



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de portafolio digital para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa Helen Russ

Events a clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

María Natalia Quevedo Ruiz

14001741

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción 2019

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de portafolio digital para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa Helen Russ Events a clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

María Natalia Quevedo Ruiz

14001741

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción 2019

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 10 de abril de 2018

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

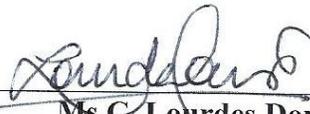
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE PORTAFOLIO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA HELEN RUSS EVENTS A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



María Natalia Quevedo Ruíz
14001741



Ms.C. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 08 de mayo de 2018

Señorita:
María Natalia Quevedo Ruíz
Presente

Estimada Señorita Quevedo:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE PORTAFOLIO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA HELEN RUSS EVENTS A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, 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



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 30 de abril de 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PORTAFOLIO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA HELEN RUSS EVENTS A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por la estudiante: María Natalia Quevedo Ruíz, con número de carné: *14001741*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Ms. C. Lourdes Donis

Asesora

Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 24 de mayo de 2019

**Señorita
María Natalia Quevedo Ruíz
Presente**

Estimada Señorita Quevedo:

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, 04 de julio de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE PORTAFOLIO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA HELEN RUSS EVENTS A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019***, de la estudiante María Natalia Quevedo Ruíz, 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, 05 de julio de 2019

Señorita:
María Natalia Quevedo Ruíz
Presente

Estimada Señorita Quevedo:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE PORTAFOLIO DIGITAL PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA HELEN RUSS EVENTS A CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por la estudiante: María Natalia Quevedo Ruíz, 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

Para efectos legales, únicamente la autora, María Natalia Quevedo Ruiz es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Helen Russ Events, se identificó que no cuenta con un portafolio digital, para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios que ofrece de coordinación de eventos y bodas destino.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo de diseñar un portafolio digital para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa Helen Russ Events a clientes reales y potenciales.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 35 personas, entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó un portafolio digital para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa a clientes reales y potenciales entre los 27 y 37 años de edad y se recomendó diagramar el portafolio digital según las tendencias investigadas, a través de una distribución adecuada de textos, fotografías y paleta de colores para facilitar la composición del contenido digital.

Índice

Capítulo I: Introducción	1
1.1 Introducción	1
Capítulo II: Problemática	2
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño	3
2.3.1 Magnitud.....	3
2.3.2 Vulnerabilidad.	4
2.3.3 Trascendencia.	5
2.3.4 Factibilidad.	5
Capítulo III: Objetivos del diseño	7
3.1 Objetivo general	7
3.2 Objetivos específicos	7
Capítulo IV: Marco de referencia	8
4.1 Información general del cliente	8
4.2 FODA	9
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	10
5.1 Perfil geográfico	10
5.2 Perfil demográfico	10
5.3 Perfil psicográfico.	11
5.4 Perfil conductual.....	11

Capítulo VI: Marco teórico	12
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	12
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	14
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.	21
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	26
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	26
7.2 Conceptualización.....	28
7.3 Bocetaje.....	31
7.4 Propuesta preliminar.....	55
Capítulo VIII: Validación técnica.....	63
8.1 Población y muestreo.....	63
8.2 Método e instrumentos.....	64
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	67
8.4 Cambios con base a los resultados.....	75
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	82
Capitulo X: Producción, reproducción y distribución.....	104
10.1 Plan de costos de elaboración.....	105
10.2 Plan de costos de producción.....	106
10.3 Plan de costos de reproducción.	107
10.4 Plan de costos de distribución.	107
10.5 Margen de utilidad.....	107
10.6 Cuadro con resumen general de costos.....	108

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	109
11.1 Conclusiones.....	109
11.2 Recomendaciones.....	110
Capítulo XII: Conocimiento general	112
12.2 Demostración de conocimientos.....	112
Capítulo XIII: Referencias	113
Capítulo XIV: Anexos	117

Capítulo I

Capítulo I: Introducción

1. Introducción

La empresa Helen Russ Events fue fundada en el 2002teniendo más de 16 años de experiencia coordinando eventos. Helen Russ se dedica a diseñar, coordinar y producir de la más alta calidad eventos sociales, bodas y especialmente bodas destino. Sin embargo, en la actualidad la empresa no cuenta con un portafolio digital para dar a conocer los productos y servicios que ofrece de coordinación de eventos.

Por tal motivo, se acordó con el cliente diseñar un portafolio digital, que mantenga una misma línea gráfica y que refleje la personalidad de la empresa, para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa Helen Russ Events a clientes reales y potenciales.

El proceso de diseño y elaboración de la propuesta gráfica del proyecto se realizó al fundamentar la investigación de conceptos para el desarrollo del portafolio digital, respaldados por ciencias auxiliares y conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño. Lo que permite utilizar adecuadamente todos los elementos gráficos, colores, tipografías, imágenes y diagramación.

A través de las herramientas de validación, se hará encuestas al grupo objetivo, cliente y grupo de expertos. De esta última herramienta se obtendrán cambios significativos para mejorar el resultado, y dejar un producto de comunicación y diseño funcional para el grupo objetivo.

Capítulo II

Capítulo II: Problemática

La empresa Helen Russ Events fue fundada en el 2002teniendo más de 16 años de experiencia coordinando eventos. Helen Russ se dedica a diseñar, coordinar y producir de la más alta calidad eventos sociales, bodas y especialmente bodas destino.

Actualmente la empresa no cuenta con un portafolio digital para dar a conocer los productos y servicios que ofrece de coordinación de eventos. Cuenta con una Fan Page de Facebook donde colocan información relevante y actualizaciones de los distintos eventos organizados, además tiene una cuenta en Instagramen la que se colocan fotografías de algún evento realizado y un sitio web que no está actualizado.

Por tal motivo, se acordó con el cliente diseñar un portafolio digital, que mantenga una misma línea gráfica y refleje la personalidad de la empresa, para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa Helen Russ Events a clientes reales y potenciales.

2.1 Contexto

El primer acercamiento con la empresa Helen Russ Events fue, luego de organizar los recuerdos para los invitados de una boda realizado durante el mes de febrero de 2018. Por lo tanto, se pudo detectar que era necesario diseñar un portafolio digital, ya que se tomó en cuenta que las fotografías de los eventos y los testimonios de los clientes son importantes para vender los servicios que se ofrecen y a la vez que el internet es una herramienta de comunicación masiva, de gran importancia para el posicionamiento de una empresa, haciéndola de fácil accesibilidad y de bajo costo el diseño digital de un portafolio.

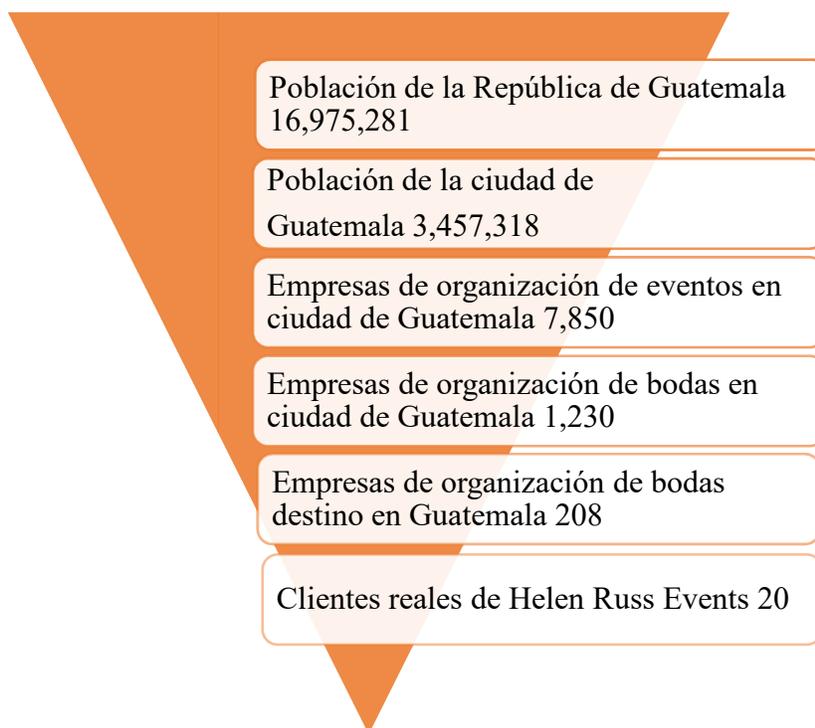
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Helen Russ Events, no cuenta con un portafolio digital, para dar a conocer los servicios que ofrece a clientes reales y potenciales.

2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud.



Según la información recuperada del Instituto Nacional de Estadísticas – INE. La población de la ciudad de Guatemala es de 3,457,318 habitantes, de la que 1,230 se dedican a la organización de eventos.

Actualmente Helen Russ Events cuenta con 20 clientes reales, ya que existe una competencia de 208 empresas dedicadas a la organización de bodas en la ciudad de Guatemala.

La empresa Helen Russ Events necesita un portafolio digital para dar a conocer los productos y servicios que ofrece, así como fotografías de eventos, montajes y testimonios reales de los clientes según cada evento. De seguir sin un portafolio digital, la empresa no podrá posicionarse dentro del mismo nivel de la competencia actual que ya cuenta con portafolio digital para presentárselo a los clientes.

Este será otro medio de comunicación para el cliente y facilitará el alcance de la información de los eventos y podrá conseguir nuevos clientes.

2.3.2 Vulnerabilidad.

La empresa Helen Russ Events necesita un portafolio digital para dar a conocer los productos y servicios que ofrece, así como fotografías de eventos, montajes y testimonios reales de los clientes, según cada evento. De seguir sin un portafolio digital, la empresa no podrá posicionarse dentro del mismo nivel de la competencia actual que ya cuenta con él para presentárselo a los clientes

Este será otro medio de comunicación para el cliente y facilitará el alcance de la información de los eventos y podrá conseguir nuevos clientes.

2.3.3 Trascendencia.

Un portafolio digital es parte fundamental de la imagen corporativa para cualquier empresa y ayuda a proyectar una imagen actual, sólida y poderosa. Es una ventaja sobre los competidores.

Al realizarlo, los clientes tendrán la facilidad de observar los eventos efectuados y leer los testimonios e información de cada evento organizado.

2.3.4 Factibilidad.

Este proyecto de diseñar un portafolio digital para la empresa Helen Russ Events es factible, ya que cuenta con los siguientes requerimientos:

2.3.4.1 Recursos Humanos. Se cuenta con fotógrafos para obtener diferentes fotografías actualizadas de cada momento realizado en los eventos por parte de la empresa Helen Russ Events.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Se cuenta con el apoyo de la dueña de la empresa para proporcionar la información sobre los servicios, eventos, fotografías y testimonios reales. Todo lo que se requiera de la empresa para realizar el diseño del portafolio digital.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La empresa posee los recursos para cubrir los costos de realización del proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con el equipo de cómputo necesario e internet y programas de diseño.

Capítulo III

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar un portafolio digital para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa Helen Russ Events a clientes reales y potenciales.

3.2 Objetivos específicos

Investigar conceptos de comunicación y diseño para respaldar la elaboración del proyecto de graduación de forma adecuada.

Recopilar información de la empresa y de los eventos realizados para complementar el contenido del portafolio digital.

Diagramar el contenido informativo que maneja la empresa al seguir la línea grafica de Helen Russ Events.

Editar las fotografías que el cliente proporcione para integrarlas de manera correcta en el diseño y complementar la diagramación del contenido del portafolio digital.

Capítulo IV

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Nombre del cliente: Helen Russ Events Dirección: Edificio Acoya, zona 14.

E-mail: helenrussevents@gmail.com

Contacto: Helen Russ

Celular: 5206-6686

Antecedentes: Helen Russ Eventstiene más de 16 años de experiencia como coordinadora de eventos. Diseña, coordina y produce la más alta calidad de eventos sociales, bodas y bodas destino, independientemente del país o región. Ha producido eventos de diferentes tipos en varios países: Guatemala, Aruba, Israel, Panamá, Costa Rica, Nicaragua y Estados Unidos.

Misión: Ser una empresa reconocida dentro del campo de la organización y coordinación de eventos.

Visión: Comprometidos con nuestro trabajopara realizar los eventos con la personalidad propia de cada cliente.

Valores: Profesionalismo, actitud de servicio y compromiso con cada cliente.

4.2 FODA

Fortalezas	Oportunidades
Experiencia de calidad en el mercado por más de 16 años. Alianza con proveedores importantes. Compromiso y discreción con cada cliente. Su impecable trabajo habla por sí sola.	Promover a Guatemala como país destino para eventos. Posicionamiento con los clientes potenciales en el extranjero. Eventos organizados hasta el último detalle.
Debilidades	Amenazas
No cuenta con un portafolio digital. Falta de personal capacitado, para delegar el trabajo. Poca demanda en los servicios para Organizardespeditas de solteras y babyshower.	Nuevas empresas de organización de eventos (competencia). Falta de estrategia en la publicidad de la empresa. Competencia con precios accesibles.

La empresa Helen Russ Events cuenta con más de 16 años de experiencia en el campo de la coordinación de bodas, contando con el apoyo de una amplia cartera de proveedores y clientes frecuentes. Actualmente se enfrenta a nuevas empresas que realizan trabajos de organización de eventos convirtiéndola en fuerte competidora dentro del medio.

La experiencia y la calidad que ofrece es una de las ventajas que tiene la empresa, ya que ha realizado bodas destino en el extranjero.

Capítulo V

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El portafolio digital va dirigido a clientes reales y potenciales. Tanto del género femenino como masculino, dentro del rango de edad de 27 a 37 años de edad, con un nivel socioeconómico ABC+. Personas que requieran servicios de organización de eventos.

5.1 Perfil geográfico

Guatemala su nombre oficial es República de Guatemala, y su capital, ciudad de Guatemala. Limita con México al Norte y al Oeste, al Sureste con El Salvador y Honduras, al Oeste con el Océano Pacífico y al noreste con Belice, el Océano Atlántico y el Mar Caribe.

Cuenta con una población de 15.189.958 habitantes y tiene una extensión de 108,890 km², sus costas suman 400 km y tiene más de 1.600 km de frontera. Está dividida por 22 departamentos entre ellos se encuentra la Ciudad de Guatemala, que tiene 4.5 millones de habitantes. Goza de un clima subtropical de tierras altas. Durante el año la temperatura oscila entre 12°C a 24°C. (Estadísticas)

5.2 Perfil demográfico

El grupo objetivo de Helen Russ Events son aquellas personas que poseen un nivel socioeconómico ABC+, cuentan con estudios superiores, licenciaturas, maestrías y doctorados. Son profesionales exitosos, mujeres y hombres mayores de 27+ años de edad, son de nacionalidad guatemalteca o extranjeros y cuentan con ingresos mínimos de Q.12,000 en adelante, tienen viviendas y vehículos propios. (Ver tabla de niveles socio económicos 2009 en anexo 1)

5.3 Perfil psicográfico

Hábitos del grupo objetivo se encuentran el gusto por el teatro, cine, la lectura y salir a comer a restaurantes una vez a la semana. Hobbies son hacer deporte, asistir a clubes en los que son socios.

Actividades: Asistir a eventos sociales y benéficos, realizar viajes al extranjero, una vez al año como mínimo.

Costumbres: Realizan reuniones con familiares y amigos, viajan los fines de semana a las propiedades que tengan en las afueras de la ciudad, van al SPA o al salón una vez a la semana.

5.4 Perfil conductual

Personalidad: Trabajadores, independientes, proactivos, persona segura y seria.
Conducta: Emprendedores, responsable social, personas con un pensamiento objetivo.
Ocasión: Visión para los negocios, capaz de alcanzar sus objetivos. Beneficios de compra: Cuentan con la posibilidad para realizar compras sin importar el costo.

Capítulo VI

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa.

La empresa es una organización formada por distintos elementos humanos, técnicos y materiales, y que tiene como objetivo la producción de bienes y servicios, ya sea con la obtención de beneficios o ánimos de lucro. (SL, 2002-2017)

6.1.2 Servicios.

Un servicio en el ámbito económico es la acción de satisfacer determinada necesidad de los clientes por parte de una empresa a través del desarrollo de una actividad económica. En cierto sentido, podría considerarse que los servicios son bienes intangibles ofrecidos por las compañías, ya que no cuentan con forma material y se realizan a cambio de una retribución económica. (Economipedia, 2015)

6.1.3 Eventos.

Un evento es una actividad social determinada, un festival, una fiesta o una ceremonia, entre otros. Se desarrollan en una ocasión especial y que tienen un significado de ritual, ceremonias. (ABC, 2018)

6.1.4 Coordinación.

Consiste en la aplicación de un método para mantener la dirección y orientación correcta de cualquier función que se esté realizando, conjunto de personas tratando de hacer una misma acción o de completar una tarea en varias fases. (Definición, 2018)

6.1.5 Organización.

Una organización es una estructura ordenada en donde conviven e interactúan personas con diversos roles, responsabilidades o cargos que buscan alcanzar un objetivo particular. (Roldán, 2018)

6.1.6 Clientes.

Un cliente es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor. (Empresarial, 2018)

6.1.7 Clientes reales.

No son solo personas sino también empresas u organizaciones que realizan compras no solo de forma continua sino también que las realizaron en una fecha reciente. Estos tipos de clientes son los que generan volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado. (Empresarial, 2018)

6.1.8 Portafolio digital.

Un portafolio digital se refiere a una recopilación de documentos que pueden mostrar diferentes aspectos globales o parciales de una persona (personales, académicos, profesionales) los cuales han estado seleccionados y organizados de forma reflexiva y deliberada y son presentados en formato digital (texto, imágenes, animaciones, simulaciones, audio y vídeo). Se puede decir que es una manera de presentar una identidad en formato digital. (Mariana Eguaras - Consultoría editorial, 2018)

6.1.9 Bodas destino.

Una boda destino es una boda en la que los novios deciden casarse durante un viaje que comparten con el resto de sus invitados. (Empresarial, 2018)

6.1.10 Mercadeo.

En el libro con el mismo nombre en su traducción al inglés, Kotler& Armstrong, 2012, definen mercadeo como el proceso social y de gestión mediante el cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de algunos productos y valores con otros.

En otras palabras, el concepto de mercadeo también puede ser proceso de creación y administración de relaciones perdurables con los clientes.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. La palabra comunicación viene del latín Communis Comunicare y hacer común. El acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información.

Los elementos o factores de la comunicación humana son 6: emisor, mensaje, receptor, código, canal y contexto (ABC, 2018)

6.2.1.2 Emisor. Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona, constituye la fuente y el origen de lo que se pretende comunicar. (Johnson, 2018)

6.2.1.3 Mensaje. Es lo que se quiere transmitir. Se refiere al contenido de lo que el emisor comunica al receptor. (Johnson, 2018)

6.2.1.4 Código. Sistema de señales o signos que se usan para transmitir un mensaje, por ejemplo, el inglés, el castellano, el código Morse, el sistema braille, las señales camineras, entre otros.

6.2.1.5 Canal o medio. Es el medio físico por el que se transmite el mensaje, como internet, teléfono, la voz (canal acústico), dibujos y letras (canal visual), etc. (Johnson, 2018)

6.2.1.6 Receptor. Es quien recibe la información. El descifra el mensaje según el código (decodifica).

6.2.1.7 Situación o contexto. Es la situación o entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo. Se suelen distinguir dos ámbitos del contexto: Contexto situacional: es el entorno que rodea la situación comunicativa, la situación extralingüística que rodea el mensaje. El contexto situacional puede ser político, social, histórico, etc.

Contexto temático o referente: constituye el tema en torno al cual se elabora el proceso comunicativo. El objeto que se va a informar, el tema, asunto o materia de la cual trata lo dicho. (Johnson, 2018)

6.2.1.8 Ruido. Se entiende como cualquier perturbación que sufre el proceso comunicativo, ya sea por interferencias o por problemas externos en el ambiente, que puede molestar a las personas en sus actividades comunicativas. (Pérez Porto & María, 2008)

6.2.1.9 Comunicación masiva. Medios de comunicación masiva o de masas son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas o al concepto comunicativo del público.

6.2.1.10 Comunicación social. La comunicación social como “la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos”. Es decir, que la comunicación social es aquella área que estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión, el rol de los medios de comunicación masiva y las industrias culturales. (definición, 2018)

6.2.1.11 Tipos de Comunicación. Sea cual sea el tipo de comunicación que se tenga, se debe tomar en cuenta el mensaje que se quiere transmitir, el cual debe ser claro a fin de evitar problemas y el público a quien va a dirigirse.

La comunicación se puede clasificar de diversas maneras, siendo las siguientes las más populares:

a. Comunicación verbal: La comunicación verbal es el tipo de comunicación en la que se utilizan signos lingüísticos en el mensaje. (Wikipedia, 2018)

b. Comunicación no verbal: La comunicación no verbal es un tipo de lenguaje corporal que los seres humanos utilizan para transmitir mensajes, en la mayoría de casos de forma inconsciente. (psicoactiva, 2018)

c. Comunicación escrita: La comunicación escrita es un modo de transmisión en el que el emisor elabora su mensaje sin necesidad de coincidir espacial y temporalmente con su receptor al momento de hacerlo. De hecho, ni siquiera es necesaria esa coincidencia efectiva. El sujeto propio de esta comunicación es el ser humano. (Características, 2014)

d. Comunicación visual: La comunicación visual comprende al conjunto de técnicas de construcción de la identidad visual de una organización y de sus productos a partir de la integración sistémica entre distintas disciplinas proyectuales (el diseño gráfico, diseño Industrial, diseño de empaque; diseño de Interiores, entre otras) y la publicidad en la comunicación para la generación de activos intangibles de alto valor agregado. (Comunicólogos, 2003/2018)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 *Diseño.* Es una actividad creativa de forma propia que integra requerimientos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color espacio y volumen, todo ello pensado e interrelacionado que cumplen una función equilibrada.

Esta actividad no solo está involucrada con imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentaciones de soluciones visuales a los problemas de comunicación. (Definición, 2018)

6.2.2.2 *Diseño gráfico.* Se entiende por diseño gráfico a la práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación. Según (Pado, 2014) diseño gráfico se le llama también "de la comunicación visual" y esto es así puesto que entraña una íntima relación con la comunicación como ciencia teórica y disciplina gráfica.

6.2.2.3 *Diseño tipográfico.* Se denomina tipografía a la tarea u oficio e industria que se ocupa de la elección y el uso de tipos (letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar una labor de impresión. La cual hace referencia a los elementos letras, números y símbolos pertenecientes a un contenido impreso, ya sea en soporte físico o digital.

6.2.2.4 Diseño editorial. Es una rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de diferentes piezas, como libros, revistas, periódicos, fanzines, catálogos, etc. Para Martín Venezky, director de arte de Speak Magazine. “El diseño editorial es el marco a través del que una historia dada se lee e interpreta.

Un tipo de publicación tiene aspectos comunes con otro tipo de publicación, los libros, los periódicos, las revistas, los informes, los catálogos, las tesis, etc., comparten aspectos comunes, intrínsecos al diseño editorial, más allá del tipo de pieza que sea.

Ellos son:

a. El formato: Se refiere a la manifestación física de la publicación, se debe evaluar cuál es el formato más adecuado para una revista o para un libro. (Mariana Eguaras - Consultoría editorial, 2018)

b. La retícula: Es la base para la diagramación, y ordena y equilibra la composición de las páginas. La retícula ubica y contiene a todos los elementos dentro de las páginas. (Mariana Eguaras - Consultoría editorial, 2018)

c. La tipografía: Encuentra su máxima expresión en el texto, en los caracteres de los párrafos. También pueden hacerse composiciones artísticas, sobre todo en las cubiertas de los libros y las portadas de las revistas.

La selección de las fuentes o familia de fuentes para una publicación está determinada por el público al que se dirige. Pero también por el mensaje que se desea

expresar y el formato del libro, además de la tradición tipográfica. (Mariana Eguaras - Consultoría editorial, 2018)

d. El color: “Aporta variedad, provoca sensaciones y añade dimensión espacial”, dice David Dabner en Diseño, maquetación y composición (Blume, 2008). Los colores determinan en gran parte cómo percibimos una publicación y su mensaje. Hay colores que se perciben como fríos y otros como calientes; también algunos parecen alejarse y otros acercarse.

El color es un factor clave en el diseño de revistas, periódicos, catálogos, piezas digitales y libros complejos. Adquiere gran relevancia en libros prácticos, de referencia, enciclopedias, catálogos, etc. (Mariana Eguaras - Consultoría editorial, 2018)

6.2.2.5. Portafolio. Un portafolio digital se refiere a una recopilación de documentos que pueden mostrar diferentes aspectos globales o parciales de una persona o de una organización los cuales han estado seleccionados. (Wikipedia, 2018)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. Según explica (Pierre Guiraud 1972) en su libro “La Semiología”, es una ciencia que estudia los sistemas de signos: referentes a lenguas, códigos, señalizaciones, etc. En cuanto a la definición la lengua es una parte de la semiología permitiendo así concretar que la lengua define a la semiología como “el estudio de los

sistemas de signos no lingüísticos”. La semiología es entendida en muchos casos como el equivalente de la semiótica.

6.3.1.2 Semiología de la imagen.Entendemos por semiótica de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido - significación a partir de la imagen.

6.3.1.3 Sociología.La sociología es la ciencia que estudia el comportamiento social de las personas, de los grupos y de la organización de las sociedades. La Sociología estudia la familia, la religión, las instituciones educativas, las empresas, las administraciones, la ciencia, etc. La sociología se ocupa del comportamiento de las personas en relación con los demás y con el conjunto de situaciones en las que viven.

Indaga cómo ocurren sus acciones y qué consecuencias tienen en nuestros modos de vida. En especial, presta atención al impacto que el comportamiento de la gente tiene en la sociedad a través de sus acciones y su participación en los procesos de cambio, creando formas sociales nuevas o transformando las existentes. (FES, 2015)

6.3.1.4 Psicología del consumidor.La psicología del consumidor se refiere a los métodos/sistemas utilizados por los clientes para seleccionar, adquirir, utilizar y desechar los productos y servicios. Tiene como objetivo determinar exactamente por qué las personas toman las decisiones que hacen.

6.3.1.5 Psicología del color.Eva Heller, en su libro “Psicología del color sobre los sentimientos de la razón”, afirma que un mismo color actúa en cada ocasión de

manera diferente, un mismo color puede representar varios sentimientos. Ningún color aparece aislado; cada color está rodeado de otros colores, en un efecto intervienen varios colores o sea un acordeón de colores. (Heller, 2008)

6.3.1.6 Psicología de la comunicación. Constituye un área de la psicología social que estudia el comportamiento del hombre en sus interrelaciones con la sociedad, tanto como sujeto que comunica datos, ideas o conceptos como receptor de mensajes mediáticos. Busca conocer y analizar los factores de índole psicológicos que intervienen en los diferentes procesos de la actividad de la comunicación. (Massana, 2014)

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Fotografía. La palabra fotografía se deriva de los vocablos de origen griego: phos (luz) y grafis (escritura), lo cual significa escribir o dibujar con luz. La fotografía es la técnica de captar imágenes permanentes con una cámara, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en un papel especial. (Definición de conceptos, 2018)

6.3.2.2 Arte digital. El arte digital es un movimiento artístico que agrupa todas las obras artísticas que han sido realizadas mediante un objeto digital, estos objetos suelen resumirse en uno “el ordenador”, por lo tanto, este tipo de arte es un estilo que se crea mediante una tecnología. (tiposdearte.com, 2013-2018)

6.3.2.3 Arte minimalista. El arte minimalista es un movimiento artístico que trata de distintas cosas que sean ido reduciendo a cosas esenciales y quitando los materiales y elementos que sobran. Es decir, este estilo de arte es un arte que tiende a reducir y representar en sus obras cosas fundamentales y esenciales para el artista. (tiposdearte.com, 2013-2018)

6.3.2.4 Litografía. La litografía es una técnica de impresión en plano (plano grafía) descubierta por el alemán Alois Senefelder en 1796 cuando buscaba un método sencillo y barato para hacer muchas copias de sus trabajos.

La litografía consiste en dibujar con un lápiz graso sobre una plancha de piedra caliza (porosa). Se humedece la plancha y se entinta con una tinta grasa; así, la tinta se queda sólo allí donde hay dibujo, debido a que la grasa atrae a la grasa y el agua la repele. Después se presiona sobre un papel con esa plancha se reproduce el dibujo con gran calidad. Este proceso de entintado-impresión se puede repetir muchas veces antes de que pierda definición. (Fotonostra, 2017)

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. La teoría del color. La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos. El color es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. Los colores se clasifican en primarios, secundarios y terciarios. (VIX, 2011)

6.3.3.2 Teoría de la Gestalt. Se refiere a como el ser humano percibe los símbolos, iconos o palabras que facilitan y dan a entender un mensaje más claro, es decir, como es percibido el mensaje en la mente de los seres humanos al momento de la toma de decisiones. (Ginger, 2005)

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Tendencia del color en el diseño. Durante varias temporadas han triunfado los colores pastel, más apagados y tranquilos. Ahora parece que esto empieza a cambiar y se está buscando un color que sea vibrante, que pueda transmitir energía.

Intenso: En esa huida de las tendencias más relajadas, la idea es que el color de 2018 tenga una saturación alta, un color que se vea fácilmente en cualquier lugar.

Cálido: Los colores se pueden dividir entre fríos (verde, azul, morado) y colores cálidos (rojo, naranja, amarillo). Pantone normalmente alterna estas dos variantes de la clasificación. “Greenery” es un color frío, por lo que éste 2018 debería estar reinado por un color cálido. (Pérez, 2018)

6.3.4.2 Modernismo. Es un movimiento cultural que se desarrolló entre la última década del siglo XIX y la primera del XX. La manifestación artística más conocida de este movimiento es la literatura, especialmente en el mundo hispánico. Fue más allá de la literatura y más concretamente de la poesía. También tuvo otras formas de expresión: arquitectura, decoración, pintura, entre otros

Capítulo VII

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación.

La comunicación sirve para transmitir el mensaje de la empresa Helen Russ Events al grupo objetivo a través de la elaboración del portafolio digital.

7.1.2 Semiología.

La semiología ayuda, ya que todo lo que se va a diseñar son signos y símbolos que transmiten un mensaje para que la empresa se comunique con los clientes a través de los diseños que va a realizar la comunicadora diseñadora.

7.1.3 Diseño.

El diseño es todo lo que va a realizar la diseñadora para el cliente, edición de fotografías y diseño de portafolio digital.

7.1.4 Psicología del consumidor.

La psicología del consumidor sirve para investigar y conocer los gustos, las conductas y las actitudes que tienen los clientes para que el portafolio digital se diseñe basándose en los clientes.

7.1.5 Psicología del color.

La psicología del color ayuda de elegir los colores correctos para mostrar la imagen y transmitir la misión, la visión y los valores de la empresa.

7.1.6 Sociología.

La sociología sirve para conocer más acerca del grupo objetivo la cual se quiere llegar. En este caso el mercado guatemalteco y extranjero, conocer cómo está la situación de las ventas y compras, el precio, la competencia, entre otros.

7.1.7 Teoría de la Gestalt.

La teoría de la Gestalt nos sirve para la estructura de cada diseño en cuanto a colores, formas y tipografía, en donde se van a poner cada uno de ellas, ya sea en el portafolio digital, fotografías, etc.

7.1.8 Teoría del color.

El color es indispensable utilizar en los diseños, ya que el color atrae la vista de los clientes y ayuda a mostrar la imagen de la empresa correctamente.

7.1.9 Tipografías.

Las tipografías sirven para todos los diseños propuestos por la comunicadora diseñadora, que realizará para la empresa, se investigarán varias tipografías para elegir la mejor opción para el diseño.

7.1.10 Arte minimalista.

El arte minimalista forma parte en los diseños hoy en día. Entre más limpio sea el diseño será más fácil para el lector apreciar los servicios que ofrece la empresa, dejando hablar por si solo el trabajo realizado.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

7.2.1.1 Relaciones forzadas. Relaciones forzadas (palabras al azar) desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. Es muy útil para generar ideas que complementan al Brainstorming cuando ya parece que el proceso se estanca.

(Neuronilla, 2018)

El primer paso para la realización de este método creativo consiste en fijarse un objetivo, en este caso, un portafolio digital que muestre de forma detallada y ordenada los productos y servicios de organización de eventos.

Luego deben retomarse los principios de la generación de ideas: está prohibida toda crítica, es bienvenida cualquier idea, mientras más ideas mejor, y tomar en cuenta el desarrollo y asociación de ideas.

El tercer paso consta en seleccionar un objeto o imagen completamente al azar y de esta se selecciona una lista de características de las cuales se eligen las que se acercan más a ser parte de la solución al problema.

La otra manera de poner en práctica esta técnica es separar el problema planteado para crear una lista de palabras y de esta lista tomar una palabra al azar, la cual a su vez se divide en otra lista de características. Teniendo así las dos descomposiciones se empieza a generar ideas conectando palabras de una lista con la otra hasta decidirse por una que se crea la mejor solución al problema.

7.2.1.2 Aplicación de la técnica relaciones forzadas. Primer paso: el objetivo es diseñar un portafolio digital para informar y promover los servicios de coordinación de eventos que ofrece la empresa Helen Russ Events.

Segundo paso: es retomar los principios de la generación de ideas: está prohibida toda crítica, es bienvenida cualquier idea, mientras más ideas mejor, y tomar en cuenta el desarrollo y asociación de ideas.

Tercer paso: separar el problema planteado para crear una lista de palabras y seleccionar una palabra al azar y realizar lo mismo.

Empresa, cuenta, diseño, portafolio, digital, exponer, promover, informar, servicios, personalidad, coordinación y eventos.

En este caso se seleccionó la palabra: Personalidad, que se divide en las siguientes características: Único, calidad, distintivo, diferencia, originalidad,

presencia, estilo, cualidad, especial, persona, momento, fama, reputación, sencillez, apariencia, lujo, popularidad, prestigio y exclusivo.

Luego se crearon diferentes conexiones de palabras para crear frases. Las frases propuestas fueron las siguientes:

- Coordinación de eventos de prestigio.
- Exclusiva empresa de organización de eventos
- Eventos con personalidad única.
- Estilo propio en cada evento.
- Momentos especiales en cada evento.

7.2.2 Definición del concepto.

Luego de plantear el método de relaciones forzadas como técnica de creatividad se estableció el concepto para el proyecto; tomando en cuenta que la empresa se dedica a la coordinación de eventos y bodas destino:

Momentos especiales en cada evento

Conceptualización “Relaciones forzadas”	
Palabras	Selección
Empresa, cuenta, diseño, portafolio, digital, exponer, promover, informar, servicios, personalidad, coordinación y eventos	Personalidad: único, calidad, distintivo, diferencia, originalidad, presencia, estilo, cualidad, especial, persona, momento, fama, reputación, sencillez y apariencia.

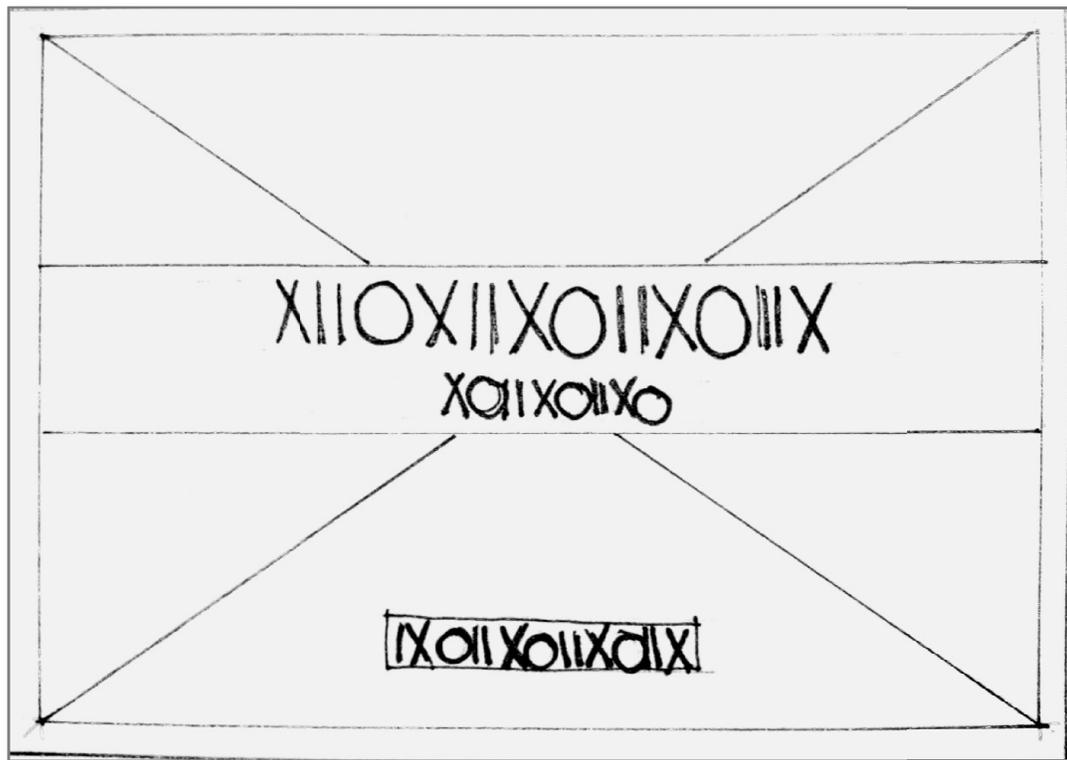
7.3 Bocetaje

A continuación se presentarán los bocetos simples mostrados al cliente para su aprobación de la diagramación que se utilizará en portada, contraportada y las hojas interiores para la hoja de índice, hoja de bienvenida y hoja de portada de bodas.

El bocetaje se basó en la línea gráfica que maneja Helen Russ Events, por lo que se implementaron fotografías con espacios en blanco para delimitar cada imagen colocada y además que representarán los servicios que se quieren dar a conocer. Los colores a utilizar para el diseño fueron los grises, blancos y colores neutros.

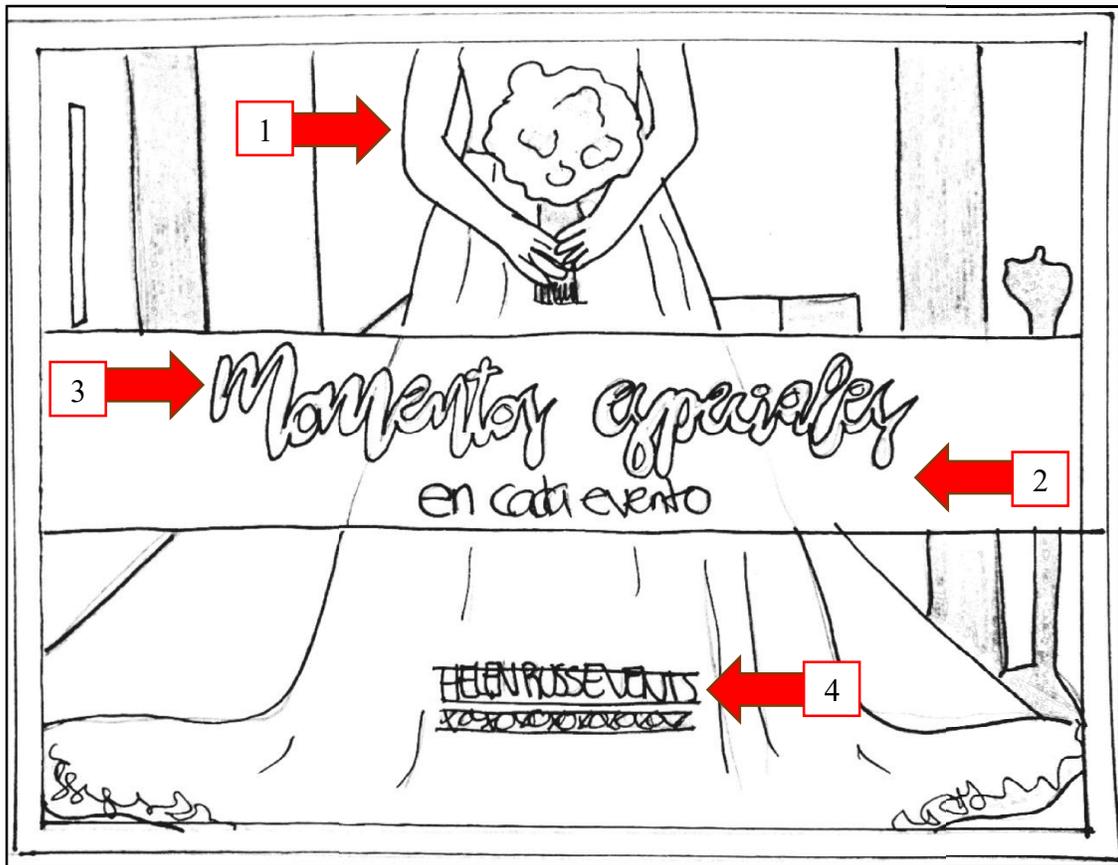
7.3.1 Bocetaje de diagramación para portada del portafolio digital.

Boceto simple para la diagramación de la portada, representala forma, proporción de las ilustraciones, textos como titulares, fotografías a utilizar y márgenes del portafolio.



Boceto simple de portada, a lápiz y lapicero punto fino que representa la idea principal del portafolio digital para Helen Russ Events.

7.3.1.1 Bocetaje para portada del portafolio digital. El bocetaje simple a lápiz de la portada, representa la distribución de elementos gráficos, titular y logotipo de la empresa Helen Russ Events, dejándole un marco blanco para darle descanso visual al lector.



1. Fotografía completa.
2. Recuadro de color.
3. Titular con la frase conceptual.
4. Logotipo de la empresa Helen Russ Events.

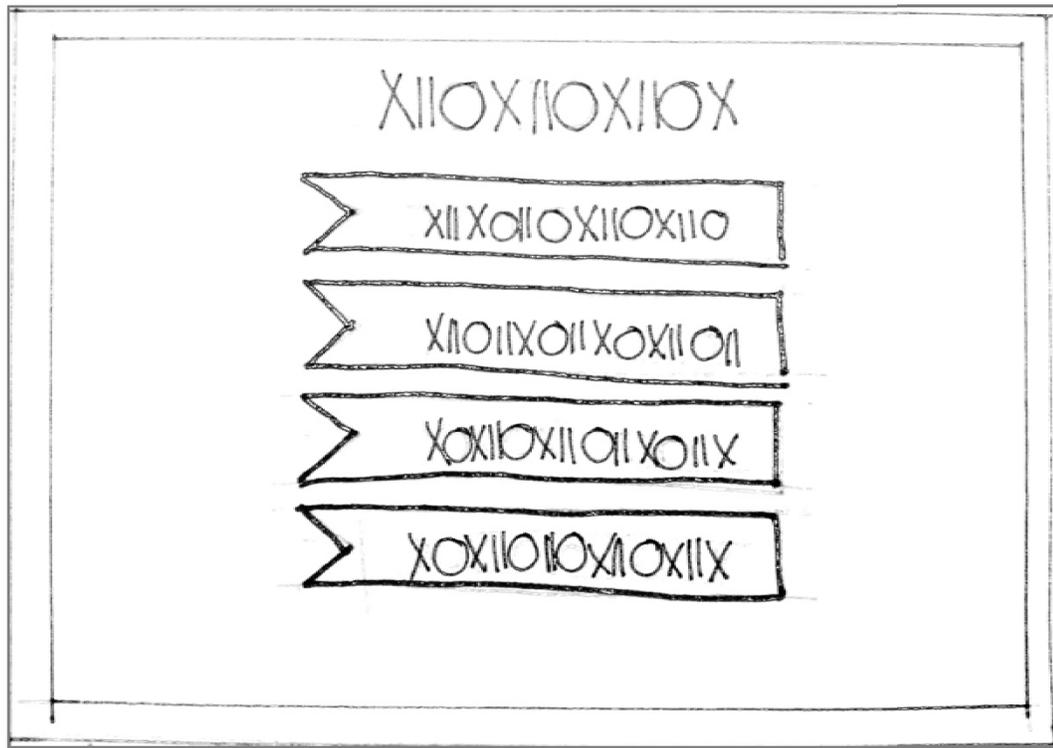
7.3.1.2 Bocetaje formal para portada del portafolio digital. El bocetaje de la portada que se definió con un tamaño de 800 x 600 píxeles. Se colocó una fotografía completa de una novia para la portada, ubicando la frase conceptual como título para el portafolio sobre un recuadro de color con transparencia y el logo de Helen Russ Events, abajo centrado a la página.



Para el boceto de la portada se utilizó lápiz y crayones para el bocetaje formal de la portada del portafolio digital Helen Russ Events.

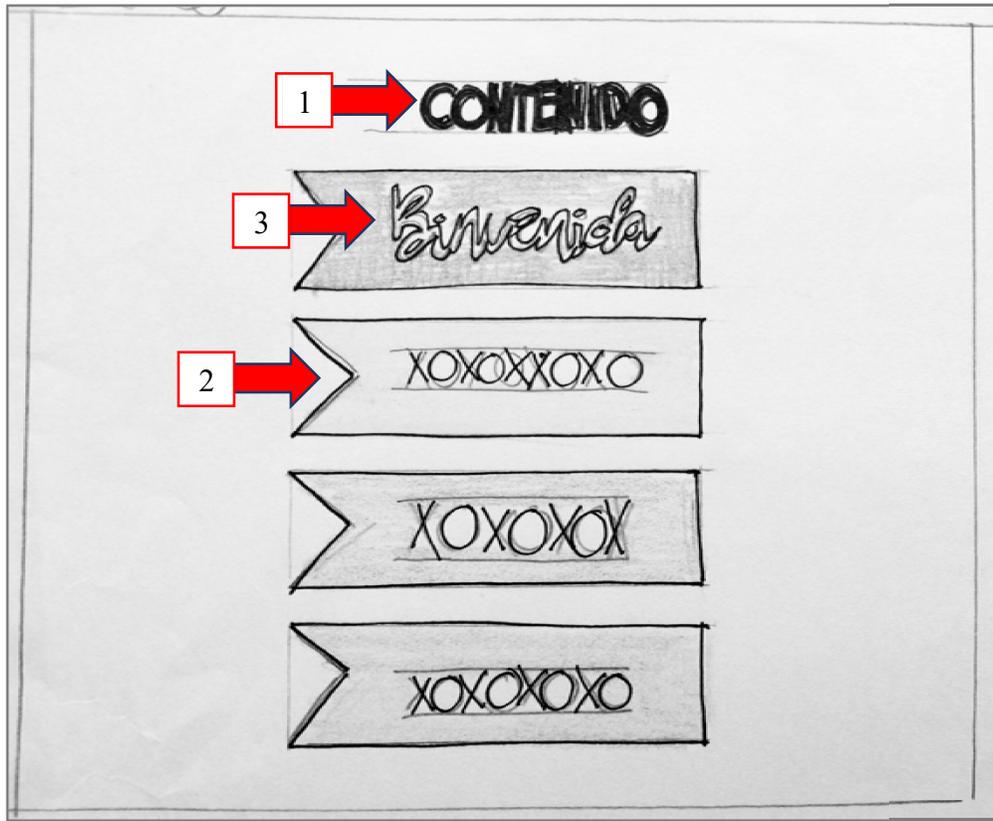
7.3.2 Bocetaje de diagramación para índice del portafolio digital.

Boceto simple para la diagramación del índice, en donde se representala distribución de los elementos gráficos y su colocación en la página.



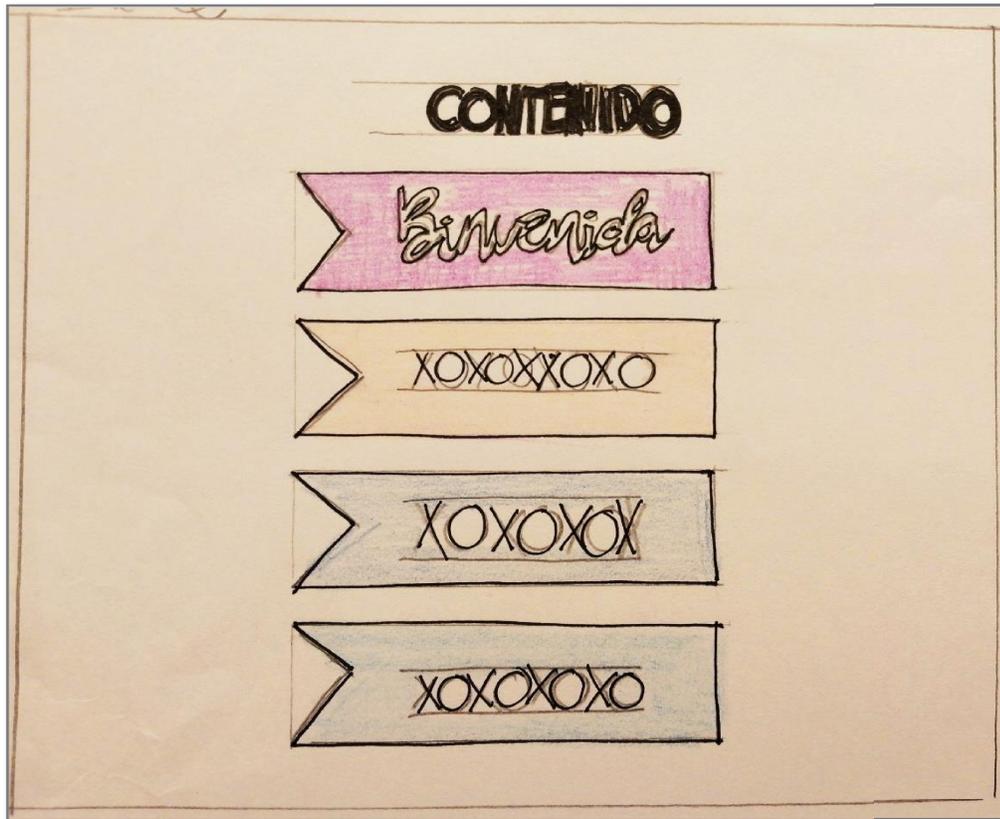
Boceto simple del índice, a lápiz y lapicero punto fino que representa la idea principal del portafolio digital para Helen Russ Events.

7.3.2.1 Bocetaje diseño de índice del portafolio digital. Bocetaje simple del diseño para el índice, en donde se incluyen elementos gráficos representados con colores neutros y sobrios para mantener la línea gráfica de la empresa.



1. Titular.
2. Gráficos.
3. Subtitulares.

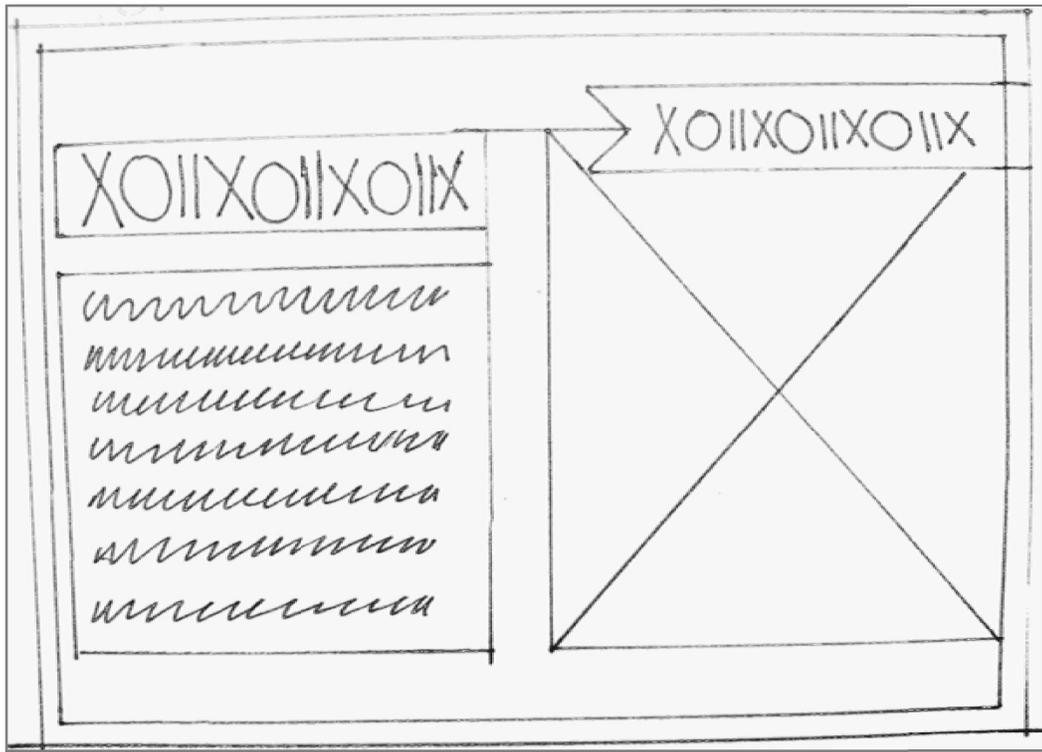
7.3.2.2 Bocetaje diseño de índice del portafolio digital. Se decidió alinear todo al centro, el texto del titular se colocó en mayúsculas y cada sub titular adentro de los gráficos de color.



Para el boceto del índice, se utilizó lápiz y crayones para el bocetaje formal del portafolio digital Helen Russ Events.

7.3.3 Bocetaje de diagramación página de introducción para el portafolio digital.

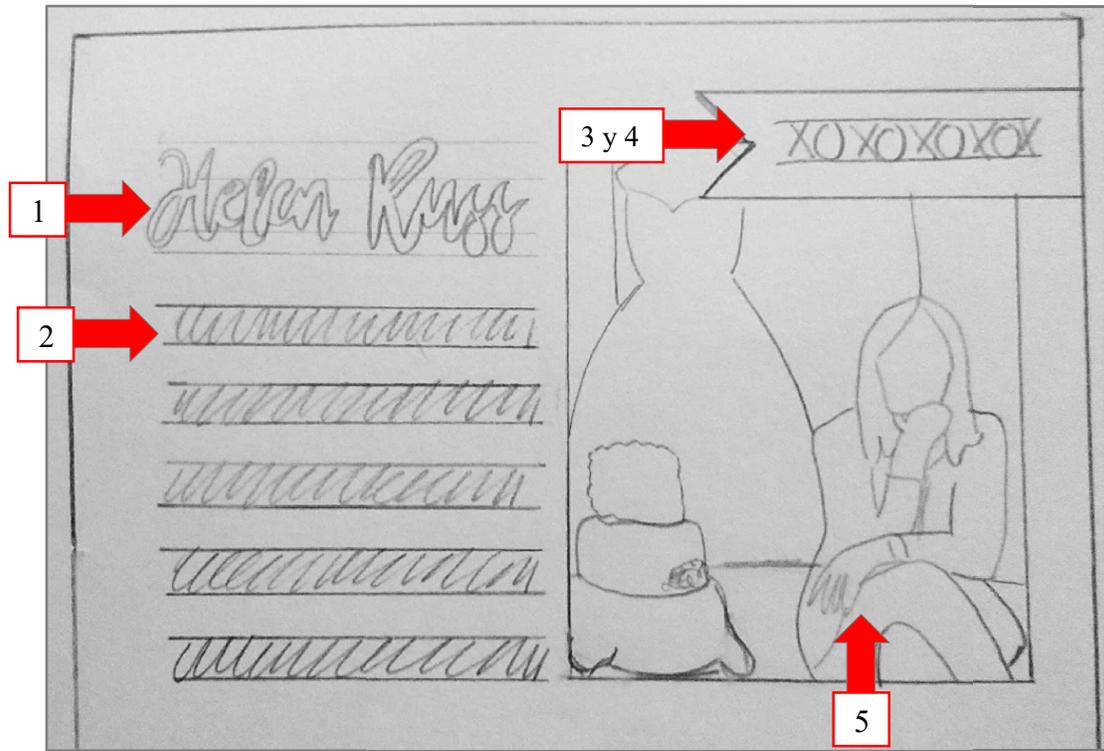
Boceto simple para la diagramación de página de introducción para el portafolio digital. Se diseñaron en dos columnas, del lado izquierdo se situó un subtítulo y abajo una breve historia sobre la empresa. Del lado derecho se colocó una fotografía y arriba el título principal.



Boceto simple del índice, a lápiz y lapicero punto fino representando idea principal del portafolio digital para Helen Russ Events.

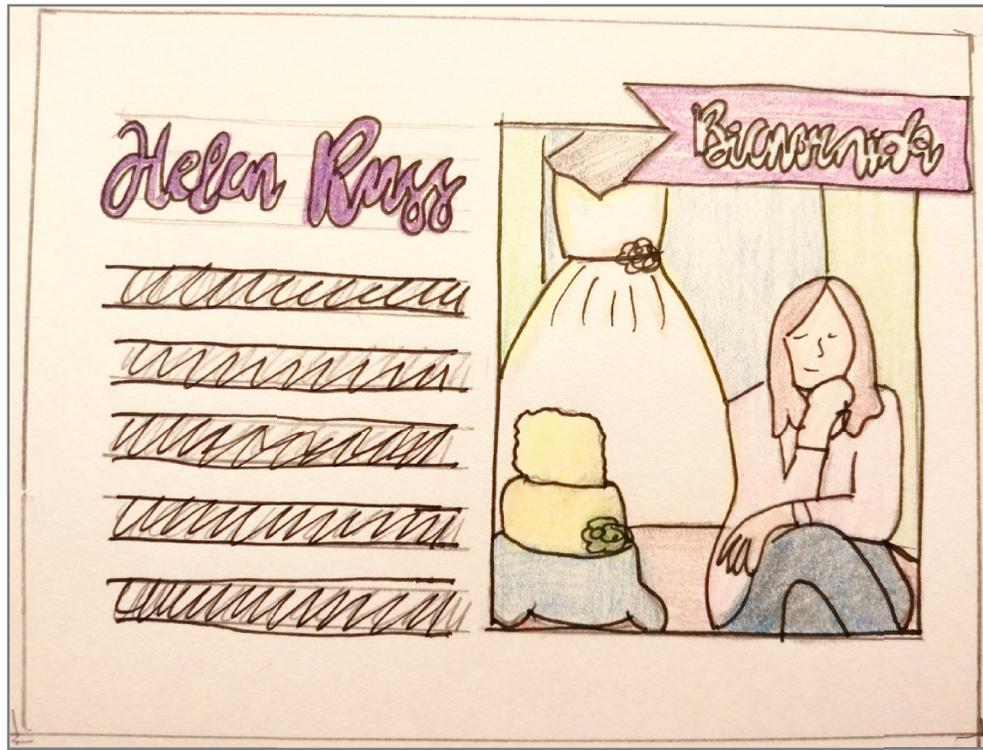
7.3.3.1 Bocetaje diseño de página de introducción para el portafolio digital.

Bocetaje simple para la página de introducción con breve información de la empresa. Se incluye un elemento gráfico igual al índice para identificar la página y una fotografía de la dueña Helen Russ, del lado derecho de la hoja.



1. Nombre de la dueña.
2. Texto con la historia y descripción de la empresa.
3. Titular con la palabra “Bienvenidos”, entro de un recuadro.
4. Gráfico de color
4. Fotografía de la dueña.

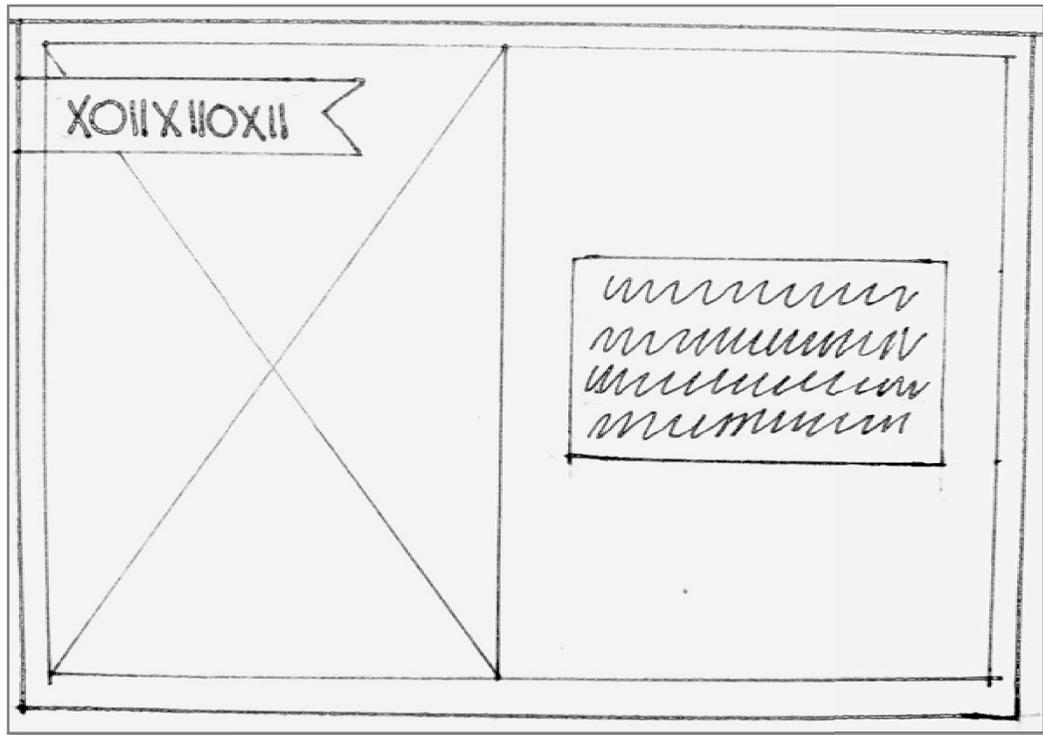
7.3.3.2 Bocetaje diseño de página de introducción para el portafolio digital.



Boceto de la página de introducción, se utilizó lápiz y crayones para el proceso de bocetaje formal para el portafolio digital Helen Russ Events.

7.3.4 Bocetaje de diagramación diseño de página bodas del portafolio digital.

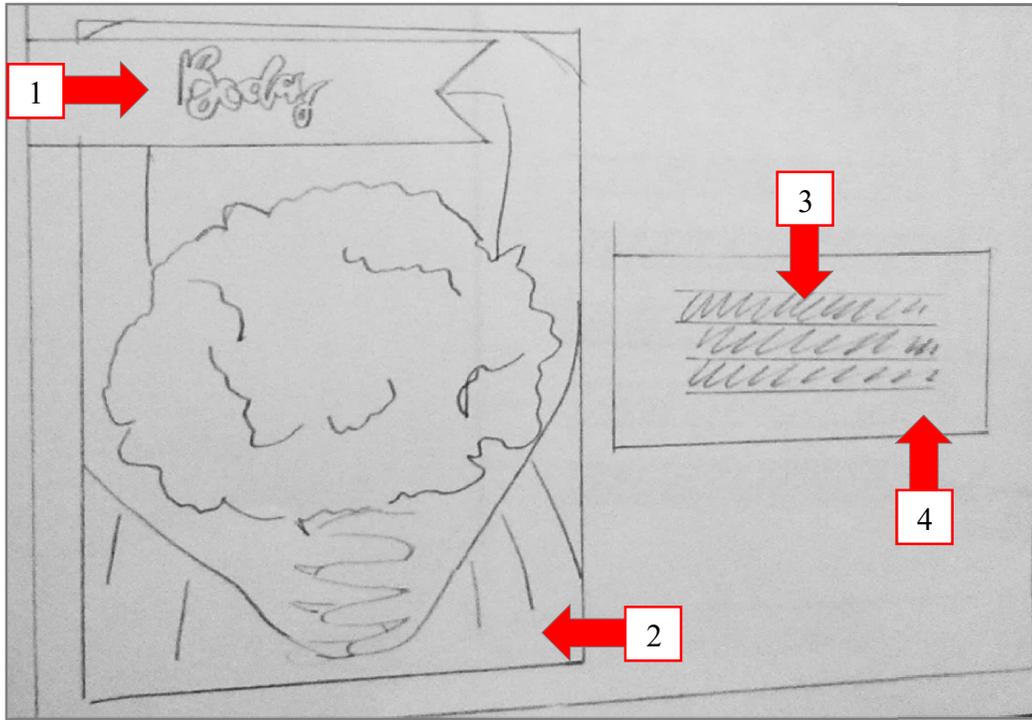
Boceto simple para la diagramación de página de bodas para el portafolio digital, se diseñó en dos columnas, del lado izquierdo se colocó una fotografía y arriba el título de la página el lado derecho se ubicó un recuadro en donde ira el texto seleccionado.



Boceto simple del índice, a lápiz y lapicero punto fino representando idea principal del portafolio digital para Helen Russ Events.

7.3.4.1 Bocetaje diseño de página bienvenida para el portafolio digital.

Bocetaje simple de diseño para hoja bienvenida, donde se incluye un elemento gráfico igual al índice para identificar la página y una fotografía de una novia. De lado derecho se coloca un recuadro de color con texto.



1. Titular.
2. Fotografía de novia que sostiene el ramo.
3. Texto con el testimonio del cliente.
4. Recuadro de color para resaltar el texto.

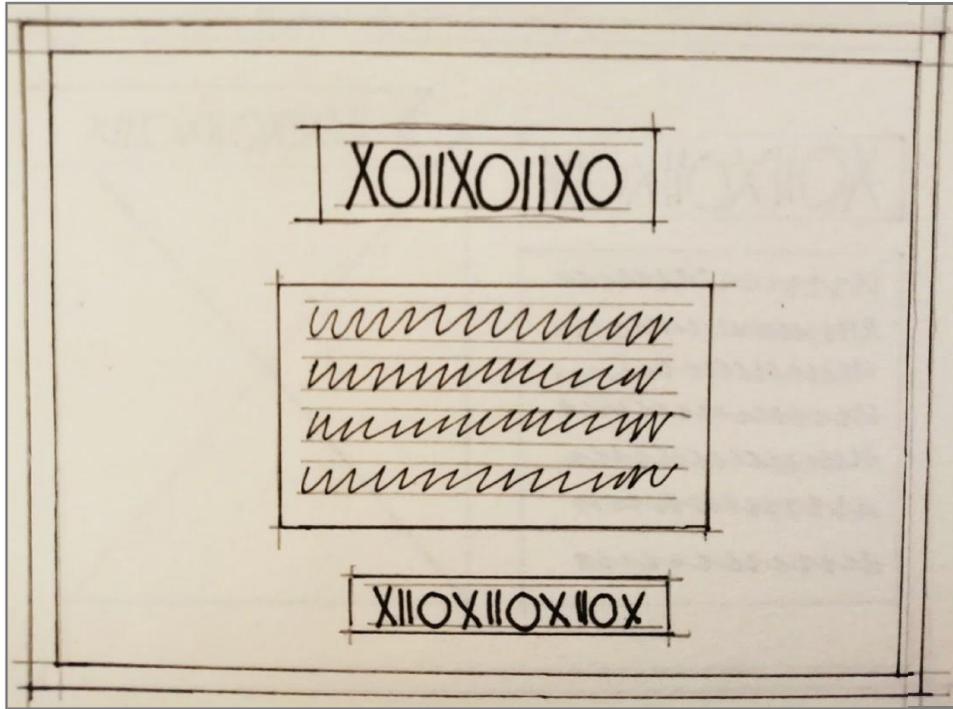
7.3.4.2 Bocetaje diseño de portada bodas del portafolio digital.



Boceto de la página de bienvenida, se utilizó lápiz y crayones para el proceso de bocetaje formal para el portafolio digital Helen Russ Events.

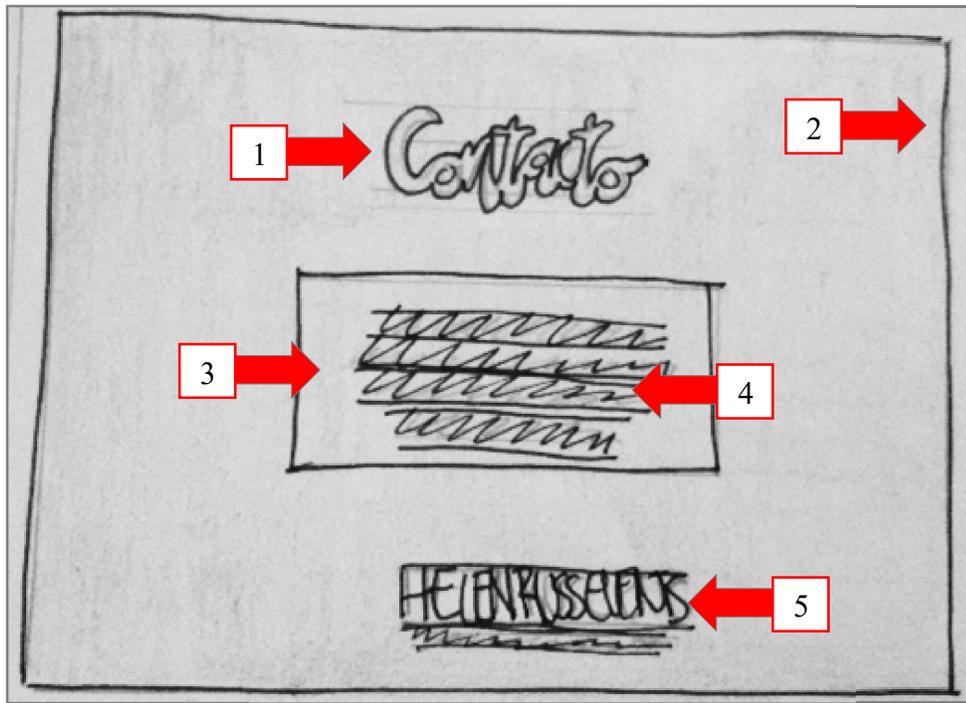
7.3.5 Bocetaje de diagramación diseño de contraportada del portafolio digital.

Boceto para la diagramación de la contraportada para el portafolio digital, se diseñó todo alineado al centro y se colocó un recuadro en donde irá el texto seleccionado con los datos de Helen Russ Events.



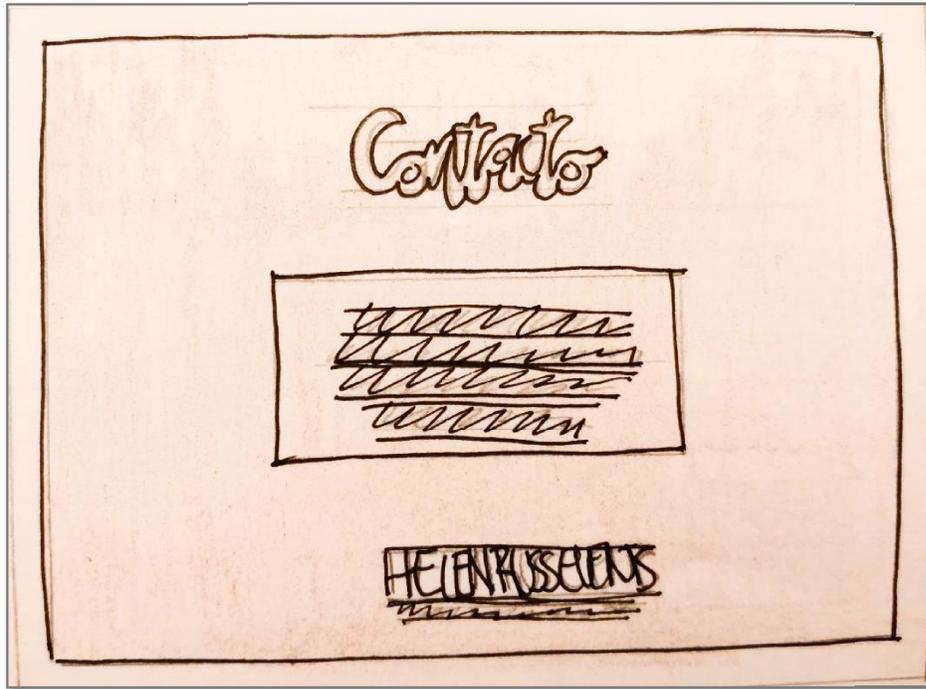
Boceto simple de contraportada, a lápiz y lapicero punto fino representando idea principal del portafolio digital para Helen Russ Events.

7.3.5.1 Bocetaje de contraportada del portafolio digital. El boceto simple para la contraportada del portafolio digital, se colocó el título, el logo de la empresa y los datos personales para localizar a la empresa alineados al centro de la hoja, enmarcado con un cuadro de color blanco y el fondo de la contra portada de color.



1. Titular en color blanco.
2. Marco de color blanco con grosor de 2pnt.
3. Recuadro de color para colocar el texto.
4. Texto dentro del recuadro color blanco.
5. Logo de la empresa Helen Russ Events.

7.3.1.12 Bocetaje de contraportada del portafolio digital.



El diseño de la contraportada es simple, ya que se quiere colocar únicamente la información del cliente como sus datos para localizarla. Debajo de la información se colocó el logotipo de la empresa.

7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.

Para la digitalización de los bocetos se manejaron distintas herramientas de diseño para ejecutarlo. La diagramación y diseño final del portafolio se utilizó el programa de Adobe InDesign CC, para la creación de los vectores en Adobe Illustrator CC y las fotografías editadas en el programa de Adobe Photoshop CC.

7.3.2.1 Proceso de digitalización del boceto página de la portada.

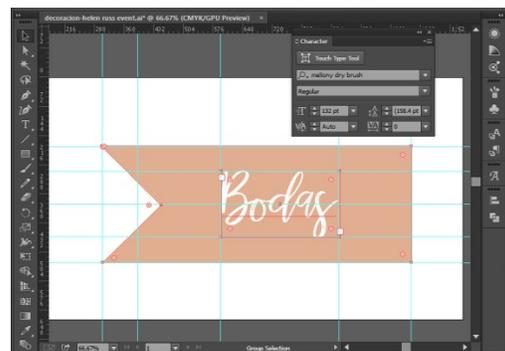
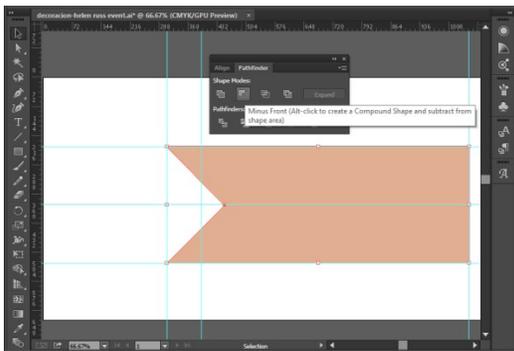
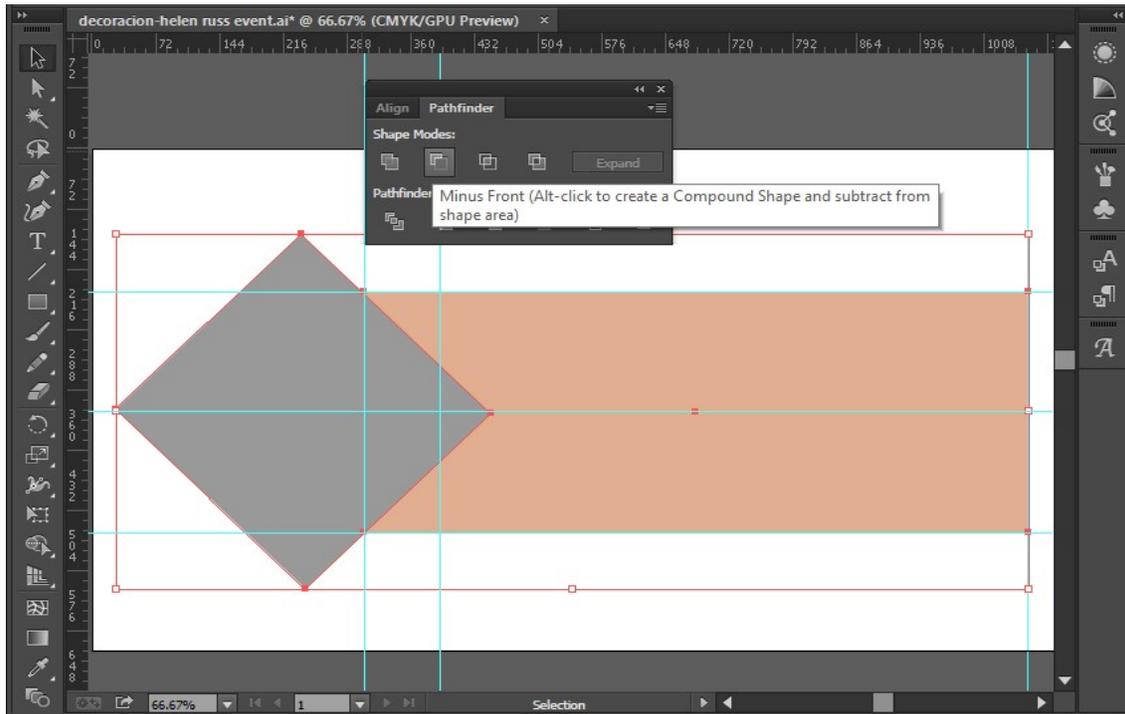


En el diseño de la portada se eligió una fotografía completa de una novia, la que fue proporcionada por la empresa Helen Russ Events y fueron editadas en el programa de Adobe Photoshop. Se colocó el logotipo de la empresa en la parte inferior del diseño.



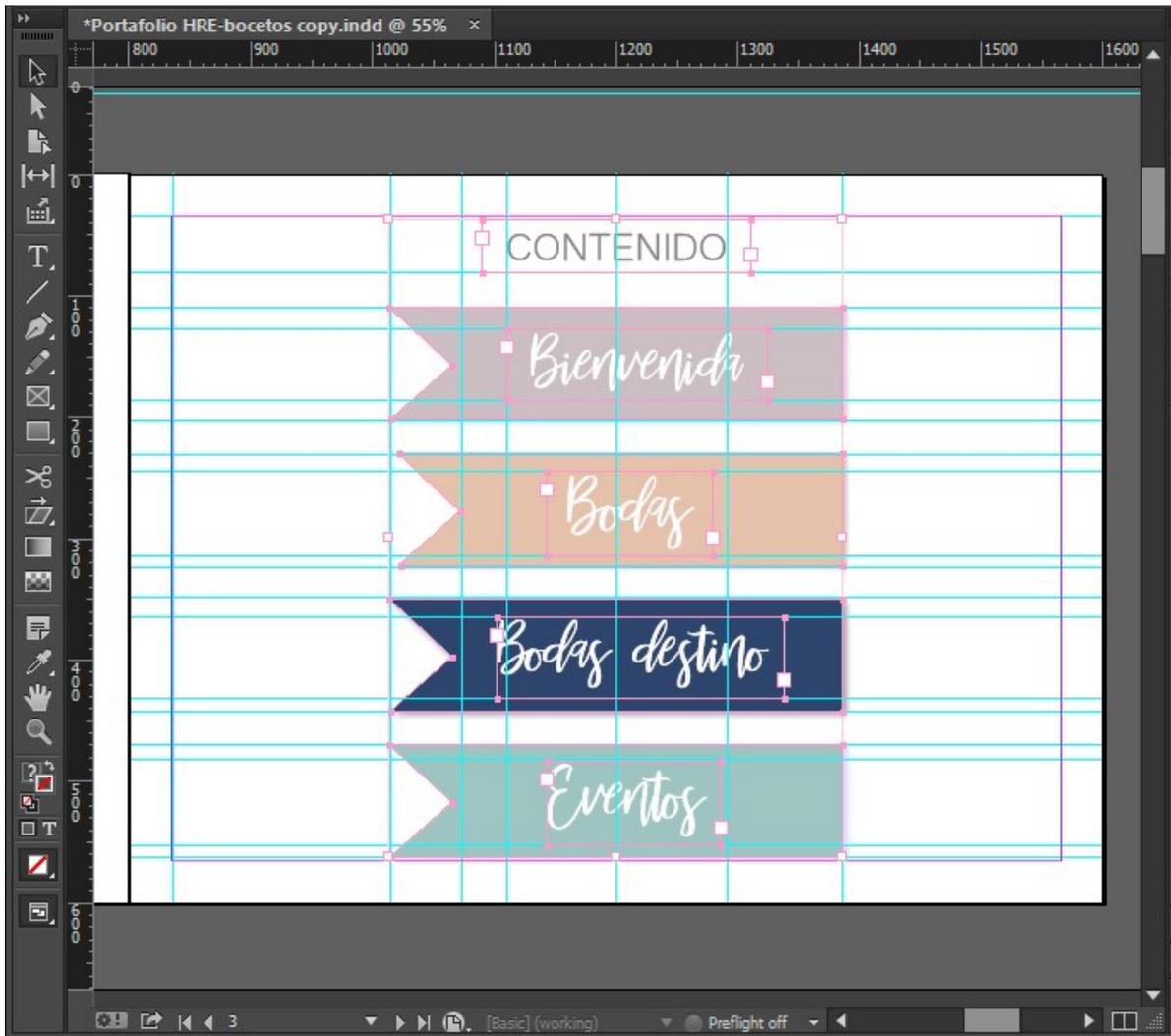
Se colocó la frase del concepto con una tipografía script complementada con una sansserif sobre un recuadro de color con transparencia, utilizando la herramienta de Adobe InDesign

7.3.2.2 Proceso de digitalización de elementos gráficos



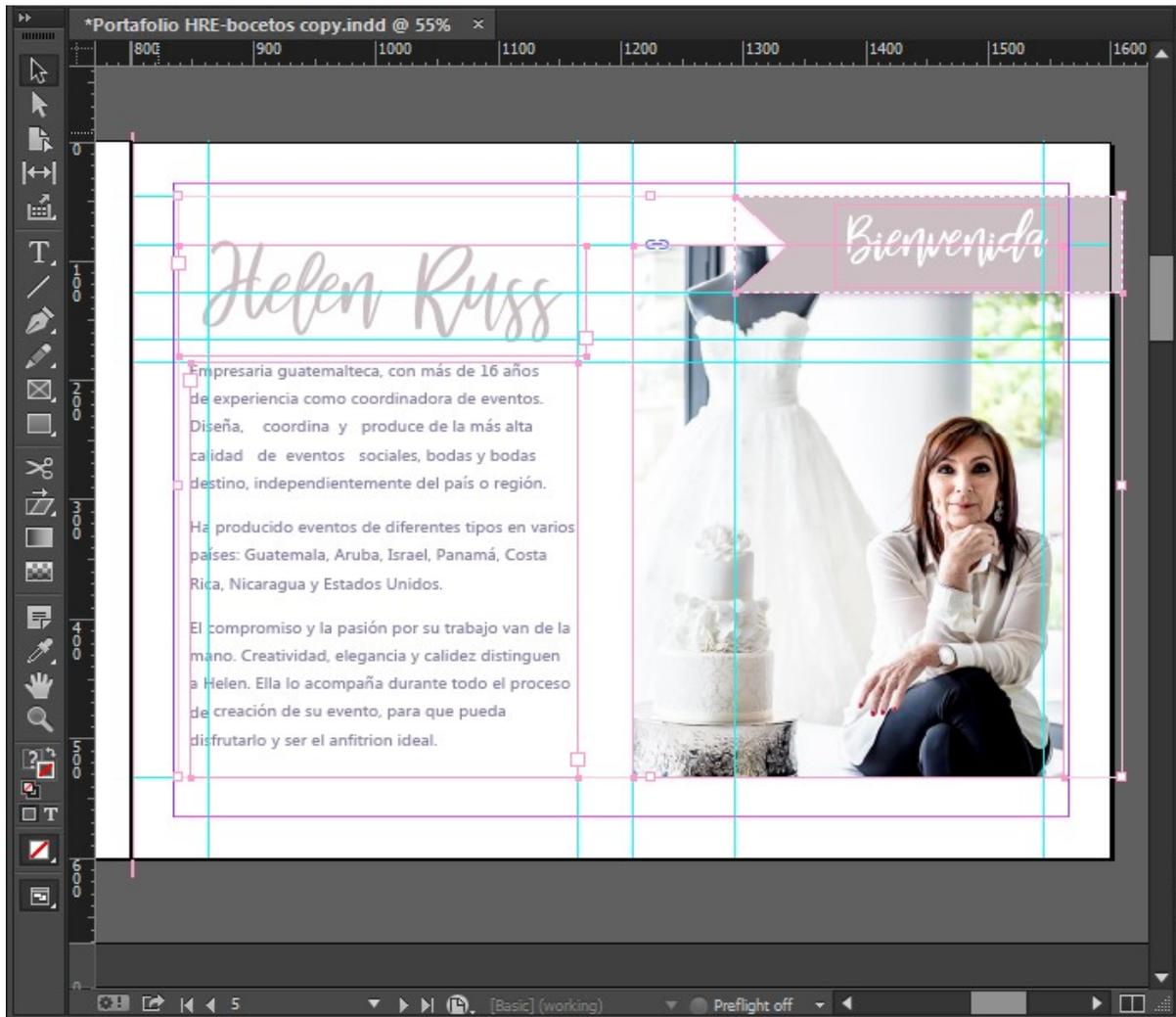
Proceso de elaboración del diseño de vector para colocar los titulares del portafolio digital, utilizando el programa de Adobe Illustrator CC

7.3.2.3 Proceso de digitalización de página índice



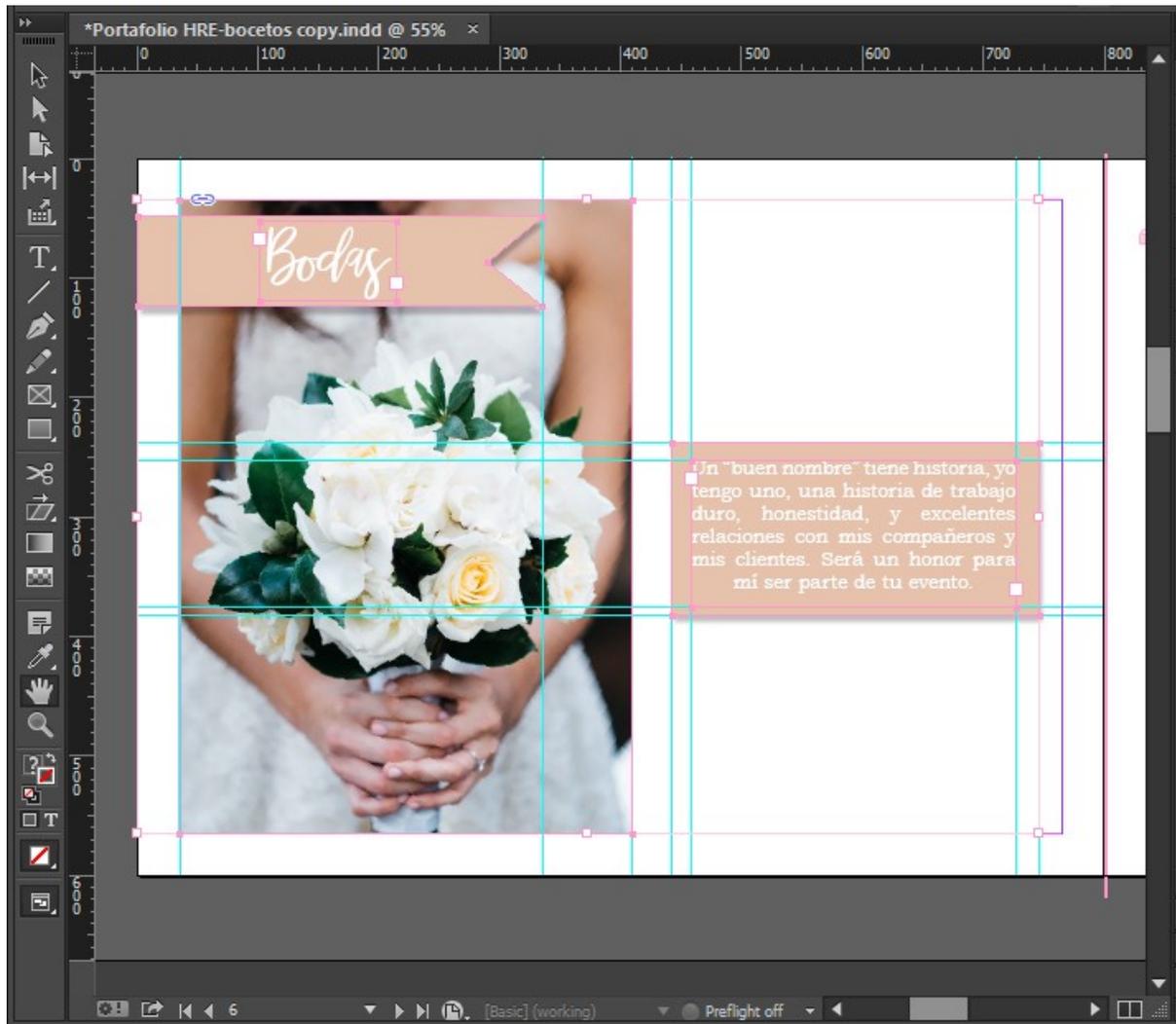
Se colocó como titular principal en la página la palabra contenido, todo en mayúsculas en color gris igual al logotipo. Dentro de los elementos gráficos se colocaron los titulares, cada texto en color blanco para que resaltaran del color de fondo de cada elemento gráfico.

7.3.2.4 Proceso de digitalización del boceto de la página de bienvenida



Para el diseño de la página de bienvenida, se diagramó de la siguiente manera: el nombre de la organizadora y el texto de introducción que cuenta la historia de la empresa y de los servicios que ofrece alineados a la izquierda y se ubicó una fotografía de Helen Russ y delante de la fotografía se situó el titular “Bienvenida”.

7.3.2.5 Proceso de digitalización del boceto de la página principal de bodas



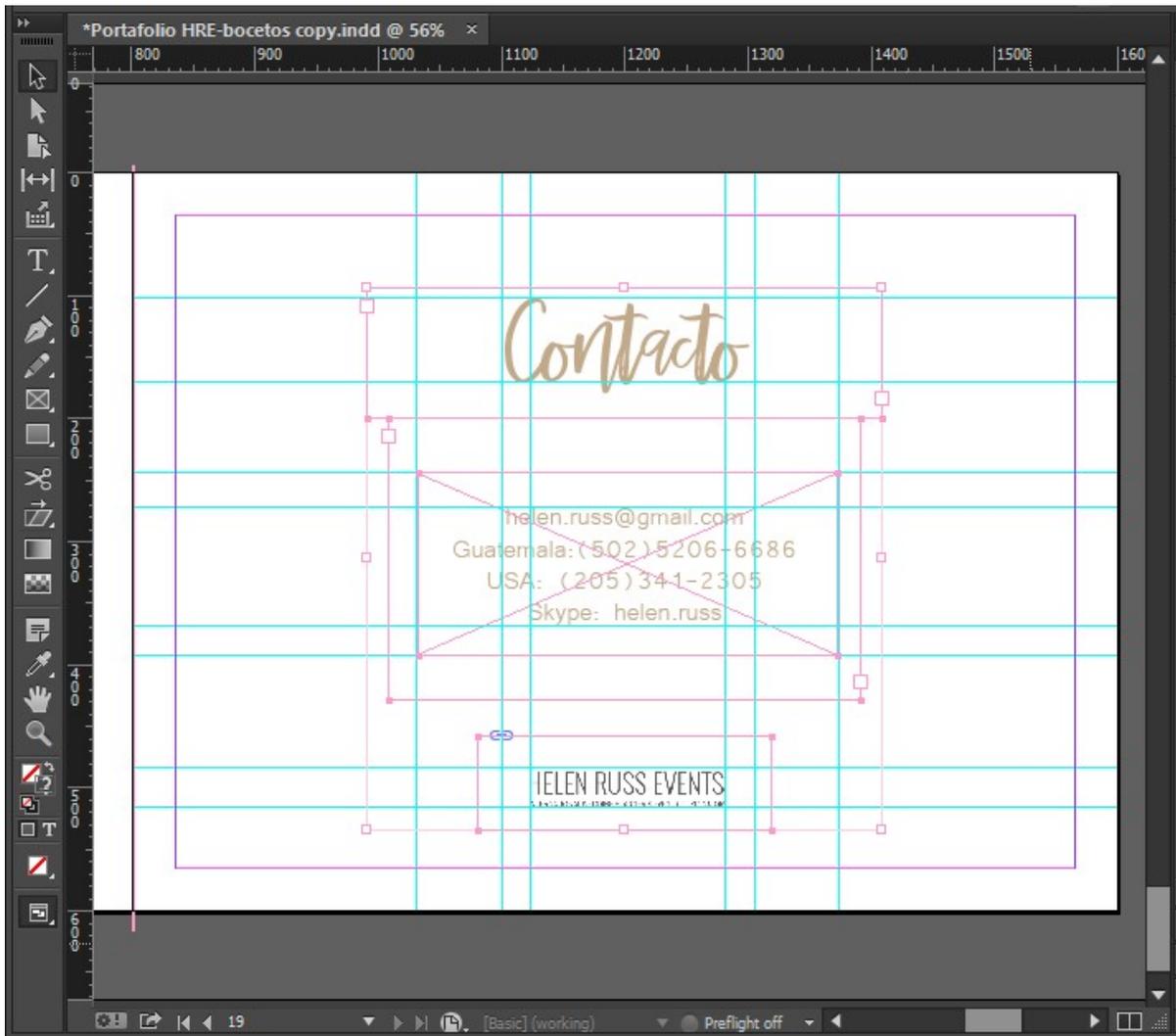
Como se muestra en la imagen, se colocó el titular sobre una fotografía de una novia con su ramo de bodas, todo alineado a la izquierda y se ubicó un recuadro del mismo color que el titular para poner el testimonio del cliente sobre la empresa Helen Russ Events.

7.3.2.6 Proceso de digitalización del bocetopágina interior de bodas destino



En esta parte se ubicaron dos fotografías, una a color y otra en blanco y negro, situando en la esquina superior derecha el testimonio del cliente como único texto en la página.

7.3.2.7 Proceso de digitalización del boceto de la contraportada



En el diseño de la contraportada se utilizó un fondo blanco, resaltando la información correspondiente a la empresa y se colocó en la parte inferior el logotipo de la empresa. La contraportada se diagramó de tal forma que los textos quedaran alineados al centro.

7.4 Propuesta preliminar

En las imágenes que se encuentran a continuación se presenta la propuesta preliminar del portafolio digital, seguido de los términos establecidos en el bocetaje y aprobación preliminar del cliente. El tamaño del portafolio digital es de 860 x 600 px.

7.4.1 Selección de la tipografía

Titulares

Mellony dny brush

The quick brown fox jumps "over the lazy dog"

123456789

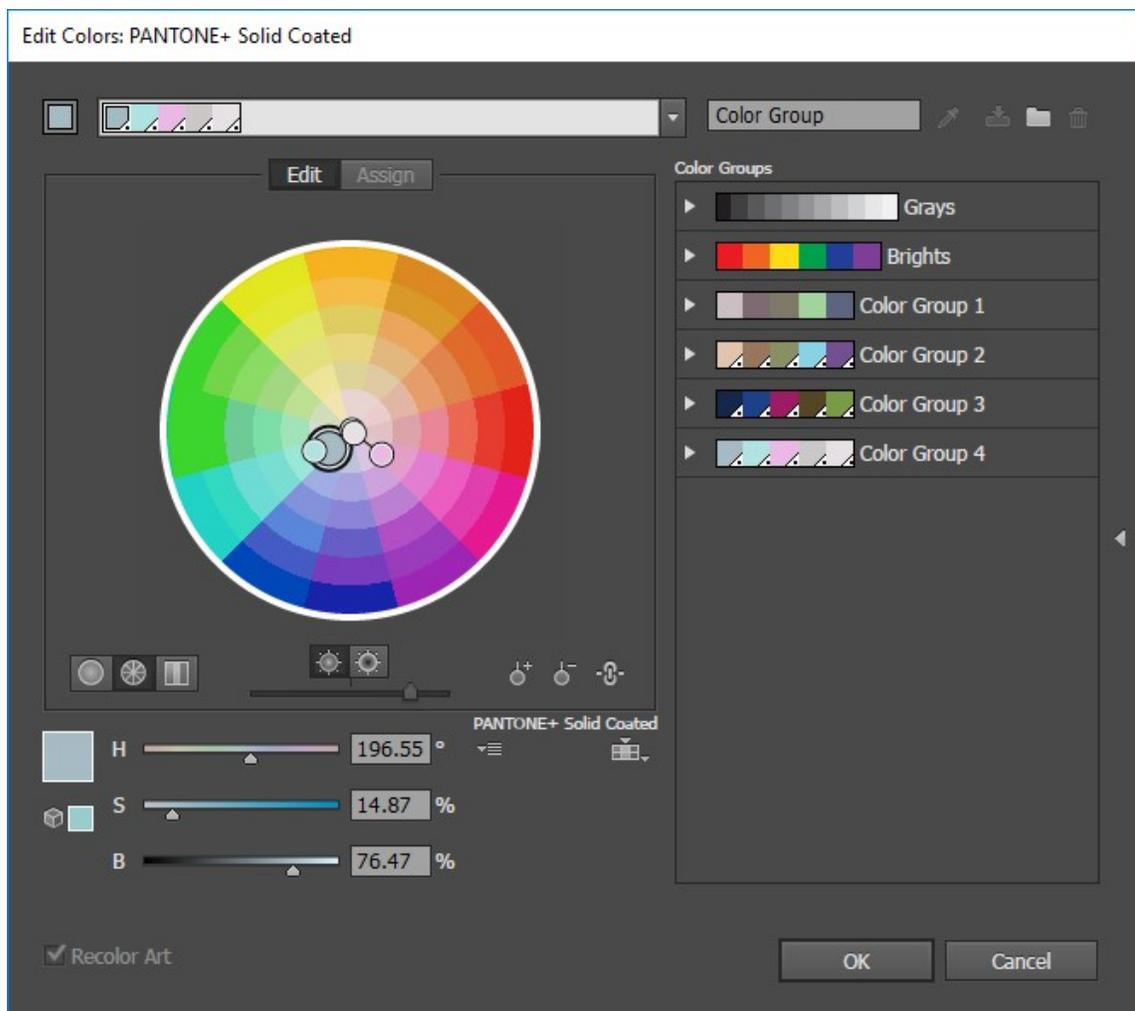
Sub titulares

Microsoft Yi Baiti

The quick brown fox jumps "over the lazy dog"

123456789

7.4.2 Selección de los colores



7.4.3 Propuesta preliminar de portada portafolio digital



El tamaño seleccionado para el portafolio es de 800 x 600 px, la tipografía utilizada para el título principal es Mellony Dry Brush Regular y para el subtítulo Microsoft New Tai Lue. Ambos textos fueron colocados sobre un rectángulo de color que tiene opacidad del 40%, para que se vea la fotografía de la novia. El logotipo de la empresa se colocó en parte inferior del diseño, todo alineado al centro.

Se decidió diseñar el portafolio digital con márgenes color blanco de 35 x 35px de grosor, para hacer el diseño más limpio y ordenado.

7.4.4 Propuesta preliminar de índice del portafolio digital



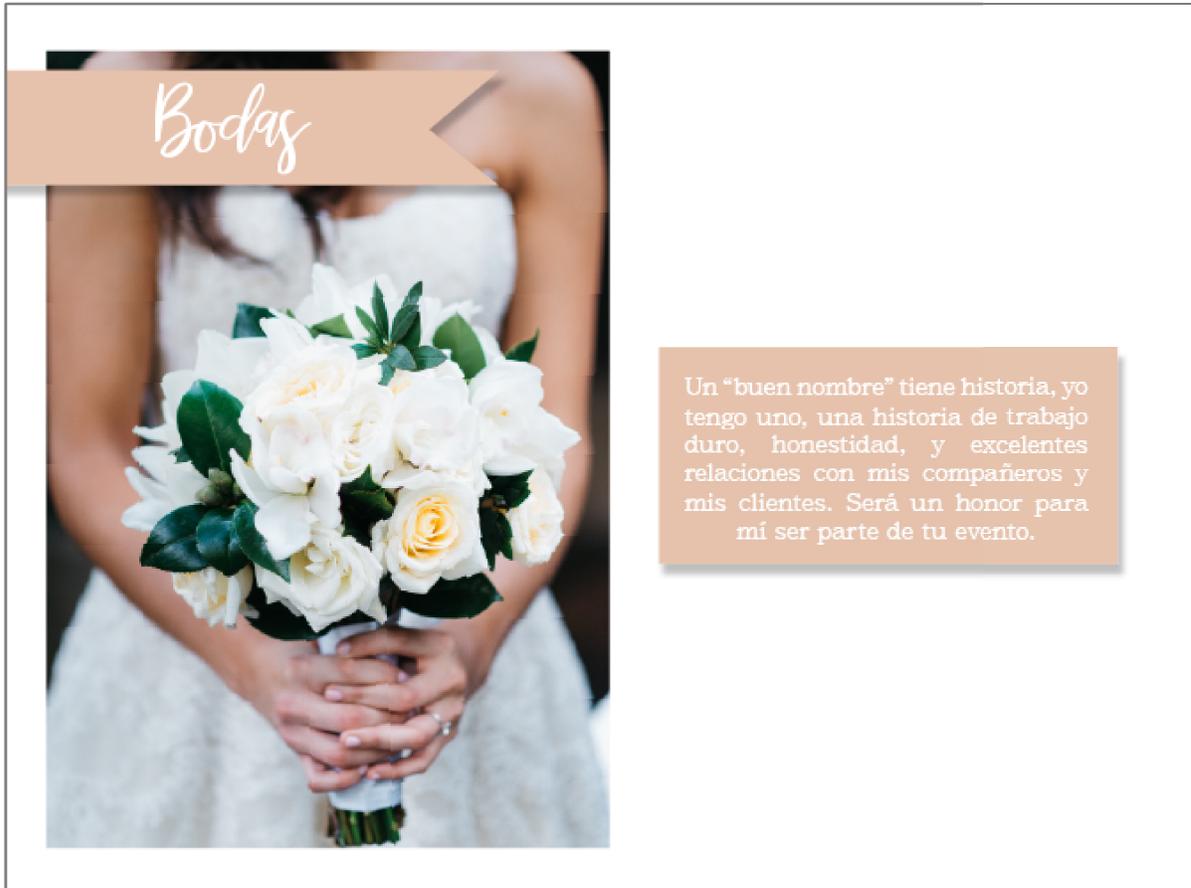
Se seleccionó la tipografía Microsoft New Tai Lue para el título y en mayúsculas en color gris igual al logotipo. El índice con los contenidos se colocó al igual que el titular, alineados al centro.

7.4.5 Propuesta preliminar de bienvenida portafolio digital



Como se puede observar en la imagen se diagramó de la siguiente manera: el nombre de la organizadora, con la tipografía Mellony Dry Brush y el texto de introducción que cuenta la historia de la empresa y de los servicios que ofrece, alineados a la izquierda con la tipografía Microsoft New Tai Lue y se utilizó una fotografía de Helen Russ y delante de la imagen, se situó el titular Bienvenida alineado a la derecha.

7.4.6 Propuesta preliminar portada bodas portafolio digital



Como se muestra en la imagen se ubicó el titular sobre una fotografía de una novia con su ramo de bodas, todo alineado a la izquierda y se colocó un recuadro del mismo color que el titular para colocar el texto. El texto seleccionado es el testimonio del cliente que utiliza la tipografía Bookman Old Style itálica en color blanco.

7.4.7 Propuesta preliminar de bodas destino portafolio digital



En esta parte se colocaron dos fotografías, una a color y otra en blanco y negro, colocándole en la esquina superior derecha el testimonio del cliente como texto único en la página. La tipografía seleccionada es Bookman Old Style itálica, en color gris.

7.4.8 Interior portafolio contraportada



En el diseño de la contraportada se utilizó un fondo blanco, resaltando la información correspondiente a la empresa y se colocó en la parte inferior el logotipo de la empresa. La contraportada se diagramó de tal forma, que los textos quedaran alineados al centro. La tipografía para el título es Mellony Dry Brush y para el resto del texto, Microsoft New Tai Lue.

Capítulo VIII

Capítulo VIII: Validación técnica

Luego de elaborar la propuesta preliminar, se procederá a evaluar el diseño para el portafolio digital para la empresa Helen Russ Events, con el fin de evaluar los objetivos previamente establecidos en el capítulo II y permitiera reunir información sobre la efectividad de los requerimientos del cliente para realizar el presente proyecto.

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y el enfoque 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 veinte personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño

8.1 Población y muestreo

Para la realización del proyecto de Helen Russ Events, se tomarán en cuenta tres grupos importantes para validar el proyecto, de los que se cuentan con: los especialistas en comunicación y diseño, el cliente y el grupo objetivo del proyecto.

La encuesta se realizará dentro de una muestra representativa de los tres grupos encuestados:

- Veinticinco hombres y mujeres del grupo objetivo, comprendidos entre 27 y 57 años de edad, que residen en Guatemala y en el extranjero.
- Cinco expertos en el tema de la comunicación, diseño, marketing y fotografía, como los profesionales en el tema.
- Tres personas relacionadas con la empresa, tomando en cuenta al cliente y a los empleados de Helen Russ Events.

8.2 Método e instrumentos

La evaluación requiere de un instrumento de investigación que proporcione resultados que respalden la funcionalidad del proyecto, por tal motivo se escogió la encuesta como instrumento para validar el proyecto.

El método de recopilación de datos utilizado fue el cuestionario web (formulario de Google), formado por dos series en la que se evaluó la parte semiológica para justificar los elementos del diseño, parte operativa para ver principalmente la funcionalidad del diseño y observaciones sobre la propuesta presentada.

La encuesta se realizó mediante preguntas con respuestas de selección múltiple en escala de Likert, para establecer un mínimo de tres variables; mucho, poco o nada.

8.2.1 Formato de encuesta para validar el proyecto



Galileo
UNIVERSIDAD
LA MISION DE LA EDUCACION

FACOM
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Grupo objetivo Expertos
Cliente

Género: Femenino Edad

Masculino

Nombre: _____

Profesión: _____

Encuesta de validación de proyecto

La empresa Helen Russ Events, cuenta con más de 16 años de experiencia coordinando eventos. Helen Russ se dedica a diseñar, coordinar y producir de la más alta calidad de eventos sociales, bodas y especialmente bodas destino. Por tal motivo se propuso diseñar un portafolio digital para informar y promover los servicios de coordinación de eventos que ofrece la empresa Helen Russ Events.

Instrucciones: A continuación, se presentará una serie de preguntas sobre el diseño del portafolio digital para Helen Russ Events, leer detenidamente las preguntas y seleccionar la respuesta que considere correcta. Muchas gracias por su respuesta.

Parte semiológica

1. **Considera que el contenido del portafolio digital es:**
 - Muy suficiente
 - Poco suficiente
 - Nada suficiente

2. **Según su criterio, considera los colores utilizados en el portafolio digital son:**
 - Muy apropiados
 - Poco apropiados
 - Nada apropiados

3. **¿Considera correcto el uso de elementos gráficos para el portafolio digital Helen Russ Events?**
 - Muy Correctos
 - Poco correctos
 - Nada correctos

4. Las fotografías seleccionadas para el portafolio le transmiten:

Interés

Calidad

Inadecuados

Parte Operativa

1. ¿Considera adecuado el formato horizontal utilizado para el diseño del portafolio digital para la empresa Helen Russ Events?

Medidas: 23.5 x 19.5cm

Muy adecuados

Poco adecuados

Nada adecuados

2. Considera que la cantidad de hojas que contiene el portafolio son:

Muy suficientes

Poco suficientes

Nada suficientes

3. Considera que la manera en que están distribuidas las imágenes y la diagramación de los textos están ordenados de forma correcta en el portafolio digital:

Muy ordenado

Poco ordenado

Nada ordenado

4. ¿Considera adecuado el tamaño de las imágenes y de los textos?

Muy adecuados

Poco adecuados

Nada adecuados

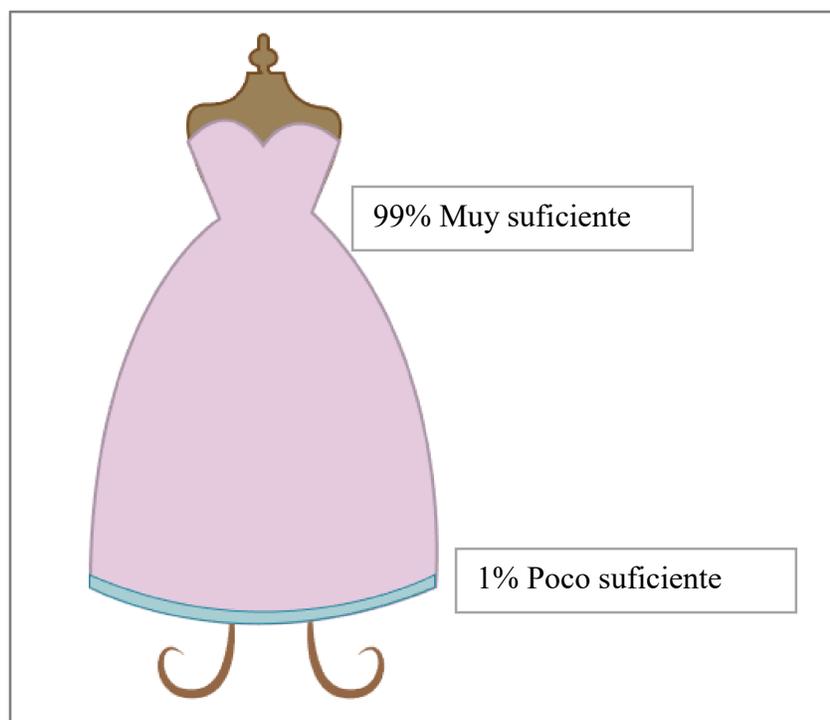
Comentarios

8.3 Resultados e interpretación de resultados

A continuación, se presentan las gráficas de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a través de la tabulación, codificación e interpretación de los mismos. Con esto se desea conocer si se está realizando una correcta aplicación de los elementos de diseño y elementos semiológicos.

8.3.1 Parte Semiológica

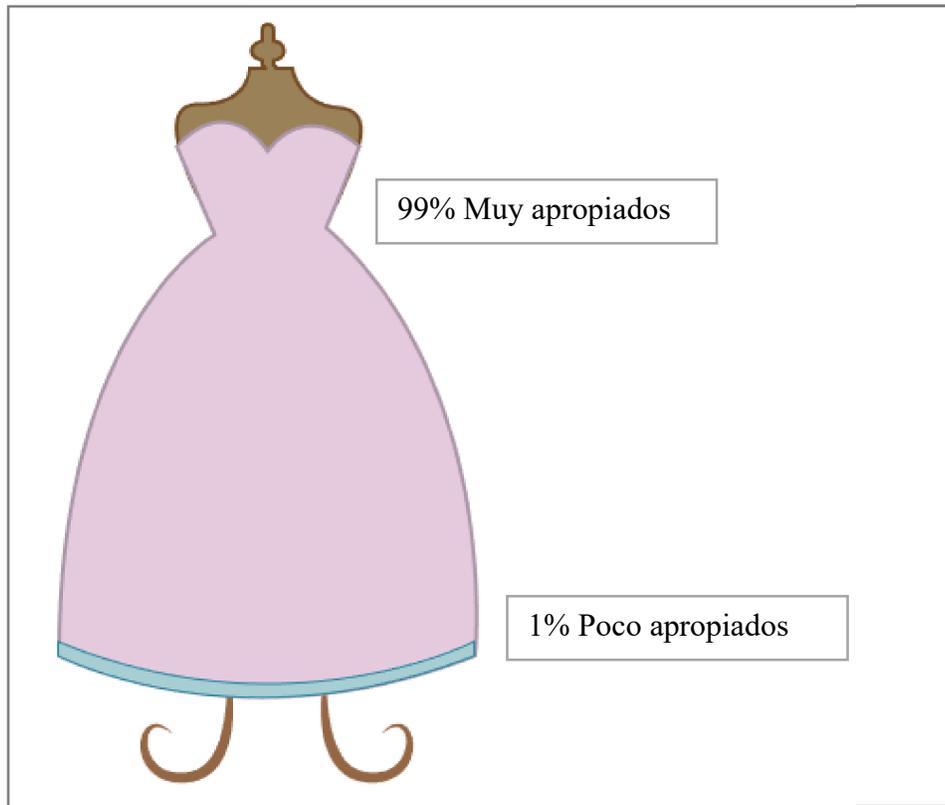
1. Considera que el contenido del portafolio digital es:



Interpretación:

El 99% de los encuestados considera suficiente el contenido del portafoliodigital y el 1% de los encuestados considera poco suficiente el contenido establecido. Por lo tanto, el 1% no es significativo para realizar cambios en el contenido.

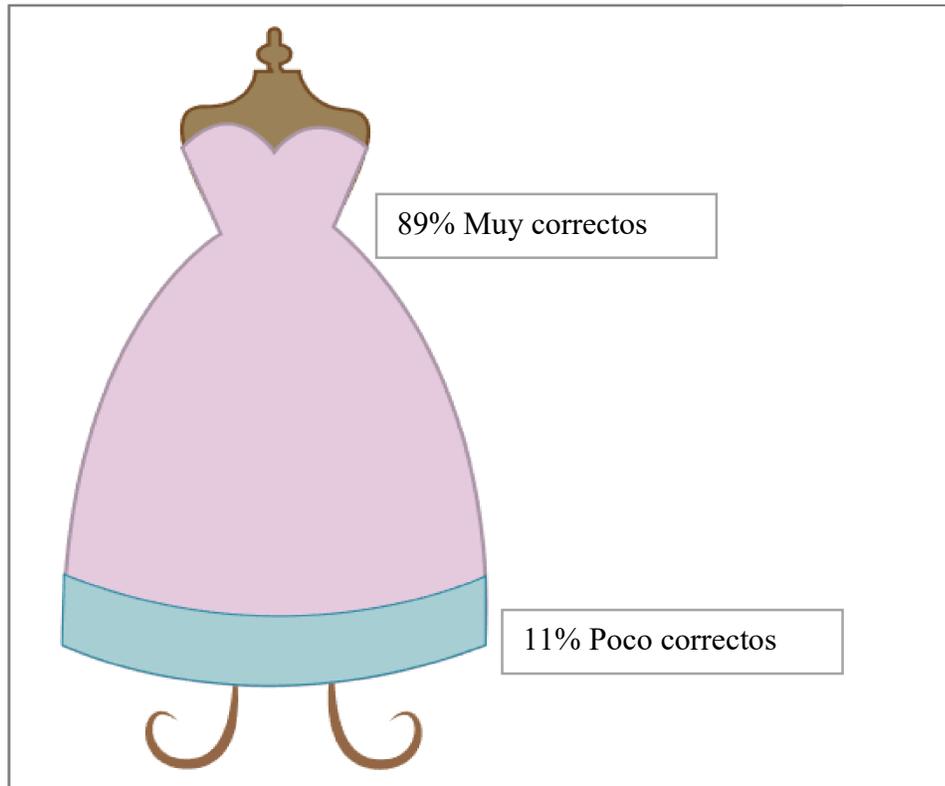
2. Según su criterio, considera que los colores utilizados en el portafolio digital son:



Interpretación:

El 99% de los encuestados considera apropiados los colores utilizados para el portafolio digital. El 1% considera los colores seleccionados poco apropiados, siendo un número no representativo para cambiar los colores ya establecidos para el proyecto.

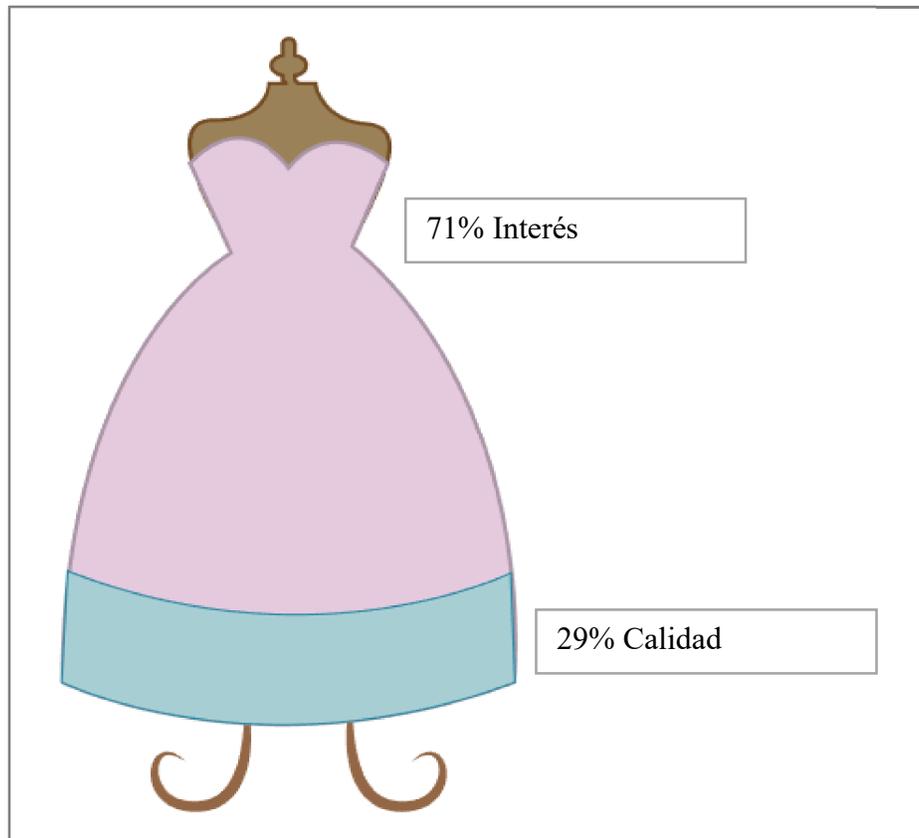
3. ¿Considera correcto el uso de elementos gráficos para el portafolio digital Helen Russ Events?



Interpretación:

El 89% de los encuestados considera correctos el uso de elementos gráficos utilizados como parte del diseño, mientras que el 11% considera poco correcto el uso de elementos gráficos. Tomando el resultado, se procederá a realizar un cambio en base a los resultados y a los comentarios obtenidos de los encuestados sobre el uso de los elementos gráficos utilizados, tales como quitar los recuadros de color en donde se encuentran ubicados los textos.

4. Las fotografías seleccionadas para el portafolio le transmiten:

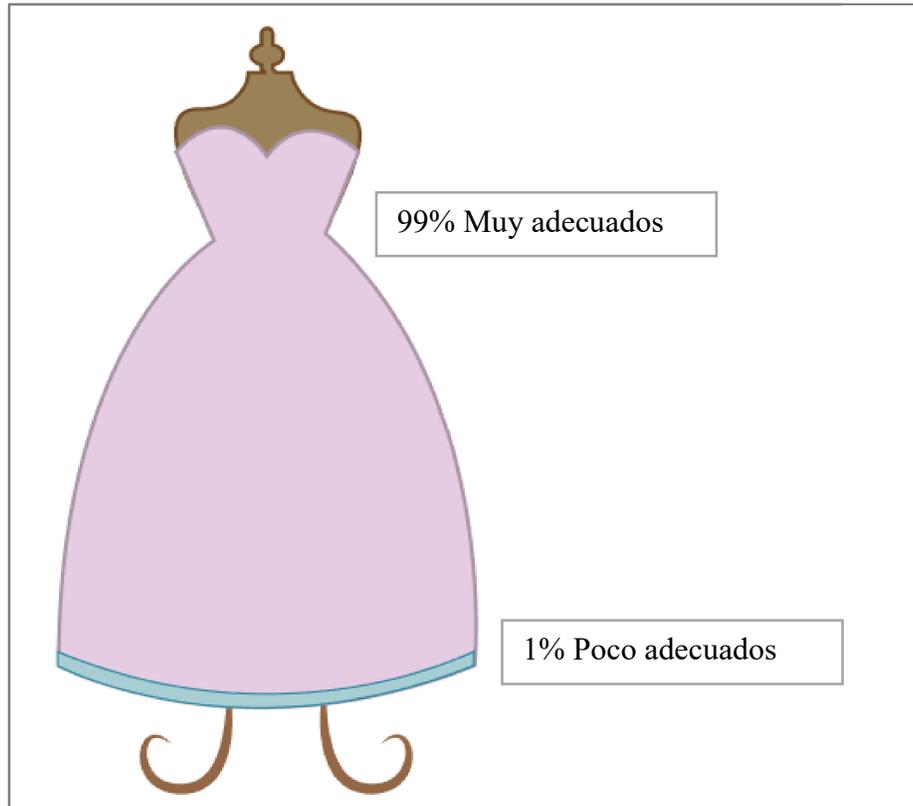


Interpretación

El 71% de los encuestados mencionó que las fotografías seleccionadas para el portafolio le transmiten interés y el 29% calidad. Estos resultados no ameritan un cambio ya que ambos resultados son convenientes para la empresa Helen Russ Events.

8.3.2 Parte operativa

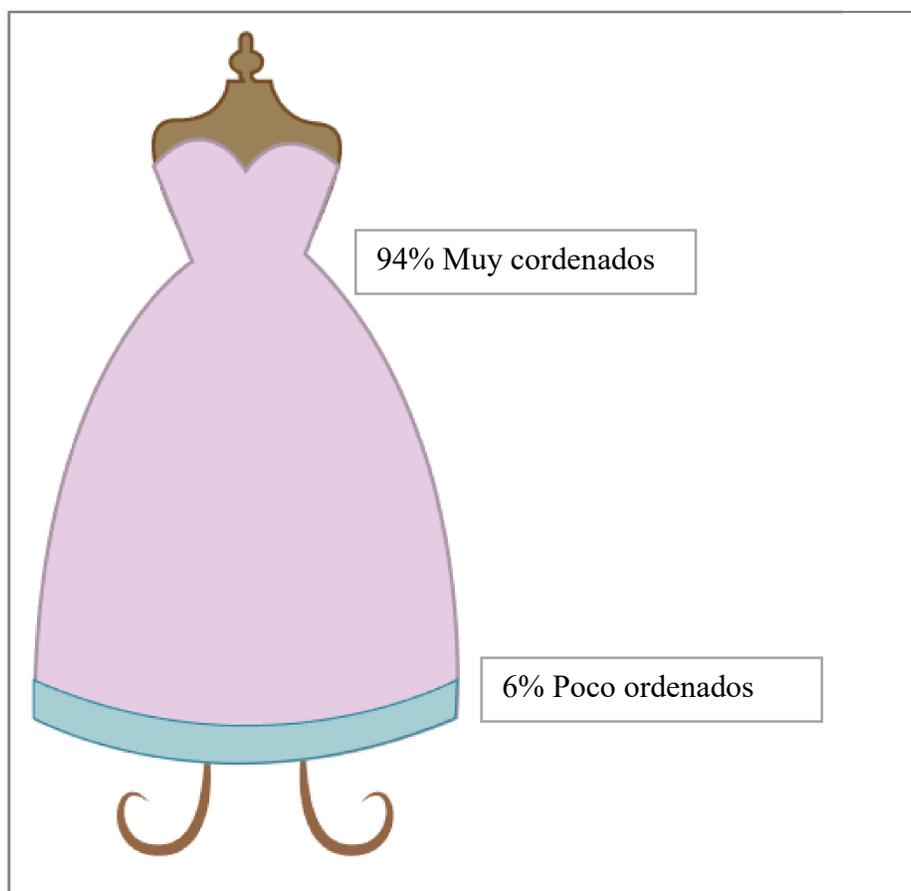
1. **¿Considera adecuado el formato horizontal utilizado para el diseño del portafolio digital para la empresa Helen Russ Events?**



Interpretación:

El 99% de los encuestados considera correcto el formato horizontal utilizado como parte del diseño para el portafolio digital, mientras que el 1% considera poco correcto el formato horizontal. Este resultado no se tomará en cuenta para elaborar un cambio en base a los resultados obtenidos.

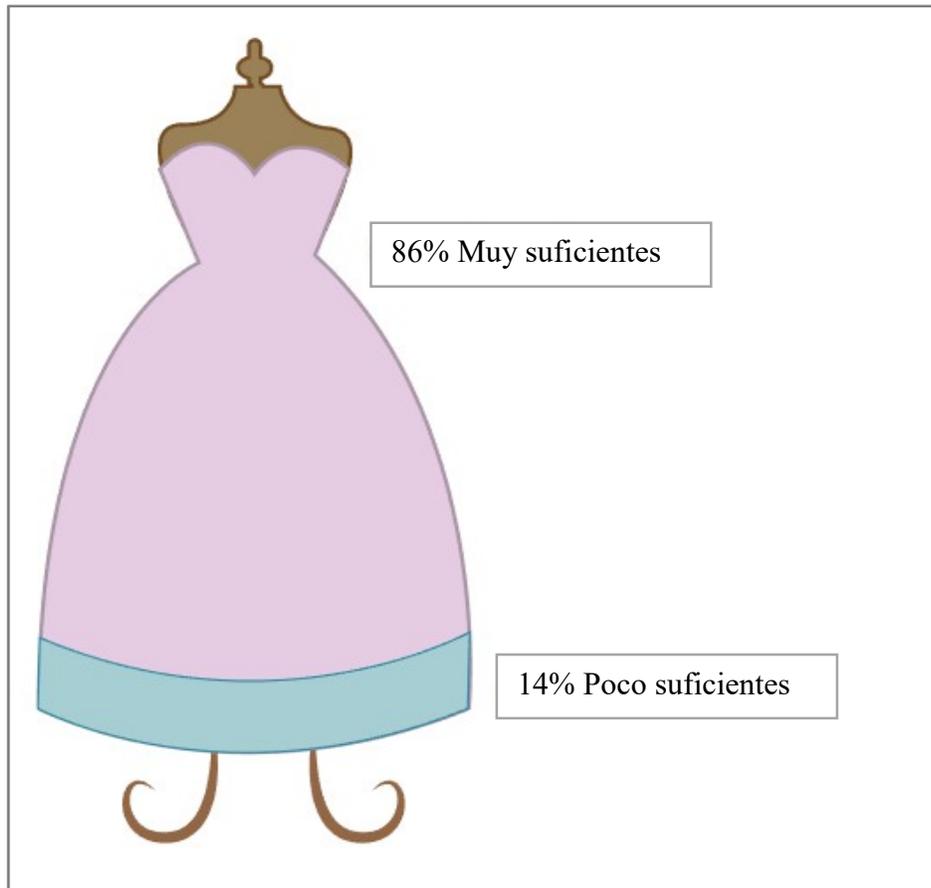
2. Considera que la manera en que están distribuidas las imágenes y la diagramación de los textos están ordenados de forma correcta en el portafolio digital:



Interpretación

El 94% de los encuestados considera que la distribución de las imágenes y la diagramación de los textos está muy ordenado, mientras que el 6% considera poco ordenado el portafolio. Por tal motivo se procederá a un cambio en algunas páginas del portafolio digital según indicaciones de los expertos, tales como; colocar más fotografías completas y eliminar algunas fotografías con estilo “colagge”.

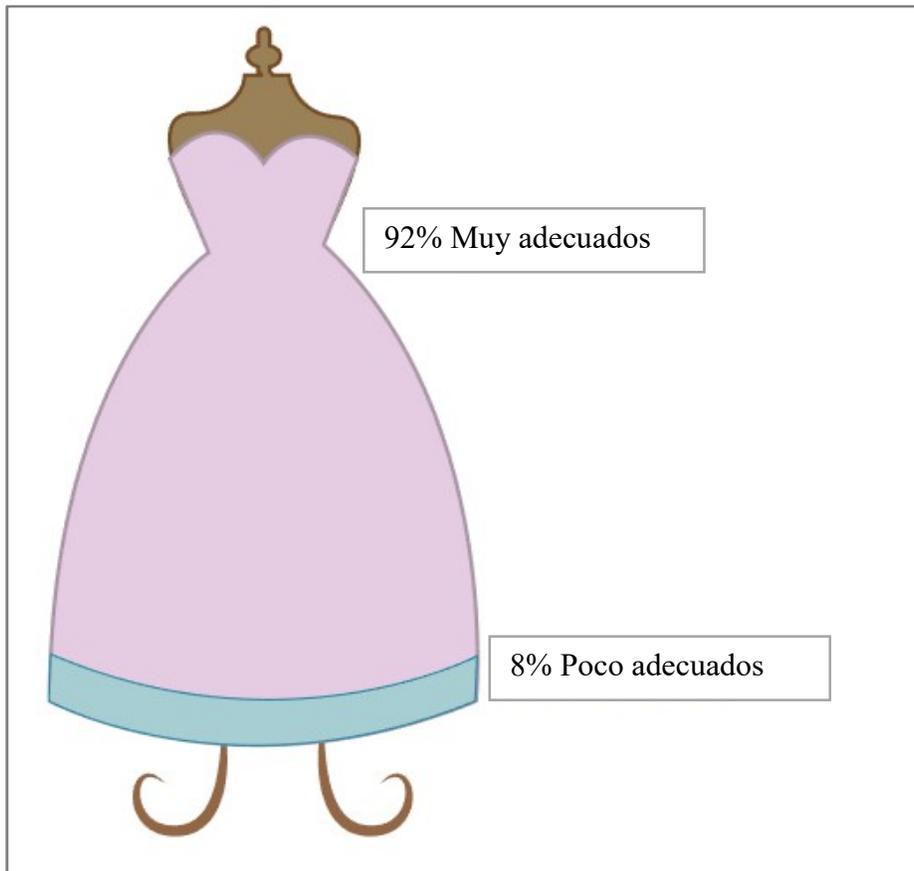
2. Considera que la cantidad de hojas que contiene el portafolio son:



Interpretación

El 86% de los encuestados considera que son muy suficientes las cantidades de hojas que hay en el portafolio, mientras que el 14% poco suficiente. Por tal motivo se tomó la decisión de agregar más hojas con fotografías de páginas completas.

3. ¿Considera adecuado el tamaño de las imágenes y de los textos?



Interpretación

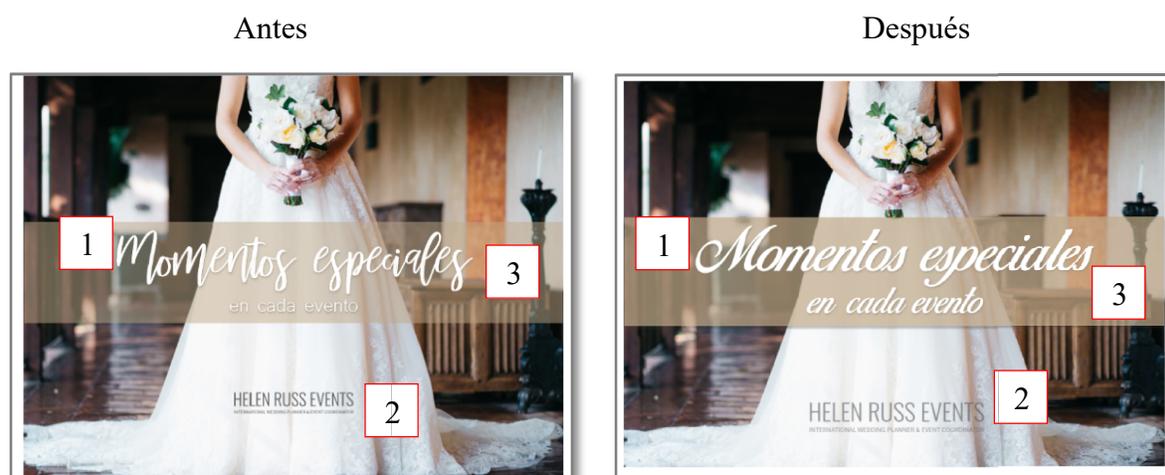
El 92% de los encuestados considera muy correctos el tamaño de las imágenes y de los textos, mientras que el 8% considera poco correctos. Tomando en cuenta el 8% considera poco adecuados, se modificará el tamaño de los textos y de las imágenes, haciendo los textos más grandes.

8.4 Cambios con base a los resultados

Al tomar en cuenta las recomendaciones y resultados de las encuestas realizadas por los expertos, miembros de la empresa, profesionales y grupo objetivo, se presentan los siguientes cambios; cambio en la tipografía, mejor resolución en algunas imágenes, unificar el diseño en la diagramación del contenido para el portafolio digital.

8.4.1 Antes y después de los cambios con base a los resultados.

8.4.1.1 Antes y después en la portada del portafolio digital.



1. Se oscureció el recuadro quitándole la opacidad a 70% para resaltar la frase y mejorar la legibilidad del mismo, también se decidió agrandar el alto del recuadro.
2. Se aumentó el tamaño del logotipo de la empresa para darle notoriedad, por recomendaciones de los expertos, ya que anteriormente no era lo suficientemente legible y no resaltaba lo suficiente.
3. Se cambió el estilo de la tipografía serif para el titular.

8.4.1.2 Antes y después en la página de índice del portafolio digital.



1. Se cambió el color del titular de un color negro a un gris para unificarlo al color del logotipo de la empresa, según las recomendaciones dadas por los expertos y se aumentó su tamaño en proporción al resto de los elementos de diseño en la página.
2. Los elementos gráficos utilizados se agrandaron en tamaño y se colocaron a una misma distancia para mantener un mejor orden visual.
3. Se cambió el estilo de la tipografía serif para el titular.

8.4.1.3 Antes y después en la página de bienvenida del portafolio digital.



1. El nombre de la organizadora se subió de posición para dejar un espacio visual.
2. El texto del párrafo se agrandó a 16 puntos y se cambió de color a un gris para seguir el color del logotipo.
3. Se colocó el titular más grande según los cambios anteriores.
4. Se cambió el estilo de la tipografía serif para el titular.

8.4.1.4 Antes y después en la página de bodas del portafolio digital.

Antes



Después

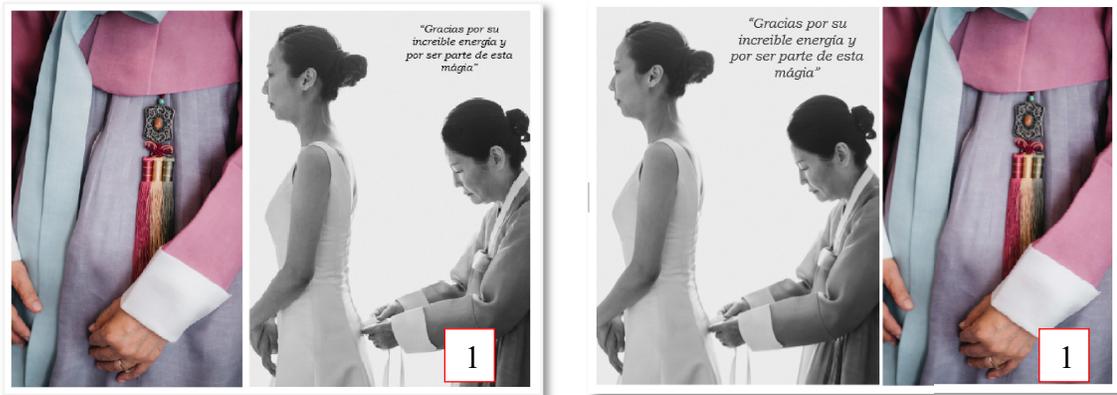


1. Se mejoró la resolución de la fotografía, debido a los comentarios de los expertos y del grupo objetivo.
2. Al texto del párrafo se aumentó de tamaño a 16 puntos y se le quitó el recuadro de color que tenía en el fondo.
3. Se cambió el estilo de la tipografía serif para el titular.

8.4.1.5 Antes y después en la página interior de bodas destino.

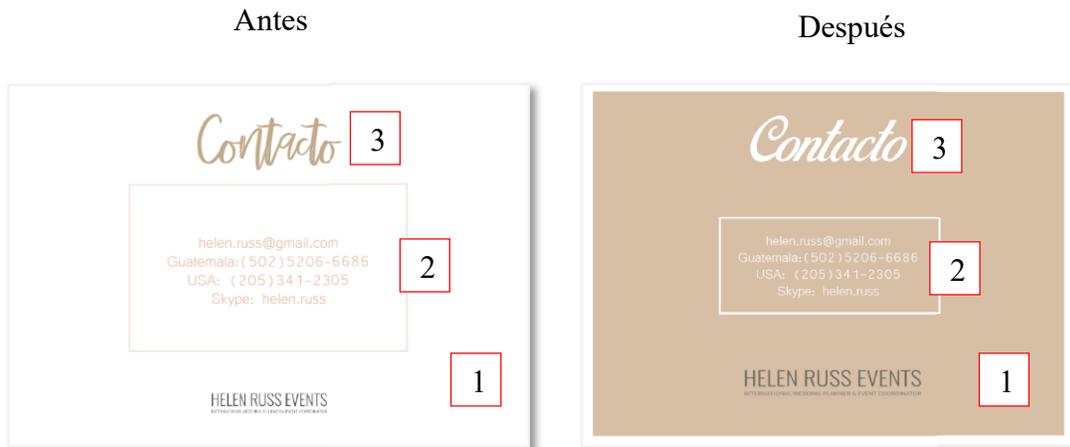
Antes

Después



1. Se cambiaron de lado las dos imágenes internas de la página de bodas destino, debido a que la legibilidad del texto era baja y se aumentó el tamaño del texto a 17 puntos, para que fueralegible.

8.4.1.6 Antes y después en la contraportada del portafolio digital.



1. Se colocó el fondo de color y se cambió el texto por color blanco, al igual que el recuadro para que se notara y resaltaran los datos importantes, tales como el contacto y el logotipo.
2. El marco decorativo exterior al texto se redujo el tamaño proporcional al texto.
3. Se cambió el estilo de la tipografía serif para el titular.

8.4.2 Justificación.

Tomando en cuenta las observaciones de los encuestados, se agregaron más elementos gráficos relacionados con el tema de bodas, colocando un vector que simula un listón utilizando la paleta de colores ya establecida para el diseño del portafolio. También se le quitó el recuadro de color a cada párrafo de introducción, para que resaltaran más las fotografías según las recomendaciones de los expertos.

Se modificó la diagramación de las fotografías que estaban diseñadas con estilo collage, simplificándolas a una sola imagen para apreciar más la fotografía y se mejoró la resolución de las imágenes.

Los textos de los titulares y subtulares se cambiaron por una tipografía cursiva script, los párrafos y testimonios se unificaron a una sola tipografía de estilo serif y se agrandaron según los requerimientos de los encuestados, para mejorar la legibilidad, unificando los colores a un gris igual al del logotipo.

Se agregaron más páginas con fotografías, algunas de tamaño completo al de la hoja y otros de un mismo tamaño adaptados a lo largo de dos hojas, tomando en cuenta los comentarios del grupo objetivo y se mejoró la resolución de las fotografías.

Capítulo IX

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Luego de realizar la validación al grupo objetivo, expertos y cliente sobre la propuesta preliminar para el portafolio digital, se procedió a realizar algunos cambios en base a los resultados obtenidos y se llegó a la siguiente propuesta final para el diseño de portafolio digital, para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa Helen Russ Events a clientes reales y potenciales.

9.1 Propuesta gráfica final de portada para portafolio digital



El portafolio digital mide 800 x 600 píxeles.

9.2 Propuesta gráfica final interior para portafolio digital



9.3 Propuesta gráfica final de índice para portafolio digital



9.4 Propuesta gráfica final interna para portafolio digital

*Momentos especiales
en cada evento*

9.5 Propuesta gráfica final de portada bienvenida para portafolio digital

Bienvenida

Empresaria guatemalteca, con más de 16 años de experiencia como coordinadora de eventos. Diseña, coordina y produce de la más alta calidad de eventos sociales, bodas y bodas destino, independientemente del país o región.

Ha producido eventos de diferentes tipos en varios países: Guatemala, Aruba, Israel, Panamá, Costa Rica, Nicaragua y Estados Unidos.

El compromiso y la pasión por su trabajo van de la mano. Creatividad, elegancia y calidez distinguen a Helen. Ella lo acompaña durante todo el proceso de creación de su evento, para que pueda disfrutarlo y ser el anfitrión ideal. *Helen Russ*



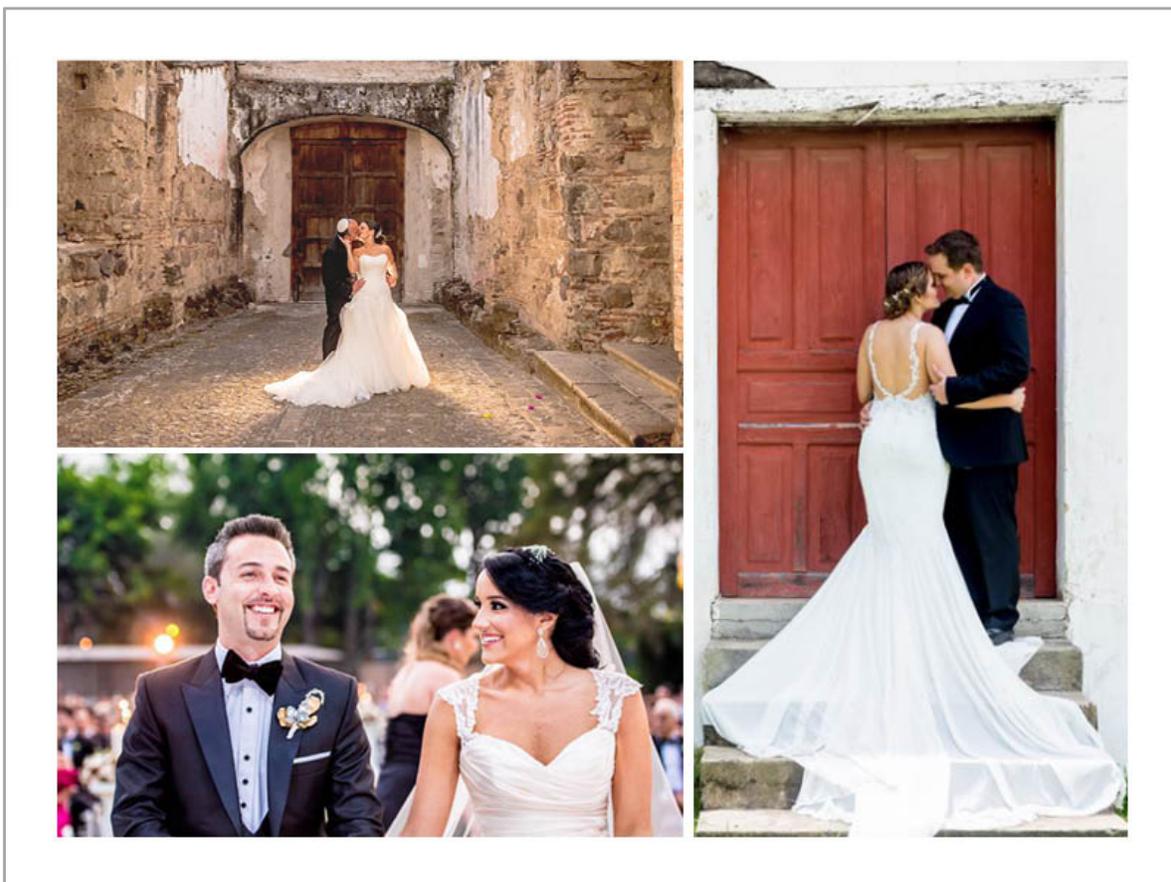
9.6 Propuesta gráfica final portada de bodas para portafolio digital



Bodas

Un “buen nombre tiene historia”, yo la tengo. Una historia de trabajo duro, honestidad, y excelentes relaciones con mis compañeros y mis clientes. Será un honor para mí ser parte de tu evento.

9.7 Propuesta gráfica final interior bodas para portafolio digital



9.8 Propuesta gráfica final interior bodas para portafolio digital



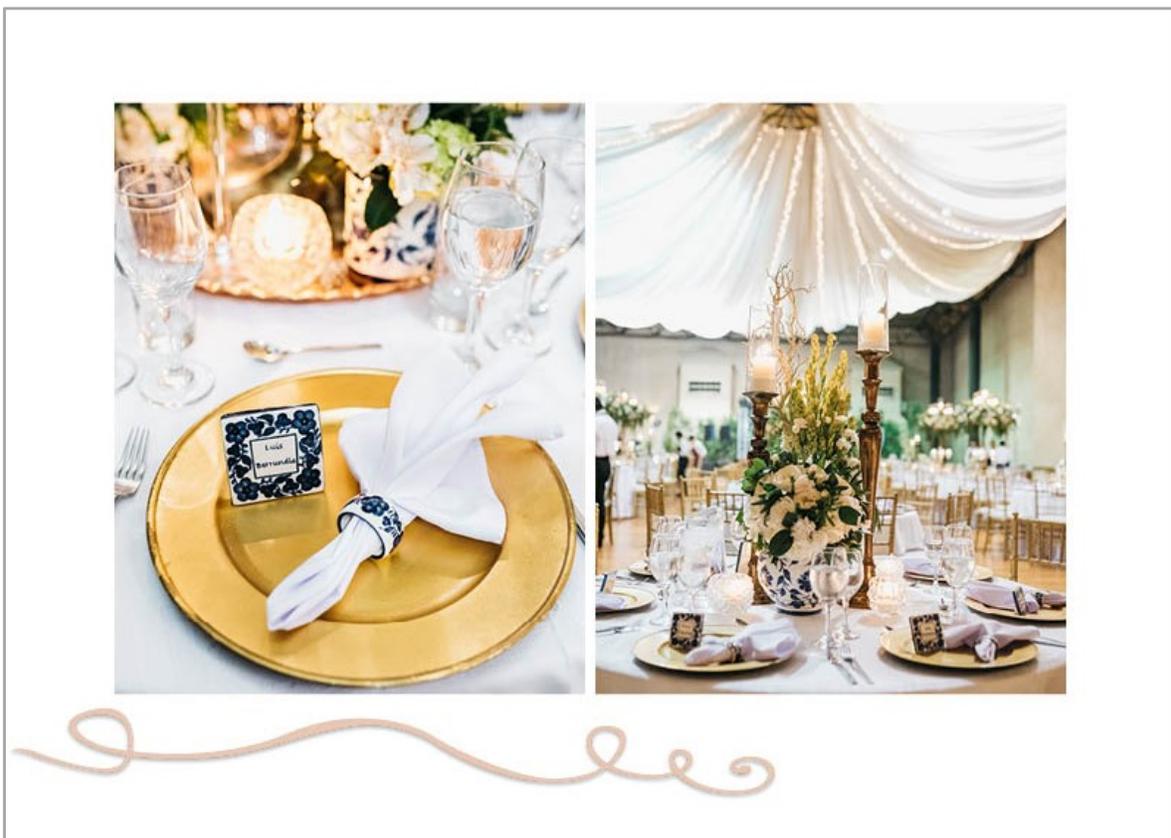
9.9 Propuesta gráfica final interior bodas para portafolio digital



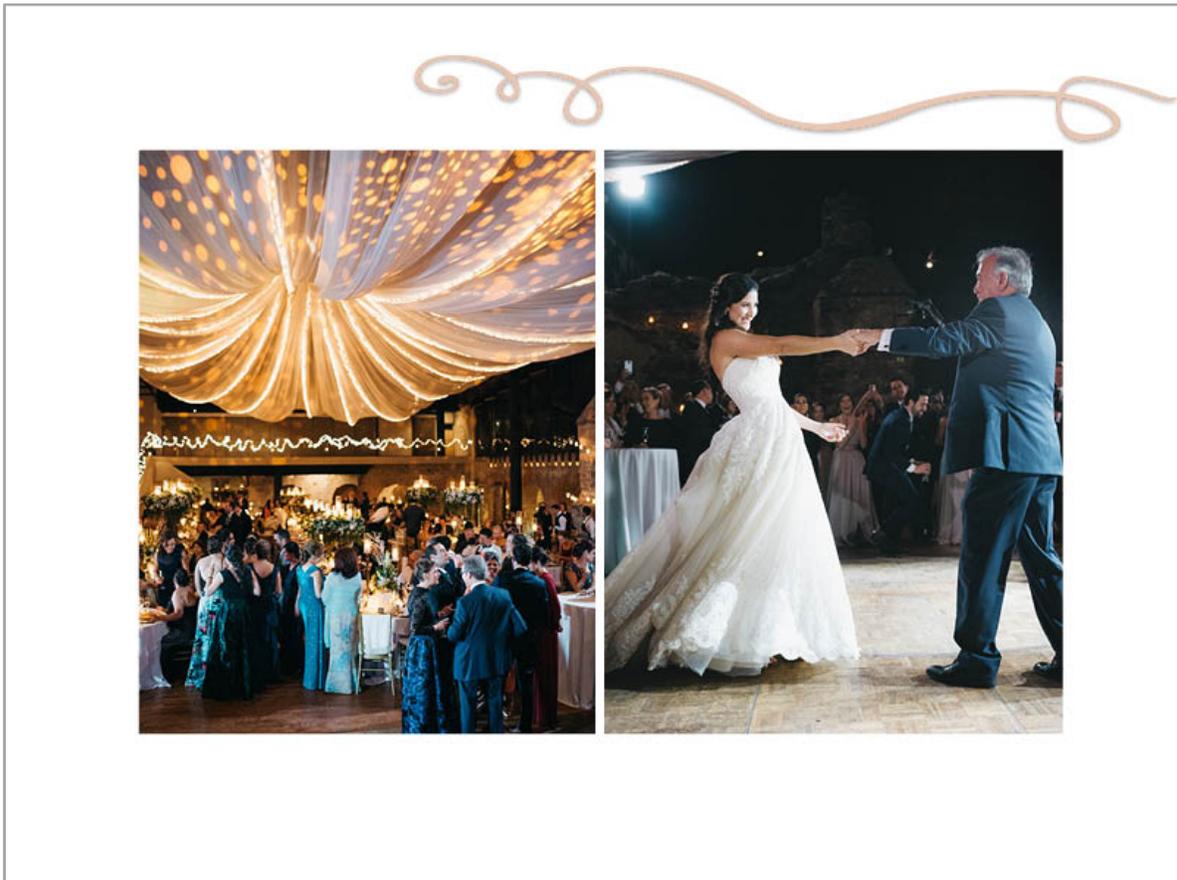
Celebrando nuestro amor con las personas que más nos importan...



9.10 Propuesta gráfica final interior bodas para portafolio digital



9.11 Propuesta gráfica final interior bodas para portafolio digital



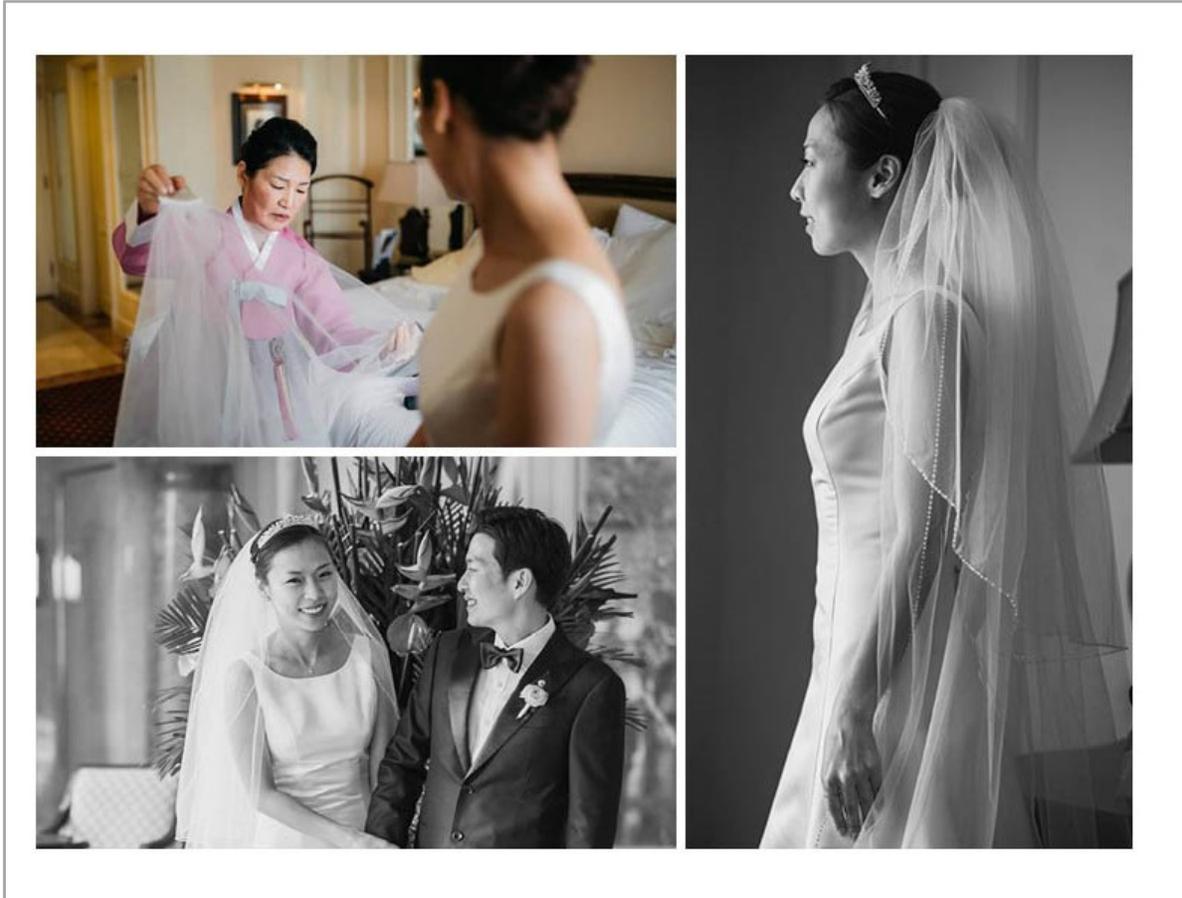
9.12 Propuesta gráfica final portada bodas destino para portafolio digital



Bodas destino

Es una bendición poder formar parte de cada momento, de sus sentimientos más íntimos acerca de lo que esperan en “el día más importante de sus vidas”. Felicitaciones Jason y Lidi, fue una boda hermosa.

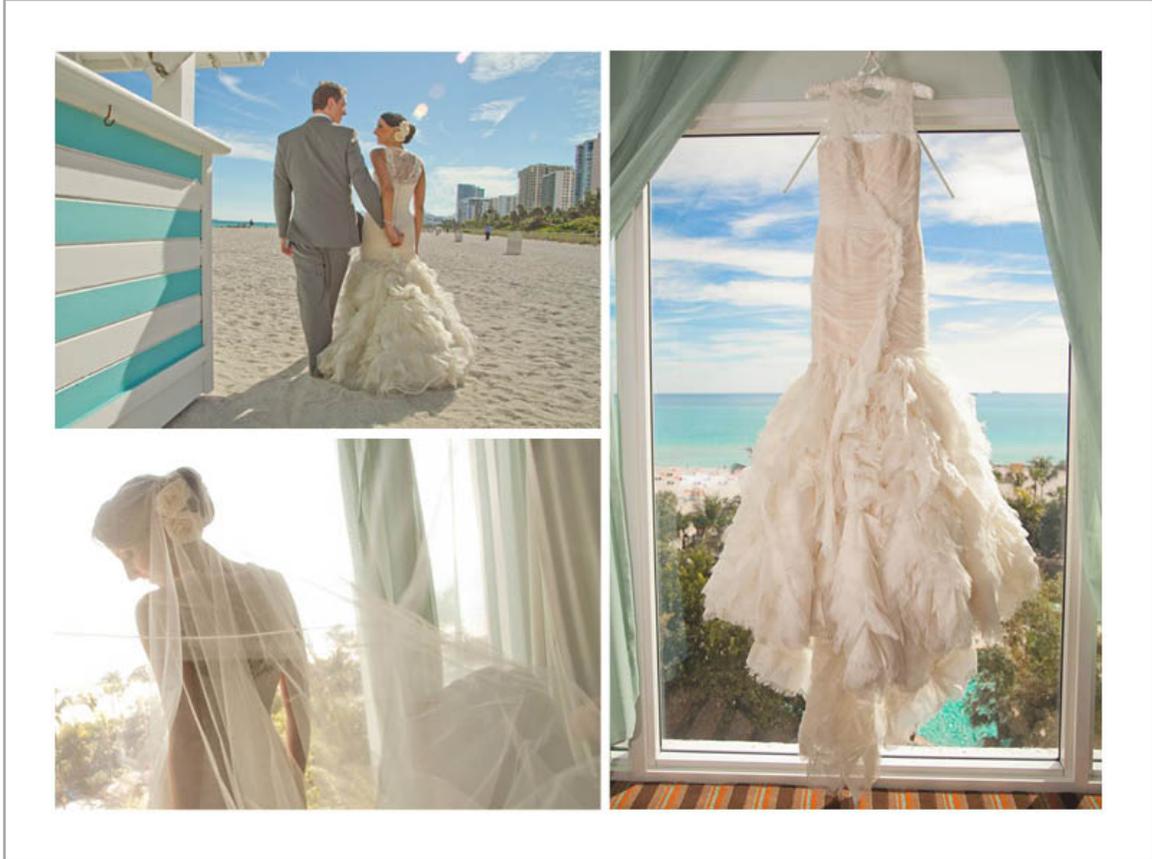
9.13 Propuesta gráfica final interior bodas destino para portafolio digital



9.14 Propuesta gráfica final interior bodas destino para portafolio digital



9.15 Propuesta gráfica final interior bodas destino para portafolio digital



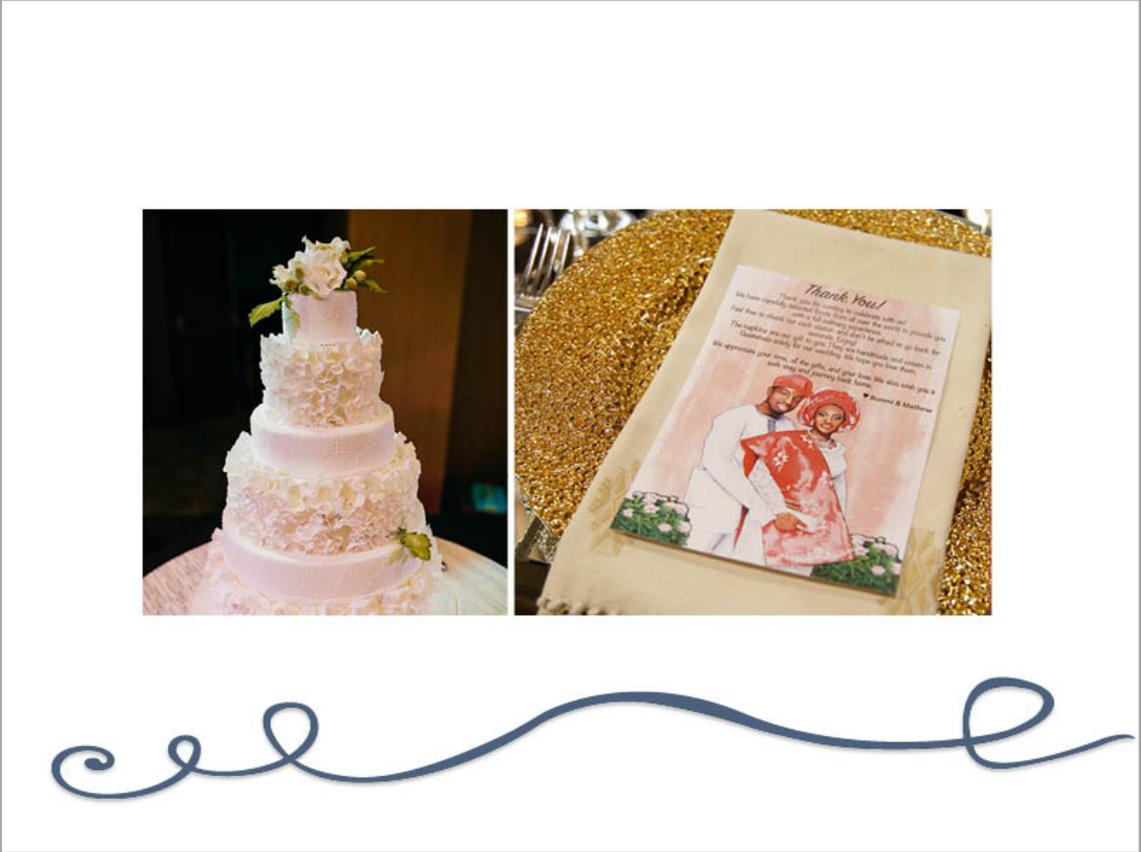
9.16 Propuesta gráfica final interior bodas destino para portafolio digital

Amor es Amor



Ayudándote a planificar
el comienzo de tu feliz
para siempre...

9.17 Propuesta gráfica final interior bodas destino para portafolio digital



9.18 Propuesta gráfica final portada eventos para portafolio digital



Eventos

No tengo palabras para agradecerle el haber hecho mis sueños realidad. En todo momento me sentí cuidada, apreciada, comprendida y querida
¡Gracias!

9.19 Propuesta gráfica final interior eventos para portafolio digital

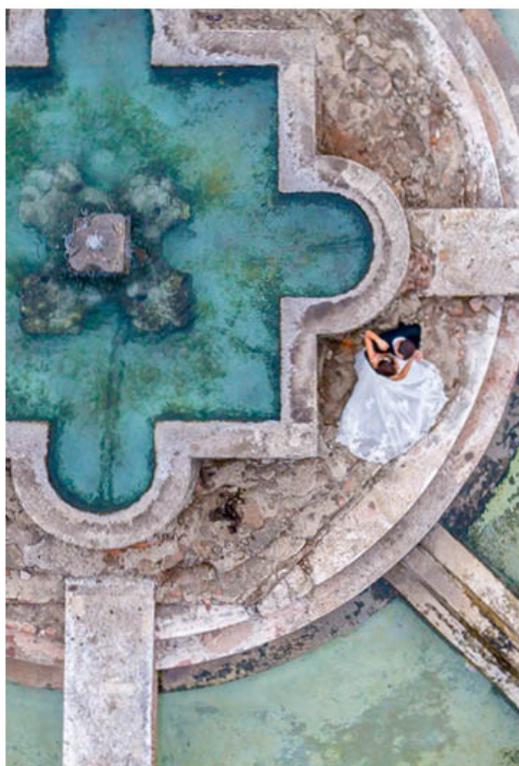


9.20 Propuesta gráfica final interior eventos para portafolio digital

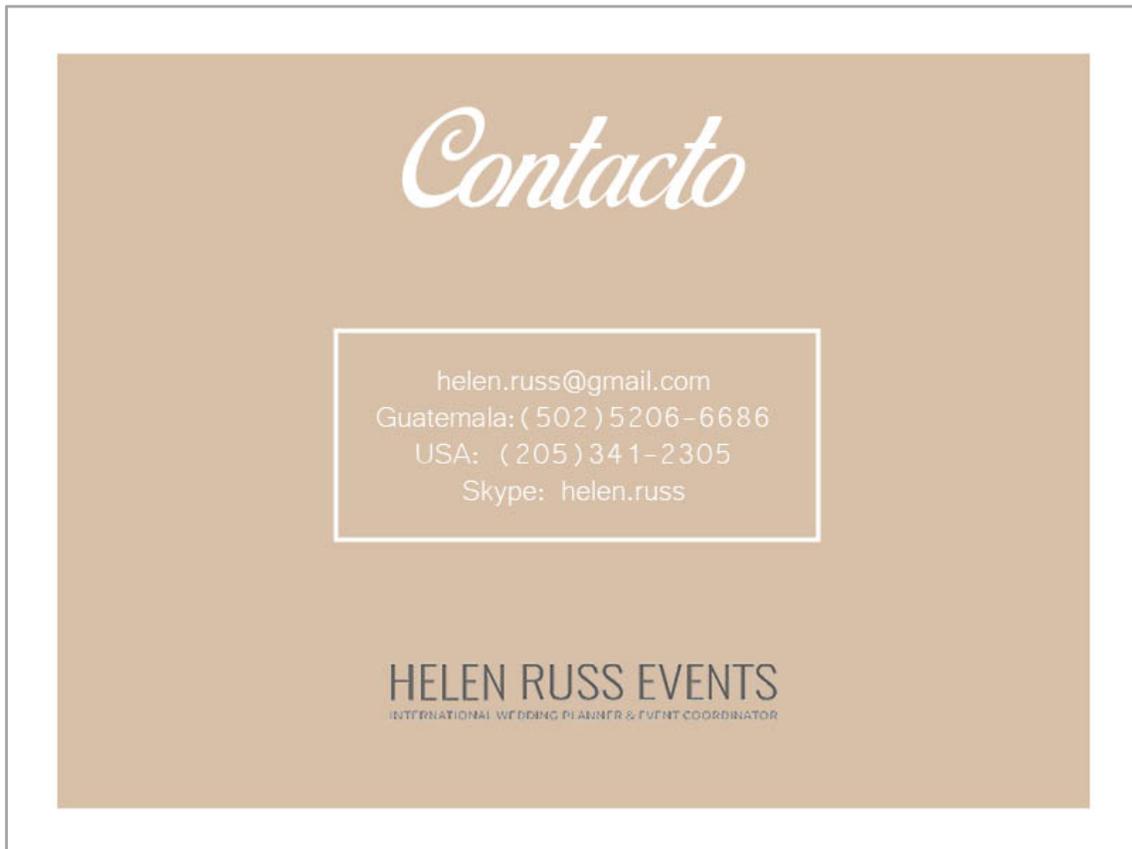


9.21 Propuesta gráfica final interior agradecimiento para portafolio digital

*Gracias
por dejarme ser
parte de su
historia.*



9.22 Propuesta gráfica final contraportada para portafolio digital



Capítulo X

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

En este capítulo se especifican los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos de la propuesta del diseño de portafolio digital: Medios virtuales, alternativas y costo de producción del material presentado.

Por lo tanto, para que el proyecto cumpla su función es necesario implementarlo y darlo a conocer tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- Plan de costo de elaboración
- Plan de costo de producción
- Plan de costo de distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

En este punto se establece el tiempo y costo del proceso creativo, así como la elaboración de propuesta. En el siguiente cuadro se detalla cada uno de los puntos que incluye el plan de costos de elaboración:

Descripción	Tiempo por semana	Tiempo en horas	Costo(Q25.00c/h)
Recopilación de Información	1 semana(4hrs. x día)	28hrs.	Q700.00
Conceptualización	3 días (3hrs. x día)	9hrs.	Q225.00
Bocetaje	1 semana (4hrs. x día)	28hrs.	Q700.00
Edición de Fotografías	3 días (5hrs. x día)	15hrs.	Q375.00
Diagramación	2 semanas (3hrs. x día)	42hrs.	Q1,050.00
Total	4 semanas con 6 días	122hrs.	Q3,050.00

10.2 Plan de costos de producción

En este punto se establece el tiempo y costo del arte final de la propuesta. En el siguiente cuadro se desarrolla cada uno de los puntos que incluye el plan de costos de producción:

Descripción	Tiempo por semana	Tiempo en horas	Costo (Q25.00c/h)
Digitalización	1 semana (3hrs. x día)	21hrs.	Q525.00
Propuesta Preliminar	1 semana (4hrs. x día)	28hrs.	Q700.00
Cambios	1 semana (3hrs. x día)	21hrs.	Q525.00
Propuesta final	1 semana (3hrs. x día)	21hrs.	Q525.00
Total	3 semanas	91hrs.	Q2,275.00

10.3 Plan de costos de reproducción

En este punto se establece que el proyecto no requiere de un plan de reproducción ya que el libro trilingüe es digital, por lo tanto, no se gastará en impresiones de ningún tipo porque su distribución va a ser digital.

10.4 Plan de costos de distribución

El material realizado es un portafolio digital, por lo que no incurre en ningún gasto de distribución al ser compartido a través de mails, links de visualización o archivosPDF.

10.5 Margen de utilidad

Se determinó un margen de utilidad del 20% con base al costo de elaboración y producción del proyecto para el portafolio digital Helen Russ Events.

Descripción	Costo
Margen de utilidad del 20%	Q1,160.00
Total	Q1,160.00

10.6 Cuadro con resumen general de costos

Descripción	Tiempo por semana	Tiempo en horas	Costo(Q25.00c/h)
Elaboración	4 semanas con 6 días	122hrs.	Q3,050.00
Producción	3 semanas	91hrs.	Q2,275.00
Reproducción	0 semanas	0hrs.	Q0.00
Distribución	0 semanas	0hrs.	Q0.00
Sub total	7 semanas con 6 días	213hrs.	Q5,325.00
Margen de utilidad 20%			Q1,065.00
Sub total	7 semanas con 6 días	213hrs.	Q6,390.00
IVA 12%			Q766.88
Gran total	7 semanas con 6 días	213hrs.	Q7,156.80

En resumen, se determinó que el proyecto del portafolio digital, que se realizó en un tiempo de siete semanas con seis días en 213 horas que fueron estimadas con un valor de veinticinco quetzales, tiene un valor total de 7,156.80 quetzales.

Capítulo XI

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se diseñó un portafolio digital para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa Helen Russ Events a clientes reales y potenciales entre los 27 y 37 años de edad.

11.1.2 Se investigó acerca de los conceptos relacionados a la comunicación y diseño, para fundamentar el desarrollo del proyecto de forma adecuada para el portafolio digital.

11.1.3 Se recopiló información acerca de los servicios que ofrece la empresa y de los eventos realizados para complementar el contenido del portafolio digital.

11.1.4 Se diagramó el contenido informativo del portafolio digital para seguir la línea gráfica de la empresa Helen Russ Events.

11.1.5 Se actualizó nueva información sobre los servicios que ahora ofrece Helen Russ Events, colocándolos en el portafolio digital.

11.1.6 Se evaluaron las fotografías que el cliente proporcionó para integrarlas correctamente en el diseño y complementar la diagramación del contenido del portafolio digital.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Diagramar el portafolio digital según las tendencias investigadas, a través de una distribución adecuada de textos, fotografías y paleta de colores, para facilitar la composición del contenido digital.

11.2.2 Actualizar la información colocada en el portafolio digital periódicamente con los eventos realizados durante el año, para mantener interesados a los clientes reales y potenciales.

11.2.3 Investigar constantemente sobre las nuevas formas de diseño, para poderlo implementar en el portafolio digital, ya que con el tiempo las tendencias de diseño y tecnología avanzan con rapidez.

11.2.4 Diseñar nuevas formas para promover los servicios y productos de organización de eventos, para alcanzar de diferentes formas a los clientes potenciales.

11.2.5 Recopilar información innovadora acerca de los nuevos productos para la organización y decoración de eventos y poder ofrecerlos.

11.2.6 Promover el portafolio digital a través de los medios electrónicos para que sus clientes reales y potenciales conozcan acerca de la diversidad de servicios que ofrece la empresa

11.2.7 Para la impresión del portafolio en un futuro, se recomienda la medida 17 x 24 cm y solicitar asesoría del diseñador para el tipo de material correcto para utilizarse al momento de la impresión y distribución.

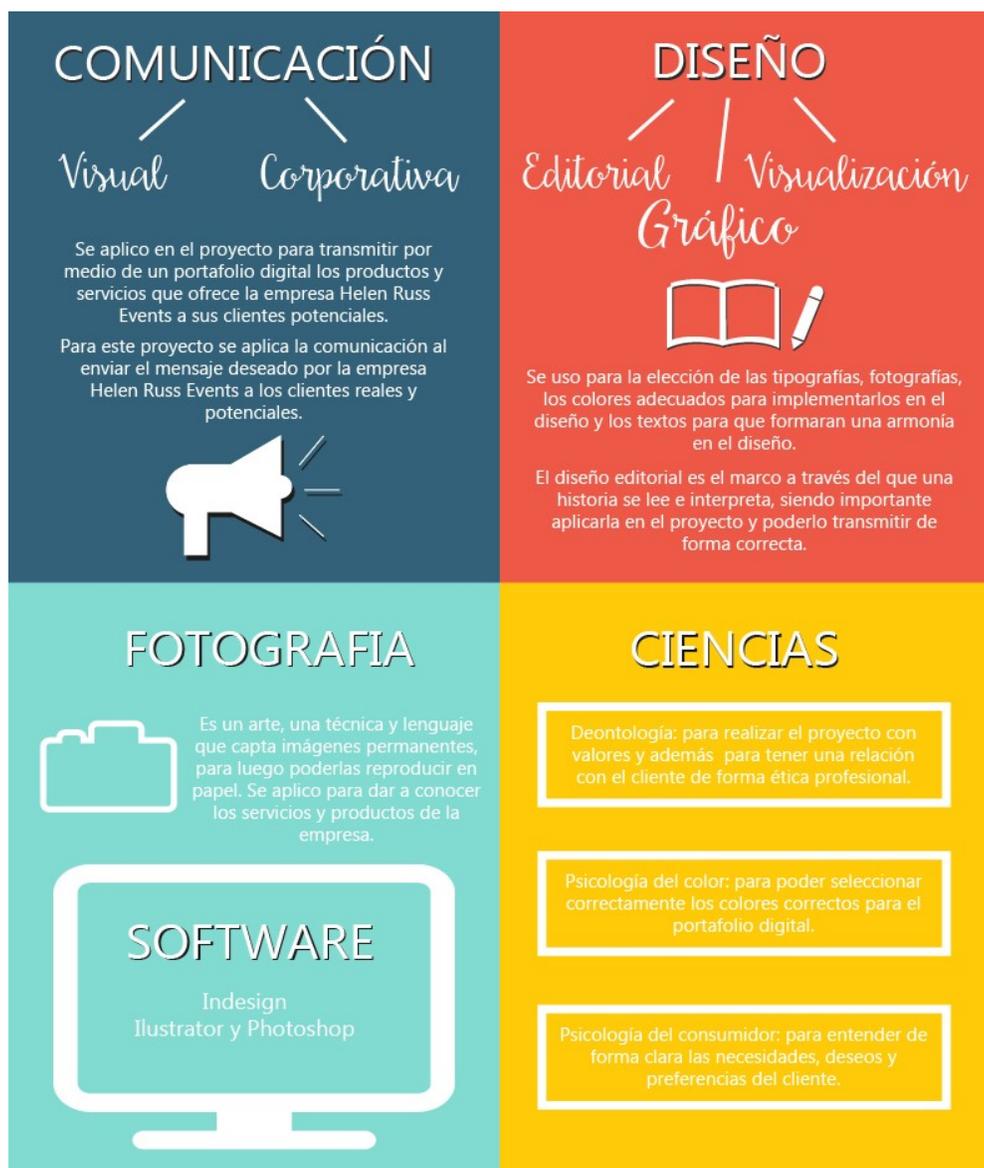
11.2.8 Se recomienda utilizar únicamente fotografías de fotógrafos profesionales, para mantener la calidad en las imágenes y cuidar la resolución de las fotografías.

Capítulo XII

Capítulo XII: Conocimiento general

En este capítulo se representa en una infografía la manera en que se relacionan los conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Comunicación y Diseño, con la elaboración del proyecto.

12.2 Demostración de conocimientos



Capítulo XIII

Capítulo XIII: Referencias

Economipedia. (2015).

Estadísticas, I. N. (n.d.). *INE*. Guatemala.

Fotonostra. (2017). *Fotonostra*. From
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:lswHRsEjbf0J:https://www.fotonostra.com/glosario/litografia.htm+&cd=18&hl=es-419&ct=clnk&gl=gt>

Ginger, S. (2005). Gestalt: teoría y técnicas. In S. Ginger, *Tema 25 de Revista de terapia Gestalt* (p. 174). España: Asociación Española de Terapia Gestalt.

Guatemala, I. G. (n.d.). *INE*.

humano, D. (n.d.). *Desarrollo humano guatemala*.

Massana, M. D. (2014). *Psicología de la comunicación* (Vol. 1.a edición). Barcelona: Editorial Planeta, S. A.

Pérez, M. (2018). *Diseño creativo*. From <https://xn--diseocreativo-lkb.com/colores-tendencia-diseno/>

(2009). Tabla de niveles socio económicos. Multivex.

VIX. (12 de 13 de 2011). Obtenido de
<https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>

Características. (14 de 10 de 2014). Obtenido de
<https://www.caracteristicas.co/comunicacion-escrita/>

Definición de conceptos. (8 de 08 de 2018). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/fotografia/>

(29 de agosto de 2018). Mariana Eguaras - Consultoría editorial.

Milenium. (junio de 2018). Obtenido de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-diseno-web.html>

psicoactiva. (29 de Agosto de 2018). Obtenido de <https://www.psicoactiva.com/blog/la-comunicacion-no-verbal-el-arte-de-expresarse-sin-hablar/>

Wikipedia. (29 de 08 de 2018). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicación_verbal

ABC, D. (9 de junio de 2018). *Definición ABC.* Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/evento.php>

comunicologos. (2003/2018). *comunicologos.* Obtenido de <https://www.comunicologos.com/practicas/comunicaci%C3%B3n-visual/>

definición, C. (9 de junio de 2018). *Concepto definición.* Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/coordinacion/>

Economipedia. (2015).

Empresarial, I. E. (2018). *Integra Markets.* Obtenido de <http://integramarkets.com/publicaciones/ebook-gestion-prospeccion-oportunidades-de-negocio/>

FES. (2015). 2015 FES, FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE SOCIOLOGÍA.

Guatemala, I. G. (s.f.). *INE*.

humano, D. (s.f.). *Desarrollo humano guatemala*.

Johnson, B. . (2018). *Ecu Red*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n>

Massana, M. D. (2014). *Psicología de la comunicación* (Vol. 1.a edición). Barcelona: Editorial Planeta, S. A.

Mique, E. (2017). *Mique*. Obtenido de <http://www.mique.es/diseño-gráfico-plano-o-flat-design/>

Neuronilla. (6 de Agosto de 2018). *Neuronilla*. Obtenido de www.neuronilla.com: <https://www.neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>

Pérez, M. (2018). *Diseño creativo*. Obtenido de <https://xn--diseocreativo-lkb.com/colores-tendencia-diseno/>

Ramírez, Ó. (2018). *Canva*. Obtenido de https://www.canva.com/es_mx/aprende/tipografia-fuente-no-son-lo-mismo/

Roldán, P. N. (junio de 2018). *Econopidia*.

Russ, H. (19 de enero de 2017). *Helen Russ Events*. Obtenido de Helen Russ Events: <http://www.helenrusseventos.com>

SL, R. S. (2002-2017). *Reviso Soluciones Cloud SL*. Obtenido de <https://www.reviso.com/es/que-es-una-empresa>

tiposdearte.com. (2013-2018). *tipos de arte*. (tiposdearte.com, Editor) Recuperado el 29 de agosto de 2018, de <https://tiposdearte.com/todos-los-tipos-de-arte-en-la-historia/>

Capítulo XIV

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

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	Medio completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivo de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q10 mil	Piso Q15 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q14 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 5 baños, 3-4 salas, parry, alacena, estudio, área de servicio, reparada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, parry, alacena, 1 estudio, área de servicio, separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Fincas, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios terrenos, condominios o casa de cogitar	Sitios terrenos interiores por viviendas				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chófer	1-2 personas de tiempo completo, chófer	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 acuática, moto, helicóptero, 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 5-10 años, sin seguro	Moto, por trabajo	
BIENES DE CONSUMO	1 tel. celular, cel. cada miembro de la familia, Direc TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipo de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquina de lavar ropa, platos ropa, computadora al miembro, internet por ton electrónico, todos los electrodomésticos	2 tel. mínimo, cel. cada miembro de la familia, Direc TV, internet dedicada, cable, 2 equipo de audio, 3 TV, 1 plana o plasma, maquina de lavar ropa, computadora, internet por ton electrónico y todos los electrodomésticos	1 tel. mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomésticos básicos	1 tel. mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos 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, estado	CC, parques, estado	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 cta Q monetario y ahorro, Plazo fijo, TC int, Seguro y cta en USA	2-3 cta Q monetario y ahorro, Plazo fijo, TC int, Seguro y cta en USA	1-2 cta Q monetario y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC int, Seguro colectivo	1 cta Q monetario y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

Anexo 2: Excel con bases para la validación de proyecto en línea

	B	C	D	E	F	G
1	Dirección de correo electr	1. Considera que el contenid	2. Según su criterio, considera	3. ¿Considera correcto el	4. Las fotografías selecció	1. ¿Considera adecuado
3	sofiaquevedoriz88@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
4	colocha40@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Calidad	Muy adecuados
5	baldettymax@gmail.com	Muy suficiente	Poco apropiados	Poco correctos	Calidad	Muy adecuados
6	luciacazali39@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
7	pakaldecor@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
8	rvmari13mail.com@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
9	pamela@mmlseguros.co	Muy suficiente	Muy apropiados	Poco correctos	Interés	Poco adecuados
10	hopebarrutia12@gmail.cc	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
11	liz43demora@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
12	johanna.orive@gmail.com	Poco suficiente	Muy apropiados	Poco correctos	Interés	Muy adecuados
13	cristsydemr@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
14	necagonzalezk@yahoo.c	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
15	galaarnaud9458@gmail.c	Poco suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
16	luluporras10@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
17	elsajea2000@yahoo.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
18	narusha_13@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
19	lucy15_19@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
20	artaller.guatemala@gmail	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
21	fairtrade Guatemala@gma	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
22	eestivenkpz_90@gmail.c	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Calidad	Muy adecuados
23	emileluttman@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados

	B	C	D	E	F	G
1	Dirección de correo electr	1. Considera que el contenid	2. Según su criterio, considera	3. ¿Considera correcto el	4. Las fotografías selecció	1. ¿Considera adecuado
10	hopebarrutia12@gmail.cc	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
11	liz43demora@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
12	johanna.orive@gmail.com	Poco suficiente	Muy apropiados	Poco correctos	Interés	Muy adecuados
13	cristsydemr@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
14	necagonzalezk@yahoo.c	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
15	galaarnaud9458@gmail.c	Poco suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
16	luluporras10@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
17	elsajea2000@yahoo.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
18	narusha_13@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
19	lucy15_19@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
20	artaller.guatemala@gmail	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
21	fairtrade Guatemala@gma	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
22	eestivenkpz_90@gmail.c	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Calidad	Muy adecuados
23	emileluttman@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
24	hassello88@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Calidad	Muy adecuados
25	fredo_soni@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
26	merakinatush@gmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Calidad	Muy adecuados
27	mishellekoplowitz86@hot	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
28	auryfisherr@hotmail.com	Muy suficiente	Muy apropiados	Muy Correctos	Interés	Muy adecuados
29						
30						

Anexo 3: Fotografías de validación a expertos



Lic. Carlos Franco
Comunicador y diseñador

Lic. José Monrroy
Publicista



Lic. Mario Vásquez
Administrador

Lic. Carlos A. Jiménez
Diseñador gráfico



Lic. María Eugenia Aguilar
Comunicadora y diseñadora

Anexo 4: Fotografías de validación a profesionales



Anexo 5: tabla de objetivos

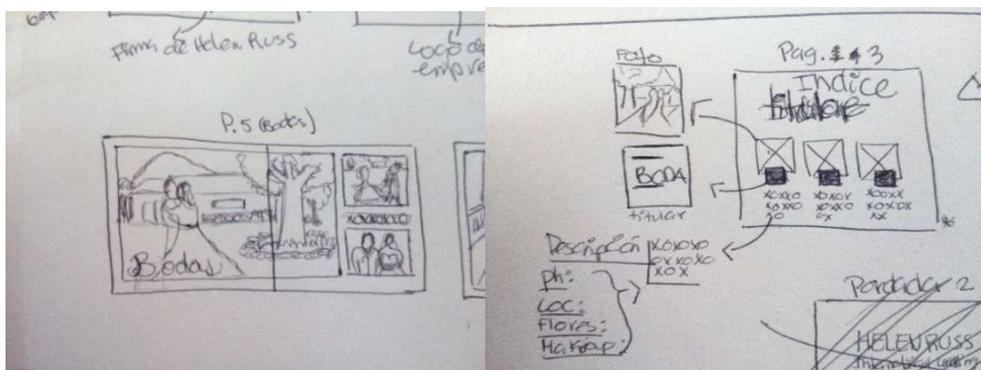
Ejemplo de cuadro de objetivos específicos.

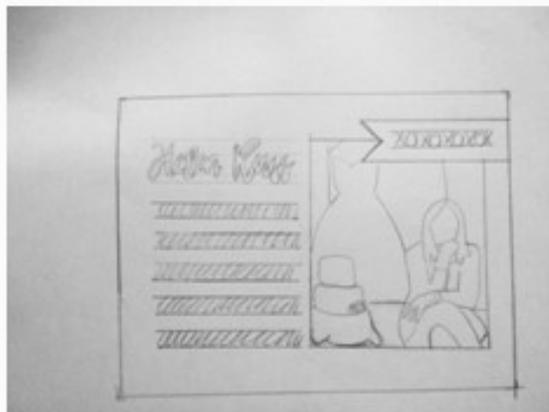
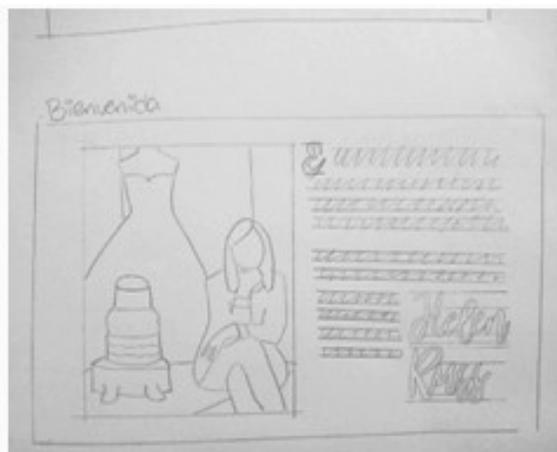
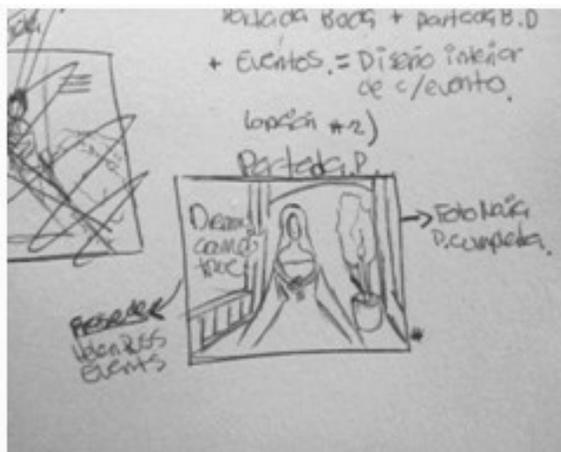
Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General	Diseñar	un portafolio digital	para dar a conocer los productos y servicios	a clientes reales y potenciales
Específico	Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño y comunicación	a través de fuentes bibliográficas	que respalden científicamente la propuesta del diseño de portafolio digital	que será dirigida a los clientes
Específico	Recopilar información de la empresa y los eventos	a través de la información que el cliente proporcione por medio del <u>Brief</u>	para que sea integrado al diseño digital	Para complementar el contenido del portafolio digital.
Específico	Diagramar	El contenido informativo	Para mantener una misma línea gráfica	Para la empresa Helen Russ Events

Anexo 6: Gráfica de Magnitud



Anexo 7: Proceso de bocetaje portafolio digital

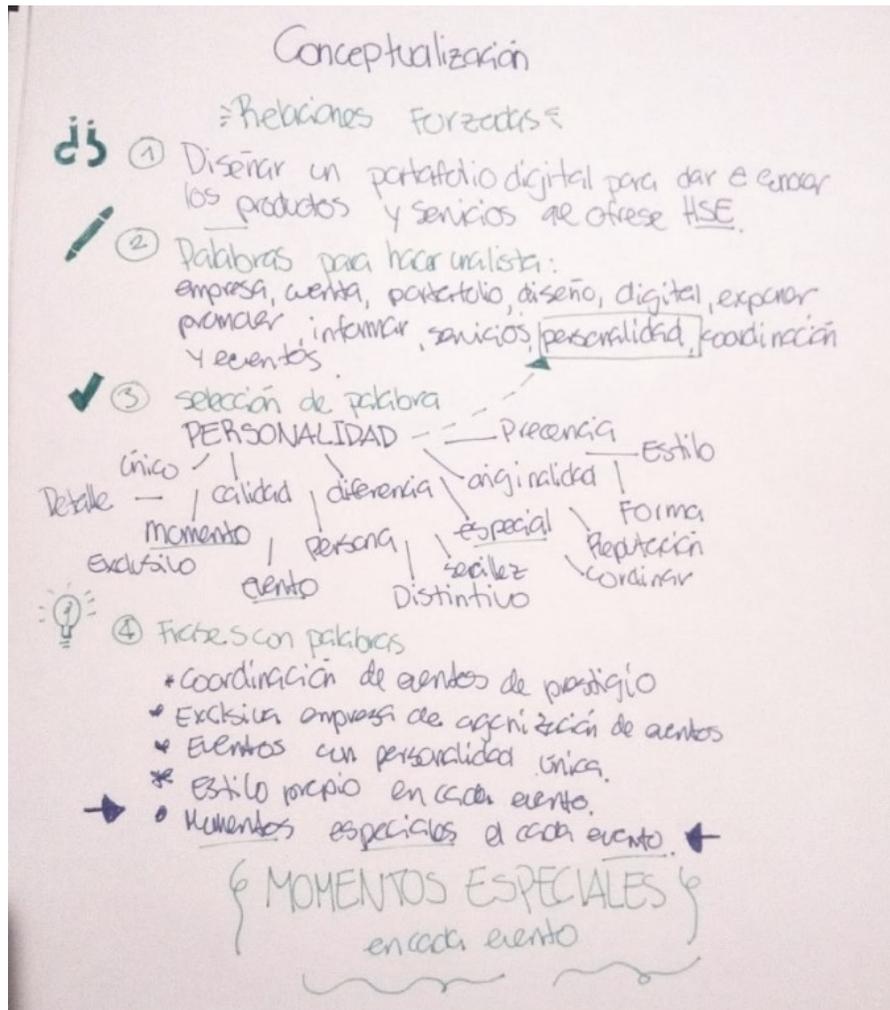




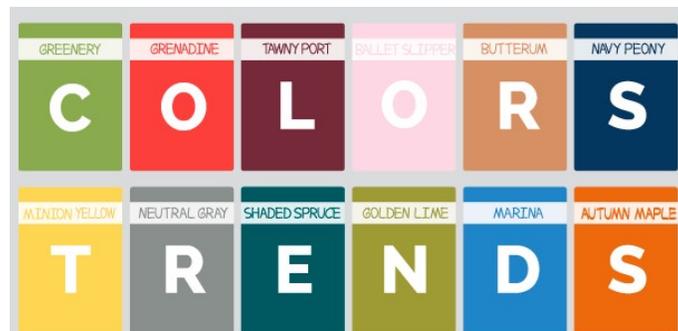
Anexo 8: Aplicación de la información obtenida en el marco teórico



Anexo 9: Proceso de boceto para conceptualización



Anexo 10: colores de tendencia



Anexo 11: Encuestas para validación



Grupo objetivo

Expertos

Cliente

Género: Femenino

Edad

Masculino

Nombre: _____

Profesión: _____

Encuesta de validación de proyecto

La empresa Helen Russ Events, cuenta con más de 16 años de experiencia coordinando eventos. Helen Russ se dedica a diseñar, coordinar y producir de la más alta calidad de eventos sociales, bodas y especialmente bodas destino. Por tal motivo se propuso diseñar un portafolio digital para informar y promover los servicios de coordinación de eventos que ofrece la empresa Helen Russ Events.

Instrucciones: A continuación, se presentará una serie de preguntas sobre el diseño del portafolio digital para Helen Russ Events, leer detenidamente las preguntas y seleccionar la respuesta que considere correcta. Muchas gracias por su respuesta.

Parte semiológica

1. Considera que el contenido del portafolio digital es:

Muy suficiente

Poco suficiente

Nada suficiente

2. Según su criterio, considera los colores utilizados en el portafolio digital son:

Muy apropiados

Poco apropiados

Nada apropiados

3. ¿Considera correcto el uso de elementos gráficos para el portafolio digital Helen Russ Events?

Muy Correctos

Poco correctos

Nada correctos

4. Las fotografías seleccionadas para el portafolio le transmiten:
- Interés
 - Calidad
 - Inadecuados

Parte Operativa

1. ¿Considera adecuado el formato horizontal utilizado para el diseño del portafolio digital para la empresa Helen Russ Events?
Medidas: 23.5 x 19.5cm
- Muy adecuados
 - Poco adecuados
 - Nada adecuados
2. Considera que la cantidad de hojas que contiene el portafolio son:
- Muy suficientes
 - Poco suficientes
 - Nada suficientes
3. Considera que la manera en que están distribuidas las imágenes y la diagramación de los textos están ordenados de forma correcta en el portafolio digital:
- Muy ordenado
 - Poco ordenado
 - Nada ordenado
4. ¿Considera adecuado el tamaño de las imágenes y de los textos?
- Muy adecuados
 - Poco adecuados
 - Nada adecuados

Comentarios
