



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica la tienda en línea Augenblick.

Erika Melissa Ramos Méndez

Carné: 211004424

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Galileo

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Diseño de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica la tienda en línea Augenblick.

Erika Melissa Ramos Méndez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción

Nómina de autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Dr. 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 15 de abril de 2024

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 DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK, LOS SELLOS DE METAL Y ACCESORIOS PARA LACRE QUE FABRICA LA TIENDA EN LÍNEA AUGENBLICK.** Así mismo solicito que la Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Erika-Melissa Ramos Méndez
21004424



Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2024

Señorita:
Erika Melissa Ramos Méndez
Presente

Estimada Señorita Ramos:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK, LOS SELLOS DE METAL Y ACCESORIOS PARA LACRE QUE FABRICA LA TIENDA EN LÍNEA AUGENBLICK**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 08 de enero del 2025

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 DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK, LOS SELLOS DE METAL Y ACCESORIOS PARA LACRE QUE FABRICA LA TIENDA EN LÍNEA AUGENBLICK.** Presentado por la estudiante: Erika Melissa Ramos Méndez, con número de carné: 21004424, 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,

ANDREA AGUILAR F.

Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 10 de abril del 2025

Señorita
Erika Melissa Ramos Méndez
Presente

Estimada Señorita Ramos:

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, 27 de mayo de 2025.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRÁVES DE LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK, LOS SELLOS DE METAL Y ACCESORIOS PARA LACRE QUE FABRICA LA TIENDA EN LÍNEA AUGENBLICK**, de la estudiante Erika Melissa Ramos Méndez, 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, 17 de junio del 2025

Señorita:
Erika Melissa Ramos Méndez
Presente

Estimada Señorita Ramos:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK, LOS SELLOS DE METAL Y ACCESORIOS PARA LACRE QUE FABRICA LA TIENDA EN LÍNEA AUGENBLICK**. Presentado por la estudiante: Erika Melissa Ramos Méndez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Con profundo amor y gratitud, dedico este proyecto a mis padres, cuyo esfuerzo incansable ha sido la fuerza que ha construido el camino hacia este logro. Gracias por su apoyo incondicional, por confiar en mí en cada etapa y por enseñarme que, con esfuerzo y valentía, los sueños más grandes pueden hacerse realidad.

Todo lo que he alcanzado es un reflejo de sus sacrificios, enseñanzas y del inmenso cariño que siempre me han brindado. Este triunfo no solo es mío, sino también de ustedes, quienes han sido mi mayor fuente de inspiración. Su amor y dedicación me han permitido superar obstáculos y seguir adelante, siempre con la certeza de que sus esfuerzos no han sido en vano.

Espero que este logro sea solo una pequeña muestra del agradecimiento que siento hacia ustedes. Todo lo que soy y lo que aspiro a ser es gracias al amor y dedicación que me han dado cada día de mi vida. Este proyecto es un homenaje a su esfuerzo y un recordatorio de cuánto los amo.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Augenblick se identificó que la tienda online Augenblick carece de un catálogo digital que sea visualmente atractivo y funcional para dar a conocer a través de sus redes sociales Instagram y Facebook, su amplia gama de productos de sellos de metal y accesorios para lacre.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica la tienda en línea Augenblick.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 30 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se logró realizar el diseño del catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que vende la tienda en línea Augenblick. Se recomendó establecer un periodo de tiempo determinado para actualizar el catálogo con nuevos productos, ofertas especiales, o cambios de temporada, ya que esto mantendrá la propuesta actualizada y motivará a los usuarios a volver a consultarlo.

Para efectos legales únicamente la autora, ERIKA MELISSA RAMOS MÉNDEZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

La autora también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciada en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I: Introducción.....	10
Introducción.....	10
Capítulo II: Problemática.....	11
Contexto.....	11
Requerimiento de comunicación y Diseño.....	11
Justificación.....	12
Magnitud.....	12
Vulnerabilidad.....	13
Trascendencia.....	14
Factibilidad.....	14
Capítulo III: Objetivos.....	16
Objetivo general.....	16
Objetivos específicos.....	16
Capítulo IV: Marco de referencia.....	17
Información general del cliente.....	17
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	20
Perfil geográfico.....	20
Perfil demográfico.....	20
Perfil psicográfico.....	21
Perfil conductual.....	21

Capítulo VI: Marco teórico.....	22
Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	22
Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	25
Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	34
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	40
Aplicación de información obtenida en el marco teórico.....	40
Conceptualización.....	44
Proceso de bocetaje.....	46
Propuesta preliminar.....	74
Capítulo VIII: Validación técnica.....	83
Población y muestreo.....	83
Método e instrumentos.....	85
Resultados e Interpretación de resultados.....	87
Cambios con base a los resultados.....	102
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	109
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	130
Plan de costos de elaboración.....	130
Plan de costos de producción.....	131
Plan de costos de reproducción.....	132
Plan de costos de distribución.....	132
Margen de utilidad.....	133

IVA.....	133
Cuadro con resumen general de costos.....	134
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	135
Conclusiones.....	135
Recomendaciones.....	136
Capítulo XII: Conocimiento general.....	137
Demostración de conocimientos.....	137
Capítulo XIII: Referencias.....	139
Capítulo XIV: Anexos.....	144
Anexo I: Brief del cliente.....	144
Anexo II: Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex.....	147
Anexo III: Investigación de tendencias Minimalista y abstracto.....	148
Anexo IV: Investigación de tendencias Neumorfismo.....	149
Anexo V: Investigación de tendencias Overlay Design.....	150
Anexo VI: Modelo de encuesta.....	151
Anexo VII: Modelo de encuesta en google forms.....	157
Anexo VIII: Evidencia de validación técnica.....	163



INTRODUCCIÓN



Capítulo I: Introducción

Introducción

La marca Augenblick es una tienda en línea dedicada a vender sellos de metal y accesorios para lacre desde el 2020. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un catálogo digital actualizado y visualmente atractivo que pueda compartir a través de sus redes sociales Instagram y Facebook.

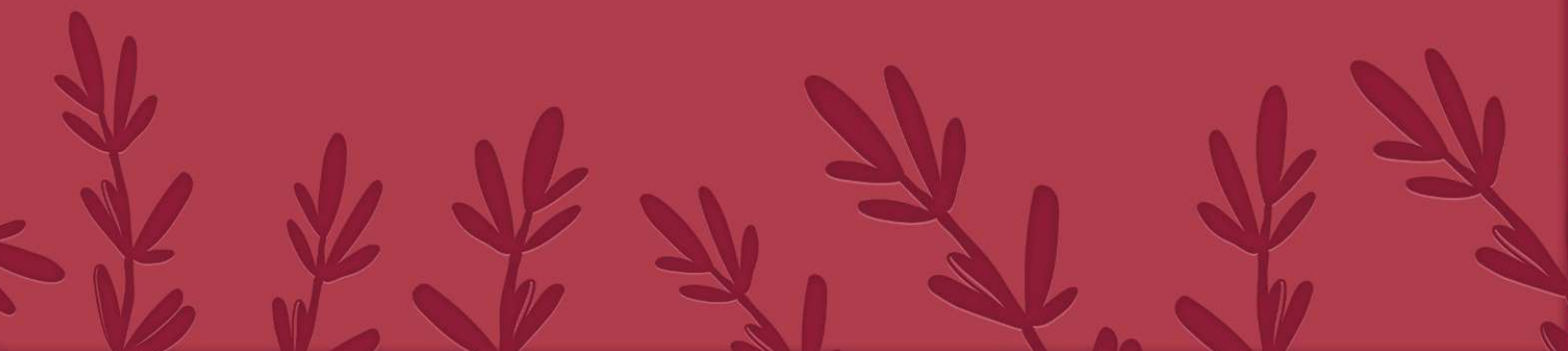
Por esta razón se propuso resolver este problema comunicativo a través de la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que vende la tienda online Augenblick.

Para crear el concepto creativo se aplicará el método flor de loto y por medio 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 evaluación serán encuestas al grupo objetivo, cliente y un grupo de expertos en comunicación y diseño. De esta última herramienta se obtendrán cambios importantes para mejorar el resultado y así presentar una propuesta de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.



PROBLEMÁTICA



Capítulo II: Problemática

La tienda en línea de sellos de metal para lacre Augenblick carece de un catálogo digital que sea visualmente atractivo y funcional, donde pueda mostrar su amplia gama de productos de sellos de metal y accesorios de lacre que fabrica a clientes reales y potenciales de Guatemala que visitan sus redes sociales Instagram y Facebook.

Contexto

Augenblick es una tienda en línea dedicada a vender sellos de metal y accesorios para lacre, fundada en 2020 como un pequeño emprendimiento. Lo que comienza con la venta de 20 sellos como una prueba, experimenta un progreso gradual y significativo al emplear sus redes sociales Instagram y Facebook para ofrecer sus productos.

Actualmente tiene un catálogo digital el cual envían a los usuarios que solicitan información a través de sus redes sociales, pero está desactualizado, lo que limita la capacidad de la marca para vender de una manera más efectiva a clientes reales y potenciales.

Mediante un análisis de los requerimientos de la marca y su problemática se determina que Augenblick necesita un catálogo digital actualizado que sea visualmente atractivo y que proyecte la identidad gráfica de la empresa donde pueda ofrecer su línea de productos y generar más confianza para sus clientes potenciales.

Por lo que es necesario investigar tendencias de diseño que puedan ser útiles para el diseño del catálogo digital, de esta manera encontrar la forma más conveniente de mostrar los precios y detallar los productos que ofrece Augenblick.

Requerimiento de comunicación y Diseño

La tienda en línea Augenblick carece de un catálogo digital que sea visualmente atractivo y funcional para dar a conocer a través de sus redes sociales Instagram y Facebook, la amplia gama de productos de sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica.

Justificación

Para sustentar las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad

Magnitud

Según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística Guatemala (2022) la República de Guatemala tiene un aproximado de 17.4 millones de habitantes, de los cuales 3,639,725 son habitantes del área metropolitana, existen aproximadamente 8 tiendas en línea en la ciudad de Guatemala que venden sellos de metal para lacre, son tiendas en línea que utilizan Facebook e Instagram.

Existe una tienda en línea que pertenece a la marca Augenblick, la cual cuenta con más de 12 mil seguidores en Instagram y más de 500 seguidores en Facebook donde 100 de ellos son clientes reales fidelizados y espera aumentar mensualmente 10% el número de seguidores en ambas plataformas con el nuevo diseño de catálogo.

Gráfica de magnitud.



Figura 1. Realizada por la comunicadora y diseñadora gráfica Erika Ramos. Gráfica de magnitud.

Vulnerabilidad

La ausencia de un catálogo digital actualizado y visualmente atractivo perjudica las ventas de la tienda en línea Augenblick. Los clientes reales y potenciales, al no tener acceso claro a los productos, sus características y precios, se ven obligados a recurrir a mensajes directos, enfrentándose a un proceso tedioso que obstaculiza la comunicación fluida y elimina la posibilidad de una experiencia de compra satisfactoria.

Trascendencia

Al contar con un nuevo catálogo digital Augenblick podrá mejorar la experiencia de los clientes reales y potenciales al explorar la información y fotografías de los productos disponibles en un catálogo digital actualizado.

Las imágenes de cada producto, las descripciones detalladas y un diseño organizado facilitarán la toma de decisiones de compra al brindar a los usuarios de las redes sociales una plataforma para explorar en el catálogo digital los productos de sellos de metal y accesorios para lacre en cualquier momento y desde cualquier lugar a través de un celular o computadora con acceso a internet.

Factibilidad

El proyecto de diseño de catálogo digital para la tienda en línea Augenblick sí es factible porque cuenta con los recursos necesarios para llevarlo a cabo.

Recursos Humanos. La empresa cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro. El capital humano de Augenblick se caracteriza por un equipo dedicado, donde la dueña desempeña un papel fundamental en la dirección estratégica de la empresa.

Además, el personal encargado del manejo de las redes sociales y de la entrega de productos a los clientes, juegan un rol crucial en la satisfacción del cliente lo que asegura una experiencia de compra sin contratiempos.

Recursos Organizacionales. La dueña y fundadora de la tienda en línea Augenblick autoriza al personal para que brinde la información necesaria para la creación del nuevo catálogo digital.

Recursos Económicos. La tienda en línea Augenblick cuenta actualmente con los recursos económicos necesarios que posibilitan la realización de este proyecto.

Recursos Tecnológicos. La estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación como: una computadora hp All in One, el acceso a los programas de diseño como Indesign, Illustrator, Photoshop y acceso a una cuenta gratuita en Canva.



OBJETIVOS



Capítulo III: Objetivos

Objetivo general

Diseñar un catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica la tienda online Augenblick.

Objetivos específicos

Recopilar información de la marca, su línea de sellos de metal y accesorios para lacre a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para transmitir la esencia de la marca en el diseño del catálogo.

Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de catálogos digitales a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta de diseño del catálogo digital.

Diagramar a través del uso de programas y herramientas de diseño el contenido del catálogo digital con retículas que distribuyan las imágenes, descripciones y textos de forma que se logre un diseño ordenado que permita a los usuarios entender el contenido de manera clara y sencilla.



MARCO DE REFERENCIA



Capítulo IV: Marco de referencia

Información general del cliente

Nombre de la empresa: Augenblick

Dirección: Guatemala, Guatemala

Email: augenblick.gt@gmail.com

Tel: +502 3517 03682

Redes sociales:

Facebook: <https://www.facebook.com/augenblick.gt>

Instagram: <https://www.instagram.com/augenblick.gt/?hl=es>

Misión

Nos especializamos en la creación de sellos de metal personalizados y accesorios para lacre de primera calidad para nuestros clientes en Guatemala, donde cada sello se adapte a las necesidades y gustos individuales de nuestros clientes, superando así sus expectativas con productos exclusivos y un servicio excepcional.

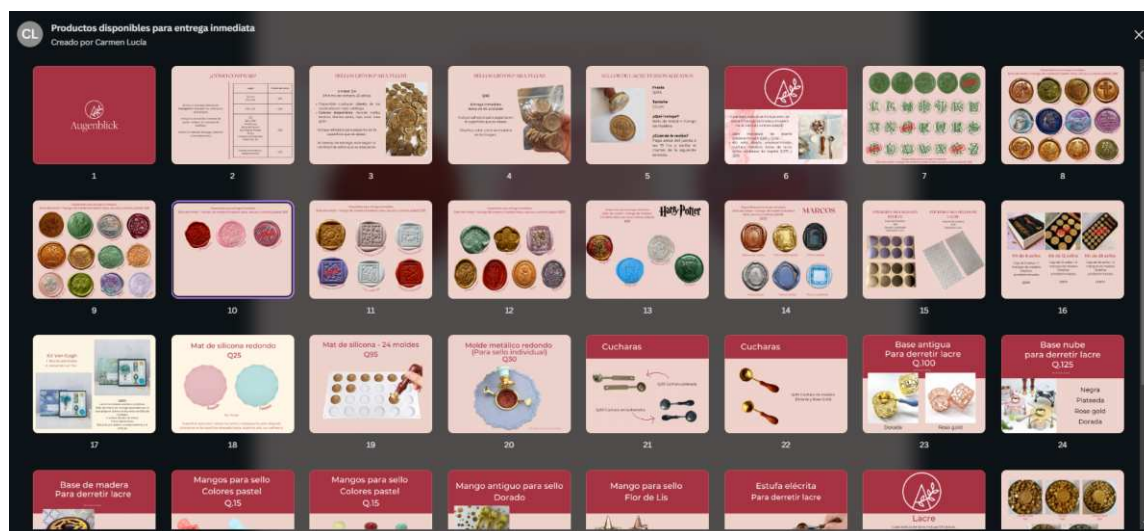
Visión

En Augenblick, aspiramos a convertirnos en la única opción para nuestros clientes cuando se trata de sellos elegantes y accesorios para lacre. Nos esforzamos por ser reconocidos como líderes en el mercado, ofreciendo productos de calidad incomparable y una experiencia de compra que inspire confianza y fidelidad en nuestra marca.

Competencia

Su mayor competencia es la tienda en línea Carol's Import GT que cuenta con una presencia menos fuerte en redes sociales que Augenblick pero que ofrecen los mismos productos que la marca por lo tanto es considerada su mayor competencia.

Antecedentes de diseños realizados con anterioridad por el cliente



Ejemplo de Augenblick (2020) Catálogo de productos [Captura de imagen]

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
1. La tienda en línea Augenblick ofrece una gran variedad de sellos de metal para lacre 2. Su capacidad de ofrecer sellos personalizados proporciona una ventaja competitiva única en el mercado. 3. Su sólida presencia en redes sociales con más de 12 mil seguidores en Instagram y 551 seguidores en su página de Facebook brinda una plataforma establecida para la promoción y el compromiso con los clientes.	1. Al ser una tienda en línea puede optar por publicidad pagada para llegar a más personas interesadas en los productos. 2. El aumento de la adopción del comercio electrónico en Guatemala ofrece oportunidades para expandir la base de clientes en línea. 3. Colaboraciones con influencers en redes sociales o asociaciones con empresas afines para expandir el alcance y la visibilidad de la marca.
Debilidades	Amenazas
1. No cuentan con un catálogo digital actualizado que sea visualmente atractivo y organizado. 2. Los costos asociados con la personalización de sellos aumentan y esto afecta las preferencias del cliente. 3. La tienda en línea no puede ofrecer a los clientes la experiencia táctil y visual que a menudo influye en las decisiones de compra.	1. La presencia de numerosas tiendas en línea que ofrecen sellos de metal para lacre puede dificultar la diferenciación y la captación de clientes. 2. Interrupciones en los envíos debido a eventos imprevistos, afectan la disponibilidad de productos y los tiempos de entrega por ende la satisfacción del cliente. 3. El riesgo de que otras tiendas online de sellos copien productos, contenido o diseño de las redes sociales de la marca.

Análisis FODA donde se evalúan las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la tienda en línea de sellos de metal y accesorios para lacre Augenblick. El brief del cliente es importante para comprender la información y tomar decisiones adecuadas para la marca (Ver Brief en Anexo I).



DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El diseño de catálogo digital va dirigido principalmente a personas de entre 25 a 35 años interesadas en actividades como el journaling, el scrapbooking y la creación de tarjetas, también para novias que están planeando su boda y buscan elementos únicos y elegantes para personalizar sus invitaciones.

Perfil geográfico

Guatemala está ubicada en América Central, con una población estimada de 17.4 millones según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas Guatemala (2022). El proyecto de diseño de catálogo digital se va a desarrollar en la Ciudad de Guatemala y sus alrededores.

La Ciudad de Guatemala tiene un área aproximada de 692 kilómetros cuadrados, con una población de alrededor de 1,229,215 habitantes según las proyecciones municipales realizadas por el Instituto Nacional de Estadística (2020).

El idioma oficial es el español y tiene un clima de altitud con temperaturas promedio que oscilan entre los 15°C y 25°C a lo largo del año.

Perfil demográfico

El perfil demográfico del público objetivo a quienes va dirigido el diseño del catálogo digital sugiere mayoritariamente mujeres entre 25 a 35 años, con al menos educación secundaria completa, en su mayoría educación universitaria que se encuentran en el nivel socioeconómico C3 de la tabla de niveles socio económicos 2018/Multivex (Ver tabla en Anexo II).

Lo que indica ingresos medios a bajos que les permite cubrir las necesidades básicas y algunas comodidades, siendo su consumo cuidadoso y planificado, priorizan la adquisición de productos que ofrezcan una buena relación calidad-precio. Esto se traduce en decisiones de compra conscientes al evitar gastos innecesarios y seleccionar marcas o productos que ofrezcan el mejor balance entre costo y calidad.

Perfil psicográfico

El público objetivo disfruta de actividades creativas, tienen diferentes pasatiempos como el journaling, el scrapbooking, practican caligrafía y lettering, también puede interesarles la ilustración y las artes. Asisten a talleres de manualidades, prefieren productos de alta calidad, invierten en herramientas creativas y comparten sus proyectos en redes sociales y comunidades en línea.

Perfil conductual

El público objetivo se muestra altamente interesado en los sellos de metal y los accesorios para lacre por su calidad y variedad ya que les gusta trabajar proyectos que puedan personalizarse. Están comprometidos con la creatividad, buscando continuamente maneras de mejorar sus proyectos visualmente con estos productos.



MARCO TEÓRICO



Capítulo VI: Marco teórico

Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Tienda en línea

Una tienda virtual, también conocida como tienda en línea o tienda digital, es una plataforma digital o página web donde las personas pueden navegar, consultar y comprar productos o servicios que deseen adquirir a través de internet (Tavera, 2022).

Las tiendas virtuales simplifican la compra de productos, eliminando barreras físicas y ofreciendo acceso a muchos productos. Además, ahorran tiempo y permiten explorar opciones de forma eficiente.

Producto

Un producto se refiere a cualquier artículo o servicio que está disponible para su adquisición, ya sea en una tienda física o en una plataforma de comercio electrónico donde cualquier persona puede adquirirlo a cambio de dinero (Significados, 2024). Por lo que un producto es un bien o servicio diseñado para satisfacer las necesidades de los consumidores, ya sea adquirido en línea o en una tienda física.

Sellos

Un sello es un instrumento utilizado para imprimir una marca, símbolo o imagen sobre una superficie mediante presión, ya sea con tinta, cera u otro material. Su función principal es autenticar, validar o personalizar documentos, productos o correspondencia. Los sellos pueden tener diferentes formas y tamaños, y son comunes en oficinas, negocios y actividades creativas.

Sellos de metal para lacre. Los sellos de metal para lacre son herramientas especializadas que se utilizan para estampar diseños sobre lacre o cera con fines decorativos o de autenticación. Con mango de madera y el cabezal fundido típicamente con metales como cobre,

latón o bronce, estos sellos presentan grabados detallados en su superficie que permiten dejar una marca distintiva y elegante en los documentos o productos sellados (Marmarina, s.f.).

Los sellos de metal para lacre son los clásicos sellos con mango de madera y cabeza de metal para un excelente lacrado.

Sellos en relieve. Estos sellos, también conocidos como sellos secos, se distinguen por tener un diseño que sobresale en lugar de hundirse en la superficie. Al ser utilizados, dejan una marca elevada y distintiva en el papel o material sobre el que se aplican, lo que los hace ideales para añadir un acabado elegante y personalizado a documentos, invitaciones y otros productos sellados (Misellodecaucho, 2020).

Los sellos en relieve ofrecen un acabado único e interesante al crear marcas elevadas sobre el material por lo que no necesitan usar lacre.

Sello cliché. Un sello cliché es una plantilla que contiene un diseño o texto en relieve, y se utiliza para estampar ese diseño en diferentes superficies, como papel o cuero. Funciona presionando el diseño sobre el material para reproducirlo de manera uniforme. Se usa en la creación de productos personalizados, como tarjetas o etiquetas. Es una forma sencilla y repetitiva de imprimir un diseño sin perder detalles.

Sellos personalizados. Son sellos personalizados que se caracterizan por tener un diseño único y específico, seleccionado según las preferencias del usuario. Estos pueden incluir desde iniciales y logotipos hasta diseños decorativos y otros elementos personalizados, permitiendo una amplia variedad de opciones creativas y funcionales para satisfacer las necesidades y gustos individuales de cada cliente.

Sellos listos para pegar. Son sellos en lacre con un diseño ya hecho los cuales contienen pegatina en la parte de atrás que permite una aplicación fácil y rápida. Esta característica asegura que se adhieran de manera firme a diversas superficies, ofreciendo un toque elegante y

personalizado en cada uso. Ideal para cartas, invitaciones o detalles únicos, utilizado en decoraciones para papelería.

Lacre

El lacre es una especie de pegamento sólido que al calentarlo se derrite y en este estado líquido se aplica sobre el área para sellar o cerrar diversos objetos como cartas, tarjetas, invitaciones, manualidades, artesanías, documentos y paquetes, entre otros (Pochteca, 2023).

Es un material tradicional utilizado para sellar y cerrar objetos pero no solo es para sellar, sino que también aporta un elemento de personalización y distinción a cualquier proyecto.

Lacre en pastillas. Tal como dice su nombre, es lacre pero en forma de pastillas, para utilizarlas, se necesita una cuchara para lacrar, en la que se colocan las pastillas y una vela para calentarla por debajo y así derretir el lacre. Por lo general, se emplean entre 2 a 3 pastillas para crear un sello (Martinez, 2018). Existen packs o bolsitas que contienen mini pastillas de lacre en colores variados o en un solo color, fáciles de utilizar al venir en esta presentación.

Lacre metalizado. Es un tipo de lacre que se distingue por su acabado brillante y reluciente, similar al efecto metálico. Este estilo se logra gracias a la inclusión de pigmentos especiales que le dan un aspecto brillante, que puede asemejarse a metales como oro, plata, cobre o bronce. Es ideal para quienes buscan un toque elegante y sofisticado en sellos de lacre, aportando un efecto visual llamativo que resalta sobre papel, sobres o invitaciones.

Lacre textura mate. El lacre de textura mate es un tipo de lacre caracterizado por su acabado suave y sin brillo, lo que le otorga un aspecto más sutil y minimalista. Este tipo de lacre no refleja la luz, ofreciendo un efecto elegante y discreto que resalta por su simplicidad y modernidad. Creado un estilo refinado y sobrio en sellos de lacre, siendo perfecto para documentos formales, invitaciones o proyectos donde se busca una apariencia más natural.

Accesorios y complementos para lacre. Se trata de otros productos complementarios que se pueden ofrecer junto con los sellos para lacre, como cuchillas especializadas para preparar el lacre, cucharas diseñadas para derretirlo de manera eficiente, bases para derretir lacre, mats de silicona, moldes para sellos y kits completos de sellado que incluyen todos los elementos necesarios para una experiencia de sellado completa y efectiva.

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación. Según Wolf (1996) "La comunicación es un proceso bidireccional de interacción y significación entre personas que comparten un contexto y utilizan símbolos para intercambiar mensajes". Este concepto resalta la importancia de la comunicación como un intercambio dinámico y significativo entre individuos, donde la interacción y el contexto juegan roles clave.

Emisor. El emisor es la persona, organización o tecnología que genera y envía un mensaje, actuando como la fuente de comunicación. Este emisor transmite el mensaje a través de un canal hacia un receptor (Espinoza, 2023).

Para que la comunicación sea efectiva, es fundamental que el emisor utilice el mismo código y canal que el receptor.

Receptor. El receptor es la persona que recibe e interpreta el mensaje enviado por el emisor. Como se mencionó anteriormente, es esencial que el receptor comprenda el sistema de código utilizado por el emisor para lograr una correcta interpretación del mensaje (Espinoza, 2023). El receptor es un componente clave en la comunicación, ya que es el encargado de recibir y procesar la información que le llega desde el emisor.

Código. El código en comunicación se refiere a un sistema de señales o signos empleados para transmitir un mensaje específico. Ejemplos de esto incluyen los diversos idiomas con sus

letras, signos, ortografía, fonética y gramática, así como el código binario utilizado en computación (Espinoza, 2023). El código es esencial en la comunicación, ya que actúa como el puente que permite que el emisor y el receptor interpreten correctamente el mensaje.

Mensaje. El mensaje es el componente de la comunicación que contiene la información que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación. Puede presentarse de diversas formas, ya sea verbal, no verbal, visual o escrita, y su efectividad depende de la claridad y relevancia del contenido (Espinoza, 2023).

El mensaje es el núcleo de la comunicación, ya que transporta la información que conecta al emisor con el receptor, requiriendo claridad y un código compartido para ser efectivo.

Canal. El canal de comunicación es el medio a través del cual se transfiere el mensaje entre el emisor y el receptor. Hay diversos tipos de canales, como el aire en la comunicación oral, la escritura y soportes visuales, también se incluyen en esta categoría herramientas como el teléfono, el papel, la televisión y el correo electrónico (Espinoza, 2023).

Este es el vehículo que transporta el mensaje entre el emisor y el receptor, y su elección influye directamente en la claridad y efectividad de la comunicación.

Contexto. En un proceso de comunicación, el contexto juega un papel esencial. Los factores más relevantes que afectan este contexto son el momento y el lugar en que ocurre la interacción. Asimismo, la cultura tanto del emisor como del receptor es significativa, ya que impacta en aspectos cruciales como la interpretación del mensaje (Espinoza, 2023).

La interacción cultural puede influir en cómo se percibe la información y en cómo se responde a las ideas transmitidas por lo que es importante tomarlo en cuenta.

Comunicación corporativa. Se refiere a la forma en que la marca se comunica de manera estratégica y continua con su audiencia para mejorar su reputación y así mantener una imagen

consistente que transmita los valores, la identidad y el mensaje de la empresa en diferentes contextos y situaciones, lo que ayuda a fortalecer la confianza del público objetivo (Eserp, 2019).

Es esencial para mantener una imagen coherente y fortalecer la relación emocional con el público, transmitiendo los valores y la identidad de la empresa de manera estratégica.

Comunicación externa. Es esa interacción estratégica y continua que la empresa establece con el público objetivo externo a través de una variedad de medios de comunicación, con el propósito de establecer una conexión significativa con el cliente (Conexión Esan, 2018).

La comunicación externa busca construir una relación sólida con el público mediante diversos canales, promoviendo la fidelidad y una percepción positiva hacia la marca.

Comunicación escrita. La escritura es el proceso fundamental de comunicar información o ideas mediante palabras y símbolos escritos. En esta forma de comunicación, el receptor interpreta lo que el emisor escribe, y frecuentemente se complementa con imágenes o símbolos para enriquecer y hacer más claro el mensaje que es transmitido, este proceso puede ocurrir tanto en medios físicos como digitales.

Lenguaje Visual. El lenguaje visual es fundamental en la comunicación contemporánea de productos, empleando imágenes, gráficos, ilustraciones y videos para captar la atención del público de manera dinámica y persuasiva. Esta técnica no solo enriquece la presentación visual de los productos, sino que también facilita una comprensión más rápida y profunda de sus características.

Medios de comunicación digitales. Los medios de comunicación digitales engloban diversas plataformas y tecnologías que permiten la transmisión, recepción e intercambio de información online (Palomino, 2023). Los medios de comunicación digitales abarcan plataformas como redes sociales y aplicaciones de mensajería, que facilitan el intercambio de información instantáneo y la conexión global entre personas.

Redes sociales. Las redes sociales son plataformas que facilitan la interacción social entre usuarios, tanto individuos como organizaciones. Hoy en día, además de difundir diversos contenidos, las redes sociales se han convertido en herramientas clave para que las empresas se conecten con su público objetivo gracias a que permiten la creación de comunidades y el intercambio de información en tiempo real (Correduria inteligente, 2021).

Redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp o LinkedIn, no solo conectan a personas globalmente, sino que también facilitan la difusión instantánea de contenidos para cualquier persona, en cualquier lugar.

Facebook. Es la red social más grande e influyente del mundo, ideal para emprendedores que buscan ampliar su alcance. Permite conectar con audiencias, interactuar en grupos, compartir contenido y anunciar productos con precisión gracias a su sistema de publicidad segmentada (Gonçalves, 2016). Facebook es la red social más influyente a nivel mundial, ofreciendo a los emprendedores una herramienta clave para conectar con audiencias y promocionar productos.

Instagram. Es una plataforma que permite subir fotos y videos cortos, añadir descripciones, hashtags para aumentar el alcance y conectar con una audiencia específica. Las publicaciones aparecen en los feeds de los seguidores y pueden ser descubiertas públicamente si se usan etiquetas estratégicas, es una plataforma clave para emprendedores que buscan visibilidad.

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Diseño. Según Mr. Julls (2023) “Es una conexión entre el alma, nuestros cerebro y la psicomotricidad, que nos permite hacer tangible ideas, conceptos o pensamientos”.

Esto significa que el diseño es una reflexión sobre cómo la mente, emociones y habilidades motoras se entrelazan para dar vida a conceptos y pensamientos concretos, lo que destaca al diseño como puente entre la imaginación y la realidad palpable.

Diseño digital. El diseño digital implica desarrollar un sistema visual que guíe el comportamiento de las personas en un entorno digital. Esto incluye la organización de los elementos visuales de manera que el lenguaje gráfico sea entendible (U-tad, 2023). Este proceso requiere de una comprensión profunda de la experiencia del usuario y de cómo los elementos visuales pueden influir en la percepción del consumidor y su experiencia en entornos digitales.

Diseño de catálogo digital. Se refiere al proceso de crear la representación visual y estructurada de un documento digital donde se coloca la descripción, los detalles y el precio, entre otros aspectos importantes que informen al cliente sobre el producto o servicio que este quiera adquirir. Esto implica la selección de un diseño gráfico atractivo, la disposición de imágenes y texto de manera coherente y efectiva (Dommia, s.f.).

Se trata de la organización de productos o servicios, asegurando una disposición coherente de imágenes y textos que facilite la comprensión y atraiga al público objetivo.

Descripción. Es un proceso esencial que involucra la presentación minuciosa y exhaustiva de información sobre un tema o objeto específico. Su objetivo principal es proporcionar al lector una comprensión profunda y precisa de ello (Enciclopedia Humanidades, s.f.).

Destaca características, atributos y cualidades relevantes que permitan una representación completa y comprensible de lo que se desea informar.

Detalles. Es información adicional que detalla características específicas como dimensiones precisas, materiales utilizados en su fabricación, especificaciones técnicas detalladas y otros aspectos relevantes acerca del producto, proporcionando detalles precisos que permiten a los consumidores evaluar exhaustivamente sus opciones antes de realizar una compra.

Precio. El precio es la cantidad de dinero asignada al valor de un producto o servicio

en el mercado. Este monto no solo refleja el costo de producción y distribución, sino también factores relacionados con su fijación y la percepción del producto en el mercado (Coll, 2023). Representa un intercambio en el que el consumidor acepta pagar una suma determinada para obtener un producto o disfrutar de un servicio.

Maquetación. La maquetación es el proceso mediante el cual se organizan los textos y elementos visuales de manera estéticamente agradable, con el objetivo de mejorar la legibilidad y comprensión del contenido para el lector (Tirosh, 2021). Este es un proceso que implica elegir la disposición adecuada de los elementos, como imágenes, títulos, y párrafos, para crear un diseño armonioso y equilibrado

Composición. Desde un punto de vista artístico, la composición no solo implica organizar elementos visuales de manera estética, sino que también es un medio poderoso para guiar la atención del espectador y comunicar emociones y conceptos. Este proceso creativo considera cómo la disposición de los elementos puede influir en la percepción y la respuesta emocional del observador (Landa, 2019).

La composición va más allá de la organización estética, actuando como una herramienta para guiar la atención del espectador y transmitir emociones, influenciando su percepción y respuesta emocional.

Grilla o retícula. La retícula es una estructura compuesta por líneas y guías que organizan el espacio visualmente. Sobre ella se colocan los elementos como títulos, texto e imágenes en una producción gráfica (Romero, 2024). Este sistema facilita la creación de diseños coherentes y sobre todo equilibrados, asegurando que todos los componentes o elementos se alineen y distribuyan de manera uniforme en todo el diseño.

Columnas. Las columnas son áreas estratégicamente definidas en una página que permiten organizar y presentar contenido de manera estructurada y visualmente equilibrada. Estas

secciones del diseño no solo facilitan la disposición ordenada de texto, imágenes y otros elementos visuales, sino que también optimizan la legibilidad y la claridad del mensaje (Brendon, 2024).

Las columnas son elementos clave en el diseño, ya que organizan el contenido de manera estructurada, mejorando la legibilidad del mensaje al equilibrar elementos de forma ordenada.

Alineación. Según Lupton (2010) "La alineación en el diseño consiste en la disposición precisa de elementos visuales, como texto e imágenes, para crear un flujo visual coherente y atractivo".

Significa que la alineación permite crear una estructura visual que no solo es estéticamente agradable, sino que también facilita la comprensión y la navegación del contenido.

Simetría. Se da cuando las dos partes de algo están igualmente equilibradas en relación con un punto, una línea o un plano con el fin de crear diseños equilibrados y efectivos en diferentes contextos creativos (Frascara, 2006).

Este equilibrio visual es fundamental para proporcionar una sensación de armonía y estabilidad en la composición, asegurando que cada elemento se distribuya de manera uniforme

Márgenes. Los márgenes son los espacios en blanco que rodean el contenido de una página. Estos espacios son fundamentales para proporcionar una separación visual entre el contenido principal y el borde de la página, lo que mejora la legibilidad y la presentación del texto lo cual contribuye a la estética general del diseño, creando un equilibrio visual y evitando que la página se vea demasiado abarrotada.

Jerarquía Visual. Según Valencia (2021) "La jerarquía visual se define como la composición de elementos en un diseño, de manera que se diferencien entre ellos y tengan un orden visual".

Es como un mapa que dirige la vista a través de la información de manera estructurada y comprensible, capta y retiene la atención del espectador, asegurando que cada elemento tenga su lugar y contribuya significativamente a la narrativa visual del diseño.

Tamaño. El tamaño se refiere al volumen o dimensión de un objeto o elemento, indicando cuán grande o pequeño es en comparación con otros elementos. Esta característica es crucial para establecer jerarquías visuales y atraer la atención del observador hacia puntos específicos dentro de una composición. El tamaño puede comunicar importancia, proximidad o distancia.

Proporción o Escala. El principio de proporción se refiere a la relación entre el tamaño de los objetos y la composición final. Este principio puede destacar partes específicas, ya que los elementos más grandes suelen captar más atención. La proporción adecuada asegura que todos los componentes del diseño se relacionen armoniosamente entre sí (Llasera, 2020).

Este principio regula la relación entre los tamaños de los elementos, asegurando que se destaquen de manera armónica, creando un equilibrio visual que refuerza el mensaje.

Balance o equilibrio. El principio del balance o equilibrio se basa en el peso visual de los elementos dentro de una composición. Utilizamos el equilibrio para proporcionar estabilidad y estructura, así como para crear énfasis y dinamismo (Llasera, 2020). Un diseño equilibrado distribuye visualmente los elementos de manera que ninguno domine al resto, logrando una sensación de armonía y orden.

Repetición. Se emplea para lograr una sensación de unidad y coherencia en toda la composición. A través de la repetición, se establece un estilo distintivo que aporta cohesión, resalta elementos, organiza la jerarquía y refuerza el diseño en su conjunto (Llasera, 2020). Esta técnica no solo crea una estructura visual consistente, sino que también guía al espectador a través de la obra de manera fluida y efectiva.

Proximidad. Se refiere a cómo se disponen los elementos en una composición, creando conexiones entre ellos, estableciendo relaciones, relevancia y jerarquía, o indicando la falta de relación entre ellos. La disposición es crucial para determinar cómo interactúan visualmente los elementos dentro de un diseño (Artes gráficas, 2020).

La proximidad en el diseño no solo organiza los elementos de manera que establezcan conexiones visuales y jerarquías, sino que influye en la percepción del espectador, mejorando la comunicación del mensaje.

Simplicidad. Es la capacidad de eliminar lo innecesario para enfocarse en la claridad y la funcionalidad. Este enfoque permite crear comunicaciones visuales efectivas mediante el uso cuidadoso de la tipografía, el color y la disposición de elementos (Williams, 2005). Simplificar ayuda a destacar la información crucial, facilita la comprensión del mensaje y mejora la experiencia del usuario al reducir distracciones

Espacio en Blanco. El uso estratégico de áreas vacías en una composición puede mejorar la legibilidad, la claridad y el impacto visual de una pieza gráfica. Estos espacios, conocidos también como espacios negativos, crean un equilibrio visual en la composición (Dabner et al., 2005). Por lo que también permiten que los elementos clave respiren y se destaquen de manera efectiva dentro del diseño.

Punto Focal. Consiste en crear un punto focal o centro de atención en un elemento específico. Para lograr esto, es necesario romper la jerarquía visual utilizando la forma, el color o el tamaño de manera estratégica. Este enfoque añade dinamismo e interés visual a la composición (Llasera, 2020).

Dirige la atención hacia un elemento específico mediante el uso estratégico de forma, color o tamaño.

Bocetaje. El bocetaje es la práctica creativa y fundamental de hacer dibujos rápidos y simples para explorar, experimentar y desarrollar ideas visuales de manera preliminar, antes de proceder con la elaboración de una versión final más detallada y refinada, permitiendo a los artistas y diseñadores capturar la esencia y la estructura básica de su visión inicial.

Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

Ciencias

Semiología. Esta disciplina investiga cómo los signos adquieren significados en diversos contextos culturales y sociales, mostrando cómo van más allá de su significado superficial para comunicar ideas y conceptos más profundos y complejos. Explora cómo los símbolos, imágenes y palabras no solo transmiten información literal, sino que también influyen la percepción y comprensión del mundo (Barthes, 1967).

Este enfoque es fundamental para entender cómo la comunicación visual y los sistemas simbólicos impactan en la interacción con el entorno, especialmente en áreas como la publicidad, el diseño y los medios digitales.

Semiología de la imagen. Estudia cómo se transmite la información mediante imágenes analizando la conexión entre las imágenes y lo que representan, destacando cómo las personas interpretan y entienden estas representaciones (Colle, 2009).

Explora cómo las imágenes influyen en la percepción, memoria y comprensión del espectador dentro de contextos culturales y sociales específicos.

Psicología de la comunicación. Se centra en entender cómo las personas procesan, interpretan y responden a los mensajes de comunicación que reciben, lo cual es crucial para diseñar estrategias efectivas de interacción y transmisión de información en diversos contextos y medios, asegurando así una comunicación clara y eficaz.

Psicología del Color. Su objetivo es emplear los colores para generar emociones específicas o influir en la conducta de las personas, utilizando esta comprensión para diseñar entornos, productos y mensajes visuales que maximicen su impacto emocional (Lenis, 2023).

La psicología del color investiga cómo la percepción de distintas tonalidades afecta el estado emocional y el comportamiento humano.

Artes

Tipografía. Según Spiekermann y Ginger (2013) “La tipografía es una herramienta poderosa que permite a cualquier persona expresar su mensaje tanto en medios impresos como digitales, lo que destaca la importancia de las decisiones tipográficas en el impacto visual y funcional de un diseño”

Entonces, la tipografía en el diseño se define como el arte y la técnica de organizar tipografías para hacer el lenguaje escrito legible, comprensible y visualmente atractivo. En diseño gráfico y editorial, esta práctica combina fuentes, estilos, tamaños y disposiciones para comunicar ideas y emociones de manera eficaz.

Legibilidad tipográfica. Se refiere a la facilidad con la que un texto puede ser leído y comprendido por el lector. La legibilidad depende de factores como la ubicación del texto, su tamaño, color, espaciado y otros aspectos visuales que afectan la claridad y la comodidad al leer. Un texto legible no sólo es fácil de percibir visualmente, sino que también facilita la absorción y comprensión rápida del contenido, mejorando así la experiencia del usuario o lector.

Teorías

Teoría del color. La teoría del color investiga la percepción y experiencia de los colores, así como sus complejas interacciones y efectos visuales. Estudia también cómo diferentes tonalidades pueden transmitir mensajes distintos y evocar respuestas emocionales (Albers, 1963).

Es un campo que analiza cómo los colores se combinan, contrastan y afectan entre sí, lo que influye en la interpretación visual y emocional del mundo.

Teoría de la Gestalt. Constituyen un conjunto esencial de conceptos que todo diseñador debe dominar, ya que su aplicación puede significativamente mejorar tanto la estética como la funcionalidad y la usabilidad de un diseño (Chapman, S.F.).

Dominar estos principios permite crear productos visuales que no solo sean atractivos visualmente, sino también efectivos en la transmisión de mensajes y en la experiencia del usuario.

Similitud. En la teoría Gestalt, elementos similares se agrupan visualmente, sin importar su cercanía física. Esta agrupación puede basarse en el color, la forma o el tamaño de los elementos, facilitando la percepción y la organización visual coherente de la información (Chapman, s.f.).

Esto permite al espectador interpretar patrones y relaciones entre elementos de manera intuitiva al visualizar los elementos similares.

Continuación. La ley de la continuidad establece que el ojo humano seguirá la trayectoria más fluida al observar líneas, sin importar cómo hayan sido trazadas originalmente esas líneas. Esta ley es crucial en el diseño gráfico y la composición visual, donde se utiliza para guiar la mirada del espectador a lo largo de elementos relacionados, asegurando una percepción armoniosa y coherente del diseño (Chapman, s.f.).

La ley de la continuidad es fundamental en el diseño gráfico porque aprovecha la tendencia natural del ojo humano de seguir trayectorias continuas y suaves.

Proximidad. Indica la cercanía entre los elementos, se trata de organizar elementos visuales de manera cercana entre sí para indicar una relación o asociación entre ellos. Este principio, conocido como la ley de proximidad en la teoría Gestalt, influye en cómo percibimos

agrupaciones visuales y facilita la interpretación de patrones y conexiones entre elementos contiguos (Chapman, s.f.).

Al agrupar elementos relacionados, se facilita la comprensión y esto permite que el espectador identifique conexiones o asociaciones sin necesidad de explicaciones adicionales.

Tendencias

Minimalista y abstracto. Los diseños minimalistas y abstractos están ganando popularidad en el diseño gráfico debido a su enfoque en la simplicidad y el uso de elementos mínimos para transmitir mensajes o ideas. Este enfoque ayuda a simplificar conceptos complejos, haciéndolos más comprensibles para la audiencia, y logra un impacto visual poderoso que captura la atención del espectador (Emanuelli, s.f.).

Al reducir los elementos visuales a lo esencial, ayuda a facilitar la comprensión de mensajes complejos, permitiendo que el espectador se enfoque en lo fundamental (Ver en Anexo III).

Neumorfismo. El neumorfismo, una tendencia emergente en el diseño de 2020, combina elementos físicos con interfaces de usuario planas. A diferencia del skeumorfismo, que imita objetos físicos, el neumorfismo integra elementos tridimensionales de manera sutil. Mantiene la claridad del minimalismo sin sacrificar la funcionalidad (Echavarria, 2020).

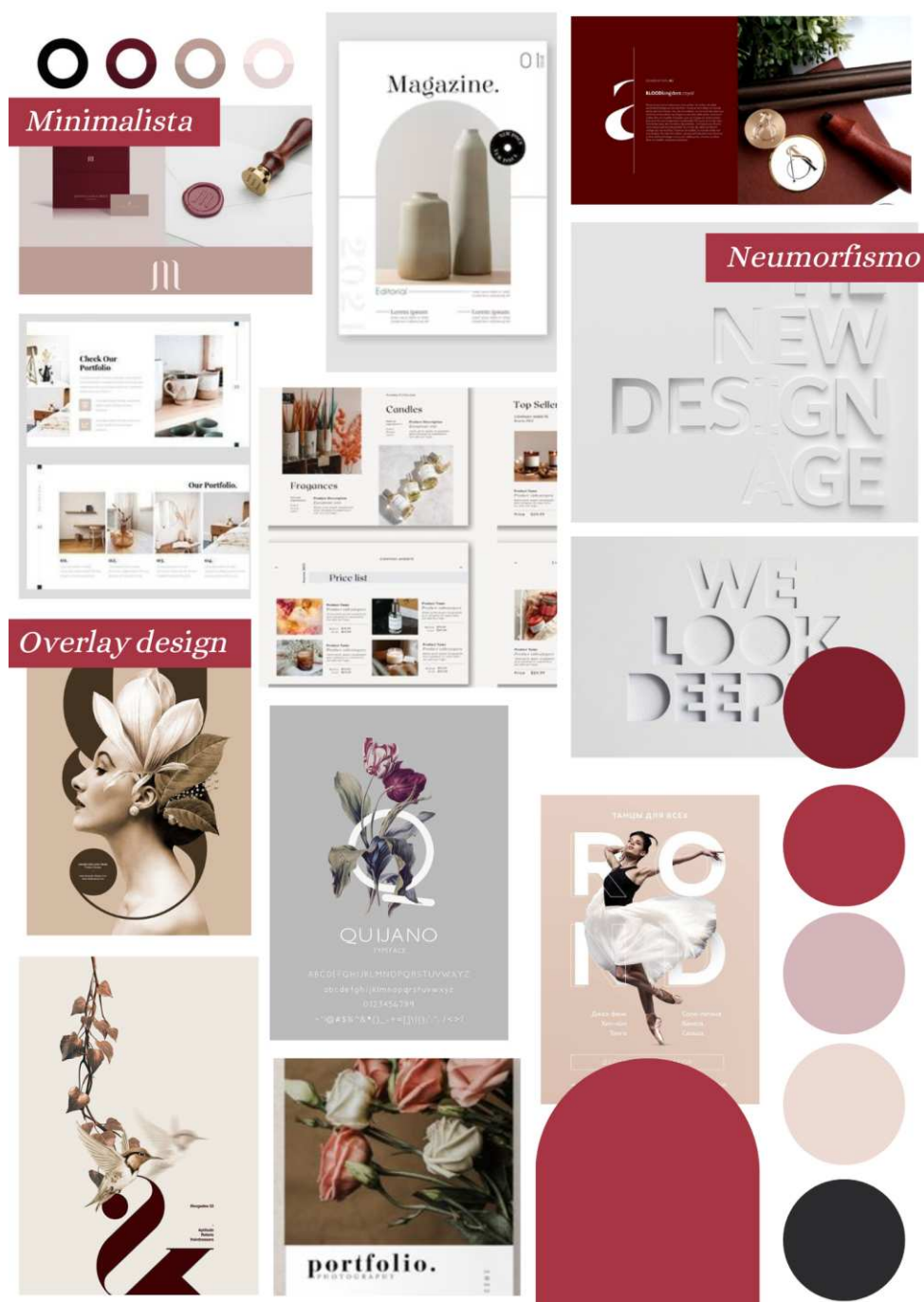
Esta tendencia introduce sutilmente elementos tridimensionales, creando una apariencia de profundidad sin perder la claridad y simplicidad del diseño minimalista (Ver en Anexo IV).

Overlay Design. Se centra en la superposición de elementos visuales para generar profundidad, dinamismo y una experiencia envolvente., es una tendencia de diseño la cual trata sobre líneas, textos o formas geométricas que se entrelazan con un objeto o con una imagen para

generar una composición visual compleja o dinámica dando un efecto de que los elementos están fusionados o integrados entre sí (Sanhonorato, 2024).

El resultado de esta tendencia es un efecto visual en el que los elementos parecen fusionarse o integrarse, lo que añade una capa de complejidad y fluidez al diseño (Ver en Anexo V).

Tablero de tendencias



Tablero de tendencias que desglosa la tendencia de diseño de catálogos digitales del año 2024: Minimalista y abstracto, neumorfismo y overlay design. Elaborado a partir de investigación en Anexos III, IV y V.



PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR



Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Aplicación de información obtenida en el marco teórico

Comunicación

La comunicación desempeña un papel fundamental en la creación del catálogo digital, al plantear una conexión efectiva entre la marca y su audiencia, ya que asegura la coherencia y efectividad en la transmisión de la identidad de la marca. Desde la selección de los elementos visuales hasta la redacción de descripciones claras y atractivas, cada aspecto sirve para establecer un diálogo visual y textual con el público objetivo.

Diseño

Es la disciplina que juega un papel clave en la creación del catálogo digital porque permite reflejar la identidad de la marca a través de una estética cuidadosamente elaborada. El diseño se centra en transformar la identidad de la marca en una experiencia visual impactante y estética. A través de la selección estratégica de colores, tipografías y la disposición de los elementos gráficos, el diseño busca captar la atención y guiar la mirada del usuario.

Semiología

Es una ciencia que respalda el catálogo digital, ya que permite emplear los signos y símbolos para que el cliente tenga un mejor entendimiento de los productos que se ofrecen en el catálogo al poder visualizar la información de manera gráfica. Al utilizar principios semióticos, como la selección adecuada de iconos y la disposición de elementos visuales, facilita la transmisión de mensajes.

Semiología de la imagen

Esta ciencia se aplica porque permite mostrar al grupo objetivo imágenes y fotografías de los sellos de metal y accesorios para lacre, ofreciendo una visión clara de los productos que el usuario desea comprar. La aplicación de este principio puede aumentar la confianza del cliente en

la calidad y autenticidad de los productos ofrecidos, al proporcionar representaciones visuales precisas y atractivas.

Psicología de la comunicación

Esta disciplina se aplica al catálogo digital ya que permite comprender cómo los usuarios procesan y entienden la información presentada. Al utilizar principios de esta ciencia, el catálogo puede diseñarse de manera que optimice la claridad de la información y también de los productos, lo que contribuye a crear una experiencia de usuario más satisfactoria.

Psicología del color

Es una disciplina aplicable ya que permite utilizar los colores de manera estratégica para influir en las emociones y comportamientos de los usuarios. Al elegir los colores adecuados, el catálogo puede captar la atención del cliente, transmitir mensajes específicos y crear un ambiente favorable para la compra pero más importante aún, puede representar la esencia de la marca.

Tipografía

Se trata de una disciplina que es crucial en el catálogo digital, ya que permite elegir y combinar tipografías de manera efectiva para mejorar la legibilidad y el atractivo visual del contenido del catálogo. Una tipografía bien seleccionada no solo facilita la comprensión de la información por parte del cliente, sino que también puede transmitir la personalidad y valores de la marca de manera subconsciente.

Teoría del color

La teoría del color es indispensable y se aplica al catálogo digital para utilizar los colores de manera estratégica y efectiva. La teoría del color no solo ayuda a seleccionar combinaciones cromáticas que puedan captar la atención y transmitir emociones, sino que también juega un papel crucial en reforzar la identidad de la marca, en este caso, de Augenblick lo que crea una experiencia visual que resonará con sus clientes.

Teoría de la Gestalt

Esta teoría se implementa para entender cómo los usuarios perciben y organizan la información visual. Utilizando los principios de la Gestalt, el diseño del catálogo puede optimizarse para que los productos y la información se perciban de manera coherente y organizada ya que los principios gestálticos ayudan a estructurar visualmente el contenido de manera que sea comprensible y facilita que los clientes encuentren rápidamente lo que buscan.

Similitud

Este principio de la teoría de la Gestalt se utiliza para agrupar elementos similares, como productos o información con características comunes, lo que crea una armonía visual y mejora la organización del contenido del catálogo. Esto facilita la navegación y comprensión del contenido por parte del usuario al establecer conexiones visuales naturales entre elementos relacionados.

Continuación

Este principio se aplica para guiar la mirada del usuario de manera fluida a través del contenido sin topes o cortes visuales en el diseño que interrumpan o distraigan al usuario del objetivo. Permite crear elementos visuales que sigan una línea continua y así poder dirigir la atención del usuario en lo que realmente se quiere comunicar. Esta técnica también ayuda a mantener el interés del usuario, aumentando la probabilidad de que explore más secciones del catálogo y realice compras adicionales.

Cierre

Este principio de la Gestalt se emplea para que los usuarios perciban conjuntos completos incluso cuando parte de la información está ausente o incompleta. Al diseñar elementos visuales que sugieren un todo, se facilita la comprensión y percepción del contenido, lo que puede ayudar a crear un diseño más limpio y organizado en el catálogo.

Proximidad

Este principio se aplica al catálogo digital para agrupar elementos que están cerca unos de otros, sugiriendo una relación entre ellos. Al organizar productos o información en base a su proximidad, se puede mejorar la claridad y coherencia del contenido lo que ayuda a que los usuarios identifiquen rápidamente las categorías o grupos relevantes.

Figura/Fondo

Es necesaria la aplicación de este principio para distinguir claramente entre los elementos principales y el fondo, ayudando a los usuarios a enfocarse en la información más importante. Al crear un contraste adecuado entre figura y fondo, se mejora la legibilidad y atractivo visual del catálogo lo que destaca productos clave, captando la atención del cliente de manera efectiva.

Minimalista y abstracto

Estas tendencias de diseño se aplican al catálogo digital al enfocarse en la simplicidad y la eliminación de elementos innecesarios, lo que permite una navegación más clara y eficiente. Al reducir el desorden visual, el minimalismo ayuda a destacar los productos y la información importante mientras que los elementos abstractos brindan una sensación de elegancia y modernidad.

Noumorfismo

Esta tendencia de diseño es aplicada al catálogo digital por su capacidad de hacer visualizar al usuario elementos en relieve, siendo esta técnica uno de los resultados de los sellos de la tienda en línea de Augenblick, hace alusión a un sello aplicado al papel de alguna forma.

Overlay design

Esta tendencia es aplicada al diseño del catálogo digital ya que las líneas, formas o textos combinados con alguna imagen u objeto hacen una composición visual compleja y dinámica para el espectador, además de llamar su atención puede hacer referencia a recortes o elementos que se

fusionan o integran entre sí, los cuales son muy comunes de ver en este tipo de manualidades donde se utilizan los sellos.

Conceptualización

Método

El método a utilizar es la técnica creativa llamada “Flor de loto” o también conocida con las iniciales “MY” por su creador Yasuo Matsumura, presidente de Clover Management Research. Esta técnica creativa trata sobre ir deduciendo ideas de un tema inicial el cual se sitúa en el centro que es de donde surgen el resto de ideas como los pétalos de una flor.

Los pasos son:

Paso 1) Se inicia con una matriz (flor), donde se coloca el tema inicial en el centro.

Paso 2) Se colocan todas las ideas relacionadas dentro de los pétalos alrededor del centro de la flor.

Paso 3) De la primera flor sale la segunda con otra palabra y se genera una nueva matriz, de esta nueva flor surgieron otras flores con otras palabras y así sucesivamente.

Paso 4) Por último se analizan todas las ideas y sub-ideas generadas, también los patrones, conexiones y temas principales que se van a utilizar.

Aplicación del método

Por medio de la técnica de flor de loto se tiene como objetivo encontrar la frase de inspiración ideal que refleje la personalidad de la marca Augenblick, a través de preguntas fundamentales que ayuden a responder y encontrar nuevos conceptos. Con la recopilación de elementos visuales de la marca, se generan las flores las cuales contienen conceptos que definen la imagen de Augenblick.

Paso 1) Se coloca el tema y la marca Augenblick en el centro para la frase de concepto e inspiración para el proyecto.

Paso 2) Se definen los primeros conceptos con base en la siguiente pregunta: ¿Por qué las personas deben sentirse atraídas por el catálogo digital?

Paso 3) Se generan otras flores con base en los conceptos respondiendo a la siguiente pregunta: ¿Qué es lo que debe inspirar el catálogo digital?

Paso 4) Se identifican las ideas principales. Palabras que inspiran la creación del concepto para el catálogo digital de la marca Augenblick.



Técnica flor de loto realizada por la comunicadora y diseñadora Erika Ramos.

Con base a las palabras identificadas como ideas principales a partir de la técnica flor de loto, se desarrollan los siguientes conceptos:

“Sellos que marcan elegancia”

“La elegancia que define tu estilo”

“Sellos que transforma momentos especiales con sellos únicos”

“Sellos artesanales que enmarcan momentos”

“El balance entre la creatividad y la elegancia”

“Cada sello es una obra de arte.”

“La galería de los sellos de lacre”

Definición del concepto

De la aplicación de la técnica creativa Flor de loto se llega a la conclusión que el concepto de diseño se expresa en la frase “Augenblick: La galería de los sellos elegantes”.

De igual manera este concepto funciona como eslogan del proyecto ya que sirve de inspiración al momento de elegir los elementos gráficos del catálogo digital. El objetivo de esta frase es que el público objetivo identifique que en el catálogo digital encontrará una galería variada y elegante de sellos de metal y accesorios para lacre de la marca Augenblick.

Proceso de bocetaje

Con base a la frase “Augenblick: La galería de los sellos elegantes” se procede a realizar el proceso de bocetaje pasando por las siguientes variantes: Tabla de requisitos, bocetaje inicial, bocetaje formal, y digitalización de la propuesta.

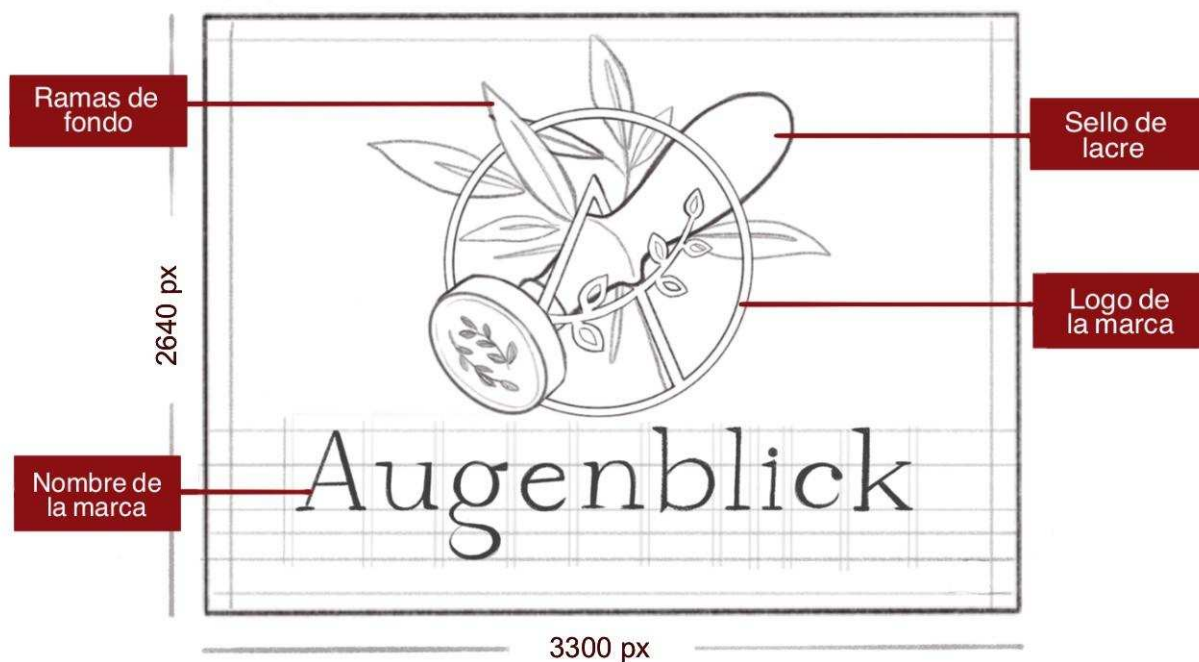
Tabla de requisitos

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción/Sentimiento
Color	Reflejar la identidad de la marca y transmitir su mensaje y valores en los colores seleccionados	HTML Color Codes: para generar una paleta de colores acorde a la marca	Calma y formalidad
Tipografía	Comunicar la personalidad de la marca y mostrar jerarquía visual entre los textos para organizar la información y guiar al lector a través del catálogo	Indesign: Utilizar máximo dos tipografías web Utilizar tracking en subtítulos	Sofisticación y elegancia
Fotografías	Captar la atención del usuario y mostrar los productos de manera atractiva y realista	Photoshop: Utilizar este programa para editar y mejorar las fotografías de los productos.	Seguridad y deseo
Formas	Dirigir la atención y guiar la mirada del usuario a través del diseño del catálogo creando estructura en todo el diseño.	Illustrator: Crear formas geométricas como rectángulos, círculos y figuras para dar estilo al diseño del catalogo.	Estabilidad y creatividad
Retículas	Mantener la consistencia y el equilibrio en el diseño del catálogo para facilitar el alineamiento y la cohesión visual	Indesign: Diseñar múltiples columnas para ordenar la información e imágenes.	Orden y equilibrio
Íconos	Facilitar la comprensión rápida y la identificación de información clave o funcionalidades	Illustrator: Vectorizar con la ayuda de la herramienta pluma los íconos necesarios a utilizar.	Eficiencia y modernidad
Ilustraciones	Añadir un toque visual atractivo que refuerce la identidad de la marca con elementos como sellos de lacre para las mayúsculas de los títulos.	Photoshop: Ilustrar con sus diferentes pinceles la figura de un sello de lacre y colocar en el centro las mayúsculas de los títulos	Distinción y creatividad
Texturas	Añadir profundidad y dimensión en algunas partes del diseño.	Illustrator: Crear un efecto en relieve con formas de ramas un elemento característico de la marca.	Realismo y autenticidad

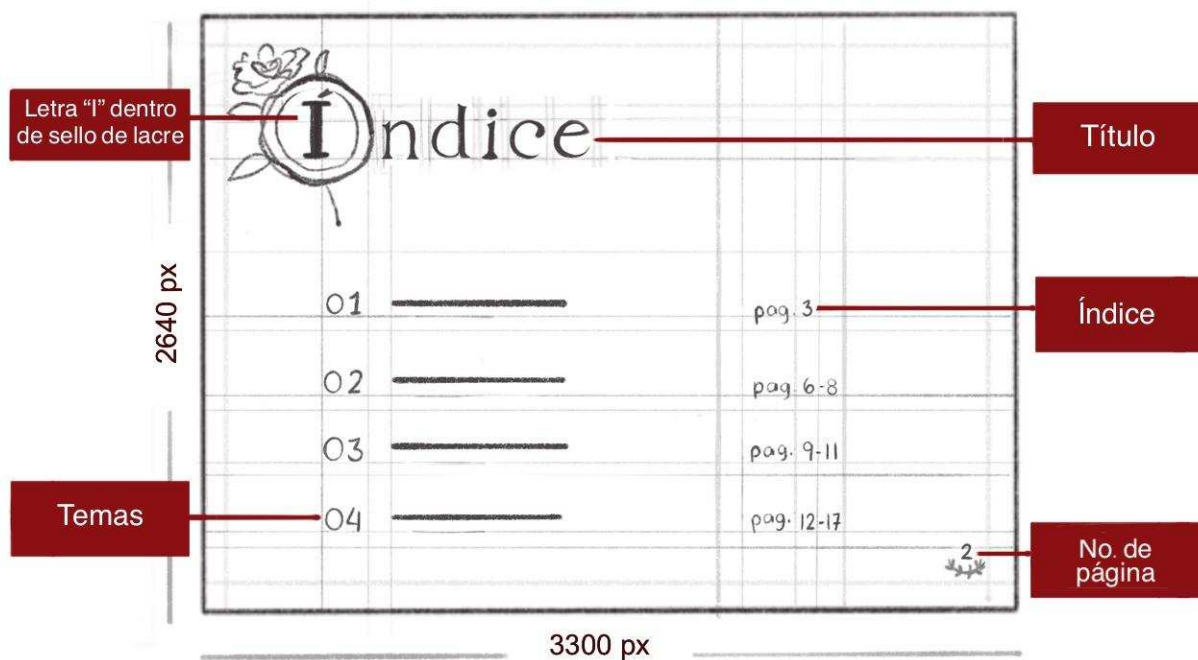
Tabla de requisitos realizada por la comunicadora y diseñadora gráfica Erika Ramos.

Bocetaje inicial

Portada.



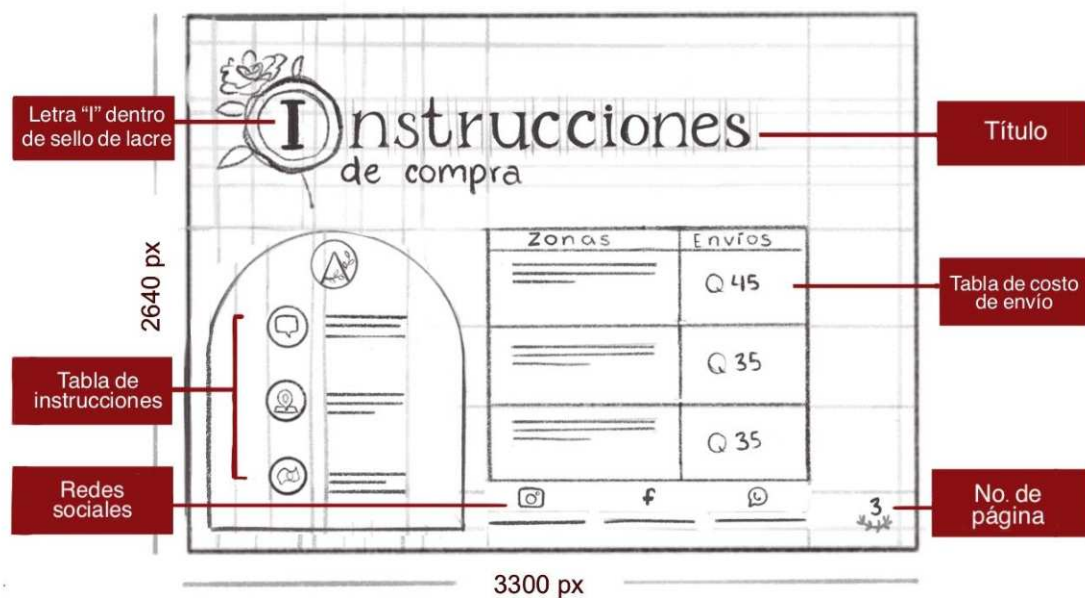
La portada del catálogo contiene principalmente el nombre y logo de la marca para ser fácilmente identificado. Asimismo, se ha añadido la imagen de un sello de lacre el cual es el principal producto que venden, detrás del sello se encuentran unas ramas con algunas hojas de fondo las cuales son parte de los materiales y decoraciones que se utilizan para hacer sellos de lacre. En ellos se aplica la tendencia de overlay design.

*Bocetaje inicial***Índice.**

El índice contiene la tabla de contenido del catálogo el cual se divide en diferentes secciones, la primera letra en mayúscula de la palabra "índice" se ha colocado en forma de un sello de lacre haciendo alusión a un sello real el cual contiene en la parte de atrás la figura de una flor. El contenido del índice está dividido en dos columnas para facilitar al usuario encontrar el tema que le interesa.

Bocetaje inicial

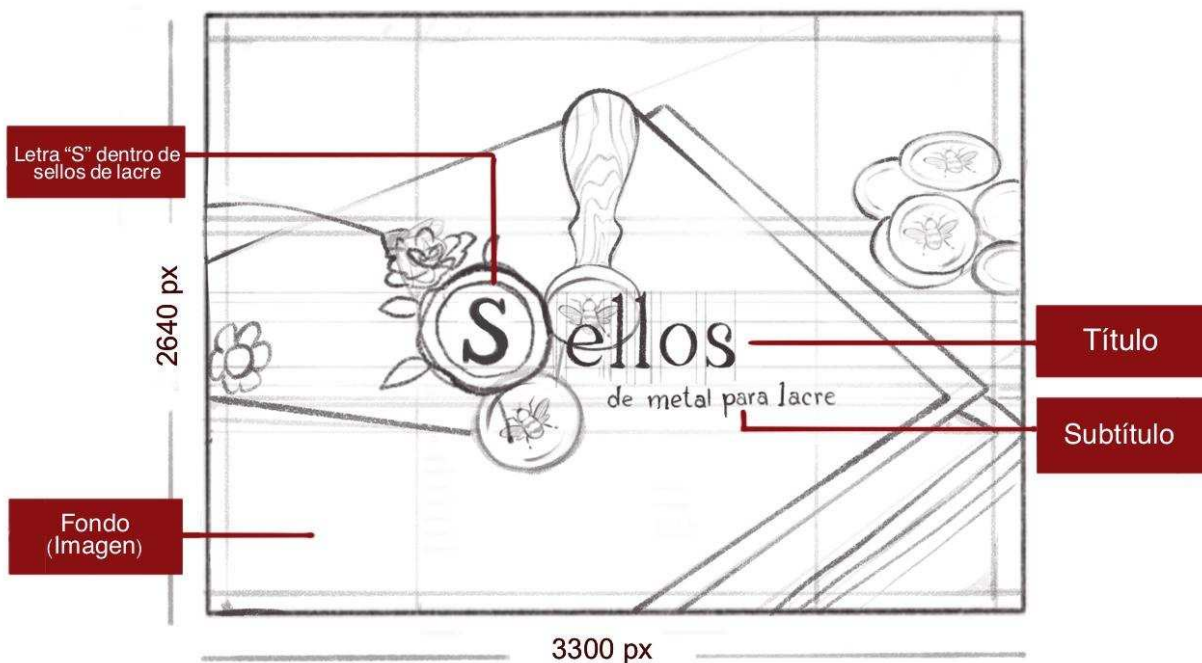
Instrucciones de compra.



La página de instrucciones de compra está conformada por el título de la página y por dos columnas. La primera columna contiene los pasos que le indican al usuario como comprar o pedir cualquier producto del catálogo con algunos iconos que representan los textos. Y la segunda columna presenta una tabla la cual contiene el precio de los envíos según la zona en que desee recibir sus productos.

Bocetaje inicial

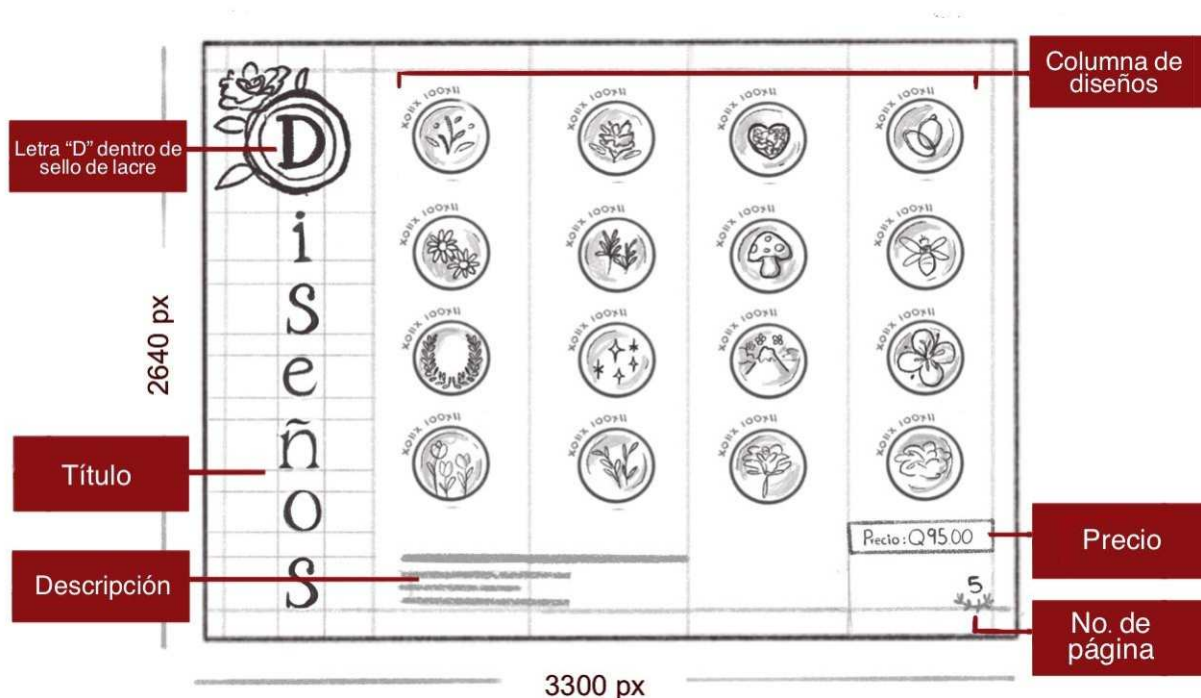
Portadas internas.



Las portadas internas están conformadas por una imagen de fondo, estas están comprendidas por secciones como sellos, accesorios y materiales para aplicar los sellos de lacre. En el centro de la imagen de fondo se encuentra el título de la sección con una fuente tipográfica acorde a la marca, En la letra mayúscula del título se aplica la forma de un sello de lacre acompañado del nombre de la sección a la que pertenece la portada interna.

Bocetaje inicial

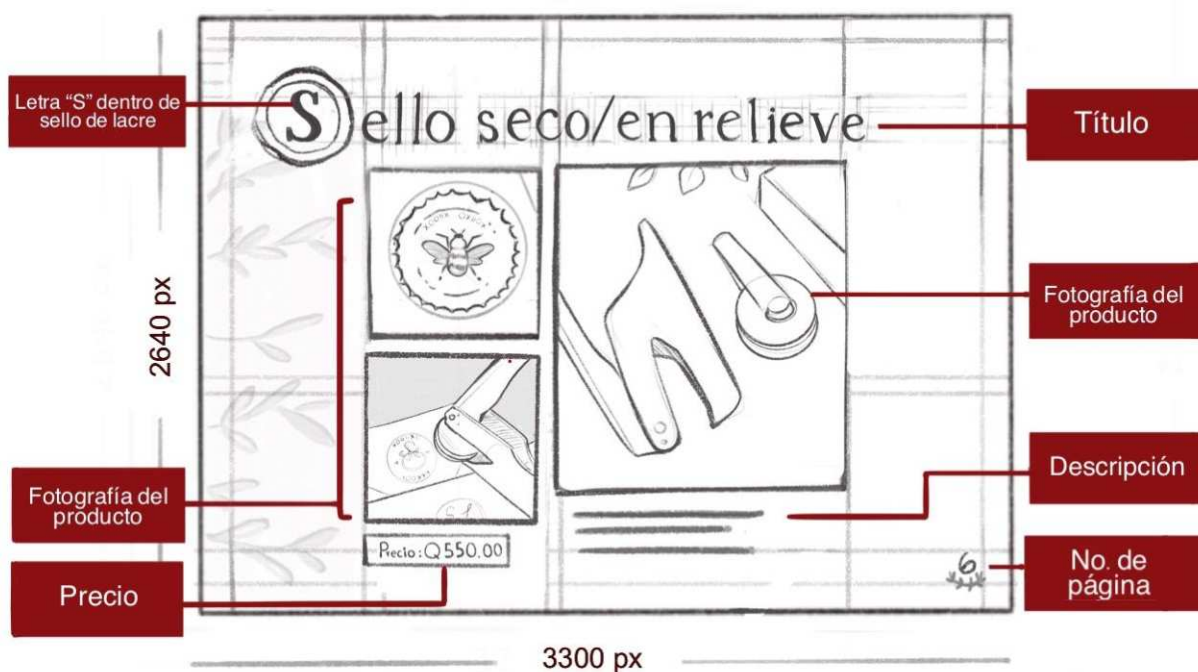
Diseño no.1 de página de contenido.



El diseño no. 1 de las páginas de contenido está dividido en columnas para mostrar los diseños de los sellos de metal para lacre y sellos listos para pegar. Este diseño se aplica únicamente a las páginas donde se muestran los diseños de cada sello en forma de círculo, además alrededor con un texto curvo se coloca el nombre y estilo del sello. En la parte inferior de la página se colocan los detalles y precio de los sellos.

Bocetaje inicial

Diseño no.2 página de contenido.



El diseño no.2 es aplicado a la sección de accesorios de sellos de metal para lacre en donde la página de contenido está conformada por una retícula jerárquica la cual crea 3 recuadros en los que se colocan imágenes o fotografías de los accesorios u otro tipo de sellos mostrando el producto y la forma en la que se aplica en cualquier material. Asimismo, en la parte inferior se agregan los detalles y descripciones.

Bocetaje inicial

Diseño no.3 página de contenido.



El diseño no. 3 está construido para mostrar un producto el cual requiera de descripciones detalladas dando más importancia a los textos los cuales serán colocados en la parte izquierda de la página para mejor lectura y del lado derecho se muestra una sola imagen ampliada del producto que se ofrece. Esta imagen se encuentra dentro de la forma de un arco tomando de referencia las formas seleccionadas en el tablero de tendencias.

Bocetaje inicial

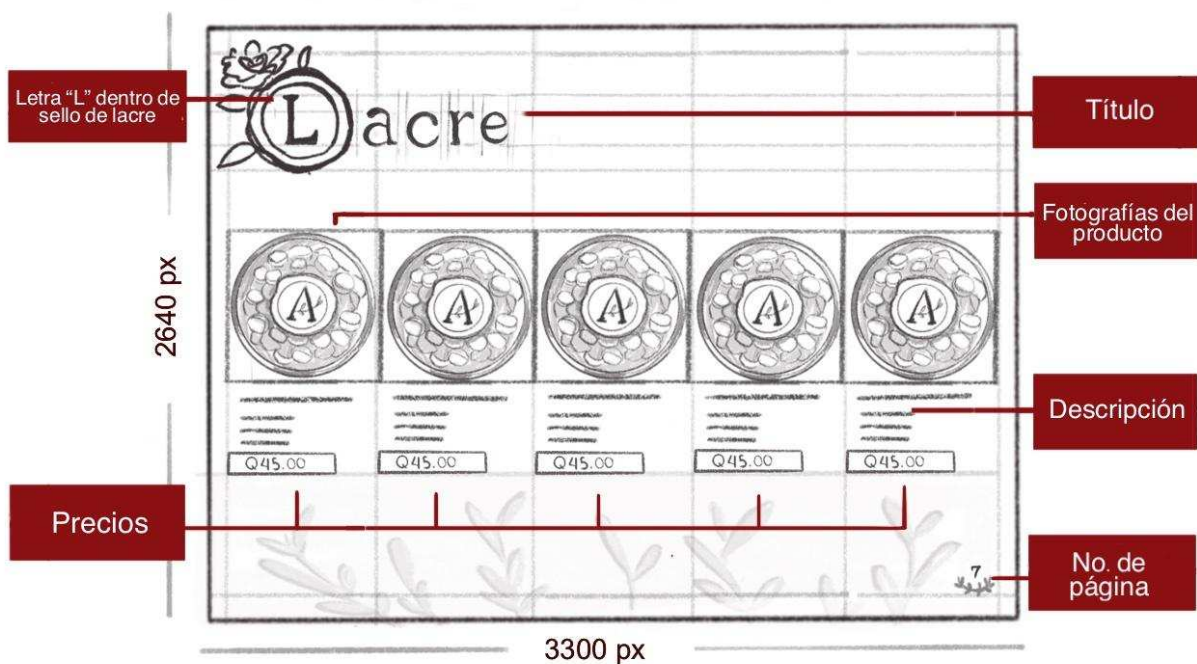
Diseño no.4 página de contenido.



El diseño no. 4 para páginas de contenido se divide en 2 columnas, su diagramación está construida para mostrar las fotografías de dos productos, con una alineación escalonada donde el producto de la columna izquierda se encuentra alineado más abajo que el producto de la columna derecha, dando un efecto de grada, en la parte inferior de cada producto se detallan descripciones y precios.

Bocetaje inicial

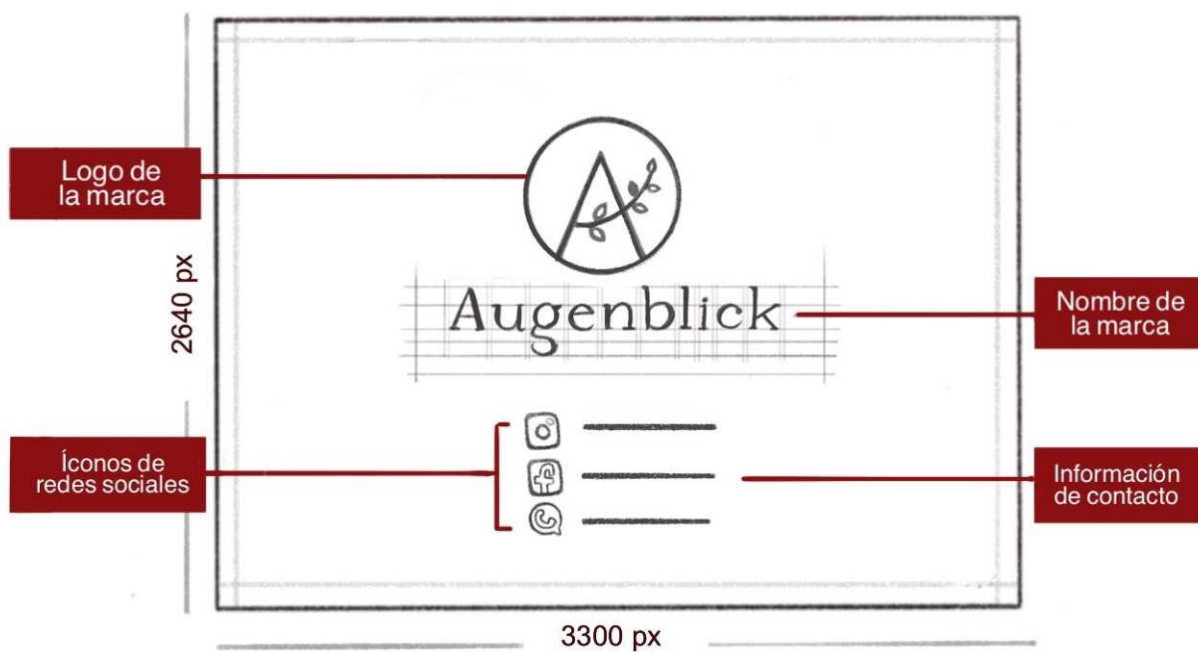
Diseño no.5 página de contenido.



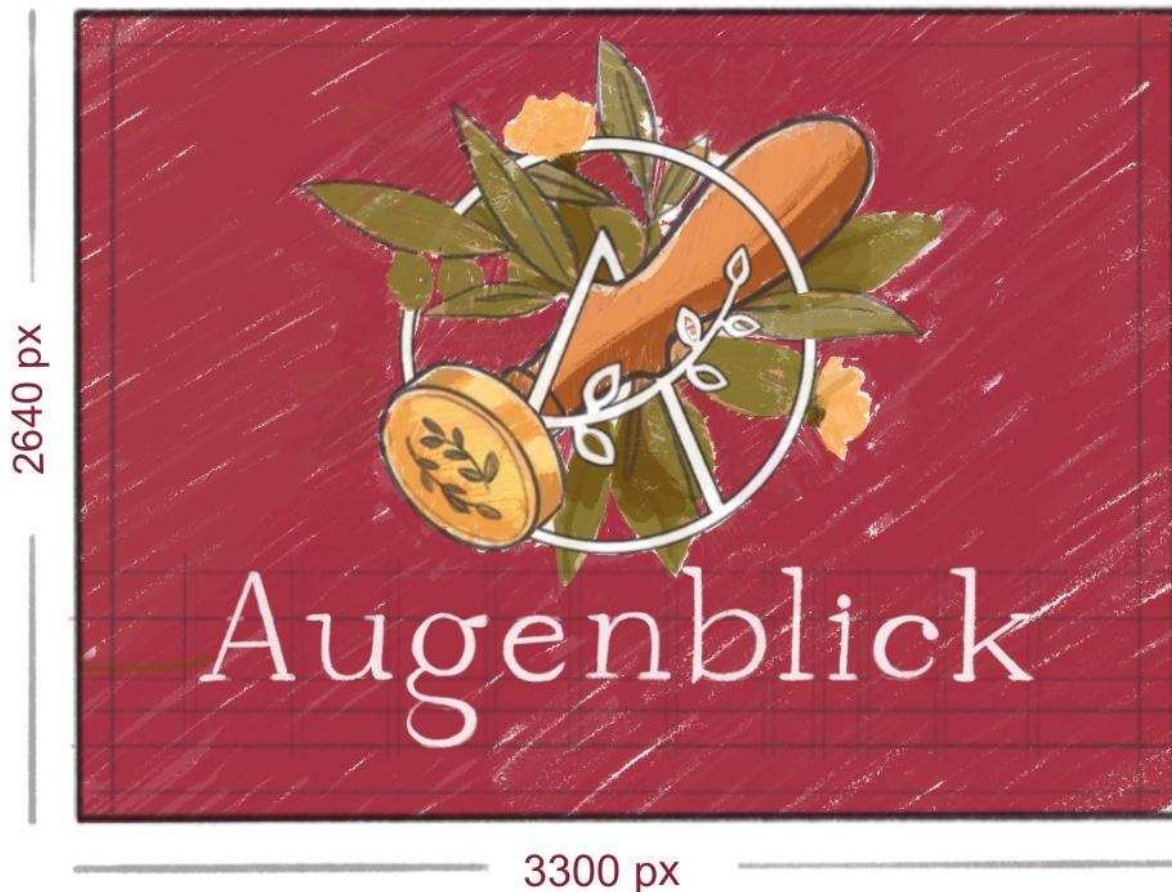
El diseño no. 5 para páginas de contenido se divide en 5 columnas sin sangría en las cuales se coloca únicamente una fila horizontal de imágenes o fotografías con formato cuadrado. Este diseño es para la sección de lacres donde se muestran los colores disponibles, en la parte inferior de las fotos se encuentran las descripciones.

Bocetaje inicial

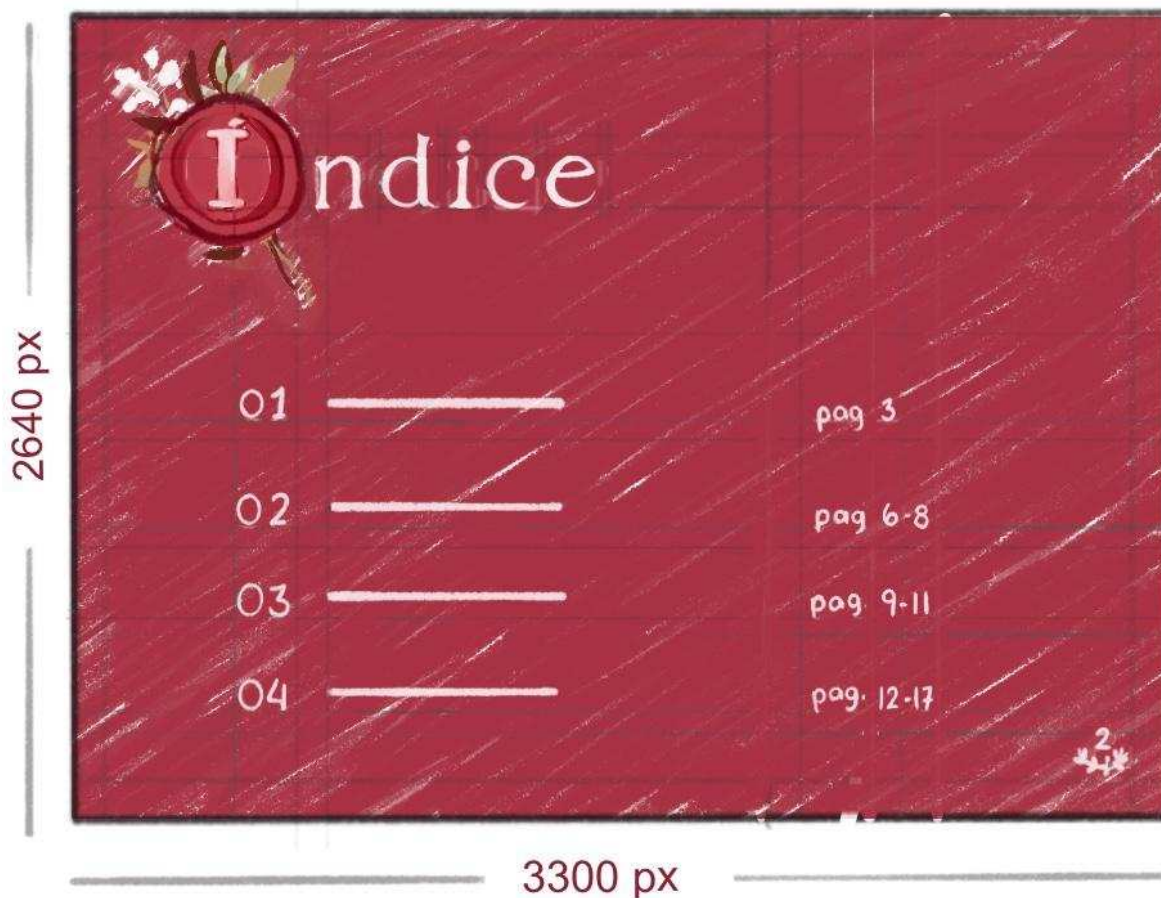
Contraportada.



El diseño de la contraportada refleja el logo y el nombre de la marca Augenblick como elementos principales, por ello se encuentran centrados en la retícula de la página con sus datos de contacto en la parte inferior, los cuales están acompañados de los iconos según la red social a la que correspondan, ya sea Instagram, Facebook o Whatsapp.

*Bocetaje formal***Portada.**

En el diseño formal de la portada se elige un fondo de color rojo oscuro el cual pertenece a los colores corporativos de la marca, este refleja elegancia y formalidad. Se aplica la tendencia de overlay design en el isologo para que parezca que las flores y ramas se integran con la imagen del sello de metal para lacre con mango de madera, en la parte inferior se coloca el logotipo de la marca Augenblcik en color blanco.

*Bocetaje formal***Índice.**

La página del índice tiene un fondo oscuro, al igual que la portada, y los textos están en color blanco. Se utilizan dos tipografías, uno para los títulos y subtítulos, y otro para los temas y números de páginas. La jerarquía visual se establece mediante la variación de tamaños: el título es el más grande, seguido de la numeración de las secciones de sellos en tamaño mediano, mientras que los nombres de las secciones y las numeraciones de páginas están en un tamaño más pequeño.

Bocetaje formal

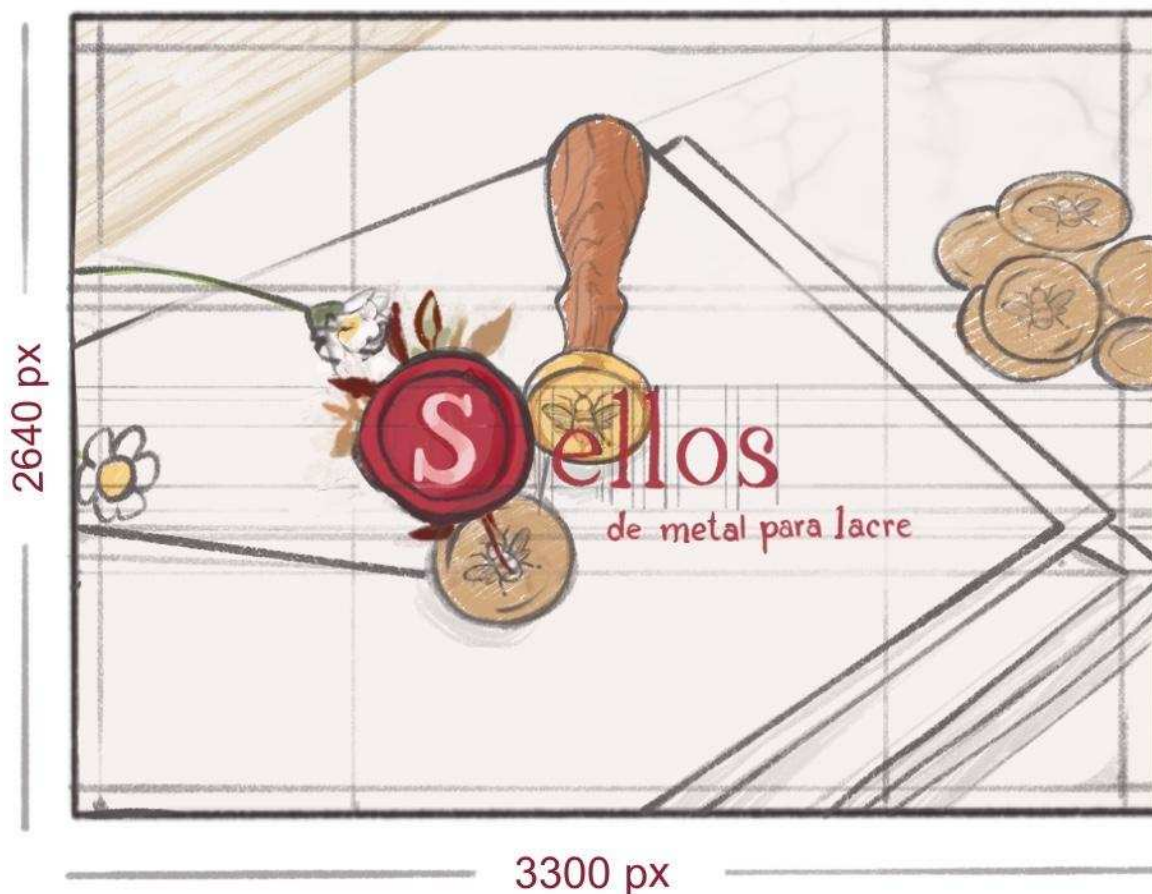
Página de instrucciones de compra.



En el diseño de la página de las instrucciones de compra se opta por un fondo rosa claro el cual es parte de los colores corporativos de la marca, aquí se encuentran dos columnas. La primera contiene instrucciones de compra dentro de la forma de un arco con fondo oscuro mientras sus textos e iconos son blancos. La segunda columna contiene la tabla de precios y cuenta con bordes en color rojo y textos en color negro, con su respectiva numeración de página.

Bocetaje formal

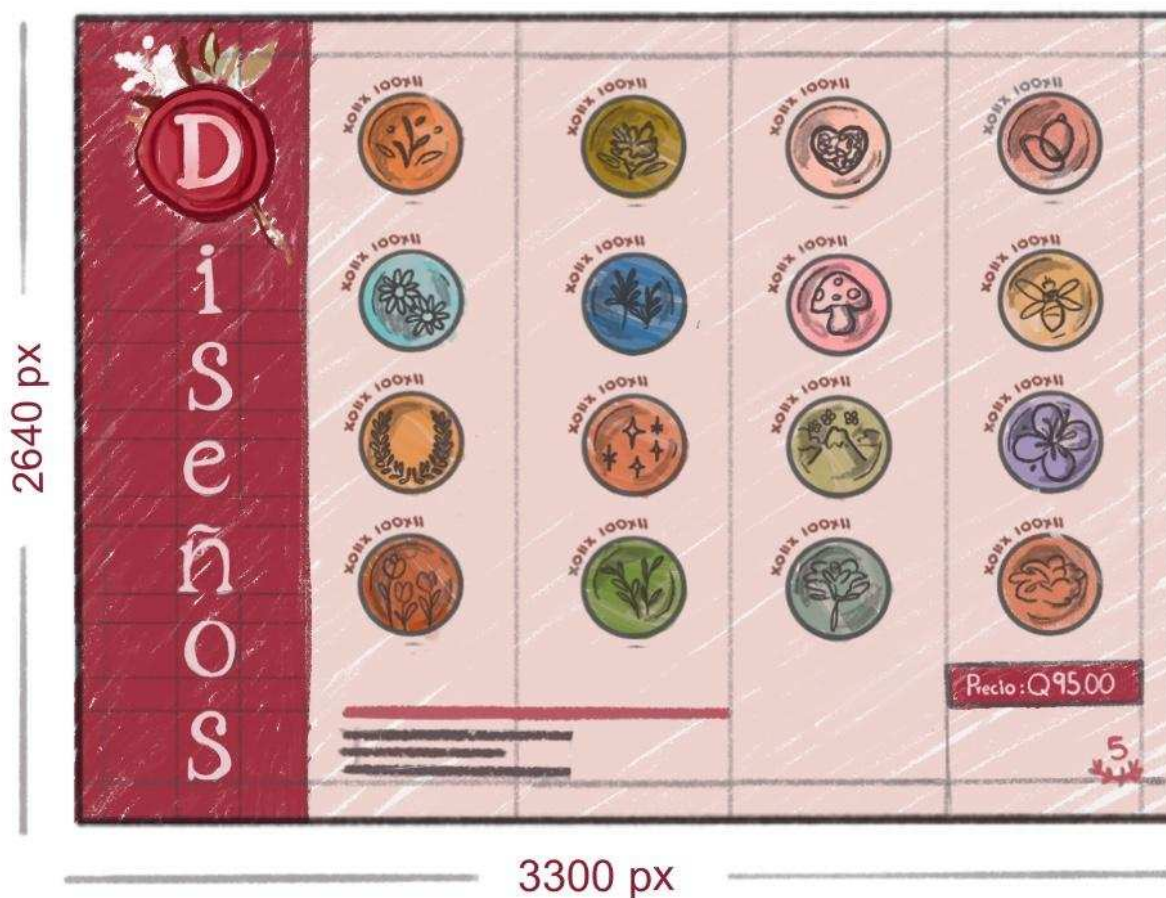
Portadas internas.



Las imágenes de fondo seleccionadas para las portadas internas están cuidadosamente elegidas en tonos claros para crear un contraste efectivo que realce la legibilidad de los títulos y subtítulos, los cuales estarán en tonos oscuros para un equilibrio visual elegante. Estas imágenes no solo aportan atractivo estético, sino que también refuerzan una línea visual coherente en todo el documento. Además, la letra mayúscula del título principal se encuentra dentro de un sello de lacre seguido del subtítulo, esto según la sección a la que pertenezca.

Bocetaje formal

Diseño no. 1 página de contenido.



El diseño inicial de las páginas de contenido está dividido en dos colores para el fondo, la primera columna cuenta con un color rojo para el título de la sección y el resto de columnas con un fondo claro para el contenido. En esta última, se incluyen imágenes de los diseños de sellos de lacre en formato .png aportando una apariencia más realista para el espectador. Alrededor de cada sello se muestra el nombre correspondiente en un formato de texto curvo, resaltando el diseño y proporcionando una referencia visual clara para cada sello.

Bocetaje formal

Diseño no. 2 de página de contenido.



El segundo diseño de las páginas de contenido está dividido en una retícula jerárquica de 3 recuadros los cuales contienen una imagen de un producto y en la parte de abajo se encuentran la información en texto color negro, el precio se encuentra en color blanco dentro de un rectángulo de color rojo para poder diferenciarlo, este estilo de página permite mostrar no solo un producto sino hasta tres según se requiera. El fondo es de un color gris claro que simula el color del papel el cual en uno de los lados tiene la textura de ramas en relieve.

*Bocetaje formal***Diseño no. 3 de página de contenido.**

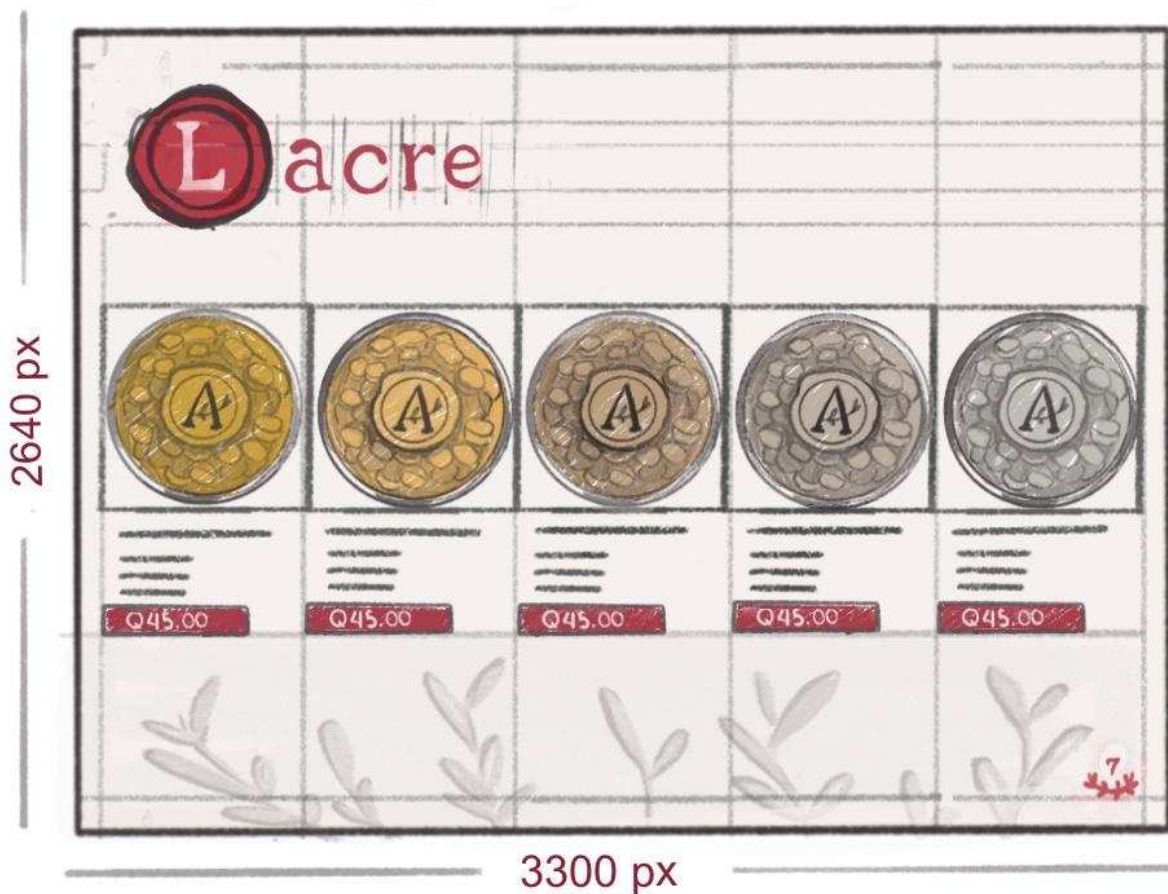
El tercer diseño de las páginas de contenido está dividido en dos columnas, la columna de la izquierda contiene toda la información relevante del producto y al igual que el diseño anterior. El fondo es un gris claro y contiene los subtítulos y el precio en color rojo el cual forma parte de la paleta de colores del catálogo, los demás textos están en color negro, mientras que la columna derecha contiene la imagen del producto que se ofrece dentro de la forma de un arco.

*Bocetaje formal***Diseño no. 4 de página de contenido.**

El cuarto diseño de las páginas de contenido consta de una retícula jerárquica de 2 columnas, en este se ofrecen dos productos los cuales contienen el nombre del producto arriba de cada imagen mientras que en la parte de abajo contiene toda la información y los precios. El fondo y los colores de la página son los mismos que el diseño anterior, un fondo gris claro que simula papel y la textura de ramas en relieve en la parte inferior.

Bocetaje formal

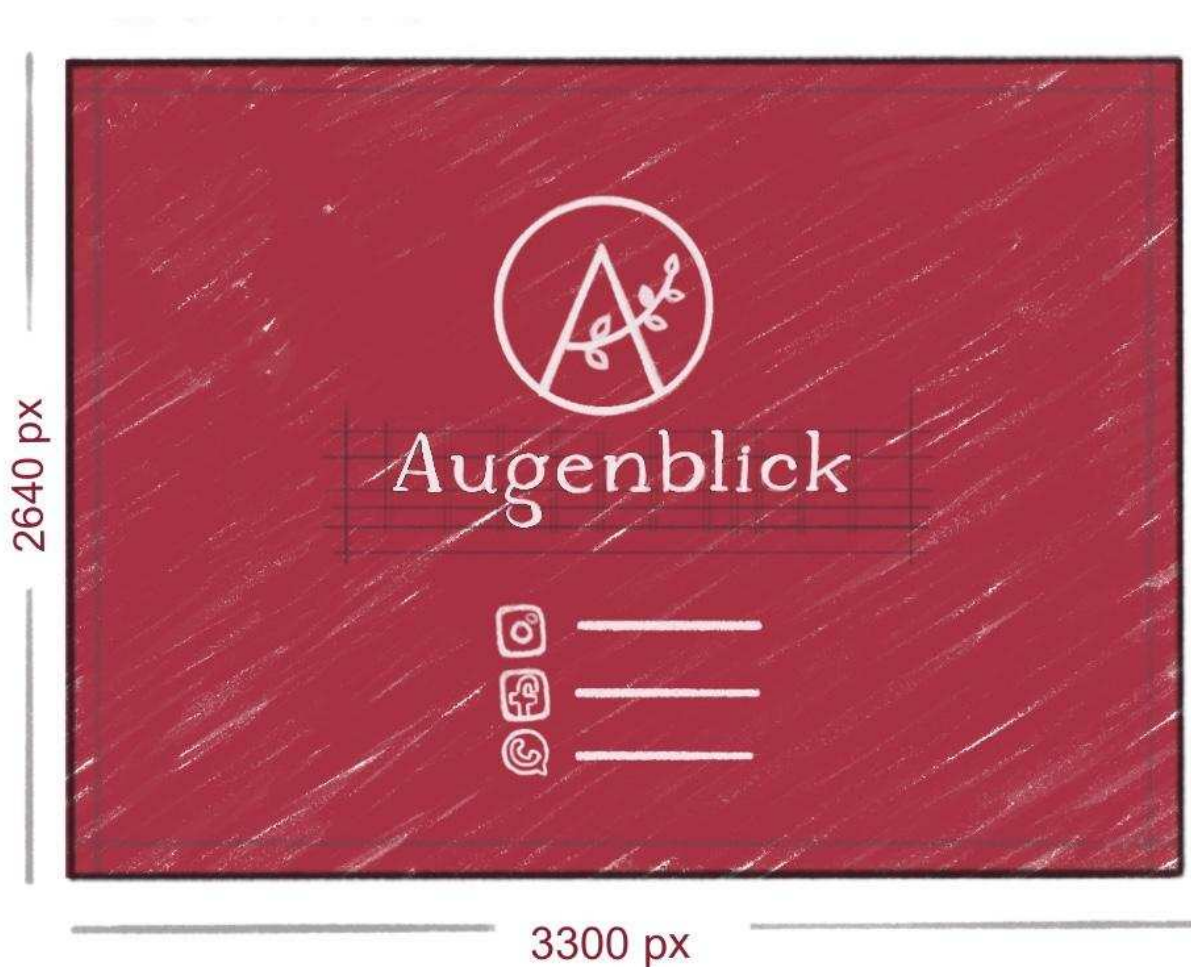
Diseño no. 5 de página de contenido.



El quinto diseño de las páginas de contenido tiene un diseño simple, con una retícula modular donde se colocan columnas verticales, en cada columna se coloca una fotografía del producto y abajo de este la descripción del mismo y el precio dentro de un rectángulo rojo. El fondo, al igual que el diseño anterior, está compuesto por un color que simula el papel con unas figuras de ramas en relieve en la parte inferior de la página.

Bocetaje formal

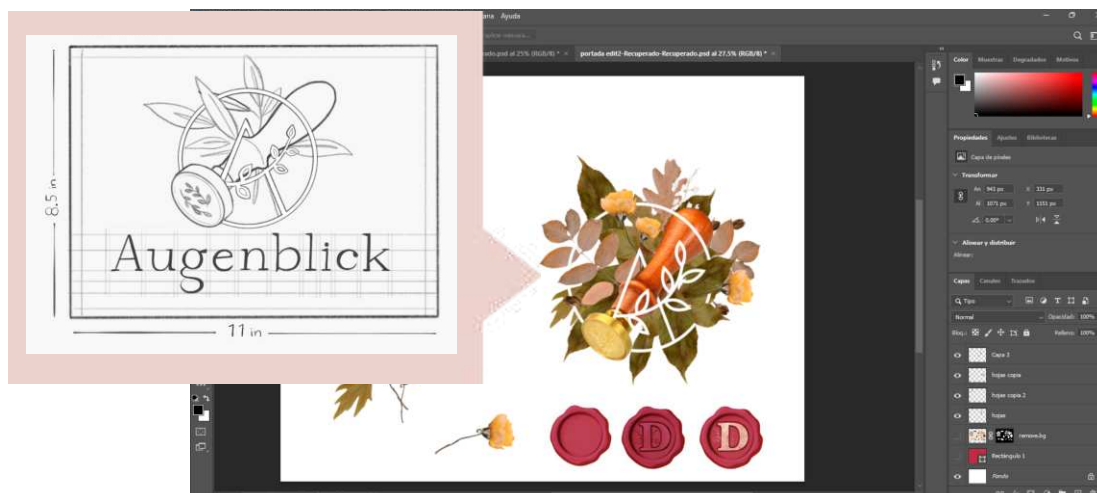
Contraportada.



El boceto formal de la contraportada, al igual que la portada, tiene un fondo rojo el cual es el color corporativo principal de la marca, así mismo, el logotipo se presenta en color blanco al igual que los textos e íconos de contacto. Todo se encuentra centrado para dar una sensación de equilibrio, el diseño es minimalista y simple, ya que se trata de la página final del catálogo digital para la marca Augenblick.

Digitalización de la propuesta

Paso 1. Creación y edición de elementos.

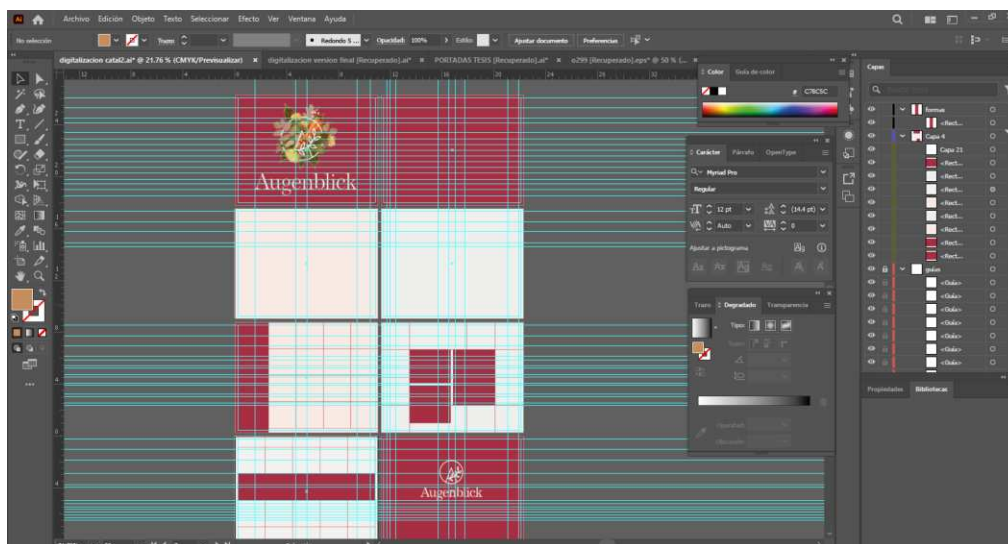


El primer paso es la digitalización de la imagen central de la portada del catálogo digital, con el uso de Photoshop y sus diferentes herramientas se crea el efecto overlay design en el logo de la marca con imágenes de hojas, flores y ramas. Para esto se les quita el fondo a cada una de las imágenes y luego se seleccionan para organizarlas individualmente según lo requiera el diseño establecido en el boceto del proyecto.

También se ilustran los sellos de lacre con las iniciales de los títulos en el centro, se crean los efectos con los pinceles de photoshop y se agrega un efecto de polvo para colorear lacre con un degradado.

Digitalización de la propuesta

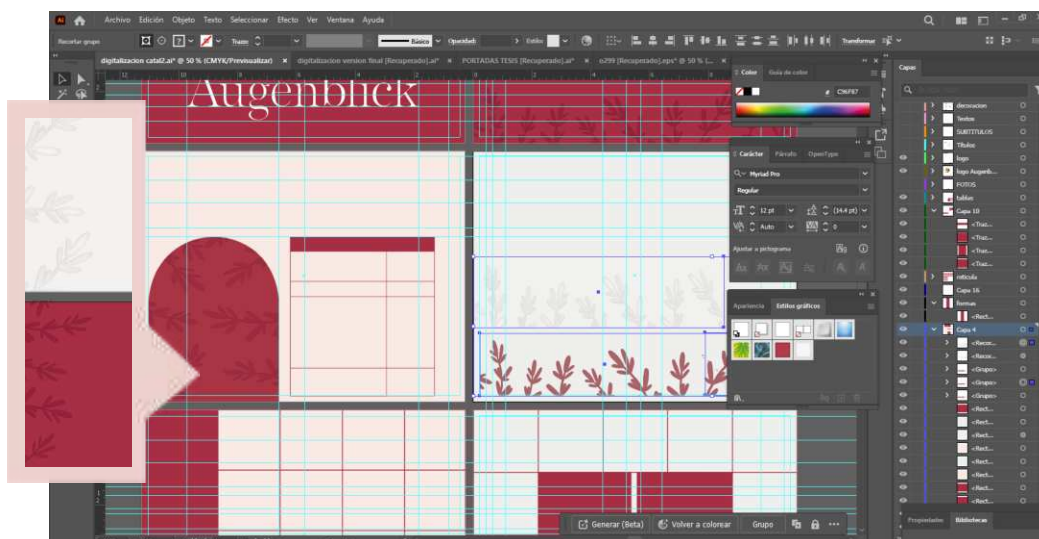
Paso 2. Diagramación.



Como segundo paso se realiza la diagramación del catálogo digital en Ilustrador, se crean las columnas y las retículas con la ayuda de herramientas como reglas, guías y crear retículas, al mismo tiempo en que se crean las formas y las bases de cada página con los colores correspondientes al diseño, para asegurar una estructura visual jerárquica y coherente.

Digitalización de la propuesta

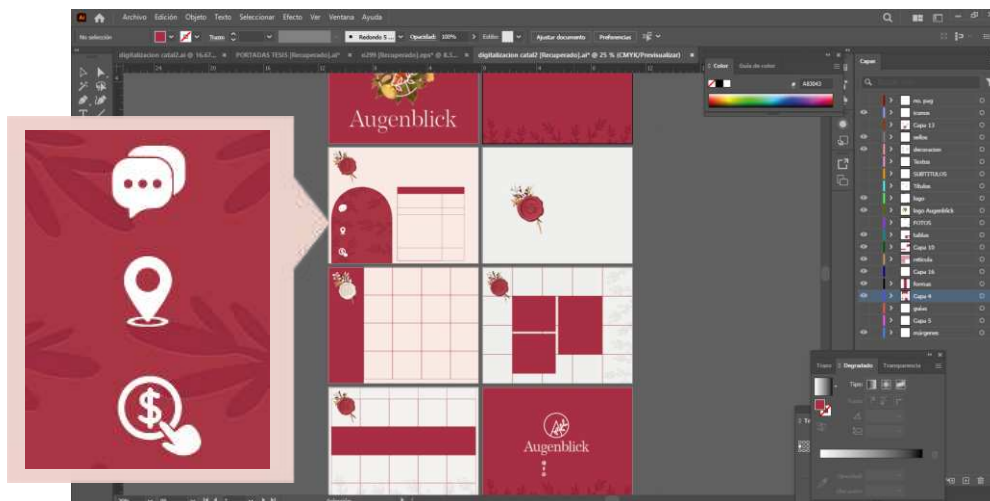
Paso 3. Texturización - Neumorfismo.



Como tercer paso se crea el efecto de neumorfismo con la herramienta de estilos gráficos en Illustrator se aplica este efecto en vectores que tienen la forma de ramas con hojas haciendo referencia al logo de la marca, Estos vectores simulan estar en relieve como el efecto de uno de los productos populares de la marca el cual es el sello seco/en relieve, y es aplicado en algunas páginas para parecer que son de papel.

Digitalización de la propuesta

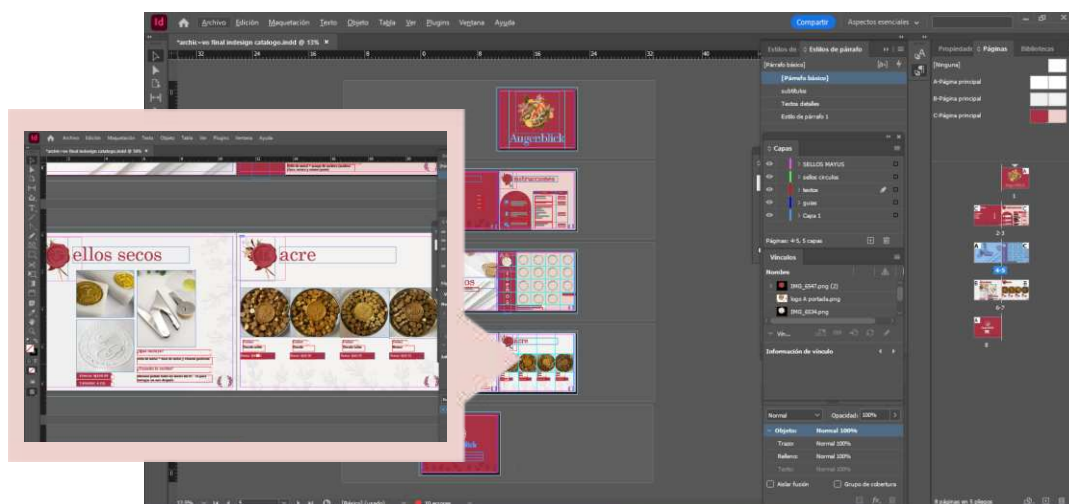
Paso 4. Vectorización de íconos y fondos.



Como cuarto paso se vectorizan los íconos que van a aplicarse al catálogo digital para mejorar la navegación del mismo y hacer la información más comprensible para el público objetivo. Asimismo, se colocan otros elementos visuales creados en Photoshop como son la portada y las iniciales dentro de sellos de lacre.

Digitalización de la propuesta

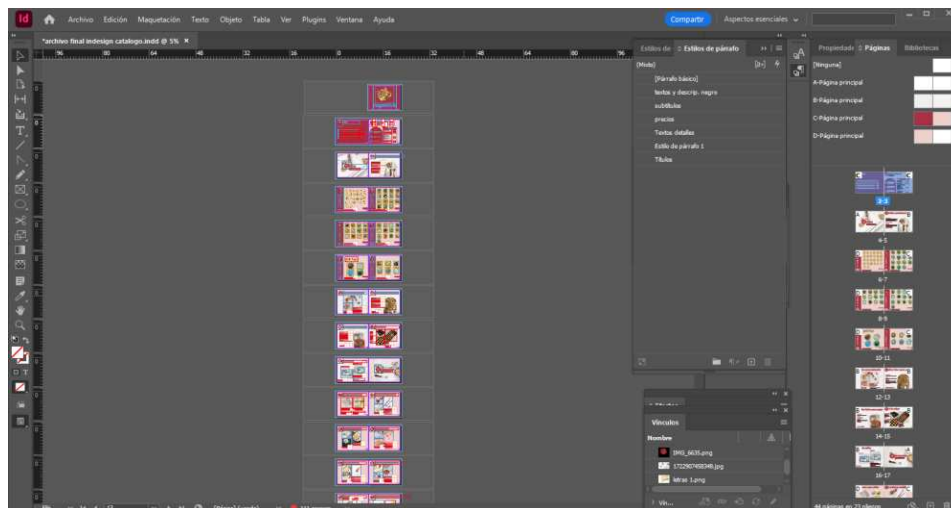
Paso 5. Aplicación de textos e imágenes.



Al tener todas las bases, los vectores, formas y elementos organizados entonces se pasa el archivo a Indesign para trabajar mejor la maquetación de las páginas y la estructura de los textos e imágenes. En este quinto paso se colocan los títulos y subtítulos con la tipografía “Century Schoolbook” y para descripciones, detalles y precios de los productos se utiliza la fuente “Helvetica Light” y se comienzan a colocar las imágenes de los productos.

Digitalización de la propuesta

Paso 6. Aplicación de diseño a todas las páginas del catálogo.



Como último paso se hace uso de diferentes funciones del programa Indesign, como páginas maestras para establecer elementos y diseños de páginas consistentes que se repiten a lo largo de todo el catálogo digital al igual que para la numeración de páginas. También se crean estilos de textos, estilos de párrafos y estilos de tablas para mejorar la consistencia, eficiencia y productividad del proyecto.

Propuesta preliminar

Esta es una propuesta preliminar del proyecto pues aún no se ha validado, cada página del catálogo digital contiene las siguientes medidas: 3,300 píxeles de ancho por 2,640 píxeles de alto. Se utilizan únicamente dos fuentes de tipografías a lo largo del contenido del catálogo (Century Schoolbook para títulos y subtítulos, y Helvética Light para textos y descripciones).

Portada



Se presenta la propuesta preliminar de la portada del catálogo digital, donde el protagonista es el imatipo de la marca, en el que se aplica la tendencia de diseño Overlay Design en el símbolo para la integración del mismo con el sello y los elementos como ramas, flores y hojas. El fondo de tonalidad oscura permite distinguir el nombre y símbolo de la marca en color blanco para resaltarlos a la vista.

Índice



01	Instrucciones de compra	Pag. 3
02	Sellos de Lacre	Pag. 4 - 16
03	Accesorios	Pag. 17 - 29
04	Lacres	Pag. 30 - 37
05	Sello en relieve	Pag. 38 - 40
06	Sello cliché	Pag. 41 - 43

2640 px

3300 px

La propuesta preliminar del índice consta de elementos que hacen alusión a la manualidad y al arte de crear y personalizar, como por ejemplo la letra “I” en mayúscula que se encuentra dentro de la forma de un sello de lacre, para visualizar de forma más clara la letra, se aplicó una textura de polvo metálico para colorear el lacre.

Este elemento es aplicado al resto de las páginas del catálogo como un patrón, además en la parte inferior de la página se encuentran unas ramas en relieve que simulan un sello seco/sello en relieve.

Instrucciones

Instrucciones de compra

Envía un mensaje directo en Instagram indicando los productos que deseas.

Incluye tu dirección, nombre de quien recibe y número de teléfono.

Indica tu método de pago ya sea efectivo o transferencia.

Lugar	Envío 🚚
Zona 1 a zona 11 Zona 13 a zona 15	Q25.00
Zona 16 a zona 21	Q30.00
Zona 12, zona 24 y zona 25 Villa nueva Boca del monte San miguel petapa Mixco Carretera a el Salvador (hasta km 20)	Q35.00
Demás municipios y departamentos	Q35.00

Augenblick.gt Augenblick +502 3517 0368 3

La página de instrucciones cuenta con un diseño de título similar al índice, esta página se divide en dos secciones, en primer lugar las instrucciones de compra las cuales son acompañadas de íconos según la acción que se explica, se encuentran dentro de un marco el cual contiene como fondo el mismo diseño de ramas en relieve.

En segundo lugar está la tabla de precios según el lugar de envío, el cual es del color primario de la marca con código de color #a93144, mientras que el fondo es de un color rosa pálido con el código de color #eed1cd.

Portadas internas



El diseño de portadas internas es el mismo, con la diferencia de las imágenes según la sección que correspondan. Este contiene una imagen clara de los productos de la sección y el título centrado siempre acompañado de la letra inicial dentro de un sello de lacre, donde se utiliza el color principal de la marca, mientras que el subtítulo cuenta con un tono más oscuro al principal el cual es color con código #73212c.

Páginas internas: Sección sellos de lacre



El primer diseño de las páginas de contenido es exclusivamente para los diferentes diseños de sellos de lacre en donde se presentan los sellos en su forma natural (cabeza de metal) o estampados en lacre, cada uno de ellos contiene su nombre en un texto curvo según sea necesario. Por ejemplo, en los diseños con letras del abecedario, no es necesario incluir un nombre.,

Páginas internas: Sección sellos de lacre



El segundo diseño de páginas de contenido para la sección de sellos de lacre se divide en estos dos estilos de página, en el primer estilo los productos se presentan con base a una retícula jerárquica que se divide en 3 secciones que muestran diferentes imágenes y funciones del producto con su respectiva titulación, descripción del producto, indicaciones y precios.

Asimismo, en el segundo estilo en el cual únicamente se presenta una imagen del producto dentro de un marco en forma de arco como se puede ver también en el diseño de la página de instrucciones. Ambas páginas tienen un fondo claro, con una textura como de papel ya que se aplica el diseño en relieve de unas ramas al lado derecho del primer diseño y en la parte inferior del segundo diseño.

Páginas internas: Sección accesorios para lacre



El diseño para la sección de accesorios para lacre está organizado en dos estructuras distintas. En la página izquierda se presentan únicamente dos productos, mientras que en la derecha se disponen tres. Ambas páginas comparten un fondo en tono rosa palo y mantienen el mismo estilo de títulos, descripciones y detalles que caracteriza al resto del catálogo, garantizando coherencia visual y estética.

Páginas internas: Sección de lacre



Para la sección de lacre, el diseño es diferente al resto de páginas debido a que en este la retícula se divide en 4 columnas en donde se coloca la foto de los productos en una sola fila, cada una con su respectiva descripción y precio del producto. En este se aplica el mismo diseño de fondo al igual que las páginas de la sección de sellos ya que es un fondo claro con textura de papel y ramas en relieve.

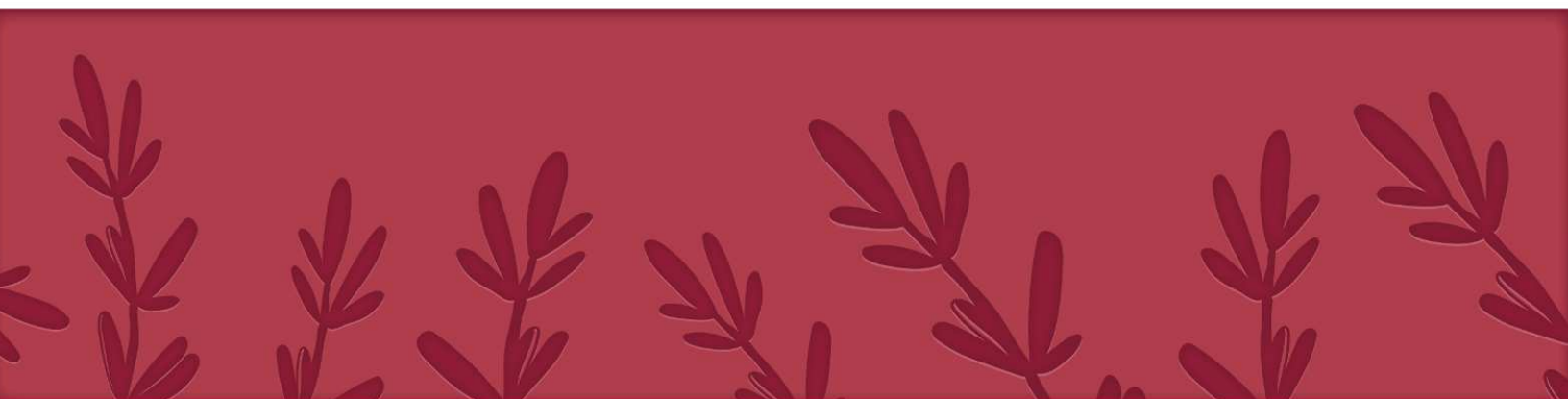
Contraportada



Por último, el diseño de la contraportada del catálogo digital el cual contiene el imagotipo de la marca sin ningún elemento adicional a diferencia de la portada. Esta página contiene los datos de contacto acompañados de un ícono según la red social al que correspondan, con un fondo del mismo color de la portada con excepción de que es añadida la textura de ramas en relieve en la parte inferior de la página.



VALIDACIÓN TÉCNICA



Capítulo VIII: Validación técnica

La validación técnica de la propuesta preliminar del diseño del catálogo digital se realizó mediante una encuesta con un enfoque mixto. Esta metodología combina método cuantitativo, que permite medir los resultados de las encuestas, y método cualitativo, que se utiliza para analizar la percepción de los encuestados sobre el diseño preliminar, esta combinación asegura una evaluación integral del catálogo digital.

La encuesta diseñada combina diferentes tipos de preguntas ya que incluyó preguntas de selección múltiple, preguntas de escala likert, preguntas de escala de valoración estimativa y preguntas dicotómicas que ofrecen respuestas binarias. En esta validación se involucraron tres grupos distintos: 6 personas como expertos en comunicación y diseño, 1 persona como cliente y 23 personas como hombres y mujeres del grupo objetivo.

Población y muestreo

La población de la encuesta involucró la participación de 30 personas quienes evaluaron la función y efectividad de la propuesta preliminar en el diseño del catálogo digital. Esta población se divide en 3 grupos, quienes son:

Grupo no.1 Expertos en comunicación y diseño, participaron 6 personas las cuales pertenecen a las siguientes áreas: 3 expertos en diseño gráfico con especialidad en diseño editorial, 2 expertos en diseños gráfico con especialidad en diseño visual digital y 1 experto en el área de Comunicación.

Las personas que participaron en la encuesta son las siguientes:

Carlos Enrique Franco Roldán, licenciado en diseño gráfico y docente universitario con más de 40 años de trayectoria en el ámbito del diseño. A lo largo de su carrera, ha trabajado en una amplia variedad de proyectos en el ámbito del diseño gráfico a nivel profesional.

La licenciada Jacqueline Paz Perez es diseñadora gráfica con 9 años de experiencia, especializada en el diseño editorial. A lo largo de su carrera, ha trabajado en áreas como artes finales, community manager, consultora y diseñadora gráfica.

La licenciada Joshony Algarín es una diseñadora gráfica venezolana que cuenta con más de 7 años de experiencia profesional. Ha destacado en el ámbito editorial, especializándose en la creación de manuales de identidad y revistas.

Génesis Valentina Ramírez Sánchez es Técnica Superior en Diseño Gráfico con 5 años de experiencia, especializada en el desarrollo de marcas, branding y diseño visual en general.

La licenciada Carolina Bustamante es profesional en Diseño Visual Digital con más de 8 años de experiencia, especializada en diseño editorial. A lo largo de su carrera, se ha destacado por la creación de piezas gráficas que integran contenido visual y funcionalidad.

MSc. Comunicadora Sandra Escobar, es experta en comunicación visual con más de 20 años de experiencia en la creación y gestión de estrategias de comunicación integral. Actualmente el cargo que desempeña es de docente.

Grupo no.2 Cliente: Carmen Lucía Vásquez Maldonado quien es la propietaria de la marca Augenblick.

Grupo no.3 Grupo objetivo, participaron 23 personas como clientes reales y potenciales de la marca los cuales habían adquirido recientemente productos de la misma a través de Instagram, estas personas se caracterizan por ser en mayoría del género femenino quienes se encuentran en un rango de edad entre los 25 a 35 años de edad.

Método e instrumentos

La metodología que se utilizó para realizar la validación técnica a cada uno de los grupos participantes donde se llevó a cabo de la siguiente manera:

Expertos en comunicación y diseño

Para las personas expertas en comunicación y diseño se les solicitó su participación por medio de correo electrónico. Por este medio se les dio a conocer el tema del proyecto de graduación, se les adjuntó el documento en PDF del catálogo digital para una mejor visualización del contenido y se les compartió el enlace para completar la encuesta en línea.

Cliente

Se le solicitó a la cliente, dueña de la marca Augenblcik, su participación para contestar la encuesta, por medio de Whatsapp se inició una conversación donde se le envió la propuesta preliminar en PDF para que pudiera visualizarla completamente y luego la encuesta en línea para que pudiera realizar la evaluación.

Grupo objetivo

Para el grupo objetivo se seleccionaron a clientes de la marca que habían adquirido algunos productos recientemente, a estas personas se les envió un mensaje directo por medio de Instagram solicitando su colaboración para la evaluación del diseño de catálogo para la marca.

Después de que el grupo objetivo aceptara y diera su consentimiento se les envió el link de la encuesta y el link de la propuesta en la plataforma de Canva para que pudieran visualizar sin ningún problema el catálogo digital ya que así lo solicitó la cliente.

El instrumento que se utilizó para validar la propuesta preliminar del catálogo digital consiste en una encuesta de 15 preguntas cerradas, al final se deja un espacio para que los encuestados dejen sus sugerencias o cambios con base al diseño, organización y funcionalidad de la propuesta preliminar.

La estructura de la encuesta está dividida en 3 partes las cuales se dividen en:

Parte objetiva, esta sección incluye 4 preguntas cerradas con respuestas dicotómicas, cada una diseñada para medir el cumplimiento tanto del objetivo general como de los específicos del proyecto.

Parte semiológica, consta de 6 preguntas cerradas que utilizan respuestas de opción múltiple, escala de Likert y valoración estimativa. Estas preguntas se enfocan en analizar cómo las piezas gráficas generan alguna reacción o emoción en los encuestados.

Parte operativa, al igual que en la sección semiológica, esta parte está conformada por 5 preguntas cerradas con respuestas de opción múltiple, escala de Likert y valoración estimativa. Al final de la encuesta, se incluye un mensaje de agradecimiento a los encuestados por su tiempo en observar y validar la propuesta preliminar. También se habilita un espacio para que los participantes puedan agregar comentarios, sugerencias o críticas personales sobre la propuesta preliminar del catálogo digital.

El modelo de la encuesta basado en el formato de encuesta proporcionado por la Universidad (ver en anexos VI), se compartió a cada uno de los encuestados en versión digital utilizando la herramienta de Google Forms (ver en anexos VII).

Para garantizar la validación técnica, se tomaron capturas de pantalla de los correos enviados a los expertos, junto con las confirmaciones que estos proporcionaron al validar las encuestas. De igual manera, se documentaron los mensajes enviados al grupo objetivo, asegurando que cada uno confirmara la validación de la encuesta. Este proceso meticuloso permite verificar si todos los involucrados completaron las encuestas de manera adecuada y oportuna, lo cual refuerza la integridad de los resultados obtenidos (ver en anexos VIII).

Resultados e Interpretación de resultados

Parte objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar un catálogo digital, para dar a conocer a través de las redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que vende la tienda online Augenblick?



Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera necesario diseñar un catálogo digital para promocionar a través de redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que ofrece la tienda online Augenblick. Por lo tanto, se reafirma que el objetivo general sí se cumple.

2. ¿Considera importante recopilar información de la marca, su línea de sellos de metal y accesorios para lacre a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para transmitir la esencia de la marca en el diseño del catálogo?

Pregunta #2

● **Si** ● **No**
100% 0%



Porcentaje de los resultados

Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera importante recopilar información de la marca, su línea de sellos de metal y accesorios para lacre a través del Brief proporcionado por el cliente, para así transmitir la esencia de la marca en el diseño del catálogo. Esto afirma que el primer objetivo específico sí se cumple.

3. ¿Está de acuerdo que es indispensable investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de catálogos digitales a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta de diseño del catálogo digital?

Pregunta #3

● Si 100% ● No 0%



Porcentaje de los resultados

Interpretación: El 100% de las personas encuestadas cree que es indispensable investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de catálogos digitales, utilizando fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta de diseño. Por lo tanto, se afirma que el segundo objetivo específico sí se cumple.

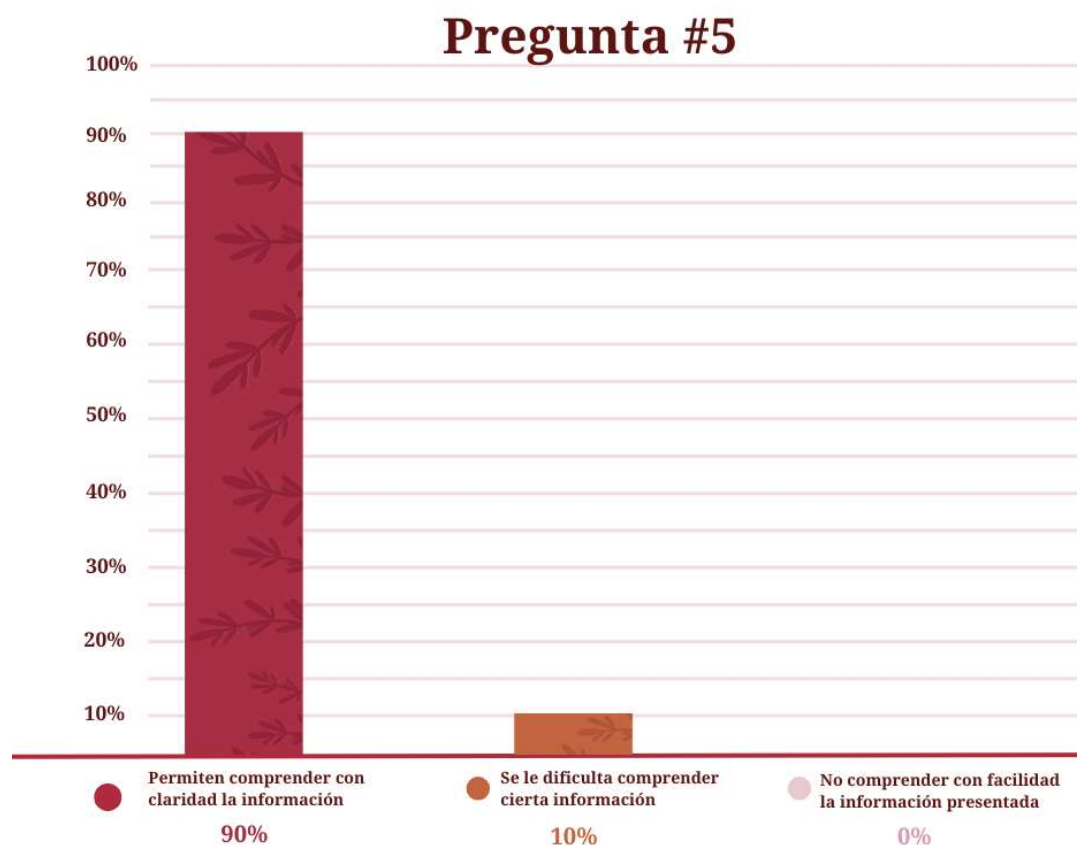
4. ¿Considera importante diagramar a través del uso de programas y herramientas de diseño el contenido del catálogo digital con retículas que distribuyan las imágenes, descripciones y textos para lograr un diseño ordenado que permita a los usuarios entender el contenido de manera clara y sencilla?



Interpretación: El 100% de las personas encuestadas considera importante diagramar a través del uso de programas y herramientas de diseño el contenido del catálogo digital con retículas que distribuyan las imágenes, descripciones y textos para lograr un diseño ordenado que permita a los usuarios entender el contenido de manera clara y sencilla. Lo que afirma que el tercer objetivo específico sí se cumple.

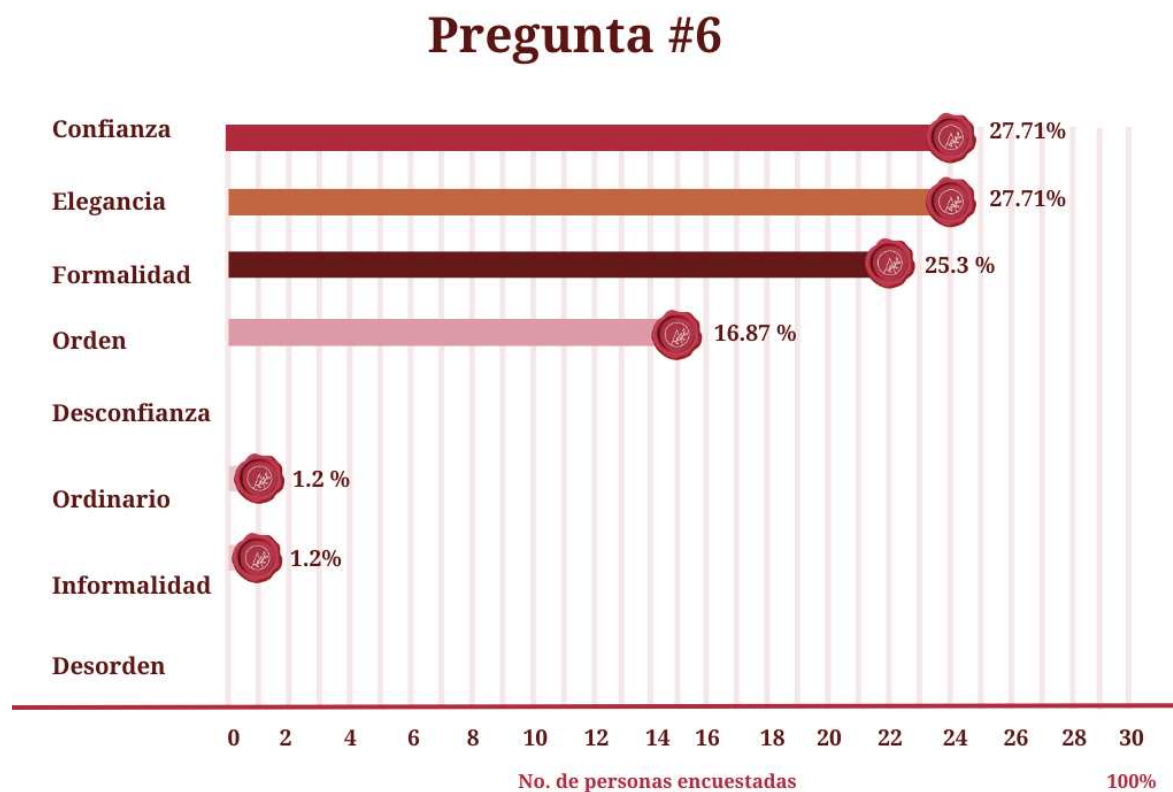
Parte semiológica

5. ¿Cómo considera la manera en que están organizados los elementos gráficos en el catálogo digital?



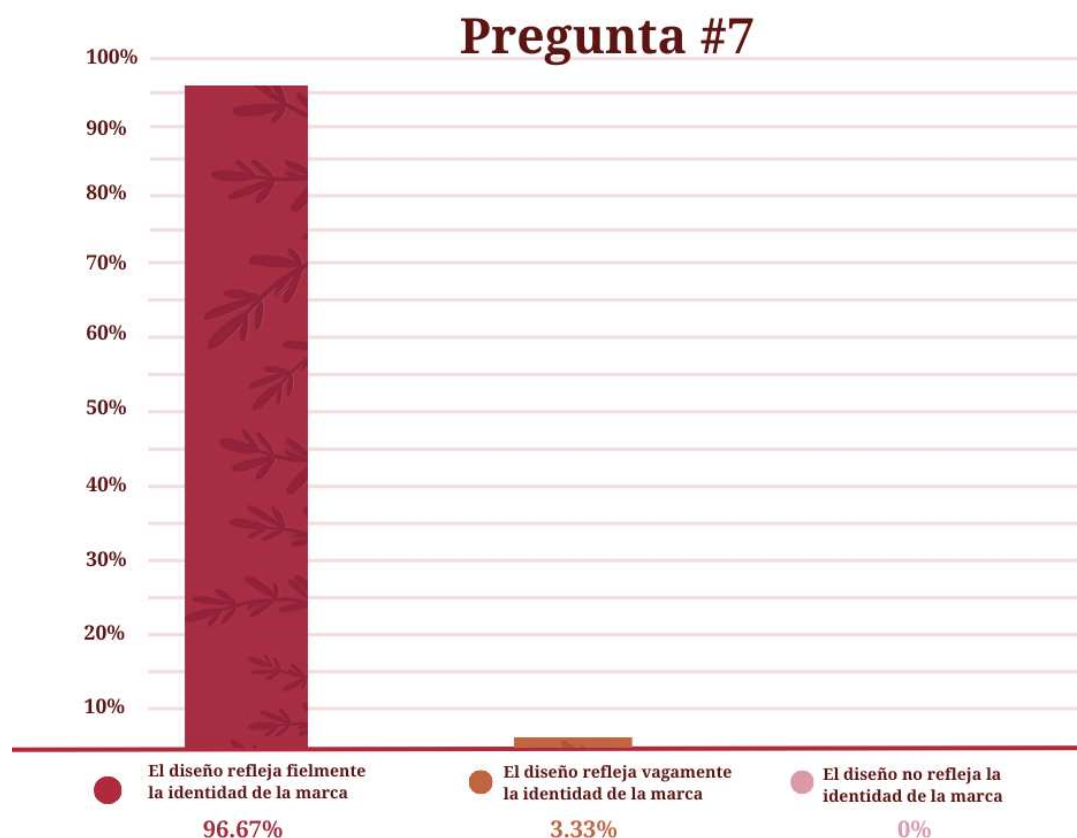
Interpretación: El 90% de las personas encuestadas considera que la manera en que están organizados los elementos gráficos en el catálogo digital permiten comprender con claridad la información, mientras que el otro 10% se le dificulta comprender cierta información. Por lo que se afirma que la manera en que están organizados los elementos gráficos en el catálogo digital si permite comprender con claridad la información.

6. ¿Qué emoción le transmiten los colores utilizados en el catálogo?



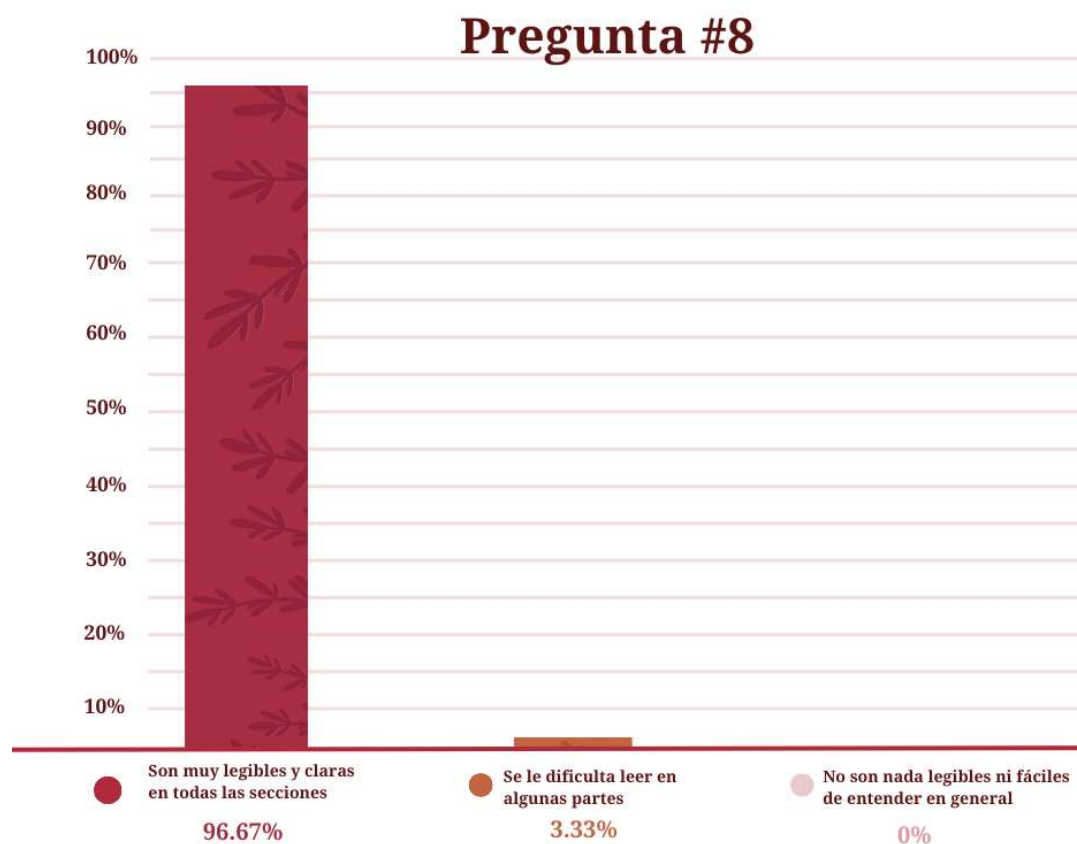
Interpretación: Al 27.71% de los encuestados los colores le transmiten confianza, al otro 27.71% de los encuestados, los colores les transmiten elegancia y formalidad, al 25.3% les transmite orden, mientras que al 1.2% les transmite informalidad y al otro 1.2% les parece ordinario. Por lo tanto, se puede afirmar que las emociones que transmiten los colores utilizados en el catálogo digital son positivas.

7. ¿Considera que el diseño del catálogo refleja con claridad la identidad de la marca?



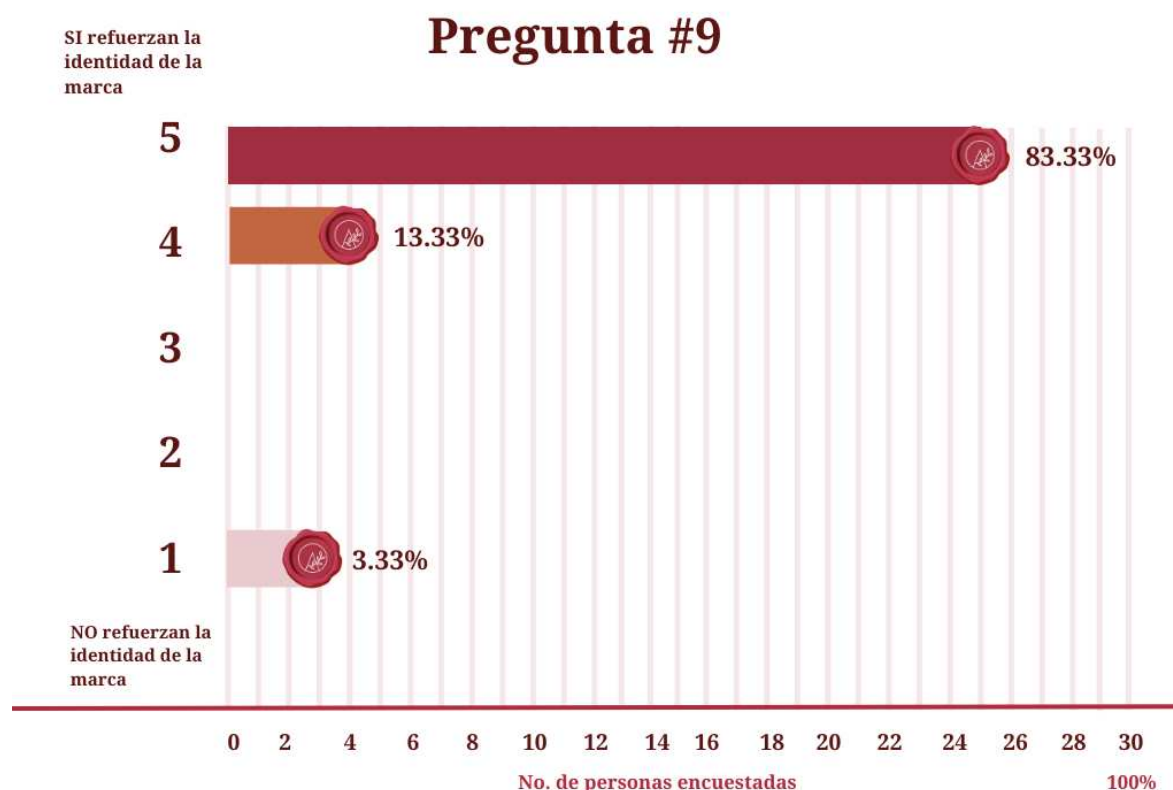
Interpretación: El 96.67% de las personas encuestadas considera que el diseño del catálogo refleja con claridad la identidad de la marca, el otro 3.33% de las personas encuestadas considera que el diseño refleja vagamente la identidad de la marca. Lo que demuestra que gran parte de los participantes perciben de manera consistente que los elementos visuales y gráficos del catálogo logran comunicar de forma efectiva los valores y la esencia de la marca.

8. ¿Cómo describiría la legibilidad de las tipografías utilizadas en el catálogo?



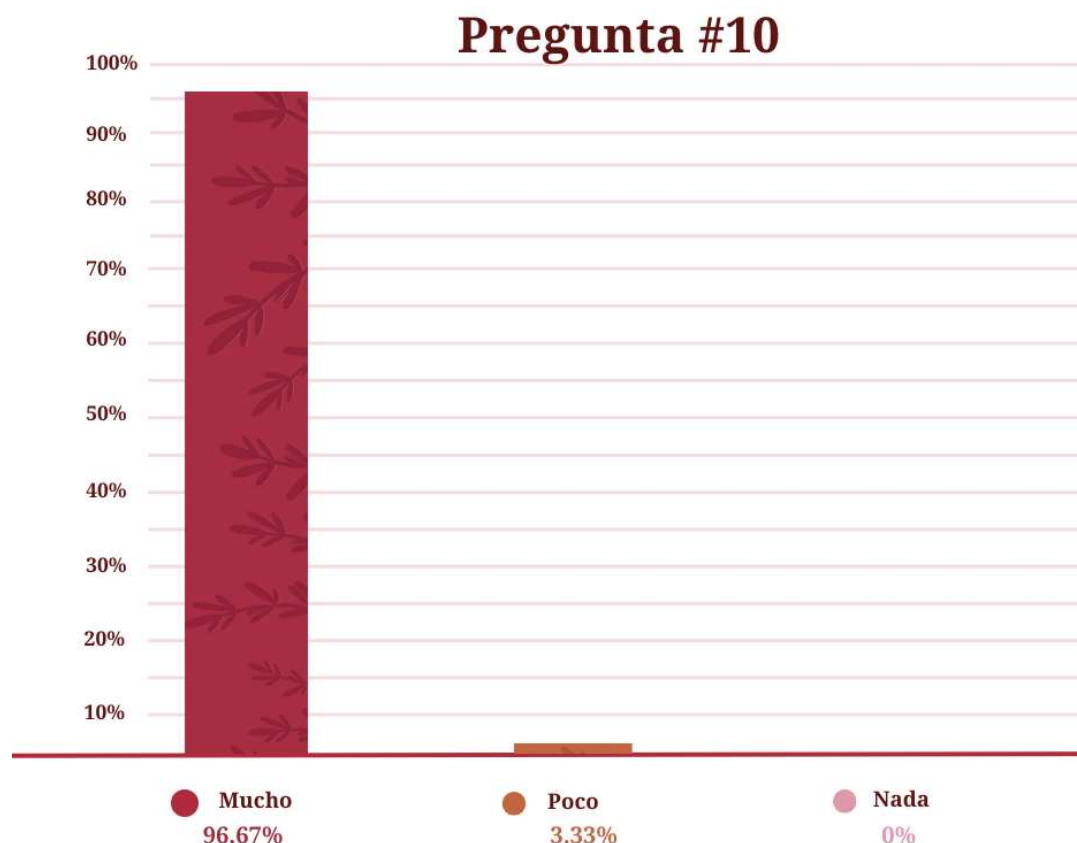
Interpretación: El 96.67% de las personas encuestadas describe que las tipografías utilizadas en el catálogo son muy legibles y claras en todas las secciones, mientras que el otro 3.33% considera que se le dificulta leer en algunas partes. Esto refleja que la mayoría de los encuestados considera una correcta elección tipográfica que garantiza una experiencia de lectura fluida y agradable.

9. En la siguiente escala del 1 al 5 ¿Cómo calificaría la integración de los elementos gráficos (íconos, textos, fotografías y decoraciones) en el diseño del catálogo?



Interpretación: El 83.33% de los encuestados considera que la integración de íconos, textos, fotografías y decoraciones en el diseño del catálogo refuerza la identidad de la marca, calificando con un 5 en la escala valorativa. El 13.33% otorgó 4, por lo que aun con un grado ligeramente menor, estos participantes coinciden. Por último, el 3.33% calificó con 1, sugiriendo que, para esta minoría, los elementos no refuerzan la identidad de la marca. Esto refleja que la mayoría percibe la integración gráfica del catálogo como efectiva para fortalecer la identidad de la marca.

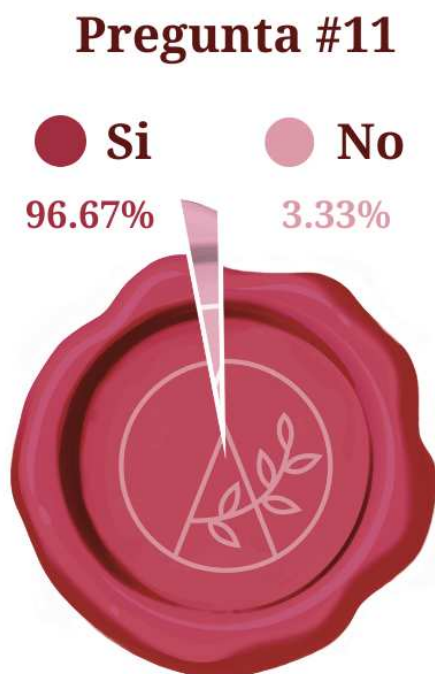
10. ¿Considera que los sellos en forma de lacre en el que se encuentran las iniciales de los títulos aportan distinción y refuerzan la conexión con la marca?



Interpretación: El 96.67% de los participantes considera que los sellos en forma de lacre en el que se encuentran las iniciales de los títulos aportan mucha distinción y refuerzan la conexión con la marca, mientras que el otro 3.33% considera que estos elementos refuerzan poco la conexión con la marca, por lo que a pesar de esta diferencia, los resultados globales muestran que estos elementos son relevantes en la percepción positiva de la marca por parte de los usuarios.

Parte operativa

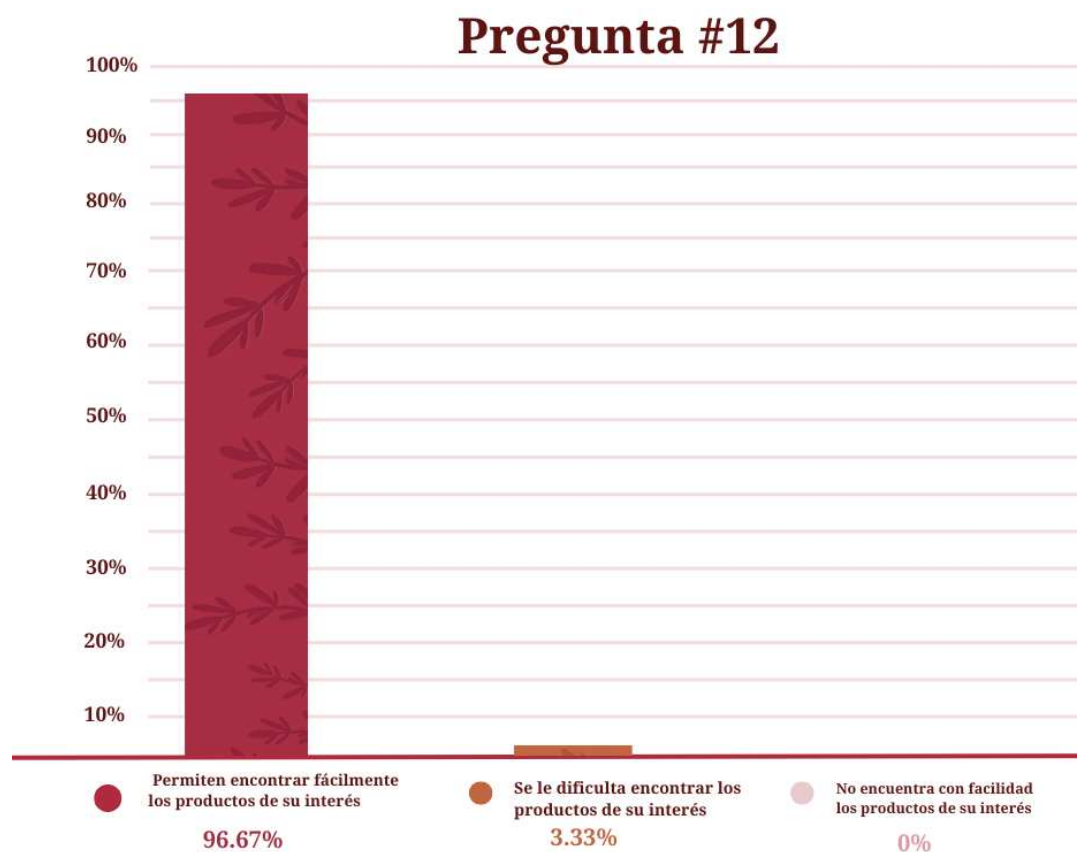
11. ¿Le resulta fácil visualizar la información y productos en el catálogo?



Porcentaje de los resultados

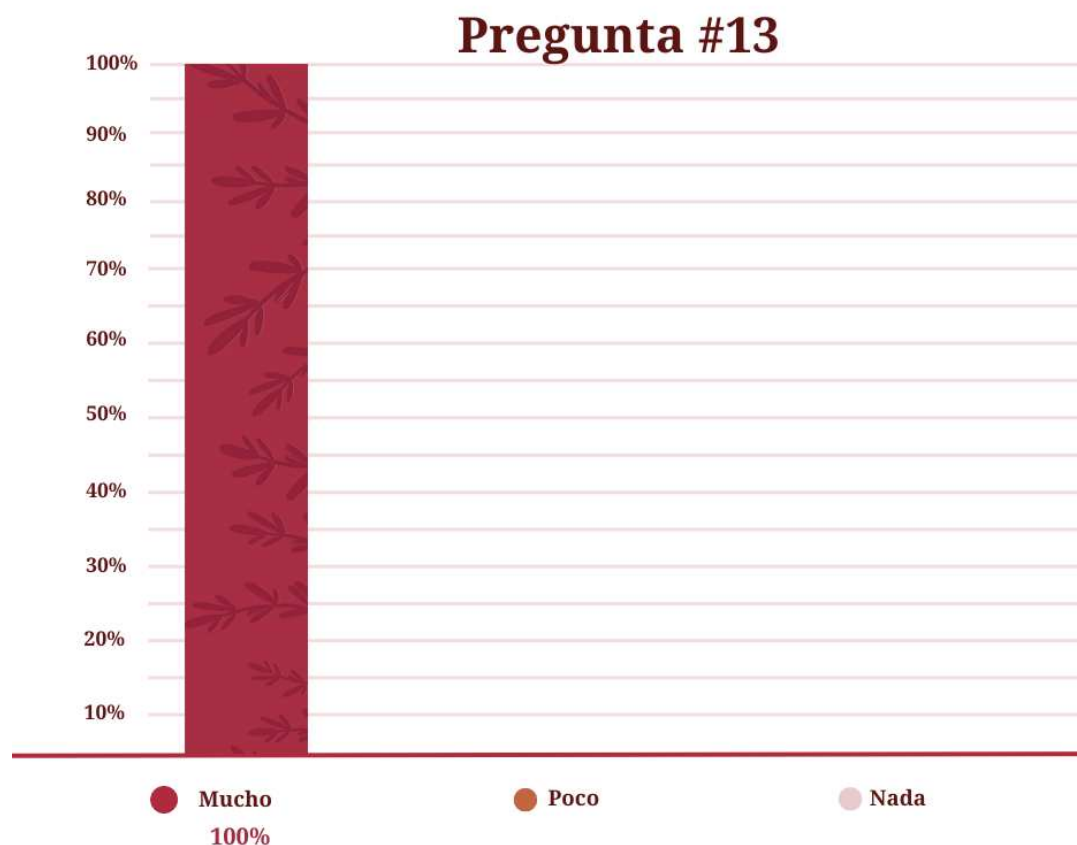
Interpretación: Al 96.67% de los encuestados les resulta fácil visualizar la información y los productos en el catálogo, mientras que al otro 3.33% de los encuestados les resulta difícil visualizar la información y los productos en el catálogo. Por lo que se confirma que el diseño está bien estructurado y fácil de navegar.

12. ¿Cómo evaluaría la distribución de los contenidos en el catálogo?



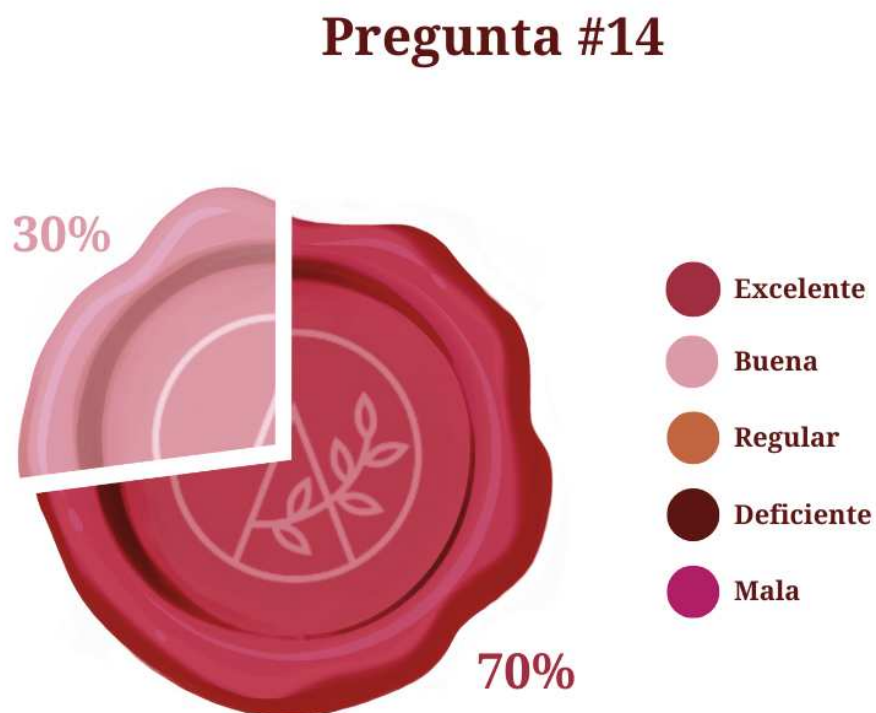
Interpretación: El 96.67% de los encuestados evalúa que la distribución de los contenidos permite encontrar fácilmente los productos de su interés, mientras que al otro 3.33% se le dificulta encontrar algunos productos, por lo que a pesar de la diferencia se resalta la importancia de una organización clara en la presentación de los productos, lo que contribuye a una experiencia de compra más satisfactoria para los usuarios.

13. ¿Cree que las fotografías utilizadas en el catálogo digital sirven como referencia visual para observar las características de los productos?



Interpretación: El 100% de los encuestados cree que las fotografías utilizadas en el catálogo digital sirven mucho como referencia visual para observar las características de los productos, así que se confirma que las imágenes sí cumplen con su función para una correcta comprensión de lo que se ofrece.

14. ¿Cómo calificaría la funcionalidad del catálogo digital?



Interpretación: Al 70% de las personas encuestadas le parece que la funcionalidad del catálogo digital es excelente, mientras que al otro 30% les parece buena.

Por lo tanto, se concluye que el diseño y la funcionalidad del catálogo cumplen con las expectativas de los usuarios, lo que puede incentivar una mayor interacción y uso del mismo.

Hallazgos importantes

- Descargar el PDF del catálogo como PDF interactivo para que los colores se vean más vibrantes.
- Probar otras tipografías para los títulos y subtítulos manteniendo el concepto pero que se vean más modernas.
- Colocar la tilde de la letra “I” que se encuentra dentro de un sello de lacre de la palabra índice en la segunda página del catálogo.
- Cambiar la resolución de la imagen de fondo de la portada en la pág. 38, utilizar imágenes de alta calidad de 300 DPI de resolución o 150 DPI como mínimo para la parte digital y multimedia.
- Revisar ortografía y gramática en algunas palabras del catálogo.
- Aumentar los puntos de la tipografía en los nombres de los sellos redondos ya que en algunos se dificulta leer bien.
- Alinear visualmente las palabras con la letra de los sellos en lacre de los títulos para hacerlos ver unificados.
- Verificar líneas guías iguales en todas las páginas para que todo vaya en un mismo orden.

Cambios con base a los resultados

A continuación se presentan los cambios con base a los resultados de la validación técnica y hallazgos importantes de los expertos, grupo objetivo y cliente.

Colores del catálogo

Antes.



Después.



Justificación. Se realizó una modificación en el proceso de descarga del PDF del catálogo, donde se reemplazaron los colores apagados por colores más vibrantes. Este cambio busca mejorar la experiencia visual, asegurando que los tonos sean más atractivos y dinámicos. Además, se optimizó el diseño para garantizar que los colores se vean consistentes en pantallas de diversos dispositivos.

Tipografía de títulos y subtítulos

Antes.

Instrucciones de compra

Envía un mensaje directo en Instagram indicando los productos que deseas.

Incluye tu dirección, nombre de quien recibe y número de teléfono.

Indica tu método de pago ya sea efectivo o transferencia.

Lugar	Envío
Zona 1 a zona 11 Zona 13 a zona 15	Q25.00
Zona 16 a zona 21	Q30.00
Zona 12, zona 24 y zona 25 Villa nueva Boca del monte San miguel petapa Mixco Carretera a el Salvador (hasta km 20)	Q35.00
Demás municipios y departamentos	Q35.00

Augenblick.gt Augenblick +502 3517 0368

Después.

Instrucciones de compra

Envía un mensaje directo en Instagram indicando los productos que deseas.

Incluye tu dirección, nombre de quien recibe y número de teléfono.

Indica tu método de pago ya sea efectivo o transferencia.

Lugar	Envío
Zona 1 a zona 11 Zona 13 a zona 15	Q25.00
Zona 16 a zona 21	Q30.00
Zona 12, zona 24 y zona 25 Villa nueva Boca del monte San miguel petapa Mixco Carretera a el Salvador (hasta km 20)	Q35.00
Demás municipios y departamentos	Q35.00

Augenblick.gt Augenblick +502 3517 0368

Justificación. Se realizó un cambio en la tipografía utilizada para los títulos y subtítulos ya que la anterior transmitía una sensación anticuada que afectaba la coherencia con la marca. Se eligió una nueva tipografía más moderna Analogist, manteniendo el concepto original pero con un estilo más actual y alineado con la imagen de la marca.

Tilde en la letra mayúscula I del título de la página Índice

Antes.



Después.



Justificación. Se añadió una tilde a la letra "I" en la palabra "Índice", dado que es fundamental respetar las reglas gramaticales. Inicialmente no se había incluido porque se consideraba innecesaria en el diseño decorativo al estar integrada dentro de la forma de un sello de lacre.

Alineación de títulos en las páginas de contenido

Antes.



Después.



Justificación. Se alinearon todos los títulos del catálogo en función de la letra inicial, la cual está integrada dentro de la forma de un sello de lacre. Este ajuste asegura una presentación visual más coherente y organizada, manteniendo la estética única del diseño mientras se mejora la legibilidad y uniformidad en todo el catálogo.

Corrección de líneas guías en las páginas de contenido

Antes.



Después.



Justificación. Se ajustaron las líneas guía en diversas secciones del catálogo, centrándose en las áreas donde se combinan textos e imágenes. Se prestó especial atención al espaciado entre las cajas de texto e imágenes, garantizando una distribución visual más equilibrada y ordenada.

Imagen de portada interna de la página no.38

Antes.



Después.



Justificación. Se eligió una nueva imagen de fondo para la portada interna de la sección "Sello Cliché" con mejor resolución y mayor visibilidad del producto. La imagen anterior presentaba problemas de pixelación, lo que afectaba la calidad visual, por lo que se buscó una nueva imagen y así mejorar la presentación del catálogo.

Tamaño de tipografías

Antes.



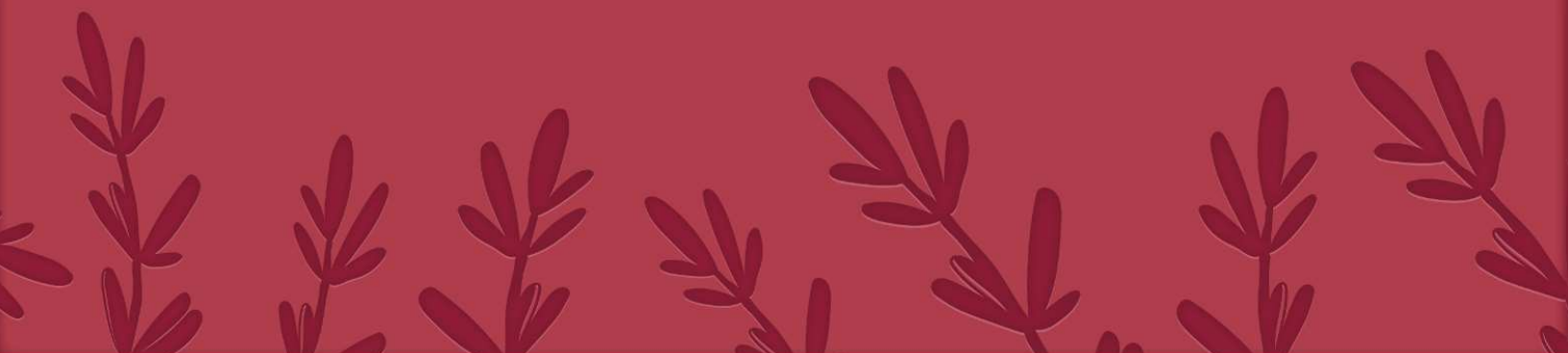
Después.



Justificación. Se incrementó el tamaño de las tipografías en ciertas secciones del catálogo, ya que algunos usuarios reportaron dificultades para leer la información. Este ajuste busca mejorar la legibilidad y garantizar una experiencia de lectura más cómoda y accesible para todos.



PROPUESTA GRÁFICA FINAL



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Se presenta la propuesta gráfica final del proyecto, en total el catálogo digital cuenta con 39 páginas, cada página contiene las siguientes medidas: 3,300 píxeles de ancho por 2,640 píxeles de alto. Se utilizan únicamente dos fuentes tipográficas a lo largo del contenido del catálogo, la tipografía Analogist para títulos y subtítulos y la tipografía Helvética Light para textos, descripciones y precios.

La paleta de colores utilizada es parte de la línea gráfica de la marca, está conformada por 3 colores web:



El catálogo digital puede visualizarse en el siguiente link:

https://www.canva.com/design/DAGVjRMgnjg/EGX7zS0JItcx3uI_ZGBJeA/view?utm_content=DAGVjRMgnjg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor

Portada



Índice

2,640 px

Índice

01	Instrucciones de compra	Pág. 3
02	Sellos de Lacre	Pág. 4 - 16
03	Accesorios	Pág. 17 - 27
04	Lacres	Pág. 28 - 35
05	Sello en relieve	Pág. 36 - 37
06	Sello cliché	Pág. 38 - 39

3,300 px

Página de instrucciones

2,640 px

Instrucciones

de compra

Envía un mensaje directo en Instagram indicando los productos que deseas.

Incluye tu dirección, nombre de quién recibe y número de teléfono.

Indica tu método de pago ya sea efectivo o transferencia.

Lugar	Envío
Zona 1 a zona 11 Zona 13 a zona 15	Q25.00
Zona 16 a zona 21	Q30.00
Zona 12, zona 24 y zona 25 Villa nueva Boca del monte San miguel petapa Mixco Carretera a el Salvador (hasta km 20)	Q35.00
Demás municipios y departamentos	Q35.00

Augenblick.gt

Augenblick

+502 3517 0368

3

3,300 px

Portada interna: Sección sellos de metal para lacre

2,640 px

Sellos

de metal para lacre

3,300 px

2,640 px

2,640 px

Páginas internas: Sección sellos de metal para lacre

2,640 px

D
i
s
e
ñ
o
s

Sellos
redondos

Magia	Huellas	Corazón antiguo	Cruz
Anillos	Noche estrellada	Hand made	Mis quince
Amor infinito	Olivo	Corona laurel	Luciernaga
Ramitas	Rama en espejo	Monte Fuji	

Disponibles para entrega inmediata
Sello de metal + mango de madera (madera clara, oscura y colores pastel)

Precio: Q95.00

7

3,300 px

2,640 px

D
i
s
e
ñ
o
s

Sellos
redondos

Flora	With love	Abeja	Arbusto
Lilo	Flor de Lis	Margaritas	Jardín
Violeta	Orquídeas	Hawái	Corazón

Disponibles para entrega inmediata
Sello de metal + mango de madera (madera clara, oscura y colores pastel)

Precio: Q95.00

8

3,300 px

3,300 px

3,300 px



Páginas internas: Sección sellos de metal para lacre

2,640 px

sellos personalizados






¿Qué incluye?
Sello de metal + mango de madera.

¿Cuándo lo recibo?
Paga antes del jueves a las 7pm y recibe el día martes de la siguiente semana.

Precio: Q225.00

Tamaño: 2.5 cm

13

3,300 px

2,640 px

sellos listos para pegar

Si deseas un diseño o color distinto a los mostrados anteriormente:

- Cualquier otro diseño de los mostrados en este catálogo
- Mínimo de compra: 25 sellos

Precio unidad: Q4.00

Personalizados:
Puedes solicitar tu diseño personalizado por Q225 adicionales.

Importante:
Incluye adhesivo para pegar en la superficie que desees.

El tiempo de entrega varía según la cantidad de sellos que se adquieran.
Se recomiendan 3 días de anticipación.



3,300 px

Páginas internas: Sección sellos de metal para lacre

2,640 px



Kit de 6 sellos
Caja de 6 sellos
+ 1 mango de madera
Diseños predeterminados

Q500.00

Kit de 12 sellos
Caja de 12 sellos
+ 2 mangos de madera
Diseños predeterminados

Q900.00

Kit de 26 sellos
Caja de 26 sellos
+ 2 mangos de madera
Diseños predeterminados

Q1600.00

15

3,300 px

2,640 px



Noche estrellada



Precio c/u: Q250.00

Almendo en flor



¿Qué incluye?
Lacre con colores acorde a la pintura.
Sello de metal con mango decorado con la obra (elige el diseño en los sellos de Q95.00 del catálogo)
Cuchara dorada de metal
Flores decorativas
Estuche con diseño correspondiente a la pintura

16

3,300 px

Portada interna: Sección accesorios para sellos de lacre



Página interna: Sección accesorios para sellos de lacre



Páginas internas: Sección accesorios para sellos de lacre

2,640 px

Marcadores metálicos



Precio: Q15.00 c/u

Marcadores metálicos

Para pintar sellos de lacre
Son de tinta de aceite

Colores disponibles

Dorado y plateado

19

3,300 px

2,640 px

Polvo para colorear



Precio: Q40.00

Polvo para colorear

Incluye ambos colores (dorado y plateado)

20

3,300 px

Páginas internas: Sección accesorios para sellos de lacre

2,640 px

Mat de silicona



Precio: Q25.00 c/u

Medidas

10 cm x 10 cm

Colores disponibles

En color celeste y rosado
(No incluye cuchara ni sello)

21

3,300 px

2,640 px

Mat de 24 moldes



Precio: Q95.00

Material

Mat de silicona

Medidas

25 moldes para sellos de 2.5 cm de diámetro.

22

3,300 px

Páginas internas: Sección accesorios para sellos de lacre

Molde metálico redondo



Medidas

Para sellos de 2.5 cm de diámetro

Colores disponibles

Dorado (No incluye cuchara ni mat de silicon)

Precio: Q30.00

23

3,300 px

 Cucharas



Cuchara plateada

Cuchara
antiadherente

Cuchara rose gold

Cuchara dorada

Precio: Q35.00

Precio: Q50.00

Precio: Q50.00

Precio: Q50.00

24

3,300 px

Base para derretir lacre



Dorado

Precio: Q100.00

Rose gold

Precio: Q100.00

Base nube

Precio: Q125.00

Base de madera

Precio: Q150.00

Base de nube disponible en color: Negra, Plateada, Rose Gold y Dorada

Importante:

Ninguna de las bases mostradas incluye cuchara.

25

3,300 px

Mangos para sellos

Mango en colores pastel:

- Rosado
- Verde
- Celeste
- Morado
- Amarillo
- Rojo

Q15.00



Mango Flor de Lis

Disponible en color
dorado y bronce

Q30.00



Mango antiguo

Disponible en color
dorado

Q50.00

26

3,300 px

Páginas internas: Sección accesorios para sellos de lacre

2,640 px



Estufa eléctrica



Estufa eléctrica para derretir lacre, ya sea en barras o con piezas individuales.
(No incluye cuchara)

Precio: Q150.00

27

3,300 px

Portada interna: Sección de lacres

2,640 px



Lacre

para sellos de lacre



3,300 px

Páginas internas: Sección de lacres

2,640 px





Color:
Dorado noble

Precio: Q45.00

Color:
Dorado

Precio: Q45.00

Color:
Dorado latón

Precio: Q45.00

Color:
Bronce

Precio: Q45.00

29

3,300 px

2,640 px





Color:
Plateado

Precio: Q45.00

Color:
Negro

Precio: Q45.00

Color:
Traslúcido

Precio: Q45.00

Color:
Lila

Precio: Q45.00

30

3,300 px

Páginas internas: Sección de lacres

2,640 px





Color:
Morado

Precio: Q45.00

Color:
Colores mixtos

Precio: Q45.00

Color:
Blanco perla

Precio: Q45.00

Color:
Blanco matte

Precio: Q45.00

31

3,300 px

2,640 px





Color:
Rose gold

Precio: Q45.00

Color:
Rosa perla

Precio: Q45.00

Color:
Palo rosa

Precio: Q45.00

Color:
Amarillo pastel

Precio: Q45.00

32

3,300 px

Páginas internas: Sección de lacres

2,640 px





Color: Terracota	Color: Rojo	Color: Baby blue	Color: Azul
Precio: Q45.00	Precio: Q45.00	Precio: Q45.00	Precio: Q45.00

33

3,300 px

2,640 px





Color: Verde azulado	Color: Celeste	Color: Verde	Color: Verde olivo
Precio: Q45.00	Precio: Q45.00	Precio: Q45.00	Precio: Q45.00

34

3,300 px

Portada interna: Sección sello en relieve



Página interna: sello en relieve

Sello seco/en relieve

¿Qué incluye?
Sello de metal + base de metal y estuche protector.

¿Cuándo lo recibo?
Abrimos pedido todos los meses del 01 - 15 para entregar un mes después.

Precio: Q550.00
Tamaño: 4 cm

36

Portada interna: Sección sello cliché



Página interna: Sección sello cliché

Tamaño	Precio
1x1 cm	Q300.00
2x2 cm	Q300.00
3x3 cm	Q350.00
4x4 cm	Q350.00
5x5 cm	Q400.00
6x6 cm	Q450.00

Este sello cuenta con un relieve adecuado para aplicar tu diseño en diferentes superficies como en comida, cerámica, cuero y muchos más.

38

Contraportada



PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

El presupuesto para el plan de costos de este proyecto se establece inicialmente considerando el tiempo y los costos estimados para la creación y digitalización del diseño del catálogo digital para la marca Augenblick. Posteriormente, se detalla la cotización para la reproducción y distribución en medios digitales. A partir de estos costos, se calcula el margen de utilidad y el IVA correspondiente.

Plan de costos de elaboración

Este plan de costos abarca el proceso creativo y la elaboración de la propuesta de diseño para el catálogo digital de la empresa Augenblick. Incluye el brief, la identificación del problema de diseño, el método y la conceptualización basada en una frase conceptual, así como la tabla de requisitos y el desarrollo de bocetos tanto naturales como formales. Se estima el tiempo de trabajo para cada etapa y se calcula un costo por hora de labor de Q25.00.

PLAN DE COSTOS DE ELABORACIÓN					
DESCRIPCIÓN	SEMANAS	DÍAS	HORAS AL DÍA	TOTAL DE HORAS	COSTOS
Brief e identificación de la problemática de diseño	1 semanas	4 días	3 horas	12 horas	Q 300.00
Método y la conceptualización	1 semana	3 días	3 horas	9 horas	Q 225.00
Elaboración de tabla de requisitos	1 semana	1 día	4 horas	4 horas	Q 100.00
Elaboración de bocetos naturales y formales.	2 semanas	4 días	6 horas	24 horas	Q 600.00
TOTAL DE PLAN DE COSTOS DE ELABORACIÓN					Q1,225.00

Plan de costos de producción

En este plan de costos se encuentra la digitalización y diagramación de todo el diseño del catálogo digital de la marca Augenblick, además se contempla la transferencia de todo el material a la plataforma de Canva para facilitar futuras ediciones. Cada fase del proceso comprende desde la estructuración visual, la organización de contenido, la optimización de tipografías y recopilación de imágenes gratuitas, así como la propuesta preliminar, los cambios con base a resultados y la propuesta final. Se desglosa en términos de tiempo estimado y se calcula un costo por hora de Q25.00 para los artes finales.

PLAN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN					
DESCRIPCIÓN	SEMANAS	DÍAS	HORAS AL DÍA	TOTAL DE HORAS	COSTOS
Digitalización y diagramación de todo el contenido del catálogo	2 semanas	6 días	5 horas	30 horas	Q 750.00
Creación de elementos visuales y decorativos	1 semana	2 días	6 horas	12 horas	Q 300.00
Recolección de imágenes gratuitas	1 semanas	2 días	5 horas	10 horas	Q 250.00
Propuesta Preliminar	1 semana	3 días	6 horas	18 horas	Q 450.00
Cambios con base a resultados	1 semana	1 día	6 horas	6 horas	Q 150.00
Propuesta final	1 semana	5 días	2 horas	10 horas	Q 250.00
Transferencia de material a la plataforma Canva	1 semana	2 días	4 horas	8 horas	Q 200.00
Costos adicionales (internet, luz, Plan de Adobe Creative Cloud)	0	0	0	0	Q 559.72
TOTAL DE PLAN DE COSTOS DE ELABORACIÓN					Q 2,909.72

Plan de costos de reproducción

A continuación, se presentan los costos estimados para el acceso a plataformas digitales para la entrega del material gráfico. La propietaria de la marca solicitó que el contenido se entregará a través de Canva, por lo que se creó una cuenta gratuita y se compartió todo el material en dicha plataforma. Se recomienda adquirir el plan Canva Pro para un mejor funcionamiento y acceso a más herramientas de edición.

Se proporcionará el material gráfico en formato editable EPS y PDF, respaldado en Google Drive, que ofrece 15 GB de almacenamiento gratuito. Se sugiere considerar un plan básico de almacenamiento para mayor capacidad y acceso.

PLAN DE COSTOS DE REPRODUCCIÓN	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Plan periódico Canva Pro	Q 50.24
Plan básico de almacenamiento en Google Drive	Q 15.38
TOTAL DE PLAN DE COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q 65.62

Plan de costos de distribución

El presente proyecto se distribuirá en formato digital a través de la plataforma Canva, eliminando la necesidad de impresión física o copias de materiales. La distribución del material se realizará mediante enlaces compartibles en el perfil de las redes sociales de la marca, lo que permitirá una distribución sin costo adicional.

PLAN DE COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Total de costos de distribución	Q 0.00
TOTAL DE PLAN DE COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q 0.00

Margen de utilidad

Se estima para el presente proyecto un promedio del 15% de utilidad sobre los costos.

MARGEN DE UTILIDAD	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Plan de costos de elaboración	Q1,225.00
Plan de costos de producción	Q 2,909.72
Plan de costos de reproducción	Q 65.62
Plan de costos de distribución	Q 0.00
Subtotal	Q 4,200.34
UTILIDAD DE 15%	Q 630.05

IVA

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

COSTO DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) 12%	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Plan de costos de elaboración	Q1,225.00
Plan de costos de producción	Q 2,909.72
Plan de costos de reproducción	Q 65.62
Plan de costos de distribución	Q 0.00
Utilidad del 15%	Q 630.05
Subtotal	Q 4,830.39
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO 12%	Q 579.64

Cuadro con resumen general de costos

Se presenta el resumen general de los costos estimados para este proyecto, el cual incluye el plan de costos relacionado con la elaboración, producción, reproducción, margen de utilidad e Impuesto al Valor Agregado (IVA).

RESUMEN GENERAL DE COSTOS	
DESCRIPCIÓN	COSTOS
Plan de costos de elaboración	Q 1,225.00
Plan de costos de producción	Q 2,909.72
Plan de costos de reproducción	Q 65.62
Plan de costos de distribución	Q 0.00
Subtotal I	Q 4,200.34
Margen de utilidad (15%)	Q 630.05
Subtotal II	Q 4,830.39
Impuesto al valor agregado (IVA)	Q 579.64
TOTAL	Q 5,410.03



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En conclusión, se logró realizar el diseño del catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Instagram y Facebook, los sellos de metal y accesorios para lacre que vende la tienda en línea Augenblick.

Además, se considera que se pudo recopilar la información de la marca, su línea de sellos de metal y accesorios para lacre a través de la información que el cliente proporcionó por medio del Brief, esto permitió transmitir la esencia de la marca en el diseño del catálogo.

Por otro lado, se puede concluir también que la investigación con base a los términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de catálogos digitales a través de fuentes bibliográficas, respaldan científicamente la propuesta de diseño del catálogo digital.

Finalmente, se afirma que diagramar a través del uso de programas y herramientas de diseño el contenido del catálogo digital con retículas que distribuyeron las imágenes, descripciones y textos, facilitó un diseño ordenado que permita a los usuarios entender el contenido de manera clara y sencilla.

Recomendaciones

Se recomienda establecer un periodo de tiempo determinado para actualizar el catálogo con nuevos productos, ofertas especiales, o cambios de temporada, ya que esto mantendrá la propuesta actualizada y motivará a los usuarios a volver a consultarlo.

Para seguir con la misma línea gráfica, es fundamental respetar la diagramación, colores y tipografías originales al momento de actualizar el catálogo según la sección a la que se deseen agregar productos o realizar cambios.

Dado que el catálogo está siendo compartido a través de la plataforma Canva, se debe asegurar que las imágenes y archivos utilizados estén optimizados para una carga rápida y así evitar que los usuarios abandonen la página por tiempos de espera prolongados.

También se recomienda que, al compartir el link del catálogo en la plataforma de canva se configure el enlace como “solo lectura” para mantener el diseño, compartirlo con el público objetivo y evitar ediciones no deseadas.

Por último, es recomendable incluir reseñas de clientes o testimonios en el catálogo digital lo que ayudará a generar confianza en los productos ya sea mediante una sección dedicada a ello o bien mediante frases destacadas junto a los productos.



CONOCIMIENTO GENERAL



Capítulo XII: Conocimiento general

Demostración de conocimientos



Demostración de conocimientos



Infografía de conocimiento general la cual detalla cómo cada curso contribuyó al desarrollo de este proyecto, realizado por la comunicadora y diseñadora Erika Ramos.



REFERENCIAS



Capítulo XIII: Referencias

Bibliografía

Albers, Joseph (1996) *Interaction of colors*. Yale University Press. ISBN: 9780300146936

Barthes, Roland (1967) *La semiología*. Siglo XXI Editores. ISBN: 9788437600038

Dabner, D., Stewart, S., & Zempol, E. (2005) *Diseño gráfico: Nuevo siglo, nuevas técnicas*.

Blume. ISBN: 978-84-8076-487-7

Frascara, Jorge (2006) *Diseño y Comunicación Visual: Contribución a una metodología*

didáctica. Infodesign. ISBN: 978-987-21901-5-4

Landa, Robin (2019) *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning. ISBN-13:

978-0-495-57281-7

Lupton, Ellen (2010) *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, &*

Students. Peachpit Press. ISBN: 1-56898-448-0

Spiekermann, E., & Ginger, E. M. (2013). *Deje de robar ovejas y descubra cómo funciona el tipo*.

Adobe Pr. ISBN: 9780201703399

Sturken, M., & Cartwright, L. (2009). *Prácticas de la mirada: La visualidad en la era de la*

globalización. Ediciones Akal. ISBN: 9780195314403

Williams, Robin (2005) *Simplicidad en el diseño gráfico*. Pearson Educación. ISBN:

9788420546777

Wolf, M. (1996). *La investigación de la comunicación de masas: Paradigmas y tendencias*.

Ediciones Paraninfo. ISBN: 84-7509-437-6

E-grafía

Augenblick. (2020). *Catálogo de productos* [Captura de imagen]. Recuperado de

<https://acortar.link/jort1b>

Brendon, V. (2024). *Columnas en el diseño editorial: Una guía informativa completa*.

Recuperado de:

<https://www.mediummultimedia.com/disenio/que-es-una-columna-en-el-diseno-editorial/>

Carlemany. (s.f.). *¿Qué es la semiótica visual en Diseño Gráfico y por qué es tan importante?*

Recuperado de

<https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/semiotica-visual-diseno-grafico/#:~:text=Esta%20disciplina%20ayuda%20a%20estudiar,composici%C3%B3n%20de%20signos%20y%20elementos.>

Col, F. (2023). *Precio*. Recuperado de: <https://www.rankia.com/diccionario/economia/precio>

Colle, R. (2009). *Semiología de la imagen*. Recuperado de

<https://visualismo.blogspot.com/2009/07/semiologia-de-la-imagen.html>

Concepto. (s.f.). *Teoría del color*. Recuperado de <https://concepto.de/teoria-del-color/>

Correduría inteligente. (2021). *Redes Sociales: definición y características*. Recuperado de

<https://www.mpmsoftware.com/latam/blog/redes-sociales-definicion-y-caracteristicas-latam/>

Dommia. (s.f.). *DISEÑO DE CATÁLOGOS*. Recuperado de

<https://www.dommia.com/es/disenio-grafico/disenio-de-catalogos>

Echavarria, A. (2020) *Nueva tendencia de diseño: Neomorfismo*. Recuperado de:

<https://adictosaltrabajo.com/2020/05/07/nueva-tendencia-de-diseno-neomorfismo/>

Emanuelli, E. (s.f.). *Las 11 principales tendencias en diseño gráfico para 2024: el futuro de la comunicación visual*. Recuperado de:

https://storylab.ai/es/top-graphic-design-trends-future-visual-communication/#toc_4_Neomorfismo

Enciclopedia Humanidades. (s.f.). *Descripción*. Recuperado de

<https://humanidades.com/descripcion/>

Espinoza, R. (2023) *Elementos de la comunicación: tipos y ejemplos*. Recuperado de:

<https://robertoespinosa.es/elementos-de-la-comunicacion/>

Frederick, D. (s.f.). Precio. Recuperado de <https://enciclopediaiberoamericana.com/precio/>

Gonçalves, W. (2016) Facebook: ¡todo sobre la red social más usada en el mundo! Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>

Instituto Nacional de Estadísticas Guatemala. (2022). *¿Cuál es la población de Guatemala en el 2022?* Recuperado de

<https://www.facebook.com/estadisticagt/photos/a.518712118250421/4662626807192244/?type=3>

Instituto Nacional de Estadísticas Guatemala. (2022). *Proyecciones Nacionales 1950-2050*.

Recuperado de <https://www.ine.gob.gt/proyecciones/>

Lenis, A. (2023). *Qué es la psicología del color, cómo implementarla y ejemplos*. Recuperado de

<https://blog.hubspot.es/marketing/psicologia-del-color>

Llasera, J. P. (2020). *Los 6 principios del diseño gráfico que debes conocer*. Recuperado de

<https://imborrable.com/blog/principios-diseno-grafico/#:~:text=Balance%20o%20Equilibrio,-El%20principio%20de&text=En%20el%20dise%C3%B1o%20se%20intentar%C3%A1.puede%20ser%20Sim%C3%A9trico%20o%20Asim%C3%A9trico..>

Marmarina. (s.f.). *Preguntas Frecuentes sobre los Sellos de Lacre*. Recuperado de

<https://marmarina.es/blog/preguntas-frecuentes-sellos-de-lacre-n46>

Martinez, E. (2018) *Sellos de lacre: Tipos de lacre y como lacrar*. Recuperado de:

<https://bealive.es/sellos-de-lacre/>

Martinez, M. (2024). *Guía del minimalismo*. Recuperado de

<https://minimalismoyorden.com/caracteristicas-del-minimalismo/>

Memon, M. (2022). *Qué es un catálogo de productos y cómo crear uno*. Recuperado de

<https://acortar.link/8YffR2>

Mi sello de caucho (2020). Sello en seco o de relieve. Recuperado de

<https://www.misellodecaucho.com/blog/sello-en-seco-o-de-relieve-n6>

Mr. Julls (2023). *¿Qué es el Diseño?* Recuperado de: <https://mrjulls.com/que-es-el-diseno>

Palomino, K. (2023). *Medios digitales: ¿Qué son y cuáles son los tipos?* Recuperado de

<https://es.snhu.edu/noticias/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>

Pochteca. (2023). *¿Sabes qué es el sello de lacre y cómo se utiliza?* Recuperado de

<https://tiendapapel.pochteca.com.mx/blog/que-es-el-sello-de-lacre-y-como-se-utiliza.html>

Romero, E. (2024). *¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?* Recuperado de

<https://www.inesem.es/revistadigital/disenio-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-diseno-grafico/>

Sanhonorato, A. (2024). *Un viaje por las tendencias visuales de 2024*. Recuperado de:

<https://www.freepik.com/blog/es/tendencias-visuales-2024/>

Significados, Equipo (2024). *Producto*. Recuperado de: <https://www.significados.com/producto/>

Tavera, K. (2022). *¿Qué es una tienda virtual/online?* Recuperado de

<https://www.godaddy.com/resources/latam/stories/que-es-una-tienda-virtual>

Tirosh. (2021). *Maquetación: Todo lo que debes saber sobre esta disciplina milenaria*.

Recuperado de <https://es.tomedes.com/blog-de-traduccion/maquetacion>

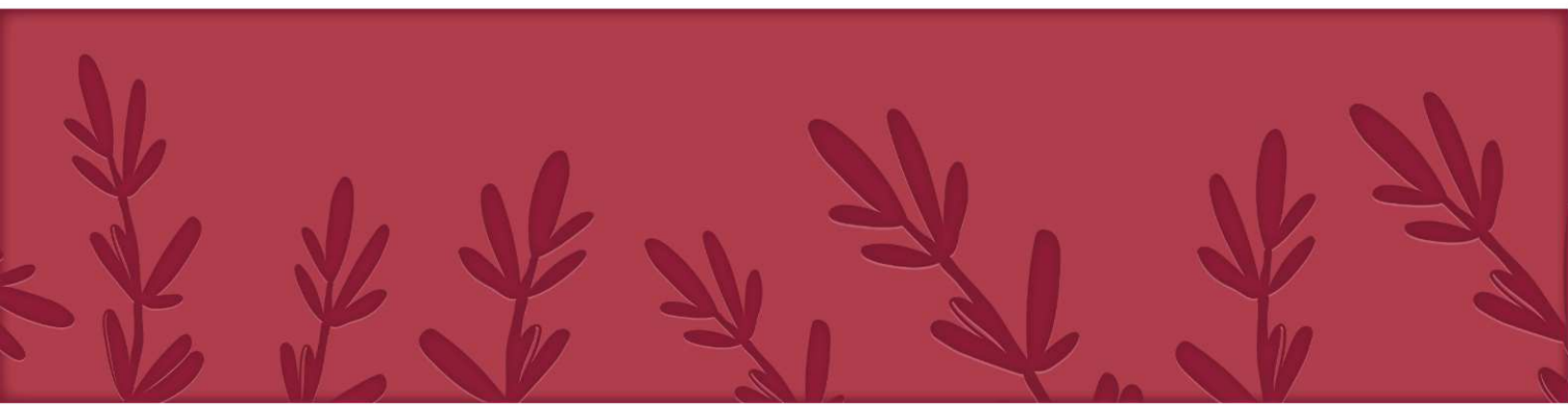
U-tad. (2023). *¿Qué es el diseño digital?* Recuperado de <https://u-tad.com/que-es-diseno-digital/>

Valencia, D. (2021). *Jerarquía visual*. Recuperado de

<https://www.crunar.mx/blog/jerarquia-visual#:~:text=La%20jerarqu%C3%ADa%20visual%20se%20define,entender%C2%20y%20sea%20visualmente%20atractivo>



ANEXOS



Capítulo XIV: Anexos

Anexo I: Brief del cliente

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Erika Melissa Ramos Méndez
No de Carné	21004424
Teléfono	3226 - 1864
E-mail	21004424@galileo.edu
Proyecto	Tesis

Datos del cliente

Empresa	Augenblick
Nombre del cliente	Carmen Lucia
Teléfono	3659 - 0687
E-mail	augenblick.gt.@gmail.com
Antecedentes	La tienda online de sellos de metal para lacre Augenblick surgió en 2020, Carmen soñaba con emprender y decidió abrir una tienda online. Inicialmente, pensó en vender libros, pero pronto se dio cuenta de que el mercado estaba saturado. Buscando una alternativa, optó por vender sellos de metal para lacre y desde sus inicios su emprendimiento ha ido creciendo exponencialmente.
Oportunidad identificada	Diseño de catálogo digital actualizado y visualmente atractivo y profesional para presentar los productos de la tienda online Augenblick.
Misión	Proveer sellos de metal para lacre de alta calidad, combinando diseño y artesanía, para que nuestros clientes, ya sean entusiastas del journaling o novias que buscan originalidad en sus invitaciones, puedan crear recuerdos distintivos y especiales.
Visión	Ser la tienda líder en ofrecer sellos de metal únicos y elegantes que añadan un toque especial y personalizado a eventos y momentos significativos.
Delimitación geográfica	Guatemala, Guatemala

Anexo I: Brief del cliente

Grupo objetivo	Personas de entre 25 a 35 años interesadas en actividades como el journaling, el scrapbooking y la creación de tarjetas, también para novias que están planeando su boda y buscan elementos únicos y elegantes para personalizar sus invitaciones.
Principal beneficio al Grupo Objetivo	El principal beneficio para el grupo objetivo de Augenblick es la capacidad de añadir un toque único y personalizado a sus proyectos de scrapbooking, journaling y tarjetas de invitación para bodas con un sello personalizado de metal para lacre.
Competencia	Su mayor competencia es la tienda online Carol's Import GT que cuenta con una presencia menos fuerte en redes sociales que Augenblick pero ofrecen los mismos productos que la marca por lo tanto es considerada su mayor competencia.
Posicionamiento	El posicionamiento en el mercado de Augenblick es ser la tienda online de referencia para sellos de metal para lacre de alta calidad, con 11k de seguidores en instagram y más de 500 seguidores en su página de Facebook.
Factores de diferenciación	Calidad Superior Diseños exclusivos y personalizados Atención al detalle Servicio al cliente excepcional
Objetivo de mercado	Es facilitar a los clientes el acceso de los productos que ofrece la tienda online Augenblick a través de un catálogo digital bien organizado y visualmente atractivo.
Objetivo de comunicación	Transmitir a través del catálogo digital la imagen de la marca la cual es elegante, simple y minimalista para que el cliente sienta esa conexión con la marca.
Mensaje clave a comunicar	Sellos de metal para lacre elegantes y profesionales
Estrategia de comunicación	● Definir qué se quiere lograr con el catálogo (aumento de ventas y promoción de los sellos) ● Entender quiénes son los clientes de Augenblick y qué les interesa. ● Crear un diseño elegante y profesional coherente con la marca. ● Incluir descripciones detalladas, precios y promociones para influir en la decisión de compra. ● Elegir las redes sociales donde esté presente la audiencia objetivo.

Anexo I: Brief del cliente

Reto del diseñador	Crear un catálogo digital visualmente atractivo y profesional que no solo refleje la identidad de la marca Augenblick, sino que también sea capaz de captar la atención de la audiencia objetivo en las redes sociales.
Trascendencia	La estrategia de comunicación y el diseño del catálogo digital para Augenblick en sus redes sociales tienen una trascendencia significativa, ya que pueden: • Atraer y retener clientes al presentar productos de manera atractiva. • Aumentar la participación en redes sociales al compartir contenido visualmente atractivo. • Diferenciar a Augenblick de la competencia al destacar su profesionalismo y originalidad.
Materiales a realizar	Diseño de catálogo digital
Presupuesto	Indefinido

Datos de la imagen gráfica

Logotipo	
Colores	
Tipografía	Blacker Pro Display Light
Forma	Círculo como un sello

Fecha: 18/ 04/ 2024

Firma:



Anexo II: Tabla de Niveles Socio Económicos 2018/Multivex

Tabla Niveles Socio Económicos

Actualización 2018

CARACTERÍSTICAS	1.80%		35.40%			62.80%		
	0.70% NIVEL A	1.10% NIVEL B	5.9 NIVEL C1	11.60% NIVEL C2	17.90% NIVEL C3	50.70% NIVEL D1	12.10% NIVEL D2	Indeterminado NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	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, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area 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 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q 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		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero avion-avoneta	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 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel minimo, 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 electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel minimo, 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 electrodomesticos. 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, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Fuente: Multivex Sigma Dos de Guatemala, S.A.
Datos de 2018

Anexo III: Investigación de tendencias Minimalista y abstracto



Diseño de catálogo por autor anónimo.



Free vector (Freepik)



Minimalismo y diseño sobrio. Diseño para la marca Madeline Hunt.



Branding para la marca Joanna



Post de inspiración creado por Poesiadegracia.

Anexo IV: Investigación de tendencias Neumorfismo



The new design age por Adam Oestergaard



Ejemplo de neumorfismo por Medium



Fondo de tecnología 3d en estilo



Neumorfismo por Asalfonso Serrano

neomorfismo.



Neumorfismo diseño rayas movimiento de: ilustración de stock.

Anexo V: Investigación de tendencias Overlay Design



*Poster by Xavier Esclusa Trias /
Madame*



Portada para la marca Pacific Northwest.



Diseño overlay por artista anónimo.



Example cover "QUIJANO"

Anexo VI: Modelo de encuesta



Facultad de ciencias de la comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Género:

F ☐

Experto

☐

Nombre

M ☐

Cliente

☐

Profesión

Grupo objetivo

☐

Puesto

Encuesta de Validación de proyecto de:

Diseño de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica la tienda online Augenblick. Guatemala, Guatemala.

Antecedentes:

Augenblick es una tienda online dedicada a vender sellos de metal y accesorios para lacre, fundada en 2020 como un pequeño emprendimiento. Actualmente el catálogo digital que ofrecen en sus redes sociales puede limitar la capacidad de reflejar la elegancia de la marca y vender de una manera más efectiva a clientes reales y potenciales.

Por lo que mediante un análisis se concluyó que la marca necesita un catálogo digital que sea visualmente atractivo y que proyecte la identidad gráfica de la marca donde pueda ofrecer su línea de productos y generar más confianza para sus clientes potenciales.

Anexo VI: Modelo de encuesta

Instrucciones

Con base a lo anterior observe la propuesta preliminar del diseño del catálogo digital y responda las siguientes preguntas de la validación del proyecto. Elija su respuesta y marque según su criterio.

Parte objetiva:

1. ¿Considera necesario diseñar un catálogo digital, para dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para lacre que vende la tienda online Augenblick?
☐ Sí
☐ No
2. ¿Considera importante recopilar información de la marca, su línea de sellos de metal y accesorios para lacre a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para transmitir la esencia de la marca en el diseño del catálogo?
☐ Sí
☐ No
3. ¿Está de acuerdo que es indispensable investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de catálogos digitales a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta de diseño del catálogo digital?
Si
No
4. ¿Considera importante diagramar a través del uso de programas y herramientas de diseño donde se apliquen retículas que distribuyan las imágenes, descripciones y

Anexo VI: Modelo de encuesta

textos para lograr un diseño ordenado que permita a los usuarios entender el contenido de manera clara y sencilla?

☐ Sí

☐ No

Parte Semiológica:

5. ¿Cómo considera la manera en que están organizados los elementos gráficos en el catálogo digital?

☐ Permiten comprender con claridad la información

☐ Se le dificulta comprender cierta información

☐ No comprende con facilidad la información presentada

6. ¿Qué emoción le transmiten los colores utilizados en el catálogo?

☐ Confianza

☐ Elegancia

☐ Formalidad

☐ Orden

☐ Desconfianza

☐ Ordinario

☐ Informalidad

☐ Desorden

7. ¿Considera que el diseño del catálogo refleja con claridad la identidad de la marca?

☐ El diseño refleja fielmente la identidad de la marca.

☐ El diseño refleja vagamente la identidad de la marca.

Anexo VI: Modelo de encuesta

☐ El diseño no refleja la identidad de la marca.

8. ¿Cómo describiría la legibilidad de las tipografías utilizadas en el catálogo?

☐ Son muy legibles y claras en todas las secciones.

☐ Se le dificulta leer en algunas partes.

☐ No son nada legibles ni fáciles de entender en general.

9. En la siguiente escala del 1 al 5 ¿Cómo calificaría la integración de los elementos gráficos (íconos, textos, fotografías y decoraciones) en el diseño del catálogo?

5



4



3



2



1



Refuerzan la identidad de
la marca.

No refuerzan la
identidad de la marca

10. ¿Considera que los sellos en forma de lacre en el que se encuentran las iniciales de los títulos aportan distinción y refuerzan la conexión con la marca?

☐ Mucho

☐ Poco

☐ Nada

Parte Operativa:

11. ¿Le resulta fácil visualizar la información y productos en el catálogo?

☐ Si

☐ No

Anexo VI: Modelo de encuesta

12. ¿Cómo evaluaría la distribución de los contenidos en el catálogo?

- ☐ Permiten encontrar fácilmente los productos de su interés.
- ☐ Se le dificulta encontrar algunos de los productos de su interés.
- ☐ No encuentra con facilidad los productos de su interés.

13. ¿Cree que las fotografías utilizadas en el catálogo digital sirven como referencia visual para observar las características de los productos?

- ☐ Mucho
- ☐ Poco
- ☐ Nada

14. ¿Cómo calificaría la funcionalidad del catálogo digital?

- ☐ Excelente
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente
- ☐ Mala

Observaciones:

Anexo VI: Modelo de encuesta

Gracias por tomarse el tiempo para completar esta encuesta. Sus respuestas ayudarán a mejorar la experiencia del usuario en la propuesta del catálogo digital para la marca Augenblick.

Anexo VII: Modelo de encuesta en google forms




Augenblick

Galileo

Encuesta de validación

Proyecto de graduación

Erika Ramos | 21004424 | Licenciatura en Comunicación y Diseño

Sección 1 de 3

Encuesta de validación I FACOM

B I U  

Diseño de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica la tienda online Augenblick. Guatemala, Guatemala.

Antecedentes:

Augenblick es una tienda online dedicada a vender sellos de metal y accesorios para lacre, fundada en 2020 como un pequeño emprendimiento. Actualmente el catálogo digital que ofrecen en sus redes sociales puede limitar la capacidad de reflejar la elegancia de la marca y vender de una manera más efectiva a clientes reales y potenciales.

Por lo que mediante un análisis se concluyó que la marca necesita un catálogo digital que sea visualmente atractivo y que proyecte la identidad gráfica de la marca donde pueda ofrecer su línea de productos y generar más confianza para sus clientes potenciales.

B I U   

Sección 2 de 3

INFORMACIÓN DEL ENCUESTADO

Descripción (opcional)

NOMBRE COMPLETO *

Texto de respuesta breve

GÉNERO *

☐ Masculino

☐ Femenino

TIPO DE ENCUESTADO *

☐ Experto

☐ Cliente

☐ Grupo objetivo

Anexo VII: Modelo de encuesta en google forms

TIPO DE ENCUESTADO *

☐ Experto

☐ Cliente

☐ Grupo objetivo

PROFESIÓN

Texto de respuesta breve

PUESTO

Texto de respuesta breve

AÑOS DE EXPERIENCIA

Texto de respuesta breve

Sección 3 de 3

ENCUESTA

Instrucciones

Con base a los antecedentes de la marca observe la propuesta preliminar del diseño del catálogo digital y responda las siguientes preguntas de la validación del proyecto. Elija su respuesta y marque según su criterio.

PARTE OBJETIVA

Descripción (opcional)

1. ¿Considera necesario diseñar un catálogo digital, para dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para lacre que vende la tienda online Augenblick?

☐ SI

☐ NO

Anexo VII: Modelo de encuesta en google forms

2. ¿Considera importante recopilar información de la marca, su línea de sellos de metal y accesorios para lacre a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief para transmitir la esencia de la marca en el diseño del catálogo? *

☐ SI

☐ No

3. ¿Está de acuerdo que es indispensable investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de catálogos digitales a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta de diseño del catálogo digital? *

☐ SI

☐ NO

4. ¿Considera importante diagramar a través del uso de programas y herramientas de diseño donde se apliquen retículas que distribuyan las imágenes, descripciones y textos para lograr un diseño ordenado que permita a los usuarios entender el contenido de manera clara y sencilla? *

☐ SI

☐ NO

PARTE SEMIOLÓGICA

Descripción (opcional)

5. ¿Cómo considera la manera en que están organizados los elementos gráficos en el catálogo digital? *

☐ Permiten comprender con claridad la información

☐ Se le dificulta comprender cierta información

☐ No comprende con facilidad la información presentada

Anexo VII: Modelo de encuesta en google forms

Anexo VII: Modelo de encuesta en google forms

10. ¿Considera que los sellos en forma de lacre en el que se encuentran las iniciales de los títulos aportan distinción y refuerzan la conexión con la marca? *

☐ Mucho

☐ Poco

☐ Nada

...

PARTE OPERATIVA

B *I* U [↗](#)  

Descripción (opcional)

11. ¿Le resulta fácil visualizar la información y productos en el catálogo? *

☐ Si

☐ No

...

12. ¿Cómo evaluaría la distribución de los contenidos en el catálogo? *

☐ Permiten encontrar fácilmente los productos de su interés.

☐ Se le dificulta encontrar los productos de su interés.

☐ No encuentra con facilidad los productos de su interés.

13. ¿Cree que las fotografías utilizadas en el catálogo digital sirven como referencia visual para observar las características de los productos? *

☐ Mucho

☐ Poco

☐ Nada

Anexo VII: Modelo de encuesta en google forms

The image shows a Google Forms survey interface. It contains three sections: a multiple-choice question, an observation section, and a thank-you message.

14. ¿Cómo calificaría la funcionalidad del catálogo digital? *

☐ Excelente

☐ Buena

☐ Regular

☐ Deficiente

☐ Mala

15. OBSERVACIONES

Texto de respuesta largo

Gracias por tomarse el tiempo para completar esta encuesta. Sus respuestas ayudarán a mejorar la experiencia del usuario en la propuesta del catálogo digital para la marca Augenblick.

Descripción (opcional)

Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Experto no. 1, licenciado Carlos Enrique Franco Roldán

Validación I Proyecto de graduación
Recibidos x


Erika Melissa Ramos Méndez <erika.ramos@galileo....>
mar, 24 sept, 16:18

para Carlos ▼

Buen día Licenciado Carlos Franco.

Me permito compartir con usted la propuesta preliminar de mi proyecto de graduación el cual consiste en el Diseño de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica la tienda online **Augenblick**.

Agradecería que dedicara unos minutos para revisar el material adjunto en el PDF y completar la encuesta de validación en el siguiente enlace: <https://forms.gle/rh3gjtMwQDqLTDyf7>

Sus comentarios serán de gran valor para mejorar este proyecto. Por último, le agradecería que confirme su participación respondiendo a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y su tiempo. - **No es necesario adjuntar fotografías los medios de verificación se realizarán mediante la respuesta a este correo.**

Atentamente,

Erika Ramos
Estudiante de Licenciatura en Comunicación y Diseño
FACOM - Universidad Galileo
Carné: 21004424

1 archivo adjunto• Analizado por Gmail ⓘ




Carlos Franco
mié, 25 sept, 17:01

Ya enviada mi evaluación , bonito proyecto y productos, felicitaciones.

Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Experto no. 2, licenciada Jacqueline Paz Perez

Solicitud de apoyo / Evaluación Tesis

Recibidos x



Erika Ramos <erimelramos18@gma...> 5 oct 2024, 3:06 p.m. (hace 5 días)

para jaquiepazperez@gmail.com ▼



Estimada Jaquelline Paz Perez, espero se encuentre bien, puede ver su trabajo en Behance y me encantó.

Mi nombre es Erika Ramos y estoy trabajando en mi proyecto de tesis de la universidad, el cual se trata del diseño de un catálogo digital para una marca que vende sellos de lacre.

Me gustaría pedirle su valiosa colaboración para evaluar el diseño del catálogo desde su perspectiva como profesional en diseño gráfico. Estoy segura de que sus comentarios serán de gran ayuda para mejorar el proyecto y asegurarme de que cumple con los estándares adecuados.

Si está de acuerdo, le adjunté mi proyecto en PDF y le pido se tome unos minutos para responder la encuesta de evaluación que se encuentra en este link: <https://forms.gle/rh3gitMwQDqLTDyf7>

Le agradecería que confirme su participación respondiendo a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y su tiempo

Atentamente,

Erika Ramos

Estudiante de Licenciatura en Comunicación y Diseño

FACOM - Universidad Galileo

Carné: 21004424

Un archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ



Jaquelline Paz

5 oct 2024, 7:53 p.m. (hace 5 días)

para mí ▼



Buenas noches Erika

Gracias por tomarme en cuenta para la validación de tu trabajo.

Confirmando de contestada la encuesta

Cualquier duda quedo a la orden

Feliz noche



Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Experto no. 3, licenciada Joshony Algarín

Solicitud de apoyo / Evaluación Tesis Recibidos x



Erika Ramos <erimelramos18@gmail.com>
para joshony.15@gmail.com ▼

7 oct 2024, 11:31 a.m. (hace 3 días) ☆ 😊 ↩ ⋮

Estimada Joshony Algarín, espero se encuentre bien, pude ver su trabajo en Behance y me encantó!

Mi nombre es Erika Ramos y estoy trabajando en mi proyecto de tesis de la universidad, el cual se trata del diseño de un catálogo digital para una marca que vende sellos de lacre.

Me gustaría pedirle su valiosa colaboración para evaluar el diseño del catálogo desde su perspectiva como profesional en diseño gráfico en el ámbito editorial. Estoy segura de que sus comentarios serán de gran ayuda para mejorar el proyecto y asegurarme de que cumple con los estándares adecuados.

Si está de acuerdo, le adjunté mi proyecto en PDF y le pido se tome unos minutos para responder la encuesta de evaluación que se encuentra en este link: <https://forms.gle/rh3gjtMwQDqLTDyf7> (En tipo de encuestado seleccione "experto" por favor)

Le agradecería que confirme su participación respondiendo a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y su tiempo

Atentamente,

Erika Ramos
Estudiante de Licenciatura en Comunicación y Diseño
FACOM - Universidad Galileo
Carné: 21004424

Un archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ



Joshony Algarín
para mí ▼

7 oct 2024, 1:37 p.m. (hace 3 días) ☆ 😊 ↩ ⋮

Buenas tarde, Erika.

Muchas gracias por tomarme en cuenta para la evaluación de tu proyecto.

Me gustó muchísimo, es funcional, reconocible y agradable a la vista.

Ya respondí tu encuesta, espero que todo salga excelente.

Feliz tarde.

...

Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Experto no. 4, Tecnologa Génesis Valentina Ramirez


Erika Ramos <erimeiramos18@gmail.com>
para gvrs2mil2@gmail.com

mar, 8 oct, 7:00 a.m. (hace 2 días) ☆ 😊 ↩ ⋮

Estimada Génesis Ramírez, espero se encuentre bien, pude ver su trabajo en Behance y me encantó!

Mi nombre es Erika Ramos y estoy trabajando en mi proyecto de graduación de la universidad, el cual se trata del diseño de un catálogo digital para una marca que vende sellos de lacre.

Me gustaría pedirle su valiosa colaboración para evaluar el diseño del catálogo desde su perspectiva como profesional en diseño gráfico en el ámbito editorial. Estoy segura de que sus comentarios serán de gran ayuda para mejorar el proyecto y asegurarme de que cumple con los estándares adecuados.

Si está de acuerdo, le adjunté mi proyecto en PDF y le pido se tome unos minutos para responder la encuesta de evaluación que se encuentra en este link: <https://forms.gle/rh3gjtMwQDqLTDyf7> (En tipo de encuestado seleccione "experto" por favor)

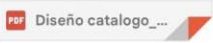
Le agradecería que confirme su participación respondiendo a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y su tiempo

Atentamente,

Erika Ramos
Estudiante de Licenciatura en Comunicación y Diseño
FACOM - Universidad Galileo
Carné: 21004424

Un archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ


Génesis Ramírez
para mí

mar, 8 oct, 7:34 a.m. (hace 2 días) ☆ 😊 ↩ ⋮

¡Hola Erika, un placer!

Muchísimas gracias por considerarme para poder comentar sobre tu proyecto de graduación
Me contenta mucho saber que están en esta etapa final tan importante, te deseo los mejores éxitos!

Ya pude observar el catálogo y siendo sincera, me encanto!!, todo en términos generales luce increíble, pude responder el formulario, y si te deje unas observaciones muy mínimas, pero de resto todo luce fenomenal.

Y por medio de este correo te confirmo la participación en las respuestas del formulario

—

Génesis Ramírez
+58 412 640 2230
gvrs2mil2@gmail.com • estudiocreativo.begin@gmail.com
San Cristóbal, Táchira, Venezuela

—

Bento - [Instagram](#) - [Behance](#)

—



Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Experto no. 5, licenciada Carolina Bustamante

Erika Ramos <erimeiramos18@gmail.com>
para dcnbustamante18@gmail.com ▼

mar, 8 oct, 5:53 a.m. (hace 2 días) ☆ 😊 ↶ ⋮

Estimada Diana Carolina, espero se encuentre bien, pude ver su trabajo en Behance y me encantó!

Mi nombre es Erika Ramos y estoy trabajando en mi proyecto de graduación de la universidad, el cual se trata del diseño de un catálogo digital para una marca que vende sellos de lacre.

Me gustaría pedirle su valiosa colaboración para evaluar el diseño del catálogo desde su perspectiva como profesional en diseño gráfico. Estoy segura de que sus comentarios serán de gran ayuda para mejorar el proyecto y asegurarme de que cumple con los estándares adecuados.

Si está de acuerdo, le adjunté mi proyecto en PDF y le pido se tome unos minutos para responder la encuesta de evaluación que se encuentra en este link: <https://forms.gle/rh3gitMwODqLTDyf7> (En tipo de encuestado seleccione "experto" por favor)

Le agradecería que confirme su participación respondiendo a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y su tiempo

Atentamente,

Erika Ramos
Estudiante de Licenciatura en Comunicación y Diseño
FACOM - Universidad Galileo
Carné: 21004424

Un archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ



Carolina Bustamante
para mí ▼

mar, 8 oct, 9:22 a.m. (hace 2 días) ☆ 😊 ↶ ⋮

Buenos días Erika,

En este momento acabo de realizar la validación y retroalimentación del trabajo para tu tesis de grado en Diseño en Google Forms. También quería agradecerte por haberme elegido para hacer dichas validaciones para tu carrera. En este correo te adjunto varias recomendaciones y sugerencias para mejorar algunos detalles del diseño del catálogo para que lo puedas tomar como una oportunidad de mejora antes de presentar el proyecto completo al jurado de la tesis de tu universidad. Las observaciones y retroalimentación las hice dentro del PDF adjunto como anotaciones, para que lo puedas tener en cuenta.

Muchos exitos en tu trabajo de grado, saludos desde Colombia.

...

Diana Carolina Niño Bustamante
Senior Visual Designer | UI/UX Designer
M: +57 312 270 3424 | 606 7360956
in: [diana-carolina-niño-bustamante1988](https://www.instagram.com/diana-carolina-niño-bustamante1988)
Be: www.behance.net/Carolina1988
IG: [@the_phoenix_visual_design](https://www.instagram.com/the_phoenix_visual_design)

Un archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ



Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Experto no. 6, Msc. Sandra Escobar



Erika Melissa Ramos Méndez <erika.ramos@galileo.edu>

para Sandra ▾

sáb, 28 sept, 18:49 (hace 12 días)



Buen día licenciada Sandra Escobar, es un gusto saludarla nuevamente.

Espero este mensaje le encuentre bien, el motivo de este es para solicitar su apoyo en la evaluación de la propuesta preliminar de mi proyecto de graduación el cual consiste en el Diseño de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para lacre que fabrica la tienda online **Augenblick**.

Agradecería que dedicara unos minutos para revisar el material adjunto en el PDF de este correo y completar la encuesta de validación en el siguiente enlace: <https://forms.gle/rh3gitMwQDqLTDyf7> (En tipo de encuestado debe seleccionar "Experto")

Sus comentarios serán de gran valor para mejorar este proyecto. Por último, le agradecería que confirme su participación respondiendo a este correo indicando que la encuesta ha sido realizada.

Agradezco de antemano su apoyo y su tiempo. - **No es necesario adjuntar fotografías los medios de verificación se realizarán mediante la respuesta a este correo.**

Atentamente,

Erika Ramos
Estudiante de Licenciatura en Comunicación y Diseño
FACOM - Universidad Galileo
Carné: 21004424

1 archivo adjunto • Analizado por Gmail ⓘ



Sandra Roxana Escobar Barrientos

para mi ▾

mar, 8 oct, 15:31 (hace 2 días)



¡Listo! Éxitos.

--

MSc. Sandra Escobar
linkedin.com/in/sescobargt
+50237506816

Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Ciente: Carmen Lucía Vasquez Maldonado dueña de la marca



Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Grupo objetivo

<  **candypg_** >  



Copia de Productos disponibles para entrega inmediata - Augenblick

 canva.com

Y entonces responder la encuesta:



Encuesta de validación I FACOM

Ho de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para la ore que fabrica la tienda Augenblick. Guatemala, Guatemala.

rederentes:

enblick es una tienda online dedicada a vender sellos de metal y accesorios para la ore que fabrica la tienda Augenblick en 2020 como un pequeño emprendimiento. Actualmente el catálogo digital que se encuentra en sus redes sociales puede limitar la capacidad de reflejar la elegancia de la marca por lo que se necesita de una manera más efectiva a clientes reales y potenciales.

lo que mediante un análisis se concluyó que la marca necesita un catálogo digital que sea visualmente atractivo y que proyecte la identidad gráfica de la marca donde pueda ofrecer su línea de productos y generar más confianza para sus clientes potenciales.

Encuesta de validación I FACOM

 forms.gle

En tipo de encuestado debes seleccionar "publicó objetivo" y una vez terminada la encuesta por favor me confirmas por aquí que fue realizada 😊🙏 gracias por tu tiempo!

 Ya lo respondí 

<  **expresalocontizas** Activo(a) hace 1 h >  



Copia de Productos disponibles para entrega inmediata - Augenblick

 canva.com

Y entonces responder la encuesta:



Encuesta de validación I FACOM

Ho de catálogo digital para dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para la ore que fabrica la tienda Augenblick. Guatemala, Guatemala.

rederentes:

enblick es una tienda online dedicada a vender sellos de metal y accesorios para la ore que fabrica la tienda Augenblick en 2020 como un pequeño emprendimiento. Actualmente el catálogo digital que se encuentra en sus redes sociales puede limitar la capacidad de reflejar la elegancia de la marca por lo que se necesita de una manera más efectiva a clientes reales y potenciales.

lo que mediante un análisis se concluyó que la marca necesita un catálogo digital que sea visualmente atractivo y que proyecte la identidad gráfica de la marca donde pueda ofrecer su línea de productos y generar más confianza para sus clientes potenciales.

Encuesta de validación I FACOM

 forms.gle

En tipo de encuestado debe seleccionar "publicó objetivo" y una vez terminada la encuesta por favor me confirma por aquí que fue realizada 😊🙏 gracias por su tiempo!

 Muy bonito todo, ya lo envié

Anexo VIII: Evidencia de validación técnica

Grupo objetivo

<  **Anna García | Embroidery**
Activo(a) hace 1 h


Copia de Productos disponibles para entrega inmediata - Augenblick
canva.com


Encuesta de validación I FACOM
Proyecto de graduación
Elija Ramos | 21064431 | Licenciatura en Comunicación y Diseño

Encuesta de validación I FACOM
El objetivo de este catálogo digital es dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para la tienda que fabrica la tienda Augenblick, Guatemala, Guatemala.

Objetivos:
El objetivo de este catálogo digital es dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para la tienda que fabrica la tienda Augenblick, Guatemala, Guatemala.

Encuesta de validación I FACOM
forms.gle

Y esta es la encuesta:

En tipo de encuestado debes seleccionar "publicó objetivo" y una vez terminada la encuesta por favor me confirmas por aquí que fue realizada 😊🙏

 Listo! Ya lo respondí

<  **Carolina Loarca**
carolinaloarca_


Copia de Productos disponibles para entrega inmediata - Augenblick
canva.com

Y entonces responder esta encuesta:


Encuesta de validación I FACOM
Proyecto de graduación
Elija Ramos | 21064431 | Licenciatura en Comunicación y Diseño

Encuesta de validación I FACOM
El objetivo de este catálogo digital es dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para la tienda que fabrica la tienda Augenblick, Guatemala, Guatemala.

Objetivos:
El objetivo de este catálogo digital es dar a conocer a través de las redes sociales Facebook, Instagram y Whatsapp, los sellos de metal y accesorios para la tienda que fabrica la tienda Augenblick, Guatemala, Guatemala.

Encuesta de validación I FACOM
forms.gle

En tipo de encuestado debes seleccionar "publicó objetivo" y una vez terminada la encuesta por favor me confirmas por aquí que fue realizada 😊🙏 gracias por tu tiempo Carolina!

Ya lo hice, no sé si se envió

De nada!!