



Contact Methods  
Mob: (86)18668768846  
Tel: (86) 577 68668118  
Wechat: zigpac123  
Skype: bruce.chan1999  
E-mail: bruce@zigpac.com  
Whatsapp: +86-18668768846  
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info  
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited  
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin  
Commercial and Residential Building, Longgang  
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



# YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES

---



---

## Ideas para la cubierta de un diario personal en regalos corporativos: qué poner en la parte frontal y qué dejar fuera

---

### Details

**Respuesta rápida:** Una buena cubierta de diario personal para un regalo corporativo combina un elemento que pertenece a quien lo recibe, como un nombre o unas iniciales, con otro que identifica la marca o la ocasión, como un logotipo pequeño, un motivo del evento o una cita breve. Además, emplea solo el detalle que el material de la cubierta puede reproducir: trazos de un solo tono para la madera grabada, marcas tonales sutiles para las cubiertas en bajorrelieve de estilo piel y color completo únicamente en papel o tela impresos.

Los diarios son de los pocos regalos corporativos que la gente sigue usando. En el estudio de ASI de 2026 con consumidores de EE. UU., 75 % de quienes recibieron un [cuaderno promocional lo usaba al menos una vez por semana](#)<sup>[1]</sup>. 61 % lo conservó al menos un año, y ASI calcula unas 500 impresiones a lo largo de la vida de un cuaderno. Quien lo reciba verá lo que figure en la cubierta del diario personal cientos de veces, por lo que esta merece el mismo cuidado que el presupuesto del regalo.

Los diseños de cubierta suelen fallar de tres maneras. La primera es un logotipo ampliado por todo el frente, que hace que un regalo pensado con cariño parezca un obsequio promocional de congreso que acaba en un cajón. La segunda es una cubierta demasiado bonita para usarla. Un reseñista de papelería observó que un [cuaderno de bolsillo con chapa de madera se parecía tanto a la madera de verdad](#)<sup>[2]</sup> que muchos dueños lo dejaban sobre el escritorio en lugar de llevarlo encima. La tercera es un diseño gráfico que ignora el material. Una foto de estilo familiar grabada en madera oscura, o un logotipo de 5 colores enviado a un proceso de grabado de un solo tono, llega borroso o incompleto, y el grabado no se puede deshacer.

Esta guía ofrece a los compradores corporativos un marco práctico. Abarca las 3 capas de una cubierta, los cinco tipos de contenido que se pueden colocar en ella, cómo encaja cada uno con distintos materiales de cubierta y ocasiones de regalo, y las expresiones que nunca deberían aparecer en una cubierta. Trata de decisiones de diseño, no de especificaciones de producción.

### Contenido

- [¿Qué diferencia a la cubierta de un diario personal de un cuaderno de marca?](#)
- [Cómo diseñar la cubierta de un diario personal en seis decisiones](#)
- [Cómo combinar ideas de cubierta con materiales y ocasiones](#)
- [Preguntas frecuentes](#)
- [Puntos clave](#)
- [Convertir las ideas de cubierta en un regalo que se conserva](#)
- [Fuentes](#)

## ¿Qué diferencia a la cubierta de un diario personal de un cuaderno de marca?

Un cuaderno de marca se construye en torno a quien regala: el logotipo es el mensaje y todas las unidades son idénticas. La cubierta de un diario personal se construye en torno a quien recibe. Al

menos uno de sus elementos es específico de esa persona o de un momento que compartió con su organización. Esta distinción importa más que nunca en la compra de artículos promocionales. Una investigación de PPAI concluyó que [la personalización y los productos ecológicos dominarán las nuevas ofertas promocionales<sup>\[3\]</sup>](#), y alrededor de dos tercios de los principales distribuidores y proveedores señalaron un interés creciente de los compradores por los productos ecológicos.

Conviene pensar que toda cubierta tiene 3 capas.

- **Capa de identidad:** el nombre del destinatario, sus iniciales, su monograma o un rol que se ha ganado.
- **Capa de contexto:** la razón del regalo, como un motivo del evento, un hito, un emblema de equipo, un valor o una cita breve.
- **Capa de marca:** su logotipo o marca gráfica.

La regla práctica es elegir 2 capas y dejar que una lidere. Nombre más logotipo pequeño va bien en los regalos de agradecimiento a clientes. Motivo del evento más logotipo pequeño va bien para los asistentes a un congreso. Nombre más hito va bien para jubilaciones y aniversarios. Usar las tres con el mismo tamaño produce una cubierta recargada en la que nada se lee primero. Los cuadernos personalizados que transmiten sensación de gama alta casi siempre dejan mucho espacio vacío alrededor de un punto focal claro.



## Cómo diseñar la cubierta de un diario personal en seis decisiones

### 1. Empiece por la ocasión, no por el diseño gráfico

Primero decida qué debería recordar el destinatario cuando coja el diario un año después. Un diario de bienvenida debe hacer que el nuevo empleado sienta que pertenece, así que un emblema de equipo o un valor de la empresa funciona mejor que el logotipo corporativo. Un regalo para un cliente debe hacerle sentir reconocido, así que su nombre va en primer lugar y su marca pasa a segundo

plano. Un regalo de jubilación o de antigüedad conmemora a una persona, por lo que puede llevar fechas y logros que quedarían raros en un regalo cotidiano. Poner esta intención por escrito en una sola frase resuelve la mayoría de las discusiones posteriores sobre el tamaño del logotipo.

## 2. Elija el elemento protagonista

Cada uno de los cinco elementos habituales de la cubierta tiene una fortaleza típica y una trampa típica.

**Nombres e iniciales del destinatario.** Un nombre es la forma más rápida de convertir un regalo de serie en un diario hecho a medida para una sola persona. Use el nombre por el que la gente realmente se conoce, tomado de una lista revisada y no escrito de memoria, y señale acentos, guiones y caracteres no latinos antes de preparar el diseño. Evite los cargos en regalos pensados para durar, porque los cargos cambian y el grabado no. Las iniciales o un monograma de dos letras resultan más discretos que un nombre completo y van bien con destinatarios de alto nivel y con clientes. Cuando cada unidad lleva un nombre distinto, cada cubierta se convierte en un elemento de aprobación independiente, así que incluya esa revisión en su calendario.

**Logotipos.** Proporcione una versión del logotipo en un solo color, porque la mayoría de los procesos de cubierta reproducen un único tono. Manténgalo en un lugar secundario en los regalos para particulares: esquina inferior, contracubierta o lomo. Elimine los lemas y las marcas legales pequeñas, ya que el texto pequeño se rellena o desaparece en materiales con textura. Una versión del logotipo con solo el símbolo suele verse mejor que el logotipo tipográfico completo.

**Temas del evento.** Construya el motivo a partir de algo que los asistentes vivieron, como el perfil urbano de una ciudad, el trazo de un río, la silueta de una montaña o un patrón inspirado en la arquitectura del recinto. Los diarios de un evento duran más que el propio evento, así que mantenga el año pequeño o póngalo en la parte trasera. De ese modo la cubierta sigue siendo un recuerdo y no una acreditación caducada.

**Citas y valores de la empresa.** Lo que mejor funciona es una línea breve: una palabra que exprese un valor o una frase de pocas palabras. Las letras de canciones, los libros recientes y las películas suelen estar protegidos por derechos de autor y pueden requerir permiso. Los valores redactados por la propia empresa o las fuentes de dominio público son más seguros. Si la cita es larga, pásela a la tapa interior y deje el frente sobrio.

**Diseño gráfico e ilustración.** Los dibujos lineales, los dibujos botánicos y los patrones geométricos se reproducen con nitidez en la mayoría de los materiales. Si encarga el trabajo a un ilustrador, asegure por escrito los derechos para el uso previsto, incluidos los nuevos pedidos. Sea prudente con las imágenes generadas por IA en regalos para clientes. A algunos destinatarios les molestan, y la situación de los derechos es menos clara que en el trabajo encargado. Las fotografías necesitan tonos continuos, así que resérvelas para las cubiertas impresas.

## 3. Adapte el elemento al material de la cubierta

La madera y el contrachapado grabados con láser producen un único tono quemado cuyo contraste depende de la madera. Las caras claras, como el abedul o el arce, muestran líneas oscuras nítidas, mientras que las maderas más oscuras, como el nogal, dan una marca sutil y de bajo contraste. La veta también varía de una cubierta a otra, así que presente esa variación a los destinatarios como carácter, no como defecto. Las cubiertas en bajorrelieve de estilo piel dan una marca tonal hundida que resulta de gama alta pero oculta las líneas finas. Las cubiertas de papel, tela o tejido impresos son la única vía para logotipos y fotografías a todo color. El corcho premia las formas llamativas y

sencillas y pierde el detalle fino. Si se decide por la madera, nuestra página sobre [cuadernos de madera personalizados con cubiertas de contrachapado grabadas con láser](#) aborda la construcción, los tamaños, las opciones de superficie y la preparación de archivos de grabado, por lo que esta guía no los repite.



#### 4. Defina la jerarquía y la ubicación

Trate el frente, el lomo, la parte trasera y la tapa interior como cuatro espacios distintos. El frente lleva solo el elemento protagonista. El lomo sirve para un logotipo pequeño o una sola inicial que se ve cuando el diario está de pie en una estantería. La parte trasera admite la marca gráfica, la fecha de un evento o el nombre discreto de un programa. La tapa interior es el lugar adecuado para un

mensaje personal de un responsable, una cita más larga o una dedicatoria. Sacar los elementos de apoyo del frente es la forma más rápida de que una cubierta parezca intencionada y no recargada.



## 5. Deje fuera de la cubierta las afirmaciones ecológicas sin verificar

La sostenibilidad es una buena razón para elegir materiales naturales. Los productos sostenibles supusieron el 13,77 % de [las ventas de productos promocionales en EE. UU. en 2024<sup>\[4\]</sup>](#), con una subida de alrededor de 20 % respecto al año anterior. Esa popularidad tienta a los equipos a grabar en la cubierta lemas como «ecológico». Las Green Guides de la FTC aconsejan a los anunciantes [no hacer afirmaciones generales y sin matizar como «verde» o «ecológico»<sup>\[5\]</sup>](#). Una afirmación sin matizar de «reciclable» exige acceso al reciclaje para una mayoría sustancial, 60 %, de los consumidores o comunidades. Las Green Guides también advierten de que la afirmación sin matizar [«fabricado con materiales renovables»<sup>\[6\]</sup>](#) puede sugerir contenido reciclado, reciclabilidad y biodegradabilidad, y usan el bambú como ejemplo.

La misma cautela se aplica a las marcas de certificación. Las etiquetas FSC dependen de una cadena de custodia certificada sin interrupciones, y la [norma de cadena de custodia está en revisión<sup>\[7\]</sup>](#), aunque las normas actuales siguen en vigor mientras se analizan los comentarios. En 2026, FSC y ASI pusieron en marcha una verificación de transacciones tras detectar [promoción de FSC sin licencia y afirmaciones engañosas de «100 % bambú»<sup>\[8\]</sup>](#). Esos hallazgos se referían a papel doméstico, pero la lección es aplicable aquí. Una cubierta es permanente y pública, así que no incluya afirmaciones ni logotipos en ella a menos que los documentos de su proveedor respalden la redacción exacta. La documentación en sí se trata en la página del producto.

## 6. Diseñe pensando en cómo envejecerá y se usará el diario

Una cubierta grabada o en bajorrelieve dura tanto como el diario, así que evite contenidos que envejezcan mal, como lemas de campaña, nombres provisionales de equipos o los objetivos de este trimestre. Los materiales naturales también reaccionan a su entorno. Oregon State University Extension señala que la madera destinada a [interiores calefactados suele secarse hasta aproximadamente un 7 % de contenido de humedad<sup>\[9\]</sup>](#). Esa es una de las razones por las que una

cubierta de madera regalada en una oficina seca en invierno puede comportarse de forma distinta a otra almacenada en un almacén húmedo. Por último, anime a las personas a escribir en el diario. Una breve nota en la tapa interior invitando a usarlo ayuda a contrarrestar el efecto de «es demasiado bonito para escribir en él». También ayuda ajustar el papel a la forma en que se va a escribir. Una reseña independiente de un diario con cubierta de madera encontró [que el papel no se transparentaba con bolígrafos de uso diario, pero se ondulaba con medios húmedos](#)<sup>[10]</sup>.

## Cómo combinar ideas de cubierta con materiales y ocasiones

La primera tabla muestra cómo se comporta cada elemento de la cubierta en los cuatro materiales de cubierta más habituales. La segunda asocia ocasiones corporativas típicas con una combinación de cubierta.

| Elemento de la cubierta           | Madera o contrachapado grabados con láser       | Bajorrelieve de estilo piel             | Papel o tela impresos                        | Corcho                                 |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------|
| Nombre o iniciales                | Excelente; nítido en caras claras               | Excelente; discreto, tonal              | Bueno; el color puede coincidir con la marca | Bueno con tipografía gruesa y sencilla |
| Logotipo de un solo color         | Excelente como símbolo                          | Bueno; los trazos finos pueden cerrarse | Excelente                                    | Aceptable; se pierde el detalle fino   |
| Logotipo a todo color             | Malo; los colores se convierten en un solo tono | Malo                                    | Excelente                                    | Malo                                   |
| Motivo del evento o dibujo lineal | Excelente; la veta aporta profundidad           | Aceptable; simplifique el dibujo        | Excelente                                    | Aceptable; use formas de contorno      |
| Cita breve o valor                | Bueno si es breve                               | Bueno                                   | Bueno                                        | Aceptable                              |
| Fotografía                        | Malo en maderas oscuras; arriesgado en general  | No apto                                 | Excelente                                    | No apto                                |

| Ocasión                                            | Elemento protagonista                   | Elemento de apoyo                      | Cubierta más adecuada                   | Evitar                                     |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------|
| Agradecimiento a clientes                          | Nombre o iniciales del cliente          | Logotipo pequeño en la parte trasera   | Madera grabada o en bajorrelieve        | Logotipo grande en el frente               |
| Bienvenida a nuevos empleados                      | Emblema de equipo o valor de la empresa | Nombre de pila en la tapa interior     | Madera grabada o tela impresa           | Cargos                                     |
| Congreso o jornada fuera de la oficina             | Motivo inspirado en el lugar            | Año pequeño en la parte trasera        | Madera grabada o impresa                | Agenda completa o listas de patrocinadores |
| Jubilación o antigüedad                            | Nombre con hito                         | Mensaje del responsable en el interior | Madera grabada                          | Ilustraciones genéricas de archivo         |
| Regalo para directivos o consejo de administración | Iniciales o monograma                   | Logotipo en el lomo                    | Bajorrelieve o grabado en madera oscura | Colores vivos, lemas                       |
| Reconocimiento a empleados                         | Nombre con tema del premio              | Palabra que exprese un valor           | Madera grabada o impresa                | Frases de elogio vagas                     |



## Preguntas frecuentes

**Pregunta frecuente: ¿Debe ir el logotipo de la empresa en el frente de la cubierta de un diario personal?**

En regalos dirigidos a personas concretas, normalmente no a tamaño completo. Ponga en el frente el nombre del destinatario o el motivo de la ocasión, y coloque un logotipo de un solo color en la parte trasera, el lomo o una esquina inferior. Los diarios de eventos para grupos grandes son la excepción, porque un frente centrado en el tema con un logotipo pequeño sigue percibiéndose como un recuerdo.

**Pregunta frecuente: ¿Puede cada diario de un mismo pedido llevar un nombre distinto?**

Los nombres variables son habituales en los cuadernos personalizados, pero cada uno debe someterse a su propia prueba. Envíe una hoja de cálculo verificada con los nombres preferidos, compruebe los caracteres especiales con antelación y pregunte a su proveedor cómo gestiona las listas de nombres y las aprobaciones. Nuestro equipo puede confirmar las opciones cuando solicite un presupuesto.

**Pregunta frecuente: ¿Funcionará un logotipo a todo color en una cubierta de madera?**

No mediante grabado láser, que produce un único tono quemado. Pida a su diseñador una versión del logotipo en 1 color o de contorno. Si los colores de la marca son esenciales, elija una cubierta de papel o tela impresos, o traslade el logotipo en color a un inserto o al embalaje.

**Pregunta frecuente: ¿Podemos imprimir «ecológico» o un logotipo FSC en la cubierta?**

Evite los lemas medioambientales sin matizar. La orientación de la FTC los considera difíciles de justificar. Use una marca de certificación solo cuando la cadena de custodia certificada de su proveedor cubra exactamente ese producto y esa afirmación. Las descripciones sencillas del material, colocadas en el interior de la cubierta o en el embalaje, son más seguras que los lemas en el frente.

## **Pregunta frecuente: ¿Los diarios para programas escolares o juveniles requieren algo más?**

Sí. Si un diario está diseñado o pensado principalmente para niños de 12 o menos, la normativa de EE. UU. limita las piezas accesibles a [100 ppm de plomo total<sup>\[11\]</sup>](#). La madera y el papel sin tratar están exentos de las pruebas de plomo de terceros, pero no del propio límite, y los recubrimientos o las tintas requieren una revisión aparte. Informe a su proveedor del público destinatario antes de finalizar el diseño.

## **Pregunta frecuente: ¿Es buena idea una foto en la cubierta de un regalo corporativo?**

Solo en cubiertas impresas, y solo si cuenta con el permiso de todas las personas que aparecen en la imagen. El grabado reduce las fotos a un solo tono, y con frecuencia se pierde el detalle en madera oscura o de veta marcada. En las cubiertas grabadas, convierta la idea en un dibujo lineal, como el contorno de un edificio o una ilustración simplificada del equipo.

## **Puntos clave**

- **Los cuadernos se usan, así que la cubierta se ve a menudo.** — 75 % de los destinatarios usaron un cuaderno promocional al menos una vez por semana ([Fuente](#))
- **El contenido de la cubierta debe seguir siendo relevante durante un año o más.** — 61 % conservó un cuaderno promocional al menos un año ([Fuente](#))
- **La demanda de regalos sostenibles es real, lo que eleva la exigencia de que las afirmaciones de la cubierta sean precisas.** — 13,77 % de las ventas promocionales de 2024 US en EE. UU. fueron de productos sostenibles ([Fuente](#))
- **«Reciclable» en una cubierta exige pruebas de un amplio acceso al reciclaje.** — 60 % de los consumidores o comunidades es el criterio de la FTC para una afirmación sin matizar ([Fuente](#))
- **Las cubiertas de madera reaccionan a las condiciones del interior.** — alrededor de un 7 % de contenido de humedad es lo habitual en la madera usada en interiores calefactados ([Fuente](#))
- **Los programas juveniles imponen un límite de cumplimiento distinto.** — 100 ppm de plomo total se aplica a los productos infantiles ([Fuente](#))

## **Convertir las ideas de cubierta en un regalo que se conserva**

Las cubiertas que funcionan rara vez son las más cargadas. Eligen un elemento centrado en la persona y lo respaldan con una referencia discreta a la marca o a la ocasión. También escogen un diseño gráfico que el material pueda reproducir fielmente y dejan fuera todo lo que envejezca mal o exagere. Fije primero la ocasión, luego el elemento protagonista, después el material, y la ubicación suele resolverse sola.

Si la madera grabada encaja con su programa, consulte nuestra página de [cuadernos de madera personalizados](#) donde encontrará la construcción en contrachapado, los tamaños, la preparación de archivos y el recorrido de muestras hasta la producción. Después envíenos su lista de destinatarios y el concepto de cubierta para recibir un presupuesto adaptado a sus cantidades y plazos.

## **Fuentes**

1. Advertising Specialty Institute, Ad Impressions Study 2026 (encuesta a consumidores de EE.

- UU.). <https://media.asicentral.com/resources/AdImpressionStudy/Ad-Impressions-2026.pdf> ↵
2. The Gentleman Stationer, archivo de reseñas de Shelterwood, 2014-06-23.  
<https://www.gentlemanstationer.com/blog/tag/Shelterwood> ↵
  3. PPAI Research, «Los productos ecológicos y la personalización dominan las nuevas ofertas de productos promocionales», 2024-07-03.  
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-eco-friendly-customization-dominate-promos-new-product-offerings/> ↵
  4. PPAI, estimación del volumen de ventas de 2024, 2025-02-20.  
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-sales-volume-estimate-modest-growth-in-2024-but-reasons-for-optimism-remain/> ↵
  5. Comisión Federal de Comercio de EE. UU., Declaraciones medioambientales: resumen de las Green Guides (16 CFR Parte 260).  
<https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/environmental-claims-summary-green-guides> ↵
  6. eCFR, 16 CFR § 260,16, declaraciones sobre materiales renovables (consultado como vigente en septiembre de 2026).  
<https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-B/part-260/section-260.16> ↵
  7. Forest Stewardship Council, Revisión de las normas de cadena de custodia, página actualizada el 2026-08-15.  
<https://connect.fsc.org/chain-custody-certification/revision-chain-custody-standards> ↵
  8. Forest Stewardship Council, verificación de transacciones sobre papel doméstico y sanitario de bambú FSC 100 %, 2026-07-02.  
<https://fsc.org/en/newscentre/integrity-and-disputes/fsc-launches-a-transaction-verification-loop-on-household-and> ↵
  9. Oregon State University Extension, EM 8600, Relaciones entre la madera y la humedad, actualizado el 2024-04-17.  
<https://extension.oregonstate.edu/catalog/em-8600-wood-moisture-relationships> ↵
  10. The Well-Appointed Desk, reseña independiente de un diario con cubierta de madera, 2017-10-02.  
<https://www.wellappointeddesk.com/2017/10/notebook-review-plum-punch-celestial-print-wood-journal/> ↵
  11. Comisión de Seguridad de los Productos de Consumo de EE. UU., Contenido total de plomo.  
<https://www.cpsc.gov/Business--Manufacturing/Business-Education/Lead/Total-Lead-Content> ↵