



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de un sistema de señalética para orientar a los clientes reales y potenciales las áreas habitacionales y recreativas del Hotel y Turicentro Teculután. Teculután, Guatemala 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR

Jasmin Patricia Ramos Perez

Carné: 13004172

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Chiquimula, Chiquimula, 10 de Marzo de 2018

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de un sistema de señalética para orientar a los clientes reales y potenciales las áreas habitacionales y recreativas del Hotel y Turicentro Teculután. Teculután, Guatemala 2018.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR

Jasmin Patricia Ramos Perez
Carné: 13004172

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Chiquimula, Chiquimula, 28 de Abril de 2018

Guatemala, 23 de junio de 2,017.

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 UN SISTEMA DE SEÑALÉTICA PARA ORIENTAR A LOS
CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS ÁREAS HABITACIONALES Y
RECREATIVAS DEL HOTEL Y TURICENTRO TECULUTÁN. TECULUTÁN,
GUATEMALA 2018.** Asimismo, solicito que Licda. Wendy Franco Higueros, sea quien
me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Jasmín Patricia Ramos Pérez
13004172



Licda. Wendy Roxana Franco Higueros
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 28 de junio 2017.

**Señorita
Jasmin Patricia Ramos Pérez
Presente**

Estimada Señorita Ramos:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN SISTEMA DE SEÑALÉTICA PARA ORIENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS ÁREAS HABITACIONALES Y RECREATIVAS DEL HOTEL Y TURICENTRO TECULUTÁN. TECULUTÁN, GUATEMALA 2018.** Asimismo, se aprueba a Licda. Wendy Franco Higueros, 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, 28 de noviembre 2017.

Licenciado
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 UN SISTEMA DE SEÑALÉTICA PARA ORIENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS ÁREAS HABITACIONALES Y RECREATIVAS DEL HOTEL Y TURICENTRO TECULUTÁN. TECULUTÁN, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Jasmin Patricia Ramos Pérez, con número de carné: 13004172, 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. Wendy Roxana Franco Higueros
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 21 de marzo 2018

**Señorita
Jasmin Patricia Ramos Pérez
Presente**

Estimada Señorita Ramos:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler
Decano**

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 18 de mayo de 2018.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN SISTEMA DE SEÑALÉTICA PARA ORIENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS ÁREAS HABITACIONALES Y RECREATIVAS DEL HOTEL Y TURICENTRO TECULUTÁN. TECULUTÁN, GUATEMALA 2018***, de la estudiante Jasmin Patricia Ramos Pérez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 22 de mayo de 2018

**Señorita
Jasmin Patricia Ramos Pérez
Presente**

Estimada Señorita Ramos:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN SISTEMA DE SEÑALÉTICA PARA ORIENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LAS ÁREAS HABITACIONALES Y RECREATIVAS DEL HOTEL Y TURICENTRO TECULUTÁN. TECULUTÁN, GUATEMALA 2018.** Presentado por la estudiante: Jasmin Patricia Ramos Pérez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

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.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Hotel y Turicentro Teculután se identificó que no contaba con un sistema de señalética para orientar a los clientes reales y potenciales a las áreas habitacionales y recreativas del hotel.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un sistema de señalética para orientar a los clientes reales y potenciales en las áreas habitacionales y recreativas del Hotel y Turicentro Teculután.

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

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

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó un sistema de señalética para orientar a los clientes reales y potenciales a las áreas habitacionales y recreativas de Hotel y Turicentro Teculután.

Se recomendó mantener las señales actualizadas, ya sea que hubiera un cambio de área en Hotel y Turicentro Teculután, para que la señalética no perdiera su función.

Para efectos legales únicamente la autora Jasmin Patricia Ramos Perez 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: INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO II: PROBLEMÁTICA	3
2.1 Contexto	3
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	3
2.3 Justificación	3
2.3.1. Magnitud.	4
2.3.2. Vulnerabilidad.....	4
2.3.3. Trascendencia.	5
2.3.4. Factibilidad.	5
CAPÍTULO III: OBJETIVOS DEL DISEÑO	7
3.1 El objetivo general:	7
3.2 Los objetivos específicos:.....	7
3.2.1.....	7
3.2.2.....	7
3.2.3.....	7
3.2.4.....	7
3.2.5.....	7
3.2.6.....	8
3.2.7.....	8

CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA	9
4.1 Información general del cliente:	9
4.1.1 Brief:	9
4.1.2 Organigrama:	12
4.1.3 FODA:.....	12
CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO	14
5.1 Perfil geográfico:.....	14
5.2 Perfil demográfico:	15
5.2.1 Nivel socioeconómico:.....	15
5.2.2 Ocupación:	15
5.2.3 Educación.....	15
5.2.4 Genero.....	15
5.2.4 Viviendas:	15
5.2.5 Nacionalidad:	15
5.3 Perfil psicográfico:	16
5.3.1 Estilo de vida:	16
5.3.2 Personalidad:.....	16
5.3.3 Hobbies:	17
5.3.4 Hábitos:	17
5.3.5 Actividades:	17
5.4 Perfil conductual:	17

CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO	18
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	18
6.1.1 Hotelería.....	18
6.1.2 Turicentro.....	18
6.1.3 Empresa.....	19
6.1.4 Familia	20
6.1.5 Ambiente Ecológico.....	20
6.1.6 Recreación.....	21
6.2 Conceptos Relacionados con la Comunicación y el Diseño.....	22
6.2.1 La Comunicación	22
6.2.1.1 Elementos de la comunicación.....	22
6.2.1.2 Comunicación Visual.....	24
6.2.1.3 Comunicación Social	24
6.2.1.4 Tipos la comunicación	25
6.2.2 Conceptos Relacionados con el Diseño.....	26
6.2.2.1 Diseño	26
6.2.2.2 Señalética	26
6.2.2.3 Icono	27
6.2.2.4 Diseño Vectorial	28
6.3.1 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	29
6.3.2 Ciencias Auxiliares	29
6.3.3 Artes	32

6.3.4 Teorías.....	33
6.3.5 Tendencias	34
CAPÍTULO VII: PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR.....	36
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:.....	36
7.1.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	36
7.1.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	36
7.1.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	37
7.1.4 Artes.....	38
7.1.5 Teorías.....	39
7.1.6 Tendencias	39
7.2 Conceptualización.....	39
7.2.1 Método	39
7.2.2 Concepto	41
7.3 Bocetaje.....	42
7.3.1 Proceso de bocetaje a mano	42
7.3.2 Proceso de bocetaje formal	47
7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos.....	53
7.4 Propuesta preliminar.....	57
CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA.....	60
8.1 Población y muestreo:.....	60

8.1.1 Expertos	60
8.1.2 Clientes	61
8.1.3 Grupo objetivo	61
8.2 Método e instrumentos	61
8.2.1 Instrumento de validación.....	63
8.3 Resultados e interpretación de resultados:.....	67
8.3.1 Parte Objetiva.....	67
8.4 Cambios con base a los resultados.....	83
8.4.1 Antes y Después.....	83
CAPÍTULO IX: PROPUESTA GRÁFICA FINAL	95
9.1 Fundamentación de diseño.....	95
9.1.2 Concepto de diseño:.....	95
9.1.3 Elementos gráficos.....	95
9.1.4 Elementos tipográficos.....	97
9.1.5 Colores	97
9.1.6 Presentación de propuesta final	98
9.2 Propuesta gráfica final	99
CAPITULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	107
10.1 Plan de costos de elaboración:	108

10.2 Plan de costos de producción:	108
10.3 Plan de costos de reproducción.....	109
10.4 Plan de Costos de Distribución:.....	109
10.5 Margen de utilidad:	110
10.6 Cuadro con resumen general de costos.....	110
CAPITULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	111
11.1 Conclusiones	111
11.1.1.....	111
11.1.2.....	111
11.1.3.....	111
11.1.4.....	111
11.1.5.....	111
11.1.6.....	111
11.1.7.....	111
11.2 Recomendaciones	112
11.2.1.....	112
11.2.2.....	112
11.2.3.....	112
11.2.4.....	112
11.2.5.....	112

11.2.6.....	112
11.2.7.....	112
CAPÍTULO XII: CONOCIMIENTO GENERAL	113
CAPÍTULO XIII: REFERENCIAS.....	114
13.1 Referencias bibliográficas	114
13.2 Referencias biblioweb.....	117
CAPÍTULO XIV: ANEXOS	119
14.1 Anexo A: Definición de tema	119
14.2 Anexo B: Taller de desarrollo de Requerimiento de Comunicación y Diseño	120
14.3 Anexo C: Taller de Desarrollo de Objetivos.....	121
14.4 Anexo D: Brief.....	122
14.5 Anexo E: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivez.....	125
14.6 Anexo F: Encuesta de perfiles psicográfico y conductual	126
14.7 Anexo G: Fotografías de Encuestado.....	129
14.7.1 Expertos	129
14.7.2 Cliente	130
14.7.3 Grupo Objetivo	131

14.8 Anexo H: Cotizaciones..... 132

14.8.1 Eleva Mercadeo 132

14.8.2 Reforma Branding..... 133

14.8.3 Green Print..... 135



CAPÍTULO I

Introducción

Capítulo I: Introducción

Sistema de señalética es un sistema de comunicación visual que regula las relaciones funcionales entre el espacio y los individuos. Este sistema se compone de signos gráficos que ayudan a orientar a las personas a un espacio determinado, informándolos de los servicios que están a su disposición.

Hotel y Turicentro Teculután, por ser una empresa familiar conocida por su calidad y buen servicio, se vio en la necesidad de un sistema de señalética para orientar a sus clientes reales y potenciales hacia los diferentes servicios que ofrecen al público.

Para iniciar este proyecto se hizo una recopilación de información sobre la empresa y sus antecedentes para elaborar una señalética. Se tomó en cuenta su línea gráfica que debía ir relacionada con el diseño del sistema de señalética. Además, se midió la magnitud y factibilidad que posiblemente tendría este proyecto, tanto como la vulnerabilidad.

Se estableció un objetivo general, tanto como objetivos específicos, que se fueron revisando para que se pudiera crear una señalética funcional. Todos estos objetivos tuvieron una conclusión, para el aseguramiento de su cumplimiento y para obtener resultados favorables.

El método de creatividad que se utilizó fue el DO IT, ya que ayudó a definir los problemas, encontrar muchas soluciones posibles, identificar la mejor solución y luego transformarla en acción con eficacia.

Se utilizó el método mixto para investigar si el proyecto es factible, a través de encuestas, que se pasarán a expertos, los clientes y el grupo objetivo. el resultado dará como respuesta la propuesta preliminar y final de dicho proyecto.

Lo anterior ayudó a realizar una efectiva elaboración y reproducción de sistema de señalética llamativa, moderna y funcional, con el fin de que los clientes reales y potenciales de Hotel y Turicentro Teculután puedan ubicarse en el turicentro.

Ver Anexo A: Definición del tema.



CAPÍTULO II

Problemática

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

Hotel y Turicentro Teculután se ha visto como un lugar de comodidad, relajamiento y diversión. Sin embargo, se encontró con el problema de no contar con un sistema de señalética adecuada para guiar a sus clientes reales y potenciales a los servicios y beneficios que el centro ofrece. Por este motivo, se vio la necesidad de crear señales detalladas y llamativas para el mejoramiento del servicio en el centro. Para esto se requirió del total apoyo del centro y su personal, para poder planificar y diseñar la mejor herramienta para el cliente potencial.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

Hotel y Turicentro Teculután no cuenta con una señalética que sirva para orientar a los clientes reales y potenciales en áreas habitacionales y recreativas del hotel. (*Ver Anexo B: Taller de desarrollo de Requerimiento de Comunicación y Diseño*)

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud.

La república de Guatemala, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), cuenta con 16,174,133 habitantes, 221,364 de los cuales provienen del departamento de Zacapa, y 16,674 del municipio de Teculután. Teculután cuenta con 3 turicentros, que le hacen competencia a Hotel y Turicentro Teculután, que solo cuenta con un establecimiento.

MAGNITUD



2.3.2. Vulnerabilidad.

La falta de un sistema de señalética para Hotel y Turicentro Teculután provoca desconocimiento entre sus visitantes de las instalaciones y servicios con los que cuenta, que resulta en la falta de comunicación de parte del centro hacia sus clientes reales y potenciales. Sin un sistema de señalética, el cliente difícilmente se ubica, provocando el desorden y pérdida de tiempo en un estadía en el turicentro.

2.3.3. Trascendencia.

Este proyecto alcanzará a todos los clientes reales y potenciales que visitan el centro, disminuyendo el problema con la intervención de la comunicación y el diseño, por medio del sistema de señalética.

Con la realización de este proyecto se podrán ayudar a todos los clientes potenciales que visitan el centro, aproximadamente 16 mil personas de la municipalidad de Teculután, excluyendo los viajeros que visitan las instalaciones.

2.3.4. Factibilidad.

Este proyecto sí es factible porque cuenta con los recursos que se deben tomar en cuenta para la realización de la señalética en Hotel y Turicentro Teculután, son los siguientes:

2.3.4.1 Recursos Humanos. La información para la realización de la señalética será proporcionada por el dueño, Walter Cabrera. Además, Hotel y Turicentro Teculután cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. El dueño de Hotel y Turicentro Teculután autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto y así conocer y crear una señalética adecuada.

2.3.4.3 Recursos Económicos. Hotel y Turicentro Teculután cuenta actualmente con los recursos económicos, que posibilita la realización de la señalética.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Si cuenta con la tecnología apropiada para la realización de este proyecto. Para ello se estarán usando los programas Adobe Illustrator y Photoshop.



CAPÍTULO III

Objetivos del Diseño

Capítulo III: Objetivos del Diseño

3.1 El objetivo general:

Diseñar un sistema de señalética para orientar a los clientes reales y potenciales en las áreas habitacionales y recreativas del Hotel y Turicentro Teculután.

3.2 Los objetivos específicos:

- 3.2.1** Investigar los conceptos básicos y procesos relacionados con el desarrollo de una señalética, así como las tendencias actuales a través de documentos escritos y digitales, para aplicarlos en la creación de una señalética para Hotel y Turicentro Teculután.
- 3.2.2** Recopilar información del turicentro, a través de la información que el cliente proporcione por medio del BRIEF, para facilitar la creación de un sistema de señalética para Hotel y Turicentro Teculután.
- 3.2.3** Conceptualizar un mapa para la mejor ubicación de la señalética para Hotel y Turicentro Teculután.
- 3.2.4** Identificar a través de fotografías las áreas que necesitan estar señalizadas para implementar el sistema de señalética para Hotel y Turicentro Teculután.
- 3.2.5** Dibujar el pictograma adecuado a través de Illustrator para cada área, según la señalética que se creará para el Hotel y Turicentro Teculután.

3.2.6 Seleccionar los elementos de diseño a través de Photoshop para unificar la imagen de señalética para Hotel y Turicentro Teculután.

3.2.7 Realizar el fotomontaje de la señalética a través de Photoshop para su presentación a Hotel y Turicentro Teculután.

Ver Anexo C: Tabla de Desarrollo de Objetivos



CAPÍTULO IV

Marco de Referencia

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente:

4.1.1 Brief:

Nombre de la Empresa: Hotel y Turicentro Teculután

Dirección: Carretera Al Atlántico, Km 120, Teculután, Zacapa

Teléfono: 7934-8650

Contacto y Cargo: Walter Cabrera / Dueño

Antecedentes: Hotel y Turicentro Teculután es una empresa familiar, formada por un hotel y turicentro para sus clientes. Cuenta con habitaciones sencillas, dobles y triples rodeadas de un ambiente ecológico que hace una estadía más agradable. Las habitaciones están equipadas con: aire acondicionado, baño privado. T.V. con cable, teléfono y parqueo interno. Cuentan con un salón (ranchón), jardines y espacios alrededor de la piscina para trabajos en grupos, equipados con: mobiliario, mantelería, cristalería, cubertería, toldos, fundas para sillas y caminos de mesas. Para reuniones o capacitaciones cuentan con: rotafolio, pizarra, marcadores, manta para proyectar y estación de agua pura.

Oportunidad Identificada: Diseñar un sistema de señalética para dar a conocer las diferentes áreas de Hotel y Turicentro.

Misión: Somos una empresa familiar, comprometida con nosotros mismos, que nos profesionalizamos para brindar productos y servicios de excelente calidad y satisfacer

constantemente las necesidades de nuestros clientes, promoviendo el desarrollo de nuestra comunidad.

Visión: Ser una empresa de crecimiento constante, innovadora y creativa que a través de la mejora continua y de la integración de sus colaboradores, busque la preferencia de sus clientes y se posicione como líder en su género.

Delimitación Geográfica: El municipio de Teculután.

Grupo Objetivo: Hombres y mujeres entre las edades de 5 a 60, con nivel socioeconómico mediano, ubicados en Teculután, en busca de diversión.

Principal beneficio al grupo objetivo: Guiarlos hasta las áreas y servicios que Hotel y Turicentro Teculután ofrece.

Competencia: Hotel Longarone, Turicentro Tortas Mila, Hotel Atlántico

Posicionamiento: Medio. Está en una favorable locación en Teculután, accesible a los habitantes del municipio y a los que pasan en la ruta.

Factores de diferenciación: Buen servicio, servicio de hotelería, fácil accesibilidad.

Objetivo de mercadeo: Brindar un mejor servicio a los clientes potenciales.

Objetivo de comunicación: Brindar información acerca del turicentro para el servicio de los clientes.

Mensajes claves a comunicar: Calidad y la importancia a las necesidades del cliente.

Estrategia de comunicación: Este sistema de señalética se encontrará en todo el turicentro para el uso de los clientes potenciales.

Reto del diseño y trascendencia: Diseñar un sistema de señalética que sea legible al cliente potencial, para que se pueda mover adentro del turicentro.

Materiales a realizar: Sistema de señalética.

Presupuesto: Q2,000.00

Datos del Logotipo

Colores:

CAFÉ



#4D1A05

R:77 C:42
G:26 M:82
B:5 Y:88
K:65

AMARILLO



#FFFF39

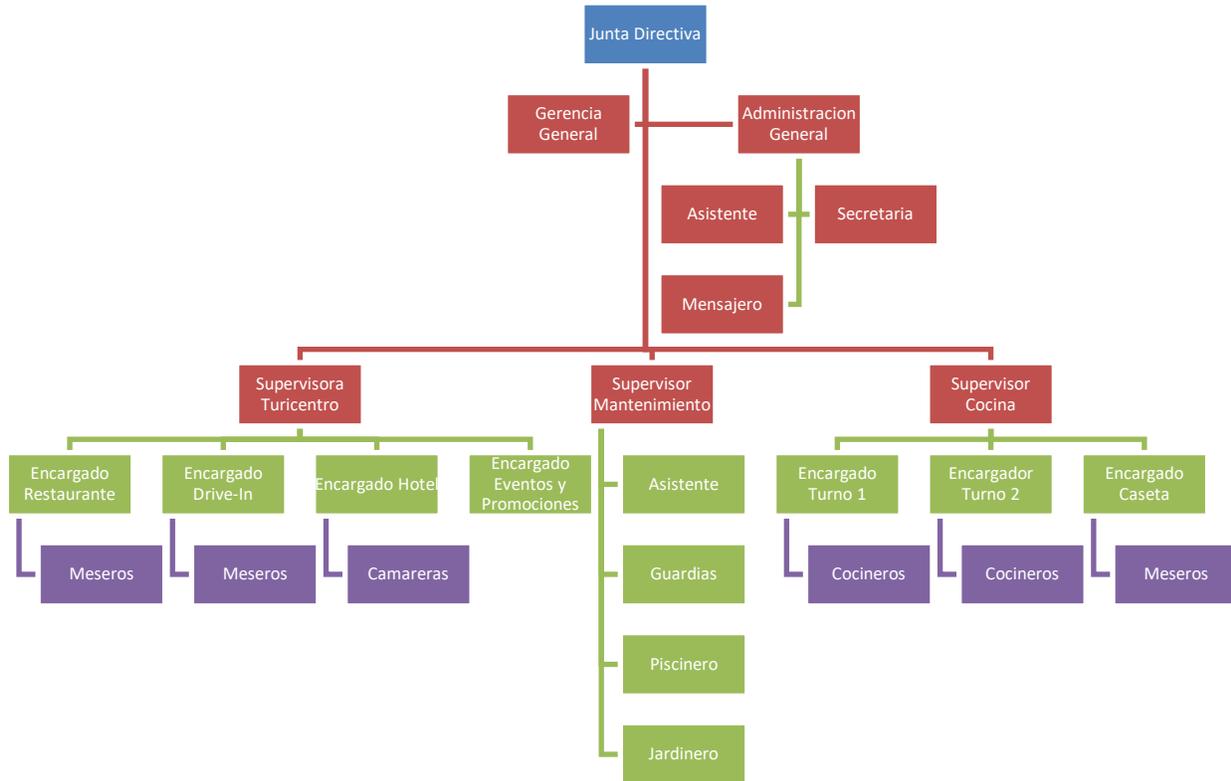
R:255 C:6
G:255 M:0
B:57 Y:87
K:0

Forma:



Ver Anexo D: Brief

4.1.2 Organigrama:



4.1.3 FODA:



Fortalezas y Debilidad, mediante el estudio interno, así como las diferentes Oportunidades y Amenazas por medio del estudio externo. A continuación, para contrarrestar lo negativo con lo positivo, se estarán convirtiendo las debilidades en fortalezas.

Las debilidades de Hotel y Turicentro Teculután exponen que no tienen mucho movimiento poco movimiento en el área de promoción y publicidad. No cuenta con mucha información en línea y promociones y publicidad en las redes sociales, que corta su oportunidad de crecimiento en las áreas fuera de Teculután. Esta situación negativa puede convertirse en fortaleza con la ayuda de movimiento en las redes sociales sobre la empresa y sus productos y servicios, al agrandar el alcance que la empresa podría tener en Guatemala. Al igual, se presenta el problema de la falta de un sistema de señalética adecuada y apropiada, donde se presenta el motivo para la realización de este proyecto.



CAPÍTULO V

*Definición del Grupo
Objetivo*

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

Población del Municipio de Teculután, hombres y mujeres entre las edades de 5 a 60 que quieren pasar un buen rato y descansar de sus diarios quehaceres.

5.1 Perfil geográfico:

Teculután es uno de los 340 municipios de la República de Guatemala. Tiene una extensión de alrededor de 273 kilómetros cuadrados.

El municipio de Teculután limita al Norte con Panzos, Alta Verapaz y El Estor, Izabal, al este con Rio Hondo y Estanzuela, Zacapa, al Sur con Huite y Estanzuela, Zacapa y al oeste con Usumatlan, Zacapa.

Según el Instituto Nacional de Estadística, la población del Municipio al año 2010 es de 16,674 habitantes, de los que el 45.75% son hombres y el 54.25% son mujeres. Según el grupo étnico a que pertenecen, el 100% de la población se define como ladina.

Su clima es caliente y su fiesta titular se celebra del 1 al 5 de febrero, siendo el 2 el día principal en honor a la Virgen de Candelaria.

El nombre del municipio de Teculután puede provenir del náhuatl tecolotl – tecolote, búho virginianus, lo que significa “lugar de tecolotes”.

5.2 Perfil demográfico:

Los visitantes de Hotel y Turicentro Teculután viven en el municipio de Guatemala y poseen las siguientes características:

5.2.1 Nivel socioeconómico: C-

5.2.2 Ocupación: Ejecutivos, comerciantes, vendedores, dependientes.

5.2.3 Educación: Nivel superior, licenciatura, con estudios de nivel medio, primaria completa e incompleta.

5.2.4 Género: Masculino y femenino.

5.2.4 Viviendas: Casa o departamentos, rentados o financiados, con máximo 2 cuartos, 2 baños sala y garaje.

5.2.5 Nacionalidad: Guatemaltecos

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C-
EDUCACIÓN	Media completa
DESEMPEÑO	Comerciante, vendedor, dependiente
INGRESO	Q8 mil
VIVIENDA	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,
OTRAS PROPIEDADES	
PERSONAL DE SERVICIOS	Eventual
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal
POSESIONES	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro
BIENES DE COMODIDAD	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos
DIVERSIÓN	CC, parques, estadio
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	1 cta Q ahorro, TC local

Anexo E: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivez

5.3 Perfil psicográfico:

La mayoría de los visitantes de Hotel y Turicentro Teculután trabajan a tiempo completo, estudian o cuentan con rutinas laborales que dan inicio a las 8:00 a.m. y finalizan a las 5:00 p.m., mientras que el resto del grupo tiene asignado tiempo libre por ser jubilados o personas de la tercera edad.

5.3.1 Estilo de vida: Poseen una cultura ambientalista, invierten en recreación y entretenimiento, poseen vehículo

5.3.2 Personalidad: Ecológicos, creativos y ambientalistas

5.3.3 Hobbies: Nadar, caminar y actividades relajantes, descansar

5.3.4 Hábitos: Visitar parques, leer y relajarse en la naturaleza

5.3.5 Actividades: Recreativas de aprendizaje, meditación y religiosas.

5.4 Perfil conductual:

Los visitantes de Hotel y Turicentro Teculután son personas que les gusta los lugares de recreación en sus tiempos libres y que le gustan lugares no tradicionales. Son visitantes frecuentes y buscan una recreación fuera de lo tradicional que sea cultural y relajante.

Ver Anexo F: Encuesta de perfiles psicográfico y conductual



CAPÍTULO VI

Marco Teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Hotelería

Un establecimiento comercial que ofrece hospedaje y usualmente comidas y otros servicios para el público, especialmente viajeros. (Websters New World College Dictionary, 2014)

Gerald Lattin explica que un hotel es: "Un edificio o una institución que proporciona alojamiento, comidas y servicios al público". (Lattin, 2009)

Según (Navarro, 2008) considera que es un "Establecimiento dirigido por profesionales en el que se ofrece al cliente alojamiento con o sin servicios integrados, a cambio de una contraprestación económica" (Navarro, 2008)

- De manera que un hotel es un establecimiento que ofrece hospedaje, alimento y varios servicios al público.

6.1.2 Turicentro

En el sitio www.istu.gob.sv, se encuentra la decisión parque recreativo (sinónimo de turicentro) el cual es un espacio dentro de un lugar o ciudad destinado a actividades recreativas con el fin de proporcionar un espacio de entretenimiento y productos y servicios a sus clientes.

(htt1)

Según el sitio entornoturistico.com, un centro turístico es una localidad de influencia geográfica con atractivos turísticos y una infraestructura con facilidad de acceso. Esto incluye servicios públicos como agua, limpieza, drenaje, además de recreación. (Martinez, 2012)

- Un turicentro es un centro turístico abierto al público para su recreación, con la adición de servicios públicos.

6.1.3 Empresa

Según los autores García y Casanueva, la empresa es como una “entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes y servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados.” (García del Junco & Casanueva Rocha, pág. 3)

El libro "Marketing", Romero define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela". (Romero, pág. 9)

La popular RAE usa el concepto de una “organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestaciones de servicios con fines lucrativos”, para definir una empresa. (Real Academia Española, s.f.)

Andrade (Andrade, pág. 257) comparte que una empresa es una entidad formada por un capital y que tiene la capacidad de poder contratar a un numero grande de trabajadores, para trabajar sus propositos lucrativos e industriales.

- Una empresa es una entidad compuesta por numerosas personas, con un fin lucrativo.

6.1.4 Familia

Durkheim explica que la familia es un lugar de orden, normativo y básico, donde actúan fuerzas de aprobación y sanción, igual que una sociedad. (Durkheim, 1973)

La familia según Spencer tiene la función de unir a los integrantes y a todos aquellos que pertenecen a la misma actividad o grupo. De ahí, el principal cargo es que inculcar condiciones de procreación en los hijos y guiarlos hasta que sean autosuficientes y puedan contribuir a la economía familiar. (Spencer, citado en Mark, 2007)

- La familia es el núcleo de un grupo de personas, donde se aprende de los valores, hasta llegar al punto donde los integrantes puedan compartir esos valores con sus propias familias.

6.1.5 Ambiente Ecológico

Bronfenbrenner, psicólogo de ecología, propone una perspectiva ecológica del desarrollo de la conducta humana. Esta perspectiva coincide al ambiente ecológico como un conjunto de estructuras seriadas y estructuradas en diferentes niveles, en donde cada uno de esos niveles contiene al otro. (Bronfenbrenner, 1987)

Definicion.de define ecología como el estudio y análisis entre el vínculo que tienen los seres vivos y el entorno que los rodea. La ecología es una rama de las ciencias biológicas, la cual es multidisciplinaria y necesita de otras ciencias para poder desarrollarse. (Pérez Porto & Gardey, Definición de Ecología, 2008)

El documento titulado “Glosario de Términos Sobre el Medio Ambiente” describe la palabra ambiente como un conjunto de condiciones que influyen sobre el hombre y que en si, tienen peso sobre las relaciones sociales. (PNUD & Proyecto VEN/78/001, 1980, pág. 204)

- De manera que el ambiente ecológico es un conjunto de condiciones que influyen en los seres vivos y su entorno.

6.1.6 Recreación

Pérez define la recreación como la disciplina que tiene un ser humano de usar las horas de descanso para aumentar su valor y nivel en la comunidad, a través de ocupación de actividades de enriquecimiento social. (Pérez Sánchez, 1997, pág. 180)

Para Hernández, la recreación es aquella actividad humana placentera, destinada a hacer crecer el humano, perfeccionándolo y brindándole la oportunidad de emplear su tiempo en ocupaciones organizadas y espontaneas, permitiéndole su plenitud y felicidad. (Hernández Mendo, 2001)

- De modo que la recreación es un tipo de actividad que afecta el ánimo de un humano, brindándole un sentido de plenitud.

6.2 Conceptos Relacionados con la Comunicación y el Diseño

6.2.1 La Comunicación

Según el libro de Comunicación Oral (Fonseca, 2005, pág. 24) define comunicación como llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es decir que es una cualidad racional y emocional que surge una necesidad específica en el hombre en querer ponerse en contacto con los demás, cuando intercambia ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas que tengan en común.

El libro de Fundamentos de Marketing (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 511) define la comunicación como "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte".

- De manera que la comunicación es el medio el cual nosotros podremos compartir información e ideas a otras personas con los mismos intereses.

6.2.1.1 Elementos de la comunicación

La página efdeportes.com, el documento Concepto de Comunicación y Componentes del Proceso Comunicativo (Fernández de Motta & Hernández Mendo, 2013), explica que Aristóteles, habla de tres elementos en su retórica, las cuales son:

1. El orador
2. El discurso
3. El auditorio

A este modelo se le han añadido distintos elementos más, como la decisión sobre el mensaje, codificación del mensaje, transmisión de la información, recepción del mensaje y la codificación e interpretación del mensaje (Berlo, 1987), para detallar más cada proceso. Aunque hay varios componentes, se consideran que estos elementos son los que necesarios para el proceso comunicativo (Berlo, 1987).

- a. Fuente
- b. Codificador/decodificador
- c. Mensaje
- d. Canal
- e. Receptor

En la página web promonegocios.net, en el documento titulado Definición de Comunicación (Thompson, 2008), los elementos básicos que componen la comunicación son:

1. Proceso
 2. Emisor y Receptor
 3. Conexión
 4. Transmitir, Intercambiar o Compartir
 5. Ideas, Información o Significado Comprensibles
- De esta manera, los elementos de la comunicación se resumen en tener un mensaje que dar, un emisor que lo de y un receptor que lo reciba y un canal que se use para dar el mensaje.

6.2.1.2 Comunicación Visual

El libro *Diseño y Comunicación Visual* (Munari, 2008, pág. 79) explica que comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos; una nube, una flor, un dibujo, etc. Imágenes que tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes.

Además, el libro *Historia de la Comunicación Visual* (Muller Brockmann, 1998), explica que la comunicación visual es descrita como la transmisión de un mensaje a través del sentido de la vista, ya sea imágenes, formas y se puede presentar en visualizaciones bidimensionales perceptibles a ojo humano.

- De manera que la comunicación visual es todo aquello que comunica un mensaje con elementos visuales al ojo humano.

6.2.1.3 Comunicación Social

El trabajo realizado por Kaplun, *Una Pedagogía de la Comunicación* (Kaplún, 2002, pág. 61) Kaplun detalla la comunicación social en dos puntos:

1. La comunicación social debe estar al servicio de un proceso educativo transformador, donde los sujetos comprendan su realidad, adquiriendo instrumentos para transformarla.
2. Debe ser una comunicación auténtica, teniendo la meta del diálogo y la participación.

En la página www.ecured.cu, en un trabajo titulado *Comunicación Social* (Díaz Bordenave, 1985) de una selección de lecturas, se expone que la comunicación social es un proceso donde dos o más seres intervienen para compartir experiencias, conocimientos y sentimientos, a través de

medios artificiales. Así lo humanos establecen relaciones entre si y pasan de la existencia individual a la existencia social comunitaria.

- De esta manera, la comunicación social es toda comunicación que lleva a un individuo a poder relacionarse con otros individuos.

6.2.1.4 Tipos la comunicación

El libro de Comunicación Oral (Fonseca, 2005, pág. 10), María comparte los siguientes tipos de comunicación:

- a) Intrapersonal: consigo mismo
- b) Interpersonal: entre dos personas
- c) Grupal: en un grupo pequeño (tres o más personas)
- d) Pública: una persona o grupo ante un publico
- e) Masiva: una persona o un grupo hacia un número indeterminado de personas a través de diversos medios.

En el libro Lenguaje y Comunicación (Alarico Gómez, 1996, pág. 24), explica que los diferentes tipos de comunicación son fáciles de diferenciar en función de las características de cada modelo. Esto es especialmente útil para comprender la naturaleza de la comunicación colectiva, que es siempre indirecta, publica y unilateral.

- La comunicación puede ser dividida en diferentes tipos, dependiendo en el escenario en la cual la comunicación es ejercida.

6.2.2 Conceptos Relacionados con el Diseño

6.2.2.1 Diseño

Según el libro *El Juego del Diseño, Un Acercamiento a Sus Reglas de Interpretación Creativa* (Esqueda, 1992, pág. 9), Wucius Wong dice que el diseño gráfico debe “transportar un mensaje prefijado” además de dar la “mejor expresión visual de la esencia de algo”.

Robert Gillam Scott, en su libro *Fundamentos del Diseño* (Scott, 1951) define el diseñar como un acto humano fundamental. Diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Significa que casi todas nuestras actividades cotidianas tienen algo de diseño.

- A mi criterio, diseñar es todo aquello que creamos, basado en lo que queremos comunicar.

6.2.2.2 Señalética

En el libro *Señalética* (Costa, 1987, pág. 9), Costa explica que señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Sigue a decir que, al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

Explica que la señalética nace de la ciencia de la comunicación social o de la información y la semiótica. Colabora la ingeniería de la organización, la arquitectura y el espacio bajo el vector del diseño gráfico o más bien, la comunicación visual.

Quintana comparte en su trabajo *Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética* (Quintana Orozco, pág. 8) que la señalética “es la ciencia que estudia el empleo de los signos

gráficos para orientar a las personas en un espacio determinado e informar de los servicios que se encuentran a su disposición.”

- Señalética es el sistema usado para poder ubicar y guiar a toda persona hacia cada lugar o material deseado.

6.2.2.3 Icono

Diseñocreativo.com explica que los iconos son “signos o pictogramas que se utilizan para ilustrar una idea con la cual guarda una relación de identidad o semejanza”, con lo que está representando. (Alba, 2016)

Según la RAE, un icono es un “pictograma utilizado para representar archivos, carpetas programas, etc. en un sistema operativo gráfico”.

El documento titulado Pictogramas, Iconos y Símbolos describe el icono con el significado de una representación del propio referente. Representan siempre elementos tangibles. (Alvarez, pág. 2)

6.2.2.3.1 Pictograma

El documento titulado Pictogramas, Iconos y Símbolos describe en el siguiente párrafo un pictograma:

En la actualidad y sobre todo en la práctica profesional, se denomina en forma general a íconos, índices o símbolos con la palabra pictograma. Es más, en el lenguaje del software y multimedia, a todo pictograma se lo denomina “Icono”, sea cual fuere el signo del que se trate. Nos quedaremos entonces con la palabra pictograma y diremos que en nuestros días

es entendido como un signo simple y esquemático que sintetiza un mensaje, sobrepasando la barrera del lenguaje; con el objetivo de informar y/o señalar. (Álvarez, pág. 4)

- El icono o pictograma, es entonces una imagen vectorial simple en representación de algo con un significado complicado.

6.2.2.4 Diseño Vectorial

Una imagen vectorial es una imagen digital compuesta por objetos geométricos independientes, resultado de una serie de cálculos matemáticos, y por eso, al modificar, no pierde calidad o se distorsiona. (Pérez Porto & Gardey, Definición de Imagen Vectorial, 2012)

De acuerdo con la página saberia.com, el dibujo vectorial se trata de una imagen gráfica compuesta por líneas, polígonos, segmentos y otros elementos geométricos, los cuales se definen como vectores. Por eso el nombre dibujo “vectorial”. (¿Qué es un dibujo vectorial?, 2013)

- A manera de que un diseño vectorial es un diseño hecho de “vectores” o elementos geométricos.

6.3.1 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.2 Ciencias Auxiliares

6.3.2.1 Psicología de la Comunicación

Según Torres, en su trabajo realizado titulado *Psicología de la Comunicación* (Martínez Torres, 2012, pág. 3) las psicologías de la comunicación son “los códigos y pautas comunicativas que adquirimos, sin menospreciar el importante papel que juega la herencia y el substrato biológico, en as situaciones de intercambio social en las que vivimos. Explica que la comunicación es tal vez la función psicológica más evidente del ser humano, incluyendo ideas, intenciones, deseos, afectos, actitudes e incluso instrucciones, aun antes de lo más importante: el lenguaje.

De acuerdo con Bland y Jackson (Bland, Calado Noguera, & Jackson, 1992), la psicología de la comunicación es una disciplina científica, que analiza el proceso de comunicación a partir de los diferentes componentes que lo conforman. Se ha convertido en de los campos de mayor interés e importancia para los científicos de las ciencias humanas.

- La psicología de la comunicación es todo aquello que con lleva una comunicación entre seres, donde es respaldada por ideas y razones de la mente en querer comunicarse.

6.3.2.2. Etimología

Etimología, según el DRAE (Diccionario de la Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española. (En adelante DRAE). Madrid, es una disciplina que estudia “el origen de las palabras, razón de su existencia, de su significación y de su forma”.

Von Wartburg (Wartburg, 2004) explica que la etimología es el método de explicar los orígenes de las palabras basadas en creencias y tradiciones populares.

La etimología, según Ferdinand de Saussure (Saussure, 1945), no es ni una disciplina distinta ni una parte de la lingüística evolutiva; es solamente una aplicación especial de los principios relativos a los hechos sincrónicos y diacrónicos.

- De esta manera que la etimología es el estudio de todas palabras y su significado.

6.3.2.3 Semiología

Según el trabajo realizado por Alberto Nieto, la semiología viene de palabras griegas, las cuales significan signo y estudio, haciendo semiología el estudio de los signos (Nieto, 2011, pág. 152).

Saussure, en Ginebra, en 1908, definió y estudio la semiología como, “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. Puso el énfasis en el estudio de la psicología general y la etimología de los signos (Nieto, 2011, pág. 152).

- Semiología es básicamente el estudio de los signos y el porqué de su uso.

6.3.2.4 Semiótica

De acuerdo con el trabajo realizado por Alberto Nieto (Nieto, 2011, pág. 152), se define semiótica como la ciencia que estudia las propiedades de los sistemas de signos. Los signos son muy complejos y son portadores de información y de un valor significativo. Está compuesto por un significado, una imagen y un significante.

Charles Sanders Peirce (Nieto, 2011), conocido como el padre de la semiótica moderna, define la semiótica como el estudio de los signos, detallándolo en la siguiente clasificación:

- Iconos: la relación de semejanza con el objeto que representan.
- Índices: la relación con el objeto con respecto a la realidad.
- Símbolos: la relación con el objeto es convencional.
 - Al igual que la semiología, la semiótica se dedica a estudiar los signos y porque y donde se usan.

6.3.2.5 Señalización

De acuerdo con Quintana, en su trabajo Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética (Quintana Orozco, pág. 8) la señalización es “la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos.”

Costa, en su libro Señalética (Costa, 1987, pág. 9), fundamenta que la señalización, como una práctica empírica redundante en la forma y técnica de su utilización, evoluciono más tarde con la aplicación del principio de “señalizar”, con la necesidad de información instantánea.

- De esta manera que la señalización es el estudio de las funciones entre signos de orientación y el comportamiento de los individuos que se relacionan con ellas.

6.3.3 Artes

6.3.3.1 Tipografía

Según Morison, la tipografía es el arte de colocar las letras, repetir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto (Morison, 1929)

En el libro *Los Elementos del Estilo Tipográfico* (Bringhurst, 2005, pág. 32) Bringhurst define la tipografía como el arte y la técnica de ordenar las letras para que el lenguaje escrito sea legible y atractivo cuando se muestre. La disposición de la tipografía implica la selección de tipos de letra, tamaños de puntos, longitudes de línea, espaciado entre líneas y espaciado entre letras, y ajuste del espacio entre pares de letras.

- La tipografía es el arte de componer diferentes tipografías en una manera legible y atractiva al ojo.

6.3.3.2 Fotografía

Para Bourdieu, la fotografía es una imitación perfecta, de la realidad. En otras palabras, la fotografía tiene “efecto de realidad” (Bourdieu, 2003).

Susan Sontag, fotógrafa destacada, define la fotografía como una manera de mirar, una manera moderna de mirar todo a nuestro alrededor y desde nuestra perspectiva (Sontag, 1973).

- De otra manera que la fotografía es capturar todo a nuestro alrededor desde nuestra perspectiva, con la intención de contar una historia de nuestra manera.

6.3.4 Teorías

6.3.4.1 Teoría del Color

“El color de la calidad de los fenómenos visuales que depende de la impresión distinta que producen en el ojo, las luces de distinta longitud de onda, la ausencia total de luz (negra), o la suma de todos los colores (blanco)” (Rubio, 1992, pág. 1).

En la página www.fotonostra.com, el artículo Estudio del Color explica que el color, según Sir Isaac Newton, es una sensación que se produce en respuesta a una estimulación nerviosa del ojo. Esta estimulación es causada por los rayos de luz y por las longitudes de onda que lo componen. (Historia del Color, s.f.)

- El color es lo que vemos con nuestros ojos, reflejado en la luz, pero si habláramos figurativamente, el color es lo que le da vida a nuestro alrededor, dándole definición y su propia forma de ser.

6.3.5 Tendencias

6.3.5.1 Minimalismo

Para la última versión del diccionario de la Real Academia Española (RAE), el minimalismo es una corriente artística que utiliza elementos mínimos y básicos, como colores puros, formas geométricas simples, tejidos naturales, etc.

Ballesteros Arranza explica el minimalismo como “una reducción de la actividad del artista y un aumento de la actividad del espectador, al que pretende provocar un estímulo intelectual” (Ballesteros Arranz, 2013, pág. 14).

- El minimalismo deja que el espectador tenga su propia conclusión de lo que es artista quiso interpretar, dándole la libertad de interpretar la pieza de arte en un número ilimitado de maneras.

6.3.5.2 Flat Design

Según diseñocreativo.com, el diseño plano o “flat design” consiste en un diseño limpio de brillos, sombras, texturas o decoraciones cargadas, con el fin de potenciar el mensaje que conlleva. (Alba, 2016)

Flat design es un estilo de diseño de interfaz que enfatiza el uso mínimo de elementos estilísticos que dan la ilusión de tres dimensiones (como el uso de sombras, gradientes o texturas) y se centra en un uso minimalista de elementos simples, tipografía y colores planos. (Turner, 2014)

- De modo que flat design es una tendencia que va en mano con el minimalismo, simplificando en diseño vectorial de cualquier elemento, poniéndole más énfasis en lo que representa y no en los detalles.



CAPÍTULO VII

*Proceso de Diseño y Propuesta
Preliminar*

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Se utilizarán conceptos importantes de la comunicación como el emisor, receptor, mensaje, medio, relacionado con la comunicación verbal, comunicación visual y todos los elementos de la comunicación para una comunicación efectiva, para crear una señalética que pueda transmitir un significado hacia los clientes potenciales de Hotel y Turicentro Teculután.

También se usarán las palabras adecuadas para cada señal, que ayuden a identificar las áreas del hotel y turicentro. Se tomará en cuenta la ortografía, para la correcta escritura de cada palabra. Usando la comunicación, se sabrá cómo usar las palabras para comunicar fácilmente al público lo que cada señal representa.

También se usará la comunicación visual, ya que la mayor parte de la señalética son pictogramas. Estos pictogramas ayudarán a comunicar al público qué área representan para el fácil uso al cliente y para así cumplir su función.

7.1.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Se aplicarán diferentes conceptos como diseño minimalista y el uso de iconos para la creación y maquetación de las diferentes señales que serán parte del sistema de señalética. Se usará el diseño flat y colores bastante llamativos para crear la imagen ideal para la señalética, que se colocará en Hotel y Turicentro Teculután.

Estos pictogramas son de gran importancia para la señalética, ya que es lo que llamará la atención al público, cumpliendo de función de orientarlo.

7.1.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

La psicología de la comunicación juega un papel muy importante, ya que ayudará a los clientes potenciales a trasladarse de forma directa y rápida en el turicentro. Esto será gracias a la identificación que tendrán las áreas. La psicología del color también es muy importante, ya que con el uso correcto de los colores se podrán distinguir y relacionar las señales con el turicentro. El uso correcto de las imágenes ayudará a comunicar la idea y el concepto del lugar que estará identificando las señales en Hotel y Turicentro Teculután.

7.1.3.1 Etimología. El uso de esta ciencia ayudará a encontrar el texto adecuado para las señales, el que mejor identificará cada lugar con su respectivo nombre a la hora del que cliente lo lea.

7.1.3.2 Semiología. Esta ciencia ayudará a que, gracias a los estudios hechos, se sepa cuáles son los mejores signos para la mejor comprensión del cliente.

7.1.3.3 Semiótica. Como la semiología, la semiótica tiene parte importante en la creación de este sistema de señalización, ya que significa crear un sistema unificado entre los signos, dándole a toda una sola línea de diseño y de comprensión.

7.1.3.4 Señalización. La ciencia de la señalización es muy importante, ya que gracias a la información investigada en esta ciencia, ayudará a crear una relación entre los signos, creando y esforzando su funcionamiento en Hotel y Turicentro Teculután.

7.1.4 Artes

7.1.4.1 Tipografía. La tipografía que se vaya a usar en este sistema de señalética es muy importante para la buena comprensión del lector. Es por eso que es esencial incluir este arte y como usar la tipografía adecuada.

7.1.4.2 Fotografía. La fotografía se usará en este proyecto cuando se vaya a montar las señales para su mejor comprensión. Así, el cliente sabrá cómo quedará puesta la señal antes de colocarla.

7.1.5 Teorías

7.1.5.1 Teoría del Color. El estudio de la teoría del color se usará para escoger la combinación de colores que más se adecua a este sistema de señalética. Este paso es muy importante, ya que es lo que llamará la atención del cliente cuando se esté navegando en Hotel y Turicentro Teculután.

7.1.6 Tendencias

7.1.6.1 Minimalismo. Esta tendencia ayudará a crear una imagen moderna, que llamará la atención de los clientes con un concepto simple y funcional.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

Para proponer las ideas detrás del mensaje y la idea de las piezas graficas en la señalética, se usará el método de Do It.

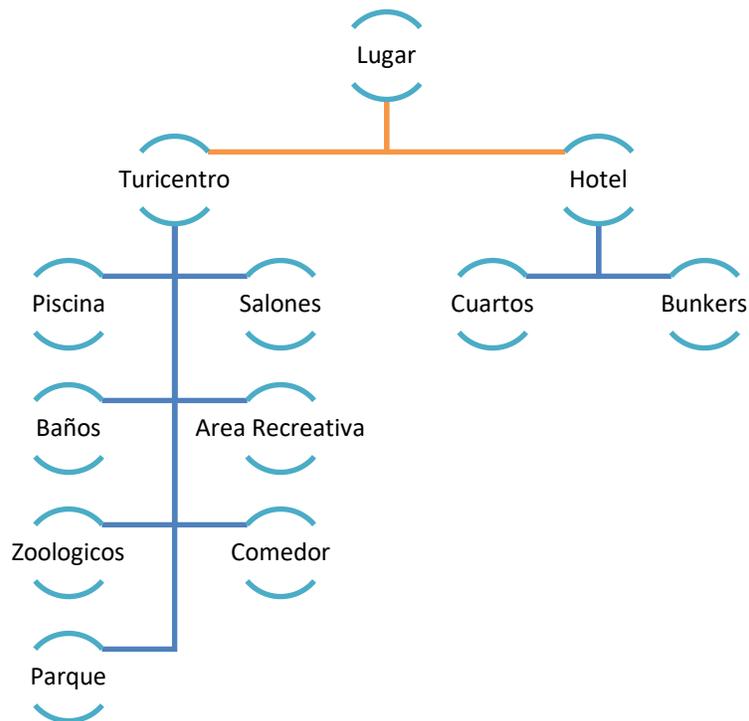
7.2.1.1 Do It

- Definir
- Abierto
- Identificar
- Transformar

7.2.1.1.1 Definir el Problema. No existe una forma de guiar a los clientes potenciales hacia los lugares de interés en Hotel y Turicentro Teculután. Por eso se ha visto la necesidad de crear una señalética.

7.2.1.1.2 Abrirse a Soluciones.

- Crear una señalización como medio para que las personas puedan navegar en Hotel y Turicentro Teculután.
- Poner a una persona encargada de ayudar a las personas a encontrar las áreas diferentes áreas.
- Poner una área de turismo y ayuda al cliente para asistir a las personas en lo que necesiten.



7.2.1.1.3 Identificar Soluciones. Por la opción con el menos contacto humano, se escoge diseñar una señalización para ayudar a los clientes potenciales del turicentro, ya que no se necesitan de personas para ayudar a las personas.

El aspecto mas negativo seria el cuidado, pero eso se puede disminuir con un plan de limpieza semanal para que la señalética se mantenga en buen estado.

7.2.1.1.4 Transformar Idea en Acción. Con este método se creó un sistema de señalética para las siguientes razones:

- Mejor orientación a los clientes
- Llegar a un lugar en menos tiempo
- Llegar a un lugar con más facilidad
- Necesitar menos atención o ayuda del personal para especificaciones

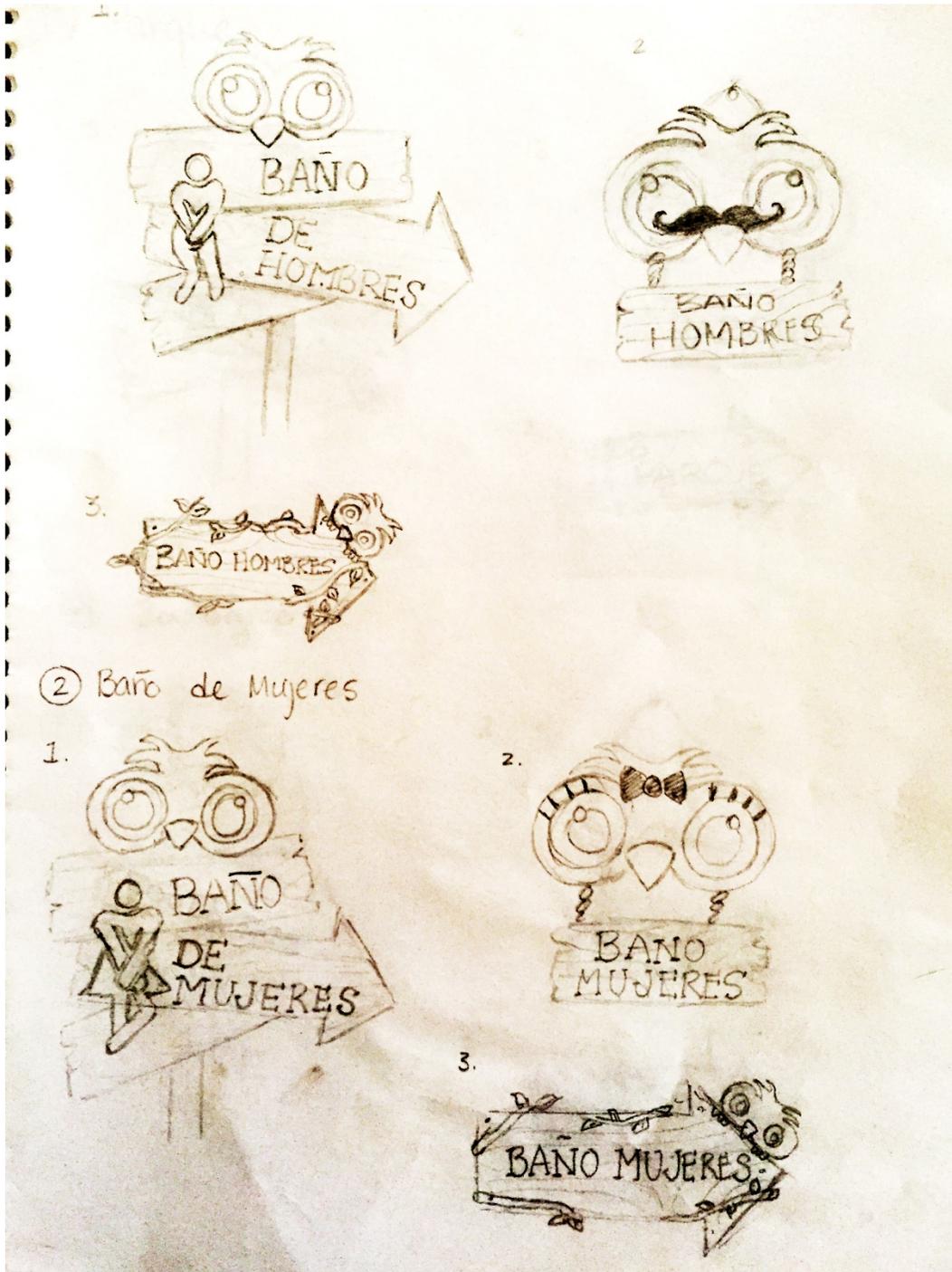
7.2.2 Concepto

Hotel y Turicentro Teculután: El destino hacia tu diversión

Con este proyecto estamos tratando de mejorar el servicio al cliente, brindándole al cliente una mejor calidad, con la creación de una señalética que los ayudará a llegar a usar los servicios que les brindará diversión.

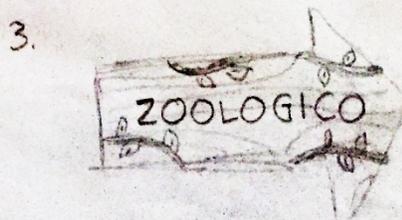
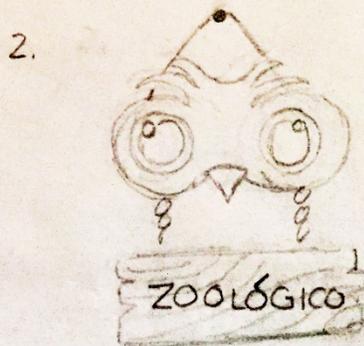
7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de bocetaje a mano

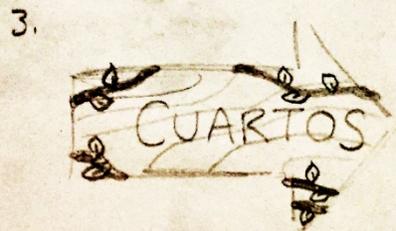




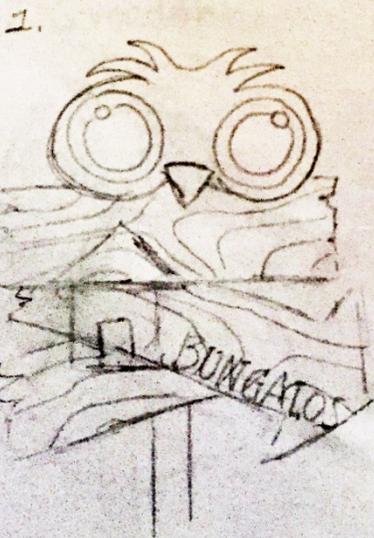
④ Zoologico



5) Cuartos



6) Bungalos



① Piscina



② Comedor



9) Salon

1.



2.



3.



10) Area Recreativa

1.



2.

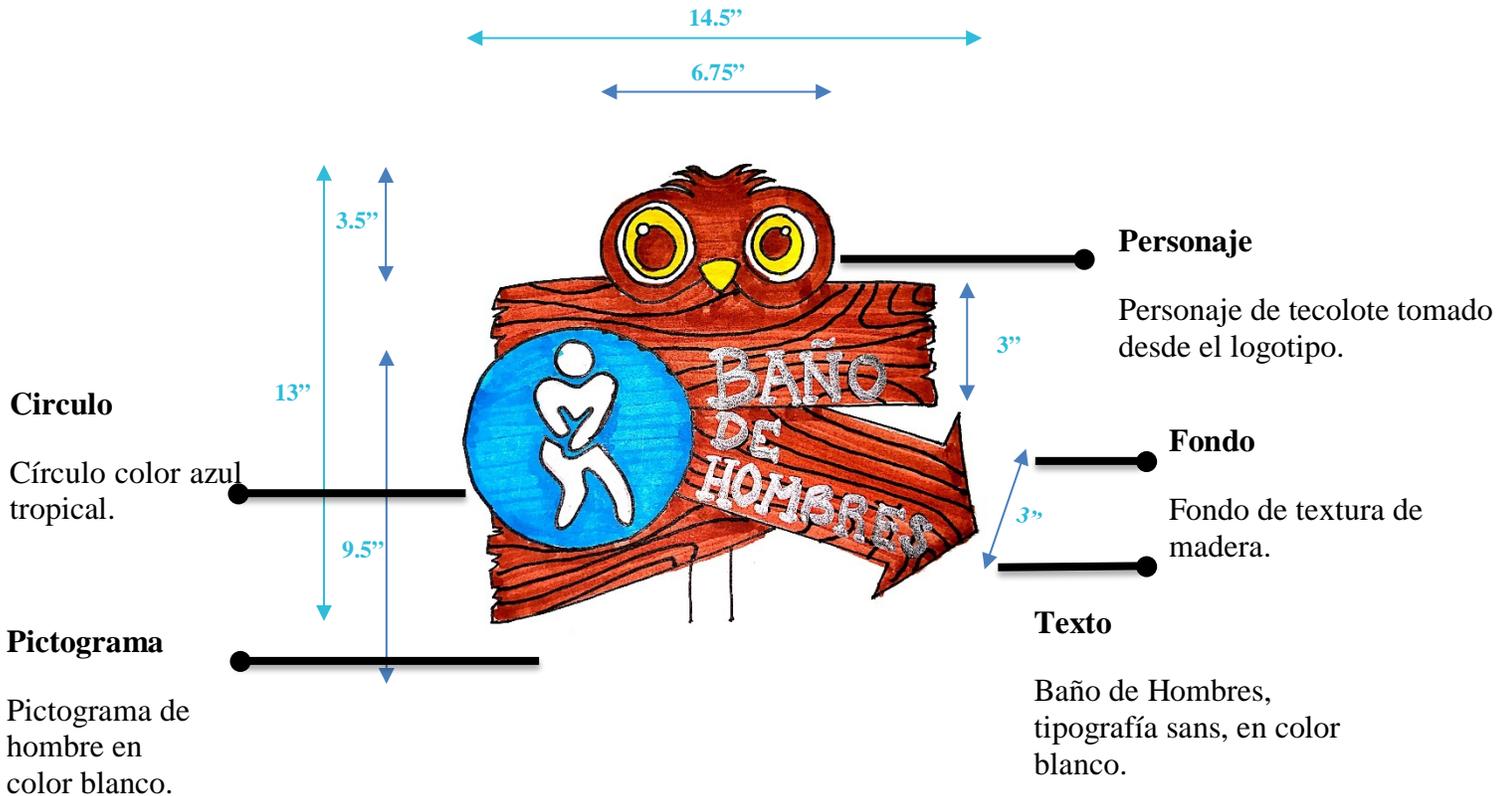


3.



7.3.2 Proceso de bocetaje formal

Señal de Baño de Hombres



Se diseñó una señal con forma y textura de madera, por la temática de Hotel y Turicentro Teculután. Arriba se colocó el tecolote, que representa a Teculután y que es parte del logotipo del turicentro. En un círculo color azul tropical, se colocó el pictograma que identificará cada señal, y así a la par se colocó el texto serif en color blanco del lugar que identificará.

Cada señal irá con las mismas medidas y colores, para mantener una línea gráfica. Lo que cambiará son los pictogramas y los nombres, que identificará el área.

Señal de Baño de Mujeres

Pictograma

Pictograma de mujer en color blanco.



Texto

Baño de Mujeres, tipografía sans, en color blanco.

Señal de Zoológico

Pictograma

Pictograma de pájaros en color blanco.



Texto

Zoológico, tipografía sans, en color blanco.

Señal de Piscina

Pictograma

Pictograma de piscina en color blanco.



Texto

Piscina, tipografía sans, en color blanco.

Señal de Área Recreativa

Pictograma

Pictograma de campo en color blanco.



Texto

Área Recreativa, tipografía sans, en color blanco.

Señal de Parque

Pictograma

Pictograma de árbol en color blanco.



Texto

Parque, tipografía sans, en color blanco.

Señal de Salón

Pictograma

Pictograma de copas en color blanco.



Texto

Salón, tipografía sans, en color blanco.

Señal de Comedor

Pictograma

Pictograma de tenedor y cuchara en color blanco.



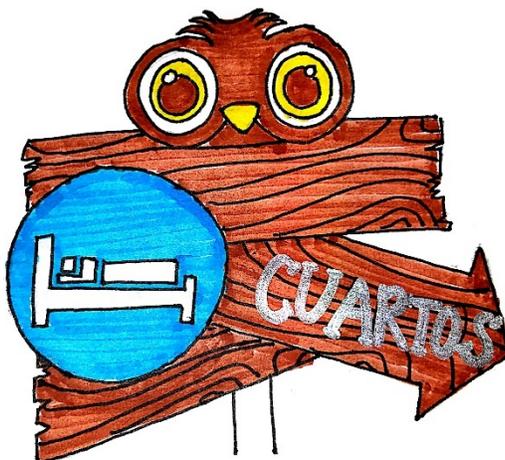
Texto

Comedor, tipografía sans, en color blanco.

Señal de Cuartos

Pictograma

Pictograma de cama en color blanco.



Texto

Cuartos, tipografía sans, en color blanco.

Señal de Bungalós

Pictograma

Pictograma de bungaló en color blanco.



Texto

Bungalós, tipografía sans, en color blanco.

7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos

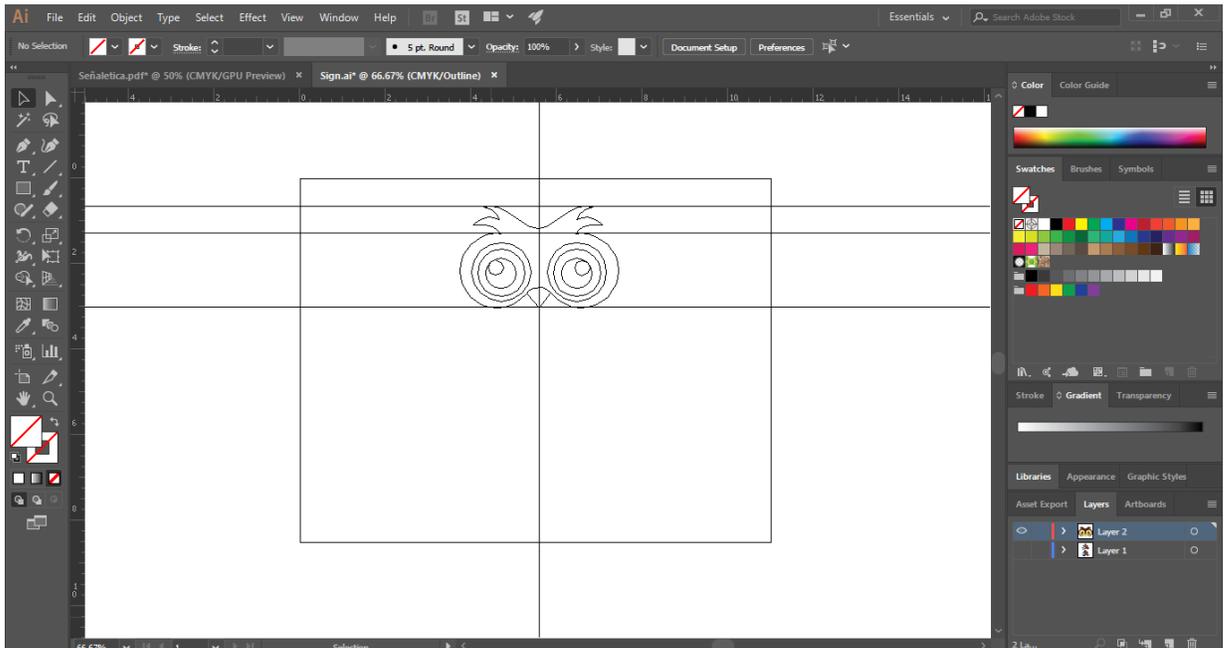
7.3.3.1 Elementos Tipográficos

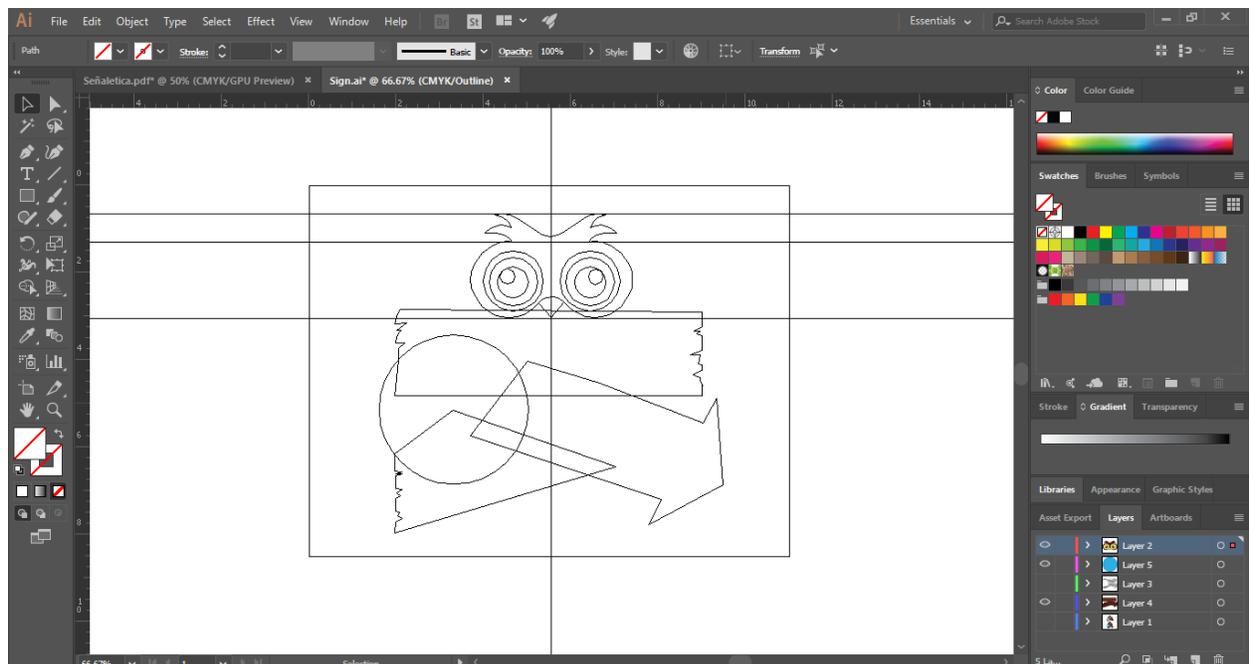
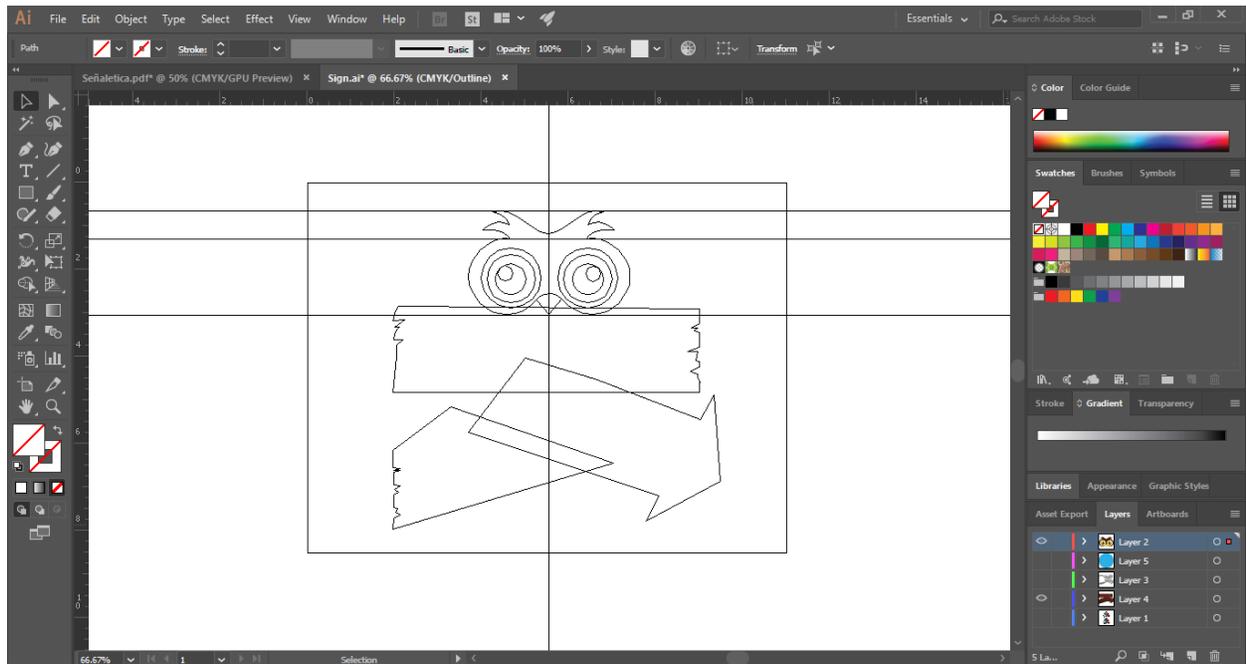
Para la realización del portafolio digital se utilizará la siguiente tipografía:

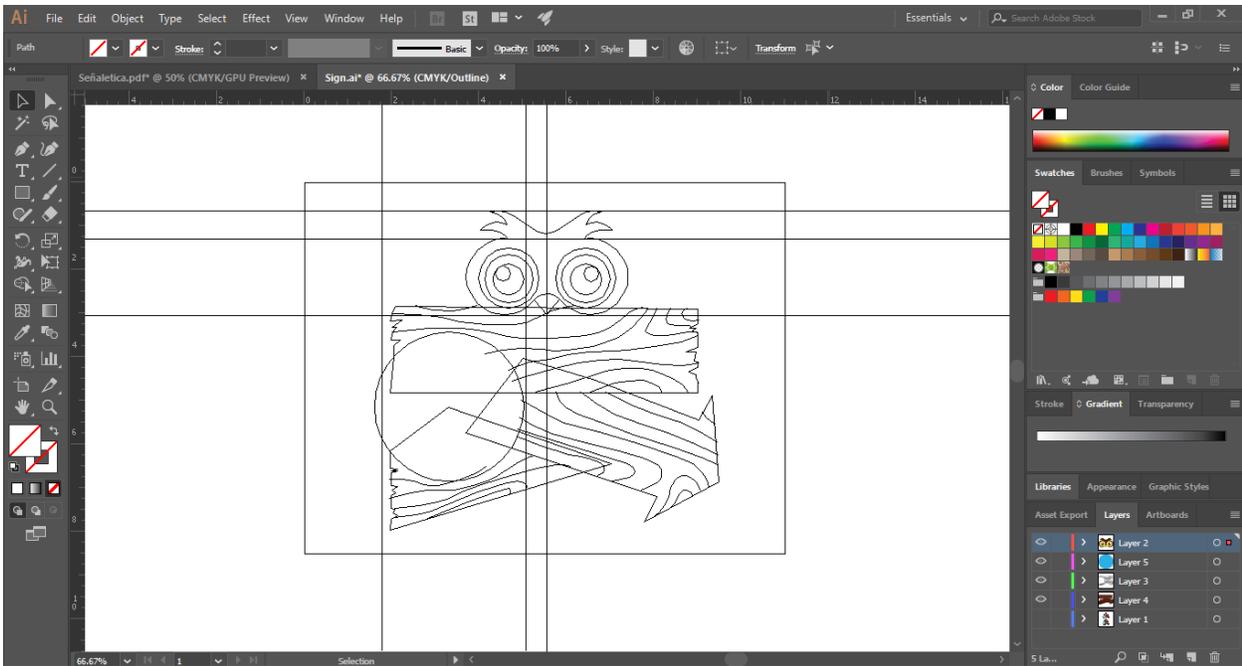
Aver

Aver es una fuente diseñada por Lauren Thompson. Esta fuente está etiquetada como fuente Serif. Aver tiene 4 variantes, pero solo se está usando Aver Regular para la señalética.

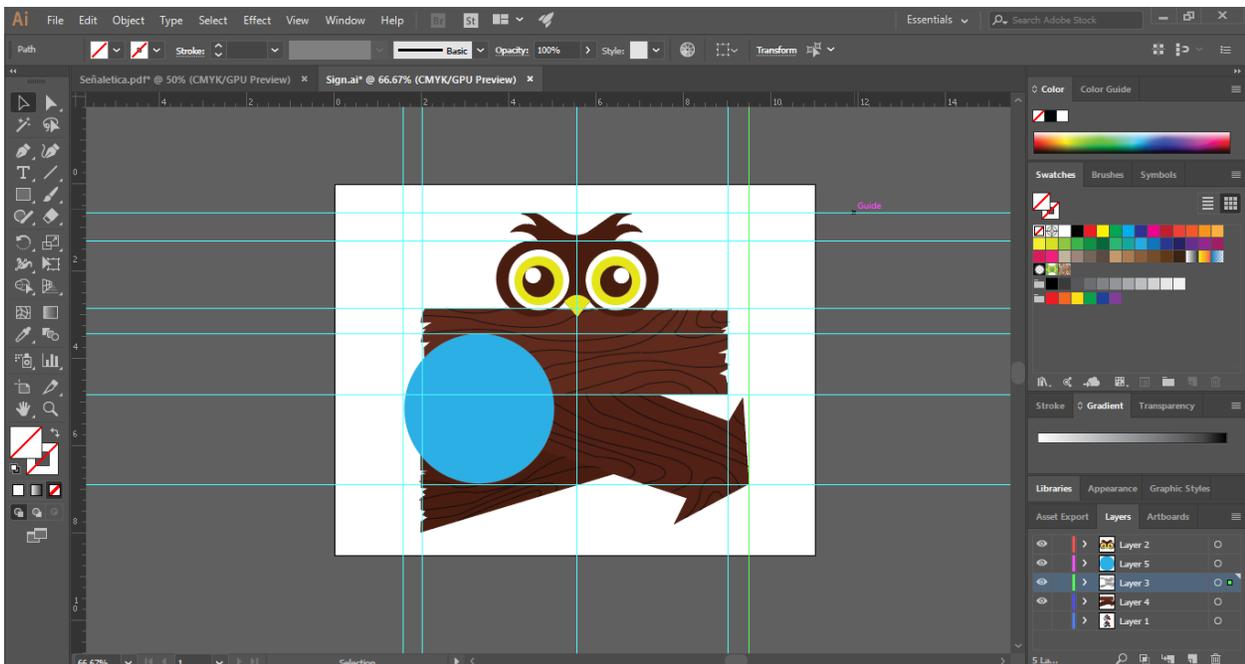
7.3.3.2 Digitalización de señales







Construcción de base de señalética en programa Illustrator CC.

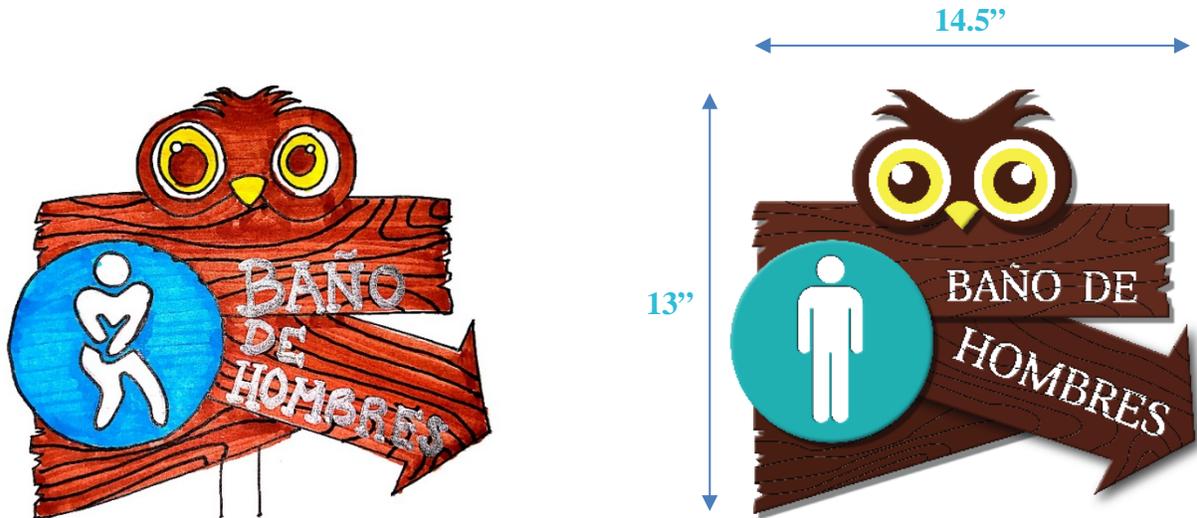


Vectorización de señal en programa Illustrator CC.

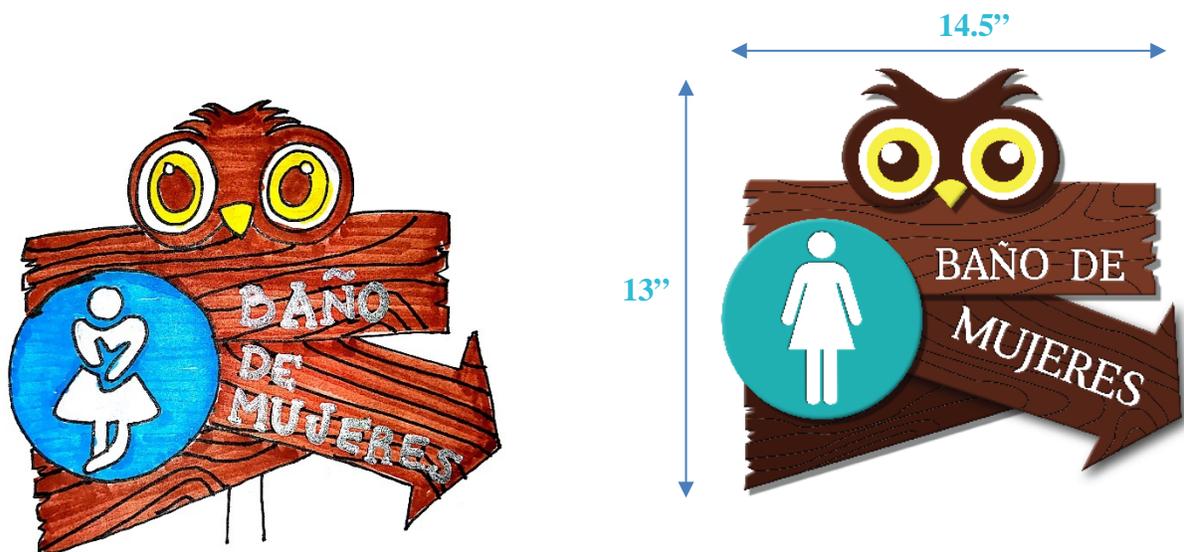


Señal en programa Photoshop CC para agregación de detalles, pictogramas y texto.

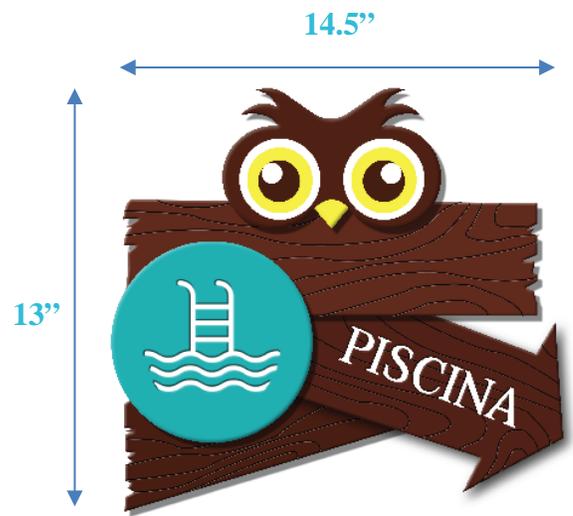
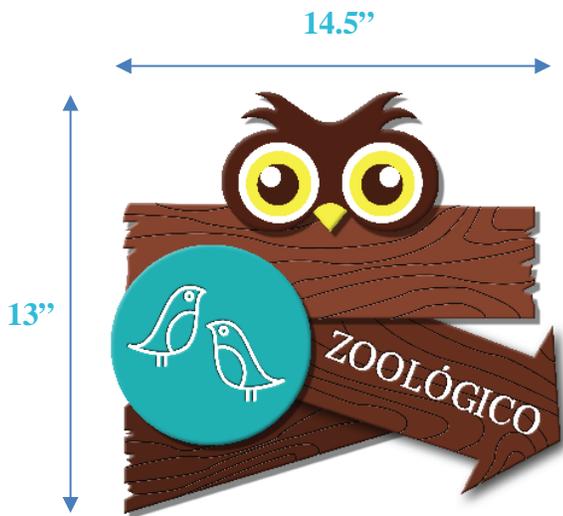
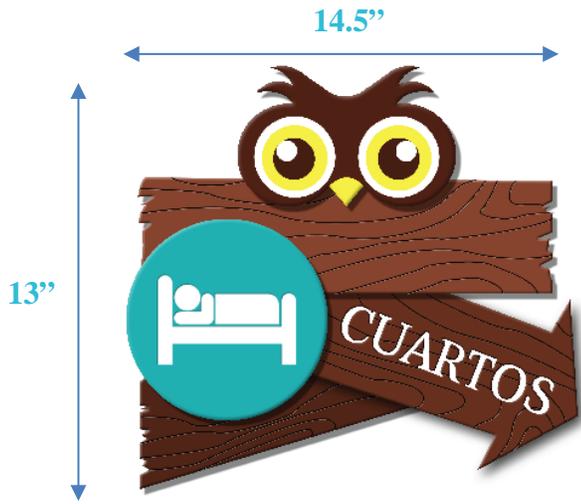
7.4 Propuesta preliminar

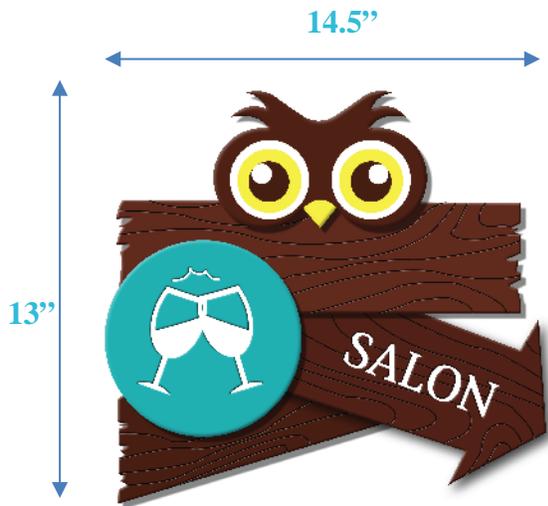
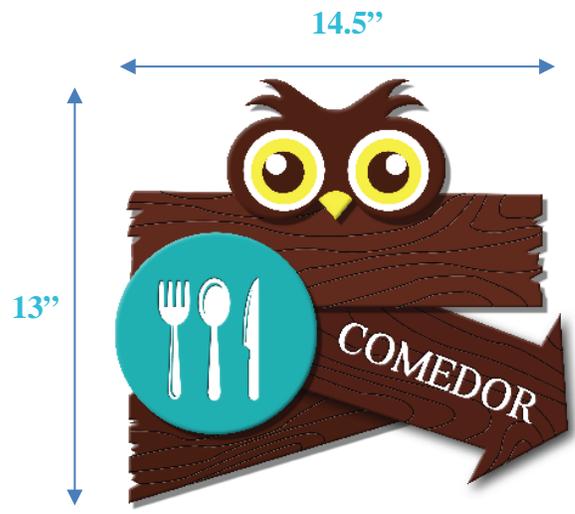
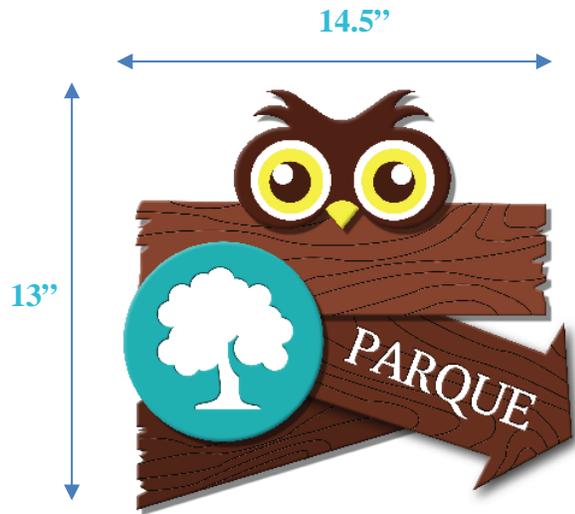


Se cambio el pictograma del hombre, ya que la otra se miraba muy informal.



Se cambio el pictograma de la mujer, ya que la otra se miraba muy informal.







CAPÍTULO VIII

Validación Técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

Después de finalizar la propuesta preliminar de la señalética de Hotel y Turicentro Teculután, se inició el proceso de validación que ayudará a verificar si el proyecto es rentable.

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple, que se aplicará al cliente, a las personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño (indicar el número de encuestados de cada grupo).

8.1 Población y muestreo:

La población será dividida en tres grupos, constanding de 33 personas, quienes serán: expertos, clientes y grupo objetivo.

8.1.1 Expertos

La muestra consta de cinco expertos en el campo del diseño y la comunicación:

Licenciado Jorge Leonardo Ardón

Licenciado Carlos José Zaparolli Corrona

Licenciada Ana Cristina Diaz Córdón

Licenciado David Castillo

Licenciado Ulises Morales

8.1.2 Clientes

La muestra incluyó a 3 clientes de Hotel y Turicentro Teculután:

Walter Cabrera - Propietario de Hotel y Turicentro Teculután

Beatriz Vides - Administradora de Hotel y Turicentro Teculután

Jessica Morales - Encargada de Hotel y Turicentro Teculután

8.1.3 Grupo objetivo

La muestra fue conformada por 25 hombres y mujeres, de 18 años en adelante, de nivel socioeconómico medio, en búsqueda de un tiempo de relajamiento y buena comida.

8.2 Método e instrumentos

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a las personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a expertos en el área de comunicación y diseño (indicar el número de encuestados de cada grupo).

Además, se incluye el perfil del informante, sus rasgos demográficos, psicográfico y socio-económicos. El proceso de validación debe presentar evidencias fotográficas con el objetivo de aumentar el nivel de certeza y credibilidad de la investigación.

Se usó la herramienta de preguntas a base de respuestas dicotómicas y en la escala de Likert. Es decir, la primera parte fue objetiva, haciendo preguntas sobre los aspectos relacionados con el proyecto, que solo se podían responder con sí o no. La segunda fase fue semiológica, haciendo preguntas sobre la percepción y los elementos y los elementos de diseño, las cuales se usó la escala de Likert para contestar, un método que mide las actitudes y los comportamientos de las personas utilizando opciones de respuestas que van de un extremo a otro. La tercera fase fue operativa, que contenía preguntas sobre la funcionalidad de la propuesta gráfica, la cual también fue contestada con la escala de Likert.

La estructura de la encuesta quedó de la siguiente forma:

1. Datos generales del encuestado
2. Antecedentes de la empresa
3. Instrucciones
4. Parte objetiva
5. Parte semiológica
6. Parte operacional
7. Observaciones

8.2.1 Instrumento de validación

Universidad Galileo de Guatemala
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño



Género: Femenino Masculino

Nombre: _____ Edad: _____

Profesión: _____

Puesto: _____

Lugar y fecha: _____ Grupo: Experto Cliente Grupo Objetivo

VALIDACIÓN TÉCNICA DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

DISEÑO DE UN SISTEMA DE SEÑALÉTICA PARA ORIENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES
LAS ÁREAS HABITACIONALES Y RECREATIVAS DEL HOTEL Y TURICENTRO TECULUTÁN.

TECULUTÁN, ZACAPA, GUATEMALA 2017.

Antecedentes

Hotel y Turicentro Teculután es una empresa familiar, consistiendo de un hotel y turicentro para sus clientes. Cuenta con habitaciones sencillas, dobles y triples rodeadas de un ambiente ecológico que hace su estadía más agradable. La misión de dicha empresa es brindar productos y servicios de excelente calidad y satisfacer constantemente las necesidades de nuestros clientes, promoviendo el desarrollo de nuestra comunidad.

Instrucciones: Con base a la información anterior, observe los materiales gráficos y según su criterio, conteste las siguientes preguntas de validación con una **X** o rellenando la forma.

PARTE OBJETIVA

1. ¿Considera necesario implementar un sistema de señalética en las instalaciones de Hotel y Turicentro Teculután para mejorar la orientación de los clientes y visitantes?

SI

NO

2. ¿Considera necesario investigar sobre los sistemas de señalética y la semiología para la creación de señales en Hotel y Turicentro Teculután?

SI NO

3. ¿Considera necesario recopilar información sobre la importancia de las señales en centros turísticos para poderla utilizar como referencia en las propuestas de señalética en Hotel y Turicentro Teculután?

SI NO

4. ¿Le parece adecuado que las señales contengan ilustraciones de los ambientes o lugares donde estarán colocadas, a fin de que las personas las interpreten correctamente en Hotel y Turicentro Teculután?

SI NO

5. ¿Considera necesario mantener el mismo diseño para toda la línea de señales, a fin de que unifique el diseño?

SI NO

6. ¿Le parece adecuado que se presenten fotomontajes de las señales ubicadas en los baños, cuartos, comedor y otras instalaciones de Hotel y Turicentro Teculután, a modo de obtener una idea más clara acerca de su sitio?

SI NO

PARTE SEMIOLÓGICA

7. ¿Considera adecuada la forma de las señales?

Muy adecuado Poco adecuado Nada adecuado

8. Según su criterio, considera que los pictogramas ilustrados para las señales son:

Muy entendible Poco entendible Nada entendible

9. ¿Siente que la combinación de colores utilizados para las señales de Hotel y Turicentro Teculután son adecuadas?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados

10. ¿Considera el tipo de letra implementada en las señales legible?

Muy legible Poco legible Nada legible

11. ¿Considera adecuado el uso de textura de madera para el fondo de la señalética?

Muy adecuado Poco adecuado Nada adecuado

PARTE OPERATIVA

12. ¿Considera adecuada la orientación de las señales en forma horizontal?

Muy adecuada Poco adecuada Nada adecuada

13. ¿Considera que el tamaño propuesto de 40x30 cms para las señales de Hotel y Turicentro Teculután es el adecuado?

Muy adecuado Poco adecuado Nada adecuado

14. A su criterio, el nivel de altura propuesto para la colocación de las señales en el turicentro es:

Muy visible Poco visible Nada visible

15. Considera que el tamaño el tipo de letra es:

Muy visible Poco visible Nada visible

16. A su criterio, el uso de la composición de los elementos de diseño en la señal son:

Muy acertado Poco acertado Nada acertado

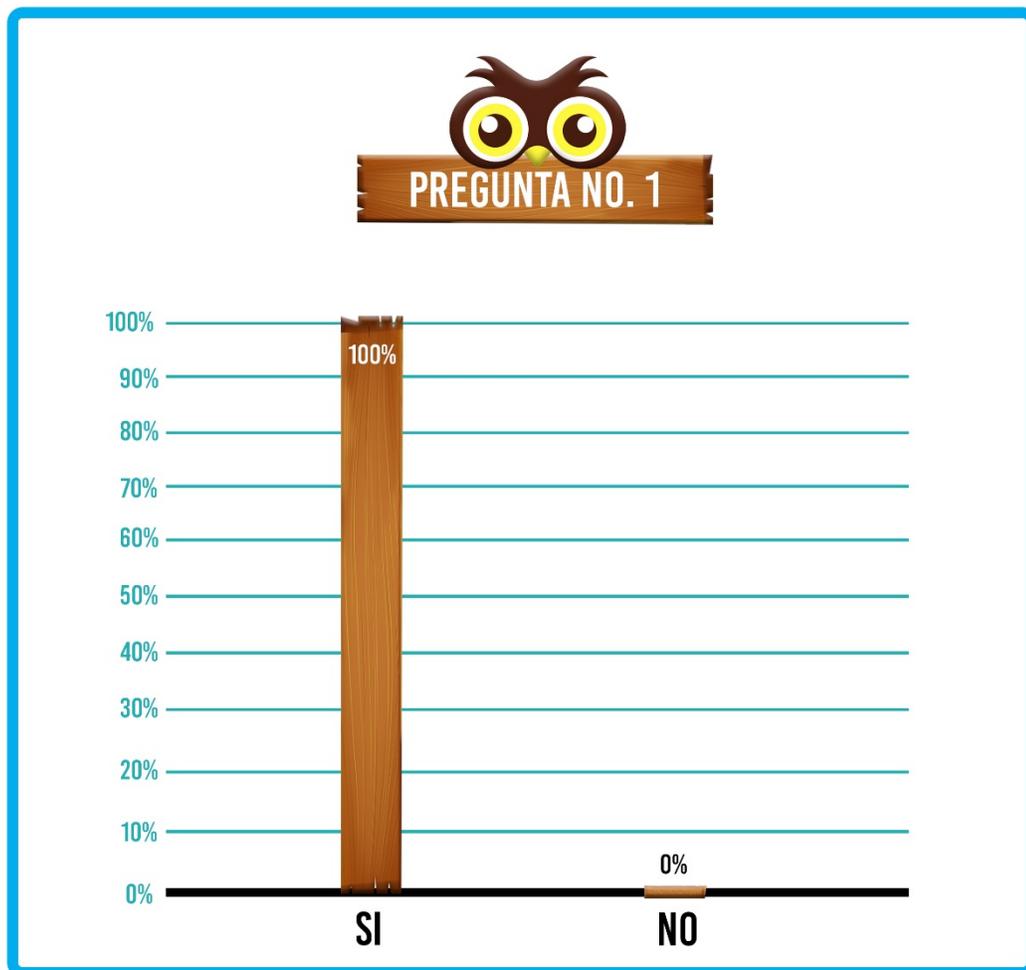
OBSERVACIONES

**GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN. SUS OPINIONES SERÁN TOMADAS EN CUENTA
PARA LA REALIZACIÓN DE CAMBIOS EN DICHO PROYECTO.**

8.3 Resultados e interpretación de resultados:

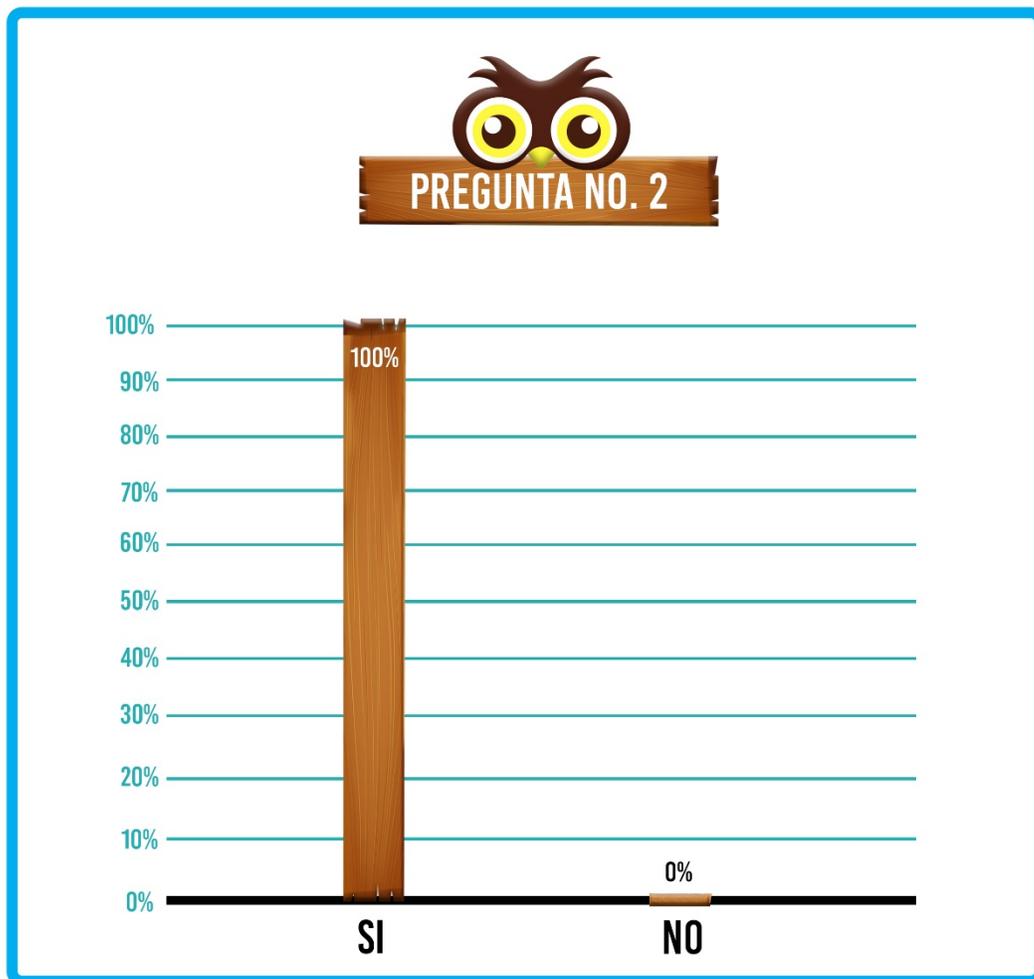
8.3.1 Parte Objetiva

Pregunta 1: ¿Considera necesario implementar un sistema de señalética en las instalaciones de Hotel y Turicentro Teculután para mejorar la orientación de los clientes y visitantes?



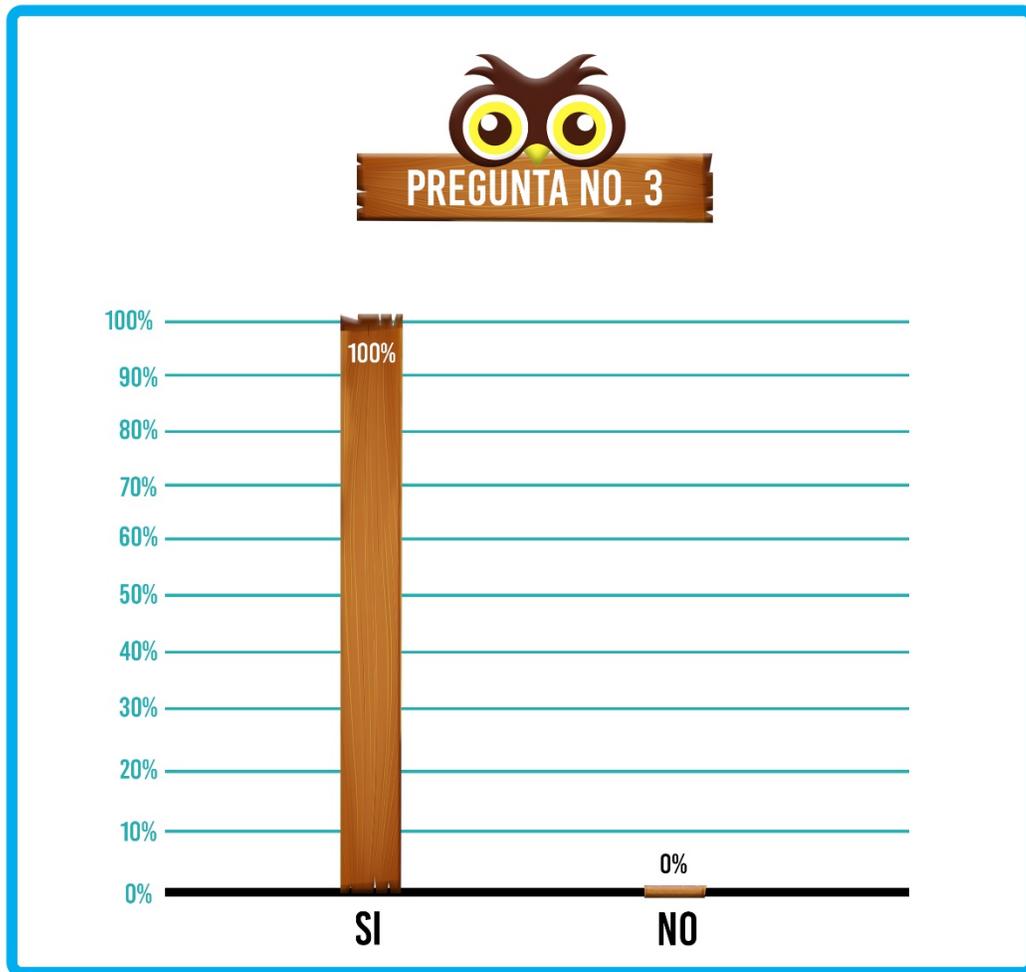
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario implementar un sistema de señalética en las instalaciones de Hotel y Turicentro Teculután para mejorar la orientación de los clientes y visitantes.

Pregunta 2: ¿Considera necesario investigar sobre los sistemas de señalética y la semiología para la creación de señales en Hotel y Turicentro Teculután?



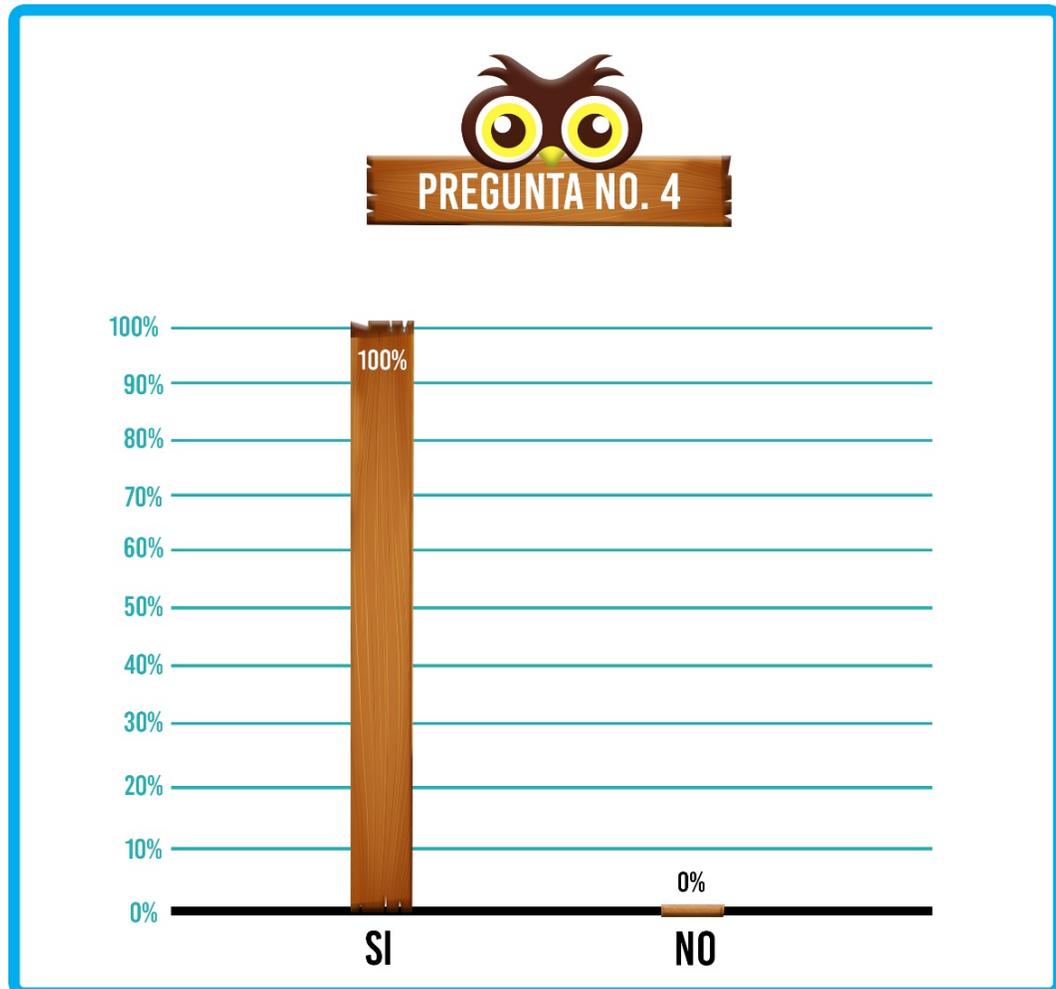
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario investigar sobre los sistemas de señalética y la semiología para la creación de señales en Hotel y Turicentro Teculután.

Pregunta 3: ¿Considera necesario recopilar información sobre la importancia de las señales en centros turísticos para poderla utilizar como referencia en las propuestas de señalética en Hotel y Turicentro Teculután?



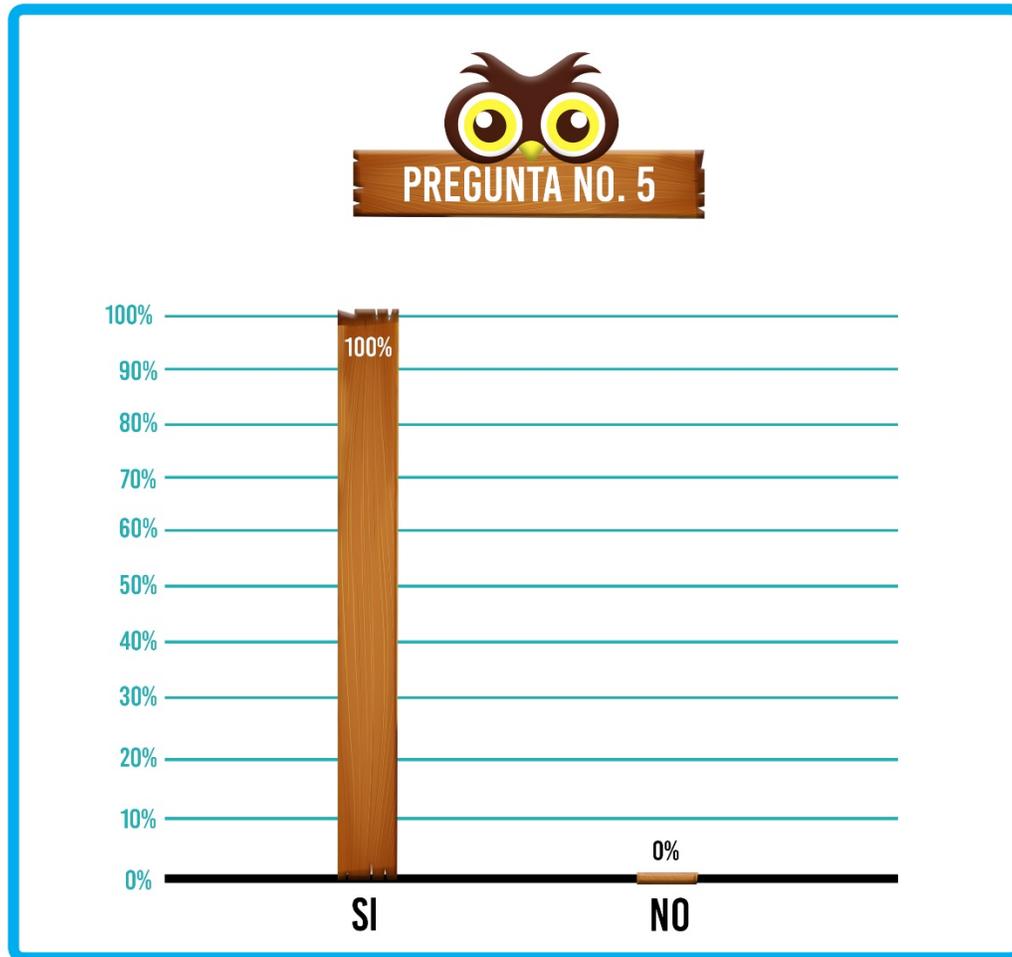
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información sobre la importancia de las señales en centros turísticos para utilizar como referencia en las propuestas de señalética en Hotel y Turicentro Teculután.

Pregunta 4: ¿Le parece adecuado que las señales contengan ilustraciones de los ambientes o lugares donde estarán colocadas, a fin de que las personas las interpreten correctamente en Hotel y Turicentro Teculután?



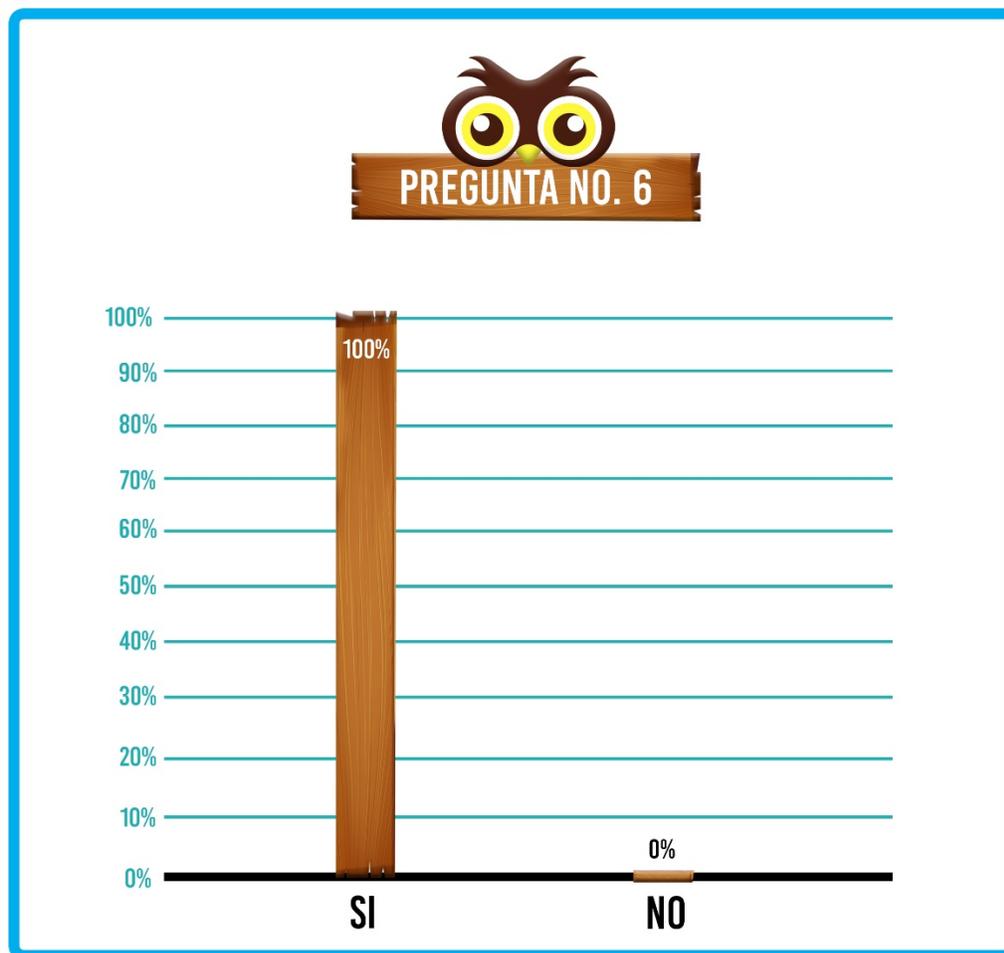
Interpretación: El 100% de los encuestados les parece adecuado que las señales contengan ilustraciones de los ambientes o lugares donde estarán colocadas, a fin de que las personas las interpreten correctamente en Hotel y Turicentro Teculután.

Pregunta 5: ¿Considera necesario mantener el mismo diseño para toda la línea de señales, a fin de que unifique el diseño?



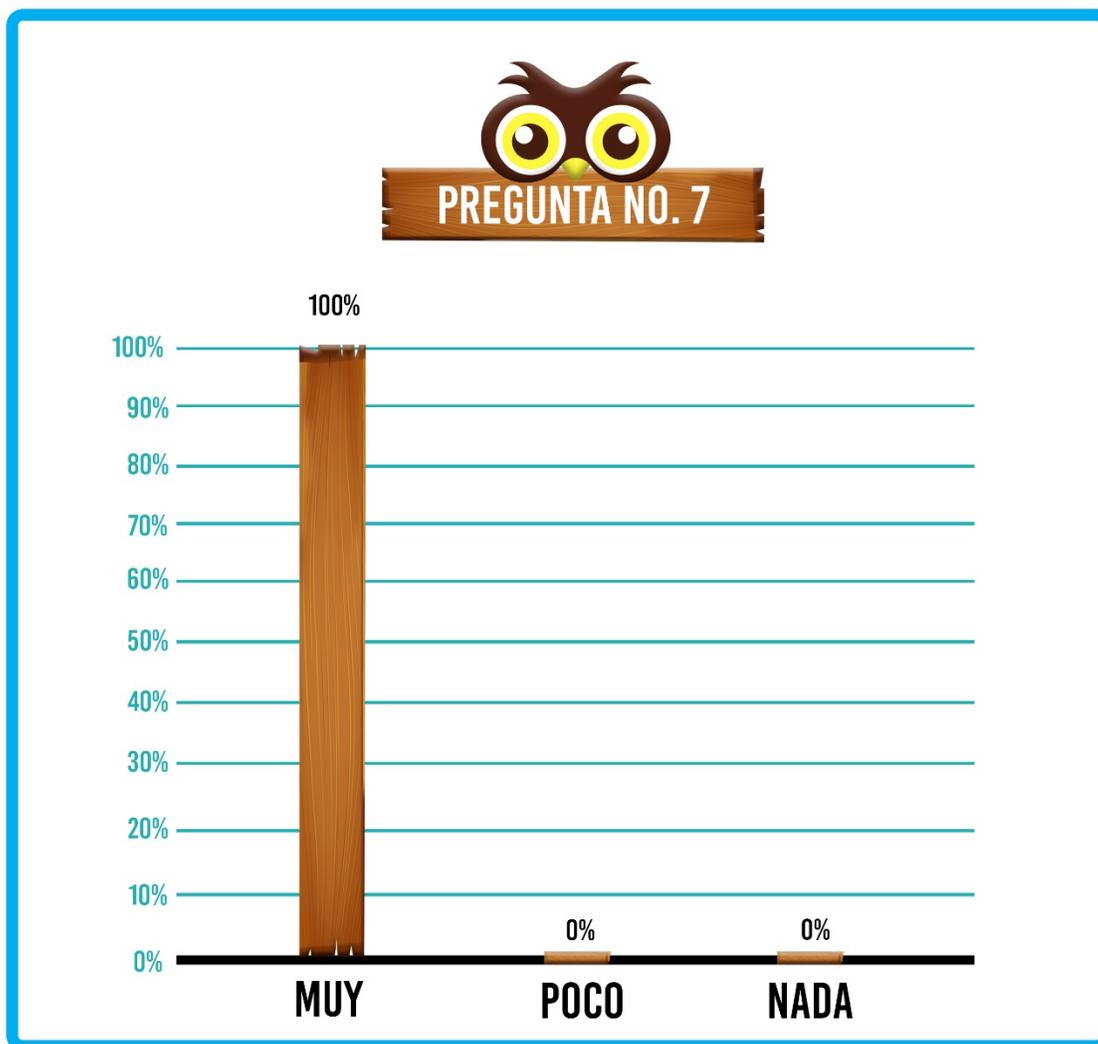
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario mantener el mismo diseño para toda la línea de señales, a fin de que unifique el diseño.

Pregunta 6: ¿Le parece adecuado que se presenten fotomontajes de las señales ubicadas en los baños, cuartos, comedor y otras instalaciones de Hotel y Turicentro Teculután, a modo de obtener una idea más clara acerca de su sitio?



Interpretación: El 100% de los encuestados le parece adecuado que se presenten fotomontajes de las señales ubicadas en los baños, cuartos, comedor y otras instalaciones de Hotel y Turicentro Teculután, a modo de obtener una idea más clara acerca de su sitio.

Pregunta 7: ¿Considera adecuada la forma de las señales?

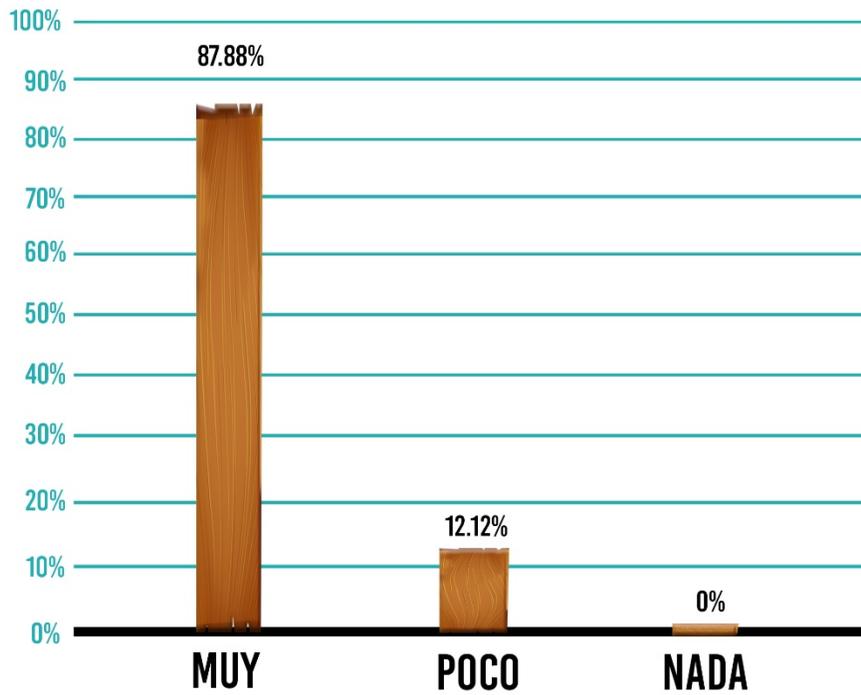


Interpretación: El 100% de los encuestados considera adecuada la forma de las señales.

Pregunta 8: Según su criterio, considera que los pictogramas ilustrados para las señales son:

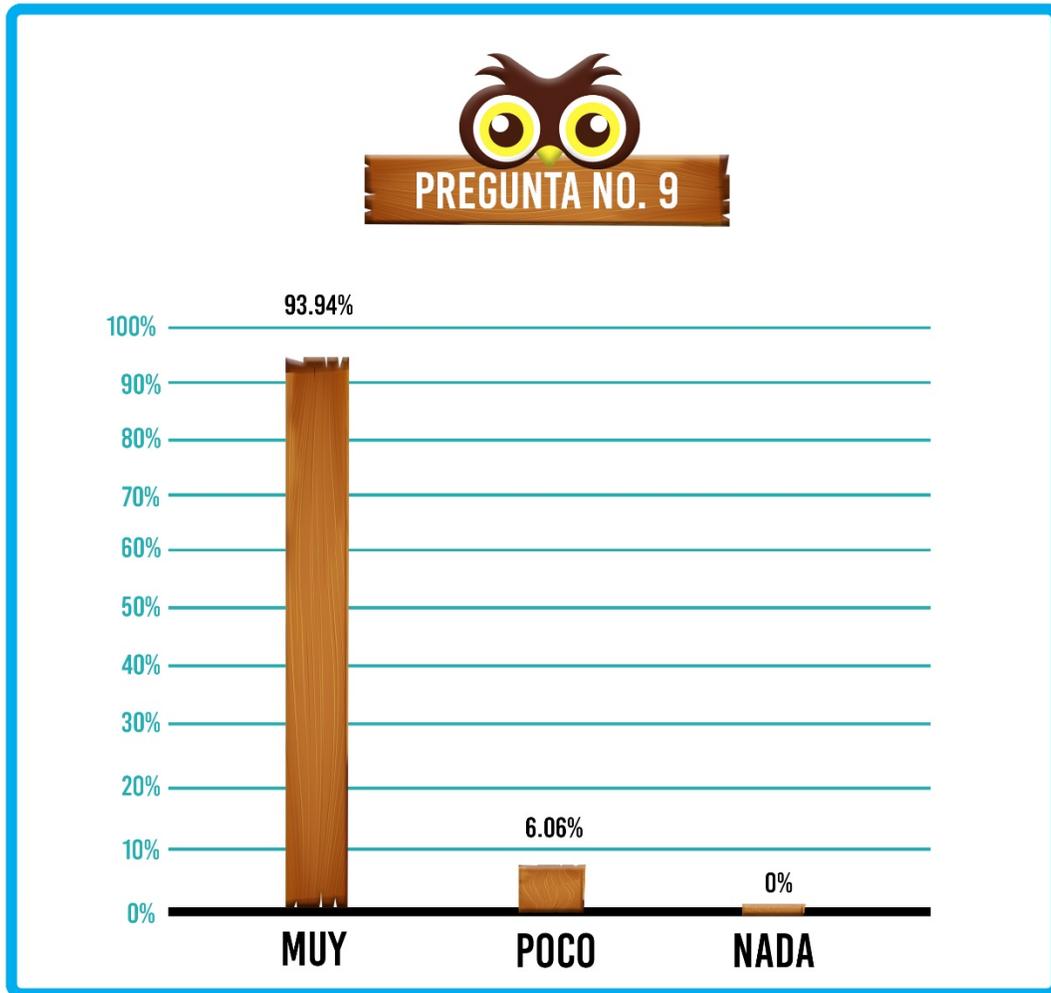


PREGUNTA NO. 8



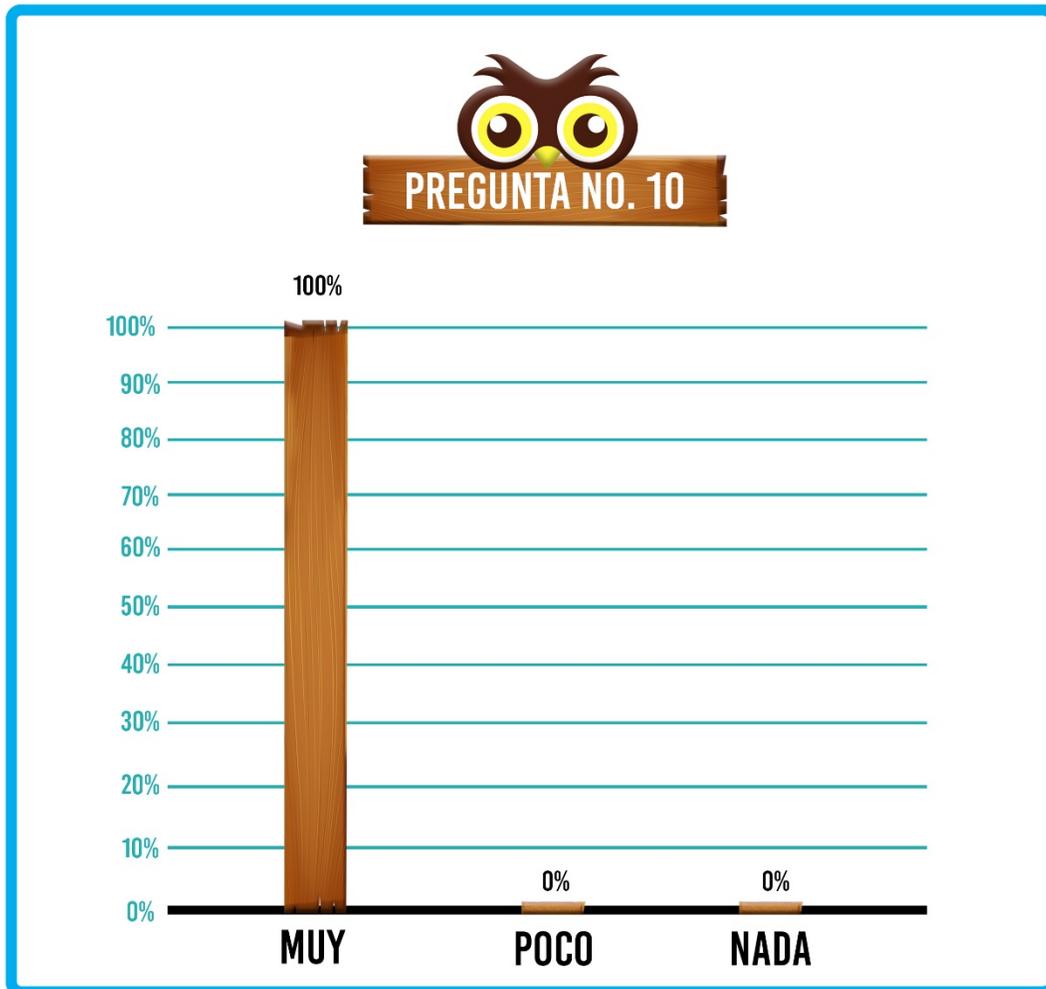
Interpretación: El 87.88% de los encuestados considera que los pictogramas ilustrados para las señales son muy entendibles.

Pregunta 9: ¿Siente que la combinación de colores utilizados para las señales de Hotel y Turicentro Teculután son adecuadas?



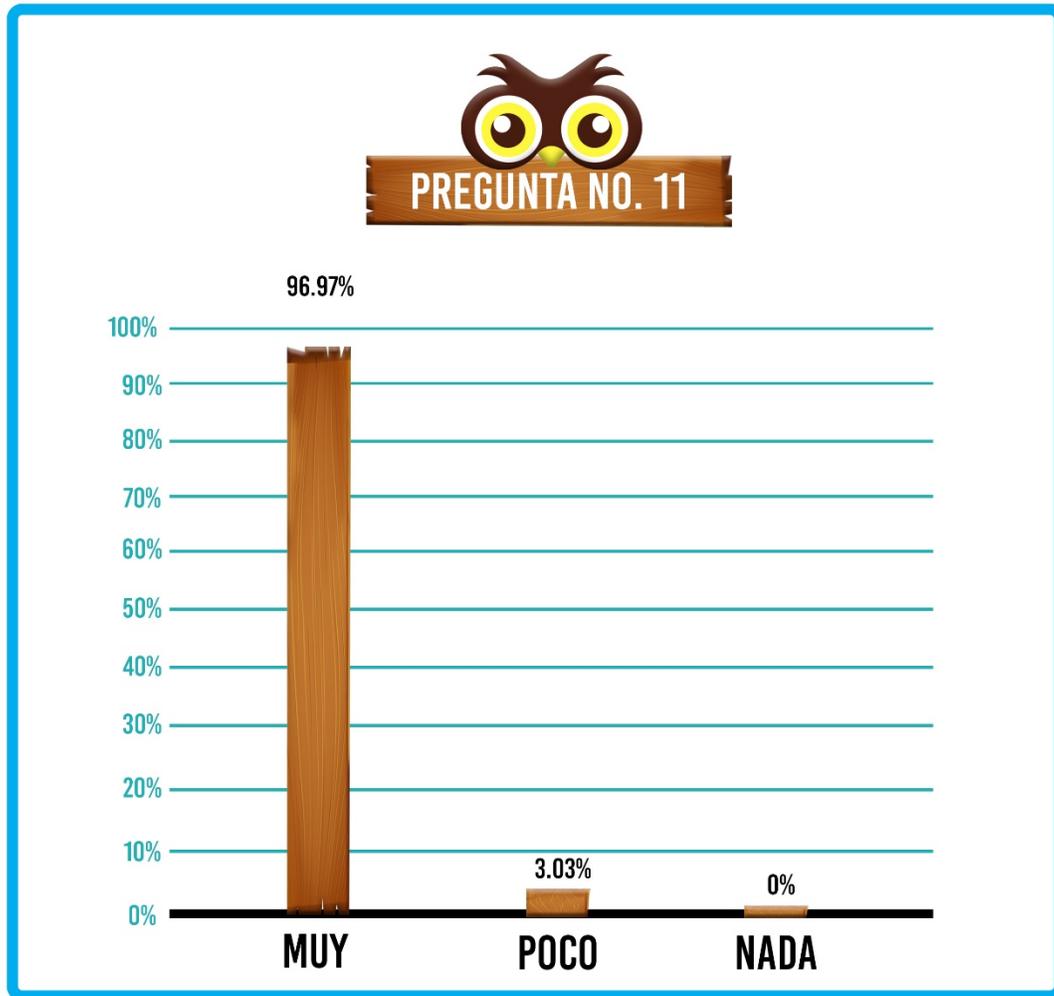
Interpretación: El 93.94% de los encuestados considera adecuada la combinación de colores utilizados para las señales de Hotel y Turicentro Teculután

Pregunta 10: ¿Considera el tipo de letra implementada en las señales legible?



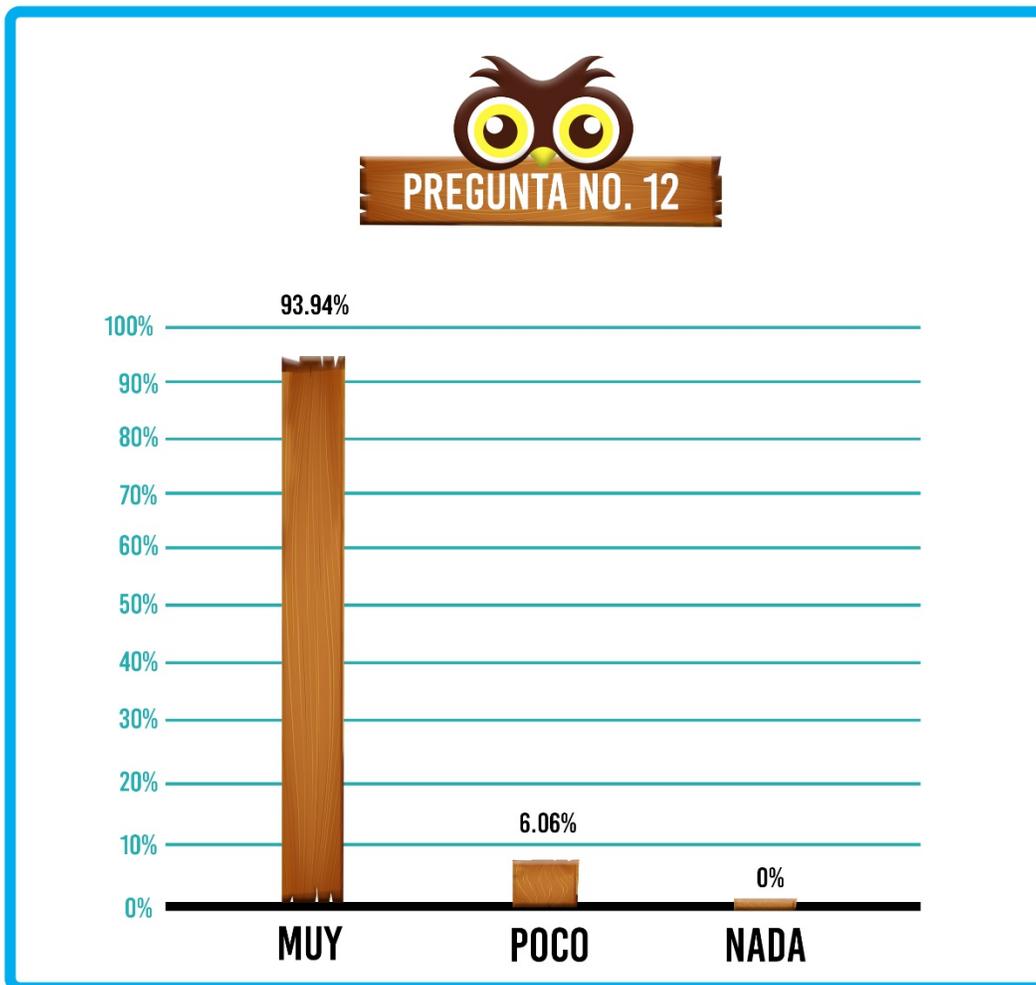
Interpretación: El 100% de los encuestados considera el tipo de letra implementada en las señales legible.

Pregunta 11: ¿Considera adecuado el uso de textura de madera para el fondo de la señalética?



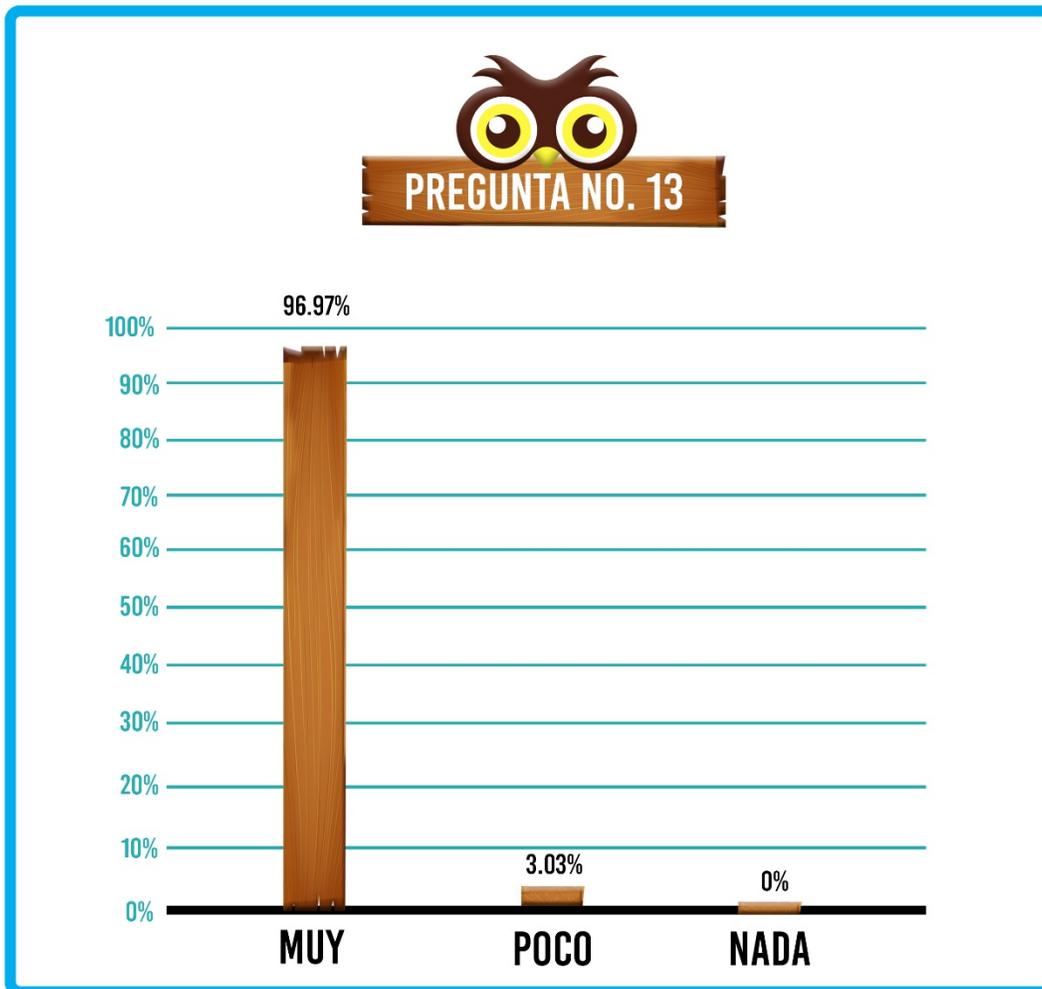
Interpretación: El 96.97% de los encuestados considera adecuado el uso de textura de madera para el fondo de la señalética.

Pregunta 12: ¿Considera adecuada la orientación de las señales en forma horizontal?



Interpretación: El 93.94% de los encuestados considera adecuada la orientación de las señales en forma horizontal.

Pregunta 13: ¿Considera que el tamaño propuesto de 40x30 cms para las señales de Hotel y Turicentro Teculután es el adecuado?

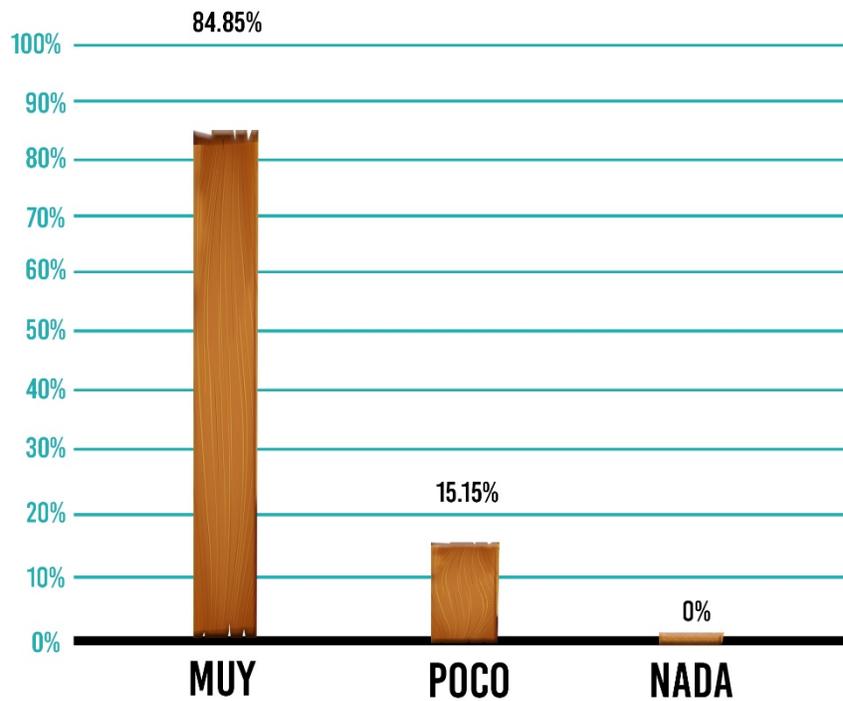


Interpretación: El 96.97% de los encuestados considera que el tamaño propuesto de 40x30 cms para las señales de Hotel y Turicentro Teculután es el adecuado.

Pregunta 14: A su criterio, el nivel de altura propuesto para la colocación de las señales en el turicentro es:

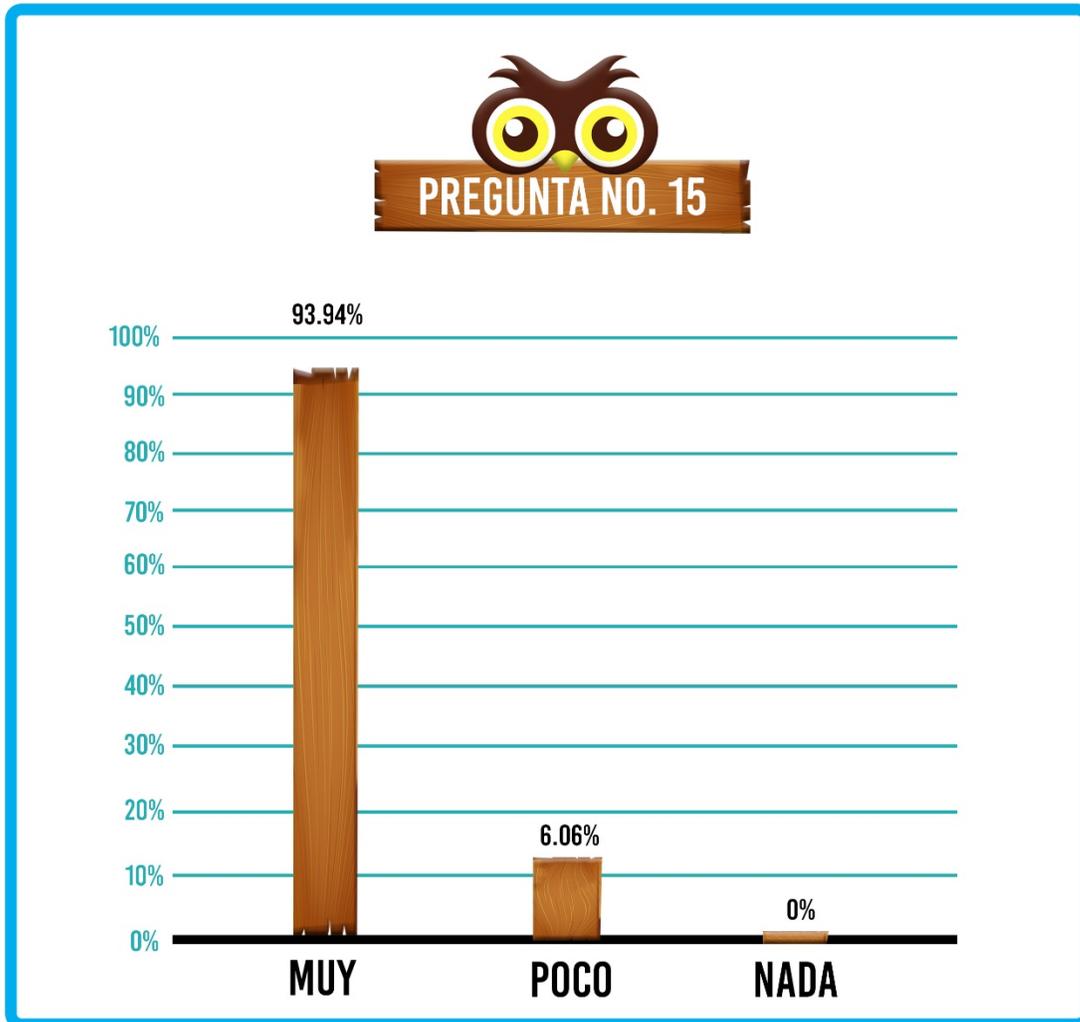


PREGUNTA NO. 14



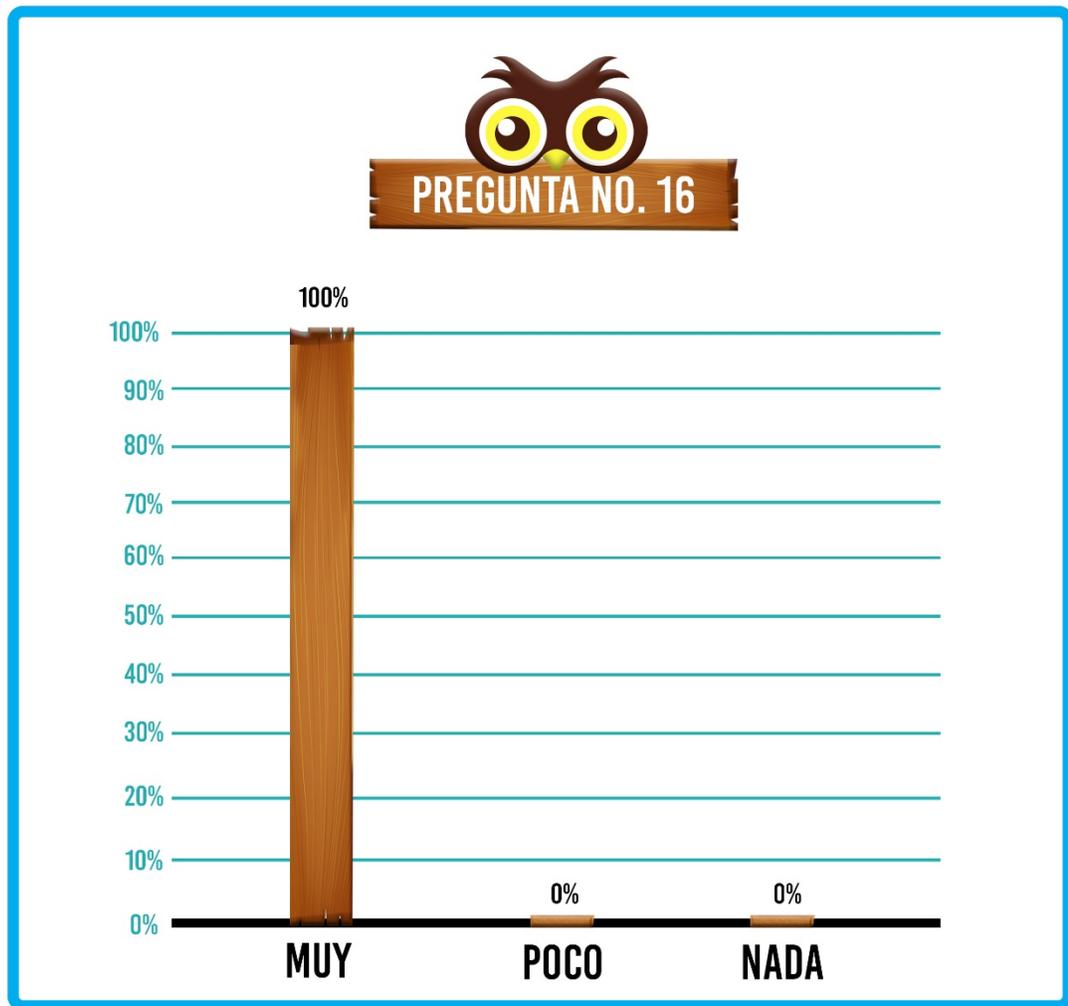
Interpretación: El 84.85% de los encuestados considera que el nivel de altura propuesto para la colocación de las señales en el turicentro es muy visible.

Pregunta 15: Considera que el tamaño el tipo de letra es:



Interpretación: El 93.94% de los encuestados considera que el tamaño el tipo de letra es visible.

Pregunta 16: A su criterio, el uso de la composición de los elementos de diseño en la señal son:



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el uso de la composición de los elementos de diseño en la señal son muy acertados.

8.4 Cambios con base a los resultados

8.4.1 Antes y Después

8.4.1.1 Diseño de Señales

Antes de Validación



Después de Validación



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a anaranjado, junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación



Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a anaranjado junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación



Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a anaranjado junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación



Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a anaranjado junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación



Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación



Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a rosado junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación

Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a azul junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación



Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a anaranjado junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación



Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a anaranjado junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

Antes de Validación



Después de



Hubo modificaciones en la forma de los elementos de diseño. La madera se cambió por una con textura y forma diferente. Se cambió el color del círculo atrás del pictograma de turquesa a anaranjado junto con el estilo de diseño de los pictogramas ya usados. Además, se agregaron manos y pies al búho, dándole más vida.

8.4.1.2 Cambio de Pictogramas

Antes de Validación

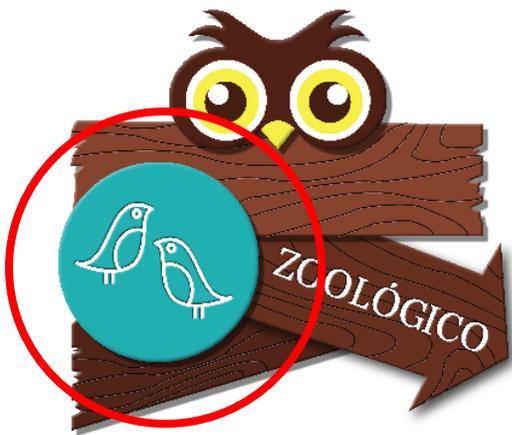


Después de Validación



Se cambió el pictograma del árbol del parque, a uno que tiene más correlación con el parque del turicentro, manteniendo siempre un árbol, pero agregándole un juego.

Antes de Validación



Después de



Se cambiaron los pictogramas de las aves a unos con más detalle, agregándole un búho, ya que el turicentro cuenta con búhos, o tecolotes, en su zoológico.

Antes de Validación

Después de



Se cambió el pictograma de las copas, por una que se parece a un salón de eventos, ya que la anterior daba a entender más de un bar.

8.4.1.3 Cambio de Nombres

Antes de Validación



Después de Validación



Se cambió el nombre de “Cuartos” a uno más adecuado y usado en el ambiente de hotelería, como “Habitación”.

Antes de Validación



Después de



Se cambió el nombre de “Comedor”, a uno más adecuado como “Restaurante”, junto con el nombre del establecimiento.

Antes de Validación



Después de



Se especificó más el uso del salón, agregándole “De Eventos”.

8.4.1.4 Agregación de Señales

Se agregaron 5 señales a la línea para especificar otras áreas del turicentro. Además, se agregó una señal con medidas ms grandes para especificar generalmente el baño, así como un directorio del turicentro, donde están ubicadas todas las señales para verlas desde un punto aéreo.







CAPÍTULO IX

Propuesta Gráfica Final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Fundamentación de diseño

9.1.2 Concepto de diseño:

La propuesta de la línea de señalética para Hotel y Turicentro Teculután se fundamenta en el concepto de diseño orientado hacia el aspecto natural y tropical. Es por eso que se utilizan elementos relacionados con la naturaleza, como la madera y los colores tropicales, que van con la línea del turicentro y el búho usado como el logotipo.

9.1.3 Elementos gráficos



- a. Pictograma de recepción
- b. pictograma de Restaurante la Molienda
- c. Pictograma de habitaciones
- d. Pictograma de Sala de eventos
- e. Pictograma de parque
- f. Pictograma de piscina
- g. Pictograma de área recreativa
- h. Pictograma de Zoológico
- i. Pictograma de parqueo
- j. Pictograma de baños
- k. Pictograma de duchas
- l. Pictograma de basureros
- m. Pictograma de bungalós
- n. Pictograma de tecolotes
- o. Vector de base de señalética.

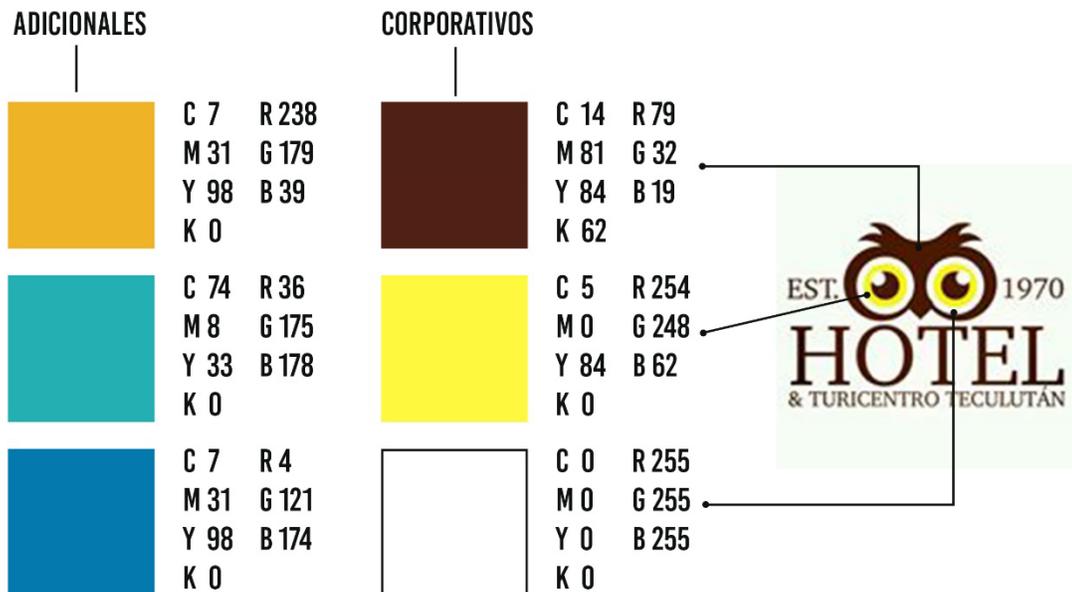
9.1.4 Elementos tipográficos

La tipografía utilizada para los nombres de las señales es Bebas Kai. Es sans serif, lo que permite al cliente legibilidad de la señal y un toque de tendencia.



9.1.5 Colores

La paleta de colores utilizada fue en base a tonos tropicales, debido al aspecto del turicentro. Además, se usaron los colores corporativos del logotipo para incorporarlos en las señales.



9.1.6 Presentación de propuesta final

Tomando en cuenta la opinión, criterio y aportación de expertos, cliente y grupo objetivo, se realizaron los cambios necesarios para obtener el resultado de la propuesta final, que cuenta con 16 señales y un mapa creado como guía.

El tamaño de las señales será de 14.5 x 13 pulgadas, incluyendo una señal de 30.7 x 13.8 pulgadas y una de 30.7 x 30.7 pulgadas. Las señales serán impresas en PVC con adhesivo troquelado, en full color para la mayor calidad.

Será entregado a la empresa y PNG en memoria USB.

9.2 Propuesta gráfica final

Señal de Área Recreativa



Señal de Baño de Hombres



Señal de Baño de Mujeres



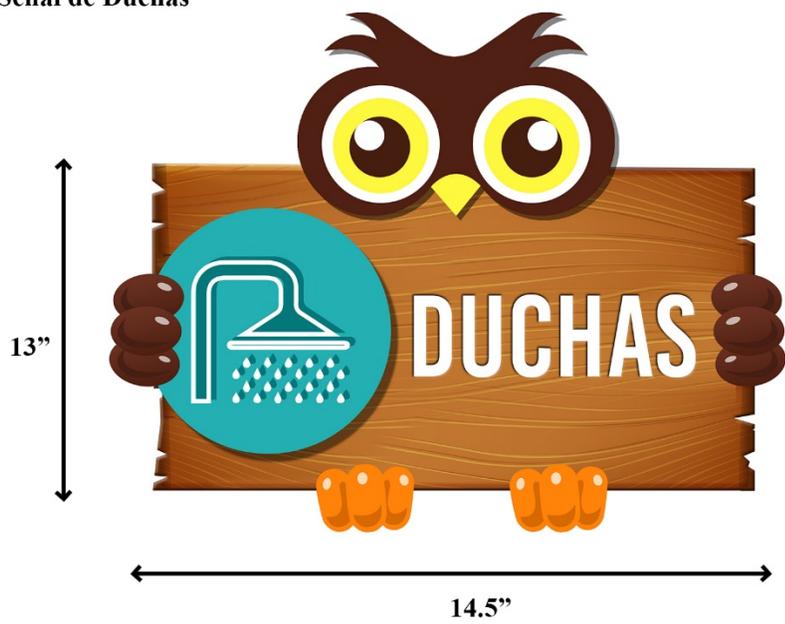
Señal de Basureros



Señal de Búngalos



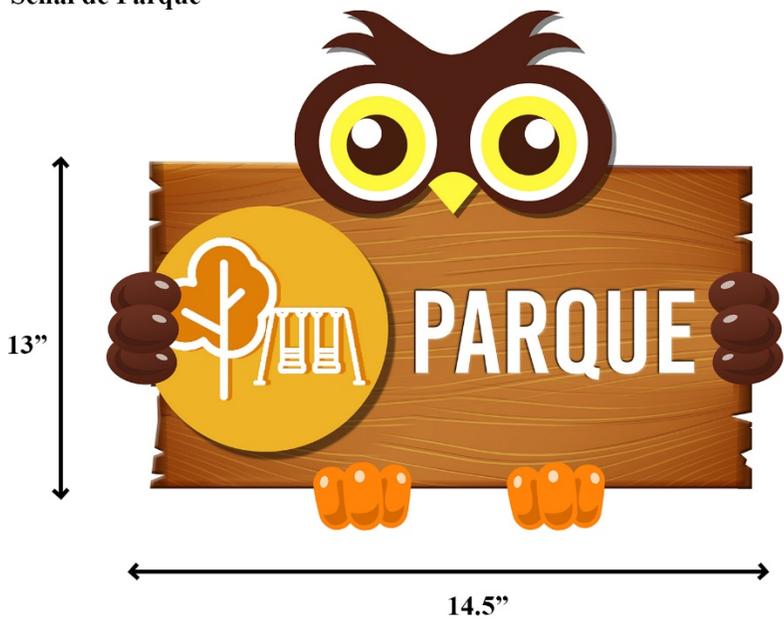
Señal de Duchas



Señal de Habitaciones de Hotel



Señal de Parque



Señal de Parqueo Para Clientes



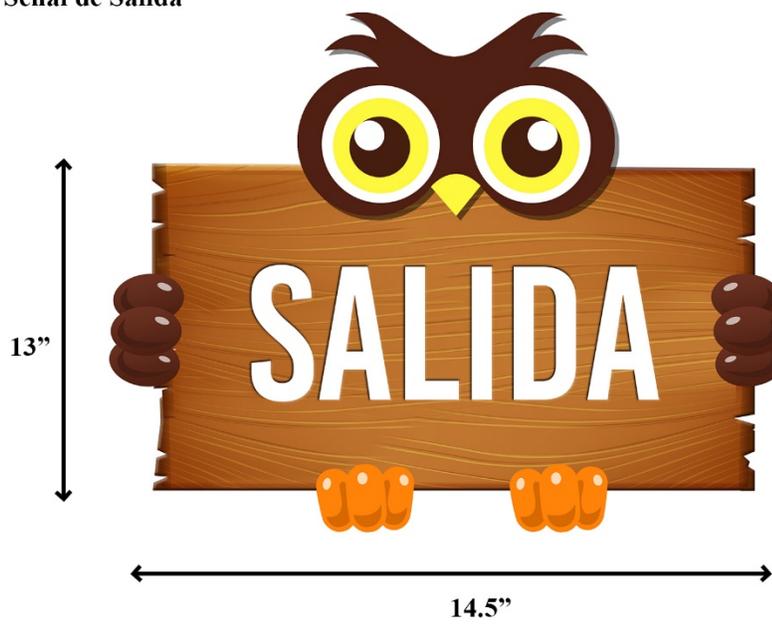
Señal de Piscina



Señal de Restaurante La Molienda



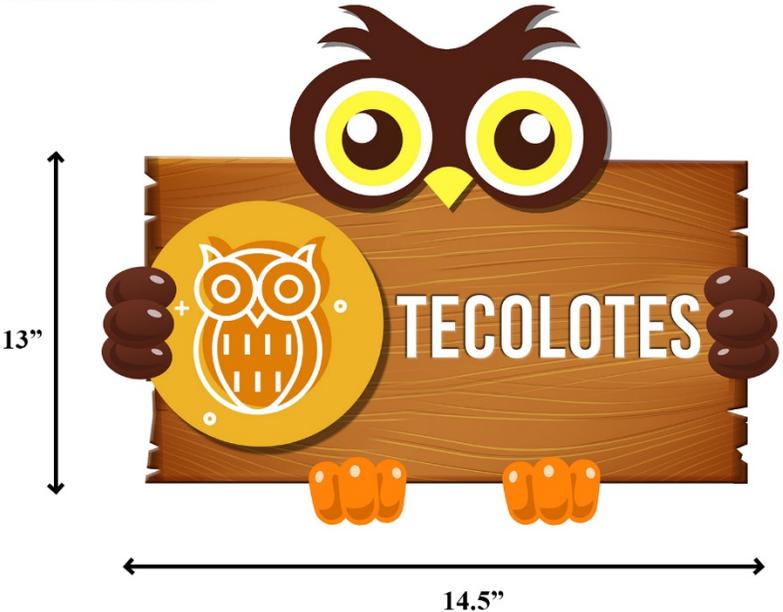
Señal de Salida



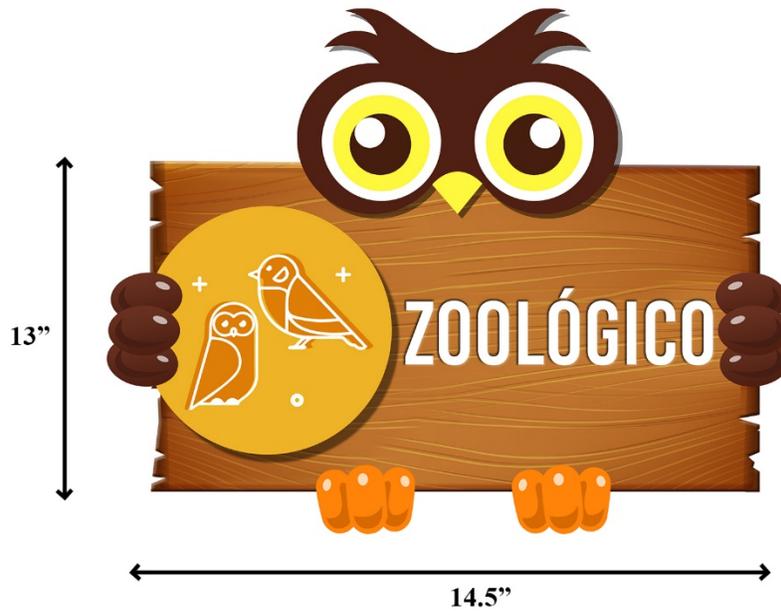
Señal de Salón de Eventos



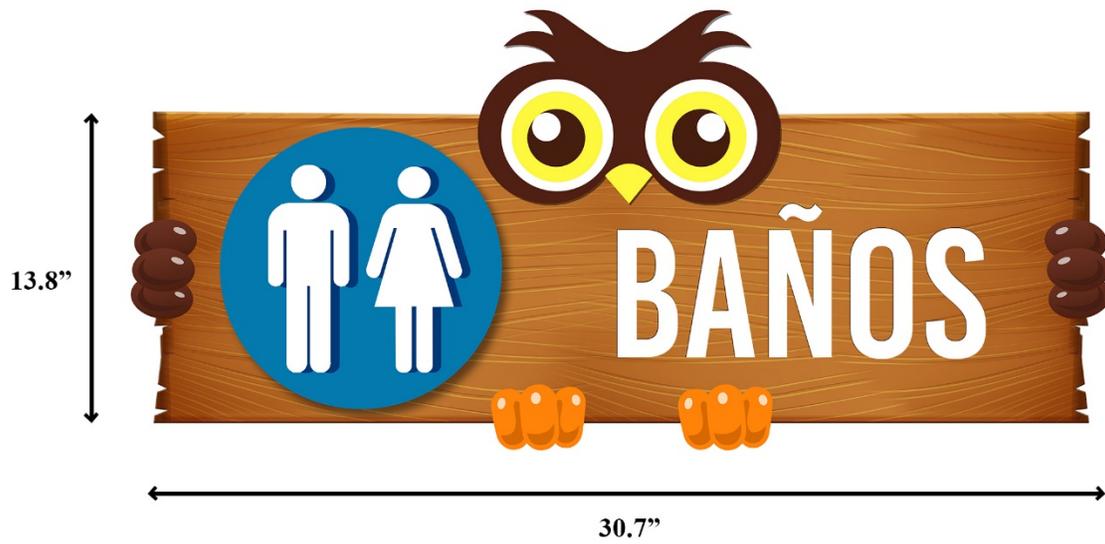
Señal de Tecolotes



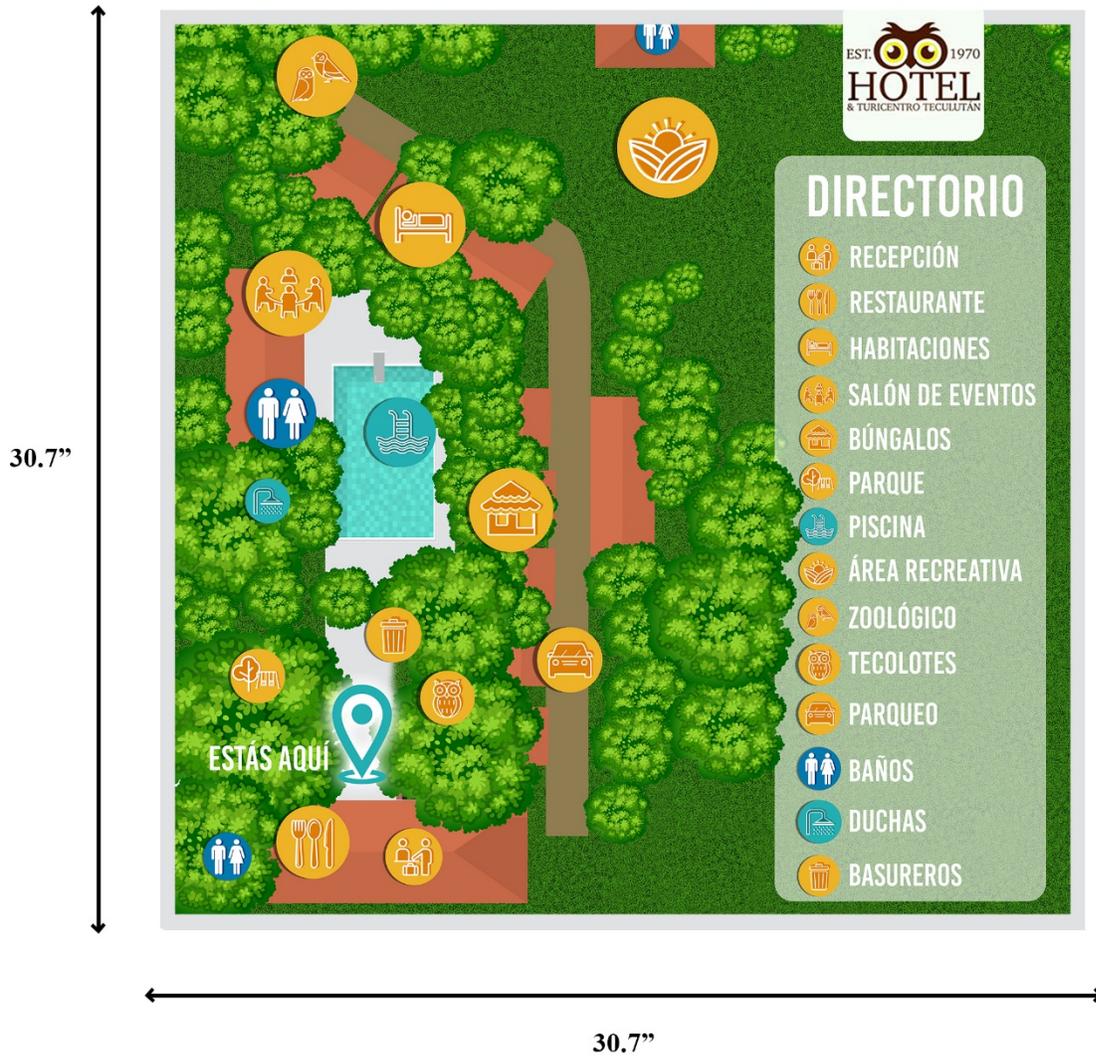
Señal de Zoológico



Señal de Baños



Directorio de Hotel y Turicentro Teculután





CAPÍTULO X

*Producción, Reproducción
y Distribución*

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración:

TOTAL DE HORAS TRABAJADAS	30 horas (lunes a viernes)
TOTAL DE SEMANAS TRABAJADAS	4 semanas (lunes a viernes)
PRECIO POR HORA	Q25.00
TOTAL	Q3,000.00

Para la elaboración de la señalética fue necesario crear un proceso creativo, desde identificar el problema de la empresa, hacer el BRIEF correspondiente, investigar, usar métodos de creatividad, elaborar el bocetaje, diseñar en computadora a través de programas, evaluar el trabajo realizado, efectuar los cambios solicitados, y por último entregar el diseño realizado.

10.2 Plan de costos de producción:

REALIZACIÓN DE PROPUESTA PRELIMINAR	40 HORAS
CAMBIOS SOLICITADOS	10 HORAS
REALIZACIÓN DE ARTE FINAL	25 HORAS
DESGASTE DE EQUIPO DE CÓMPUTO	50 HORAS
PRECIO POR HORA	Q25.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q3,125.00

La producción de la señalética partió desde la idea central, hasta la elaboración. Después de esto se empezó con la propuesta preliminar, que fue evaluada tanto por el cliente como grupo objetivo y expertos. Los cambios solicitados y el desgaste del equipo de cómputo se calcularon, junto con la realización del arte final.

10.3 Plan de costos de reproducción

Según las cotizaciones solicitadas de diferentes empresas, se usará la cotización de Eleva Mercadeo, que incluye precio por reproducción y distribución de materiales.

REPRODUCCION	
15 rótulos PVC de 45x35 cms (Q120 c/u)	Q1,800.00
1 rotulo PVC de 100x80 cms	Q230.00
1 rotulo PVC de 80x40 cms	Q195.00
TOTAL COSTOS DE REPRODUCCION	Q2,225.00

10.4 Plan de Costos de Distribución:

La distribución será directamente a Hotel y Turicentro Teculután por Eleva Mercadeo, donde se hará la instalación. Ambos servicios están incluidos en el precio.

DISTRIBUCIÓN	
Entrega a domicilio e instalación a Hotel y Turicentro Teculután	Q850.00
TOTAL COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q850.00

Ver Anexos H: Cotizaciones

10.5 Margen de utilidad:

TOTAL COSTOS DE ELABORACIÓN	Q3,000.00
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q3,125.00
TOTAL COSTOS DE REPRODUCCIÓN	Q2,225.00
TOTAL COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	Q850.00
TOTAL DE COSTOS	Q9,200.00

MARGEN 20%	Q1,840.00
IVA (12%) +ISR (5%) = 17%	Q1,564.00

10.6 Cuadro con resumen general de costos

TOTAL DE COSTOS	Q9,200.00
MARGEN DE UTILIDAD	Q1,840.00
IVA	Q1,564.00
TOTAL DE COSTOS	Q12,604.00



CAPÍTULO XI

Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se diseñó una señalética para orientar los clientes reales y potenciales a las áreas habitacionales y recreativas de Hotel y Turicentro Teculután.

11.1.2 Se investigó sobre los conceptos básicos relacionados con la señalética a través de referencias bibliográficas en libros y sitios web, para utilizarlos como referencia para la elaboración del sistema de señalética para Hotel y Turicentro Teculután.

11.1.3 Se elaboró un mapa digital, tipo directorio, de Hotel y Turicentro Teculután, donde se colocaron los pictogramas para una visión más amplia de la ubicación del área para el cliente.

11.1.4 Se identificó a través de fotografías tomadas de las áreas, la mejor ubicación donde colocar cada señal, para la vista del público.

11.1.5 Se dibujaron los pictogramas usados para cada señal para la mejor representación de cada área.

11.1.6 Se seleccionaron los demás elementos de diseño como el búho y la textura de madera, para unificar el diseño de las señales.

11.1.7 Se presentó la señalética al usar un montaje en las fotografías que se tomaron de Hotel y Turicentro Teculután.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Mantener las señales actualizadas, ya sea que haya un cambio de área en Hotel y Turicentro Teculután, para no perder su función.

11.2.2 Conservar los colores usados, o usar colores corporativos para no perder la identidad de Hotel y Turicentro Teculután, en futuros cambios o incorporaciones de señalética.

11.2.3 Colocar nueva señalética en caso de expansión o agregación de áreas en Hotel y Turicentro Teculután, siempre conservando la misma línea de diseño.

11.2.4 Darle un mantenimiento constante a la señalética para evitar su deterioro.

11.2.5 Pasar una encuesta a clientes sobre el nivel de ayuda de la señalética, después de su tiempo pasado en el hotel y turicentro.

11.2.6 Mantener el mismo tamaño en señalética en futuras incorporaciones de señalética, para mantener orden general.

11.2.7 Usar el mismo estilo de pictogramas, en caso que se agreguen más en el futuro.



CAPÍTULO XII

Conocimiento General

Capítulo XII: Conocimiento general

CONOCIMIENTO GENERAL

Comunicación y Diseño

COMUNICACIÓN
FUE UTILIZADA DE MANERA VISUAL POR MEDIO ICONOS PARA TRANSMITIR AL CLIENTE LA IDEA DEL PROYECTO.

DISEÑO
SE UTILIZO LOS FUNDAMENTOS DEL DISEÑO PARA LA CREACIÓN DEL PROYECTO POR MEDIO DE BOCETOS, COLORES, ESPACIO, ETC.

SOFTWARE
SE MANEJO LOS PROGRAMAS DE PHOTOSHOP E ILLUSTRATOR PARA VECTORIZAR Y MONTAR LAS SEÑALES.

SEMIOLOGÍA
LA UTILIZACIÓN DE ESTA CIENCIA AYUDO PARA PODER IDENTIFICAR LOS PICTOGRAMAS QUE SE USARON EN ESTE PROYECTO.

ESTADÍSTICA
FUE INTEGRADA EN LA ELABORACIÓN DE LAS ENCUESTAS PARA LA INTERPRETACIÓN DE LAS RESPUESTAS, REPRESENTADAS EN GRAFICAS.

CREATIVIDAD
DESARROLLO LA IDEA DEL PROYECTO POR MEDIO DE TÉCNICAS DEL MÉTODO CREATIVO PARA LA SOLUCIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.

VISUALIZACIÓN
UTILIZADA PARA EL BOCETAJE Y CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO FINAL.

MATEMÁTICA
SE APLICO PARA EL DESARROLLO DE COSTOS DE ELABORACIÓN, PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

FOTOGRAFÍA
SE UTILIZO PARA PODER TOMAR LAS RESPECTIVAS FOTOS DEL ESTABLECIMIENTO Y ASÍ HACER EL MONTAJE DE LA SEÑALÉTICA.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
SE INVESTIGO ACERCA DE LA SEÑALÉTICA, ASÍ COMO LAS TENDENCIAS DE DISEÑO, TANTO EN LIBROS COMO EN LA WEB.



CAPÍTULO XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias bibliográficas

Alarico Gómez, C. (1996). *Lenguaje y Comunicación*. Caracas: Panapo.

Andrade, S. (s.f.). *Diccionario de Economía, Tercera Edición*. Editorial Andrade.

Ballesteros Arranz, E. (2013). *Arte en la Segunda Mitad del Siglo XX*. Hiares Multimedia.

Berlo, D. (1987). *El Proceso de la Comunicación. Introducción de la Teoría y la Práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.

Bland, M., Calado Noguera, E., & Jackson, P. (1992). *Comunicación Interna Eficiente*. Legis Editores.

Bourdieu, P. (2003). *Un Arte Medio*. Gustavo Gili.

Bringhurst, R. (2005). *Los Elementos del Estilo Tipográfico*. Fondo de Cultura Económica; 2nd edition.

Bronfenbrenner, U. (1987). *La Ecología del Desarrollo Humano*. PAIDOS IBERICA.

Costa, J. (1987). *Señalética*. Peru: ceac.

Díaz Bordenave, J. E. (1985). *Comunicación y Sociedad*. La Paz: CIMCA.

Durkheim, E. (1973). *On Moraliey and Society*. Chicago: University of Chicago Press.

Esqueda, R. (1992). *El juego del diseño, un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*. Editorial Designio.

- Fonseca, M. (2005). *Comunicación Oral*. Pearson Educación.
- García del Junco, J., & Casanueva Rocha, C. (s.f.). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Mc Graw Hill.
- Hernández Mendo, A. (2001). *Las Actividades Físicas. Variante de Empleo de Tiempo Libre*. Argentina: Revista Digital de Educación Física.
- Kaplún, M. (2002). *Una Pedagogía de la Comunicación*. La Habana: Editorial Caminos.
- Lattin, G. (2009). *Administración Moderna de Hoteles y Moteles*.
- Mark, F. (2007). *Herbert Spencer and the Invention of Modern Life*. Newcastle UK: Acumen Publishing.
- Martínez Torres, M. (2012). *Psicología de la Comunicación*.
- Martínez, T. R. (2012). *Manual de Guías de Turismo*. Trillas, Mexico.
- Morison, S. (1929). *Principios Fundamentos de la Tipografía*.
- Muller Brockmann, J. (1998). *Historia de La Comunicación Visual*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Munari, B. (2008). *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. España: GGDiseño.
- Navarro, A. (2008). *Recepción Hotelera y Atención al Cliente*. España: Editorial Paraninfo.
- Nieto, J. A. (2011). *Simbología*. Rev Colomb Cir.
- Pérez Sánchez, A. (1997). *Recreación. Fundamentos Teóricos y Metodológicos*. México.

PNUD, & Proyecto VEN/78/001. (1980). *Plan Nacional del Ambiente*. Caracas.

Quintana Orozco, R. (s.f.). *Diseño de Sistemas de Señalización y Señalética*. Universidad de Londres.

Romero, R. (s.f.). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.

Rubio. (1992). *Teoría Física del Color*. Obtenido de Catarina.udlap.mx: (Rubio, 1992).

Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. Buenos Aires: Editorial Losada.

Scott, R. G. (1951). *Fundamentos del Diseño*. R. E. Krieger Pub. Co.

Sontag, S. (1973). *Sobre la Fotografía*. Mexico: Santillana Ediciones Generales.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill / Interamericana Editores.

Wartburg, V. (2004). *Diccionario Etimológico de Lengua Francesa*.

Websters New World College Dictionary. (2014). Webster's New World.

13.2 Referencias biblioweb

(s.f.). Obtenido de <http://www.istu.gob.sv/component/glossary/glosario-1/p/paruqe-recreativo-26/>

(s.f.). Obtenido de <http://www.istu.gob.sv/component/glossary/glosario-1/p/paruqe-recreativo-26/>

¿Qué es un dibujo vectorial? (2013). Obtenido de [saberia.com: http://www.saberia.com/que-es-un-dibujo-vectorial/](http://www.saberia.com/que-es-un-dibujo-vectorial/)

Alba, T. (18 de Febrero de 2016). *Diccionario de Diseño*. Obtenido de Diseño Creativo: <http://xn--diseocreativo-lkb.com/terminos-de-diseno-grafico-diccionario/>

Alvarez, D. (s.f.). *Pictogramas, Iconos y Símbolos*. Obtenido de Gráfica para Productos: <http://www.graficaparaproducto.com.ar/apuntes/Pictogramas.pdf>

Fernández de Motta, M., & Hernández Mendo, A. (Marche de 2013). *Concepto de Comunicación y Componentes del Proceso Comunicativo*. Obtenido de Ef Deportes: <http://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>

Historia del Color. (s.f.). Obtenido de Fotonostra.com: <http://www.fotonostra.com/grafico/historiacolor.htm>

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2008). *Definición de Ecología*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/ecologia/>

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2012). *Definición de Imagen Vectorial*. Obtenido de Definicion.de: (<https://definicion.de/imagen-vectorial/>)

Real Academia Española. (s.f.). *Definición de Empresa*. Obtenido de Promo Negocios:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>

Thompson, I. (Octubre de 2008). *Definición de Comunicación*. Obtenido de Promo Negocios:
<https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

Turner, A. (19 de Marzo de 2014). *La Historia de Flat Design*. Obtenido de thenextweb.com:
<https://thenextweb.com/dd/2014/03/19/history-flat-design-efficiency-minimalism-made-digital-world-flat/>



CAPÍTULO XIV

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexo A: Definición de tema

DEFINICIÓN DE TEMA

¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUE?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Diseño	Señalética	Dar a conocer la ubicación de las áreas recreativas.	Los clientes potenciales de Hotel y Turicentro Teculután.

Redacción de tema:

Diseño de señalética para dar a conocer las ubicaciones de las áreas a los clientes potenciales de Hotel y Turicentro Teculután.

14.2 Anexo B: Taller de desarrollo de Requerimiento de Comunicación y Diseño

TALLER DE DESARROLLO DE REQUERIMIENTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

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

Ejemplo:

No se cuenta con	<i>La empresa tal no cuenta con un manual de identidad corporativa que le permita unificar su marca en el mercado centroamericano.</i>
No existe	En Hotel y Turicentro, no existe una señalética para orientar a los clientes potenciales a las áreas recreativas que ofrece el hotel.
No se tiene	
Se carece de	
No hay	
Hace falta	

14.3 Anexo C: Taller de Desarrollo de Objetivos

TALLER DE DESARROLLO DE OBJETIVOS

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General		Diseñar	Señalética	Orientar	Hotel y Turicentro Teculután
Específico		Investigar	Conceptos básicos.	Utilizarlos de referencia en la elaboración de señalética.	Hotel y Turicentro Teculután
Específico		Recopilar	Información de hotel.	Para facilitar la creación de señalética.	Hotel y Turicentro Teculután
Específico		Conceptualizar	Un mapa	Ubicación de señales dentro de hotel y turicentro.	Hotel y Turicentro Teculután
Específico		Identificar.	Fotografías	Áreas que necesitan señalización.	Hotel y Turicentro Teculután
Específico		Dibujar	Illustrator	Crear iconos y señales.	Hotel y Turicentro Teculután
Específico		Diagramar	Tabla	Layout de iconos.	Hotel y Turicentro Teculután
Específico		Realizar	Photoshop	Montaje de señales Presentación	Hotel y Turicentro Teculután
Específico		Colocar	Herramientas necesitadas	Señalética en su respectivo lugar para el uso del público.	Hotel y Turicentro Teculután

14.4 Anexo D: Brief



BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	<u>Jasmin Patricia Ramos</u>	
No. de Carné:	<u>13004172</u>	Celular: <u>4260-0105</u>
Email:	<u>thejasramos@gmail.com</u>	
Proyecto:	<u>Diseñar una señalética para poder guiar a los clientes reales y potenciales de Hotel y Turicentro a los diferentes servicios y benéficos que el centro ofrece.</u>	

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	<u>Hotel y Turicentro Teculután</u>	
Dirección:	<u>Carretera Al Atlantico, Km 120, Teculután, Zacapa</u>	
Email:	_____	Tel: <u>7934-8650</u>
Contacto:	<u>Walter Cabrera</u>	Celular: <u>5526-5161</u>
Antecedentes:	_____ _____ _____ _____ _____ _____	

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Somos una empresa familiar, como entidad con nosotros mismos, que nos profesionalizamos para brindar productos y servicios de excelente calidad y satisfacer constantemente las necesidades de nuestros clientes, promoviendo el desarrollo de nuestra comunidad.

Visión: Ser una empresa de crecimiento constante, innovadora y creativa que a través de la mejora continua y de la integración de sus colaboradores, busque la preferencia de sus clientes y se posicione como líder en su género.

Grupo objetivo: Hombres y mujeres entre las edades de 5 a 60, con nivel socioeconómico mediano, ubicados en Teculután, en busca de un buen tiempo.

Competencia: Otros turicentros, como Turicentro Tortas Mila, y Los Longarones.

Posicionamiento: Medio. Está en una buena locación en Teculután, accesible a los habitantes del municipio y a los que pasan en la ruta.

Factores de diferenciación: Lugar familiar y cómodo, con la opción a piscina e eventos.

Objetivo de mercadeo: Brindar un mejor servicio a los clientes potenciales.

Objetivo de comunicación: Brindar información acerca del turicentro para el servicio de los clientes.

Mensajes claves a comunicar: Calidad y la importancia a las necesidades del cliente.

Estrategia de comunicación: Este sistema de señalética se encontrará en todo el turicentro para el uso de los clientes potenciales.

Reto del diseño y trascendencia: Diseñar un sistema de señalética que sea legible al cliente potencial, para que se pueda mover adentro del turicentro.

BRIEF

Materiales a realizar: Sistema de señalética.

Presupuesto: Q2,000.00

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Café: R:77, G:26, B:5; C:42, M:82, Y:88, K:65

Amarillo: R:255, G:255, B:57; C:6, M:0, Y:87, K:0

Tipografía: Serif

Forma: Un tecolote con texto.

LOGOTIPO



Fecha: Guatemala, 12 de mayo de 2017

14.5 Anexo E: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivez

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

14.6 Anexo F: Encuesta de perfiles psicográfico y conductual

ENCUESTA PERFILES

La siguiente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio sobre los perfiles de los clientes potenciales de Hotel y Turicentro Teculután. Este documento servirá para la obtención de datos del proyecto de graduación, “Diseño de un sistema de señalética para orientar a los clientes reales y potenciales las áreas habitacionales y recreativas del Hotel y Turicentro Teculután. Teculután, Guatemala 2018.”

Su aporte es muy valioso para este logro. Los datos son confidenciales y se mantendrán bajo normas de seguridad. De ante mano le agradezco el tiempo en tomar para responder esta encuesta.

Instrucciones: Llene los espacios en blanco y marque con una (X) a opción de la respuesta que sea la correcta.

Edad: _____

Género: F____ M____

1. ¿Cuál es su desempeño actualmente?
 - Estudiante
 - Empleado
 - Ambos

9. ¿Con que tipo de personalidad se identifica más?
- Sanguíneo: alegre, optimista, sociable y comunicativo
 - Flemático: le gusta la vida cómoda y sin cambios
 - Melancólico: tímidos, poco sociable y activo
 - Colérico: violento y agresivo, controlador, seguro de si mismo

14.7 Anexo G: Fotografías de Encuestado

14.7.1 Expertos



Lic. David Castillo
Experto en Comunicación y Diseño



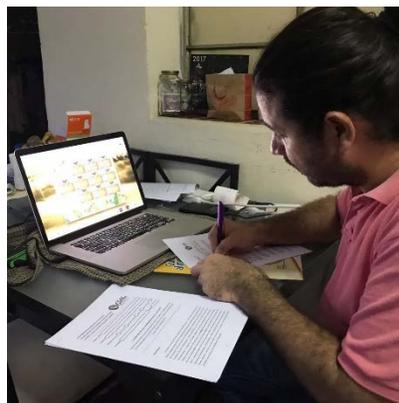
Lic. Ana Cristina Diaz Cordón
Experta en Comunicación y Diseño



Lic. Jorge Leonardo Ardón
Experto en Comunicación y Diseño



Lic. Ulises Morales
Experto en Administración



Lic. Carlos José Zaparolli Corróna
Experto en Diseño Grafico

14.7.2 Cliente



Beatriz Vides
Administradora
Hotel y Turicentro Teculután



Jessica Morales
Encargada
Hotel y Turicentro Teculután

14.7.3 Grupo Objetivo



14.8.2 Reforma Branding

Fecha: 27 de octubre del 2017

1/2

Cliente: Jasmin Ramos

Proyecto: Artes

Objetivos y alcance del proyecto

Desarrollar e implementar herramientas que complementen el apoyo promocional y comercial del proyecto.

Servicios

1. Artes

- Conceptualización
- Diseño gráfico
- Manejo de color
- Edición de imágenes
- Entrega en formato solicitado
- Cordinación de impresión
- Incluye:
 - * Baño de Hombres
 - * Baño de Mujeres
 - * Restaurante
 - * Habitaciones
 - * Bungalos
 - * Area Recreativa
 - * Piscina
 - * Basureros
 - * Zoológico
 - * Area de Tecolotes
 - * Parque para niños
 - * Parqueo para clientes
 - * Salon de eventos
 - * Duchas
 - * Salida
 - * Baños en general
 - * Mapa aereo del turicentro

Valor:

Q.13,510.00 IVA Incluido



Forma de Pago:

70% adelanto
30% contra entrega

Para depósitos o transferencias a nombre de NEG, S.A.

BAC 90-172047-4 monetaria quetzales

BAC 90-174636-2 monetaria dólares

BI 453-007453-5 monetaria quetzales

Contacto:

Alejandra Blanco
tel. 4218-6146
alejandra@reformabranding.com
www.reformabranding.com

ESTA PROPUESTA TIENE UNA VALIDEZ DE 15 DÍAS

Limitaciones del Documento:

Este proyecto ha sido preparado por la empresa REFORMA con el fin de ayudar a los destinatarios a considerar y evaluar su deseo de mejorar su desempeño empresarial en conjunto con la rentabilidad del negocio.

REFORMA renuncia a cualquier responsabilidad de la interpretación de este documento por las partes interesadas. La información contenida en este documento es presentada por REFORMA como confidencial para uso únicamente en relación con su consideración de la oportunidad de negocios.

Se solicita que las partes interesadas no divulguen y/o distribuyan información presentada en este documento. REFORMA no asume obligación alguna de brindar al receptor ninguna información adicional. Este documento incluye propiedad intelectual exclusiva de la empresa REFORMA, así mismo, las cifras de la propuesta serán específicas para este

14.8.3 Green Print

COTIZACIÓN

15 avenida A, 5-09 zona 13, Ciudad de Guatemala

Teléfono: 2311-6464

Nit: 7066872-8

Atención:

Proyecto: Rotulos

Nombre de empresa: The Jas Ramos

Fecha: 13/10/2017



DESCRIPCIÓN	CANTID.	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
Rotulos PVC 3mm con troquel, impresión adhesivo tiro medidas 45x35cm	15	GTQ60.00	GTQ900.00
Rotulos PVC 3mm con troquel, impresión adhesivo tiro medidas 100x100cm	1	GTQ400.00	GTQ400.00
Rotulos PVC 3mm con troquel, impresión adhesivo tiro medidas 80x40cm	1	GTQ130.00	GTQ130.00
			GTQ0.00
FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPO/ 50% CONTRA ENTREGA		TOTAL	GTQ1,430.00

ORDEN DE COMPRA Y PAGO A NOMBRE DE: GREEN PRINT

Bacon Industrial/ Green Print/ # 453-002269-0

Atentamente,

Lp. Pedro Luis Gómez

Gerente General

M: 5319-0720

pedroluis@greenprint.com.gt