



FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de catálogo impreso para dar a conocer a clientes reales y potenciales, comprendidos entre los 20 a 30 años de edad, los productos textiles que promueve y vende la fábrica DPablo's a empresas comerciales. Guatemala, Guatemala

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Lester Oziel López Pérez

Carné: 18004589

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la asunción

FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años de edad, los productos textiles que promueve y vende la fábrica DPablo's a empresas comerciales. Guatemala, Guatemala

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Lester Oziel López Pérez

Carné: 18004589

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la asunción

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretaria 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

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc

Guatemala 12 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 DAR A CONOCER A PERSONAS COMPRENDIDAS ENTRE LOS 20 A 30 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS TEXTILES QUE PROMUEVE Y VENDE LA FABRICA DPABLO'S A EMPRESAS COMERCIALES.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Lester Oziel López Pérez
18004589



Ms.C. Rualdo Anzueto

Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 14 de mayo de 2021

Señor:
Lester Oziel López Pérez
Presente

Estimado Señor López:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A PERSONAS COMPRENDIDAS ENTRE LOS 20 A 30 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS TEXTILES QUE PROMUEVE Y VENDE LA FABRICA DPABLO'S A EMPRESAS COMERCIALES.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor 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, 29 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 DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, COMPRENDIDOS ENTRE LOS 20 A 30 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS TEXTILES QUE PROMUEVE Y VENDE LA FABRICA DPABLO'S A EMPRESAS COMERCIALES.** Presentado por el estudiante: Lester Oziel López Pérez, con número de carné: *18004589*, 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. Rualdo Anzueto

Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 22 de febrero de 2024

Señor
Lester Oziel López Pérez
Presente

Estimado Señor López:

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, 05 de junio de 2024.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, COMPRENDIDOS ENTRE LOS 20 A 30 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS TEXTILES QUE PROMUEVE Y VENDE LA FÁBRICA DPABLO'S A EMPRESAS COMERCIALES**, de la estudiante Lester Oziel López Pérez, 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, 21 de junio de 2024

Señorita:
Lester Oziel López Pérez
Presente

Estimado Señor López:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, COMPRENDIDOS ENTRE LOS 20 A 30 AÑOS DE EDAD, LOS PRODUCTOS TEXTILES QUE PROMUEVE Y VENDE LA FÁBRICA DPABLO'S A EMPRESAS COMERCIALES.** Presentado por el estudiante: Lester Oziel López Pérez, 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

Resumen

A través del acercamiento con la empresa DPablo´s se identificó que no cuenta con material informativo impreso que le permita dar a conocer los productos y servicios a las entidades comerciales sobre los trajes formales y sastrería.

Se planteó el siguiente objetivo; Diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años de edad, los productos textiles que ofrece DPablo´s a empresas comerciales.

Se realizó la herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por 21 personas, entre ellos grupo objetivo, clientes y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue el diseño de un material informativo que dará a conocer los productos y servicios que la empresa DPablo´s ofrece a empresas comerciales, por medio de la selección adecuada de elementos gráficos que permitieron mantener la identidad y el mensaje adecuado en la recopilación de datos.

Se recomendó la constante actualización de fotografías y el cuidado del material impreso para mantener la información clara en todo momento a las distintas empresas comerciales.

Para efectos legales únicamente el autor, LESTER OZIEL LÓPEZ PÉREZ es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales

Índice

Capítulo 1: introducción	1
Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática	2
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	3
2.3 Justificación.....	3
2.3 magnitud.....	3
2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
2.3.3 Tendencia.....	4
2.3.4 Factibilidad.....	4
2.3.4.1 Recursos humanos.....	4
2.3.4.2 Recursos organizacionales.....	4
2.3.4.3 Recursos económicos.....	4
2.3.4.4 Recursos tecnológicos.....	5
Capítulo III: Objetivos de diseño	6

3.1 Objetivo general	6
3.2 Objetivos específicos	6
Capítulo IV Marco de referencias	7
4.1 Información general del cliente.....	7
4.2 Antecedentes	7
4.3 Misión	7
4.4 Visión	8
4.5 Historia.....	8
4.6 Servicios.....	8
4.7 Delimitación geográfica.....	9
4.8 Grupo objetivo.....	9
4.9 Principal beneficio al grupo objetivo	9
4.10 Competencia directa	10
4.11 FODA.....	10
4.12 Mensaje clave a comunicar.....	10
4.13 Materiales a realizar	11
4.14 presupuesto	11
4.15 Logotipo de la empresa.....	11

Capítulo V Definición del grupo objetivo	13
5.1 Perfil geográfico	13
5.2 Perfil demográfico	13
5.3 Perfil psicográfico	14
5.4 Perfil Conductual.....	14
Capítulo VI Marco Teórico.....	15
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con producto y servicio	15
6.1.1 Sastrería.....	15
6.1.2 Corte y confección.....	15
6.1.3 Fibras textiles.....	16
6.1.4 Productos textiles.....	16
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño	17
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	17
6.2.1.1 Comunicación.....	17
6.2.1.2 Esquema de comunicación.....	17
6.2.1.3 Signo.....	17
6.2.1.4 Significante.....	17
6.2.1.5 Significado	18
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	18

6.2.2.1 Diseño.....	18
6.2.2.2 Diseño Gráfico.....	19
6.2.2.3 Diseño editorial.....	19
6.2.2.4 Diagramación.....	19
6.2.2.5 Boceto	19
6.2.2.6 Diseño Digital	19
6.2.2.7 Adobe Photoshop.....	20
6.2.2.8 Adobe Illustrator.....	20
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías, tendencias	21
6.3.1 Ciencias	21
6.3.2 Artes	22
6.3.3 Teorías	23
6.3.4 Tendencias	24
Capítulo VII Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	26
7.1 Aplicación y razonamiento de la información obtenida en el marco teórico.....	26
7.1.1 Semiología	26
7.1.2 Psicología	26
7.1.3 Psicología del color	26
7.1.4 Tipografía	26

7.1.5 Fotografía	26
7.1.6 Teoría del color	27
7.1.7 Minimalismo	27
7.1.8 Formas geométricas	27
7.2 Conceptualización	27
7.2.1 Metodo.....	27
7.2.2 Aplicación de la técnica.....	28
7.3 Bocetaje.....	29
7.3.1 Proceso de bocetaje.....	30
7.3.2 Bocetaje formal.....	36
7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos.....	46
7.4 Propuesta preliminar	54
Capítulo VIII: Validación técnica	73
8.1 Población y muestreo	73
8.2 Método e instrumentos	74
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	76
8.4 Cambios en base a los resultados	87
Capítulo IX: propuesta gráfica final	93

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	112
10.1 Plan de costos de elaboración	112
10.2 Plan de costos de producción	113
10.4 Plan de costos de reproducción	114
10.4 Plan de costos de distribución	114
10.4 Margen de utilidad	114
10.5 I.V.A	115
10.6 Cuadro resumen	115
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	117
11.1 Conclusiones	117
11.2 recomendaciones	118
Capítulo XII Conocimiento general	119
Capítulo XIII: Referencias	120
Capítulo XIV: Anexos	122

A decorative floral pattern on the left side of the page, featuring stylized leaves in various colors (teal, green, yellow, orange, red, blue) and small colored dots (red, blue, green, orange, yellow) scattered throughout. The pattern is dense and vibrant, extending from the top left towards the bottom right.

Capítulo 1

Introducción

Capítulo I: Introducción

DPablo´s ha brindado sus servicios a varias empresas comerciales con sus distintos productos textiles y servicios de sastrería desde hace más de 10 años. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un material informativo impreso que le permita dar a conocer sus productos y servicios a empresas comerciales.

Por esta razón se propuso resolver el problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años de edad, los productos textiles que ofrece DPablo´s a empresas comerciales.

Para crear el concepto creativo se usará el método del mapa mental y a través de un método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

A través de herramientas de investigación, comunicación, diseño y validación se desarrollará el proceso de este proyecto. Los métodos de validación serán encuestados al grupo objetivo, clientes y a un grupo de expertos. De esta manera la herramienta obtendrá cambios importantes para mejorar el resultado y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.



Capítulo 2

Problemática

Capítulo II: Problemática

En la fábrica de trajes textiles DPablo's se carece de un catálogo impreso para mostrar los diversos productos textiles que ofrece a sus clientes reales y potenciales, por lo que no pueden visualizar y seleccionar el tipo de traje textil que deseen comprar.

Por esta razón, es necesario diseñar un catálogo impreso, que muestre visualmente trajes formales, y dar a conocer que cuentan con variedad de estilos de confecciones que ha realizado para diversas empresas comerciales como uniformes, camisas, corbatas, sacos, pantalones y chalecos para algún tipo de evento donde requiera traje formal.

2.1 Contexto

DPablo's es una fábrica que se dedica a la venta de confección de trajes textiles formales. Ha brindado sus servicios de confección en la ciudad capital, con una trayectoria de 10 años. La metodología en la que se basa esta empresa es con altos valores éticos y morales para la atención que requiere el cliente.

Se establece una cita con el dueño de la empresa de DPablo's, Carlos Ronaldo Zetina; comenta que actualmente no se cuenta con un catálogo impreso, en el cual se puedan mostrar los distintos servicios de confección y productos que ofrece DPablo's a sus clientes.

Por esta razón, su mayor propósito es mostrar en un catálogo impreso toda la variedad de productos que manejan dentro de la empresa para cada cliente, consecutivamente representar un diseño único, elegante y que atraiga visualmente al consumidor.

El objetivo principal es que los clientes vean el catálogo impreso y puedan visualizar sobre todo tipo de trabajo y producto que ofrece DPablo's.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

En la fábrica DPablo's no se cuenta con el diseño de un catálogo impreso que le permita dar a conocer a clientes reales y potenciales, comprendidas entre los 20 a 30 años de edad, los productos textiles que diseña y confecciona DPablo's.

2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud.

En la República de Guatemala habitan 18,055,025 millones de personas (Censo, 2020) está dividida en 22 departamentos. Entre ellos se encuentra el departamento de Guatemala con una cantidad de 3,573,179 habitantes. Dentro de este departamento se ubica la Ciudad de Guatemala que cuenta con 995,393 habitantes. DPablo's se encuentra en la Zona 1 de la Ciudad de Guatemala, con una cantidad de aproximadamente 500 tiendas que también comercializan trajes formales. DPablo's atiende aproximadamente 1,000 clientes reales y potenciales al mes.



Imagen elaborada por Lester López

2.3.2 Vulnerabilidad. Al no contar con un catálogo digital, la fábrica DPablo´s no cuenta con un catálogo impreso ni digital en el que se puedan mostrar los distintos servicios de confección y productos que ofrece a los clientes reales y potenciales. Asimismo, no podrá obtener un crecimiento en su cartera de clientes, que puede afectar el margen de ganancias y no podrá ocupar un mejor terreno en el mercado guatemalteco.

2.3.3 Trascendencia. Al contar con un catálogo impreso, la fábrica DPablo´s logrará, utilizarlo como una herramienta informativa visual. Al realizar el catálogo impreso, los clientes reales y potenciales puedan visualizar los productos que ofrece DPablos´s. De tal manera que la presentación del contenido debe ser con un diseño simple, atractivo y creativo; que genere interés a los clientes.

2.3.4 Factibilidad. Este proyecto es factible, ya que DPablo´s cuenta con el recurso humano, organizacional, económico y tecnológico para la elaboración del catálogo impreso.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Se cuenta con la capacitación humanitaria posible y sustentable, se dispone de modelos y artesanos textiles. Cada persona tiene la capacidad, experiencia, conocimiento y sabiduría de realizar todo tipo de confección y el desarrollo de las capacitaciones. El estudiante de Comunicación y Diseño – Lester López es el encargado de realizar el catálogo de material impreso.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El gerente general de la empresa DPablo´s autoriza a todo el personal que brinde toda la información necesaria para realizar el proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La empresa textil DPablo´s cuenta con un presupuesto que permite la elaboración, producción e impresión de este proyecto con un monto de Q. 10,000.00.

2.3.4.1 Recursos Tecnológicos. Para el desarrollo de este proyecto se cuenta con

equipo:

- Canon EOS Rebel T6
- Set de lentes intercambiables:
EF-S 18 – 55 mm, EF 75 – 300 mm f/4-5.6 III
- Tripode profesional – Polaroid 72”
- HP desktop:
Sistema / Windows 10 PRO
Procesador / Intel Core i7-7700HQ 2.80GHz
RAM / 8 GB
Tarjeta de vídeo / GTX1070 8GB ddr5
Almacenamiento / 1tb SSD 1tb HDD
- Software de diseño - Adobe CC 2019:
Adobe Illustrator
Adobe Photoshop
Adobe Indesign
Adobe Lightroom

Para la creación del proyecto:

- Computadora Desktop
- Cámara Profesional
- Software especializado para edición de fotografía
- Software especializado para diagramación

A decorative graphic on the left side of the page, featuring stylized leaves in various colors (teal, green, yellow, orange, red, blue) and small colored dots (red, blue, orange, green) scattered throughout. The leaves are arranged in a vertical, overlapping pattern.

Capítulo 3
Objetivos de diseño

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1. Objetivo General

Diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años de edad, los diversos productos textiles que promueve y vende la fábrica DPablo's a empresas comerciales.

3.2. Objetivos Específicos

Recopilar información relacionada a la identidad corporativa y a los productos textiles que fabrica, promociona y vende la fábrica DPablo's para que la línea gráfica del catálogo impreso tenga coherencia con su identidad corporativa.

Investigar conceptos e información relacionada a la elaboración de catálogos y tendencias de diseño editorial para implementar de forma correcta los elementos gráficos en la maquetación del catálogo impreso.

Fotografiar los diferentes productos textiles para que el grupo objetivo pueda observar sus características y llame su atención.

Diagramar los elementos gráficos para establecer un orden visual que permita al grupo objetivo comprender fácilmente el contenido.

A decorative graphic on the left side of the page features stylized, overlapping leaves in various colors including teal, green, yellow, orange, and red. Interspersed among the leaves are small, solid-colored circles in shades of red, blue, green, and orange. The overall style is modern and vibrant.

Capítulo 4
Marco de referencias

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Nombre del cliente: DPablo's

Dirección: 11 Calle 4-68 zona 1, ciudad de Guatemala

Email: dpablogt@gmail.com

Gerente General: Carlos Ronaldo Zetina

Teléfono: 3019 2631

Redes Sociales: https://www.instagram.com/dpablos_gt/?hl=es-la

4.2 Antecedentes

DPablo's es el primer negocio familiar de Carlos Zetina en honor al nombre de su segundo hijo llamado Pablo Zetina. Surgió el nombre Diseños Pablo's y su abreviatura es DPablo's; fundaron la empresa textil en 2009, en la que la familia se dedicaba a la confección de trajes formales con materiales de alta calidad, con el propósito de realizar todo tipo de sastrería o confección.

4.3 Misión

Elaborar productos textiles de alta calidad para satisfacer las expectativas de nuestros clientes, utilizando la mejor materia prima de alta durabilidad y elegancia para brindarle el mejor servicio y atención que se merecen.

4.4 Visión:

Ser una fábrica reconocida por su calidad, servicio, atención e innovación a nivel nacional.

teniendo la oportunidad para brindarle al cliente una prenda de vestir auténtica y original **4.5**

Historia

DPablo's es una empresa que se dedica a la venta de trajes confeccionados a la medida (atendido por su dueño Carlos Zetina). Ha brindado sus servicios de confección en la ciudad capital; con una trayectoria de más de 10 años. El nombre "DPablo's" es la abreviación de "Diseños Pablos" que se inspira en el nombre de uno de los hijos del señor Carlos.

El señor Carlos Zetina tiene gran experiencia en la sastrería, ya que es toda la vestimenta para caballeros que contiene alta creatividad para confeccionar trajes. Él, acompañado de su familia como su esposa e hijos, son los encargados de velar por el negocio.

Se dedica principalmente a la confección de uniformes para estudiantes de todos los niveles y trajes de graduación para jóvenes, al igual que la confección para trajes de boda y para personal de varias empresas comerciales.

4.6 Servicios

Dentro de los servicios está la sastrería, que es la vestimenta principal para caballeros haciendo de sí la confección los trajes a la medida y gusto propio por el cliente.

Utiliza materiales de primera calidad para la comodidad y estilo que el cliente necesita.

Dentro del margen de precios utilizan dos tipos de telas: Tela Casimir PuntoFino y Tela Casimir Americano.

Un Blazer cuesta Q.700.00 en tela Casimir Punto Fino y a Q.800.00 en tela Casimir Americano; Un Blazer y Pantalón a Q.875.00 en Casimir Punto fino y a Q.975.00 en tela Casimir Americano; Un Blazer, Pantalón, Chaleco, Camisa y Corbata (Traje completo) a Q.1,100.00 en tela Casimir Punto Fino y a Q.1,200.00 en tela Casimir Americano.

Al igual que DPablo's ofrece una garantía de 8 meses al comprar un traje completo. De tal manera ofrece servicio de sastrería para cualquier tipo de ropa.

Fabrican el traje en una semana hábil, ahora si el cliente tiene una emergencia para adquirir el traje lo pueden realizar de 1 día a 3 días.

4.7 Delimitación geográfica

Dentro de la delimitación geográfica está principalmente el departamento de Guatemala con una cantidad de 3,573,179 habitantes. Haciendo de esta con una cantidad de 995,393 personas, de las cuales 1000 habitantes visitan a DPablo's en la Ciudad de Guatemala, Zona 1 de Guatemala

4.8 Grupo Objetivo

Personas de 20 a 30 años de edad, de diferentes entidades públicas quienes deseen un traje textil confeccionado profesionalmente a la medida y gusto propio.

4.9 Principal beneficio al grupo objetivo

Brindar un catálogo impreso creativamente a clientes reales y potenciales mostrando los productos que brindan DPablo's.

4.10 Competencia directa

- Artex
- Distefano
- Pierre Cardin

4.11 FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Amplio conocimiento de confección y sastrería.- Utilidad de materiales de calidad.- Varios años de experiencia en el mercado.	<ul style="list-style-type: none">- Brindar un buen servicio a los clientes.- Su localidad es amplia para los clientes.- Satisfacer las necesidades.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- No cuenta con una buena instalación.- No cuenta con un catálogo para los clientes.- No cuenta con una línea de diseño.	<ul style="list-style-type: none">- Mucha competencia directa del área de mercado.- Otros lugares ofrecen un servicio similar.- Falta de promociones publicitarias.

4.12 Mensajes claves a comunicar

Mostrar los productos que ofrece DPablo's y aumentar el número de clientes para que sea más reconocida la empresa en el Centro Histórico, departamento de Guatemala.

4.13 Materiales a realizar

Diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años los productos textiles y trajes confeccionados que ofrece DPablo's a clientes reales y potenciales de distintas entidades públicas y privadas.

4.14 Presupuesto

La empresa textil cuenta con Q.10,000.00

4.15 Logotipo de la empresa o entidad

4.15.1 Logotipo:



4.15.2 Paletas de colores

Color blanco: R:255 G:255 B:255; C:0% M:0% Y:0% K:0%; #: ffffff

Color Azul: R:10 G:23 B:65; C:100% M:80% Y:0% K:70%; #: 0a1741

Color Negro: R:0 G:0 B:0; C:0% M:0% Y:0% K:100%; #: 000000

4.15.3 Familia tipográfica

Times New Roman: ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ -

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 1234567890

A decorative graphic on the left side of the page features stylized, overlapping leaves in various colors including teal, green, yellow, orange, and red. Small, colorful dots in shades of red, blue, green, and orange are scattered among the leaves, adding to the vibrant, organic feel of the design.

Capítulo 5

Definición del Grupo Objetivo

Capítulo V: Grupo Objetivo

El grupo objetivo al que va dirigido el proyecto es para clientes reales y potenciales con hombres y mujeres entre 20 a 30 años de distintas entidades públicas y privadas, quienes buscan un traje textil de vestir elegante; confeccionado a la medida y con materiales de primera calidad; DPablo´s brinda sus servicios en el Centro histórico.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo reside en la ciudad de Guatemala, estudian y trabajan en empresas ubicadas en la ciudad capital. El proyecto se ubica en Guatemala, departamento de Guatemala, Ciudad de Guatemala, específicamente en la zona 1 de la ciudad de Guatemala.

- País: Guatemala
- Departamento: Guatemala
- Municipio: Ciudad Capital, Zona 1, Centro Histórico
- Extensión territorial de Guatemala: 108,900 kilómetros
- Clima: Guatemala cuenta con un clima cálido en la mayoría de sus meses del año, el clima desciende un poco en los meses de enero, mayo y diciembre.

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo está compuesto por hombres y mujeres de 20 a 30 años de edad. Poseen un NSE de nivel C1, que forman parte de un personal de servicio eventual, llegan a poseer un auto compacto asegurado y casas o apartamentos financiados.

(Ver tabla completa de NSE en anexo A)

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo cree en Dios, la familia, el trabajo y la diversión. Visitan centros comerciales, parques dentro y fuera de la ciudad y hacen uso constante de redes sociales (Instagram, Facebook, Tik Tok, YouTube y WhatsApp). Comparten el tiempo en familia y amigos realizando varias actividades como reuniones y celebraciones para tener un momento agradable y divertido.

5.4 Perfil Conductual

El grupo objetivo mantiene un comportamiento alegre y entusiasmado, asimismo alta responsabilidad y disciplina, que exige una vestimenta elegante y cómoda, ya que desean asistir a sus trabajos o eventos teniendo como importancia los tonos, estilos y diseños en cada traje. Para tener la elegancia y comodidad correspondiente.

A decorative graphic on the left side of the page features stylized, overlapping leaves in various colors including teal, green, yellow, orange, and red. Interspersed among the leaves are small, solid-colored circles in shades of red, blue, green, and orange. The overall style is modern and vibrant.

Capítulo 6

Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1. Sastrería. Se define la sastrería como el desempeño, oficio u ocupación en el cual está encargado de confeccionar y arreglar trajes de toda vestimenta del género masculino. De esta forma el sastre es el encargado de hacer pantalones, bermudas, camisas, sacos y otras prendas que son utilizadas por los hombres.

El trabajo que realiza el sastre es de manera artesanal, esto quiere decir que el sastre debe de tomar medidas de su cliente y realizar diferentes marcas en la tela para luego coser y cortar las prendas con exactitud para el cliente.

De lo anterior se puede mencionar que, quien acude a un sastre, espera encontrarse con un especialista que le permita lucir una ropa confeccionada de manera exclusiva. No es lo mismo utilizar un traje hecho por un sastre en base a las medidas específicas y exactas, que comprar ropa en una tienda cuyos talles o números ya están definidos por defecto de su fabricación. (Pérez, J., & Gardey, A. 2014)

6.1.2. Corte y Confección. Se define al corte y confección al arte de diseñar, cortar, y coser todo tipo de tejidos en los cuales aplica principalmente a la confección de conjuntos femeninos de los cuales pueden ser los vestidos de día y de noche, blusas, trajes y faldas. Aunque también los sastres pueden eventualmente ocuparse de la confección de chaquetas, chalecos, abrigos para mujeres.

Una buena confección requiere que se cuiden las costuras, remates y dobladillos al igual que se deben de tomar medidas exactas de las cuales se debe llevar la confección. En el corte y confección realizado en casa se requiere el uso de patrones, previamente ajustados al cuerpo, y la elección acertada de la tela que convenga al tipo de modelo elegido. Según lo

relacionado anteriormente, en la actualidad el arte de la confección y la moda han adquirido gran importancia para la mujer y el hombre, tanto en su aspecto comercial como en el de la confección casera. (Alegsa, L. 2019)

6.1.3. Fibras Textiles. Las fibras son todas las materias primas más importantes y básicas que produce la industria textil, al igual que puede ser de origen químico, que proveen las fibras sintéticas; o agroganadero que proveen las fibras naturales.

Las fibras naturales tales como la lana, algodón, el lino y la seda han sido las más empleadas para fabricar todo tipo de prenda de vestir; durante el siglo XX se han fabricado fibras sintéticas las cuales son como el polyester, lycra y el nylon que se han empleado en las prendas de vestir.

Con lo mencionado anteriormente, una vez que la materia prima ha sido producida de manera natural por animales y plantas o por la industria química, se lleva a cabo el proceso de hilado para transformarlas en hilos y luego seguirá el acabado, donde se tiñe o blanquea y finalmente llevarlas al proceso de confección de la ropa (Ucha, F. 2013).

6.1.4. Productos Textiles. Los productos textiles son todos aquellos que sean semielaborados; elaborados; manufacturados; o confeccionados. Y que estén compuestos de fibras textiles que hayan llevado un proceso de elaboración.

Dentro de los productos textiles se pueden encontrar varios tipo en los cuales se encuentran los recubrimientos de muebles, paraguas, paraguas y parasoles, colchones y artículos de camping, así como los forros de abrigo para calzado y guantería, todo tipo de ropa para vestir que contengan como mínimo el 80% de su peso de materia textil. **6.2**

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1. Comunicación. Se puede comprender que la comunicación es esencial para formar parte de un proyecto, ya que se debe de transmitir correctamente un mensaje y el mensaje se pueda comprender.

Según Idalberto Chiavenato, la comunicación es *"el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social"*

6.2.1.2 Esquema de comunicación. Los elementos de la comunicación son el receptor, emisor, mensaje, contexto, código y canal. De los cuales son esenciales para que la comunicación y el mensaje sean un éxito para su objetivo. Del libro:

«Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica», Primera Edición, de Fonseca Yerena Maria del Socorro, Pearson Educación, México, 2000, Pág. 4.

Esto hace una gran ayuda para la creación de un catálogo ya que es indispensable el conocimiento de estos pasos para interpretar un mensaje correctamente y que el lector pueda comprenderlo.

6.2.1.3 Signo. Para Saussure el signo es una entidad con dos caras: es la unión entre concepto o idea y una imagen acústica que se corresponden recíprocamente. La imagen acústica no es el sonido, sino la representación mental de la cadena de sonidos que se corresponden con un determinado concepto. (Taller de comunicación. 2020)

6.2.1.4 Significante. Según Saussure, es la forma material que toma un signo, puede ser la escritura de una palabra (grafía) o una imagen visual o mental. El significante

adquiere sentido a nivel simbólico, es decir, cuando se vuelve significativo en un contexto lingüístico específico. (Juárez. 2020)

Esto quiere decir que el significante ayuda a percibir un mensaje a través de los sentidos.

6.2.1.5 Significado. Es la representación psíquica que hace el cerebro de esa imagen acústica producida por el significante. Para Saussure, el significado es la idea que se conforma en la cabeza tras haber escuchado o leído la palabra. Esta no tiene que corresponderse al cien por cien con el objeto real, sino con la idea que la persona que lo percibe tiene del mismo. (Hernando. 2020)

Para su interpretación ayuda a un catálogo tener un significado de una imagen que se presenta para comprender los productos que se visualiza en el catálogo y el lector pueda comprender lo que está visualizando.

6.2.2 Conceptos relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. En 2010, Nagy define como diseño en un equilibrio y organización agradable de materiales y los elementos que tienden a una determinada función. Este no simplemente decora elementos exteriores. Más bien debe comprender la esencia de los productos y de las empresas. Tanto integra los requerimientos tecnológicos, sociales y económicos como las necesidades biológicas o los efectos psicológicos de los materiales, la forma, el color, el volumen o el espacio.

Es un proceso del cual se requiere dedicación e integridad para realizar todo tipo de trabajo. Y hace destacar que “El diseñador es intermediario y mediador entre el mensaje y la población a quien va dirigido, por lo que debe contener una serie de

signos comprensibles para el sector target a quien pretende ir dirigido y basado en una serie de armonías estéticas” (Nagy, L. 2010)

6.2.2.2 Diseño gráfico. El diseño gráfico es una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer necesidades de comunicación visual. Se ocupa de organizar imagen y texto, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico, a un determinado grupo social y con objetivos claros y definidos. (Pérez, J., & Gardey, A. 2017)

6.2.2.3. Diseño editorial. Tiene como fin establecer una relación inmediata entre el contenido y los objetivos de una publicación y su audiencia. Este permite aportar expresión y personalidad a una publicación, lo que atrae con eficacia a los lectores. Generalmente, la unión de estos dos factores debe obtener como resultado una pieza que sea útil y sirva para entretener e informar al lector. (Zappaterra, 2014)

6.2.2.4. Diagramación. Es distribuir, organizar los elementos del mensaje como texto e imágenes, en el espacio por medio de una jerarquización que busca la funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable y aplicación adecuada de tipografías y colores. (González, 2002)

6.2.2.5. Boceto. Es un recurso esencial y simple para la elaboración de ideas, que cada persona es capaz de utilizar. Como lo expresó Lambert: “El boceto, ha sido considerado de gran importancia para el artista, por ser una representación intuitiva, recomendada para adquirir destreza visual y, una herramienta para reunir y ordenar información.” (Moretta, 2020)

6.2.2.6. Diseño digital. Esta especialidad se basa en el diseño y retoque de imágenes y otros materiales digitales. También es considerado una de las especialidades del diseño gráfico. (Olivos, 2016)

En el mundo digital existen diferentes recursos, cada uno debe tener un orden diferente, el diseño es importante para poder sacarle el máximo provecho, enviando el mensaje correcto y sobre todo logrando que el usuario tenga comprensión de todos los elementos que lo constituyen.

6.2.2.7. Adobe Photoshop. Adobe (2021), define como el software de diseño gráfico e imágenes digitales del mundo está en el núcleo de cada proyecto creativo, desde la edición y composición de fotos hasta la pintura digital, la animación y el diseño gráfico. Photoshop sea el programa de retoque fotográfico más usado del mundo se debe a que este es una de las herramientas más completas de su categoría, ofreciendo un número de posibilidades casi ilimitado; una de las características más representativas de este programa es el sistema de capas, que simulan a hojas de trabajo apiladas

6.2.2.8. Adobe Illustrator. Adobe (2020), define a Illustrator como el de mayor preferencia para millones de artistas y diseñadores que emplean el software de gráficos vectoriales estándar del sector para crear de todo, desde bellos gráficos en el sitio web y dispositivos móviles hasta logotipos, iconos, ilustraciones para libros, paquetes de productos y afiches.

Illustrator es un software de diseño vectorial que te permite redimensionar tus ilustraciones para pantallas de celulares y para vallas publicitarias, pero siempre quedarán nítidas y atractivas.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias.

6.3.1.1 Semiología. (La semiología en la publicidad) Semiología viene de las palabras griegas *semion* (signo) y *logos* (estudio). Por lo tanto, puede decirse simplemente que la semiología es el estudio de signos.

En un catálogo se utiliza la semiología como un elemento internacional visual para que pueda ser reconocido, sin importar el lenguaje o código que se utilice, se emplean signos que respalden y reduzcan la información para que un lector pueda comprender acerca de productos y precios.

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Estudio del lenguaje hablado y escrito, también del significante y el significado de otros signos, como pueden ser las imágenes. Es aquí donde se habla del lenguaje visual. Se estudia igualmente la forma de la imagen, su estructura, los elementos formales que la componen y qué representan. (Fontanills, 2020)

6.3.1.3 Psicología. Es la ciencia que estudia la conducta humana, así como los procesos mentales y, en general, todo lo relativo a la experiencia humana. Asimismo, la Psicología explora conceptos como la percepción, la motivación, la personalidad, la inteligencia, las relaciones entre personas. Además, de una disciplina académica, también es una profesión: los psicólogos son los profesionales que se encargan de aplicar sus conocimientos hacia la terapia psicológica. (Psicología y mente. 2021)

6.3.1.4 Psicología de la comunicación. El enfoque psicológico de la comunicación se refiere a la percepción, aprendizaje, memoria, persuasión e influencia.

Cuando una persona lee el periódico, escucha a un vocero o participa en un evento de comunicación interna, diversos procesos psicológicos se disparan. El mismo mensaje transmitido en contextos distintos puede tener interpretaciones opuestas, y generar reacciones totalmente diferentes en distintos públicos. (MBA & educación ejecutiva. 2016)

6.3.1.5 Psicología del Color. Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.

Todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo muchas técnicas adscritas que pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa. Sin embargo, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y el arte publicitario. (psicología del color. 2020)

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Tipografía. Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje, pidiéndole ver también cómo el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión.

La tipografía también se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas que son finalmente las protagonistas del mundo gráfico, al ser los intermediarios entre los mensajes pensados por el emisor o la marca, y las ideas del diseñador. (María. 2014)

6.3.2.2 Fotografía. Es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura. (Pérez Porto, J. & Gardey, A., 2012)

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color. Conjunto de reglas para mezclar los colores y conseguir el efecto deseado. El color es uno de los conceptos más relativos del arte; es una sensación compleja resultado de varios fenómenos físicos que se dan de forma simultánea.

Técnicamente, cuando la luz emitida por una fuente luminosa llega a una superficie, la materia absorbe parte de las longitudes de onda del espectro de luz y hace rebotar otras. Las longitudes que rebotan son las que aportan color a las cosas. Esta luz rebotada llega a nuestro ojo estimulando nuestros conos y provocando que nuestro cerebro interprete el color. (Eacm. 2018)

El círculo cromático es una representación gráfica muy clara de distintas paletas de colores a los cuales se les atribuyen distintas propiedades como lo es el matiz, luminosidad o la saturación.

Cabe mencionar que existen dos modelos de color, es decir aditivos y sustractivos; los colores aditivos se utilizan para pantallas digitales, mientras que el modelo de color sustractivo se basa en colores tangibles como la tinta.

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. Se acerca a una concepción del ser humano caracterizado por su papel activo a la hora de percibir la realidad y tomar decisiones. Según los gestaltistas, todos crean en la mente imágenes más o menos coherentes sobre lo que rodea, y estas imágenes no son la simple unión de las secuencias de información que nos llegan a través de nuestros sentidos, sino que son algo más.

Según Torres, A, (2020) Niega que exista un todo perceptivo que esté compuesto por el conjunto de datos que van llegando a nuestro cuerpo. Por el

contrario, propone que lo que se experimenta es más que la suma de sus partes, y que por lo tanto existe como un todo, una figura que sólo puede ser considerada entera.

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo. El diseño minimalista es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados a la vista. Su propósito es hacer que sobresalga el contenido.

Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza. Por lo tanto, los diseños minimalistas ofrecen contenidos visuales concretos abordados de la simplicidad –no simpleza- de los recursos gráficos que se deben emplear para lograr desarrollos consecuentes, sin distracciones.

El diseño gráfico minimalista sigue las características del estilo: la abstracción, la economía del lenguaje, purismo estructural y funcional, orden, reducción, síntesis, sencillez y concentración. (Webnova. 2020)

6.3.4.2 Tipografía grande. Son creaciones con tipografía más grande y elaboradas a mano, buscando esa necesidad de autenticidad. Todo ello combinado con una tipografía más artística. (Parra. 2020)

Se considera atractiva la tipografía grande, para tener un impacto hacia el lector y se comprenda el tipo de contexto que se lleva a cabo y la información.

6.3.4.3 Formas geométricas. Las formas y patrones geométricos son un motivo que se alinea con algunas de las tendencias de la época de los años 80. Este puede

aplicarse de diversas maneras, como elementos gráficos individuales, como fondos, como una técnica ilustrativa. (Kliever. 2020)

6.3.4.4 Tablero de Tendencias



Se muestra una explicación de cada tendencia para que se aplique al diseño del catálogo y tenga una idea propia y original. para que tenga una legibilidad a un catálogo de trajes textiles. Imagen realizada por Lester López (2021)

A decorative graphic on the left side of the page, featuring stylized, overlapping leaves in various colors including teal, green, yellow, orange, and red. Small, colorful dots are scattered throughout the leaf arrangement.

Capítulo 7

Proceso de diseño
y Propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1. Semiología. El material informativo tendrá elementos esenciales para que sea comprensible, se realizará elementos gráficos esenciales para reducir el texto y que el lector no tiende a perder el interés. Así mismo los iconos gráficos ayudarán a la comprensión de este. Así la integración al siglo actual que permita tener un manejo de la información flexible para cualquier cliente interesado en adquirir los productos

7.1.2. Psicología. El material impreso deberá tener como objetivo incrementar la venta de trajes formales para sus clientes. Por lo tanto, se implementará todo recurso visual que permita informar acerca de la calidad y servicios que ofrece la empresa. Haciendo la importancia del uso de color, imágenes y uso de iconos. Para que sea atractivo el catálogo impreso.

7.1.3. Psicología del Color. El uso de los colores es esencial para transmitir, enviar un mensaje y sobre todo mantener el carácter del tema, permitiéndose así la personalización de la identidad del producto, servicio o marca

7.1.4. Tipografía. Es uno de los recursos más importantes ya que tiene un impacto visual de lo que se quiere transmitir al cliente, utilizando una tipografía atractiva y comprensible para que genere interés al cliente. Complementándose en muchas características del catálogo, permitiendo así la legibilidad e identidad.

7.1.5. Fotografía. Es un elemento importante para el catálogo impreso. Demostrando así la personalidad de la marca ya sea en su producto o servicio, teniendo un apoyo visual realista que se colocará en el catálogo.

7.1.6. Teoría del color. Se utilizará una gama de colores azules, ya que son los colores más utilizados en la venta de trajes formales. El color azul transmite seguridad, tranquilidad, protección, elegancia y confianza. Principios fundamentales que representa DPablo's a sus productos y servicios.

7.1.7. Minimalismo. El proyecto se realiza con mucha limpieza visual, se utilizarán elementos con funciones específicas colocadas estratégicamente en el documento y un tipo de letra legible y preciso para que permita mantener atractivo el catálogo.

7.1.8. Formas geométricas. La implementación de figuras geométricas ayuda como apoyo visual en el catálogo impreso, para que tenga una tendencia atractiva y minimalista y su apoyo permitirá tener un orden visual.

7.2 Conceptualización

La conceptualización sirve para la elaboración de todos los elementos que estarán colocados en el proyecto de diseño para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos que ofrece DPablo's en la ciudad de Guatemala, Guatemala.

7.2.1. Método. El método creativo que se implementará son mapas mentales, fue popularizado por Tony Buzan. La importancia de los mapas mentales radica en que son expresión de una forma de pensamientos; el pensamiento irradiante, el mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

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 de este.

Para realizar el método de mapas mentales, se debe de llevar los siguientes pasos:

- Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual
- El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja
- Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central o de forma ramificada
- De esos temas parten imágenes o palabras claves que se trazan sobre líneas abiertas, sin pensar y clara
- Las ramificaciones forman una estructura nodal.

Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés. Belleza e individualidad (Neuronilla, 2020).

Con estos pasos, se debe complementar la solución del problema planteado.

7.2.2. Aplicación de la Técnica. Para el proyecto se aplica el método creativo de mapas mentales. Se desarrolla de la siguiente manera:

- Se toma una hoja de papel
- El problema o tema central se coloca en el centro del mapa mental (la palabra central Trajes Formales)
- Las primeras ramificaciones de trajes formales son: Elegancia, Comodidad, Estilo y moda
- De las anteriores ramificaciones se sugieren palabras como: tela, hilo, máquina de coser, patrones, confección, limpieza, entre otras.
- Para finalizar se Elige el concepto de conminación y diseño formado por las palabras que surgieron del tema principal “Trajes Formales”

De la aplicación de la técnica creativa se llegó a la conclusión que el concepto de diseño se basará en la frase “Trajes Formales. Elegancia, Comodidad y Estilo”

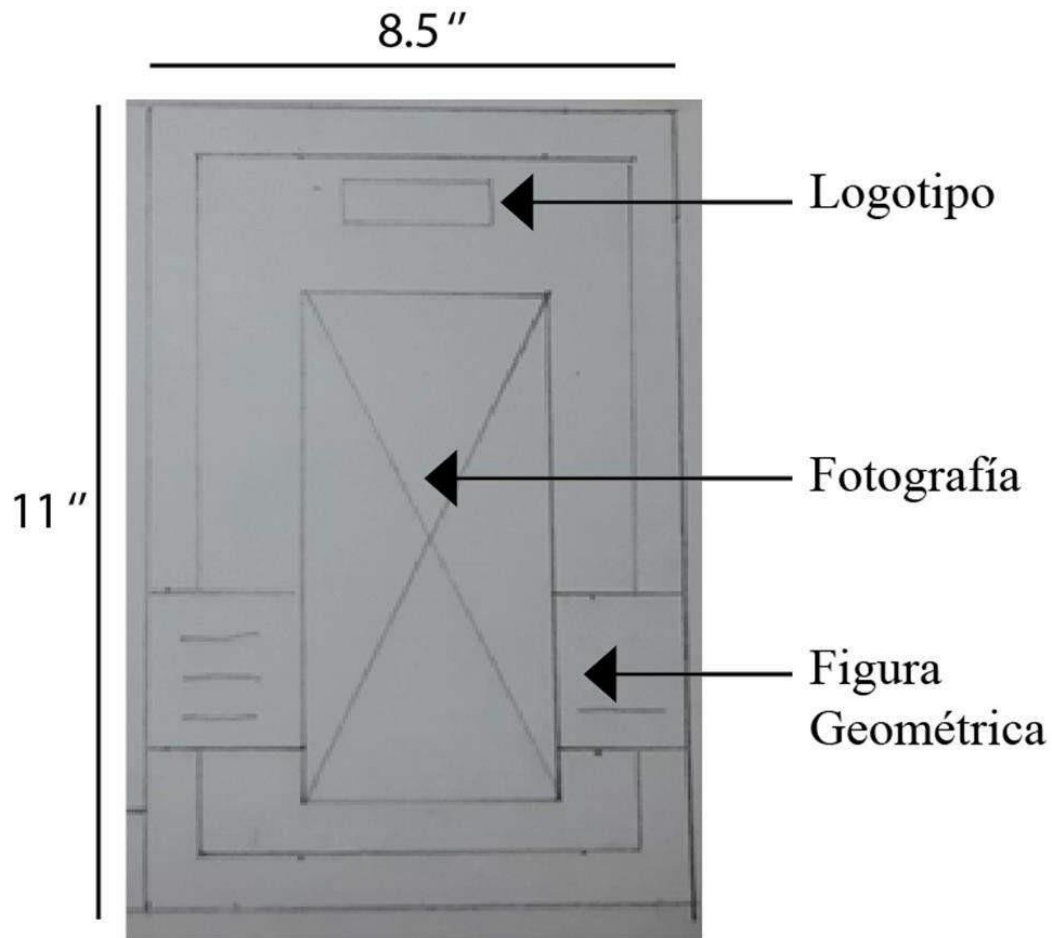
La frase tiene como principal propósito de inspirar al cliente la seguridad sobre los productos textiles, brindando la elegancia de los trajes y teniendo la comodidad para tener un excelente estilo o moda.

7.3. Bocetaje

Con la frase “trajes formales. elegancia, comodidad y estilo” se procede a realizar el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: Bocetaje de diagramación o boceto Inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

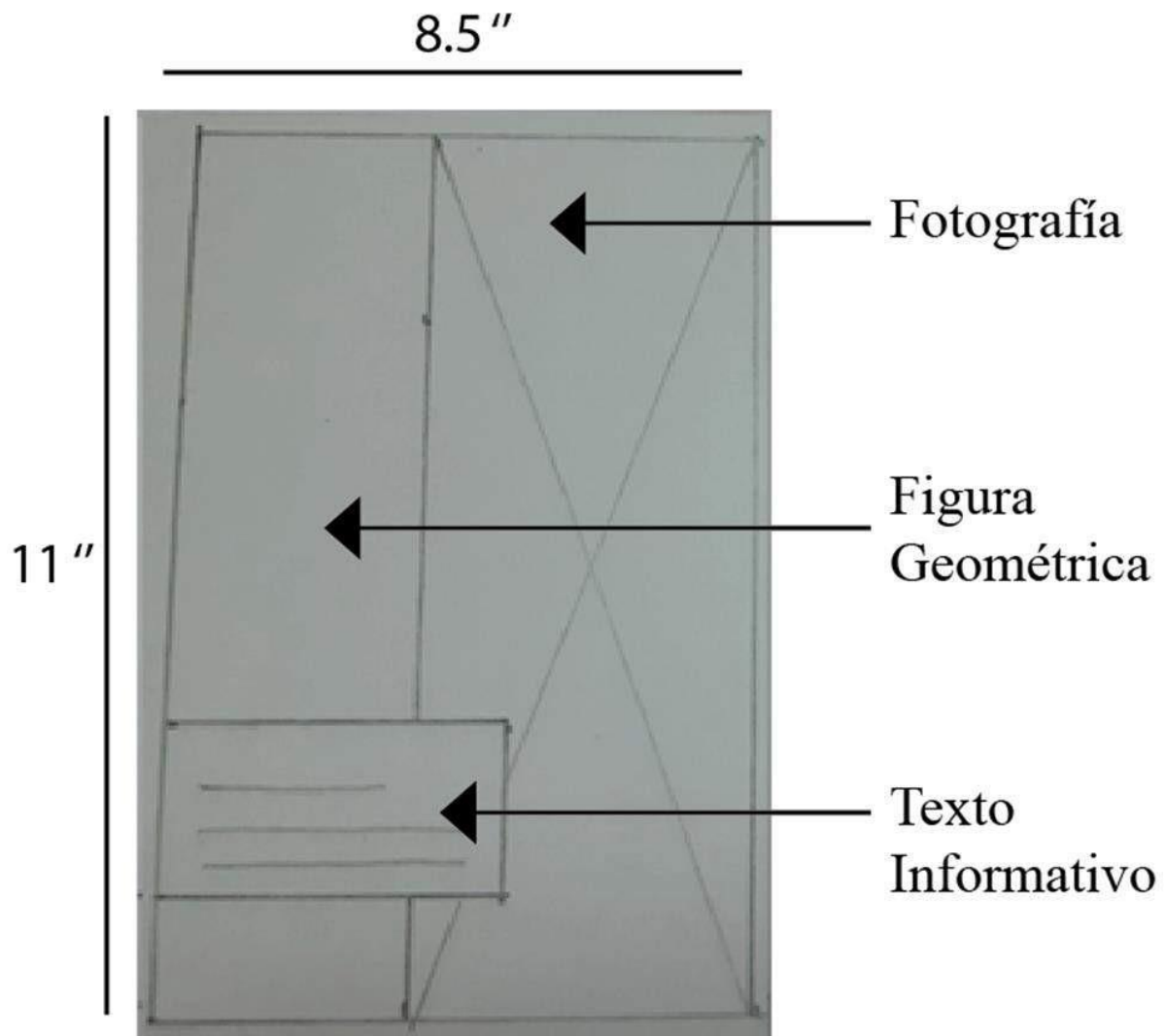
7.3.1. Proceso de bocetaje.

7.3.1.1. Portada para el Catálogo



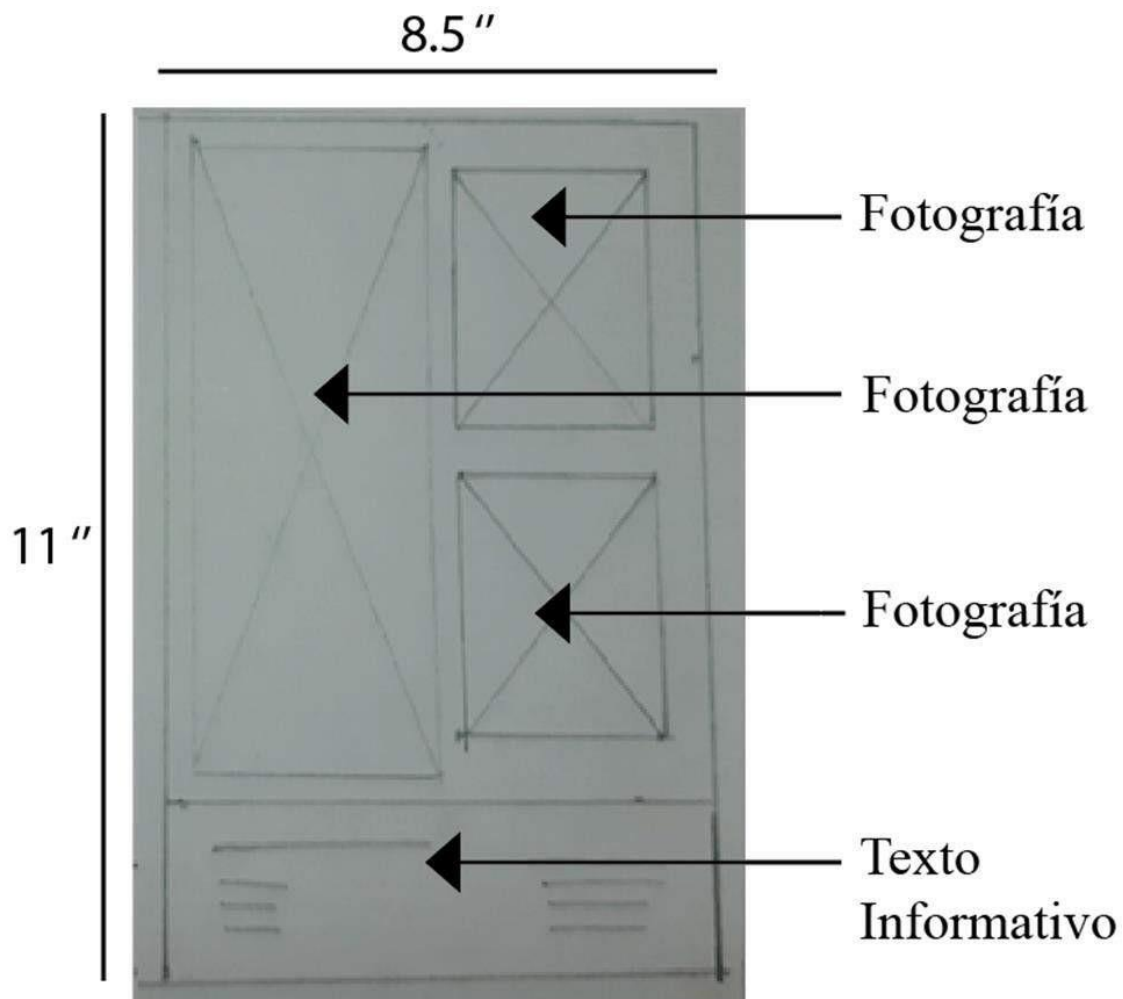
Dentro del boceto se justifica el espacio designado para el logotipo de DPablo's, la fotografía y una diagramación con figura para que tenga el impacto hacia el cliente.

7.3.1.2. Portada para las secciones interiores



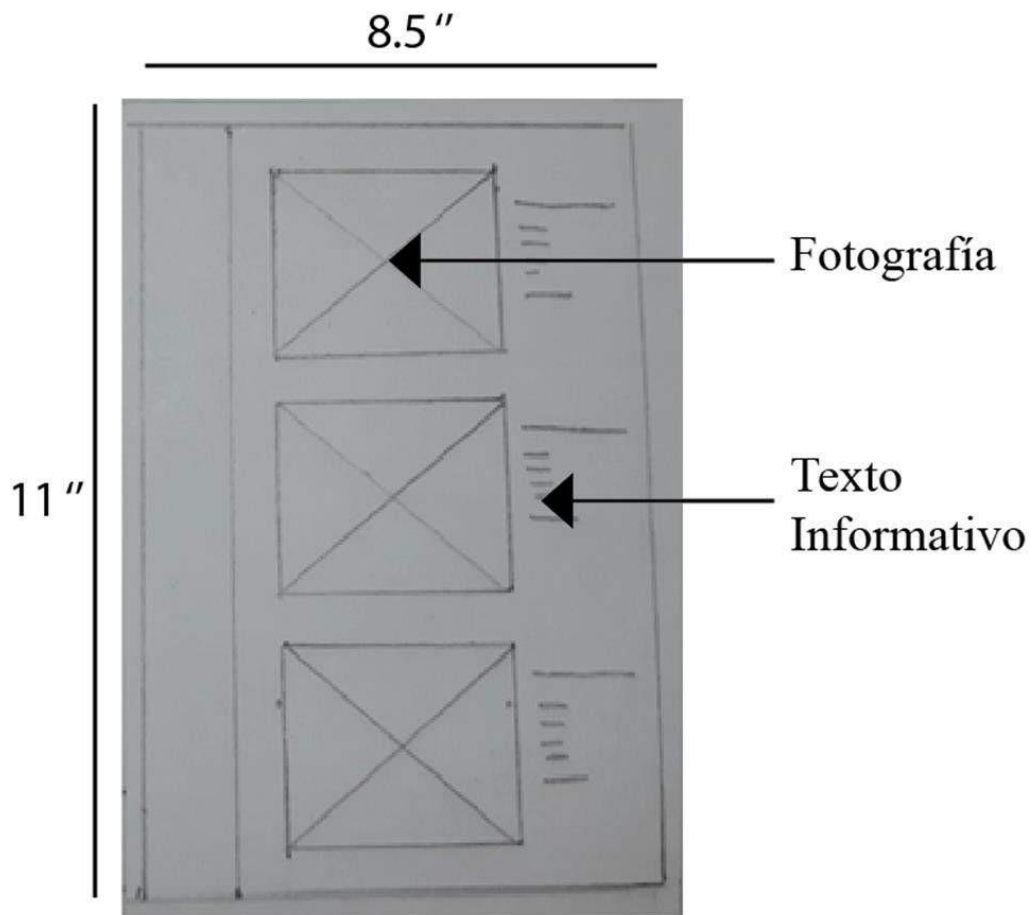
Para el bocetaje de separación de secciones, se toma la idea de colocar un tipo de portada, para que se pueda cambiar la idea completamente de cada tipo de traje que realiza DPablo's

7.3.1.3. *Página de sección (estilo 1)*



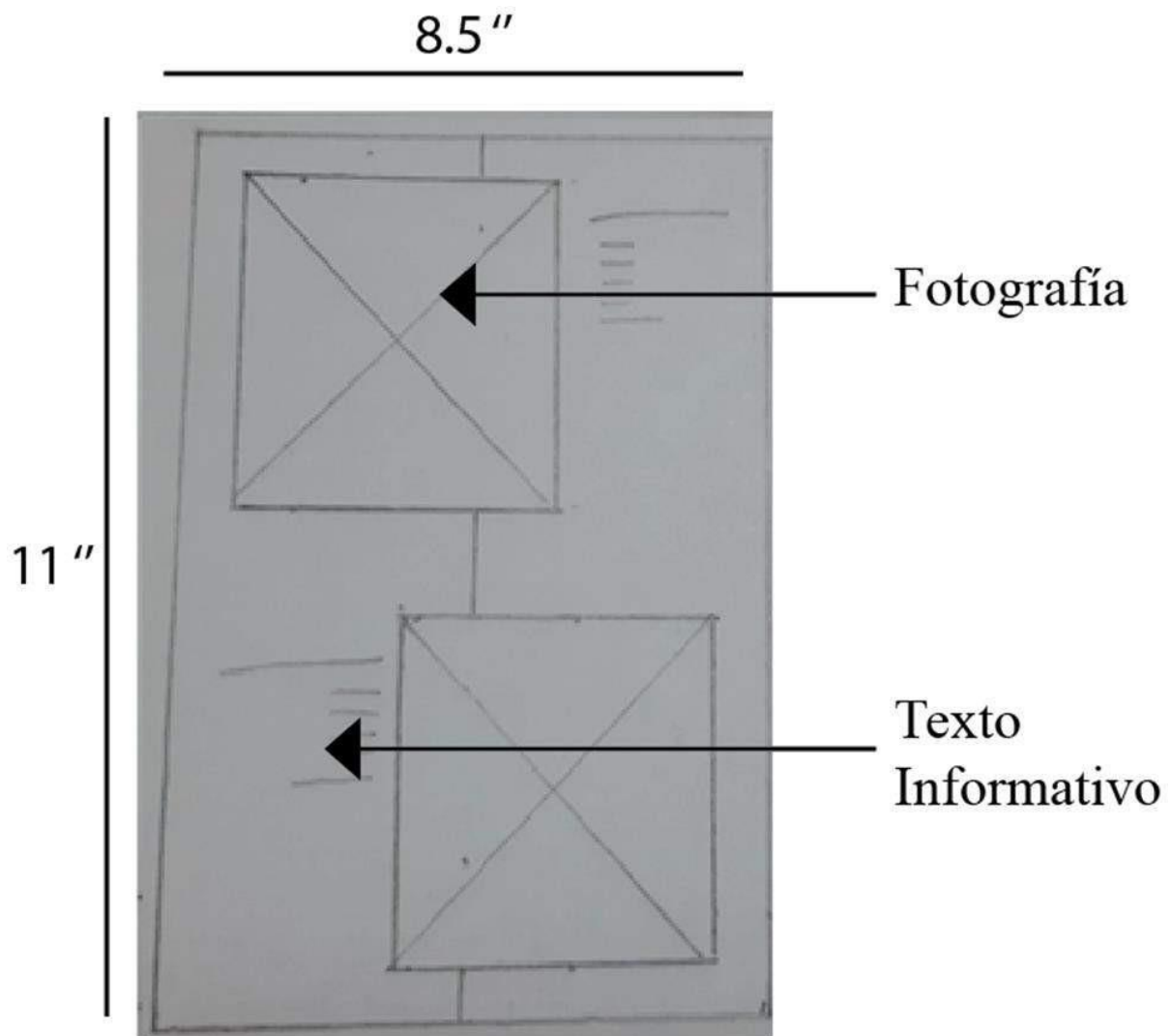
Para la página de sección número 1 se toma una idea de colocar 3 fotografías, las cuales se presentarán 3 ideas distintas. Esto para que el cliente pueda ver 3 tipos de ideas distintas presentadas en una misma página. Consecutivamente colocando el texto y sus precios correspondientemente.

7.3.1.4. *Página de sección (estilo 2)*



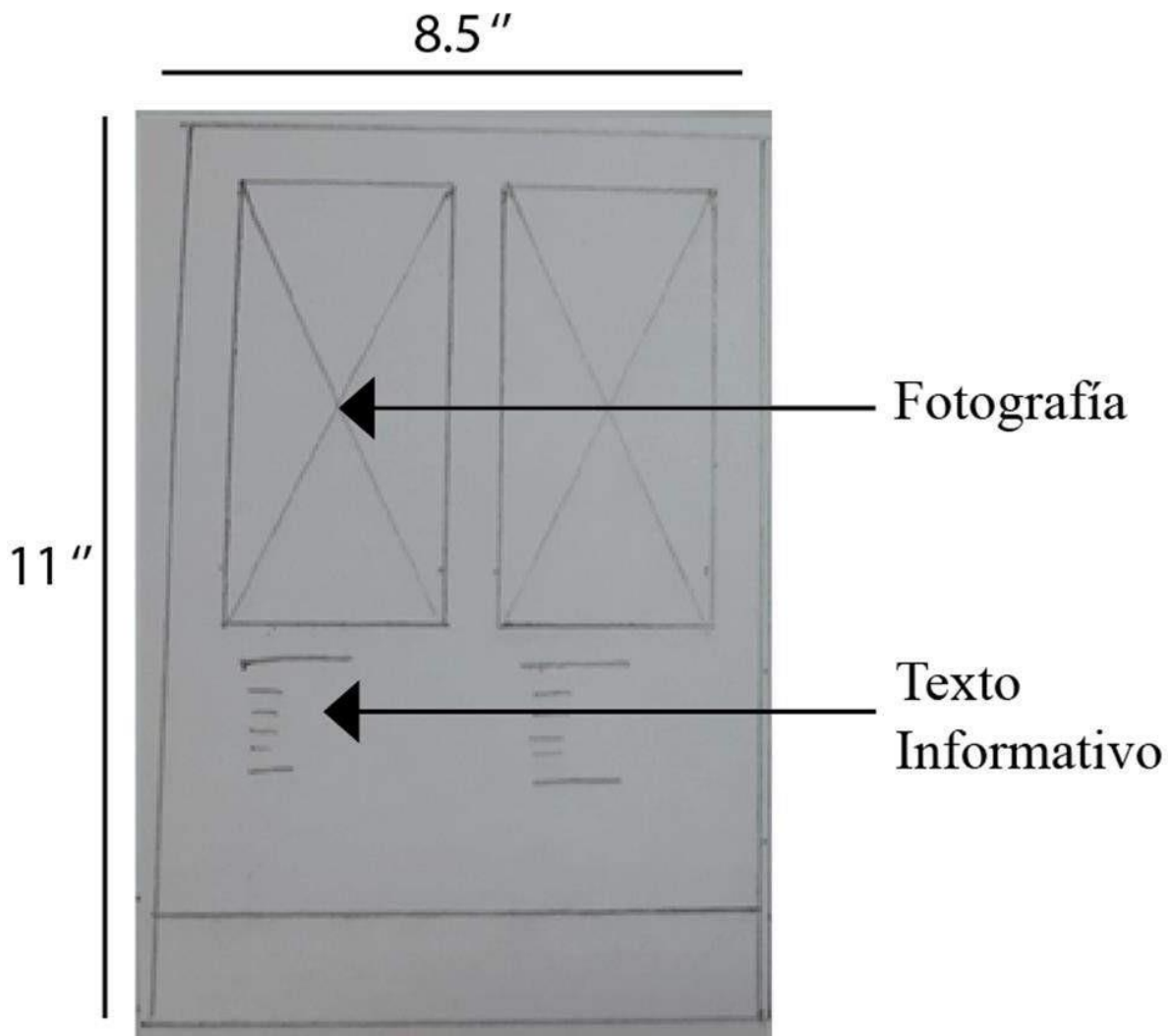
Para la segunda idea de página de sección, se presenta la misma idea de 3 fotografías distintas donde se encuentra cada una con su respectiva información. Teniendo una jerarquía vertical, cambiando totalmente la composición.

7.3.1.5. *Página para sección (estilo 3)*



Para la siguiente página de sección, se muestra un concepto distinto a los primeros dos, se tiene la idea de presentar 2 fotografías y de estas tener una jerarquía nueva. Para presentar los productos distintos con su información correspondiente

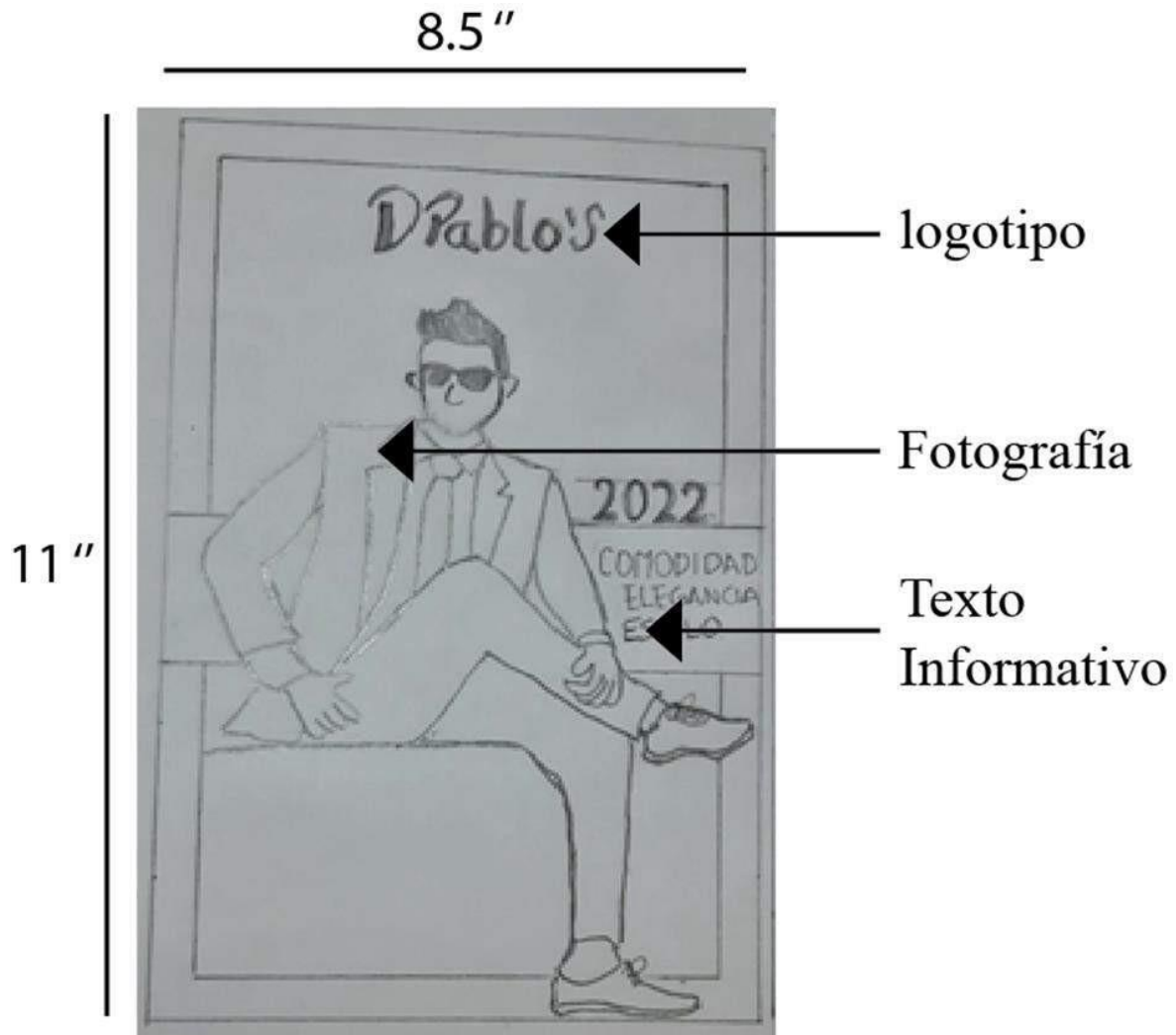
7.3.1.6. *Página para sección (estilo 4)*



Finalmente se tiene como idea, determinar 2 fotografías con una orientación vertical, para que se muestran las piezas o los productos completos. También colocando la información debajo de ellas.

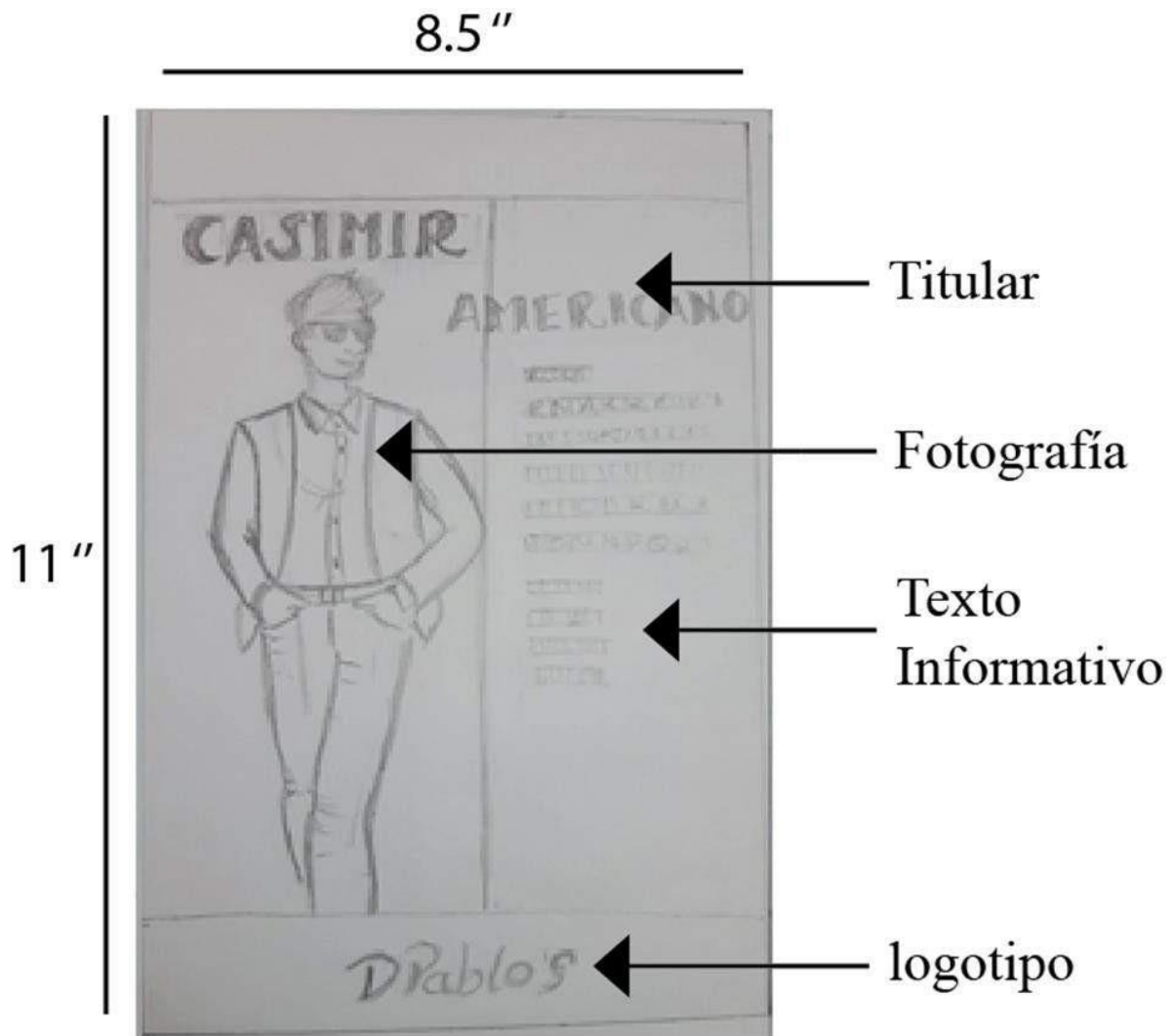
7.3.2. Bocetaje Formal

7.3.2.1. Portada para el Catálogo



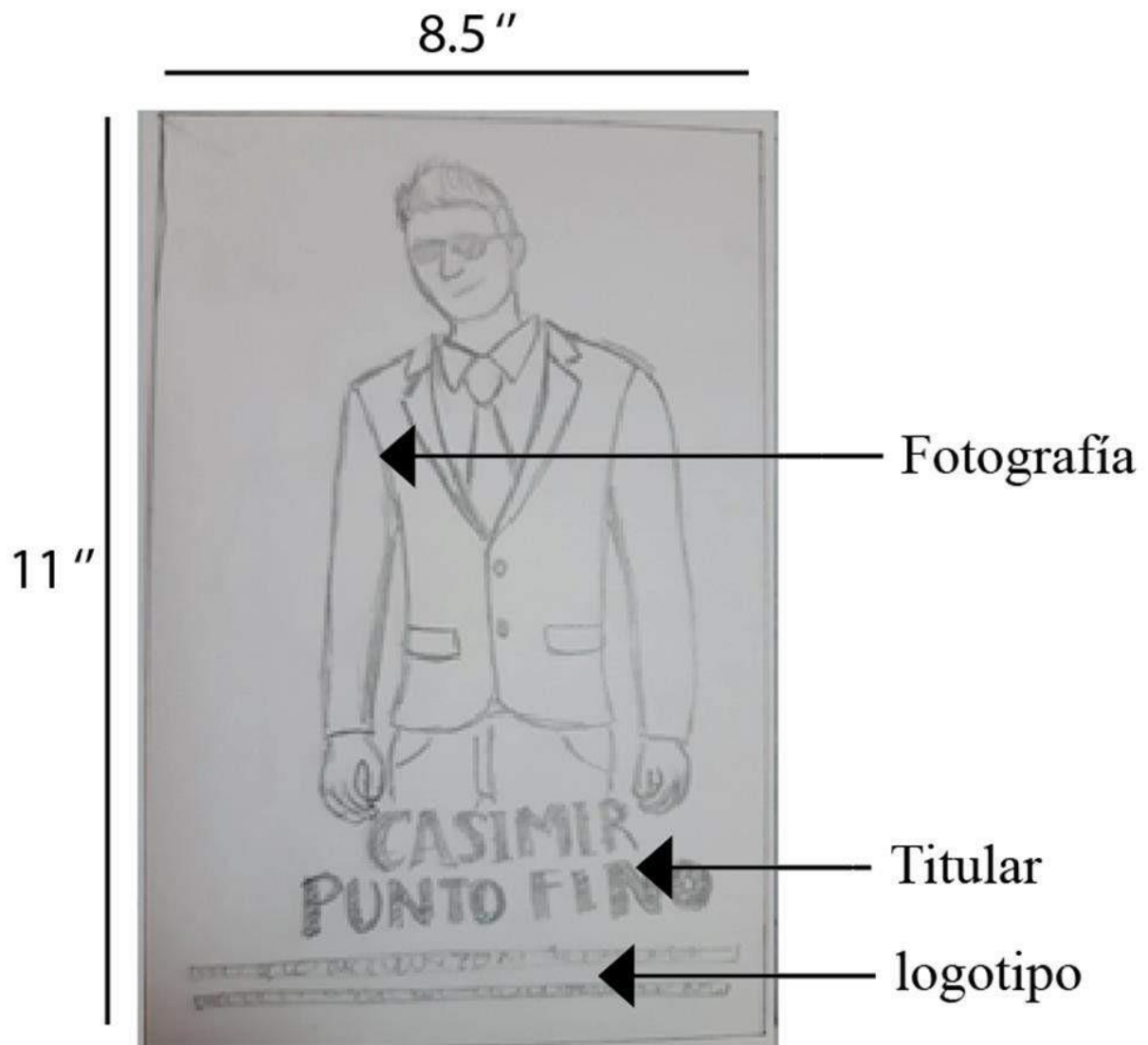
Para la Portada del catálogo, se tiene la iniciativa de proyectar una fotografía que transmita la elegancia, el estilo y la comodidad que brinda DPablo's en sus productos hacia sus clientes.

7.3.2.2. Portada Casimir Americano



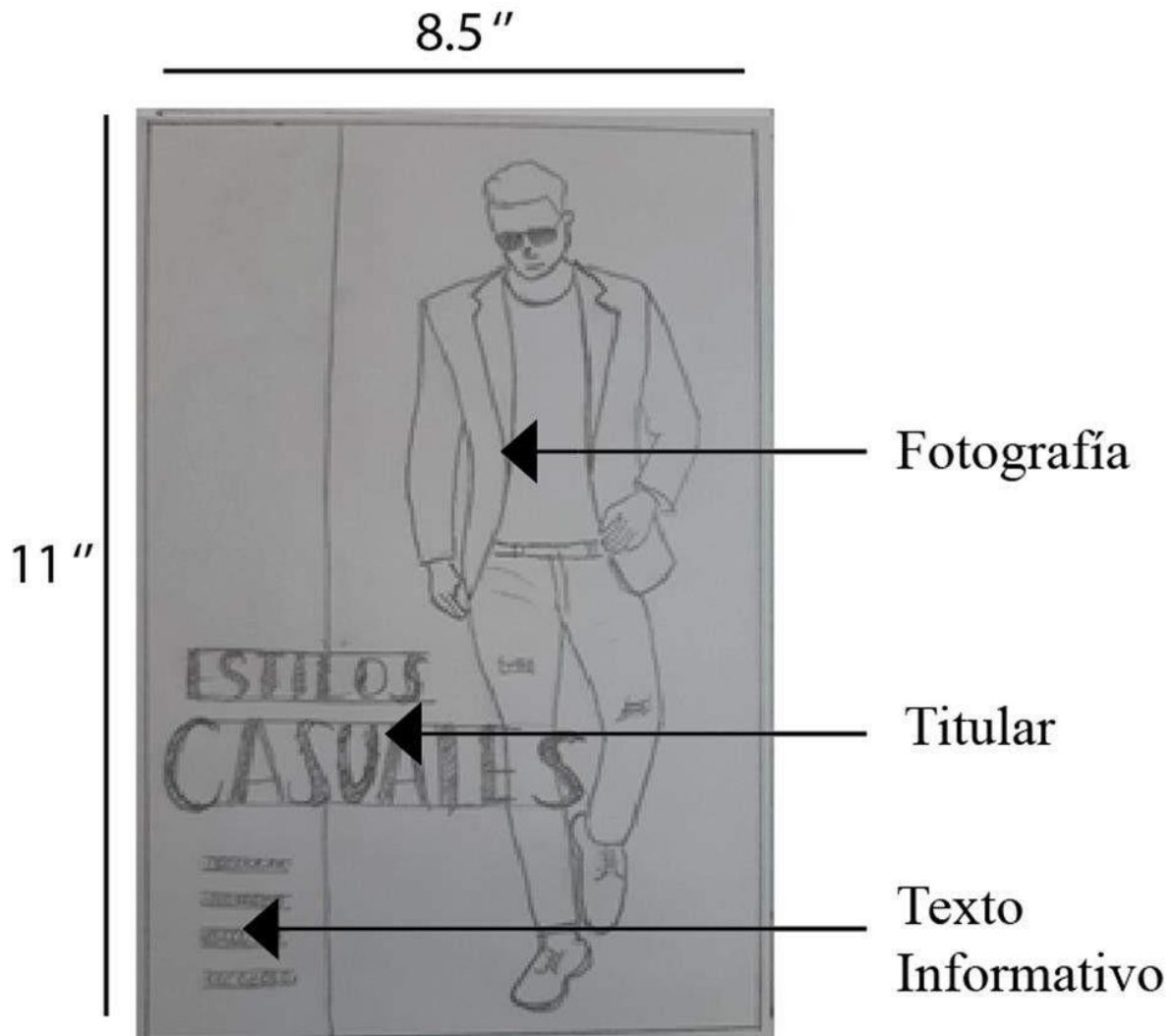
En casimir americano, se debe de visualizar una imagen que contextualice el tipo de estilo que confecciona DPablo's, junto a un texto con tipografía grande y legible para que se vea atractiva la idea. Finalmente contextualizando con figuras geométricas.

7.3.2.3. Portada para Casimir Punto Fino



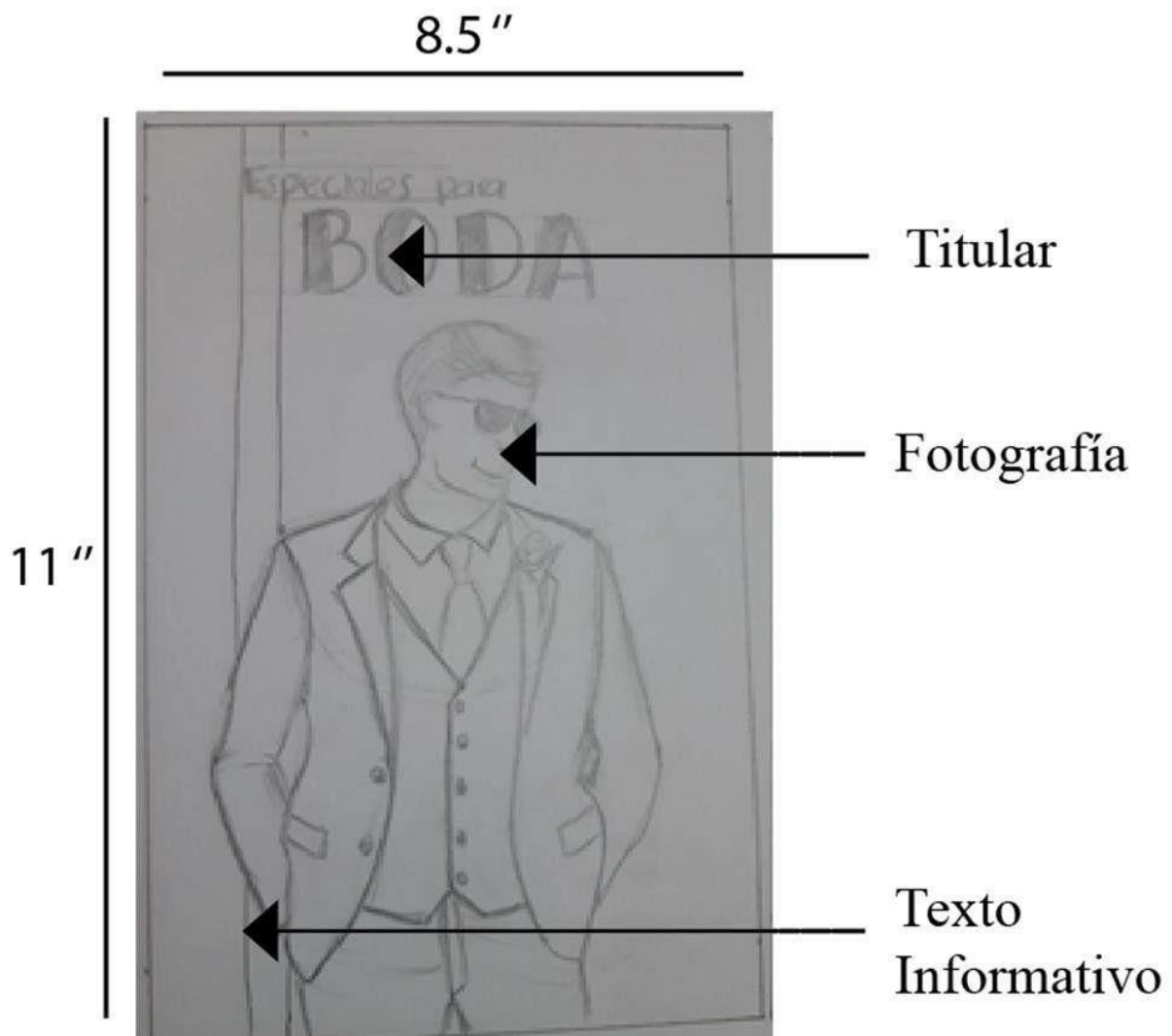
En cuanto a la portada de casimir punto fino, también se planea colocar una tipografía grande y figuras geométricas, para que tenga un orden en el catálogo, se piensa presentar una fotografía de frente.

7.3.2.4. Portada para Estilos Casuales



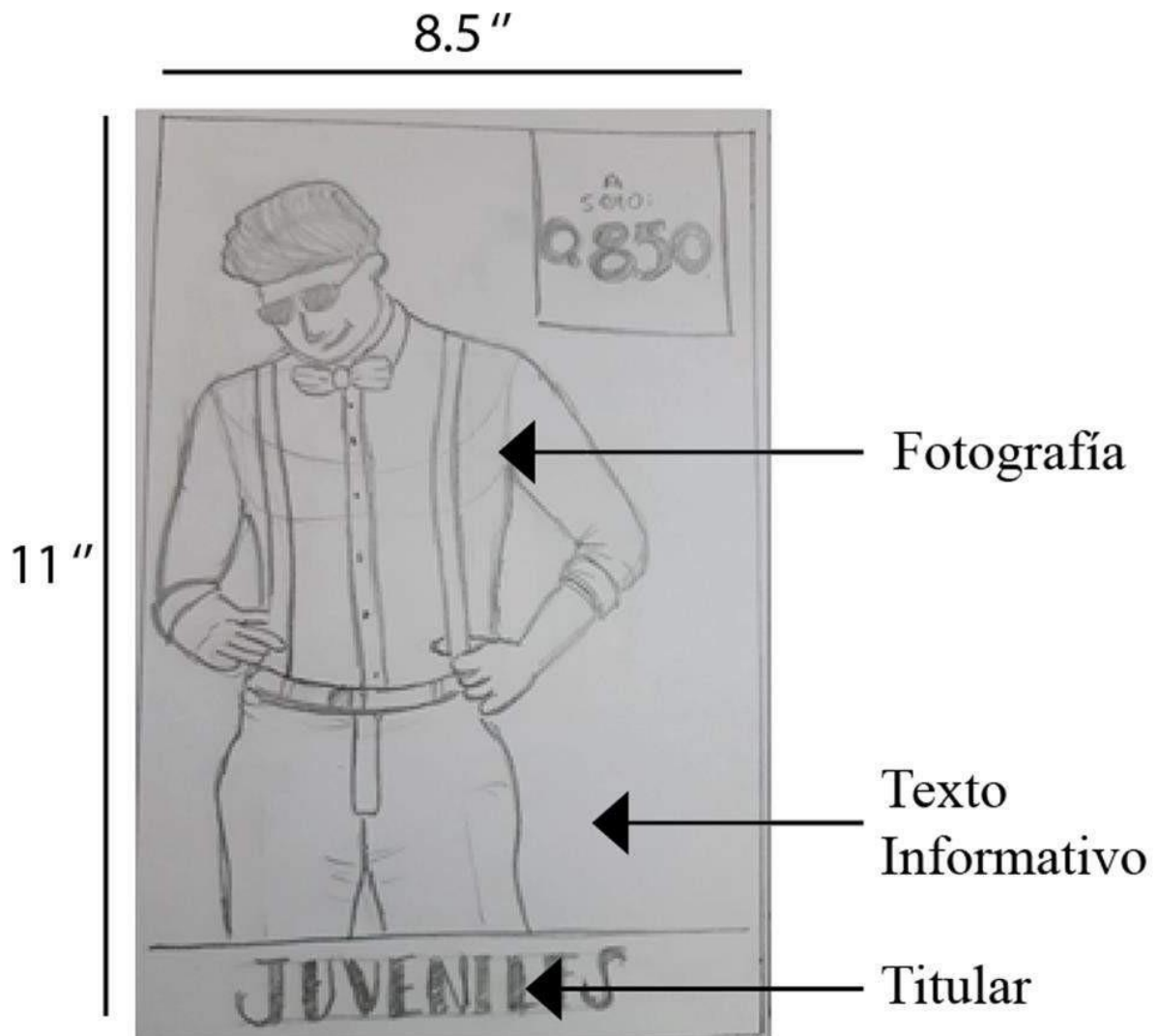
En la portada estilos casuales, también se mantiene la tipografía grande y también utilizando figuras para que se vea atractivo.

7.3.2.5. Portada para estilos matrimoniales



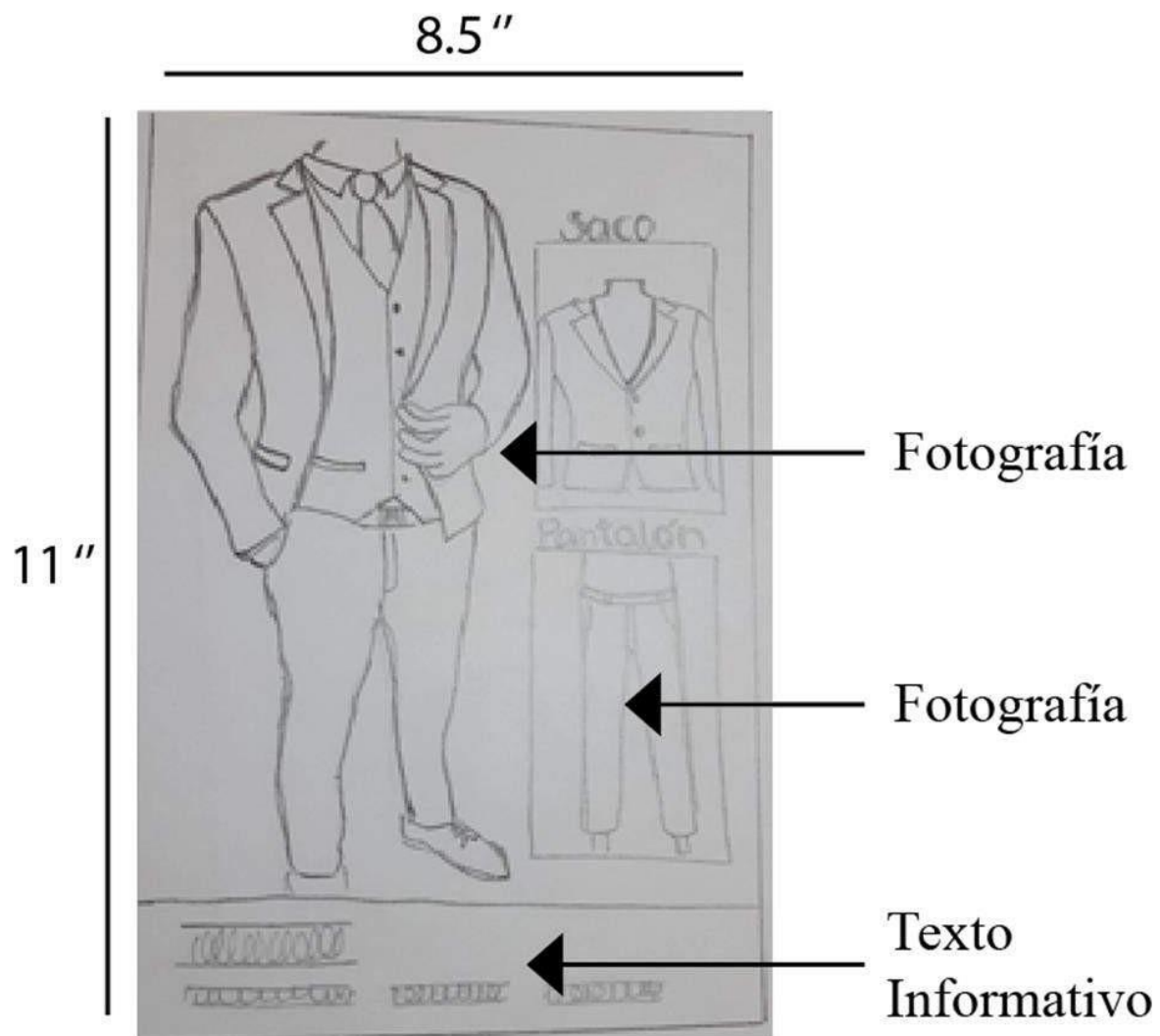
En la portada de diseños matrimoniales, se proyectará una tipografía grande en la parte superior al igual que manteniendo la misma esquematización que las anteriores y su implementación de figuras geométricas.

7.3.2.6. Portada para Estilos Juveniles



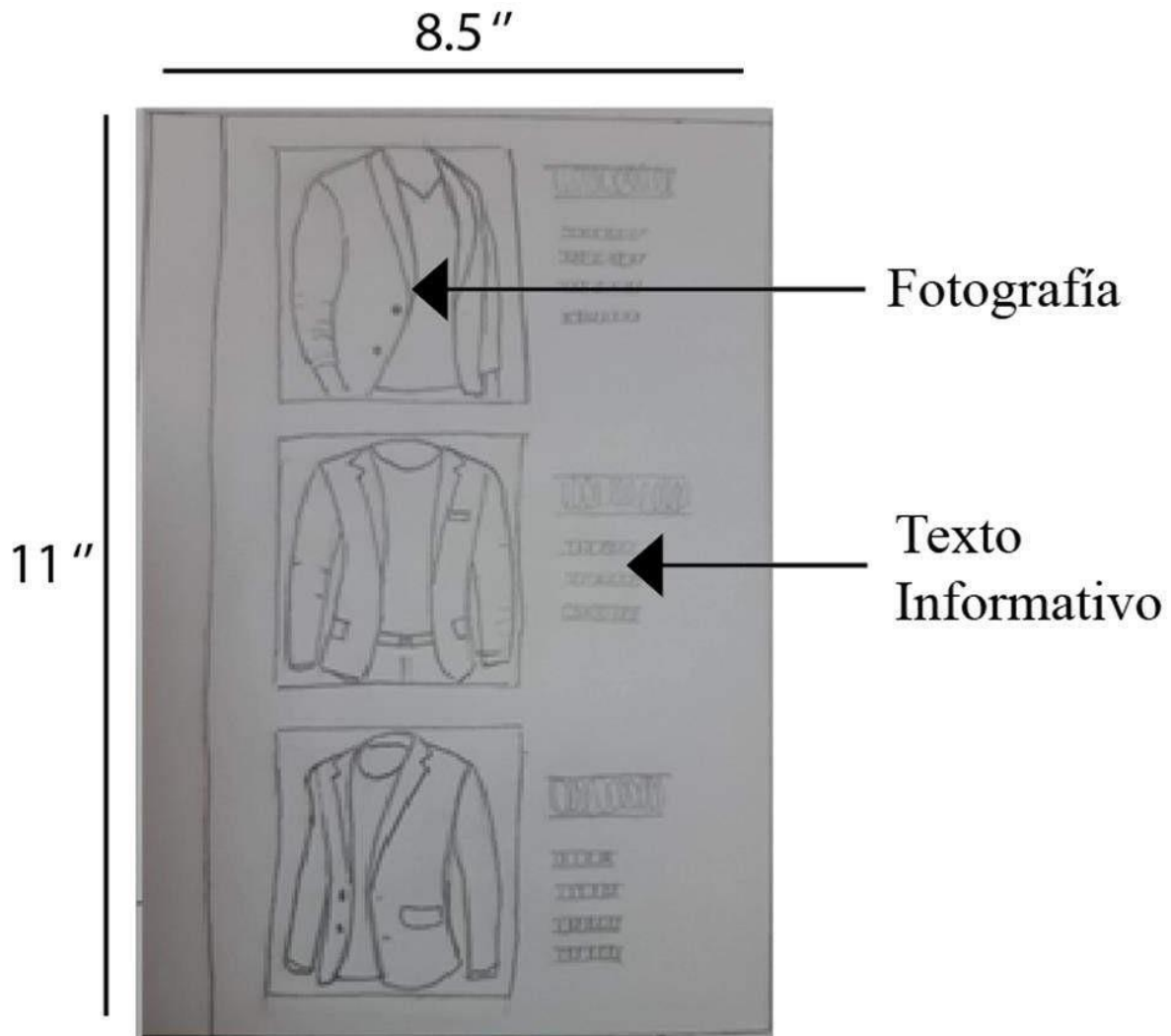
Por último, en estilos juveniles se mantiene la tipografía grande del titular y el uso de figuras geométricas empleadas con la fotografía.

7.3.2.7. Proceso de página de (sección 1)



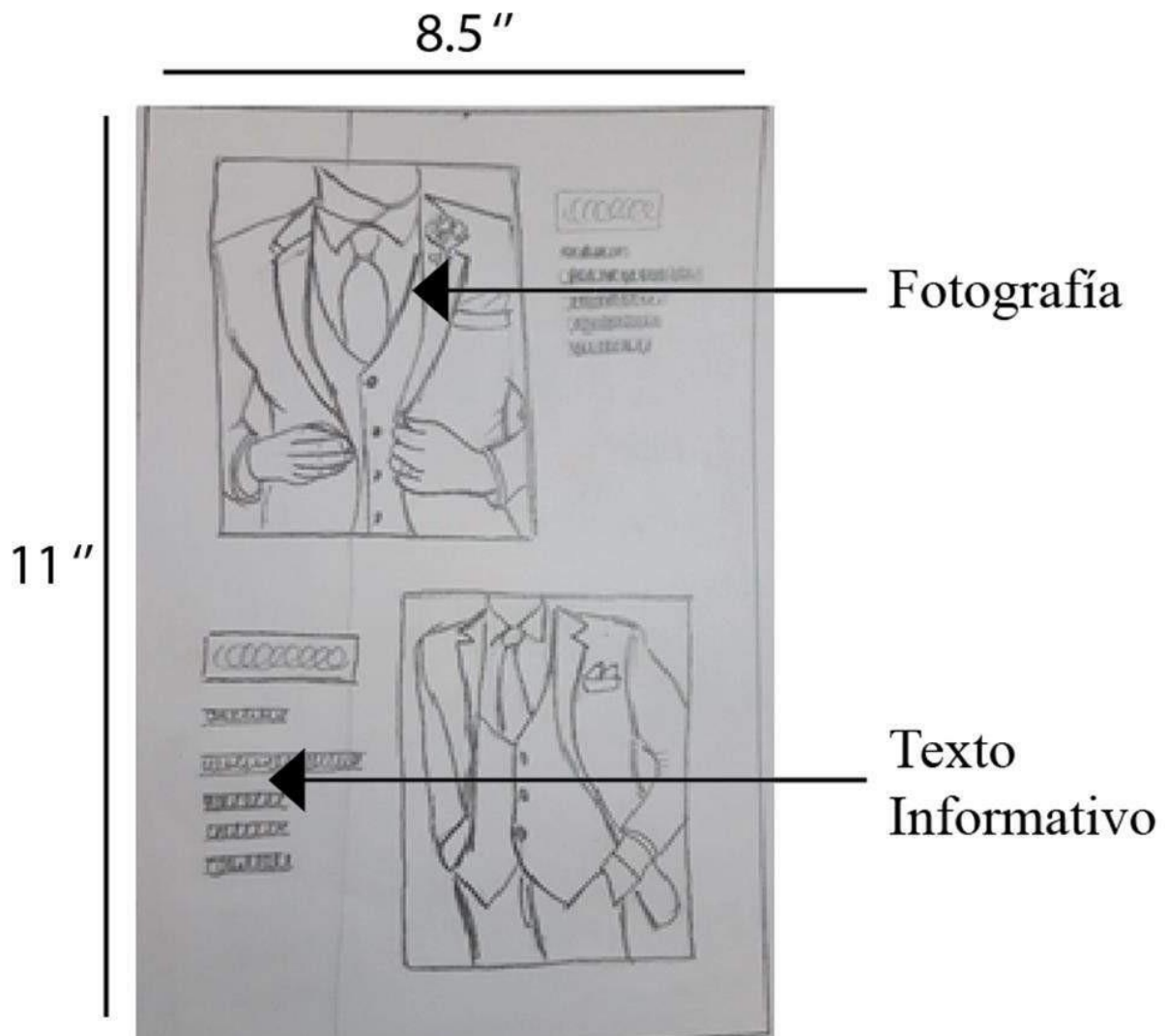
En la página se de sección 1 se muestran las 3 fotografías, de las cuales se muestra de distintos ángulos el traje y colocando los precios de cada pieza debajo de las fotografías.

7.3.2.8. *Página (sección 2)*



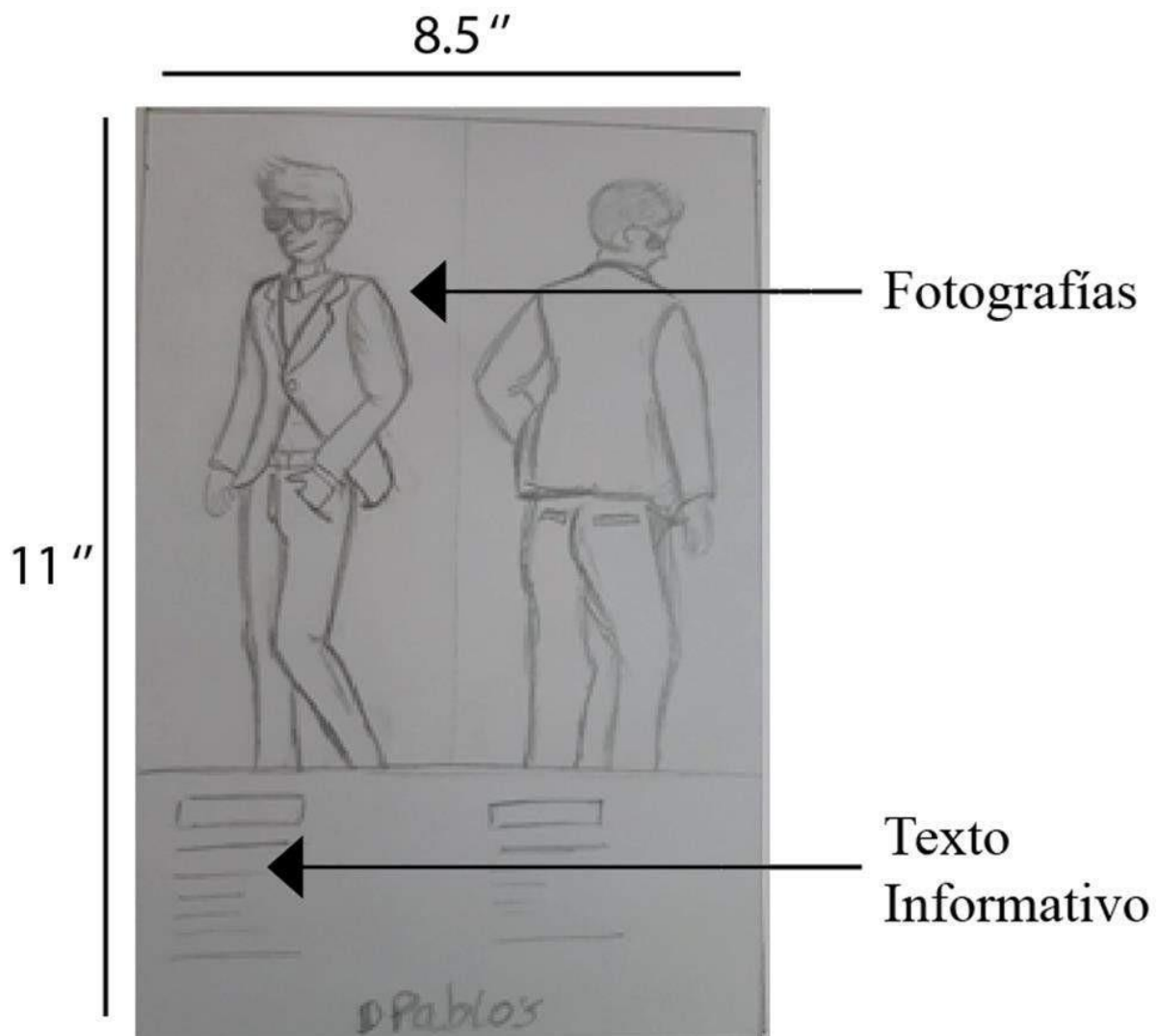
Se muestra que en la página de sección 2, se emplean las 3 fotografías en jerarquía vertical, esto para que haya más productos y espacio así colocando su descripción.

7.3.2.9. Página (sección 3)



Dentro de la página de sección 3 se colocan intercaladas las fotografías con su respectiva información, dentro se muestra con cada información su fotografía, para que los clientes puedan comprender lo que están visualizando en la fotografía.

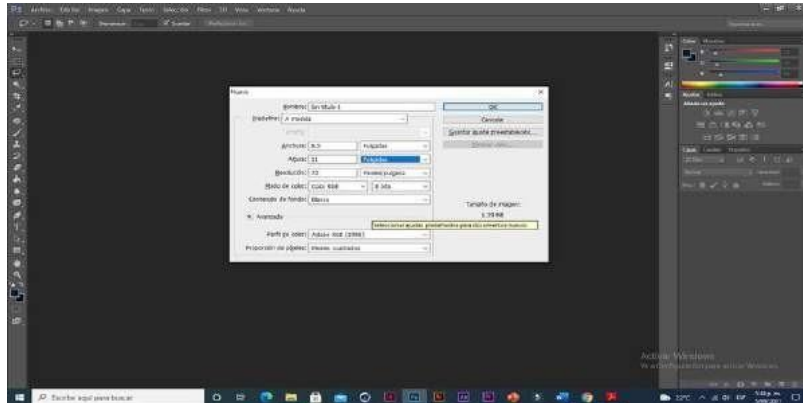
7.3.2.10. Página (sección 4)



Finalmente, en la página de sección 4 se muestran las 2 fotografías, una de frente y otra posterior del traje, para que se visualice el traje completo, consecutivamente con su información y precios para que el cliente pueda visualizarlos.

7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.

7.3.3.1. Adobe Photoshop CC.



Las fotografías se editan en Adobe Photoshop CC, con la medida de 8.5 x 11 plg, se editan con el cambio de brillo, contraste, tono, saturación, exposición, los niveles de luz y su curva. Esto para que pueda tener una mejor visualización las fotografías y se vean atractivas.

7.3.3.2. Fotografía editada para la portada.



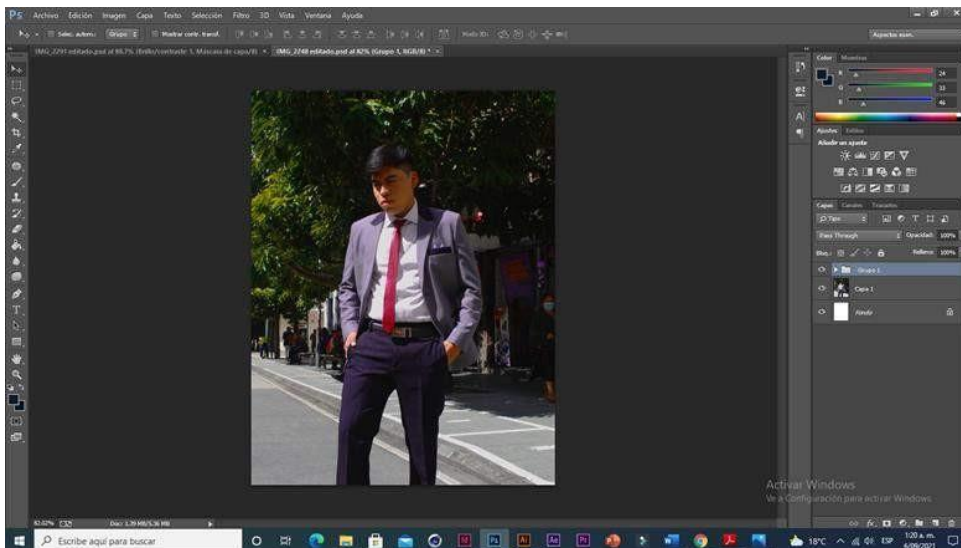
Se muestra la fotografía editada, eliminando en el fondo cables y postes que arruinan la fotografía y corrigiendo los colores y agregando filtros.

7.3.3.3. *Fotografía editada para casimir americano.*



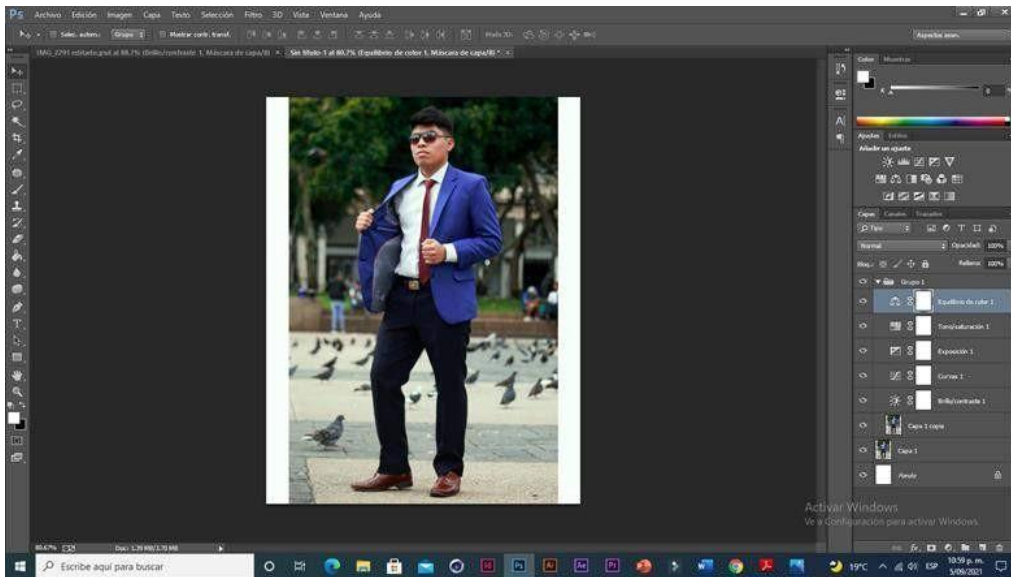
En la edición se cambió el contraste, la luz y sombras. Al igual que él agregando filtros y corrigiendo colores de la fotografía.

7.3.3.4. *Fotografía editada para casimir punto fino.*



En la edición se cambia las sombras y luz, ya que la fotografía original estaba sobreexpuesta por el sol, y se cambian los colores realizando el tono gris.

7.3.3.5. Fotografía editada para estilos casuales.



Los cambios que se realizaron son los niveles, el contraste, cambiando los filtros y corrigiendo los colores para que realce el color azul en el traje y verde en los árboles.

7.3.3.6. Fotografía editada para estilos matrimoniales



No se realizaron muchos cambios, solamente se corrigieron los colores para que realizara el saco azul y la puerta de la catedral para que tenga ese aspecto religioso.

7.3.3.7. Fotografía editada para estilos juveniles.



Para su edición, se corrige el brillo y contraste para que el blanco del saco se vea más atractivo y la corrección del color rojo en la corbata.

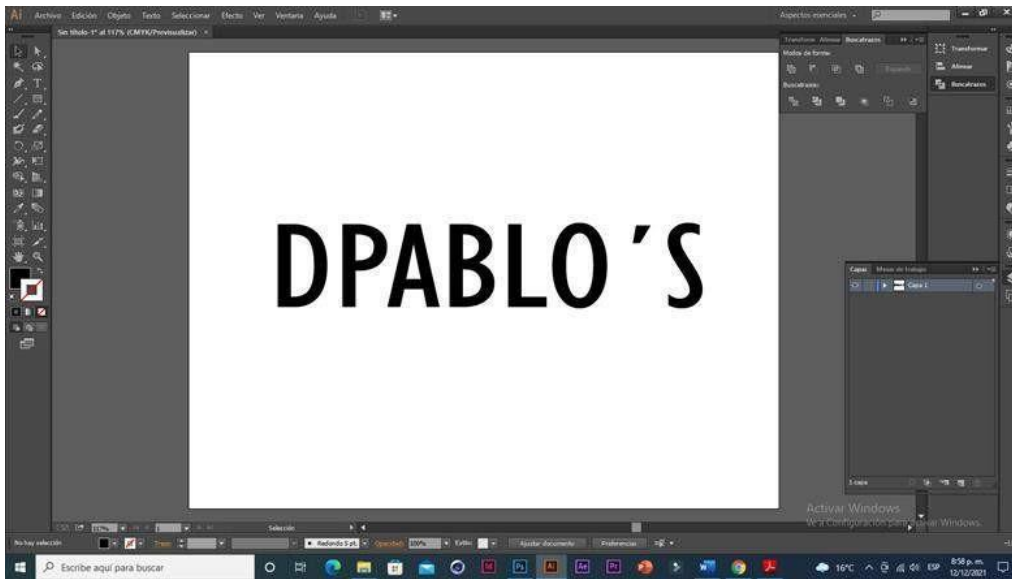
7.3.3.8. Adobe Illustrator CC.



Se muestra el logotipo para colocarlo en la contraportada del catálogo y la tipografía que se implementa para complementar el Logotipo

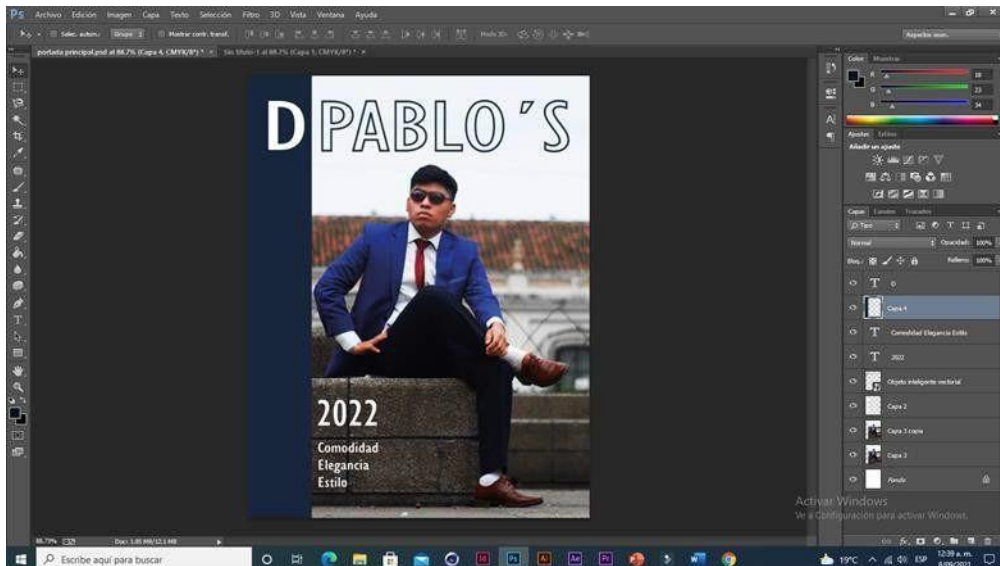
Tipografía: Amerilatte Demo

7.3.3.9. Tipografía para la portada.



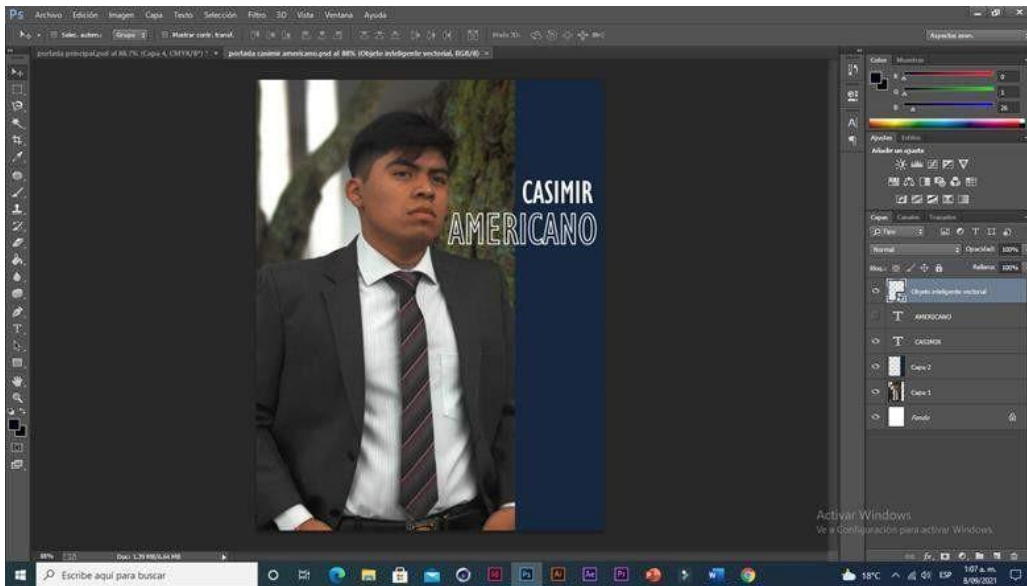
Se utilizará la tipografía Gill Sans MT condensed, regular a 130 pts. Para la portada

7.3.3.10. Portada del catálogo.



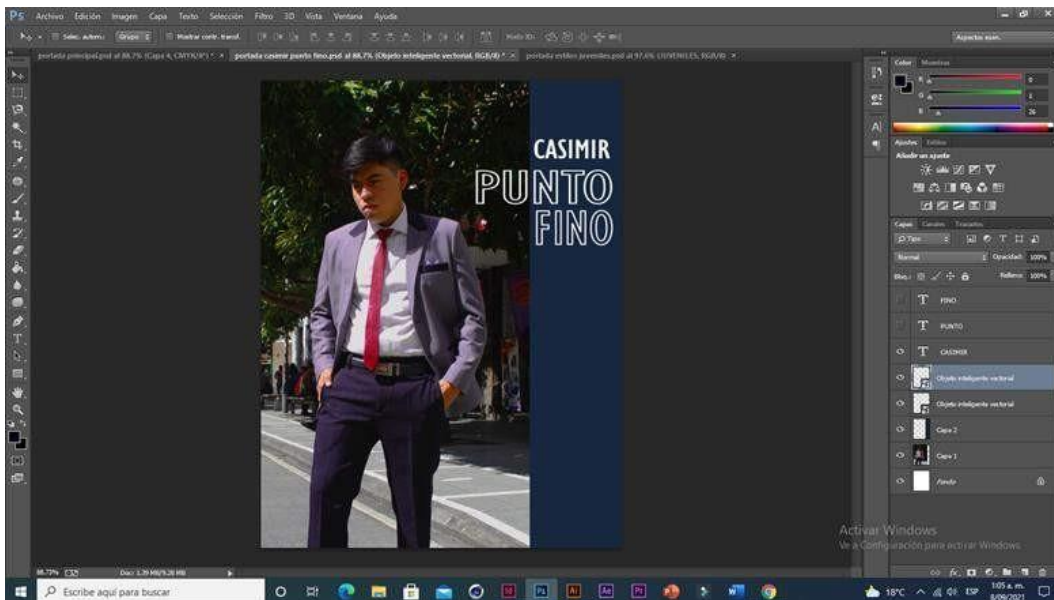
En la portada, se mantiene la gama de color que se utiliza en el logotipo para que mantenga un equilibrio de color y de diseño simple.

7.3.3.11. Portada para casimir americano.



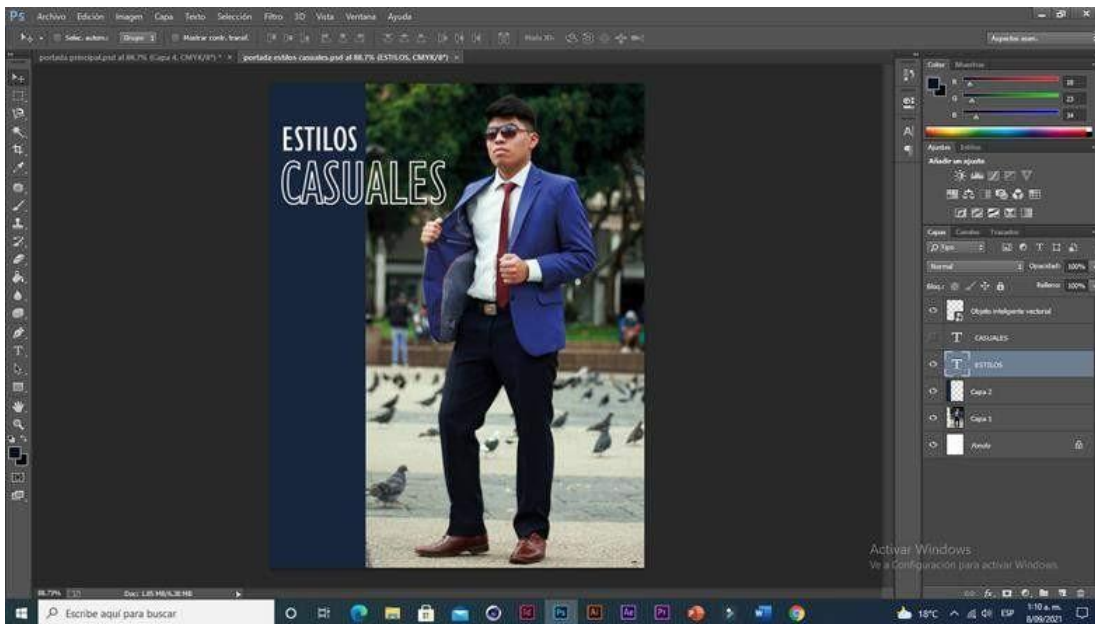
Se complementa la Tipografía Gill Sans MT Condensed para las portadas

7.3.3.12. Portada para casimir punto fino.



Se sigue manteniendo la temática de la tipografía en contorno en la sección de Casimir Punto Fino para explicar que beneficio contiene este tipo de tela.

7.3.3.13. Portada para estilos casuales.



Se mantiene un contexto de color y tipografía de contorno para que realce.

7.3.3.14. Portada para estilos matrimoniales.



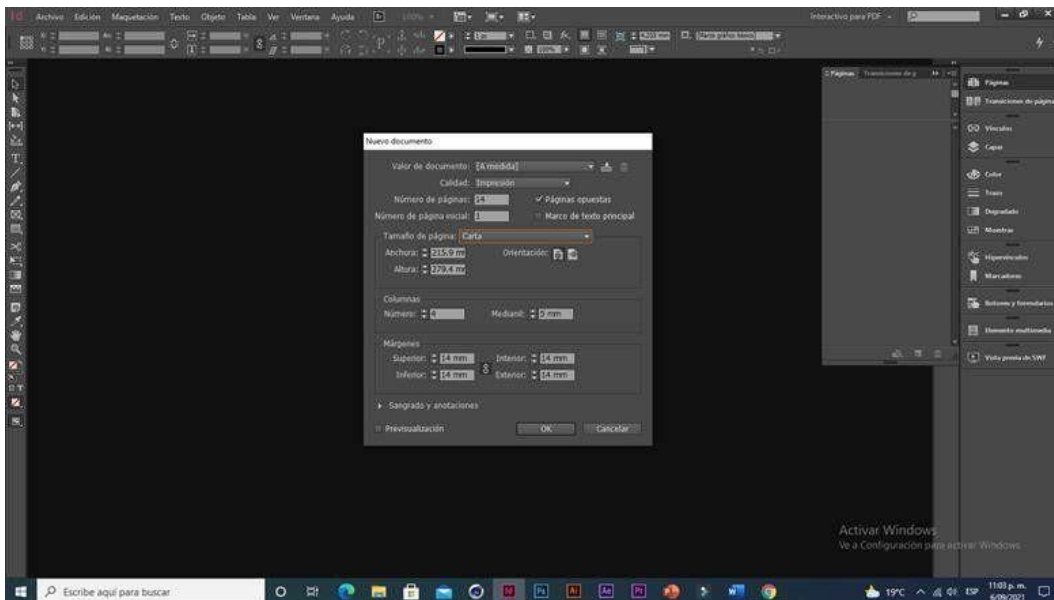
En la portada Estilos Matrimoniales, se mantiene la idea que la fotografía sea enfrente de la catedral, para que contenga esa idea de casamiento por la iglesia y que muchas personas realizan su boda en una iglesia, según sea su religión.

7.3.3.15. Portada para estilos juveniles.



Para la sección Juvenil se destaca una composición atractiva para ellos.

7.3.3.16. Adobe Indesign.



Se inicia la maquetación en Adobe InDesign para que se pueda mantener la estructura de la composición de páginas opuestas y así no perder la composición y que no tenga errores a la hora de imprimir el catálogo.

7.4 Propuesta preliminar

7.4.1. Portada del catálogo.

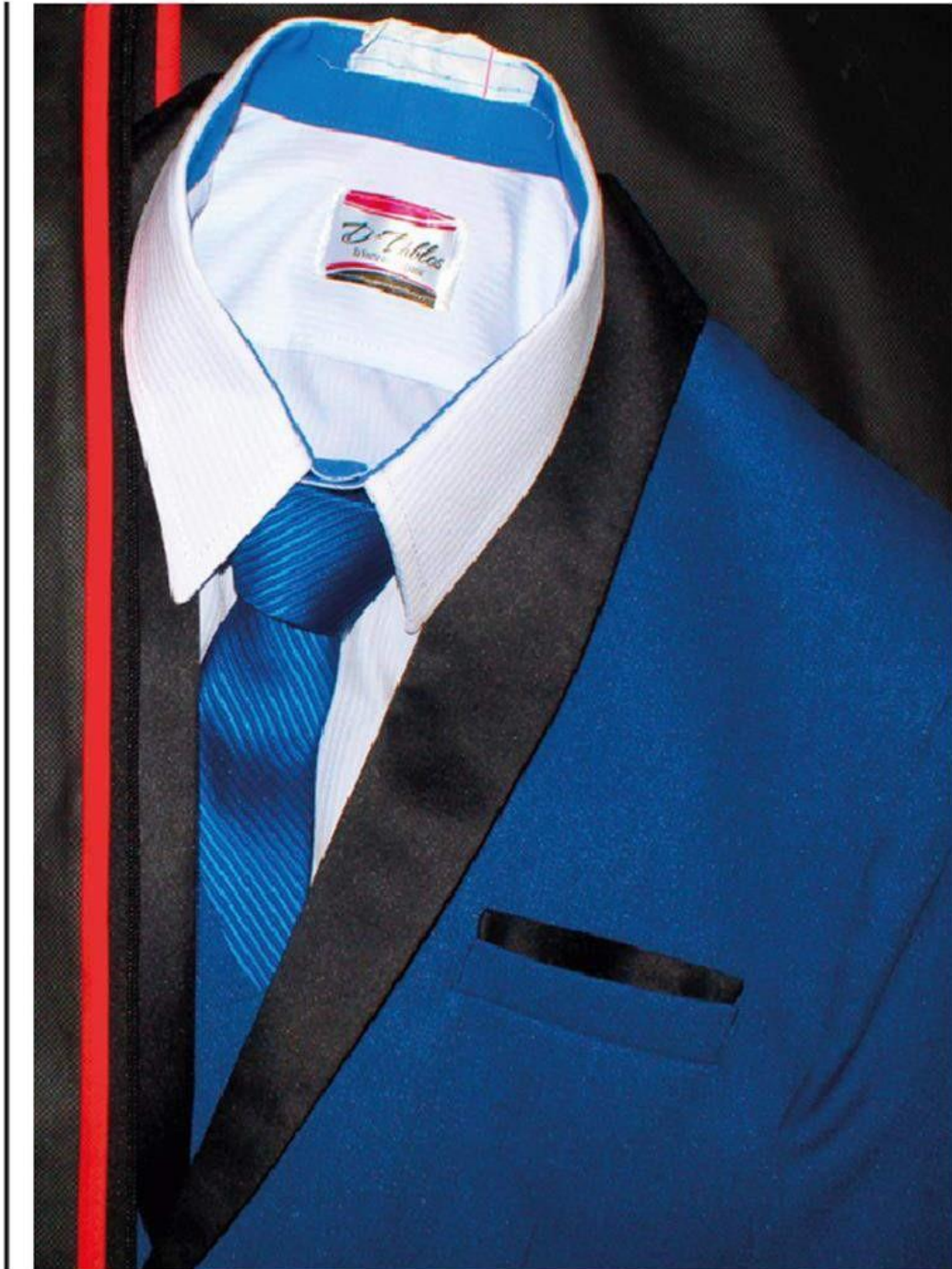


Se muestra la portada inicial del Catálogo, del cual se utiliza una esquematización y diagramación con imágenes y figuras geométricas.

7.4.2. Página 2.

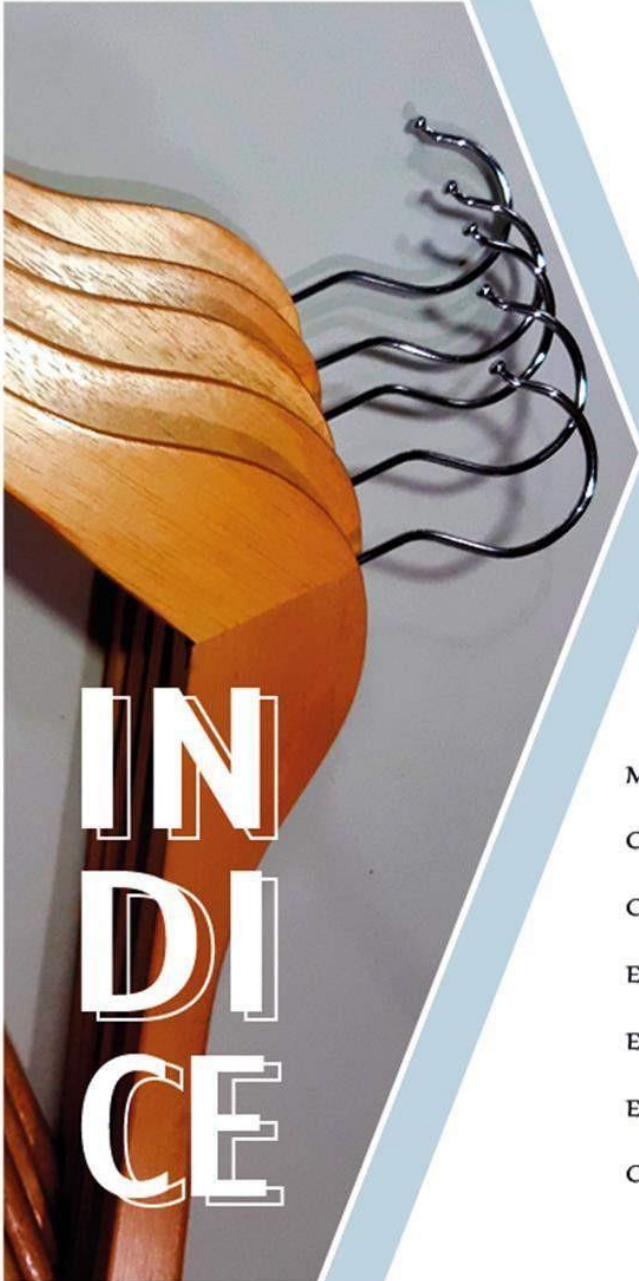
8.5"

11"



En la siguiente página, se muestra una fotografía atractiva de trajes para que los clientes puedan visualizar de cerca los trajes que se confeccionan.

7.4.3. Índice del catálogo.



8.5"

11"

**IN
DI
CE**

Misión y Visión	5
Casimir Americano	6
Casimir Punto Fino	8
Estilos Casuales	10
Estilos para Boda	12
Estilos Juveniles	14
Corbatas	16

En la página del índice se mantiene la idea de imágenes con figuras.

7.4.4. Página 4.

8.5"

11"



Nuevamente se muestra otro traje en la siguiente página para tener la atención del público.

7.4.5. Misión y Visión de la empresa.

MISIÓN

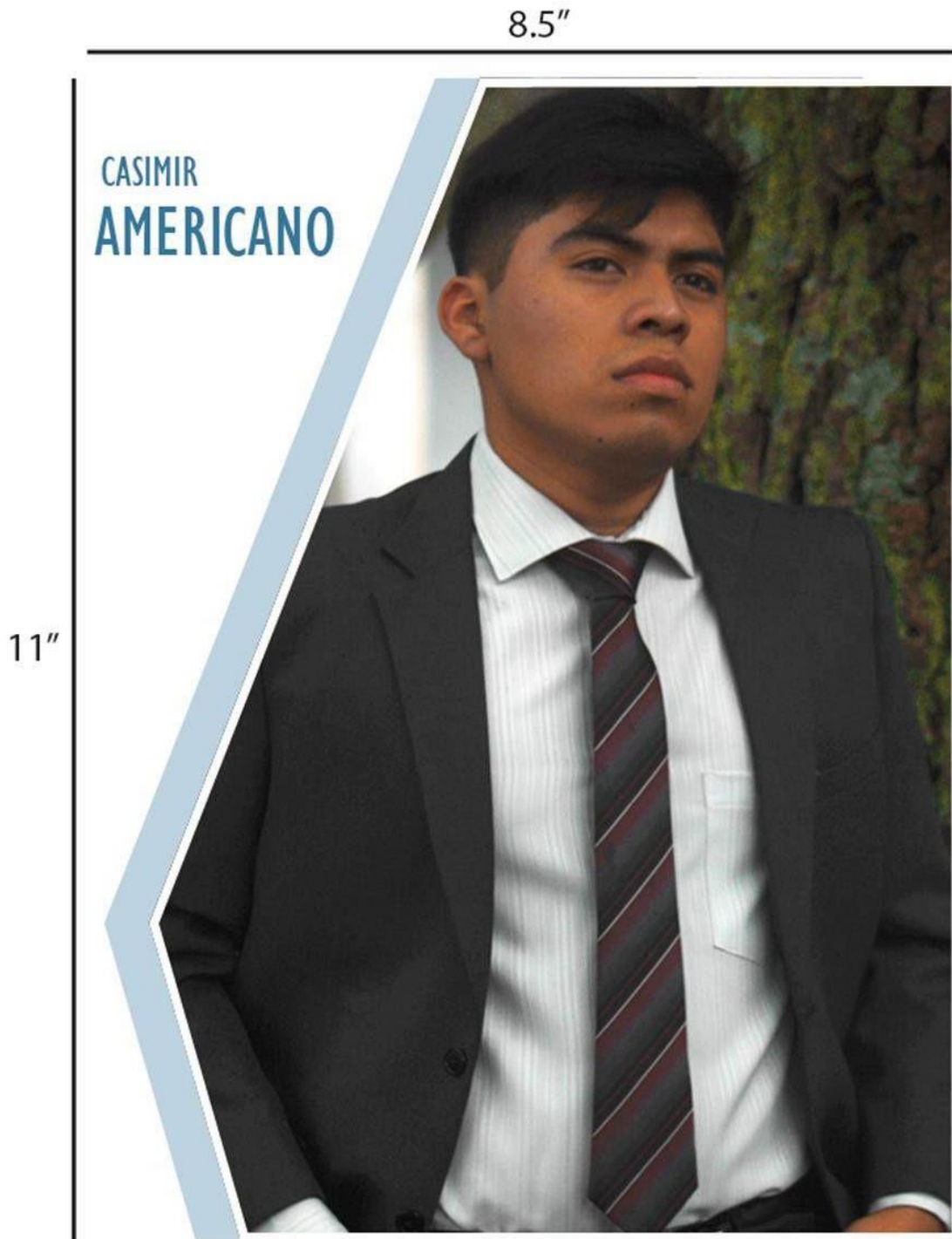
Elaborar productos textiles de alta calidad para satisfacer las expectativas de nuestros clientes, utilizando la mejor materia prima de alta durabilidad y elegancia para brindándoles el mejor servicio y atención que se merecen.

VISIÓN

Ser una empresa reconocida por su calidad, servicio, atención e innovación a nivel nacional, teniendo la oportunidad para brindarle al cliente una prenda de vestir auténtica y original

En la página de Misión y Visión se adapta la figura para tener 2 siluetas para cada información correspondiente.

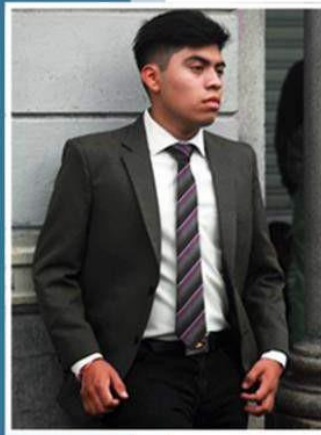
7.4.6. Casimir americano.



En la portada de Casimir Americano, se mantiene la composición de la fotografía, únicamente se invierte la figura para tener otra opción de portada.

7.4.7. Información de casimir americano.

8.5"



¿Qué es Casimir Americano?

La tela "Casimir Americano" es un material versátil que resiste a las arrugas y tiene larga vida.

Brindando un diseño y estilo único, del cual se tiene beneficio como la comodidad y la adaptabilidad de la tela hacia el cuerpo. Los tejidos de lana absorben la humedad del cuerpo y le permiten transpirar. Muy útil cuando el calor o los nervios atacan.

11"

Precios:



Camisa
Q.160.00



Chaleco
Q.165.00



Pantalón
Q.190.00



Sacó
Q.850.00



Traje Completo
Q.1,200.00



Sacó y Pantalón
Q.980.00

Dentro de la información de Casimir americano, se observa los precios, la información correspondiente y las imágenes para tener un buen concepto.

7.4.8. Casimir punto fino.

8.5"

11"


CASIMIR
PUNTO FINO



Se mantiene la estructura anterior, para poder tener un orden de maquetación

7.4.9. Información casimir punto fino.

8.5"


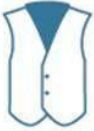






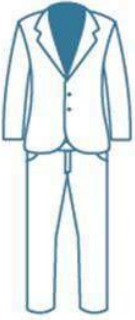
¿Qué es Casimir Punto Fino?

La tela "Casimir Punto Fino" es un material idéntico al americano ya que resiste a las arrugas y pero no es tan duradero, es delicado. De igual forma se puede realizar un diseño y estilo único. Se tiene beneficio como la comodidad y el color llamativo que se puede obtener. Los tejidos de lana ayudan a resaltar los colores y la textura es muy suave.

11"

Precios:

				
Camisa	Chaleco	Pantalón	Sacó	Corbata
Q. 160.00	Q. 135.00	Q. 160.00	Q. 750.00	Q. 65.00

	Traje Completo Q. 1,100.00		Sacó y Pantalón Q. 880.00
	Camisa Chaleco Pantalón Sacó Corbata		

Así mismo se tiene la diagramación e información que la anterior para no tener un desorden de diagramación.

7.4.10. Estilos casuales.

8.5"

11"



ESTILOS
CASUALES

En la portada de Estilos Casuales, la diagramación vuelve a la principal, para mantener el mismo concepto.

7.4.11. información estilos casuales.

8.5"

Estilos Casuales para asistir a ese evento especial

11"

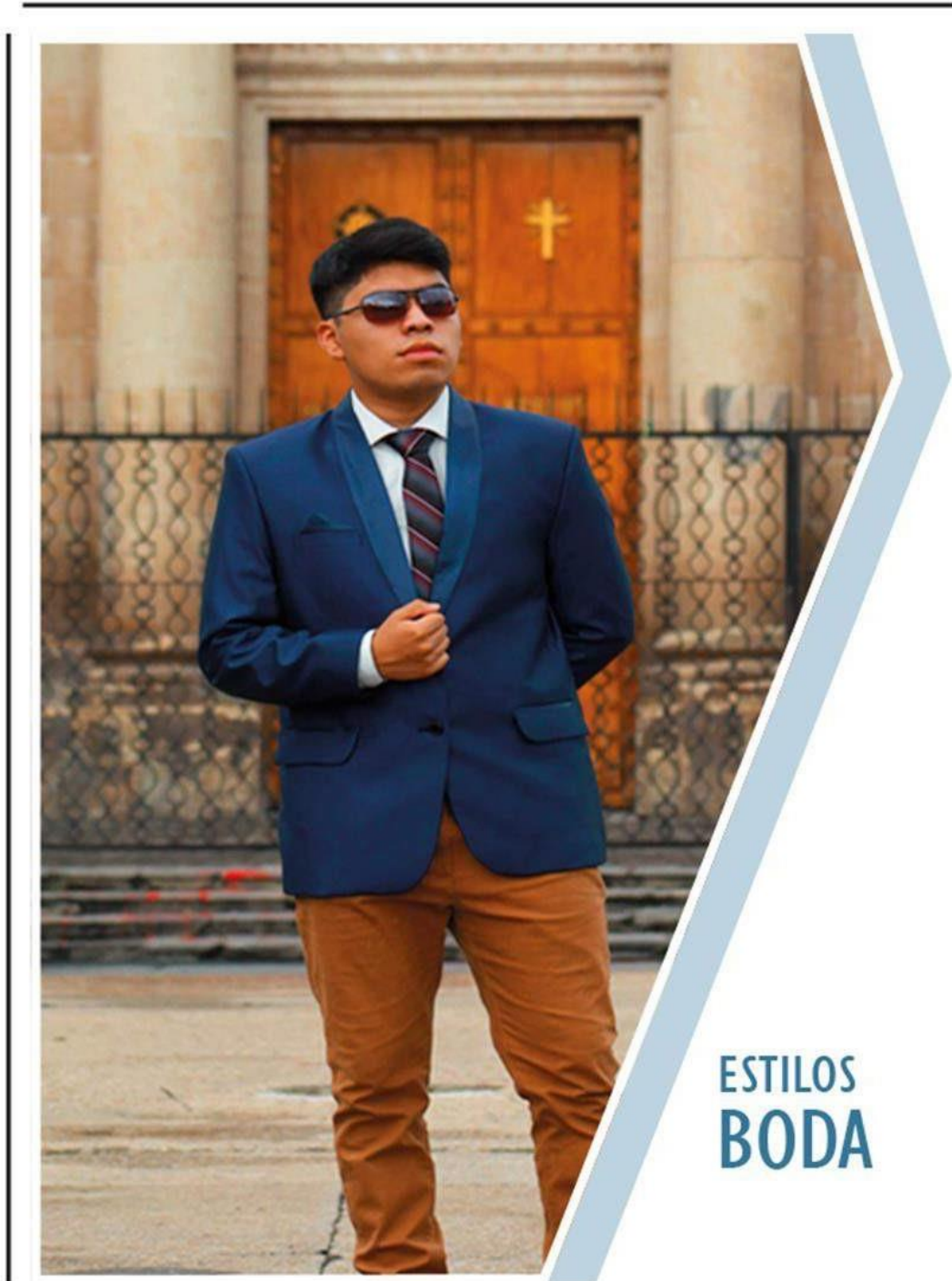
			
Camisa	Pantalón	Sacó	Corbata
Q. 160.00	Q. 190.00	Q. 850.00	Q. 65.00

En esta página, la diagramación es otra, colocando en sí tres imágenes y su respectiva información para los clientes.

7.4.12. Estilos matrimoniales.

8.5"

11"



**ESTILOS
BODA**

Nuevamente se mantiene la idea de la primera portada para mantener un orden conceptualizado.

7.4.13. Información sobre estilos matrimoniales.

8.5"

Estilos Matrimoniales para lucir ese traje para el evento más especial de la vida



11"



Traje Completo
Casimir Americano

Q. 1,100.00

Camisa
Chaleco
Pantalón
Sacó
Corbata



Traje Completo
Casimir Punto Fino

Q. 1,100.00

Camisa
Chaleco
Pantalón
Sacó
Corbata

En esta página, se tiene otra idea de presentación de los productos de una manera distinta y teniendo la información correspondiente.

7.4.14. Estilos juveniles.

8.5"

11"



ESTILOS
JUVENILES

Nuevamente se tiene la misma idea y concepto que al principio.

7.4.15. Información estilos juveniles.

8.5"

11"



Estilos para jovenes que les gusta tener un aspecto unico



Q.160.00



Pantalón
Q.160.00



Sacó
Q.750.00



Corbata
Q.65.00

Se vuelve a colocar la misma diagramación que Estilos Casuales, para que no tener un desequilibrio en la maquetación.

7.4.16. Portada de corbatas.



Nuevamente se tiene la misma idea en esta última sección.

7.4.17. Información de corbatas.

8.5"

11"

Estilos de Corbatas lisas



Gris Platino
Q. 65.00



Vino Tinto
Q. 65.00



Azul Marino
Q. 65.00

Estilos de Corbatas con diseños



Emporium Clasico
Q. 65.00



Red Emporium
Q. 65.00



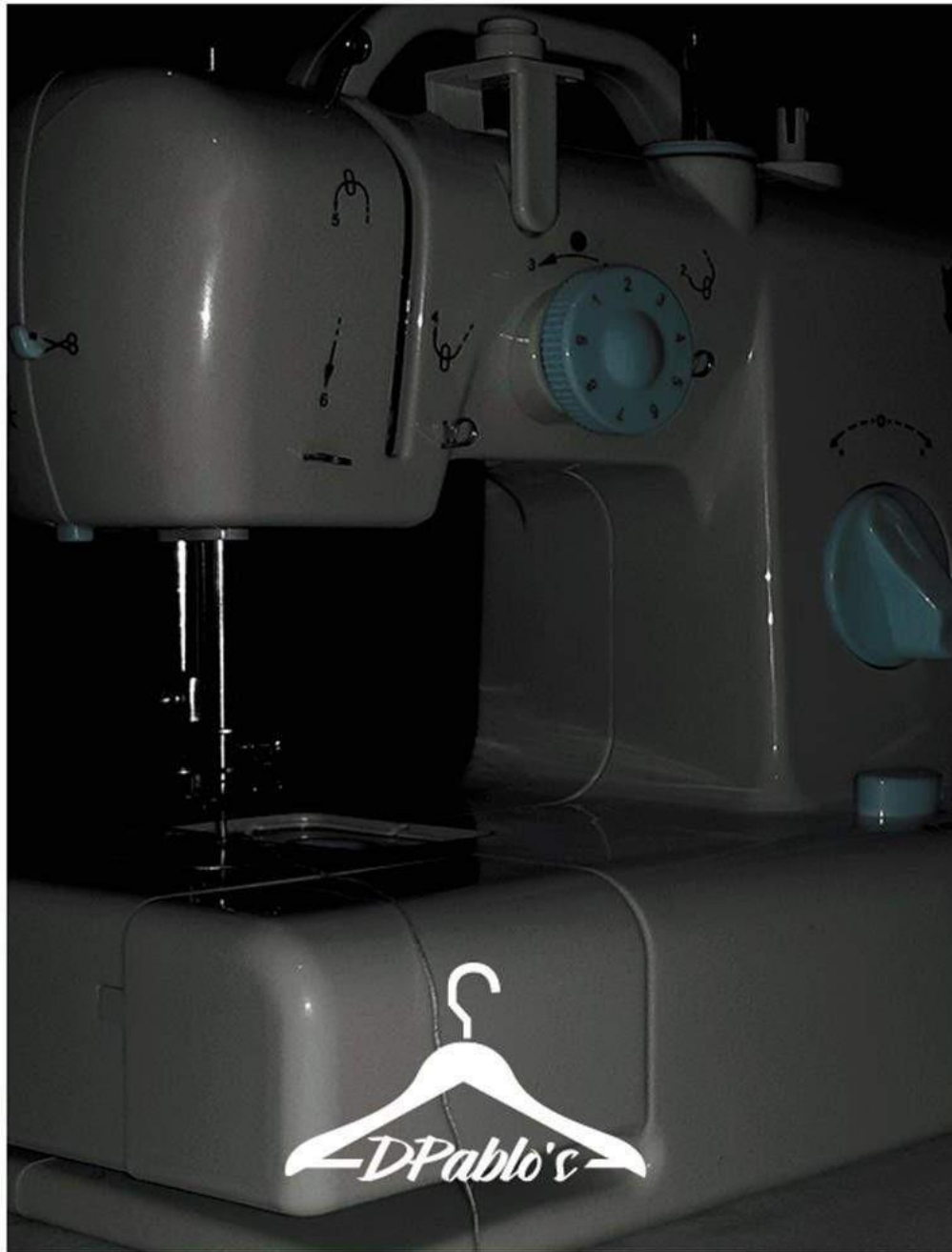
Violet Emporium
Q. 65.00

Se presentan únicamente seis tipos de corbatas, para que los clientes puedan tener una idea de cuáles son las más vendidas, de lo contrario el cliente podrá pedir otras opciones

7.4.18. Contraportada del catálogo.

8.5"

11"



Finalmente se cierra el catálogo con una máquina en la cual se confeccionan los trajes y el logo de D'Pablo's para tener un estilo clásico y simple

A decorative graphic on the left side of the page, featuring stylized leaves in various colors (teal, green, yellow, orange, red, blue) and small colored dots (red, blue, orange, green) scattered throughout. The leaves are arranged in a vertical, overlapping pattern.

Capítulo 8

Validación técnica

Capítulo VIII. Validación Técnica

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a una cantidad de veintiún (21) personas en los cuales están hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco (5) expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Las encuestas se realizaron a un total de 27 personas divididas en tres grupos:

Cliente: Carlos Ronaldo Zetina, es necesario para que apruebe el catálogo impreso y esté de acuerdo en utilizarlo para que sus clientes reales y potenciales puedan visualizarlo.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de comunicación y el diseño, la publicidad, mercadología y Psicología

- **Lic. Claudia Ruiz.** Es experta en psicología, lo cual se requiere para que los clientes interpreten de manera correcta el catálogo y la utilidad con los símbolos y colores.
- **Lic. Ingrid Ordoñez.** Es experta en mercadeo, es fundamental ya que DPablo´s se encuentra en un área de mucha competencia directa.
- **Lic. Karla López.** Es diseñadora gráfica, se necesita sus observaciones con la diagramación del catálogo.

- **M.C. Lourdes Donis.** Es experta en fotografía. Para que pueda visualizar si las leyes se aplican correctamente en la fotografía.
- **M.C. Wendy Franco.** Es diseñadora gráfica. Con sus conocimientos aprobará la implementación de figuras geométricas en las imágenes y el uso correcto de la tipografía.

El Grupo Objetivo está comprendido por hombres y mujeres de 18 a 35 años de edad, quienes son clientes reales de la empresa DPablo's y por último a personas interesadas a trajes formales.

8.2 Método e Instrumentos

La herramienta que se utilizó en la encuesta. La encuesta muestra un proceso por el medio se recopilan datos mediante un cuestionario que se diseñó previamente. Dentro de la encuesta, se escogió el método de la escala tipo Likert, que consiste de una forma psicométrica empleada comúnmente en cuestionarios.

Así mismo se hizo el uso de preguntas dicotómicas en las que el encuestado respondió "Si" o "No", según consideró su respuesta.

8.2.1 Modelo de la encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
LA INNOVACIÓN EN LA EDUCACIÓN

(FACOM)
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de graduación

Nombre: _____
Profesión: _____
Puesto: _____
Años de experiencia en el mercado: _____
Perfil: Experto: _____ Cliente: _____ Grupo Objetivo: _____
Edad: _____
Género: Femenino: _____ Masculino: _____

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años, los productos textiles que ofrece DPablo's a empresas comerciales. Guatemala, Guatemala.

Antecedentes:

La empresa DPablo's fue creada en 2010 por Ronaldo Zetina y actualmente se dedica a la venta de confección de trajes textiles formales.

Si _____ No _____

5. ¿Considera importante diagramar los elementos gráficos para establecer un orden visual que permita al grupo objetivo comprender fácilmente el contenido?

Si _____ No _____

Parte semiológica

6. ¿Cree que la diagramación de los elementos gráficos (texto, formas y fotografías) le dan al catálogo un aspecto?

Muy ordenado _____ Poco ordenado _____ Nada ordenado _____

7. ¿Cree que la paleta de colores empleada en el catálogo transmite una imagen?

Muy corporativa _____ Poco corporativa _____ Nada corporativa _____

8. ¿Considera que las fotografías utilizadas en el catálogo le permiten visualizar los productos que ofrece DPablo's a sus clientes reales y potenciales?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

Parte operativa

9. ¿Qué opina acerca de que el catálogo impreso sea de tamaño carta?

Muy grande _____ Adecuado _____ Muy pequeño _____

10. ¿Considera que la tipografía utilizada en la información escrita del catálogo impreso es?

Muy Comprensible _____ Poco Comprensible _____ Nada Comprensible _____

11. ¿Considera que el material será de utilidad para que los clientes logren informarse acerca de los productos que ofrece la empresa DPablo's?

DPablo's requiere un Catálogo impreso para mostrar toda la variedad de productos textiles formales que manejan dentro de la empresa para cada cliente.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios que ofrece DPablo's.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe la propuesta del catálogo y por favor responda según su criterio las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" seleccionando el espacio en blanco su respuesta.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales acerca de los productos textiles que ofrece DPablo's?
Si _____ No _____
2. ¿Considera importante recopilar información relacionada a la identidad corporativa y a los productos textiles que ofrece DPablo's para que la línea gráfica del catálogo impreso tenga coherencia con su identidad corporativa?
Si _____ No _____
3. ¿Considera necesario investigar conceptos e información relacionada a la elaboración de catálogos y tendencias de diseño editorial para implementar de forma correcta los elementos gráficos en la maquetación del catálogo impreso?
Si _____ No _____
4. ¿Considera necesario fotografiar los diferentes productos textiles para que el grupo objetivo pueda observar sus características y llame su atención?

Mucho _____ Poco _____ Nada _____

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para responder esta encuesta.

¿Desea dejar alguna sugerencia, comentario o crítica personal? puede dejarlo en el siguiente espacio:

Gracias por contribuir al proyecto de graduación: "Diseño de catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años, los productos textiles que ofrece DPablo's a empresas comerciales. Guatemala, Guatemala 2022". Su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

Activa
Ve a Cc

Act
Ve a

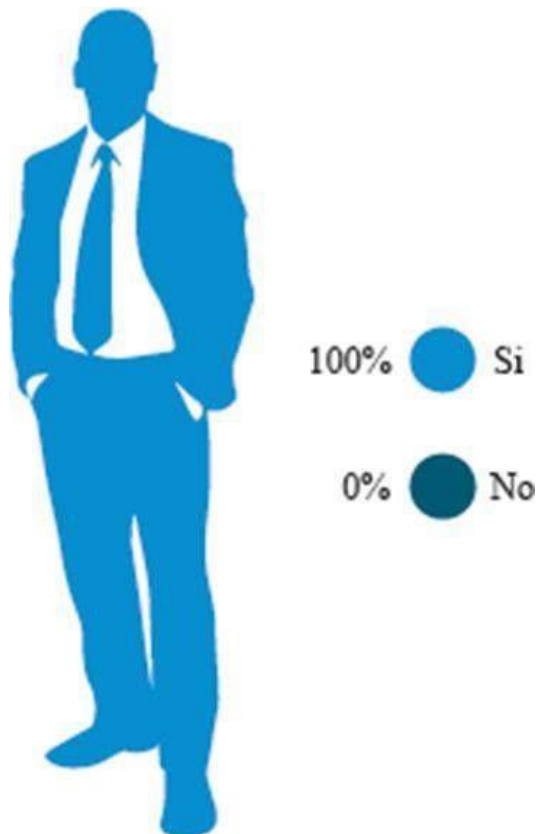
(ver ejemplo completo en anexo 5)

8.3. Resultados e interpretación de resultados

A partir de la encuesta se realiza la toma de resultados y se mostrará a través de gráficas con la silueta de personas utilizando trajes, para interpretar los resultados obtenidos.

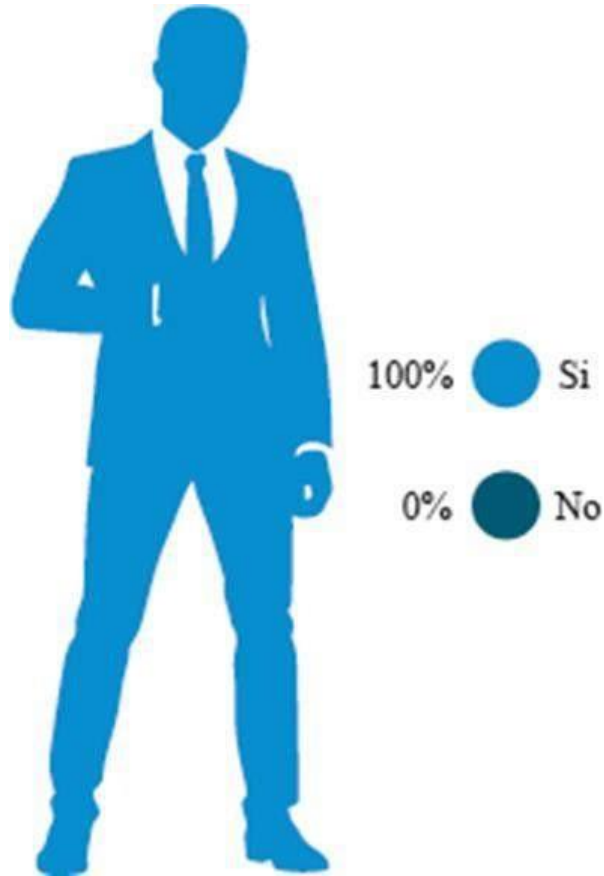
Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales acerca de los productos textiles que ofrece DPablo's?



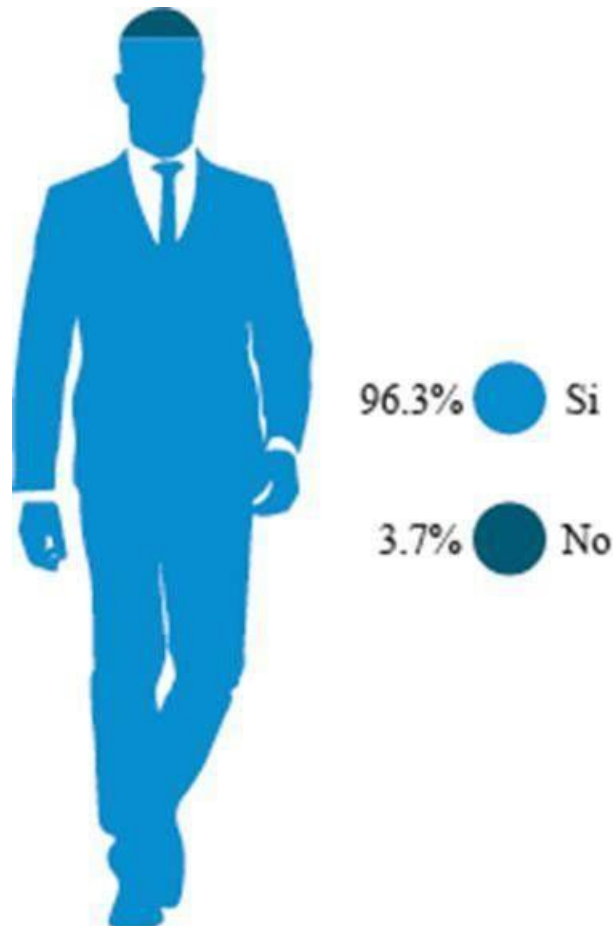
El 100% de los encuestados considera necesario diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales acerca de los productos textiles que ofrece DPablo's

2. ¿Considera importante recopilar información relacionada a la identidad corporativa y a los productos textiles que ofrece DPablo's para que la línea gráfica del catálogo impreso tenga coherencia con su identidad corporativa?



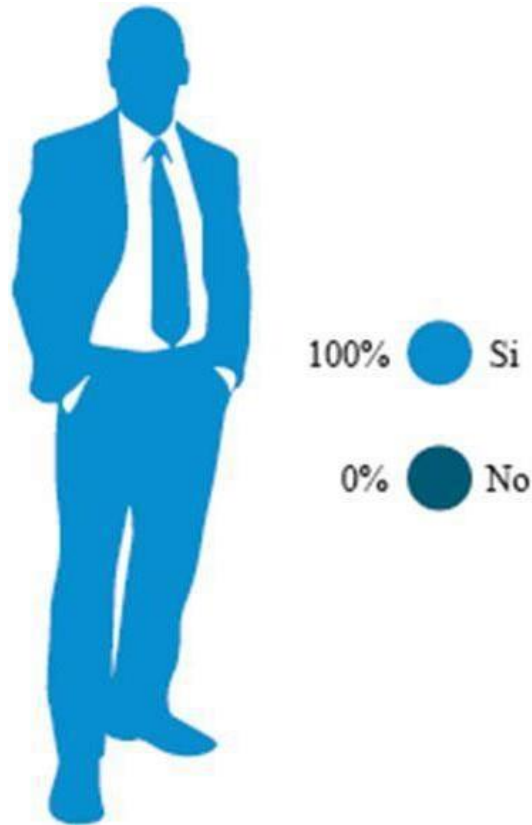
El 100% de los encuestados considera importante recopilar información relacionada a la identidad corporativa y a los productos textiles que ofrece DPablo's para que la línea gráfica del catálogo impreso tenga coherencia con su identidad corporativa.

3. ¿Considera necesario investigar conceptos e información relacionada a la elaboración de catálogos y tendencias de diseño editorial para implementar de forma correcta los elementos gráficos en la maquetación del catálogo impreso?



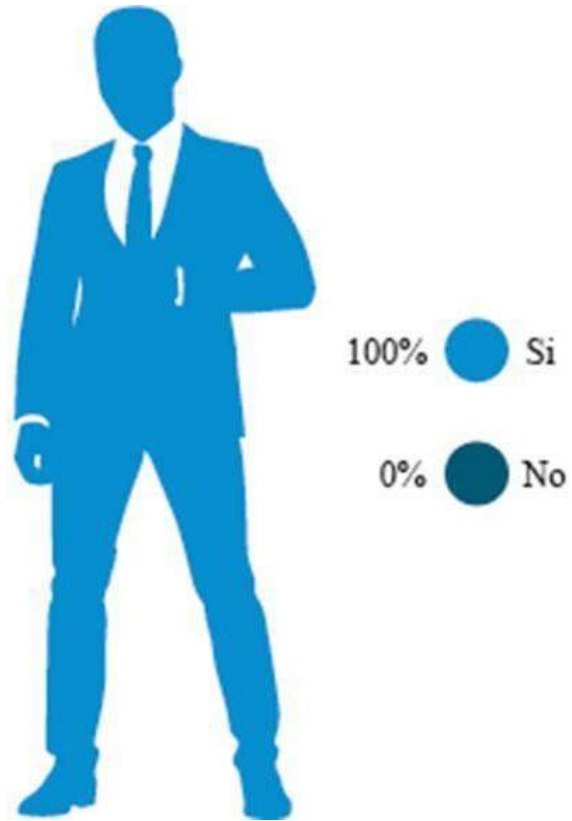
El 96.3% de los encuestados considera necesario investigar conceptos e información relacionada a la elaboración de catálogos y tendencias de diseño editorial para implementar de forma correcta los elementos gráficos en la maquetación del catálogo impreso.

4. ¿Considera necesario fotografiar los diferentes productos textiles para que el grupo objetivo pueda observar sus características y llame su atención?



El 100% de los encuestados considera necesario fotografiar los diferentes productos textiles para que el grupo objetivo pueda observar sus características y llame su atención.

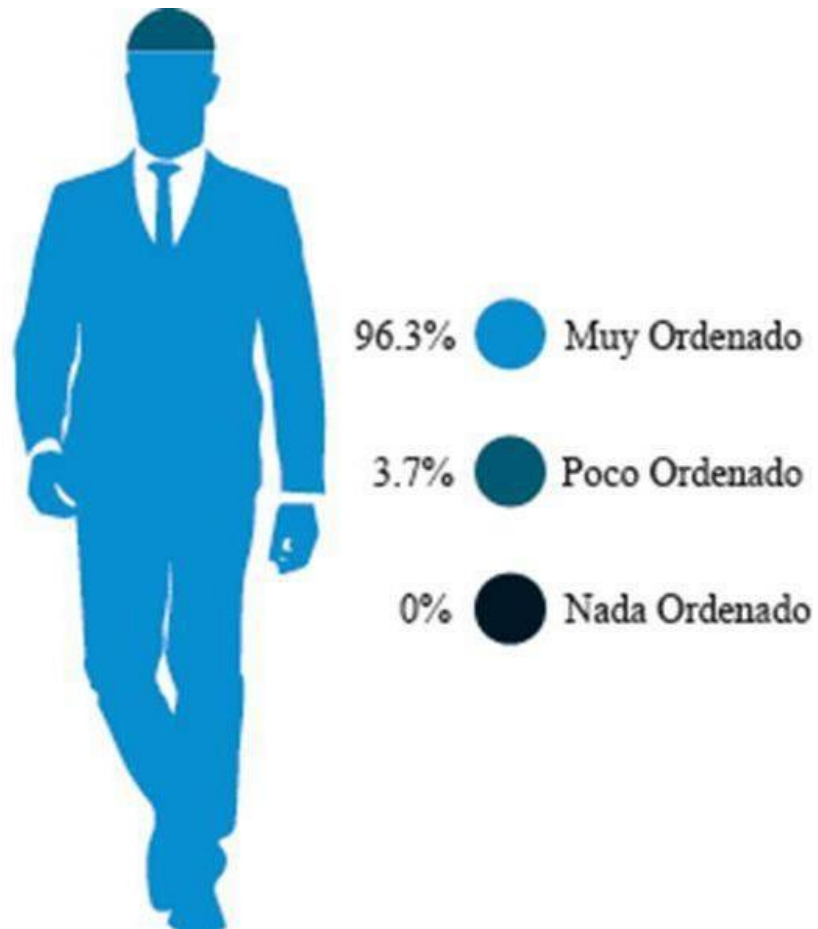
5. ¿Considera importante diagramar los elementos gráficos para establecer un orden visual que permita al grupo objetivo comprender fácilmente el contenido?



El 100% de los encuestados considera importante diagramar los elementos gráficos para establecer un orden visual que permita al grupo objetivo comprender fácilmente el contenido.

Parte Semiológica

6. ¿Cree que la diagramación de los elementos gráficos (texto, formas y fotografías) le dan al catálogo un aspecto?



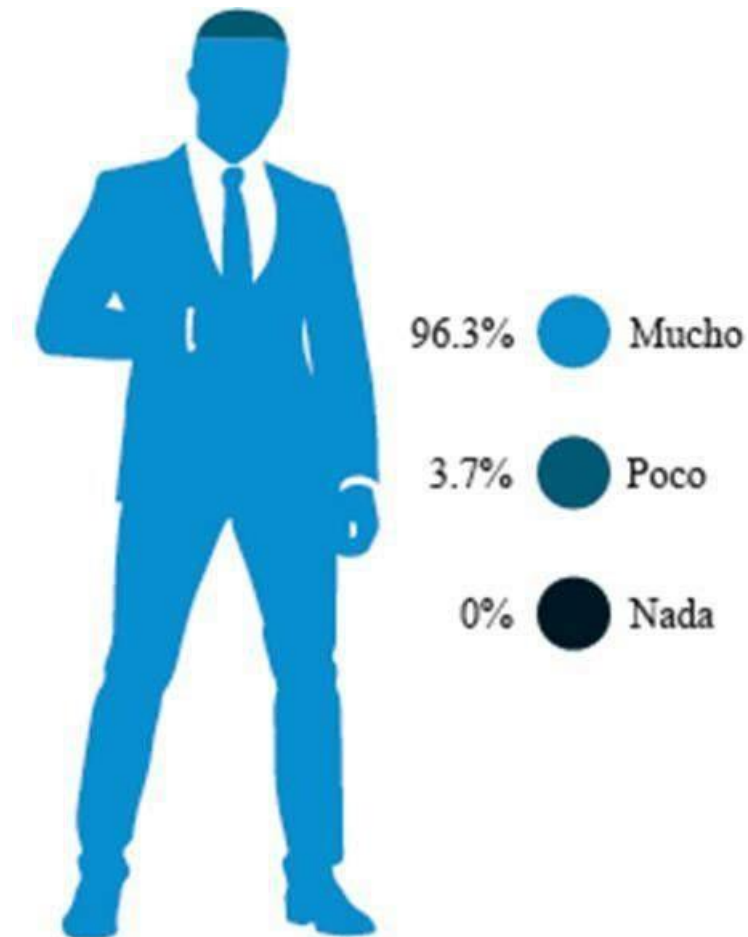
El 96.3% de los encuestados considera muy ordenada la diagramación de los elementos gráficos (texto, formas y fotografías) en el catálogo impreso, por lo tanto, el 3.7% considera poco ordenada la diagramación de los elementos gráficos en el catálogo impreso. Se optó no modificar la diagramación, ya que la mayoría de los encuestados lo consideran muy ordenado.

7. ¿Cree que la paleta de colores empleada en el catálogo transmite una imagen?



El 100% de los encuestados considera muy corporativa la paleta de colores empleada en el catálogo impreso.

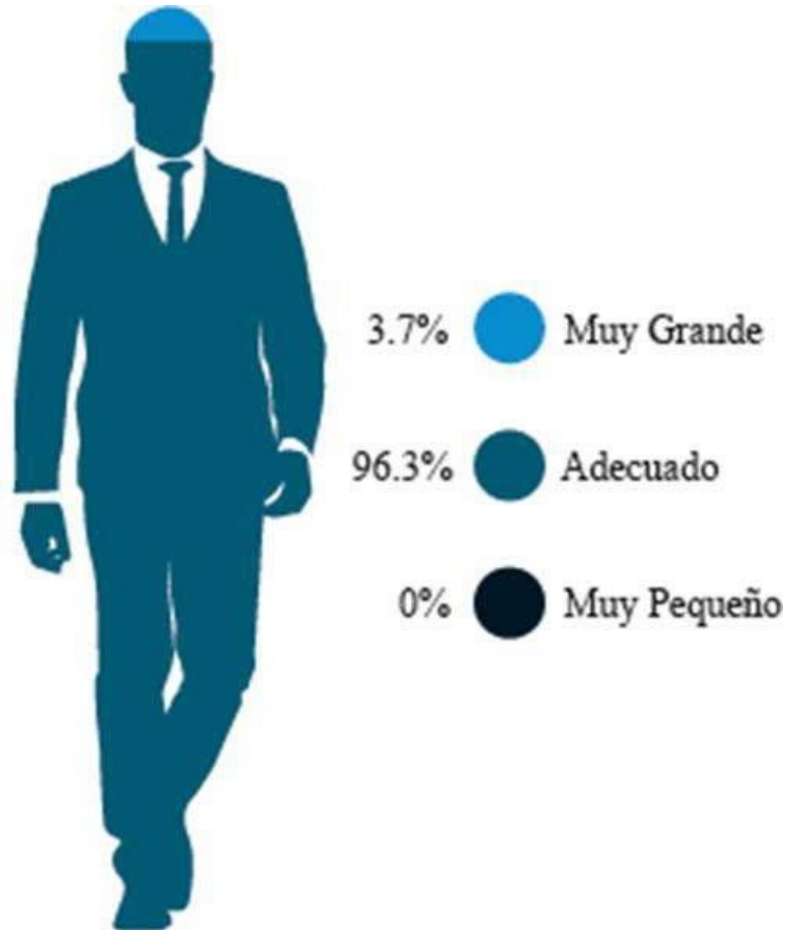
8. ¿Considera que las fotografías utilizadas en el catálogo le permiten visualizar los productos que ofrece DPablo's a sus clientes reales y potenciales?



El 96.3% de los encuestados optó que son de gran utilidad las fotografías utilizadas en el catálogo ya que muestra los productos que ofrece DPablo's son originales, por lo tanto, el 3.7% considera que son de poca ayuda. Se optó dejar las fotografías utilizadas, ya que la mayoría de los encuestados lo consideran de mucha ayuda.

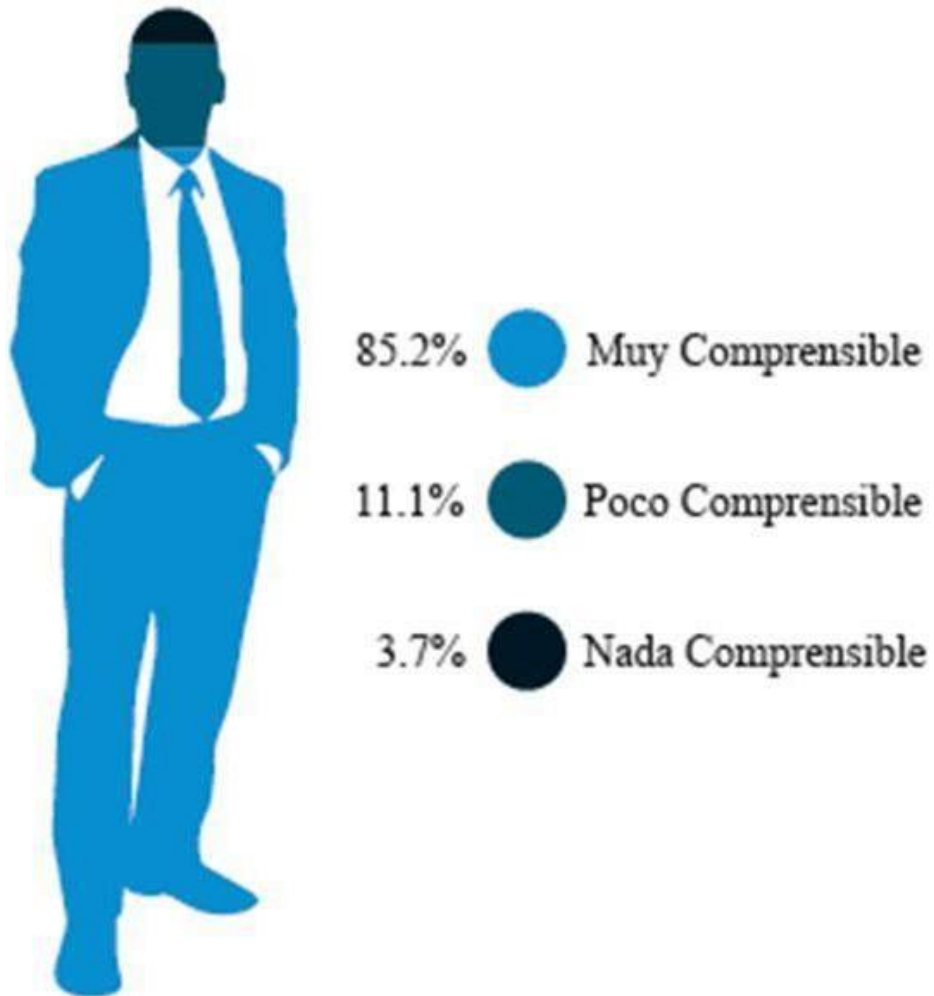
Parte Operativa

9. ¿Qué opina acerca de que el catálogo impreso sea de tamaño carta?



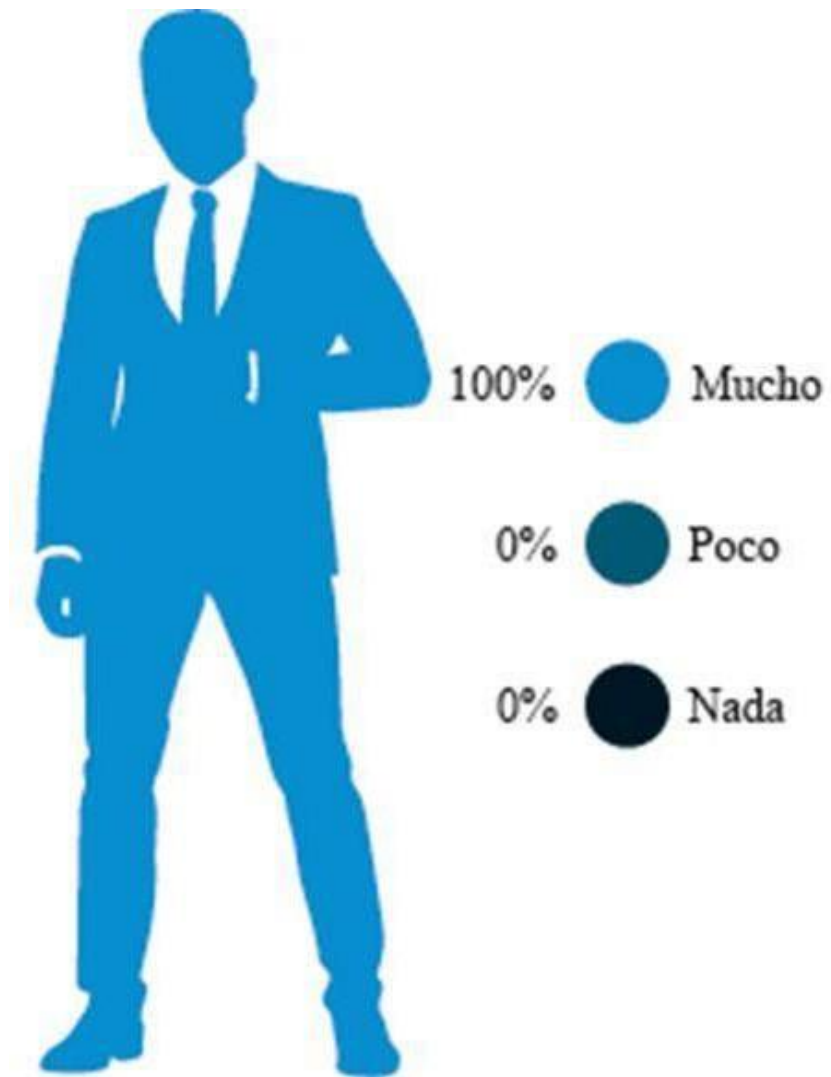
El 96.3% de los encuestados considera adecuado que el catálogo impreso sea de tamaño carta, mientras que el 3.7% considera que es muy grande el tamaño del catálogo impreso. Por lo tanto, se optó por mantener el tamaño carta para el catálogo impreso, ya que la mayoría de los encuestados consideran que es adecuado.

10. ¿Considera que la tipografía utilizada en la información escrita del catálogo impreso es?



El 85.2% de los encuestados considera muy comprensible la tipografía utilizada en el catálogo impreso, el 11.1% lo considera poco comprensible y el 3.7% lo considera nada comprensible. Se toma la decisión de mantener la tipografía utilizada en el catálogo impreso.

11. ¿Considera que el material será de utilidad para que los clientes logren informarse acerca de los productos que ofrece la empresa DPablo's?



El 100% de los encuestados considera que el material será de utilidad para que los clientes logren informarse acerca de los productos que ofrece la empresa DPablo's.

8.4 Cambios en base a los resultados

Con base a los datos obtenidos en la fase de validación para la implementación del presente proyecto se refleja que:

- Cumple con el objetivo general y con cada uno de los objetivos específicos.
- Cumple con los requisitos semiológicos y operativos.
- Dentro de los cambios que se mencionan se ha determinado.
- Agregar información de la empresa en la contraportada del catálogo
- Modificar la tipografía y espacio de precios

8.4.1. Contraportada anterior

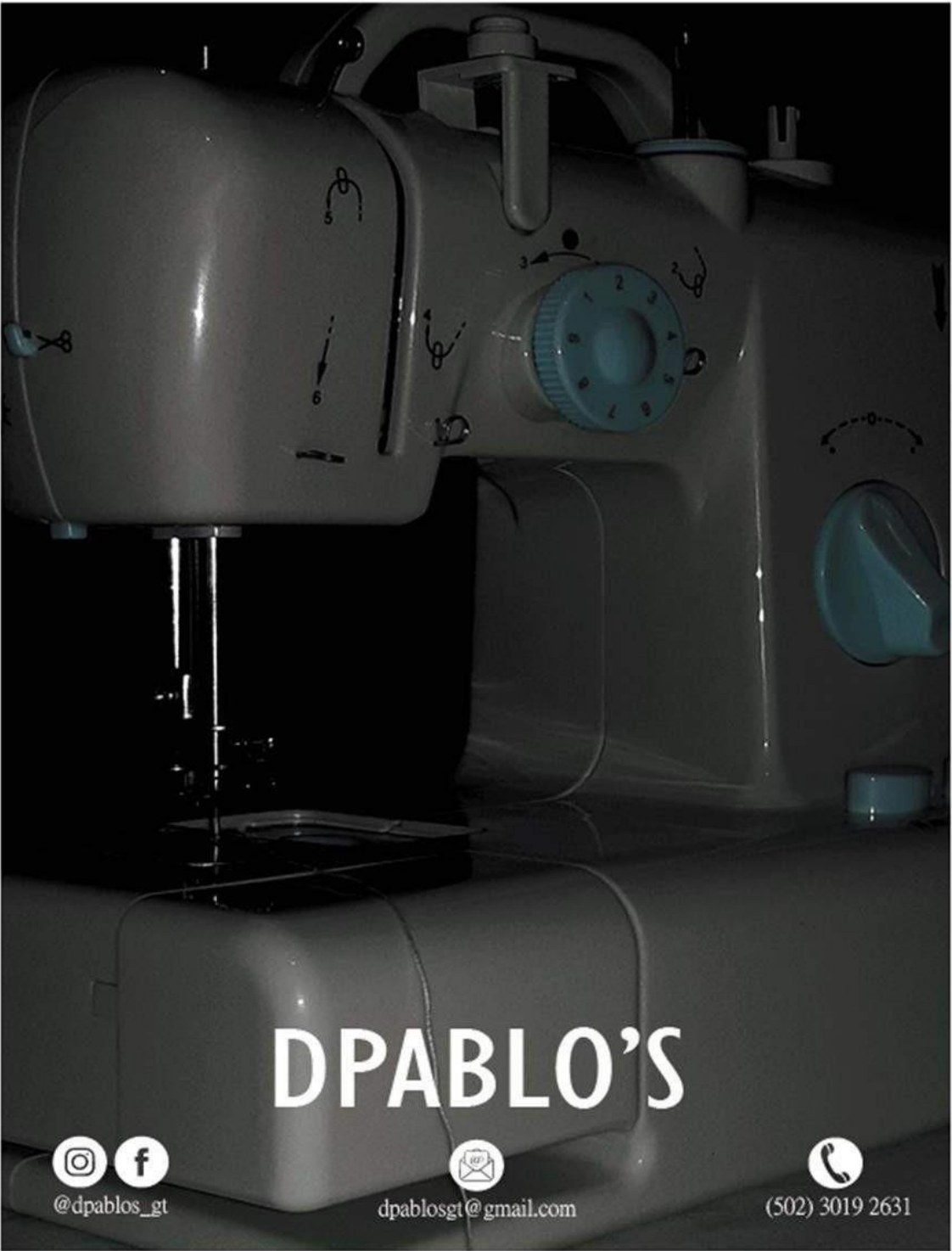
8.5"

11"



Se muestra la primera contraportada del catálogo y la corrección de los expertos es colocar información y logotipo.


8.4.2. Contraportada nueva



Se muestra el cambio, colocando redes sociales, correo electrónico y teléfono para comunicarse con la empresa

8.4.3. Tipografía y Precios anterior

8.5"



¿Qué es Casimir Punto Fino?






La tela "Casimir Punto Fino" es un material idéntico al americano ya que resiste a las arrugas y pero no es tan duradero, es delicado. De igual forma se puede realizar un diseño y estilo único.


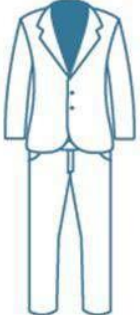
Se tiene beneficio como la comodidad y el color llamativo que se puede obtener.

Los tejidos de lana ayudan a resaltar los colores y la textura es muy suave.

11"

Precios:

				
Camisa	Chaleco	Pantalón	Sacó	Corbata
Q. 160.00	Q. 135.00	Q. 160.00	Q. 750.00	Q. 65.00

	Traje Completo Q. 1,100.00		Sacó y Pantalón Q. 880.00
	Camisa Chaleco Pantalón Sacó Corbata		

Estos son los listados de precios que se colocaron al principio, el cambio de los expertos consta de cambiar la tipografía y colocar un icono que resalte el precio.

8.4.4. Tipografía y Precios nueva





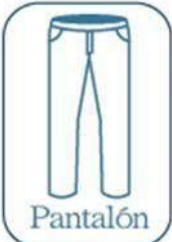


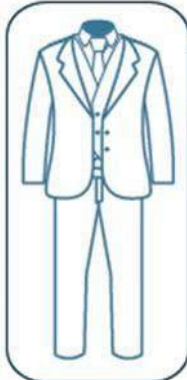
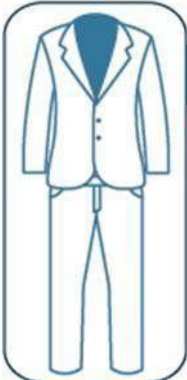
¿Qué es Casimir Punto Fino?

La tela "Casimir Punto Fino" es un material idéntico al americano ya que resiste a las arrugas y pero no es tan duradero, es delicado. De igual forma se puede realizar un diseño y estilo único.

Se tiene beneficio como la comodidad y el color llamativo que se puede obtener.

Los tejidos de lana ayudan a resaltar los colores y la textura es muy suave.

Precios:

 Camisa Q 160.00	 Chaleco Q 135.00	 Pantalón Q 160.00	 Sacó Q 750.00	 Corbata Q 65.00
 Traje Completo Q 1,100.00	 Sacó y Pantalón Q 880.00			

9

El cambio de tipografía y la diagramación colocándolos distintos para que resalte la información. Esto se muestra en todas las páginas que contengan precios.

8.4.3 Justificación:

Los cambios realizados en las piezas de diseño se dan gracias a las observaciones obtenidas durante la validación técnica. Las piezas que tuvieron cambios son la contraportada y la tipografía y la colocación de precios.

Se menciona que en todo el catálogo tuvo cambio de tipografía de *Gabriola* a 新細明體-*ExtB* únicamente en los espacios de textos (en los títulos y subtítulos se siguen manteniendo la misma tipografía *gabriola* desde el inicio) de las cuales se mostraron en el punto 8.4.4. y se aplican a todas las páginas que contengan precios

A decorative graphic on the left side of the page, featuring stylized leaves in various colors (teal, green, yellow, orange, red, blue) and small colored dots (red, blue, orange, green, yellow) scattered throughout. The leaves are arranged in a fan-like pattern, pointing towards the right.

Capítulo 9
Propuesta
gráfica final

Capítulo IX. Propuesta gráfica final

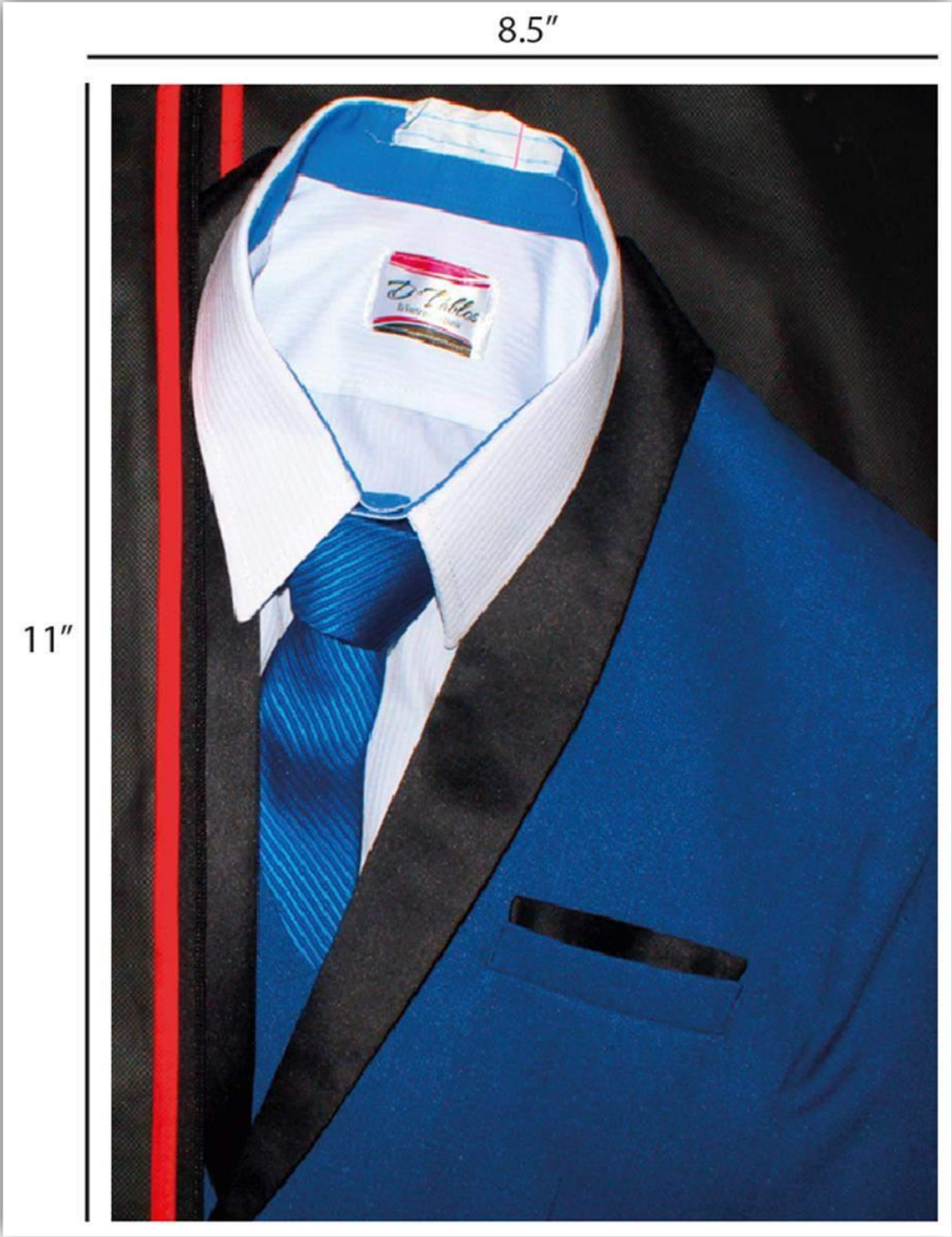
La paleta de colores que se emplea en el catálogo es celeste: C:70% M:42% Y: 25% K: 8%; azul C:90% M:50% Y:20% k:50% y gris C:70% M:60% Y:55% k:65%.

La Tipografía utilizada en la portada para DPABLO´S, en los títulos y subtítulos de las demás portadas es *Gill Sans MT condensed / regular*. La tipografía utilizada en los títulos de las páginas de secciones es *Gabriola* y en los textos y precios es 新細明體-*ExtB* a 12 y 14 puntos.

9.1. Portada del catálogo Impreso, tamaño 8.5" x 11"



9.2. Página 2, tamaño 8.5" x 11"



9.3. Índice del catálogo, tamaño 8.5" x 11"



9.4. Página 4, tamaño 8.5" x 11"



9.5. Misión y Visión, tamaño 8.5" x 11"



8.5"

11"

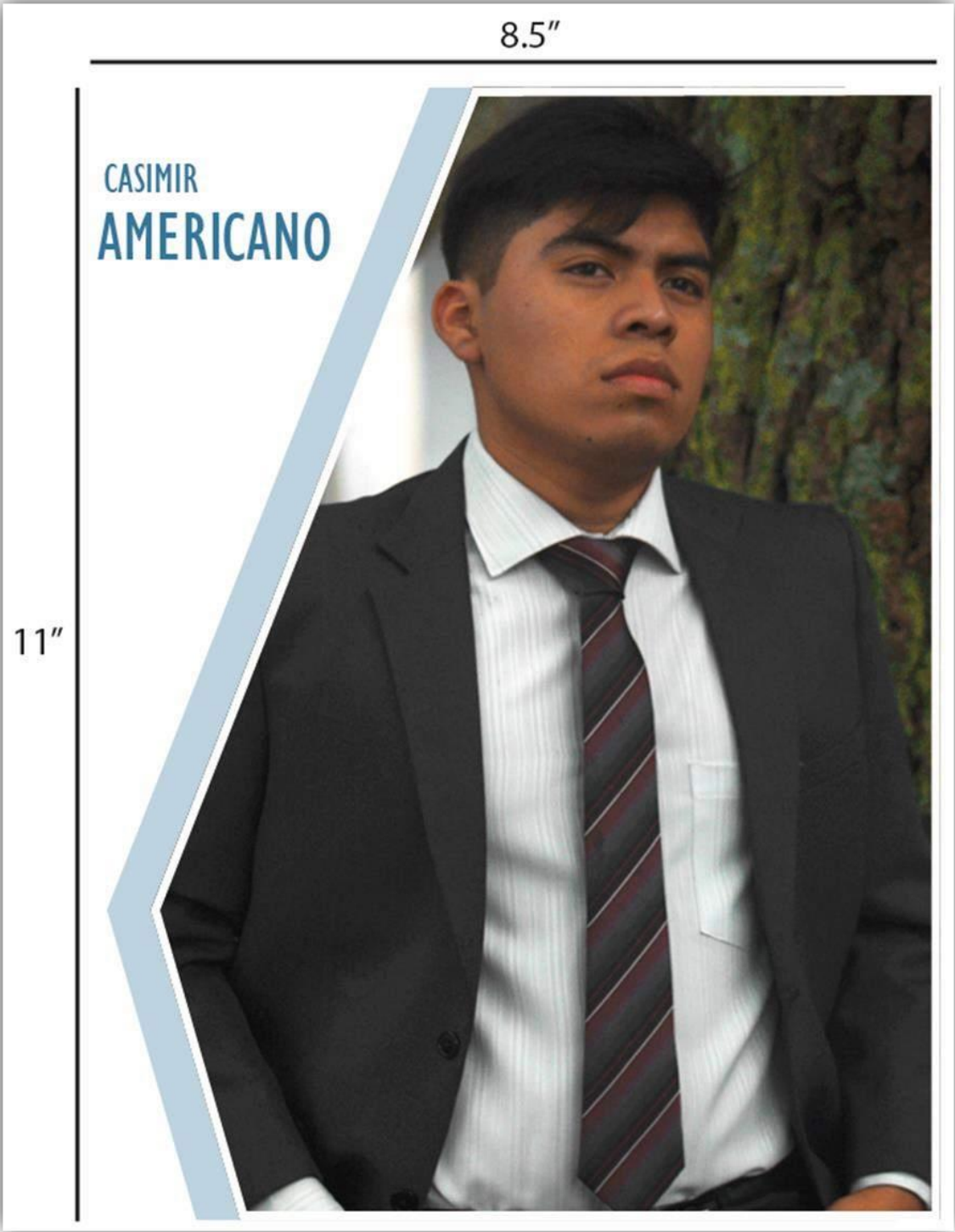
MISIÓN

Elaborar productos textiles de alta calidad para satisfacer las expectativas de nuestros clientes, utilizando la mejor materia prima de alta durabilidad y elegancia para brindándoles el mejor servicio y atención que se merecen.

VISIÓN

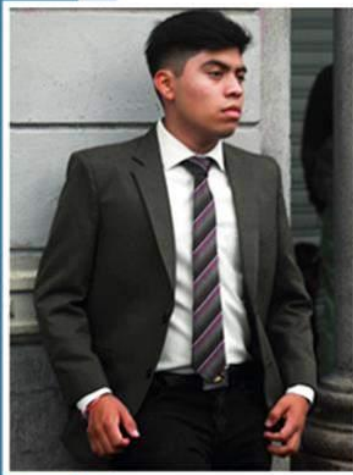
Ser una empresa reconocida por su calidad, servicio, atención e innovación a nivel nacional. teniendo la oportunidad para brindarle al cliente una prenda de vestir autentica y original

9.6. Portada casimir americano, tamaño 8.5" x 11"



9.7. Información casimir americano, tamaño 8.5" x 11"

8.5"



¿Qué es Casimir Americano?



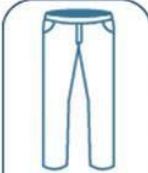


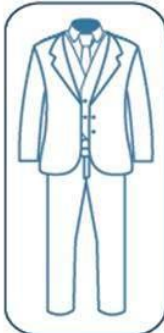
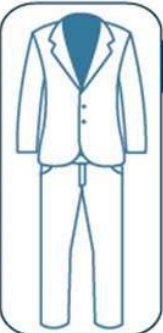
La tela "Casimir Americano" es un material versátil que resiste a las arrugas y tiene larga vida.

Brindando un diseño y estilo unico, del cual se tiene beneficio como la comodidad y la adaptabilidad de la tela hacia el cuerpo.

Los tejidos de lana absorben la humedad del cuerpo y le permiten transpirar. Muy útil cuando el calor o los nervios atacan.

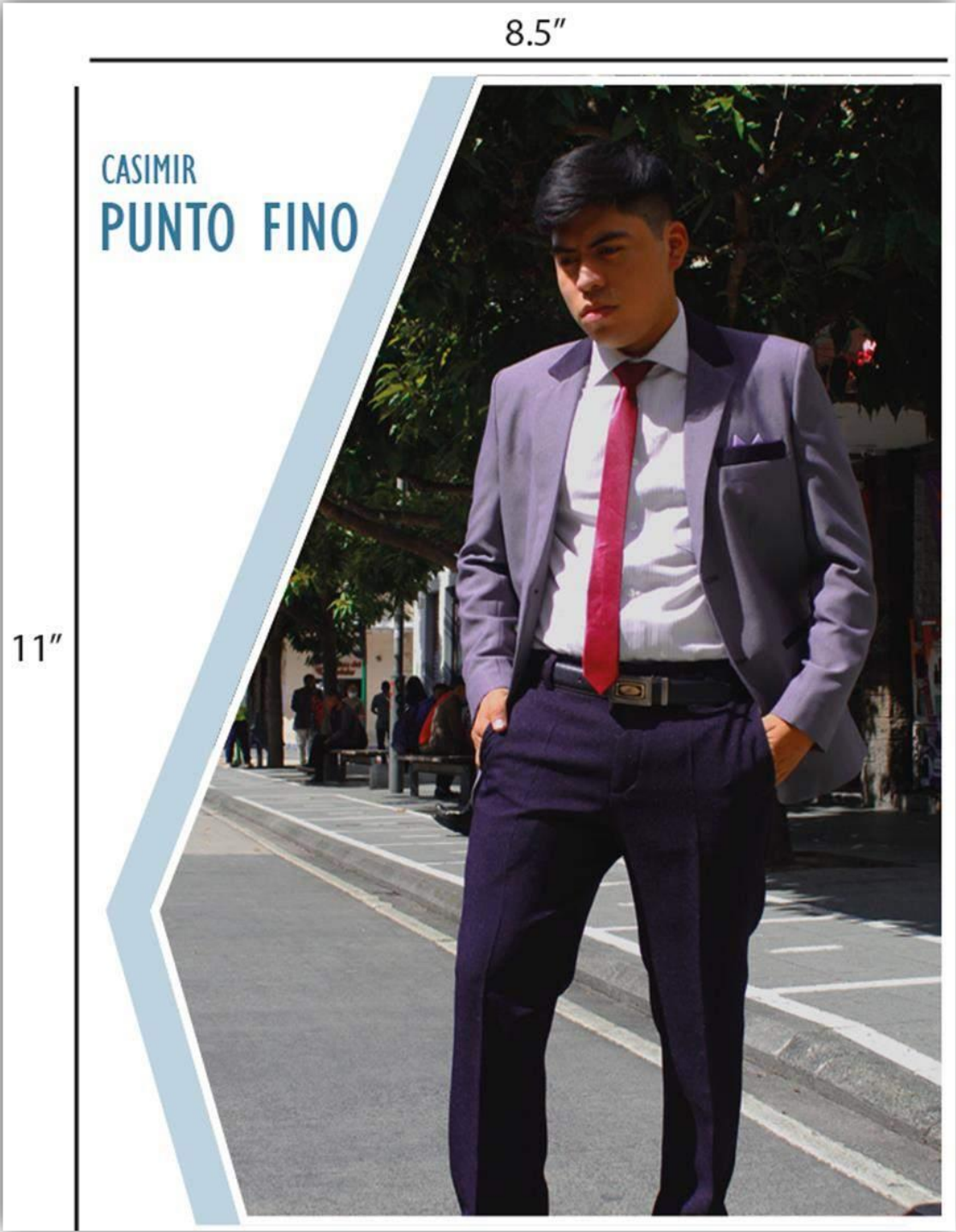
11"

Precios:

 Camisa Q 160.00	 Chaleco Q 165.00	 Pantalón Q 190.00	 Sacó Q 850.00	 Corbata Q 65.00
 Traje Completo Q 1,200.00		 Sacó y Pantalón Q 980.00		

7

9.8. Portada casimir punto fino, tamaño 8.5" x 11"



9.9. información casimir punto fino, tamaño 8.5" x 11"

8.5"



¿Qué es Casimir Punto Fino?

La tela "Casimir Punto Fino" es un material idéntico al americano ya que resiste a las arrugas y pero no es tan duradero, es delicado. De igual forma se puede realizar un diseño y estilo único.

Se tiene beneficio como la comodidad y el color llamativo que se puede obtener.

Los tejidos de lana ayudan a resaltar los colores y la textura es muy suave.

11"

Precios:



Camisa

Q 160.00



Chaleco

Q 135.00



Pantalón

Q 160.00



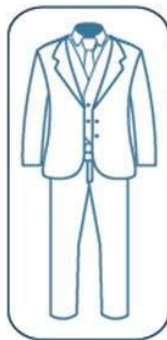
Sacó

Q 750.00



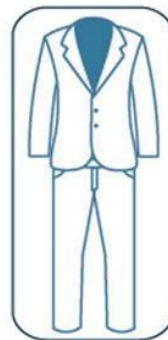
Corbata

Q 65.00



Traje Completo

Q 1,100.00

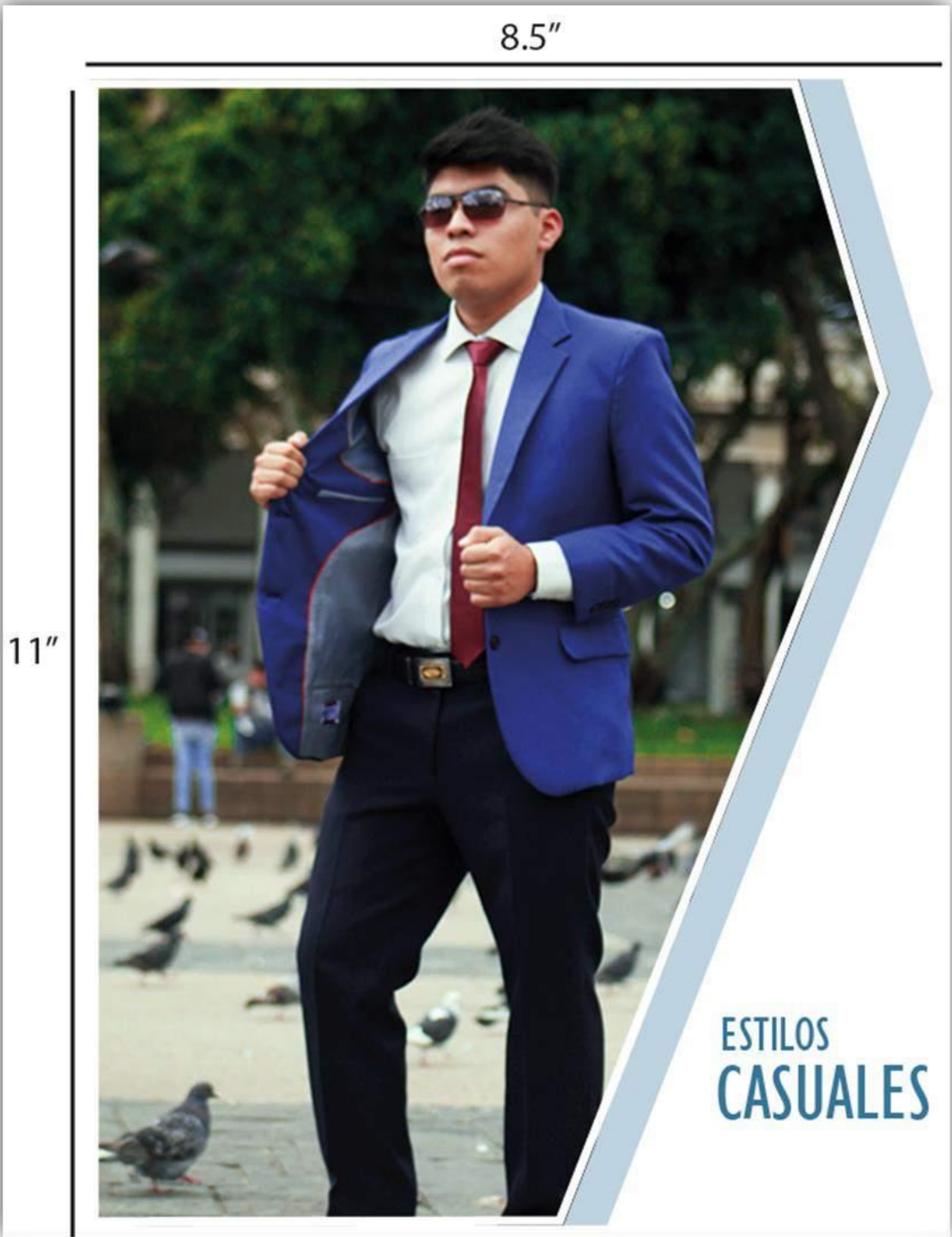


Sacó y Pantalón

Q 880.00

9


9.10. Portada estilos casuales, tamaño 8.5" x 11"




9.11. Información estilos casuales, tamaño 8.5" x 11"

8.5"

Estilos Casuales para asistir a ese evento especial





Camisa
Q 160.00



Pantalón
Q 190.00



Sacó
Q 850.00

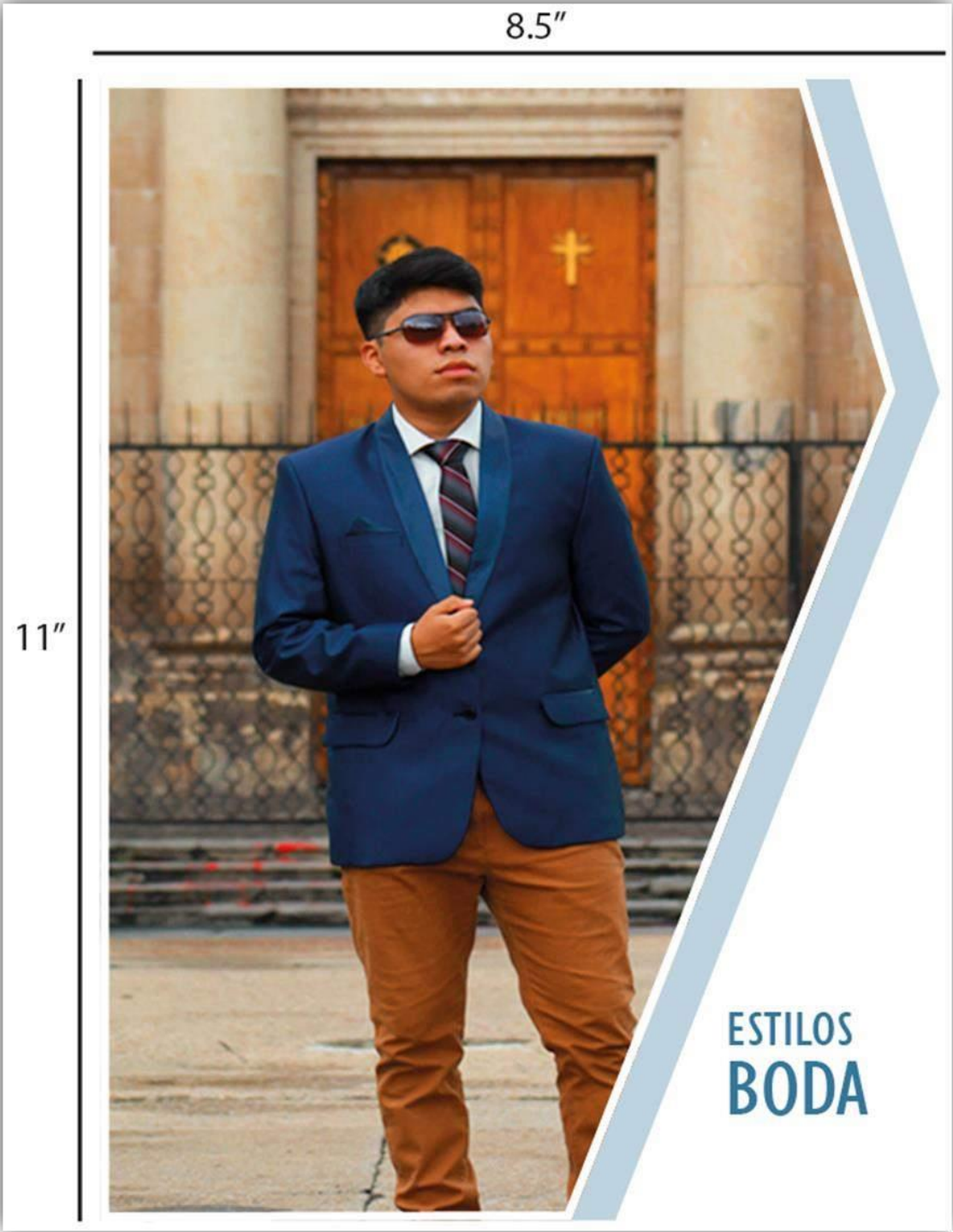


Corbata
Q 65.00

11"

11

9.12. Portada estilos matrimoniales, tamaño 8.5" x 11"



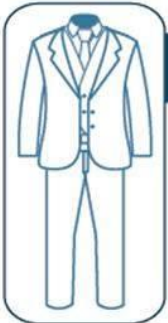
9.13. Información estilos matrimoniales, tamaño 8.5" x 11"

8.5"

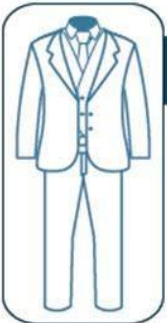
Estilos Matrimoniales para lucir ese traje para el evento más especial de la vida



11"

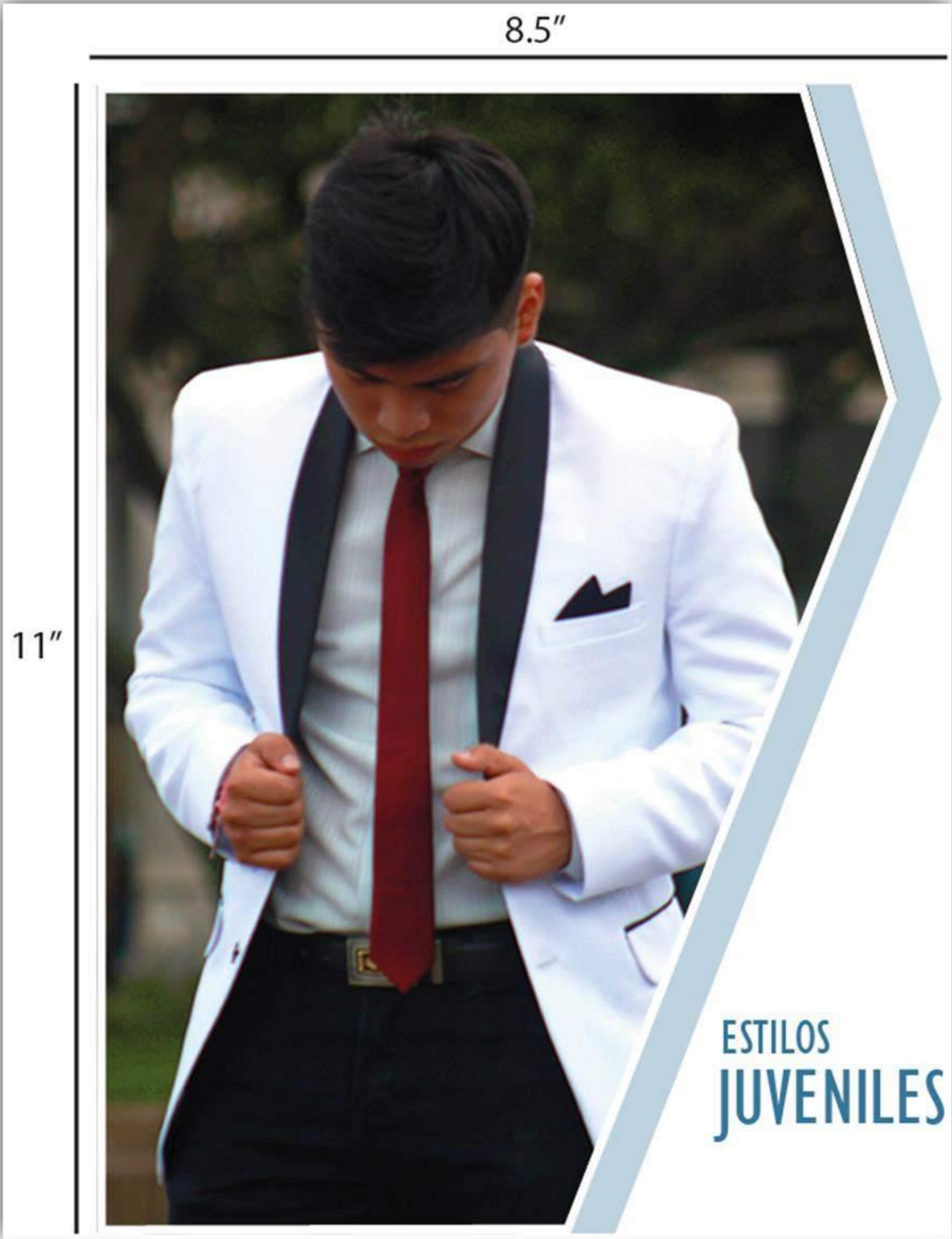


Traje Completo
Casimir Americano
Q 1,200.00



Traje Completo
Casimir Punto Fino
Q 1,100.00

9.14. Portada estilos juveniles, tamaño 8.5" x 11"



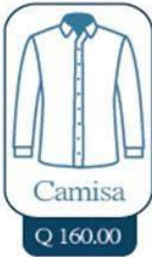
9.15. Información estilos juveniles, tamaño 8.5" x 11"

8.5"

11"



Estilos para jovenes que les gusta tener un aspecto unico



9.16. Portada corbatas, tamaño 8.5" x 11"





9.17. Información corbatas, tamaño 8.5" x 11"


8.5"

11"

Estilos de Corbatas lisas

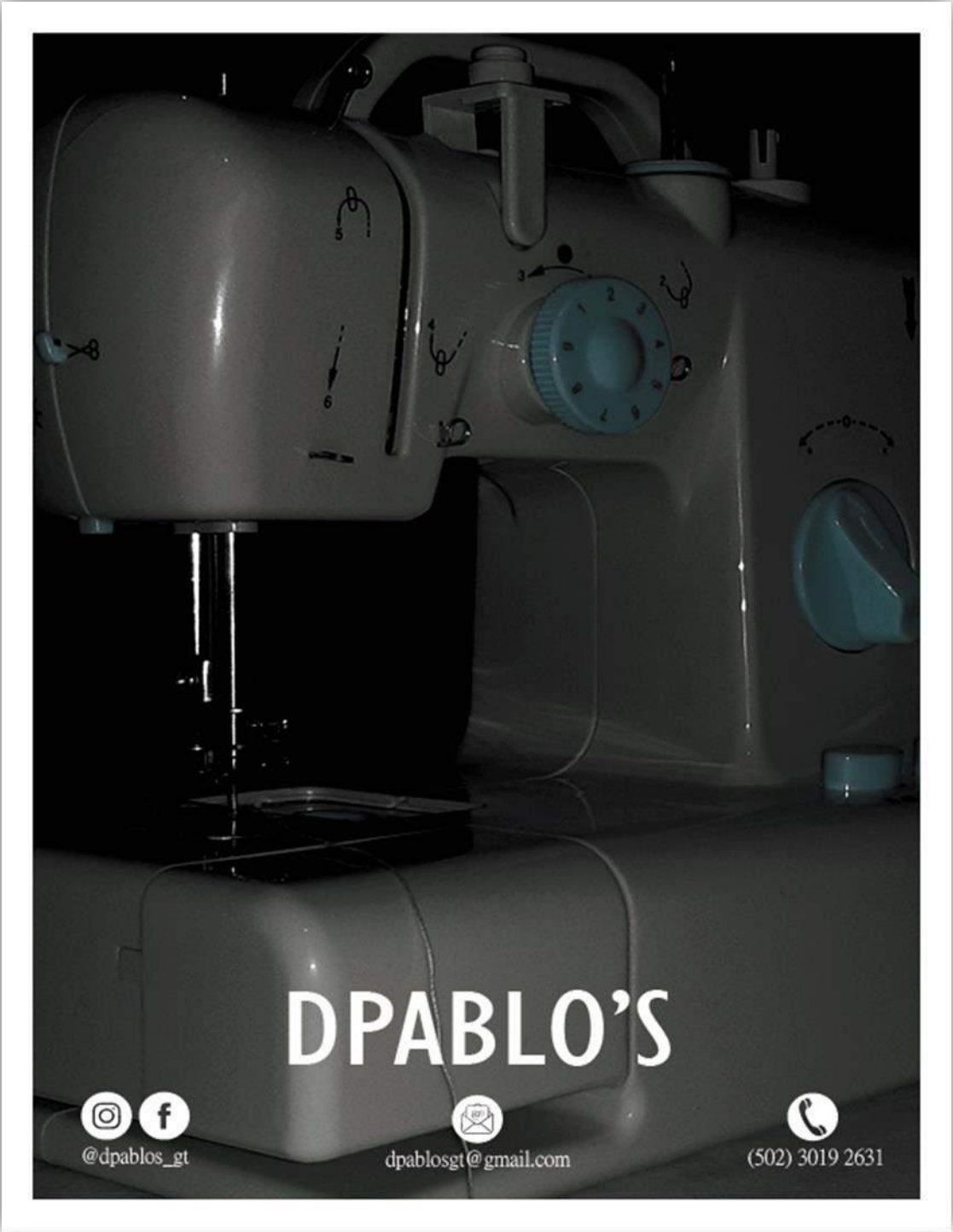
		
Gris Platino	Vino Tinto	Azul Marino
Q 65.00	Q 65.00	Q 65.00

Estilos de Corbatas con diseños

		
Emporium Clasico	Red Emporium	Violet Emporium
Q. 75.00	Q. 75.00	Q. 75.00

17

9.18. Contraportada del catálogo, tamaño 8.5" x 11"



A decorative graphic on the left side of the page features stylized, overlapping leaves in various colors including teal, green, yellow, orange, and red. Interspersed among the leaves are small, solid-colored circles in shades of red, blue, green, and orange. The overall style is modern and vibrant.

Capítulo 10
Producción,
reproducción y distribución

Capítulo X. Producción, reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo de la creación del diseño de catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años, los productos textiles que ofrece DPablo's a empresas comerciales, es necesario implementarlo para que la empresa vea los costos obtenidos a partir del diseño propuesto.

- Plan de costos de elaboración
- Plan de costos de producción
- Plan de costos de reproducción
- Plan de costos de distribución

10.1 Plan de costos de la elaboración

El costo por el que se cobrará por hora es de Q. 25.00

Descripción	Semana	Horas por semana	Costo
Análisis e investigación sobre los productos	1	8 hrs	Q 200.00
Elaboración de bocetos para el catálogo	2	16 hrs	Q 400.00
Toma de Fotografías	1	6 hrs	Q 150.00

Propuestas iniciales digitales	2	14 hrs	Q 350.00
Costos variables de elaboración (luz e internet)			Q 300.00
Total, de costos de elaboración			Q1400.00

10.2 Plan de costos de producción

El costo por el que se cobrará por hora es de Q. 25.00

El tiempo que se lleva a cabo el proyecto, se elaboró un periodo de 30 días con un total de 6 semanas y empleando de lunes a viernes 6 horas de trabajo.

Total, de días laborados	30 días laborados
Total de semanas laboradas	6 semanas
Total de horas laboradas	6 hrs al día (180 hrs)
Total de costos de producción (180 hrs x Q 25.00)	Q 4,500.00

10.3 Plan de costos de reproducción

El catálogo consta de 18 páginas con tiro y retiro correspondientemente, por lo tanto, son 9 hojas de tamaño carta (8.5" x 11") en impresión a full color, en papel Couche. Esto quiere decir que se imprimirán en una hoja la parte de adelante y de atrás. De la cual el cliente necesita de 4 catálogos impresos para su uso correspondiente.

Descripción	Cantidad	Precio Unidad	Precio
Catálogo tamaño carta (8.5" x 11") impresión full color a láser en tiro y retiro. 9 hojas	36	Q 5.00	Q 180.00

10.4 Plan de costos de distribución

El presente proyecto no requiere de un costo de distribución, ya que será utilizado dentro de las instalaciones de la empresa.

10.5 Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Costo total: Q 6,080.00

Utilidad: Q 1,216.00

10.6 IVA

A continuación, se detalla el costo del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 12% para el presente proyecto.

Plan de costos de elaboración	Q 168.00
Plan de costos de producción	Q 540.00
Plan de costos de reproducción	Q 21.60
Plan de costos de distribución	N/A
Total	Q 729.6

10.7 Cuadro con resumen general de costos

Plan de costos de elaboración	Q 1,400.00
Plan de costos de producción	Q 4,500.00
Plan de costos de reproducción	Q 180.00
Plan de costos de distribución	N/A
Subtotal I	Q 6,080.00

Margen de utilidad (20%)	Q 1,216.00
Subtotal II	Q 7,296.00
Impuesto al Valor Agregado (IVA) 12%	Q 875.52
Total	Q 8,171.52

A decorative graphic on the left side of the page features stylized, overlapping leaves in various colors including teal, green, yellow, orange, and red. Small, colorful dots in shades of red, blue, green, and orange are scattered throughout the leaf arrangement.

Capítulo 11

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI. Conclusiones y recomendaciones

1.1 Conclusiones

Dentro del presente proyecto de graduación, se puede afirmar que se pudo realizar un catálogo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales comprendidas entre los 20 a 30 años de edad, los diversos productos y servicios que ofrece DPablo's.

Ya que se puede considerar que toda la información recopilada con el cliente, bibliográficas y en sitios web, con relación a los productos textiles y servicios que ofrece DPablo's a sus clientes reales y potenciales, efectivamente permitiendo fundamentar el diverso contenido de la línea gráfica del catálogo impreso catálogo, para que tenga coherencia con su identidad corporativa.

Mencionado lo anterior, también se puede concluir que todo concepto e información relacionada con la elaboración de catálogos y tendencias de diseño editorial. Fueron de gran utilidad para implementar correctamente los elementos gráficos en la maquetación del catálogo impreso.

Así mismo, se puede mencionar que las distintas fotografías utilizadas en el catálogo impreso, fueron sumamente importantes para que el grupo objetivo pueda observar sus distintas características y efectivamente llame su atención.

Y finalmente añadiendo que se logró establecer un orden visual en los elementos gráficos para que permitiera al grupo objetivo visualizar y comprender fácilmente el contenido.

1.2 Recomendaciones

Es importante para la empresa DPablo´s mantener el catálogo en la sala de recepción y mostrárselo a cada empresa comercial para que tenga conocimiento sobre los productos textiles y servicios que ofrece.

Se recomienda mantener actualizada la información y fotografías del catálogo por lo menos cada 6 meses. Para tener productos textiles nuevos que presentar a sus clientes reales y potenciales.

También se recomienda mantener una alta resolución en sus fotografías para que las empresas comerciales puedan visualizar correctamente cada producto textil que ofrece la empresa.

Por último, se hace destacar el uso adecuado del catálogo evitando así no arrugarlo ni mancharlo para que mantenga una presentación adecuada.



Capítulo 12

Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento General

12.2 Demostración de conocimientos



El trabajo visual realizado muestra 5 herramientas indispensables que se aprendieron en el transcurso de la carrera, para la creación del catálogo impreso. Imagen realizada por Lester Lopez (2021)

A decorative floral pattern on the left side of the page, featuring stylized leaves in various colors (teal, green, yellow, orange, red, blue) and small colored dots (red, blue, green, orange, yellow) scattered throughout. The pattern is dense and occupies the left half of the page.

Capítulo 13

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias

- Álvarez Fernández, Diego Luis. 2020. "Diseño editorial". Editorial The Sign Haus · Avion, D. (2013, 4 julio). "Teoría de la comunicación persuasiva". Blog.
- Florencia Ucha. (May. 2012) "Confección".
- Fonseca Yerena Maria del Socorro, Pearson Educación, México, 2000, Pág. 4. «Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica», Primera Edición.
- Herbert, Robin; Plattus, Rebecca. (2001) "Manufactura y producción". Textiles y cuero.
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey (publicado en 2014 y actualizado en 2016) "Definición de sastre".
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2017. Actualizado: 2018. Definición de diseño gráfico.
- María Estela Raffino. (29 de agosto de 2020) "Industria Textil". Argentina.
- Robbins Stephen y Coulter Mary, Pearson Educación de México, 2005, Pág. 256 «Administración.», Octava Edición.
- Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, McGraw-Hill Interamericana, 2007, Pág. 511. «Fundamentos de Marketing», Decimocuarta Edición.

13.2 Referencias de sitios web

- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2012). “Definición de fotografía”.

Disponible en: <https://definicion.de/fotografia/>

- Pérez Porto, Julián y Merino, María. (2008). “Definición de semiología”.

Disponible en: <https://definicion.de/semiologia/>

- Ucha, Florencia. (noviembre 2008). “Definición de psicología”.

Disponible en: <https://www.definicionabc.com/social/psicologia.php>

- Eacm. (2018, 16 julio). “La teoría del color”. Escuela de arte collado mediano.

Disponible en: <http://www.escueladeartecollado.com/un-repaso-a-la-teoria-del-color/>

- Galiano, P. (2019, 25 octubre). “Diseño Digital, Desarrollo de software, Diseño y Marketing digital | Empresas.

Disponible en: <https://volklenders.com/volk-plus/disenoy-marca/disenodigital-que-es/>

- Kliever, Janie. 8 de agosto de 2020. Las 9 tendencias de diseño gráfico que necesitas tener en cuenta.

Disponible en: https://www.canva.com/es_mx/aprende/9-tendencias-disenograficoimperdibles/

A decorative graphic on the left side of the page, featuring stylized, overlapping leaves in various colors including teal, green, yellow, orange, and red. Small, colorful dots (red, blue, orange, green) are scattered among the leaves, adding to the vibrant, organic feel of the design.

Capítulo 14

Anexos

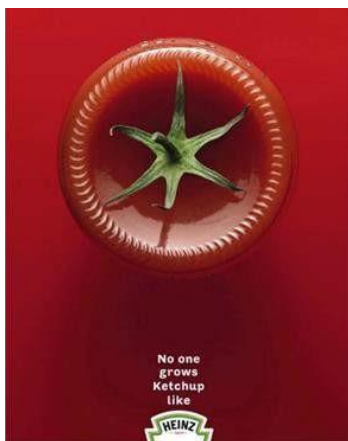
Capítulo XIV: Anexos

Anexo A

Ejemplo de tabla de niveles económicos

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 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, party, piscina, estudios, áreas de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, recámaras, 2-3 baños, 2 sala, party, piscina, 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 baño, 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 hectáreas					
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 monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avión-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 6-10 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	Clubs privados, vacaciones en el exterior.	Clubs privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estado	Parques	

Anexo 2 6.3.4.1 Ejemplo de tendencia minimalista.



Anexo 3 6.3.4.2 Ejemplo de tendencia de tipografía grande



Anexo 4 6.3.4.3 Ejemplo de tendencia colores brillantes y llamativos.



Anexo 5 6.3.4.4 Ejemplo de tendencia de formas geométricas.



Anexo 4. Fotografías de la sesión de fotos para el catálogo.



Anexo 5. Ejemplo de herramienta de validación



(FACOM)

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Perfil: Experto: _____ Cliente: _____ Grupo Objetivo: _____

Edad: _____

Género: Femenino: _____ Masculino: _____

Encuesta de Validación del proyecto de:

Diseño de catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años de edad, los productos textiles que promueve y vende la fábrica DPablo's a empresas comerciales. Guatemala, Guatemala

Antecedentes:

La empresa DPablo's fue creada en 2010 por Ronaldo Zetina y actualmente se dedica a la venta de confección de trajes textiles formales.

DPablo's requiere un Catálogo impreso para mostrar toda la variedad de productos textiles formales que manejan dentro de la empresa para cada cliente.

Por lo que se ha planteado el objetivo de diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos y servicios que ofrece DPablo's.

Instrucciones

Con base a la información anterior, observe la propuesta del catálogo y por favor responda según su criterio las siguientes preguntas de validación, colocando una "X"

seleccionando el espacio en blanco su respuesta.

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar un catálogo impreso para dar a conocer a los clientes reales y potenciales acerca de los productos textiles que ofrece DPablo's?

Si _____

No _____

2. ¿Considera importante recopilar información relacionada a la identidad corporativa y a los productos textiles que ofrece DPablo's para que la línea gráfica del catálogo impreso tenga coherencia con su identidad corporativa?

Si _____

No _____

3. ¿Considera necesario investigar conceptos e información relacionada a la elaboración de catálogos y tendencias de diseño editorial para implementar de forma correcta los elementos gráficos en la maquetación del catálogo impreso?

Si _____

No _____

4. ¿Considera necesario fotografiar los diferentes productos textiles para que el grupo objetivo pueda observar sus características y llame su atención?

Si _____

No _____

5. ¿Considera importante diagramar los elementos gráficos para establecer un orden visual que permita al grupo objetivo comprender fácilmente el contenido?

Si _____

No _____

Parte semiológica

6. ¿Cree que la diagramación de los elementos gráficos (texto, formas y fotografías) le dan al catálogo un aspecto?

Muy ordenado ____

Poco ordenado ____

Nada ordenado ____

7. ¿Cree que la paleta de colores empleada en el catálogo transmite una imagen?

Muy corporativa ____

Poco corporativa ____

Nada corporativa ____

8. ¿Considera que las fotografías utilizadas en el catálogo le permiten visualizar los productos que ofrece DPablo's a sus clientes reales y potenciales?

Mucho ____

Poco ____

Nada ____

Parte operativa

9. ¿Qué opina acerca de que el catálogo impreso sea de tamaño carta?

Muy grande ____

Adecuado ____

Muy pequeño ____

10. ¿Considera que la tipografía utilizada en la información escrita del catálogo impreso es?

Muy Comprensible ____ Poco Comprensible ____ Nada Comprensible ____

11. ¿Considera que el material será de utilidad para que los clientes logren informarse acerca de los productos que ofrece la empresa DPablo's?

Mucho ____ Poco ____ Nada ____

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para responder esta encuesta.

¿Desea dejar alguna sugerencia, comentario o crítica personal? puede dejarlo en el siguiente espacio:

Gracias por contribuir al proyecto de graduación: ““Diseño de catálogo impreso para dar a conocer a personas comprendidas entre los 20 a 30 años, los productos textiles que ofrece DPablo's a empresas comerciales. Guatemala, Guatemala 2022”. Su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.