



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de guía digital para la empresa Rotushop, S.A que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere, Guatemala.

Guatemala. 2020.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Santiago González, Ayleen Zahira Lucrecia

No. 16001491

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2019

Diseño de guía digital para la empresa Rotushop,S.A que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere.

Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación 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 13 de abril de 2019

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 GUÍA DIGITAL PARA LA EMPRESA ROTUSHOP, S.A QUE FACILITE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA SOLICITUD Y COMPRA DEL TIPO DE ROTULACIÓN QUE REQUIERE, GUATEMALA, GUATEMALA, 2020.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González
16001491

Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2019

Señorita:
Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González
Presente

Estimada Señorita Santiago:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE GUÍA DIGITAL PARA LA EMPRESA ROTUSHOP, S.A QUE FACILITE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA SOLICITUD Y COMPRA DEL TIPO DE ROTULACIÓN QUE REQUIERE, GUATEMALA, GUATEMALA. 2020.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de enero de 2020

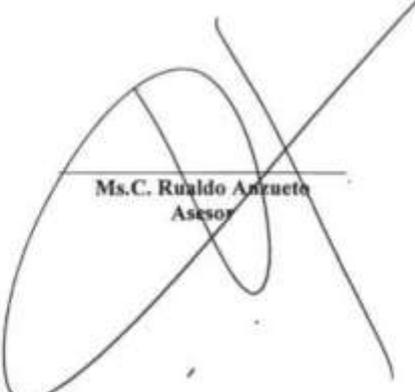
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA DIGITAL PARA LA EMPRESA ROTUSHOP, S.A QUE FACILITE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA SOLICITUD Y COMPRA DEL TIPO DE ROTULACIÓN QUE REQUIERE, GUATEMALA, GUATEMALA. 2020.** Presentado por la estudiante: Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González, con número de carné: *16001491*, 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. Rinaldo Anzueto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de febrero de 2020

Señorita
Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González
Presente

Estimada Señorita Santiago:

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 Kächler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 22 de mayo de 2020.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

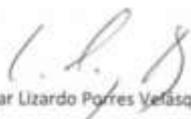
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE GUÍA DIGITAL PARA LA EMPRESA ROTUSHOP, S.A QUE FACILITE A SUS CUENTES REALES Y POTENCIALES, LA SOLICITUD Y COMPRA DEL TIPO DE ROTULACIÓN QUE REQUIERE, GUATEMALA, GUATEMALA. 2020***, de la estudiante Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González, 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, 25 de mayo de 2020

Señorita:
Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González
Presente

Estimada Señorita Santiago:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA DIGITAL PARA LA EMPRESA ROTUSHOP, S.A QUE FACILITE A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA SOLICITUD Y COMPRA DEL TIPO DE ROTULACIÓN QUE REQUIERE, GUATEMALA, GUATEMALA. 2020.** Presentado por la estudiante: Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a Dios, quien en todo momento me apoya y me guía en mi vida, quien me da fuerzas para seguir adelante y no quedarme en los problemas que surgen en determinados momentos de mi vida, enseñándome a luchar con las adversidades, sin perder nunca la esencia de mi persona.

A mi mamá, quien siempre me apoya en todo, por sus consejos, comprensión, amor incondicional, ayuda en los momentos difíciles, por ayudarme con los recursos económicos para estudiar y sobrevivir. Doy las gracias por enseñarme los valores necesarios para vivir mi vida, mi carácter, mi perseverancia y mi coraje para conseguir lo que me propongo.

A mi hermana, quien siempre está ahí para aconsejarme, apoyarme y ser esa mano derecha que me motiva a seguir adelante con mis sueños aventureros de seguir descubriendo las maravillas del mundo.

Resumen

La empresa Rotushop,S.A no cuenta con una guía digital que facilite a sus clientes reales y potenciales la solicitud del tipo de rotulación que requiere.

Se espera que los clientes reales y potenciales de la empresa Rotushop,S.A cuenten con un método más factible al solicitar el producto o servicio en base a sus requerimientos.

Por lo que se planteó el objetivo: diseñar una de guía digital para la empresa Rotushop, S.A. que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere.

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 25 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

En conclusión, se puede afirmar que sí fue posible diseñar la guía digital para la empresa Rotushop.S.A que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere.

Se sugiere que la base de datos del formulario sea revisada por el diseñador gráfico de la empresa Rotushop, S.A. para obtener mejores resultados en los tipos de rotulaciones que la empresa proporciona a sus clientes reales y potenciales.

Para efectos legales, únicamente la autora, Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1 Introducción	1
CAPÍTULO II: PROBLEMÁTICA	2
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	2
2.3 Justificación.....	3
2.3.1. Magnitud.....	3
2.3.2. Vulnerabilidad	3
2.3.3. Trascendencia.	4
2.3.4. Factibilidad.....	4
CAPÍTULO III: OBJETIVOS DE DISEÑO	6
3.1 Objetivo General	6
3.2 Objetivos Específicos	6
CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA	7
4.1 Información general del cliente	7
4.2 Isologo.....	7
4.2.1 Retícula.	8
4.2.2 Colores.....	8

4.2.3 Tipografía	8
4.2.4 Forma	9
4.3 Datos del cliente	9
4.3.1 Marcas de Rotushop, S.A.....	9
4.3.2 Antecedentes.....	9
4.3.3 Oportunidad identificada.....	9
4.4 Misión	10
4.5 Visión.....	10
4.6 Valores	10
4.6.1 Responsabilidad.....	10
4.6.2 Integridad organizacional (honestidad, respeto y lealtad).....	10
4.7 FODA.....	11
4.7.1 Fortalezas.....	11
4.7.2 Oportunidades.....	11
4.7.3 Debilidades.....	11
4.7.4 Amenazas.....	11
4.8 Responsabilidad Social Empresarial.....	11
4.9 Delimitación geográfica.....	12
4.10 Competencia.....	12
4.11 Posicionamiento.....	12

4.12 Factores de diferenciación.....	12
4.13 Objetivo de mercadeo	13
4.14 Objetivo de comunicación.....	13
4.15 Mensajes claves a comunicar	13
4.16 Estrategia de comunicación.....	13
4.17 Reto del diseño y trascendencia	13
4.18 Materiales a realizar	13
CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO.....	13
Definición del grupo objetivo	13
5.1 Perfil geográfico	13
5.2 Perfil demográfico Rotushop,S.A.....	14
5.3 Perfil psicográfico.....	15
5.4 Perfil conductual.....	16
CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO	18
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	18
6.1.1 Empresa.....	18
6.1.2 Clientes.....	18
6.1.3 Mantas Vinílicas u Lonas Publicitarias.....	18
6.1.4 Vallas Publicitarias.	18

6.1.5 Calcomanías.....	19
6.1.6 Corte electrónico.....	19
6.1.7 Rotulación vehicular.....	19
6.1.8 Rótulos en acrílico.....	19
6.1.9 Rótulos en PVC.....	19
6.1.10 Letras tipo block.....	20
6.1.11 Exhibidores PVC.....	20
6.1.12 Banners y stands.....	20
6.1.13 Vidrio.....	20
6.1.14 Aluminio.....	20
6.1.15 Concreto.....	20
6.1.17 Lámina.....	21
6.1.18 Suelo.....	21
6.1.19 Piso.....	21
6.1.20 Paredes con textura.....	21
6.2 Conceptos relacionados con comunicación.....	21
6.2.1 Comunicación.....	21
6.2.2 Comunicación Corporativa.....	21
6.2.3 Comunicación Visual.....	22
6.2.4 Comunicación Digital.....	22
6.2.5 Comunicación Publicitaria.....	22
6.2.6 Comunicación Organizacional.....	22
6.3 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño gráfico.....	23
6.3.1 Diseño gráfico.....	23

6.3.2	Diseño editorial.....	23
6.3.3	Diseño plano.	23
6.3.4	Diseño Publicitario.....	24
6.3.5	Creatividad.....	24
6.3.6	Boceto.....	24
6.3.7	Degradado.	24
6.3.8	Tipografía.	24
6.3.9	Logotipo.	24
6.3.10	Vector.....	25
6.3.11	Ilustración vectorial.	25
6.3.12	Infografía.....	25
6.3.13	Imagen Corporativa.	25
6.3.14	Branding.	25
6.3.15	Publicidad.....	25
6.4	Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	26
6.4.1	Ciencias auxiliares.....	26
6.4.2	Artes.....	27
6.4.3	Teorías.	28
6.4.4	Tendencias.	28
CAPÍTULO VII: PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR.....		27
7.1	Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	27
7.1.1	Tablero de tendencias	29
7.2	Conceptualización	30

7.2.1 Método.....	30
7.2.2 Mapas mentales.....	30
7.2.2 Definición del concepto.....	31
7.3 Bocetaje.....	32
7.3.1 Proceso de bocetaje.....	32
7.3.2. Proceso de digitalización de bocetos.....	48
7.4 Propuesta preliminar.....	53
7.4.1 Propuesta preliminar portada.....	53
CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA	63
8.1 Población y muestreo.....	63
8.2 Método e instrumentos.....	63
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	68
8.3.1 Parte objetiva.....	68
8.3.2 Parte operativa.....	72
8.3.4. Observaciones de validación.....	73
8.4 Cambios en base a los resultados.....	74
8.4.1 Antes.....	74
8.4.2 Después.....	74
8.4.3 Justificación.....	75
8.4.4 Antes.....	75
8.4.5 Después.....	75
8.4.6 Justificación.....	76

8.4.7 Antes.....	76
8.4.8 Después.....	76
8.4.9 Justificación.....	77
8.4.10 Antes.....	77
8.4.11 Después.....	77
8.4.12 Justificación.....	78
8.4.13 Antes.....	78
8.4.14 Después.....	78
8.4.15 Justificación.....	79
CAPÍTULO IX: PROPUESTA GRAFICA FINAL	80
9.1 Propuesta grafica final	80
9.1.1 Página 1 portada	81
9.1.2 Página 2 interior.....	82
9.1.3 Página 3 interior.....	83
9.1.4 Página 4 interior.....	84
9.1.5 Página 5 interior.....	85
9.1.6 Página 6 interior.....	86
9.1.7 Página 7 interior.....	87
9.1.8 Página 8 interior.....	88
9.1.9 Página 9 interior.....	89
9.1.10 Página 10 boton interactivo.....	90
9.1.11 Página 11 final.....	91
9.1.12 Formulario.....	92

CAPÍTULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN	94
10.1 Plan de costos de elaboración	94
10.2 Plan de costos de producción.....	94
10.3 Plan de costos de reproducción.....	94
10.4 Plan de costos de distribución.....	94
10.5 Margen de utilidad	95
10.6 IVA.....	95
10.7 Cuadro con resumen general de costos	95
CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
11.1 Conclusiones	96
11.2 Recomendaciones	97
CAPÍTULO XII: CONOCIMIENTO GENERAL.....	98
12.1 Demostración de conocimientos.....	98
12.2 Tabla de conocimiento general.....	100
CAPÍTULO XIII: REFERENCIAS.....	101
13.1 Referencias	101

CAPÍTULO XIV: ANEXOS 103

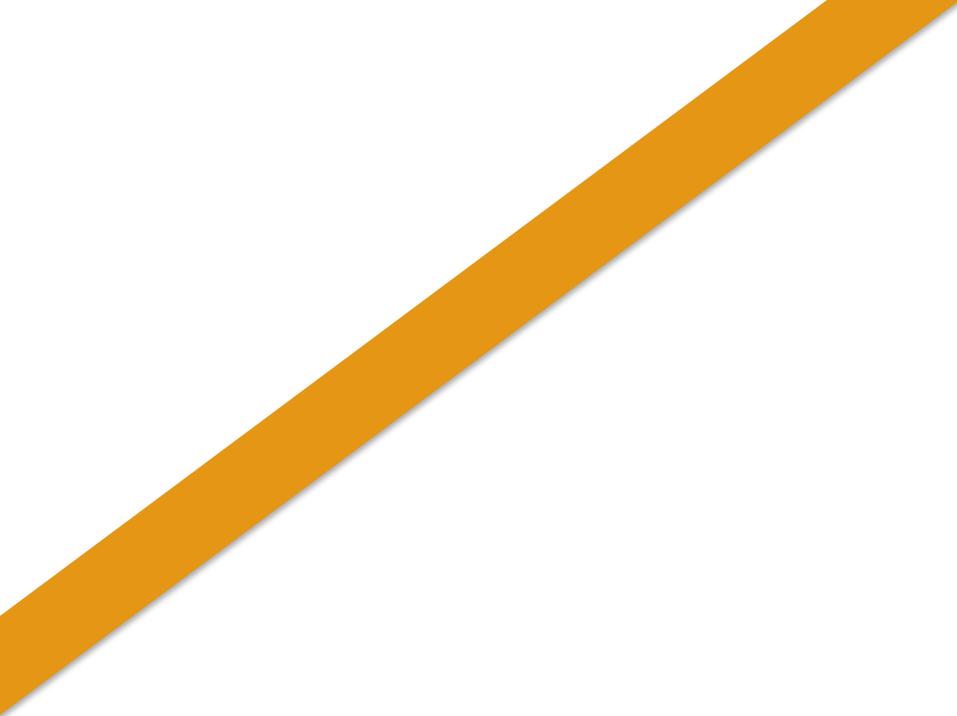
14.1 Anexos 103

Anexo 1..... 103

Anexo 2..... 105

Anexo 3..... 106

Anexo 4..... 107



Capítulo I:
Introducción



Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

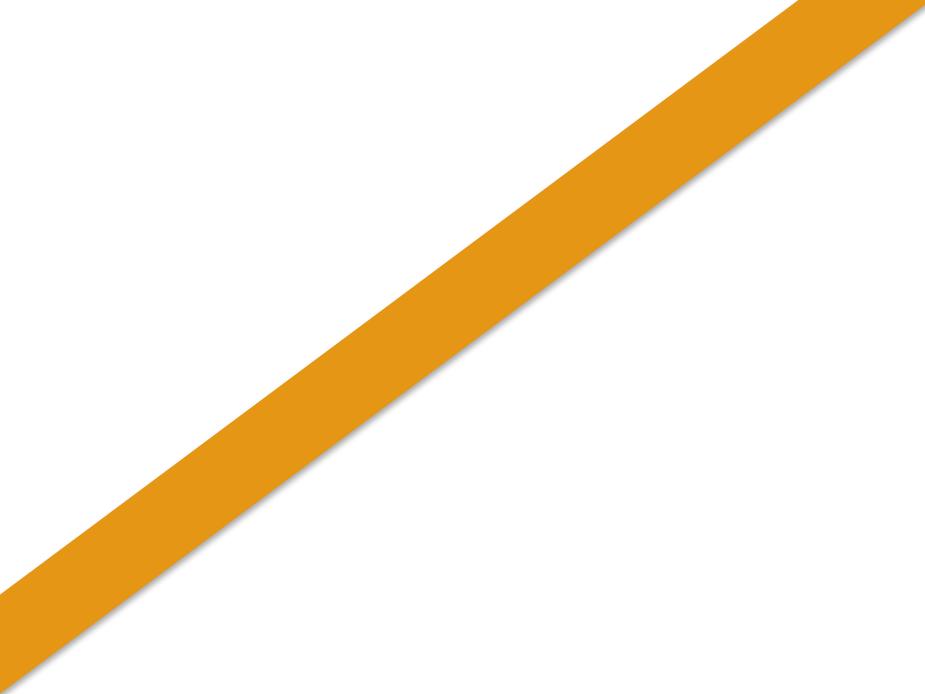
Rotushop, S.A. es una empresa familiar fundada a finales del año 2001, cuenta con 15 años de experiencia en el giro de los servicios publicitarios. La experiencia previa acumulada durante más de 20 años en la industria del aluminio y vidrio dieron pie al inicio de este emprendimiento.

La empresa Rotushop, S.A., ubicada en Calzada Aguilar Batres 26-45 Zona 12, no cuenta con una guía digital que le facilite a sus clientes reales y potenciales la solicitud del tipo de rotulación y servicios que requiere.

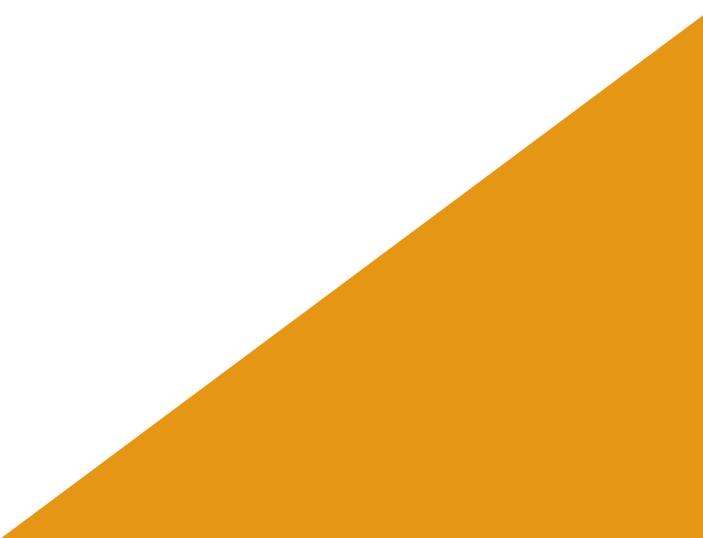
Se busca a través de la comunicación y diseño de una guía digital que será utilizada para proporcionarles a sus clientes reales y potenciales la solicitud del tipo de rotulación que necesitan. Se espera que los clientes reales y potenciales de la empresa Rotushop, S.A. cuenten con un método más factible al solicitar el producto o servicio con base a sus expectativas.

La metodología y procedimientos empleados para la elaboración del proyecto son la investigación de conceptos fundamentales de comunicación y diseño, ciencias, teorías, artes y tendencias, así como también la aplicación de una técnica de diseño para la conceptualización del proyecto.

Posterior al procedimiento mencionado, se llevó a cabo el proceso de bocetaje y propuestas para darle origen al proyecto final que se efectuó con la finalidad de diseñar una guía digital para la empresa Rotushop, S.A. que les simplifique a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que buscan.



Capítulo II:
Problemática



Capítulo II: Problemática

La empresa Rotushop, S.A, ubicada en Calzada Aguilar Batres 26-45 Zona 12, no cuenta con una guía digital que le facilite a sus clientes reales y potenciales la solicitud del tipo de rotulación y servicios que requiere.

2.1 Contexto

Como requerimiento de cuarto año de la licenciatura en Comunicación y Diseño de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo, el estudiante debe cumplir con la elaboración del proyecto de graduación en el que pueda resolver la problemática de comunicación o diseño gráfico para una empresa.

En este caso se eligió la empresa Rotushop, S.A., ubicada en Calzada Aguilar Batres 26-45 Zona 12 de la ciudad Guatemala, compañía que se dedica a proveer servicios de rotulación con maquinaria y materiales de calidad mundial, a través de la industria gráfica.

Se seleccionó a la empresa Rotushop, S.A., debido a que no cuenta con una guía digital para brindarles a sus clientes reales y potenciales la solicitud del tipo de rotulación que requieran.

Por esta razón se busca, a través de un plan estratégico, diseñar la guía digital para la compañía Rotushop, S.A. que le favorezca a sus clientes reales y potenciales en la solicitud del tipo de rotulación que precisan encontrar.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Rotushop, S.A. no cuenta con una guía digital que apoye a sus clientes reales y potenciales en la solicitud del tipo de rotulación que pretenden obtener, por lo que se solicitó por parte de la empresa la guía digital. Esta guía digital será utilizada para la facilitación a sus clientes reales y potenciales a la solicitud del tipo de rotulación que desean.

Se espera que los clientes reales y potenciales de la empresa Rotushop,S.A cuenten con un método más factible al solicitar el producto o servicio en base a sus requerimientos.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud.

Según el Instituto Nacional de Estadística –INE-, Guatemala tiene una superficie territorial de 108, 889 kilómetros cuadrados.

La población actual de Guatemala es de 17,703,559 millones de habitantes. La población masculina actual es de 8,628,906 y la femenina de 9,074,653 millones de habitantes. El departamento de Guatemala tiene 3,134,276 millones de habitantes.

Para el desarrollo de este proyecto es importante mencionar el número de rotuladoras de Guatemala. Según la empresa Rotushop,S.A- el número de empresas exportadoras en el área de Guatemala es de 14. (INE, Censos municipales 2008 – 2011)

Rotushop, S.A. cuenta con 6 colaboradores, de los cuales 4 conforman el personal operativo y 2 el personal administrativo de la empresa. El proyecto se realiza para un total de 10 de la empresa Rotushop,S.A. con 50 clientes reales y con 100 clientes potenciales. (Rotushop, S.A., 2019)

2.3.2. Vulnerabilidad.

Debido a la carencia de una guía digital en la empresa Rotushop, S.A., no es posible facilitar la compra y venta a los clientes reales y potenciales y la solicitud del tipo de rotulación que requieren. La falta de la guía digital mencionada anteriormente

provoca que los clientes reales y potenciales tengan que dirigirse personalmente a la empresa y solicitar allí mismo su producto con los colaboradores.

2.3.3. Trascendencia.

Luego de la elaboración de este proyecto, se espera que los clientes reales y potenciales de la empresa Rotushop, S.A. obtengan la accesibilidad de solicitar y adquirir los productos y servicios que su negocio requiera sin la necesidad de acudir al lugar.

2.3.4. Factibilidad.

La realización del proyecto sí es factible debido a que se cuenta con recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos que hacen posible y realizable el trabajo. Cada uno de los recursos se detalla a continuación.

2.3.4.1 Recursos Humanos.

Rotushop, S.A. cuenta con un equipo de trabajo caracterizado por su capacidad, experiencia y responsabilidad al momento de desarrollar diversos proyectos dentro de la empresa.

El equipo está compuesto de diferentes áreas para mejorar el control y manejo de todas sus actividades.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales.

Los ejecutivos de Rotushop, S.A. se encuentran en total disposición para proporcionar toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto y, a su vez, autorizan el uso de las instalaciones, personales y espacios necesarios para elaborar el material y ponerlo en marcha cuando el proyecto sea finalizado.

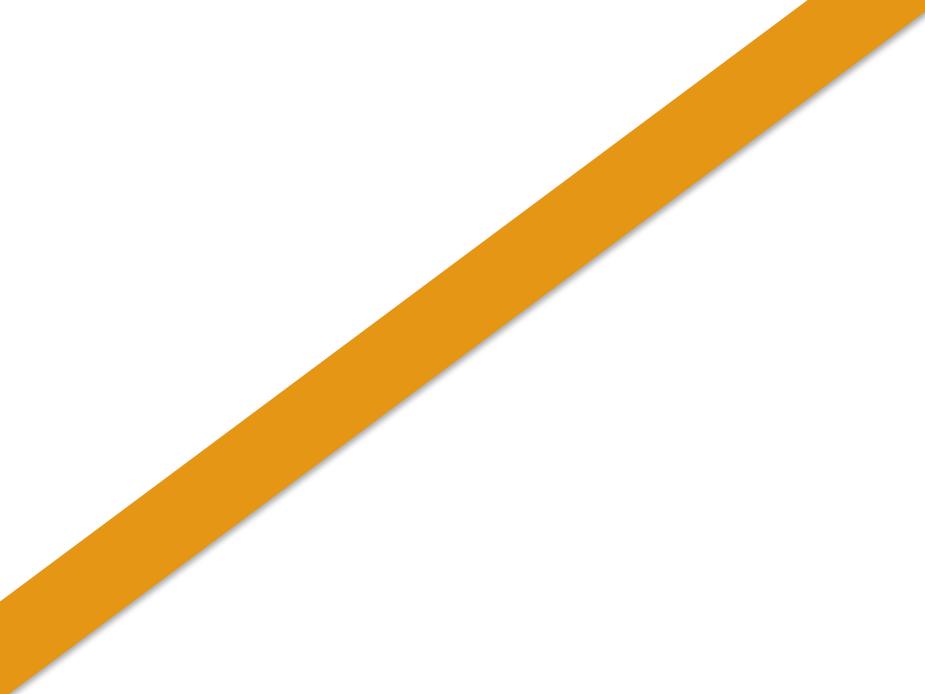
2.3.4.3 Recursos Económicos.

La empresa cuenta con los recursos económicos para la implementación del material al finalizar el proyecto.

Los recursos económicos serán utilizados para la impresión y propagación de todo el material necesario para el uso de los colaboradores dentro de las instalaciones.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.

La estudiante cuenta con los recursos necesarios para la elaboración del material gráfico, también posee equipo fotográfico para la producción de fotografías a utilizar dentro del plan estratégico y está altamente capacitada para poner en práctica las herramientas y conocimientos adquiridos a lo largo del estudio de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo.



Capítulo III:
Objetivos de Diseño



Capítulo III: Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo General

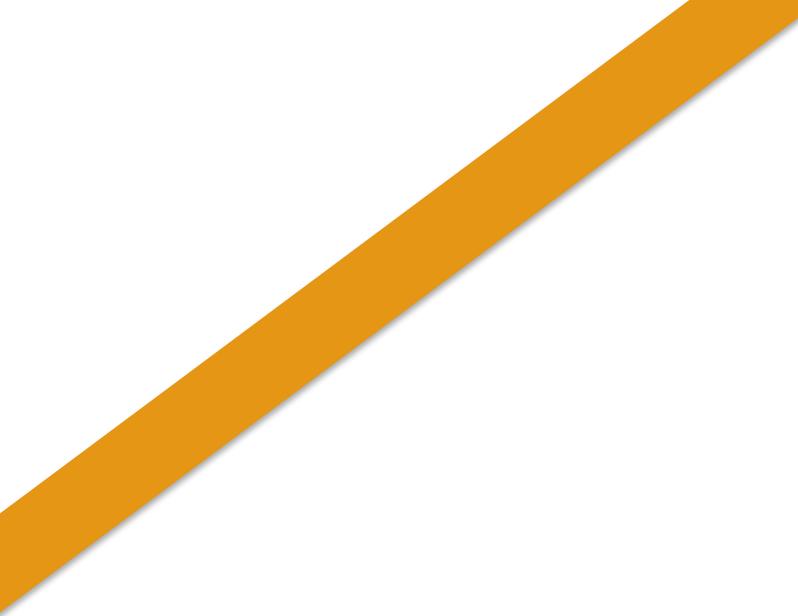
Diseñar una guía digital para la empresa Rotushop, S.A. que le facilite a sus clientes reales y potenciales la solicitud y compra del tipo de rotulación que requieren.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Recopilar información acerca de los productos y servicios de la empresa Rotushop, S.A. a través de una entrevista personal para conocer cómo se puede facilitar el procedimiento de compra y venta de sus clientes reales y potenciales.

3.2.2 Investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionadas a la forma de facilitar el proceso de compra a través de medios interactivos de los productos de la empresa Rotushop, S.A.

3.2.3 Editar las fotografías proporcionadas por la empresa Rotushop, S.A. para ilustrar la guía digital.



Capítulo IV:
Marco de Referencia



Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Rotushop, S.A. es una empresa familiar fundada a finales del año 2001. Cuenta con 15 años de experiencia en el giro de los servicios publicitarios. La experiencia previa acumulada durante más de 20 años en la industria del aluminio y vidrio dieron pie al inicio de este emprendimiento.

La innovación ha sido parte fundamental desde sus inicios. Rotushop, S.A. inició fabricando rótulos pintados a mano, con el apoyo de un proyector de acetatos. Esta técnica la utilizaban los pintores para trazar rótulos de gran tamaño. Posteriormente se popularizó el corte eléctrico, una tecnología muy práctica y funcional para hacer trazos al vacío y que hoy en día sigue implementando en Rotushop, S.A. para elaborar rótulos, señalizaciones y rotulaciones de vehículos, entre otros.

A continuación, la empresa implementó la impresión digital y a eso contrató más personal capacitado para el manejo de los equipos. Por supuesto, esto provocó incursionar en el corte láser de rígidos, impresión UV y letras volumétricas moldeadas con técnicas manuales y computarizadas.

4.2 Isologo



4.2.1 Retícula.



Se proporciona una retícula que permite reproducir el logotipo por el sistema de coordenadas.

La retícula está compuesta por 10 módulos cuadrados perfectos de ancho por 3 módulos cuadrados perfectos de largo, que dividen al logotipo en pequeñas áreas para su fácil reproducción a escalas mayores y para cualquiera de sus usos.

4.2.2 Colores.

El isologo está compuesto por los siguientes colores Pantone #DD9C17 y #060800

4.2.3 Tipografía.



La tipografía utilizada en isologo es (RS) tipografía Masque, tipografía alternativa Century Gothic regular bold.

4.2.4 Forma.

Marca compuesta por letras, monograma.

4.3 Datos del cliente

- Nombre del cliente (empresa): Rotushop,S.A
- Dirección: Calzada Aguilar Batres 26-45 zona 12, Guatemala.
- E-mail: ventas@rotushop.com / administracion@rotushop.com
- Teléfono: (+502) 2379- 3728 y (+502) 2379-3727
- Contacto: Carlos José Anderson
 - Puesto que ocupa: Gerente General
 - Celular: (+502) 5819-7679

4.3.1 Marcas de Rotushop, S.A.

Novex, Pollo Campero, Banco Industrial, Ges, entre otros.

4.3.2 Antecedentes.

Rotushop, S.A. es una empresa familiar fundada a finales del año 2001 y se dedica a la fabricación de Mantas Vinílicas, Vallas Publicitarias, Calcomanías (logos y marcas) , Corte electrónico, Rotulación vehicular, rótulos acrílico y PVC, letras tipo block, exhibidores PVC , corte láser de acrílico, Banners y Stands e Iluminación led.

4.3.3 Oportunidad identificada.

Rotushop, S.A. cuenta con clientes que están presentes en todo el territorio nacional y que son usuarios muy antiguos a los que se les brinda un servicio a nivel nacional manteniendo su POP al día en todos los puntos de venta.

4.4 Misión

“Apoyar a nuestros clientes idificando la marca de sus empresas, proveyéndoles servicios y soluciones publicitarias innovadoras a la medida.”

4.5 Visión

“Ser una compañía elegida por su constante innovación y calidad en servicios publicitarios, buscando ser reconocidos por la excelencia humana y profesionales de nuestros clientes.”

4.6 Valores

“Como parte de nuestra filosofía, sabemos que es importante buscar el bien común, por lo que nos regimos por los siguientes valores:

4.6.1 Responsabilidad.

Nos comprometemos conscientemente a nuestros deberes y respondemos por nuestros resultados con el adecuado uso de los recursos.

4.6.2 Integridad organizacional (honestidad, respeto y lealtad).

Actuamos con la honestidad propicia un ambiente de confianza si existe la sinceridad para uno y para los demás. La seguridad y credibilidad que la honestidad genera ayuda a la construcción de nuestra sociedad que valora la verdad, sin engaños ni trampas. El respeto requiere aprender a escuchar a los otros cuidando todas las formas diferentes. Es un valor importante para la sociedad y nuestros consumidores, ya que genera apoyo y solidaridad en el grupo social. La lealtad la fidelidad que se tiene en las acciones y comportamientos individuales y sociales de nuestros clientes.”

4.7 FODA

4.7.1 Fortalezas.

Realizar todo el proceso del producto; es decir, producen, procesan y comercializan los productos de rotulación que mercantilizan.

4.7.2 Oportunidades.

Competir en el mercado de Guatemala con productos de alta calidad.

4.7.3 Debilidades.

Falta de comunicación visual en el mercado.

La inversión en la identidad y publicidad de la empresa es poca.

Manejo de redes sociales y medios de comunicación internos y externos son bastantes deficientes.

4.7.4 Amenazas.

Otras 14 empresas de rotulación en Guatemala.

La competencia maneja un mejor uso de redes sociales.

4.8 Responsabilidad Social Empresarial

Rotushop, S.A. es una empresa familiar fundada a finales del año 2001 que se dedica a la fabricación de: Mantas Vinílicas, Vallas Publicitarias, Calcomanías (Logos y marcas) , Corte electrónico, Rotulación vehicular, Rótulos en acrílico y PVC, letras tipo block, Exhibidores de PVC, corte láser de acrílico. Además de Banners y stands, Iluminación led y Playeras personalizadas.

La responsabilidad social empresarial de Rotushop, S.A. se divide en cuatro ejes importantes: colaboradores, contaminación visual, clientes, utilidades.

- Colaboradores: la generación de empleo en las áreas geográficas donde Rotushop, S.A. mantiene una relación productiva que ha permitido mejorar la calidad de vida de sus colaboradores. Su éxito depende, tanto de una relación eficaz y eficiente con los clientes como con los colaboradores.
- Contaminación visual: están comprometidos con crear contenido que contraste con el paisaje en el cual se colocan los materiales publicitarios, tanto en diseño como en comunicación.
- Clientes: se trabaja en la mejora continua del servicio al cliente sistematizando el proceso de compra que conlleva varios pasos desde la visita al proyecto hasta la instalación.
- Utilidades: de la utilidad mensual se destina un porcentaje para una organización sin fines de lucro.

4.9 Delimitación geográfica

República de Guatemala.

4.10 Competencia

Panavisión, Publiprint, Cartelera Panorámicas.

4.11 Posicionamiento

Actualmente Rotushop, S.A. es una empresa que fabrica y produce rotulaciones.

También, proveen poco más del 30% de servicios publicitarios en Guatemala.

4.12 Factores de diferenciación

Es una empresa productora y comercializadora de rotulaciones. Además, cuenta con la calidad de sus productos y su garantía.

4.13 Objetivo de mercadeo

Mejorar las redes sociales para que haya mejor posicionamiento en la mente de las personas aprovechando las herramientas en los medios digitales.

4.14 Objetivo de comunicación

Empresa en la que se puede confiar y con experiencia.

4.15 Mensajes claves a comunicar

Experiencia, Excelencia, Confiabilidad y Eficacia.

4.16 Estrategia de comunicación

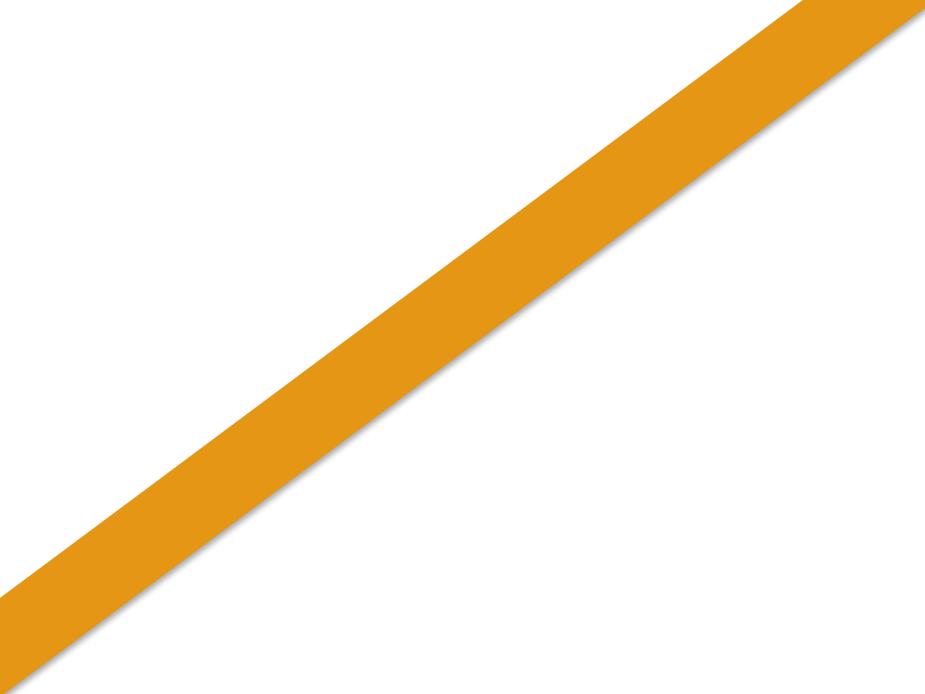
Medios digitales, dar un buen servicio para que los clientes recomienden a la empresa.

4.17 Reto del diseño y trascendencia

Diseño simple y fácil de identificar para el personal administrativo y colaboradores de Rotushop, S.A.

4.18 Materiales a realizar

Diseño de guía digital para facilitar la solicitud de los clientes reales y potenciales de la empresa Rotushop, S.A.



Capítulo V:
Definición del grupo objetivo



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo del proyecto está formado por personas entre 21 a 51 años, que viven en la República de Guatemala. Son de sexo masculino y femenino y se encuentran en el nivel socioeconómico C y C+, según sus ingresos.

El nivel socioeconómico C y C+ está caracterizado por tener un ingreso mensual entre Q12, 000.00 y Q 20,000.00. Las personas que se encuentran en este nivel se desempeñan como ejecutivas, comerciantes o vendedoras dentro de la empresa, o también están caracterizadas por ser dependientes y tener un ingreso fijo mensual elevado, a consecuencia de su trabajo.

El nivel de educación de este grupo objetivo es superior, con licenciatura, factor que le permite aplicar a puestos ejecutivos e importantes dentro de la empresa.

La actitud del personal administrativo ante el proyecto del diseño de la guía digital para presentar el plan estratégico es positiva e interesada, ya que es material que aporta valor y a la vez permite que sea más fácil la explicación para que los clientes de la empresa Rotushop, S.A. soliciten el producto.

La guía digital es representativa para la empresa, por lo que ésta será compartida a los clientes y será de gran ayuda para que, tanto los colaboradores de la empresa Rotushop, S.A. como clientes, les sea fácil la comprensión en la solicitud del producto.

5.1 Perfil geográfico

Su ubicación geográfica se encuentra en la región centroamericana y limita al Norte con México, al Este con Belice y al Sur con Honduras y El Salvador, bordeando el Golfo de Honduras. El relieve se caracteriza por ser montañoso y con mesetas de caliza. Su territorio, de 108.889 km².

La división territorial de Guatemala está comprendida en 22 departamentos y 340 municipios, los que están organizados en 8 regiones administrativas, la región donde se llevará a cabo el proyecto Guatemala. El tamaño del área 108,888 km² el tamaño de la ciudad de Guatemala es de 692 km².

La población actual de Guatemala es de 17,703,559 millones de habitantes. La población masculina actual es de 8,628,906 y la femenina de 9,074,653 millones de habitantes. El departamento de Guatemala tiene 3,134,276 millones de habitantes. (INE, Censos municipales 2008 – 2011.)

El clima en las áreas costeras y las llanuras de Guatemala normalmente conforman las partes más calurosas del país; estas poseen una temperatura anual promedio de aproximadamente 27°C (80°F), pero durante los meses entre marzo y abril la temperatura puede alcanzar los 38°C (100°F). En los valles ubicados en medio de las montañas.

5.2 Perfil demográfico Rotushop,S.A

El grupo objetivo del proyecto está formado por personas entre 21 a 51 años, que viven en la República de Guatemala.

Son de sexo masculino y femenino y se encuentran en el nivel socioeconómico C y C+, según sus ingresos.

Las personas que se encuentran en este nivel se desempeñan como ejecutivas, comerciantes o vendedoras, también están caracterizadas por ser dependientes y tener un ingreso fijo mensual elevado a consecuencia de su trabajo.

El nivel de educación de este grupo objetivo es superior con licenciatura, factor que le permite aplicar a puestos ejecutivos e importantes dentro de la empresa.

Ciclo de Vida

Se caracteriza por estar formado por personas activas, siempre desempeñando de manera efectiva las labores que tienen a su cargo.

El personal administrativo está formado por personas capacitadas y con estudios superiores, que les permiten desempeñar cargos de mayor responsabilidad. Estas personas aprovechan el uso de tecnologías con el fin de desempeñar su cargo de la manera más efectiva y con el propósito de alcanzar los objetivos de la empresa.

Todos los clientes son guatemaltecos.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C+	NIVEL C
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,
DESEMPEÑO	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente
INGRESO	Piso Q20 mil	Q12 mil
VIVIENDA	Casa/departamento, rentada o financiada, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiada, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos
OTRAS PROPIEDADES	Sitios terrenos interior por herencias	
PERSONAL DE SERVICIOS	Por día	Por día, eventual
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal
POSESIONES	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro
BIENES DE COMODIDAD	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computador a familia electrodomésticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos
DIVERSIÓN	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local

(Tabla de Niveles Socio Económicos, 2009/Multivex)

5.3 Perfil psicográfico

Tiene un comportamiento psicológico que está relacionado directamente a la superación y al trabajo diario, para darle a su familia un sustento.

La religión que predomina dentro de la empresa es la católica, sin embargo, la evangélica también se practica. Esto se debe a que la República de Guatemala es bastante

religiosa y la mayoría de la población está involucrada a los movimientos de fe que se realizan en la localidad.

Está formado por personas del nivel socioeconómico C y C+ y quienes ganan aproximadamente entre Q12,000.00 y Q20,000.00 mensuales.

Las actividades que caracterizan a este personal dentro de la empresa van relacionadas directamente a la organización, planificación y desarrollo de actividades administrativas. Son personas que sí realizan actividades recreativas con su familia, salen a pasear los fines de semana a centros comerciales, parques o a realizar actividades especiales.

Son personas que también les gusta compartir tiempo en familia y convivir con amigos. Acuden a actividades públicas y privadas con la finalidad de distraerse y experimentar cosas nuevas.

Tienen acceso a telefonía celular, cable, televisión, carros o motocicletas. Tener acceso a telefonía celular con internet, hace que se mantengan en constante actualización de acontecimientos, frecuentan las redes sociales con el fin de estar informados y también las utilizan como distracción.

Parte del personal se va de vacaciones a distintos destinos turísticos del país y menor cantidad sale de viaje 1 o 2 veces al año.

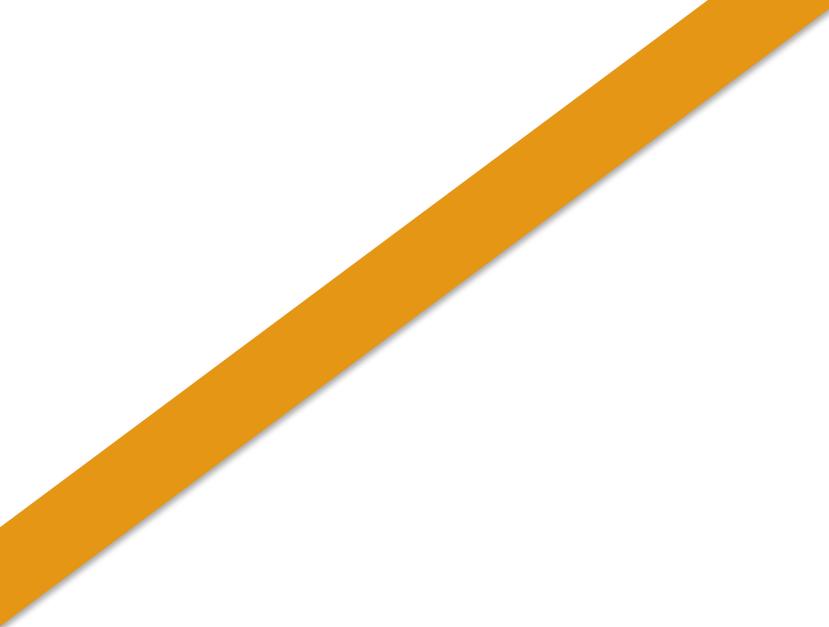
Dentro del aspecto de comportamiento, son personas trabajadoras, activas, responsables y aventureras, quienes aceptan retos y hacen lo posible para llegar a las metas y objetivos planteados. Su principal motivación es su familia y el deseo de darles comodidades.

5.4 Perfil conductual

Tienen una actitud positiva, son dinámicos, entusiastas y trabajadores, lo que hace que busquen siempre cumplir con los objetivos y lograr las actividades diarias con excelencia.

Cada uno de los puestos que desempeña el personal requiere de mucho compromiso, ya que depende de eso las actividades de la empresa. Sin embargo, el personal es activo, sociable y observador, por lo que la difusión del material impreso y la información contenida en el será fácil dentro de la empresa.

El beneficio de uso de la guía digital los clientes para la facilidad de solicitar el producto que el cliente requiere, lograr la práctica del plan estratégico de la cultura de liderazgo y alto desempeño entre todos los colaboradores. El uso de la guía será con frecuencia debido a que estará en la página web.



Capítulo VI:
Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa.

Es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio. (Thomson, 2006).

6.1.2 Clientes.

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Thomson, 2009).

6.1.3 Mantas Vinílicas u Lonas Publicitarias.

Soportes preferidos por los anunciantes al realizar campañas a pie de la calle. La lona es una tela fuerte de algodón o cáñamo, toldos, tiendas de campaña y otros usos. (Real Academia Española, 2020).

6.1.4 Vallas Publicitarias.

Soporte plano sobre el que se fijan carteles publicitarios. Las vallas se han convertido en parte habitual del paisaje urbano e interurbano presentando anuncios o mensajes publicitarios. (Reyes, 2011).

6.1.5 Calcomanías.

Procedimiento que consiste en pasar de un papel a objetos diversos de madera, porcelana, seda, etc., imágenes coloridas preparadas con trementina. (Real Academia Española, 2020).

6.1.6 Corte electrónico.

Tipo de impresión de vinilo, donde se puede cortar, sin necesidad de un troquel o matriz, simplemente con un archivo digital vectorizado que permite realizar el corte del vinilo, una vez impreso. (RotulArte, 2019)

6.1.7 Rotulación vehicular.

Es uno de los servicios más solicitados, por los grandes beneficios que ofrece a empresas y marcas. El principal: una presencia continuada y móvil, que aporta una gran visibilidad y un impacto muy directo. (IGON, 2016).

6.1.8 Rótulos en acrílico.

Estos se producen a partir de planchas de acrílico, que se cortan a las medidas y diseño indicado por el cliente, la impresión se hace por medio de vinilos de colores para recrear la imagen de la marca. (Cantoral, 2012)

6.1.9 Rótulos en PVC.

Lamina de PVC espumado para interiores y exteriores resiste humedad, impactos, son livianas y duraderas se pueden imprimir, pintar, grabar, cortar, pegar y ensamblar fácilmente. Se usa en múltiples aplicaciones como: publicidad, construcción, exhibidores, rótulos, señalización, impresión, letras en relieve y otras aplicaciones según se requiera. (Novocolor, 2019)

6.1.10 Letras tipo block.

Implementación de soporte con **letras** y formas volumétricas para el espacio de venta de su negocio. Estos pueden ser instalados en paredes, estructuras o simplemente se pueden usar tanto en interiores como en exteriores. (Publi911, 2019).

6.1.11 Exhibidores PVC.

Exhibidor donde se imprime o estampa información de la empresa o producto para ayudar a posicionar la marca del cliente. (Grupo WKM, 2018).

6.1.12 Banners y stands.

Un banner es una forma de publicidad en Internet consistente en incluir una pieza publicitaria gráfica dentro de una página web. Su objetivo fundamental es generar reconocimiento de marca y atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión. (Sánchez, s.f.).

Un stand es una instalación donde se encuentran expuestos los productos de un determinado país, región o empresa, en una feria o exposición. (Collins Spanish Dictionary, 2005).

6.1.13 Vidrio.

Tipo de material duro y frágil que se emplea para cerrar los huecos de ventanas, puertos, vehículos y otros similares. (Larousse, 2016)

6.1.14 Aluminio.

Metal blanco, muy ligero, maleable, inoxidable y buen conductor del calor y la electricidad, con muchas aplicaciones industriales. (Larousse, 2016)

6.1.15 Concreto.

Material que sirve para construcciones, fachadas, pisos, muros, murales. (Larousse, 2016)

6.1.16 Tabla Yeso.

Material utilizado para división de oficinas, paredes, fachadas, techos. (Mr. Fix It, 2017)

6.1.17 Lámina.

Plancha o un objeto muy delgado cuya superficie es densa, es utilizada para la fabricación de vallas publicitarias. (Diccionario Larousse, 2009)

6.1.18 Suelo.

Superficie con un recubrimiento extra donde se puede colocar una imagen publicitaria, dependiendo de la textura. (Jiménez, 2018)

6.1.19 Piso.

Suelo o pavimento siendo la base de una estructura. (Pérez y Gardey, 2012)

6.1.20 Paredes con textura.

Tipo de superficie externa e interna de construcciones que separa y/o divide un espacio con la posibilidad de darle un estilo definido para aportar decoración a la habitación. (Dávila, 2018).

6.2 Conceptos relacionados con comunicación

6.2.1 Comunicación.

Relación existente entre un emisor y un receptor, que se transmiten señales a través de un código común. (K Diccionario, 2013)

6.2.2 Comunicación Corporativa.

Se transmite información de la mayoría de las organizaciones que consideran una herramienta más para el servicio de la gestión de cada colaborador y conocer la respuesta de la audiencia receptora del mensaje, también es una herramienta la cual

ayuda estratégicamente a la empresa a alcanzar un buen posicionamiento con el mercado y mejorar la relación con cada uno de sus integrantes a medida que cada vez se implementará una buena gestión comunicacional. (Muñiz, s.f.)

6.2.3 Comunicación Visual.

Combina el lenguaje hablado y escrito con las imágenes para crear mensajes estéticamente atractivos que conecten con el público intelectual y emocionalmente, y le transmitan algún tipo de información. (Hembree, 2008)

6.2.4 Comunicación Digital.

Determina los desarrollos tecnológicos que configuran nuevas formas de construcción de los mensajes (nuevas narrativas), nuevas dinámicas para la transmisión, distribución y exhibición de esos mensajes (nuevos medios), nuevas posibilidades de relación e interacción de los lenguajes y de los medios con el usuario (nuevos usos y apropiaciones), así como nuevas comunidades de consumidores creadas según intereses particulares (nuevas audiencias), en medio de un ambiente comunicativo caracterizado por la sobreoferta de contenidos. (Arango, 2013)

6.2.5 Comunicación Publicitaria.

Implica vincular al conjunto de métodos, técnicas y acciones propias del campo de la publicidad utilizados para dar a conocer y / o promover en diferentes segmentos del mercado una Idea, un servicio, una marca, o una organización en los diferentes medios de comunicación disponibles. (Comunicólogos, 2003)

6.2.6 Comunicación Organizacional .

Es el conjunto de acciones, procedimientos y tareas que se llevan a cabo para transmitir o recibir información a través de diversos medios, métodos y técnicas de

comunicación interna y externa con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa u organización. (Significados, 2017)

6.3 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño gráfico.

6.3.1 Diseño gráfico.

Práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación.

El diseño gráfico busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa, usando para ello diferentes elementos gráficos que den forma al mensaje y lo hagan fácilmente entendible por los destinatarios del mismo. (Bembibre, 2008)

6.3.2 Diseño editorial.

Es una rama del diseño gráfico que se especializa en todo lo relacionado con la composición y, sobre todo, la maquetación de cualquier tipo de publicación. Es aquello que dicta cómo ha de distribuirse el contenido en un libro, en una revista o en cualquier medio escrito que combine texto e imágenes. (Müller, 1992)

6.3.3 Diseño plano.

Consiste en eliminar o reducir todo tipo de decoración en un diseño de interfaz o web para simplificar el mensaje y facilitar la funcionalidad. Se eliminan texturas, degradados, biselados, sombreados... en definitiva, todo lo que no aporte valor al mensaje o información que se quiere transmitir al usuario que interactúa con la interfaz. (Cousins, 2013)

6.3.4 Diseño Publicitario.

Es la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos y también el soporte para otros medios visuales, como la televisión o internet. (FotoNostra, 2015)

6.3.5 Creatividad.

Proceso que dé como resultado algo que ha de ser nuevo, original y que ha de servir para resolver algún problema. (Álvarez, 2009)

6.3.6 Boceto.

Primer elemento concreto de un proyecto. Como dibujo sencillo, unos datos generales, un esquema, unas palabras o símbolos que alguien plasma en un soporte con la intención de tener una guía de actuación. (Editorial Definición MX, 2015).

6.3.7 Degradado.

Rango de colores ordenados linealmente con la intención de dar visualmente una transición suave y progresiva entre dos o más colores. (Eisenberg, 2002).

6.3.8 Tipografía.

Arte y la técnica de crear y componer tipos de letras para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas. (Dorignac, s.f.)

6.3.9 Logotipo.

Gráfico o expresión gráfica que a la vez se utiliza para dar cuenta de un movimiento, institución o empresa. También que el público reconozca rápidamente a una empresa determinada. (Editorial Definición MX, 2014).

6.3.10 Vector.

Objetos geométricos independientes, y para ellos utilizan los formatos en PDF, VML y SVG, mientras que editores de imágenes vectoriales son Adobe Illustrator, Corel Draw y Freehand, entre otros. (Pérez y Gadey, 2014)

6.3.11 Ilustración vectorial.

Gráfico con el que se representan imágenes o formas a través de fórmulas matemáticas. (NeoAttack, s.f.)

6.3.12 Infografía.

Es una representación visual informativa o diagrama de textos escritos que de cierta manera resume o explica figurativamente. (Leturia, 1998).

6.3.13 Imagen Corporativa.

Es el conjunto de cualidades que los consumidores y el mercado en general le atribuyen a una determinada compañía, es decir, es lo que la empresa significa para la sociedad, cómo se la percibe. (Ucha, 2011).

6.3.14 Branding.

Crear la ilusión a través de expectativas y culminarla con experiencias de marca relevantes que, como mínimo, satisfagan esas promesas generando vínculos estrechos con la marca. (Alpaca, 2019).

6.3.15 Publicidad.

Herramienta de la promoción que puede ser utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a un determinado grupo objetivo. (Thompson, 2005).

6.4 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.4.1 Ciencias auxiliares.

6.4.1.1 Semiología.

Ciencia que estudia los sistemas de signos en la sociedad y que forma parte de la psicología social y se preocupa del estudio del lenguaje y otros códigos utilizados en la comunicación. (Anónimo, 2013).

6.4.1.2 Semiótica.

Ciencia que estudia los signos como instrumentos de comunicación en sociedad. Puede ocuparse de la relación del signo con el hablante y el oyente. (Anónimo, 2013).

6.4.1.3 Tecnología.

Conocimientos prácticos, técnicos de tipo mecánico o industrial, que posibilitan al hombre modificar las condiciones naturales para hacer su vida más útil y placentera. (Pérez y Merino, 2008).

6.4.1.4 Psicología del color.

Es una ciencia inmadura que estudia el campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. (Illusion Studio, 2019)

6.4.1.5 Andragogía.

Es arte y disciplina de enseñanza, en donde se busca el desarrollo integral del adulto, y procura que se convierta en un individuo autodidacta, un ser activo y capaz de buscar conocimientos por sus propios medios. (Bernard, 1985)

6.4.1.6 Sociología.

Ciencia que se dedica al estudio de grupos sociales y analiza las formas internas de una organización. (Pérez y Merino, 2012).

6.4.2 Artes.

6.4.2.1 Fotografía.

Es el procedimiento y arte que permite fijar y reproducir, a través de reacciones químicas y en superficies preparadas para ello, las imágenes que se recogen en el fondo de una cámara oscura. (Pérez y Gardey, 2009)

6.4.2.2 Tipografía.

Arte de componer letras para comunicar un mensaje y por tanto su técnica se basa en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”, así como símbolos que forman parte de un texto. (Martínez, 1981).

6.4.2.3 Digitalización de documentos.

Proceso tecnológico que permite, mediante la aplicación de técnicas fotoeléctricas o de escáner, convertir la imagen contenida en un documento en papel en una imagen digital. (González, 2006)

6.4.2.4 Diagramación.

Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (*multimedia*). Estos elementos pueden estar en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas. (Martin, s.f.)

6.4.2.5 Ilustración.

Dibujo, estampa o grabado que se elabora para adornar, decorar un tipo de material digital o impreso. (Lulio, 2015)

6.4.2.6 Edición.

Actividad previa a la publicación. La edición no incluye la actividad de poner la información en circulación, disponible al público en general. (Raya y Zulueta, 2011).

6.4.3 Teorías.

6.4.3.1 Teoría del color.

Habla de la forma en la cual los colores le afectan a las personas como seres que responden a estímulos determinados, teniendo en cuenta las leyes que la rigen junto con la armonía en los colores. Se puede tomar la teoría del color como herramienta que permita la aprehensión de los conocimientos, y así mismo, sea un ente mediador entre la instrucción y la acción. (Ortiz, 2019).

6.4.3.2 Teoría de la Gestalt.

Que consiste en el estudio de la percepción, es decir que se tienden a interpretar un conjunto de elementos diferentes como un único mensaje. (García, 2003).

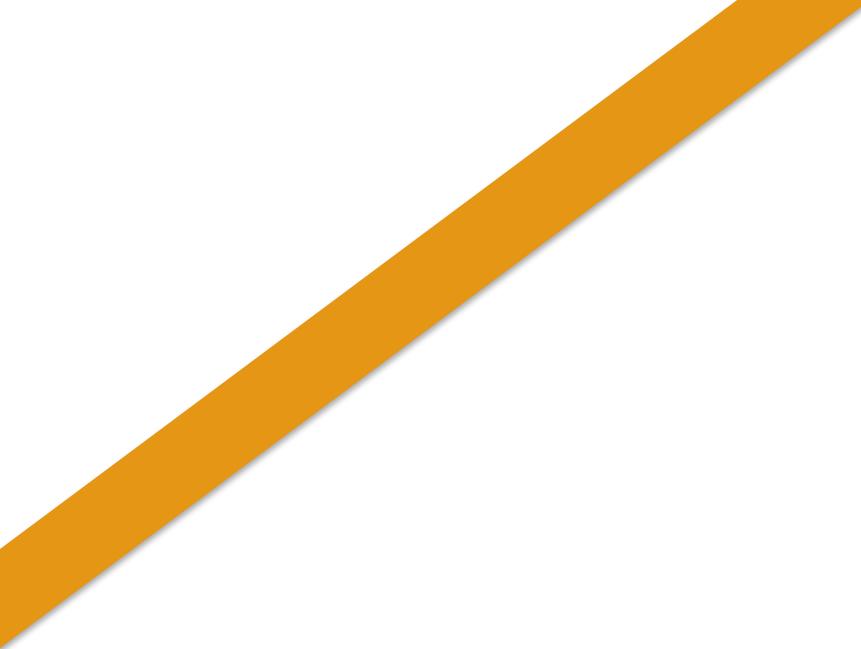
6.4.4 Tendencias.

6.4.4.1 Transiciones de Color / Gradientes.

Coloridos degradados e integración de más colores. (Rodríguez, 2017).

6.4.4.2 Swiss Style.

Estilo de diseño gráfico que consiste en dejar grandes separaciones entre cada uno de los elementos. (Hollis, 2006).



Capítulo VII:

Proceso de diseño y propuesta preliminar



Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

La información obtenida en el Marco Teórico inicia con la obtención de conceptos relacionados al producto o servicio brindado por la empresa elegida para elaborar el proyecto de graduación.

Es por ello que el primer concepto desarrollado es el de empresa, que es una organización humana que tiene como fin alcanzar un fin de lucro, utilizando recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, pudiendo ejecutar actividades en distintos rubros: industria, comercio, finanzas y servicios como transporte, hotelería o turismo, con el fin de satisfacer las necesidades de su clientela.

Posteriormente se promueven los conceptos fundamentales que se describen y permiten el progreso de todo el proyecto, en las áreas de comunicación y diseño.

La comunicación es la relación existente entre un emisor y un receptor, que se transmiten señales a través de un código común.

En la elaboración de los conceptos relacionados a la comunicación y el diseño se les da prioridad a todos aquellos que se aplican de diversas técnicas dentro del proyecto, como: la comunicación corporativa, comunicación verbal, comunicación digital, comunicación publicitaria, comunicación organizacional. el bocetaje, entre otros conceptos que se convierten en herramientas al momento de la aplicación en el proyecto.

También para la evolución del proyecto es importante el uso de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias, para aplicación correcta de ideas al momento de la elaboración del proyecto.

Algunas de las ciencias permiten la transmisión correcta de la información, haciendo que sea fácil de entender para el grupo objetivo del proyecto. También estas ciencias ayudan a ordenar la información obtenida a lo largo de la investigación, por lo que ayudan a saber

cuál es la información más importante que se debe incluir en la realización del proyecto. Algunas ciencias que son importantes para este son: semiología, semiótica, tecnología, psicología del color, andragogía, sociología.

Las artes descritas en el marco teórico se sintetizan en dos ya que son las principales que se tomarán en cuenta para el desarrollo del proyecto. Estas artes son: la fotografía, que se encarga de dibujar o pintar con luz a través de lograr capturar imágenes, por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante.

Este arte se utiliza con el fin para comunicar de una manera más visual los tipos de rotulación y que al grupo objetivo se le sea más fácil comprender la forma de solicitar el producto que desea.

Y la tipografía, que consiste en componer letras para comunicar un mensaje y, por tanto, su técnica radica en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”, así como símbolos que forman parte de un texto.

Las teorías empleadas para el proyecto se sintetizan en dos importantes. La primera de ellas es la teoría del color, esta teoría está compuesta de principios aplicados para crear mezcla de colores y determinar los efectos visuales que será agradable para el grupo objetivo. Mientras que la teoría de Gestalt nos proporciona un terreno común para entender cómo los colores se pueden usar, organizar, coordinar, mezclar y relacionar entre sí, que permite la unión de todas las partes del proyecto que se convierte en el único documento completo.

Finalmente es muy importante el uso de distintas tendencias que permiten que el proyecto a desarrollar sea innovador. Para ello es que se aplican varias tendencias, como: Swiss Style que consiste en un estilo de diseño enfatiza uso mínimo de elementos estilísticos que da la ilusión de tres dimensiones, se hace más fácil el diseño de una interfaz que es sensible a los cambios de tamaño en distintos navegadores a través de diferentes dispositivos. Mientras la teoría Memphis los diseños se caracterizaban por el uso de materiales laminados

y brillantes y por un uso de colores vibrantes y alegres. Los objetos también presentaban frecuentemente formas geométricas asimétricas y arbitrarias.

Mientras que la teoría Swiss Style es un estilo de diseño lograda a través de asimetría en la composición, el uso de una retícula tipográfica y una cuadrícula totalmente.

Todo la información recopilada permite el planteamiento de la problemática, la investigación, análisis, elaboración, y comunicación de la información para desarrollar el proyecto como se indica en cada uno de los puntos del tablero de conocimiento que se presenta a continuación.

7.1.1 Tablero de tendencias



TENDENCIAS DE DISEÑO

SWISS STYLE

Es un estilo de diseño lograda a través de asimetría en la composición, el uso de una retícula tipográfica y una cuadrícula totalmente.



Memphis

Los diseños se caracterizaban por el uso de materiales laminados y brillantes y por un uso de colores vibrantes y alegres. Los objetos también presentaban frecuentemente formas geométricas asimétricas y arbitrarias.



1.

DISEÑAR MATERIAL Y USAR TENDECIAS GRÁFICAS



Mediante el diseño se sintetizara la información más relvante de la información de la empresa y de esta manera facilitar al grupo objetivo la solicitud a los clientes de la empresa.

La utilización de las tendencias investigadas de diseño gráfico para que el material sea atractivo y facil de comprender.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

Para el desarrollo del concepto a utilizar en la elaboración del proyecto de graduación, se implementa una técnica creativa, extraída del sitio web neuronilla.com. Esta técnica creativa es mapas mentales.

7.2.2 Mapas mentales.

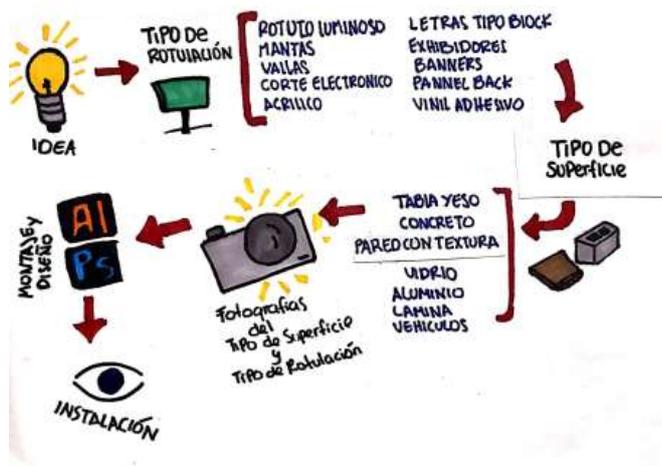
Es una técnica por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. El mapa mental es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas.

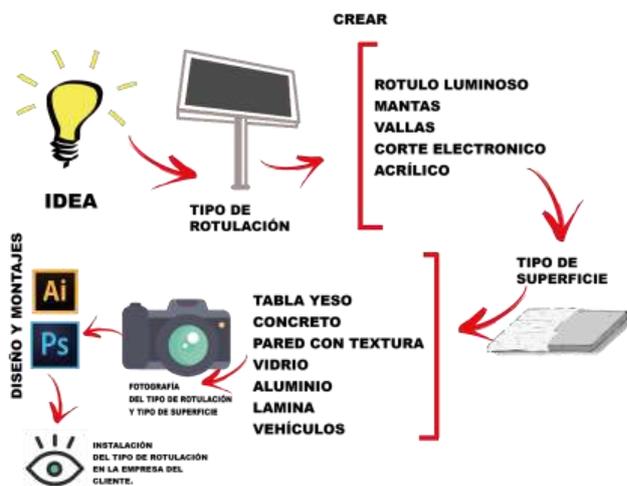
Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

1. Se toma una hoja de papel, grande o pequeña según el mapa.
2. El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.
3. Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
4. De esos temas parten imágenes o palabras claves que se trazan sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.
5. Las ramificaciones toman una estructura nodal.

Aplicación en papel mapa mental:



Aplicación digital técnica creativa:



7.2.2 Definición del concepto.

- Crear rotulaciones para innovar tu negocio
- Innovar tu empresa con las rotulaciones
- Innovar tus rotulaciones
- Crear tus rotulaciones

Concepto: Innovar tus rotulaciones

7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de bocetaje.

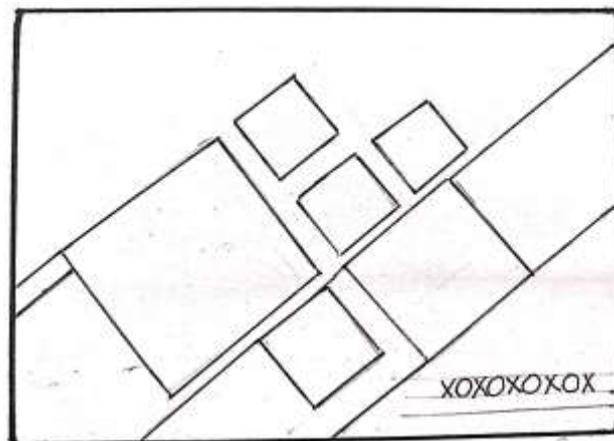
7.3.1.1 Bocetos iniciales.

Página 1 portada



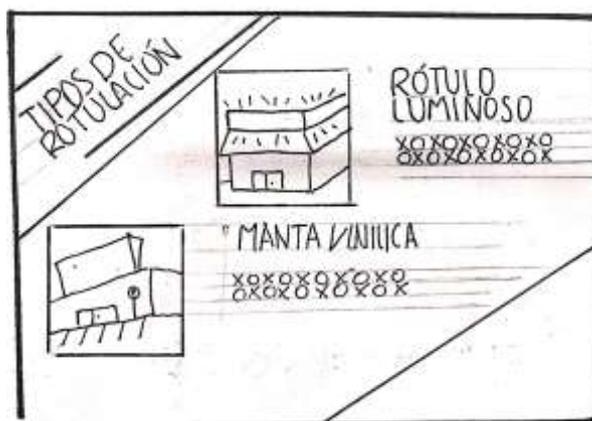
Portada dónde se encuentra ubicado el logotipo de la empresa Rotushop,S.A y se da inicio con la primera página de la guía digital.

Página 2 interior



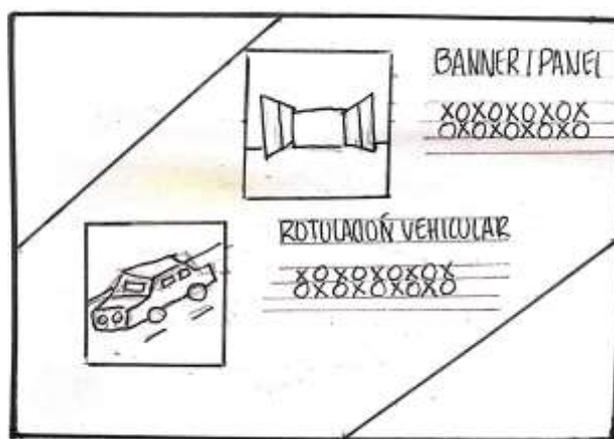
En la página 2 se localizan ubicadas en los cuadros algunas de las imágenes que proporcionó la empresa, en el triángulo de la esquina inferior derecha se encuentra las x y o que significa el texto simulado.

Página 3 interior



En la página 3 da comienzo a visualizar los tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra el título, en el centro de la página contiene dos cuadros en el cuales se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia utilizada.

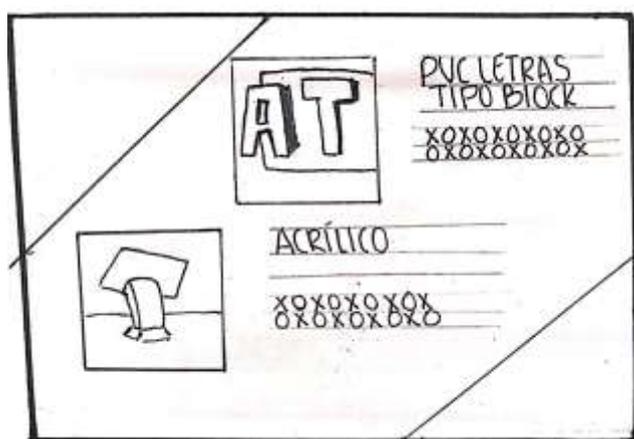
Página 4 interior



En la página 4 se visualiza los tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el

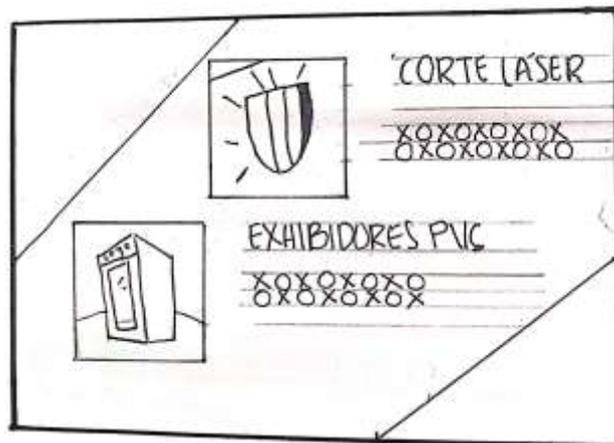
centro de la página contiene dos cuadros en el cuales se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia utilizada.

Página 5 interior



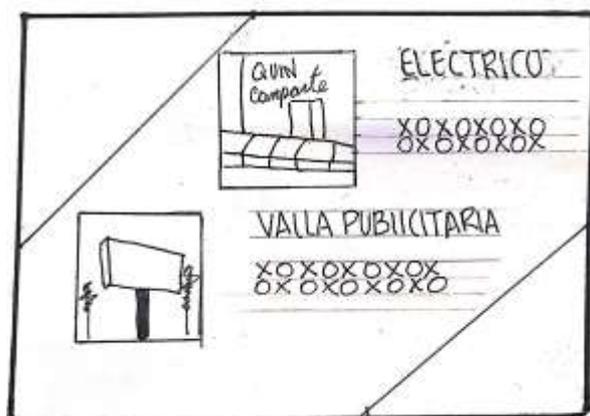
En la página 5 se visualiza los tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el centro de la página contiene dos cuadros en el cuales se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia aplicada.

Página 6 interior



En la página 6 se visualiza tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada. En el centro de la página contiene dos cuadros en el cuales se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia utilizada.

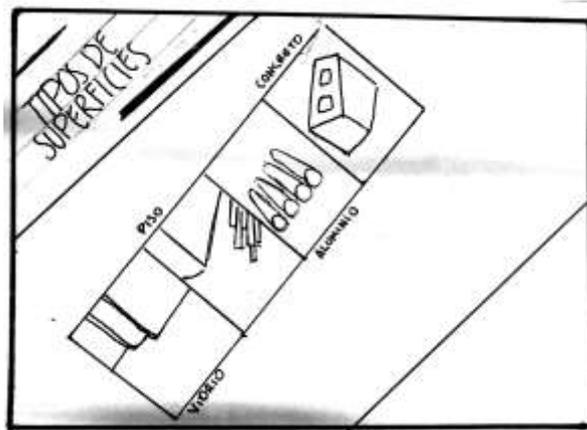
Página 7 interior



En la página 7 se visualiza tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda

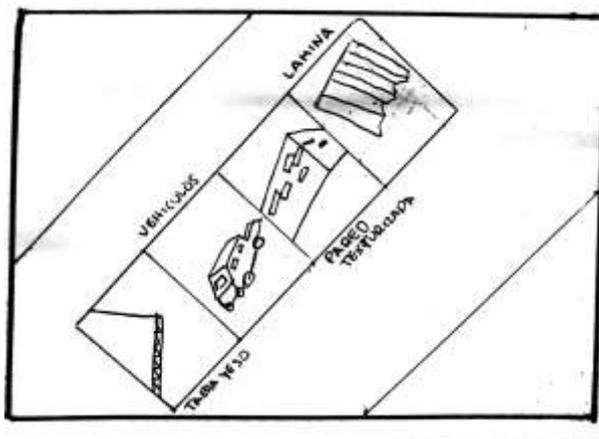
se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el centro de la página contiene dos cuadros en el que se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia utilizada.

Página 8 interior



En la página 8 da comienzo con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop, S.A. instala los tipos de rotulaciones que puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el centro de la página contiene cuatro cuadros en el que se muestra una ilustración de la imagen que se colocará, acompañada en la parte de abajo o arriba con el nombre de cada superficie, en el triángulo de la esquina inferior derecha se sitúa por la tendencia aplicada.

Página 9 interior



En la página 9 se prosigue con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop,S.A instala los tipos de rotulaciones que puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el centro de la página contiene cuatro cuadros en el que se muestra una ilustración de la imagen que se acomodará, acompañada en la parte de abajo o arriba con el nombre de cada superficie, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia aplicada.

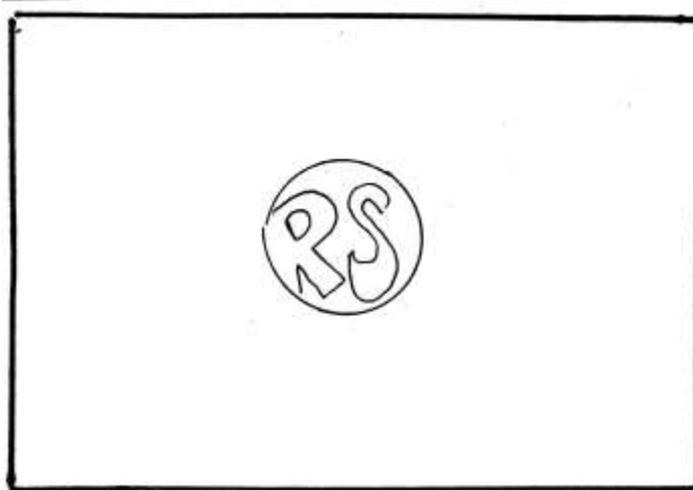
Página 10 boton



En la página 10 en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada donde contiene el texto de

datos importantes para solicitar el tipo de rotulación. En el centro de la página se ubican una X y una O que significa texto simulado, también se encuentra un recuadro que dentro de él dice presiona aquí donde este dirigirá a un formulario donde el cliente tendrá que responder.

Página 11 final



En la página 11 se encuentra el logotipo de la empresa con información de la empresa Rotushop, S.A.

7.3.1.2 Bocetos intermedios.

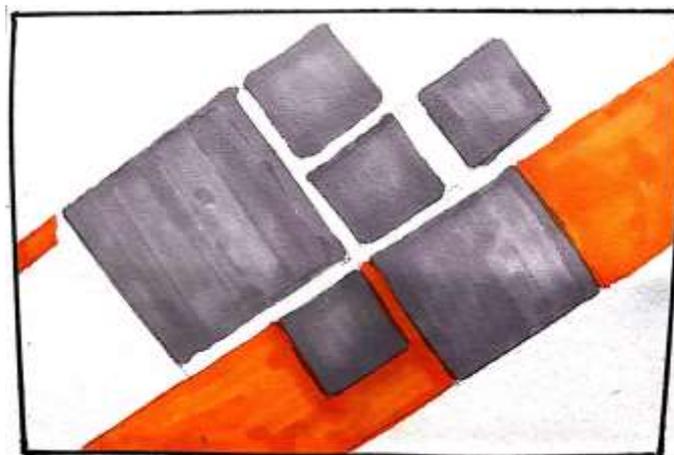
El proceso de bocetaje intermedio partió con la ilustración de las fotografías y texto en cada uno de los espacios designados en el bocetaje inicial.

Página 1 inicial



Portada donde se ubica el logotipo de la empresa Rotushop, S.A. y se da inicio con la primera página de la guía digital.

Página 2 interior



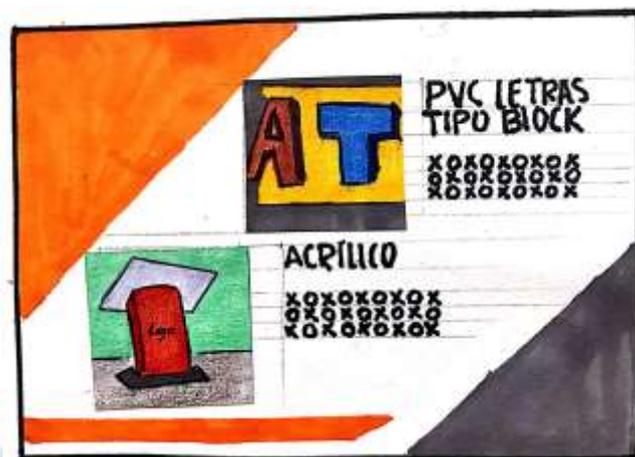
En la página 2 se ubican en los cuadros algunas de las imágenes que proporcionó la empresa.

Página 3 interior



En la página 3 da comienzo a visualizar los tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra el título, en el centro de la página contiene dos cuadros en el que se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se acomoda por la tendencia utilizada.

Página 5 interior



En la página 5 se visualizan los tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada. En el centro de la página contiene dos cuadros los que se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y, en la parte de abajo, simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia utilizada.

Página 6 interior



En la página 6 se visualizan tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada. En el centro de la página contiene dos cuadros en los que se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se ubica por la tendencia aplicada.

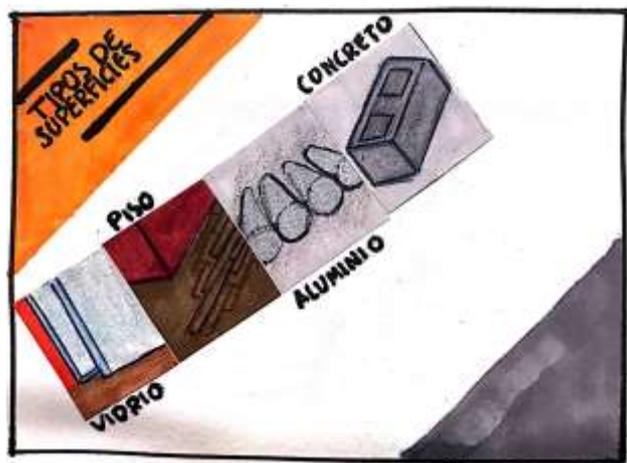
Página 7 interior



En la página 7 se visualizan tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda

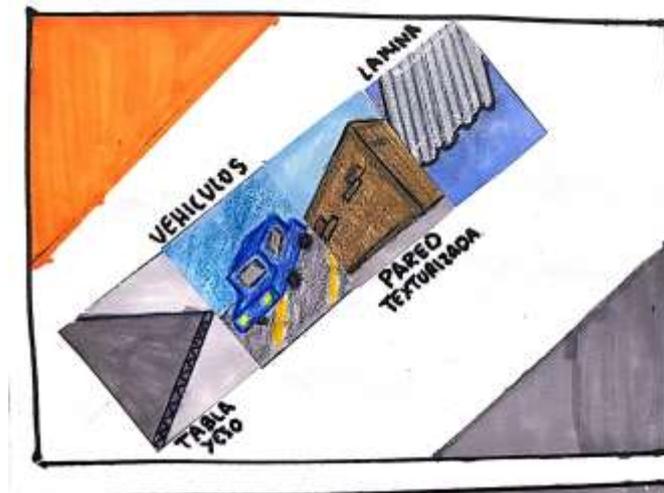
se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada. En el centro de la página contiene dos cuadros en los que se muestran ilustraciones de la imagen que se ubicará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo simulación de texto que son las X y O, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia empleada.

Página 8 interior



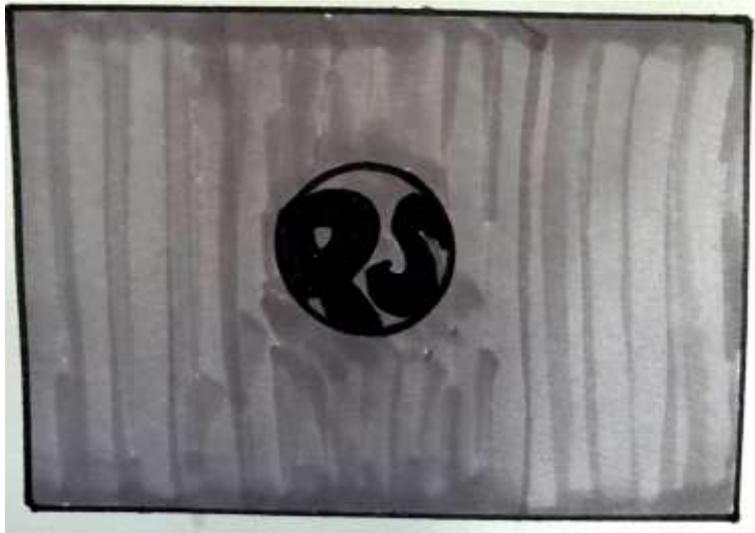
En la página 8 da comienzo con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop, S.A. instala los tipos de rotulaciones que puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada. En el centro de la página contiene cuatro cuadros en los que se muestra una ilustración de la imagen que se implementará, acompañada en la parte de abajo o arriba con el nombre de cada superficie, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia aplicada.

Página 9 interior



En la página 9 se prosigue con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop, S.A. instala los tipos de rotulaciones que puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada. En el centro de la página contiene cuatro cuadros en los cuales se muestra una ilustración de la imagen que se ubicará, acompañada en la parte de abajo o arriba con el nombre de cada superficie, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la directriz empleada.

Página 11 final



En la página 11 se encuentra el logotipo de la empresa con información de la empresa Rotushop, S.A.

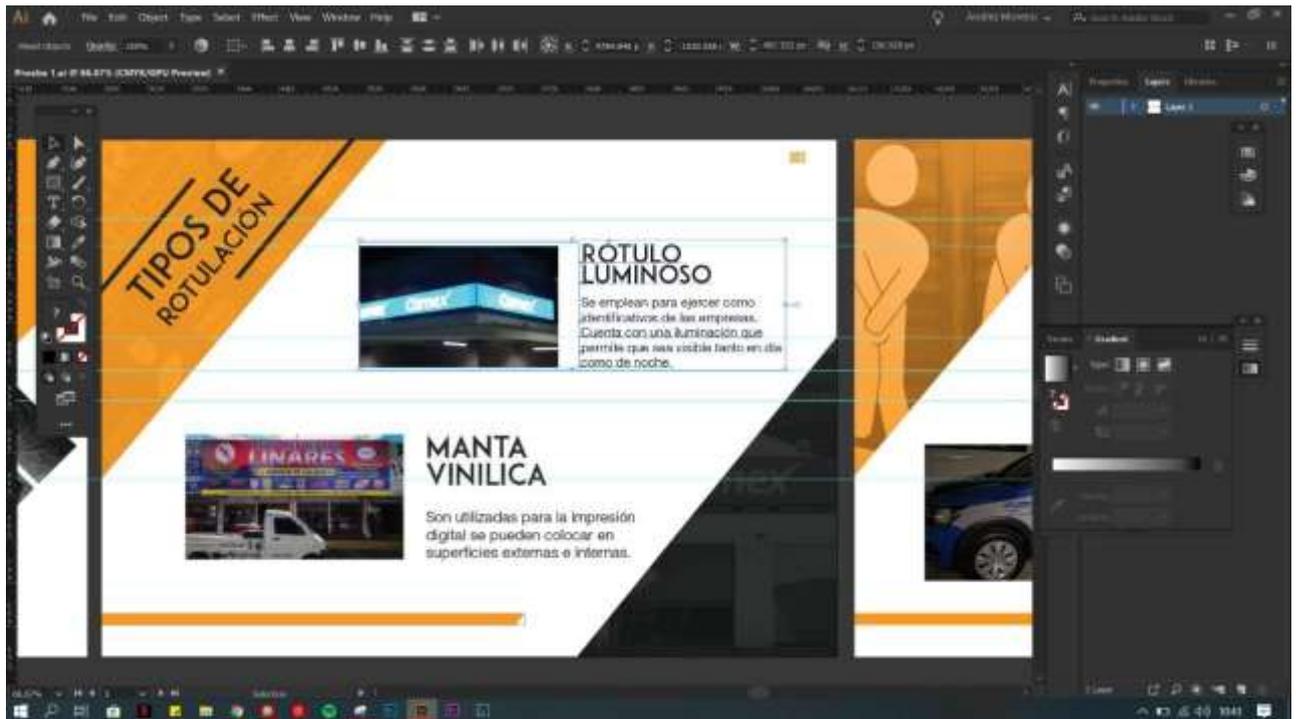
7.3.2. Proceso de digitalización de bocetos.

El proceso de digitalización se llevó a cabo a partir del bocetaje intermedio, mediante la distribución de las fotografías de la empresa, ilustraciones vectoriales relacionadas a sus tipos de rotulaciones y superficies. También la distribución de los títulos y subtítulos así como de toda la información recopilada.



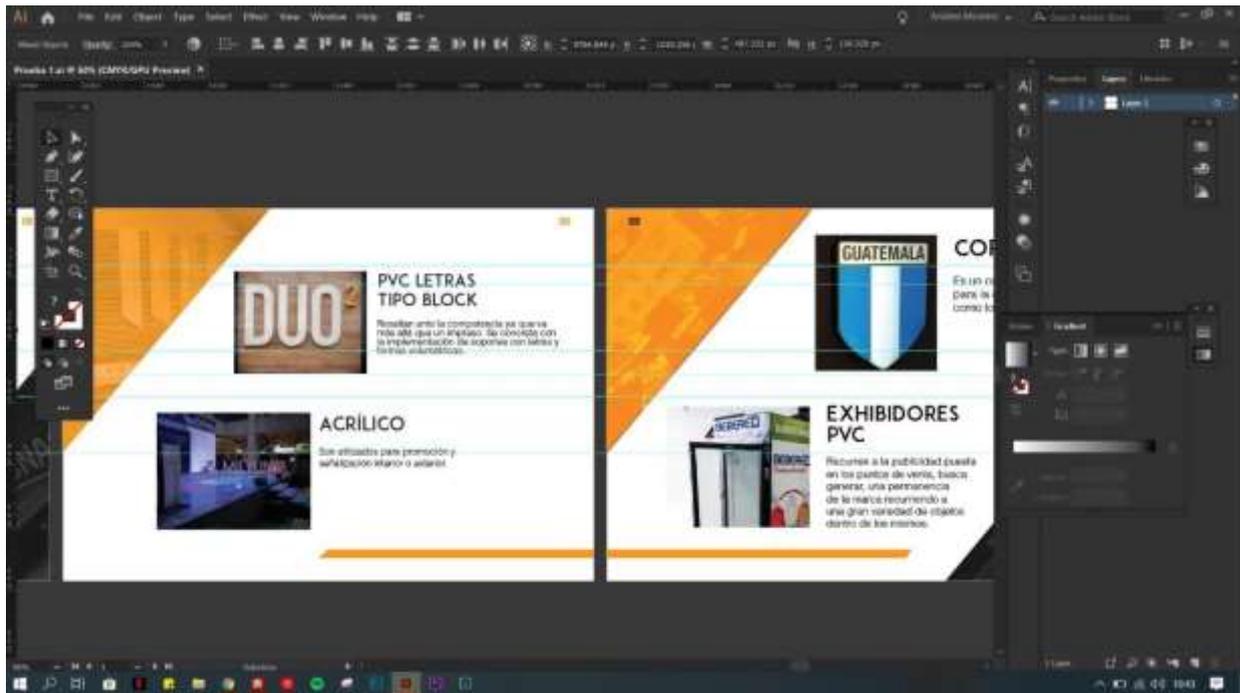
En esta captura de pantalla se comienza con el proceso de digitalización de la guía. Esta es la portada dónde está ubicado el logotipo de la empresa Rotushop, S.A. y se da inicio con la primera página de la guía digital.

Proceso de digitalización de bocetos



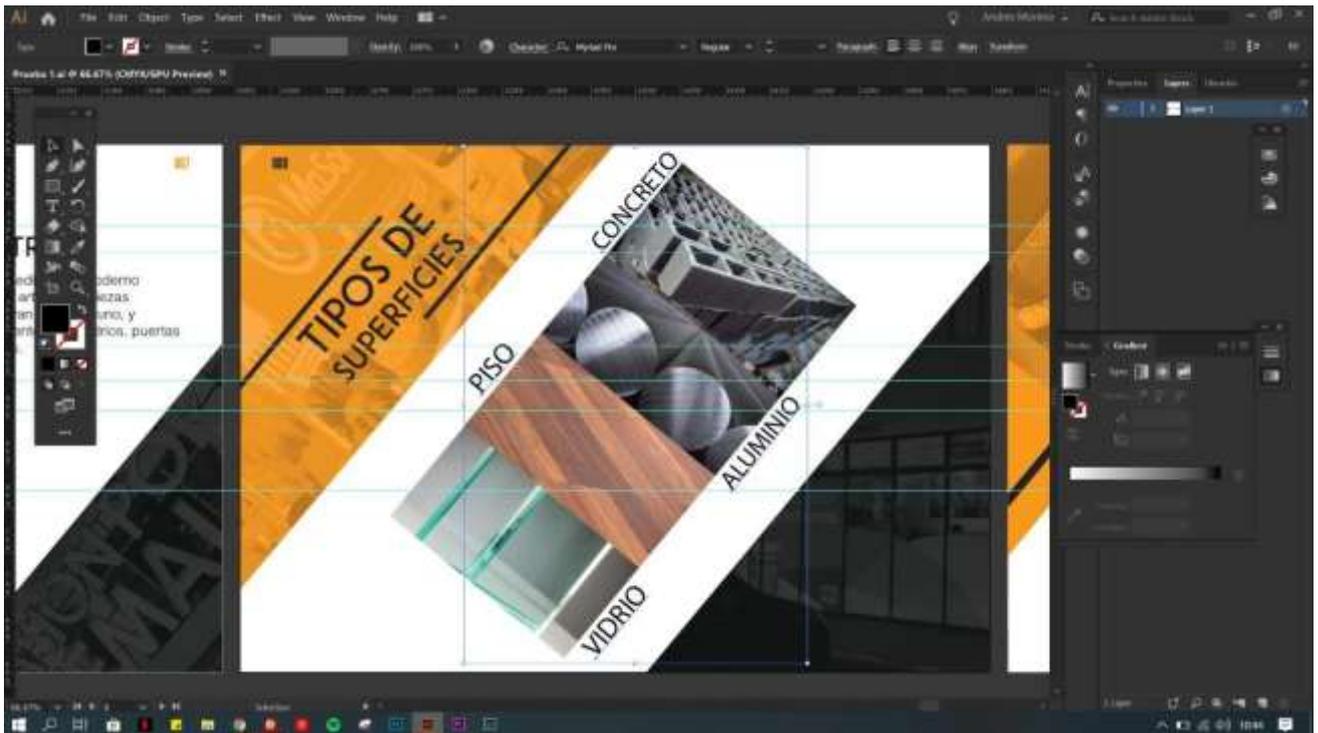
En la página 3 se visualiza un título de los tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada con un degradado de una fotografía proporcionada por la empresa, el centro de la página contiene dos cuadros en lo que se muestran fotografías del tipo de rotulación, acompañada del lado derecho por un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo un descripción. En el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la tendencia aplicada, con un depósito de una fotografía brindada por la empresa.

Proceso de digitalización de bocetos



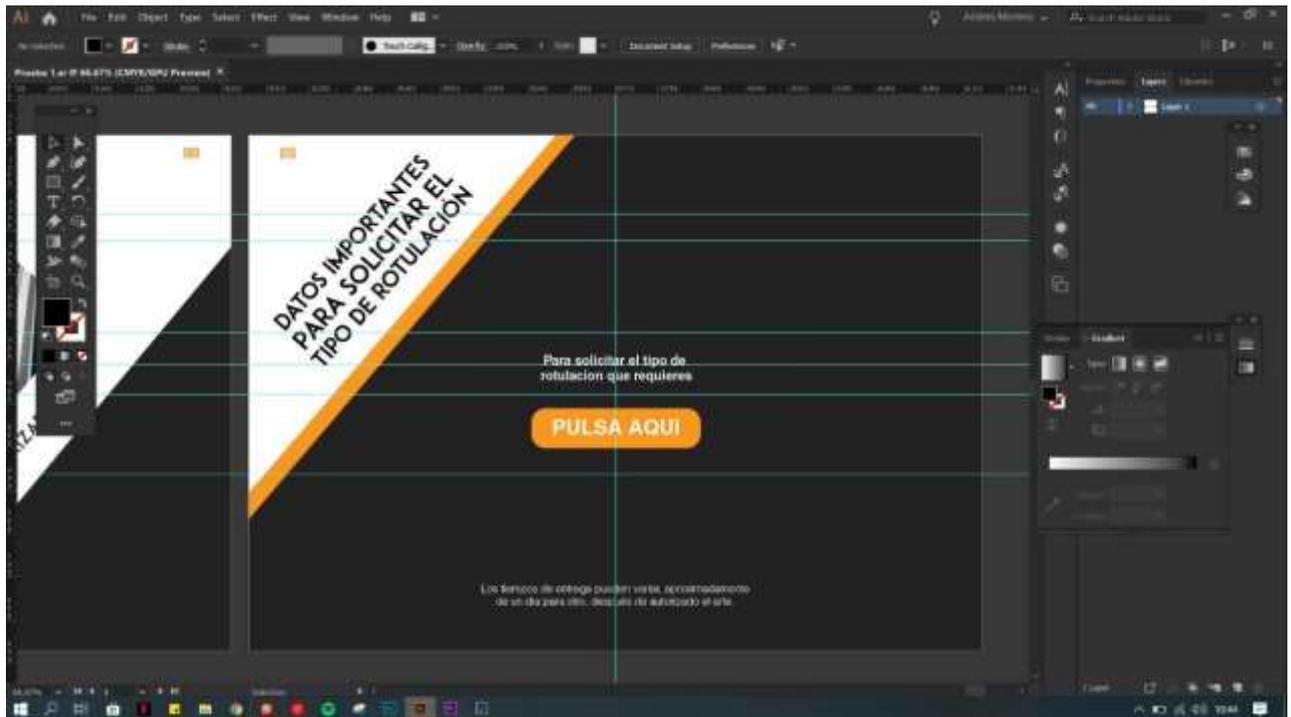
En la página 7 se visualizan los tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada con un degradado de una fotografía proporcionada por la empresa. El centro de la página contiene dos cuadros en los cuales se muestran fotografías del tipo de rotulación, acompañada del lado derecho por un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo una descripción, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la técnica aplicada, con un recorte de una fotografía brindada por la empresa.

Proceso de digitalización de bocetos



En la página 8 se da comienzo con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop, S.A. instala diferentes rotulaciones que puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada con un degradado de una fotografía proporcionada por la empresa, en el centro de la página contiene cuatro cuadros en los que se muestra una fotografía del tipo de superficie, acompañada en la parte de abajo o arriba con el nombre de cada superficie, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la técnica empleada, con un depósito de una fotografía adquirida por parte de la empresa.

Proceso de digitalización de bocetos



En la página 10 en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada donde contiene un título de datos importantes para solicitar el tipo de rotulación. En el centro de la página se ubica el texto que menciona para demandar el tipo de rotulación que se requiere, también se muestra un recuadro que dentro de él dice “presiona aquí” donde éste dirigirá a un formulario que el cliente tendrá que responder.

7.4 Propuesta preliminar

Las piezas que se presentan a continuación son la propuesta preliminar del diseño de guía digital para facilitar a clientes reales y potenciales la forma de solicitar el tipo de rotulación que requiere. Rotushop,S.A. Guatemala. Guatemala. 2020.

El material es de 11 páginas con una medida de 8,5 x 11,0 pulgadas.

7.4.1 Propuesta preliminar portada.

7.4.1.1 Página 1 portada.



Portada dónde se encuentra ubicado el logotipo de la empresa Rotushop,S.A y se da inicio con la primera página de la guía digital.

7.4.1.2 Página 2 interior.



8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 2 se encuentran ubicadas en los cuadros algunas de las imágenes que proporcionó la empresa.

7.4.1.3 Página 3 interior.



8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 3 se visualiza un título de los tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada con un degradado de una fotografía proporcionada por la empresa, el centro de la página contiene dos cuadros en los que se muestran fotografías del tipo de rotulación, acompañada del lado derecho por un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo un descripción, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la técnica empleada, con un depuesto de una fotografía suministrada por la empresa.

7.4.1.4 Página 4 interior.



8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 4 se visualiza los tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada con una fotografía con degradado proporcionada por la empresa, en el centro de la página contiene dos cuadros en los cuales se muestran ilustraciones de la imagen que se ubicará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo con la descripción, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la técnica aplicada, con una fotografía con un depósito suministrada por la empresa.

7.4.2.1 Página 5 interior.



8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 5 se visualiza los tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, con una fotografía con degradado proporcionada por la empresa, en el centro de la página contiene dos cuadros en el cuales se muestran ilustraciones de la imagen que se colocará en la guía digital, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo con la descripción, en la esquina inferior derecha se localiza una tira color naranja de acuerdo a la técnica aplicada.

7.4.2.2 Página 6 interior.



8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 6 se visualizan los tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el centro de la página contiene dos cuadros en los que se muestran fotografías del tipo de rotulación proporcionada por la empresa, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo una descripción, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la técnica empleada con una fotografía en degradado suministrada por la empresa.

7.4.2.3 Página 7 interior.



8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 7 se visualizan los tipos de rotulación que la empresa Rotushop, S.A. puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el centro de la página contiene dos cuadros en el cuales se muestran fotografías del tipo de rotulación proporcionada por la empresa, acompañada del lado derecho un texto del tipo de rotulación y en la parte de abajo una descripción, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la técnica aplicada con una fotografía en degradado suministrada por la empresa.

7.4.2.4 Página 8 interior.

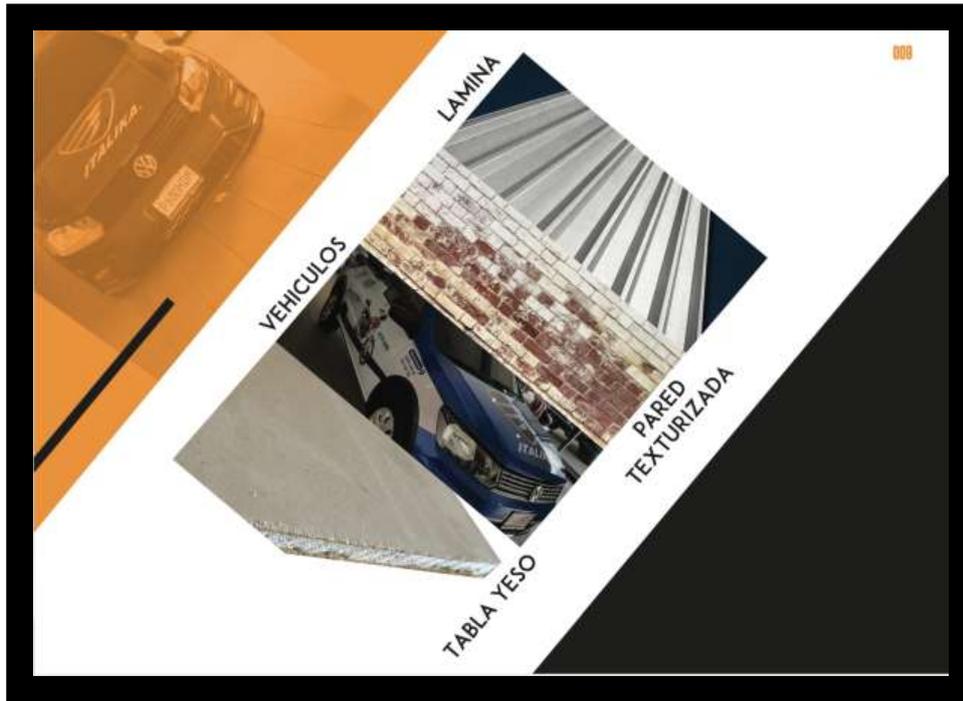


8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 8 da comienzo con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop, S.A. instala los tipos de rotulaciones que puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el centro de la página contiene cuatro cuadros en los que se muestra una fotografía, acompañada en la parte de abajo o arriba con el nombre de cada superficie, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la técnica aplicada.

7.4.2.5 Página 9 interior.

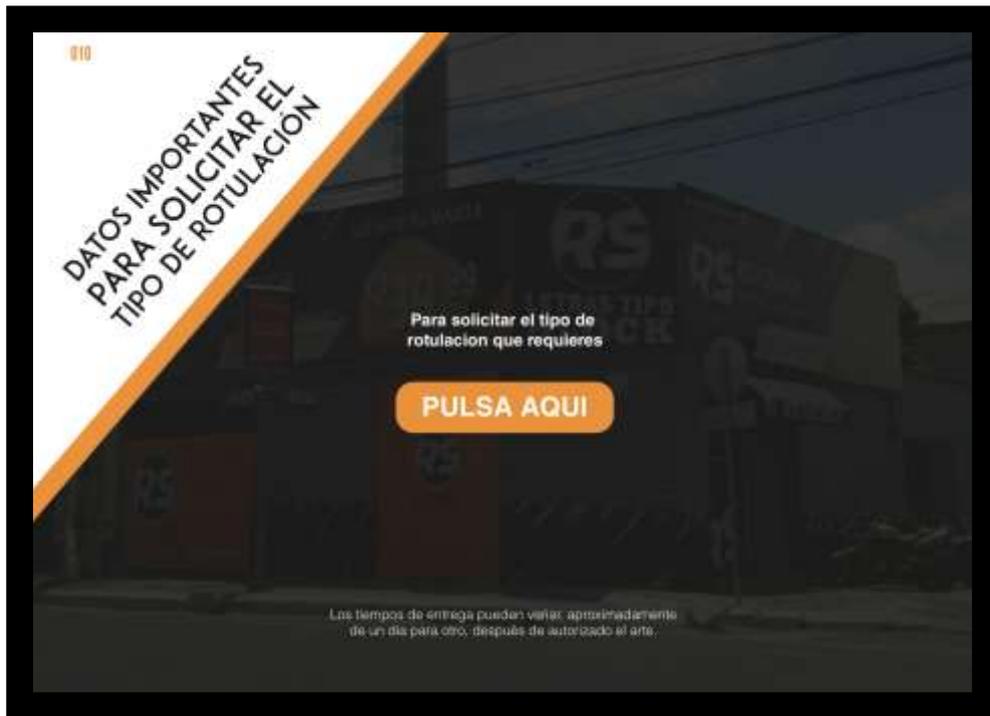


8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 9 se prosigue con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop, S.A. instala los tipos de rotulaciones que puede brindar al consumidor, en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada, en el centro de la página contiene cuatro cuadros en los que se muestra una fotografía del tipo de superficie, acompañada en la parte de abajo o arriba con el nombre de cada superficie, en el triángulo de la esquina inferior derecha se coloca por la técnica implementada.

7.4.2.6 Página 10 botón interactivo.



8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 10 en la esquina superior izquierda se encuentra un triángulo de acuerdo a la tendencia utilizada donde contiene un título de datos importantes para clamar el tipo de rotulación. En el centro de la página se muestra el texto que menciona para solicitar el tipo de rotulación que requieres, también se localiza un recuadro que, dentro de él, dice “presiona aquí”, el cual redirigirá a un formulario donde el cliente tendrá que responder.

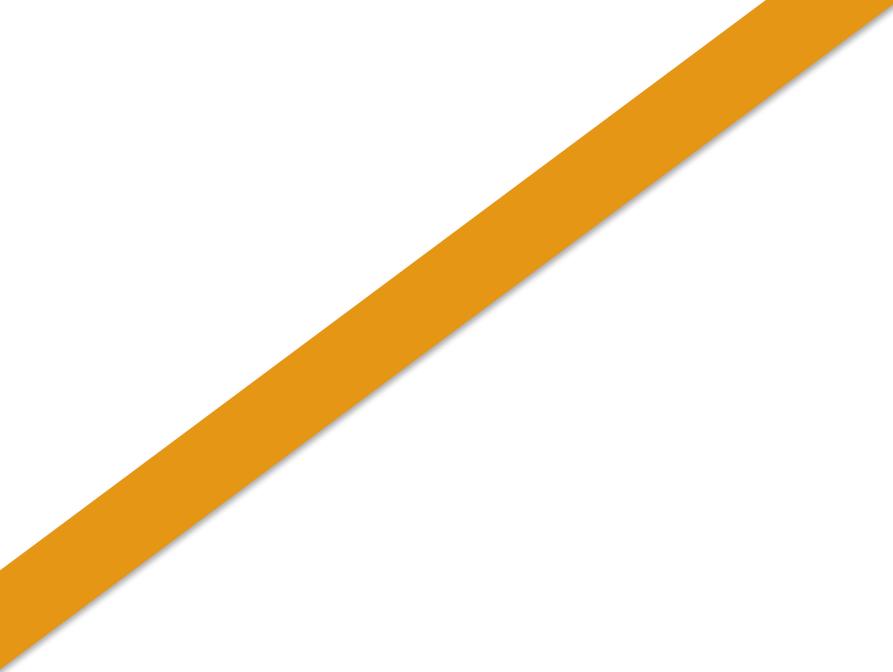
7.4.2.7 Página 11 final.



8,5 pulg

11,0 pulg

En la página 11 se encuentra el logotipo de la empresa con información de la empresa Rotushop,S.A.



Capítulo VIII:
Validación técnica



Capítulo VIII: Validación técnica

El proceso de validación para el análisis cuantitativo y cualitativo del diseño de guía digital para facilitar a clientes reales y potenciales la forma de solicitar el tipo de rotulación que requiere. Rotushop,S.A. Guatemala. Guatemala. 2020, se llevará a cabo mediante el uso de la herramienta de la encuesta, que consiste en tres partes que incluyen los aspectos más importantes para la evaluación de la propuesta preliminar del material.

Las tres partes a evaluar en la encuesta para el grupo objetivo, expertos en comunicación y diseño y el cliente son: parte objetiva, semiológica y operativa. La encuesta cuenta con preguntas de respuestas múltiples que se realizaran a cinco expertos, diez personas del grupo objetivo y al cliente.

8.1 Población y muestreo

Se ejecuta la encuesta a cinco expertos en el área de Rotulación y diseño, diez miembros del grupo objetivo y al cliente. Las personas encuestadas son una muestra significativa para evaluar la propuesta preliminar del proyecto y la funcionalidad del mismo.

8.2 Método e instrumentos

La herramienta de validación empleada como instrumento para el análisis y evaluación de la propuesta del proyecto es la encuesta, que permite la recopilación de información efectiva para efectuar los cambios en el proyecto y así lograr el objetivo de este.

Las preguntas planteadas en la encuesta tienen en la primera parte respuestas dicotómicas, sí y no, posteriormente las otras preguntas tienen tres variables de respuestas en cada una de las partes en las que se dividen, estas respuestas pueden variar en tres: mucho, poco o nada.

Encuesta de validación de proyecto de graduación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(FACOM)
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO
PROYECTO TESIS

GENERO	M <input type="checkbox"/>	EXPERTO	<input type="checkbox"/>	NOMBRE	<input type="text"/>
	F <input type="checkbox"/>	CLIENTE	<input type="checkbox"/>	PROFESIÓN	<input type="text"/>
EDAD	<input type="text"/>	GRUPO OBJETIVO	<input type="checkbox"/>	PUESTO	<input type="text"/>
				AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA DE VALIDACIÓN DEL PROYECTO

ANTECEDENTES:

Rotushop es una empresa familiar fundada a finales del año 2001 y se dedica a la fabricación de Mantas Vinílicas, Vallas Publicitarias, Calcomanías (Logos y marcas) , Corte electrónico, Rotulación vehicular, rótulos acrílico y pvc, letras tipo block, exhibidores pvc , corte láser de acrílico. Banners y stands. Iluminación led, Playeras personalizadas.

INSTRUCCIONES:

Con base a la información anterior, observe la propuesta visual de la guía digital y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios designados.

Encuesta de validación de proyecto de graduación

PARTE OBJETIVA:

1). ¿Considera usted que es importante diseñar una guía digital para la empresa Rotushop,S.A que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere?

Si No

2). ¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de los productos y servicios de la empresa Rotushop,S.A a través de una entrevista personal para conocer cómo se puede facilitar el procedimiento de compra y venta de sus clientes reales y potenciales?

Si No

3). ¿Cree usted que es importante investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionadas a la forma de facilitar el proceso de compra a través de medios interactivos de sus productos de la empresa Rotushop,S.A. ?

Si No

4). ¿ Piensa usted que es importante editar las fotografías proporcionadas por la empresa Rotushop,S.A para ilustrar la guía digital. ?

Si No

PARTE SEMIOLÓGICA:

5). ¿Considera usted que los colores utilizados en la Guía son ?

Muy Apropriados

Poco Apropriados

Nada Apropriados

6). ¿ Cree usted que la diagramación es la adecuada ?

Muy Ordenada

Poco Ordenada

Nada Ordenada

Encuesta de validación de proyecto de graduación

7). ¿Piensa usted que las preguntas del formulario son ?

Muy Faciles de comprender

Poco Faciles de comprender

Nada Faciles de comprender

8). ¿Considera usted que la tipografía es?

Muy Adecuada

Poco Adecuada

Nada Adecuada

PARTE OPERATIVA:

9). ¿Cree usted que el tamaño del texto de Guía digital es ?

Muy Adecuado

Poco Adecuado

Nada Adecuado

10.) ¿Considera que la guía digital y formulario son faciles de entender?

Muy Fácil de entender

Poco Fácil de entender

Nada Fácil de entender

11.) ¿Piensa que la guía digital y formulario son accesibles?

Muy Accesible

Poco Accesible

Nada Accesible

12.) ¿Considera que el formulario es fácil de responder?

Muy Fácil de responder

Poco Fácil de responder

Nada Fácil de responder

8.3 Resultados e interpretación de resultados

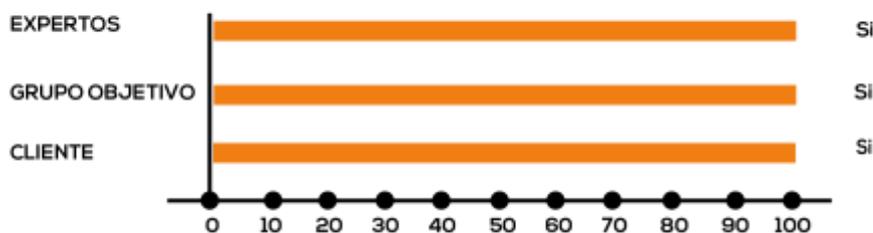
A continuación se presenta la tabulación y análisis de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al grupo objetivo, expertos y cliente. Se realizaron gráficas de barras, que indican el porcentaje de las respuestas y a la vez se exhibe la interpretación del significado de los resultados obtenidos en la parte inferior de las gráficas, con la finalidad de evaluar el diseño de la guía digital para facilitar a clientes reales y potenciales la forma de solicitar el tipo de rotulación que requiere. Rotushop, S.A. Guatemala. 2020

Los resultados de las encuestas fueron analizados y graficados en su totalidad, es decir, que se unieron todos con el fin de obtener una muestra significativa y un porcentaje que involucra a todos los encuestados (grupo objetivo, expertos y cliente).

8.3.1 Parte objetiva.

PREGUNTA 1

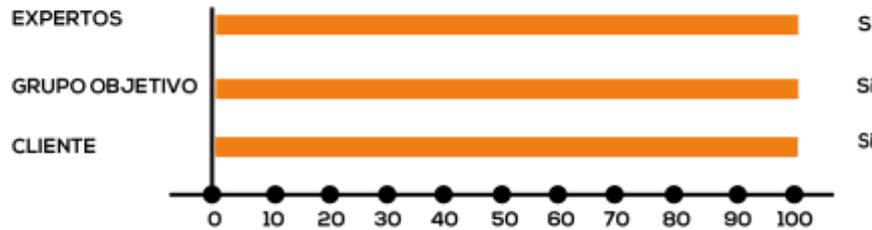
¿Considera usted que es importante diseñar una guía digital para la empresa Rotushop, S.A que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere?



El 100% de los encuestados considera que sí es importante el diseño de una guía digital para la empresa Rotushop. S.A. que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere.

PREGUNTA 2

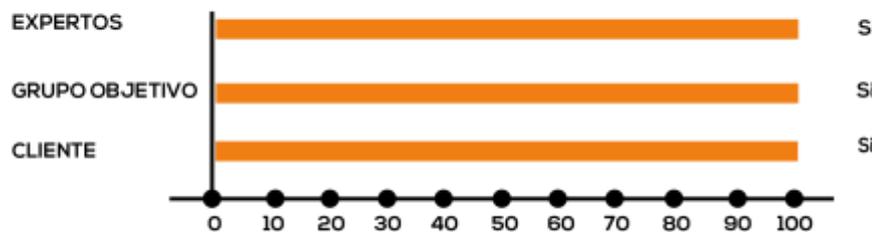
¿Considera usted que es importante recopilar información acerca de los productos y servicios de la empresa Rotushop, S.A a través de una entrevista personal para conocer cómo se puede facilitar el procedimiento de compra y venta de sus clientes reales y potenciales?



El 100% de los encuestados considera que sí es importante recopilar información de los productos y servicios de la empresa Rotushop, S.A., a través de una entrevista personal para conocer cómo se puede facilitar el procedimiento de compra y venta de sus clientes reales y potenciales.

PREGUNTA 3

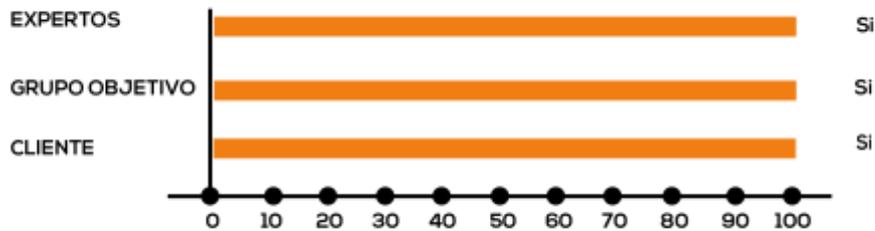
¿Cree usted que es importante investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionadas a la forma de facilitar el proceso de compra a través de medios interactivos de sus productos de la empresa Rotushop, S.A.?



El 100% de los encuestados cree que sí es importante investigar los términos, conceptos, y tendencias de diseño relacionados a la forma de facilitar el proceso de compra a través de medios interactivos de sus productos de la empresa Rotushop, S.A..

PREGUNTA 4

4). ¿ Piensa usted que es importante editar las fotografías proporcionadas por la empresa Rotushop,S.A para ilustrar la guía digital. ?

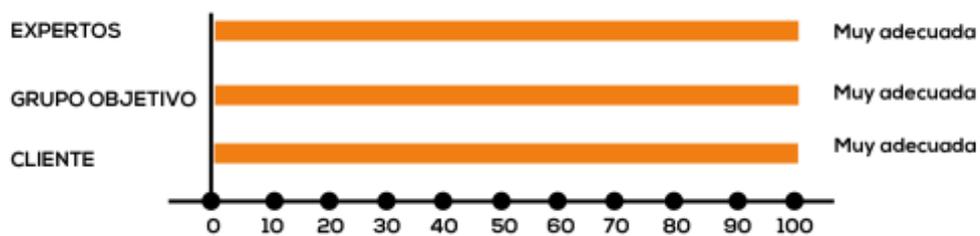


El 100% de los encuestados piensa que sí es importante editar las fotografías proporcionadas por la empresa Rotushop, S.A. para ilustrar la guía digital.

8.3.2 Parte semiológica.

PREGUNTA 5

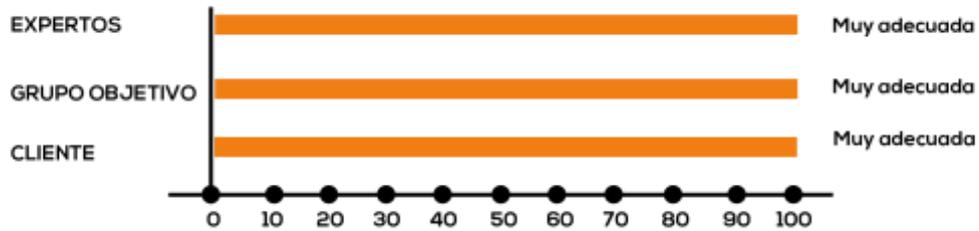
5). ¿Considera usted que los colores utilizados en la Guía son ?



El 100% de los encuestados considera que los colores de la guía son muy adecuados.

PREGUNTA 6

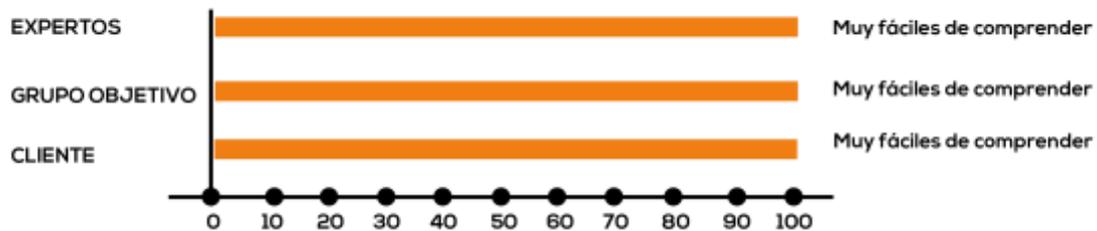
6). ¿ Cree usted que la diagramación es la adecuada ?



El 100% de los encuestados cree que la diagramación es muy adecuada.

PREGUNTA 7

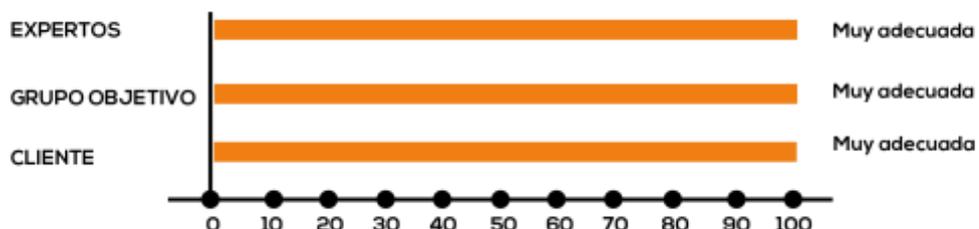
7). ¿Piensa usted que las preguntas del formulario son ?



El 100% de los encuestados piensa que las preguntas del formulario son muy fáciles de comprender.

PREGUNTA 8

8). ¿Considera usted que la tipografía es ?

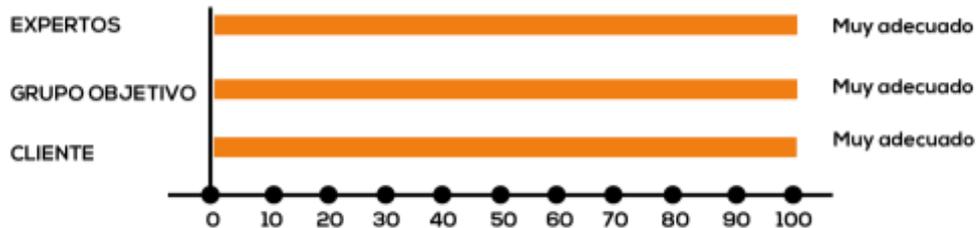


El 100% de los encuestados considera que la tipografía es muy adecuada.

8.3.2 Parte operativa.

PREGUNTA 9

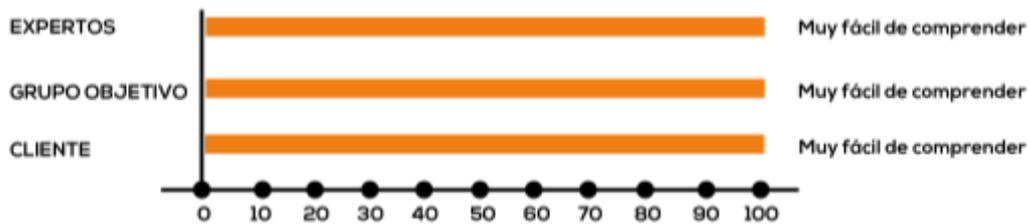
9). ¿Cree usted que el tamaño del texto de Guía digital es ?



El 100% de los encuestados cree que el tamaño del texto muy adecuado.

PREGUNTA 10

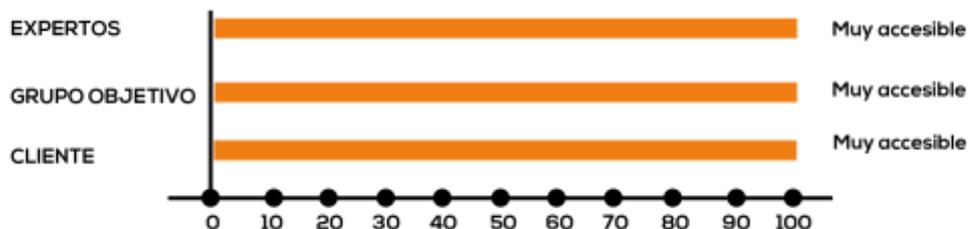
10). ¿Considera que la guía digital y formulario son fáciles de entender?



El 100% de los encuestados considera que la guía digital y formulario son muy fáciles de comprender.

PREGUNTA 11

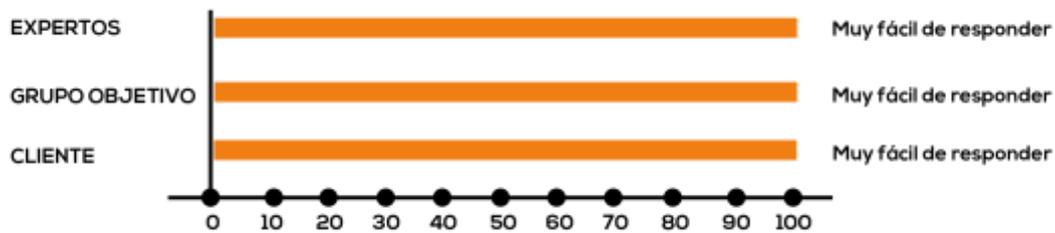
11). ¿Piensa que la guía digital y formulario son accesibles?



El 100% de los encuestados piensa que la guía digital es muy accesibles.

PREGUNTA 12

12). ¿Considera que el formulario es fácil de responder?



El 100% de los encuestados considera que el formulario digital es muy fácil de responder.

8.3.4. Observaciones de validación.

- Con esta última versión estamos satisfechos, quedo con los lineamientos pactados y las sugerencias en cambios del bocetaje fueron realizados hasta que todos los aprobaron.
- Una guía rápida en la introducción de un nuevo cliente a los materiales en los que creamos una diversidad de material.
- Excelente guía, un manual educativo que incluso informa al cliente sobre nuestros productos y su aplicación en espacios.
- Fotografías con el mismo tamaño en su diagramación.
- Texto del mismo tamaño en bloques.
- Revisar tamaños de fuentes y diagramación.

8.4 Cambios en base a los resultados

Los resultados obtenidos en el proceso de validación de la propuesta preliminar del material impreso, contribuyen a mejorar la efectividad y presentación del mismo.

A continuación, se presentan los cambios realizados y una breve explicación de cada uno.

8.4.1 Antes.



8.4.2 Después.



8.4.3 Justificación.

Se realizaron diversos cambios en la página 2 de quitar dos fotografías con la finalidad de que la diagramación vaya de acuerdo a la tendencia utilizada y se agregó como recordatorio, en la parte inferior izquierda, un texto de para qué servirá la guía.

8.4.4 Antes.



8.4.5 Después.



8.4.6 Justificación.

Se efectuaron cambios en la página 3 del grosor del texto de tipos de rotulación para que fuera más llamativo y de acuerdo con la línea gráfica, se amplió la descripción de manta vinílica ya que era muy poca información para el cliente.

8.4.7 Antes.



8.4.8 Después.



8.4.9 Justificación.

Se efectuó cambio en la página 5 en la descripción del material acrílico, debido a que se amplió más la información debido a que era muy poca el conocimiento que se le proporcionaba al cliente.

8.4.10 Antes.



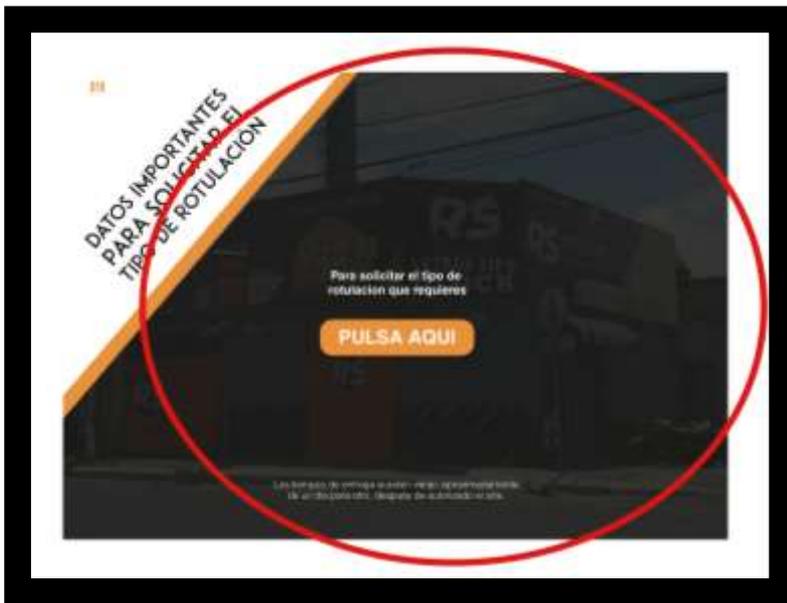
8.4.11 Después.



8.4.12 Justificación.

Se realizaron diversos cambios en la página 6 en el triángulo izquierdo superior naranja debido a que el color era distinto a los de las demás páginas, también se amplió la descripción de corte láser para que el cliente posea más conocimiento del tipo de rotulación.

8.4.13 Antes.

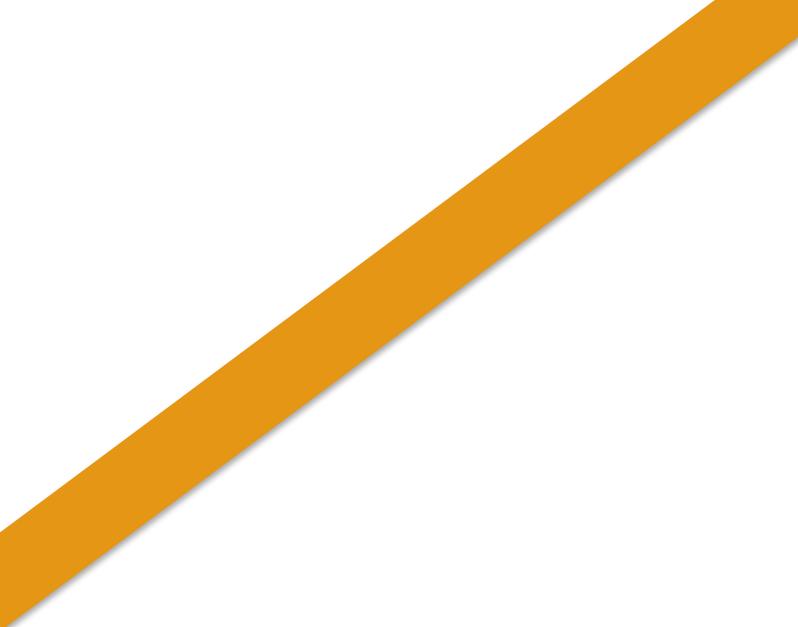


8.4.14 Después.



8.4.15 Justificación.

Se efectuaron cambios en la página 10, en ampliar más la imagen en degradé que va de fondo en la figura geométrica negra, se realizó el cambio para darle más presencia a la empresa.



Capítulo IX:
Propuesta gráfica final



Capítulo IX: Propuesta grafica final

9.1 Propuesta grafica final

De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso de validación y las recomendaciones por parte de los expertos, se realizaron diversos cambios en la propuesta preliminar con el fin de mejorar la efectividad del diseño de la guía digital para facilitar a clientes reales y potenciales la forma de solicitar el tipo de rotulación que requiere. Rotushop,S.A.

La paleta de colores utilizada en el diseño del material digital es en tonalidades naranja y negro debido a que son los colores que representan a la empresa y a las actividades a las que se dedican como a la producción e instalación de rotulaciones.

El material es de 11 páginas, con una medida de 8.5 pulgadas de alto por 11.7 pulgadas de ancho.

La tipografía utilizada es Century Gothic Regular y Bold, y Masque, debido a que es más legible y más fácil de entender. También se utilizaron fotografías proporcionadas por la empresa de los tipos de rotulaciones que la empresa proporcionan con el fin de que tenga la esencia de la empresa Rotushop,S.A.

9.1 Propuesta gráfica final

9.1.1 Página 1 portada.



La propuesta gráfica final de la página 1 se da inicio con la primera página de la guía digital.

9.1.2 Página 2 interior.



La propuesta gráfica final de la página 2 se encuentran ubicadas en los cuadros algunas de las imágenes que proporcionó la empresa.

9.1.3 Página 3 interior.

The graphic design for page 3 interior features a diagonal orange banner on the left with the text "TIPOS DE ROTULACIÓN" and "NIVEL DE CALIDAD". The main content is divided into two sections. The top section, titled "RÓTULO LUMINOSO", includes a photograph of a glowing blue "Comex" sign at night and a descriptive paragraph. The bottom section, titled "MANTA VINÍLICA", includes a photograph of a white truck with a large digital billboard on its side and a descriptive paragraph. The page is framed by a black border with a white background and a black triangle in the bottom right corner.

TIPOS DE ROTULACIÓN

RÓTULO LUMINOSO

Se emplean para ejercer como identificativos de las empresas. Cuenta con una iluminación que permite que sea visible tanto en día como de noche.

MANTA VINÍLICA

Son utilizadas para la impresión digital se pueden colocar en superficies externas e internas.

La propuesta gráfica final de la página 3 se visualiza los tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor.

9.1.4 Página 4 interior.

004



BANNER/ PANEL BACK

Son estructuras metálicas con lona vinílica desplegable, el back panel que es estructura expandible para soportar una lona vinílica. Ambos se utilizan para exposiciones, stand, entre otros.



ROTULACIÓN VEHICULAR

Es esencial para transmitir un mensaje y posicionar la marca. Sirve para la identificación de los vehículos de las empresas.



La propuesta gráfica final de la página 4 se visualiza los tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor.

9.1.5 Página 5 interior.

005

PVC LETRAS TIPO BLOCK

Resaltan ante la competencia ya que va más allá que un impreso. Se concreta con la implementación de soportes con letras y formas volumétricas.

ACRÍLICO

Es un material que simula vidrio que se utiliza para realizar estructuras como exhibidores, cajas para productos, como decoración y/o son utilizados para promoción y señalización interior o exterior.

La propuesta gráfica final de la página 5 se visualiza los tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor.

9.1.6 Página 6 interior.



008

VERGIRL

GUATEMALA

CORTE LÁSER

El corte láser da posibilidad de poder manipular materiales rígidos como el pvc, madera, acrílico, para poder crear formas como vectores específicos.



EXHIBIDORES PVC

Recurren a la publicidad puesta en los puntos de venta, busca generar, una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos dentro de los mismos.

La propuesta gráfica final de la página 6 se visualiza tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor.

9.1.7 Página 7 interior.

CORTE ELECTRÓNICO

Es un procedimiento moderno de realizar artes para piezas que no llevan fondo alguno, y especialmente, para vidrios, puertas y vehículos.

VALLA PUBLICITARIA

Es una estructura de publicidad exterior consistente en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios. Las vallas se han convertido en parte habitual del paisaje urbano.

La propuesta gráfica final de la página 7 se visualiza tipos de rotulación que la empresa Rotushop,S.A puede brindar al consumidor,

9.1.8 Página 8 interior.



La propuesta gráfica final de la página 8 da comienzo con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop,S.

9.1.9 Página 9 interior.



La propuesta gráfica final de la página 9 se prosigue con la visualización de los tipos de superficie donde la empresa Rotushop,S.

9.1.10 Página 10 boton interactivo.



La propuesta gráfica final de la página 10 se encuentra el botón interactivo, donde este dirigirá a un formulario donde el cliente tendrá que responder.

9.1.11 Página 11 final



En la página 11 se encuentra el logotipo de la empresa con información de la empresa Rotushop,S.A.

9.1.12 Formulario.



ROTUSHOP
Publicidad • Impresión

A través de este formulario puede solicitar el tipo de rotulación que requiere.

El nombre y la foto asociados a tu cuenta de Google se registrarán cuando subas archivos y envíes este formulario. ¿No es tuya la dirección solicitudrotushop@gmail.com? [Cambiar de cuenta](#)

*Obligatorio

Seleccione el tipo de rotulación a su interés.

- Rótulo Luminoso
- Manta Vinilica
- Banner/ Panel Back
- Rotulación Vehicular
- Pvc/ Letras tipo Block
- Acrílico
- Corte Eléctrico

Numero de teléfono

Tu respuesta

Dirección dónde se llevara acabo la instalación.

Tu respuesta

Correo electrónico *

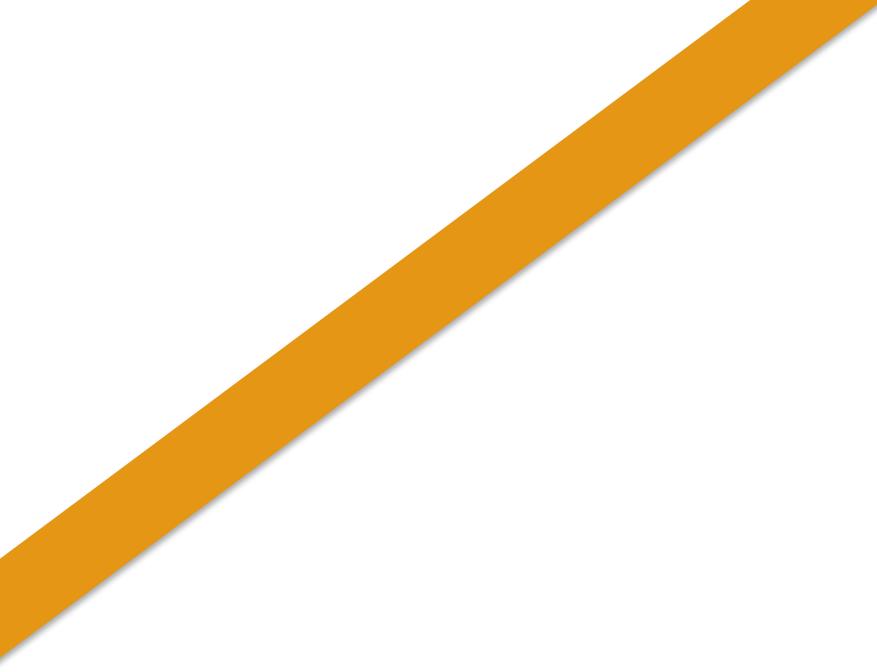
Tu respuesta

Comentario adicional

Tu respuesta

Enviar

A través de este formulario los clientes reales y potenciales de la empresa Rotushop,S.A pueden solicitar el tipo de rotulación que ellos requieren.



Capítulo X:

Producción, reproducción y distribución



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

A continuación, se elabora el plan de producción, reproducción y distribución del diseño de la guía digital para facilitar a clientes reales y potenciales la forma de solicitar el tipo de rotulación que requiere la empresa Rotushop,S.A.

En dicho plan se especifican los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos que fueron necesarios para la elaboración del proyecto.

10.1 Plan de costos de elaboración

Permite determinar el valor del proceso creativo, la técnica utilizada para determinar el concepto, proceso de bocetaje y elaboración de la propuesta grafica del diseño de la guía digital. El costo por hora trabajada es de Q25.00.

10.2 Plan de costos de producción

Permite determinar el valor del proceso de producción de los artes finales y la propuesta gráfica final del diseño de la guía digital. El costo por hora trabajada es de Q25.00.

10.3 Plan de costos de reproducción

No aplica debido ha que la guía digital sera enviada por whatsapp.

10.4 Plan de costos de distribución

No aplica debido ha que la guía digital sera enviada por whatsapp.

10.5 Margen de utilidad

El margen de utilidad sobre los costos fijos del diseño de la guía digital para facilitar a clientes reales y potenciales la forma de solicitar el tipo de rotulación que requiere 2020 de la empresa Rotushop,S.A. es del 30%.

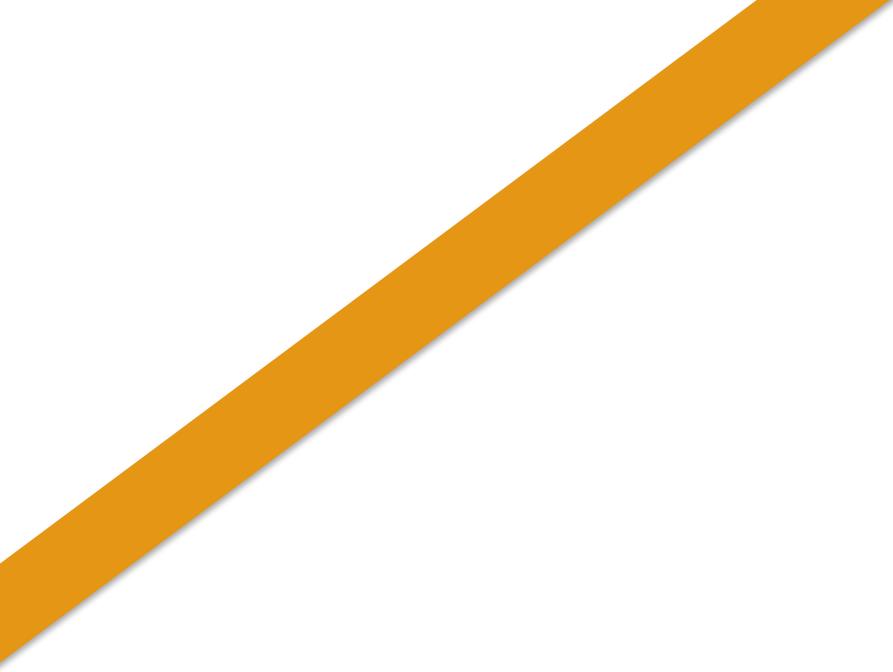
10.6 IVA

El impuesto al valor agregado de la totalidad de los costos del proyecto es del 12%.

10.7 Cuadro con resumen general de costos

A continuación se presenta el cuadro resumen en donde se identifican los costos parciales y el monto total para la producción, reproducción y distribución del proyecto.

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración (20 días / 5 horas por día Q25.00 c/h)	Q. 2,500.00
Plan de costos de producción (5 días / 3 horas por día Q25.00 c/h)	Q. 375.00
Plan de costos reproducción	Q. 0.00
Plan de costos distribución	Q. 0.00
<i>Subtotal 1</i>	Q. 2,875.00
<i>Margen de utilidad 30%</i>	Q. 862.50
<i>Subtotal 2</i>	Q. 3,737.50
<i>IVA</i>	Q. 448.40
Gran Total	Q. 4,185.90



Capítulo XI:

Conclusiones y recomendaciones



Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

En conclusión, se puede afirmar que sí fue posible diseñar guía digital para la empresa Rotushop.S.A que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere.

En este sentido, se considera que toda la información recopilada acerca de los productos y servicios de la empresa Rotushop,S.A a través de una entrevista personal para conocer cómo se puede facilitar el procedimiento de compra y venta de sus clientes reales y potenciales, permitió fundamentar el contenido del diseño de la guía digital en una forma viable y accesible.

En cuanto a lo elaborado con anterioridad, se puede concluir también que la investigación relacionada con términos, conceptos y tendencias de diseño afines a la forma de facilitar el proceso de compra a través de medios interactivos de sus productos de la empresa Rotushop,S.A. También, editar las fotografías proporcionadas por la empresa Rotushop,S,A para ilustrar la guía digital, fue de mucha utilidad para aplicarlas en el desarrollo de este proyecto.

Adicionalmente se puede observar que todas las fotografías editadas, fueron fundamentales para que los clientes reales y potenciales de la empresa Rotushop,S.A comprendan los tipos de rotulaciones que la empresa Rotushop,S.A instala en cada tipo de superficie.

11.2 Recomendaciones

Se sugiere que la base de datos del formulario sea revisada por el diseñador gráfico de la empresa Rotushop,S.A para obtener mejores resultados en los tipos de rotulaciones que la empresa proporciona a sus clientes reales y potenciales.

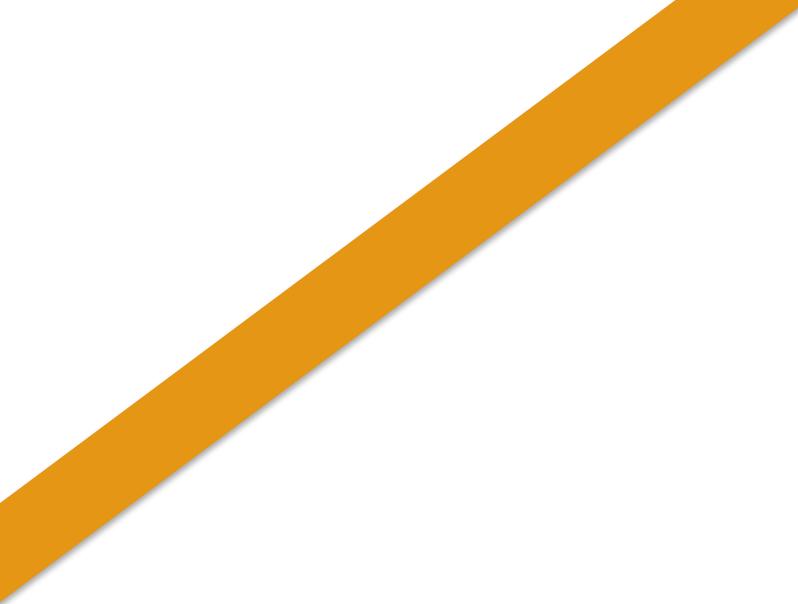
Solicitar al personal de la empresa, tener a la vista la guía digital para su constante consulta y lectura.

Realizar una evaluación semestral al personal de la empresa, para verificar la efectividad de la guía digital y conocer si tienen el conocimiento de su contenido.

Actualizar la guía digital cada 2 años si la empresa agrega nuevos tipos de rotulaciones o tipos de superficies.

Es importante contar con toda la información necesaria de cada tipo de rotulación para que los clientes reales y potenciales tengan una respuesta adecuada a la hora de responder el formulario y sea respondida adecuadamente por el diseñador gráfico de la empresa Rotushop,S.A.

Ya que con la respuesta adecuada por el diseñador gráfico de la empresa Rotushp,S.A, se le sea más fácil a los clientes reales y potenciales comprender los tipos de rotulaciones, tamaños, lugar donde se pueden hacer las instalaciones.



Capítulo XII:

Conocimiento general



Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos

Para el desarrollo del proyecto de graduación mediante las diversas áreas que se abarcaron a lo largo de la carrera, áreas de comunicación, diseño, tecnología, gerencia, entre otras, fue fundamental el uso de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias, para la transmisión y aplicación correcta de ideas y mensajes al momento de la elaboración del proyecto.

La comunicación es la relación existente entre un emisor y un receptor, que se transmiten señales a través de un código común. Mediante la comunicación se transmite la información solicitada por el cliente del proyecto, desarrollando una guía digital para facilitar la solicitud del tipo de rotulación que requiere cada cliente real y potencial de la empresa Rotushop.S,A, para ello fue fundamental el uso de ciencias auxiliares como la semiótica.

Algunas de las ciencias descritas permiten la transmisión correcta de información, haciendo que esta sea fácil de entender para el grupo objetivo del proyecto. Estas ciencias ayudan segmentar la información obtenida a lo largo del proyecto, por lo que permite conocer cuál es la información más importante que se debe de incluir en la realización del proyecto. Algunas ciencias que son importantes para este son: semiología, andragogía, semiótica, psicología del color.

Por otro lado, en el diseño gráfico es práctica de desarrollo y ejecución de mensajes visuales que contemplan aspectos informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación.

El diseño gráfico busca transmitir las ideas esenciales del mensaje de forma clara y directa.

Las artes utilizadas en el desarrollo del proyecto se sintetizan en dos: la tipografía que es el arte de componer letras para comunicar un mensaje y por tanto su técnica se basa en la elección y el uso de “tipos” o “fuentes”, así como símbolos que forman parte de un texto y la diagramación que es la maquetación encargada de organizar o la distribución de elementos en un espacio determinado, en algunos casos contenidos que pueden ser escritos, visuales donde se emplean las fases más amplias del proceso desde el inicio hasta lo final.

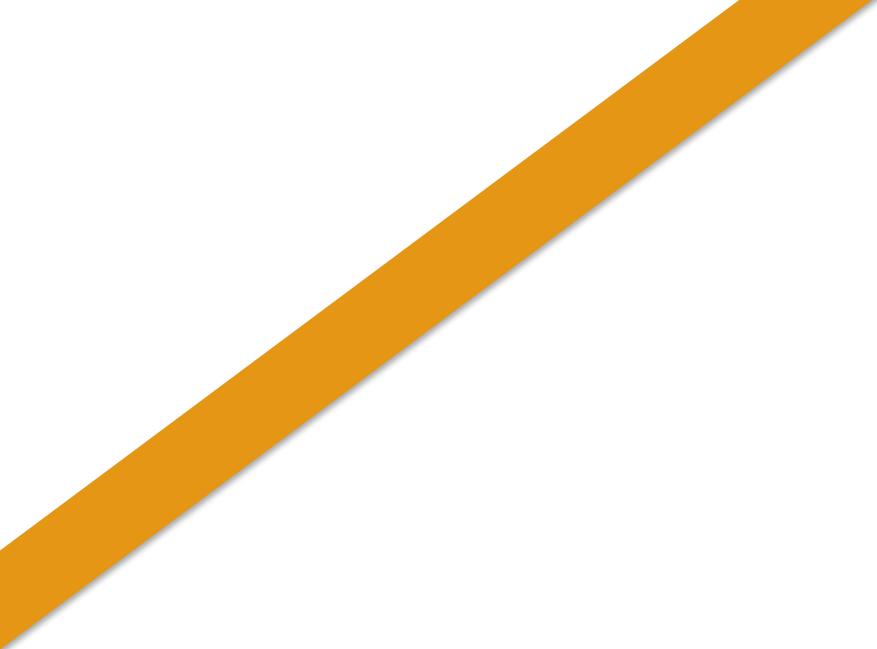
En relación a las teorías utilizadas para el proyecto, se sintetizan en dos importantes teoría del color, esta teoría está compuesta de principios utilizados para crear una mezcla de colores y determinar posibles efectos visuales, el correcto funcionamiento en conjunto de cada uno de los colores, el contraste que existe entre los colores, de tal forma que la combinación de estos en una composición sea agradable a la vista y también la teoría gestalt que consiste en el estudio de la percepción, es decir que se tienden a interpretar un conjunto de elementos diferentes como un único mensaje.

Las tendencias utilizadas en el proyecto permiten que el documento a desarrollar sea innovador y actualizado con lo que es necesario hoy en día para el mercado. Es por ello que se aplican varias tendencias, tales como: flat design, transiciones de color/ gradientes y swiss style. Tendencias que permitieron que la guía digital fuera atractiva visualmente.

Finalmente la aplicación de conocimientos a través del uso de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias en las distintas áreas de comunicación y diseño permitieron el planteamiento, desarrollo y elaboración del proyecto de graduación, que consiste en diseñar guía digital para la empresa Rotushop.S.A que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere.

12.2 Tabla de conocimiento general





Capítulo XIII:

Referencias



Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias

A continuación se presenta el listado en orden alfabético de las fuentes consultadas para la elaboración del marco de referencia y el marco teórico de comunicación y diseño del proyecto.

A

Álvarez, T. (2009). La creatividad y el desarrollo del pensamiento creativo. Recuperado de http://www2.minedu.gob.pe/digesutp/formacioninicial/wp-descargas/bdigital/001_Creatividad_desarrollo_del_pensamiento_creativo.pdf

Alpaca, C. (2019). Branding, ¿Qué es y su importancia para tu empresa. [Mensaje en un blog]. Somos Lead. Recuperado de: <http://www.somoslead.com/branding-que-es-y-su-importancia-para-tu-empresa/>

Anónimo. (2013). Conceptos: semiótica, semiología, signo. Especialidad de escenografía. Escuela Superior de Arte Dramático de Sevilla. Recuperado de: <http://esadsevillaescenografia.blogspot.com/2013/01/conceptos-semiotica-semiologia-signo.html>

Arango Forero, G., 2013. *Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo*. Palabra Clave 16 (3), 673-697.

B

Bembibre, V. (2008). Definición de Diseño Gráfico. [Mensaje en un blog]. Definición ABC. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/disenografico-2.php>

Bernard, J. L. (1985). Hacia un modelo andragógico en el campo de la educación de adultos. *Revista de Andragogía*, 1(3)

Blog artes visuales. (2019) Degradados, inspiración y recomendaciones . Recuperado de:
<https://www.blogartesvisuales.net/general/degradados-inspiracion-y-recomendaciones/>

C

Cantoral Segura, R.A. *Estudio de prefactibilidad para la creación de una fábrica de rótulos luminosos en el departamento de Guatemala*. [Tesis de Licenciatura].
Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Collins Spanish Dictionary - Complete and Unabridged 8th Edition 2005 © William Collins Sons & Co. Ltd. 1971, 1988 © HarperCollins Publishers 1992, 1993, 1996, 1997, 2000, 2003, 2005

Comunicólogos (2003). Comunicación Publicitarias. [Mensaje en un blog].

Comunicólogos. Recuperado de:

<https://www.comunicologos.com/practicas/comunicaci%C3%B3n-publicitaria/>

Cousins, C. (2013). Making it work: Flat Design and Color Trends. [Mensaje en un blog].

DesignModo. Recuperado de: <https://designmodo.com/flat-design-colors/#ixzz2dkOdTPNn>

D

Dávila, J. (2018). 12 texturas para que las paredes de tu casa luzcan hermosas. [Mensaje en un blog]. Homify. Recuperado de:

https://www.homify.com.mx/libros_de_ideas/4660944/12-texturas-para-que-las-paredes-de-tu-casa-luzcan-hermosas

Definición de conceptos. (2008) Definiciones de conceptos. Recuperado de:

<https://definicion.de>

Departamento de internet. (2019) Qué es flat desing o diseño plano. Recuperado de:

<https://www.departamentodeinternet.com/que-es-flat-design-diseno-plano/>

Diccionario Enciclopédico Vox 1. © 2009 Larousse Editorial, S.L.

Dorignac, E. (s.f.). Tipografía, Diseño de Imagen y Sonido. [Mensaje en un blog].

IdeoCentro. Recuperado de: <http://www.ideocentro.com/recursos.php?id=31>

E

Editorial Definición MX (2014). Logotipo. [Mensaje en un blog]. Definición MX.

Recuperado de: <https://definicion.mx/logotipo/>

Editorial Definición MX (2015). Boceto. [Mensaje en un blog]. Definición MX.

Recuperado de: <https://definicion.mx/boceto/>

Eisenberg, J. David (2002). SVG Essentials. O'Reilly Media. p. 107.

F

FotoNostra (2015). Diseño Publicitario. [Mensaje en un blog]. FotoNostra. Recuperado de:

<https://www.fotonostra.com/grafico/publicitario.htm>

G

González, E. (2006). *La digitalización de documentos, ¿amiga o enemiga?*. La Habana, Cuba.

Grupo WKM (2008). Exhibidores. [Mensaje en un blog]. Grupo Melgas Soluciones Integrales S.A. de CV, México. Recuperado de:
<https://wkm.jimdofree.com/exhibidores/>

Gran Diccionario de la Lengua Española © 2016 Larousse Editorial, S.L

H

Hembree, R. (2008). *Diseñador Gráfico*. Editorial Blume.

Hollis, R. (2006). *Swiss Graphic Design: The Origins and Growth of an International Style, 1920-1965*. Yale University Press: 2006. ISBN 0-300-10676-9.

I

IGON (2016). Tipos de Rotulación de Vehículos. [Mensaje en un blog]. IGON: Servicios Integrales de Rotulación. Recuperado de: <http://www.rotulacionigon.com/tipos-de-rotulacion-de-vehiculos/>

Illusion Studio. (2019) ¿Qué es la Psicología del color?. [Mensaje en un blog] Psicología del color. Recuperado de: <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>

INE. (2019) Instituto nacional de estadística Guatemala. Recuperado de:
https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/02/26/L5pNHMXzxy5FFWmk9NHC_rK9x7E5Qqv_vy.pdf

J

Jiménez, C. (2018). Suelo Vinílico: Todo lo que necesitas saber. [Mensaje en un blog].

Homify. Recuperado de: https://www.homify.es/libros_de_ideas/5656732/suelo-vinilico-todo-lo-que-debes-saber

K

K Dictionaries. (2013). Recuperado de:

<https://es.thefreedictionary.com/comunicaci%c3%b3n>

L

Leturia, E. (1998). ¿Qué es Infografía?. *Revista Latina de Comunicación Social*. Volumen

1 (4). Recuperado de:

<https://web.archive.org/web/20060821200314/http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/z8/r4el.htm>

Lifeder. (2019) Elementos de comunicación. Recuperado de:

<https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/>

Lulio, R. (2015). Definición de Ilustración y Tipos de Ilustraciones. [Mensaje en un blog].

ArteNeo. Recuperado de: <https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>

M

Martin, F. (s.f.). ¿Qué es la diagramación y cuál es su importancia dentro del Diseño

Editorial? [Mensaje en un blog]. Agencia Chan. Recuperado de:

<http://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/>

Martínez, J. (1981). *Diccionario de Tipografía y del Libro*. Paraninfo. Michigan, Estados Unidos.

Mr. Fix It. (2017). Tabla Yeso: Tipos de planchas y sus aplicaciones. [Mensaje en un Blog]. Mr Fix It, Remodelación Reparación. Recuperado de:
<http://mrfixithn.com/index.php/tabla-yeso-tipos-de-planchas-y-sus-aplicaciones/>

Müller, J (1992). *Sistema de Retículas*. Gustavo Gili. Barcelona, España.

Muñiz, R. (s.f.) *Marketing en el Siglo XXI*. España, Ediciones CEF.-

N

NeoAttack. (s.f.). Concepto de Ilustración Vectorial. Recuperado de:
<https://neoattack.com/neowiki/ilustracion-vectorial/>

Novocolor. (2019). PVC. [Mensaje en un blog]. Novocolor Guatemala. Recuperado de:
<https://www.novocolor.com.gt/index.php/materiales-rigidos/127-pvc>

O

Ortiz Hernández, G. (2019). El color. Un facilitador didáctico. *Revista De Psicología*, (1870– 5618), <https://www.uv.mx/psicologia/files/2014/09/El-color-un-facilitador-didactico.pdf>.

P

Pérez, J. y Gardey, A. (2009) Definicion.de: Definición de Fotografía. Recuperado de:
<https://definicion.de/Fotografía/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2012) Definicion.de: Definición de piso. Recuperado de:

<https://definicion.de/piso/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2014) Definicion.de: Definición de Tecnología. Recuperado de:

<https://definicion.de/tecnologia/>

Pérez, J. & Merino, M. (2008). Definicion.de: Definición de imagen vectorial. Recuperado

de: <https://definicion.de/imagen-vectorial/>

Pérez, J. & Merino, M. (2012). Definicion.de: Definición de Sociología. Recuperado de:

<https://definicion.de/sociologia/>

Publi911. (2019). Rótulos tipo Block. [Mensaje en un blog]. Publicidad Guatemala 911.

Recuperado de: <https://publicidadguatemala911.com/letras-tipo-block/>

R

Raya Hernández, Miriam G. y Zulueta Blanco, María Elena (2011). Textos científico-técnicos. La Habana: Editorial Científico-Técnica.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.3 en línea]. <https://dle.rae.es> [16 de mayo 2020]

Reyes Torres, Y. L. (2011). Las vallas publicitarias y su incidencia en la contaminación visual del cantón la libertad, en el período 2010–2011 (Tesis de Licenciatura, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2011.).

Rodríguez, A. (2017). Tendencias 2018: transición de color para marcas famosas. [Mensaje en un blog]. Paredro. Recuperado de: <https://www.paredro.com/tendencias-2018-degradacion-de-color-para-marcas-famosas/>

RotulArte (2019). Impresión y corte de vinilo. [Mensaje en un blog]. RotulArte.

Recuperado de: <https://www.rotularte.com.ar/impresion-en-gran-formato/impresion-y-corte-de-vinilo/>

S

Sánchez, F. (s.f.). Qué es un banner y formatos con mejor CTR. [Mensaje en un blog].

Human Level. Recuperado de: <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/banner>

Significados, 2017. “Comunicación organizacional”. Recuperado de:

<https://www.significados.com/comunicacion-organizacional/>

T

Thomson, I. (2005). Concepto de Publicidad. [Mensaje en un blog]. Promonegocios. Net.

Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/publicidad/concepto-publicidad.html>

Thompson, I. (2006). Definición de empresa. [Mensaje en un blog]. Promonegocios. Net.

Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicionconcepto.html>

Thompson, I. (2009). Definición de cliente. [Mensaje en un blog] Promonegocios. Net.

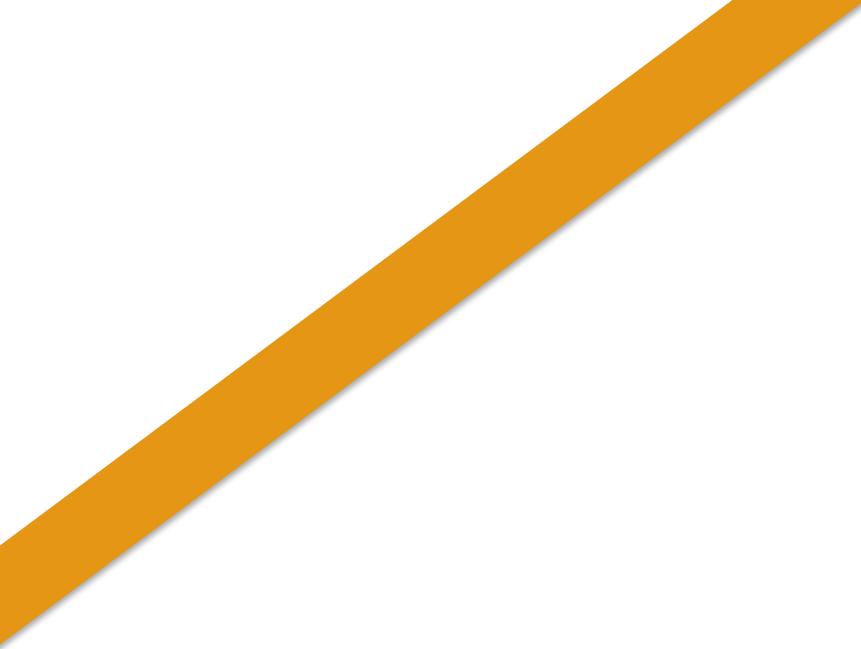
Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Todo sobre comunicación. (2019) Todo sobre comunicación. Recuperado de:

<https://todosobrecomunicacion.com/>

U

Ucha, F. (2011). Definición de Imagen Corporativa. [Mensaje en un blog]. Definición ABC. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/imagen-corporativa.php>



Capítulo XIV:

Anexos



Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexos

En el presente capítulo se presenta toda la información relevante que sirvió de soporte al proyecto y que ha servido para construir el contenido de la metodología.

Anexos de la guía para el desarrollo de proyectos.

Anexo 1

Ejemplos de grafica de Magnitud

2.3.1

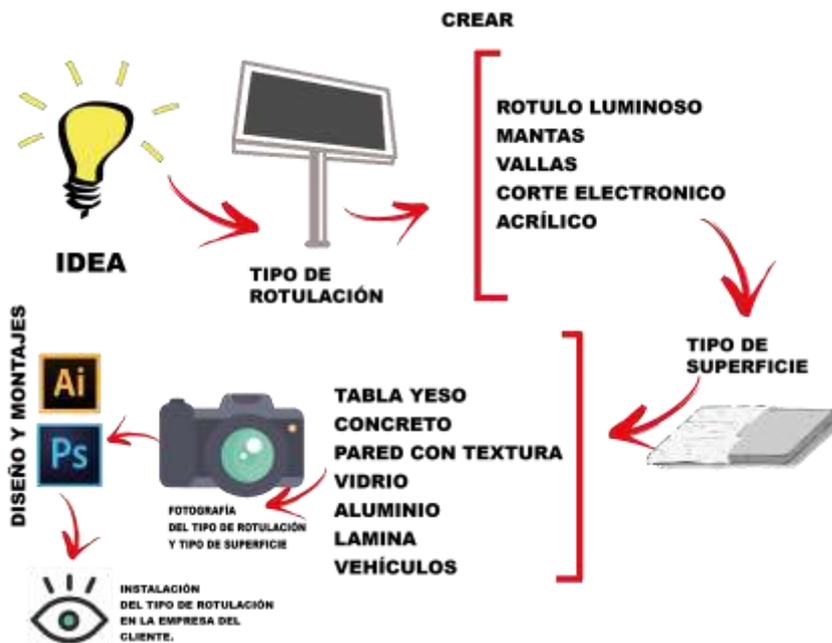
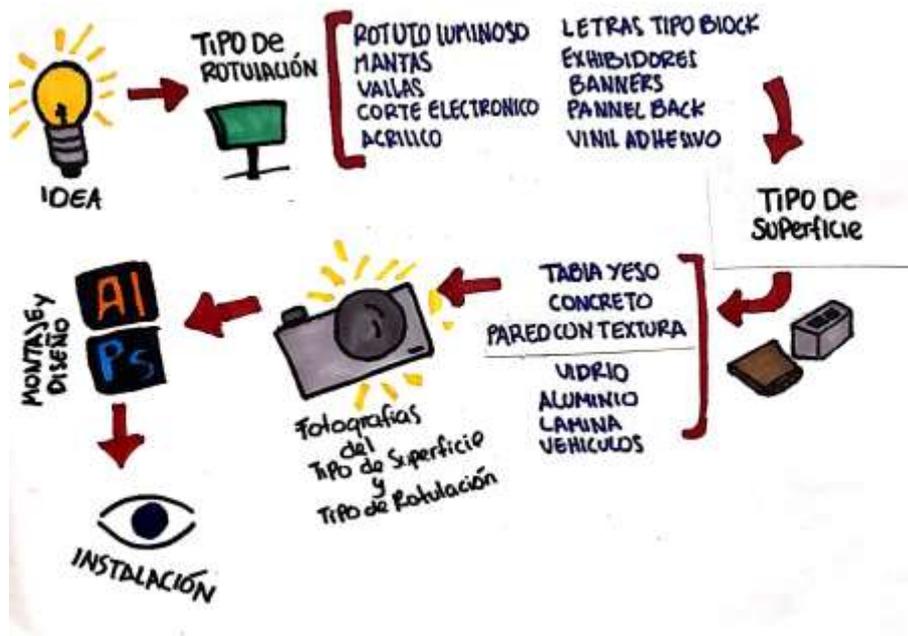


5.3 Perfil psicográfico

CARACTERÍSTICAS	NIVEL C+	NIVEL C
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,
DESEMPEÑO	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente
INGRESO	Piso Q20 mil	Q12 mil
VIVIENDA	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
OTRAS PROPIEDADES	Sitios/terrenos interior por herencias	
PERSONAL DE SERVICIOS	Por día	Por día, eventual
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal
POSESIONES	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro
BIENES DE COMODIDAD	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computador a familia electrodomésticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos
DIVERSIÓN	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local

Anexo 2

Ejemplos de bocetos:



Anexo 3

Tablero de tendencias

TENDENCIAS DE DISEÑO



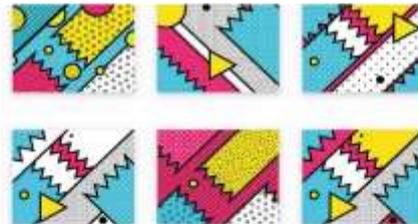
SWISS STYLE

Es un estilo de diseño lograda a través de asimetría en la composición, el uso de una retícula tipográfica y una cuadrícula totalmente.



Memphis

Los diseños se caracterizaban por el uso de materiales laminados y brillantes y por un uso de colores vibrantes y alegres. Los objetos también presentaban frecuentemente formas geométricas asimétricas y arbitrarias.



1.

DISEÑAR MATERIAL Y USAR TENDECIAS GRÁFICAS



Mediante el diseño se sintetizara la información más relvante de la información de la empresa y de esta manera facilitar al grupo objetivo la solicitud a los clientes de la empresa.

La utilización de las tendencias investigadas de diseño gráfico para que el material sea atractivo y facil de comprender.

Anexo 4

Brief



BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Ayleen Zahira Lucrecia Santiago González _____
No. de Carné: 16001491
Proyecto: ___Diseño de guía digital para facilitar a clientes reales y potenciales la forma de solicitar el tipo de rotulación que requiere. Rotushop,S.A. Guatemala. Guatemala. 2020. _____

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): _Rotushop,S.A_____

Dirección: _____ Calzada Aguilar Batres 26-45 zona 12, Guatemala_____

Email: ventas@rotushop.com /administracion@rotushop.com Tel: (+502) 2379- 3728, 2379-3727

Contacto: Carlos Jose Anderson Puesto que ocupa: Gerente General Celular: (+502) 5819-7679

Antecedentes:

Rotushop es una empresa familiar fundada a finales del año 2001 y se dedica a la fabricación de Mantas Vinílicas, Vallas Publicitarias, Calcomanías (Logos y marcas) , Corte electrónico, Rotulación vehicular, rotulacion vehicular, rotulos acrílico y pvc, letras tipo block, exhibidores pvc , corte láser de acrílico. Banners y stands. Iluminación led, Playeras personalizadas.

Oportunidad identificada: _____

Rotushop,S.A cuenta con clientes que están presentes en todo el territorio nacional y que son clientes muy antiguos a los que se les brinda un servicio a nivel nacional manteniendo su POP al día en todos los puntos de venta.

BRIEF

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: __Apoyar a nuestros clientes edificando la marca de sus empresas, proveyéndoles servicios y soluciones publicitarias innovadoras a la medida.

Visión: __Ser una compañía elegida por su constante innovación y calidad en servicios publicitarios, buscando ser reconocidos por la excelencia humana y profesionales de nuestros clientes.

Delimitación geográfica: ____ República de Guatemala.

Grupo objetivo: ____ Personas entre 21 a 51 años, que viven en la República de Guatemala.

Competencia: ____ Panavisión, Publiprint, Carteleras Panoramicas.

Posicionamiento: ____ Actualmente Rotushop,S.A es una empresa, que fabrica y produce rotulaciones. Provee poco más del 30% de servicios publicitarios en Guatemala.

Factores de diferenciación: ____

Es una empresa productora y comercializadora de rotulaciones. Además cuenta cuenta con calidad de sus productos y cuenta con garantía.

Objetivo de mercadeo: ____ Mejorar las redes sociales para que haya mejor posicionamiento en la mente de las personas aprovechando las herramientas en los medios digitales.

Objetivo de comunicación: ____ Empresa en la que se puede confiar y con experiencia.

Mensajes claves a comunicar: ____ Experiencia, Excelencia, confiabilidad, eficacia.

Estrategia de comunicación: ____ Medios digitales, dar un buen servicio para los clientes refieran a la empresa.

Reto del diseño y trascendencia: Diseño simple y fácil de identificación para el personal administrativo y colaboradores de Rotushop,S.A.

BRIEF

Materiales a realizar: __Diseñar guía digital para la empresa Rotushop.S.A que facilite a sus clientes reales y potenciales, la solicitud y compra del tipo de rotulación que requiere.

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores:  #DD9C17

 #060800

Tipografía:

Century Gothic Regular
Century Gothic Bold

MASQUE



LOGOTIPO



Fecha: _____

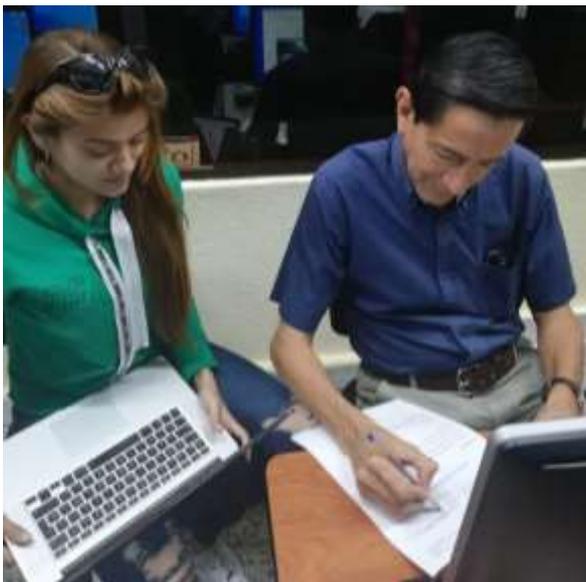
Fotografías del proceso de validación

Fotografía de cliente



Carlos Jose Anderson

Fotografías de expertos



Lic. Carlos Franco

Fotografías del proceso de validación

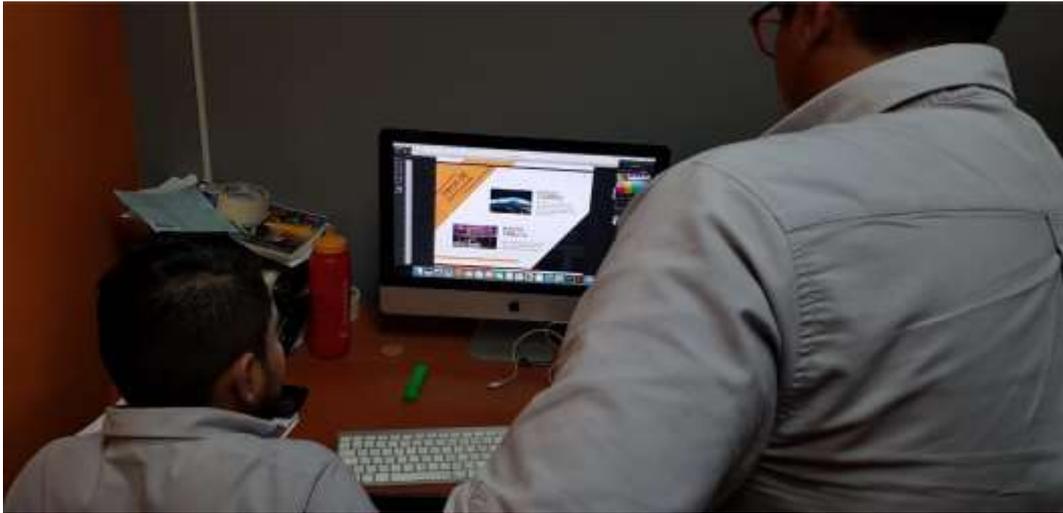


Lic. Carlos Jiménez



Lic. Rolando Barahona

Fotografías del proceso de validación



Anderson Canel



Edison Sánchez

Fotografías de grupo objetivo



Fernando Miranda



Sara Amezcua

Fotografías de grupo objetivo

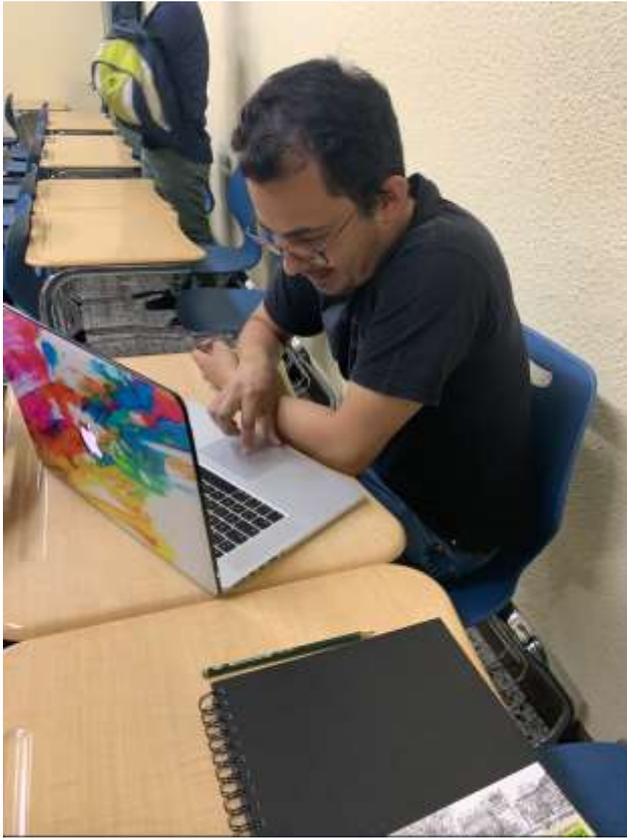


Sofia Estrada



Dalia Xicay

Fotografías de grupo objetivo



Samuel De Leon



Angelica Franco

Fotografías de grupo objetivo



Alejandro Robleto



Jose Carrera

Fotografías de grupo objetivo



Elena de Teleguario



Gerson Calderon