

Juquilita
Lavanderia



Diseño de identidad gráfica

Índice

Brief.....	2
Bocetaje.....	3
Gama cromatica	4
Tipografía	6
Propuestas logotipiocas	7
Propuesta final	8
3 mockups.....	9
Fundamentción	10
Propuesta final	12
(A una tinta, color y negativo)	

Anexos

Moodboard	14
Proceso de bocetaje	15

El rediseño de la identidad visual de Lavandería Juquilita tiene como objetivo aumentar el reconocimiento de la marca y atraer a nuevos clientes, posicionándola como una opción confiable en un mercado competitivo.

La nueva imagen busca transmitir profesionalismo, calidez familiar y una sensación de limpieza, guiándose por conceptos clave como el agua, el sol y la frescura, que simbolizan el servicio ofrecido.

El agua se establece como elemento central por su importancia en el proceso de lavado, representando limpieza y pureza. El sol evoca el tradicional secado al aire libre, reflejando la calidez familiar y el legado de las madres que cuelgan la ropa al sol.

La identidad visual se inspira en la frescura del agua y la calidez del sol, utilizando una paleta cromática que incluye azul claro, azul profundo y crema.

El azul claro simboliza frescura y limpieza, evocando la transparencia del agua. El azul profundo sugiere estabilidad, profesionalismo y confianza, posicionando a la lavandería como una opción sólida en el mercado.

El color crema, asociado con el sol, aporta calidez y un sentido de hogar, equilibrando los tonos fríos del azul.

La tipografía Soulgate refleja el movimiento del agua, mientras que Roboto complementa el diseño con alta legibilidad y formalidad casual. Este enfoque genera una identidad moderna y accesible, conectando emocionalmente con su público objetivo, mayormente familias de la zona.



Bocetaje

El proceso de bocetaje comenzó con la realización de bocetos a mano. En esta fase inicial, se buscó una tipografía que reflejara el concepto clave del proyecto: el agua. Posteriormente, se desarrolló un isotipo que proporcionara una identidad visual más gráfica, integrando una representación pictórica que hiciera explícito el giro de la lavandería.

Una idea constante fue la fusión de una lavadora con la letra "J" y el concepto de agua; por ello, se tomó la letra "J" como base, dándole un estilo pictórico que simulara el agua en movimiento dentro de la lavadora. Se exploraron diversas variaciones y grosores de letra que transmitieran fluidez y dinamismo.

Con las ideas más definidas, algunos bocetos se llevaron al formato digital, donde se probaron diferentes grosores de línea y se experimentó con la disposición de los elementos.



#00A5D2 - Azul Claro (Bondi Blue):

Este tono de azul claro fue elegido por su capacidad de transmitir frescura y limpieza, dos conceptos fundamentales en el servicio de la lavandería. El color evoca la transparencia del agua, un elemento esencial en el proceso de lavado, y genera una sensación de calma y serenidad. Su brillantez también sugiere modernidad y cercanía, ayudando a conectar emocionalmente con el cliente, brindando confianza y seguridad en el cuidado de sus prendas.



C=97 M=6 Y=11 K=0
HEX 0 a4 d2
RGB 14 166 211
CMYK 97 6 11 0
LAB 60 -44 -40
GrayScale 34

Bondi Blue

#035A7D - Azul Profundo (Midnight Blue):

El azul profundo se asocia con la estabilidad, confianza y profesionalismo, valores que se buscan reflejar en la marca. Este tono más oscuro complementa el azul claro al sugerir solidez y seriedad, posicionando a la lavandería como una opción confiable en el mercado. Además, al evocar el agua en su estado más tranquilo y profundo, refuerza la idea de frescura y pureza que se espera del servicio de lavado.



C=100 M=59 Y=33 K=13
HEX 29 5b 7b
RGB 41 92 123
CMYK 100 59 33 13
LAB 35 -18 -28
GrayScale 81

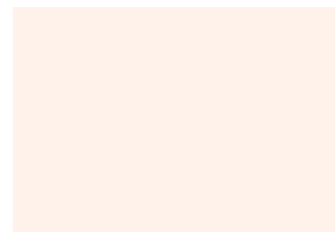
Midnight Blue

Gama cromática



#FEF1E6 - Crema (Beige Linen):

El tono crema aporta calidez y cercanía a la paleta de colores. Fue seleccionado por su capacidad para equilibrar los tonos fríos del azul, aportando una sensación de hogar y tradición. Este color hace referencia a la calidez del sol y las sensaciones acogedoras del proceso de secado de la ropa al aire libre. Representa la conexión emocional con las familias, evocando la nostalgia de las labores cotidianas en el hogar, como el secado de la ropa al sol.



C=0 M=5 Y=7 K=0
HEX fa f0 e6
RGB 251 242 234
CMYK 0 5 7 0
LAB 96 3 6
GrayScale 4

Beige Linen

Soulgate:

La tipografía Soulgate fue seleccionada por su fluidez y dinamismo, que evocan el movimiento del agua, uno de los conceptos principales de la identidad visual de Lavandería Juquilita. Sus trazos curvos y ligeros sugieren frescura y modernidad, al mismo tiempo que transmiten suavidad y armonía. Esta tipografía aporta un carácter único y distintivo al logotipo, reforzando la idea de renovación y limpieza que la lavandería quiere transmitir a sus clientes. Soulgate encaja perfectamente en una marca que busca ser cercana, confiable y moderna, haciendo que la experiencia visual sea tanto funcional como emocional.

Soulgate

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789% \$ & / () ¿ ? ! |

Roboto:

Roboto se eligió como tipografía secundaria por su versatilidad y legibilidad. Es una fuente que combina formas geométricas con un toque humano, lo que le otorga una formalidad casual que complementa a Soulgate. Esta tipografía refuerza el aspecto profesional de la marca, sin dejar de ser accesible y amigable. Roboto ayuda a crear una identidad visual coherente, equilibrando el dinamismo de Soulgate con un estilo más sobrio y moderno, alineado con la idea de que la lavandería es un negocio confiable y familiar.

Roboto

0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789% " \$ & / () ¿ ? ! |

Propuestas Logotípicas



Juquilita
Lavanderia



Imagotipo

Juquilita
Lavanderia

Logotipo



Isotipo

Mockups



Fundamentación

La identidad visual de Lavandería Juquilita ha sido conceptualizada a través de un proceso basado en la metodología Design Thinking, centrado en las necesidades del usuario y el posicionamiento de la marca. El rediseño tenía como objetivo principal mejorar el reconocimiento de la lavandería en un mercado competitivo, donde la identidad gráfica era casi inexistente.

Para ello, se realizaron entrevistas a clientes recurrentes y se discutieron las expectativas con la dueña del negocio, lo que permitió identificar conceptos fundamentales que debían estar presentes en el diseño: limpieza, hogar, calidez y familia.

Estos conceptos sirvieron como base para una lluvia de ideas, que luego se refinaron a través de un tablero de inspiración, dando lugar a los conceptos definitivos: agua, frescura y sol. El agua se eligió como elemento central por su importancia en el proceso de lavado y por simbolizar limpieza y pureza.

Este concepto se integra en el isotipo, representado de manera abstracta por un elemento azul claro que simula el movimiento del agua dentro de una lavadora en funcionamiento y que al mismo tiempo evoca la forma de una letra "J", inicial del nombre "Juquilita".

Este elemento se fusiona con los trazos que generan la imagen de una lavadora de forma abstracta, reforzando la identidad visual y su vínculo con el servicio ofrecido. El sol simboliza calidez y cercanía, dos valores esenciales para conectar emocionalmente con el público objetivo, compuesto principalmente por familias.

Se utilizó el color crema para evocar este concepto y equilibrar los tonos fríos del azul, aportando una sensación de frescura sin llegar a ser distante. La frescura está estrechamente vinculada con el agua y se refuerza a través del uso del color azul profundo, que transmite estabilidad, profesionalismo y una temperatura fresca.

En la fase de definición del problema, se identificaron varios desafíos, como la falta de reconocimiento de marca y la confusión de los clientes sobre los servicios, horarios y formas de contacto, especialmente para el servicio a domicilio.

Como solución, se propuso crear una identidad gráfica clara y coherente, aplicable en diferentes soportes, tales como letreros exteriores, tableros de servicios con precios y tarjetas de visita o imanes para refrigeradores.

Fundamentación

Durante la etapa de ideación y prototipado, se tomó la decisión de ir más allá de un logotipo tipográfico; se optó por un imagotipo que reflejara de manera explícita los servicios ofrecidos. Esta decisión se fundamentó en la visión a largo plazo de la dueña, quien planea expandir el negocio. De este modo, el imagotipo asegura que la marca sea reconocible y adaptable a distintos contextos, con la opción de separar el isotipo del logotipo si fuera necesario en el futuro.

El imagotipo tiene un nivel de abstracción alto, donde la forma de la lavadora es estilizada, mientras que el agua tiene una representación más directa, aunque todavía abstracta. Este equilibrio entre simbolismo y abstracción asegura que la marca sea visualmente atractiva y comprensible para el público.

En cuanto a los recursos necesarios para la implementación de esta identidad visual, se requieren letreros, software de diseño, impresión digital de tarjetas de presentación, pintura para el local y un estencil con el logotipo de la lavandería. Para la implementación del diseño, es necesaria la participación de proveedores de letreros, impresores y pintores.

El tiempo de desarrollo puede variar según los elementos que se necesiten crear, pero se estima que puede llevar de 3 a 6 semanas, contemplando los tiempos en que se puede laborar en la lavandería.

La distribución de los colores dentro del diseño de identidad visual es estratégica. Los tonos de azul claro y profundo se utilizan en el imagotipo, mientras que el color crema se emplea como fondo en aplicaciones como letreros, paredes y elementos publicitarios, creando un contraste armonioso que refuerza el equilibrio entre frescura y calidez.

En resumen, el proceso de diseño de la identidad visual de Lavandería Juquilita se basa en la empatía con el cliente, la definición clara de problemas y la creación de soluciones gráficas adaptadas a las necesidades del negocio. Con todo esto, el imagotipo y la paleta de colores refuerzan los conceptos de limpieza, calidez y frescura, conectando de manera efectiva con su público y asegurando el futuro crecimiento de la marca.

Propuesta final

Auna tinta, negativo y a color

Juquilita
Lavanderia



Imagotipo a color



Imagoripo a una tinta



Imagotipo en negativo

Anexos



Moodboard

IDEAS

Agua (Concreto)

Frescura (Abstracto)

Sol (Abstracto)

#FEF1E6

#035A7D

#00A5D2

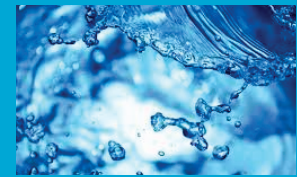
#FFFFFF

Tipografía:

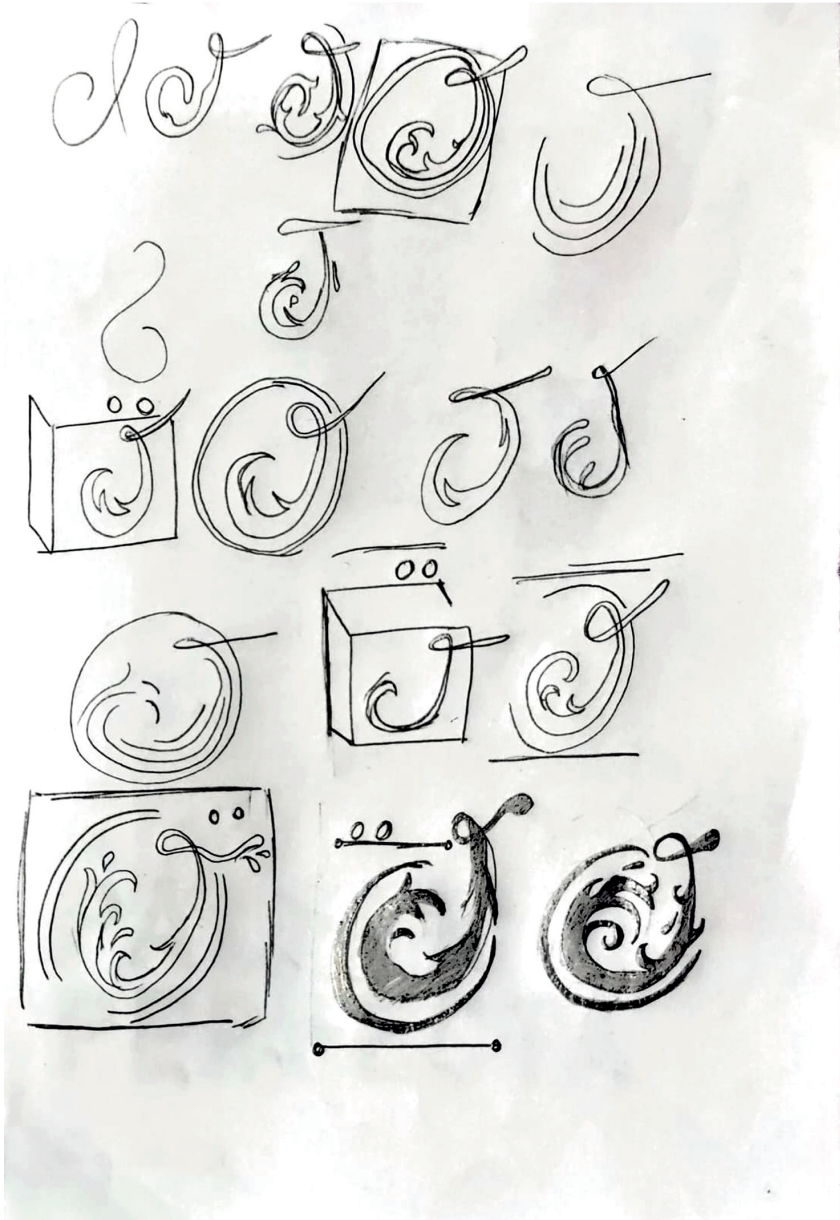
T1: Soulgate

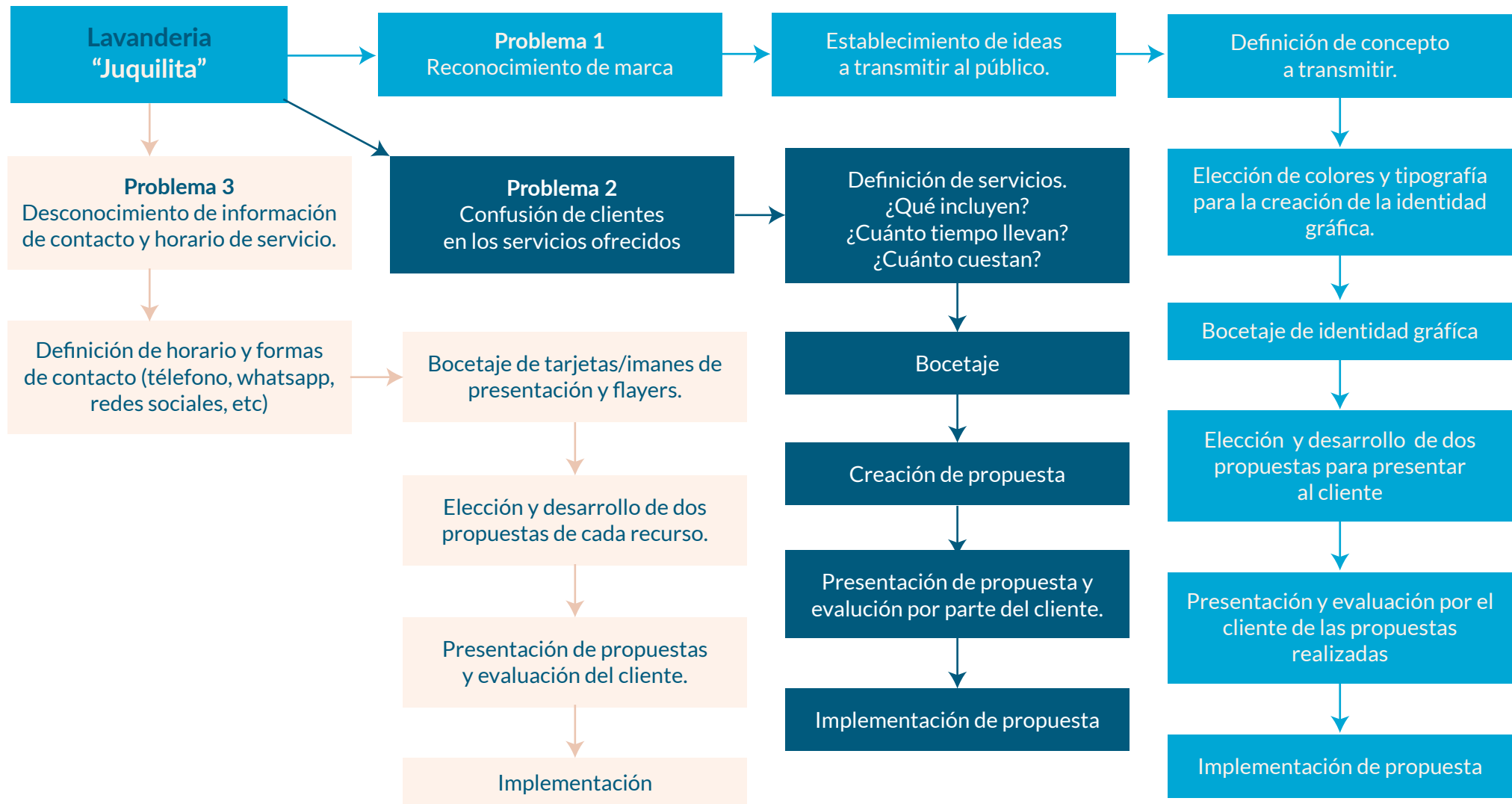
T2: Futura PT

Juquilita
Lavanderia



Proceso de bocetaje





LLUVIA DE IDEAS

A word cloud centered around the word 'Lavandería' (Laundry). The word 'Lavandería' is the largest and most prominent, written in black. Surrounding it are various related terms in different sizes and colors (blue and teal). The words include: 'Agua' (Water), 'Sol' (Sun), 'Jabón' (Soap), 'Secadora' (Dryer), 'Suavizante de ropa' (Fabric softener), 'Blancos' (Whites), 'Aroma' (Scent), 'Calidez' (Warmth), 'Azul' (Blue), 'Frescura' (Freshness), 'Espuma' (Foam), 'Lavadora' (Washing machine), 'Casa' (Home), 'Cloro' (Chlorine), 'Limpieza' (Cleaning), 'Familia' (Family), 'Hogar' (Home), 'Lavadero' (Washing area), 'Ropa de color' (Colored clothes), and 'Tiempo libre' (Free time).

Family

Quitamanchas

Suavizante de ropa

Tiempo libre

Secadora

Jabón

Aroma

Calidez

Azul

Frescura

Espuma

Lavadero

Ropa de color

Casa

Cloro

Lavadora

Limpieza

Agua

Sol

Blancos

Hogar

IDENTIGRAMA

NOMBRE

NOMBRE

POR NÚMERO DE PALABRAS:	Única	TIPO:	Descriptivo
	Múltiple		Simbólico
POR SU PRESENTACIÓN:	Sin contracción		Patronímico
	Con contracción		Toponímico
Supresión	Adjunción	RELACIÓN CON EL PRODUCTO:	Abstracto
	Siglas		Con relación
			Sin relación



LOGOTIPO

LOGOTIPO

TIPO DE FUENTE:	Fuente de catálogo	COMPOSICIÓN TPG	Fuerza de cuerpo
	Rediseño de fuente		Inconstante
Creación de fuente			Constante
			Interletrado
ESTILOS Y SUBESTILOS TPG	Serif		Inconstante
	Romana antigua		Constante
Romana de transición			Regular
	Egipcia cuadrada		Abierto
Egipcia redonda			Cerrado
	Sans serif		Interlineado
Lineal/geométrica			Inconstante
	Modulada/humanística		Constante
Escrituraria			Regular
	Caligráfica		Abierto
Quirográfica			Cerrado
	Fantasia		Línea de base
Incisa			Inconstante
	Combinada		Constante
VARIABLES VISUALES:			Horizontal
	Caja		Vertical
Alta			Diagonal
	Baja		Curva
Versalita			Combinada
	Combinada		Alineación
Peso			Izquierda
	Ultrablack		Derecha
Extrablack			Centrado
	Black		En bloque
Bold			Por signo tipográfico
	Semibold		Escalonada
Medium			Por línea base
	Light		Dentro de una forma
Extraligh			Rodeando una forma
	Combinado		Por fuste
Ancho			Sin relación aparente
	Extendida		Dirección
Wide			Constante
	Regular		Inconstante
Narrow		MODIFICACIONES:	Repetición
	Condensada		Movimiento
Combinado			Fragmentación
	Postura		Conexión
Itálica			Profundidad
	Redonda		Volumen
Contraítila			Sustitución
	Combinada		Perspectiva
			Proyección
			Adición
			Fusión
			Mutación
			Reflexión
			Sobreposición
			Extensión
			Contracción
			Distorsión

IMAGOTIPO

IMAGOTIPO

RELACIÓN CON EL PRODUCTO	Con relación	GRADO DE ICONICIDAD	+ figurativo	Grado de originalidad	+ original
	Sin relación		- figurativo		- original
RELACIÓN CON EL LOGOTIPO	Con relación		= equilibrio		= equilibrio
	Sin relación		- abstracto		- prototípico
			+ abstracto		+ prototípico
TRATAMIENTO PLÁSTICO	Características	MODIFICACIONES:	Repetición	FIGURAS RETÓRICAS:	Sinécdoques
	Plasta		Movimiento		Materiales
Degradado			Fragmentación		Generalizantes
	Textura		Conexión		Particulares
Modulación			Profundidad		Conceptuales
	Color		Volúmen		Generalizantes
Monocromático			Sustitución		Particulares
	Alta luminosidad		Perspectiva		Metonímicas
Mediana luminosidad			Proyección		Causa por efecto
	Baja luminosidad		Adición		Instrumento por usuario
Cromático			Fusión		Usuario por instrumento
	Alta luminosidad		Mutación		Contenido por continente
Mediana luminosidad			Reflexión		Continente por contenido
	Baja luminosidad		Sobreposición		Color por objeto
Matiz			Extensión		Textura por objeto
	Cálido		Contracción		Forma por objeto
Neutro			Distorsión		Metafóricas
	Frio				Antropomórficas
Saturación					Animales
	Muy saturados				Sinestéticas
Saturados					Concreto a lo abstrato
	Poco saturados				

FIGURAS RETÓRICAS:	Sinécdoques
	Materiales
Generalizantes	
	Particulares
Conceptuales	
	Generalizantes
Particulares	
	Metonímicas
Causa por efecto	
	Instrumento por usuario
Usuario por instrumento	
	Contenido por continente
Continente por contenido	
	Color por objeto
Textura por objeto	
	Forma por objeto
Metafóricas	
	Antropomórficas
Animales	
	Sinestéticas
Concreto a lo abstrato	

RELACIÓN ENTRE LOGOTIPO E IMAGOTIPO

RELACIÓN

RELACIÓN:	Dependiente
	Independiente
ALINEACIÓN:	Superior izquierda
	Superior centro
Superior derecha	
	Izquierda
Derecha	
	Centrado
Inferior izquierda	
	Inferior centro
Inferior derecha	
	Rodeando uno al otro
DISTANCIA:	Cerrada
	Abierta
Regular	
	Yuxtapuestos
Tocandose	

APOYOS GRÁFICOS

APOYOS GRÁFICOS

PLECAS	Franjas	ENVOLVENTE:	Color
	Bandas		Monocromático
RECUADROS	Brillos		Alta luminosidad
	Sombras		Mediana luminosidad
GRABADO/RELIEVE	Envoltentes		Baja luminosidad
	Plasta		Cromático
DEGRADADO			Alta luminosidad
	Textura		Mediana luminosidad
MODULACIÓN			Baja luminosidad
			MATIZ
ENVOLVENTE:	Características		Cálido
	Plasta		Neutro
DEGRADADO			Frio
	Textura		SATURACIÓN
MODULACIÓN			Muy saturados
			Saturados
			Poco saturados

Sobre el Cliente

Visión

Convertirse en la lavandería preferida del vecindario, reconocida por su atención confiable, calidad en el servicio y cercanía con la comunidad.

Misión

Proporcionar un servicio de lavandería eficiente y confiable que ofrezca a los clientes una experiencia práctica y agradable, optimizando su tiempo y cubriendo sus necesidades de limpieza con un enfoque profesional y familiar.

Público Objetivo

Lavandería Juquilita está dirigida a personas de 25 a 80 años, que incluyen amas de casa, trabajadores ocupados y adultos mayores que requieren apoyo en sus tareas de lavandería. Estos clientes valoran la eficiencia y la calidad del servicio, prefiriendo opciones que les faciliten la vida y les ahorren tiempo, además de ofrecerles confianza y cercanía en el trato.

Requerimientos

La dueña de Juquilita busca que la nueva imagen de su negocio proyecte limpieza, hogar, calidez y un ambiente familiar, de forma que los clientes actuales y potenciales sientan confianza y cercanía al visitar el lugar. Además, ha solicitado varios elementos específicos:

1. Un letrero exterior que sea fácil de leer.
2. Tarjetas y materiales promocionales con la identidad gráfica.
3. Un cartel de servicios y precios que sea claro y visible para los clientes.

Sobre el Cliente

Competencia, Amenazas y Entorno

Juquilita se encuentra ubicada en una colonia popular del estado de México en el municipio de Chimalhuacan, esta ubicada en una calle con poco trancito la mayor parte del tiempo a excepción de las horas de entrada y salida de las escuelas.

Existen cuatro negocios cercanos sobre la misma calle, los rubros son: una tienda de regalos, una tienda de abarrotes, una tortillería y una pequeña boutique.

Juquilita compite con otras lavanderías locales, las cuales tienen una identidad visual poco coherente que ofrecen servicios básicos de lavado y secado sin una propuesta diferenciada.

Algunas tintorerías cercanas también pueden representar competencia, ya que brindan servicios adicionales como planchado y tratamiento de prendas delicadas que requieren mayor cuidado.

Sin embargo, Lavandería Juquilita se destaca por sus precios y su velocidad de entrega, además no existe otra lavandería o tintorería en al menos 6 cuadras a la redonda.

La amenaza principal actualmente, radica en la falta de diferenciación visual que podría dificultar la atracción de nuevos clientes, especialmente si no se comunica adecuadamente el valor único de la lavandería Juquilita.

Desarrollo de la identidad visual

Insights Clave

Los valores clave de la nueva identidad de Juquilita son:

Agua

Este elemento simboliza la limpieza y es la base del servicio de lavandería. Es el concepto principal en el diseño.

Frescura

Representa la transparencia y claridad del servicio, algo que Juquilita quiere transmitir a los clientes.

Sol

Evoca la calidez y conexión familiar que la lavandería desea reflejar, resaltando un ambiente amigable y confiable.

Paleta de Colores

- Azul claro (#00A5D2): Representa la frescura y limpieza del agua.
- Azul profundo (#035A7D): Sugiere estabilidad y profesionalismo y refuerza la sensación de frescura
- Crema (#FEF1E6): Equilibra los tonos fríos y aporta una sensación acogedora y familiar.

IMPLEMENTACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL

La nueva identidad se aplicará en el letrero exterior, carteles de servicios, tarjetas de presentación y en la decoración del local.

MENSAJE CLAVE

“Juquilita: Servicio confiable, cercano y de calidad para tu hogar.”

Tiempos

Etapa	Duración Estimada	Objetivos	Acciones Clave
Investigación y Planificación	Semana 1	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar entrevistas con la dueña y clientes. - Identificar necesidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas y encuestas. - Definir misión, visión, valores y objetivos.
Diseño de la Identidad Visual	Semana 2 Y 3	<ul style="list-style-type: none"> - Crear el logotipo y el imagotipo. - Definir colores y tipografía 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño del logo. - Selección de colores y tipografía. - Bocetaje.
Evaluación de diseño	Semana 4	Elección y evaluación de diseño, retroalimentación de usuarios y compañeros de clase.	<ul style="list-style-type: none"> - Refinamiento de la identidad visual.
Rediseño del Espacio	Semana 5 - 8	<ul style="list-style-type: none"> - Rediseñar el espacio físico. - Cambiar colores y mejorar la funcionalidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pintura del local. - Colocación de letreros. - Optimización del flujo.
Implementación de Recursos	Semana 9 y 10	<ul style="list-style-type: none"> - Crear y distribuir material de apoyo. - Optimizar la gestión de tiempos y precios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Impresión de tarjetas y material promocional.
Apertura y Seguimiento	Semana 11 - 15	<ul style="list-style-type: none"> - Promover la nueva imagen. - Iniciar operaciones con la nueva imagen. - Monitorear la experiencia del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Campaña en redes sociales. - Ofertas promocionales. - Crear tarjeta de fidelidad. - Solicitar retroalimentación.
Evaluación y Ajustes Continuos	Mes 3	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar desempeño y realizar ajustes. - Establecer metas a largo plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo de ventas. - Realizar encuestas periódicas de satisfacción.

Buyer Persona



Ana Hernández

Propietaria de una verdulería

Edad

40 años

Ubicación

San agustin Atlapulco,
Chimalhuacan, Estado de
México, México.

Ingresos Familiares

+ de 1 salario mínimo

Nivel Educativo

Preparatoria

Situación sentimental

Casado (a)

MINI BIOGRAFÍA

Ana, de 40 años, es ama de casa, cuidadora de sus padres mayores y propietaria de una verdulería. Vive con su esposo, dos hijos adolescentes y sus padres (76 y 72 años). Su tiempo se divide entre su negocio, el cuidado de su familia y el hogar, lo que le deja poco espacio para otras tareas como la lavandería.

Valora servicios que le ahorren tiempo y ofrezcan confianza. Prefiere negocios locales con trato cercano y amable, y comparte recomendaciones con amigos y familiares. Para ella, un buen servicio de lavandería implica limpieza, puntualidad y calidad, y un ambiente acogedor que la haga sentir en casa.

Motivaciones

Optimizar su tiempo y sentirse segura de que su ropa será bien tratada y estará lista a tiempo.

Frustraciones

Le molesta cuando los precios o tiempos de entrega no son claros, o cuando la calidad del servicio no cumple con lo esperado.

Mapa de empatía

¿Qué piensa y siente?

Ana tiene muchas responsabilidades, así que busca servicios que le den tranquilidad y le ahorren tiempo.

¿Qué ve?

Observa varias lavanderías en la colonia, pero muchas no le inspiran confianza debido a la falta de profesionalismo en su imagen.



¿Qué escucha?

Las opiniones de sus vecinos y familiares le influyen para probar o evitar ciertos servicios.

¿Qué dice y hace?

Suele recomendar servicios confiables a sus amigos y familiares. Le gusta compartir sus experiencias positivas.

Dolores

Se frustra cuando las lavanderías no cumplen con sus expectativas de puntualidad y calidad, lo que le ocasiona más trabajo y dificultades en su día a día.

Ganancias

Se siente aliviada cuando puede confiar en un servicio que le facilita la vida y cuida bien de su ropa, dándole oportunidad de realizar otras tareas.

Customer Journey Map

Face	Acción del Cliente	Punto de Contacto	Emociones/ Necesidades	Oportunidades
Conciencia	Ana pasa frente a Juquilita y se siente atraída por el nuevo letrero y la imagen fresca de la lavandería.	Letrero exterior y fachada visual renovada.	Curiosidad, atracción visual. Necesita saber si el servicio es confiable.	Asegurarse de que la imagen visual sea atractiva y coherente.
Consideración	Entra a preguntar sobre los precios y servicios y se siente tranquila al ver que la información es clara y el trato es amable.	Personal, mostrador con precios visibles y claros.	Tranquilidad y confianza. Necesita claridad sobre tiempos y procesos del servicio.	Procurar que la información esté siempre visible.
Compra	Deja su ropa en Juquilita después de resolver todas sus dudas sobre tiempos y precios.	Mostrador, recibo con detalles de la ropa entregada y el importe total, así como importe a cuenta.	Confianza en el servicio, satisfecha con la atención. Necesita un proceso rápido y sin complicaciones.	Asegurarse de que el proceso de entrega sea rápido y eficiente.
Experiencia de uso	Al regresar, recibe su ropa limpia y bien cuidada, lo cual refuerza su confianza en la lavandería.	Mostrador, ropa doblada y empaquetada adecuadamente.	Satisfacción y confianza. Necesita ver un resultado de calidad y cumplimiento.	Cuidar que la ropa esté limpia, bien presentada y completa al entregarla al cliente.
Post-servicio	Recibe una tarjeta con los datos de contacto y horarios de Juquilita, lo cual le facilita recordar y recomendar el servicio.	Tarjeta con información de contacto y horarios.	Gratitud y satisfacción. Necesita tener acceso fácil a la información para futuros servicios.	Incluir beneficios o descuentos en la tarjeta para fidelizar al cliente.

The background is a solid blue color. In the top-left and bottom-right corners, there are decorative elements consisting of numerous thin, white, curved lines that sweep across the space, creating a sense of motion and depth.

MOCKUPS

Juquilita
Lavanderia

¿Estás listo para
olvidarte del lavado?
¡Llámanos! y lo
hacemos por ti!

1kg
de ropa
\$13

1
cobija
\$40

Horario de Atención
de Lunes a Sabado de
1:00 pm a 6:00pm

556-421-7902

Lavado de:

- Ropa de cama
(sábanas y fundas)
- Ropa delicada
- Toallas
- Ropa para bebé
- Cobijas
- Edredones

*Si prefiere un jabón o
suavizante de ropa
especifico, se cobrará un
monto extra



FLYER

1/4 de hoja carta
4 tintas
Impresión digital

Lista de precios



1Kg de Ropa\$13.00

Playeras, Pantalones, sabanas y fundas de cama, chamarras, toallas de baño, etc.

Ropa de bebe\$15.00

Lavado con detergente hipoalergenico

1 Cobija o Edredon\$40.00

Términos y condiciones de nuestro servicio de lavandería.



Lavandería Juquilita informa a sus clientes sobre los términos y condiciones de nuestro servicio de lavandería.

1. Después de 30 días hábiles a partir de la fecha de entrega acordada, la lavandería no se hace responsable por prendas no reclamadas.
2. No nos hacemos responsables por cualquier objeto olvidado en los bolsillos u otras partes de las prendas.
3. La lavandería no se hace responsable por daños causados por defectos preexistentes en las prendas, como rasgaduras, botones flojos, cierres dañados o decoloraciones.
4. Prendas delicadas, o con instrucciones de cuidado específicas deben ser informadas al momento de entrega. De lo contrario, no nos responsabilizamos por daños durante el proceso de lavado o secado.
5. En caso de pérdida comprobada por parte de la lavandería, la responsabilidad estará limitada al valor estimado de la prenda según las tarifas de ropa usada.
6. Cualquier reclamación relacionada con daños o pérdida deberá realizarse dentro de las 24 horas posteriores a la entrega, presentando esta nota de remisión.

CARTEL

Tamaño tabloide
4 tintas
Impresión digital

NOTA DE REMISIÓN

Juquilita
Lavanderia

Fecha de ingreso

Fecha de entrega

Cliente: _____

Domicilio: _____

Teléfono: _____

Cant.	Concepto	Precio	Importe



¡Escánceme!

Calle Tamaulipas Lt.1 Mz. 28,
Col. San Agustín Atlapulco,
Chimalhuacán, Edo. de Méx
Whats app: 556-421-7902

A

esta

NOTA DE REMISIÓN

1/4 de hoja cata
1 tinta
Impresión digital



TARJETAS DE PRESENTACIÓN

8.9cm x 5.1cm
4 tinta
Impresión digital

Lista de precios



1Kg de Ropa \$13.00

Playeras, Pantalones, sabanas y fundas de cama, chamarras, toallas de baño, etc.

Ropa de bebe \$15.00

Lavado con detergente hipoalergenico

1 Cobija o Edredon \$40.00

Términos y condiciones de nuestro servicio de lavandería.

Lavandería Juquilita informa a sus clientes sobre los términos y condiciones de nuestro servicio de lavandería.



1. Después de 30 días hábiles a partir de la fecha de entrega acordada, la lavandería no se hace responsable por prendas no reclamadas.
2. No nos hacemos responsables por cualquier objeto olvidado en los bolsillos u otras partes de las prendas.
3. La lavandería no se hace responsable por daños causados por defectos preexistentes en las prendas, como rasgaduras, botones flojos, cierres dañados o decoloraciones.
4. Prendas delicadas, o con instrucciones de cuidado específicas deben ser informadas al momento de entrega. De lo contrario, no nos responsabilizamos por daños durante el proceso de lavado o secado.
5. En caso de pérdida comprobada por parte de la lavandería, la responsabilidad estará limitada al valor estimado de la prenda según las tarifas de ropa usada.
6. Cualquier reclamación relacionada con daños o pérdida deberá realizarse dentro de las 24 horas posteriores a la entrega, presentando esta nota de remisión.

NOTA DE REMISIÓN

Juquilita
Lavanderia

Fecha de ingreso

Fecha de entrega

Cliente: _____

Domicilio: _____

Teléfono: _____

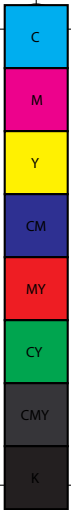
Cant.	Concepto	Precio	Importe



Escaneame!

Calle Tamaulipas Lt.1 Mz. 28,
Col. San Agustín Atlapulco,
Chimalhuacán, Edo. de Méx
Whats app: 556-421-7902

Total
Anticipo
Resta

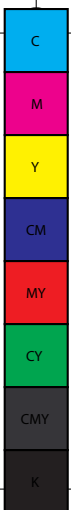
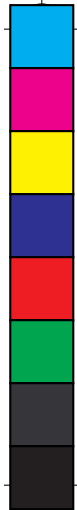


Juquilita
Lavanderia



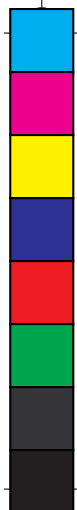
556-421-7902

Calle Tamaulipas Lt.1 Mz. 28,
Col. San Agustín Atlapulco,
Chimalhuacán



Juquilita
Lavanderia

Lunes a Sabado de 1:00 pm a 6:00pm



Juquilita
Lavanderia



¿Estás listo para
olvidarte del lavado?
¡Llámanos! y lo
hacemos por ti!

1kg
de ropa

\$13

1
cobija

\$40

Horario de Atención
de Lunes a Sabado de
1:00 pm a 6:00pm



556-421-7902

Lavado de:

- Ropa de cama (sábanas y fundas)
- Ropa delicada
- Toallas
- Ropa para bebé
- Cobijas
- Edredones

***Si prefiere un jabón o suavizante de ropa específico, se cobrará un monto extra**

