



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos. Empresa Carento Eventos. Guatemala, Guatemala. 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Carol Stephanie Cifuentes Zamora

Carné: 14001068

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Junio 2018

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos. Empresa Carento Eventos. Guatemala, Guatemala. 2018.

ELABORADO POR:

Carol Stephanie Cifuentes Zamora

Carné: 14001068

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, Junio 2018

Autoridades

- Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

- Vicerrectora general

Dra. Mayra de Ramírez.

- Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

- Secretario general

Lic. Jorge Retolaza.

- Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

- Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

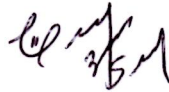
Guatemala 28 de abril de 2017

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

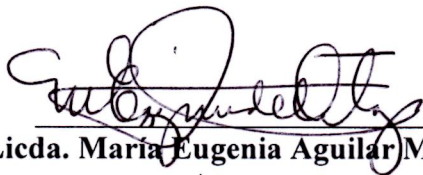
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES A TRAVÉS DE REDES SOCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ADMINISTRACIÓN Y MONTAJE DE EVENTOS. EMPRESA CARENTO EVENTOS. GUATEMALA, GUATEMALA. 2018.** Así mismo solicito que la Licda. María Eugenia Aguilar Melgar sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Carol Stephanie Cifuentes Zamora
14001068



Licda. María Eugenia Aguilar Melgar
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 02 de mayo de 2017

Señorita:
Carol Stephanie Cifuentes Zamora
Presente

Estimada Señorita Cifuentes:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES A TRAVÉS DE REDES SOCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ADMINISTRACIÓN Y MONTAJE DE EVENTOS. EMPRESA CARENTO EVENTOS. GUATEMALA, GUATEMALA. 2018.** Así mismo, se aprueba a la Licda. María Eugenia Aguilar Melgar, 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, 21 de diciembre 2017

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 MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES A TRAVÉS DE REDES SOCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ADMINISTRACIÓN Y MONTAJE DE EVENTOS. EMPRESA CARENTO EVENTOS. GUATEMALA, GUATEMALA. 2018.** Presentado por la estudiante: Carol Stephanie Cifuentes Zamora, con número de carné: 14001068, 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,

Licda. Maria Eugenia Aguilar Melgar
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 16 de mayo 2018

**Señorita
Carol Stephanie Cifuentes Zamora
Presente**

Estimada Señorita Cifuentes:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 05 de junio de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM


Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES A TRAVÉS DE REDES SOCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ADMINISTRACIÓN Y MONTAJES DE EVENTOS. EMPRESA CARENTO EVENTOS. GUATEMALA, GUATEMALA. 2018.*** de la estudiante Carol Stephanie Cifuentes Zamora, 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, 5 de junio 2018

Señorita:
Carol Stephanie Cifuentes Zamora
Presente

Estimada Señorita Cifuentes:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES A TRAVÉS DE REDES SOCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ADMINISTRACIÓN Y MONTAJE DE EVENTOS. EMPRESA CARENTO EVENTOS. GUATEMALA, GUATEMALA. 2018.** Presentado por la estudiante: Carol Stephanie Cifuentes Zamora, 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

A Dios: Por ser la luz que iluminó mi camino para poder alcanzar esta meta.

A mis padres: Lesbia Elizabeth Zamora Abadía y Ángel Rubén Cifuentes Maldonado, por su amor, dedicación, por sus consejos, palabras y su gran ejemplo, que me han impulsado a seguir adelante en cada tropiezo y que esta meta sea una pequeña recompensa por todo el esfuerzo que han puesto en mí.

A mis hermanas: Angélica Johanna Cifuentes Zamora y Vivian Elizabeth, por sus consejos y amor durante toda la carrera.

A mi sobrina: Zoe Elizabeth Amado Cifuentes, por alegrar mis días con cada una de sus ocurrencias y por siempre darme los abrazos de oso.

Resumen

En un acercamiento con la Empresa Carento Eventos se identificó que carece de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de redes sociales, los productos y servicios de administración y montajes de eventos.

El enfoque de la investigación es mixto porque se utilizaron 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.

Se realizó un herramienta de validación para conocer la percepción de 19 personas, solo mujeres que les gustan las fiestas, son profesionales, empresaria, comerciantes y les gusta reunir a sus seres queridos para cualquier ocasión, 2 clientes y 4 expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue: Se diseñaron materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de redes sociales, los productos y servicios de administración y montajes de eventos y se recomendó actualizar el material cada año con forme a las tendencias y nuevos productos de la empresa Carento Eventos.

Para efectos legales únicamente la autora Carol Stephanie Cifuentes Zamora es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I

1.1	Introducción.....	1
-----	-------------------	---

Capítulo II:

2.1	Contexto	2
2.2	Requerimientos de comunicación y diseño.....	3
2.3.1	Magnitud	3
2.3.2	Vulnerabilidad	4
2.3.3	Trascendencia	4
2.3.4	Factibilidad	4
2.3.4.1	Recursos humanos	4
2.3.4.2	Recursos organizacionales.....	5
2.3.4.3	Recursos económicos	5
2.3.4.4	Recursos tecnológicos	5

Capítulo III

3.1	Objetivo general	6
3.2	Objetivos específicos	6

Capítulo IV

4.1	Datos del Estudiante.....	7
4.2	Datos Generales del cliente.....	7

4.3 FODA.....	9
4.4 Organigrama de Carento Eventos	10
4.5 Datos del logotipo	10
Capítulo V	
5.1 Perfil Geográfico:.....	12
5.2 Perfil Demográfico:.....	12
5.3 Perfil Psicográfico:.....	12
5.4 Perfil Conductual:	13
Capítulo VI	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:.....	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	15
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	15
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	19
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	20
6.3.1 Ciencias	20
6.3.2 Artes	22
6.3.3 Teorías.....	23
6.3.4 Tendencias.....	25

Capítulo VII

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:	26
7.2 Conceptualización.....	28
7.2.1 Método: Mapa mental	28
7.2.2 Aplicación del método	29
7.2.3 Definición del concepto	29
7.3 Bocetaje.....	30
7.3.1 Proceso de bocetaje formal	31
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos	37
7.4 Propuesta preliminar	44

Capítulo VIII

8.1 Población y muestreo	54
8.2 Método e instrumento	55
8.3 Resultados e interpretación de resultados	56
8.4 Cambio en base a resultados	72

Capítulo IX:

Propuesta gráfica final.....	76
------------------------------	----

Capítulo X:

Producción, reproducción y distribución	88
10.1 Plan de costos de elaboración	88

10.2 Plan de costos de producción	88
10.3 Plan de costos reproducción.....	88
10.4 Plan de costos de distribución.....	88
10.5 Margen de utilidad	88
10.6 IVA.....	88
10.7 Cuadro con resumen general de costos	89
Capítulo XI	
11.1 Conclusiones	90
11.2 Recomendaciones.....	90
Capítulo XII: Conocimiento general.....	92
Capítulo XIII: Referencias	95
13.1 Referencias de documentos físicos	95
13.2 Referencias de documentos electrónicos	95
Capítulo XIV:	
Anexos	100
14.1 Tabla de requisitos.....	100
14. 2 Técnica de validación.....	101
14.2 Escáner de validación de expertos.....	105
14.4 Tablas de tabulación	109
14.5 Encuestados	114

14.5.1 Grupo objetivo.....	114
14.5.2 Cliente	115
14.5.3 Expertos	116



Capítulo I

Capítulo I: Introducción

La empresa Carento Eventos inició operaciones en el mes de diciembre del año 2010, se elaboraron paletas de chocolate entre otros, distribuyéndolas en diferentes comercios y actualmente presta servicio completo de “catering”, pastelería artística, chocolatería, “candy station”, decoración según temática y mobiliario para todo tipo de evento, sin embargo, existe una problemática porque no cuenta con materiales gráfico que den a conocer la marca.

Por lo que se propone desarrollar el tema: Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de redes sociales, los productos y servicios de administración y montaje de eventos. Guatemala, Guatemala. 2018.

Se deberá investigar para redactar un marco teórico de las ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias que respaldan el proyecto, entre ellas se encuentra: La psicología del color, la comunicación, la semiología, entre otras que ayudan justificar cada elemento que se encuentra dentro de los materiales gráficos digitales.

Asimismo, se debe validar la propuesta preliminar que se obtendrá a tres grupos: Clientes, grupo objetivo y expertos. Dentro de una entrevista se aplicará una técnica cuantitativa para y recopilar resultados y hallazgos y elaborar cambios para la propuesta gráfica final.

Se investigará acerca de los diferentes materiales gráficos digitales que existen en redes sociales y se editarán fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería que ofrece la misma.



Capítulo II

Capítulo II: Problemática

La empresa Carento Eventos se localiza en 7 av. 3 – 51 zona 2 de Mixco, Colonia El Tesoro, no cuenta con materiales de comunicación visual que se utilicen en internet y den a conocer la conducción y estructuración de eventos sociales o familiares y productos de pastelería que ofrece.

El uso de redes sociales es un canal adecuado para comunicar los servicios y productos que se ofrecen a los clientes reales y potenciales, de esta forma se beneficiará la promoción de la empresa.

Por lo que se determinó que la solución es el diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos.

2.1 Contexto

La empresa Carento Eventos inició en el año 2010, elaboraba paletas de marshmallows y de chocolate, distribuyéndolas en diferentes comercios. En el año 2012 empezaron a producir “cupcakes” y pasteles artísticos.

Asimismo, crecieron y en la actualidad dan servicios de administración y montajes de eventos completos.

Por lo que se dio un acercamiento con Carlos Enrique Toca, Gerente General y dueño de la Empresa Carento Eventos y se identificó que no cuenta con materiales gráficos para promoverse.

2.2 Requerimientos de comunicación y diseño

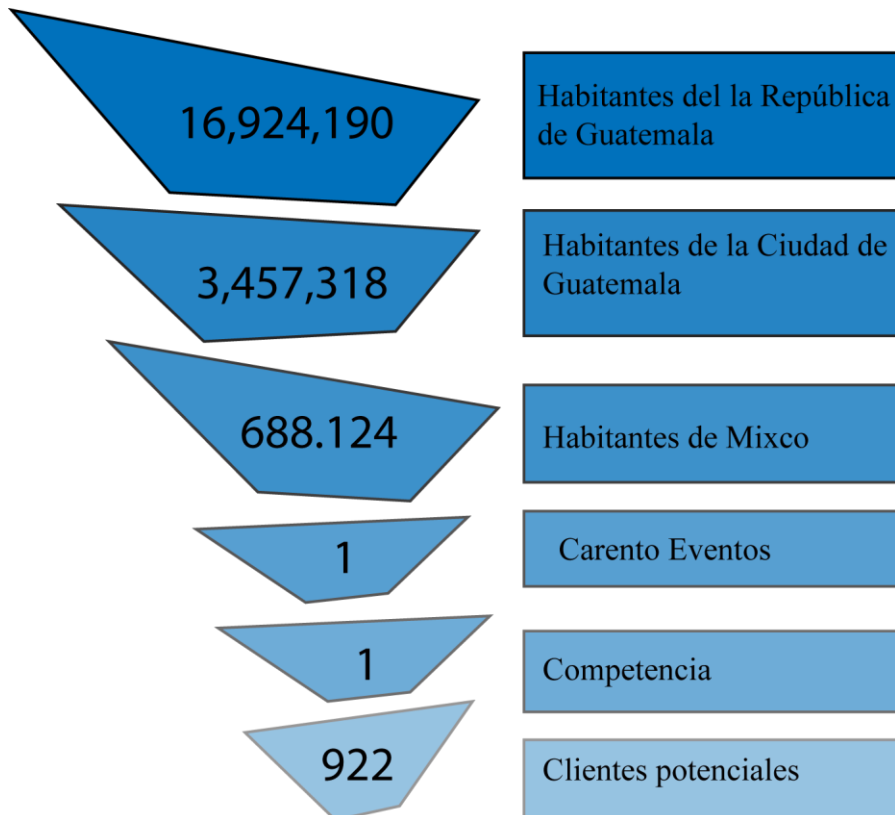
En un acercamiento con la Empresa Carento Eventos se identificó que carece de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de redes sociales, los productos y servicios de administración y montajes de eventos.

2.3 Justificación

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

a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

2.3.1 Magnitud



En la República de Guatemala el censo en el año 2016, realizado por el Instituto Nacional de Estadística - INE-, ajustó la cantidad de habitantes que es de 16, 924,190, de la Ciudad de Guatemala, 3, 457,318 habitantes y la población de Mixco 688.124 habitantes. Existe una empresa que es la competencia directa La Barra Dulce. En el mercado es más conocida la empresa. Actualmente Carento Eventos cuenta con 922 clientes reales.

2.3.2 Vulnerabilidad

Al no contar con el diseño de materiales gráficos digitales, la empresa no podrá promocionar en los clientes reales y potenciales los servicios y productos que ofrece, por lo tanto puede llegar a perder clientela y no incrementar su cartera.

2.3.3 Trascendencia

Al contar con el diseño de materiales gráficos digitales, la empresa podrá dar a conocer el servicio y productos innovadores a través de redes sociales y obtendrá un incremento en el número de clientes.

2.3.4 Factibilidad

El proyecto del diseño de materiales gráficos digitales es posible, ya que se cuenta con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos humanos

Se cuenta con el personal capacitado, con experiencia y las habilidades necesarias para elaborar el proyecto con éxito.

2.3.4.2 Recursos organizacionales

Carlos Enrique Toca autorizó a su personal para que brinde la información necesaria y realizar el proyecto con los datos correctos.

2.3.4.3 Recursos económicos

La empresa posee los recursos necesarios para que la elaboración de este proyecto sea posible.

2.3.4.4 Recursos tecnológicos

Carento Eventos cuenta con una computadora portátil HP, con los programas Adobe necesarios y con una Cámara semi profesional Sony.



Capítulo III

Capítulo III: Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de redes sociales, los productos y servicios de administración y montajes de eventos.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Investigar acerca de materiales gráficos digitales que existen en redes sociales para la creación de ideas concretas que se presenten en este proyecto.

3.2.2 Recopilar información acerca de la semiología, tanto de imagen como del discurso para transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo.

3.2.3 Editar fotografías proporcionadas por el cliente de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos digitales.



Capítulo IV

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Datos del Estudiante

4.1.1 Nombre del Estudiante: Carol Stephanie Cifuentes Zamora.

4.1.2 No. de Carné: 14001068.

4.1.3 Celular: 42168505.

4.1.4 Email: zamo.peqee@gmail.com.

4.1.5 Proyecto

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos.

4.2 Datos Generales del cliente

4.2.1 Nombre del cliente: Carento eventos

4.2.2 Dirección: 7 av. 3-51 zona 2 de Mixco, Colonia el Tesoro.

4.2.3 Correo Electrónico: infoventas.guate@gmail.com

4.2.4 Contacto: Carlos Toca

4.2.5 Teléfono: 2250- 5693

4.2.6 Antecedentes La empresa Carento Eventos inició operaciones en el mes de diciembre del año 2010, se elaboraron paletas de marshmallows y de chocolate, distribuyéndolas en diferentes comercios. En el año 2012 comenzaron a elaborar “cup cakes” y pasteles artísticos para eventos especiales. En el 2014 empezaron a realizar eventos, familiares y corporativos. Actualmente

prestan servicio completo de “catering”, pastelería artística, galletería, chocolatería, “candy station”, decoración según temática y mobiliario para todo tipo de evento.

4.2.7 Misión: Llegar a ser una empresa donde los sueños e imaginación se hacen realidad enfocada a la satisfacción del consumidor de alta repostería, servicio de catering, organización y montaje de eventos, ofrecer a cada uno de nuestros clientes, calidad y servicio.

4.2.8 Visión: Ser una empresa innovadora y vanguardista para llegar a ser la opción número uno para nuestros clientes y ser así una marca reconocida a nivel regional, por la calidad y variedad de nuestros servicios.

4.2.9 Delimitación geográfica: Guatemala.

4.2.10 Grupo objetivo: Mujeres de 28 a 50 años con un nivel socioeconómico B y C+.

4.2.11 Principal Beneficio al grupo objetivo: La calidad del servicio y el sabor de los productos de pastelería.

4.2.12 Competencia: La Barra Dulce.

4.2.13 Posicionamiento: Es líder en la ciudad de Guatemala.

4.2.14 Factores de diferenciación La detallada atención a los clientes que desean realizar una celebración o evento. La fina repostería ofrece un sabor sin igual y las porciones tienen un tamaño superior a las del mercado tradicional.

4.2.15 Objetivos de mercado: Diseñar materiales gráficos para promover en clientes reales y potenciales la marca por medio de redes sociales e incrementar la publicidad de Carento Eventos.

4.2.16 Objetivos de comunicación Difundir en redes sociales los materiales gráficos digitales de los productos y servicios que se ofrecen.

4.2.17 Mensajes claves a comunicar: Calidad del producto y los detalles del servicio.

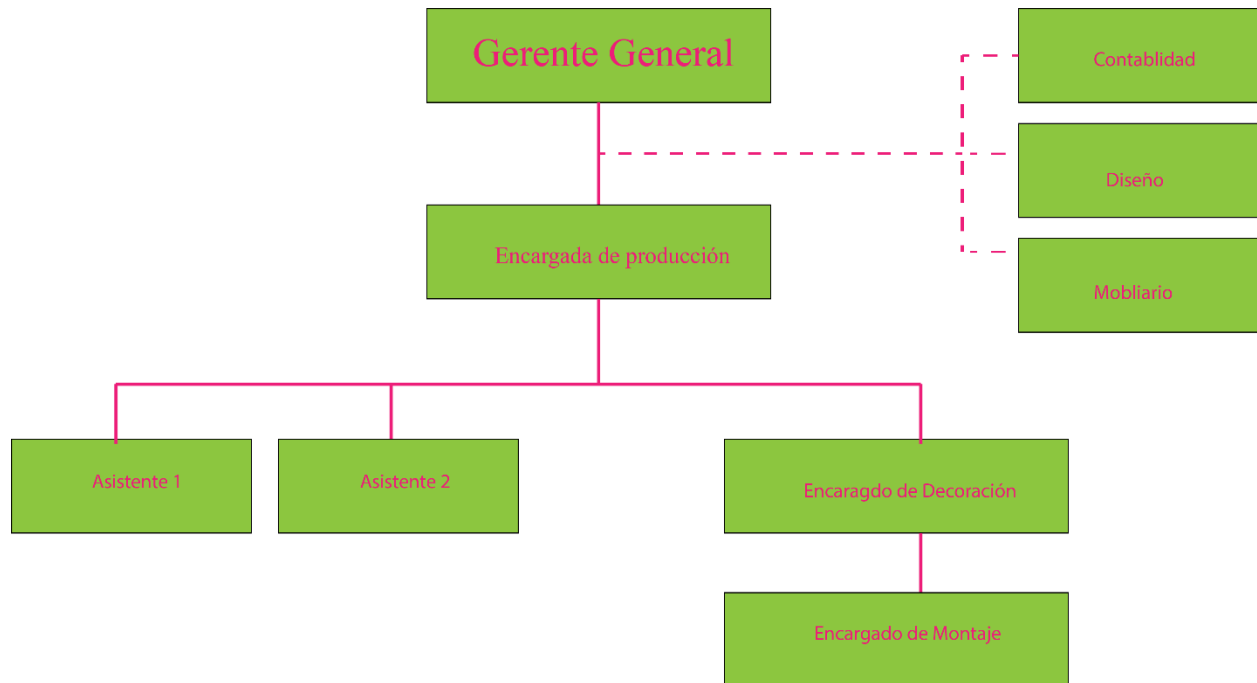
4.2.18 Trascendencia: Innovación en los diseños de los materiales gráficos digitales.

4.2.19 Estrategia de comunicación: Materiales gráficos digitales.

4.3 FODA

Fortalezas	Oportunidades
Trabajo en equipo Conoce el mercado Administración de personal suficiente	Sabores de poca calidad en la pastelería Menos diversidad de productos Administración de montajes deficientes
Debilidades	Amenazas
Falta de personal Falta de página web Falta de mobiliario	Crisis económica Baja en compra de productos Delincuencia en la zona de la empresa

4.4 Organigrama de Carento Eventos



4.5 Datos del logotipo

Logotipo:



4.5.1 Paleta de colores



C 40
M 0
Y 100
K 0
R 166
G 206
B 57



C 0
M 100
Y 10
K 0
R 237
G 0
B 128

PANTONE 375



C 46.27
M 0
Y 100
K 0
R 149
G 214
B 0

PANTONE 225 C



C 40
M 0
Y 100
K 0
R 229
G 26
B 146



C 0
M 0
Y 0
K 100
R 35
G 31
B 32



C 0
M 0
Y 0
K 100
R 35
G 31
B 32

4.5.2 Prueba tipografía

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;!@#\$%&*~

Byron

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

4.5.3 Tipo de logo: Logotipo



Capítulo V

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivos

El proyecto está dirigido a mujeres de 28 a 50 años de la Ciudad de Guatemala, que les gusta realizar eventos sociales, como celebración de cumpleaños, bodas, bautizos o momentos importantes de ellas como de sus familiares.

5.1 Perfil Geográfico

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, - INE- del año 2016, la Ciudad de Guatemala cuenta con 3, 457, 318 habitantes, está ubicada en el Valle de la Ermita, su clima está entre 12 y 28 °C, tiene con una extensión de 996 km, está integrada por 25 zonas. Mixco cuenta con 688.124 habitantes, está ubicada en el oeste de la Ciudad Capital, su clima es de 27 °C, posee con una extensión de 132 km, está integrado por 11 zonas.

5.2 Perfil Demográfico

Mujeres de 28 a 50 años con un nivel socio económico B y C+ con ingresos entre Q45, 000.00 y Q20, 000.00 con educación superior, empresarias, ejecutivas, vendedoras, comerciantes y profesionales. Frecuentan clubes privados y parques temáticos. Poseen tarjetas de crédito y cuentas de ahorro. Viven en casas de dos niveles con cuatro cuartos, viven en residenciales, poseen jardín y cuentan con área verde. (Instituto Nacional de Estadística Guatemala, 2017)

5.3 Perfil Psicográfico

Mujeres que les gustan las fiestas, bailar, celebrar y buscan reunir a sus seres queridos para cualquier ocasión importante.

Realizan viajes dentro y fueran del país constantemente, son integrantes de clubes sociales, sus núcleo familiar realiza actividades recreativas y les gusta crear eventos que sean memorables.

5.4 Perfil Conductual

Mujeres que se motivan por realizar eventos para ellas y sus familiares y se identifican con una empresa como Carento Eventos, porque satisface sus expectativas con respecto a la administración y montaje de eventos que ellas han asistido y desean contratar para sus propios festejos.



Capítulo VI

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Eventos.

Es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros, ya sea por las personas que acudirán a la misma o por el valor y la carga emotiva que un individuo le ponga a una de estas acciones, se organizará de acuerdo a su importancia y factibilidad. (Definición ABC, 2017)

Por ejemplo, una ceremonia de entregas de premios, como pueden ser los Oscar de la Academia Americana.

6.1.2 Pastelería.

El término pastelería se refiere al establecimiento donde se producen o se comercializan distintos tipos de alimentos dulces, como pasteles, tortas, tartas y otros. (Definición.de, 2017)

Por ejemplo, Cake Gallery y La Barra Dulce.

6.1.3 Organización de Eventos.

Es el proceso de diseño, planificación y estructuración de la distribución del mobiliario en diferentes festejos como: Congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las que puede tener diversas finalidades. (EcuRed, 2017)

En cuanto a la administración del montaje, servicio de "catering", "candy stations" y decoración, son claros ejemplos de lo que conlleva la realizar un evento o acontecimiento.

6.1.4 Decoración.

El origen de esta palabra proviene del latín *decoratĭo*, se refiere a la tarea de ornamentar o crear cierto efecto en algo. Embellecer o adornar algún sitio o lugar. (Definición.de, 2017)

Actualmente los festejos o eventos se decoran, para esto se invierte un porcentaje de los gastos que se estipulan de acuerdo a la importancia del acontecimiento.

6.1.5 Servicios.

Es el conjunto de acciones que se realizan para servir a alguien, a algo o alguna causa. Son funciones ejercidas por personas hacia individuos con la finalidad de que se cumplan con la satisfacción requerida. (concepto,definición, 2017)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación.

La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de esta, las personas o animales obtienen y trasladan información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto. (Definición.de, 2017)

6.2.1.2 Proceso de Comunicación.

Implica la emisión de señales como: Los sonidos, gestos o señas, que se utilizan con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el anuncio e interpretarlo. (Definición.de, 2017)

6.2.1.3 Paul Lazarsfeld.

Fue un sociólogo austriaco que incursionó en el estudio de la comunicación a través de la investigación de la influencia que pueden ejercer los medios sobre el actuar humano, específicamente, radio y el cine. Es considerado uno de los iniciadores de las corrientes funcionalistas y uno de los padres fundadores de la investigación en comunicación. (2017; Teoría de la comunicación, 2017)

6.2.1.4 John Dewey.

Filósofo nacido en Burlington, Vermont, Estados Unidos el 20 de octubre de 1859. Es llamado por muchos el “padre de la educación renovada”. Graduado en Artes en la Universidad de Vermont en 1879. Se doctoró en Filosofía en la Universidad de John Hopkins en 1884.

Estudió los sistemas educativos de México; China, Turquía, Japón y la Unión Soviética. Contrastó sus principios educativos en la famosa escuela laboratorio de carácter experimental, denominado Escuela Dewey, instituido en la Universidad de Chicago en 1896. (pedagogía, 2017)

6.2.1.5 Harold Laswell.

Considerado uno de los fundadores de la psicología política. Se dedicó al estudio de la influencia de los medios de comunicación y de información de masas en el proceso de creación de la opinión pública, un tema clave para la sociología contemporánea en las sociedades industriales y postindustriales.

El modelo de Laswell se publicó, en 1948, en su artículo Estructura y Función de la Comunicación de Masas. En el mismo es posible apreciar la presencia de las concepciones

conductistas o behavioristas dominantes en el panorama científico de la época que pretenden explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

Es un esquema básicamente descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los que podían ser descriptos a partir de responder 5 interrogantes: ¿Quién dice?, ¿Qué?, ¿En qué canal?, ¿Quién?, ¿Con que efecto? (Comunicólogos, 2017)

6.2.1.6 Comunicación gráfica.

Es una disciplina que detecta y resuelve problemas de comunicación a través de mensajes y estrategias generados mediante un proceso cognitivo, metodológico y en diversos medios con un lenguaje basado en conceptos que se traducen en formas visuales, se utiliza la tecnología para dar soluciones a las necesidades de la sociedad con una visión sustentable. (Universidad de Guadalajara, 2017)

6.2.1.7 Comunicación informativa.

Es el tipo de comunicación que se define como la manera de decir algo para enterar a una o varias personas con el objetivo de tener noción acerca un tema o noticia ya sea histórico, geográfico o de otra índole. (Wikipedia, 2017)

6.2.1.8 Internet.

El nombre procede de las palabras en inglés Interconnected Networks, que significa “redes interconectadas”. Es la unión de todas las redes y computadoras distribuidas por todo el mundo, por lo que se puede decir que la comunicación a través de la red informática es infinita. (Conceptode.de, 2017)

6.2.1.9 Redes Sociales.

Son sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual y compartir contenidos, interactuar sobre intereses similares: Trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, relaciones comerciales entre otras. (escritorio familiar, 2017)

6.2.1.10 Comunicación corporativa.

Es la disciplina que dirige todos los mensajes que una empresa, organización o institución desea transmitir a todas sus partes interesadas, conecta a los clientes con la organización. (universidad interamericana, 2017)

6.2.1.11 Identidad corporativa.

Hace referencia a los diferentes elementos que una empresa, una marca o una compañía utiliza para distinguirse del resto.

Dichos elementos se conforman desde un logo hasta la relación que se establece con los clientes. (DefiniciónABC, 2017)

6.2.1.12 Imagen corporativa.

Es la representación mental que el público recibe de una organización, que resulta de la acumulación de mensajes que genera. No solo se transmite algo cuando quiere hacerse. Hay que considerar, mientras que la marca se dirige a un determinado público, la compañía tiene grupos muy heterogéneos: Lo que para unos es bueno para otros es malo. (EcuRed, 2017)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 *Diseño.*

Del italiano disegno, la palabra se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos con respecto a sus líneas, forma y funcionalidad. (Definición.de, 2017)

6.2.2.2 *Diseño Gráfico.*

Es una profesión, con el objetivo de satisfacer necesidades de comunicación visual, organiza la imagen y el texto para producirlo en medios industriales y comunicar un mensaje específico, a un determinado grupo social y con un fin claro y definido. (Conceptodefinición.de, 2017)

6.2.2.3 *Diseño Digital.*

Es la acción de comprender, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. (Conoce las Tic's, 2017)

6.2.2.4 *Diagramación.*

Es distribuir y organizar los elementos del mensaje, texto e imagen, en el papel mediante criterios de importancia al buscar funcionalidad en lo que se creo, bajo una apariencia adecuada de tipografías y colores. (Diagramacion, 2017)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias.

6.3.1.1 Semiología.

Es la ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. Dirige todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos vinculados a la semántica y la escritura como semióticos, signos humanos y de la naturaleza. (Definición.de, 2017)

6.3.1.2 Semiología de la Imagen.

Es el mensaje que se trasmite visualmente iconos e imágenes, cada uno de los elementos tiene su significado. Se compone por ser denotativo y connotativo.

En ese orden se comprende el primero a simple vista y el segundo con la necesidad de un poco más de tiempo para entender la idea que se desea transmitir. (todomarketing, 2017)

6.3.1.3 Sociología.

Es una rama del conocimiento humano que se inclina hacia la comprensión racional y objetiva de un ámbito de la realidad. Su objeto es el estudio de la sociedad humana. De los diferentes grupos interculturales. (EcuRed, 2017)

6.3.1.4 Etnología.

Estudia los grupos humanos existentes en la actualidad o que vivieron en el pasado y los clasifica con respecto a sus pautas culturales: Lengua, costumbres, religión, símbolos, ideología, economía, tecnología, arte, ciencia, organización familiar, social y política, entre otros. (deconceptos.com, 2017)

6.3.1.5 Deontología.

Ciencia que trata acerca del conjunto de deberes y principios éticos que conciernen a cada profesión, oficio o ámbito laboral. En el que se rige cada una de ellas, con el fin de cumplir con el reglamento de su carrera profesional. (significados, 2017)

6.3.1.6 Economía.

Es el estudio de como los seres humanos transforman los recursos naturales en productos y servicios que pueden usar las personas. “Mark Skousen” (Erickrodriguez, 2011)

6.3.1.7 Estadística.

Es una ciencia que utiliza datos numéricos para obtener inferencias basadas en el cálculo de probabilidades. Es también los resultados de datos obtenidos a través de un estudio cuantitativo. (significados, 2017)

6.3.1.8 Psicología.

Es la ciencia que estudia los procesos y estados del pensamiento, se encarga de recopilar experiencia de los seres vivos para explicar el comportamiento de cada uno de ellos. (diccionario de psicología, 1977)

6.3.1.9 Psicología del color.

Es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo percibimos y nos comportamos ante distintos colores, así como las emociones que provocan en nosotros dichos tonos.

6.3.1.9 Psicología del color.



Significado de cada uno de los colores. (sar, 2017)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Fotografía.

Es la técnica de obtener imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial o visualizarlas digitalmente. (conceptode., 2017)

6.3.2.2 Tipografía.

Los grandes maestros deseaban deleitar la vista y hacer más legible a los autores clásicos de la época por lo que crearon familias tipográficas, fue el caso del francés Garamond (1505-1561) del italiano Bodoni (1740-1813). Por lo que crearon tipo móviles. (Clarín, 2017)

Es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre. (Fotonostra, 2017)

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color.

Ser parte de los tres colores primarios se establece una serie de mezclas que llevarán a la obtención de una extensa gama de posibilidades. De hecho las teorías de la luz y el color demuestran que se pueden pintar todos los tonos de la naturaleza con dichos colores. Hay que distinguir entre dos tipos: Luz y materia.

El primero es inmaterial proveniente del sol o proyectores artificiales: Bombillas, llamas, aunque se toma como referencia el que proviene del sol al mediodía.

El segundo, está compuesto por pigmentos artificiales, tales como pinturas en sus diferentes modalidades: Acrílicos, óleos, esmaltes.

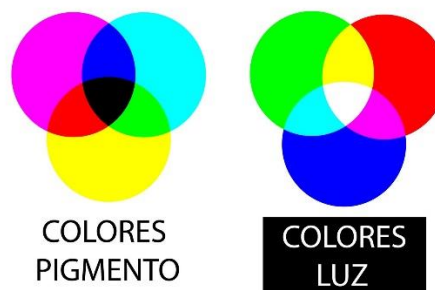


Gráfico de la mezcla de los 3 colores primarios pigmentos da negro y la mezcla de los 3 colores primarios luz da blanco. (herramientas para inspirar su imaginación, 2017)

6.3.3.2 Teoría del recorrido visual.

Mediante el recorrido visual se establece una serie de relaciones entre los elementos plásticos de la composición. El orden en la lectura de los elementos visuales viene determinado por la propia organización interna de la composición, que define una serie de direcciones visuales. (nivel compositivo, 2017)

6.3.3.3 Tecnología.

Es el conjunto de conocimientos con las que el hombre desarrolla un mejor entorno, más saludable, agradable y sobre todo cómodo para la optimización de la vida. Esta combina la técnica de mejora de un espacio con las distintas revoluciones que se han originado en los últimos siglos. (definición.de, 2017)

6.3.3.4 Marketing.

Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento del mercado y del consumidor. Este analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (Definición.de, 2017)

6.3.3.5 Publicidad.

Es el conjunto de estrategias con las que una empresa da a conocer sus productos a la sociedad. Esta utiliza como principal herramienta los medios de comunicación, ya que son tan diversos y tienen tanta expansión e impacto en el público en general que es fundamental para el comercio. (Conceptodefinición.de, 2017)

6.3.3.6 Branding.

Es crear una imagen de marca, o presentar un único mensaje sobre la empresa, sus productos o sus servicios, integrando la publicidad, el servicio a clientes, la promoción, las relaciones públicas, el marketing directo entre otras maneras de comunicación. (Mercadeoglobal, 2017)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Geometrismo.

Se basa en el uso de formas geométricas simples combinadas en composiciones propias sobre espacios irreales. Surge como una reacción frente al excesivo individualismo de los artistas plásticos de épocas anteriores en un intento de distanciarse de lo emocional. (wikipedia, 2017)



Capítulo VII

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.1 Semiología.

Se le atribuye a esta ciencia la interpretación de los signos, esto le da significado a los elementos que se harán presentes dentro de los materiales gráficos digitales.

7.1.2 Semiología de la imagen.

Esta ciencia le brinda interpretación a las imágenes que se encontrarán dentro de los materiales gráficos digitales, al ofrecer denotación a los clientes reales y potenciales.

7.1.3 Psicología.

Ayuda a que se realicen los materiales gráficos digitales, ya que recopila experiencias de los seres humanos a nivel social e individual.

7.1.4 Psicología del color.

Es una parte fundamental que se aplica al proyecto, ya que los colores expresan sentimientos, emociones y estados de ánimo. Es importante aplicarla correctamente para que se pueda transmitir el mensaje que se desea.

7.1.5 Sociología.

Como ciencia ayuda a segmentar el grupo objetivo del proyecto, se tomara como referencia las costumbres y nivel económico de clientes reales y potenciales de la empresa.

7.1.6 Economía.

Esta ciencia ayudará a establecer el presupuesto del proceso de diseño, para establecer el precio real de los materiales gráficos digitales.

7.1.7 Fotografía.

Esta arte ayudará a que los clientes reales y potenciales visualicen el concepto de lo que es Carento eventos, se den una idea de los productos y servicios que ofrece.

7.1.8 Tipografía.

Es esencial dentro de los materiales gráficos digitales, ya que a través de ella se destacará la importancia de jerarquizar título, subtítulo y contenido y los mensajes sean fáciles de leer.

7.1.9 Teoría del color.

Esta teoría permite escoger la gama de colores específicos para los materiales gráficos digitales, para llamar la atención y transmitir emociones a clientes reales y potenciales.

7.1.10 Teoría del recorrido visual.

Esta teoría nos ayuda a diagramar los materiales gráficos digitales, de una manera que al leer los elementos del mismo, la vista se dirija a lo importante.

7.1.11 Tecnología.

Las herramientas que proporciona la tecnología como photoshop e illustrator, darán paso a la creación de los materiales gráficos digitales.

7.1.12 Marketing.

Esta disciplina ayudará a conocer el mercado al que se está enfrentado la empresa, para satisfacer las necesidades de los clientes reales y potenciales. Asimismo, generar estrategia que ayuden a promocionarla.

7.1.13 Geometrismo.

Esta tendencia ayudará a darle una dinámica diferente a los materiales gráficos digitales, a incluir diferentes figuras geométricas.

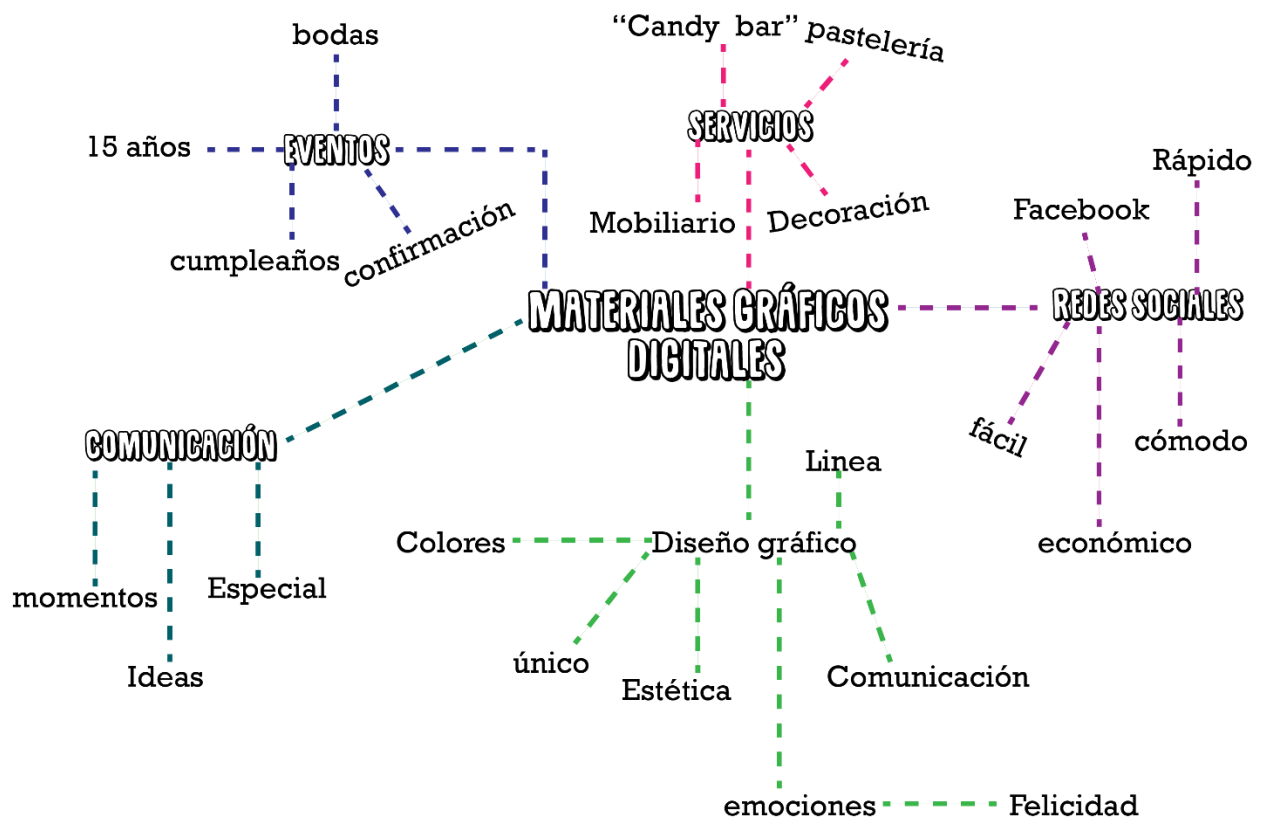
7.2 Conceptualización

7.2.1 Método: Mapa mental

Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: El pensamiento irradiante. Técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro.

7.2.2 Aplicación del método



7.2.3 Definición del concepto

- Rápido, cómodo y económico.
- Fácil, cómodo y rápido.
- Momentos especiales.
- Especial y único.

“Especial y único”

Hace referencia a que cada material gráfico digital será especial y único que llamará la atención de los clientes reales y potenciales y reflejará la dedicación que tiene la empresa Carento Eventos en cada actividad solicitada.

7.3 Bocetaje

El boceto es el primer elemento concreto de un proyecto. Puede ser un dibujo sencillo, unos datos generales, un esquema, unas palabras o símbolos que una persona pueda plasmar en un papel con la intención de tener una guía.

7.3.1 Proceso de bocetaje formal

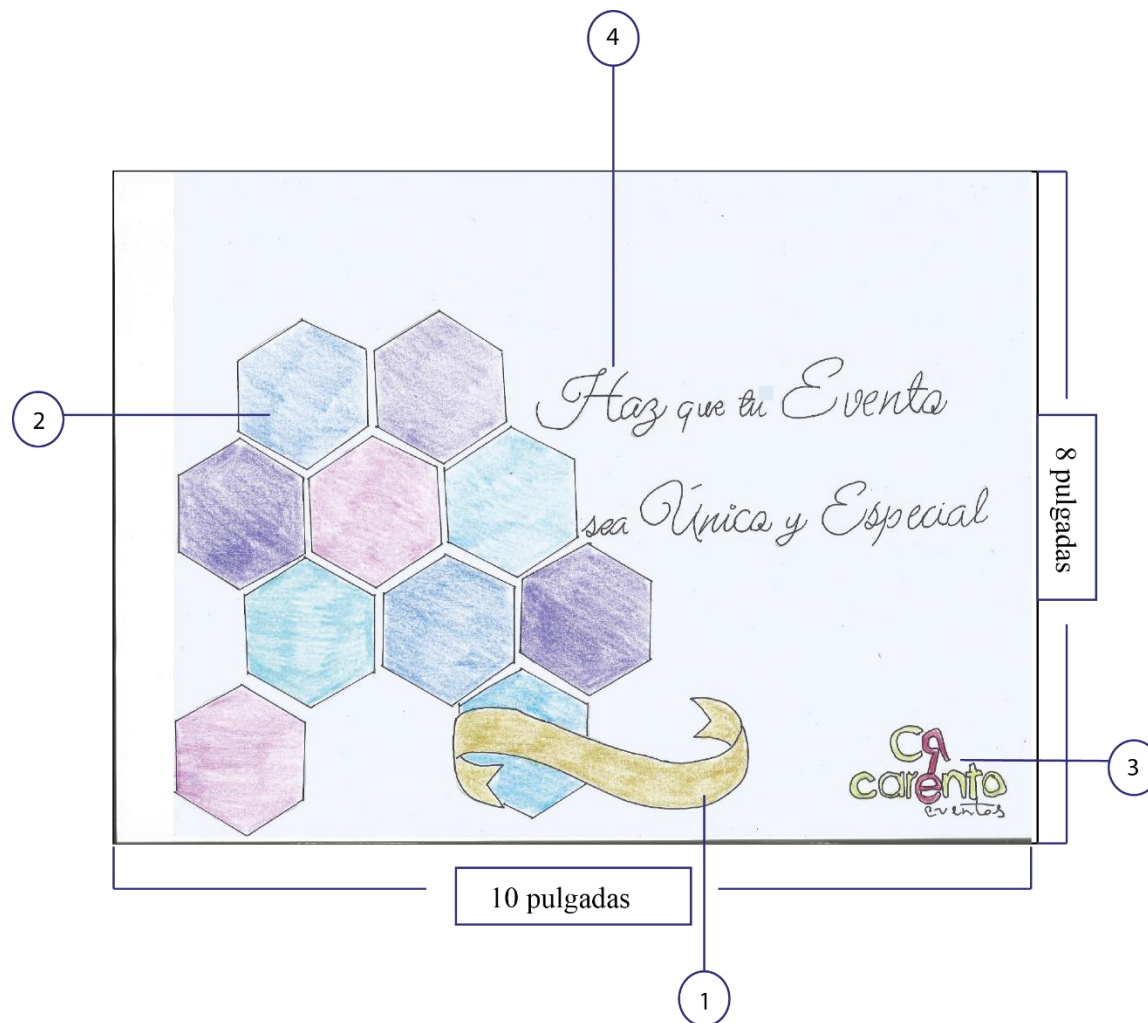
A



B



Único y Especial

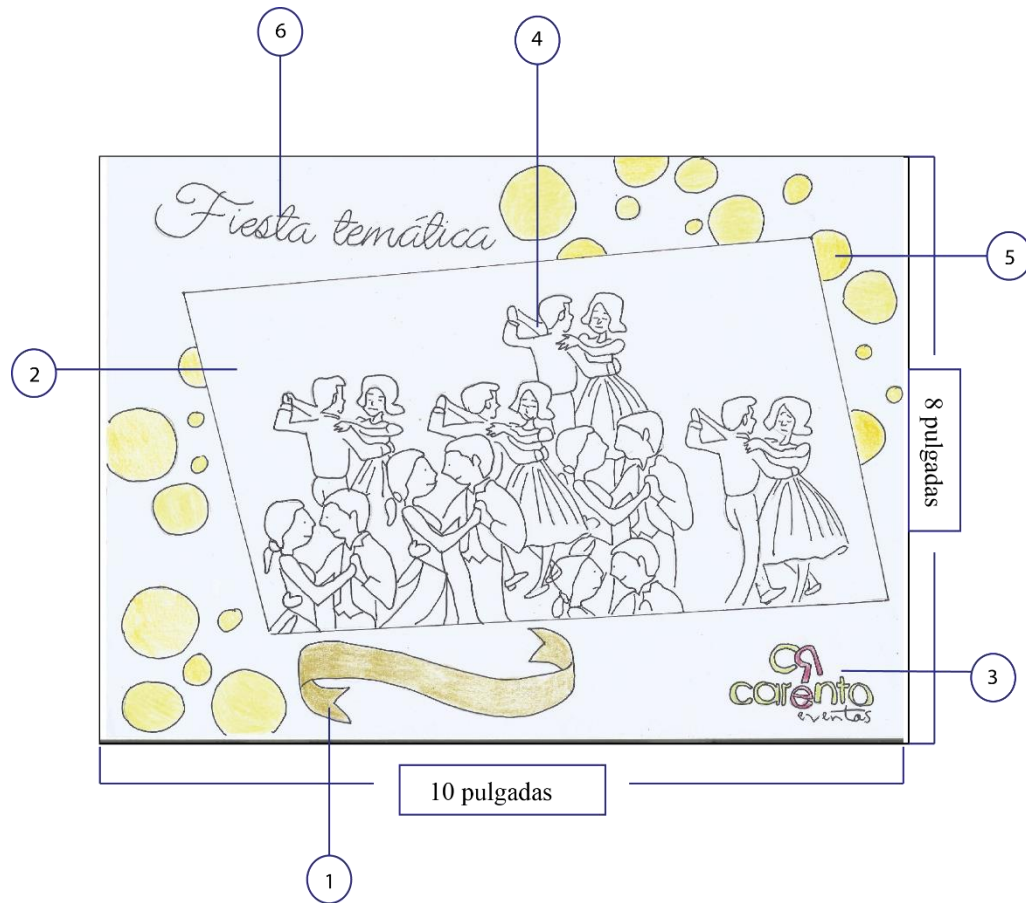


Identificación de elementos:

1. Listón, elemento que unifica los materiales gráficos digitales.
2. Fondo polígonos a cuatro colores
3. Logotipo
4. Tipografía: Título

Descripción: Se visualiza la promoción de realizar el evento único y especial. Tipografía: Great Vibes.

Fiesta Temática

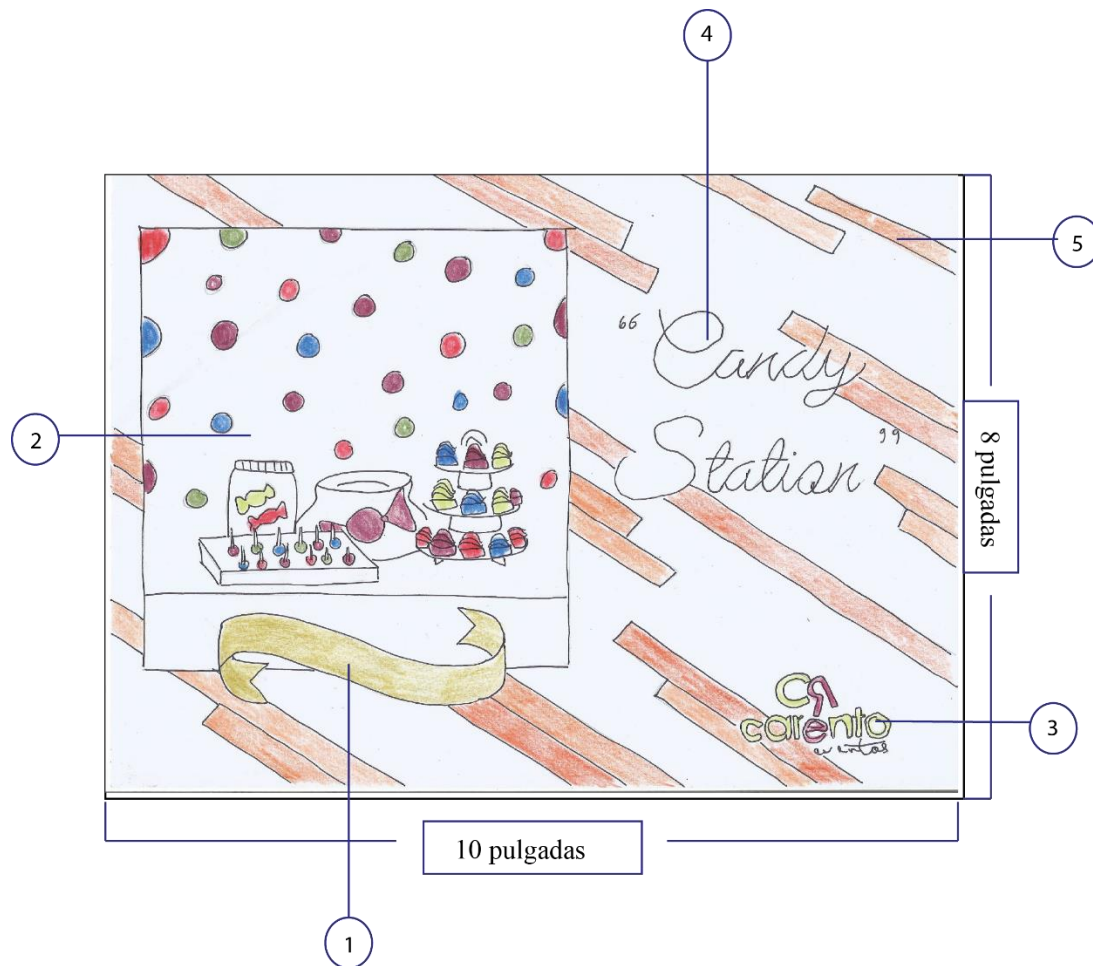


Identificación de elementos:

1. Listón, elemento que unifica los materiales gráficos digitales
2. Fotografía
3. Logotipo
4. Personas que bailan
5. Fondo circular a dos colores
6. Tipografía: Título

Descripción: Se visualiza la celebración de una fiesta temática, con un fondo circular que hace resaltar la imagen. Tipografía: Great Vibes.

“Candy Station”

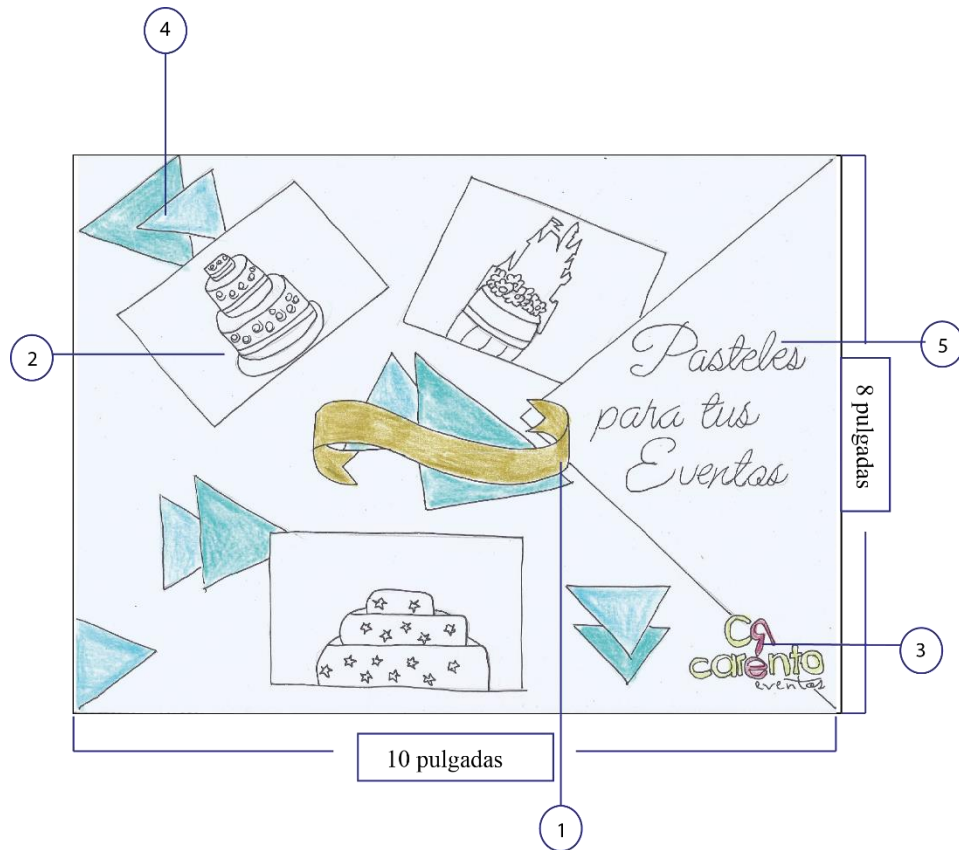


Identificación de elementos:

1. Listón, elemento que unifica los materiales gráficos digitales
2. Fotografía: Dulces y “cupcakes”
3. Logotipo
4. Tipografía: Título
5. Fondo rayado a dos colores

Descripción: Se visualiza un “Candy station” con un fondo rayado que le da una dinámica atractiva. Tipografía: Great Vibes.

Pasteles para todos tus eventos



Identificación de elementos:

1. Listón, elemento que unifica a los materiales gráficos
2. Fotografía, pasteles
3. Logotipo
4. Fondo triángulos
5. Tipografía: Título

Descripción: Se visualiza los diferentes pasteles que se pueden realizar con un fondo de colores azules. Tipografía: Great Vibes.

- Paleta de colores



R: 193
G: 39
B: 46



R: 51
G: 180
B: 167



R: 164
G: 125
B: 30



R: 23
G: 148
B: 115



R: 234
G: 91
B: 42



R: 18
G: 116
B: 154

- Prueba tipográfica

Great Vibes

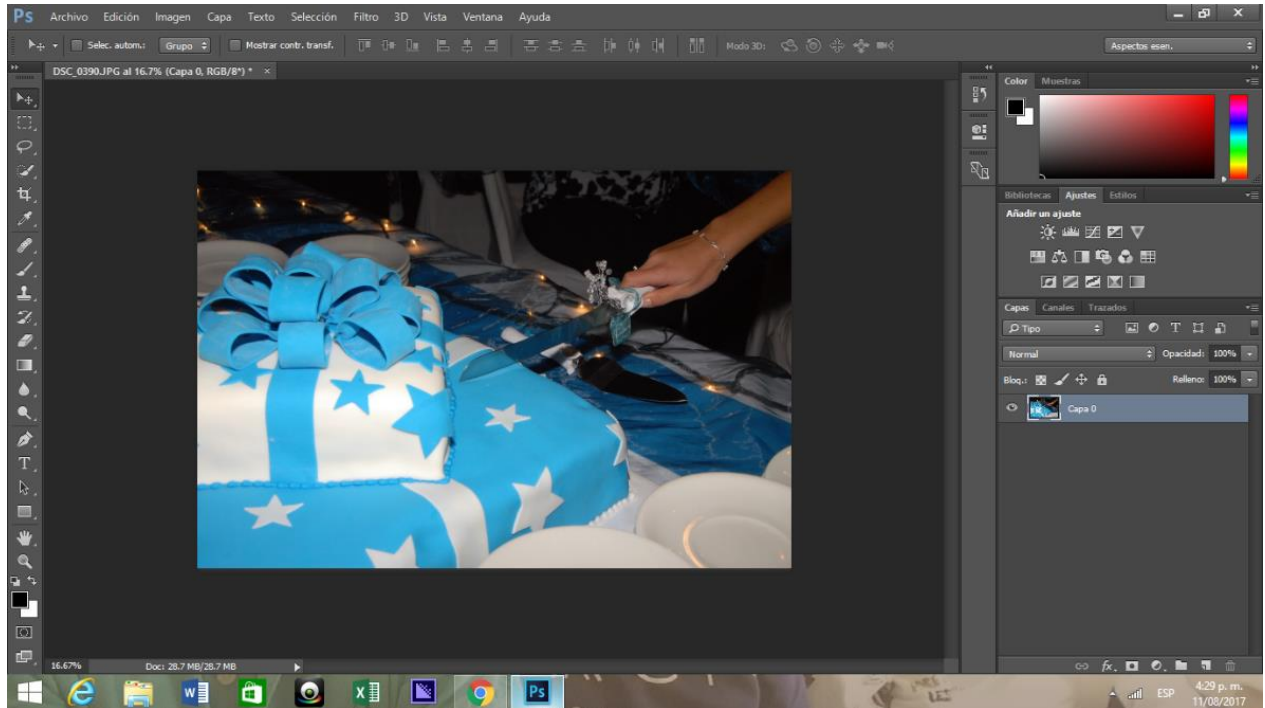
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

Pasteles para tus eventos

1.

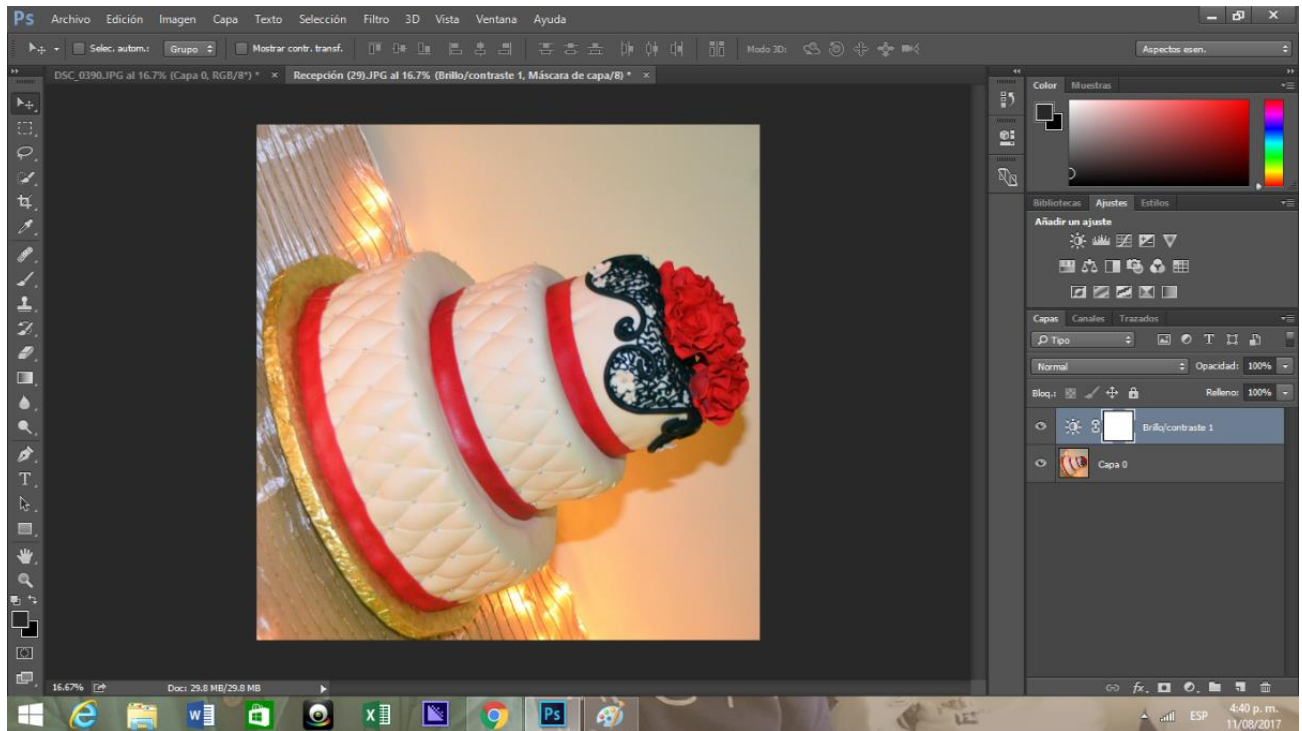


Se redujo el ruido de la fotografía y se colocó máscara de enfoque, en programa Adobe Photoshop.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

Pasteles para tus eventos

2.

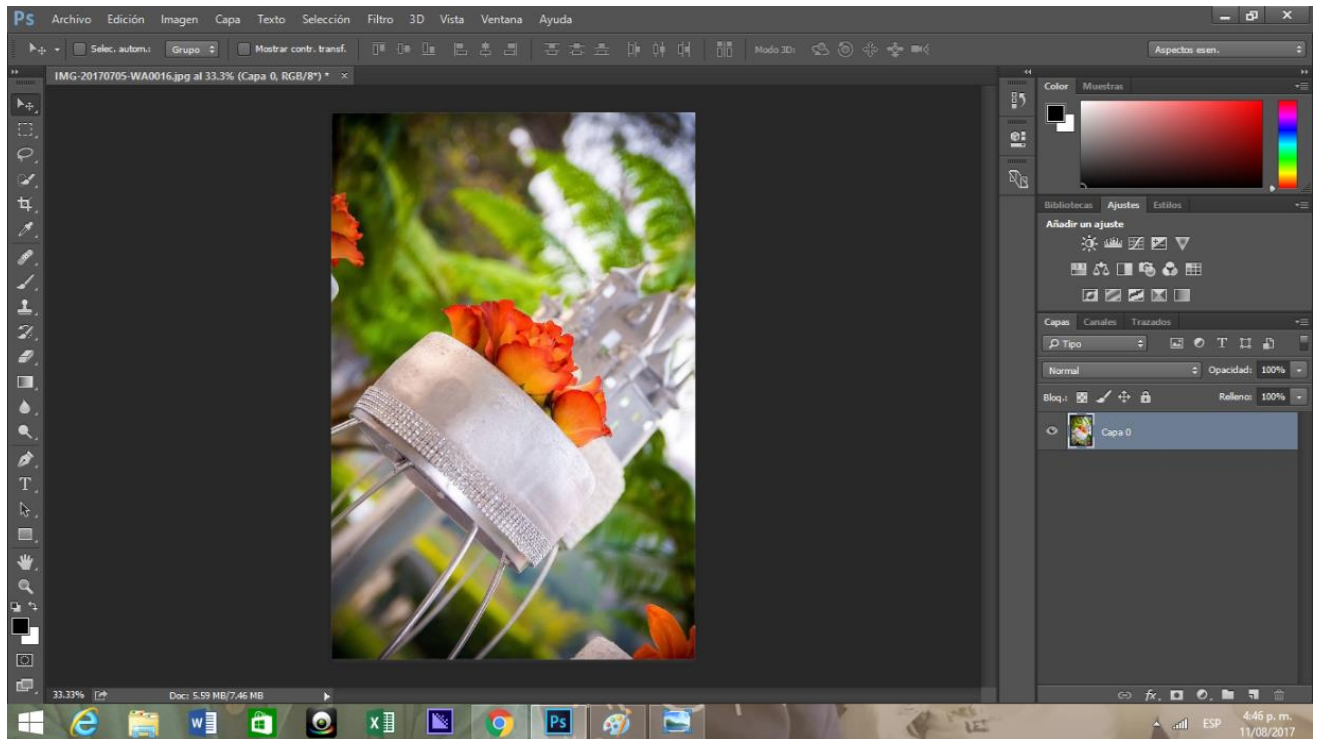


Se redujo el ruido de la fotografía, se le ajustó el brillo y se recortó la imagen, en programa Adobe Photoshop.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

Pasteles para tus eventos

3.

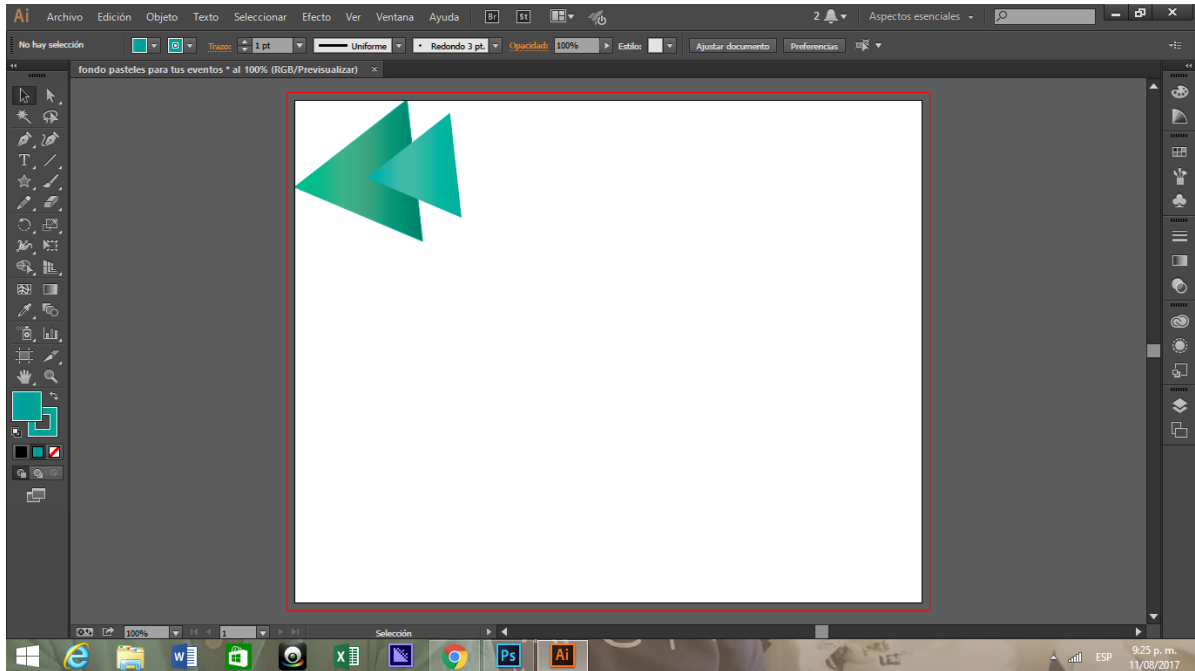


Se redujo el ruido de la fotografía, se recortó la fotografía y se le colocó máscara de enfoque en programa Adobe Photoshop.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

Pasteles para tus eventos

4.



Se diseñó el fondo del material gráfico digital, en forma de triángulos con degrade, en programa Adobe Illustrator.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

Pasteles para tus eventos

5.

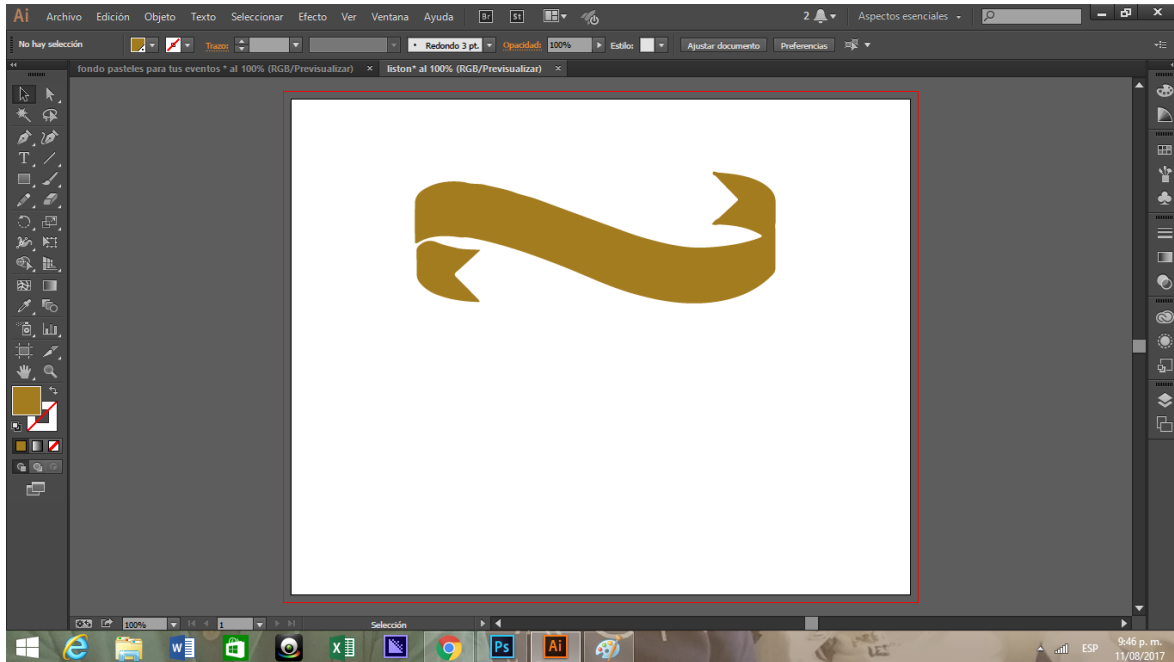


Se colocó el texto Great Vibes a un tamaño de 60pts, en programa Adobe Illustrator.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

Pasteles para tus eventos

6.

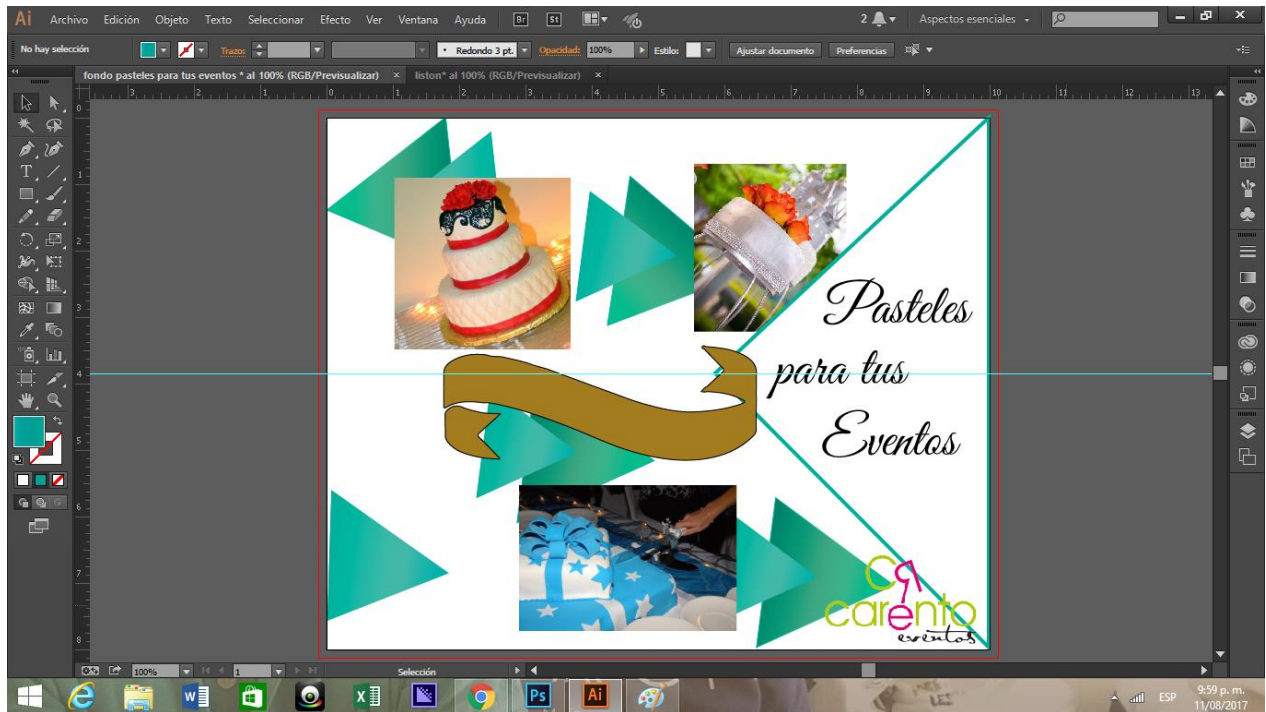


Se insertó el vector del listón que unificará los materiales gráficos, en programa Adobe Illustrator.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos

Pasteles para tus eventos

7.



Se adjuntaron pasteles para tus eventos a 8 x 10 pulgadas, en programa illustrator.

7.4 Propuesta preliminar

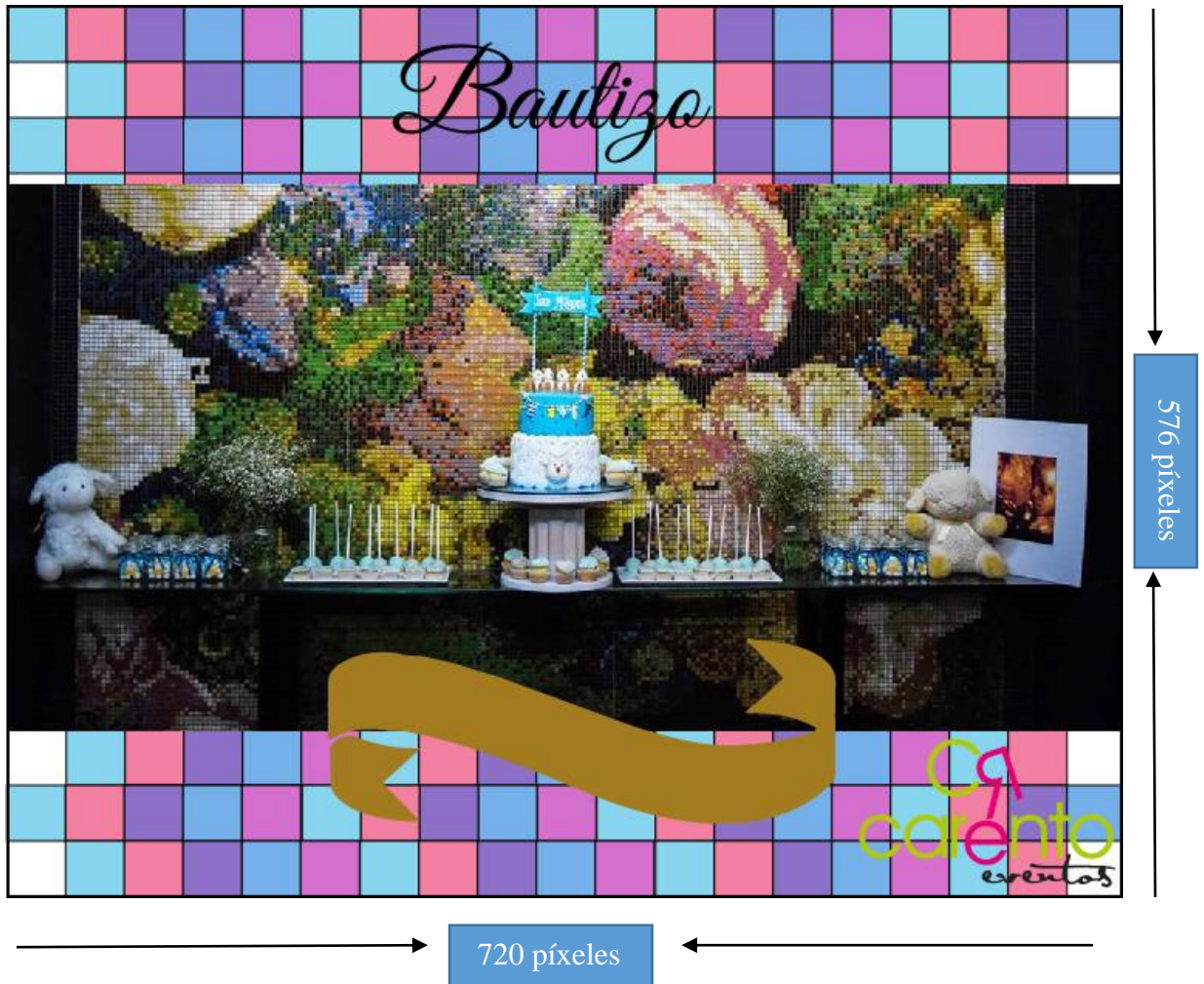
Único y Especial



Descripción:

Se observa polígonos, 6 diferentes colores que le dan estilo al material gráfico digital.

Bautizo



Descripción:

Se observan cuadros pequeños de 5 diferentes colores pasteles y la imagen de un montaje de una barra de postres para la ocasión.

Boda



Descripción:

Se observa una imagen de novios felices que parten un pastel y círculos que le dan un toque único al material gráfico digital.

Fiesta temática



Descripción:

Se observa una imagen con personas que disfrutan una fiesta y el material gráfico digital tiene un fondo de círculos amarillos que significan diversión.

“Candy Station”



Descripción:

Se observa una imagen de un “Candy station” con temática de la película “Intensamente”.

Pasteles para tus eventos



Descripción:

Se observan tres imágenes de pasteles, cada una de diferente ocasión.

Fiesta de té



Descripción:

Se observa una imagen de una tarde de té, con un fondo rayado azul que hace contraste con los colores de la fotografía.

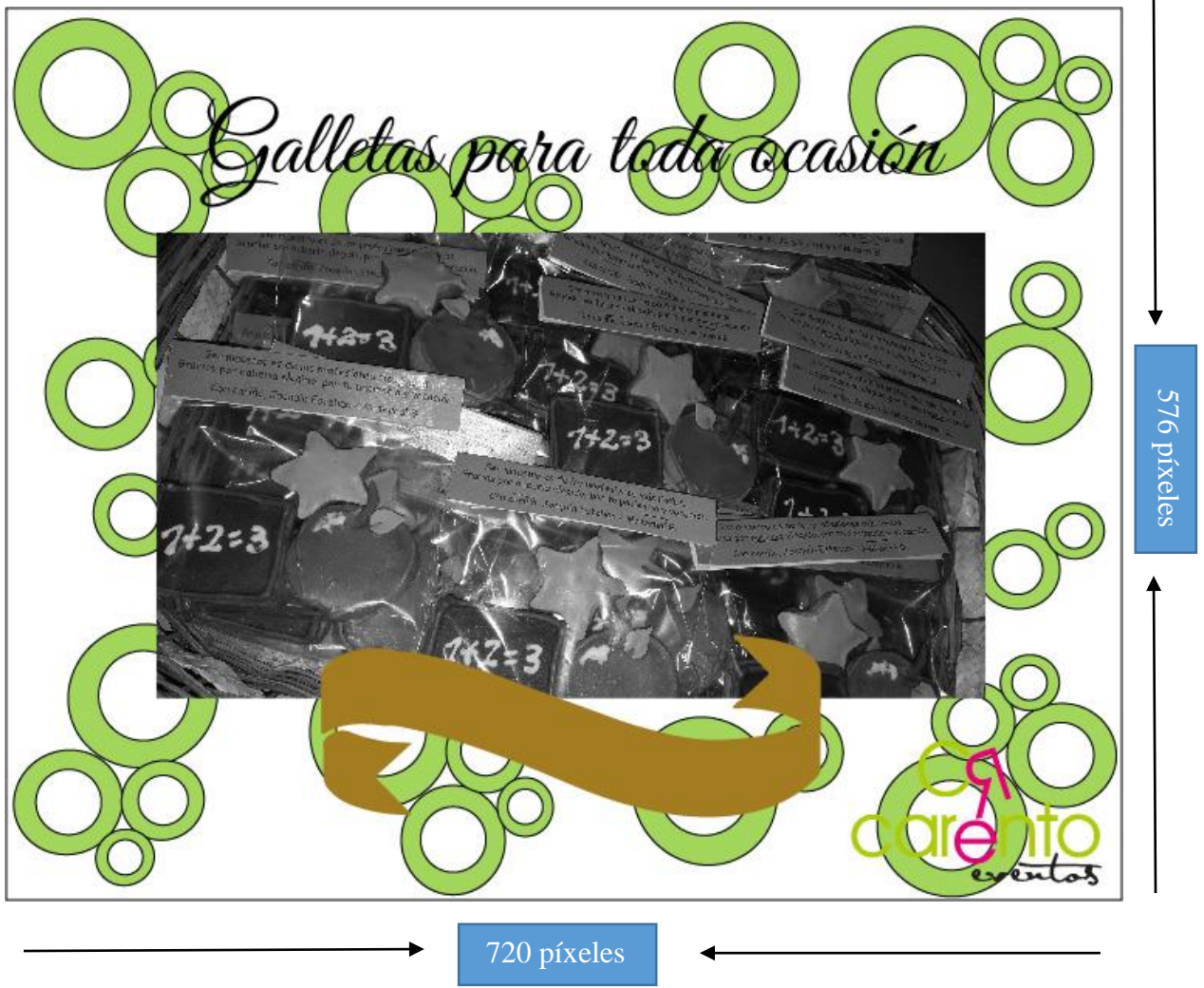
Quince años



Descripción:

Se observa un montaje para una fiesta de quince años, con un fondo rayado que hace contraste con los colores que hay dentro de la fotografía.

Galletas



Descripción:

Se observa una imagen con galletas con el tema del Día del Maestro, con un diseño de círculos verdes.

Baby shower



Descripción:

Se observan dos imágenes, una de un pastel y la otra de chocolates, que pertenecen a la celebración del nacimiento de un nuevo miembro a la familia.



Capítulo VIII

Capítulo VIII: Validación técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuestas dicotómicas y de escala de Likert, que se aplicará al cliente, a 19 mujeres y a 4 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

Población: Conjunto de personas que viven en un área geográfica determinada y pertenecen a una misma especie.

Muestra: Es el subconjunto de los individuos de una población estadística. Estas permiten concluir las características totales del conjunto.

Para el presente proyecto dicha muestra está conformada por 25 personas:

Cliente:

Gerente general Carlos Toca, Encargada de producción Alejandra Toca

Grupo objetivo:

19 mujeres de 18 a 50 años con un nivel socio económico B y C+, que les gustan las fiestas, bailar, celebrar y buscan reunir a sus seres queridos para cualquier ocasión importante.

Expertos:

4 profesionales especialistas en comunicación y diseño.

- Licda. Lourdes Donis
- Licda. Karla Lopez
- Lic. David Castillo
- Licda. Ingrid Ordoñez

8.2 Método e instrumento

El proceso de validación del proyecto final, que se realizó para la empresa “Carento Eventos”, consiste en una entrevista personal y grupal de 5 a 2 personas como método cualitativo, donde se aplicará una encuesta digital para obtener datos del grupo objetivo, el cliente y expertos donde podrán observar los materiales gráficos digitales y dar su criterio con respeto a lo que perciben. En la primera parte de la encuesta se encuentra 4 preguntas con respuestas dicotómicas de SÍ-NO. La segunda parte será de 9 preguntas con respuesta en Escala Likert de 3 opciones y tercera parte igual, 3 preguntas con respuesta en Escala de Likert de 3 opciones. Por medio de esta se validará el método cualitativo y la técnica cuantitativa, además de las observaciones.

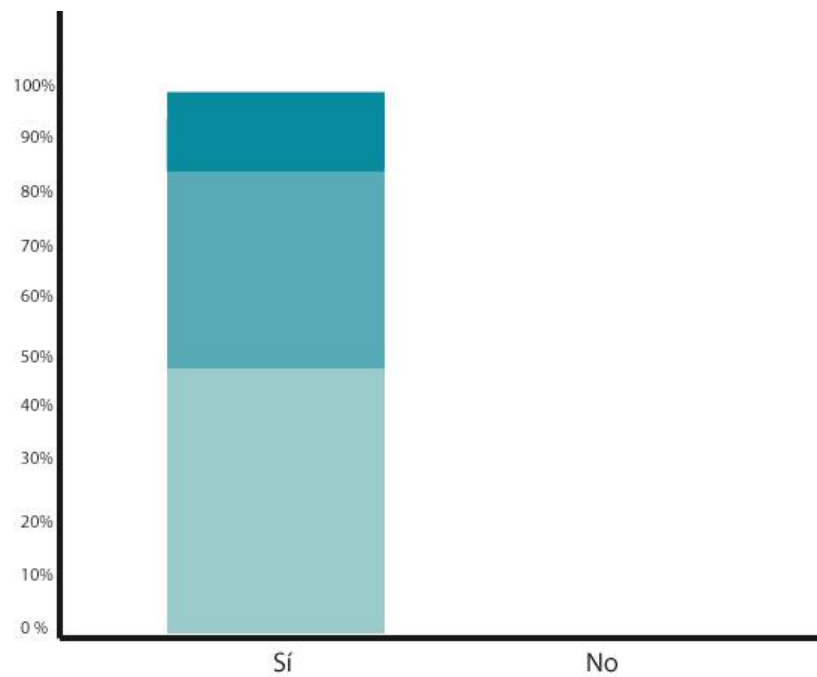
El proyecto es validado por tres partes:

- **Parte Objetiva:** Se evaluarán los objetivos específicos y objetivo general planteados en el proyecto.
- **Parte Semiológica:** Se evaluarán los elementos gráficos como fotografías, colores, tipografía y diseño.
- **Parte operativa:** Se evaluará la funcionalidad del proyecto.
- Ver anexo 2

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Parte objetiva

1. ¿Considera importantes diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos?

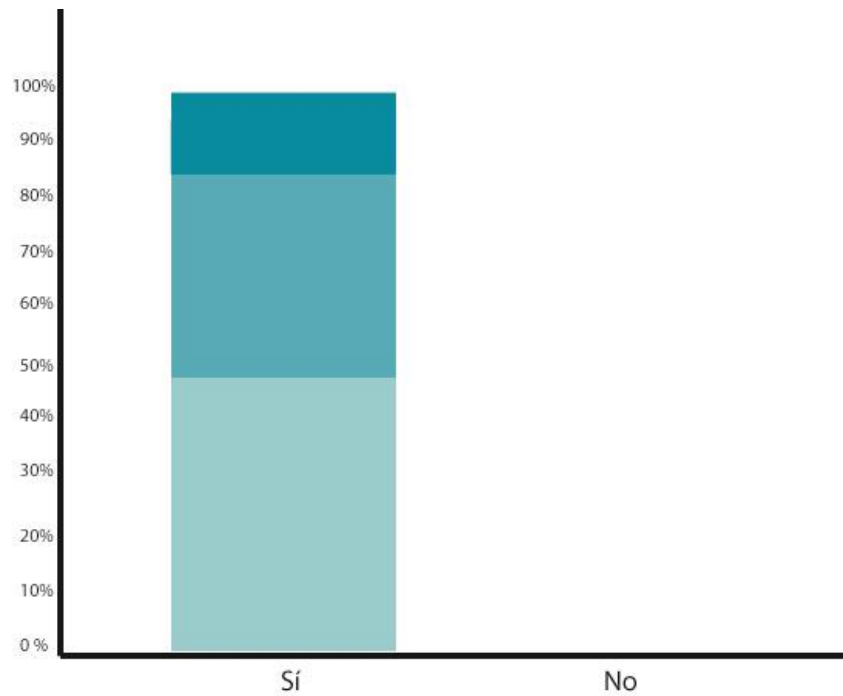


Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que sí es importante diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montaje de eventos. Por lo que se cumple con el objetivo general.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

2. ¿Considera importante investigar acerca de los materiales gráficos digitales que existen en redes sociales para la creación de ideas concretas que se presenten en este proyecto?

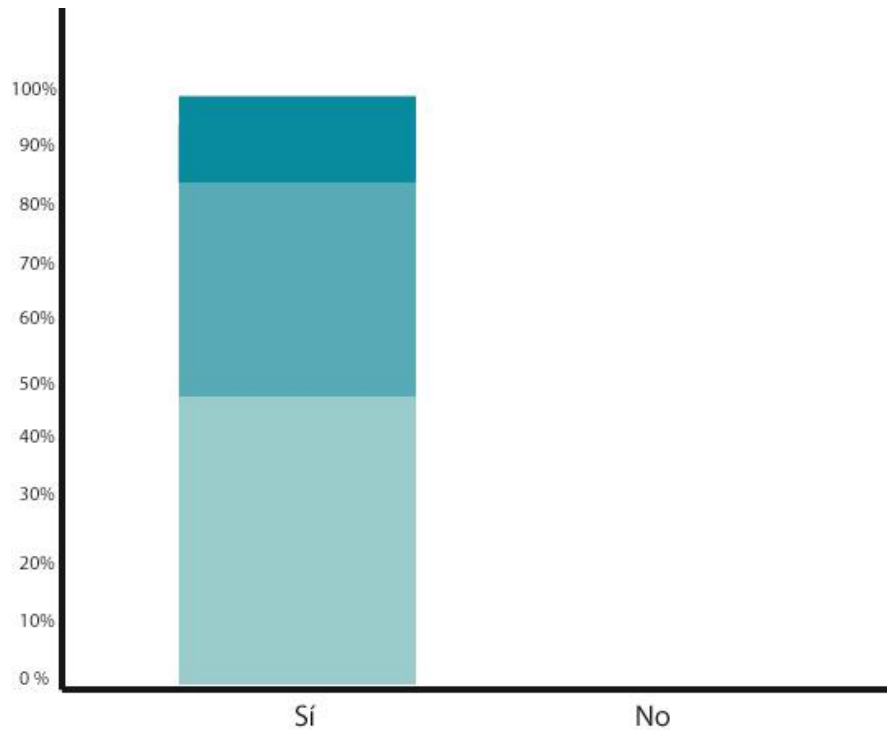


Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que sí es importante investigar acerca de los materiales gráficos que existen en redes sociales para la creación de ideas innovadoras que se presenten en este proyecto. Por lo que se cumple con el objetivo específico.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

3. ¿Considera importante recopilar información acerca de la semiología, tanto de la imagen como del discurso para poder transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo?

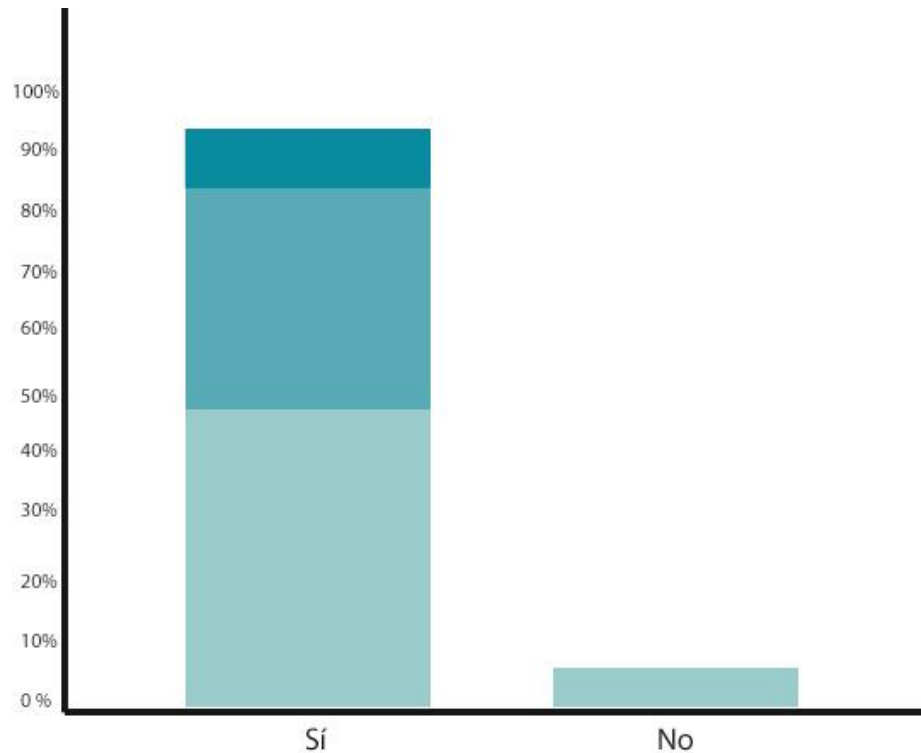


Interpretación:

El 100% de los encuestados consideran que sí es importante recopilar información acerca de la semiología, tanto de la imagen como del discurso para transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo. Por lo que se cumple con el objetivo específico.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

4. ¿Considera importante editar fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos digitales?



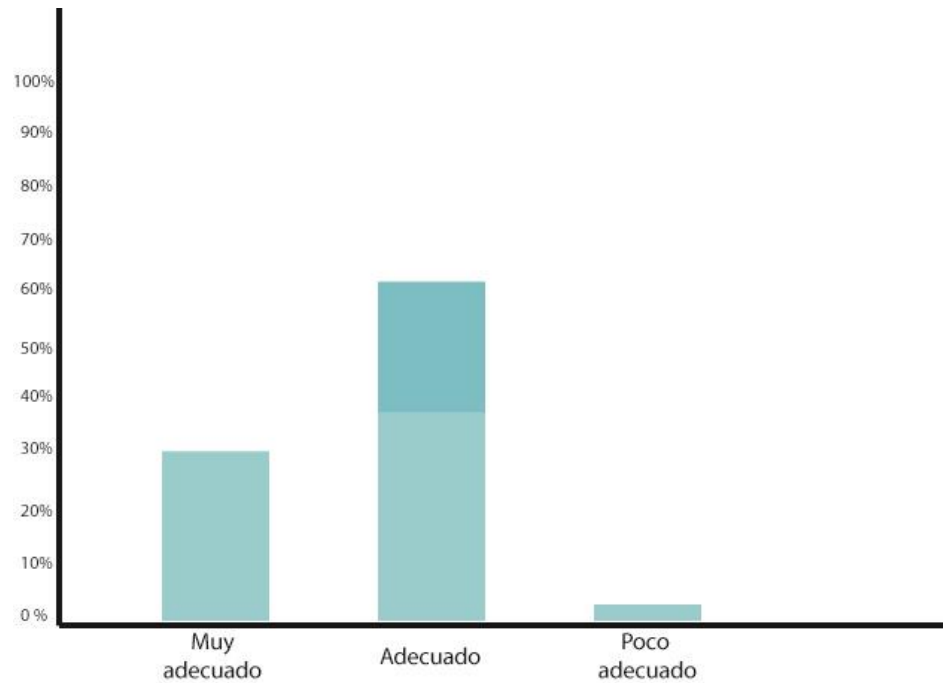
Interpretación:

El 92% de los encuestados considera que sí es importante editar fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos y el 8% consideró que no. Por lo que se cumple con el objetivo específico.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Parte Semiológica

5. ¿Los colores utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen adecuados?

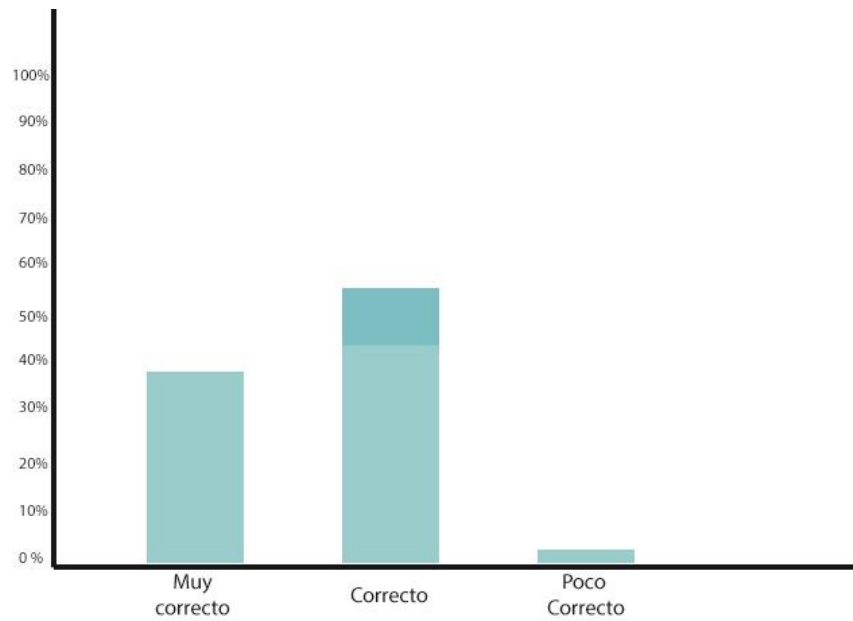


Interpretación:

El 32% de los encuestados considera que los colores utilizados en los materiales gráficos son muy adecuados, el 64% considera adecuados y el 4% poco adecuados.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

6. ¿Considera que la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales son correctos?

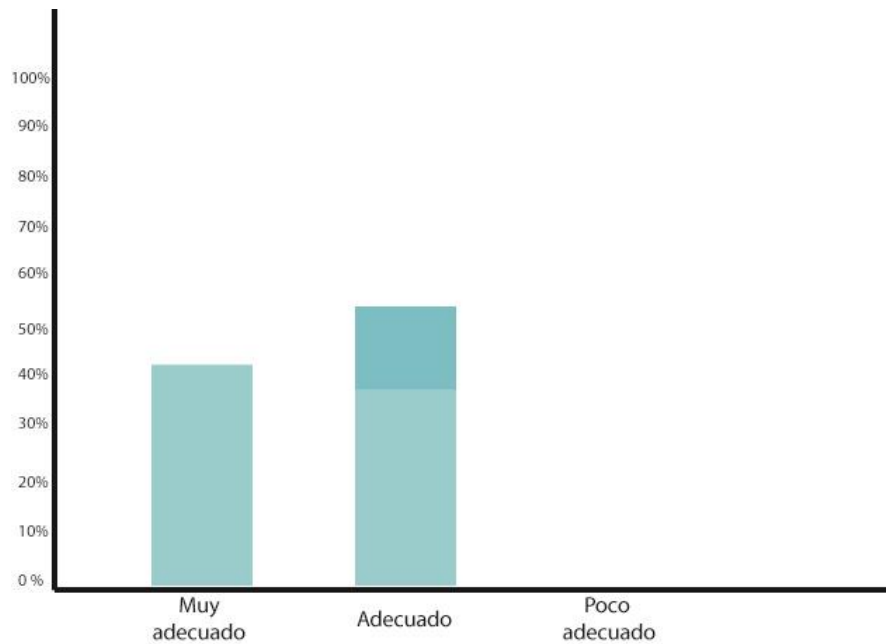


Interpretación:

El 40% de los encuestados considera muy correcto la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales, el 56% considera correcto y el 4% poco correcto.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

7. ¿El tamaño de la tipografía en los materiales gráficos digitales es adecuado?

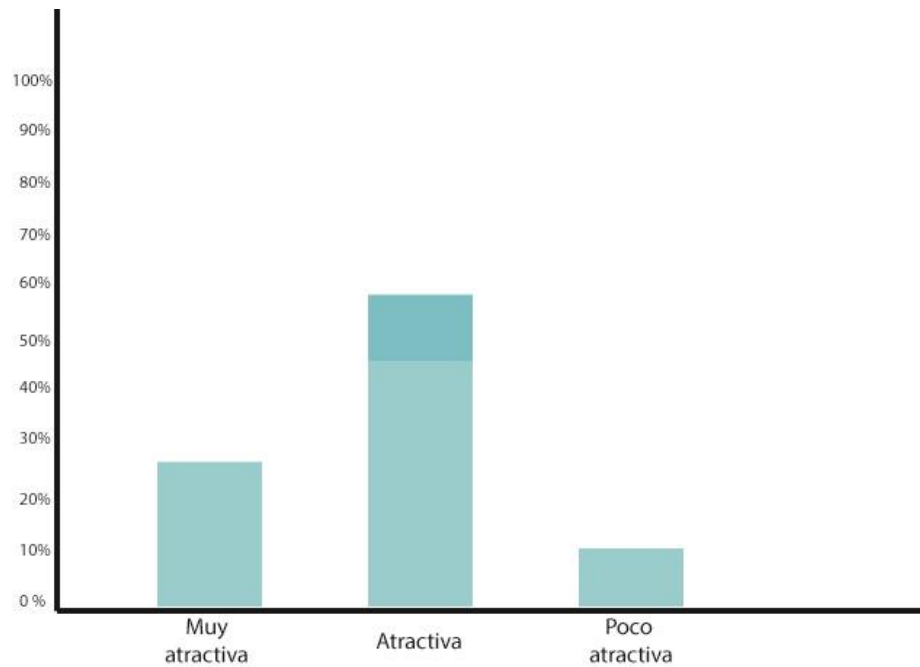


Interpretación:

El 44% de los encuestados considera muy adecuado el tamaño de la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales; el 56%, adecuado.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

8. ¿Las fotografías utilizadas en los materiales gráficos digitales le parecen atractivas?

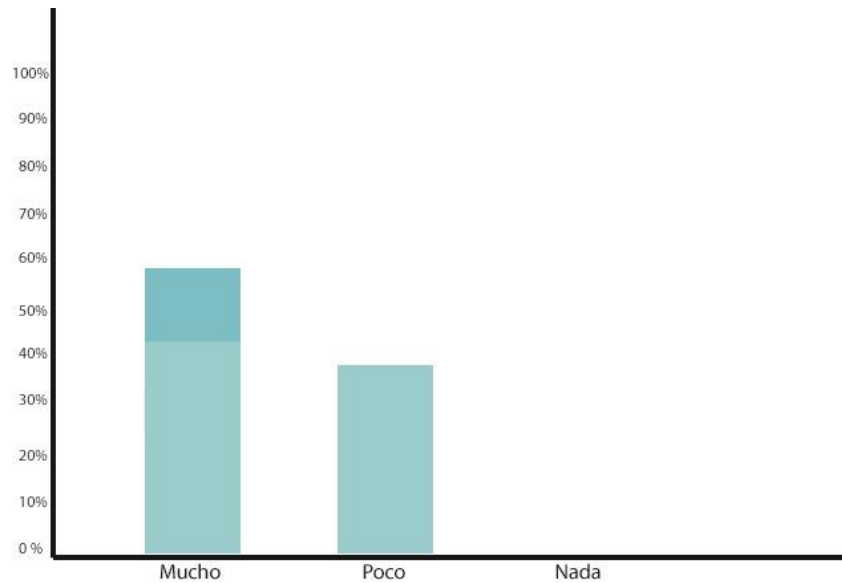


Interpretación:

El 28% de los encuestados considera muy atractivas las fotografías utilizadas en los materiales gráficos digitales, el 60% las considera atractivas y el 12% poco atractivas.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

9. Según su criterio ¿el contenido dentro de los materiales gráficos digitales es adecuado para atraer a clientes reales y potenciales?

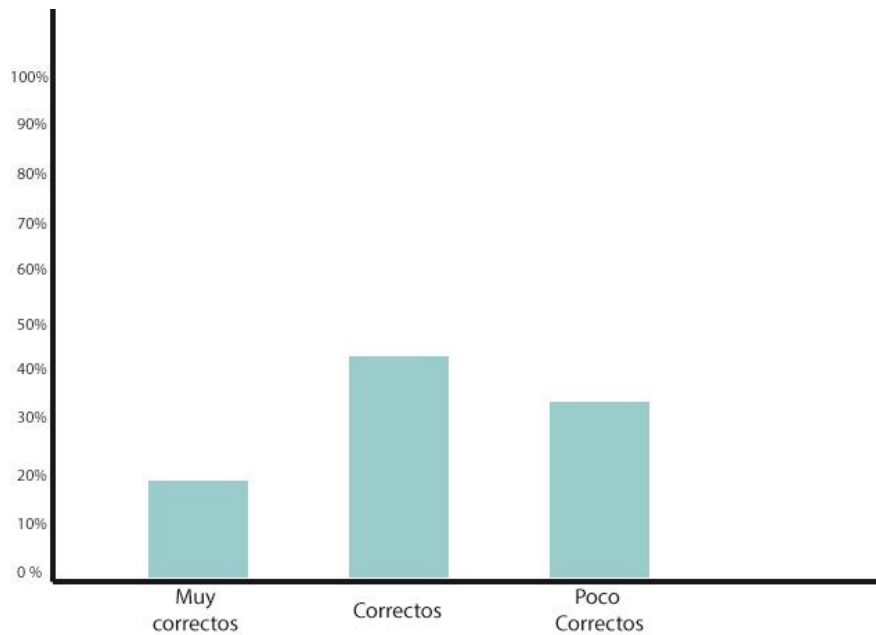


Interpretación:

El 60% de los encuestados considera que el contenido de los materiales gráficos digitales es adecuado para atraer a clientes reales y potenciales, el 40% considera que es poco adecuado.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

10. ¿Los fondos utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen correctos?

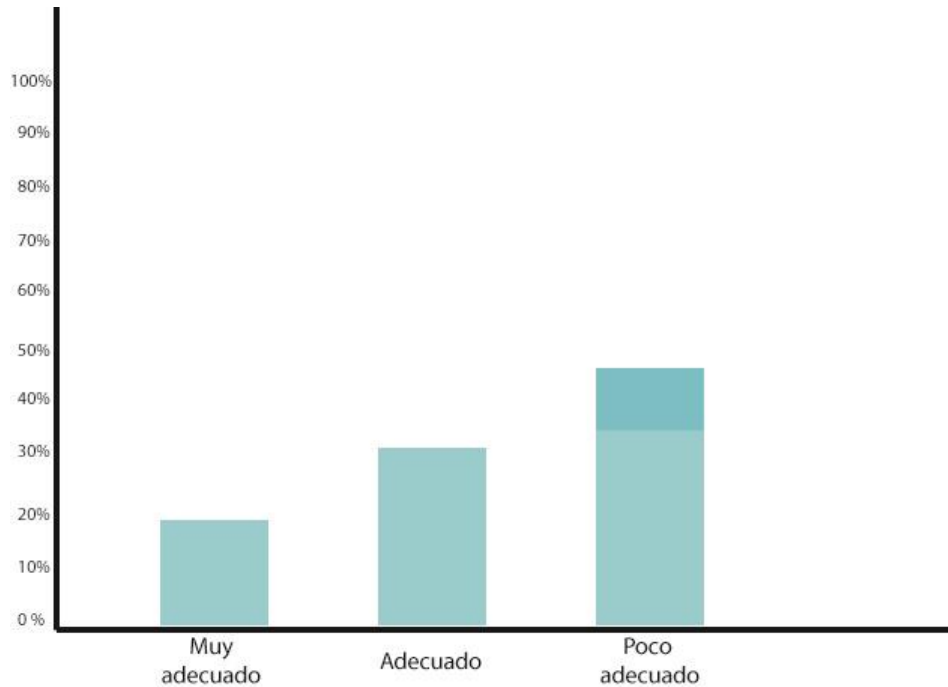


Interpretación:

El 20% de los encuestados considera muy correctos los fondos utilizados en los materiales gráficos digitales, el 44% considera correctos y el 36%, poco correctos.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

11. ¿El listón utilizado para unificar los elementos gráficos en los materiales gráficos digitales le parece adecuado?

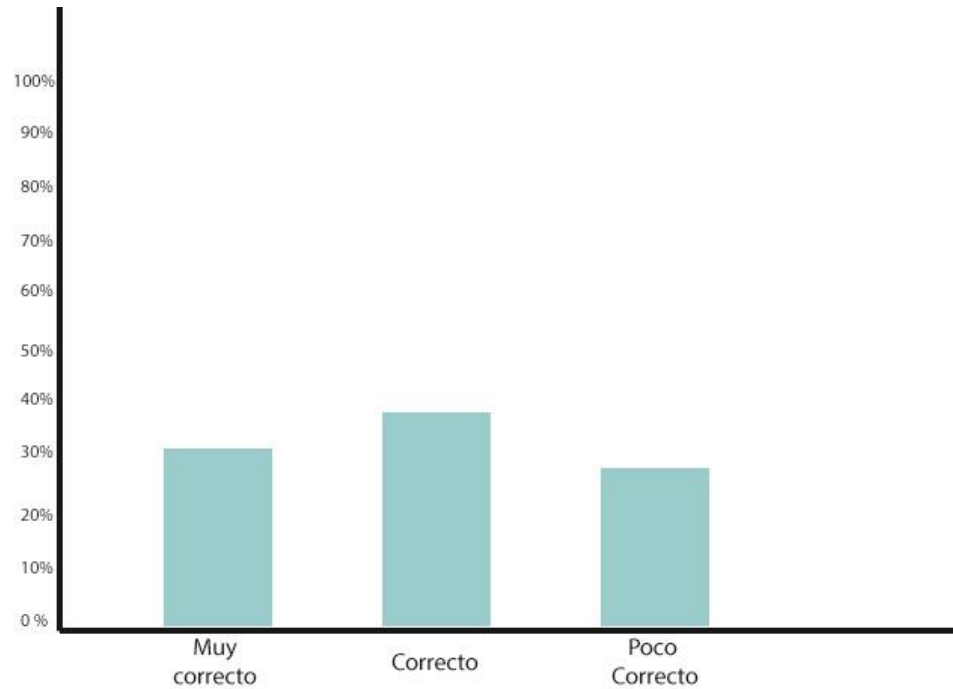


Interpretación:

El 20% de los encuestados considera muy adecuado el listón utilizado para unificar los elementos gráficos, el 32% considera adecuados y el 48% poco adecuado.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

12. ¿El logo de la empresa dentro de las materiales gráficos digitales está colocado correctamente?

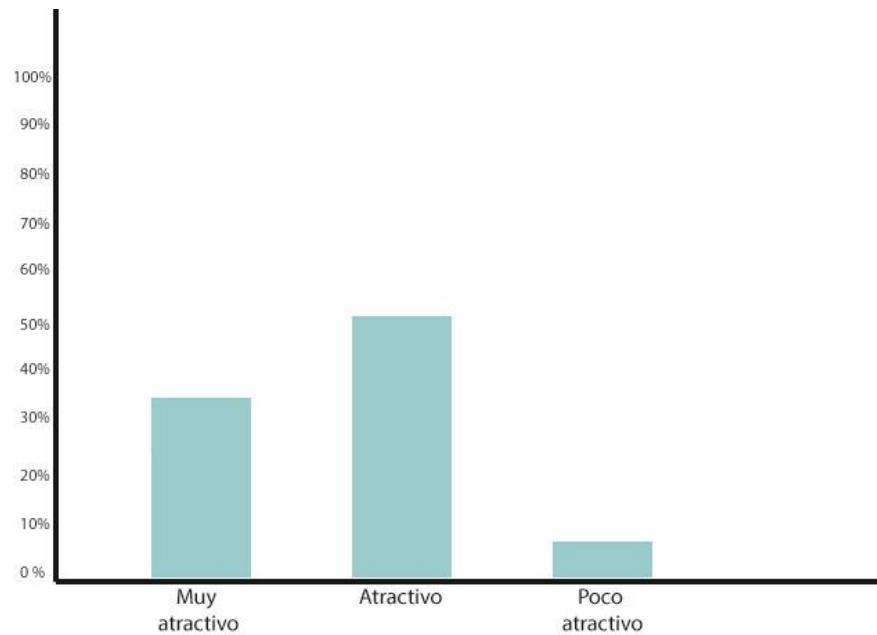


Interpretación:

El 32% de los encuestados considera que el logo de la empresa está colocado muy correcto, el 40% considera correcto y el 28%, poco correcto.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

13. ¿Los materiales gráficos digitales son atractivos a la vista?



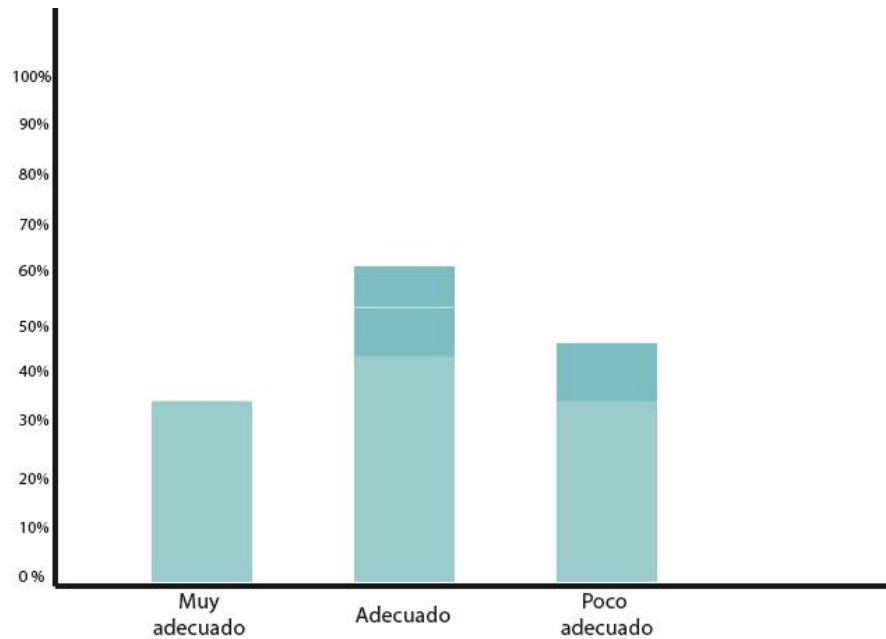
Interpretación:

El 36% de los encuestados considera que los materiales gráficos digitales son muy atractivos a la vista, el 52% considera atractivos y el 8%, poco atractivos.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Parte Operativa

14. ¿El tamaño 8x 10 pulgadas utilizado en los materiales gráficos digitales son adecuados?

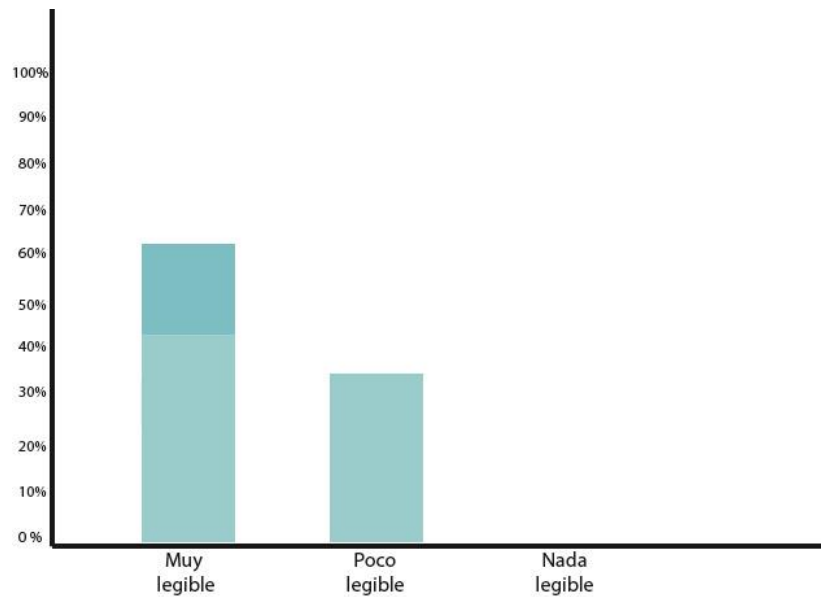


Interpretación:

El 36% de los encuestados considera que el tamaño de los materiales gráficos digitales es muy adecuado, el 64% considera adecuado y el 85%, poco adecuado.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

15. ¿La tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales es legible?

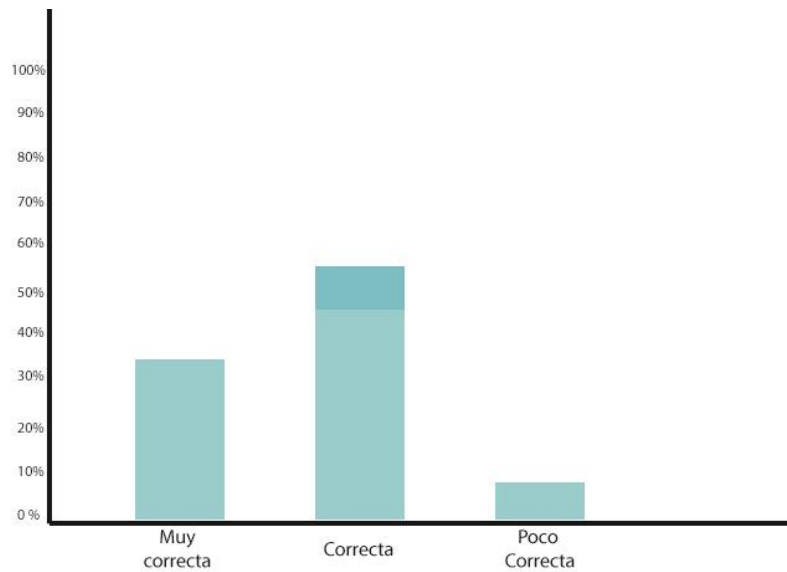


Interpretación:

El 64% de los encuestados considera muy legible la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales, el 36% considera poco legible.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

16. ¿Le diagramación utilizada en los materiales gráficos digitales es la correcta?



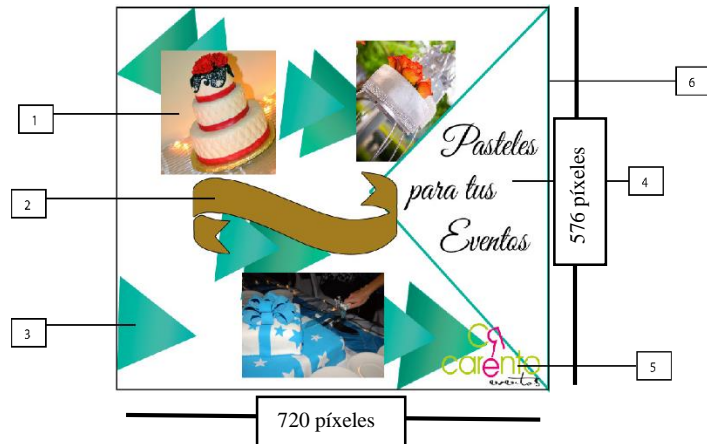
Interpretación:

El 36% de los encuestados considera muy correcta la diagramación utilizada en los materiales gráficos digitales, el 56% considera correcta y el 8% poco correcta.

8.4 Cambio en base a resultados

Pasteles para tus eventos

Antes



Después



Descripción:

1. Se redujo a dos imágenes y se colocó una nueva.
2. Se retiró el listón dorado y se acopló una franja blanca.
3. Se cambió el fondo con otra paleta de colores y se utilizó la misma figura geométrica a todos los materiales para unificarlos.
4. Se integró el título para mejorar la diagramación.
5. El logotipo de la empresa se ubicó dentro de dicha figura geométrica.
6. El tamaño del material gráfico digital tiene el formato original.

8.4 Cambio en base a resultados

“Candy station”

Antes



Después



Descripción:

1. Se utilizó una nueva fotografía, que ocupará la mayor parte del material gráfico digital.
2. Se retiró el listón dorado que no unificaba el material y se colocó una franja blanca.
3. Se implementó una nueva paleta de colores.
4. Se integró el texto a una figura geométrica para mejorar la diagramación.
5. El logotipo de la empresa se ubicó dentro de un círculo blanco.
6. Se mantuvo el tamaño original.

8.4 Cambio en base a resultados

Fiesta temática

Antes



Después



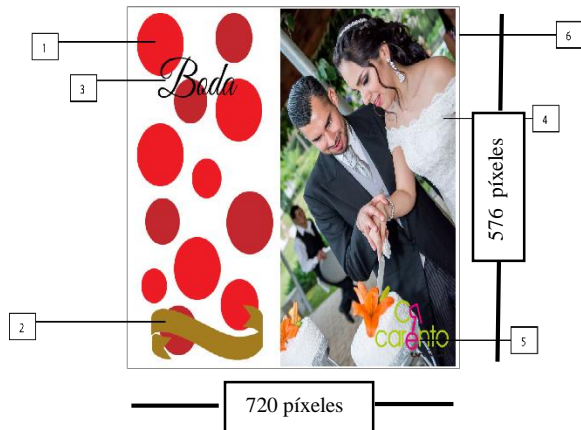
Descripción:

1. Se aplicó un efecto de brillo en photoshop a la fotografía, después de retirar el filtro blanco y negro.
2. Se eliminó el listón dorado.
3. El título se ubicó dentro de un polígono.
4. Se integró el texto a una figura geométrica para mejorar la diagramación.
5. Se ubicó el logotipo de la empresa dentro de un círculo blanco.
6. El tamaño de los materiales gráficos digitales es el formato original.

8.4 Cambios en base a resultados

Boda

Antes



Después



Descripción:

1. Se cambió la paleta de colores y la figura geométrica.
2. Se retiró el listón dorado.
3. El título se colocó dentro de un polígono.
4. Se aumentó a tres fotografías para mejorar la diagramación del material gráfico digital.
5. Se ubicó el logotipo de la empresa dentro de un círculo blanco.
6. El tamaño del material es el formato original.



Capítulo IX

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Único y especial



576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Los elementos gráficos se diagramaron para crear un orden jerárquico, se utilizó la tipografía Great Vibes con la finalidad de darle elegancia a los materiales gráficos digitales.

9.2 Pasteles para tus eventos

¿Buscas algo diferente?

Pasteles para tus eventos

5513 0834

Carento GT

Carento eventos

576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Los elementos gráficos se diagramaron para crear un orden jerárquico, se colocaron fotografías que presentan los productos de la empresa para crear confianza. La tipografía Great Vibes con la finalidad de darle elegancia al material gráfico digital.

9.3 Boda



576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Se utilizó la paleta de color anaranjado para crear armonía dentro de los materiales gráficos digitales y transmitir alegría y los elementos gráficos se diagramaron para crear orden jerárquico.

9.4 Bautizo



Descripción:

Los elementos gráficos se diagramaron para crear orden jerárquico y se colocó una fotografía que presenta los productos que le empresa ofrece para dar confianza a los clientes reales y potenciales.

9.5 Primera comunión



576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Se colocó la tipografía Great Vibes con la finalidad de darle elegancia a los materiales gráficos digitales y se utilizó la paleta de color café, para crear armonía entre la fotografía y el fondo para transmitir alegría.

9.6 “Candy station”



576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Se colocaron fotografías que presentan los productos de la empresa para crear confianza. Se utilizó la tipografía Great Vibes con la finalidad de darle elegancia a los materiales gráficos digitales.

9.7 Fiesta de té



¿Qué esperas para llamarnos?

Fiesta de Té

5513 0834

f Carento GT

C9 carento eventos

The graphic is a promotional banner for a tea party. It features a central photograph of a table set for tea with white and red teacups, a vase of flowers, and a glass bottle. The text is arranged hierarchically: a headline at the top, a title in a blue hexagon, contact information at the bottom left, and a logo at the bottom right.

576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Los elementos gráficos se diagramaron para crear orden jerárquico y se colocó una fotografía que presenta los servicios que le empresa ofrece para dar confianza a los clientes reales y potenciales.

9.8 Cakes pops



576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Se colocó la tipografía Great Vibes con la finalidad de darle elegancia a los materiales gráficos digitales y se utilizó la paleta de color celeste para crear armonía entre la fotografía y el fondo, para transmitir alegría.

9.9 Fiesta temática



Descripción:

Se colocó una fotografía que presenta los servicios de la empresa para crear confianza y se utilizó la tipografía Great Vibes, con la finalidad de darle elegancia a los materiales gráficos digitales.

9.10 Quince años



576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Se colocó la tipografía Great Vibes con la finalidad de darle elegancia a los materiales gráficos digitales y se utilizó la paleta de color turquesa para transmitir alegría.

9.11 Confirmación



576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Los elementos gráficos se diagramaron para crear orden jerárquico, se colocó una fotografía que presenta los productos de la empresa para crear confianza y la tipografía Great Vibes, con la finalidad de darle elegancia a los materiales gráficos digitales.

9.12 Galletas



576 píxeles

720 píxeles

Descripción:

Se colocó una fotografía que presenta los productos de la empresa para crear confianza y se utilizó la paleta de color rojo para transmitir alegría.



Capítulo X

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Para el proceso creativo y la elaboración de la propuesta preliminar se utilizaron 15 horas semanales, por un período de 3 semanas – 45 horas - a un costo de Q. 25.00 por hora. Total: Q. 1,125.00.

10.2 Plan de costos de producción

En la propuesta gráfica final se utilizará 3 horas diarias, por un periodo de 1 semana – 15 horas- a un costo de Q. 25.00 por hora. Total: Q. 375.00.

10.3 Plan de costos reproducción

Para la entrega de los materiales gráficos digitales, se utilizará el correo electrónico por lo que no tendrá ningún costo.

10.4 Plan de costos de distribución

Los materiales gráficos digitales se distribuirán por medio de redes sociales, por lo que su distribución será gratuita.

10.5 Margen de utilidad

Los costos de elaboración y producción de los materiales gráficos digitales son: Q. 1,500.00 X 20% del margen de utilidad: Q. 300.00.

10.6 IVA

Los costos de elaboración y producción de los materiales gráficos digitales son: Q. 1,500.00 X 12% del impuesto del valor agregado: Q 180.00.

10.7 Cuadro con resumen general de costos

Planes de costos	Subtotales	Gran total
De elaboración	Q. 1,125.00	
De producción	Q. 375.00	
De reproducción	Q. 0.00	
De distribución	Q. 0.00	
Total	Q. 1,500.00	
Margen de utilidad 20%	Q. 300.00	
IVA	Q. 180.00	
Gran Total		Q. 1,980.00



Capítulo XI

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se diseñaron materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales, a través de redes sociales, los productos y servicios de administración y montajes de eventos.
- Se logró investigar acerca de materiales gráficos digitales que existen en redes sociales para la creación de ideas concretas que se presenten en este proyecto.
- Se recopiló información acerca de la semiología, tanto de imagen como del discurso para transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo.
- Se editaron fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos digitales.

11.2 Recomendaciones

- Actualizar el material cada año con forme a las tendencias y nuevos productos de la empresa Carento Eventos.
- Utilizar otros medios de comunicación para promover los productos y servicios que ofrece la empresa.
- Buscar ideas innovadores para la creación de nuevos materiales gráficos digitales.
- Adquirir nuevas fotografías para visualizar los montajes y productos de pastelería dentro de materiales gráficos digitales.

- Actualizar frases que se encuentran dentro de los materiales gráficos digitales.



Capítulo XII

Capítulo XII: Conocimiento general

Diseño Gráfico

Esencial para transmitir los mensajes de una manera innovadora y ordenada por medio de las redes sociales.

Comunicación

Importante para transmitir adecuadamente el mensaje al cliente. Y así obtener retroalimentación.

Bocetaje

Fundamental para transmitir las ideas realizadas en papel y lápiz, es la base de todo arte digital.

Fotografía

Importante para transmitir emociones, sentimientos y momentos que significan algo para el grupo objetivo.

Conocimiento general

Estadística

Es esencial para analizar y recopilar datos, por lo que se utilizó para la validación del proyecto.

Creatividad

Fundamental para crear ideas por medio de las diferentes técnicas que existen y utilizarlas en los materiales gráficos digitales.

Administración

Ideal para manejar de la mejor manera el presupuesto en todo proyecto

Análisis final

Importante para obtener la información necesaria del grupo objetivo, ya que es necesario saber como transmitir el mensaje.

Conocimiento general





Capítulo XIII

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de documentos físicos

D

Diccionario de psicología. (1977). En F. dorsch, diccionario de psicología, Barcelona: Herder.

Diccionario de ciencias sociales. (1990). Madeleine Grawitz, diccionario de ciencias sociales, Paris.

Diccionario de estadística. (1991).Sierra Bravo, diccionario de estadística, Madrid.

13.2 Referencias de documentos electrónicos

C

Clarín. (15 de 06 de 2017). Obtenido de Clarín: <https://www.clarin.com/todoviaje/arte-tipografía>

Comunicólogos. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Comunicólogos:
<https://www.comunicologos.com/teorias/modelo-de-lasswell/>

Concepto, definición. (04 de 06 de 2017). Obtenido de concepto, definición:
<http://conceptodefinicion.de/servicio/>

Conceptode.de (11 de 06 de 2017). Obtenido de conceptode.:
<http://conceptodefinicion.de/fotografía/>

Conceptode.de. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Conceptode.de:
<http://conceptodefinicion.de/internet/>

Conceptodefinición.de. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Conceptodefinición.de:
<http://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>

ConceptoDefinición.de. (11 de 06 de 2017). Obtenido de ConceptoDefinición.de:

<http://conceptoDefinicion.de/publicidad/>

Conoce las Tic's. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Conoce las Tic's:

respuestasops.webcindario.com/disnodigital.html

D

deconceptos.com. (11 de 06 de 2017). Obtenido de deconceptos.com:

<http://deconceptos.com/ciencias-sociales/etnologia>

Definición.de. (04 de 06 de 2017). Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/pasteleria/>

Definición.de. (11 de 06 de 2017). Obtenido de definición de:

<http://conceptoDefinicion.de/tecnologia/>

Definición.de. (04 de 06 de 2017). Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/pasteleria/>

Definición.de. (04 de 06 de 2017). Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/comunicacion>

Definición.de. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Definición. de: <http://definicion.de/disenio>

Definición.de. (11 de 06 de 2017). Obtenido de Definición.de: <http://definicion.de/semiologia/>

DefiniciónABC. (10 de 06 de 2017). Obtenido de DefiniciónABC:

<https://www.definicionabc.com/negocios/identidadcorporativa.php>

Definiciónde. (19 de 06 de 2017). Obtenido de Definiciónde: <http://definicion.de/marketing/>

DefiniciónABC. (04 de 06 de 2017). Obtenido de DefiniciónABC:

<https://www.definicionabc.com/social/evento.php>

Definición.de. (04 de 06 de 2017). Obtenido de Definición. de: <http://definicion.de/decoracion/>

Diagramacion. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Diagramacion:

<http://diagramacionteoria.blogspot.com/2010/08/fundamentos-de-la-diagramacion.html>

E

EcuRed. (04 de 06 de 2017). Obtenido de EcuRed:

[https://www.ecured.cu/Organizaci%C3%B3n de eventos](https://www.ecured.cu/Organizaci%C3%B3n%20de%20eventos)

EcuRed. (10 de 06 de 2017). Obtenido de EcuRed: [https://www.ecured.cu/Imagen Corporativa](https://www.ecured.cu/Imagen%20Corporativa)

EcuRed. (10 de 06 de 2017). Obtenido de EcuRed: [https://www.ecured.cu/Sociolog%C3%Ada](https://www.ecured.cu/Sociolog%C3%ADa)

Erickrodriguez. (11 de 06 de 2017). Obtenido de Erickrodriguez:

<https://erickrodriguez.wordpress.com/2011/09/07/conceptos-de-la-economia-de-diferentes-autore/>

Escritorio familiar. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Escritorio familiar:

<http://escritoriofamilias.educ.ar/dator/redes-sociales.html>

F

Fotonostra. (11 de 06 de 2017). Obtenido de Fotonostra:

[http://www.fotonostra.com/grafico/tipografía.htm](http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm)

H

Herramientas para inspirar su imaginación. (11 de 06 de 2017). Obtenido de herramienta para inspirar su imaginación: <http://akvis.com/es/articles/teoria-color.php>

I

Instituto Nacional de Estadística Guatemala. (22 de 05 de 2017). Obtenido de Instituto Nacional de Estadística Guatemala: <https://www.ine.gob.gt/index.php/estadisticas>

M

Mercadeoglobal. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Mercadeoglobal:

<https://mercadeoglobal.com/blog/branding/>

N

Nivel compositivo. (11 de 06 de 2017). Obtenido de Nivel compositivo:

<http://www.analisisfotografia.uji.es/root/analisis/metod/11b.htm>

P

Pedagogía. (04 de 06 de 2017). Obtenido de Pedagogía: <http://pedagogia.mx/john-dewey/>

Psicología y Mente. (11 de 06 de 2017). Obtenido de Psicología y Mente:

<https://psicologiaymente.net/miscelanea/pscologia-color-sognificado#!>

S

Significados. (11 de 06 de 2017). Obtenido de significados:

<https://www.significados.com/deontologia/>

Significados. (11 de 06 de 2017). Obtenido de Significados:

<https://www.significados.com/estadistica/>

T

Teoría de la comunicación. (04 de 06 de 2017). Obtenido de Teoría de la comunicación

<https://teoriacomunicacion1.wordpress.com/modelos-de-comunicacion/modelo-de-paul-lazarsfeld/>

Todomarketing. (11 de 06 de 2017) Obtenido de Todomarketing:

<http://www.todomktblog.com/2013/05/semiotca-de-imagen.html>

U

Universidad de Guadalajara. (04 de 06 de 2017). Obtenido de Universidad de Guadalajara:

<http://www.cuaad.ufg.mx/?q=oferta/licenciaturas/ldcg>

Universidad interamericana. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Universidad interamericana:

http://www.metro.inter.edu/secuencial/BA_COMUNICACION_CORPORATIVA.pdf

W

Wikipedia. (11 de 06 de 2017). Obtenido de Wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/abstracci%C3%B3n_grom%C3%A9trica

Wikipedia. (10 de 06 de 2017). Obtenido de Wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/comunicaci%C3%B3n_informativa



Capítulo XIV

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1

14.1 Tabla de requisitos

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Diagramación	Crear un orden jerárquico en los elementos gráficos.	Mano alzada, Adobe Illustrator.	Orden
Fondo	Establecer un estilo único a cada material gráfico.	Adobe Illustrator.	Diversión
Tipografía	Definir elegancia.	Adobe Illustrator.	Elegancia
Fotografía	Presentar los productos y servicios de la empresa.	Adobe Photoshop.	Confianza
Color	Crear armonía entre las fotografías y el fondo.	Adobe Illustrator.	Alegría.

Anexo 2

14. 2 Técnica de validación



Facultad de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en comunicación y diseño

Proyecto de tesis

Género: Femenino

Masculino

Edad: 18 – 25 26 – 35 36 – 45 50

Nombre: _____ Título: _____

Puesto: _____ Años de experiencia en el mercado: _____

Experto Cliente Grupo Objetivo

Encuesta de validación

Técnica de validación

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos. Empresa Carento Eventos. Guatemala, Guatemala. 2018.

Antecedentes

La empresa Carento Evento inicio operaciones en el mes de diciembre del año 2010, se elaboraron paletas de marshmallows y de chocolate, distribuyéndolas en diferentes comercios. En el año 2012 comenzaron a elaborar cupcakes y pasteles artísticos para eventos especiales. En el 2014

empezaron a realizar eventos, familiares y corporativos. Actualmente prestan servicio completo de catering, pastelería artística, galletería, chocolatería, “Candy station”, decoración según temática y mobiliario para todo tipo de evento.

Instrucciones

Observe con atención los materiales gráficos digitales que se le presentan y conteste según su criterio las siguientes preguntas con una x dentro de cada círculo.

Parte Objetiva

1. ¿Considera importantes diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos?

Sí No

2. ¿Considera importante investigar acerca de los materiales gráficos digitales que existen en redes sociales para la creación de ideas concretas que se presenten en este proyecto?

Sí No

3. ¿Considera importante recopilar información acerca de la semiología, tanto de la imagen como del discurso para poder transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo?

Sí No

14.2 Técnica de validación

4. ¿Considera importante editar fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos digitales?

Sí No

Parte Semiológica

5. ¿Los colores utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen adecuados?

Muy adecuado Adecuado Poco adecuado

6. ¿Considera que la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales son correctos?

Muy correcto Correcto Poco correcto

7. ¿El tamaño de la tipografía en los materiales gráficos digitales es adecuado?

Muy adecuado Adecuado Poco adecuado

8. ¿Las fotografías utilizadas en los materiales gráficos digitales le parecen atractivas?

Muy atractivas Atractivas Poco atractivas

9. Según su criterio ¿el contenido dentro de los materiales gráficos digitales es adecuado para atraer a clientes reales y potenciales?

Mucho Poco Nada

10. ¿Los fondos utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen correctos?

Muy correctos Correctos Poco correctos

11. ¿El listón utilizado para unificar los elementos gráficos en los materiales gráficos digitales le parece adecuado?

Muy adecuado Adecuado Poco adecuado

14. 2 Técnica de validación

12. ¿El logo de la empresa dentro de las materiales gráficos digitales está colocado correctamente?

Muy correcta Correcta Poco correcta

13. ¿Los materiales gráficos digitales son atractivos a la vista?

Muy atractivos Atractivos Poco atractivos

Parte operativa

14. ¿El tamaño 8x 10 pulgadas utilizado en los materiales gráficos digitales son adecuados?

Muy adecuado adecuado Poco adecuado

15. ¿La tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales es legible?

Muy legible Poco legible Nada legible

16. ¿Le diagramación utilizada en los materiales gráficos digitales es la correcta?

Muy correcta Correcta Poco correcta

Observaciones y sugerencias

¡Muchas Gracias por su Tiempo!

Anexo 3

14.3 Escáner de validación de expertos


Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino
 Edad: 18 - 25 26 - 35 36 - 45 50
 Nombre: Jessica Ordóñez Título: Maestranda
 Puesto: Directora Años de experiencia en el mercado: 20
 Experto Cliente Grupo Objetivo

Encuesta de validación

Técnica de validación

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos. Empresa Carento Eventos, Guatemala, Guatemala. 2018.

Antecedentes

La empresa Carento Evento inicio operaciones en el mes de diciembre del año 2010, se elaboraron paletas de marshmallows y de chocolate, distribuyéndolas en diferentes comercios. En el año 2012 comenzaron a elaborar cupcakes y pasteles artísticos para eventos especiales. En el 2014 empezaron a realizar eventos, familiares y corporativos. Actualmente prestan servicio

completo de catering, pastelería artística, galletería, chocolatería, "Candy station", decoración según temática y mobiliario para todo tipo de evento.

Instrucciones

Observe con atención los materiales gráficos digitales que se le presentan y conteste según su criterio las siguientes preguntas con una X dentro de cada círculo.

Parte Objetiva

- ¿Considera importantes diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos?
Sí No
- ¿Considera importante investigar acerca de los materiales gráficos digitales que existen en redes sociales para la creación de ideas innovadoras que se presenten en este proyecto?
Sí No
- ¿Considera importante recopilar información acerca de la semiología, tanto de la imagen como del discurso para poder transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo?
Sí No

- ¿Considera importante editar fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos digitales?
Sí No

Parte Semiología

- ¿Los colores utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen adecuados?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- ¿Considera que la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales son correctos?
Muy correcto Correcto Poco correcto
- ¿El tamaño de la tipografía en los materiales gráficos digitales es adecuado?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- ¿Las fotografías utilizadas en los materiales gráficos digitales le parecen atractivas?
Muy atractivas Atractivas Poco atractivas
- Según su criterio ¿el contenido dentro de los materiales gráficos digitales es adecuado para atraer a clientes reales y potenciales?
Mucho Poco Nada
- ¿Los fondos utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen correctos?
Muy correctos Correctos Poco correctos
- ¿El listón utilizado para unificar los elementos gráficos en los materiales gráficos digitales le parece adecuado?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado

- ¿El logo de la empresa dentro de los materiales gráficos digitales está colocado correctamente?
Muy correcta Correcta Poco correcta
- ¿Los materiales gráficos digitales son atractivos a la vista?
Muy atractivos Atractivos Poco atractivos

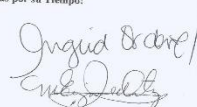
Parte operativa

- ¿El tamaño 8x10 pulgadas utilizado en los materiales gráficos digitales son adecuados?
Muy adecuado adecuado Poco adecuado
- ¿La tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales es legible?
Muy legible Poco legible Nada legible
- ¿La diagramación utilizada en los materiales gráficos digitales es la correcta?
Muy correcta Correcta Poco correcta

Observaciones y sugerencias

- Reducción de fotografías debe mejorarse
- Logo debe colocarse sobre un fondo blanco
- Menos elementos hacia que la vista/dirección
- se pisada del foto principal (producto)
- Tipografía ilegible en algunos recuadros.

¡Muchas Gracias por su Tiempo!


 Jess. Ordóñez

14.3 Escaner de validación de expertos


Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino
 Masculino

Edad: 18 - 25 26 - 35 36 - 45 50

Nombre: David Castillo Título: Diseño y Comunicación

Puesto: Productor Años de experiencia en el mercado: 14

Experto Cliente Grupo Objetivo

Encuesta de validación

Técnica de validación

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos. Empresa Carento Eventos, Guatemala, Guatemala, 2018.

Antecedentes

La empresa Carento Evento inició operaciones en el mes de diciembre del año 2010, se elaboraron paletas de marshmallows y de chocolate, distribuyéndolas en diferentes comercios. En el año 2012 comenzaron a elaborar cupcakes y pasteles artísticos para eventos especiales. En el 2014 empezaron a realizar eventos, familiares y corporativos. Actualmente prestan servicio

completo de catering, pastelería artística, galletería, chocolatería, "Candy station", decoración según temática y mobiliario para todo tipo de evento.

Instrucciones

Observe con atención los materiales gráficos digitales que se le presentan y conteste según su criterio las siguientes preguntas con una X dentro de cada círculo.

Parte Objetiva

- ¿Considera importantes diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos?
SI No
- ¿Considera importante investigar acerca de los materiales gráficos digitales que existen en redes sociales para la creación de ideas innovadoras que se presenten en este proyecto?
SI No
- ¿Considera importante recopilar información acerca de la semiología, tanto de la imagen como del discurso para poder transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo?
SI No

- ¿Considera importante editar fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos digitales?
SI No

Parte Semiológica

- ¿Los colores utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen adecuados?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- ¿Considera que la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales son correctos?
Muy correcto Correcto Poco correcto
- ¿El tamaño de la tipografía en los materiales gráficos digitales es adecuado?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- ¿Las fotografías utilizadas en los materiales gráficos digitales le parecen atractivas?
Muy atractivas Atractivas Poco atractivas
- Según su criterio, ¿el contenido dentro de los materiales gráficos digitales es adecuado para atraer a clientes reales y potenciales?
Mucho Poco Nada
- ¿Los fondos utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen correctos?
Muy correctos Correctos Poco correctos
- ¿El listón utilizado para unificar los elementos gráficos en los materiales gráficos digitales le parece adecuado?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado


- ¿El logo de la empresa dentro de los materiales gráficos digitales está colocado correctamente?
Muy correcta Correcta Poco correcta
- ¿Los materiales gráficos digitales son atractivos a la vista?
Muy atractivos Atractivos Poco atractivos

Parte operativa


- ¿El tamaño 8x 10 pulgadas utilizado en los materiales gráficos digitales son adecuados?
Muy adecuado adecuado Poco adecuado
- ¿La tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales es legible?
Muy legible Poco legible Nada legible
- ¿La diagramación utilizada en los materiales gráficos digitales es la correcta?
Muy correcta Correcta Poco correcta

Observaciones y sugerencias

¡Muchas Gracias por su Tiempo!



14.3 Escáner de validación de expertos


Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino
 Masculino

Edad: 18 - 25 26 - 35 36 - 45 50

Nombre: Laura Davis Título: Lic. en Comunicación

Puesto: Docente Años de experiencia en el mercado: 15

Experto Cliente Grupo Objetivo

Encuesta de validación

Técnica de validación

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos. Empresa Carento Eventos, Guatemala, Guatemala, 2018.

Antecedentes

La empresa Carento Evento inicio operaciones en el mes de diciembre del año 2010, se elaboraron paletas de marshmallows y de chocolate, distribuyéndolas en diferentes comercios. En el año 2012 comenzaron a elaborar cupacitos y pasteles artísticos para eventos especiales. En el 2014 empezaron a realizar eventos, familiares y corporativos. Actualmente prestan servicio

completo de catering, pastelería artística, galletería, chocolatería, "Candy station", decoración según temática y mobiliario para todo tipo de eventos.

Instrucciones

Observe con atención los materiales gráficos digitales que se le presenten y conteste según su criterio las siguientes preguntas con una X dentro de cada círculo.

Parte Objetiva

- ¿Considera importante diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos?
 Sí No
- ¿Considera importante investigar acerca de los materiales gráficos digitales que existen en redes sociales para la creación de ideas innovadoras que se presenten en este proyecto?
 Sí No
- ¿Considera importante recopilar información acerca de la semiología, tanto de la imagen como del discurso para poder transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo?
 Sí No

- ¿Considera importante editar fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos digitales?
 Sí No

Parte Semiológica

- ¿Los colores utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen adecuados?
 Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- ¿Considera que la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales son correctas?
 Muy correcto Correcto Poco correcto
- ¿El tamaño de la tipografía en los materiales gráficos digitales es adecuado?
 Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- ¿Las fotografías utilizadas en los materiales gráficos digitales le parecen atractivas?
 Muy atractivas Atractivas Poco atractivas
- Según su criterio ¿el contenido dentro de los materiales gráficos digitales es adecuado para atraer a clientes reales y potenciales?
 Mucho Poco Nada
- ¿Los fondos utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen correctos?
 Muy correctos Correctos Poco correctos
- ¿El listón utilizado para unificar los elementos gráficos en los materiales gráficos digitales le parece adecuado?
 Muy adecuado Adecuado Poco adecuado

- ¿El logo de la empresa dentro de los materiales gráficos digitales está colocado correctamente?
 Muy correcta Correcta Poco correcta
- ¿Los materiales gráficos digitales son atractivos a la vista?
 Muy atractivos Atractivos Poco atractivos

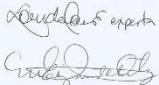
Parte operativa

- ¿El tamaño 8x 10 pulgadas utilizado en los materiales gráficos digitales son adecuados? 400 x 400 px
 Muy adecuado adecuado Poco adecuado
- ¿La tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales es legible?
 Muy legible Poco legible Nada legible
- ¿La diagramación utilizada en los materiales gráficos digitales es la correcta?
 Muy correcta Correcta Poco correcta


Observaciones y sugerencias

Ver anexos

¡Muchas Gracias por su Tiempo!


 Laura Davis

14.3 Escáner de validación de expertos


Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Género: Femenino Masculino
 Edad: 18-25 26-35 36-45 50
 Nombre: Karla Lopez Título: Lic. en Com. y Diseño
 Puesto: freelance Años de experiencia en el mercado: 8
 Experto Cliente Grupo Objetivo

Encuesta de validación

Técnica de validación

Diseño de materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos. Imprenta Carento Eventos, Guatemala, Guatemala, 2018.

Antecedentes

La empresa Carento Evento inicio operaciones en el mes de diciembre del año 2010, se elaboraron paltas de marshmallows y de chocolate, distribuyéndolas en diferentes comercios. En el año 2012 comenzaron a elaborar espeques y pasteles artísticos para eventos especiales. En el 2014 empezaron a realizar eventos, familiares y corporativos. Actualmente prestan servicio

completo de catering, pastelería artística, gallería, chocolatería, "Candy station", decoración según temática y mobiliario para todo tipo de evento.

Instrucciones

Observe con atención los materiales gráficos digitales que se le presenten y conteste según su criterio las siguientes preguntas con una X dentro de cada círculo.

Parte Objetiva

- ¿Considera importantes diseñar materiales gráficos digitales para promover en clientes reales y potenciales a través de redes sociales los productos y servicios de administración y montajes de eventos?
Si No
- ¿Considera importante investigar acerca de los materiales gráficos digitales que existen en redes sociales para la creación de ideas innovadoras que se presenten en este proyecto?
Si No
- ¿Considera importante recopilar información acerca de la semiología, tanto de la imagen como del discurso para poder transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo?
Si No

- ¿Considera importante editar fotografías de productos y servicios que la empresa Carento Eventos ofrece para visualizar las imágenes de montajes y productos de pastelería en los materiales gráficos digitales?
Si No

Parte Semiológica

- ¿Los colores utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen adecuados?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- ¿Considera que la tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales son correctos?
Muy correcto Correcto Poco correcto
- ¿El tamaño de la tipografía en los materiales gráficos digitales es adecuado?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- ¿Las fotografías utilizadas en los materiales gráficos digitales le parecen atractivas?
Muy atractivas Atractivas Poco atractivas
- Según su criterio ¿el contenido dentro de los materiales gráficos digitales es adecuado para atraer a clientes reales y potenciales?
Mucho Poco Nada
- ¿Los fondos utilizados en los materiales gráficos digitales le parecen correctos?
Muy correctos Correctos Poco correctos
- ¿El listón utilizado para unificar los elementos gráficos en los materiales gráficos digitales le parece adecuado?
Muy adecuado Adecuado Poco adecuado

- ¿El logo de la empresa dentro de los materiales gráficos digitales está colocado correctamente?
Muy correcta Correcta Poco correcta
- ¿Los materiales gráficos digitales son atractivos a la vista?
Muy atractivos Atractivos Poco atractivos



Parte operativa

- ¿El tamaño 8x 10 pulgadas utilizado en los materiales gráficos digitales son adecuados?
Muy adecuado adecuado Poco adecuado
- ¿La tipografía utilizada en los materiales gráficos digitales es legible?
Muy legible Poco legible Nada legible
- ¿La diagramación utilizada en los materiales gráficos digitales es la correcta?
Muy correcta Correcta Poco correcta

Observaciones y sugerencias

1. Considerar quitar fondos y bajar las fotografías con otra diagramación
2. Sigiera quitar el listón de fondo
3. Se veria mejor fondos blancos
4. Agregar logotipo

¡Muchas Gracias por su Tiempo!

Anexo 4

14.4 Tablas de tabulación

Parte Objetiva

Pregunta 1

	Alternativa		Porcentaje	
	sí	no	sí	No
Cliente	2	0	8%	0%
Grupo objetivo	19	0	76%	0%
Expertos	4	0	16%	0%
Total	25	0	100%	0%

100%

Pregunta 2

	Alternativa		Porcentaje	
	sí	no	sí	No
Cliente	2	0	8%	0%
Grupo objetivo	19	0	76%	0%
Expertos	4	0	16%	0%
Total	25	0	100%	0%

100%

Pregunta 3

	Alternativa		Porcentaje	
	sí	no	sí	No
Cliente	2	0	8%	0%
Grupo objetivo	19	0	76%	0%
Expertos	4	0	16%	0%
Total	25	0	100%	0%

100%

14.4 Tablas de tabulación

Pregunta 4

	Alternativa		Porcentaje	
	sí	no	sí	No
Cliente	2	0	8%	0%
Grupo objetivo	17	2	68%	8%
Expertos	4	0	16%	0%
Total	23	2	92%	8%

100%

Parte semiológica

Pregunta 5

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado
Cliente	1	1	0	4%	4%	0%
Grupo objetivo	6	13		24%	52%	0%
Expertos	1	2	1	4%	8%	4%
Total	8	16	1	32%	64%	4%

100%

Pregunta 6

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy Correcto	Correcto	Poco correcto	Muy correcto	Correcto	Poco correcto
Cliente	0	2	0	0%	8%	0%
Grupo objetivo	8	11		32%	44%	0%
Expertos	2	1	1	8%	4%	4%
Total	8	16	1	40%	56%	4%

100%

14.4 Tablas de tabulación

Pregunta 7

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado
Cliente	0	2	0	0%	8%	0%
Grupo objetivo	9	10	0	36%	40%	0%
Expertos	2	2	0	8%	8%	0%
Total	11	14	0	44%	56%	0%
100%						

Pregunta 8

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy atractiva	Atractiva	Poco atractiva	Muy atractiva	Atractiva	Poco atractiva
Cliente	2	0	0	8%	0%	0%
Grupo objetivo	4	13	2	16%	52%	8%
Expertos	1	2	1	4%	8%	4%
Total	7	15	3	28%	60%	12%
100%						

Pregunta 9

	Alternativa			Porcentaje		
	Mucho	Poco	Nada	Mucho	Poco	Nada
Cliente	0	2	0	0%	8%	0%
Grupo objetivo	14	5	0	56%	20%	0%
Expertos	1	3	0	4%	12%	0%
Total	15	10	0	60%	40%	0%
100%						

14.4 Tablas de tabulación

Pregunta 10

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy correctos	Correctos	Poco Correctos	Muy correctos	Correctos	Poco correctos
Cliente	0	2	0	0%	8%	0%
Grupo objetivo	4	8	7	16%	32%	28%
Expertos	1	1	2	4%	4%	8%
Total	5	11	9	20%	44%	36%
100%						

Pregunta 11

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado
Cliente	0	2	0	0%	8%	0%
Grupo objetivo	4	6	9	16%	24%	36%
Expertos	1	0	3	4%	0%	12%
Total	5	8	12	20%	32%	48%
100%						

Pregunta 12

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy correcto	Correcto	Poco correcto	Muy correcto	Correcto	Poco Correcto
Cliente	0	2	0	0%	8%	0%
Grupo objetivo	7	7	5	28%	28%	20%
Expertos	1	1	2	4%	4%	8%
Total	8	12	7	32%	40%	28%
100%						

14.4 Tablas de tabulación

Pregunta 13

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy atractivo	Atractivo	Poco atractivo	Muy atractivo	Atractivo	Poco atractivo
Cliente	0	1	1	0%	4%	4%
Grupo objetivo	8	11	0	32%	44%	0%
Expertos	1	1	2	4%	4%	8%
Total	5	8	12	36%	52%	8%
100%						

Parte operativa

Pregunta 14

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado	Muy adecuado	Adecuado	Poco adecuado
Cliente	0	2	0	0%	8%	0%
Grupo objetivo	6	13	0	24%	52%	0%
Expertos	3	1	0	12%	4%	0%
Total	9	16	0	36%	64%	48%
100%						

Pregunta 15

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy legible	Poco legible	Nada legible	Muy legible	Poco legible	Nada legible
Cliente	0	2	0	0%	8%	0%
Grupo objetivo	12	7	0	48%	28%	0%
Expertos	4	0	0	16%	0%	0%
Total	16	9	0	64%	36%	0%
100%						

14.4 Tablas de tabulación

Pregunta 16

	Alternativa			Porcentaje		
	Muy correcta	Correcta	Poco correcta	Muy correcta	Correcta	Poco correcta
Cliente	1	1	0	4%	4%	0%
Grupo objetivo	7	12	0	28%	48%	0%
Expertos	1	1	2	4%	4%	8%
Total	5	8	12	36%	56%	8%

100%.

Anexo 5

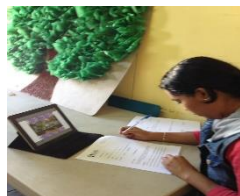
14.5 Encuestados

14.4.1 Grupo objetivo



Alejandra Maraya

Estudiante



Lorena Colindres

Maestra



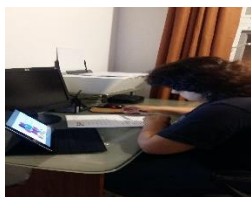
Nancy García

Maestra



María Tacatic

Maestra



Silvia Aguirre

Pedagoga



Leslie García

Estudiante



Ana Quintanilla

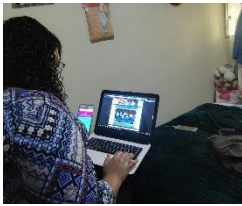
Maestra



Heidy Ambrosio

Practicante

14.5 Encuestados



Zoe Samayoa

Estudiante



Beatriz García

Estudiante



Jessica Carrillo, Estudiante

Regina Malouf, Estudiante



Rita Echeverria, Abogada y Notaria

Ester Vaides, Administradora de empresas



Vivian Amado, Psicóloga Industrial

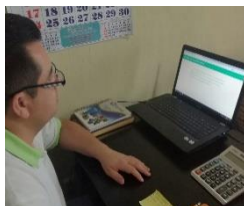
Gabriela López, Medico y Cirujano

Andrea Rodríguez, Medico y Cirujano

Alejandra Argueta, Nutricionista

Johanna Alvarado, Abogada y Notaria

14.5.2 Cliente



Carlos Toca

Gerente General



Alejandra Toca

Encargada de producción

14.5.3 Expertos



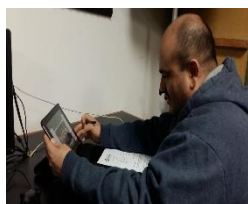
Licda. Karla López

Licda. En Comunicación y diseño



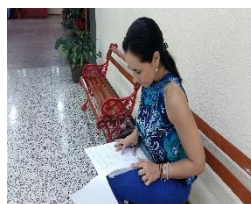
Licda. Lourdes Donís

Licda. En Comunicación



Lic. David Castillo

Lic. En Comunicación y diseño



Licda. Ingrid Ordoñez

Mercadologa