

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de catálogo impreso para presentar a clientes actuales y potenciales, los bordados que realiza la empresa Tejidos y Bordados Computarizados. Guatemala, Guatemala,

2022

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Cecilia Izabel Urquizu Basegoda

18001313

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de catálogo impreso para presentar a clientes actuales y potenciales, los bordados que realiza la empresa Tejidos y Bordados Computarizados. Guatemala, Guatemala,

2022

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Cecilia Izabel Urquizu Basegoda

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 2022

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

M.Sc. Rualdo Anzueto

Guatemala 16 de abril de 2021

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA PRESENTAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS BORDADOS QUE REALIZA LA EMPRESA TEJIDOS Y BORDADOS COMPUTARIZADOS.** Así mismo solicito que la Ms.C. Wendy Franco sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Cecilia Izabel Urquiza Basedoga
18001313


Ms.C. Wendy Franco
Asesora
Colegiado 37086



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2021

**Señorita:
Cecilia Izabel Urquizu Basedoga
Presente**

Estimado Señorita Urquizu:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA PRESENTAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS BORDADOS QUE REALIZA LA EMPRESA TEJIDOS Y BORDADOS COMPUTARIZADOS**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Wendy Franco, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación**



Galileo
UNIVERSIDAD
LA REVOLUCIÓN EN LA EDUCACIÓN

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 17 de abril de 2022

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA PRESENTAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS BORDADOS QUE REALIZA LA EMPRESA TEJIDOS Y BORDADOS COMPUTARIZADOS**. Presentado por la estudiante: Cecilia Izabel Urquiza Basedoga, con número de carné: 18001313, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Ms.C. Wendy Franco
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 08 de septiembre de 2022

Señorita:
Cecilia Izabel Urquiza Basedoga
Presente

Estimada señorita Urquiza:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 21 de noviembre de 2022.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

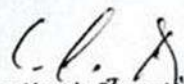
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA PRESENTAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS BORDADOS QUE REALIZA LA EMPRESA TEJIDOS Y BORDADOS COMPUTARIZADOS***, de la estudiante Cecilia Izabel Urquiza Basegoda, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de noviembre de 2022

Señorita:
Cecilia Izabel Urquizu Basedoga
Presente

Estimada Señorita Herrera:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA PRESENTAR A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES, LOS BORDADOS QUE REALIZA LA EMPRESA TEJIDOS Y BORDADOS COMPUTARIZADOS. GUATEMALA, GUATEMALA 2022.** Presentado por la estudiante: Cecilia Izabel Urquizu Basedoga, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a mi familia quien con su amor, paciencia y esfuerzo han estado a mi lado y brindado apoyo durante el trayecto de mi carrera. A mis amigas, quienes me han apoyado y que de alguna manera me ayudaron a lo largo de estos años, para que yo pudiera concretar esta licenciatura, a quienes me proporcionaron lo necesario para realizar los estudios concernientes a este trabajo que hoy concreto, los quiero mucho. También agradezco a todos los licenciados que me transmitieron sus conocimientos y dedicación para el logro de los principales objetivos durante el desarrollo de esta tesis.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Tejidos y Bordados Computarizados, se observó que no cuenta con un catálogo impreso para presentar a sus clientes actuales y potenciales, los bordados que realiza.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un catálogo impreso para presentar a clientes actuales y potenciales, los bordados que realiza la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas entre grupo objetivo, cliente y experto en comunicación y diseño.

Se concluyó que fue necesario el diseño de catálogo impreso para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

Para efectos legales únicamente la autora, CECILIA IZABEL URQUIZU BASEGODA, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesional.

Índice

Capítulo I introducción	1
Capítulo II Problemática	3
2.3. Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud	4
2.3.2. Vulnerabilidad.....	5
2.3.3. Trascendencia.....	5
2.3.4. Factibilidad.....	5
2.3.5. <i>Recursos Humanos</i>	5
2.3.4.2. <i>Recursos Organizacionales</i>	5
2.3.4.3. <i>Recursos Económicos</i>	5
2.3.4.4. <i>Recursos Tecnológicos</i>	5
3.2. Objetivos específicos	6
Capitulo IV. Marco de referencia.....	7
4.1. Información general del cliente.....	7
4.1.5. Visión	8
4.1.6. Valores.	8
4.1.7. Grupo objetivo	8
4.1.8. Principal beneficio al grupo objetivo	8
4.1.9. Competencia.....	9

4.1.10. Posicionamiento	9
4.1.11. Objetivo de mercadeo.	9
4.1.12. Mensajes claves a comunicar	9
4.1.13. Estrategia de comunicación.....	9
4.1.14. Reto del diseño y trascendencia	9
4.1.15. Materiales a realizar..	9
4.1.17. Datos del logotipo	10
4.1.18. Colores	10
4.1.18. Tipografía.....	10
4.1.19. Forma.	10
Capítulo V. Definición del grupo objetivo.....	13
5.1. Perfil geográfico.....	13
5.3. Perfil psicográfico	15
Capítulo VI. Marco teórico	16
6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	16
6.1.1. Empresa.....	16
6.1.2. Bordados.	16
6.2.2.2. <i>Comunicación Corporativa</i>	19
6.2.2.3. <i>Comunicación Formal</i>	19
6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.	19

6.2.2.1. <i>Diseño Editorial</i>	19
6.2.2.6. <i>Catálogos Industriales</i>	21
6.2.2.10. <i>Diseño Publicitario</i>	24
6.3.4.6. <i>Tablero de Tendencias</i>	31
Capítulo VII. Proceso de diseño y propuesta preliminar.	31
7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	31
7.1.1. <i>Comunicación</i>	31
7.1.2. <i>Comunicación Corporativa</i>	31
7.1.4. <i>Comunicación Formal</i>	32
7.1.6. <i>Estructura</i>	33
7.1.9. <i>La Composición</i>	34
7.1.10. <i>El Equilibrio</i>	34
7.1.11. <i>Mezcla de oro o amarillo y materiales para lo moderno</i>	34
7.1.12. <i>Monocromías y duotono</i>	34
7.1.13. <i>Ciencias auxiliares.</i>	35
7.1.14. <i>Semiología</i>	35
7.1.15. <i>Psicología</i>	35
7.1.16. <i>Cibernética</i>	36
7.1.17. <i>Tecnología</i>	36
7.1.18. <i>Andrología</i>	37

7.2. Conceptualización	37
7.2.1. <i>Técnica A</i>	37
7.2.2. <i>Técnica B</i>	39
7.2.3. <i>Definición del concepto</i>	40
7.3. <i>Bocetaje</i>	40
7.3.1. <i>Proceso de bocetaje</i>	40
7.3.1.2. <i>Bocetaje formal</i>	43
7.3.2. <i>Proceso de digitalización de los bocetos</i>	47
7.4. <i>Propuesta preliminar</i>	52
Capítulo VIII: Validación técnica	65
8.1. Población y muestreo	65
8.1.1. <i>Expertos</i>	65
8.1.2. <i>Cliente</i>	66
8.1.3. <i>Grupo objetivo</i>	66
8.2. <i>Método e instrumentos</i>	66
8.2.1. <i>Instrumento de validación</i>	67
8.4. <i>Cambios en base a los resultados</i>	88
8.4.1 <i>Antes y después</i>	88
8.4.2. <i>Justificación por los cambios realizados</i>	90
Capítulo IX. Descripción de propuesta final	91

9.2. Propuesta gráfica final.....	96
Capítulo X. Producción, reproducción y distribución.....	108
10.1. Plan de costos de elaboración.	108
10.2. Plan de costos de producción.	109
10.3. Plan costos de reproducción.....	109
10.4. Plan costos de distribución.	110
10.5. Margen de utilidad.	110
10.6. IVA.....	111
Capítulo XI. Conclusiones y recomendaciones	112
11.1. Conclusiones.	112
11.2. Recomendaciones.....	113
Capítulo XII. Conocimiento general	114
Capítulo XIII. Referencias	115
13.1. <i>Referencias bibliográficas.</i>	115
13.2. <i>Biblioweb.</i>	115
Capítulo XIV: Anexos	117
14.1. Anexo 1	117
14.2. Anexo 2	118
14.3. Anexo 3	120
14.4. <i>Anexo 4</i>	122

14.5. Anexo 5.....	125
14.6. Anexo 6.....	126
14.7. Anexo 7. Esquema de marco teórico.....	140
14.8. Anexo 8. Bocetos	142
14.9. Anexo 9. Tablero de tendencias	144
14.10. Anexo 10. Herramienta de validación.....	145
14.11. Anexo 11. Respuestas validación de proyecto.....	150
14.12. Anexo 12. Fotografías de validación	169

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Capítulo I introducción

Los catálogos son en la actualidad una de las herramientas modernas y útiles para vender y atraer nuevos clientes. Son una necesidad para todo aquel que tenga una estrategia de ventas o captación a través del marketing. Es por eso que, mediante el diseño gráfico y la comunicación, se elaboró un diseño de catálogo impreso para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados. Dicho catálogo va a contener las descripciones de diferentes prendas bordadas, fotografías atractivas, un diseño llamativo y funcional para el usuario.

En esto proyecto se aplicó la técnica de creatividad, con la creación de un mapa mental que es un sistema realmente eficaz de aprendizaje para ayudar a recordar información. Son anotaciones gráficas que contribuyen a transmitir mejor la conexión de ideas, favoreciendo el aprendizaje y transmisión de pensamientos.

Este proyecto cuenta con un marco teórico del que obtuvimos el resultado de la investigación y la propuesta para el lanzamiento de catálogo de bordados.

La técnica de creatividad realizada es la inspiración desde los colores, conocer la importancia del color en el diseño gráfico del catálogo es dominar el poder de transmitir emociones e influir y comunicar lo que queremos expresar en el proyecto. El método de investigación que se realizó es mixto en el que utilizamos diferentes tipos de medios para canalizar y orientar diversas herramientas teóricas- prácticas para solucionar problemas, dichos conocimientos representan una actividad de racionalización del entorno investigativo sistemático de la realidad.

Se iniciará este proyecto con la recopilación de información de la empresa a través de los miembros de la organización para así implementar los elementos adecuados en la elaboración de piezas gráficas. También se recopilará información y conceptos de diseño editorial, así como tendencias para el desarrollo de este proyecto. Luego se establecerá el objetivo general, los objetivos específicos del proyecto, perfiles geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales.

CAPITULO II

PROBLEMÁTICA

Capítulo II Problemática

2.1. Contexto

Tejidos y Bordados Computarizados es una empresa guatemalteca que brinda el servicio de bordado profesional en diferentes tipos de prendas y uniformes, empresariales, industriales, ejecutivos, médicos, escolares. Cuenta con el departamento de diseño y digitalización para brindar un servicio de alta calidad, así como asesoría para cada cliente con un enfoque personalizado.

Dentro de este enfoque está la atención exclusiva, diseño individual y el seguimiento de bordado pieza por pieza, cuenta con personal técnicamente capacitado y especializado para la excelencia en los bordados lo que da a conocer la alta calidad y eficiencia que son esenciales en la empresa para darle un excelente servicio a sus clientes.

2.2. Requerimiento de comunicación y diseño.

La empresa Tejidos y Bordados Computarizados no cuenta con un catálogo impreso para presentar a clientes actuales y potenciales, los bordados que realiza.

2.3. Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables.

2.3.1 Magnitud. El catálogo está dirigido para clientes reales y potenciales de Tejidos y Bordados Computarizados.

El dato de la población fue tomado del resultado del INE en el año 2018 tanto nivel nacional como a nivel departamental. Asimismo, el total de las empresas que se dedican al bordado ubicadas en la ciudad de Guatemala fue tomado de la página StarOfService.

2.3.1 Magnitud. Grafica # 1.



Tabla de datos sobre la población guatemalteca tomado del resultado INE.

2.3.2. Vulnerabilidad. Al no contar con un catálogo se presenta la problemática de inversión en materiales, tiempo, mano de obra en realización de muestras previas al bordado a realizar en las prendas. Al contar con el catálogo se tiene acceso a la información indispensable para realizar correctamente el trabajo y entrega puntual al cliente.

2.3.3. Trascendencia. El proyecto se enfoca en la realización de un catálogo que presente información básica de un bordado. Lo que se pretende es mejorar el servicio de atención al cliente y optimizar la calidad del trabajo.

2.3.4. Factibilidad. El proyecto sí es factible, ya que cuenta con los siguientes recursos:

2.3.5. Recursos Humanos. La propietaria y representante legal de la empresa, Señora María del Carmen Urquizu Basegoda con su amplio conocimiento sobre bordado computarizado, proporciona la información indispensable para la realización del catálogo.

2.3.4.2. Recursos Organizacionales. La señora María del Carmen Urquizu Basegoda propietaria de la empresa autoriza y pone a disposición la información individual de cada bordado que se realiza.

2.3.4.3. Recursos Económicos. La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4. Recursos Tecnológicos. Se posee el equipo necesario para el proyecto de graduación, así como los softwares a utilizar, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop y Adobe InDesign, que son indispensables para la elaboración del Catálogo digital.

CAPITULO III

OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III. Objetivos de diseño

3.1. Objetivo General

Diseñar un catálogo impreso para presentar a clientes actuales y potenciales, los bordados que realiza la empresa Tejidos y Bordados Computarizados

3.2. Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información acerca de la empresa y de sus bordados para ser incluidas dentro del catálogo.

3.2.2 Investigar en fuentes bibliográficas y sitios web, acerca de lo relacionado del diseño digital, editorial, semiología y Software para crear el catálogo impreso.

3.2.3 Realizar fotografías de los bordados para agregarlos al catálogo, ya que, a través de ellas, los potenciales clientes tendrán una guía rápida y clara visualización en detalle de los bordados que la empresa realiza.

3.2.4 Seleccionar los elementos de diseño a utilizar en el catálogo para unificar el contenido visual y que el contenido sea lógico y coherente para los clientes actuales y potenciales.

CAPITULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV. Marco de referencia.

4.1. Información general del cliente

- Nombre: Tejidos y Bordados Computarizados
- Dirección: 5ta. Avenida “A” 13-31 zona 9
- E-mail: tejidosybordadoscomputarizados@gmail.com
- Teléfono: 4286-8025
- Contacto: María del Carmen Urquizu Basegoda (propietaria) Celular: 4802-42254.1.1.

Nombre de la institución. Tejidos y Bordados Computarizados.

4.1.2. Antecedentes. Tejidos y Bordados Computarizados es una empresa

guatemalteca fundada en el año 1998, que brinda el servicio de bordado profesional en diferentes tipos de prendas y uniformes.

Cuenta con el Departamento de Diseño y Digitalización para brindar un servicio de alta calidad, cuenta con personal técnicamente capacitado y especializado para la excelencia en los bordados.

4.1.3. Antecedentes del diseño. La empresa Tejidos Y Bordados Computarizados

cuenta con una página de Facebook e Instagram, en las cuales se observan algunas fotografías de sus productos.

4.1.4. Oportunidad identificada. Tejidos y Bordados Computarizados no cuenta con

un catálogo digital para a presentar muestras y características específicas que debe tener las imágenes que pueden bordarse dentro de la empresa.

4.1.4. Misión. Buscamos ofrecer a los distintos clientes bordados de calidad que representen nuestro trabajo como profesionales cuidando siempre la atención al detalle.

4.1.5. Visión. Permanecer como una empresa atenta al detalle y preservar nuestra calidad y experiencia en el mundo de los bordados, conduciéndonos hacia un crecimiento laboral y tecnológico.

4.1.6. Valores.

Creatividad. Incentivar la comunicación e intercambio de ideas y experiencias del personal, favorecer la innovación constante en programas de digitalizado y capacitación a empleados.

Trabajo en equipo. Realizar el trabajo en equipo, es un elemento fundamental que genera eficiencia y puntualidad para brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

Compromiso. El compromiso demanda excelencia en el servicio de bordado, así como la entrega en el tiempo real.

4.1.7. Grupo objetivo. Nuestros grupos objetivo están guiados a las pequeñas y grandes empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir.

4.1.8. Principal beneficio al grupo objetivo. Es ofrecer a nuestros clientes potenciales una referencia clara y ampliar la perspectiva a través del catálogo.

4.1.9. Competencia. Vestex Guatemala, El Rosario, Ralhtex, Ale, Uniformes de Guatemala, Nina Caps y Romatextil.

4.1.10. Posicionamiento. Tejidos y Bordados Computarizados se enfoca principalmente en ofrecer bordado de alta calidad y con precios muy accesibles.

4.1.11. Objetivo de mercadeo. Sostener una comunicación constante con los clientes como herramienta para tener una participación destacada en el mercado.

4.1.12. Mensajes claves a comunicar. Excelencia en el servicio de bordado.

4.1.13. Estrategia de comunicación. Presentar el catálogo mediante las redes sociales de la empresa, así como en forma presencial a los clientes según lo requiera la necesidad.

4.1.14. Reto del diseño y trascendencia. El mayor reto del catálogo es ser una fuente confiable, que dé clara información sobre cada detalle y características relevantes que requiere un bordado por medio de imágenes.

4.1.15. Materiales a realizar. Softwares de diseño y estudio de fotografía.

4.1.16. Presupuesto. Para llevar a cabo el proyecto se contará con la colaboración de la empresa.

4.1.17. Datos del logotipo.

4.1.18. Colores. Color dorado: D3AF5F y color aqueo: 02C0BE.

4.1.18. Tipografía. Dancing Script.

4.1.19. Forma. Las características principales del logotipo de Tejidos y Bordados Computarizados son las letras iniciales de tipografía elegante realizadas y modificadas con el objetivo de representar una empresa de bordados ejemplar y responsable.

Figura 1.

Logotipo actual de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

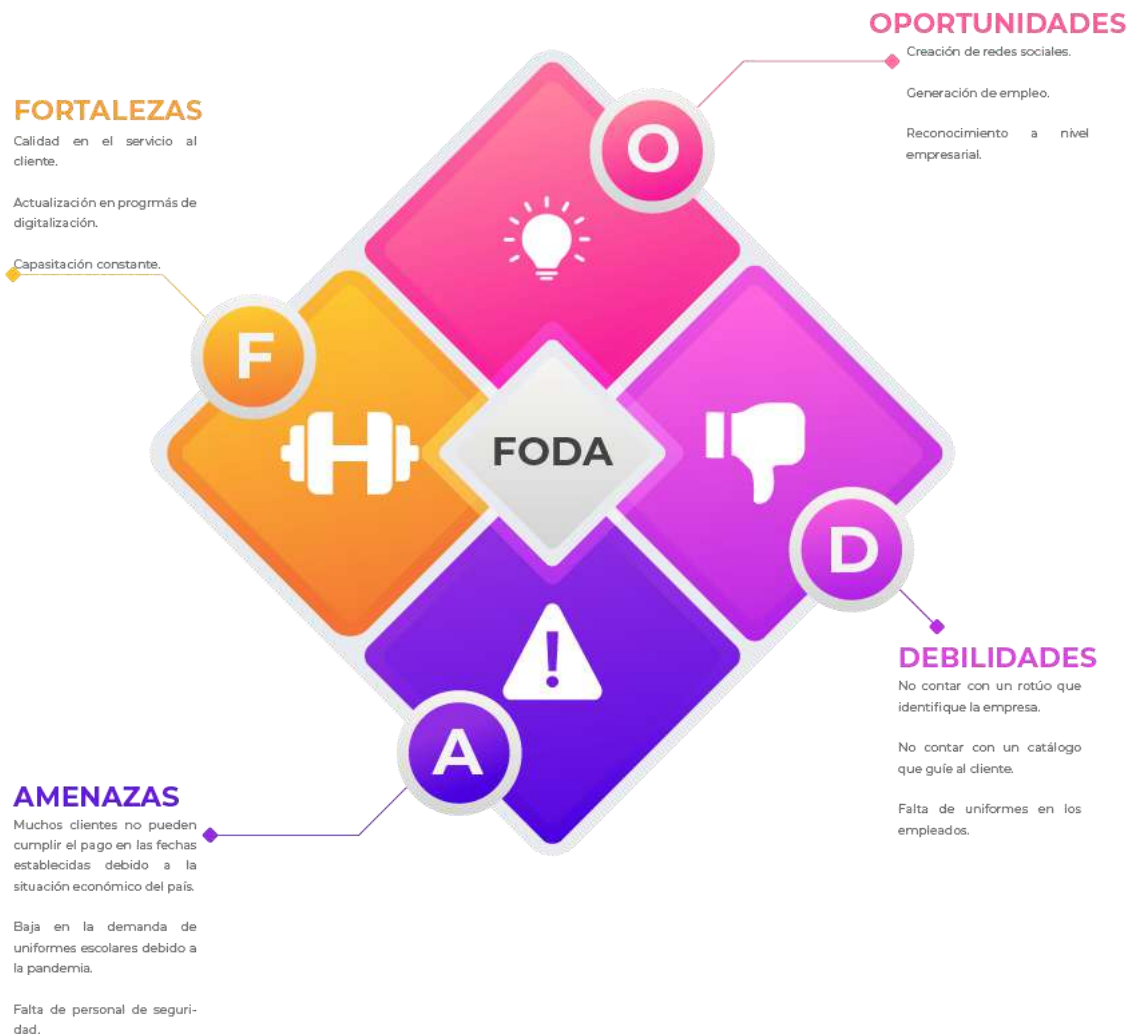
4.1.20. Organigrama. Gráfica #2.



Organigrama de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

4.1.24. FODA. Para visualizar los elementos de la matriz FODA, y proceder a su correspondiente análisis, es necesario tamizar los diferentes elementos de sí mismo en la denominada FODA, ésta permite conocer los elementos y listarlos a efecto de que se puedan tomar las consideraciones o decisiones que sean necesarias para neutralizar los aspectos de debilidad, amenaza, oportunidades y fortalezas.

4.1.24. FODA. Grafica #3.



Visualizar los elementos de la matriz FODA.

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V. Definición del grupo objetivo.

5.1. Perfil geográfico

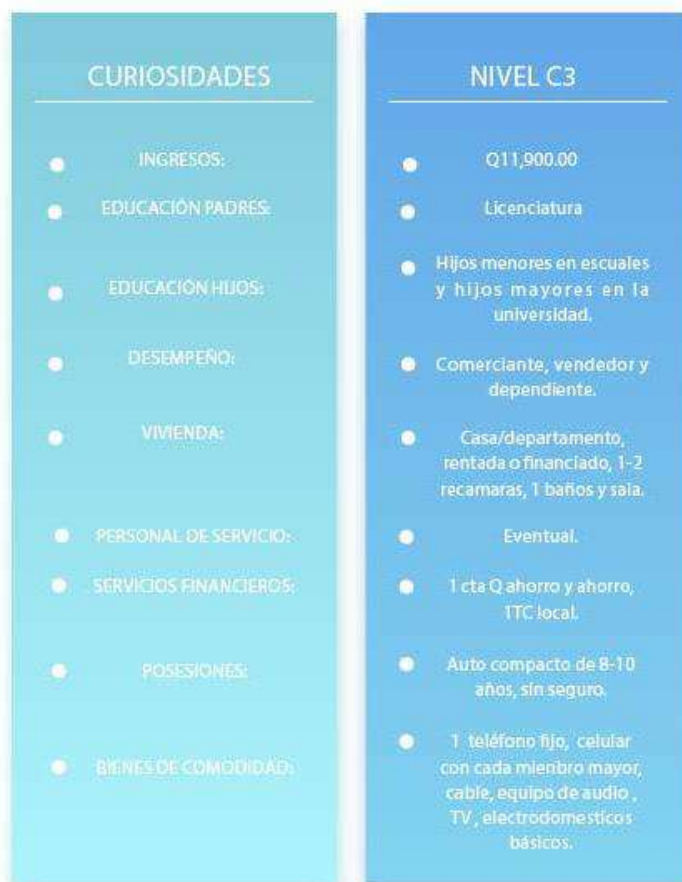
Guatemala se sitúa en el istmo centroamericano con una extensión territorial de 108, 889 km² y está limitada al oeste y norte por México, al este con Belice y el golfo de Honduras, al sureste con Honduras y El Salvador, y al sur con el Océano Pacífico. El territorio se encuentra integrado por 22 departamentos, los cuales se dividen en 340 municipios. Su capital es la Ciudad de Guatemala.

Guatemala es un país multicultural cuya historia ha estado dividida entre períodos de gobiernos democráticos y períodos de guerra civil y juntas militares. El país emergió de una guerra de 36 años tras la firma de los Acuerdos de Paz en 1996.

5.2. Perfil demográfico.

- Nivel Socio Económico C3
- Edad: Jóvenes y adultos comprendidos en las edades de 20 a 61 años.
- Género: Masculino y femenino.
- Ocupación: Estudiantes universitarios y trabajadores.
- Nacionalidad: Guatemaltecos.
- Religión: cristianos evangélicos y cristianos católicos.

5.2. Perfil demográfico. Gráfica #4.



Datos de ingreso de población guatemalteca.

5.3. Perfil psicográfico

La mayoría del grupo objetivo son personas adultas con estudio del nivel medio, trabajadoras, entre 20 a 61 años de edad, quienes tienen el hábito de usar uniforme diariamente dentro de su ámbito laboral.

En general las redes sociales consultadas del grupo objetivo son el primer lugar Facebook, segundo Instagram, tercero Tik Tok y cuarto Whatsapp. Usualmente la publicidad que ven dentro de sus redes sociales es necesaria. Dentro de su ámbito laboral la mayoría de nuestro grupo objetivo cuentan con herramientas que les proporcionan dentro de su trabajo.

5.4. Perfil conductual

En general, nuestro grupo objetivo son personas que tienen como objetivo la superación personal y profesional, emprendedores con una actitud positiva hacia la entrega de su trabajo.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI. Marco teórico

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1. Empresa. En el sitio web de (Española, 1713) 1. f. Acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo. 2. f. Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. 3. f. Lugar en que una empresa realiza sus actividades. 4. f. Intento o designio de hacer algo. 5. f. Símbolo o figura que alude a lo que se intenta conseguir o denota alguna prenda de la que se hace alarde, acompañada frecuentemente de una palabra.

6.1.2. Bordados. En la página web (Española, 1713) bordar es adornar con bordaduras una tela u otra materia. Reproducir con bordaduras una figura. Ejecutar algo con arte y primor definiendo bordadura como: f. Labor de relieve ejecutada en tela o piel con aguja y diversas clases de hilo. A canutillo: el que se hace con hilo de oro o plata rizado en canutos. Al pasado: el que se hace pasando las hebras de un lado a otro de la tela o piel en que se ejecuta el trabajo, formando dibujos, sin cosido.

A tambor: el que se hace con punto de cadeneta en un bastidor pequeño, que en la forma se parece al tambor, o en bastidor regular, con una aguja que, fija por un extremo en un cabo de palo, hueso o marfil, remata por el otro en un gancho pequeño. De imaginería: bordado de figuras. De pasado, bordado al pasado: de realce, en que sobresalen mucho las figuras o adornos ejecutados con la aguja. De sobrepuesto: bordado que se hace bordando las figuras o adornos separadamente y sueltos y aplicándolos luego al campo de la tela o piel que han de adornar.

Como señala el autor (Sánchez, 2014) Los orígenes del bordado se remontan a los tiempos más remotos, siendo un arte practicado desde las más antiguas civilizaciones. Se realizaba esta actividad para dar respuesta social a la necesidad de distinción social que manifiestan los hombres, ésta los llevó a adornar sus indumentarias casi tan pronto como se vistieron. El bordado respondió a la necesidad de crear atributos para los jefes, de enriquecer los objetos destinados al culto religioso, y por lo que atañe a la mujer, ese afán innato por agradar hace que sea utilizado también desde un primer momento para realizar su belleza.

6.1.3. Tejido. Según (Española, 1713) el tejido tiene su definición en las siguientes formas: 1. m. Textura de una tela. El color de esta tela es bueno, pero el tejido es flojo. 2. m. Material hecho tejiendo. 3. m. Cosa formada al entrelazar varios elementos. 4. m. Biol. Cada uno de los diversos agregados de células de la misma naturaleza, diferenciadas de un modo determinado, ordenadas regularmente y que desempeñan en conjunto una determinada función.

6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.2.1. Definición de la Comunicación. Según (Adrián, 2021) El término comunicación procede del latín “communicare” que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”. Es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se transmite y recibe una información. Para que un proceso se lleve a cabo, es indispensable la presencia de seis elementos: que exista un emisor; es decir, alguien que transmita la información; un receptor, alguien a quien vaya dirigida la información y que la reciba; y un canal, que puede ser oral o escrito.

Como todo en la vida, la comunicación lleva un proceso, tal como lo explica la página web (Peiró, 2012) se da entre emisor y receptor, pero para ello es importante tener en cuenta que intervienen una serie de elementos importantes. Cuando se quiere dar un mensaje es esencial que haya dos o más personas para que se lleve a cabo ese proceso de comunicación. También se ha de tener en cuenta, el canal, los códigos que se utilizan, la retroalimentación que existe entre ambos sujetos, entre otra serie de elementos.

Elementos del proceso de comunicación.

Estos son los elementos esenciales según (Peiró, 2012) para que se lleve a cabo el proceso de comunicación:

- **Emisor:** Este sujeto es esencial ya que se encarga de emitir el mensaje con el objetivo de que llegue al receptor de manera clara, concisa y eficaz. Pueden ser uno o varios destinatarios los que reciban este mensaje.
- **Mensaje:** Otro elemento indiscutible ya que el mensaje es aquello que se quiere poner de manifiesto. Es aquel contenido que hay que elaborar para que cause un impacto en el receptor. Hay que cuidar mucho sus características y el hecho de que sea claro y cercano, puesto que debe ser fácilmente entendible por parte del receptor.
- **Codificación:** Es el proceso que realiza el emisor a la hora de configurar el mensaje, de escoger el canal más adecuado, y de elaborar los contenidos que quiere transmitir. Todo esto corresponde al sujeto emisor.
- **Canal:** Es el medio por el cual llega el mensaje al receptor. Se pueden escoger cartas, redes sociales, radio, revistas, televisión, entre otros. En definitiva, se trata de escoger el

canal más adecuado para que el mensaje que se emite llegue con garantías a través de un canal eficaz.

- **Decodificación:** Este proceso le corresponde al receptor. Aquí se encarga de comprender el mensaje y entender lo que ha recibido.

6.2.2.2. Comunicación Corporativa. Hoy en día, los consumidores esperan que las empresas sean más accesibles y dialogantes, por lo que la comunicación corporativa según (school, s.f.) es el conjunto de acciones a través de las cuales una empresa comunica con sus diferentes audiencias, ya sean sus clientes y el gran público o sus proveedores, accionistas y otras organizaciones públicas y privadas. Su principal objetivo es mejorar la reputación de la empresa resaltando sus beneficios y ventajas competitivas y todo ello bajo una forma de comunicación acorde a las necesidades de cada actividad.

6.2.2.3. Comunicación Formal. En el sitio web, (Delsol, s.f.) el concepto de comunicación formal se refiere a cualquier tipo de comunicación que se puede producir entre un empleado de la empresa a otro, independientemente de su nivel en la jerarquía, a través de los canales establecidos de manera formal por la organización.

6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1. Diseño Editorial. Se entiende que el diseño editorial como comenta (Andrés) es el área del diseño gráfico especializada en la maquetación y composición de diferentes publicaciones tales como revistas, periódicos, libros, catálogos y folletos. Se encarga de organizar en un espacio texto, imágenes y en algunos casos, multimedia; tanto en soportes tradiciones como electrónicos. Es la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios.

La pretensión del diseño editorial es diseñar obras y difundirlas, comunicar eficientemente unas ideas a través de unas tipografías, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido con el continente. El diseño editorial es uno de los escaparates más competitivos en el mundo del diseño gráfico, su originalidad posiciona a las revistas, la prensa, los brochures, los libros, como unos soportes donde el texto junto con las imágenes impulsa con precisión la eficacia del mensaje.

6.2.2.2. Estructura. La estructura según (Andrés) es el formato, el tamaño, la estructura de la página, los márgenes y la retícula son la parte fundamental de diseño de la publicación. La elección de todos estos elementos y sus parámetros estará condicionada al trabajo final que se vaya a desarrollar, al tipo de publicación. La elección de todos estos elementos y sus parámetros estará condicionada al trabajo final que se vaya a desarrollar, al tipo de publicación.

6.2.2.3. La retícula. Se entiende que la retícula como comenta (Andrés) la construcción sobre el tamaño de la página, su cometido es colocar dentro de un orden todos los elementos que se van a utilizar. Todo diseño requiere soluciones de problemas visuales y organizativos; imágenes, símbolos, textos, titulares, etc... se tienen que situar en el soporte para comunicar. La retícula es una forma de presentar juntos todos esos elementos y aporta a la maquetación orden, diferenciación, precisión y facilidad en la comprensión de las páginas.

6.2.2.4. Maquetación. La maquetación es según en el libro de (Andrés) está compuesta por las guías invisibles donde se colocan los elementos de la publicación, está

estructurada por los márgenes en la parte exterior y la retícula. En ella decidimos las columnas, la medida de línea, la calle, las cajas de imagen, la paginación y textos.

6.2.2.5. La Composición. De acuerdo con (Andrés) la composición de la página es tan importante como la elección de la tipografía, de las imágenes o de cualquier elemento que la integre. El modo de situar los elementos comunica visualmente al espectador las intenciones y el significado de las páginas. La recepción humana es la que se encarga de entender el mensaje enviado por el diseñador, que intenta ordenar las partes de una forma jerarquizada y lógica para transmitir su idea.

El diseñador usa líneas, colores, formas, caracteres, tramas y proporciones; la situación del conjunto es la composición que siempre cumple una finalidad. Esta finalidad esta ayudada por técnicas visuales como son el equilibrio, la armonía, la tensión. La simetría. La regularidad, la actividad, la neutralidad, ect.

6.2.2.6. Catálogos Industriales. De acuerdo con la página (Checa, Abril 2010) Los catálogos de equipos y productos industriales, además de las características anteriormente enunciadas, presentan algunos rasgos específicos. El más significativo reside en que van dirigidos a un público especialmente cualificado para juzgar la oferta presentada y, en consecuencia, tomar la decisión de compra. El resultado es que (dependiendo siempre de los medios técnicos y económicos disponibles en cada momento) estos catálogos presentan, en general, un exigente acabado en la presentación gráfica de los productos ofertados, como puede apreciarse.

Sin duda, las principales herramientas de la industria de la venta directa es el catálogo. La venta directa se basa en el contacto personal de un agente de comisión o

mediador mercantil independiente para comercializar bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores. Asimismo, en este modelo de ventas se suele implementar estrategias de marketing directo, debido a que es un buen medio para comunicar las características de los productos, el mensaje que se desea dar a conocer, precios, entre otros datos relevantes para la marca o compañía. A continuación, se presenta que debe incluir el catálogo de un producto según (Manrhufe, s.f.):

- Fotografía de los productos que comercializa la compañía.
- Breve explicación de sus características técnicas: composición, ingredientes, proceso de fabricación, cumplimiento de la normativa aplicable, etc.
- Planos, esquemas o diagramas de su estructura, forma de funcionamiento.
- Gráficos sobre las prestaciones técnicas más destacadas.
- Gama ofertada: formas, medidas, colores, etc. En el caso del sector textil: tallas, colores, tejidos, estampados.
- Fotografía de los accesorios o complementos.

6.2.2.7. Catálogo impreso. De acuerdo con la página web (Ramos, s.f.) Los catálogos impresos, son publicaciones en las que se promocionan y se dan a conocer los productos y servicios de una compañía. Los proveedores de imprenta saben y tienen muy clara la importancia de esta pieza gráfica, ya que es una herramienta utilizada por una empresa una para informar a los clientes reales y potenciales sobre las características y precios de los productos ofrecidos, con el fin de promover su venta.

La impresión de catálogos, es sumamente práctico ya que incluyen información de todo tipo. Los proveedores de imprenta saben que es muy importante que en las primeras páginas se haga una presentación de la empresa, junto con sus objetivos y

valores, además de que se muestren imágenes de su edificio, medios de producción y personal.

6.2.2.7. El equilibrio. La realización según (Andrés) es la referencia visual más fuerte, y se calcula con el centro de gravedad que todas las páginas tienen. En cualquier página de una publicación, no hay una forma más rápida de calcular que la propia sensación intuitiva de equilibrio que el propio espectador tiene.

El equilibrio es la distribución visual del peso de los objetos, colores y espacio en su diseño. En el sitio web (Inzone, s.f.) debemos tomar en cuenta que no es necesario que un diseño sea simétrico para que se lo considere equilibrado, sino que también se puede equilibrar un diseño asimétrico. Por ejemplo, con el equilibrio simétrico tendría un elemento en un lado y el mismo elemento en el otro lado. En cambio, con un equilibrio asimétrico podría tener un elemento grande en un lado y varios elementos más pequeños en el otro lado. El equilibrio del diseño se logra por completo mediante la colocación de los elementos dentro de ese diseño.

6.2.2.9. Diseño Digital. Hoy en día, disponer de tecnología digital, o de Productos tecnológicos es uno de los requisitos primordiales de una empresa para ofrecer servicios de calidad a los posibles consumidores. en el diseño digital, que es capaz de cumplir con las necesidades profesionales de este último tiempo, el trabajo en diseño digital de acuerdo con (Manrhufe, s.f.) es el uso de la tecnología aplicada al arte y al diseño para crear elementos típicos del diseño gráfico, como del diseño interactivo o multimedia.

Es decir, el diseño digital se basa en crear, programar y mostrar un mensaje visual con el fin de comunicarlo y buscar una respuesta concreta en grupos sociales

específicos. Es el arte de plasmar de manera gráfica y digital una idea, valores, sentimientos.

Añade que un buen diseñador digital sabe de composición, de manejo de colores y paletas, de tipografías, de psicología de la imagen, de pesos visuales, capta la necesidad del cliente, está al tanto de lo que pasa en el mundo, de nuevas tendencias y tiene el valor, la imaginación y la creatividad necesarias para intentar ofrecer un producto distinto y rompedor. Intenta CREAR algo diferente. Obviamente también debe conocer las herramientas necesarias para poder llevar todo esto a cabo, «al igual que un escultor debe saber cómo coger un mazo y cómo golpear con él sin hacerse daño».

6.2.2.10. *Diseño Publicitario.* Expresa (EsDesign, 2021) engloba todos aquellos elementos cuyo objetivo es presentar una empresa, negocio, servicio o producto y despertar la curiosidad e interés del público. Son varios los elementos que podemos incluir dentro de este concepto. La creatividad y la innovación son las reglas principales del diseño publicitario. Para desarrollar dichos conceptos, las empresas deberán contar con las herramientas adecuadas y unos profesionales con amplia experiencia en diseño publicitario.

6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.2.1. Ciencias auxiliares.

6.3.1.1. *Semiología.* Se verifico en (Definición, 2008) que la semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos.

Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

La semiología señala que el signo lingüístico tiene cuatro características fundamentales, que son la arbitrariedad, la linealidad, la inmutabilidad y la mutabilidad. Entre las ramas de la semiología, se encuentran la semiología clínica (en medicina, el estudio de los signos a través de los cuales se manifiesta una enfermedad), la zoosemiótica (el intercambio de señales entre animales), la semiótica cultural (el estudio de los sistemas de significación creados por una cultura) y la semiótica estética (el estudio de los niveles de lectura de obras de arte de diversas técnicas o disciplinas).

6.3.2.2. Psicología. En relación con la página (Definición, 2008) la psicología es la disciplina que investiga sobre los procesos mentales de personas y animales. La palabra proviene del griego: psico- (actividad mental o alma) y -logía (estudio). Esta disciplina analiza las tres dimensiones de los mencionados procesos: cognitiva, afectiva y conductual. La psicología es la disciplina que investiga sobre los procesos mentales de personas y animales. La palabra proviene del griego: psico- (actividad mental o alma) y -logía (estudio). Esta disciplina analiza las tres dimensiones de los mencionados procesos: cognitiva, afectiva y conductual.

La psicología moderna se ha encargado de recopilar hechos sobre las conductas y las experiencias de los seres vivos, organizándolos en forma sistemática y elaborando teorías para su comprensión. Estos estudios permiten explicar su comportamiento y hasta en algunos casos, predecir sus acciones futuras.

6.3.3.3. Cibernética. En efecto con (Definición, 2008) la cibernética es un término que puede emplearse como sustantivo o como adjetivo. En el primer caso, refiere a la especialidad científica que compara el funcionamiento de una máquina y el de un ser vivo, sobre todo en lo referente a la comunicación y a los mecanismos de regulación. Cibernética es un término que puede emplearse como sustantivo o como adjetivo. En el primer caso, refiere a la especialidad científica que compara el funcionamiento de una máquina y el de un ser vivo, sobre todo en lo referente a la comunicación y a los mecanismos de regulación.

Como adjetivo, cibernética alude a aquello vinculado a la realidad virtual y a lo que fue producido o es controlado a través de una computadora (ordenador).

Cibernética es un término que puede emplearse como sustantivo o como adjetivo. En el primer caso, refiere a la especialidad científica que compara el funcionamiento de una máquina y el de un ser vivo, sobre todo en lo referente a la comunicación y a los mecanismos de regulación. Como adjetivo, cibernética alude a aquello vinculado a la realidad virtual y a lo que fue producido o es controlado a través de una computadora (ordenador).

Las funciones de comunicación y de control son fenómenos internos y externos de los sistemas. En el caso de los seres vivos, forman parte de sus capacidades naturales. A partir del estudio de estas funciones, los expertos en cibernética lograron imitar ciertas facetas del funcionamiento de los organismos vivos en diferentes tipos de máquinas.

6.3.4.4. Tecnología. Dado con la con consulta en la página (Definición, 2008) define que la tecnología es la aplicación de un conjunto de conocimientos y habilidades con un claro

objetivo: conseguir una solución que permita al ser humano desde resolver un problema determinado hasta el lograr satisfacer una necesidad en un ámbito concreto. Partiendo de dicha acepción nos encontraríamos con que dentro del “saco” de la tecnología se pueden incluir un amplio número de modalidades o disciplinas tales como la informática, la robótica, la domótica, la neumática, la electrónica, la urbótica o la inmótica, entre otras muchas más.

La tecnología está presente en todos los ámbitos de la vida cotidiana. De una forma u otra, casi todas las actividades que realizamos a lo largo del día implican la utilización de algún dispositivo tecnológico.

La noción de tecnología está vinculada al conjunto de los conocimientos que permiten fabricar objetos y modificar el medio ambiente, lo que se realiza con la intención de satisfacer alguna necesidad. Puede entenderse a la tecnología como la aplicación práctica del conocimiento generado por la ciencia. En el lenguaje coloquial, de todas formas, se vincula la tecnología con la tecnología informática, que es aquella que posibilita el procesamiento de información a través de medios artificiales como las computadoras.

6.3.5.5. Andragogía. Según la página (Definición, 2008) se denomina andragogía a la disciplina centrada en la educación de personas adultas. Se trata de una serie de técnicas que se orientan al proceso de enseñanza y aprendizaje de individuos que ya están la adultez. La andragogía, en este contexto, trata cuestiones psicológicas, sociológicas y filosóficas vinculadas a la formación de los adultos. Dado que las características físicas y psicológicas de los mayores y de los niños son diferentes, la andragogía considera estas particularidades para optimizar el desarrollo de la capacitación.

La andragogía, en definitiva, forma parte de las ciencias de la educación. Los procesos andragógicos promueven el razonamiento, invitan a confrontar el conocimiento individual con saberes grupales e incentivan el debate constructivo.

Resulta imprescindible conocer cómo aprenden los mayores para que los profesores realicen su tarea con éxito. Por eso la andragogía es muy importante para el diseño de las clases y los cursos, al igual que al momento de impartir las lecciones.

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Fotografía. (Bembibre, 2008) afirman que: “La palabra fotografía se deriva de los vocablos de origen griego: phos (luz) y grafis (escritura), lo cual significa escribir o dibujar con luz. La fotografía es la técnica de captar imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial.”

En la actualidad, la fotografía desempeña un papel importante como medio de información, como instrumento de la ciencia y la tecnología, como una forma de arte y una afición popular. Con ella podemos recoger momentos especiales y dejarlo fijos por mucho tiempo; ciencias como astronomía, física atómica, física nuclear, física cuántica, mecánica cuántica cuenta con la fotografía para sus estudios; y la prensa escrita se sirve de ella como medio informativo.

6.3.2.2. Tipografía. En el sitio web (Etecé, 2013) la tipografía es la técnica de escribir, utilizando diferentes diseños de letras y caligrafía, con la finalidad de resaltar lo que se desea comunicar. es muy útil es el campo de la publicidad o marketing, en donde la parte visual es fundamental al momento de generar una reacción por parte del público. Se

encarga de todo lo relativo a los símbolos, los números y las letras que se pueden imprimir en soporte físico o digital.

Por otro lado, se refiere al arte de trabajar con él. Es algo que siempre se hace al crear documentos u otros proyectos, para el trabajo o la escuela. La tipografía está donde quiera que se mire; en libros, sitios web, letreros y avisos, en señales de tráfico y empaques de productos. Este vocablo se deriva del latín “tipógrafo” que surge de la unión de tres componentes que son “tipos” que significa “molde” y “graphos” que se puede decir que alude a “escribir o grabar” y el sufijo “ia” que es semejante a “cualidad o acción”.

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría de la Gestalt. (Llasera, 2021) Afirma que: “Según la Teoría de la Gestalt, las formas cerradas se perciben como formas más estables. Tendemos a cerrar o completar las formas abiertas, buscando otorgarles más estabilidad. Por eso, tendemos a agrupar esas formas individuales, como parte de un grupo, buscando componer una forma cerrada y completa.”

6.3.3.2. Teoría del color. Tal como afirma (Etecé, <https://concepto.de/>, 2021) Se conoce como Teoría del color a un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Es un principio de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión, entre otras áreas visuales

Uno de los principales insumos de toda Teoría del color es el círculo cromático. Se trata de una representación circular de todos los colores del espectro visual,

organizados de manera tal que los colores contrarios se enfrenten y los colores complementarios estén próximos el uno al otro.

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1. Teoría del Color. Según (Etecé, 2013) Se conoce como Teoría del color a un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Es un principio de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión, entre otras áreas visuales. No existe una única Teoría del color, sin embargo, sino un conjunto de aproximaciones al color y a sus dinámicas. Muchas de ellas forman parte de la historia del arte o de la física (óptica), y poseen diferentes autores.

6.3.4.3. Mezcla de oro y materiales para lo moderno. La (Maceira, 2020) en 2021, el oro se utilizará en combinaciones con otros materiales de muchas formas diferentes e imaginativas. Aquí el oro ofrece contrastes sorprendentes el oro da una sensación lujosa y cara. Dorar artículos de uso diario para dar esa sensación extra especial.

6.3.4.4. Monocromías y duotono. De acuerdo con (Maceira, 2020) los diseños monocromáticos y de duotono son el siguiente paso lógico. Ya que permiten a los diseñadores crear una atmósfera de fondo, pero seguir utilizando los trucos de la tecnología. Es fácil para los diseñadores usar filtros monocromáticos y experimentar con tonos de duelo sin dejar de dejar un margen para expresarse realmente.

Otro punto a favor es el sentido automático de estructura y armonía que da este estilo de diseño. Sabemos que las personas pasan más tiempo frente a sus computadoras, y no necesariamente por elección. Existe la idea de que esto está impulsando la necesidad

de temas más relajados y tranquilos para los sitios web y el color es una de las respuestas, manteniendo un sitio unido como un todo unificado y enfatizando el efecto emotivo del color.

6.3.4.5. *Menos color en el diseño.* Los colores brillantes y llamativos multicolores son una forma muy obvia de atraer la atención inmediata. Pero en la página web (Maceira, 2020) en 2021 bien podría ser el año de la reacción. En un mundo veloz, ultra sensacional, mírame, una opción inteligente no es competir con los más grandes y brillantes, sino ir en la dirección opuesta. 2020 vio un movimiento hacia paletas apagadas y el 2021 parece dar un paso más.

6.3.4.6. *Tablero de Tendencias.* Las tendencias en diseño gráfico reflejan la importancia que cobra la identidad visual de tu empresa, pues está claro que un negocio con una buena entrada, portada e imagen captará mejor la atención del usuario, invitando al cliente a conocer los productos y servicios que ofrece. A continuación, se presentará una infografía con la explicación de cómo aplicar las tendencias que se aplicaran.

6.3.4.6. Tablero de Tendencias. Tabla #1.

MEZCLAR ORO O AMARILLO Y MATERIALES

En este 2021 el oro o el amarillo se utiliza en combinaciones con otros materiales. Aquí el oro ofrece contrastes sorprendentes el oro da una sensación lujosa y cara. Dorar artículos de uso diario para dar esa sensación extra especial.

MONOCROMÍS Y DUOTONO

La idea de utilizar una paleta de colores nos ayuda a influenciar una apariencia y ambiente suaves y geniales en nuestro proyecto, sobre todo en las fotografías. También nos permite Aquí el oro ofrece contrastes sorprendentes el oro da una sensación lujosa y cara. Dorar artículos de uso diario para dar esa sensación extra especial.

TIPOGRAFÍA EN TENDENCIAS

La tipografía Barlow es muy utilizada por su simpleza y diseño atractivo. Además es utilizada en agencias de branding y publicidades mundiales. Esta tipografía nos permitirá que se vea de forma limpia y facilitan la legibilidad.

MENOS COLOR EN EL DISEÑO

En este año se volvió de utilidad en tener mínimos solo 2 líneas de color, ya que transmite nostalgia y nos permite evitar la saturación de color. Colores primarios y en sus infinitas combinaciones entre sí y con un determinado tipo de letra, tienen el poder de transmitir un mensaje o emoción concreta, así como definir por completo la personalidad.

Tablero de tendencias para visualización de catálogo impreso.

CAPÍTULO VII

PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINA

Capítulo VII. Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1. Comunicación. Es indiscutible la importancia de la comunicación en nuestra vida personal y empresarial, en la comunicación se debe tener en cuenta del mensaje del proyecto. Para comunicar de forma efectiva, el primer criterio que debes tener en cuenta es la coherencia en todo lo que se hará en este proyecto, es decir, en cada canal comunicativo y cada mensaje, pues, la importancia del mensaje y la adecuación de este a cada canal es clave para transmitir la marca.

Cada publicación que se realizará, todo el texto que utilizará formará parte de tu estrategia de comunicación y es lo que definitivamente impactará en primera instancia a al cliente. Es por esa razón que se debe esforzar por definir el vocabulario, utilizar y mantener la coherencia en cada mensaje, saber redactar con buen uso de la ortografía y redacción básica.

7.1.2. Comunicación Corporativa. La comunicación corporativa se divide en comunicación interna y comunicación externa. En este caso se aplicará comunicación interna contempla a los empleados, los colaboradores, los procesos, estrategias y la estructura e imagen de la empresa. Los mensajes deben ser planificados, dinámicos y centrados en un objetivo determinado. Asimismo, debe coincidir con la imagen que se proyecta de la empresa, así como los productos y servicios que ésta ofrece.

Por ello, queremos explicaros qué beneficios os puede aportar la comunicación corporativa frente a este proyecto.

- Diferencia tu marca de la competencia.

- Genera confianza y una mejor relación entre el emisor y el receptor.
- La reputación de la empresa se ve francamente mejorada, pues dirigen su comunicación al usuario y mantiene una conversación recíproca con este.
- Fideliza a los diversos públicos de la marca y les aporta mayor conocimiento sobre la actividad de la empresa.
- Asocia los productos y servicios a los valores de la empresa, además de darlos a conocer abiertamente.

7.1.4. Comunicación Formal. La comunicación formal es un medio que se utilizara para transmitir lo que pone a disposición de la empresa, como los correos electrónicos, reuniones del trabajo, comunicados y comunicar acerca de los productos de la misma empresa. Esta forma de comunicación está respaldada por las estructuras y pautas organizativas autorizadas, que ayudan a garantizar que todos en la organización la entienden.

Esta forma de comunicarse tiene sus inconvenientes y uno de los principales es que, caso de surgir problemas que necesiten una solución inmediata, requiere de demasiada burocracia.

7.1.5. Diseño Editorial. A la hora de desarrollar una publicación, el hecho de conocer el mercado objetivo o mercado meta nos obliga a hacerlo con unas características propias que consigan comunicar lo que queremos. El objetivo del diseño editorial en este proyecto es diseñar, comunicar el producto de la empresa a través de fotografías bien colocadas, tipográficas, colores, formas y composiciones que muestren una relación inequívoca del contenido con el continente, al igual que la búsqueda del equilibrio estético y funcional entre el contenido escrito, visual y los espacios.

7.1.6. Estructura. La aplicación correcta del formato y tamaño de publicación vienen determinada por diversos factores:

- El público al que va dirigido.
- Tipo de publicación.
- Elementos gráficos, imágenes, infografías....
- Si se trata de una colección.

En este proyecto se aplicará la estructura cuadrada, ya que esta nos permite estabilidad, seguridad y equilibrio. Es apropiado para maquetar elementos gráficos tanto en vertical como en horizontal. Pero nos transmite dureza y elegancia.

7.1.7. La Retícula. La retícula se construye sobre el tamaño de la paginas, su cometido es colocar dentro de un orden todos los elementos que se van a utilizar. Todo diseño requiere soluciones de problemas visuales y organizativos; imágenes, símbolos, textos, titulares, etc, se tienen que situar en el soporte para comunicar. La retícula es la forma de presentar juntos todos esos elementos y facilidad en la comprensión de las páginas.

7.1.8. Maquetación. La maquetación estará compuesta por las guías invisibles donde se colocará los elementos de la publicación, está estructurada por los márgenes en la parte exterior de la retícula. En ella decidiremos las columnas, la medida de línea, la calle, las cajas de imagen, la paginación y textos. Existen dos tipos de maquetación, clásico y moderno. En este proyecto se utilizará la maquetación estilo moderno, desarrollado a principios del siglo XX, se caracteriza porque los márgenes ya no son tan importantes y donde entran a formar parte de una página asimétrica y dinámica la tipografía.

7.1.9. La Composición. La composición es tan importante como la elección de la tipografía, de las imágenes o de cualquier elemento que la integre. El modo de situar los elementos comunica visualmente al espectador las intenciones y el significado.

7.1.10. El Equilibrio. En cualquier de las páginas de este proyecto, se tendrá el equilibrio. La realización de una página equilibrada se caracteriza por un eje imaginario vertical con un referente secundario horizontal, formando palabras que a su vez compongan un texto cuyo sentido sea la legibilidad para el lector.

7.1.11. Mezcla de oro o amarillo y materiales para lo moderno. Hay ciertos elementos que la misma empresa donde se desarrollara el proyecto tiene en mano muchas de las últimas tendencias en diseño gráfico están operando con estos aspectos, reafirmandose visualmente. Una de ellas es el inevitable color dorado dentro del logo de la misma empresa que da la sensación lujosa y cara.

7.1.12. Monocromías y duotono. La idea de una paleta muy limitada ha existido desde hace un buen tiempo en el diseño moderno. En parte influenciado por una apariencia y un ambiente suaves y geniales. Pero también como compensación por el aumento de ilustraciones y otros gráficos complejos. En parte, esto ayuda a usar su tiempo limitado en elementos más complejos y usar temas de color simples. Para el consumidor, esto también ayuda a simplificar el diseño para que el cerebro no se vea inundado con una mezcla complicada de características de diseño que compiten entre sí.

7.1.13. Ciencias auxiliares.

7.1.14. Semiología. La relación de los signos en la vida social ha jugado un papel muy importante en un sin número de estudios que generan paradigmas en la evolución del diseño, Para el grafismo mundial, la importancia del signo resalta de sobremanera por el concepto de su significado ante la sociedad, la creación de una imagen mental que sea genérica en el uso social resulta necesario entender la cultura y tratar de transportarla al significado lingüístico que una imagen pueda proyectar.

El diseño es una indispensable el uso de la semiología ya que no sólo engendra realidades materiales, sino que también cumple una función comunicativa. Es así como la semiología se pretende utilizar en este proyecto, ya que, su papel principal se centra en el manejo de los distintos códigos verbales y no verbales, (signos) propios de la comunicación.

7.1.15. Psicología. La psicología es uno de los grandes aliados que tienen los diseñadores, pues gracias a esta rama de conocimiento pueden construir mensajes visuales más fuertes y permiten que lleguen mucho mejor al público. De acuerdo con los investigado en el marco teórico, la psicología es una herramienta con la que cuentan los diseñadores para conocer lograr un impacto más fuerte en los consumidores a través de las piezas que crean los diseñadores.

Para ser más específico, está el uso de los colores en el diseño, de los cual se ha hablado en infinidad de ocasiones, Esperanza, tranquilidad, paz, amor, pasión, odio son sentimientos que bien podríamos expresar a través de colores y es que, cada tonalidad nos transmite una sensación.

7.1.16. Cibernética. La Cibernética es la ciencia que se ocupa de los sistemas de control y de comunicación en las personas y en las máquinas, estudiando y aprovechando todos sus aspectos y mecanismos comunes. la cibernética permite conceptualizar la comunicación como una ciencia de relaciones y mediaciones sociotécnicas entre seres humanos y objetos de diferente naturaleza. Es posible, entonces, pensar la comunicación como una disciplina que va más allá de la operación de dispositivos técnicos en medio de la sociedad de la información.

7.1.17. Tecnología. Las nuevas tecnologías han tenido su influencia en diseño gráfico. Cambiando los códigos visuales, aparece el sonido, el movimiento, el tiempo, surge la interactividad, que es en definitiva la que va a permitir una colaboración más estrecha entre diseñadores y receptores, y cambian también los soportes, aparece la pantalla del ordenador. Muchos de los programas de tecnológicos que se utilizan en el diseño son:

- Illustrator
- Photoshop
- Programas para dibujo

7.1.18. Andrología. Ante el crecimiento desmedido de las tecnologías muchas de miles de personas adultas, la importancia de la andragogía está en encontrar técnicas orientadas a educar a personas adultas. A través de ellas, podremos devolver a todos nuestros mayores una educación que, en muchos casos, fue imposible de realizar. Las nuevas tecnologías, son parte de los nuevos conocimientos que nuestros mayores estarían encantados de saber y que, en muchos casos, si no la mayoría, ayudarían a estos a entender el mundo en el que viven actualmente ya que, a día de hoy, es mucho más complejo que el que ellos vivieron cuando eran más jóvenes.

La andragogía, es una manera de devolver el esfuerzo que hicieron nuestros padres y abuelos para nuestra formación y, al mismo tiempo, ayudarles a situarse en la época actual que están viviendo, con sus cambios, su historia, las últimas tecnologías y muchas otras temáticas que es más que seguro que quieren saber, pero no saben dónde encontrar este conocimiento adaptado a ellos.

7.2. Conceptualización

7.2.1. Técnica A. mapas mentales (Mind maps). Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation. La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro. Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

Tabla 6.



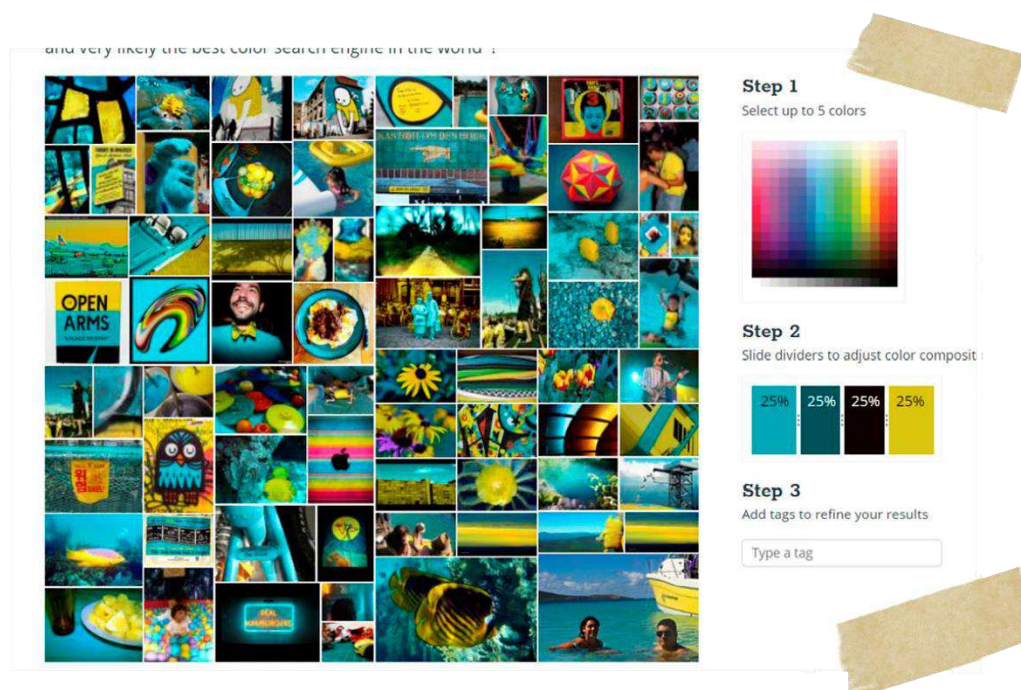
Mapa mental para proceso creativo.

Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

- Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual, en este caso se realizó un mapa mental con adobe illustrator.
- El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se escribe en el centro del mapa.
- Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
- Las ramificaciones forman una estructura nodal.

7.2.2. Técnica B. Inspiración desde los colores. Esta técnica se basa en recursos a través de fotos organizadas por colores que puede ser utilizada como inspiración a la hora de generar ideas.

Tabla 7.



Inspiración de colores para proceso creativo.

Puedes utilizar este recurso de muchas formas:

- Para realizar esta técnica de inspiración de color se utilizó la página web TinEye Labs.
- Se elige un color cualquiera del cuadro de la derecha y te aparecerán muchas imágenes en el cuadro de la izquierda.
- Seleccionando todavía más colores puedes incluso combinarlos y elegir aquellos que prefieras.

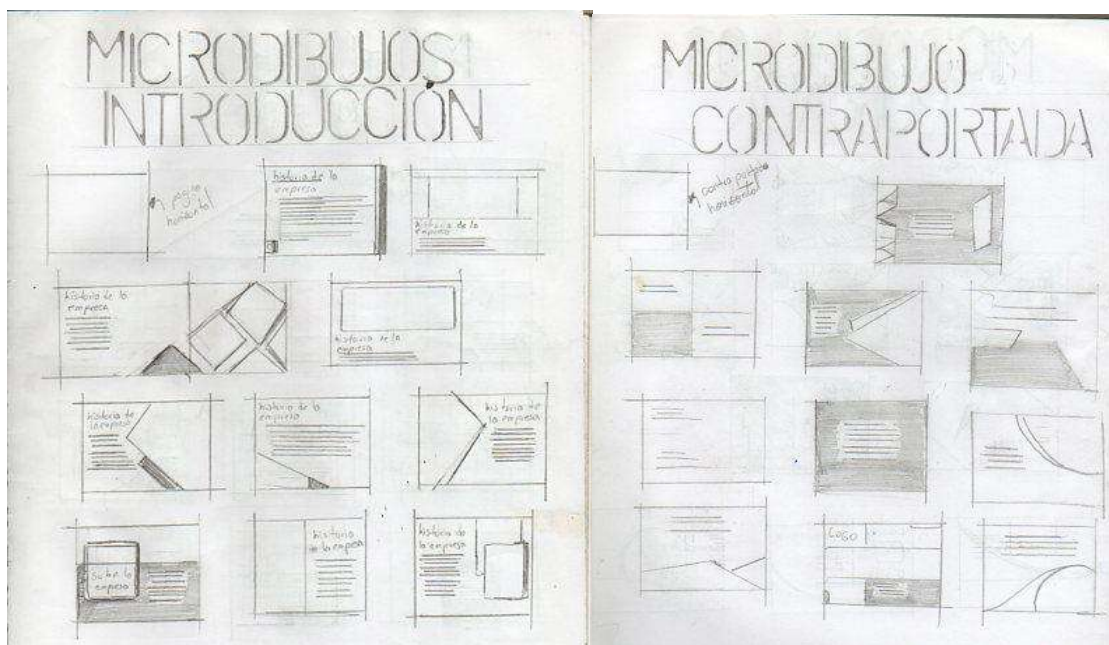
- Seleccionamos una imagen de las que aparezcan y cruza lo que te sugiere con tu objetivo creativo, haciendo una analogía.
- De esta forma obtienes una inspiración desde una provocación similar a cuando utilizamos las relaciones forzadas.

7.2.3. Definición del concepto. Utilizando como técnicas creativas los mapas mentales e inspiración de los colores para la generación de ideas se presentan el siguiente concepto: “Empeño y calidad en la realización del bordado”. La elección de esta frase es justificada con la intención de mostrar que el catálogo es una herramienta importante que proporciona la facilidad de visualizar claramente la identificación de una institución a través del bordado.

7.3 Bocetaje

7.3.1. Proceso de bocetaje.

7.3.1.1. Bocetaje Natural Microdibujo. Figura 1.

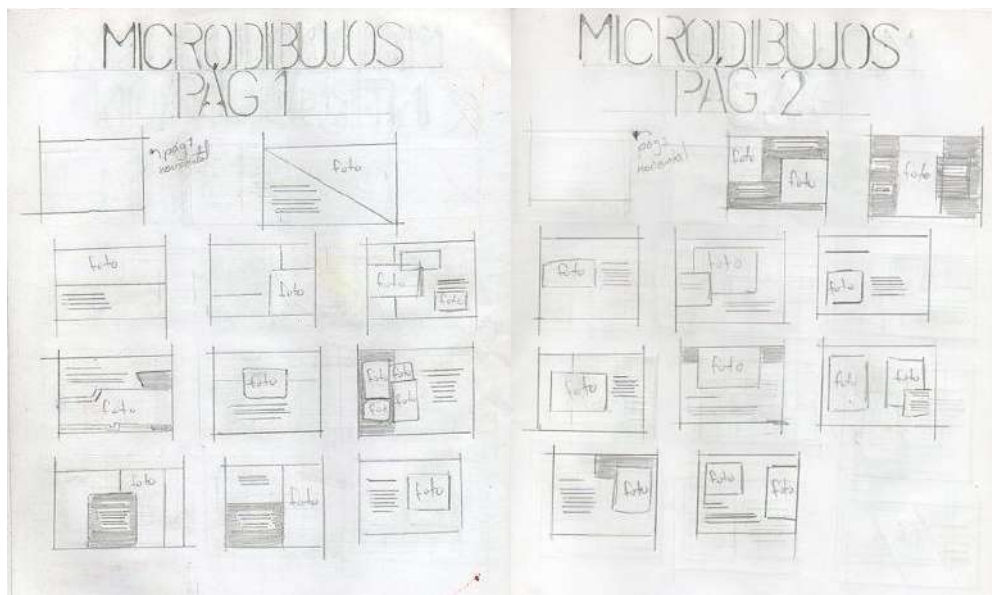


Bocetos para realización de catálogo impreso.

Microdibujo introducción: Se realizó un boceto de la diagramación con el objetivo de dar a conocer la historia de la empresa y los servicios que ofrece.

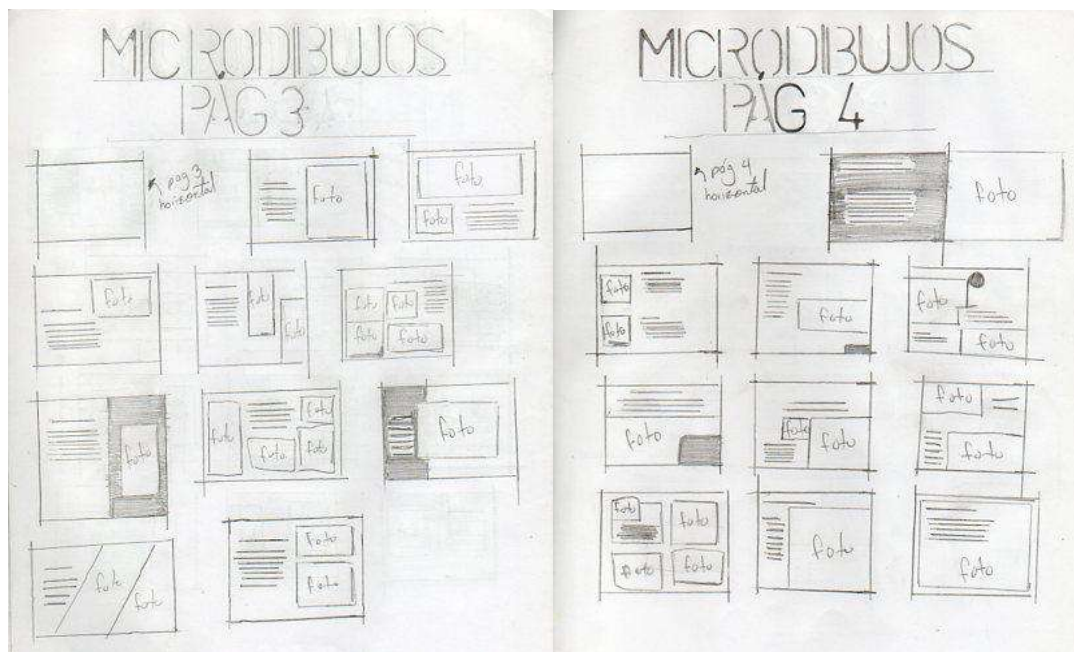
Microdibujo contraportada: Se realizó varios bocetos con el objetivo de que los usuarios vean información de las redes sociales y correo electrónico junto con el logo de la empresa.

7.3.1.1. Bocetaje Natural Microdibujo. Figura 2.



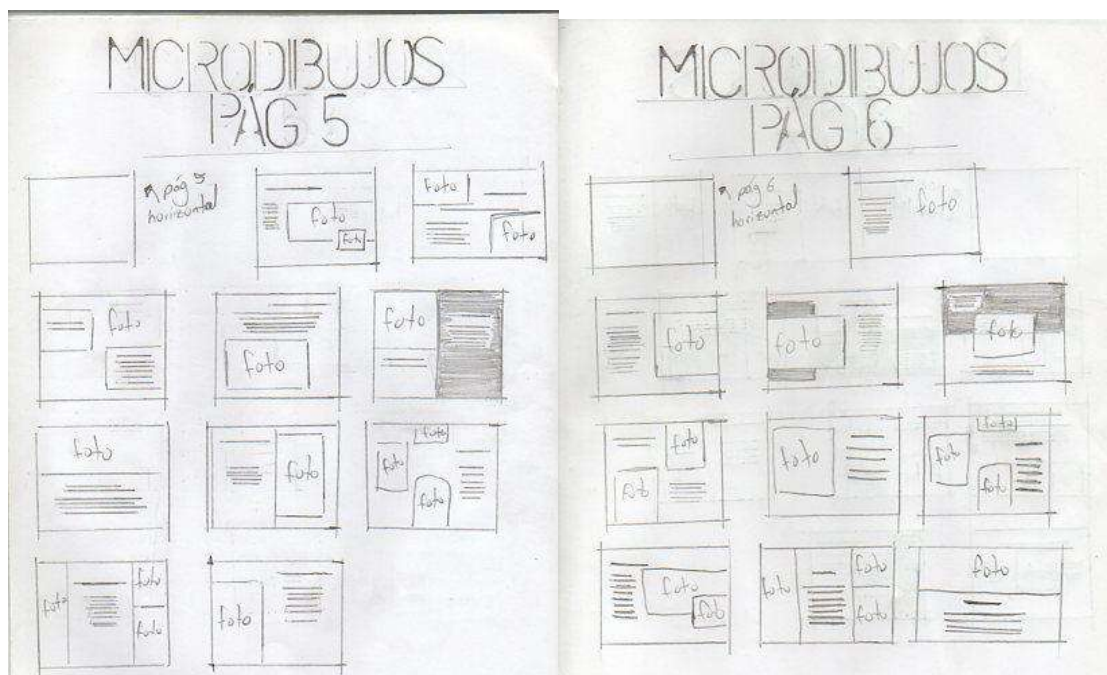
Bocetos para realización de catálogo impreso.

7.3.1.1. Bocetaje Natural Microdibujo. Figura 3.



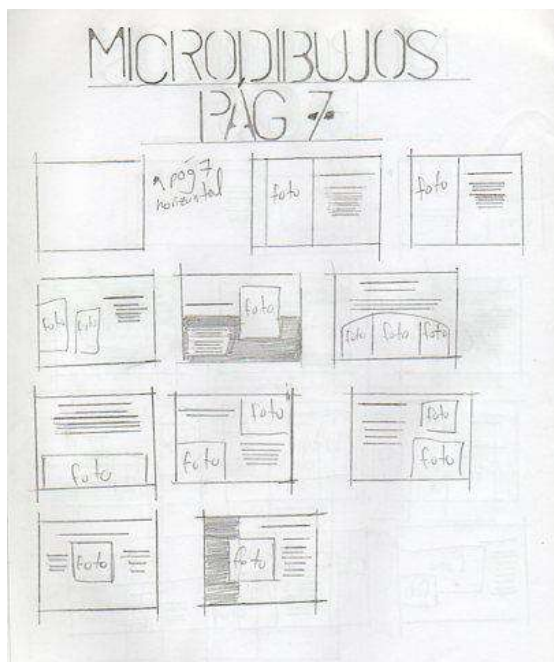
Bocetos para realización de catálogo impreso.

7.3.1.1. Bocetaje Natural Microdibujo. Figura 4.



Bocetos para realización de catálogo impreso.

7.3.1.1. Bocetaje Natural Microdibujo. Figura 5.



Bocetos para realización de catálogo impreso.

Microdibujos del contenido del catálogo: Se realizó varios bocetos de las páginas del catálogo con el objetivo de buscar un buen uso de las tipografías, jerarquización de textos y maquetación de cada producto que ofrece la empresa.

7.3.1.2. Bocetaje formal

Boceto de color.

Portada propuesta.

7.3.1.2. Bocetaje formal. Figura 6.



Boceto de portada de catálogo impreso, propuesta final.

Identificación de elementos.

1. Logotipo de la empresa en la sección derecha de la portada.
2. Titular principal del catálogo y portada.
3. Fondo que haga contraste con el resto de elementos.
4. Elementos para complementar la portada.

Contraportada propuesta

7.3.1.2. Bocetaje formal. Figura 7.



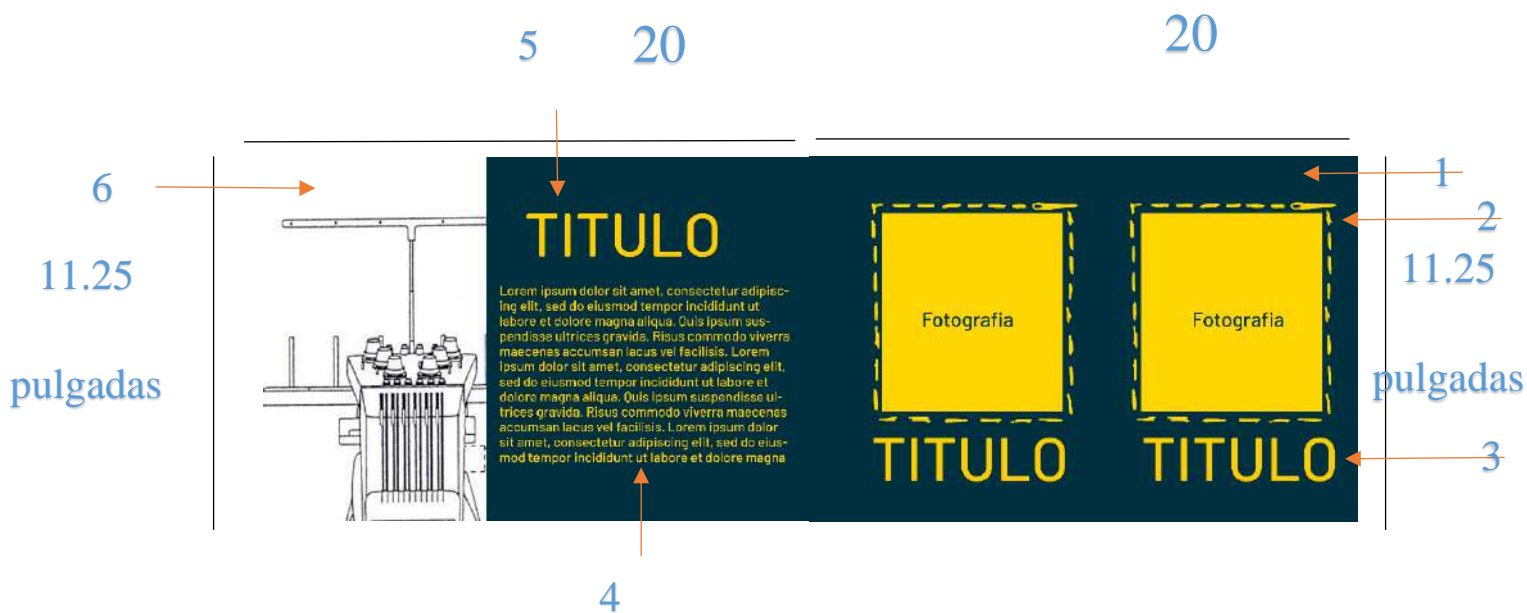
Boceto de contraportada de catálogo impreso, propuesta final.

Identificación de elementos.

1. Fondo que haga contraste con el resto de los elementos.
2. Elementos para complementar la contraportada.
3. Información de redes sociales y correo electrónico.
4. Icono de las redes sociales y correo electrónico.
5. Logotipo de la empresa en la sección izquierda superior de la portada.

Página interna propuesta

7.3.1.2. Bocetaje formal. Figura 8.



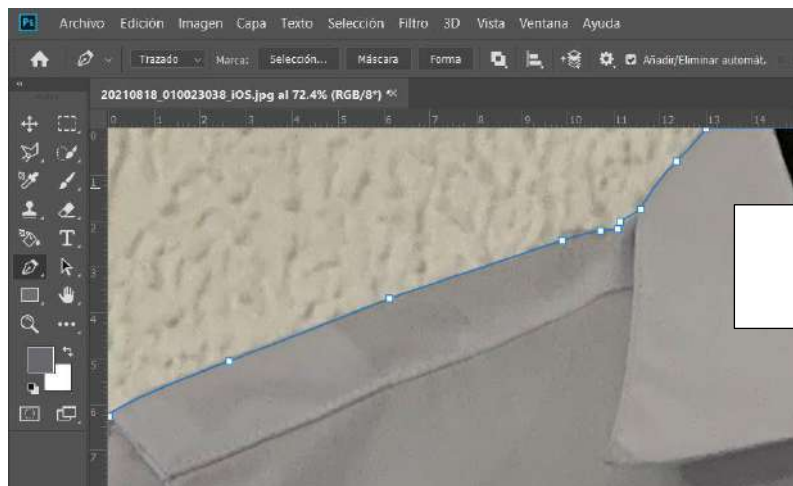
Boceto de página interna de catálogo impreso, propuesta final.

Identificación de elementos.

1. Fondo que haga contraste con el resto de los elementos.
2. Fotografía del producto.
3. Título del producto.
4. Historia de la empresa.
5. Titular de la historia de la empresa.
6. Fotografías de la empresa.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 9.



1. Edición de fotografías en el programa adobe photoshop.

Proceso de edición fotografías.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 10.



2. Apertura de Photoshop para editar fotografías.

Proceso de edición de fotografías.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 11.



Proceso de edición de textura.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 12.



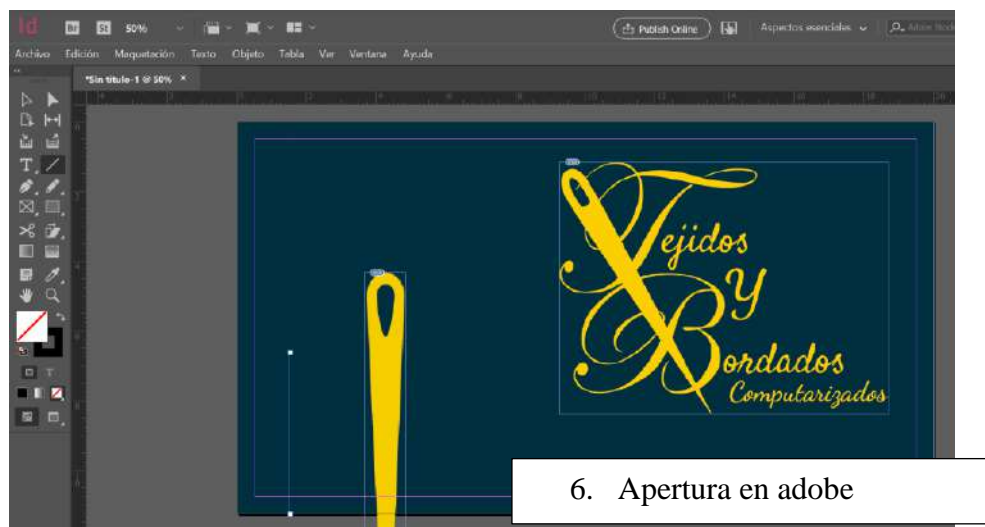
Proceso de creación de iconos.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 13.



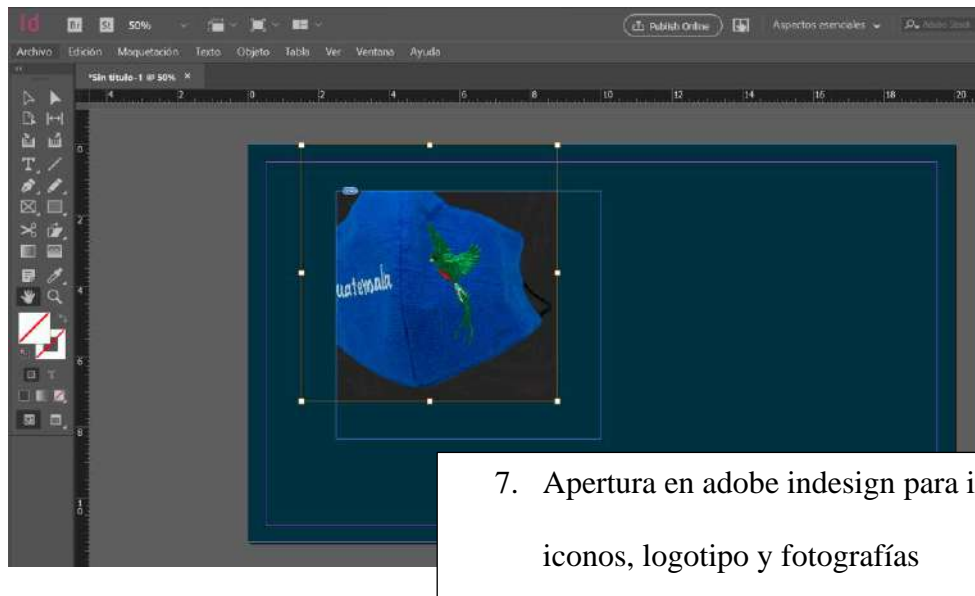
Proceso de vectorización de logotipo.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 14.



Proceso de apertura en adobe Indesign.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 15.



7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 16.

Barlow

Presentación de la tipografía utilizada en el catálogo impreso.

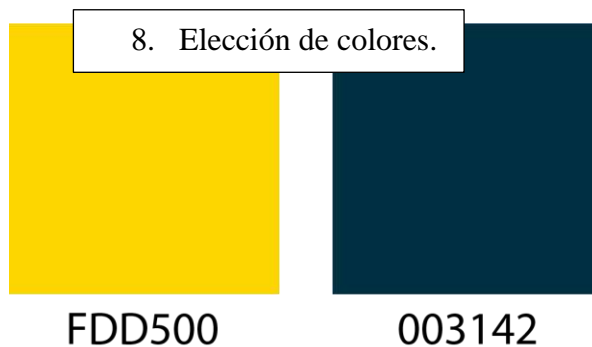
7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 17.



7. Elección de tipografía para título y párrafos.

Presentación de la tipografía utilizada en el catálogo impreso.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos. Figura 18.



Presentación de colores a utilizar en el catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar

A continuación, se presenta el resultado final de la propuesta elaborada a partir de la digitalización de los bocetos.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 19.



Propuesta final, portada del catálogo impreso.

Descripción.

La portada del catálogo muestra el título, logo e íconos para mostrar con claridad y estandarización la línea de diseño planteada para el proyecto.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 20.

Página interna #1

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 1 del catálogo impreso.

Descripción

La primera hoja interna muestra una pequeña reseña histórica de la empresa.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 21.

Página interna #2

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 2 del catálogo impreso.

Descripción

A partir de la página interna #2 se mostrará las fotografías de los productos y cada una tendrá un titular explicando que tipo de prendas que fueron bordadas.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 22.

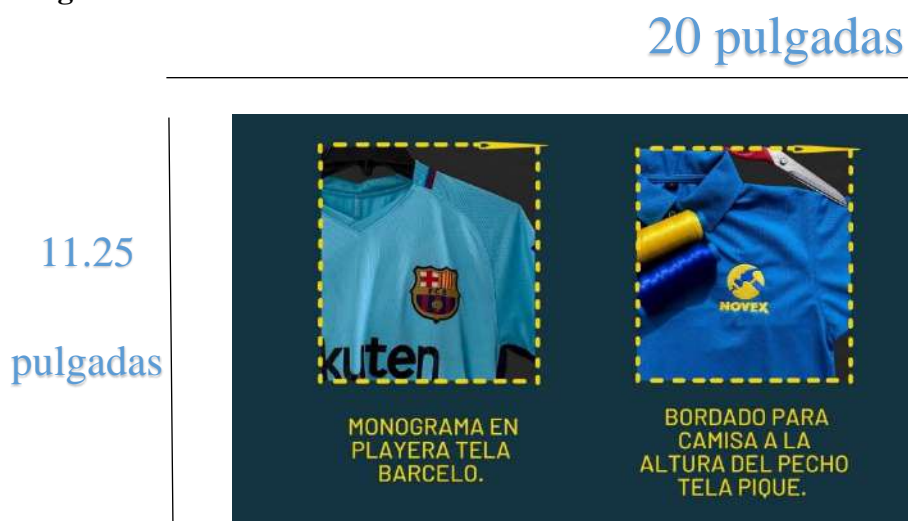
Página interna #3



Propuesta final página interna # 3 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 23.

Página interna #4



Propuesta final página interna # 4 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 24.

Página interna #5

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 5 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 25.

Página interna #6

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 6 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 26.

Página interna #7

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 7 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 27.

Página interna #8

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 8 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 28.

Página interna #9

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 9 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 29.

Página interna #10

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 10 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 30.

Página interna #11

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 32. del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 31.

Página interna #12

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 12 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 32.

Página interna #13

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 13 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 33.

Página interna #14

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 14 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 34.

Página interna #15

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 15 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 35.

Página interna #16

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 16 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 36.

Página interna #17

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 17 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 37.

Página interna #18

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 18 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 38.

Página interna #19

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 19 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 39.

Página interna #20

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 20 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 40.

Página interna #21

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 22 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 41.

Página interna #22

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 43 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 42.

Página interna #23

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 23 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 43.

Página interna #24

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 24 del catálogo impreso.

7.4. Propuesta preliminar. Figura 44.

Página interna #25

20 pulgadas

11.25
pulgadas



Propuesta final página interna # 25 del catálogo impreso.

CAPÍTULO VIII

VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

En el trabajo de investigación se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo para la efectividad que presenta el material diseñado en función de dar respuesta a los requerimientos de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

La herramienta que se utilizará es una encuesta de respuestas múltiples que será aplicada a cinco representantes de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados, cinco del grupo objetivo que se concentra en hombres y mujeres entre 20 y 60 años, ya sea con un nivel universitario a nivel licenciatura y maestría y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1. Población y muestreo

Población.

La población de la validación técnica se encuentra dividida en tres grupos: Cinco expertos, grupo objetivo que son estudiantes a nivel licenciatura, cinco clientes potenciales, y la propietaria de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

8.1.1. Expertos

La muestra estuvo conformada por cinco expertos en distintos campos de marketing, maestría administración de empresas y diseño gráfico.

- Ingrid Ordoñez - Mercadóloga, experta en Marketing
- Rafael Antonio Gutierrez Herrera - Experto en administración de empresas
- Carlos Antonio Jimenez Ramirez – Experto en diseño grafico
- Lourdes Donis -Experta en Comunicación

- Jennifer Fabiana Aguilar - Experta en diseño grafico

8.1.2. Cliente.

La muestra estuvo conformada por María del Carmen Urquizu Basegoda (Propietaria), Silvia Ernestina Urquizu Basegoda (secretaria), Cristian Hurberto Benjamin Hernández Urquizu (Digitalizador), Sandra Patricia Padilla (Recepcionista), Ana Zabaleta (Operaria).

8.1.3. Grupo objetivo.

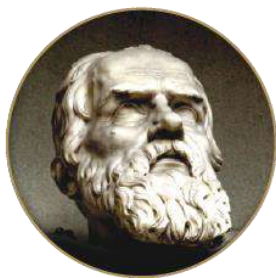
La muestra se presentó a personas que son estudiantes de nivel universitario y clientes potenciales.

8.2. Método e instrumentos.

El método utilizado en este proyecto es una encuesta, con el objetivo de observar el agrado o desagrado de las personas respecto al diseño del catálogo, dónde se aplicará la técnica cualitativa de la encuesta, que será tomado en cuenta según la base a porcentajes. El instrumento es una encuesta o cuestionario distribuido en tres partes:

- **Parte Objetiva:** Se evaluará todo a los objetivos que se quieren llegar con el proyecto con preguntas dicotómicas: Sí o no.
- **Parte Semiológica:** Se evaluará todo lo desarrollado con el diseño del proyecto, que establezca un mínimo de tres variables: Muy apropiado, poco apropiado o nada apropiado.
- **Parte Operativa:** Se evaluará todo lo relacionado con el contenido del catálogo y legibilidad, con respuestas variables y distintas como: Muy adecuada, medianamente adecuada o poco adecuada.

8.2.1. Instrumento de validación.



Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Tesis

Género: F/M

Experto:

Nombre:

Edad: _____

Cliente:

Profesión:

Grupo Objetivo:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Encuesta de Validación del Proyecto

DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA PRESENTAR MUESTRAS Y
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS QUE DEBEN DE TENER LAS IMÁGENES QUE
PUEDEN BORDARSE EN LA EMPRESA TEJIDOS Y BORDADOS COMPUTARIZADOS.

GUATEMALA, GUATEMALA, 2022.

Antecedentes:

Tejidos y Bordados Computarizados inicio su labor en el 1998 en la ciudad de Guatemala, sus inicios fueron de una empresa informal en la cual se realizaban tejido de punto en la cual elaboraban suéteres, faldas y blusas la cual era realizadas en máquina de tejer. Tejidos y Bordados Computarizados comenzó cuando surgió la idea de remplazar el tejido a bordados, a lo largo de los años que la empresa ha laborado se ha visto el crecimiento de ella poco a poco, la empresa se ha logrado mantener a lo largo del tiempo en la buenas y en las malas y espera seguir

funcionando para brindar a distintas personas excelentes bordados, así como seguir creciendo empresarialmente para poder brindar a las distintas personas oportunidades de trabajo.

En un acercamiento con la empresa Tejidos y Bordados Computarizados, se estableció que carecía de un catálogo de bordados que se realiza en la variedad de prendas.

Instrucciones:

En base con la información anterior, observe la pieza gráfica y según su criterio, se le agradecerá responder las siguientes preguntas.

Parte Objetiva

1. ¿Considera que es necesario recopilar información sobre el catálogo de la empresa para comunicar de manera efectiva a los clientes mediante el catálogo de Tejidos y Bordados Computarizados?

Sí No

2. ¿Considera que es necesario investigar todo lo relacionado sobre diseño digital, editorial semiología y software para diagramar, para así realizar el proyecto de diseño de catalogo impreso de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

Sí No

3. ¿Considera usted que es necesario realizar fotografía de los bordados para agregarlos al catálogo impreso, ya que, a través de ellas, los potenciales clientes tendrán una guía y clara visualización en detalle cada bordado?

Sí No

4. ¿Considera necesario seleccionar elementos de diseño para unificar el catálogo con la imagen visual de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

Sí No

5. ¿Considera que es necesario diagramar el catálogo impreso con una composición agradable a la vista del texto, imágenes y espacios y que transmita un mensaje de armonía a los clientes reales y potenciales de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

Sí No

Parte Semiológica

8. ¿Considera que el diseño del catálogo es?

Muy apropiado Poco apropiado Nada apropiado

9. ¿Considera que la aplicación de las imágenes es?

Muy adecuada Poco adecuada Nada adecuada

10. ¿Considera que la tipografía utilizada en el catálogo es?

Muy legible Poco legible Nada legible

11. ¿Considera que la aplicación de los títulos es?

Muy Adecuado Poco adecuado Nada adecuado

Parte Operativa

12. ¿Considera que los colores utilizados en el catálogo son?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

13. ¿Según su criterio el contenido del catálogo es?

Muy útil Poco útil Nada útil

14. ¿Considera que el tamaño de anchura: 20 pulgadas y de altura: 11?25 pulgadas del catálogo es?

Muy adecuado Poco adecuado Nada adecuado

15. ¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del catálogo?

Muy apropiado Poco apropiado Nada apropiado

16. ¿Considera que el manual es?

Muy útil Poco útil Nada útil

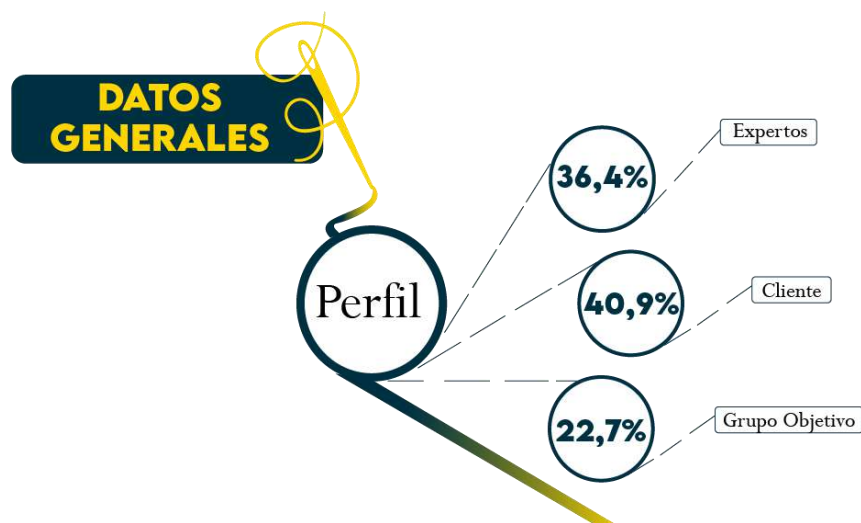
Observaciones

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta, si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica que considere necesaria y que esté orientada a mejorar la efectividad del catálogo puede hacerlo en el siguiente espacio:

Gracias por el tiempo dedicado y contribuir al proyecto de tesis Diseño de Catalogo para dar a conocer a clientes reales y potenciales el servicio que ofrece Tejidos y Bordados Computarizado. Guatemala, Guatemala, C.A. 2022". Su apreciable opinión será muy valiosa en la realización de cambios en este proyecto.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 5.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

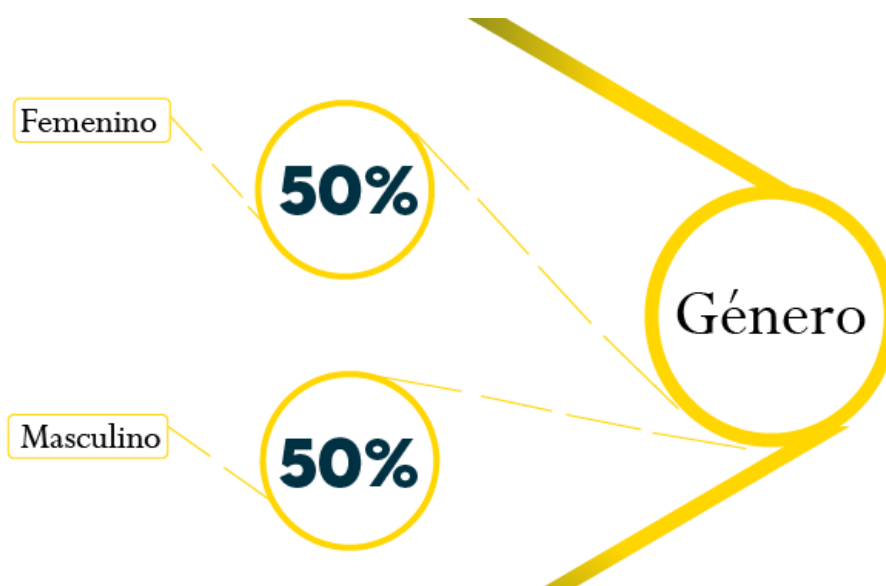


Datos generales, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 6.

Interpretación:

En la grafica número 1, del 100% de la población encuestada, el 36.4% está conformado por el grupo de expertos, el 40.9% por los clientes en la empresa de Tejidos Y Bordados Computarizados y el 56.6% por el grupo objetivo, estudiantes a nivel licenciatura o maestría.

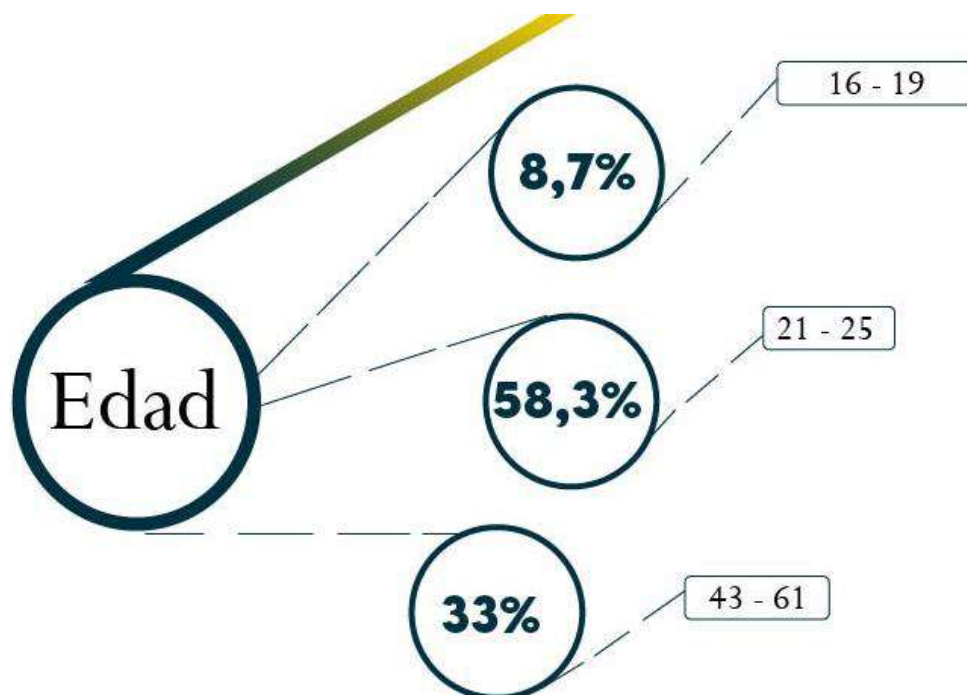


Datos generales, resultados de genero en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 7.

Interpretación:

En la gráfica número 2, del 100% de la población encuestada, el 50% fue formado por público femenino y 50% público masculino.

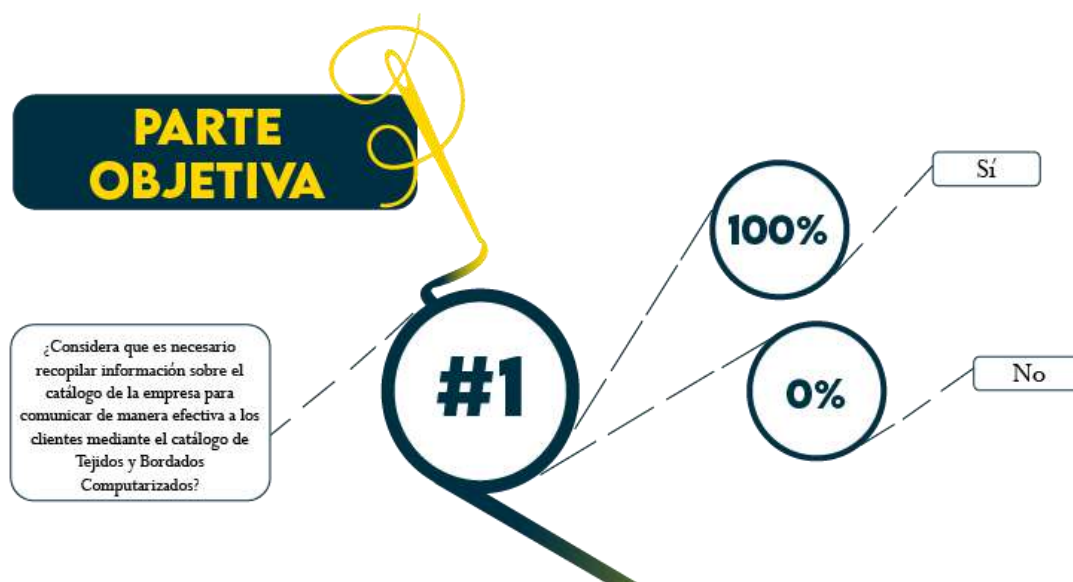


Datos generales, resultados de las edades en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 8.

Interpretación:

En la gráfica número 3, del 100% de la población encuestada, el 41.1% esta conformada por personas en el rango de edad 16 años y 30 años de edad y el 27% esta conformada por personas en el rango de edad de 43 a 53 años de edad.



Datos objetiva, resultados en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 9.

Interpretación:

En la gráfica número 4, del 100% de la población encuestada, 100% considera necesaria recopilar información sobre el catálogo de la empresa para comunicar de manera efectiva a los clientes mediante el catálogo de Tejidos y Bordados Computarizados.



Datos generales, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 10.

Interpretación:

En la gráfica número 5, del 100% de la población encuestada, el 100% considera necesario investigar todo lo relacionado sobre diseño digital, editorial semiología y software para diagramar, para así realizar el proyecto de diseño de catalogo impreso de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

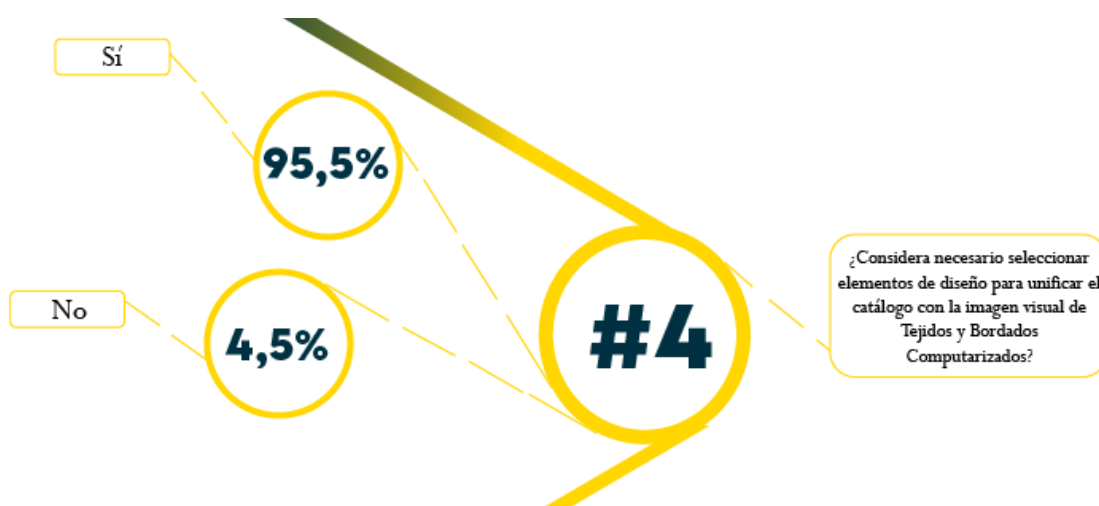


Datos generales, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 11.

Interpretación:

En la gráfica número 6, del 100% de la población encuestada, 95,5% considera necesario realizar fotografías e los bordados para agregarlos al catálogo impreso y el 4,5% considera que no es necesario.

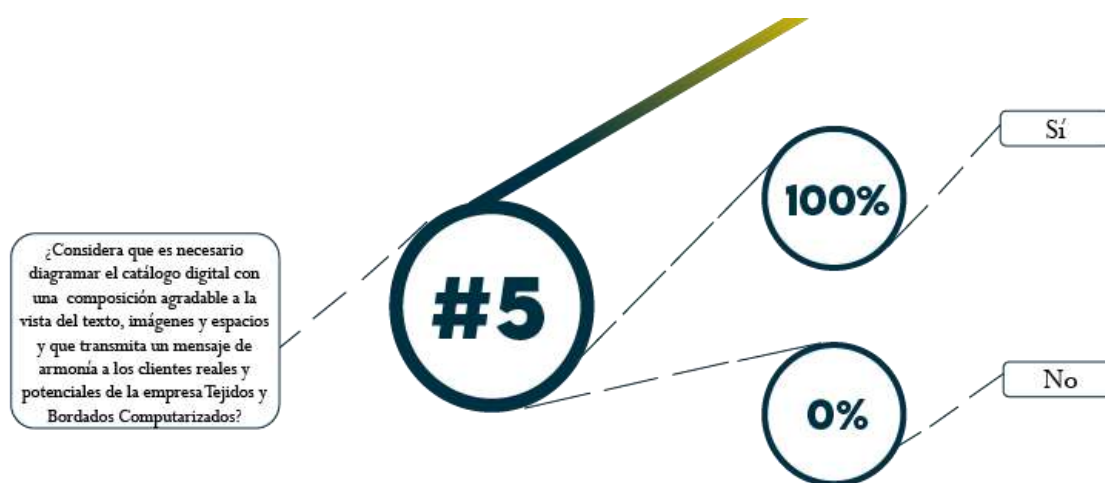


Datos generales, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 12.

Interpretación:

En la gráfica número 7, del 100% de la población encuestada, 95,5% considera necesario seleccionar elementos de diseño para unificar el catálogo con la imagen visual de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados y el 4,5% considera que no es necesario.

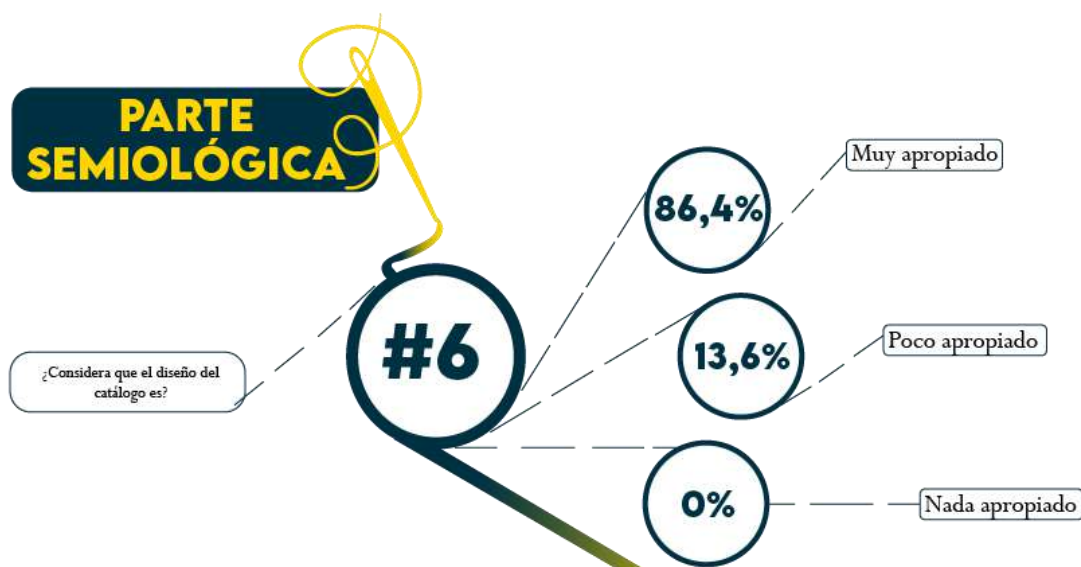


Datos generales, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 13.

Interpretación:

En la gráfica número 5, del 100% de la población encuestada, el 100% considera necesario diagramar el catálogo impreso con una composición agradable a la vista del texto, imágenes y espacios y que transmita un mensaje de armonía a los clientes reales y potenciales de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

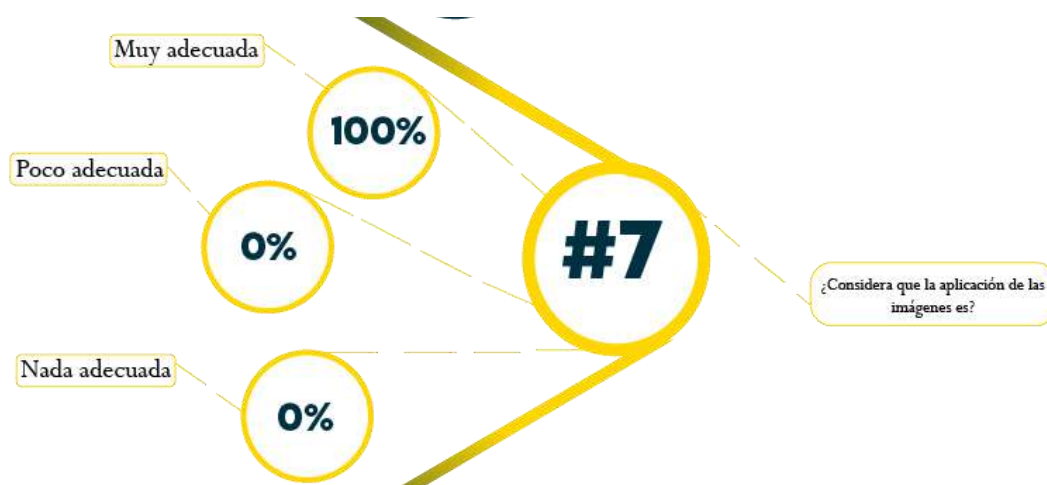


Datos semiológica, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 14.

Interpretación:

En la gráfica número 11, de 100% de la población encuestada, 86,4% considera apropiado el diseño del catálogo y el 13,6% considera poco apropiado.

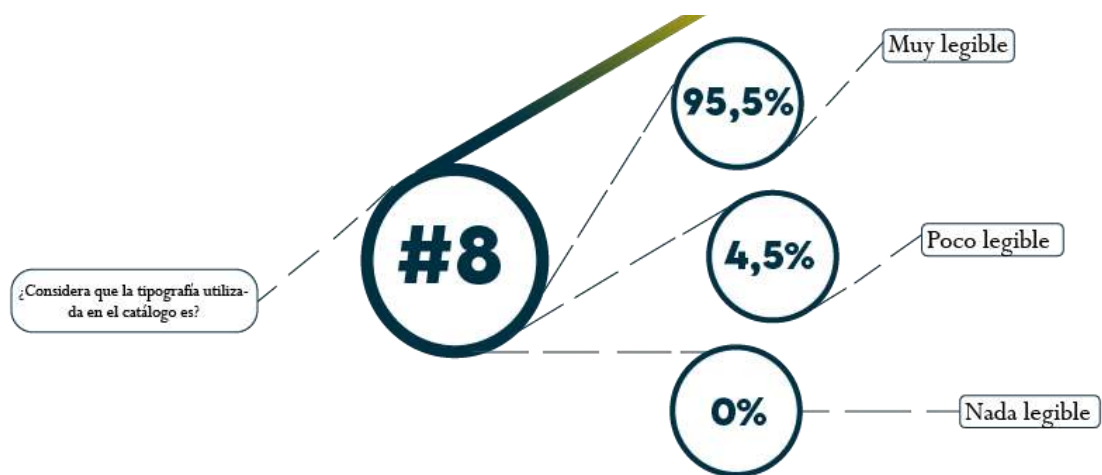


Datos semiológica, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 15.

Interpretación:

En la gráfica número 12, del 100% de la población encuestada, el 100% considera adecuada la aplicación de las imágenes.

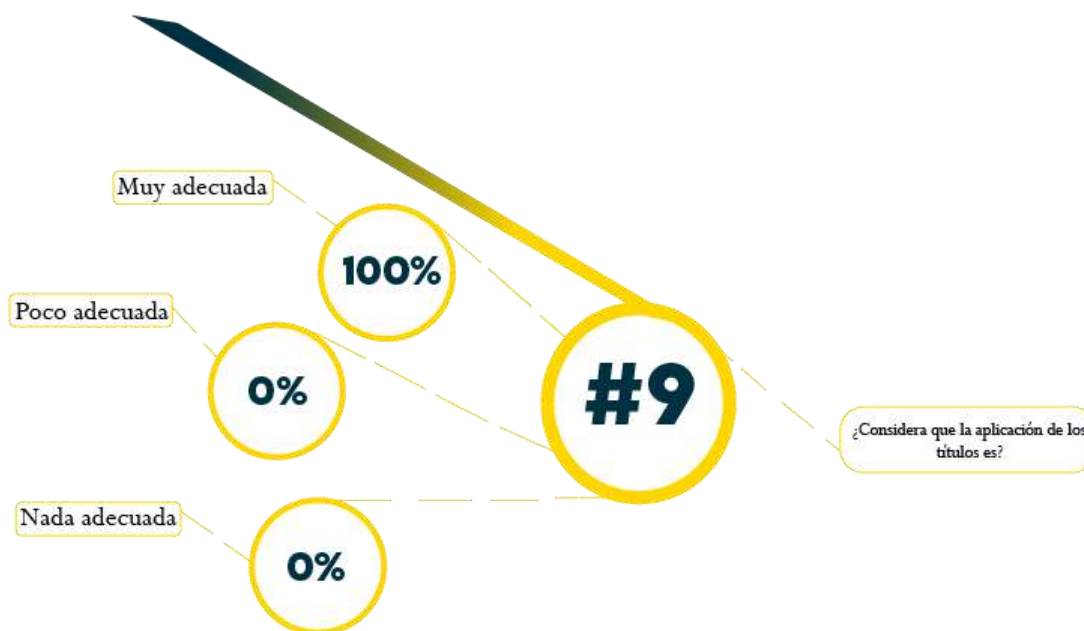


Datos semiológica, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 16.

Interpretación:

En la gráfica número 13, del 100% de la población encuestada, 95,5% considera legible la tipografía utilizada en el catálogo y el 4,5% considera poco legible.

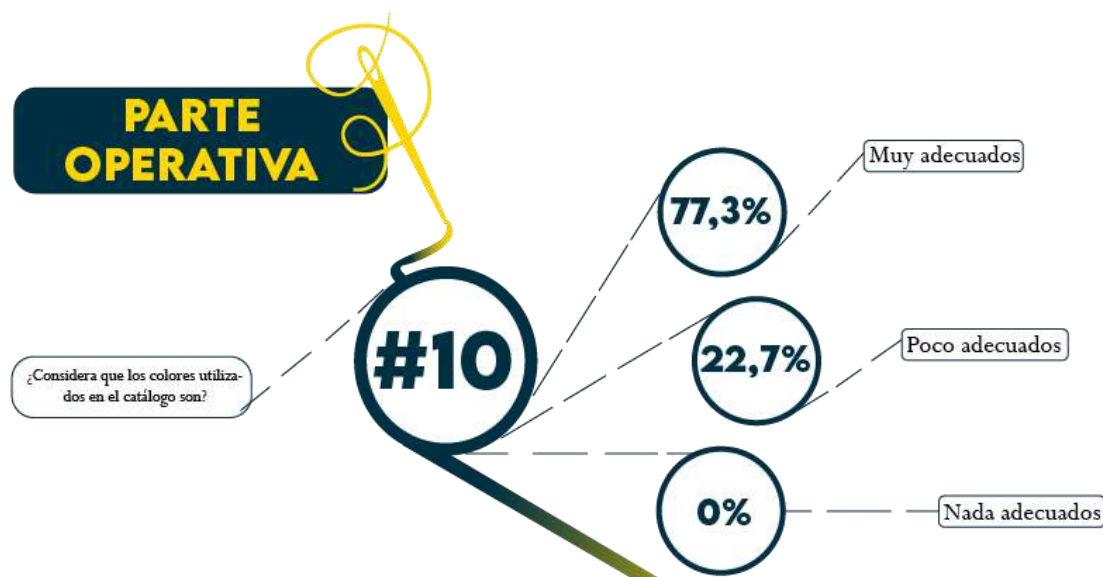


Datos semiológica, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 17.

Interpretación:

En la gráfica número 14, del 100% de la población encuestada, el 100% considera muy adecuada la aplicación de los títulos.

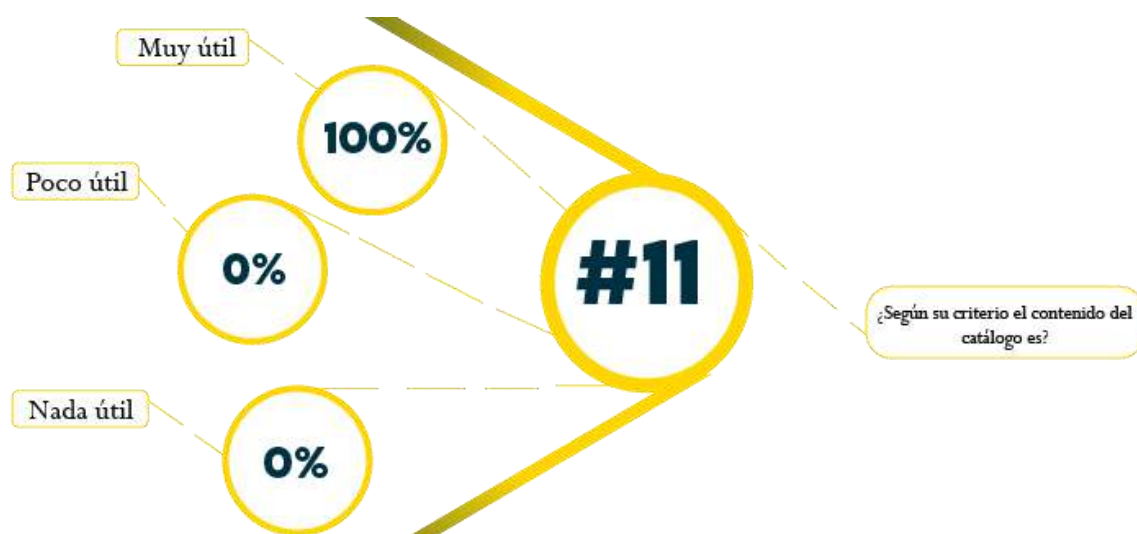


Datos operativa, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 18.

Interpretación:

En la gráfica número 15, del 100% de la población encuestada, 77,3% considera muy adecuados los colores utilizados en el catálogo y 22,7% considera poco adecuados.

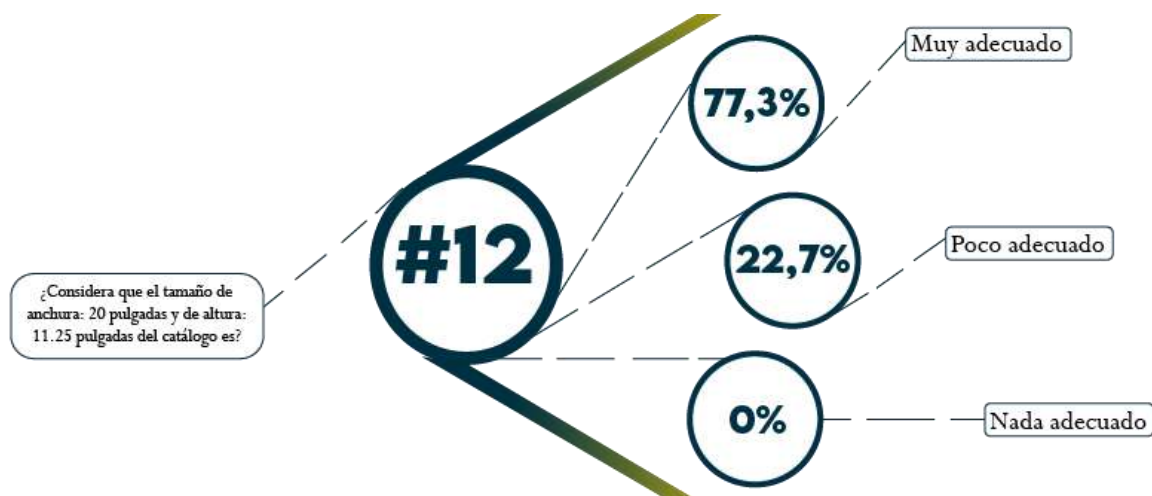


Datos operativa, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 19.

Interpretación:

En la gráfica número 16, del 100% de la población encuestada, el 100% considera muy útil el contenido del catálogo.

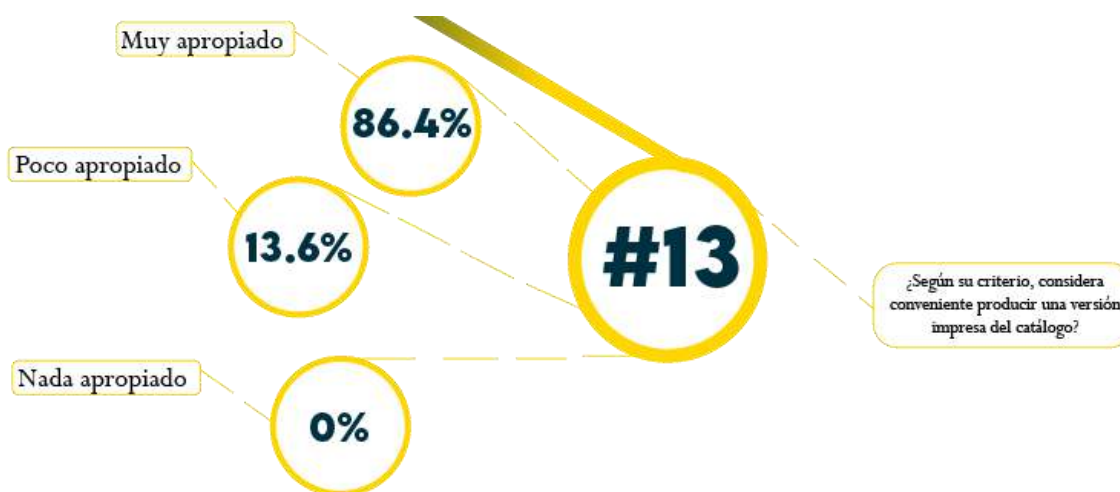


Datos operativa, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 20.

Interpretación:

En la gráfica número 17, del 100% de la población encuestada, 77,3% considera muy adecuado el tamaño del catálogo y 22, 7% considera poco adecuado.



Datos operativa, resultados de los perfiles en la encuesta.

8.3. Resultados e interpretación de resultados. Gráfica 21.

Interpretación:

La mayoría de las observaciones se tomaron en cuenta para los cambios del proyecto.

Observaciones

7 respuestas

Hola, considero que en el logotipo el uso de la tipografía puede ser poco conveniente, ya que a la hora de aplicarlo ya sea en un bordado o en un área donde sea pequeña se pierde porque tiene mucho adorno, y así puede que sea difícil que el logotipo sea funcional, adicional el diseño de marco que cubre cada fotografía se mira un poco cargado, en cuanto la numeración, abría que ajustarlo para que queden bien a la hora de que se imprima y se compagine, es decir que los números queden en el lado exterior de la hoja y reducirlo un poco ya que si quedan un poco grande el tamaño de los numero ya impreso, el texto de cada fotografía solo evalúa si a la hora de impresión no esta muy grande, la información de la contra portada podría reducir los iconos de f, E-mail, y teléfono a la altura de la información correspondiente para que estos iconos no se vean mas grande que la información, reducir el logo un poco. Espero que sea de ayuda mis comentarios, Saludos.

Buen trabajo! Felicidades y ánimo!

1) La numeración de páginas está incorrecta 2) considero que el número de página es demasiado grande 3) los pies de foto, aunque ese es el punto importante, son demasiado grandes 4) el contorno de cada foto es demasiado llamativo, no debe ser el punto focal más importante sino las fotografías, tampoco da mayor explicación. 4) el tamaño así a doble página para ser visto en un celular es incorrecto, no se puede apreciar bien el material, considerar un formato más vertical.

Observaciones

7 respuestas

Buen trabajo! Felicidades y ánimo!

1) La numeración de páginas está incorrecta 2) considero que el número de página es demasiado grande 3) los pies de foto, aunque ese es el punto importante, son demasiado grandes 4) el contorno de cada foto es demasiado llamativo, no debe ser el punto focal más importante sino las fotografías, tampoco da mayor explicación. 4) el tamaño así a doble página para ser visto en un celular es incorrecto, no se puede apreciar bien el material, considerar un formato más vertical.

El comentario principal sería que para algunas personas es un poco difícil leer el texto sobre un fondo oscuro, solo le recomiendo evaluar eso.

Quizá disminuir sólo un poco el tamaño de la fuente en la descripción de cada foto, y los "hilos" de los marcos que sean más pequeños, de manera que se vean más líneas simulando un tejido. (:

FELICITACIONES.

FELICIDADES SI SE INFORMO MUY ADECUADAMENTE DE LO QUE ES EN SI LA FABRICA

Observaciones que se tomaron en cuenta en el proyecto.

8.4. Cambios en base a los resultados.

8.4.1 Antes y después.

• Tipografía

En la tipografía se realizaron leves cambios por parte del cliente, por lo tanto, se optó en cambiar tipografía Barlow Bold a Barlow Medium tomando en cuenta a la familia de la tipografía ya seleccionada. Se realizó este cambio con el objetivo de mejorar legibilidad.

8.4.1 Antes y después. Figura 45.



Antes y después del cambio de tipografía.

- **Numeración de las páginas**

En la numeración de páginas se disminuyó el tamaño para mejor visualización y se compagine.

8.4.1 Antes y después. Figura 46.



Antes y después el diseño del marco en las fotografías.

- **Marco de las fotografías y fondos**

En cada marco de la fotografía se realizaron los siguientes cambios:

- El fondo oscuro cambió a claro en algunas fotografías para visualizar las prendas.
- El marco de las fotografías se redujo.

8.4.1 Antes y después. Figura 47.



Antes y después del fondo para las fotografías.

- **Tamaño del formato**

Se optó el cambio del formato tamaño carta a media carta, como presentación original y adecuada, para aprovechar a la vez al máximo los materiales de impresión de acuerdo al presupuesto destinado.

8.4.1 Antes y después. Figura 48.



Antes y después del tamaño del formato para el catálogo impreso.

8.4.2. *Justificación por los cambios realizados.*

- **Cambios sugeridos por parte de expertos y cliente**

Se realizaron los cambios gracias a la posterior validación técnica, fueron sugeridos en su mayoría, por el grupo de expertos y el cliente. Es muy importante como diseñador tomar en cuenta los comentarios, ya que con eso nos ayuda a mejorar el proyecto final y realizar su función correctamente que es llegar a más clientes e informarlos.

- **Cambios sugeridos por parte del grupo objetivo**

Por parte del grupo objetivo no comentaron nada acerca del proyecto.

CAPÍTULO IX

DESCRIPCIÓN DE PROPUESTA FINAL

Capítulo IX. Descripción de propuesta final

La propuesta final está conformada en un documento PDF, incluye 26 páginas, tomando en cuenta también la portada y la contraportada. En el catálogo se realizaron los cambios que anteriormente se mencionaron, en la cual se cambió tipografía, tamaño de la numeración de páginas, el marco de cada fotografía, fondo y el tamaño del formato que es ahora 11 pulgadas x 8,5 pulgadas.

9.1. Fundamentación concepto de diseño

Se realizará dos conceptos a utilizar gracias a dos técnicas creativas como es el caso de los mapas mentales e inspiración desde los colores se generaron los siguientes conceptos:

- Tejidos y Bordados Computarizados, siempre bordando con calidad.
 - Bordados de calidad.
- Tejidos y Bordados Computarizados, el reflejo del amor al arte del bordado.
 - Amor al arte del bordado en Guatemala.
 - Representación a la calidad del bordado.
 - Orgullo a base del esfuerzo y compromiso.
- Tejidos y Bordados Computarizados, trabajando con compromiso y pasión por el bordado.
 - Empeño por el bordado industrial.
 - Empeño y calidad hacia el bordado industrial.
- Trabajo con pasión y calidad en el área del bordado industrial.

El concepto a utilizar es “Empeño y calidad hacia el bordado industrial” ya que la empresa se enfoca mucho para representar el empeño y calidad en cada trabajo que reciben de parte de sus clientes potenciales, por lo que, para continuar con la unión se opta por dicha idea conceptual. Se realizará un mapa conceptual con el objetivo de tener una idea clara de lo que se quiere definir y diseñar en el proyecto.

Forma:

En este proyecto se aplicará la estructura cuadrada, ya que nos permite estabilidad, seguridad y equilibrio. Es apropiado para maquetar elementos gráficos tanto en vertical como en horizontal. Pero nos transmite dureza y elegancia.

9.1. Fundamentación concepto de diseño Figura 49.



Catálogo Tejidos y Bordados Computarizados



Figura Geométrica: Rectangular

9.1. Fundamentación concepto de diseño Figura 50.

Colores:



Colores utilizados para el catálogo impreso.

El principal color que se utilizó es azul marino y amarillo para el catálogo, ya que son los principales colores que están en tendencias el presente año. El amarillo ayudará a resaltar más el título de cada producto mientras que el azul marino se le aplicará en el fondo para resaltar el amarillo.

9.1. Fundamentación concepto de diseño Figura 51.



Mostración de los colores aplicados en el catálogo impreso.

Tipografía.

La tipografía que se aplicó en el catálogo es barlow bold con el objetivo de representar modernidad y legibilidad. Se optó por letras mayúsculas en cada título de producto para ser legible al momento de leer.

9.1. Fundamentación concepto de diseño Figura 52.

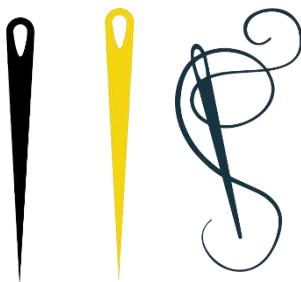


Tipografía usada en el catálogo impreso.

Símbolo.

En este proyecto opté por agregarle símbolos, en la portada y para marco de fotos, ya que el objetivo del catálogo es mostrar más los productos y no los símbolos.

9.1. Fundamentación concepto de diseño. Figura 52.



Iconos utilizados en el catálogo impreso.

Al ser un catálogo para la empresa Tejidos y Bordados Computarizados siendo una empresa dedicada a los bordados, se decidió hacer los símbolos con agujas que representa el bordado.

Maquetación

La maquetación estará compuesta por las guías invisibles donde se colocará los elementos de la publicación, está estructurada por los márgenes en la parte exterior de la retícula. En ella definiremos las columnas, la medida de línea, las cajas de imagen, la paginación y textos. Existen dos tipos de maquetación, clásico y moderno. En este proyecto se utilizará la maquetación estilo moderno, desarrollado a principios del siglo XX, se caracteriza porque los márgenes ya no son tan importantes y donde entran a formar parte de una página asimétrica y dinámica la tipografía.

9.1. *Fundamentación concepto de diseño Figura 53.*



Maquetación utilizada en el catálogo impreso.

9.2. Propuesta gráfica final.

Portada del catálogo.

9.2. Propuesta gráfica final. Figura 54.

8 pulgadas

10

pulgadas



Propuesta gráfica final de la portada.

9.2. Propuesta gráfica final. Figura 55.

Página interna #1

8 pulgadas

10

pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #1.

9.2. Propuesta gráfica final. Figura 56.

Página interna #2

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #2.

9.2. Propuesta gráfica final. Figura 57.

Página interna #3

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #3.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 58.*

Página interna #4

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #4.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 59.*

Página interna #5

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #5.

9.2. Propuesta gráfica final. Figura 60.

Página interna #6

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #6.

9.2. Propuesta gráfica final. Figura 61.

Página interna #7

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #7.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 62.*

Página interna #8

8

10
pulgada



Propuesta gráfica final de la página interna #8.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 63.*

Página interna #9

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #9.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 64.*

Página interna #10

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #10.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 65.*

Página interna #11

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #11.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 66.*

Página interna #12

8

10
pulgada



Propuesta gráfica final de la página interna #12.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 67.*

Página interna #13

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #13.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 68.*

Página interna #14

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #14.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 69.*

Página interna #15

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #15.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 70.*

Página interna #16

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #16.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 71.*

Página interna #17

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #17.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 72.*



Propuesta gráfica final de la página interna #19.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 73.*



Propuesta gráfica final de la página interna #20.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 74.*

Página interna #21

8

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #21.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 75.*

Página interna #22

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #22.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 76.*

Página interna #23

8 pulgadas

10

pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #24.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 77.*

Página interna #24

8 pulgadas

10

pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #24.

9.2. *Propuesta gráfica final. Figura 78.*

Página interna #25

8 pulgadas

10
pulgadas



Propuesta gráfica final de la página interna #25.

CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y
DISTRIBUCIÓN

Capítulo X. Producción, reproducción y distribución.

A continuación, el desarrollo de los diferentes cuadros de costos del proyecto.

10.1. Plan de costos de elaboración.

Durante la etapa de elaboración del proyecto, se trabajaron 54 horas en total de martes a sábado durante 6 semanas. El precio por hora trabajada es de Q25.00.

10.1. Plan de costos de elaboración. Tabla 2.

Cantidad de horas	Descripción	Valor hora	Sub total
10 horas	Bocetaje Preliminar	Q 25.00	Q 250.00
7 horas	Bocetaje Formal	Q 25.00	Q 175.00
5 horas	Proceso Creativo	Q 25.00	Q 125.00
20 horas	Investigación	Q 25.00	Q 500.00
		Total	Q 1,359.00

Plan de costos de elaboración en el proyecto realizado.

10.2. Plan de costos de producción.

Durante la etapa de producción del proyecto, se trabajaron 120 horas, que incluye la digitalización de la propuesta hasta la propuesta final del catálogo.

10.2. Plan de costos de producción. Tabla 3.

Cantidad de horas	Descripción	Valor hora	Sub total
20 horas	Digitalización propuesta preliminar	Q 25.00	Q500.00
20 horas	Digitalización propuesta final	Q 25.00	Q500.00
40 horas	Fotografías	Q 25.00	Q1,000.00
40 horas	Diagramación del catálogo	Q 25.00	Q1,000.00
		Total	Q3,000.00

Plan de costos de producción en la realización del proyecto.

10.3. Plan costos de reproducción.

El proyecto realizado será utilizado en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados con una previa referencia al bordar prendas, por lo que se solicitaron cotizaciones a imprentas para conocer el costo de la impresión del catálogo.

10.3. Plan costos de reproducción. Tabla 4.

Costos de reproducción	
Costo total del catálogo	Q 196.50

Plan de costos de reproducción en la realización del proyecto.

10.4. Plan costos de distribución.

La distribución del catálogo es totalmente gratuita por lo cual no tiene costos de distribución.

10.4. Plan costos de distribución. Tabla 5.

Costos de distribución			
Cantidad de horas	Descripción	Valor hora	Sub total
0 horas		Q 0.00	Q 0.00
		Total	Q 0.00

Plan costos de distribución en la realización del proyecto.

10.5. Margen de utilidad.

10.5. Margen de utilidad. Tabla 6.

Plan de costos de elaboración	Q 1,350.00
Plan de costos de producción	Q 3,000.00
Plan costos de reproducción	Q 196.50
Plan costos de distribución	Q 0.00
Total de costos	Q 4,546.50
Margen 20%	Q 909.3

Margen de utilidad, suma de todos los planes de costos.

10.6. IVA.*10.6. IVA. Tabla 7.*

IVA 12%	Q 545.58
----------------	-----------------

IVA incluido en el proyecto.

Al total de los costos se le incluyó un 20% de utilidad, además del Impuesto al Valor Agregado IVA (12%) impuesto establecido por la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) del régimen del pequeño contribuyente.

10.6. IVA. Tabla 8.

Plan de costos de elaboración	Q 1,350.00
Plan de costos de producción	Q 3,000.00
Plan costos de reproducción	Q 783.48
Plan costos de distribución	Q 0.00
Margen 20%	Q 909.30
Subtotal	Q 6,042.78
IVA 12%	Q 545.58
Total	Q 6,588.36

Suma de plan de costos incluido el IVA.

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI. Conclusiones y recomendaciones

11.1. Conclusiones.

Se concluyó que fue necesario el diseño de catálogo impreso para presentar muestras y características específicas que deben tener las imágenes que pueden bordarse en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

Se recopiló información de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados a través de los miembros de la organización para así crear una propuesta funcional y original.

Se tomó en cuenta la selección de software para realizar el proyecto de diseño del catálogo de la empresa Tejidos y Bordados Computarizado.

Fue indispensable la realización de las fotografías de los bordados para agregarlos al catálogo, ya que, a través de ellas, los potenciales clientes tendrán una guía rápida y clara visualización en detalle del bordado.

Se concluyó que fue necesario seleccionar los elementos básicos de diseño para unificar la imagen gráfica del catálogo.

11.2. Recomendaciones.

Es recomendable que el catálogo respete los colores, imagen e identidad visual de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados. Para mantener la uniformidad en el muestrario en todas las publicaciones. De esta forma, los clientes sabrán reconocer la marca y podrán diferenciarla de la competencia.

Las fotografías son el elemento principal, pues con ellas los clientes se harán una idea del bordado a realizar en las prendas. Por eso, se recomienda que las fotos sean nítidas y tengan buena luz, que muestren todas sus características, hasta los pequeños detalles.

Se sugiere conseguir información de las descripciones, el nombre del producto, otros datos básicos como calidad y tipo de materiales a utilizar.

Se aconseja facilitarle al cliente el catálogo de la empresa para la utilización adecuada de los materiales de acuerdo al tipo de bordado que requiere.

CAPÍTULO XII

CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII. Conocimiento general

Capítulo XII. Conocimiento general. Figura 55.



Infografía del conocimiento general aplicado en el proyecto.

CAPÍTULO XIII

REFERENCIAS

Capítulo XIII. Referencias

13.1. Referencias bibliográficas.

13.2. Biblioweb.

Adrián, Y. (16 de marzo de 2021). *Concepto Definición*. Obtenido de Concepto Definición:

<https://conceptodefinicion.de/comunicacion/>

Andrés, D. Z. (s.f.). *Introducción al diseño editorial*. España : Editorial Visión Net.

Checa, M. M. (Abril 2010). *Orígenes de la identidad corporativa*. Madrid: Técnica Industrial .

Obtenido de Wordpress.

Definicion. (2008). *Definicion* . Obtenido de Definicion : <https://definicion.de/>

Delsol, S. (s.f.). *Software Delsol*. Obtenido de Software Delsol:

<https://www.sdelsol.com/blog/pymes/tipos-de-comunicacion-en-la-empresa/>

EsDesign. (2021). *EsDesign*. Obtenido de EsDesign: <https://www.esdesignbarcelona.com/>

Española, R. A. (3 de Agosto de 1713). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia

Española: <https://www.rae.es/>

Etecé, E. (2013). *Concepto* . Obtenido de Concepto : <https://concepto.de/quienes-somos/>

GCFGlobal. (1998). *GCFGlobal*. Obtenido de GCFGlobal: <https://edu.gcfglobal.org/es/>

Inzone, P. (s.f.). *Inzone*. Obtenido de Inzone: <https://www.inzonedesign.com/>

Maceira, J. (26 de noviembre de 2020). *mauna media*. Obtenido de mauna media:

<https://www.maunamedia.com/>

Manrhufe, M. (s.f.). *Intelecto Universal* . Obtenido de Intelecto Universal :

<https://intelectouniversal.com/marketing/disenio-digital/>

Mique, E. e. (s.f.). *Mique* . Obtenido de Mique : <https://www.mique.es/estudio-diseno-grafico/>

Peiró, R. (2012). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/>

Ramos, E. (s.f.). *Surtidora Gráfica* . Obtenido de Surtidora Gráfica :

<https://www.surtigraf.com/es/quienes-somos/>

Sánchez, J. L. (2014). *Iconología simbólica en los bordados populares toledanos*. Madrid:

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

school, e. b. (s.f.). *eserp business y law school* . Obtenido de eserp business y law school :

https://es.eserp.com/articulos/que-es-comunicacion-corporativa/?_adin=0745158545

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

14.1. Anexo 1. Definición de tema diseño de catálogo impreso para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.



TALLER No.1: DEFINICIÓN DE TEMA

Apellidos: Urquiza Basegoda Nombres: Cecilia Izabel

No. De Carné: 18001313 Sección: A4 Asesor (a): Wendy Roxana Franco Higueros

¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUE?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Diseño.	Catálogo impreso.	para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse.	Para la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

Redacción de tema:

Diseño de catálogo impreso para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados, Ciudad de Guatemala. 2021.

14.2. Anexo 2. Taller de desarrollo de requerimiento Diseño de catálogo impreso para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.



TALLER No. 2: DESARROLLO DE REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita.

¿Para quién?	Elegir una de las siguientes:	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?
Para la empresa Tejidos y Bordados Computarizados	No se cuenta con	<i>Diseño de catálogo impreso</i>	<i>catálogo impreso/</i>	<i>para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse</i>

	No se tiene			
	Se carece de			
	No hay			
	Hace falta			

Ejemplo: La empresa Tortas Mila carece de un catálogo digital para informar a los clientes reales y potenciales de los pasteles.

Nota importante: El Requerimiento de Comunicación y Diseño debe ir acorde al tema del proyecto de graduación

Requerimientos finales:

La empresa Tejidos y Bordados Computarizados carece de diseño de catálogo para dar a conocer a los clientes los tipos de bordados que se pueden hacer en diversas prendas.

14.3. Anexo 3. Taller de desarrollos de objetivos del diseño de catálogo impreso para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.



TALLER No. 2: DESARROLLO DE REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO


Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita.

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para Quién?
General	Diseño de catálogo impreso para presentar muestras y características específicas que deben de tener las imágenes que pueden bordarse en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados. Guatemala, Guatemala, 2022.	Diseño	catálogo impreso.	Para definir la identidad Visual del catálogo.	Para la Empresa Tejidos y Bordados Computarizados.


3.1 Específico	Recopilar información sobre acerca del catálogo de la empresa de manera efectiva a los clientes mediante el catálogo de Tejidos y Bordados Computarizados	Investigar	A través de documentos o páginas web de diseño	Para realizar la digitalización del catálogo.	Para la Empresa Tejidos y Bordados
3.2 Específico	Investigar todo lo relacionado sobre diseño digital, editorial, semiología y software para diagramar.	Investigar	A través de documentos o páginas web de diseño digital, editorial, semiología y software para diagramar.	Para informarse bien a la hora de realizar el catalogo impreso.	Para la Empresa Tejidos y Bordados
3.3 Específico	Realizar fotografías de los bordados para agregarlos al catálogo.	Fotografías	A través de un estudio fotográfico.	Para que, a través de ellas, los potenciales clientes tendrán una guía rápida y clara visualización en detalle del bordado	Para la Empresa Tejidos y Bordados
3.4 Específico	Seleccionar los elementos de diseño para unificar el catálogo con la imagen visual de Tejidos y Bordados Computarizados.	Elaboración	A través de bocetos.	Para comprender la identidad visual del catálogo.	Para la Empresa Tejidos y Bordados

3.5. Específico	Diagramar el catálogo impreso con una composición agradable a la vista del texto, imágenes	Diagramar en programas para diseño.	Para tener una composición agradable a la vista del texto, imágenes y espacios y que trasmite un mensaje de armonía a los clientes reales y potenciales de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados	Para agregar tipografía Legible.	Para la Empresa Tejidos y Bordados
----------------------------	--	--	---	----------------------------------	--

14.4. Anexo 4. Brief.



BRIEF



BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Cecilia Izabel Urquiza Basegoda

No. de Carné: 18001313 Celular: (502) 5587-1810
 Email: cecilia.urquiza@galileo.edu

Proyecto: Diseñar un catálogo para especifica que tipo de prendas se deben de bordar y las características específicas que deben de tener los logos para que la empresa pueda bordarlos sin problema en la empresa Tejidos y Bordados Computarizados.

DATOS DEL CLIENTE

Nombre del cliente (empresa) : Tejidos y Bordados Computarizados
Dirección: 5ta. Avenida "A" 13-31 zona 9
Email: tejidosybordadoscomputarizados@gmail.com **Tel:** 4286-8025
Contacto: María del Carmen Urquiza Basegoda **Celular:** 4802-4225
Antecedentes: Tejidos y Bordados Computarizados es una empresa guatemalteca fundado en el año 1988, que brinda el servicio de bordado profesional en diferentes tipos de prendas y uniformes. Cuenta con el departamento de diseño y digitalización para brindar un servicio de alta calidad, cuenta con personal técnicamente capacitado y especializado para la excelencia en los bordados.
Oportunidad identificada: La empresa Tejidos Y Bordados Computarizados cuenta con una página de Facebook e Instagram, en las cuales se observan algunas fotografías de sus productos.

DATOS DEL CLIENTE

Misión: Buscamos ofrecer a los distintos clientes bordados de calidad que representen nuestro trabajo como profesionales cuidando siempre la atención al detalle.

Visión: Permanecer como una empresa atenta al detalle y preservar nuestra calidad y experiencia en el mundo de los bordados, conduciéndonos hacia un crecimiento laboral y tecnológico.

Delimitación geográfica: Ciudad de Guatemala

Grupo objetivo: Nuestro grupo objetivo está guiado a las pequeñas y grandes empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir.

Principal beneficio al grupo objetivo: Es ofrecer a nuestros clientes potenciales una referencia clara y ampliar la perspectiva a través del catálogo.

Competencia: Vestex Guatemala, El Rosario, Rahtex, Ale, Uniformes de Guatemala, Nina Caps y Romatextil.

Posicionamiento: Telidos y Bordados Computarizados se enfoca principalmente en ofrecer bordado de alta calidad y con precios muy accesibles.

Factores de diferenciación: Telidos y Bordados Computarizados ofrece servicio de bordado en diferentes tipos de prenda.

Objetivo de mercadeo: Sostener una comunicación constante con los clientes como herramienta para tener una participación destacada en el mercado.

Objetivo de comunicación: Catálogo para presentar diferentes tipos de bordado.

Mensajes claves a comunicar: Excellencia en el servicio de bordado

Estrategia de comunicación: Presentar el catálogo mediante las redes sociales de la empresa, así como en forma presencial a los clientes según lo requiera la necesidad.

Reto del diseño y trascendencia: El mayor reto del catálogo es ser una fuente confiable, que de clara información sobre cada detalle y características relevantes que requiere un bordado por medio de imágenes.

Materiales a realizar: Softwares de diseño.
Estudio de fotografía.

Presupuesto: Para llevar a cabo el proyecto se contará con la colaboración de la empresa.

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores:

Color dorado: D3AF5F

Color azul: 02C0BE

Tipografía: Dancing
 Script

Forma: Las características principales del logotipo de Tejidos y Bordados Computarizados son las letras iniciales de tipografía elegante realizadas y modificadas con el objetivo de representar una empresa de bordados ejemplar y responsable

LOGOTIPO



Carmen Urquiza

Maria del Carmen Urquiza Basegoda
 (Propietaria)

Cecilia Urquiza

Cecilia Isabel Urquiza Basegoda
 Carnet: 18001313

14.5. Anexo 5. Tabla de niveles socio económicos 2015/ Multivex.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q81,200.00	Q25,800.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores en escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios, área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio, área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarias y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarias y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo ries go, 4x4, Van, Lancha, moto acuaticos, moto, helicóptero, avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo ries go, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadora, internet, porton eléctrico y todos los electrodomésticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

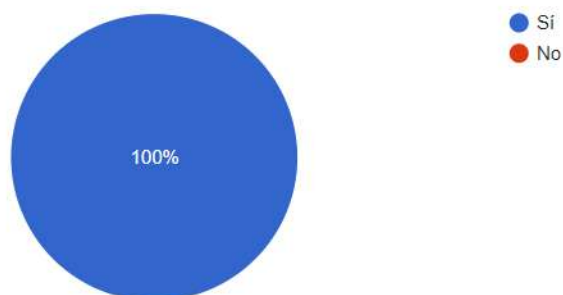
14.6. Anexo 6. Encuesta de perfiles demográfico y psicográfico.

Parte Objetiva

1. ¿Considera que es necesario recopilar información sobre el catálogo de la empresa para comunicar de manera efectiva a los clientes mediante el catálogo de Tejidos y Bordados Computarizados?

[Copiar](#)

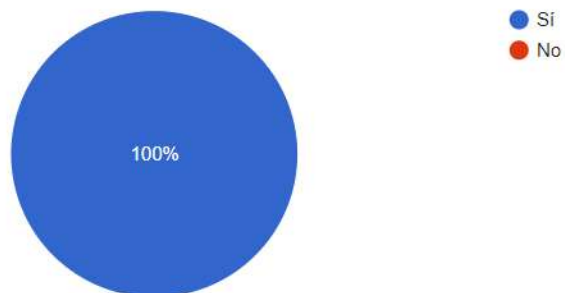
24 respuestas



2. ¿Considera que es necesario investigar todo lo relacionado sobre diseño digital, editorial semiología y software para diagramar, para así realizar el proyecto de diseño de catalogo impreso de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

 Copiar

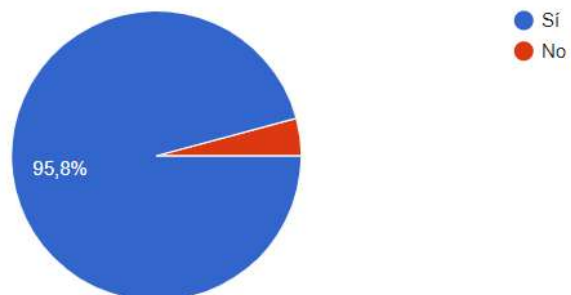
24 respuestas



3. ¿Considera usted que es necesario realizar fotografía de los bordados para agregarlos al catálogo impreso, ya que, a través de ellas, los potenciales clientes tendrán una guía y clara visualización en detalle cada bordado?

 Copiar

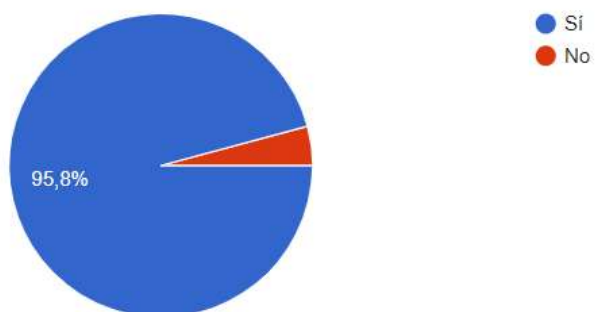
24 respuestas



4. ¿Considera necesario seleccionar elementos de diseño para unificar el catálogo con la imagen visual de Tejidos y Bordados Computarizados?

 Copiar

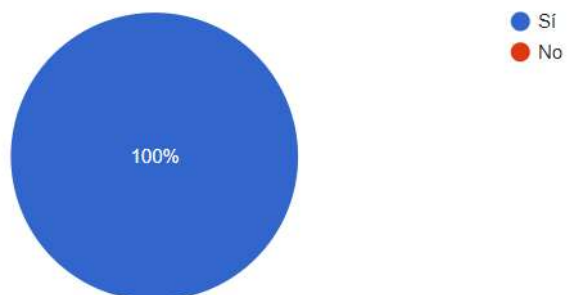
24 respuestas



5. ¿Considera que es necesario diagramar el catálogo digital con una composición agradable a la vista del texto, imágenes y espacios y que transmita un mensaje de armonía a los clientes reales y potenciales de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

 Copiar

24 respuestas

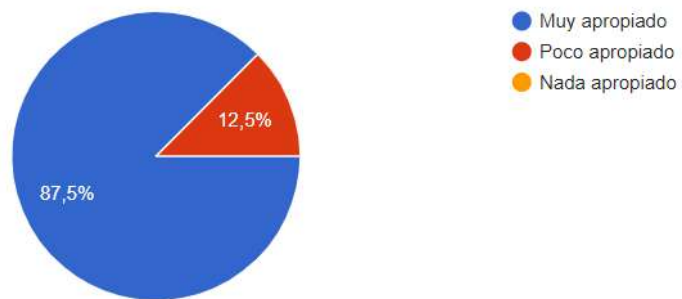


Parte Semiológica

6. ¿Considera que el diseño del catálogo es?

 Copiar

24 respuestas



7. ¿Considera que la aplicación de las imágenes es?

 Copiar

24 respuestas

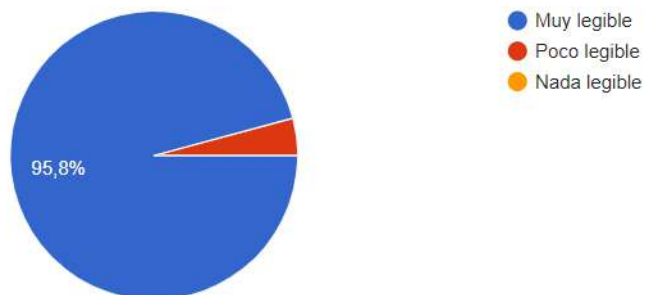


- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

8. ¿Considera que la tipografía utilizada en el catálogo es?

 Copiar

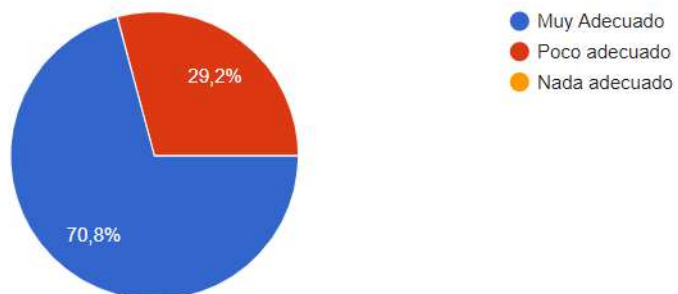
24 respuestas



9. ¿Considera que la aplicación de los títulos es?

 Copiar

24 respuestas

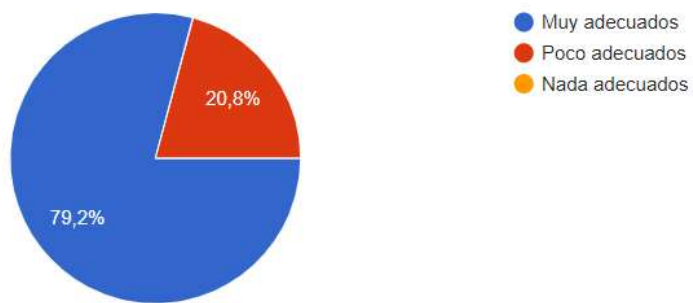


Parte Operativa

10. ¿Considera que los colores utilizados en el catálogo son?

 Copiar

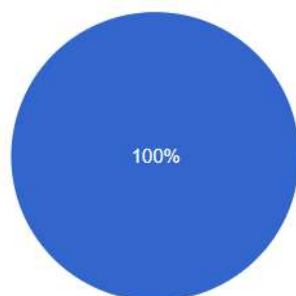
24 respuestas



11. ¿Según su criterio el contenido del catálogo es?

 Copiar

24 respuestas

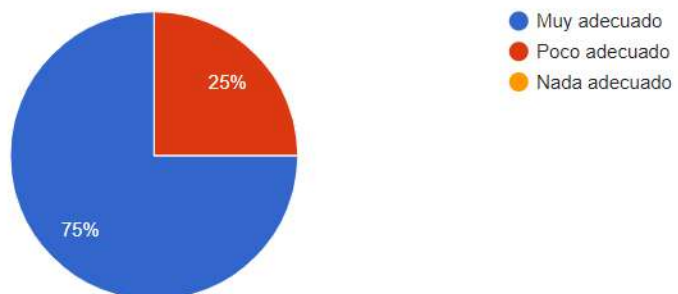


- Muy útil
- Poco útil
- Nada útil

12. ¿Considera que el tamaño de anchura: 20 pulgadas y de altura: 11.25 pulgadas del catálogo es?

 Copiar

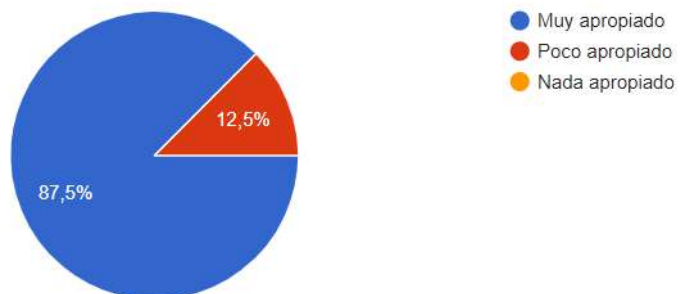
24 respuestas



13. ¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del catálogo?

 Copiar

24 respuestas



14. ¿Considera que el manual es?

 Copiar

24 respuestas



- Muy útil
- Poco útil
- Nada útil

14.7. Anexo 7. Esquema de marco teórico

Esquema de marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1. Empresa

6.1.2 Bordados

6.1.3 Tejido

6.1.4 tipo de producto

6.1.5 Catálogos Industriales

6.1.6 Diseño Editorial

6.1.7 Estructura

6.1.8 La Retícula

6.1.9 Maquetación

6.1.11 La Composición

6.1.12 El Equilibrio

6.1.13 Concepto fundamental de la comunicación

6.1.14 Definición de la Comunicación

6.1.15 Tipos de comunicación

6.1.16 Comunicación Corporativa

6.1.17 Mensaje no Verbal

6.1.18 Comunicación Formal

6.1.19 Conceptos fundamentales del diseño

6.1.20 Tipo de diseño

6.1.21 Diseño Editorial

6.1.22 Diseño Digital

6.1.23 Diseño Publicitario

6.1.24 Concepto fundamental, teorías y tendencias

6.1.25 Teoría del Color

6.1.26 Tipografía

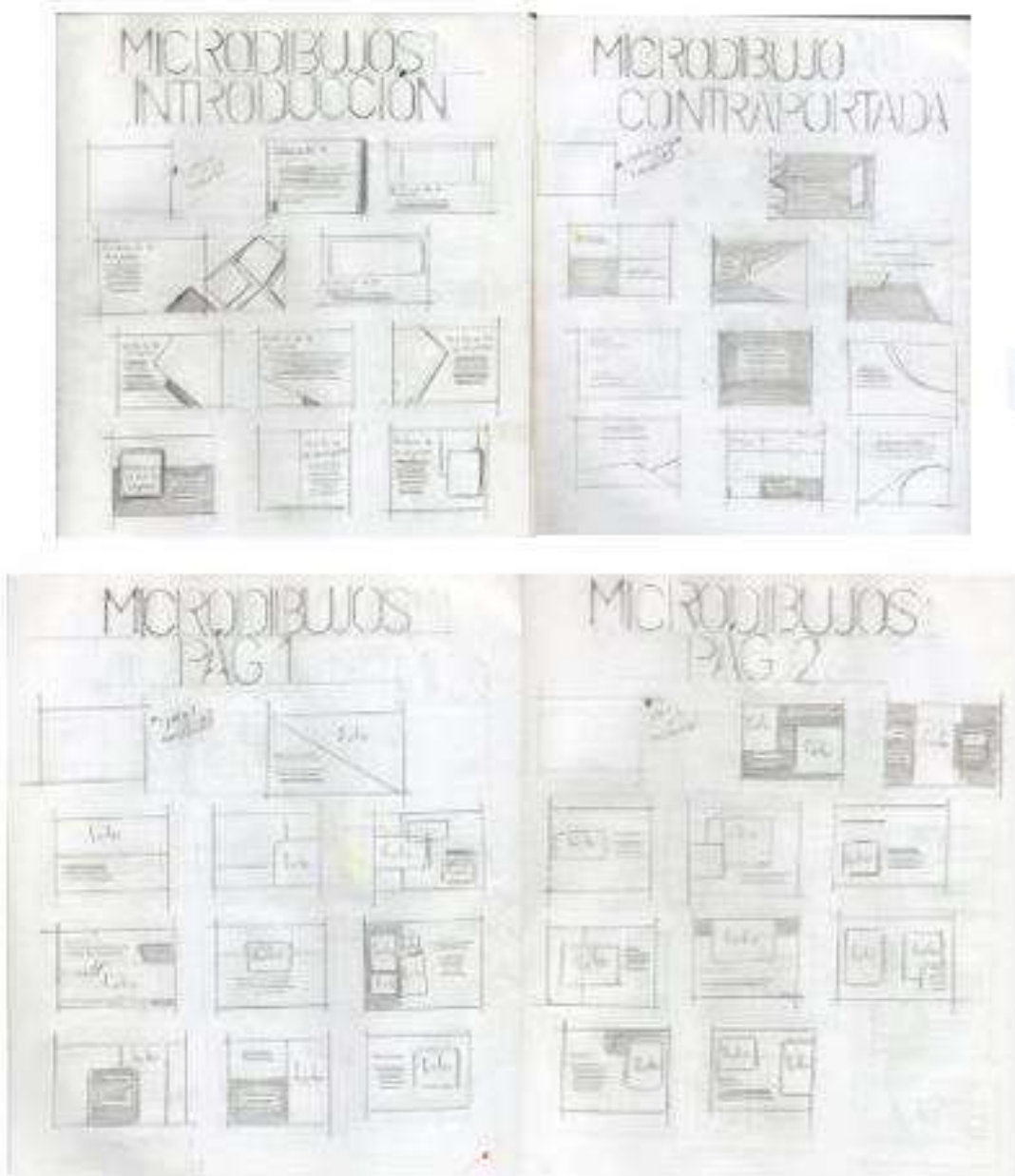
6.1.27 Tendencias

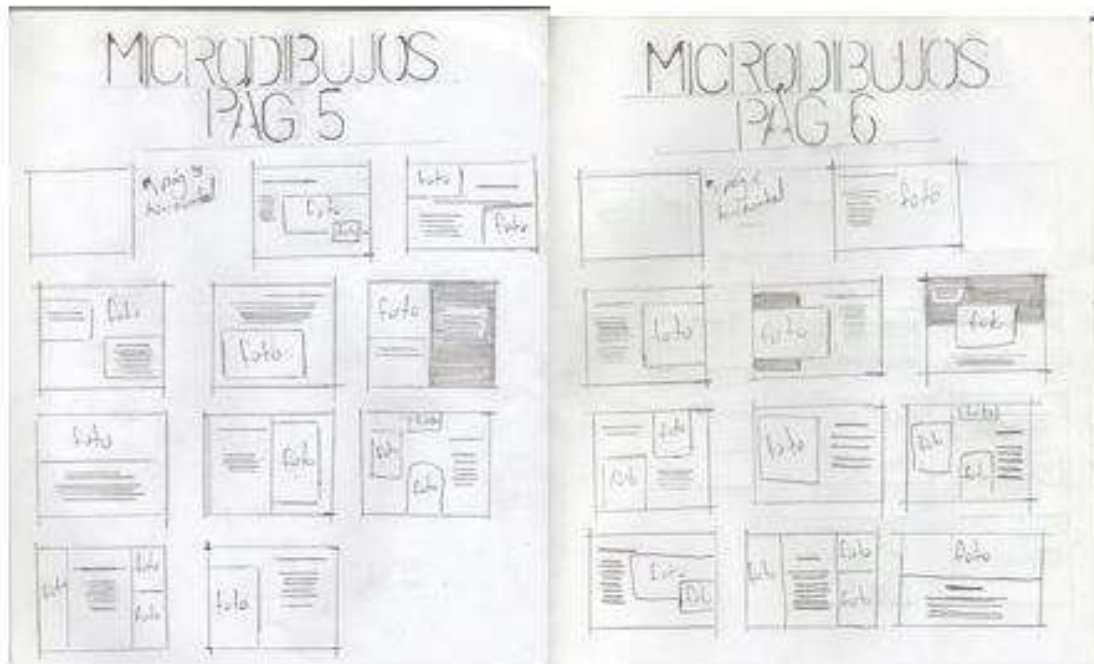
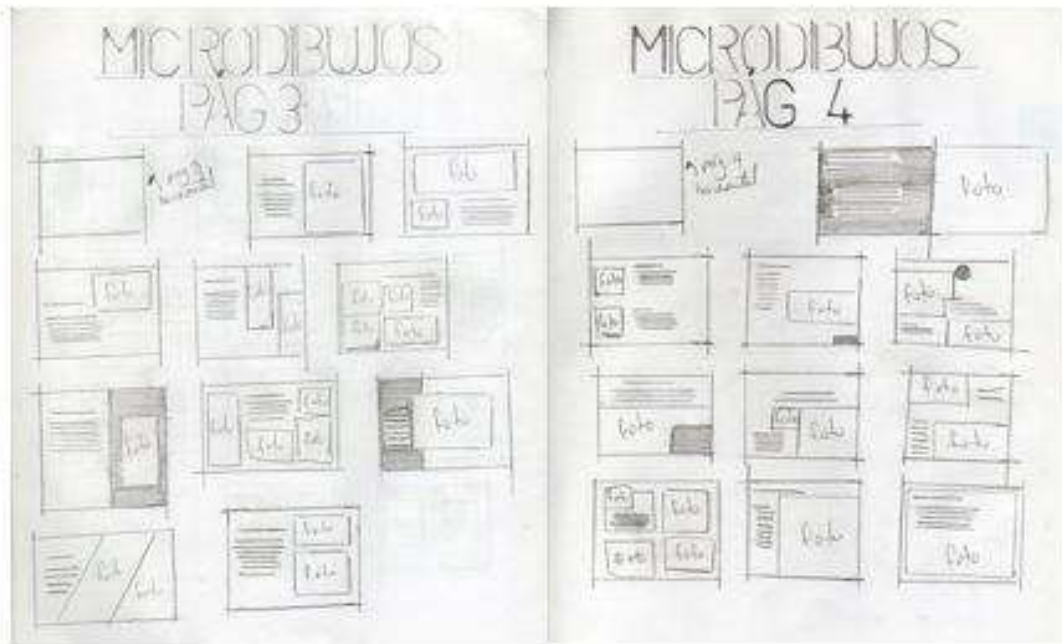
6.1.28 Mezcla de oro y materiales para lo moderno

6.1.29 Monocromías y duotono

6.1.30 Menos color en el diseño

14.8. Anexo 8. Bocetos





14.9. Anexo 9. Tablero de tendencias

MEZCLAR ORO O AMARILLO Y MATERIALES

En este 2021 el oro o el amarillo se utiliza en combinaciones con otros materiales. Aquí el oro ofrece contrastes sorprendentes el oro da una sensación lujosa y cara. Dorar artículos de uso diario para dar esa sensación extra especial.

MONOCROMÍA Y DUOTONO

La idea de utilizar una paleta de colores nos ayuda a influenciar una apariencia y ambiente suaves y geniales en nuestro proyecto, sobre todo en las fotografías. También nos permite aquí el oro ofrece contrastes sorprendentes el oro da una sensación lujosa y cara. Dorar artículos de uso diario para dar esa sensación extra especial.

TIPOGRAFÍA EN TENDENCIAS

La tipografía Barlow es muy utilizada por su simpleza y diseño atractivo. Además es utilizada en agencias de branding y publicidades mundiales. Esta tipografía nos permitirá que se vea de forma limpia y facilitan la legibilidad.

MENOS COLOR EN EL DISEÑO

En este año se volvió de utilidad en tener mínimos solo 2 líneas de color, ya que transmite nostalgia y nos permite evitar la saturación de color. Colores primarios y en sus infinitas combinaciones entre sí y con un determinado tipo de letra, tienen el poder de transmitir un mensaje o emoción concreta, así como definir por completo la personalidad.

14.10. Anexo 10. Herramienta de validación

75

8.2.1. Instrumento de validación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Tesis

Género: F/M

Experto:

Nombre:

Edad: _____

Cliente:

Profesión:

Grupo Objetivo:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Encuesta de Validación del Proyecto

DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA PRESENTAR MUESTRAS Y
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS QUE DEBEN DE TENER LAS IMÁGENES QUE
PUEDEN BORDARSE EN LA EMPRESA TEJIDOS Y BORDADOS COMPUTARIZADOS.

GUATEMALA, GUATEMALA, 2022.

Antecedentes:

Tejidos y Bordados Computarizados inicio su labor en el 1998 en la ciudad de Guatemala, sus inicios fueron de una empresa informal en la cual se realizaban tejido de punto en la cual elaboraban suéteres, faldas y blusas la cual era realizadas en máquina de tejer. Tejidos y Bordados Computarizados comenzó cuando surgió la idea de remplazar el tejido a bordados, a lo largo de los años que la empresa ha laborado se ha visto el crecimiento de ella poco a poco, la empresa se ha logrado mantener a lo largo del tiempo en la buenas y en las malas y espera seguir

funcionando para brindar a distintas personas excelentes bordados, así como seguir creciendo empresarialmente para poder brindar a las distintas personas oportunidades de trabajo.

En un acercamiento con la empresa Tejidos y Bordados Computarizados, se estableció que carecía de un catálogo de bordados que se realiza en la variedad de prendas.

Instrucciones:

En base con la información anterior, observe la pieza gráfica y según su criterio, se le agradecerá responder las siguientes preguntas.

Parte Objetiva

1. ¿Considera que es necesario recopilar información sobre el catálogo de la empresa para comunicar de manera efectiva a los clientes mediante el catálogo de Tejidos y Bordados Computarizados?

Sí No

2. ¿Considera que es necesario investigar todo lo relacionado sobre diseño digital, editorial semiología y software para diagramar, para así realizar el proyecto de diseño de catalogo impreso de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

Sí No

3. ¿Considera usted que es necesario realizar fotografía de los bordados para agregarlos al catálogo impreso, ya que, a través de ellas, los potenciales clientes tendrán una guía y clara visualización en detalle cada bordado?

Sí No

4. ¿Considera necesario seleccionar elementos de diseño para unificar el catálogo con la imagen visual de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

Sí No

5. ¿Considera que es necesario diagramar el catálogo impreso con una composición agradable a la vista del texto, imágenes y espacios y que transmita un mensaje de armonía a los clientes reales y potenciales de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

Sí No

Parte Semiológica

8. ¿Considera que el diseño del catálogo es?

Muy apropiado Poco apropiado Nada apropiado

9. ¿Considera que la aplicación de las imágenes es?

Muy adecuada Poco adecuada Nada adecuada

10. ¿Considera que la tipografía utilizada en el catálogo es?

Muy legible Poco legible Nada legible

11. ¿Considera que la aplicación de los títulos es?

Muy Adecuado Poco adecuado Nada adecuado

Parte Operativa

12. ¿Considera que los colores utilizados en el catálogo son?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

13. ¿Según su criterio el contenido del catálogo es?

Muy útil Poco útil Nada útil

14. ¿Considera que el tamaño de anchura: 20 pulgadas y de altura: 11?25 pulgadas del catálogo es?

Muy adecuado Poco adecuado Nada adecuado

15. ¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del catálogo?

Muy apropiado Poco apropiado Nada apropiado

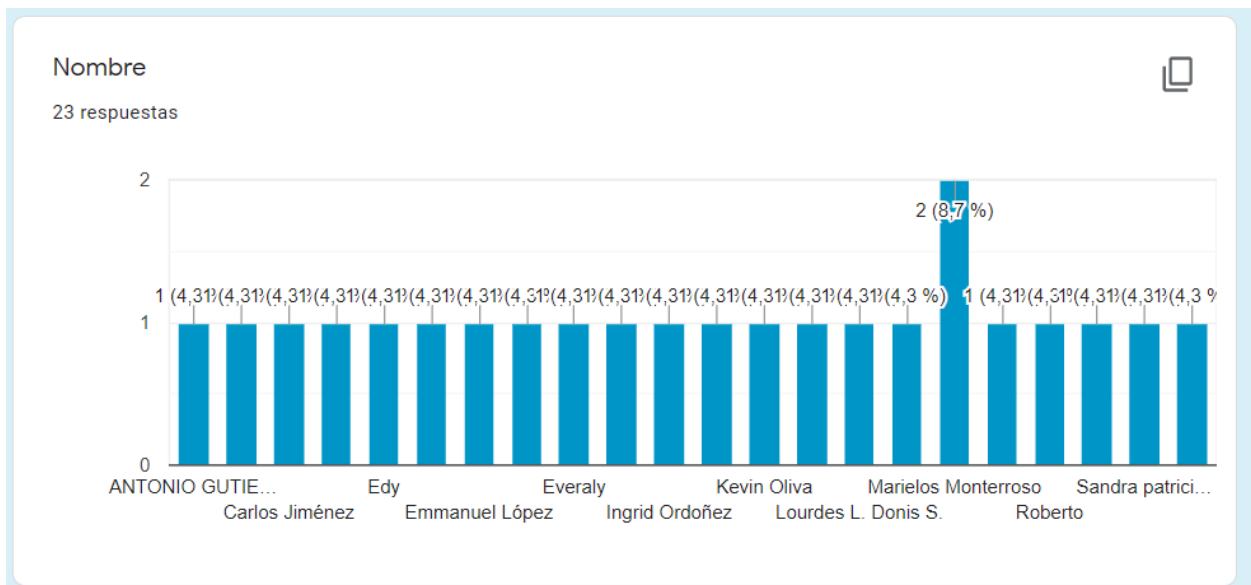
16. ¿Considera que el manual es?

Muy útil Poco útil Nada útil

Observaciones

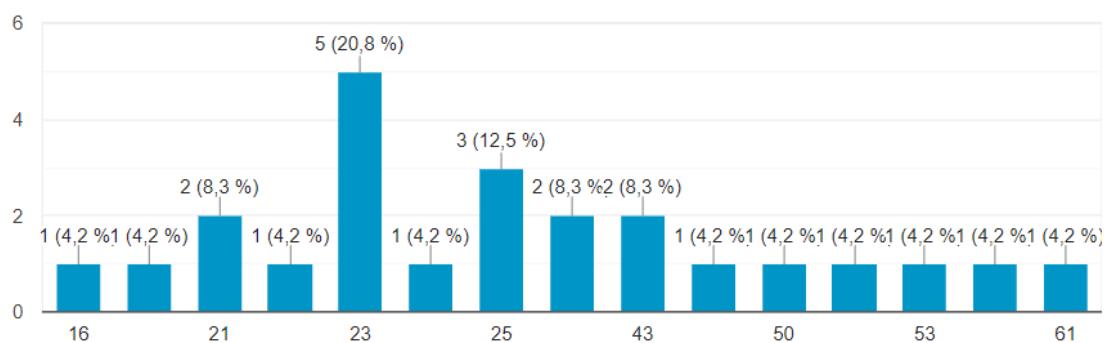
De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta, si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o critica que considere necesaria y que esté orientada a mejorar la efectividad del catálogo puede hacerlo en el siguiente espacio:

14.11. Anexo 11. Respuestas validación de proyecto.



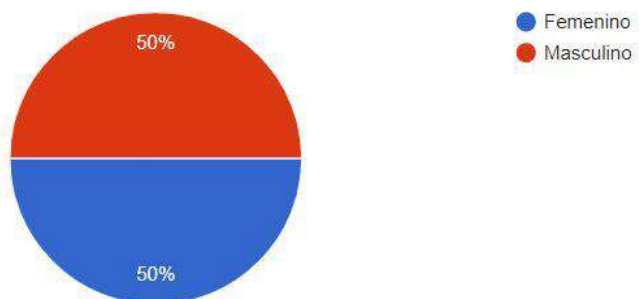
Edad

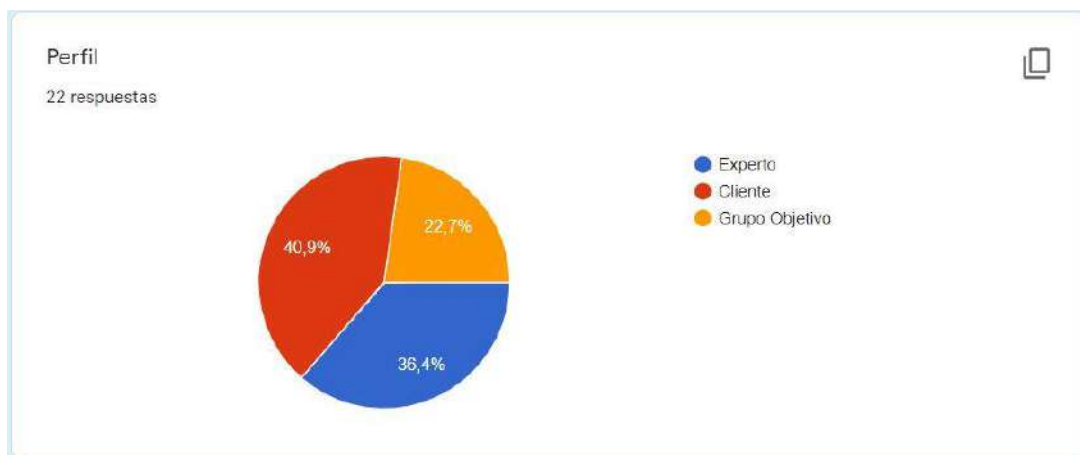
24 respuestas



Género

22 respuestas



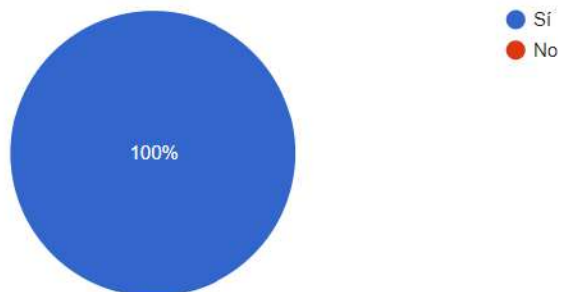


Parte Objetiva

1. ¿Considera que es necesario recopilar información sobre el catálogo de la empresa para comunicar de manera efectiva a los clientes mediante el catálogo de Tejidos y Bordados Computarizados?

 Copiar

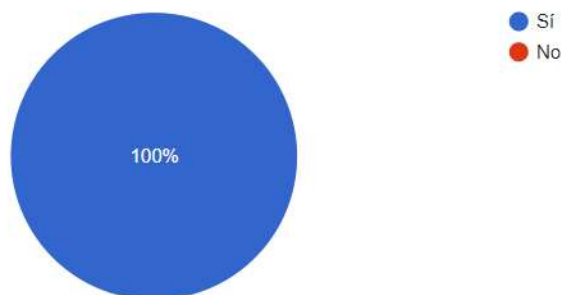
24 respuestas



2. ¿Considera que es necesario investigar todo lo relacionado sobre diseño digital, editorial semiología y software para diagramar, para así realizar el proyecto de diseño de catálogo impreso de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

 Copiar

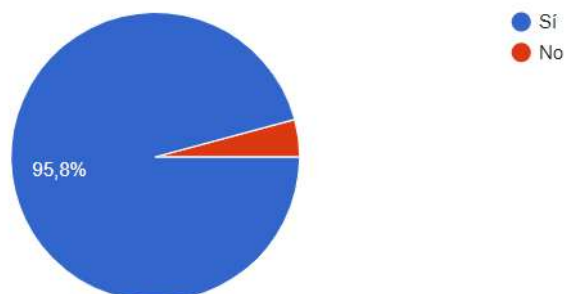
24 respuestas



3. ¿Considera usted que es necesario realizar fotografía de los bordados para agregarlos al catálogo impreso, ya que, a través de ellas, los potenciales clientes tendrán una guía y clara visualización en detalle cada bordado?

 Copiar

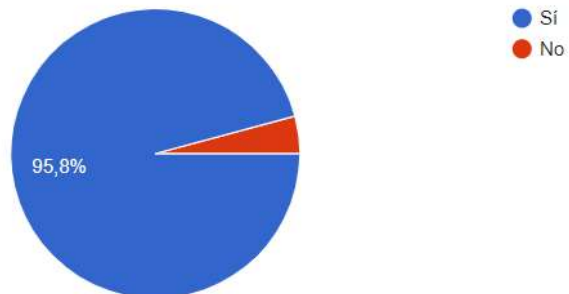
24 respuestas



4. ¿Considera necesario seleccionar elementos de diseño para unificar el catálogo con la imagen visual de Tejidos y Bordados Computarizados?

 Copiar

24 respuestas



5. ¿Considera que es necesario diagramar el catálogo digital con una composición agradable a la vista del texto, imágenes y espacios y que transmita un mensaje de armonía a los clientes reales y potenciales de la empresa Tejidos y Bordados Computarizados?

 Copiar

24 respuestas



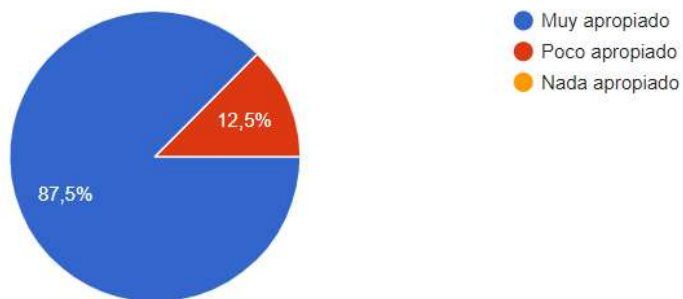
● Sí
● No

Parte Semiológica

6. ¿Considera que el diseño del catálogo es?

 Copiar

24 respuestas



7. ¿Considera que la aplicación de las imágenes es?

 Copiar

24 respuestas

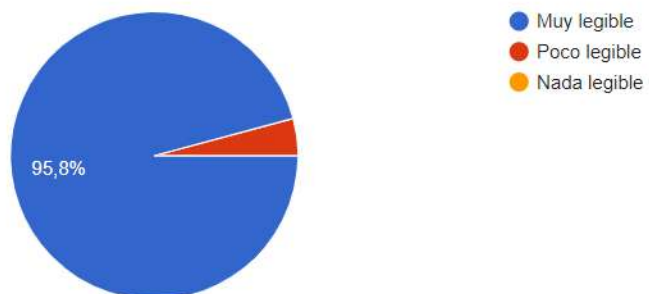


- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

8. ¿Considera que la tipografía utilizada en el catálogo es?

 Copiar

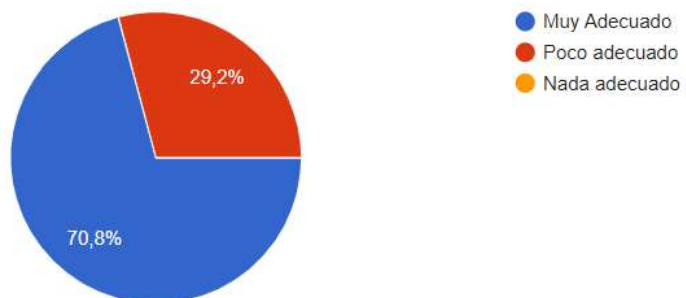
24 respuestas



9. ¿Considera que la aplicación de los títulos es?

 Copiar

24 respuestas

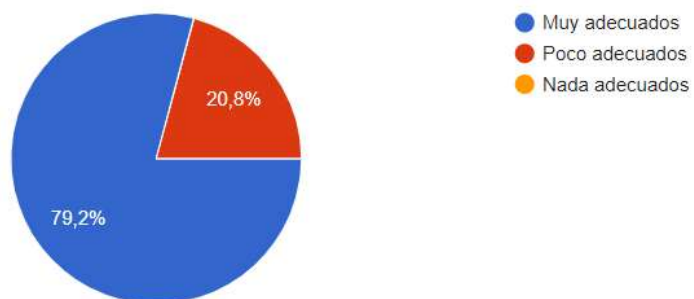


Parte Operativa

10. ¿Considera que los colores utilizados en el catálogo son?

 Copiar

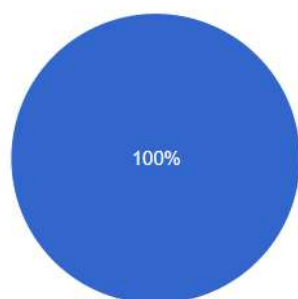
24 respuestas



11. ¿Según su criterio el contenido del catálogo es?

 Copiar

24 respuestas

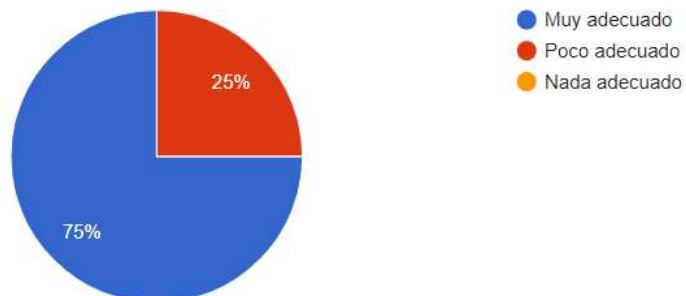


- Muy útil
- Poco útil
- Nada útil

12. ¿Considera que el tamaño de anchura: 20 pulgadas y de altura: 11.25 pulgadas del catálogo es?

 Copiar

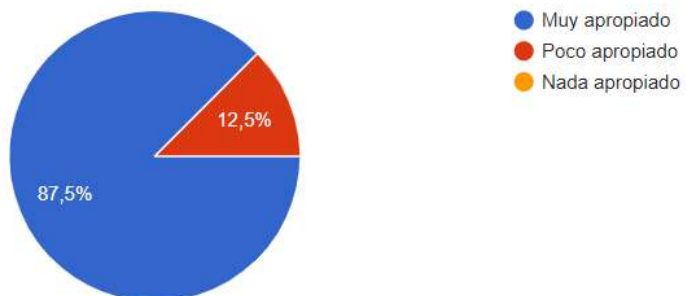
24 respuestas



13. ¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del catálogo?

 Copiar

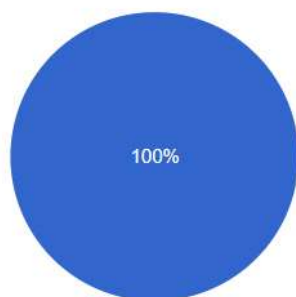
24 respuestas



14. ¿Considera que el manual es?

24 respuestas

 Copiar



- Muy útil
- Poco útil
- Nada útil

Observaciones

7 respuestas

Hola, considero que en el logotipo el uso de la tipografía puede ser poco conveniente, ya que a la hora de aplicarlo ya sea en un bordado o en un área donde sea pequeña se pierde porque tiene mucho adorno, y así puede que sea difícil que el logotipo sea funcional, adicional el diseño de marco que cubre cada fotografía se mira un poco cargado, en cuanto la numeración, abría que ajustarlo para que queden bien a la hora de que se imprima y se compagine, es decir que los números queden en el lado exterior de la hoja y reducirlo un poco ya que si quedan un poco grande el tamaño de los numero ya impreso, el texto de cada fotografía solo evalúa si a la hora de impresión no esta muy grande, la información de la contra portada podría reducir los iconos de f , E-mail, y teléfono a la altura de la información correspondiente para que estos iconos no se vean mas grande que la información, reducir el logo un poco. Espero que sea de ayuda mis comentarios, Saludos.

Buen trabajo! Felicidades y ánimo!

1) La numeración de páginas está incorrecta 2) considero que el número de página es demasiado grande 3) los pies de foto, aunque ese es el punto importante, son demasiado grandes 4) el contorno de cada foto es demasiado llamativo, no debe ser el punto focal más importante sino las fotografías, tampoco da mayor explicación. 4) el tamaño así a doble página para ser visto en un celular es incorrecto, no se puede apreciar bien el material, considerar un formato más vertical.

Observaciones

7 respuestas

... comentarios, carac...

Buen trabajo! Felicidades y ánimo!

1) La numeración de páginas está incorrecta 2) considero que el número de página es demasiado grande 3) los pies de foto, aunque ese es el punto importante, son demasiado grandes 4) el contorno de cada foto es demasiado llamativo, no debe ser el punto focal más importante sino las fotografías, tampoco da mayor explicación. 4) el tamaño así a doble página para ser visto en un celular es incorrecto, no se puede apreciar bien el material, considerar un formato más vertical.

El comentario principal sería que para algunas personas es un poco difícil leer el texto sobre un fondo oscuro, solo le recomiendo evaluar eso.

Quizá disminuir sólo un poco el tamaño de la fuente en la descripción de cada foto, y los "hilos" de los marcos que sean más pequeños, de manera que se vean más líneas simulando un tejido. (:

FELICITACIONES.

FELICIDADES SI SE INFORMO MUY ADECUADAMENTE DE LO QUE ES EN SI LA FABRICA

14.12. Anexo 12. Fotografías de validación

Ciente.



María del Carmen Urquizu Basegoda (Propietaria de la empresa Tejidos y Bordados
Computarizados)



Silvia Ernestina Urquizu Baseogda (Secretaria)



Cristian Hurberto Benjamin Hernandez Urquizu (Digitalizador)



Sandra Patricia Padilla (Operaria)



Ana Zabaleta (Operaria)

Expertos.

Licenciado Carlos Antonio Jimenez Ramirez (Experto en diseño gráfico)



Licenciado Rafael Antonio Gutierrez Herrera (Experto en administración de empresas)



The image shows a Google Form interface with a light blue background. At the top left, there is a circular logo of Galileo Galilei and the text 'Galileo UNIVERSIDAD La Revolución en la Educación'. To the right, it says 'FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN', 'LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO', and 'PROYECTO DE TESIS'. The main content area is white and contains the title 'Encuesta de Validación del Proyecto', the message 'Se registró tu respuesta.', and a link 'Enviar otra respuesta'. At the bottom, it states 'El formulario se creó en Universidad Galileo. Denunciar abuso.' and the 'Google Formularios' logo.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO DE TESIS

Encuesta de Validación del Proyecto

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

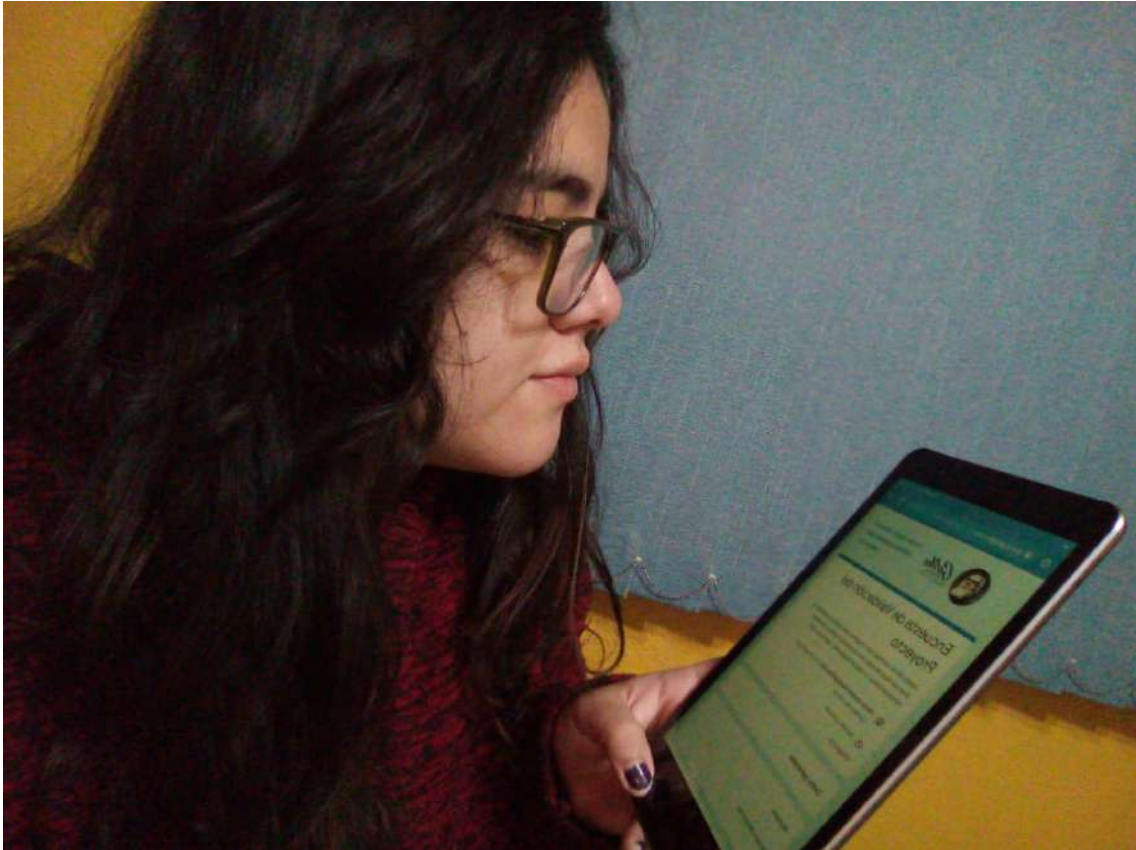
El formulario se creó en Universidad Galileo. [Denunciar abuso](#).

Google Formularios

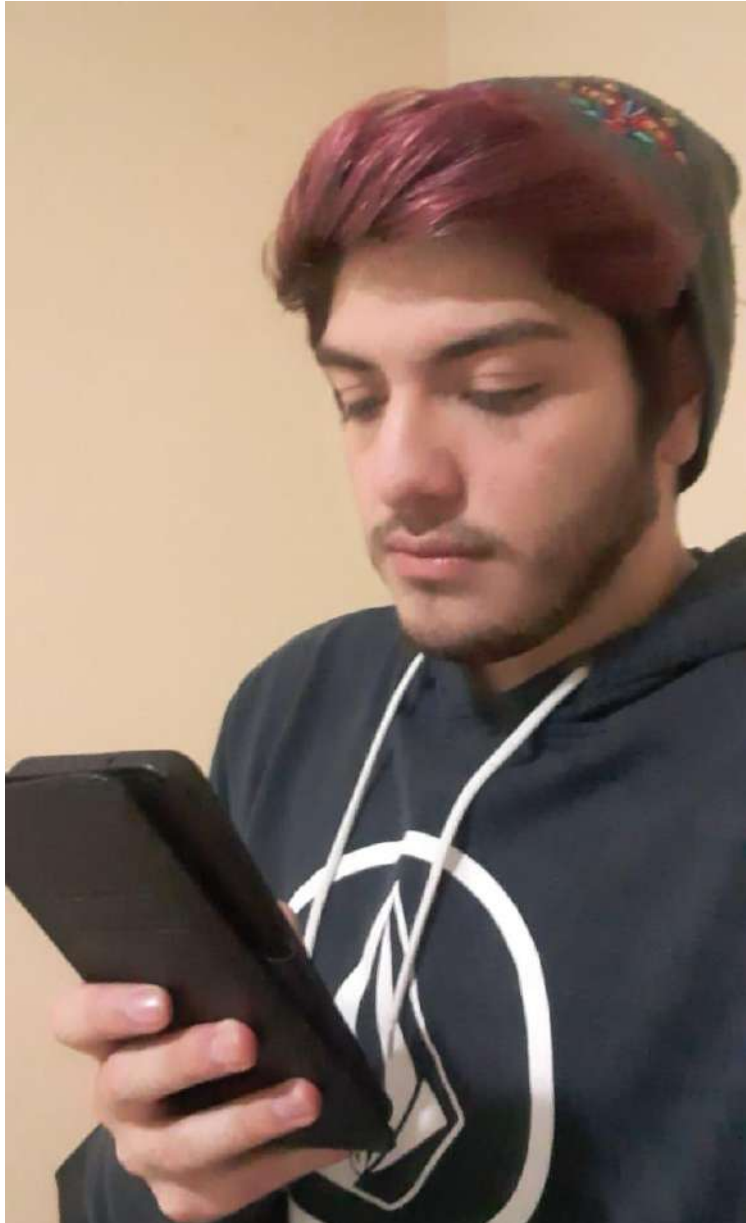
Licenciada Jennifer Fabriana Aguilar (Experta en diseño gráfico)



Licenciada Lourdes Donis (Experta en Comunicación)

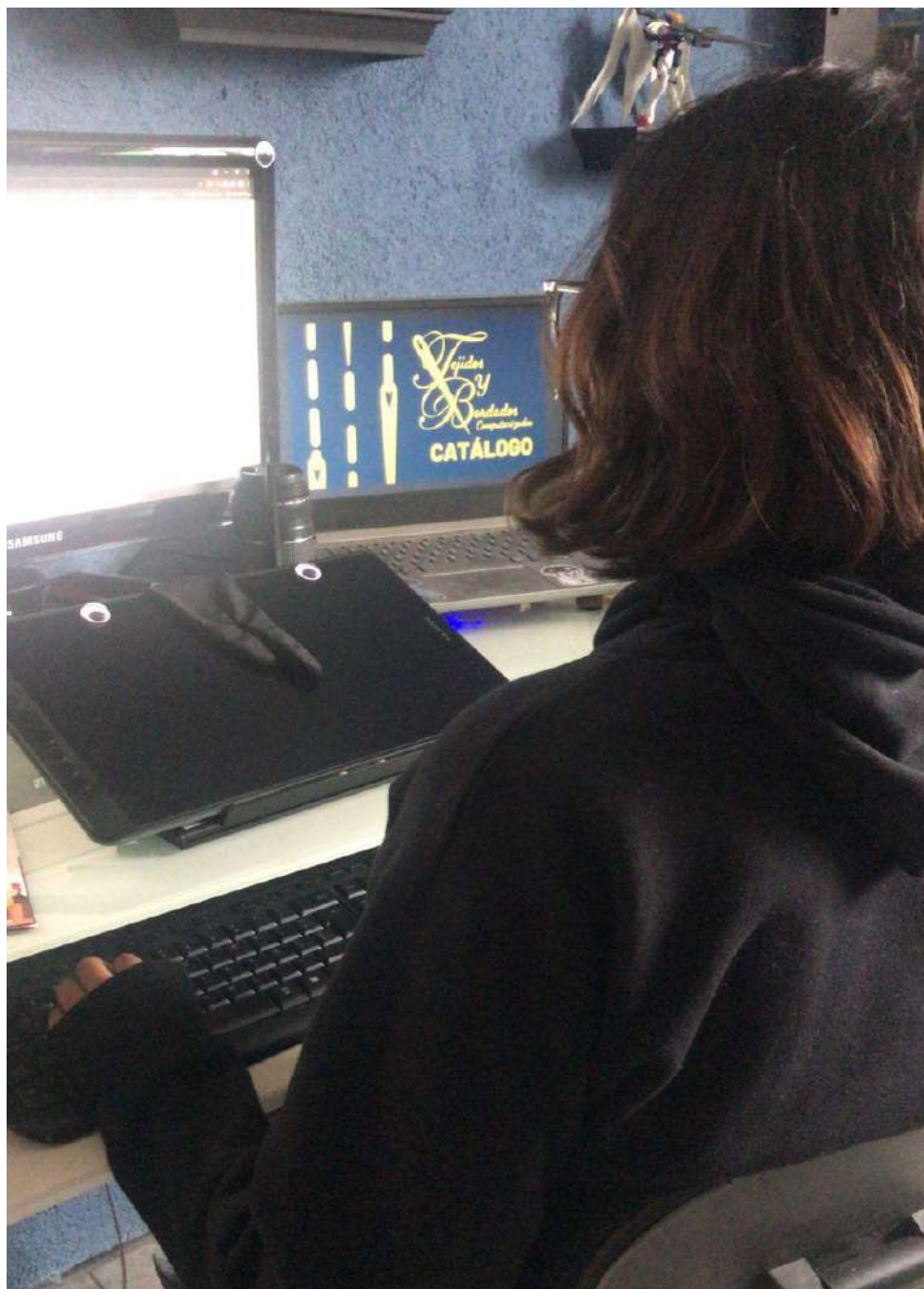
Grupo Objetivo

Marielos Monterroso (Estudiante universitaria)



Rodrigo España Urquizu

(Estudiante y trabajador)



Elsy Anabelly Pérez Benito (Estudiante universitaria)

14.13. Anexo 13. Cotizaciones



COPYPLOT PLAZA

Yma. Av. 10-58 Zona 9 | Ciudad de Guatemala
 P.O. Box: 2331-0777
www.copyplot.com.gt

PARA **Cecilia Izabel**

SOLICITUD No. 218
FECHA: 10 de diciembre 2021
NIT:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	COSTO UNITARIO	IMPORTE
14	Impresiones Color; Impresiones papel couche C.80 full color (9"X6") + emplasticado y en cadernado con anillo metalico	Q 220.00	Q 220.00
Tiempo de Entrega: 1 día hábiles después de la confirmación.		TOTAL:	Q.220.00

Nota: Los precios ya incluyen el material (hojas, pastas y anillos).

- 1.- Los cheques se emiten a nombre de **COPYPLOT**
- 2.- Los precios ya incluyen el IVA.
- 3.- Esta cotización es válida por 30 días.
- 4.- Es necesario enviar la orden de compra o la cotización firmada para proceder al trabajo.
- 5.- Puede realizar el pago mediante depósito o transferencia electrónica en la cuenta monetaria 552-000215-1 a nombre de COPYPLOT PLAZA en Banco Industrial.

Atentamente,



EDER CARBALLO
 Representante de Ventas



PLATINO
ESCOLAR - OFICINA - TECNOLOGÍA

CENTRO DE IMPRESIÓN
Tel: 2410-9600 ext. 1118



COTIZACIÓN CENTRO DE IMPRESIÓN

NOMBRE CLIENTE: Cecilia Urquiza
FECHA: 3/12/2021
NIT: CF
TELÉFONO:
DIRECCIÓN: Ciudad
RECIBE:
PAGO:

SKU	DESCRIPCIÓN	Cantidad	Precio Unidad	Precio Total
S1409	Impresión tamaño carta a color	13	Q. 6.00	Q. 78.00
17443	CARTULINA TEXCOTE C-16 25"X38" BLANCO	2	Q.5.25	Q.10.50
54547	Encuadernado tamaño carta	1	Q.20.00	Q.20.00
S1797	Emplasticado tamaño carta Smilesimas.	13	Q.6.00	Q.78.00
54542	Corte	2	Q.5.00	Q.10.00
TOTAL:				Q. 196.50

OBSERVACIONES:

CENTRO DE IMPRESIÓN

Tienda al Detalle 6to. Avenida 7-45, Zona 9