por medio de comanda y se le toman su datos.
4	Se transfiere el pedido al área de producción.
5	El pedido es entregado al mesero/a.
6	El mesero entrega el pedido /comanda y datos del envió al repartidor.
7	El repartidor se traslada al lugar de entrega.
8	El repartidor recibe el pago y entrega los alimentos.
9	Se retira el repartidor.
10	Entrega cobro el repartidor al mesero/a.

Nota. Proceso requerido para solicitud y realización de eventos privados.

Tabla 10

Procesos servicio privado.

SECUENCIA	ACTIVIDAD
1	El usuario contacta a la empresa.
2	Se asesora y brindan opciones de servicio acorde a las necesidades de su evento.
3	Se entrega una cotización formal al cliente con vigencia de 30 días.
4	En caso de contratar, se firma contrato de acuerdos en donde se asientan los detalles del servicio.
5	Una vez llegada la fecha se realiza el servicio en tiempo y forma acorde al contrato.
6	Se realiza la liquidación del contrato.
7	Se retira la empresa del evento.

Nota. En la tabla se enlistan los 7 pasos para recibir un servicio de tipo privado.

Durante los procesos expuestos en las tablas 7, 8 ,9 y 10 observamos que existen varios puntos de contacto con el cliente en donde el uso de la identidad puede ser primordial mediante aplicaciones, en las siguientes tablas se observan los puntos en donde se puede generar una aplicación para reforzar la identidad de la empresa con el cliente basados en sus procedimientos de trabajo.

Tabla 11

Aplicaciones en procesos servicio para llevar.

SERVICIO PARA LLEVAR		
SECUENCIA	ACTIVIDAD	OPORTUNIDAD DE APLICACIÓN
1	Visualización del café desde el exterior del edificio.	Promocional exterior del edificio.
2	Caminar del acceso del edificio a las escaleras (pasillo de 10 m.)	Promocional publicitario de bienvenida.
3	Subir escaleras hacia la segunda planta.	Ninguno.
4	Se acerca al área de mostrador.	Promocional horario de servicio.
5	Se le facilita el menú.	Menú.
6	Se toma su pedido por parte del mesero/a en comanda.	Comanda/Uniforme promocional.
7	Realiza su pedido y se pasa al área de producción.	Ninguno.
8	Espera la preparación de sus alimentos.	Promocional nuevos productos/ Promociones.
9	Recibe sus alimentos o bebidas.	Ninguno.
10	Se le entrega la comanda con la cuenta del servicio.	Comanda.
11	Realiza el pago correspondiente.	Ninguno.
12	En caso de ser necesario recibe su cambio.	Ninguno.
13	Se retira de las instalaciones.	Ninguno.

Nota. En la tabla se detectan las oportunidades de aplicación acorde a los procesos de venta en el servicio para llevar.

Tabla 12

Aplicaciones en procesos servicio para consumo en el local.

SERVICIO CONSUMO EN EL LOCAL		
SECUENCIA	ACTIVIDAD	OPORTUNIDAD DE APLICACIÓN
1	Visualización del café desde el exterior del edificio.	Letrero Exterior del edificio.
2	Caminar del acceso del edificio a las escaleras (pasillo de 10 m.).	Promocional publicitario de bienvenida.
3	Subir escaleras hacia la segunda planta.	Ninguno.
4	Accede a la terraza o área cerrada.	Letrero de Horarios de servicio.
5	Recibe el menú proporcionado por el mesero/a.	Menú/uniforme promocional.
6	Se toma su pedido por parte del mesero/a en comanda.	Comanda/uniforme promocional.
7	Se transfiere el pedido al área de producción.	Ninguno.
8	Espera la preparación de sus alimentos.	Promocional nuevos productos o promociones.
9	Recibe sus alimentos.	Ninguno.
10	Consume sus alimentos.	Promocional en mesa.
11	Solicita el cobro por medio del mesero/a.	Ninguno.
12	Recibe la cuenta por pagar en comanda.	Comanda.
13	Realiza su pago.	Ninguno.
14	En caso de ser necesario recibe su cambio.	Ninguno.
15	Se retira de las instalaciones.	Ninguno.

Nota. En la tabla se detectan las oportunidades de aplicación acorde a los procesos de venta en el local.

Tabla 13

Aplicaciones en procesos para servicio a domicilio.

SERVICIO A DOMICILIO		
SECUENCIA	ACTIVIDAD	OPORTUNIDAD DE APLICACIÓN
1	El usuario marca al número de atención al cliente.	Promocional del servicio a Domicilio.
2	Se recibe la llamada por medio de personal del café.	Ninguno.
3	Se toma su pedido por medio de comanda y se le toman sus datos.	Comanda.
4	Se transfiere el pedido al área de producción.	Ninguno.
5	El pedido es entregado al mesero/a.	Ninguno.
6	El mesero entrega el pedido /comanda y datos del envió al repartidor.	Promocional en unidad de reparto.
7	El repartidor se traslada al lugar de entrega.	Promocional en unidad de reparto.
8	El repartidor recibe el pago y entrega los alimentos.	Comanda/uniforme promocional.
9	Se retira el repartidor.	Ninguno.
10	Entrega cobro el repartidor al mesero/a.	Ninguno.

Nota. En la tabla se detectan las oportunidades de aplicación acorde a los procesos de servicio a domicilio.

Tabla 14

Aplicaciones en procesos para servicio privado.

SERVICIO PRIVADO		
SECUENCIA	ACTIVIDAD	OPORTUNIDAD DE APLICACIÓN
1	El usuario contacta a la empresa.	Promocional números de servicio a domicilio.
2	Se asesora y brindan opciones de servicio acorde a las necesidades de su evento.	Promocional en propuesta de servicio.
3	Se entrega una cotización formal al cliente con vigencia de 30 días.	Promocional cotización de evento.
4	En caso de contratar, se firma contrato de acuerdos en donde se asientan los detalles del servicio.	Promocional contrato (documento).
5	Una vez llegada la fecha se realiza el servicio en tiempo y forma acorde al contrato.	Uniforme promocional.
6	Se realiza la liquidación del contrato.	Ninguno.
7	Se retira la empresa del evento.	Ninguno.

Nota. En la tabla se detectan las oportunidades de aplicación acorde a los procesos privados.

Una vez observados los procesos de venta del café identificamos algunos otros puntos en donde se puede realizar aplicación de la identidad, en la siguiente tabla se enlistan las oportunidades de aplicación detectados de forma sintetizada debido a que en algunos procesos se repite la misma oportunidad.

Tabla 15

Listado de aplicaciones acorde a los tipos de servicio.

ID	OPORTUNIDAD DE APLICACIÓN
1	Promocional exterior del edificio.
2	Promocional publicitario de bienvenida.
3	Promocional Horario de servicio.
4	Comanda.
5	Uniforme promocional
6	Promocional nuevos productos y promociones en mesa.
7	Promocional del servicio a domicilio.
8	Promocional en unidad de reparto.
9	Promocional en propuesta de servicio.
10	Promocional cotización de evento.
11	Promocional contrato.

Nota. En la tabla se sintetizan las oportunidades de aplicación acorde a los procesos de venta del café.

En la tabla de concentrado de oportunidades de aplicaciones podemos distinguir en donde se puede realizar alguna aplicación, sin embargo, aún es necesario definir la aplicación que se acople más fácilmente a las necesidades del café, cabe destacar que al no ser elementos con los que esté familiarizado el propietario se realizan las sugerencias de los soportes en los cuales se pueden realizar las aplicaciones, considerando la tabla de oportunidades de aplicaciones y considerando los elementos obtenidos en la entrevista al personal.

Tabla 16

Aplicaciones acorde a oportunidades de aplicación.

ID	OPORTUNIDAD DE APLICACIÓN	APLICACIÓN
1	Promocional exterior del edificio.	Letrero promocional en el exterior del edificio.
2	Promocional publicitario de bienvenida.	Caballote publicitario.
3	Promocional Horario de servicio.	Letrero con horarios de servicio.
4	Comanda.	Formato de comanda.
5	Uniforme promocional.	Uniforme institucional.
6	Promocional nuevos productos y promociones en mesa.	Letrero acrílico para mesas.
7	Promocional del servicio a domicilio.	Tarjetas de presentación.
8	Promocional en unidad de reparto.	Baúl de repartidor.
9	Promocional en propuesta de servicio.	Hoja membretada/ folder institucional.
10	Promocional cotización de evento.	
11	Promocional contrato.	
12	Menú.	Menú.

Nota. En la tabla se sintetizan las aplicaciones conforme a las oportunidades de aplicación.

3.3 Listado de aplicaciones

Se obtuvieron las aplicaciones acorde a las necesidades basadas en el menú (productos) y las necesidades basadas acorde al servicio y los tipos de servicio con los cuales cuenta el café “El Punto”, finalmente lo único que resta por hacer es unir en un solo listado la totalidad de las aplicaciones.

Tabla 17

Listado de Aplicaciones.


ID	APLICACIÓN
1	Vaso de 16 Oz tipo cavana acabado liso.
2	Taza de porcelana de 12 Oz.
3	Taza tarro de vidrio de 12 Oz.
4	Papel acerado grado alimenticio de 34 x 45 cm.
5	Vaso con domo desechable para 16 Oz.
6	Vaso acerado desechable con tapa para 12 Oz.
7	Charola térmica de unicel (amburguecera).
8	Cono porta crepas.
9	Porta vaso para 2 o 4 piezas de papel kraft
10	Bolsa de papel kraft calibre 44 GSM de 13 x 8 x 25 cm
11	Letrero promocional en el exterior del edificio.
12	Caballote publicitario.
13	Letrero con horarios de servicio.
14	Formato de comanda.
15	Uniforme institucional.
16	Letrero acrílico para mesas.
17	Tarjetas de presentación
18	Baúl de repartidor
19	Hoja membretada
20	Folder institucional
21	Menú

Nota. Listado de aplicaciones a desarrollar acorde a las necesidades del café “El Punto”.

El contar con el listado de aplicaciones acorde a las necesidades de la empresa nos ayuda a centrarnos en el desarrollo del diseño de las aplicaciones, además de contar con los requerimientos de diseño los cuales nos brindaran las pautas y criterios de jerarquización a implementar en los diversos soportes, como siguiente punto se consideran las dimensiones y características puntuales de los soportes a emplear para el listado de las aplicaciones.

3.4 Características de los soportes para aplicación.

Una vez obtenido el listado de aplicaciones, debemos investigar las dimensiones y características específicas de cada uno de los soportes para considerarlos en el diseño a implementar.


<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Vaso de 16 Oz Vidrio Altura: 17.8 cm. Diámetro: 8.4 cm.</p>	
--	---	---

<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Taza de 12 Oz. Cerámica. Altura: 9 cm. Perímetro: 21 cm.</p>	
--	--	--


<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Taza Tarro. Vidrio. Altura: 14 cm. Diámetro superior: 8 cm. Diámetro Inferior: 4 cm.</p>	
--	--	--


<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Papel acerado. Papel grado alimenticio. Altura: 34 cm. Largo: 45 cm.</p>	
--	--	---


<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Vaso con domo desechable. Polipropileno. Altura: 12 cm. Diámetro Superior: 9.5 cm. Diámetro Inferior: 6.5 cm.</p>	
--	---	--

<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Vaso acerado desechable 12 Oz. Cartulina acerada. Altura: 4.4 pulgadas. Diámetro : 3.54 pulgadas</p>	
--	--	--


<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Charola térmica de uniel. Uniel. Largo: 15 cm. Ancho: 15 cm. Alto: 7.5 cm.</p>	
--	--	---


<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Cono porta crepas. Papel Kraft. Diámetro: 20 cm.</p>	
--	--	--


<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Porta vasos.</p> <p>Cartón corrugado</p> <p>Altura: 133 mm. Ancho: 123 mm. Largo: 240 mm.</p>	
--	---	--


<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Bolsa papel Kraft .</p> <p>Papel Kraft.</p> <p>Altura: 25 cm. Ancho: 8 cm. Largo: 13 cm. Calibre: 44 GSM</p>	
--	--	---


<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Letrero Exterior.</p> <p>Acrílico de 3 mm.</p> <p>Altura: 200 cm. Ancho: 200 cm.</p>	
--	--	--

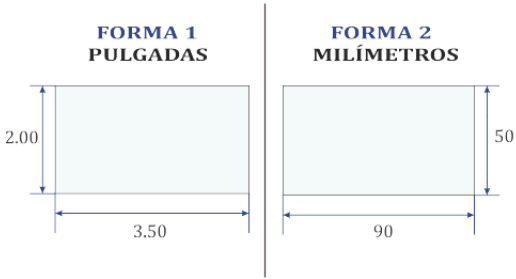
<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Caballote publicitario. Tubular. Altura: 100 cm. Ancho: 50 cm.</p>	
--	--	--

<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Letrero con horario de servicio. Poliestireno. Altura: 41 cm. Ancho: 30 cm. Calibre: 80 (2 mm.)</p>	
---	--	---

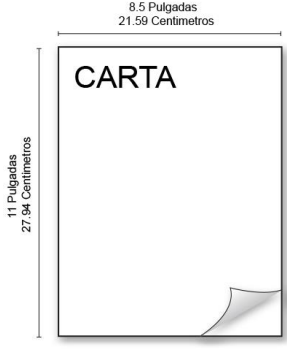
<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Formato de comanda. Papel Bond. Altura: 14 cm. Ancho: 9 cm.</p>	
---	--	--

<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Uniforme.</p> <p>Mezcla poliéster y algodón.</p> <p>Variación acorde a talla, playera tipo Polo.</p>	
--	--	--

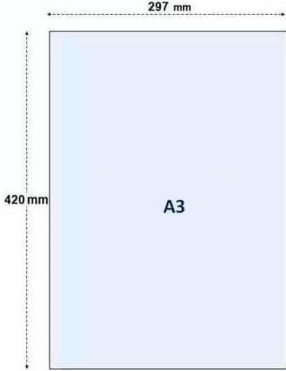
<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Letrero Acrílico.</p> <p>Acrílico de 3 mm.</p> <p>Alto: 21 cm.</p> <p>Ancho: 15 cm.</p>	
--	---	---

<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Tarjeta de Presentación.</p> <p>Cartulina con laminado mate.</p> <p>Alto: 5 cm.</p> <p>Ancho: 9 cm.</p>	
--	---	--

<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Baúl de repartidor.</p> <p>Impresión en vinil.</p> <p>Acorde a plantilla.</p>	
--	---	--

<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Hoja membretada.</p> <p>Papel bond.</p> <p>Tamaño carta.</p>	
--	--	---

<p>Soporte de aplicación:</p> <p>Material:</p> <p>Dimensiones:</p>	<p>Folder institucional.</p> <p>Cromacote Blanco.</p> <p>Tamaño carta.</p>	
--	---	--

<p>Soporte de aplicación: Material: Dimensiones:</p>	<p>Menú. Papel laminado A3. Altura: 29.7 cm. Ancho: 42 cm. La hoja será dividida en tercios en la dimensión de 42 cm.</p>	 <p>The diagram shows a light blue rectangular sheet labeled 'A3'. Dimension lines indicate a width of 297 mm and a height of 420 mm. The sheet is oriented vertically.</p>
---	--	---

Capítulo 4. DISEÑO

4.1 Diseño de Aplicaciones

Para el diseño de las aplicaciones se consideran criterios de composición que cumplan con los requerimientos de diseño, se usaran como base los elementos del logotipo así como sus colores.

Las composiciones deberán cumplir con los requerimientos de diseño obtenidos durante la investigación, así mismo con los criterios de uso bajo las pruebas a las que fue sometido el logotipo.

Tipografía Corporativa

Tipografía primaria:

- La tipografía *Hot Jacket* regular será empleada en el logotipo y elementos decorativos dentro del local.
- La tipografía Secundaria será *Berlin Sans* la cual se empleara en cuerpos de texto y publicidad de la empresa dependiendo de las necesidades de la comunicación la variante de la tipografía.

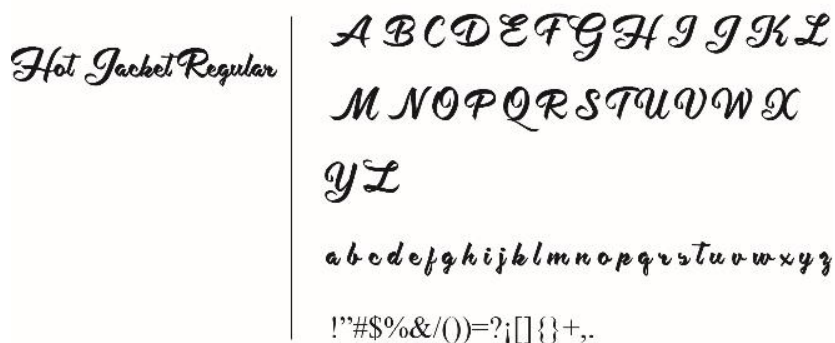
Tipografía Terciaria:

- La tipografía *Myriad Pro* será utilizada en cuerpos de texto en caso de no contar con alguna de las anteriores.

Figura 23

Tipografías.

Tipografía Primaria



Tipografía Secundaria

Berlin Sans FB	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ TUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz !"#\$%&/'()=?i[]{}+.,
Berlin Sans FB Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ TUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz vwxyz !"#\$%&/'()=?i[]{}+.,
Berlin Sans FB Demi Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ TUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz vwxyz !"#\$%&/'()=?i[]{}+.,

Tipografía Terciaria

Myriad Pro Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ TUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz !"#\$%&/'()=?i[]{}+.,
--------------------	--

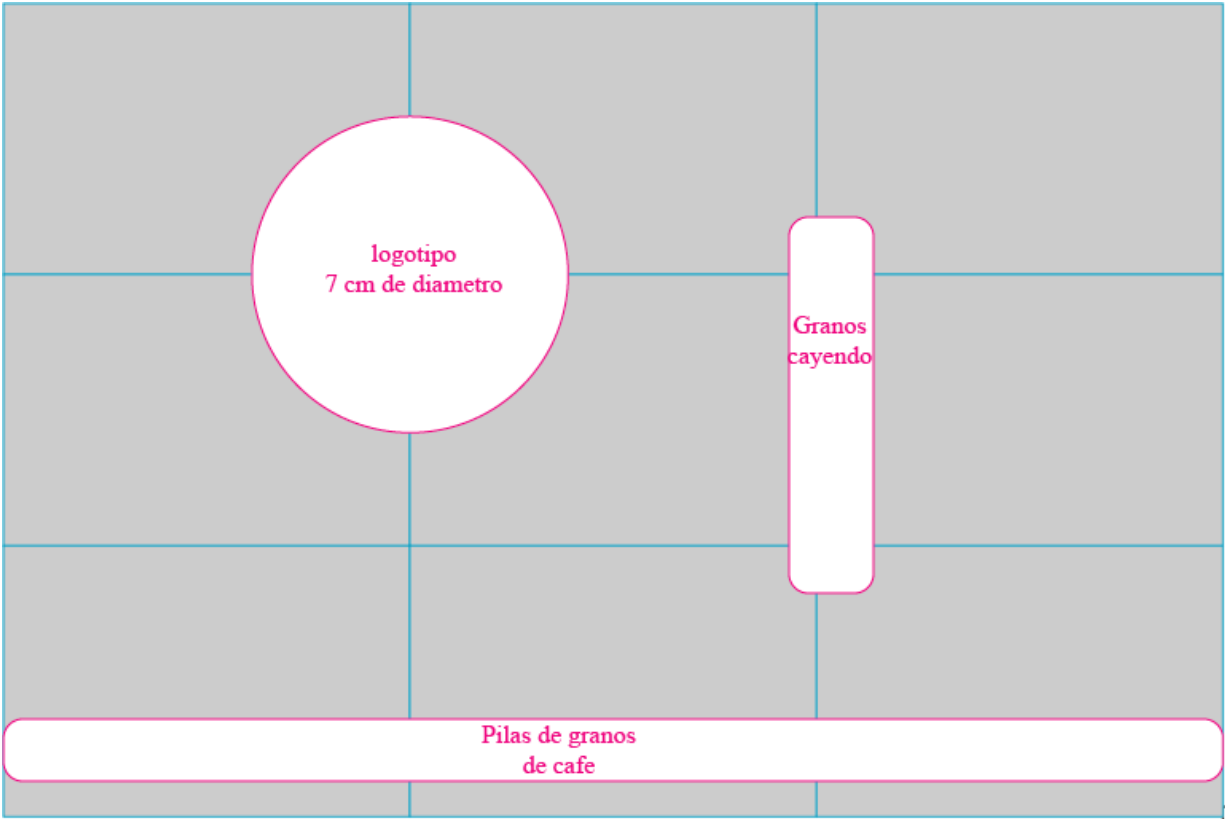
Nota. El establecimiento de tipografías permitidas nos ayuda a mantener el estilo de la identidad.

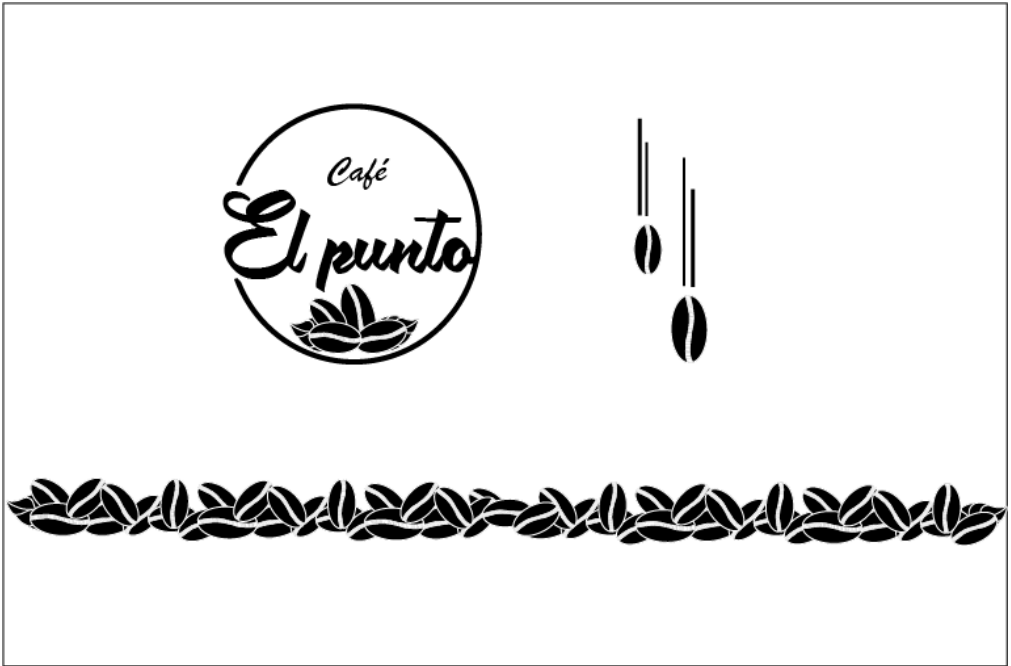
Una vez establecidos los parámetros y los requerimientos de diseño en conjunto con las necesidades de la empresa, iniciamos el proceso de diseño de las aplicaciones.

El criterio de composición será basado en la regla de tercios, en la cual ocuparemos la posición de los elementos compositivos para asignar jerarquía a las necesidades de cada una de las aplicaciones.

NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.1 VASO DE VIDRIO DE 16 OZ
Criterio de distribución:	Regla de los tercios, lectura izquierda a derecha
Elementos visuales	Resalte, aguzamiento.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos
Elementos de composición:	Logotipo, grano de café, hojas de café.
Comentarios:	Se busca la sensación de estabilidad con las pilas de café en la parte baja, líneas guía para direccionamiento de la vista y protagonismo al logotipo, al ser un elemento transparente se utilizan pocos elementos para generar contraste con el color de su contenido. Para la impresión se ocupa la totalidad del perímetro en el elemento de estabilidad (pilas de café) y el diseño se centra en el campo visual.
Información requerida:	Logotipo
Soporte	Vidrio liso.

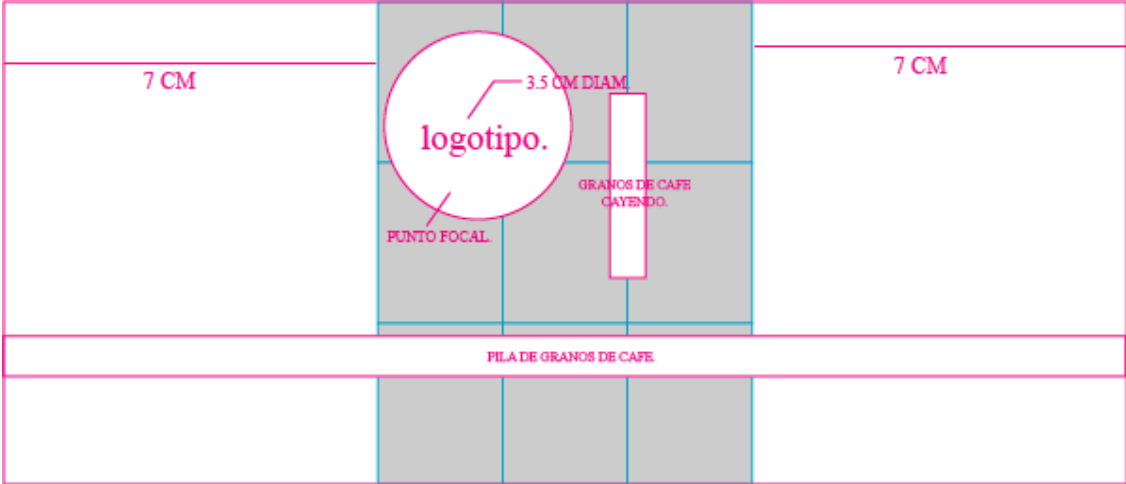
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.2 TAZA DE CERAMICA DE 12 OZ
Criterio de distribución:	Regla de tercios, aplicable a el área de impresión limitada a 7 cm al centro del lienzo.
Elementos visuales:	Resalte y aguzamiento.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos
Elementos de composición:	Logotipo, grano de café, hojas de café
Comentarios:	Se considera el aspecto del soporte, al tratarse de color solido en blanco, se consideran pocos elementos en la distribución con la finalidad de brindar sensaciones de pulcritud, se aprovecha la textura de la cerámica para contrastar los elementos.
Información requerida :	Logotipo.
Soporte	Cerámica.

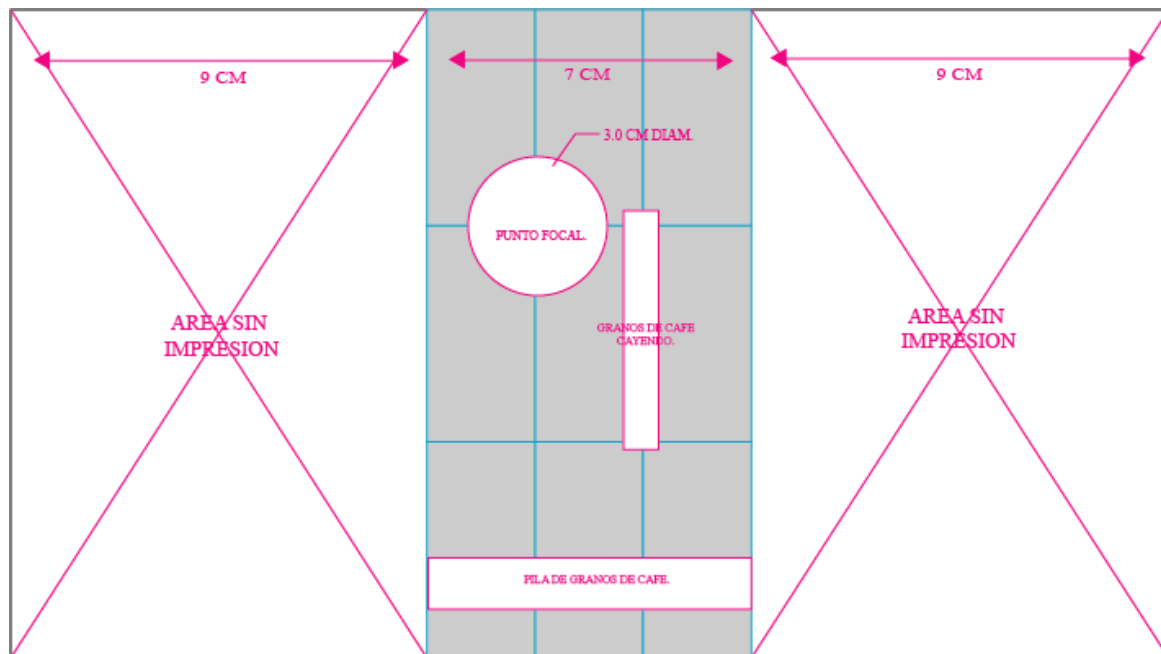
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.3 TAZA TARRO DE VIDRIO
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales:	Resalte y aguzamiento.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos
Elementos de composición:	Logotipo, grano de café, hojas de café
Comentarios:	Para la elaboración del diseño se considera un espacio imprimible de 7 cm. Debido a la geometría cónica y la visibilidad de los elementos, se propone la impresión en color blanco a causa de que el contenido en estos contenedores es color café oscuro, para obtener contraste en los elementos y hacer resalte con el contenido.
Información requerida:	Logotipo
Soporte	Vidrio

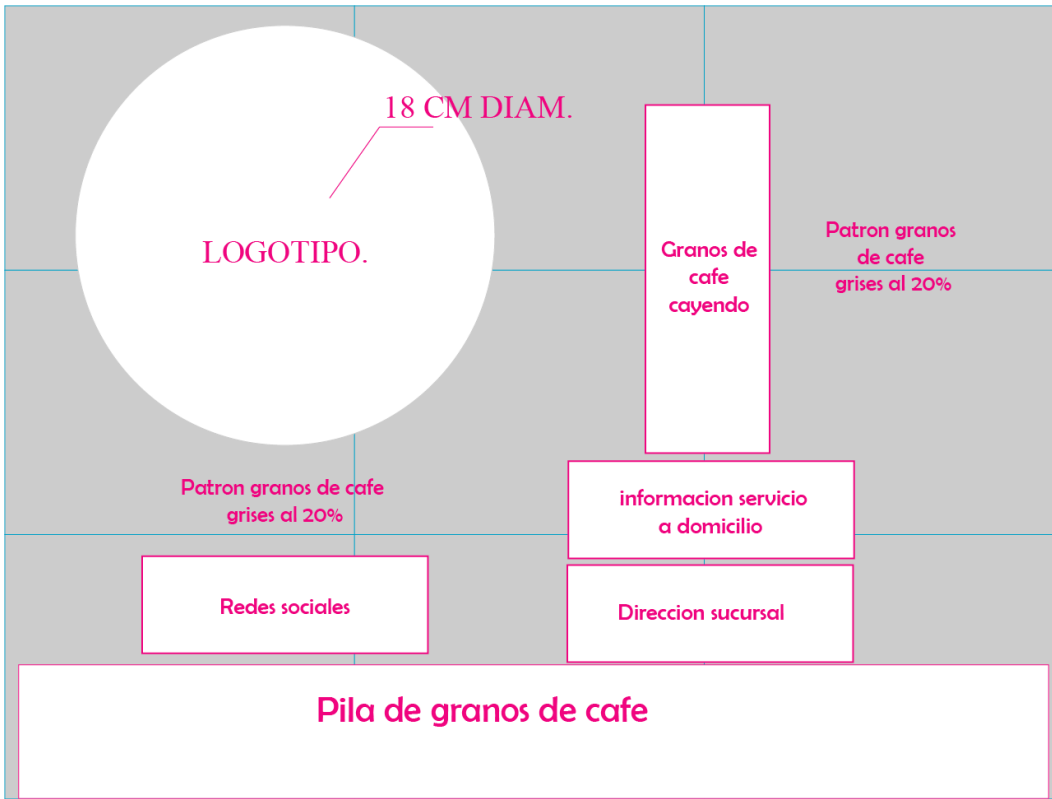
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.4 PAPEL ACERADO
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales:	Espontaneidad, equilibrio, aguzamiento.
Recursos de diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café, hojas de café.
Comentarios:	Para el diseño y la composición se considera la aplicación de un patrón a base de granos de café en una escala de grises al 20% para romper la monotonía en relación fondo forma, aplicando textura sin perder la legibilidad de los elementos del primer plano, se brinda protagonismo al logotipo.
Información requerida:	Logotipo, número de contacto, domicilio, redes sociales.
Soporte	Papel acerado grado alimenticio impreso a una sola cara.

PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





Café
El punto

Servicio a Domicilio:
9511197852

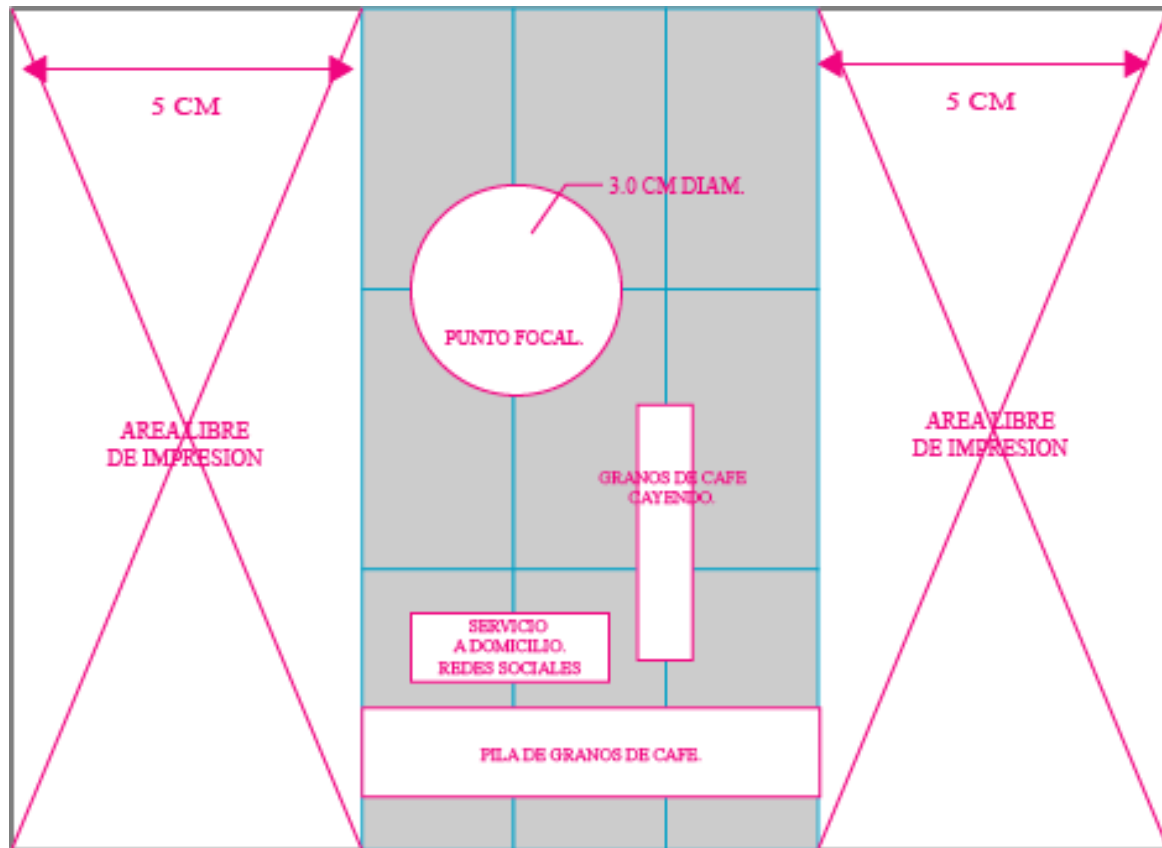
 **ElpuntocoffeShop**

Calle Hidalgo #8
San Francisco Telixtlahuaca



NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.5 VASO CON DOMO.
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales:	Aguzamiento, equilibrio.
Recursos de diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, grano de café, hoja de café.
Comentarios:	Para el diseño se consideran un área imprimible limitada por la geometría cónica del elemento, así como pocos elementos sin patrón de fondo para hacer resalte con los colores del contenido del vaso, se agrega elemento de pilas de café para brindar estabilidad al diseño por el equilibrio visual.
Información requerida:	Logotipo, contacto, redes sociales.
Soporte	Polipropileno

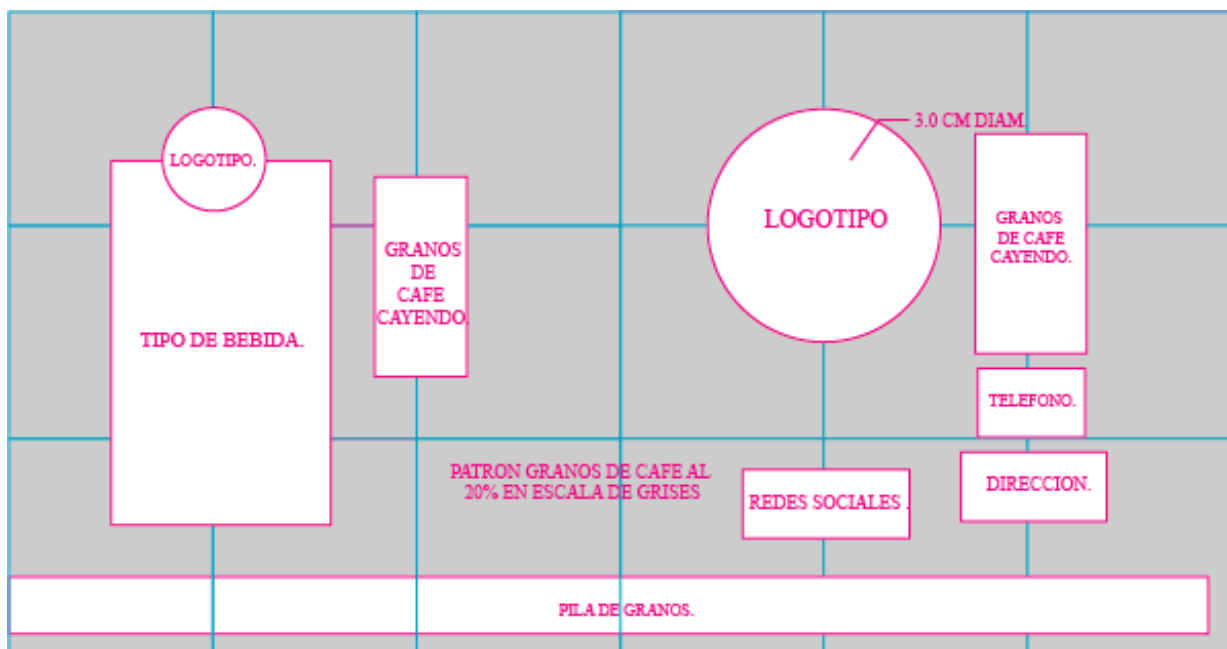
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.6 VASO ACERADO
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales:	Aguzamiento, equilibrio.
Recursos de diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos compositivos	Logotipo, grano de café, hoja de café.
Comentarios:	Para el diseño se consideran un área imprimible de la totalidad de la superficie, se consideran patrones de granos de café en escala de grises, se incluyen leyendas de tipo de café para practicidad en la identificación en su contenido.
Información requerida:	Logotipo, dirección, redes sociales, tipos de bebida.
Soporte:	Papel acerado.

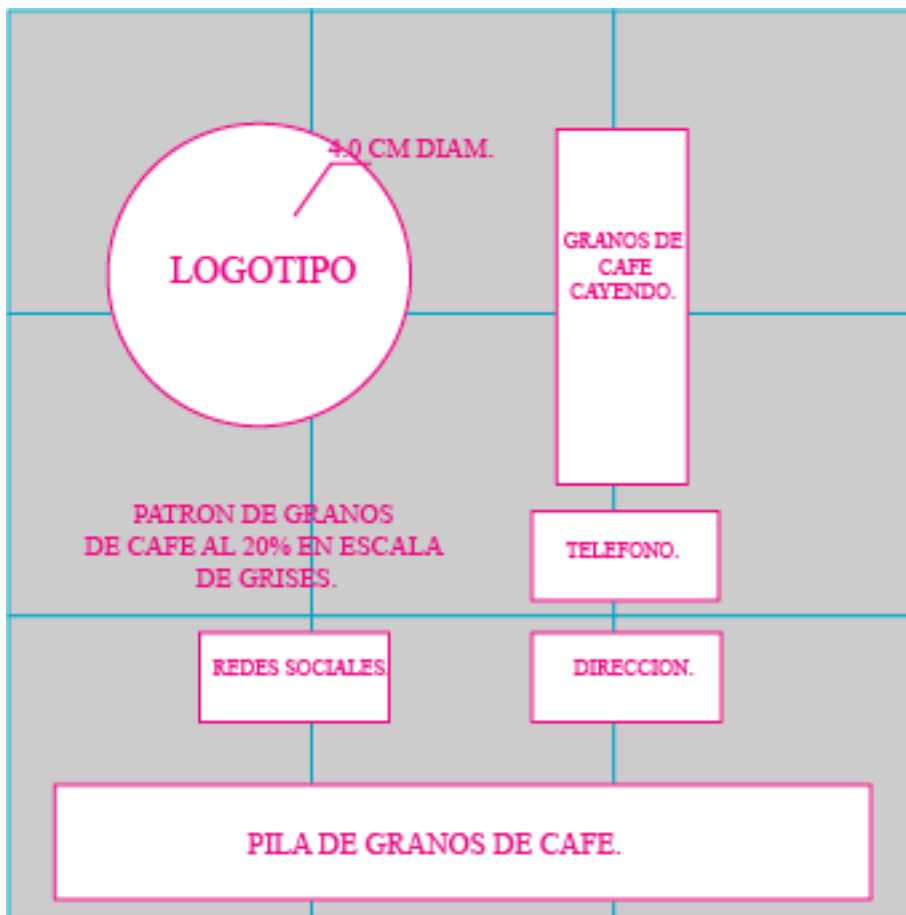
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.7 CHAROLA TERMICA DE UNICEL
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, aguzamiento, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, grano de café, hoja de café.
Comentarios:	Para la aplicación se propone el uso de vinil impreso, de fondo un patrón de granos de café al 20% para romper la monotonía en relación fondo y forma brindando textura, se da protagonismo al logotipo, así como a la dirección y numero de contacto..
Información requerida:	Logotipo, contacto, redes sociales.
Soporte	Etiqueta a base de vinil, para colocación sobre unicel

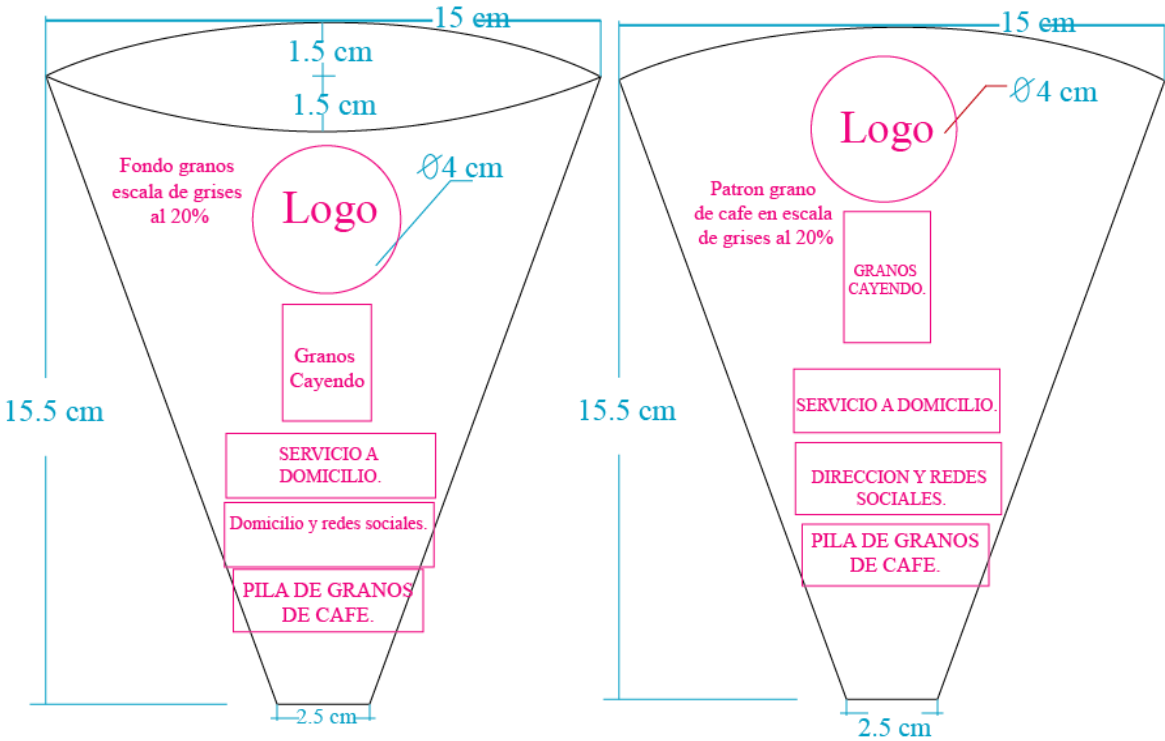
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.8 CONO PORTA CREPAS
Criterio de distribución:	Jerarquía de elementos.
Elementos visuales	Espontaneidad, aguzamiento, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, grano de café, hoja de café.
Comentarios:	Para la aplicación se propone el uso de principio fondo forma, de fondo un patrón de granos de café al 20% para romper la monotonía y dar textura.
Información requerida:	Logotipo, contacto, dirección y redes sociales.
Soporte	Impresión sobre base papel kraft.

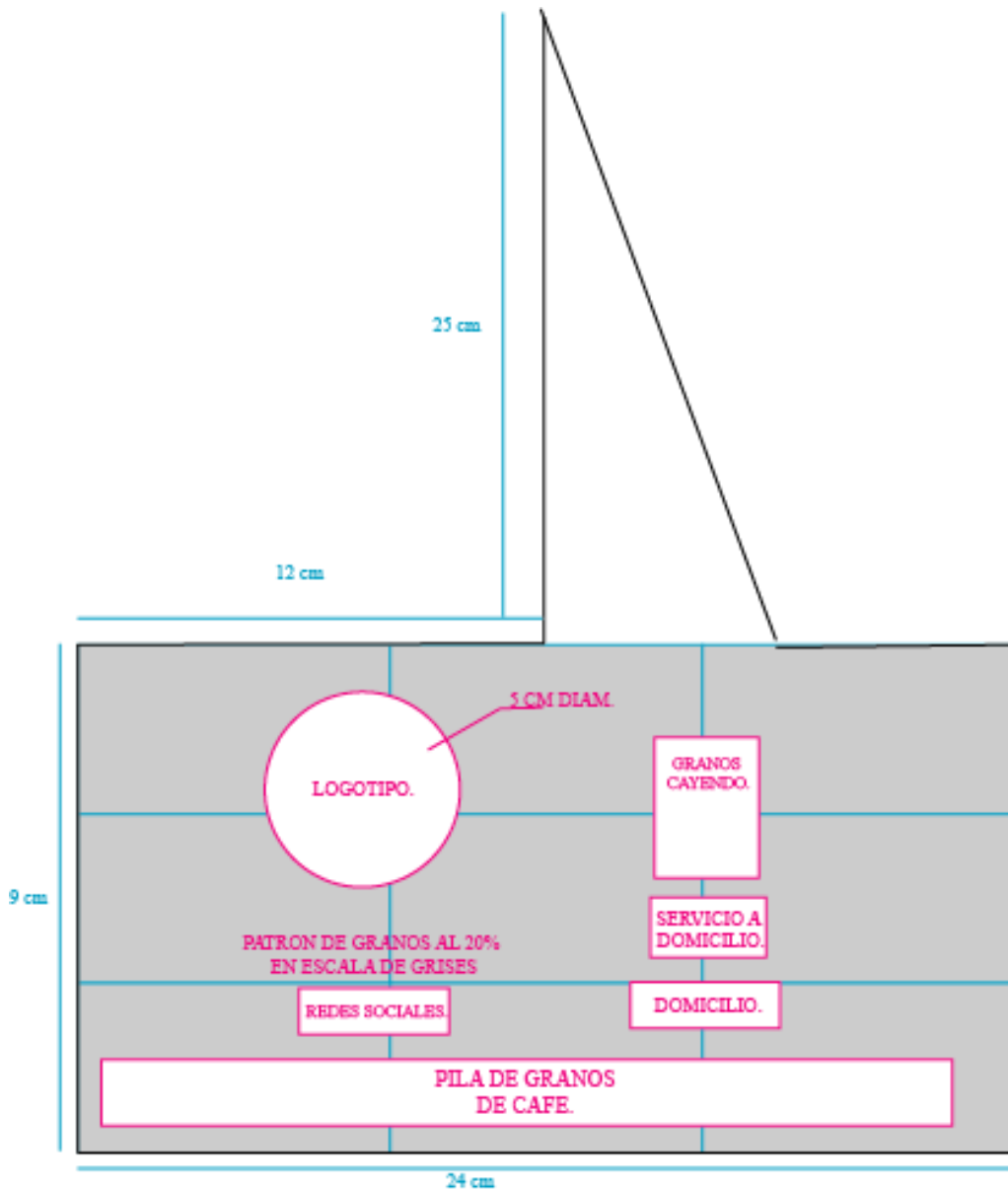
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.9 PORTA VASO PAPEL KRAFT
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, aguzamiento, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, grano de café, hoja de café.
Comentarios:	Para el diseño se contemplan el fondo en color Kraft, por lo cual se aplica fondo en patrón de granos con al 20% en escala de grises para uso de recurso fondo forma y romper la monotonía del diseño, se brinda protagonismo al logotipo y a la dirección y número de contacto.
Información requerida:	Logotipo, contacto, dirección y redes sociales.
Soporte	Impresión sobre cartón kraft.

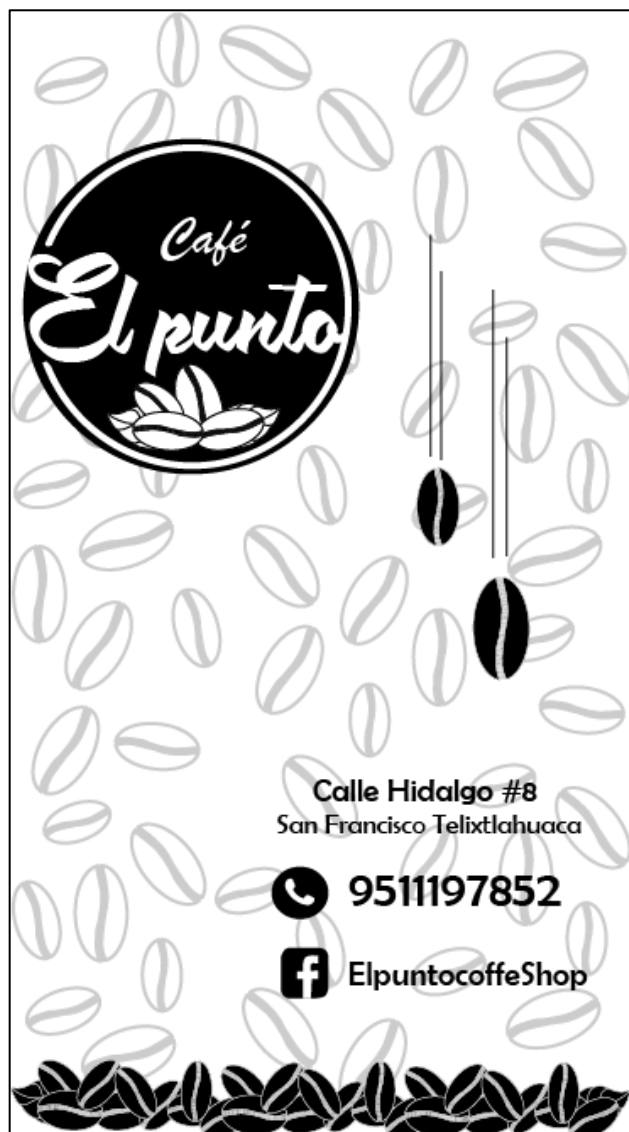
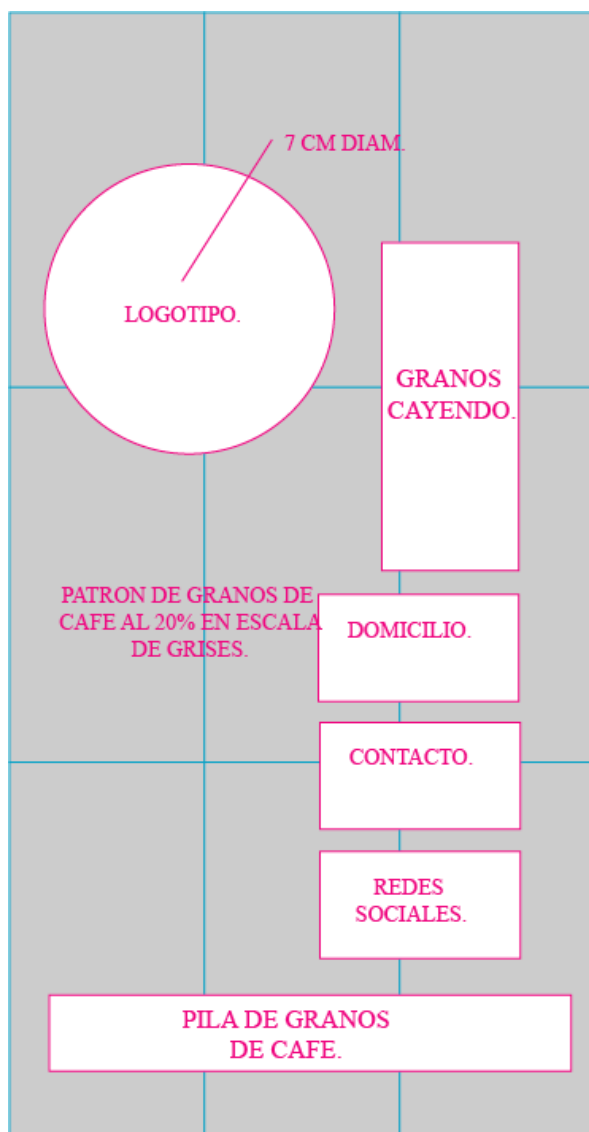
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.10 BOLSA PAPEL KRAFT
Criterio de distribución:	Espontaneidad, aguzamiento, equilibrio.
Elementos visuales	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Recursos de Diseño:	Logotipo, grano de café, hoja de café.
Elementos de composición:	Para el diseño se contemplan el fondo en color Kraft, por lo cual se aplica fondo en patrón de granos al 20% en escala de grises.
Comentarios:	Para el diseño se contempla el fondo en color kraft, se usa recurso de fondo y forma para resaltar el logotipo y la información , se prioriza el logotipo en el lenguaje de comunicación..
Información requerida:	Impresión sobre papel kraft.
Soporte	Espontaneidad, aguzamiento, equilibrio.

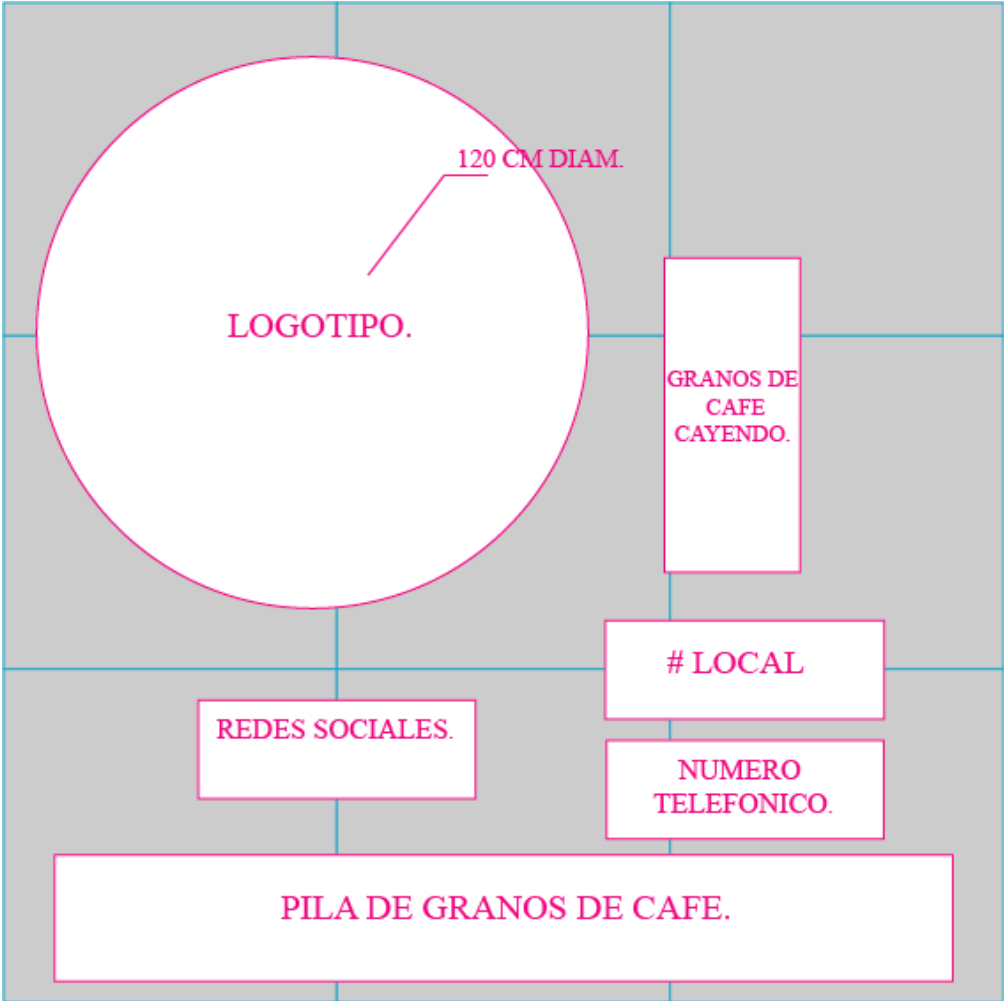
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.11 LETRERO EXTERIOR
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, aguzamiento, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Se considera el soporte de diseño a base de acrílico, el cual por su transparencia, se aprovecha con elementos en corte de vinil con los granos de café en escala de grises al 20% a modo de siluetas para romper la monotonía y brindar profundidad al diseño.
Información requerida:	Logotipo, redes sociales, dirección.
Soporte	Corte de vinil sobre acrílico de 3 mm.

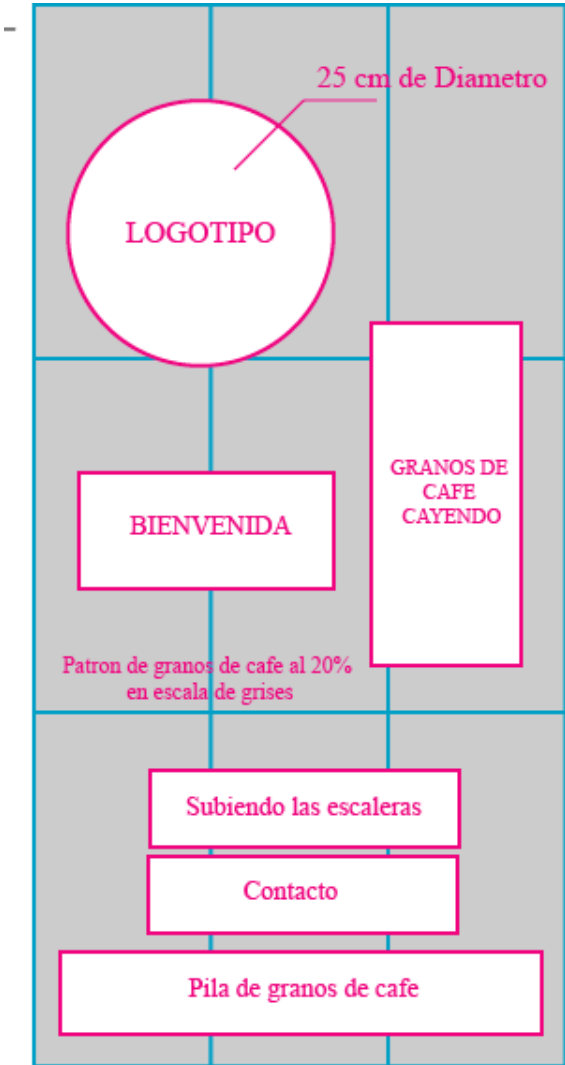
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.12 CABALLETE PUBLICITARIO
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, aguzamiento, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Diseño en lona de 50 cm. por 100 cm. Se propone aplicación de principio de fondo y forma como medio de resalte con patrones de grano de café al 20% en escala de grises.
Información requerida:	Logotipo, redes sociales, dirección.
Soporte	Impresión en lona.

PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.13 LETRERO HORARIOS DE SERVICIO
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, audacia, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Se propone recorte en el logotipo como medio de resalte por principio de continuidad, fondo en patrón en escala de grises al 20%
Información requerida:	Logotipo, redes sociales, dirección.
Soporte	Poliestireno calibre 80 (2 mm.).

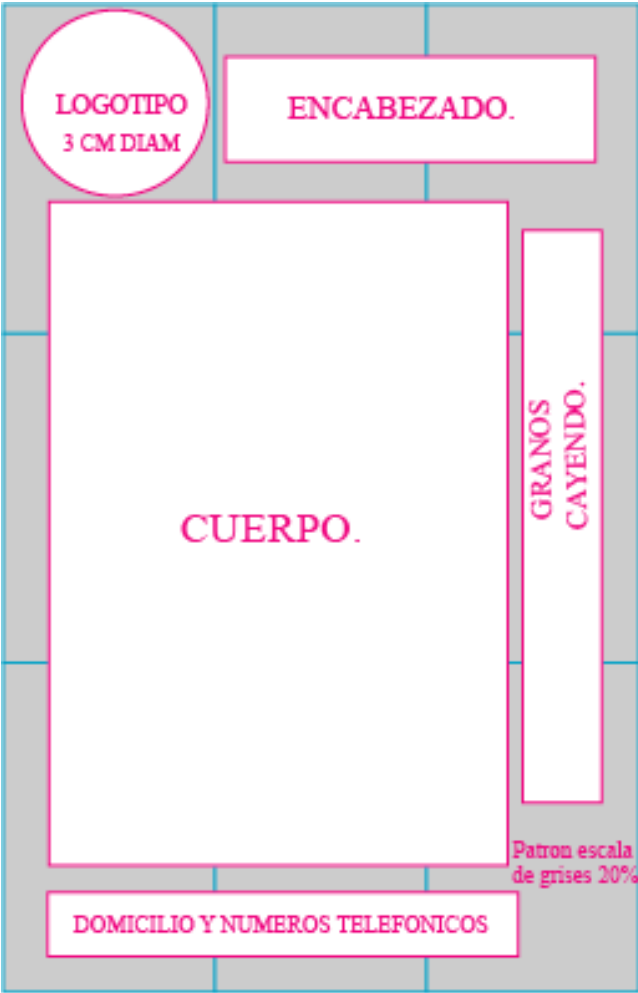
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





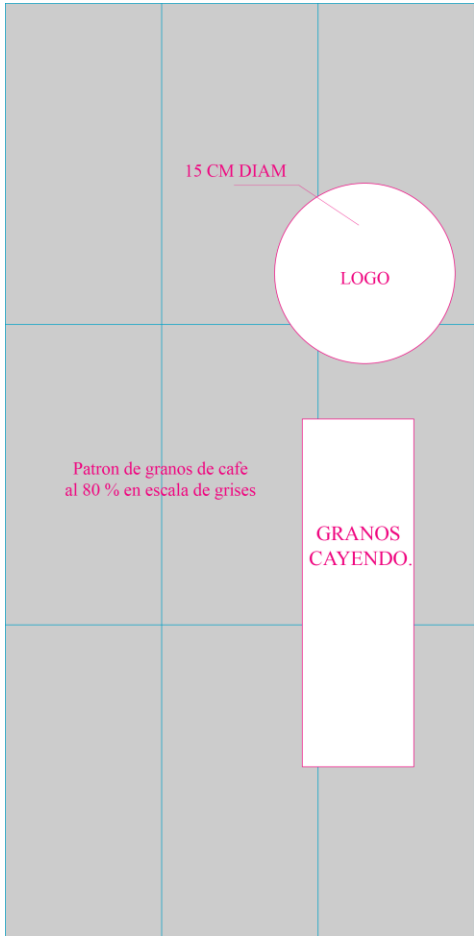
NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.14 COMANDA
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Formato institucional, se brinda prioridad al funcionamiento del formato, se usa como medio de impacto en frecuencia con el logotipo.
Información requerida:	Logotipo, redes sociales, dirección.
Soporte	Papel bond.

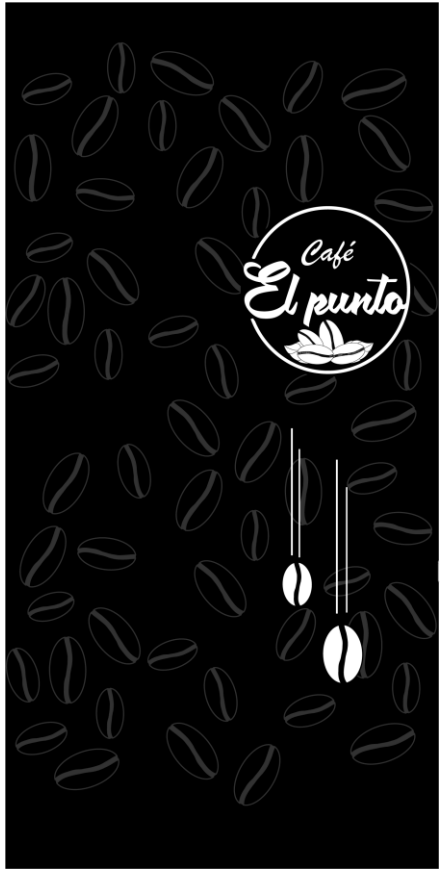
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN



NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.15 UNIFORME
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Se considera el soporte de fondo en color negro, por lo cual se propone patrón en granos de café a escala de grises al 80% para romper monotonía evitando alto contraste en relación fondo forma sin afectar la jerarquía del logotipo en el diseño.
Información requerida:	Logotipo, redes sociales, dirección.
Soporte	Papel bond.

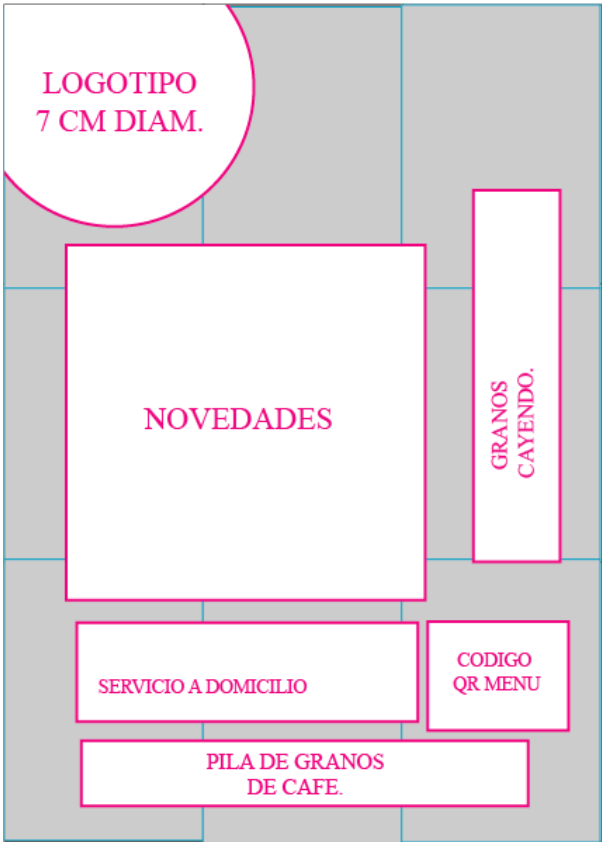
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.16 LETRERO ACRILICO
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad. Audacia, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Se usa el recurso de recorte del logotipo para principio de continuidad generando audacia en el diseño, fondo de patrones en trazo espontaneo en escala de grises al 20%.
Información requerida:	Logotipo, redes sociales, dirección.
Soporte	Papel laminado.

PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN



Café
El punto

¡Novedades!
Coco Split
frappe

Kiwi & fresa
Smoothie

¡Prueba las novedades!

Contactanos al 951 119 78 52



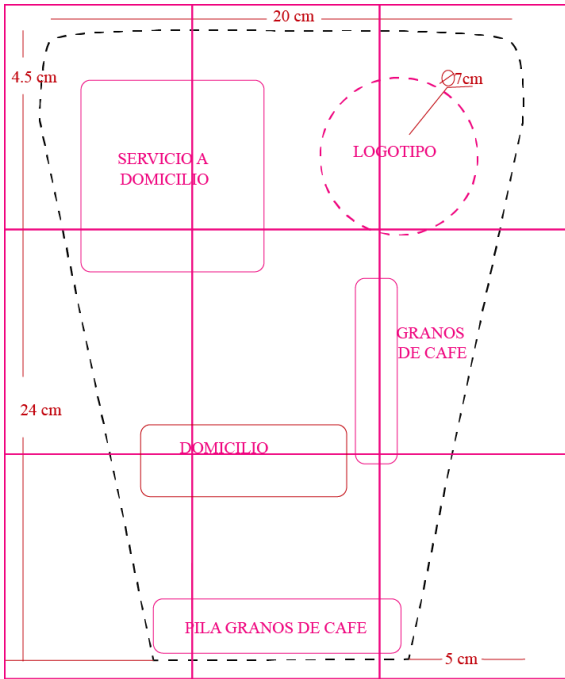
NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.17 TARJETAS DE PRESENTACION
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad. Audacia, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Se usa el recurso de recorte del logotipo para principio de continuidad generando audacia en el diseño, fondo de patrones en trazo espontaneo en escala de grises al 20%.
Información requerida:	Logotipo, redes sociales, dirección.
Soporte	Papel.

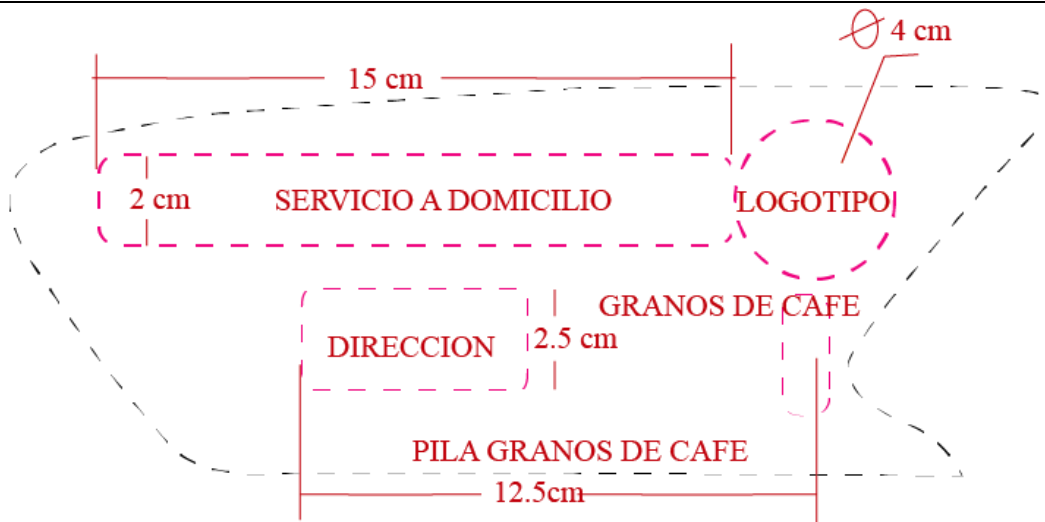
PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN



NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.18 Baúl maletero de repartidor.
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Se considera la impresión sobre vinil, fondo de patrones en trazo espontaneo en escala de grises al 20%, para resaltar las formas, se brinda protagonismo al número de contacto, al tratarse de un vehículo en movimiento se considera la legibilidad principalmente del número del servicio a domicilio..
Información requerida:	Logotipo, contacto, dirección.
Soporte	Impresión en vinil.

PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





¡Contactanos!
951 119 78 52
¡Visitanos!
Calle Hidalgo # 8
San Francisco Telixtlahuaca

Café
El punto

The top view of the business card features a circular logo on the right side with the text "Café El punto" and a coffee plant illustration. The contact information is centered, and the background is decorated with coffee beans and a coffee branch at the bottom.

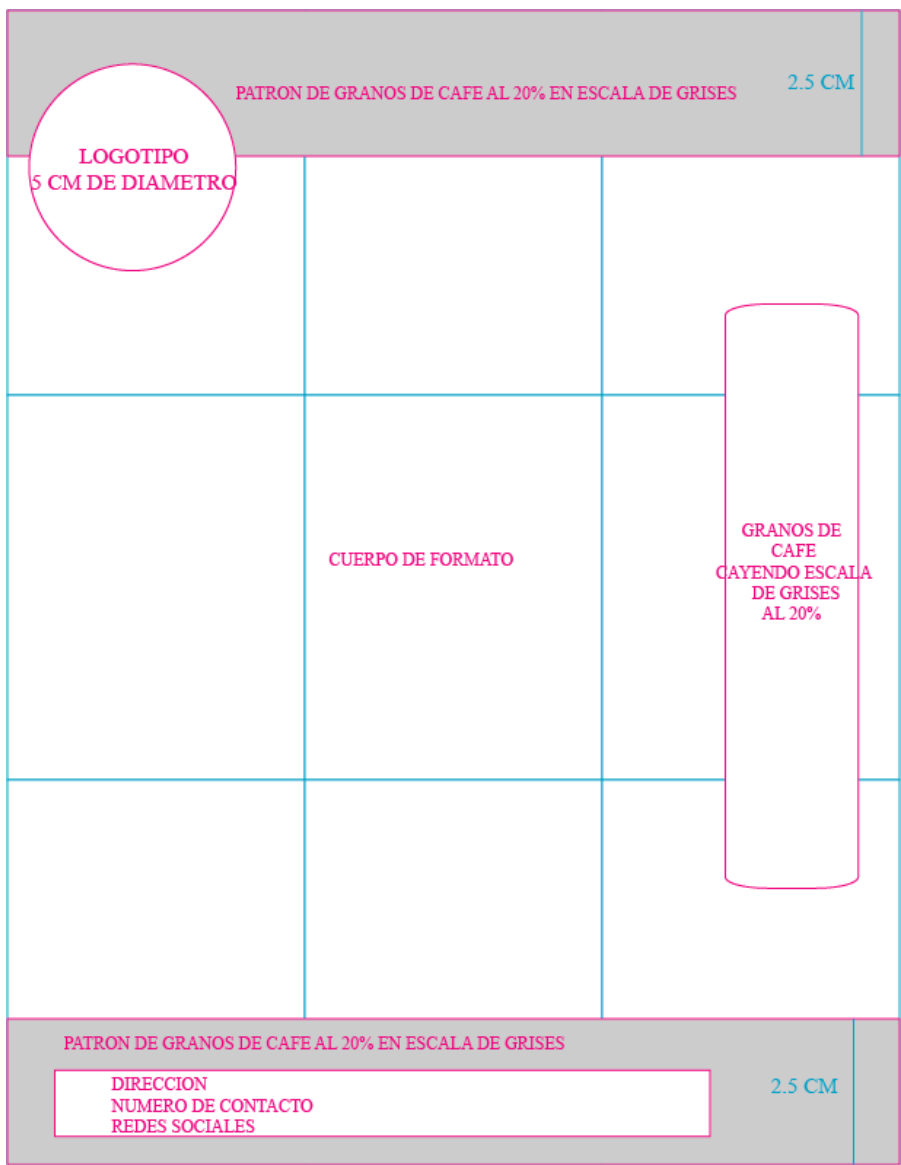
Café
El punto


¡Contactanos!
951 119 78 52
¡Visitanos
Calle Hidalgo # 8
San Francisco Telixtlahuaca

The bottom view of the business card features the circular logo on the left side. The contact information is centered, and the background is decorated with coffee beans and a coffee branch at the bottom.




NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.19 Hoja membretada
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Prioridad al espacio para la información que requiera colocar la empresa, se usa recursos de elementos en escala de grises al 20% para evitar interferencia con los elementos del cuerpo del documento.
Información requerida:	Logotipo, contacto, dirección.
Soporte	Papel bond.

PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN







Café
El punto

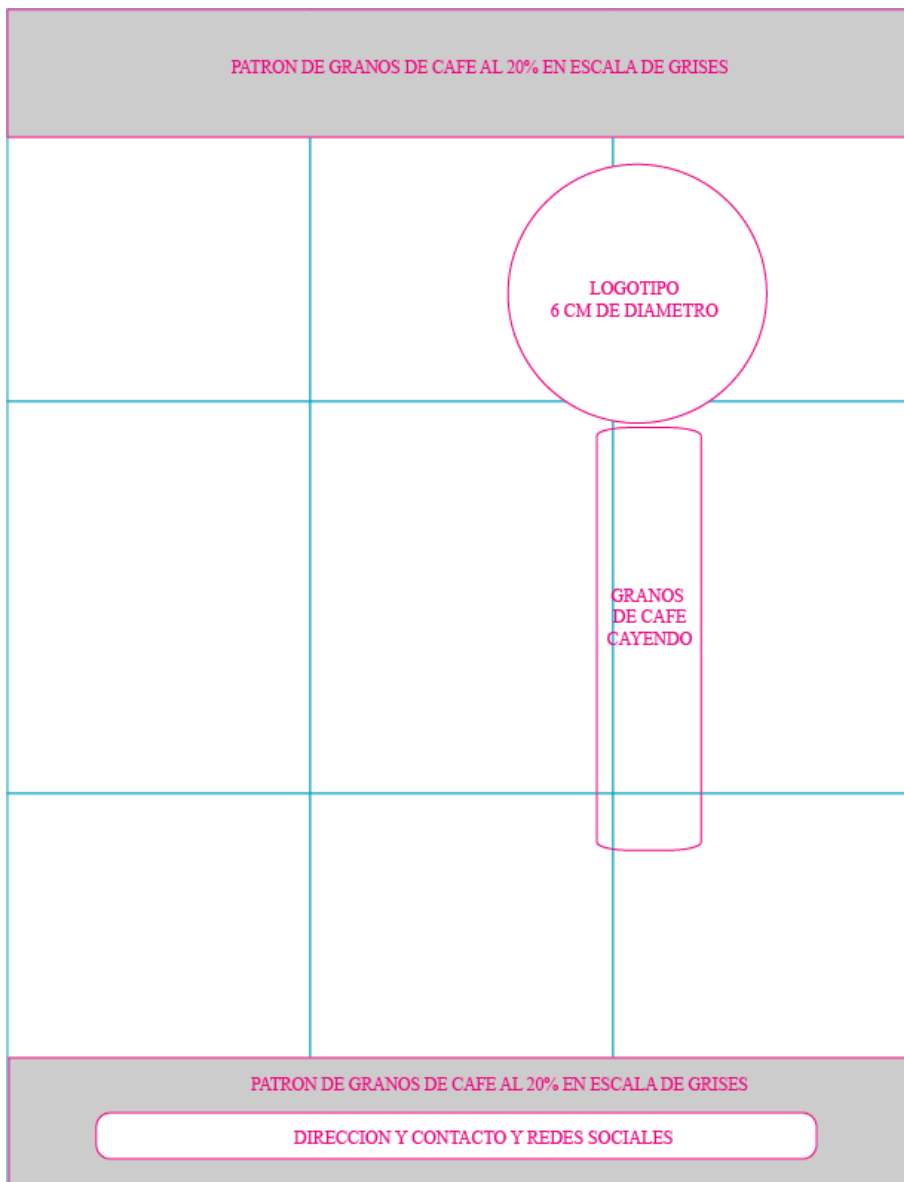


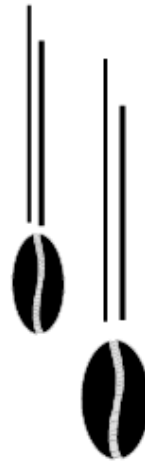
Dirección: Calle Hidalgo #8 San Francisco Telixtlahuaca

 951 119 78 52  ElpuntocoffeeShop

NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.20 Folder Corporativo.
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Se usa recursos de elementos en escala de grises al 20% como recurso de fondo en parte superior e inferior para generar equilibrio por medio de simetría en el formato.
Información requerida:	Logotipo, contacto, dirección.
Soporte	Papel cromacote blanco.

PLANTILLA DE DISTRIBUCION Y APLICACIÓN





Dirección: Calle Hidalgo #8 San Francisco Tlaxiahuaca



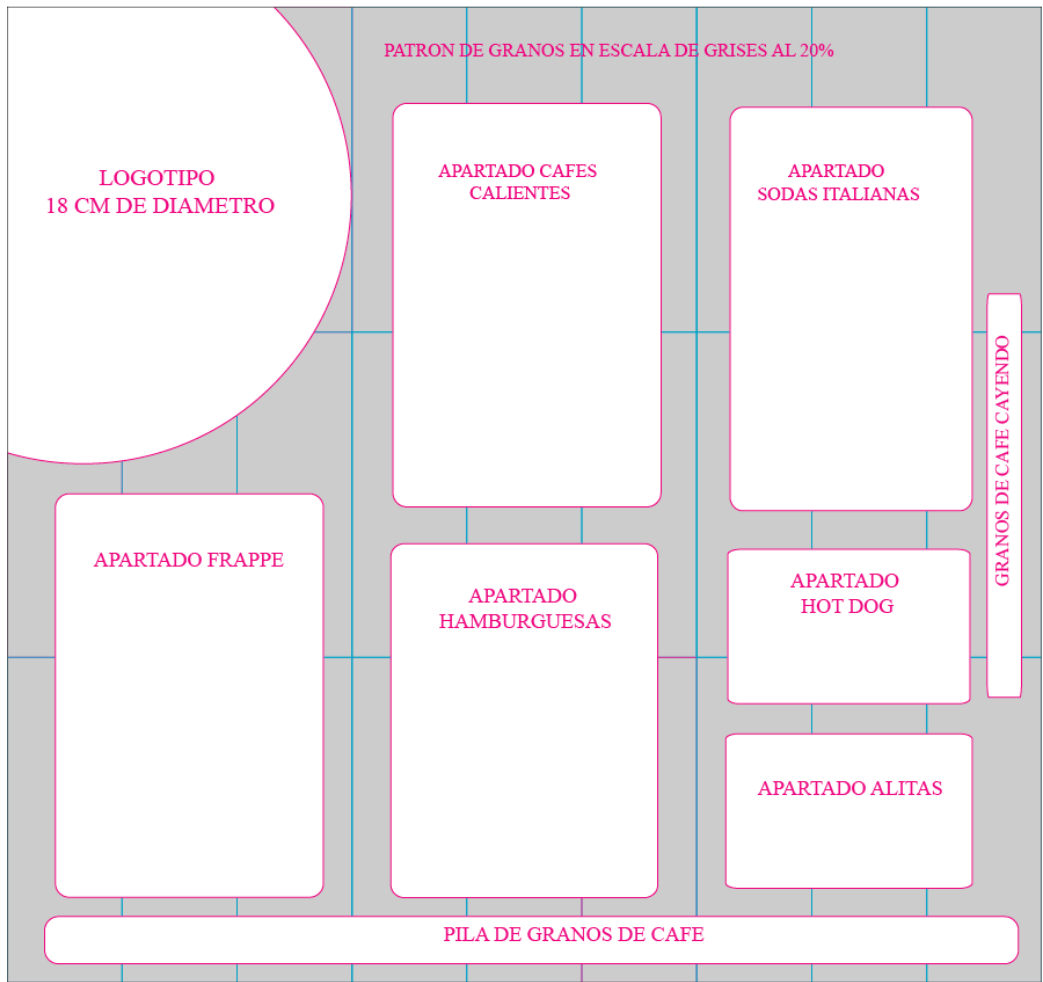
951 119 78 52

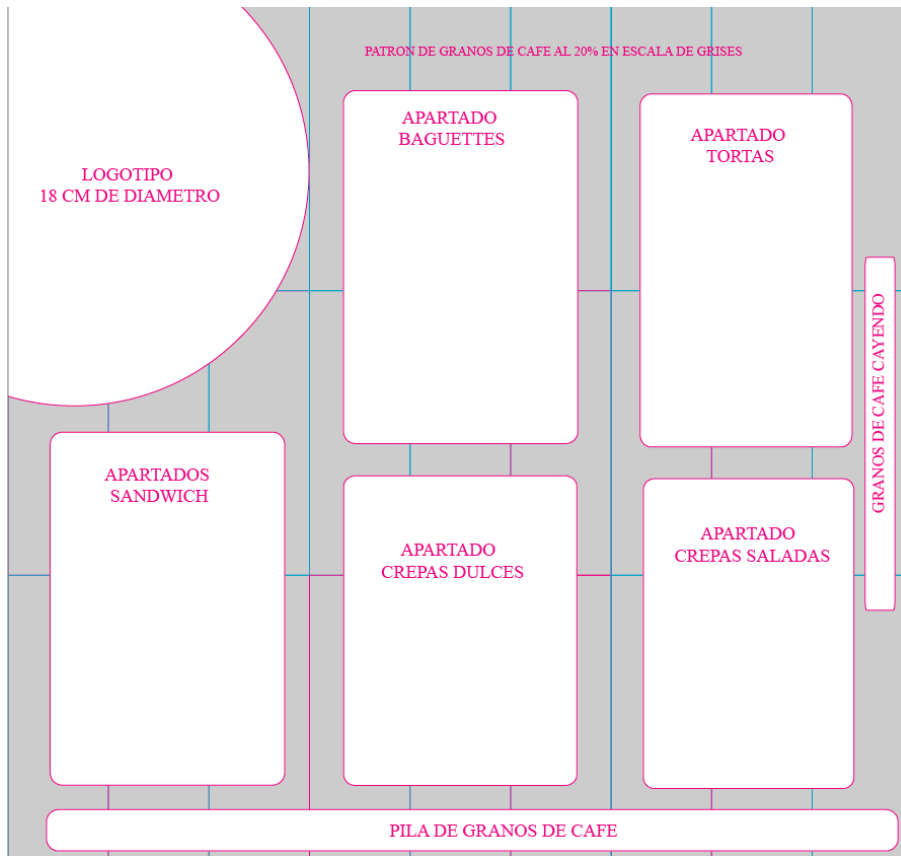


ElpuntocoffeShop



NOMBRE DE APLICACIÓN	4.1.21 Menú.
Criterio de distribución:	Regla de tercios.
Elementos visuales	Espontaneidad, equilibrio.
Recursos de Diseño:	Jerarquización de elementos, líneas guía, escala, repetición de elementos.
Elementos de composición:	Logotipo, granos de café y hojas de café.
Comentarios:	Se usa recursos de elementos en escala de grises al 20% como recurso de fondo para brindar resalte a l listado de productos para el logotipo se propone el uso en escala de grises al 50% con la finalidad de brindar protagonismo a los productos en el menú .
Información requerida:	Logotipo.
Soporte	Papel cromacote blanco.







CAFES CALIENTES

Cafe Espresso.....	\$25
Cafe Espresso doble.....	\$30
Cafe Latte.....	\$35
Cafe Capuchino.....	\$35
Cafe Americano.....	\$25
Capuchino Moka.....	\$40
Capuchino cajeta.....	\$45
Capuchino Mazapan.....	\$40
Capuchino rompopo.....	\$40
Capuchino Oreo.....	\$45
Cafe Machiato.....	\$40
Chai Latte.....	\$40

SODAS ITALIANAS

Soda de Mora azul.....	\$30
Soda Frambuesa.....	\$30
Soda Manzana V.....	\$30
Soda Frutos Rojos.....	\$30
Soda Pink Lemon.....	\$40
Soda Pine Apple.....	\$40

FRAPPES

Frapuchino.....	\$35
Frappe Cajeta.....	\$45
Frappe Rompopo.....	\$40
Frappe Mazapan.....	\$40
Frappe Amaretto.....	\$40
Frappe Moka.....	\$40
Frappe Oreo.....	\$45
F. Algodon de Azucar.....	\$45
Frappe Chai.....	\$45
Frappe Gansito.....	\$50
Frappe Coco.....	\$45
Frappe Cereza.....	\$45
Frappe Zarzamora.....	\$45
Frappe Blueberry.....	\$45

HAMBURGUESAS

Hamb. tradicional.....	\$40
Hamb. Hawaiana.....	\$45
Hamb. Cubana.....	\$45
Hamb. BBO.....	\$45
Hamb. Doble carne.....	\$50
Hamb. doble queso.....	\$45
Hamb. doble BBO.....	\$55
Hamb. Boble Haw.....	\$60
Hamb. doble cub.....	\$60

BEBIDAS

Refrescos.....	\$20
Jugos.....	\$20

HOT DOG

Hot dog tradicional.....	\$20
Con queso.....	\$22
Hawaiano.....	\$25

ALITAS

Alitas BBq.....	\$70
Alitas Habanero.....	\$70
Piña Habanero.....	\$70
Alitas Bufalo.....	\$70




BAGUETTES

Baguette Jamon.....	\$35
Baguette de Pollo.....	\$40
Baguette de chorizo.....	\$40
Baguette de Cesina.....	\$40
Baguette de Tasajo.....	\$50
Baguette de Salchicha.....	\$40
Baguette Hawaiano.....	\$40
Baguette Cubana.....	\$45
Baguette mulata.....	\$50
Baguette milanesa.....	\$50
Hawaiana con chorizo.....	\$45
Combinada el punto.....	\$50

TORTAS

Torta de Jamon.....	\$25
Torta de Pollo.....	\$30
Torta de chorizo.....	\$25
Torta de Cesina.....	\$25
Torta de Tasajo.....	\$30
Torta de Salchicha.....	\$25
Torta Hawaiano.....	\$30
Torta Cubana.....	\$30
Torta mulata.....	\$35
Torta de milanesa.....	\$35
Hawaiana con chorizo.....	\$35
Torta el punto.....	\$40

SANDWICH

Sandwich de Jamon.....	\$20
Sandwich de Pollo.....	\$25
Sandwich de Cesina.....	\$25
Sandwich de Tasajo.....	\$30
Sandwich de Salchicha.....	\$25

CLUB SANDWICH

Club S. tradicional.....	\$50
Club S. Cesina.....	\$60
Club S. Tasajo.....	\$70

CREPAS DULCES

Nutella con Philadelphia.....	\$45
Zarzamora con Philadelphia.....	\$40
Cajeta con Platanos.....	\$40
Hersheys con Platanos.....	\$40
Lechera con Nuez.....	\$40
Nutella con Nuez.....	\$45
Fresa con philadelphia.....	\$40

CREPAS SALADAS

Jamon con queso amarillo.....	\$40
Jamon con Philadelphia.....	\$40
Crepa Hawaiana.....	\$45
Crepa de Jamon con queso.....	\$40
Crepa de Choriqueso.....	\$50





Conclusiones

Durante mi experiencia académica en mi desarrollo como ingeniero en Diseño tuve la oportunidad de aprender varias disciplinas enfocadas en diversas áreas de diseño así como diversos materiales tanto de manufactura y sustratos o soportes, en donde se experimenta el comportamiento y las texturas de los materiales y los diversos procesos de impresión a los que se someten los mismos de acuerdo a sus cualidades físicas mediante pruebas y experimentos en desarrollo de diversos productos.

En el desarrollo de este proyecto sin duda alguna los elementos aprendidos durante mi formación como ingeniero en diseño se concretan directamente en un proyecto integral en el cual se desarrollan las habilidades y experiencia adquirida para brindar con apoyo de herramientas de diseño una solución viable partiendo de una necesidad básica y obteniendo los requerimientos de diseño que nos lleven a una solución científica con fundamentos, el ser ingeniero en Diseño nos ayuda a mejorar la perspectiva a ver un proyecto de forma integral y brindar soluciones considerando todas las áreas que se involucran durante el proceso.

El primer contacto con el proyecto fue mediante la remodelación y adaptación del inmueble en el que se encuentra el local del café “El Punto” donde se partió de la necesidad de verificar y validar estructuralmente el proyecto así como de generar una propuesta de distribución de espacios y acceso a segunda planta para la habilitación total de 9 locales, posteriormente el propietario del inmueble y conocido inicio con el emprendimiento del café en el local ubicado en la segunda planta a modo de prueba, sin embargo derivado al éxito en la aceptación de los usuarios el café ha tenido un crecimiento considerable y se ha convertido en una fuente de ingreso y generador de empleos dentro de la comunidad. Motivo por el cual se recurre a la experiencia de su servidor para intervenir en su desarrollo de identidad y diseñar las aplicaciones de los productos que hoy en día comercia el café así como de los proyectos en puerta.

Uno de los principales retos a los que nos enfrentamos los ingenieros en Diseño es principalmente la concientización del cliente en cuanto al peso que lleva la identidad corporativa y la importancia de llevar un esquema congruente que nos permita llegar de una forma clara a los clientes, así como hacer conciencia del proceso que conlleva la creación de un concepto adecuado a sus necesidades, debido a que cada proyecto de

diseño implica sus retos específicos y es necesaria la retroalimentación de la empresa que se desea abstraer para la creación de su identidad.

El proyecto representa retos en diferentes disciplinas de diseño, así como el aprendizaje de los diferentes tipos de materiales usados dentro del rubro alimenticio y las limitaciones derivadas de los reglamentos de manejo higiénico de alimentos, de donde se consultaron los diversos lineamientos para aceptación o descarte de los materiales de soporte a implementar.

Durante el proceso de investigación para la obtención de los requerimientos de diseño fue necesario el involucramiento con el personal y con la operación del establecimiento y a modo de observación verificar las necesidades de los empleados, por otra parte también fue necesaria la observación y punto de vista desde el ángulo del usuario para definir sus necesidades y experiencia de compra. Lo anterior con la finalidad de cubrir las necesidades y puntos de contacto de la empresa con el usuario para usar como punto de inflexión la identidad de la empresa.

El establecimiento ya contaba con una identidad corporativa la cual fue diseñada por una casa de impresión de la localidad, sin embargo al ser sometida a pruebas geométricas de proporción y distribución se observó que la imagen podía ser mejorada e incluso se planteó la opción de realizar un cambio total en la identidad conforme a las necesidades del cliente, sin embargo durante la investigación por medio de entrevistas se verificó que el nombre “El Punto” ya cuenta con un posicionamiento y el logotipo de la empresa ya es asociado a la forma circular del mismo, por lo cual solamente se optó por realizar una actualización del logotipo.

Para el desarrollo del concepto de diseño a implementar fue necesario analizar los elementos compositivos del logotipo con el que ya contaba la empresa y realizar las modificaciones que cumplieran con los requerimientos de diseño, se realizaron pruebas de impresión para verificar el tamaño mínimo en la aplicación del logotipo así como su comportamiento en diferentes fondos de color.

El proceso de elaboración de bocetos partió de geometrías básicas de los elementos representativos del giro de la empresa, en este caso el café, para poder por medio de abstracción generar elementos que permitieran

acentuar sus principales características, usando el principio de fondo y forma también se solucionaron las condiciones de monotonía a la que se enfrentaba el logotipo acorde a los diferentes soportes sobre los cuales se requería su impresión.

Es sin duda alguna increíble la cantidad de opciones creativas que pueden brindar solución a una necesidad como la de la empresa café el punto, sin embargo el objetivo es brindar una solución que se acople a las necesidades del cliente, es por esto tan importante llevar a cabo una secuencia de pasos y una planeación que nos permita eliminar cabos sueltos y brindar soluciones sin haber comprendido en esencia las necesidades del cliente llegando a una solución estética mas no funcional.

Este proyecto solamente representa el parte aguas de lo que puede ser la generación de un concepto tanto arquitectónico como industrial y grafico en donde el concepto y los lineamientos establecidos en este proyecto generan las pautas para la intervención del inmueble y el establecimiento de una solución integral a todas las necesidades del café. Es a bien considerar los lineamientos establecidos en el presente para ejecutar de forma congruente las soluciones de diseño en general que detonen del proyecto.

Referencias

AMECAFÉ, consultado: [en línea] (https://amecafe.org.mx/wp-content/uploads/2017/08/Euromonitor_Informe_An%C3%A1lisis-de-consumo-2016-AMECAFE-Resumen-Ejecutivo.pdf)

Barruezo, J. (2003). Barcelona. La gestión moderna del comercio minorista: El enfoque práctico de las tiendas minoristas, Editorial Esic.

Bruno Munari, Como nacen los objetos, apuntes para una metodología proyectual, 10/03/1983. Editorial Gustavo Gili primera Edición.

Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo: Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa. Santiago: Andros Impresores.

Capriotti P. Planificación estratégica de la imagen corporativa, España. 2013, Editorial Ariel 3a Edición.

Carmen Bonell Costa, La divina proporción, las formas geométricas, 2ª edición año 2000, Editorial UPC, Barcelona 2000.

Catálogo Uline , consultado [en línea] (https://es.uline.mx/index?pricode=WA8375&utm_source=Bing&utm_medium=cpc&utm_term=uline%20m%C3%A9xico&utm_campaign=ULINE_Spanish&AdKeyword=uline%20m%C3%A9xico&AdMatchtype=e&msclkid=f7f9ac2040e111616bfec85e4691132d)

Costa, Joan. Identidad Corporativa. 1ª . Edición. Distrito Federal. Editorial Trillas, 1993.

Costa, Joan, Imagen corporativa del siglo XXI. 3ª edición. Editorial La Crujía.

Dafont.com, consultado: [En línea] (<https://www.dafont.com/hot-jacket.font>)

Donis A. Dondis, La Sintaxis de la Imagen, Editorial GG Barcelona 2017

Joaquín Sanchez Herrera. Teresa Pintado Blanco (2009) Madrid, Imagen Corporativa, influencia en la gestión empresarial, Editorial Esic.

Manual de manejo higienico de alimentos MHA, consultado [en línea] (<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/7501/manual-de-manejo-higienico-de-alimentos.pdf>)

Marshall Lindsey, Meachem Lester, Cómo usar imágenes en diseño gráfico, primera edición en castellano, Parramón Ediciones S.A., Barcelona, España, 2010.

mx.maisfontes.com, consultado:[En línea] (<https://mx.maisfontes.com/stencil-regular.fuente>)

Norberto Chávez, Raul Belluccia, la marca corporativa: Gestión y diseño de símbolos y logotipos, Illustrated , reprint, Paídos. 2003.

Onlinelabls, consultado [en línea] (https://es.uline.mx/index?pricode=WA8375&utm_source=Bing&utm_medium=cpc&utm_term=uline%20m%C3%A9xico&utm_campaign=ULINE_Spanish&AdKey word=uline%20m%C3%A9xico&AdMatchtype=e&msclkid=f7f9ac2040e111616bfec85e4691132d)

Plasticos Algarin, consultado [en línea] (<https://www.plasticosalgarin.com/product-page/lamina-de-estireno-calibre-80-2mm-de-medida-1-20x1-52>)

Reyma, consultado [en línea] (<https://reyma.com.mx/>)