

Mtra. María de Jesús Gómez Cruz
Directora de la División
Ciencias y Artes para el Diseño
UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

Impresora y Encuadernadora Progreso, S.A. de C.V.

Periodo: 17 de junio de 2013 al 17 de diciembre de 2013

Proyecto: **Programa Institucional de Apoyo Integral a las Áreas Administrativas,
Producción, Comercial, Recursos Humanos e Informática**

Delegación Iztapalapa, Ciudad de México

Nallely Alquicira García matrícula **209241702**
Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica
División de Ciencias y Artes para el Diseño

Tel. 5613 6027
Cel. 04455 1292 1177
correo electrónico: nalle.ag@gmail.com

Responsable del Proyecto: Lic. Gabriela Torres Risueño.
Jefa del Departamento de Recursos Humanos
Asesor interno: Mtro. Gerardo Kloss Fernández del Castillo

INTRODUCCIÓN

El servicio social es una práctica integral que realizamos los alumnos de acuerdo a nuestro perfil profesional, con el objeto de aportar los conocimientos adquiridos en actividades que benefician a la sociedad. Lo mejor de ello es que ésta práctica fortalece nuestra formación académica y capacitación profesional ya que nos proporciona experiencia y a la vez contribuimos en el desarrollo económico, político, social y cultural de nuestro país.

Su principal objetivo es vincular las acciones universitarias con los diferentes sectores de la sociedad, procurando el cumplimiento de sus objetivos académicos, sociales e institucionales.

Así, contribuir en el fortalecimiento de la formación académica de los alumnos, de sus valores éticos, profesionales y sociales y en la aplicación del conocimiento para la solución de problemas de nuestro país.

Como parte de de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica, he decidido realizar dicho servicio social en Impresora y Encuadernadora Progreso, S.A. de C.V. (IEPSA), una empresa de participación estatal mayoritaria adscrita al sector educativo de la Administración Pública Federal que cuenta con 70 años de experiencia en impresión y encuadernación de publicaciones de tipo cultural, educativo, técnico y comercial, así como la integración de paquetes educativos.

Los antecedentes de IEPSA se remontan 72 años atrás, cuando en 1941 se constituyó un pequeño taller denominado Encuadernación Progreso. En marzo de 1960 este negocio familiar se transformó en sociedad anónima. Posteriormente, en 1969, uno de los accionistas de Encuadernación Progreso, S.A. (EPSA), fundó la empresa Lito Ediciones Olimpia, S.A. (LEOSA), que brindaba los servicios de offset, de manera que ambas empresas se interrelacionaron y complementaban sus servicios de artes gráficas. En 1975 el Fondo de Cultura Económica, integrante de la Administración Pública Federal, adquirió el capital accionario tanto de EPSA como de LEOSA. Hacia 1988, la Secretaría de Educación Pública estimó conveniente proponer la fusión de ambas empresas, ya de participación estatal mayoritaria, dada la afinidad que guardaban sus actividades, a efecto de imprimir mayor energía a los programas de reestructuración y productividad de las entidades paraestatales de cara a la situación económica del país.

La denominación subsistente de la unión de ambas empresas fue Encuadernación Progreso, S.A., pero en 1992 ésta se transformó en la que actualmente ostenta para englobar la gama de servicios que ofrece. Cuya misión y visión son las siguientes:

Misión

"Somos una empresa dedicada a las artes gráficas en el ramo de impresión y encuadernación de publicaciones de tipo cultural, educativo, técnico y comercial, que fomenta la cultura y satisface las necesidades de sus clientes mediante el cumplimiento de un Sistema de Gestión de la Calidad".

Visión

"Buscamos ser una empresa modelo y competitiva en el ramo de las artes gráficas, que apoye la cultura y fomente una relación duradera con sus clientes, accionistas, trabajadores y proveedores".

OBJETIVO GENERAL Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO GENERAL

- Cumplir con las 480 horas de servicio social aplicando los conocimientos adquiridos en los diversos apoyos ofrecidos durante la carrera.

Así mismo obtener una retroalimentación que me ofrezca un panorama más amplio del campo laboral posible a desarrollar posteriormente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el proceso de Preprensa.
- Aprender sobre sustratos, métodos de impresión, acabados y tipos de encuadernación.
- Conocer los procesos de producción de los diversos materiales impresos.
- Reconocer los errores y omisiones que como diseñadores tenemos al momento de conceptualizar y/o diseñar algún producto gráfico.
- Conocer la manera de cotizar los servicios e impresos y los factores que se deben considerar.
- Explorar el campo laboral que tiene la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica dentro del área editorial.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Debido a que los tiempos de producción y entrega de los materiales son muy rápidos, no puedo enfocar tanto tiempo a alguno en particular, sin embargo, esto da la oportunidad de trabajar en varios proyectos al mismo tiempo.

Acudo con mi jefe inmediato, desempeñando las tareas asignadas y en caso de haber alguna duda se acude a la instancia correspondiente.

Me enfocaré en poder cumplir los objetivos propuestos ya que la experiencia que pueda adquirir es fundamental para darme una idea de la vida laborar y poder desarrollar habilidades que me permitan saber cual es mi perfil e interés profesional.

ACTIVIDADES REALIZADAS

El Programa institucional de Apoyo Integral a las Áreas Administrativas, Producción, Comercial, Recursos Humanos e Informática establece como actividades principales del proyecto:

- Revisión de archivos de PDF

- Desarrollo en implementación de estrategias y elementos publicitarios
- Diseño de medios impresos para difusión interna
- Apoyo administrativo

En la práctica las actividades realizadas fueron:

Envío de Brochures Institucionales a clientes potenciales

El brochure abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa. Un buen diseño de brochure es la mejor carta de presentación de su compañía y desempeña tres funciones: informativa, publicitaria e identificadora.

Se obtienen los datos de cierta dependencia y se hace la presentación y el envío del Brochure de servicios con el que la Imprenta cuenta, esto se hace de manera virtual, es decir, vía correo electrónico. Se da seguimiento vía telefónica y por correo electrónico para saber si el cliente está interesado en nuestros servicios.

En algunas ocasiones el cliente solicita una reunión para comentar más acerca de los servicios ofrecidos, así mismo se llevan ejemplares impresos para que se haga una idea de lo que puede hacer.

Trato y asesoría directo con el cliente

Ya que el cliente está interesado en contratar algún servicio, y por ser dependencias gubernamentales, existen 2 formas en las cuales nos requiere información:

- Nos envían su plan editorial anual o nos presentan los programas que deben promocionar en próximos meses, a su vez nos indican el presupuesto que tienen asignado en determinado periodo o para determinado programas.
- Nos solicita presupuesto de un producto o servicio a la vez.

En cualquiera de los casos es común que el cliente vea una publicación y diga “Yo quiero una igual de mi Dependencia” pero desconocen de tipos de papeles, gramajes, acabados y es ahí cuando entra la asesoría con respecto a los tipos de papel que hay en el mercado, cuales son más apropiados para lo que ellos requieren y por qué no incluso cuales son más baratos, por las características que se definen se les recomienda la encuadernación y se les explica si necesitan de algún acabado extra.

Algo muy frecuente es asesorar al cliente con las cantidades a solicitar y hacer hincapié en que existen 2 tipos de impresión: Digital y offset. Y que para el caso de offset que es el más común se cobra el papel, las placas utilizadas, la tinta, las entradas a máquina y otros factores lo cual equivale a que a mayor tiraje los precios unitarios son más bajos.

Desgraciadamente, el cliente o la persona encargada de hacer este tipo de compras en la mayoría de los casos tiene nulo conocimiento en las artes gráficas y no comprende los términos de diseño, papeles, impresión, acabados, encuadernación que necesitamos para poder cotizar y proveer el producto que él se comienza a imaginar.

Trato directo con maquiladores y proveedores

Existen diversos productos, servicios y acabados que no se realizan en la planta ya sea por la saturación de trabajo o por no contar con ese servicio, para ello se contrata maquiladores (empresas que imprimen o realizan algún proceso o acabado) y proveedores (empresas que nos venden algún producto terminado o servicio)

Para ambos casos se cuenta con una amplia cartera dependiendo de las necesidades del cliente; en el caso de los maquiladores el trato que se tiene con ellos es de asesoría acerca de los procesos que ellos realizan, se visitan sus instalaciones para conocer sus procesos y maquinarias y en pocas ocasiones se les visita para recoger material terminado y poder entregarlo al cliente de manera urgente (cuando hablamos de material pequeño o de mínimas cantidades).

En cuanto a los proveedores se les contacta mayormente vía correo electrónico para que nos actualicen los productos que tienen en stock, inclusive nos apoyan con material de muestra para llevarlo en las reuniones con los clientes.

De igual forma nos invitan a sus instalaciones para conocer como realizan sus productos, la maquinaria con la que cuentan.

El apoyo que brindan los proveedores es un poco mas amplio ya que involucra técnicas y materiales diversos como lo pueden ser:

- Digitalización de libros
- Artículos publicitarios
- Lonas y Mamparas
- Sellos
- Serigrafía
- Tampografía
- Elaboración y impresión en cajas de cartón
- Entre otros.

Al tener una variedad tan grande de productos en cada rubro, en muchas de las ocasiones los proveedores nos acompañan a las reuniones con los clientes, para que expliquen mejor sus productos y procesos. Esta información también es compartida con nosotros para que podamos explicar a los clientes inclusive sugerir productos, la técnica a usar y nuevos materiales disponibles.

Canalizar las solicitudes del cliente e ingresarlas al Departamento de Cotizaciones

Una vez que se tienen las especificaciones del cliente respecto a lo que quiere cotizar, se llena un formato llamado "Solicitud de Cotización" en la cual colocamos datos del cliente como la institución, nombre de a quien va dirigida la cotización, puesto o cargo que desempeña dicha persona. En dicho formato se van desglosando las especificaciones técnicas como son:

Interiores: Número de páginas, número de tintas, tipo de papel, gramaje del papel, encuadernación, acabados, etc.

Forros: Tipo y gramaje de papel, número de tintas, acabados.

Otros: Cantidad a cotizar, si lleva algún tiempo de entrega especial urgente, si incluye accesorios adicionales, alguna forma especial de empaque, etc.

Dentro de la “Solicitud de Cotización” podemos solicitar apoyo al departamento de Cotizaciones a ajustarnos a cierto presupuesto, o poder presentar varias opciones ya sea de papel, gramaje e incluso tiros a producir a fin de dar mayores opciones al cliente.

Envío de Cotizaciones al cliente con su respectivo seguimiento

Una vez que el departamento de Cotizaciones entrega la cotización solicitada nos encargamos de escanearla y enviarla vía correo electrónico y posteriormente de manera física, mediante la mensajería de la empresa.

A todos estas cotizaciones se les da el debido seguimiento, tanto para conocer los comentarios del cliente, saber si los precios le son competitivos y está interesado en contratarnos o si se debe hacer algún reajuste en alguna de las especificaciones técnicas cotizadas o brindar opciones mas acordes a lo que el cliente busca o al costo que está buscando.

Apoyo con documentación varia

Ya que la cotización es completamente satisfactoria para el cliente y éste decide contratar nuestros servicios, por procedimiento, el cliente debe enviar una “Carta de Aceptación” ya sea que utilice su propia mensajería o se deba enviar a la mensajería de la empresa por ella, una vez teniendo dicha carta se ingresa al departamento de Cotizaciones para que se comience la producción.

En el caso de que el cliente contrata una serie de trabajos, se requiere de un Contrato de trabajo, ya sea por un número de trabajos, un monto máximo o una fecha determinada. Para estos casos se requiere cierta documentación, el Visto Bueno de varias personas de ambas instituciones en todo este papeleo se brinda asesoría al cliente con la documentación necesaria, programar en la ruta de mensajería la recepción o entrega de documentos, dar seguimiento al papeleo faltante o a cualquier actividad que ayude a tener el contrato listo.

En sentido contrario, llegamos a participar en licitaciones para algunas dependencias, para lo cual se está al pendiente de las convocatorias existentes, se descargan los formatos y se comienza a recabar la documentación necesaria, se realizan las “Solicitudes de Cotización” pertinentes y se busca los Vistos Buenos que debe llevar la documentación, de igual manera se acude a las juntas informativas, se lleva de manera física toda la documentación a la dependencia y se acude a la reunión donde se abren las propuestas.

Trato con los Departamentos de Atención al cliente y Prerensa

El departamento de Atención a Clientes tiene ejecutivos designados para cada cliente, mi función consistía en avisar al ejecutivo involucrado cuando el cliente contrata algún producto o servicio, entregarle los archivos electrónicos que el cliente envía, dar el seguimiento de lo contratado por el cliente y apoyar al ejecutivo en el envío de los Vistos Buenos al cliente o lo que requiera para poder cumplir las expectativas del cliente.

El departamento de Prerensa es el encargado de revisar los archivos electrónicos, generar los Vistos Buenos para aprobación del cliente y una vez autorizado el material, realizar la imposición y el quemado de placas para la impresión. Por lo tanto mi función era solicitar junto con el ejecutivo de Atención a clientes la revisión de algún archivo o la impresión de algún Visto Bueno de manera urgente o con alguna especificación adicional por parte del cliente, y dar seguimiento para que el cliente libere el material lo antes posible.

Participar como apoyo en algunos recorridos por las instalaciones

Se llegó a participar en los recorridos guiados que se dan a diversas instituciones, entre ellas la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la UAM-X, se da apoyo debido a la cantidad de alumnos que llegan a asistir. Se acompaña al guía responsable mientras va dando la explicación del proceso de producción y se van visitando los departamentos y maquinarias involucradas. Durante el recorrido se van haciendo preguntas por parte del guía y demostraciones por parte de los maestros operadores, se apoya para mantener el orden y control del grupo visitante, de igual manera ir resolviendo algunas dudas.

Participar en los cursos y talleres como parte de la capacitación constante que otorga la empresa.

Dentro de la capacitación que ofrece la empresa hay cursos que ofrecen los mismos compañeros o supervisores de producción y hay cursos que determinada institución viene a dar a la empresa.

Los cursos en los que pude participar fueron:

- Del diseño al proceso de producción.
- Tipos de Sustratos
- Fundamentos de impresión para compradores de Impresos

OBJETIVOS Y METAS ALCANZADAS

- Cumplir con las 480 horas de servicio social aplicando los conocimientos adquiridos en los diversos apoyos ofrecidos durante la carrera. Y obtener una retroalimentación que me ofrezca un panorama mas amplio del campo laboral posible a desarrollar posteriormente.

El objetivo principal se cumplió ya que se prestaron efectivamente las 480 horas.

Los conocimientos adquiridos en la escuela han servido de base y se fueron desarrollando junto con las actividades encomendadas y la carga de trabajo.

De igual manera me he dado cuenta del amplio campo laboral que me ofrece la carrera

y en el aspecto del Diseño Editorial, la parte del proceso productivo y ver como lo que diseñas se convierte en algo tangible me llama mucho la atención ya que es la combinación de los aspectos teóricos aprendidos en la escuela con la parte práctica.

- Conocer el proceso de Preprensa

Desgraciadamente del proceso de Preprensa lo vi como un proceso más, donde únicamente de manera teórica se me explico como funciona. Si bien recurrí al departamento casi a diario la carga de trabajo de los compañeros no permitió que me pudieran explicar un poco más acerca de los programas que utilizan, o como la encuadernación, papel, maquinaria y otros factores afectan la manera de realizar la compaginación del producto en cuestión.

- Aprender sobre sustratos, métodos de impresión, acabados y tipos de encuadernación.

Puedo reconocer que en este punto si pude aprender mucho, gracias al apoyo de mis compañeros que me asesoraron tanto de manera individual como en los cursos que pude tomar.

He aprendido de manera tangible acerca de los papeles, tamaños de pliego que se manejan en el mercado, de la misma manera he aprendido de la ganancia de punto que tiene el papel, sobre todo he aprendido los nombres correctos de las cosas o procesos y así poder ser clara con los clientes al momento de ofrecer algún servicio o poder brindar alguna asesoría.

En cuanto a los acabados y tipos de encuadernación, he podido aprender la diferenciar los tipos de encuadernación, los costos-beneficios de cada uno. He tenido oportunidad de ver ya aplicados varios tipos de acabados y así poder tener la opción de aplicarlos a los diseños que yo misma desarrolle posteriormente y saber las implicaciones, costos, tiempos que conllevan y sobre todo saber como se hacen.

- Conocer los procesos de producción de los diversos materiales impresos.

La oportunidad de poder estar en una imprenta tan grande que además cuenta con su planta en el mismo lugar que sus oficinas, me permitió conocer a fondo el proceso de producción de diversos impresos, ya sean libros, folletos, carteles, etc.

Esto ayuda bastante ya que al conocer los procesos involucrados puedes dar información precisa al cliente de en qué estatus se encuentra su trabajo, de esa manera estas enterado de lo que haces y la gente que te pregunta sabe que tienes el conocimiento y eso les genera confianza.

Junto con las visitas guiadas a las que asistí como apoyo, aprendí mucho de los maestros operadores, ya que además platican sus experiencias, saben como sacarle el máximo provecho a las máquinas que manejan, tanto los maestros como los supervisores también nos explican y asesoran sobre nuevas maquinas que ahorran algunos procesos o simplemente producen de una manera más rápida.

- Reconocer los errores y omisiones que como diseñadores tenemos al momento de conceptualizar y/o diseñar algún producto gráfico.

Debo reconocer que si bien dentro de las aulas se nos da mucha información y los profesores comparten sus experiencias laborales, queda mucho por aprender de manera práctica y comprobar por nosotros mismos todo lo que aprendimos y descubrir cosas que ni siquiera sabíamos que hay que tomar en cuenta.

En este punto tuve un aprendizaje muy grande, ya que a pesar de no elaborar ningún trabajo de diseño como parte de mis actividades, pude comprobar la cantidad de errores que comentemos como diseñadores y pensar que los conceptos que hemos aprendido únicamente sirven para alardear y no para ser contemplados dentro de lo que hacemos y así optimizar nuestro trabajo y entregar al cliente un diseño de calidad que no tendrá ningún problema en su producción y por lo tanto no habrá sorpresas al entregarlo.

Es importante que el diseñador aprenda como el papel influye en la impresión, que sepa que las tintas se comportarán de manera diferente dependiendo del papel, que dependiendo del número de páginas se pueden optar por diversas encuadernaciones y sobre todo que los acabados generan un costo extra y que no necesariamente el libro con más acabados es el mejor.

Otro factor a considerar es que los diseñadores a lo largo de nuestra formación vamos desarrollando la capacidad de visualizar conceptos sin la necesidad de ver un producto físico y esto en ocasiones nos trae problemas a nosotros mismos ya que como nosotros mismos desconocemos del proceso productivo no podremos explicar como se hace o las herramientas de las cuales podemos disponer, y si a todo eso sumamos que el cliente necesita el ejemplo físico para poder visualizarlo generamos fallas en la comunicación ya que el diseñador piensa en un concepto y el cliente se imagina otra cosa muy diferente.

Esto es muy común y lo vi muchas veces, el diseñador quiere ser muy novedoso con su diseño, aplicar la mayor cantidad de acabados para que su diseño sea llamativo, es evidente que los costos se van por las nubes, sin embargo el cliente lo único que quiere es que su libro sea impreso, se vea bien el contenido y no le salga muy caro.

- Conocer la manera de cotizar los servicios e impresos y los factores que se deben considerar.

Si bien no es parte activa del diseño, el saber los factores que involucran una cotización de impresos son una gran herramienta para que al menos nos demos una idea del valor estimado del producto y no seamos víctimas de un sobreprecio por nuestro desconocimiento.

Dentro de la escuela aprendí de manera general, que hay que considerar el papel, las tintas, las placas utilizadas, la maquinaria involucrada, la merma y la utilidad de la imprenta. Aquí he comprendido de que manera afectan el precio y si bien los precios de los suministros varían de acuerdo al proveedor, la cantidad comprada, la marca, etc.

Uno como diseñador puede conocer la cantidad de papel que se utilizará para imprimir, junto con ello saber la merma considerada, el número de placas a utilizar e inclusive hacer un estimado del tiempo total de producción, a mi parecer, que tú como diseñador puedas tener una idea de estos conceptos lejos de perjudicar ayudan y brindan un “plus” en el servicio que ofreces a tu cliente y para el caso de que a ti como diseñador sea tu responsabilidad ir a la imprenta ya no te serán ajenos los conceptos.

- Explorar el campo laboral que tiene la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica dentro del área editorial.

El realizar mi servicio social dentro de una empresa grande, con una buena infraestructura y al estar en contacto con todo el material ahí producido me pude percatar de todo lo que como diseñadores podemos lograr. Por otro lado el poder estar en contacto con toda la gente que está involucrada en la realización de un libro y poder escuchar sus experiencias abre mucho mi panorama en cuanto al campo laboral disponible.

Mi interés profesional va hacia el Diseño Editorial, considero que ahora que tengo experiencia en cómo mi diseño se transforma en algo tangible puedo sentirme con mas confianza y seguir en el medio pero ahora dentro del área del diseño. Ahora puedo aplicar a mis diseños todo lo aprendido y lo que se debe tomar en cuenta para no tener retrasos en la imprenta y generar confianza ya que sé realizar mi trabajo y no dependo de la vigilancia constante de un superior.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

En un inicio sentí descontento ya que no estaría en el área que más me llamaba la atención, sin embargo a medida que fui teniendo relación con los clientes y sus peticiones me fue dando confianza, ya que al igual que yo desconocíamos muchos conceptos. A diferencia de los clientes yo siempre conté con compañeros que si bien al inicio señalaban mi falta de conocimientos, reconocieron mi interés y me explicaron los conceptos y más aún teníamos la oportunidad de poder ver ejemplos de lo que ellos me explicaban y aplicarlo de inmediato con los clientes.

Al ir adquiriendo conocimientos de los temas de impresión y producción, me fueron dando mas oportunidades y con ello mas actividades para realizar, y comencé a estar en contacto primero con algunos maquiladores y posteriormente con proveedores quienes me explicaron sus procesos, me enseñaban videos de como hacían determinado producto y por lo tanto se convirtieron en un apoyo constante para mi.

El poder establecer contacto con un cliente y dar seguimiento puntual desde conocer sus necesidades, pedir la cotización, enviarla al cliente, hacer ajustes en la misma, qué el cliente acepte un trabajo y ver como comienza a tomar forma es una experiencia muy aleccionadora ya que me permitió poner en práctica mis habilidades personales y profesionales y saber que soy buena en ello.

Agradezco la oportunidad que mi jefe inmediato me dio para poder tomar el control de algunos clientes y únicamente servirme de guía en algunos aspectos. Esto además de aumentar mi confianza me permitió comenzar a tener mis contactos profesionales, tanto con colegas Diseñadores, compañeros en otras instituciones y proveedores de varios rubros.

Puedo concluir que como experiencia académica el Servicio Social potenció los conocimientos que comencé a adquirir dentro de la escuela y con los proyectos realizados trimestre tras trimestre. En el plano personal logré descubrir habilidades que no sabía que poseía y a poner en práctica algunas otras, afortunadamente conté con gente que me ayudó a crecer en el aspecto técnico y profesional, con lo cual pude abarcar mas actividades en beneficio propio.

Si bien desde un inicio pude ver que mis profesores nos enseñaron algunas que en las demás instituciones no enseñan, pude corroborar que la experiencia brinda confianza y al día de hoy tengo la seguridad de conocer mejor mi profesión y poder desempeñarme laboralmente en cualquier institución con mayor conocimiento que el que tenía en un inicio.

RECOMENDACIONES

Hacia la institución donde presté el servicio social, ayudaría que se pusiera más atención al perfil profesional que tienen los prestadores de servicio y tomarlos en cuenta o conocer al menos sus afinidades antes de colocarlos en determinada área. Ya que los objetivos del programa son muy generales y depende en gran manera de la mentalidad del prestador del servicio irse inmiscuyendo en los temas que nos interesan o únicamente desempeñar las actividades que te encomiendan en el tiempo indicado.

Para la escuela, la opción que se nos brinda el último año de “especializarnos” en un área del Diseño, ya se ilustración, medios audiovisuales o editorial es muy acertada, sin embargo reconozco que a todos los alumnos independientemente del área que nos llame la atención, hay ciertos temas que deberíamos conocer todos al menos de nombre, como lo es el proceso de producción de un impreso o los criterios a considerar al momento del diseño para optimizar los tiempos productivos.

Una recomendación en general es para las instituciones o compradores de impresos, ya que como he mencionado es gente que se encarga de las compras en general y no tiene un conocimiento de las artes gráficas, de igual manera cuando el diseñador es quien compra tampoco conoce ciertos términos, ni procesos, únicamente se enfasca en que su diseño esta bien.

Debemos conocer lo que se puede hacer, debemos saber cómo se hace, quién lo puede hacer y qué tiempo lleva hacerlo, desgraciadamente las artes gráficas se prestan al “como te ven te tratan” y si demuestras que no sabes, de ahí se toman para poner pretextos, cobrar más o simplemente no hacer los trabajos en tiempo y forma como nosotros los requerimos trayendo consecuencias para nosotros mismos.

BIBLIOGRAFÍA

Kloss Fernández del Castillo, Gerardo. *Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial*. México, UAM, 1a Reimpresión 2009.

Zavala Ruiz, Roberto. *El libro y sus orillas*. FCE, 2012

Apuntes curso: Fundamentos de Impresión para Compradores de Impresos.
EPI Trining & Consulting, S.C.

http://www.azc.uam.mx/servicio_social/serviciosocial.php

<http://iepsa.gob.mx/portal/index.php/quienes-somos>

<http://cemsite.com.mx/progreso/sabias.html>

<http://espana.brochuredesignteam.com/Que-Es-Un-Brochure-0500.html>