

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO CEUTEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIOS PARA EL**

**EMPRENDIMIENTO SERIGRÁFICO HANA**

**SUSTENTADO POR**

**CESIA IVETTE SÁNCHEZ CÁRCAMO**

**41411325**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN**

**DISEÑO GRAFICO**

**LA CEIBA, ATLÁNTIDA,**

**HONDURAS, C.A.**

**JULIO, 2021**

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO  
CEUTEC**

**LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVE REYES**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTORA ACADÉMICA CEUTEC**

**DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ**

**DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC**

**IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA**

**LA CEIBA, ATLÁNTIDA,**

**HONDURAS, C.A.**

**JULIO, 2021**

**DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIOS PARA EL  
EMPENDIMIENTO SERIGRÁFICO HANA**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:  
DISEÑO GRÁFICO**

**ASESOR:**

**ELOISA MARIA SERRANO RODRIGUEZ**

**TERNA EXAMINADORA:**

**NOMBRES COMPLETOS DE TODOS LOS MIEMBROS DE TERNA**

**LA CEIBA, ATLÁNTIDA,**

**HONDURAS, C.A.**

**JULIO, 2021**

## **DEDICATORIA**

Primeramente quiero dedicar este proyecto a Dios por haberme permitido llegar hasta aquí, por estar a mi lado en cada momento de dificultad y por su infinito amor hacia mí. A mis padres por motivarme cada día hacer una mejor persona, por apoyarme en cada paso que doy por creer en mí, por educarme, por sus consejos y por amarme siempre, A mi hermana y a mi hermano por su apoyo incondicional, a mi segunda mamá, a mi abuela, a mis tíos y primos por motivarme todos los días a culminar mi carrera. A mi novio por creer en mí y ayudarme a cumplir mis sueños y metas.

A mis amigos y compañeros que en algún momento me brindaron su apoyo y estuvieron presentes para mí.

**Cesia Ivette Sánchez Cárcamo**

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente le agradezco a Dios por darme la vida y la salud para poder realizar mi proyecto, por ser mi luz en las tinieblas y por inspirarme todos los días hacer una mejor persona. Le agradezco a mi mamá por estar a mi lado siempre, por su apoyo incondicional, por la formación y educación que con tanto esfuerzo me da, a mi tía que ha sido mi segunda mi mama, gracias por el amor y el apoyo que me ha dado desde siempre la amo mucho, a mi abuela por motivarme todos los días le agradezco mucho, a mi papá por siempre estar ahí por sus consejos y su amor, a mi abuela paterna, primos, tíos, sobrinos, a mi cuñado y cuñada por ser tan especiales

Mama muchas gracias por creer en mí porque siempre has estado a mi lado, la amo mucho y es muy especial para mí.

Les agradezco a mis catedráticos por sus consejos y por compartir sus conocimientos y enseñarme a mí y a mis compañeros todos los días algo nuevo, muchas gracias porque sé que de alguna forma son parte de lo que soy ahora.

**Cesia Ivette Sánchez Cárcamo**

## TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	8
AGRADECIMIENTOS .....	9
TABLA DE CONTENIDOS .....	10
INDICE DE FIGURAS.....	13
INDICE DE TABLAS .....	14
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	16
1.1 RESUMEN EJECUTIVO .....	16
1.2 INTRODUCCIÓN .....	17
1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	18
1.3.1 OBJETIVOS GENERALES .....	18
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	18
1.4 GENERALIDADES DE LA EMPRESA .....	19
MISIÓN .....	19
VISIÓN.....	19
VALORES .....	19
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	20
1.6 ANTECEDENTES DEL TEMA.....	21
ORIGEN DE LA SERIGRAFÍA .....	21
ORIGEN DE UN MODELO DE NEGOCIOS.....	21
EMPRENDIMIENTO.....	23
LEAN CANVAS .....	23

KPI'S.....	25
1.7 DEFENICIÓN DEL PROYECTO .....	26
1.7.1 PROBLEMA.....	26
1.7.2 PUBLICO META .....	26
2 CAPITULO II. MARCO TEORICO .....	26
2.1 RESEÑA HISTORICA .....	26
HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO APLICADO A LA SERIGRAFÍA .....	26
PIONEROS DE LA SERIGRAFÍA.....	27
CARACTERÍSTICAS DE LA SERIGRAFÍA COMO SISTEMA DE IMPRESIÓN ....	29
TIPOS DE MATERIALES QUE SE PUEDEN UTILIZAR.....	30
2.1.1 PRESUPUESTO DE LOS MATERIALES.....	31
CARACTERISTICAS DE LA SERIGRAFÍA .....	32
ARTES FINALES .....	33
SEPARACIÓN DE COLORES .....	33
PANTONE.....	34
CMYK.....	35
RGB .....	36
TINTAS PLANAS.....	37
LA SERIGRAFÍA APLICADA AL EMPRENDIMIENTO .....	38
2.2 CONCEPTUALIZACIONES Y DEFINICIONES.....	39
DEFINICIÓN DE VOCABULARIOS UTILIZADOS EN LA TEMÁTICA DEL .....	39

	DISEÑO DE ARTES FINALES. ....	39
3	CAPITULO III METODOLOGIAS .....	42
3.1	ENFOQUES Y METODOS.....	42
	JOAN COSTA METODOLOGIA.....	42
3.1.1	METODOLOGIA.....	45
3.2	MODELO DE NEGOCIO: LEAN CANVAS .....	68
3.3	IDEA CONCEPTO .....	68
3.4	CRONOGRAMA.....	69
4	CAPITULO IV DESARROLLO DEL PROYECTO .....	69
4.1	PROBLEMA .....	69
4.2	NECESIDAD .....	69
4.2.1	ANALISIS FODA .....	70
4.3	ENCUESTA DE VERIFICACIÓN .....	70
4.3.1	CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA.....	75
4.4	SOLUCIÓN.....	80
4.5	PRESUPUESTO DEL PROYECTO .....	81
5	CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	81
5.1	CONCLUSIÓN .....	81
5.2	RECONMENDACIONES .....	82
	BIBLIOGRAFIA .....	82
6	Bibliografía .....	82

ANEXOS .....	84
--------------	----

## **INDICE DE FIGURAS**

<i>Figura 1. Separación de color</i> .....	33
<i>Figura 2. Pantone</i> .....	35
<i>Figura 3. CMYK Y RGB</i> .....	37
<i>Figura 4 Tabla de Figuras</i> .....	38
<i>Figura 5 Encuesta N1</i> .....	46
<i>Figura 6 Encuesta N1.2</i> .....	46
<i>Figura 7 Encuesta N1.3</i> .....	47
<i>Figura 8 Encuesta N1.4</i> .....	47
<i>Figura 9 Encuesta N1.5</i> .....	48
<i>Figura 10 Durómetro</i> .....	54
<i>Figura 11 El color</i> .....	55
<i>Figura 12 El color 2</i> .....	55
<i>Figura 13 Isologo</i> .....	56
<i>Figura 14 Área de construcción y respeto</i> .....	56
<i>Figura 15 Vista de las camisas en vector</i> .....	57
<i>Figura 16 Separación de color 1</i> .....	61
<i>Figura 17 Separación de color 2</i> .....	61
<i>Figura 18 Separación de color 3</i> .....	62
<i>Figura 19 Mock up bolsas 1</i> .....	62
<i>Figura 20 Bolsa mock up 2</i> .....	63

<i>Figura 21 Bolsa mock up 3</i> .....	63
<i>Figura 22 Camisa Ilustración 4</i> .....	63
<i>Figura 23 Camisa Ilustración 5</i> .....	64
<i>Figura 24 Camisa Ilustración 6</i> .....	64
<i>Figura 25 Camisa Ilustración 2</i> .....	65
<i>Figura 26 Camisa Ilustración 3</i> .....	65
<i>Figura 27 Camisa Ilustración 1</i> .....	65
<i>Figura 28 Camisa impresa Ilustración 6 Mono</i> .....	66
<i>Figura 29 Manual de identidad corporativa</i> .....	67
<i>Figura 30 Encuesta 1</i> .....	71
<i>Figura 31 Encuesta 2</i> .....	72
<i>Figura 32 Encuesta 3</i> .....	73
<i>Figura 33 Encuesta 4</i> .....	74
<i>Figura 34 Encuesta 5</i> .....	74

## **INDICE DE TABLAS**

<i>Tabla 1 costos de Tubilite HN.</i> .....	31
<i>Tabla 2 Tabla de costo de Tubilitehn.companysite</i> .....	32
<i>Tabla 3 Encuesta 1.1</i> .....	49
<i>Tabla 4 Encuesta 1.2</i> .....	49
<i>Tabla 5 Encuesta 1.3</i> .....	50
<i>Tabla 6 Encuesta 1.4</i> .....	50
<i>Tabla 7 Encuesta 1.5</i> .....	51
<i>Tabla 8 Encuesta 1.6</i> .....	51

<i>Tabla 9 Encuesta 1.7</i> .....	52
<i>Tabla 10 Materiales serigráficos</i> .....	59
<i>Tabla 11 Tabla de sustratos</i> .....	60
<i>Tabla 12 Modelo Lean Canvas</i> .....	68
<i>Tabla 13 Cronograma de actividades</i> .....	69
<i>Tabla 14 FODA</i> .....	70
<i>Tabla 15 Encuesta 2.1</i> .....	75
<i>Tabla 16 Encuesta 2.2</i> .....	76
<i>Tabla 17 Encuesta 2.3</i> .....	76
<i>Tabla 18 Encuesta 2.4</i> .....	77
<i>Tabla 19 Encuesta 2.5</i> .....	77
<i>Tabla 20 Encuesta 2.6</i> .....	78
<i>Tabla 21 Encuesta 2.7</i> .....	78
<i>Tabla 22 Encuesta 2.8</i> .....	79
<i>Tabla 23 Encuesta 2.9</i> .....	79
<i>Tabla 24 Encuesta 2.10</i> .....	80

## ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexos 1 Vidrio</i> .....	84
<i>Anexos 2 Emulsión</i> .....	84
<i>Anexos 3 Proceso de engrasar la hoja</i> .....	85
<i>Anexos 4 Quitar exceso de grasa</i> .....	85
<i>Anexos 5 Exposición al sol</i> .....	85
<i>Anexos 6 Materiales con que cuenta HANA 1</i> .....	86
<i>Anexos 7 Materiales con que cuenta HANA 2</i> .....	86

<i>Anexos 8 Materiales con que cuenta HANA 4</i> .....	87
<i>Anexos 9 Materiales con que cuenta HANA 3</i> .....	87

## **CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente informe se muestran diferentes actividades que se requieren para concluir el proyecto de serigrafía como modelo de negocios, donde se mostrarán los objetivos del proyecto, la misión, la visión y los valores de la empresa, igual que se realizó una investigación en la primera etapa de la elaboración del proyecto acerca de los inicios de la serigrafía, también se habla acerca del modelo de negocio, lean canvas y KPI, qué son y cómo funcionan.

En la segunda etapa del proyecto se investiga y se analiza el público meta y se da el planteamiento del problema, así como una breve reseña acerca del Diseño Gráfico en la Serigrafía, los materiales que se usan y otros conceptos importantes en diseño gráfico.

En la tercera etapa del proyecto del proyecto se habla acerca de la marca sus colores y la tipografía, y también se hace una implementación del modelo de negocio, como un cronograma de las actividades realizadas durante la duración del proyecto.

En la cuarta etapa se realiza lo que es el proyecto ya con el público meta establecido, un análisis FODA acerca de la empresa, y se habla de las necesidades de la empresa.

## 1.2 INTRODUCCIÓN

El Diseño gráfico es una carrera muy amplia, consiste en transmitir ideas y mensajes ya sea a través de una ilustración, una imagen, un cartel, está presente en la publicidad, en periódicos, libros, revistas, en las señales, en los envases y en la ropa de vestir a través de estampados que se realizan por medio de la sublimación y la serigrafía.

Para culminar la carrera se solicita la realización de un proyecto donde se ponen en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Como parte del proyecto se plantea desarrollar un modelo de negocio en serigrafía donde se trabajara de manera artesanal con materiales accesibles y económicos como ser, bastidores o macos serigráficos, espátulas, emulsión, tinta serigráfica o tinta plástisol, durómetro y otros.

El motivo principal del modelo de negocio es generar un emprendimiento con la marca personal “Hana” que es un nombre de origen Japonés que significa flor, en Árabe felicidad, y en Maya significa gran victoria. La idea es desarrollar un negocio propio donde se genere un ingreso económico por medio de la serigrafía.

Se estará trabajando con sustrato textil como ser, bolsos de manta con estilo shopping bag o bolso para compras con un estilo tote bag. También se realizara una línea de camisas con mangas para mujeres.

El tema de los diseños será safari, se seguirá un estilo gráfico minimalista donde se combinara la tipografía con la abstracción de diferentes elementos que están presentes en la palabra safari, como ser vida salvaje, naturaleza y fotografía.

## **1.3 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.3.1 OBJETIVOS GENERALES**

1. Diseñar un modelo de negocios aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de diseño gráfico, para realizar el emprendimiento serigráfico “ HANA.”

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Identificar los materiales y áreas de trabajo a utilizar para componer los diseños serigráfico.
2. Seleccionar los diferentes textiles que se utilizaran en el modelo de negocios, para brindar a los clientes comodidad, calidad y durabilidad.
3. Desarrollar las estrategias creativas que se utilizaran en la línea serigráfica de diseño de camisetas y bolsos aplicando un estilo grafico minimalista y personalizado.

## **1.4 GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

HANA

### **MISIÓN**

Ofrecer a nuestros clientes la mejor calidad y el mejor servicio posible y así poder cumplir con las necesidades y deseo de nuestros clientes.

### **VISIÓN**

Ser en el año 2023 una empresa reconocida tanto a nivel nacional como internacional, tener un rendimiento alto y competitivo, llegar a ser una empresa creativa, productiva e innovadora.

### **VALORES**

Puntualidad

Honestidad,

Responsabilidad

Compromiso

Confidencialidad

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

La serigrafía es un sistema de impresión interesante a pesar que es una técnica de impresión muy antigua, sigue manteniendo acabados de muy alta calidad por el uso de materiales duraderos y pinturas de calidad.

Hoy en día la serigrafía tiene una alta rentabilidad, además de que son muchos los trabajos que se pueden realizar utilizando la serigrafía como un medio de impresión por la facilidad de reproducción que esta tiene, se usa en el estampado de tejidos, en obras de arte, dibujos, pinturas, carteles, calcomanías, impresiones de llaveros, gorras, bolsas etc

Las impresiones se pueden realizar en diferentes sustratos cuero, vidrio, cerámica, madera, placas de señalización, azulejos, porcelana, aluminio, diferentes tipos de papel y textiles.

La idea del modelo de negocios surge con el fin de emprender un negocio propio por medio de serigrafía, ya que los materiales son accesibles y tienen gran resistencia y durabilidad.

La finalidad de este proyecto es poder obtener un beneficio económico a través del sistema de impresión serigráfico y dar a conocer la marca personal “Estudio Hana” para poder brindar un servicio de calidad, cabe resaltar que todos los diseños serán propios, diseñados a partir de ideas gráficas, sobre un estilo minimalista y concepto de safari.

## **1.6 ANTECEDENTES DEL TEMA**

### **ORIGEN DE LA SERIGRAFÍA**

La serigrafía es un método de estampación que nos permite transferir imágenes trazadas en una plantilla sobre una malla con tinta, a una superficie. Esta técnica puede presumir de tener miles de años de historia. Aunque no se le atribuye a ningún autor en concreto como la imprenta o la litografía, se reconoce su uso por los egipcios y los chinos, y aún hoy sigue estando a la orden del día. La serigrafía es una de las técnicas de estampación más populares del mundo gracias a su sencillez y economía.

La serigrafía es un método de estampación y se utiliza para estampar un diseño sobre distintos materiales. Resulta una técnica muy versátil que se puede adaptar a distintas superficies escogiendo la pintura adecuada. Habitualmente la serigrafía se ha utilizado para hacer cartelería, camisetas, telas estampadas o incluso para cerámica, pero los usos se amplían a todo tipo de impresiones: Tarjetería, marquesinas, etiquetas etc. (HH, 2021)

### **ORIGEN DE UN MODELO DE NEGOCIOS**

El origen del modelo de negocio tiene su origen en el año de 1954 con Peter Drucker, pero fue hasta hace muy poco que empezó a llamar la atención de algunos académicos administrativos y de las empresas. (Modelo de negocio Scope, 2015)

En los ochenta, con la extensión del uso de los ordenadores y la aparición de herramientas como las hojas de cálculo supuso un gran impulso para muchas disciplinas del ámbito de la informática, entre ellas los sistemas de información.

En ella se busca modelar la realidad a partir de estructurar y relacionar la información y datos que se capturan. Y uno de los ámbitos que trataron fue el empresarial a través del modelo de negocio. (Modelo de negocio Scope, 2015)

En los noventa, con el boom de las empresas de internet el concepto de modelo de negocio se empezó a aplicar directamente en el mundo empresarial. Se trataba de emprendedores con perfil informático a los que les resultaba natural utilizar el concepto de modelo de negocio cuando explicaban su estrategia y su empresa. El impacto económico de los e-business fue tal que captó la atención de los académicos del management a finales de los noventa y se crearon diversas líneas de investigación alrededor de los modelos de negocio (Timmers, Hamel, Magretta). (Modelo de negocio Scope, 2015)

Al estallar la burbuja de las “punto com”, el concepto de modelo de negocio quedó algo desprestigiado en el ámbito empresarial. Durante el boom de internet casi cualquier proyecto basado en un modelo de negocio web que prometiera beneficios espectaculares, captaba la atención y podía recibir inversiones millonarias. Incluso sin tener una estrategia clara ni clientes, solo por ser un modelo de negocio web ya parecía suficiente. (jpuigdel·liviol, 2015)

Durante los últimos quince años se ha investigado y desarrollado ampliamente el concepto de modelo de negocio en el ámbito del management académico. No obstante, una parte importante de su popularidad actual proviene del trabajo realizado por Alex Osterwalder desde el ámbito académico de los sistemas de información. (jpuigdel·liviol, 2015)

Osterwalder y su equipo sintetizaron la esencia del modelo de negocio a través del Business Model Canvas (2008) y lo popularizaron a través del libro Business Model Generation (2010). Su representación del modelo de negocio mediante el Canvas es muy visual y permite transmitir la lógica de negocio de manera muy clara. (Modelo de negocio Scope, 2015)

## **EMPRENDIMIENTO**

Un emprendimiento incluye la ejecución de ideas por parte de un emprendedor, es la acción de crear y diseñar un negocio con el objetivo de generar ganancias. La definición más moderna de emprendimiento también incluye el transformar el mundo resolviendo grandes problemas, iniciando un cambio social, creando o vendiendo un producto innovador.

(Ferreira, 2021)

## **LEAN CANVAS**

El lean canvas es una herramienta de visualización de modelos de negocio pensada para empresas incipientes. Se enfoca en la metodología lean startup, centrada en generar nuevas ideas y llevarlas al prototipado para verificar si el mercado está en búsqueda de las soluciones que usted está proponiendo, y señala los ingresos; la forma en la que los consumidores están haciendo sus pagos, si prefieren pagar al contado o al crédito, si se inclinan por una tarifa por suscripción, precio fijo, etc. (Incae, 2018)

Segmentos de mercado: En este módulo se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.

Propuestas de valor: En este módulo se describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico.

Canales: En este módulo se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.

Relación con el cliente: En este módulo se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado.

Fuentes de ingresos: Este módulo se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado. Para calcular los beneficios, es necesario restar los gastos a los ingresos.

Recursos claves: En este módulo se describen los activos más importantes para que el modelo de negocio funcione.

Actividades claves: En este módulo se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione.

Asociaciones claves: En este módulo se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio.

Estructura de costes: En este último módulo se describen todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.

## **KPI'S**

KPI es un acrónimo formado por las iniciales de los términos: Key Performance Indicator.

La traducción válida en castellano de este término es: indicador clave de desempeño o indicadores de gestión. Los KPIs son métricas que nos ayudan a identificar el rendimiento de una determinada acción o estrategia. Estas unidades de medida nos indican nuestro nivel de desempeño en base a los objetivos que hemos fijado con anterioridad.

Los indicadores de gestión o KPIs se agrupan gráficamente en cuadros de mando para que los directivos puedan ser ágiles en la toma de decisiones. En el cuadro de mando se incluyen los principales indicadores clave para la empresa, y de una forma visual se obtiene la información deseada de nuestro rumbo sobre el plan establecido.

Medible: Los KPIs son métricos, por tanto su principal característica es que son medibles en unidades. Ejemplo: 1,2, 100, 1000, 1000.000

Cuantificable: Si se puede medir, se puede cuantificar. Por ejemplo si se habla de unidades monetaria se cuantificarían en € o \$. También existen muchos indicadores de gestión que se miden en porcentaje.

Específico: Se debe centrar en un único aspecto a medir, hemos de ser concretos.

Temporal: Debe poder medirse en el tiempo. Por ejemplo si se quiere medir a diario, de forma semanal, mensual o anual.

Relevante: El propio término hace referencia a esta característica “indicadores clave de gestión”. Únicamente sirven aquellos factores que sean relevantes para la empresa.

(Espinosa, 2016)

## **1.7 DEFENICIÓN DEL PROYECTO**

### **1.7.1 PROBLEMA**

Encontrar una línea gráfica y un estilo grafico que este al día con las tendencias y con la moda. Otro problema es encontrar un tema que sea agradable y atractivo para cliente. El poco conocimiento que se tiene respecto al uso de los materiales y a la realización de las impresiones en sustrato utilizando la serigrafía.

### **1.7.2 PUBLICO META**

El público meta está dirigido a mujeres entre 21 y 60 años con un nivel socio económico medio y medio bajo, mujeres que amen la naturaleza , los viajes, la fotografía y explorar nuevos lugares.

## **2 CAPITULO II. MARCO TEORICO**

### **2.1 RESEÑA HISTORICA**

#### **HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO APLICADO A LA SERIGRAFÍA**

Se podría decir que la serigrafía es una de las técnicas de impresión más antigua, aunque no se le atribuye a ningún pintor o escritor, se cree que los primero precursores de la serigrafía fueron los chinos y los egipcios

Origen de la palabra.

La palabra serigrafía es de origen latino «sericum» (seda) y griego «graphè» (acción de escribir, describir o dibujar), esta com-binación de palabras la podemos denominar como «pantalla de seda».

¿Qué es la serigrafía?

La serigrafía es un método de estampación manual que nos permite transferir imágenes trazadas a través de una malla denominada pantalla, se impregna con tinta sobre la superficie que se desea estampar. Por cada color que se quiera estampar, necesitamos una pantalla adicional, es decir, funciona a través de capas. (Murcia)

### **PIONEROS DE LA SERIGRAFÍA**

La primera forma de serigrafía reconocible aparece en China durante la dinastía Song (960 ac – 1279 dc). La técnica se extendió por Asia llegando hasta Japón, donde la tomaron y perfeccionaron durante años combinándola con la xilografía y la pintura.

Unos siglos después, en torno al 1600, comenzaron a llegar a Europa algunas representaciones artísticas japonesas excepcionales para el momento. No estaban hechas con estarcidos, no tenían puentes, habían sido creadas por plantillas sobre cabellos humanos muy tensados y pegados en un marco.

Cien años más tarde, en el siglo XVIII, la expedición del estadounidense Matthew C. Perry forzó la apertura del Japón más tradicional al mundo occidental y comenzaron a llegar algunas de las técnicas artísticas más tradicionales como el katagami, que llegó a tener un gran éxito. La serigrafía comenzó a expandirse con el desarrollo del comercio de la seda y rápidamente se encontró un uso comercial de la técnica.

En el año 1907 un rotulista estadounidense llamado Samuel Simón consiguió perfeccionar el bastidor de madera con seda muy tensada y creó una emulsión que permitía bloquear parte de la pantalla y dejar al descubierto otra parte con el diseño elegido.

Su patente fue una revolución en el sector de los rotulistas pues les permitía imprimir rótulos en serie. Y no solo rótulos, rápidamente se vio el potencial de esta forma de imprimir y se aplicó a todo tipo de objetos.

Ante tal avance, la técnica de la serigrafía se mantuvo en secreto en el mundo occidental con políticas muy estrictas para evitar que los competidores pudieran descubrir el truco. Entonces, llegó la guerra

En 1910 la I Guerra Mundial hizo que cambiara todo. El secreto de la serigrafía dejó de estar en manos de unos pocos y se popularizó por todo EE.UU. Durante estos años se utilizó para imprimir banderas, carteles, pancartas y panfletos publicitarios en serie. Y, como en todas las guerras, si se trataba de algo útil y necesario, se potenció su investigación para favorecer el desarrollo de la técnica.

En estos años, Roy Beck, Charles Peter y Edward Owens comenzaron a experimentar con químicos foto reactivos que permitieran elaborar las plantillas de forma más rápida a través de emulsiones fotosensibles. ¡Y lo consiguieron! Aunque tuvieron que pasar aún varios años para que su uso se extendiera.

En 1914 otra patente de la serigrafía sale a la luz. En este caso de la mano del publicista John Pilsworth, que creó el método Selectasine mediante el cual se pueden hacer serigrafías multicolor con una única pantalla.

Desde 1915 se extendió el uso de la serigrafía fotográfica y se comenzó a aplicar en textil. En 1924 aparece una nueva patente de la serigrafía, en este caso una mesa muy similar a los actuales pulpos serigráficos.

Durante estos años, en Europa la técnica permaneció aletargada y con una expansión muy lenta. Hasta ahora el uso que se le había dado a la serigrafía había sido principalmente comercial pero, a partir de los años 20, los artistas empezaron a interesarse por la técnica y los productores por los artistas.

Andy Warhol se convirtió en el máximo exponente de la serigrafía con sus famosas obras de Marilyn o la Campbell's soup can. Las siguientes fotografías nos muestran los momentos exactos en los que se estaba produciendo esta obra con serigrafía. (HH, 2021)

### **CARACTERÍSTICAS DE LA SERIGRAFÍA COMO SISTEMA DE IMPRESIÓN**

La serigrafía es un sistema de impresión permeográfica y directa. Utiliza un marco con una tela de malla fina y tensada, que deja pasar la tinta por las partes que corresponden al grafismo (zona imagen) e impide el paso de tinta por las partes obturadas del contragrafismo (zona no imagen). La imagen sobre el soporte se obtiene, forzando el paso de la tinta por las partes abiertas de la malla con la ayuda de un durómetro. (Marketan, 2015)

Algunas de las ventajas de la serigrafía es que la obtención de los colores son vivos y constante, se pueden utilizar diferentes tipos de tintas, se pueden encontrar de una gran variedad de colores, texturas, y brillos y de diferentes precios dependiendo del tamaño calidad y marca. Otra de las ventajas es que se puede imprimir sobre cualquier material como ser tejidos, plásticos, madera y corcho, impresiones de cubiertas de CD y de libros, es económica en tirada cortas (menos de 100). Una de las desventajas es la dificultad de lograr un detalle preciso y la lentitud de secado ya que la cantidad de tinta que se aplica es muy gruesa. (Marketan, 2015)

## **TIPOS DE MATERIALES QUE SE PUEDEN UTILIZAR**

Los Materiales pueden variar según el soporte que se desea utilizar y según el presupuesto que se tiene destinado para emprender en la serigrafía. Los materiales más utilizados son los siguientes:

**Pantalla o bastidor:** Es el elemento básico de todo serigráfiista. En ella se plasman los diseños y permite transferirlos al soporte. Está compuesta de un bastidor de madera o de metal y una malla tensada que por regla general suele ser tela de nylon monofilamento. Es de vital importancia que todo esté muy tenso, si la madera o la tela se comban, no nos servirá para nada.

**Barómetro o raqueta:** Es una herramienta que permite distribuir la tinta sobre la malla para estamparla en el soporte. Es una herramienta fundamental. Se pueden encontrar de muchos tipos, tamaños y formas distintas pero generalmente están compuestas por un mango o zona de agarre de madera o de metal y una hoja de goma. Es importante que el tamaño de la racleta sea ligeramente inferior al interior de la pantalla para abarcar el tamaño de todo el diseño.

**Las emulsiones:** Se usa para hacer la plantilla en la pantalla existen distintos procedimientos.

El más habitual es el uso de emulsiones fotosensibles. Este método es similar al proceso fotográfico. La emulsión se aplica sobre la pantalla y se endurece al exponerla a la luz.

Las zonas opacas del fotolito impiden que la luz incida sobre la emulsión que permanece blanda y puede eliminarse con agua.

**Tintas para serigrafías:** Son un compuesto de textura gelatinosa o viscosa que se aplica directamente sobre la malla y se extiende con la racleta. En el mercado puedes encontrar tintas de todos los colores para todo tipo de soportes. Asegúrate de escoger la tinta adecuada.

El soporte: Es el material sobre el cual vamos a estampar. Gracias a la versatilidad de esta técnica podemos estampar sobre casi cualquier cosa utilizando las tintas adecuadas. Por ejemplo: Ropa, papel pintado, etiquetas, rótulos de plástico o de metal. (HH, 2021)

Otros materiales que se usan en la serigrafía son:

La espátula puede ser de metal o de plástico, cinta adhesiva transparente o café, diluyente, thinner, una meza de luz o lámpara, cloro este puede ser opcional, una secadora de pelo, una plancha de ropa y una meza de trabajo.

### 2.1.1 PRESUPUESTO DE LOS MATERIALES

Investigación de los costos de los materiales en el mercado

La casa de las camisetas en Tegucigalpa y Larach y Compañía.

ARTICULO	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Bastidor	18x24 Pulgadas	1	L 340.00
Durómetro	10 pulgadas	1	L 320.00
Tintas plástisol	Grande	1	L 200.00
Espátulas		3	L 12.00
Cinta adhesiva		2	L 22.00
Thinner		1	L 75.00
Diluyente		1	L 74.00
Camisa		1	L 40.00

*Tabla 1 costos de Tubilite HN.*

Tabla 2 Tabla de costo de Tubilitehn.companysite

TINTA PLÁSTISOL	PESO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Negro	1k	1	L 187.99
Azul	1k	1	L 223.10
Amarillo	1k	1	L 220.59
Blanco	1k	1	L 169.15
Rojo	1k	1	L 248.94
Verde	1k	1	L 224.53

### **CARACTERÍSTICAS DE LA SERIGRAFÍA**

Entre las principales características de la serigrafía mencionamos las siguientes:

1. Se pueden utilizar diferentes tipos de tintas para realizar las impresiones, pueden ser en agua, aceite o en resina sintética.
2. Los diseños que se realizan son por lo general muy suaves.
3. La pantalla de impresión tiene la suficiente elasticidad para poder adaptarse a diferentes tipos de materiales como la tela y el papel.
4. La fuerza de impresión que se ejerce es sumamente leve dándole protección a los materiales utilizados para el proceso.
5. Puede también ser impresa en objetos circulares, grandes y pequeños.
6. Los diseños tienen buena flexibilidad.
7. Se pueden imprimir los objetos tridimensionalmente obteniendo buenos efectos visuales y relieves. (Briceño V., 2021)

## ARTES FINALES

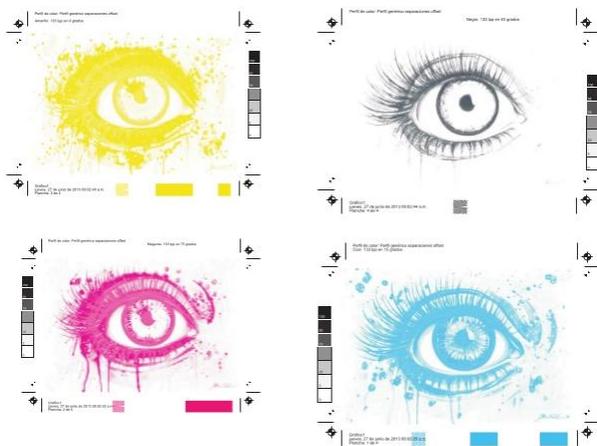
El arte final es el documento original a partir del cual la imprenta reproducirá el diseño en cuestión. En la mayoría de los casos, el arte final es, básicamente, un PDF. Pero no tan básico. Este PDF tiene unas configuraciones específicas y necesarias para su correcto uso en la imprenta, sin que ellos tengan que modificarlo. (Lourdes, 2020)

## SEPARACIÓN DE COLORES

La separación del color permite que al seleccionar un color se garantice que independientemente del medio de impresión se conserve la misma tonalidad en cualquier tipo de impresión.

El proceso de dividir la imagen en dos o más colores se llama separación de color, y la película a partir de las que se crean las planchas se denominan separaciones.

*Figura 1. Separación de color*



## **PANTONE**

Actualmente el Pantone, es una empresa norteamericana creadora del PMS (Pantone Matching System), es un sistema que permite identificar colores para impresión por medio de un código determinado, propiamente dicho es un sistema propietario de igualación de colores.

Produce las internacionalmente conocidas Guías Pantone llamadas «Cartas Pantone» que son tiras de papel-cartón de determinado gramaje y textura con la impresión de una muestra de color, nombre y fórmula para obtenerlos. Como parte de su continua innovación, cada año la compañía anuncia el ‘Pantone del año’, un color que dominará los próximos meses en objetos tecnológicos, telas, pintura, ropa, paredes y más.

No es la misma definición el color que aparece en un monitor que las que aparecen en impresión, ya que pueden variar los programas de imagen o gráficos así como el modo RGB o CMYK que podemos observar, por lo que estas guías permiten, que el color de salida de impresión sea el correcto

Cada pantalla o monitor de ordenador es diferente, las impresoras también son distintas, y aunque el equipo esté calibrado con tinta PANTONE, lo que se percibe en la pantalla no será totalmente exacto porque contiene numerosos matices. Es por esto que se han creado los colores PANTONE. Se trata, de un código para identificar los colores a fin de facilitar la comunicación e impedir que se cometan errores. (Moreno, 2019)

Figura 2. Pantone



## CMYK

El formato de color CMYK está basado en la sustracción del blanco usando para ello mezclas de pigmentos. Es lo que se conoce como síntesis sustractiva. Los colores sustractivos primarios para este modo de color son Cian (Cyan), Magenta (Magenta), Amarillo (Yellow) y Negro (Black).

En el modo de color CMYK se combinan los pigmentos o colores sustractivos primarios para obtener el resto de colores. Hace uso del Cian, Magenta, Amarillo y el Negro. Éste último siempre aporta cuerpo y fuerza. También puede utilizarse para acentuar el tono o dar profundidad a la impresión.

Este modo de color se utiliza mayormente para imágenes y elementos gráficos que necesiten ser impresos sobre un medio físico.

Las imágenes en CMYK contienen un total de 32 bits por cada pixel, haciendo uso de 4 canales de información, uno por cada color. El valor de los canales oscila entre 1 y 100.

(llasera, 2020)

## **RGB**

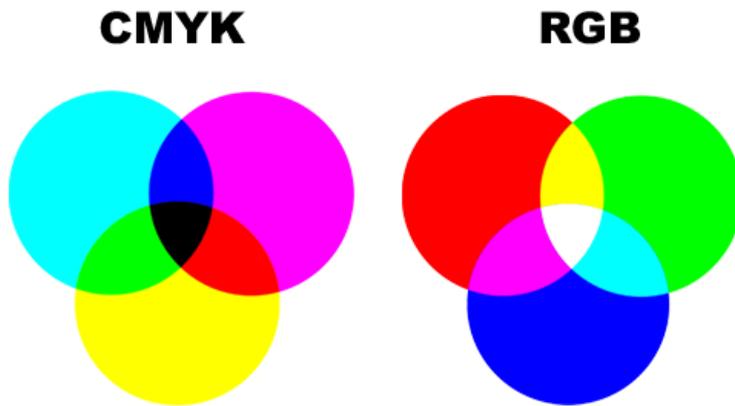
El modo de color RGB está basado en la suma de los colores lumínicos primarios. A esto se le conoce como síntesis aditiva, donde los colores deben sumarse para conseguir uno nuevo. Esos colores son el Rojo (Red), el Verde (Green) y el Azul (Blue).

El color se consigue por espectros de luz y no tinta. Los colores se forman mediante la suma de diferentes luces en sus diferentes longitudes de onda. El color blanco se consigue mediante la suma de los tres colores a partes iguales con la máxima saturación posible. Por otro lado, la ausencia de colores primarios nos origina el color negro. El negro es la ausencia de luz. Sin luz el ojo no puede percibir color alguno.

Este modo de color se utiliza mayormente para imágenes y elementos gráficos que necesiten reproducirse en canales digitales. No debe usarse para sistemas de impresión.

Las imágenes RGB contienen un total de 24 bits por pixel y usan 3 canales de información, uno por cada color. El valor de los canales oscila entre 1 y 255 (llasera, 2020)

*Figura 3. CMYK Y RGB*



### **TINTAS PLANAS**

Las tintas planas, también conocidas como tintas directas, "sirven para seleccionar colores especiales que se pueden aplicar en una sola pasada sin necesidad de combinar colores de selección u offset (Cyan, Magenta, Amarillo y Negro) o cuatricromía", aclara Chack Robles.

El sistema Pantone, compuesto por tintas planas, ha logrado interpretar múltiples colores mezclando pigmentos básicos y con él, afirma Naranjo, "se pueden lograr colores que están fuera de gama, que no se pueden representar en digital, como colores metalizados, colores pastel, etc. (Lucialonso, 2020)

*Figura 4 Tabla de Figuras*



## **LA SERIGRAFÍA APLICADA AL EMPRENDIMIENTO**

Es un negocio donde hombres y mujeres pueden emprender con recursos limitados, de aprendizaje rápido y los materiales son fáciles de conseguir.

La serigrafía puede realizarse para diferentes artículos, estos pueden tener usos promocionales, para eventos sociales y también puede estamparse en telas. El giro de serigrafía comprende las impresiones en: vasos, tarjetas servilletas, textiles, plumas etc.

(fherju, 2010)

## **2.2 CONCEPTUALIZACIONES Y DEFINICIONES**

### **DEFINICIÓN DE VOCABULARIOS UTILIZADOS EN LA TEMÁTICA DEL DISEÑO DE ARTES FINALES.**

Acetato: Material sintético en forma de láminas transparentes que sirve para elaborar artes finales para serigrafía. (Valle, 2015)

Adelgazador: ADELGAZADOR: Son diluyentes o solventes de tintas que aminoran una determinada viscosidad. En tintas acuosas el agua puede ser un adelgazador y las de aceite: La gasolina, el varsol, turpentina, thinner, kerosén, etc. (Valle, 2015)

Artes finales: Como su nombre lo indica es el diseño final listo para imprimir.

Base de impresión: En la impresión de objetos planos, es el tablero de la mesa sobre el cual se encuentra el soporte (Sustrato) a imprimir. (Valle, 2015)

Capas: Las capas de los programas de diseño como Photoshop nos permiten ordenar los elementos estableciendo qué queda por encima y qué por debajo, como si fueran acetatos o plásticos transparentes superpuestos. (Izquierdo)

CMYK: Son los colores primarios en tinta; para impresión. CMYK: cyan, magenta, yellow and black; es decir, azul cyan, magenta, amarillo y negro. (Izquierdo)

Dominante de color: Es el matiz de color que predomina en una imagen. (Izquierdo)

Emulsión fotosensible: Constituye la suspensión compuesta por un coloide y un sensibilizador fotográfico para ser estarcido en la pantalla. (Valle, 2015)

Emulsionado: Aplicación de la solución o emulsión fotosensible sobre la malla o tejido para elaborar el bastidor serigráfico. (Valle, 2015)

Entintado: Cubrir la pantalla de tinta por el lado interno del bastidor.

Espacio de color: Es el espacio o sistema de color en que está hecha una imagen o documento: RGB (digital), CMYK (impresión), escala de grises, etc. (Izquierdo)

Familia tipográfica: Es el conjunto de variantes de una tipografía, por ejemplo Helvética, que podemos encontrar: bold, negrita, black, light, thin, book... (Izquierdo)

Gramaje: Es la densidad o peso del papel y viene indicado en gramos por metro cuadrado. (Izquierdo)

Identidad de Marca: Es el conjunto de estrategias que identifican las características y valores de una marca. (Izquierdo)

Legibilidad: Es la capacidad de un texto para poder ser leído. (Izquierdo)

Logotipo: Comúnmente se conoce como logotipo (o logo) a la imagen gráfica asociada a una marca, bien sea de una empresa o de una persona, en el caso de la marca personal. (Izquierdo)

Marcas de cortes: Son las líneas que sirven a la imprenta como referencia para saber por dónde se debe cortar la página. (Izquierdo)

Mock-up: Es un documento de simulación que nos permite ver el acabado de un proyecto, por ejemplo una camiseta, sustituyendo el contenido por nuestro diseño y/o logo. (Izquierdo)

Pantalla: Es la malla tensada y estarcida del bastidor y forma una base nivelada donde se unen la línea de tinta y de impresión.

Puntos: Los puntos (pt) son la unidad de medida para identificar los posibles tamaños de una tipografía. (Izquierdo)

RGB: Son los colores primarios en luz: red, Green, blue; es decir, rojo, azul y verde.  
(Izquierdo)

Seda: Mallas tejidas en seda utilizadas hoy en día para la serigrafía.

Serigrafía: Técnica artística de impresión mediante la cual se estampa la tinta en diferentes soportes a través de una malla tensada sobre un marco de madera. (Izquierdo)

Tinta o pintura: Solución compuesta por pigmentos y bases, adecuada para tamizarse por una malla. Una tinta serigráfica, en consecuencia, tiene que ser, en la estructura de sus moléculas tan finas, como dos y media veces menor que la apertura de la malla. Las tintas pueden ser acuosas o grasas, fluorescentes o expansivas, microesféricas, etc.

Tirada: Es el número de impresiones que se hará de un documento (Izquierdo)

Zona de impresión: Comprende toda el área libre o que no se encuentra impermeabilizado y, por tanto, permite el paso de la tinta en el proceso de estampación. (Valle, 2015)

### **3 CAPITULO III METODOLOGIAS**

#### **3.1 ENFOQUES Y METODOS**

##### **JOAN COSTA METODOLOGIA**

La metodología de Joan Costa consiste principalmente en una guía para el desarrollo de una identidad corporativa o manual de identidad sustentado en una serie de esquemas diseñados por él, donde se desarrollan las principales etapas importantes para el desarrollo del proyecto de identidad: Planificación y el diseño Gráfico. En su metodología Joan costa enfoca la importancia que tiene el diseño global ya que es el resultado de los mensajes y actos emitidos por la empresa.

Joan Costa, propone también una metodología para identidad corporativa.

- Recopilación de datos sobre auto imagen y proyecto futuro
  - Auto imagen (identidad) de la institución: como la empresa se ve a si misma.
  - Objetivos institucionales y su proyección en el tiempo.
- a. Recopilación de datos sobre marketing
- Programa de fabricación de productos o servicios, posicionamiento y objetivos comerciales.
  - Datos cuantitativos y cualitativos del mercado, la empresa y la competencia.
- b. Recopilación de datos externos
- Recopilación de datos sobre la empresa de fuentes neutrales de información.
- c. Formulación de objetivos del programa
- Objetivo: Transmitir los atributos de la personalidad de la empresa.

d. Análisis del material de comunicación existente

- Grado de consistencia de los signos visuales (marca, colores, tipografía) en el tiempo.
- Coincidencia de los signos visuales con los objetivos del programa.
- Repertorio de elementos comunicativos de la empresa (comunicación institucional).
- Estudio de la identificación de otras empresas del sector.

e. Verificación de pertinencia de los signos existentes (imagen)

- Conocer hasta qué punto el público identifica los actuales signos, los reconoce sin ambigüedad.
- Hasta qué punto los asocia con la empresa.
- La nitidez con que distingue y memoriza estos signos.
- Que es lo que estos signos connotan.

f. Análisis de información obtenida

- Se plantean hipótesis: ¿Se debe actualizar, optimizar o innovar? ¿En qué sentidos hacerlo? ¿En qué grado? ¿Se debe concentrar la identificación en el símbolo (imago tipo) o logotipo, o ambos?
- Visualizar atributos de identidad: Lo que la empresa "es", "hace" (características de su sector) y "vende" (juventud, precisión, seguridad, confort, etc.)

g. Proyectos gráficos

- Ensayo de las diferentes posibilidades de visualización de las hipótesis planteadas en la fase anterior.
- Selección de proyectos

#### h. Desarrollo gráfico del proyecto

- Determinación de los signos de identidad (previamente sometidos a test).
- Determinación de los elementos estructurales de la identidad visual:
- Signos de identidad: símbolo (imago tipo), logotipo, colores corporativos.
- Identificador: conjunto normalizado de los signos de identidad (marca)
- Formato: sistemas regulares de proporciones que predominarán en los mensajes.
- Concepto espacial: escenario para la construcción y visualización de mensajes.
- Tipografía corporativa: caracteres seleccionados en función de su legibilidad y connotación.
- Normas tipográficas: conjunto de reglas para la materialización sobre un soporte gráfico.
- Elementos gráficos: motivos.
- Compaginación (estilo): modelo modular para establecer un aspecto de conjunto entre los diversos mensajes.
- Uso de colores: forma de uso de colores corporativos.
- Ilustraciones: técnica y estilo de las ilustraciones.

#### i. Diseño y confección del manual de identidad corporativa

- Libro de normas para que la empresa pueda aplicar el nuevo sistema de identidad visual.

### **3.1.1 METODOLOGIA**

Según Joan Costa el diseño gráfico sirve para hacer el mundo más inteligible, para mejorar la vida de las personas y para hacer más comprensible nuestro entorno, entre otras cosas.

#### **3.1.1.1 RECOPIACIÓN DE DATOS SOBRE LA EMPRESA**

Hana es un emprendimiento serigráfico dedicado a la elaboración de camisas y bolsas de diferentes estilos colores y tamaños a través de estampados que se realizan por medio de la serigrafía

La serigrafía es una técnica de impresión milenaria que se ha mantenido a lo largo de los años por el alto número de impresiones que se pueden realizar si perder la calidad en la impresión.

La idea de la empresa es empezar en el mercado con una línea de ropa y bolsas con estampados basados en el tema de safari al ser este un tema que no pasa de moda y que es aceptado por las personas.

#### **3.1.1.2 RECOPIACIÓN DE DATOS SOBRE EL MARKETING**

En Honduras existen muchas empresas e industrias como que se dedican a la serigrafía, la mayoría de estas empresas trabajan con diferentes técnicas de impresión como ser el vinil y las sublimación, también se dedican a realización de bordados personalizados en diferentes tipos de textiles, como ser gorras, mandiles, ropa laboral y ropa deportiva, también trabajan sobre diferentes tipos de sustratos o materiales como ser, tazas y llaveros.

#### **3.1.1.3 RECOPIACIÓN DE DATOS EXTERNOS**

La recopilación de datos externos se realiza por medio de encuestas a través del método de observación, entrevistas, focus group y otros.

¿Qué es una encuesta?

Las encuestas son entonces una herramienta para conocer las características de un grupo de personas. Puede tratarse de variables económicas, como el nivel de ingresos (cuantitativa), o de otro tipo, como las preferencias políticas (cualitativo). (Westreicher, 2020)

Recopilación de datos HANA

Encuesta

*Figura 5 Encuesta N1*

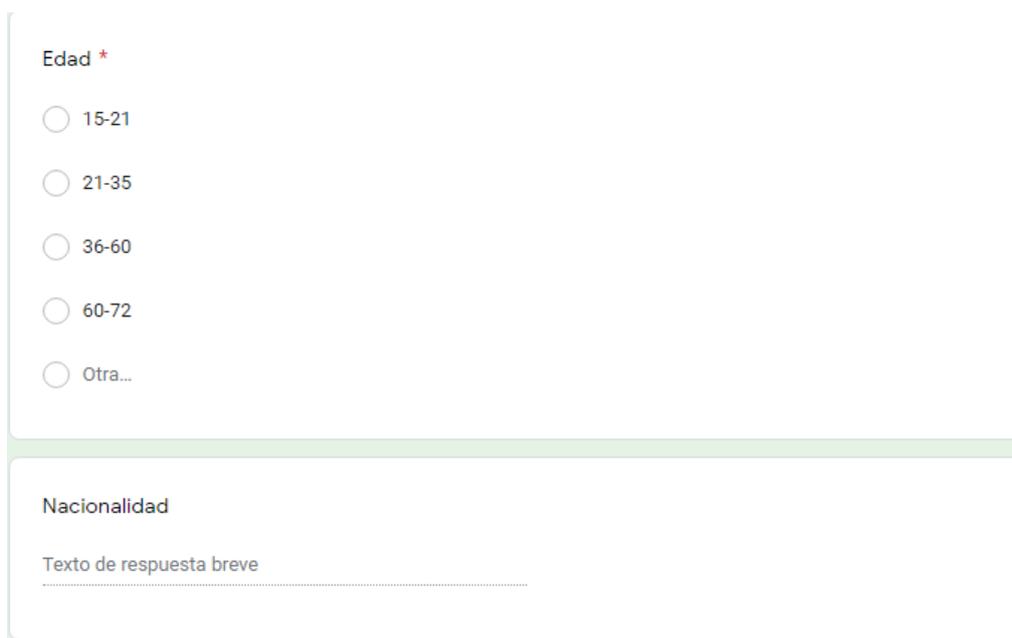


Genero

Femenino

Masculino

*Figura 6 Encuesta N1.2*



Edad \*

15-21

21-35

36-60

60-72

Otra...

Nacionalidad

Texto de respuesta breve

*Figura 7 Encuesta N1.3*

Departamento

- Atlántida
- Colón
- Comayagua
- Copán
- Cortés
- Choluteca
- El Paraíso
- Francisco Morazán
- Gracias a Dios

*Figura 8 Encuesta N1.4*

Municipio :::

Texto de respuesta breve  
.....

---

Nivel de ingresos \*

- Menos de 5,000 Lps
- de 5,000 - 10,000 lps
- De 11,000- 20,000 lps
- Mas de 20,000 lps

---

Ocupación \*

Texto de respuesta breve  
.....

¿Conoces sobre la serigrafía? \*

Sí

No

Tal vez

...

¿Conoces una empresa o persona que se dedique a la serigrafía? \*

Sí

No

Tal vez

¿Estaría dispuesto a comprar Bolsos y prendas de vestir con estampados? \*

Sí

No

Tal vez

*Figura 9 Encuesta N1.5*

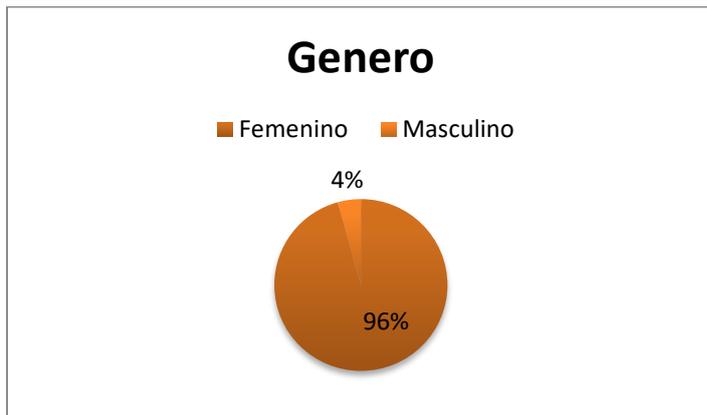
¿Cuál es el precio que paga normalmente por una camisa o bolsa con estampado?

Puede colocar un máximo de dos precios.

Texto de respuesta breve  
.....

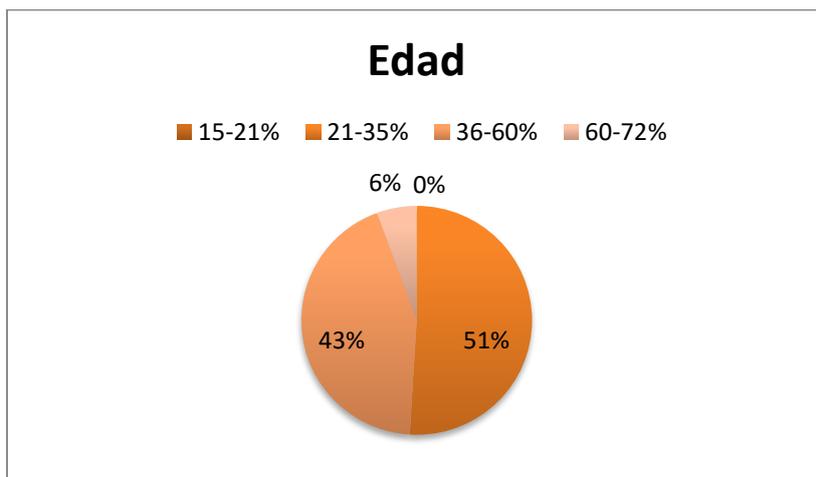
Resultados de la encuesta

Tabla 3 Encuesta 1.1



El 96% de las personas encuestadas son mujeres

Tabla 4 Encuesta 1.2



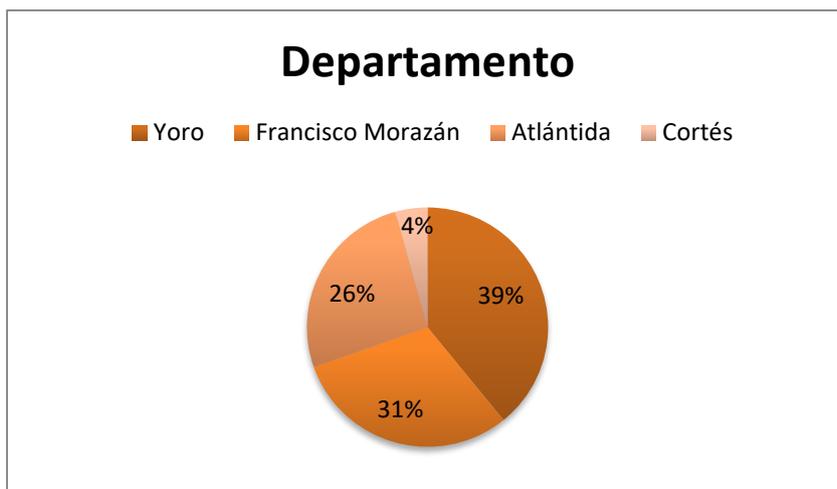
Un 94% de las personas encuestadas rondan entre las edades de 21 a 60 años

Tabla 5 Encuesta 1.3

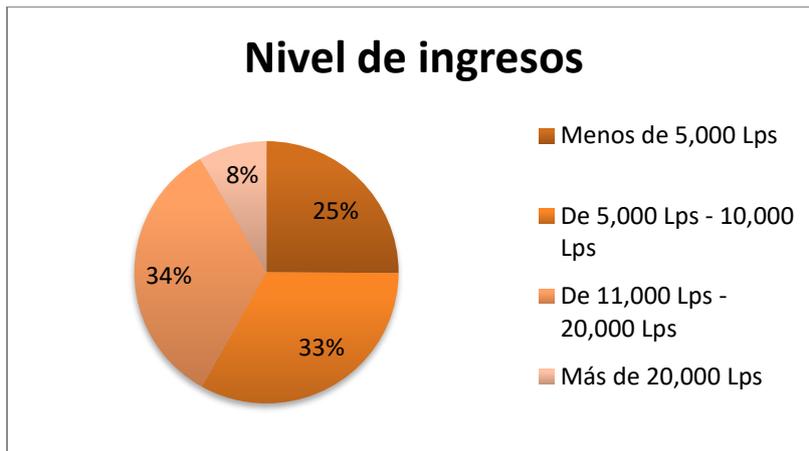


El 100% del público encuestado son nacionalidad Hondureña

Tabla 6 Encuesta 1.4

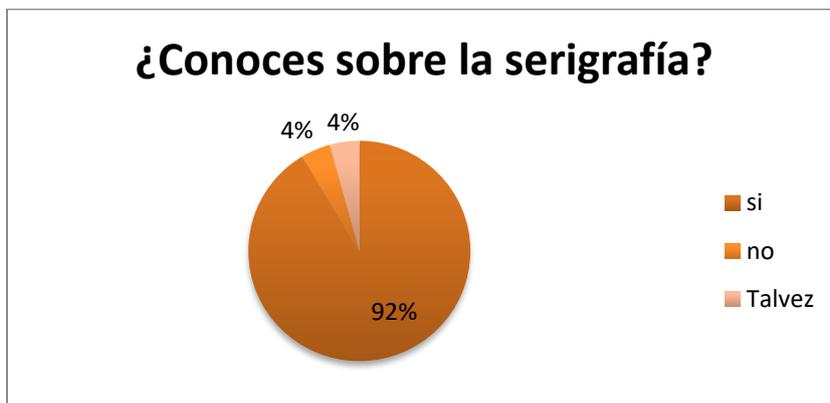


Un 39% de las personas encuetadas son del departamento de Yoro



El 67% de las personas ganan entre 5,000 y 20,000 Lempiras mensuales

*Tabla 7 Encuesta 1.5*



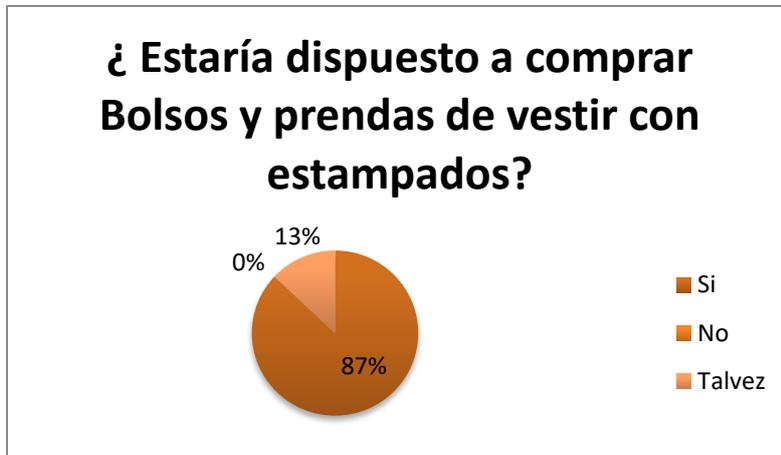
El 92% de las personas encuestadas conocen sobre la serigrafía

*Tabla 8 Encuesta 1.6*



El 57% de las personas encuestadas conocen personas que se dedican a la serigrafía

Tabla 9 Encuesta 1.7



Un 87% de las personas están dispuestas a compra bolsas y camisas con estampados.

#### 3.1.1.4 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

##### a) Objetivos generales

1. Investigar sobre la aceptación sobre un emprendimiento serigráfico en Honduras.

##### b) Objetivos específicos

1. La reproducción de camisas y bolsos con impresiones serigráficas con un estilo minimalista orientado al tema de safari.
2. Designar un porcentaje de las ganancias para apoyar a una organización que esté involucrada a la protección y defensa de la fauna en Honduras.

3. Conocer la aceptación de un nuevo segmento de mercado dirigido a hombres, niños, y niñas.

#### **3.1.1.5 ANÁLISIS DEL MATERIAL DE COMUNICACIÓN EXISTENTE**

Se realizara una marca que sea fácil de reconocer y que esté conectada con la serigrafía, también se elegirá la tipografía de la marca, se trabajara a partir de bocetos y así elegir si la marca estará acompañada de un símbolo o será logotipo solamente.

#### **3.1.1.6 VERIFICACIÓN DE PERTINENCIA DE LOS SIGNOS EXISTENTES**

No existe una marca aun.

#### **3.1.1.7 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA**

La marca será un isologo que es la unión de un logotipo y un símbolo. Los colores que se usaron en el isologo son colores neutros el blanco y el gris, un color frio el azul y un color cálido que es el naranja se eligen estos colores a partir de sus significados y apariencia, La familia tipográfica de la marca es Arial roundes mt bold, que es una tipografía que tiene sus borde redondeados, es legible y fácil de entender.

#### **3.1.1.8 PROYECTO GRÁFICO**

##### **¿Qué significa Hana?**

Hana es un nombre de origen japonés que significa flor, en árabe significa felicidad y en maya significa gran triunfo. ¿Por qué flor? Flor es una palabra muy importante ya que representa la sencillez, color, delicadez, diversidad, naturaleza.

El rasero o racleta es muy importante en el uso de la serigrafía ya que con él se esparce la tinta (plástisol o tinta para serigrafía) y la emulsión cuando no se cuenta con un revestidor de emulsión al ser un elemento muy importante se eligió para como parte del símbolo de HANA otra parte muy importante que se encuentra en el Isologo de HANA es la tinta derramada que se encuentra junto al bastidor y que al final forman uno solo. La tinta es uno de los materiales indispensables para realizar el proceso serigráfico. El punto blanco forma parte del rasero o racleta ya que se usa comúnmente para mantener el rasero en lugar seguro. No todos los raseros cuentan con el orificio.

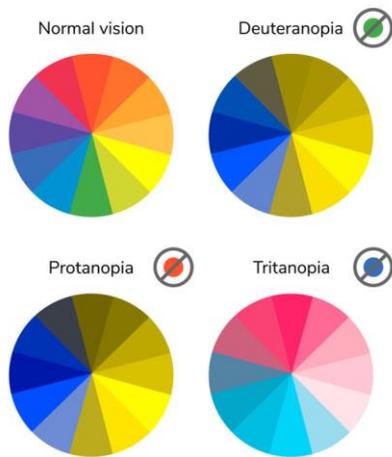
Figura 10 Durómetro



## **El color**

Cada color se eligió a partir de su significado, La psicología del color es muy importante a la hora de construir una marca se tiene que pensar en cada detalle y en el usuario que es la persona que va interactuar con la marca y el producto, los colores que están presente en la marca no cambian mucho para una persona con daltonismo sobre todo el azul, el blanco y el gris, es muy importante tomar en cuenta esto sobre todo cuando el logotipo se encuentra sobre una figura, ya que el nombre puede perderse si se utilizan colores como naranja sobre amarillo o viceversa y la marca para este tipo de personas no tendría sentido.

*Figura 11 El color*



*Figura 12 El color 2*

### **Significado de los colores presentes en la marca**

Los colores significan lo que la marca quiere dar a presentar al usuario y a si misma

Blanco: Perfección, elegancia, seguridad, confianza, unión y equilibrio.

Naranja: Creatividad, Fuerza, compromiso, originalidad, innovación y juventud.

Gris: Conocimiento, profesionalismo, inteligencia, seriedad, estabilidad y conservador.

Azul: Integridad, fidelidad, amistad y simpatía

### **ISOLOGO**

Figura 13 Isologo

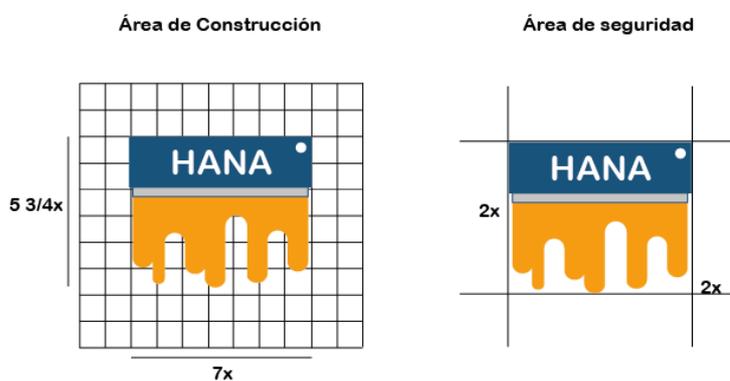


### Área de respeto

El área de respeto delimita el espacio mínimo óptimo para la correcta aplicación de la marca con el fin de que nada entorpezca o dificulte su visualización. Obedeciendo a esto se establece esta área de respeto construida siguiendo las proporciones indicadas.

El área de respeto de la marca está delimitada por dos x de la tipografía de la marca Arial rounded Mt bold.

Figura 14 Área de construcción y respeto



### **3.1.1.9 DESARROLLO GRAFICO DEL PROYECTO**

Las impresiones del emprendimiento serigráfico HANA tendrán un estilo grafico minimalista las impresiones serán realizadas con colores planos esto debido a que las ilustraciones se diseñaron para ser impresas con una tinta y a dos tintas.

#### **El color**

Las tintas planas que se utilizaran para hacer las impresiones serán de color negro, naranja y azul, serán únicamente 3 colores debido a que entre más tintas planas se utilizan los costes de impresión serán más altos.

#### **El sustrato**

Las impresiones se realizaran únicamente sobre camisas de color blanco y bolsos de color blanco hueso, se utilizara únicamente un color en cada sustrato debido al poco presupuesto inicial con que se cuenta, se espera que la variedad de colores y texturas en los sustratos aumente a medida que la empresa valla creciendo.

*Figura 15 Vista de las camisas en vector*



## **La tinta.**

Las impresiones se realizaran con tinta plástisol ya que al hacer una tinta grasa cuenta con muchas ventajas como ser, las impresiones se realizan en cantidades mayores debido a que la tinta no se seca en la maya, también esta permite un acabado más definido en los bordes y líneas mucho más finas, y el acabado final en el color de las impresiones es más llamativo a comparación de otras tintas.

## **La malla o bastidor**

Emprendimiento serigráfico Hana cuenta con tres tipos de mallas de diferente, tamaño y trama (número de hilos). Cuando el número de hilo es menor significa que la maya tendrá una mayor cantidad de orificios por donde pueda pasar la tinta o la emulsión y cuando el número de hilos es mayor la cantidad de orificios es menor esto significa que la cantidad de emulsión es mayor y el tiempo de insolación aumenta.

Las desventaja de una malla con poco hilo es que hay que tener una mayor precisión en el Angulo con que se toma el rasero ya que entre mayor sea el Angulo, la tinta no va a pasar a través de las aberturas de la maya y entre menor sea el Angulo pueda que la impresión quede con un exceso de tinta, es por ello que se recomienda que el Angulo con que se toma el rasero sea de cuarenta y cinco grados.

Emprendimiento serigráfico Hana cuenta con un número de hilos menor (110, ya que este tipo de maya tiene muchas ventajas cuando se trabaja con colores planos y cuando no se cuenta con una meza de luz, al tener un menor número de hilos en la maya la cantidad de emulsión es menor y el tiempo de insolación es menor debido a la fina capa de emulsión, y al momento de realizar el revelado la emulsión cae fácilmente.

## Tipo de exposición

La empresa Hana no cuenta con una meza de luz es por ello que el revelado se realizara con la luz solar, el tiempo de exposición al sol es menor que el de una meza de luz, pero realizar el revelado con la luz solar significa que este debe realizarse con antelación debido al cambio del clima. Cuando se realiza la exposición al sol el tiempo de revelado puede variar dependiendo la intensidad del sol y la hora.

## Tabla de los materiales serigráficos

HANA cuenta con los siguientes materiales.

*Tabla 10 Materiales serigráficos*

Nombre	Cantidad	Medidas	Color
Bastidores	3	9x14 pujadas 10x12 pulgadas	Blanco
Emulsión Diazo	1	6.6 oz	
Removedor de emulsión	4	6.6 oz	
Espátulas	3		Naranjas
Vidrio	1	10x12pulg	
Tinta plástisol	3		Negro, naranja y azul
Rasero o durómetro	2	9.14 pulgadas	

Masking tape	3		
Papel bond	500	8.5x 11.5 pulgadas	
Revestidor de emulsión	1	8 pulgadas	
Aceite	1		
Thinner	1		
Paletas de madera	5		
Secador de cabello	1		
Plancha de ropa	1		
Impresora de inyección de tinta	1		

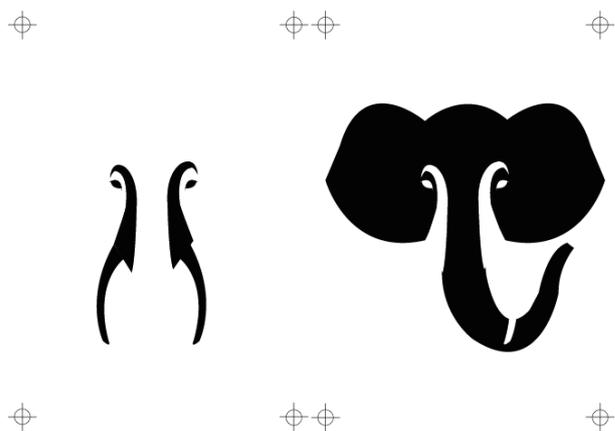
### Tabla de los sustratos

*Tabla 11 Tabla de sustratos*

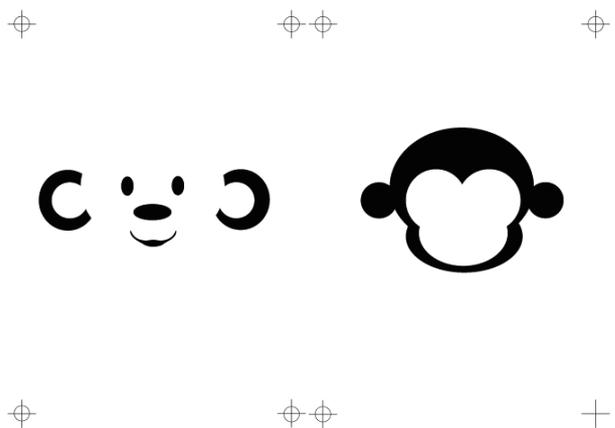
Tipo de sustrato	Color	Material	Talla
Camisa con mangas	Blanco	100% algodón	Xs. S, M, L XL, XXL
Bolsa estilo obbo	Blanco hueso Blanco	100% algodón	Mediana

## SEPARACIONES DE COLORES

*Figura 16 Separación de color 1*



*Figura 17 Separación de color 2*



*Figura 18 Separación de color 3*



## **MOCK UP**

¿Qué es mock ups?

Los Mock ups son fotomontajes que permiten a los diseñadores gráficos y web mostrar al cliente cómo quedarán sus diseños. (Bravo, 2020)

Bolsas Mock up

*Figura 19 Mock up bolsas 1*



*Figura 20 Bolsa mock up 2*



*Figura 21 Bolsa mock up 3*



*Figura 22 Camisa Ilustración 4*



*Figura 23 Camisa Ilustración 5*



*Figura 24 Camisa Ilustración 6*



*Figura 25 Camisa Ilustración 2*



*Figura 26 Camisa Ilustración 3*



*Figura 27 Camisa Ilustración 1*



*Figura 28 Camisa impresa Ilustración 6 Mono*

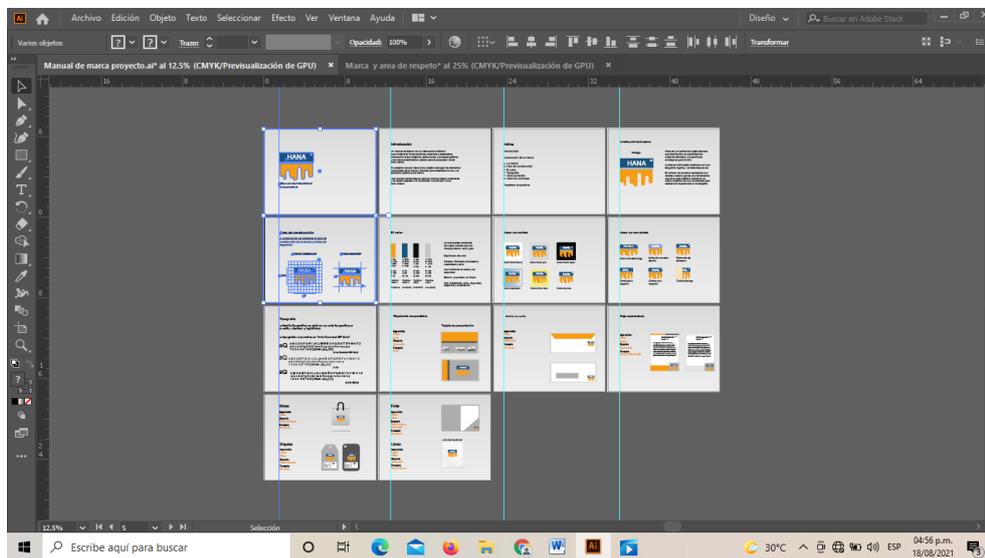


### 3.1.1.10 DISEÑO Y CONFECCIÓN DEL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

#### CORPORATIVA

La elaboración de un manual de identidad corporativa es muy importante ya que en él se establecen los elementos de identificación y los criterios que se han establecidos para la elaboración de la marca. Su principal objetivo es garantizar el uso correcto en la aplicación de la marca

*Figura 29 Manual de identidad corporativa*



### 3.2 MODELO DE NEGOCIO: LEAN CANVAS

Socios claves	Actividades Claves	Propuesta de valor	Relaciones con el cliente	Segmento de cliente
Ninguno	Diseño de camisetas y bolsas con un estilo minimalista orientado al tema de safari	Diseños originales e innovadores, precios accesibles, Envíos a nivel nacional. Calidad	Redes sociales Mensajería Llamadas telefónica Página web	Mujeres entre 21 y 60 años con un nivel económico medio y medio bajo.
	Recursos claves Marco serigráfico Tinta plástisol Revestidor de emulsión Rasero Vidrio Papel acetato Removedor de emulsión	Ofertas La ayuda que obtendrán los animales a través de las ventas de los productos	Canales  Facebook Instagram Página web	
<b>Estructura de costes</b>		<b>Fuentes de ingresos</b>		
Costos fijos, servicios públicos, impuestos, pago a proveedores.		Cuenta de ahorro, PayPal, y transferencia bancaria.		

Tabla 12 Modelo Lean Canvas

### 3.3 IDEA CONCEPTO

Las ilustraciones se realizarán con un estilo minimalista se seguirá una línea gráfica de colores, texturas, y formas en todas las ilustraciones, el tema será safari y se tomarán elementos que connoten la palabra safari, Las ilustraciones irán acompañadas de frases que darán una mejor idea del concepto.

### 3.4 CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES			
PROYECTO DE GRADUACIÓN DE DISEÑO GRÁFICO			
DISEÑO DE UN MODELO DE NEGOCIO PARA EL EMPRENDIMIENTO SERIGRÁFICO HANA			
Actividades	Abril	Mayo	Junio
AVANCE 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA			
AVANCE 2 MARCO TEÓRICO			
AVANCE 3 METODOLOGÍAS			
AVANCE 4 DESARROLLO DEL PROYECTO			

Tabla 13 Cronograma de actividades

## 4 CAPITULO IV DESARROLLO DEL PROYECTO

### 4.1 PROBLEMA

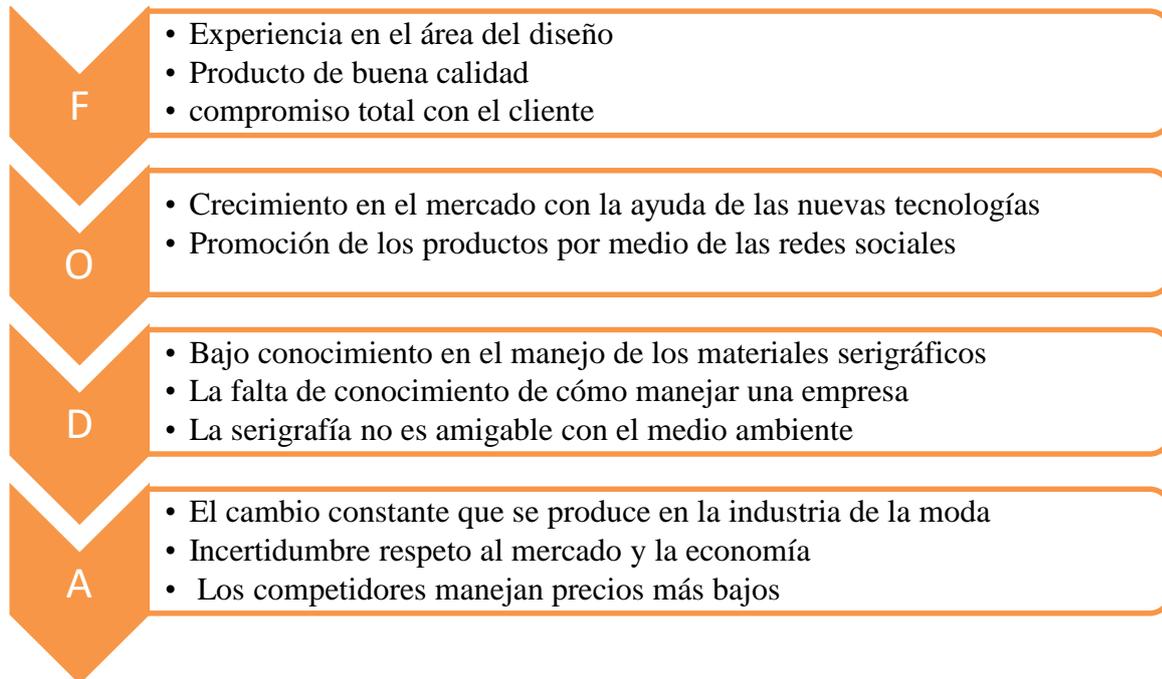
La falta de conocimiento en el uso de la serigrafía, no poder contar con la práctica que se necesita para poder realizar las impresiones con una mayor calidad, y eso impide tener un aumento en el número de tiradas que se realizan por hora, ya que el proceso es más lento por la falta de experiencia.

### 4.2 NECESIDAD

La falta de un capital económico que ayuden a la compra de nuevos insumos como ser nuevos bastidores que aceleren el proceso de impresión ya que en la serigrafía se usa un bastidor para cada separación de color, una mesa de luz que acelere el proceso de revelado, poder contar con un área de trabajo para realizar los trabajos cómodamente, y poder adquirir un mayor número de tintas, para ampliar la paleta de colores en las ilustraciones.

### 4.2.1 ANALISIS FODA

Tabla 14 FODA



### 4.3 ENCUESTA DE VERIFICACIÓN

#### Objetivos de la encuesta

Identificar que estilo de camisas las personas desea comprar.

Identificar el precio que la persona está dispuesto a pagar por las camisas y bolsas

Determinar cuál es la aceptación que el público tiene con el tema safari.

Identificar si las personas están dispuestas ayudar a una organización que beneficie los animales a través de la compra de camisas y bolsas.

Se realizaron las siguientes preguntas con la finalidad de conocer la aceptación que las personas tienen con el tema safari y el estilo minimalista, y sobre todo si las personas estas dispuestas apoyar a una ONG que proteja y ayude a la conservación de la fauna en Honduras.

Figura 30 Encuesta 1

<p>Genero *</p> <p><input type="radio"/> Mujer</p> <p><input type="radio"/> Hombre</p>
<p>Edad *</p> <p><input type="radio"/> 16-20</p> <p><input type="radio"/> 21-30</p> <p><input type="radio"/> 41-60</p> <p><input type="radio"/> Otra...</p>
<p>Ocupación Laboral *</p> <p><input type="radio"/> Ama de casa</p> <p><input type="radio"/> Empleado publico</p> <p><input type="radio"/> Estudiante</p> <p><input type="radio"/> Empleado Privado</p> <p><input type="radio"/> Otra...</p>

Figura 31 Encuesta 2

---

Ingresos \*

Menos de 5,000 Lps mensual

De 5,000 a 10,000 Lps mensual

De 11,000- 20,000 Lps mensual

Mas de 20,000 lps mensual

---

¿ Te gusta la naturaleza? \*

Sí

No

Tal vez

---

Te gustaría apoyar a una ONG comprando productos para ayudar a los animales que se encuentran en riesgo.

Sí

No

Talvez

---

Figura 32 Encuesta 3

¿Conoces el significado de safari? \*

Si tu respuesta es no pasar a la pregunta numero 8

Sí

No

¿Te gusta el concepto safari?

Sí

No

¿Te gusta el estilo minimalista?

Sí

No

Otra...

*Figura 33 Encuesta 4*

¿Te gustan las camisetas y bolsos con estampados? \*

Sí

No

¿Qué estilo de camisas con estampados te gusta? \*

Camisas polo

Camisas sin mangas

camisas crop top

camisa con mangas

¿Cuánto esta dispuesto a pagar por una camiseta con estampado? \*

220 lps

280 lps

320 lps

Otra...

*Figura 34 Encuesta 5*

¿Cuánto esta dispuesto a pagar por una bolsa con estampado?

150 lps

180 lps

200 lps

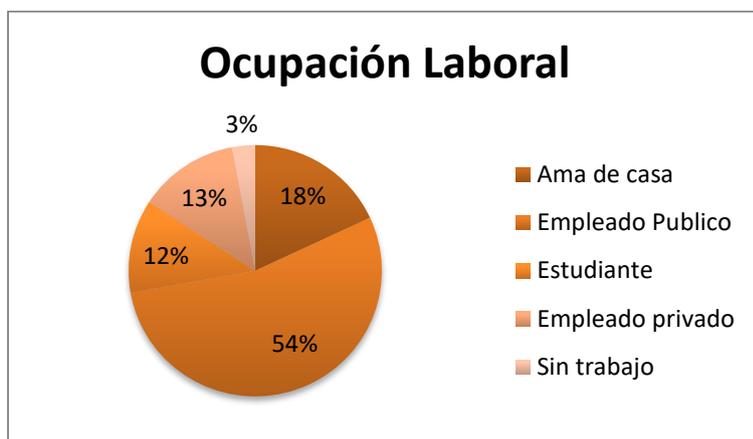
Otra...

### 4.3.1 CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

#### Resultados de la Encuesta

A continuación se presentan los resultados de las encuestas presentados a un grupo de personas para el análisis de la propuesta de un modelo de negocio con un estilo minimalista y el tema de safari.

*Tabla 15 Encuesta 2.1*



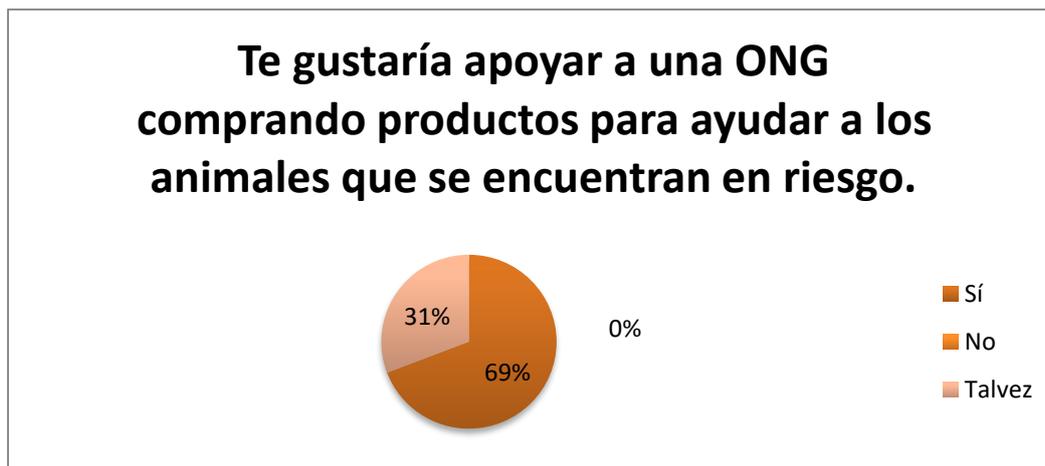
El 54% de las personas encuestadas son Empleados públicos

Tabla 16 Encuesta 2.2



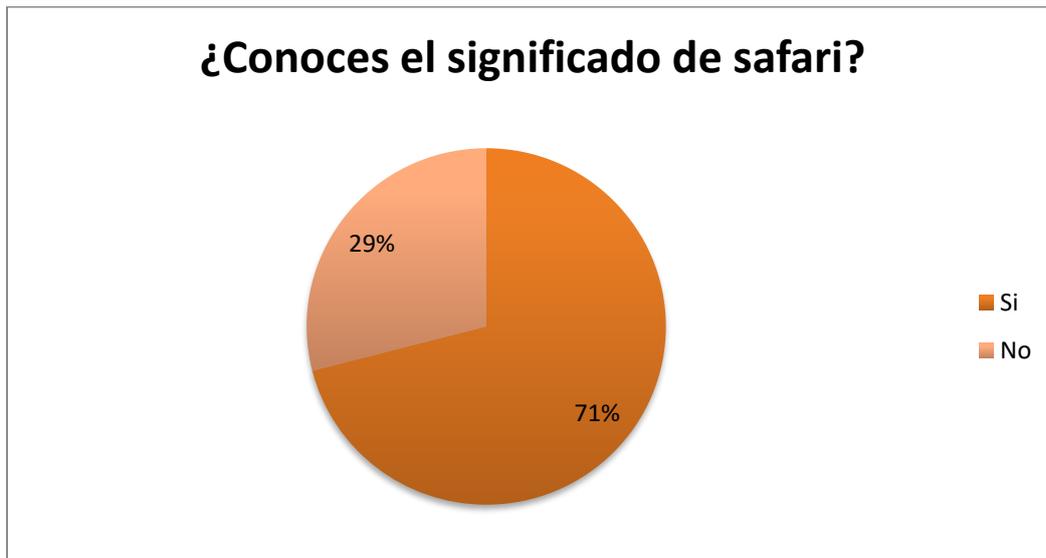
El 100% de las personas encuestadas les gusta la naturaleza

Tabla 17 Encuesta 2.3



El 69% de las personas encuestadas están dispuestas apoyar a una ONG que esté involucrada a la conservación de la fauna y a los animales en riesgo en Honduras.

Tabla 18 Encuesta 2.4



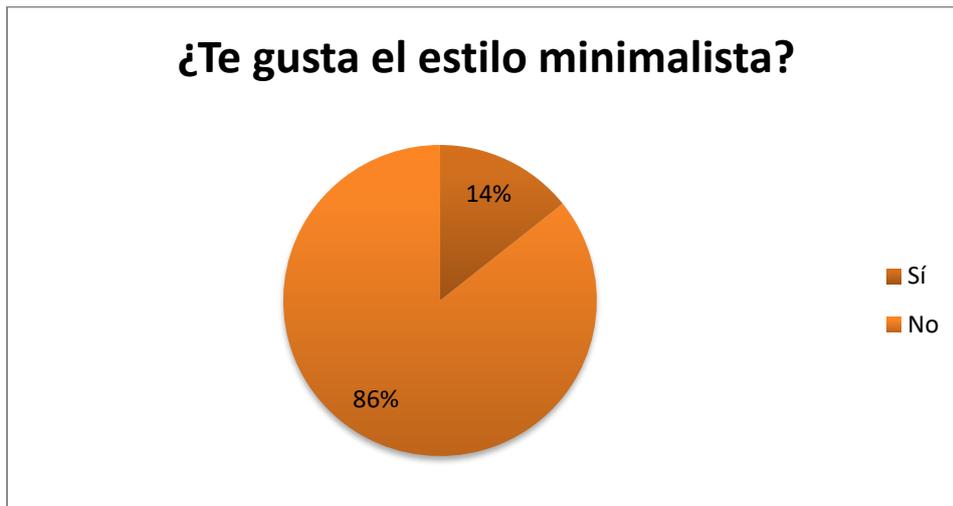
El 71% de las personas encuestadas conocen el significado de safari

Tabla 19 Encuesta 2.5



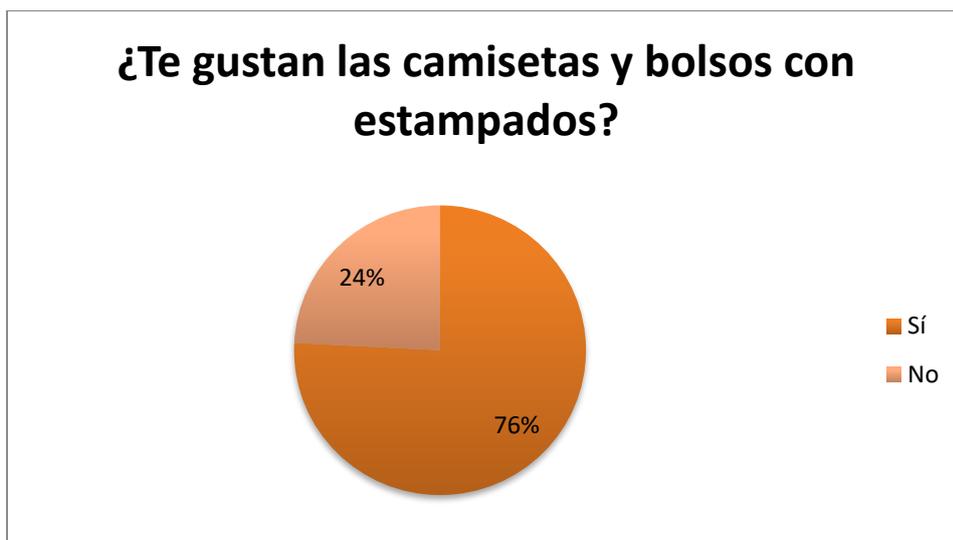
El 90% de las personas les gusta el concepto de safari

Tabla 20 Encuesta 2.6



El 86% de las personas les gusta el estilo minimalista

Tabla 21 Encuesta 2.7



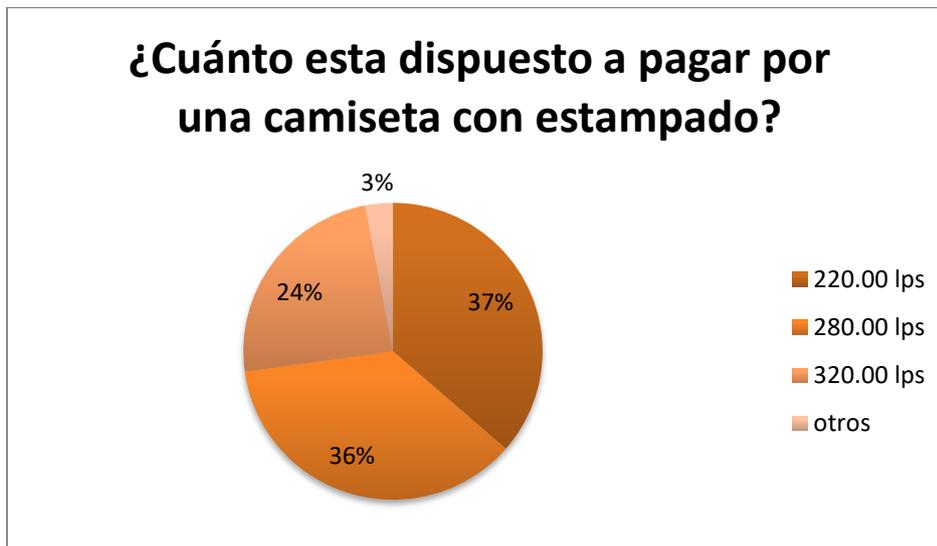
El 76% de las personas les gusta las camisetas y bolsos con estampados

Tabla 22 Encuesta 2.8



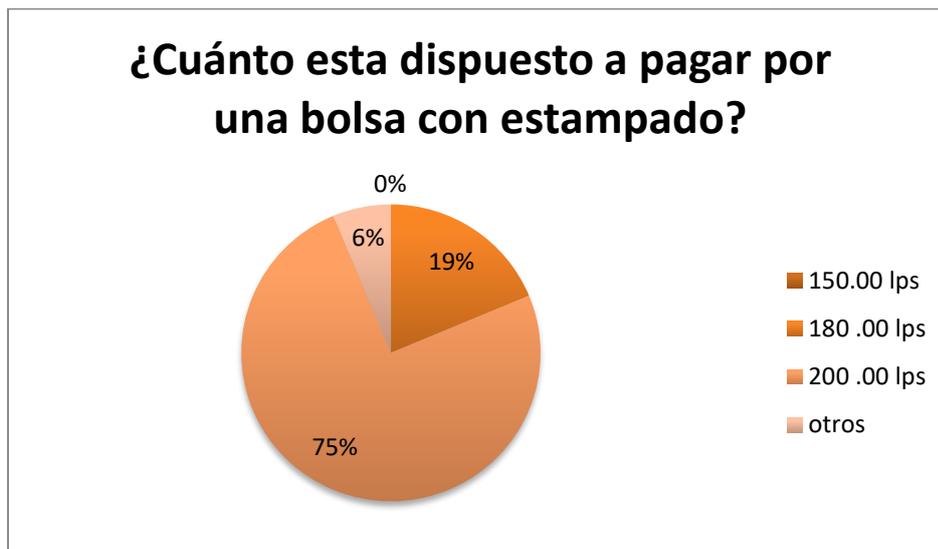
Un 47% de las personas encuestadas les gusta las camisas con mangas

Tabla 23 Encuesta 2.9



El 36 % de las personas encuestadas están dispuestas a pagar 220.00 Lps en las camisas con estampados

Tabla 24 Encuesta 2.10



El 75 de las personas encuestadas estas dispuesta a pagar 200.00 Lps por una bolsa

El resultados de las encuestas fueron muy favorables ya que se puede ver la aceptación que las personas tienen con el estilo minimalista, el tema safari y que usualmente compran camisas y bolsos con estampados.

Además se puede ver que un 69% de las personas si están dispuesto apoyar a una ONG a través de la compra de bolsos y las camisas.

#### **4.4 SOLUCIÓN**

Se realizaron diferentes investigaciones para conocer la aceptación del público hacia la serigrafía.

El público tuvo una buena aceptación con estilo minimalista y el tema de safari en las impresiones de las camisas usando la serigrafía como medio de impresión

El público está dispuesto a apoyar a una ONG con la compra de camisas y bolsas con estampando con el tema safari con un estilo minimalista. Un porcentaje de las ganancias ira destinado a una organización que apoye a la conservación de la fauna y a los animales que se encuentra en riesgo en Honduras.

#### **4.5 PRESUPUESTO DEL PROYECTO**

Teniendo en cuenta que la empresa empezaría con materiales accesibles y de bajo costo y que además las impresiones serigráficas se van a realizar de manera artesanal, el presupuesto inicial seria de 24,000 Lps de esto un 30% serán destinados a la compra de materiales como ser tinta plástisol, espátulas, emulsión, removedor de emulsión, y vidrio para realizar el revelad, un 50% serán destinado a la compra del sustrato que son las camisas y los bolsos y el 20% restante del presupuesto se destinaran a otros gastos que se presenten durante el proceso serigráfico.

### **5 CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIÓN**

Se identificó los materiales y áreas de trabajo a utilizados para componer los diseños en las impresiones serigráficas, además se seleccionaron los diferentes textiles que se utilizaran en el modelo de negocios, para brindar a los clientes comodidad, calidad y durabilidad. Se desarrollaron las estrategias creativas que se utilizaran en la línea serigráfica de diseño de camisetas y bolsos aplicando un estilo grafico minimalista y personalizado.

## 5.2 RECONMENDACIONES

Se recomienda al emprendimiento HANA que pueda implementar y mantener los lineamientos presentados en el manual de identidad corporativa para un correcto orden en el uso de los elementos.

Es realmente indispensable que el Emprendimiento serigráfico Hana implemente nuevos estilos, colores, texturas en las impresiones futuras.

Se recomienda a el emprendimiento serigráfico Hana que con el tiempo invierta en mejores equipos como ser una meza de luz y un pulpo serigráfico.

## BIBLIOGRAFIA

### 6 Bibliografía

Bravo, C. (2020). *EstudioKA*. Obtenido de <https://estudioka.es/que-es-un-mock-up/>

Briceño V., G. (29 de Abril de 2021). *euston96*. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de <https://www.euston96.com/serigrafia/>

Espinosa, R. (8 de Septiembre de 2016). *robertoespinosa*. Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de <https://robertoespinosa.es/2016/09/08/indicadores-de-gestion-que-es-kpi>

Ferreira, N. M. (27 de Enero de 2021). *oberlo*. Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>

fherju. (29 de Noviembre de 2010). Recuperado el 21 de Mayo de 2021, de <https://www.pymempresario.com/2010/11/abre-un-negocio-de-serigrafia-textil/>

HH, S. (12 de Marzo de 2021). *elinvernaderocreativo*. Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de <https://www.elinvernaderocreativo.com/que-es-la-serigrafia/>

Incae, M. (21 de Mayo de 2018). *incae*. Recuperado el 19 de Mayo de 2021, de <https://www.incae.edu/es/blog/2018/05/21/lean-canvas-un-lienzo-para-emprendedores.html#:~:text=El%20lean%20canvas%20es%20una,soluciones%20que%20usted%20est%C3%A1%20proponiendo.>

Izquierdo, t. (s.f.). Recuperado el 2021 de Mayo de 21, de <https://taniaizquierdo.com/diccionario-diseno-grafico/>

jpuigdellivol. (2015 de Enero de 2015). *Modelo de negocio Scope*. Recuperado el 01 de Junio de 2021, de <http://www.modelodenegocioscope.es/2015/01/15/origen-modelo-de-negocio/>

llasera, J. P. (13 de Octubre de 2020). *imborrable*. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de <https://imborrable.com/blog/rgb-y-cmyk/>

Lourdes. (24 de Abril de 2020). *asiescomo*. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de <https://asiescomo.com/arte-final-diseno-grafico/>

Lucialonso. (4 de Septiembre de 2020). *Domestika*. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de <https://www.domestika.org/es/blog/4777-que-son-las-tintas-planas-o-tintas-directas>

Marketan. (14 de Julio de 2015). *Laprestampa*. Recuperado el 01 de Junio de 2021, de <https://laprestampa.com/el-proceso-grafico/impresion/sistemas-de-impresion/impresion-permeografica/>

Moreno, I. (16 de Noviembre de 2019). *https://www.brightmarketing.mx/que-es-el-pantone-y-como-se-utiliza/*. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de

*https://www.brightmarketing.mx/que-es-el-pantone-y-como-se-utiliza/*

Murcia, J. (s.f.). *creativosonline*. Recuperado el 20 de Mayo de 2021, de

*https://www.creativosonline.org/conoce-el-proceso-de-la-serigrafia.html*

Valle, J. L. (15 de Julio de 2015). *jlondono65.blogspot*. Recuperado el 21 de Mayo de 2021,

de *http://jlondono65.blogspot.com/2015/07/glosario-de-terminos-serigraficos.html*

Westreicher, G. (23 de Febrero de 2020). *Economipedia*. Recuperado el Junio de 2021, de

*https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html*

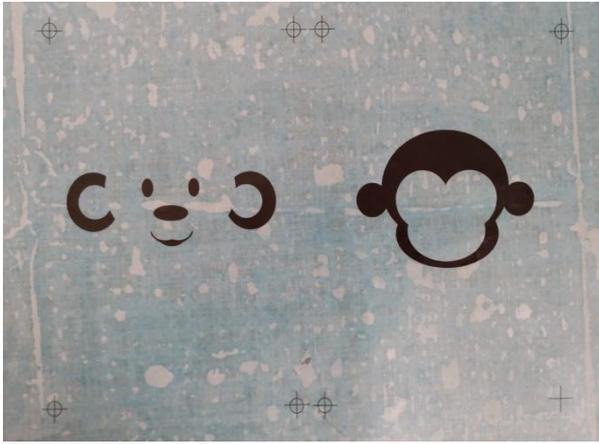
## ANEXOS



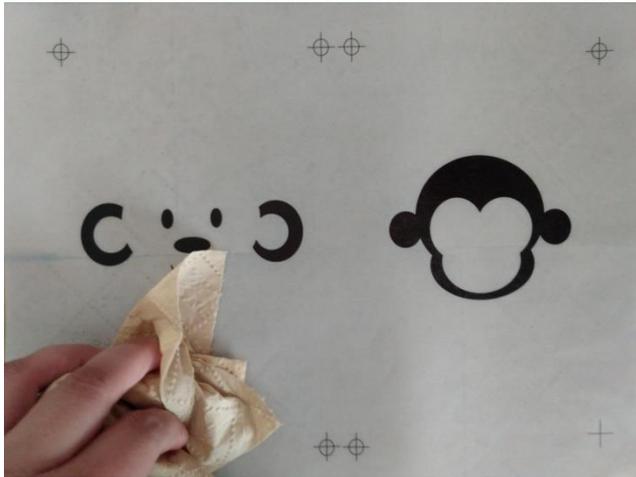
*Anexos 2 Emulsión*



*Anexos 1 Vidrio*



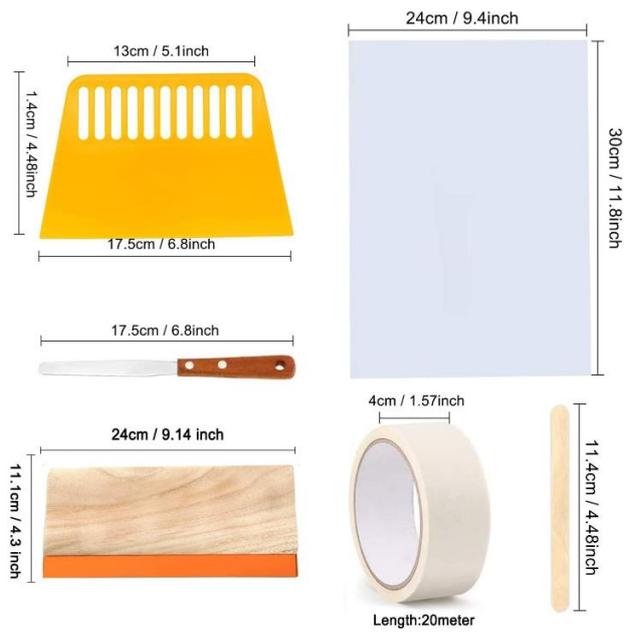
*Anexos 3 Proceso de engrasar la hoja*



*Anexos 4 Quitar exceso de grasa*



*Anexos 5 Exposición al sol*



*Anexos 6 Materiales con que cuenta HANA 1*



*Anexos 7 Materiales con que cuenta HANA 2*



*Anexos 8 Materiales con que cuenta HANA 3*



*Anexos 9 Materiales con que cuenta HANA 4*