



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece la empresa Lumation Services. Guatemala, Guatemala 2021

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR

Madelin Angelita Archila Velásquez

Carné: 16001383

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2021

Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de marketing digital que ofrece la empresa Lumation Services. Guatemala,

Guatemala 2021

ELABORADO POR

Madelin Angelita Archila Velásquez

Carné: 16001383

UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Enero 2021

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD GALILEO

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.

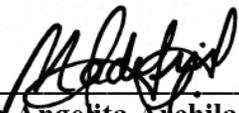
Guatemala 13 de abril de 2020

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MERCADEO DIGITAL QUE OFRECE LA EMPRESA LUMATION SERVICES**. Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Madelin Angelita Archila Velásquez
16001383



M.Sc. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2020

Señorita:
Madelin Angelita Archila Velásquez
Presente

Estimada Señorita Archila:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MERCADEO DIGITAL QUE OFRECE LA EMPRESA LUMATION SERVICES**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de diciembre de 2020

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

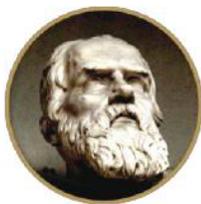
Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MERCADEO DIGITAL QUE OFRECE LA EMPRESA LUMATION SERVICES**. Presentado por la estudiante Madelin Angelita Archila Velásquez, con número de carné: 16001383, 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,

M.Sc. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 26 de julio de 2021

**Señorita
Madelin Angelita Archila Velásquez
Presente**

Estimada Señorita Archila:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 14 de septiembre de 2021.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

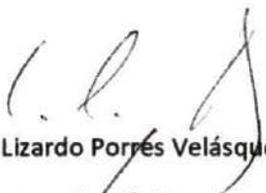
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MERCADEO DIGITAL QUE OFRECE LA EMPRESA LUMATION SERVICES. GUATEMALA, GUATEMALA 2021**, de la estudiante Madelin Angelita Archila Velásquez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

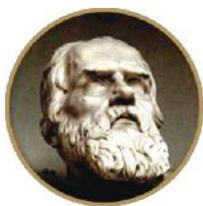
Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 12 de octubre de 2021

Señorita:
Madelin Angelita Archila Velásquez
Presente

Estimada Señorita Archila:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE MERCADEO DIGITAL QUE OFRECE LA EMPRESA LUMATION SERVICES. GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: Madelin Angelita Archila Velásquez, 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

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Lumation Services, se identificó que no contaba con un catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece la empresa Lumation Services.

El enfoque de la investigación fue 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.

El principal hallazgo, entre otros, es que fue posible diseñar un catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece la empresa Lumation Services. Se recomendó la creación de un segundo catálogo digital en donde se desarrollen los servicios secundarios que el cliente ofrece, con la finalidad de que los clientes también conozcan estos productos y servicios.

Para efectos legales únicamente la autora, MADELIN ANGELITA ARCHILA VELÁSQUEZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesional

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción	1
--------------------	---

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	2
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño	2
--	---

2.3 Justificación	2
-------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	3
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	3
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia	3
---------------------------	---

2.3.4 Factibilidad	4
--------------------------	---

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general.....	5
---------------------------	---

3.2 Objetivos específicos	5
---------------------------------	---

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente	6-9
---	-----

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	10
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico	11
------------------------------	----

5.3 Perfil psicográfico.....	12
------------------------------	----

5.4 Perfil conductual	12
-----------------------------	----

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	13
--	----

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	14-15
---	-------

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	16-23
--	-------

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación y razonamiento de la información obtenida en el Marco Teórico.....	24-26
---	-------

7.2 Conceptualización.....	26-28
----------------------------	-------

7.3 Bocetaje.....	28-52
-------------------	-------

7.4 Propuesta preliminar	53-58
--------------------------------	-------

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo	59
--------------------------------	----

8.2 Método e instrumentos.....	60-64
--------------------------------	-------

8.3 Resultados e interpretación de resultados	65-78
---	-------

8.4 Cambios en base a los resultados.....	79-83
---	-------

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	83-89
--	--------------

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración	90
--	----

10.2 Plan de costos de producción.....	90
--	----

10.3 Plan de costos de reproducción.....	90
--	----

10.4 Plan de costos de distribución.....	91
10.5 Margen de utilidad	91
10.6 IVA	91
10.7 Cuadro resumen	91
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
11.1 Conclusiones.....	92
11.2 Recomendaciones	93
Capítulo XII: Conocimientos generales	94
Capítulo XIII: Referencias.....	95-100
Capítulo XIV: Anexos.....	101-118

CAPÍTULO I

Introducción

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

Lumation Services es una agencia digital dedicada a la creación de páginas web, aplicaciones móviles, comercio en línea (*ecommerce* en inglés) y servicios de auditoría de proyectos digitales.

La agencia carece de un catálogo digital donde dé a conocer sus productos y servicios que se ofrece actualmente al mercado. Por tal razón se realizará el proyecto de graduación: “Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece la empresa Lumation Services. Guatemala, Guatemala 2021”

La metodología y procedimientos a utilizar para la elaboración del proyecto inicia con la investigación de conceptos fundamentales de comunicación y diseño, ciencias, teorías y tendencias, continuando con la aplicación de técnicas de diseño para lograr la conceptualización del proyecto.

También se llevará a cabo el respectivo proceso de bocetaje y propuestas para realizar el proyecto final, como proceso final se validará la propuesta a través de una muestra del grupo objetivo que se establecerá.

Por medio de la recopilación de información de la empresa, la investigación de términos, conceptos, teorías y tendencias, se diagramará un programa de diseño un catálogo digital que dará a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece Lumation Services.

CAPÍTULO II

Problemática

Capítulo II: Problemática

Lumation Services se dedica a brindar servicios de mercadeo digital y creación de páginas web y aplicaciones móviles. En los últimos años presenta un crecimiento considerable, sin embargo, no cuenta con un catálogo digital donde se pueda dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios con los que cuentan.

2.1 Contexto

Lumation Services LLC nace en Estados Unidos en 2010, para atender empresas con altos estándares de calidad. En 2013 inicia operaciones en la Ciudad de Guatemala para atender el mercado regional. Entre los clientes en América y Europa resaltan empresas como Amazon, Zappos y Rackspace.

Se identificó que la agencia no cuenta con un material visual en línea acerca de los productos y servicios de mercadeo digital. Se propone diseñar un catálogo digital para dar a conocer a sus clientes reales y potenciales lo que realizan.

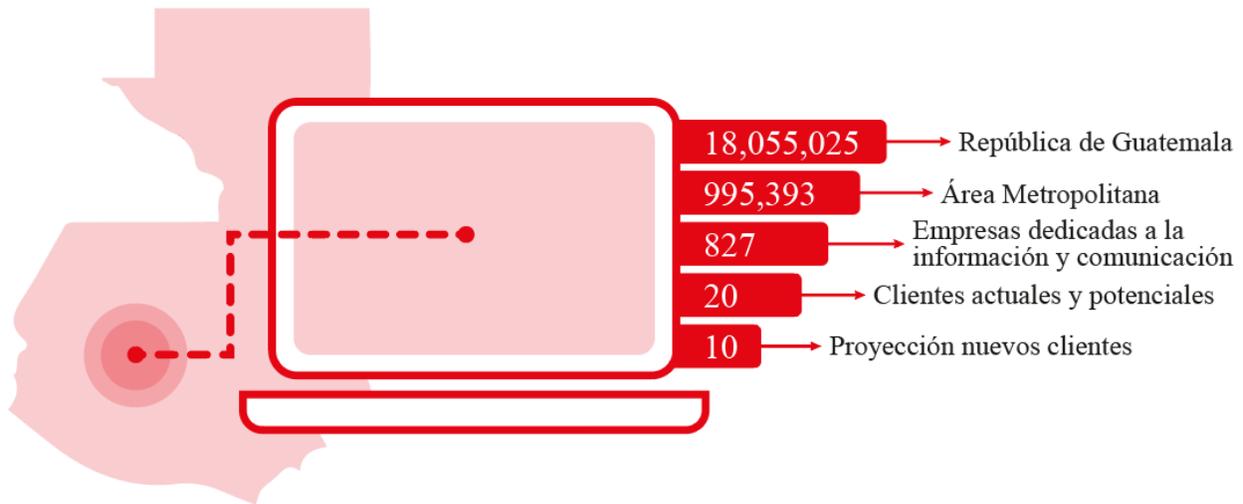
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

Lumation Services no cuenta con un catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo que ofrece la empresa.

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

2.3.1 Magnitud.



(-INE-, 2008-2020)

La población de la República de Guatemala es de 18,055,025 habitantes, según las estimaciones de la población, realizado por El Instituto Nacional de Estadística -INE- en el período 2008-2020, con una población de 995,393 en el área metropolitana.

Según el Banco de Guatemala (DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICAS MACROECONÓMICAS, 2014) en la actualización del Directorio Nacional de Empresas y sus locales, registra un total de 827 empresas dedicadas a la información y comunicación en el departamento de Guatemala. Lumation Services cuenta con 20 clientes con una proyección de crecimiento del 50%.

2.3.2 Vulnerabilidad. Contar con un catálogo digital donde se dé a conocer los productos y servicios de mercadeo digital, disminuye la ampliación de servicios a clientes reales y no genera interés en clientes potenciales.

2.3.3 Transcendencia. El diseño de un catálogo digital dará mayor exposición a sus clientes reales y potenciales acerca de los productos y servicios de mercadeo digital de Lumation Services.

2.3.4 Factibilidad. Este proyecto es factible, ya que se cuenta con todos los recursos necesarios para su realización. Se describe a continuación los siguientes recursos para su aprobación:

2.3.4.1 Recursos Humanos. Se cuenta con el factor humano capacitado, con la experiencia y las habilidades para la realización de este proyecto.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Se cuenta con el apoyo y aprobación del Lic. Luis Fernando Quan, Director Creativo de la Agencia Digital, quien brinda la información necesaria referente a la empresa y sus clientes.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La empresa cuenta con el presupuesto que hace posible la realización del proyecto, sin embargo, no se necesita de una inversión, debido a que el catálogo será digital.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Se cuenta con las herramientas y todo el equipo necesario para el diseño del catálogo digital, algunas de ellas son: Adobe Photoshop, Adobe Ilustrados, Indesing.

CAPÍTULO III

Objetivos del diseño

Capítulo III: Objetivo del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar un catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece la empresa Lumation Services.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información de la marca y sus líneas de productos, a través de la información que el cliente proporcione por medio de un documento informativo (*brief* en inglés), para que sea integrado al diseño del catálogo digital y facilite su reconocimiento para los usuarios.

3.2.2 Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con la creación de catálogos digitales, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del proyecto que se presentará al grupo objetivo.

3.2.3 Diagramar el contenido del catálogo digital a través de un programa de diseño, para establecer un orden jerárquico en los elementos gráficos y que el grupo objetivo lo comprenda.

CAPÍTULO IV
Marco de referencia

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del Cliente

4.1.1 Nombre de la empresa. Lumation Services

4.1.2. Datos generales del cliente.

Dirección: 2da. Avenida 10-37, zona 10, Ciudad de Guatemala

Teléfono: 47887913

E-mail: sales@lumation.co

Página Web: <http://lumationservices.com/>

4.1.3 Antecedentes. Lumation Services LLC nace en Estados Unidos en 2010 para atender empresas con altos estándares de calidad. En 2013 inicia operaciones en la Ciudad de Guatemala para atender el mercado regional. Entre nuestros clientes en América y Europa resaltan empresas como Amazon, Zappos y Rackspace. Siendo socio platinum de la última en la región centroamericana.

4.1.4 Misión. Ayudar a las personas y las empresas alrededor del mundo a desarrollar todo su potencial.

4.1.5 Visión. Nuestra visión es crear una tecnología innovadora que sea accesible a todo el mundo y que se adapte a las necesidades de cada persona.

4.1.6 Delimitación geográfica. Área metropolitana de Guatemala

4.1.7 Grupo objetivo. Empresarios o emprendedores entre 27 a 37 años y que cuentan con una pequeña o mediana empresa.

4.1.8 Principal beneficio al grupo objetivo. Acceso en un solo lugar para conocer todos los productos y servicios de mercadeo digital que vende u ofrece la empresa Lumation Services.

4.1.9 Competencia. Garcia+Robles, Perinola, Latam Digital Marketing, +Digital, BlueDesign

4.1.10 Posicionamiento. Actualmente Lumation Services se encuentra en una posición muy baja en el sector.

4.1.11 Factores de diferenciación. Productos y Servicios de calidad en el menor tiempo posible.

4.1.12 Objetivo de mercadeo. Generar un crecimiento del 50% en la demanda de los servicios de mercadeo digital en Lumation Services.

4.1.13 Objetivo de comunicación. Colocar el catálogo digital en la página web para que clientes reales y potenciales conozcan todos los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece la empresa Lumation Services.

4.1.14 Mensajes claves a comunicar. “Ideas que transforman tu empresa”

4.1.15 Estrategia de comunicación. Diseñar un catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo.

4.1.16 Reto del diseño y trascendencia. Diseñar un catálogo digital con las tendencias 2020 que atraiga a los clientes.

4.1.17 Materiales a realizar. Diseño de catálogo digital.

4.1.18 Información Isologo.

4.1.18.1 Isologo.



4.1.18.2 Color corporativo.



R: 255
G: 0
B: 0

C: 0
M: 95
Y: 85
K: 0

PANTONE P 48-8 U

4.1.18.3 Tipografía corporativa.

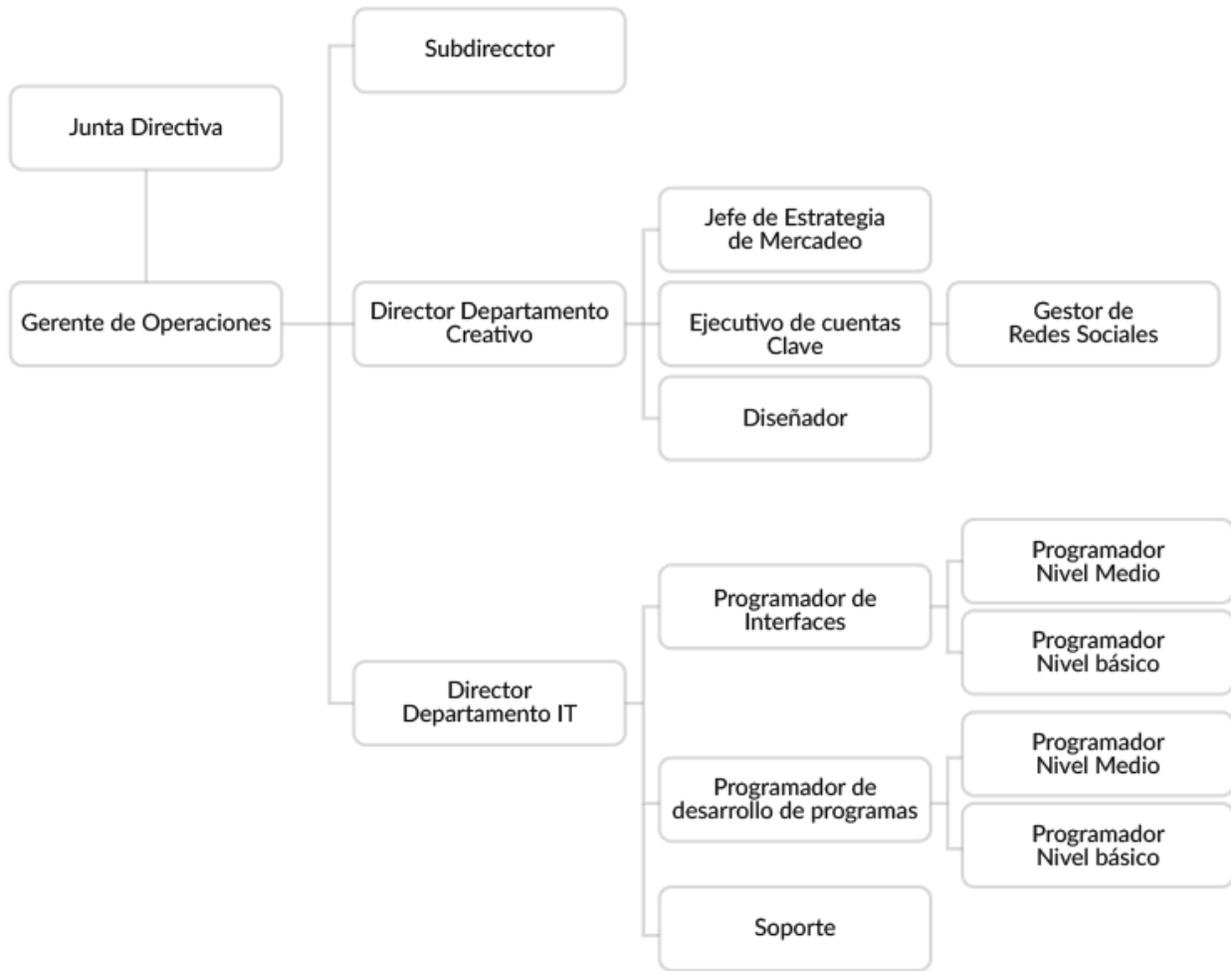
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

4.1.18.4 Frase publicitaria. "Ideas Delivered" representa el motor: Ser una empresa que brinda soluciones de alta calidad a su negocio, acostumbrada a trabajar para entregar resultados y aportar valor constantemente a todos sus clientes.

4.1.19 FODA.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Servicios y productos a la vanguardia del mercado.• Búsqueda de mejora continua.• Buena reputación con los trabajos realizados	<ul style="list-style-type: none">• Poder implementar más tecnología.• Aumentar y mejorar a clientes actuales.• Realizar más proyectos nacionales e internacionales.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• No cuentan con material donde se de a conocer los servicios y productos de la agencia.• No hay una cultura de servicio al cliente bien establecido.• La empresa no tiene un régimen de incorporación fiscal.	<ul style="list-style-type: none">• Crisis económica.• Brecha Tecnológica.• Pandemias.

4.1.20 Organigrama de Lumation Services.



CAPÍTULO V
Definición del grupo objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

Lumation Services se encuentra en el área metropolitana de Guatemala. Tiene un grupo objetivo entre las edades de 27 a 37 años, dirigido especialmente a empresarios y emprendedores interesados en adquirir los servicios de mercadeo digital para sus empresas.

5.1 Perfil geográfico

5.1.1 Región. El área Metropolitana está ubicada en el valle de la Ermita, rodeada al Norte por los municipios de Chinautla y San Pedro Ayampuc, al Sur por Santa Catarina Pinula, Villa Canales y San Miguel Petapa, al Este por el municipio de Palencia y al Oeste por Mixco y Villa Nueva.

5.1.2 Tamaño del área. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas -INE-, el área metropolitana de Guatemala cuenta con 996 km² y una altitud de 1,500 metros. Dividida en 17 municipios.

5.1.3 Tamaño de la ciudad. El departamento de Guatemala cuenta con una población de 3,573,179 habitantes de los cuales 995,393 pertenecen al área metropolitana.

5.1.4 Densidad Poblacional. Se establecen 159 habitantes por km² establecida como urbana.

5.1.5 Clima. Presenta un clima templado subhúmedo, es decir, de verano lluvioso e invierno seco, que se encuentra en latitudes subtropicales y subecuatoriales. Las temperaturas oscilan entre los 16 y 28°C.

5.2 Perfil demográfico

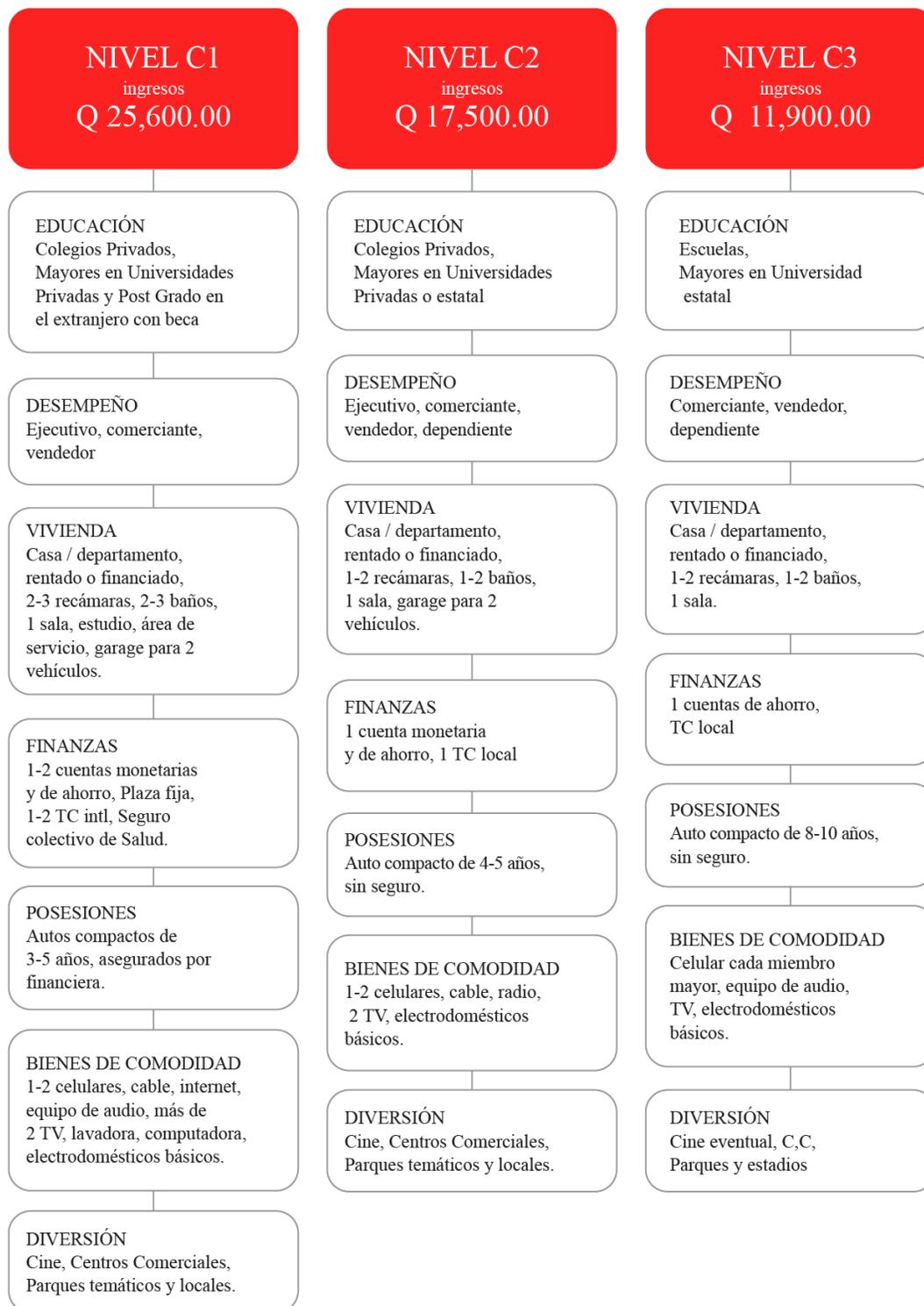


Tabla de Niveles Socio Económicos 2015/Multivex. Ver anexo 2

5.3 Perfil psicográfico

Formas de ser. Seguros, afanados, exigentes

Personalidad. Emprendedores, innovadores, curiosos

Hobbies. Les gusta leer, viajar, vivir nuevas experiencias

Costumbres. Eventos sociales, reuniones familiares, eventos empresariales

5.4 Perfil conductual

Personalidad. Sanguíneos porque son personas sociables, perfeccionistas y analíticos ante una compra, auto disciplinados al terminar un proyecto, coeficientes y eficaces.

Ocasión de compra. Al iniciar un negocio o cuando buscan crecimiento en sus empresas.

Beneficio buscado. Posicionarse en el sector y aumentar ventas en línea.

Status del usuario. Potenciales usuarios, nuevos usuarios y usuarios habituales

Tasa de uso. El servicio por proyecto.

Estado de lealtad. Actualmente presentan alto grado de fidelidad en clientes habituales, pero un bajo grado en clientes nuevos.

Etapas de disposición. Los clientes se encuentran en la consideración de compra ya que están conscientes de la necesidad del servicio.

CAPÍTULO VI
Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto y servicio

6.1.1 Agencia digital. Encargada de crear estrategias, administrar contenidos, difundir mensajes, escuchar y responder a los usuarios y publicar contenidos digitales dinámicos alineados a los objetivos comerciales (Santa María, 2020)

6.1.2 Servicio de mercadeo digital (*marketing* en inglés). Es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. (Kotler, 2001)

6.1.3 Planificador de medios (*Media plannig* en inglés). Define las estrategias y las acciones necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa en las redes sociales. Además, sirve para ayudar al equipo a controlar la gestión y tener en cuenta las metas, presupuestos, campañas de publicidad, comentarios, entre otros. (Peiró, 2020)

6.1.4 Mercadeo permisivo (*Inbound marketing* en inglés). Es un conjunto de estrategias que tiene como objetivo atraer voluntariamente a los consumidores hacia el sitio de la empresa. Es lo contrario del mercadeo tradicional y está basado en la relación con los clientes en lugar de publicidades e interrupciones. (Shah, 2010)

6.1.5 Medios de comunicación social (*Social media* en inglés). Son todos aquellos instrumentos, canales o formas de transmisión de la información de que se proveen los seres humanos para realizar el proceso comunicativo. Estos son tan amplios que engloban desde la escritura hasta las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la actualidad. (Delgado, 2020)

6.2 Conceptos relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Según Stanton, Etzel y Walker (William J. Stanton, 2007) es la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte.

Según Robbins y Coulter (Robbins, 1999) La comunicación es la transferencia y la comprensión de significados.

Al tener en cuenta los conceptos e ideas anteriores, planteo la siguiente definición: La comunicación es la es la transmisión de una idea en espera de la comprensión de los significados.

6.2.1.2 Proceso de la comunicación. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permita decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor.

6.2.1.3 Elementos de la comunicación. En el proceso comunicativo se encuentra el código (sistema de signos y reglas), el canal (medio físico a través del cual se transmite la información), emisor (quien envía el mensaje) y el receptor (a quien va dirigido). (Gardey, 2020)

6.2.1.4 Comunicación corporativa. Es el grupo de acciones encaminadas a difundir la actividad de una entidad a diversos públicos, con el fin de ofrecer una imagen transparente y fiable. (Alba, 2020)

6.2.1.5 Identidad corporativa. Es el conjunto de rasgos y atributos que definen su esencia, tiene que ver con su forma de ser. Clasifica y ordena los elementos de una identificación y por otro lado interviene sobre dichos elementos. (Franch, 2020)

6.2.1.6 Imagen corporativa. Es un fenómeno subjetivo, que aparece como un registro público de los atributos identificadores del sujeto social. Es la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos que se construyen de modo intencional o voluntario. (Figueroa, 2020)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño:

6.2.2.1 Diseño. Según Waldo González Hervé (1998) Actividad consciente y creativa que combina la tecnología y materiales de contexto social, con el propósito de ayudar, satisfacer o modificar el comportamiento humano.

6.2.2.2 Diseño editorial. Se dedica principalmente a la diagramación como producción de diferentes piezas, tales como libros, revistas, periódicos, catálogos, fanzines, entre otros. Se caracteriza porque las piezas están compuestas por bastantes páginas o pliegos que deben ajustarse correctamente a determinados criterios de composición. (Barber, 2020)

6.2.2.3 Diseño de catálogo. Su finalidad es reflejar una imagen cuidada y que corresponda con la empresa que representa. Es importante contar con un diseño atractivo, coherente y contar con fotografías adecuadas, sobre todo si la venta es de productos y dar un aspecto profesional, serio y consistente con la marca. (Marquid Agencia de Marketing, 2020)

6.2.2.4 Diagramación. También llamado maquetación, es el proceso de reunir, de una manera orgánica y armónica, los textos e imágenes que pretenden ser entregados al lector. La diagramación es una fase aparentemente sencilla, pero su complejidad radica en que de ella depende que haya una fácil lectura, que el cuerpo del texto sea correcto y proporcionado, las imágenes comprensibles y concuerden con la información de apoyo. (Espinosa, 2020)

6.2.2.5 Creatividad. Según James Moran (1988) Es un proceso interpersonal e intrapersonal por el que se desarrollan productos originales, de gran calidad y genuinamente significativos.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias.

6.3.1.1 Semiología. Según Ferdinand de Saussure (Cavajal, 2020) la definió como la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes.

El teórico de la comunicación Román Jakobson (Wikipedia, La enciclopedia libre, 2020) definió seis funciones lingüísticas. El problema de las funciones está vinculado al medio de comunicación o vehículo del mensaje.

- **Función Referencial.** Su problema fundamental reside en formular, a propósito del referente, una información verdadera, observable y verificable. Es la base de toda comunicación.
- **Función emotiva.** Se genera cuando nosotros comunicamos por medio del habla o de cualquier otro modo de significación, emitimos ideas relativas a la naturaleza del referente, pero también podemos expresar nuestra actitud con respecto a ese objeto.
- **Función connotativa o conminativa.** Se dirige a la inteligencia o a la efectividad del receptor, tiene por objeto organizar la acción en común o movilizar la participación del receptor, apoyada por la repetición o cuando desencadena reacciones afectivas subconscientes.
- **Función Poética o estética.** Es definida por Román Jakobson, como el mensaje deja de ser el instrumento de la comunicación para convertirse en su objeto. Es portador de su propio significado y pertenece a una semiología particular: Estilización, hipóstasis del significante, simbolización, entre otros.

- **Función fática.** Tiene por objeto, afirmar, mantener o detener la comunicación. El referente del mensaje fático es la propia comunicación, así como el referente del mensaje poético es el propio mensaje.
- **Función metalingüística.** Su objetivo es definir el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor.

6.3.1.2 *Semiología de la imagen.* Se evoca al mensaje publicitario de una forma visual y analiza e interpreta todos los elementos y el concepto que se quiere transmitir partiendo de la base en que un anuncio. Este cuenta con un significado (el concepto, su característica es transmitir lo que no somos) y un significante (la imagen).

El mensaje se compone en denotativo que es el objeto y connotativo que va hacia el subconsciente. (Aguirre, 2020)

6.3.1.3 *Semiología del discurso.* Es la expresión formal de un acto comunicativo, que se presenta bajo diferentes circunstancias (oral, escrito, por ejemplo). El discurso no es un producto, sino un proceso cuyo aspecto más destacado es su finalidad de comunicación. (Morales López, 2020)

6.3.1.4. *Sociología.* Se dedica al estudio de las sociedades humanas, sus fenómenos colectivos, interacciones y procesos de cambio y de conservación, toma en cuenta el contexto histórico y cultural en que se hallan insertas.

La sociología emplea técnicas y métodos de investigación científica, provenientes de diversas disciplinas y áreas del saber, lo que le brinda una perspectiva interdisciplinaria para el análisis y la interpretación. (Raffino, 2020)

6.3.1.5 *Tecnología.* Suele asociarse con la revolución industrial, máquinas, tics y componentes electrónicos. Se puede clasificar en dos grupos:

- Blanda. Mejoran procesos, modelos, teorías y servicios. Materias como la psicología, sociología, economía marketing y más, son las encargadas de producir soluciones no tangibles que pueden tener efectos positivos.
- Dura. Incluye recursos tangibles, como bienes materiales de consumo que hacen la vida más fácil y otros dispositivos más especializados para la industria. (Fernández, 2020)

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Fotografía. Proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura. En el ámbito artístico y estético, combina diversos elementos como el encuadre, la composición, la iluminación y otros. Con la incorporación de la fotografía digital, ha nacido una nueva producción de imágenes, que no solo permite métodos más sofisticados se captura, sino también amplias posibilidades de edición y perfeccionamiento una vez almacenada la foto. (Bembibre, 2020)

6.3.2.2 Tipografía. Es el arte de componer y crear tipos para comunicar un mensaje, originalmente de plomo, para crear trabajos impreso. Provoca diferentes impresiones que pueden ser usadas para capturar el tono de voz del autor o del cliente y provoca así persuadir y reforzar ideas presentadas con palabras. (Santa Maria, Tipografía: Todo Lo Que Debes Saber, 2020)

6.3.2.3 Arte digital. Es algo más que una forma de referirse a aquellos trabajos artísticos que usan tecnologías informáticas.

No existe una línea de trabajo única para estas creaciones, pero si algunos “lugares comunes” que cuentan con características clave de las nuevas tecnologías (Paloma, 2020), como:

Conexión en red

- Flexibilidad de la información y posibilidades multimedia
- Crear nuevos puntos de atención en el usuario
- Exponer de una manera alternativa a como se hacía antes
- Posibilidad de trabajar en colectividad de una manera más fácil y eficaz

6.3.2.4 Arte interactivo. Está vinculada con la incorporación de los avances tecnológicos en una forma que se accesible para quienes lo contemplan. De esta forma los artistas tienen la posibilidad de beneficiarse de las experiencias de otros y pueden poner en marcha propuestas colaborativas cada vez más complejas.

Para que el trabajo artístico sea verdaderamente interactivo y pueda llegar a convertirse en un diálogo, es necesario un interfaz capaz de interpretar a los participantes y una programación que gestione la respuesta para una mejora de la experiencia del usuario. (Vázquez Zapata, 2020)

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color. Johann Wolfgang von Goethe (1832) en su libro Teoría de los colores de 1810, proponía ya un círculo de este, basándose en los estudios de la materia del propio Isaac Newton.

Es un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de matices para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos.

De acuerdo con este tipo de estudio, a cada uno se le pueden atribuir distintas propiedades, como son el matiz, la luminosidad y la saturación.

El modelo RGB Se llama así debido a su gama primaria: rojo, verde y azul (*red, green, blue* en inglés) Es un sistema de color aditivo, en el que estos deben sumarse para producir uno nuevo.

- El modelo de color CMYK que también es la unión de las iniciales del cian, magenta, amarillo (*yellow* en inglés), con el negro (llamado *key* en inglés para evitar la confusión con la B del *blue* en inglés del RGB) Es de tipo sustractivo: la mezcla de todos los tonos puros (azul, rojo, amarillo) da negro, la ausencia total da luz. (Raffino, Teoría del color, 2020)

6.3.3.2 Teoría de Gestalt. También llamada ley de la percepción en un conjunto de principios según los que el cerebro humano siempre tenderá a transformar u organizar los elementos que percibe en un todo coherente, dotado de forma y de sentido. Las leyes de percepción más importantes son:

- Ley de proximidad: El cerebro agrupa como conjunto aquella serie de elementos que se encuentran a menos distancia.
- Ley de continuidad: El cerebro tiende a ignorar los cambios que interrumpen una imagen y prioriza los estímulos que permiten apreciar la imagen de forma continua.
- Ley de figura y fondo: El cerebro localiza contornos, separa objetos y establece distinciones entre ellos.
- Ley de semejanza o igualdad: El cerebro tiende a unir o agrupar los elementos más parecidos entre sí.
- Ley de la dirección común: El cerebro identifica como un grupo aquellos elementos que dan la impresión de moverse o confluir hacia un mismo punto.

Ley de tendencia al cierre: El cerebro tiende a completar imaginariamente las líneas faltantes o interrumpidas del contorno de las figuras

- Ley de contraste: El cerebro atribuye cualidades a los diferentes elementos.
- Ley de pregnancia: El cerebro tiende a organizar y percibir los elementos de la forma más simple y correcta posible, bajo criterios de simetría, regularidad y estabilidad.
(Significados.com, 2020)

6.3.3.3 Teoría de la comunicación. Es el estudio de las ideas y valores que circula a través de los medios y las relaciones de poder que se vehiculiza a partir de ellos.

La comunicación masiva gira en torno a la opinión pública. La idea de poder de este tipo de comunicación es el dinero que gana la empresa mediante la audiencia.

La tecnología en la comunicación está vinculada a la razón ya que existe una búsqueda constante de instrumentos para la satisfacción del ser humano, es decir, el progreso de la razón y por ello de la tecnología aporta cierta felicidad a la sociedad. (Rey, 2020)

6.3.3.4 Mercadeo (Marketing en inglés). Según Philip Kotler (Kotler, 2001), es un proceso social y administrativo por el que grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Kotler nos propone lo que él considera los 10 mandamientos del marketing 3.0:

1. Ama a tus consumidores y respeta a tus competidores.
2. Sé sensible al cambio, prepárate para la transformación.
3. Protege tu marca, sé claro a cerca de quién eres.
4. Los consumidores son diversos, dirígete primero a aquellos que se pueden beneficiar más de ti.
5. Ofrece siempre un buen producto a un precio justo.

6. Sé accesible siempre y ofrece noticias de calidad.
7. Consigue a tus clientes, mantenlos y hazlos crecer.
8. No importa de qué sea tu negocio, siempre será un negocio de servicio.
9. Diferénciate siempre en términos de calidad, costo y tiempo de entrega.
10. Archiva información relevante y usa tu sabiduría al tomar una decisión.

6.3.3.5 Marca (*Branding* en inglés). Según la Asociación Española de Empresas de Branding, es la gestión inteligente, estratégica y creativa de todos aquellos elementos diferenciadores de la identidad de una marca (tangibles o intangibles) y que contribuyen a la construcción de una promesa y de una experiencia de marca distintiva, relevante, completa y sostenible en el tiempo”.

Uno de los activos más importantes de cualquier empresa es la marca (*branding*), pues se encarga del posicionamiento, imagen y personalidad. (Grupo Endor, 2020)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Elementos en 3D. Se debe al ligero distanciamiento entre los dos ojos, de modo que captan las imágenes desde ángulos distintos. La combinación de imágenes individuales vistas por cada ojo consigue una sensación de profundidad y dimensión en la mente. (Flores, 2020).

Gracias a la tecnología que se va descubriendo día a día, los diseñadores pueden crear obras maestras, recreando un mundo con elementos 3D y llevando a los espectadores a lugares nunca antes imaginados.

6.3.4.2 Surrealismo. El término proviene del francés y se le atribuye al escritor Guillaume Apollinaire en 1917, en su obra dramática “Las tetas de Tiresias” Significa

literalmente “por encima”, lo cual supone que los surrealistas intentaban crear un arte que fuera más allá de las perspectivas limitantes del realismo.

Este tipo de perspectiva es una ilusión óptica que en ocasiones “engaña” al ojo humano pues es creada mediante distintos tamaños y planos.

6.3.4.3 Tipografías. La tipografía cinética es uno de los principales potenciadores. Los beneficios de este recurso es que su uso es bastante versátil y genera equilibrio a la composición. (Astocondor, 2020).

Normalmente se utilizan tipografías sans-serif por la facilidad de lectura, se ubican sobre un fondo de color plano o levemente degradado y guardan relación con el texto o los sonidos.

Se presentan en diferentes formas, con gráficos o dibujos para dejar descansar al lector, pero usando siempre formas y dibujos sencillos.

6.3.4.4 Tendencias 2020.



Tablero de tendencias

CAPÍTULO VII
Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII. Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación y razonamiento de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. Se da cuando el receptor en este caso los clientes potenciales reciben el catálogo y se vuelve exitosa cuando adquieren un servicio o producto del emisor que sería la agencia digital.

7.1.2 Comunicación corporativa. Se implementará para dar a conocer los servicios y productos de la agencia digital y transmitirá el espíritu y valores con los que trabajan día a día en dicha entidad.

7.1.3 Imagen corporativa. Con ella se busca que los clientes potenciales vean la esencia y profesionalismo, con los que se realizan los servicios y productos que se ofrecen en el catálogo.

7.1.4 Diseño editorial. Se utilizará para crear un catálogo pensando en su función, ajustado para transmitir un mensaje correcto con una composición armónica.

7.1.5 Diagramación. Es de suma importancia, ya que nos ayudará a que el contenido del catálogo funcione y lleve el mensaje correcto de forma ordenada y legible, adaptada a la perfección para el público objetivo.

7.1.6 Semiología de la imagen. Este nos ayudará a dar un mensaje visual correcto, alineado con el concepto en este caso cada producto y servicio que se ofrecerá en el catálogo digital.

7.1.7 Fotografía. Son imágenes que con un buen encuadre e iluminación nos ayudarán a presentar a los clientes potenciales los servicios y productos que se ofrecerán en el catálogo digital.

7.1.8 Tipografía. Estas transmiten la información y refuerzan las ideas, al utilizar la tipografía correcta logramos una fácil lectura y una buena presentación.

7.1.9 Arte digital. Este nos ayudará a mostrar el catálogo digital a través de dispositivos conectados a una conexión en red y estará disponible en cualquier lugar del mundo.

7.1.10 Teorías de color. Por medio del sistema RGB se busca integrar colores que representen la marca y transmitan las sensaciones correctas con cada imagen.

7.1.11 Mercadeo (*Marketing en inglés*). Al ser un proceso social y administrativo, el catálogo digital logra un intercambio entre la agencia digital y los clientes potenciales que necesitan información sobre los servicios y productos.

7.1.12 Marca (*Branding en inglés*). Se implementará en el catálogo digital y mantendrá la imagen y personalidad de la marca que busca posicionarse en la mente de los clientes potenciales para persuadirlos a adquirir los productos y servicios que esta ofrece.

7.1.13 Tablero de Conocimiento:



7.1.13 Tablero de Conocimiento:



7.2 Conceptualización

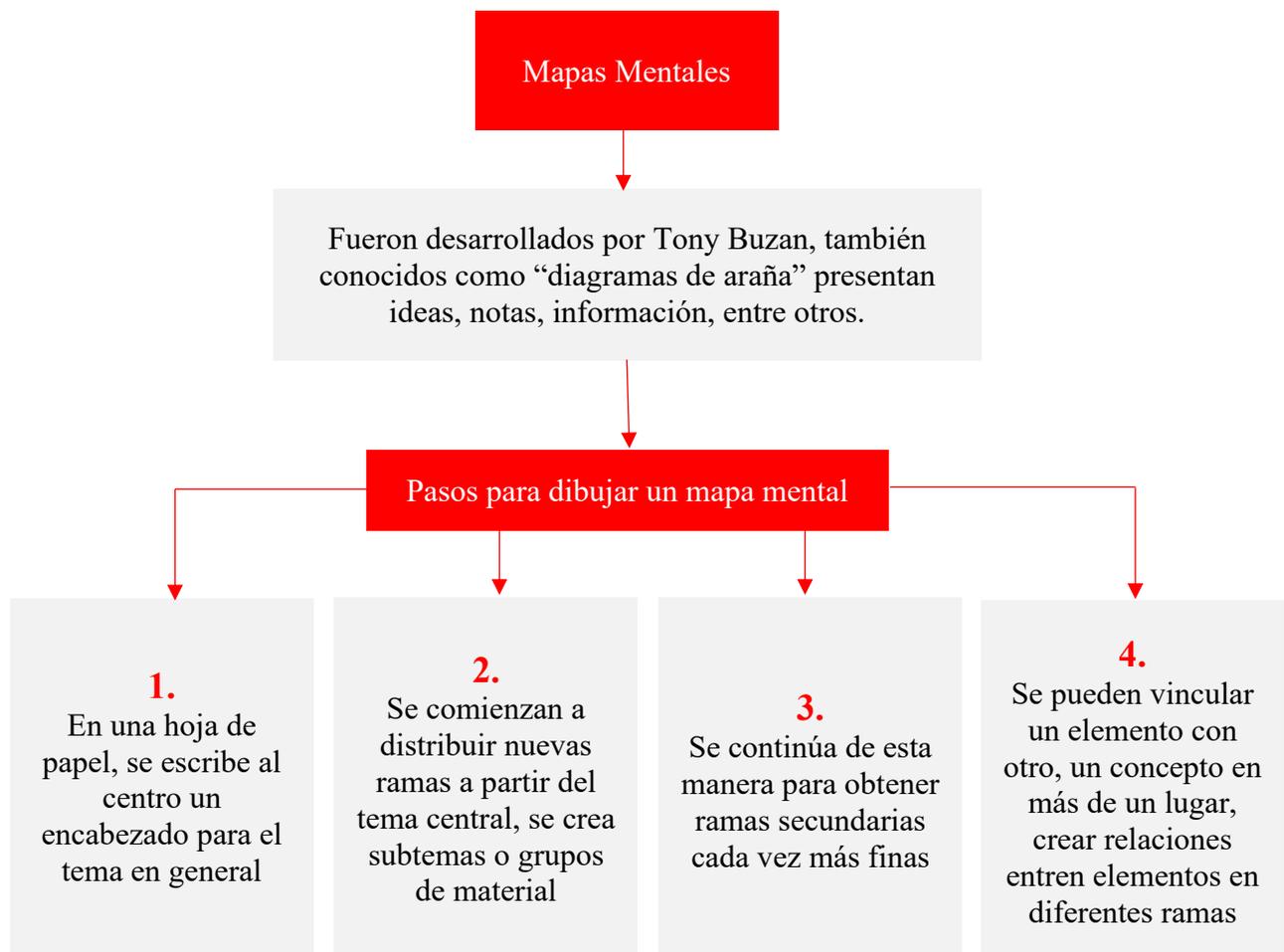
7.2.1 Método. Los mapas mentales fueron desarrollados por Tony Buzan, también conocidos como “diagramas de araña” presentan ideas, notas, información, entre otros.

Pasos para dibujar un mapa mental:

- En una hoja de papel se escribe al centro un encabezado para el tema en general.
- Se comienzan a distribuir nuevas ramas a partir del tema central, se crea subtemas o grupos de material.
- Se continua de esta manera para ir obteniendo ramas secundarias cada vez más finas.

Se pueden vincular un elemento con otro, un concepto en más de un lugar, crear relaciones entre elementos en diferentes ramas. Se pueden utilizar dibujos en lugar de palabras

escritas, estos también ayudarán a darle vida al diagrama. Podemos encontrar softwares disponibles que realizan mapas mentales como Freemind, o Smartdraw, estos facilitan la modificación o reorganización del mapa. Los mapas hechos en computadora tienen la desventaja de la pantalla pequeña y son menos flexibles que los dibujados a mano.



7.2.1.1 Aplicación del método



7.2.2 Definición del concepto.

- “Innova tu empresa con las mejores ideas”
- “Ideas que transforman tu empresa”
- “Soluciones que impulsan tu negocio”

Al utilizar la técnica de mapas mentales se llegó a conceptualizar la siguiente frase:

“Ideas que transforman tu empresa”

Refleja la finalidad del trabajo que se realiza en la agencia digital, así se ofrece ideas que transforman los procesos de las empresas de una forma innovadora.

7.3 Bocetaje

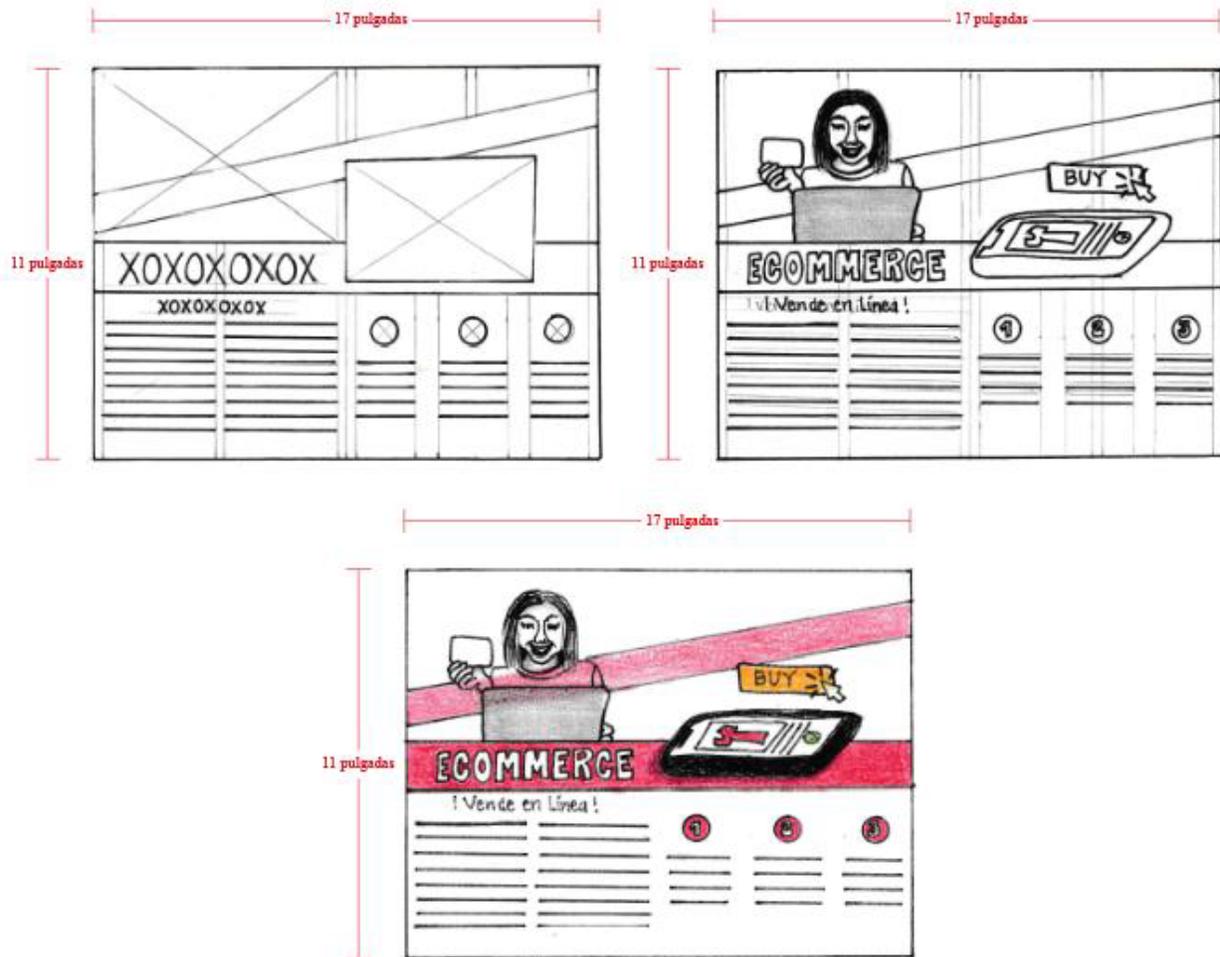
A continuación, se visualizan los procesos de bocetaje que se realizaron a mano alzada en papel y lápiz, los que surgieron a raíz de la conceptualización. La etapa de bocetaje ayuda a crear una maquetación y ordenar los elementos para mostrar los servicios y productos solicitados.

El bocetaje contiene la línea gráfica de Lumation Services, los colores corporativos (blanco y rojo) serán los principales, además de las tipografías corporativas establecidas.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A

Servicio Comercio en línea (*Ecommerce* en inglés)



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A

Servicio Comercio en línea (*Ecommerce* en inglés)



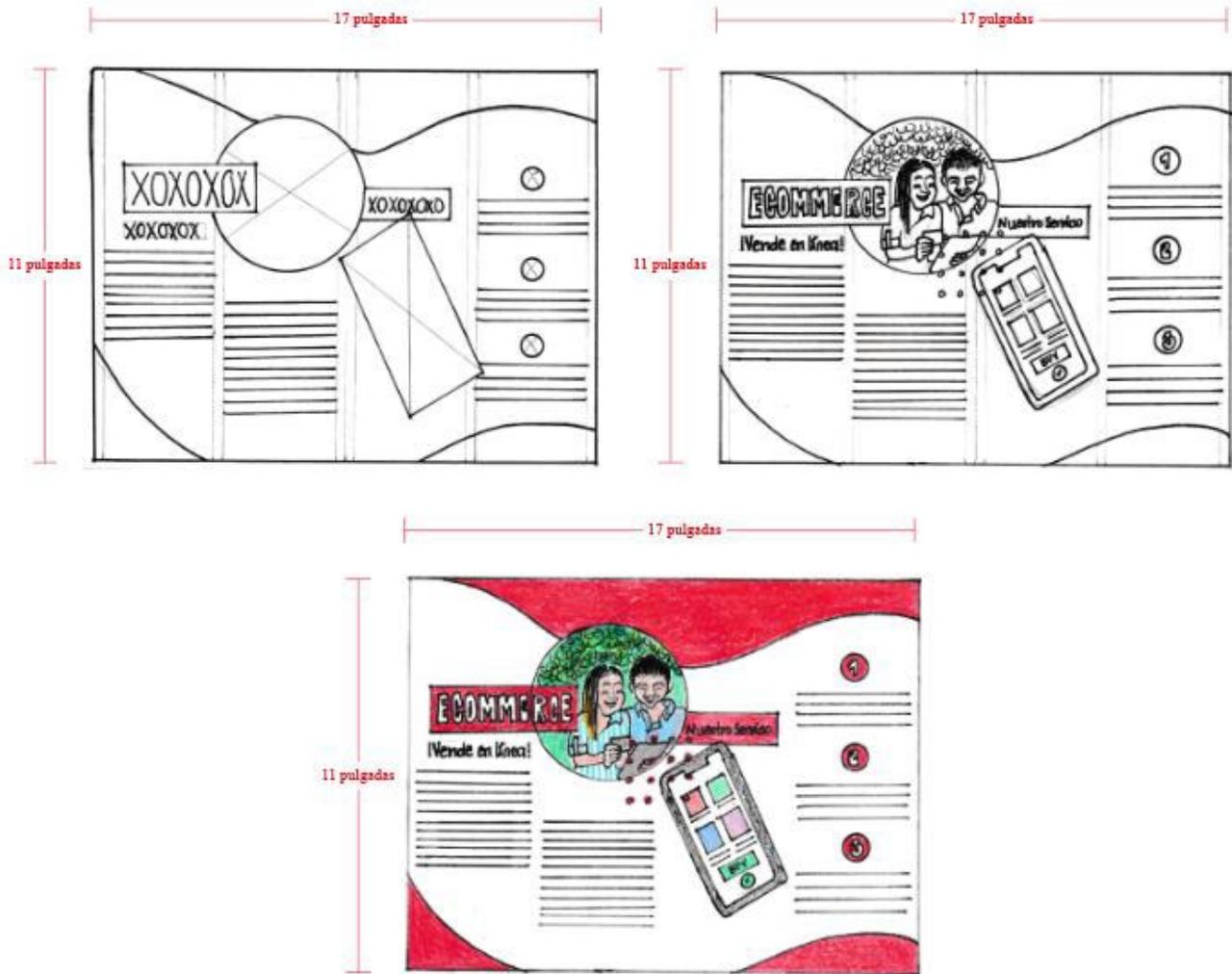
Identificación de elementos

1. Fotografía representativa del servicio
2. Elemento 3D que ilustra el servicio
3. Título del servicio
4. Pasos del servicio
5. Slogan del servicio
6. Información de los pasos del servicio
7. Información general del servicio.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B

Servicio Comercio en línea (*Ecommerce* en inglés)



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B

Servicio Comercio en línea (*Ecommerce* en inglés)



Identificación de elementos:

1. Fotografía representativa del servicio
2. Título del servicio
3. Slogan del servicio
4. Información general del servicio
5. Elemento 3D que ilustra el servicio
6. Información de los pasos del servicio

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Prototipo

Hoja 1

Contraportada	Portada
Indice 1	-Datos -Llamado a la acción -Final 10

Hoja 2

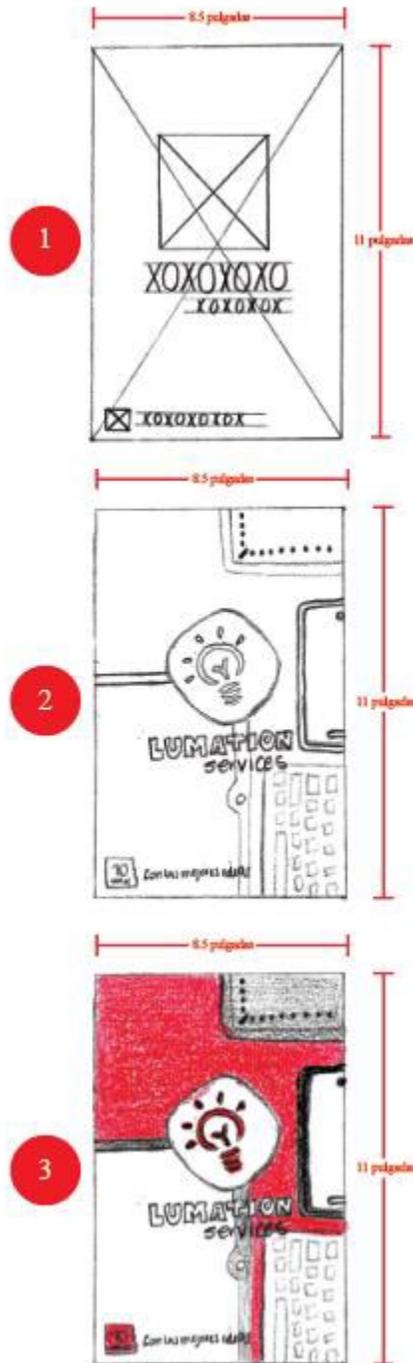
Presentación Lumation 9	Datos Importantes 2
Servicio 1 3	Servicio 3 8

Hoja 3

Servicio 3 7	Servicio 1 4
Servicio 2 5	Servicio 2 6

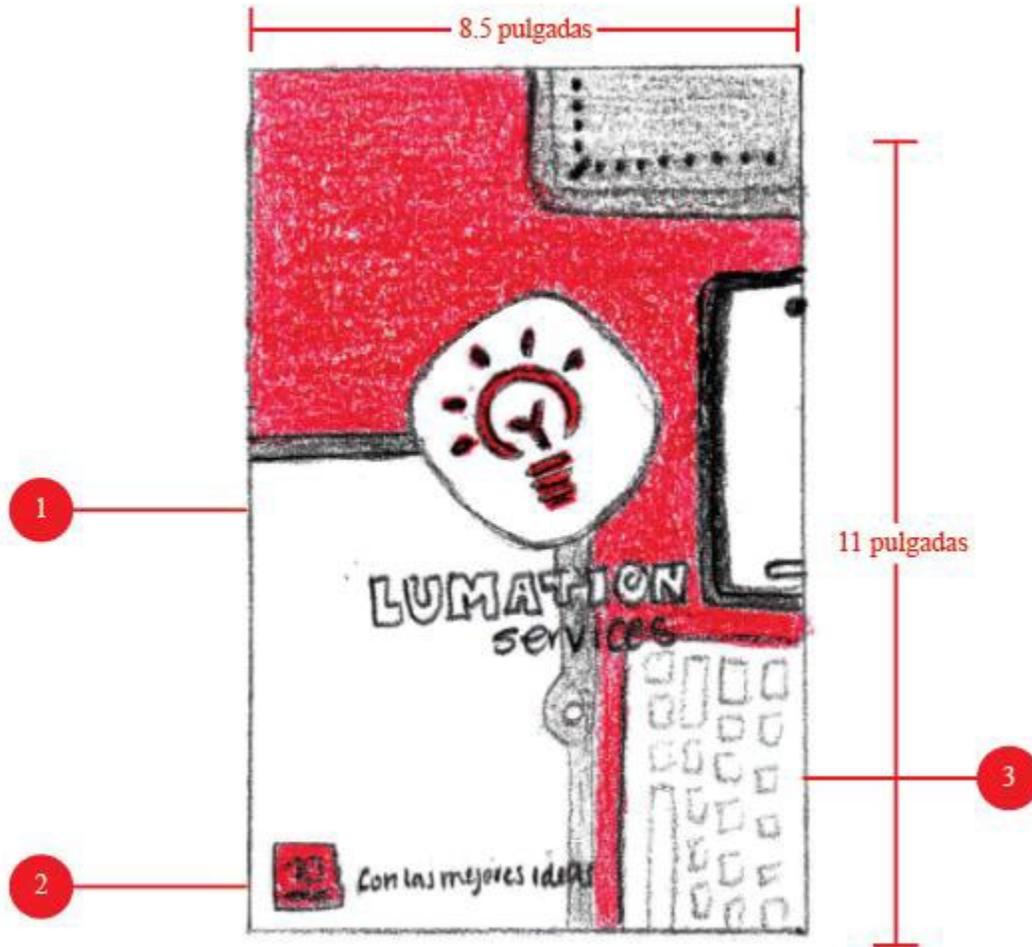
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Proceso de página portada



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Página de portada

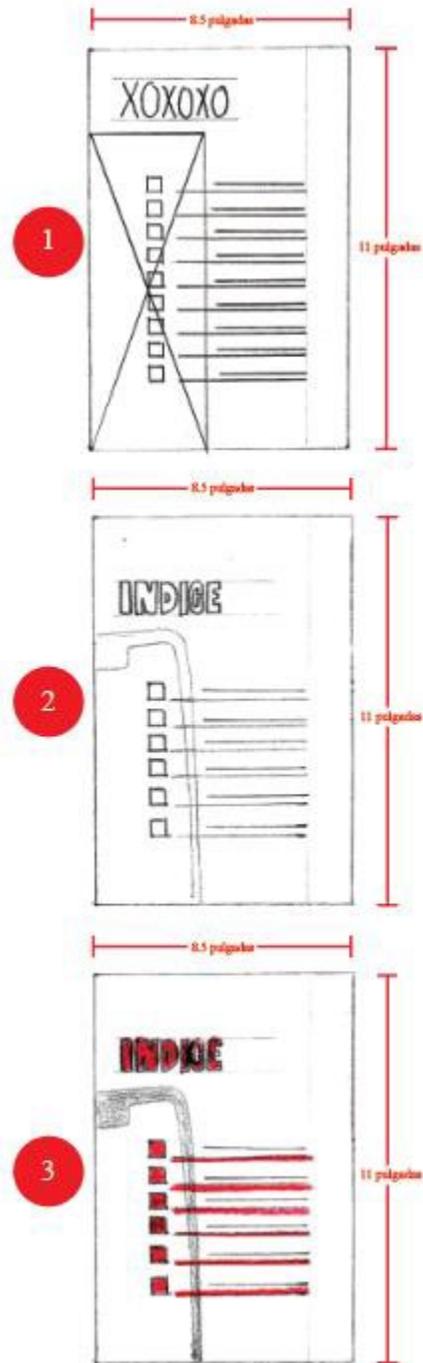


Identificación de elementos:

1. Isotipo de la agencia de publicidad.
2. Frase promocional del catálogo.
3. Imagen de fondo.

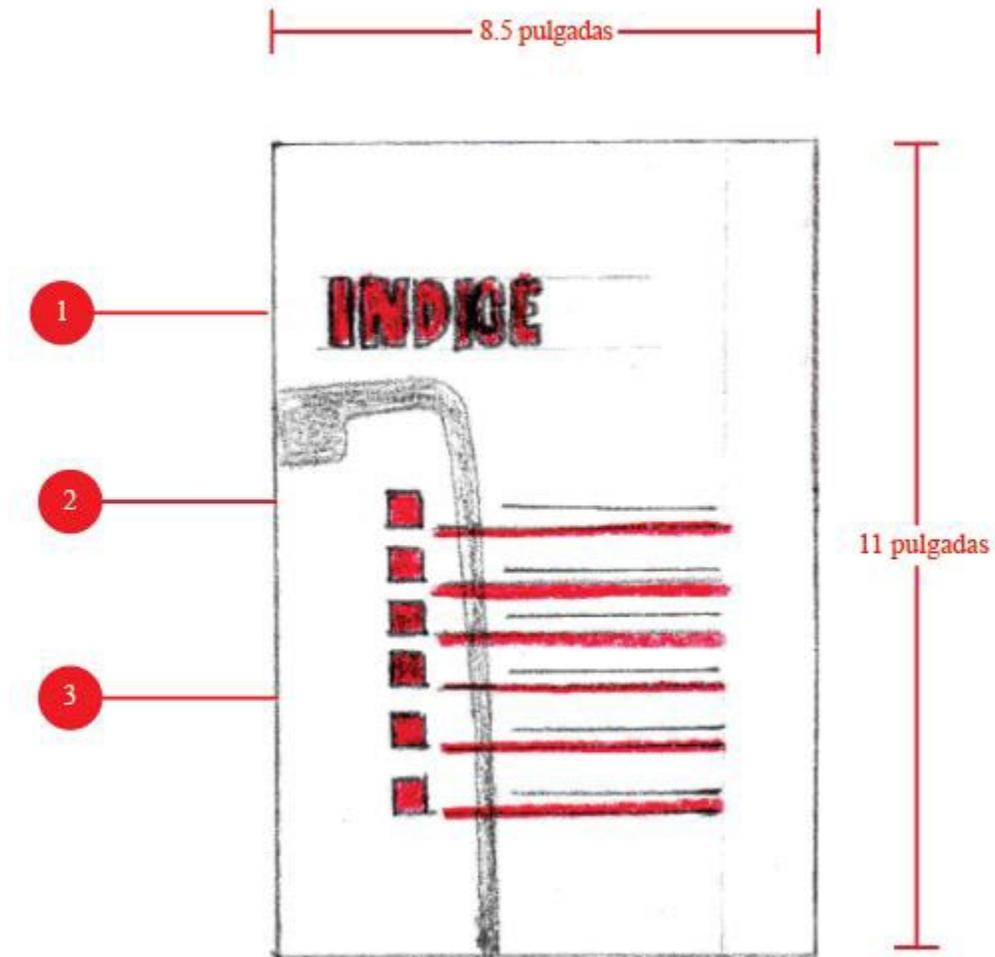
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Proceso de página índice



7.3.1 Proceso de bocetaje.

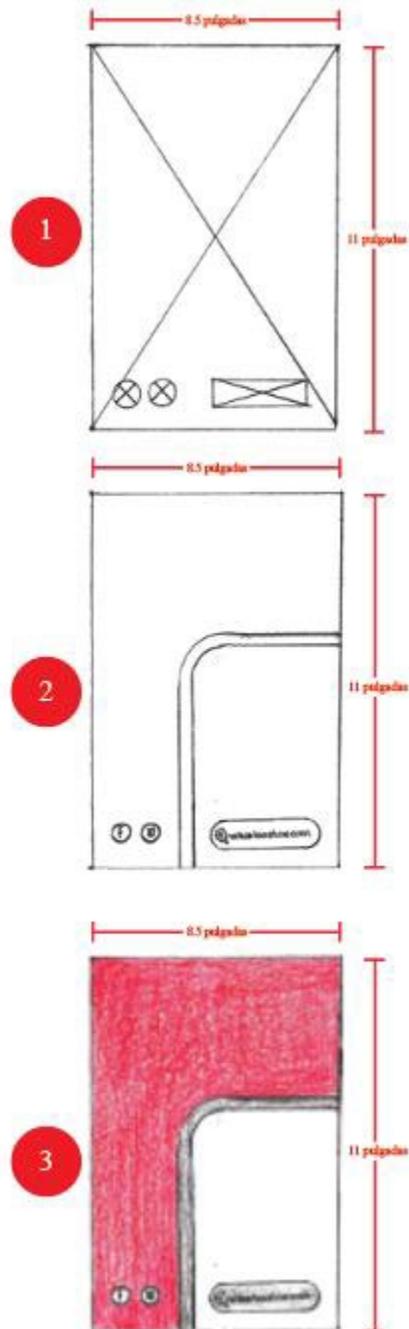
Página de índice



Identificación de elementos:

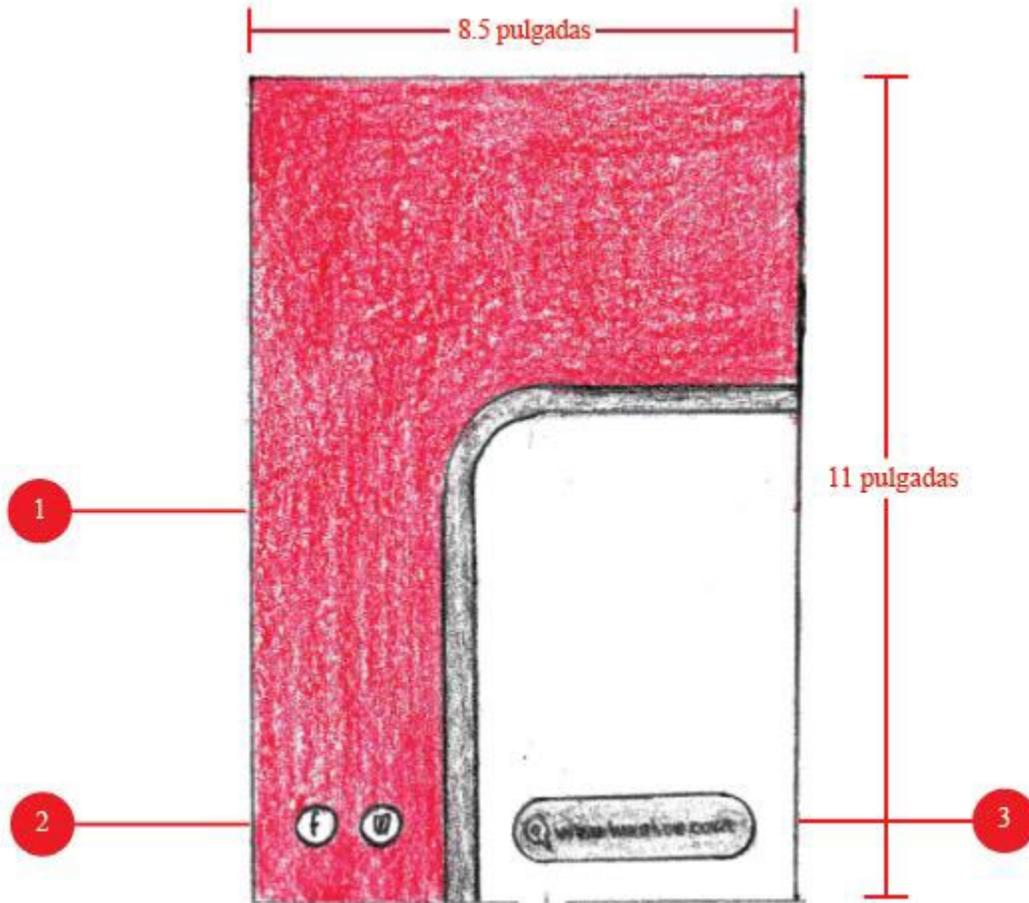
1. Título de la página.
2. Numeración de las páginas.
3. Descripción de la página enumerada.

7.3.1 Proceso de bocetaje. Proceso de página contraportada



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Página de contraportada

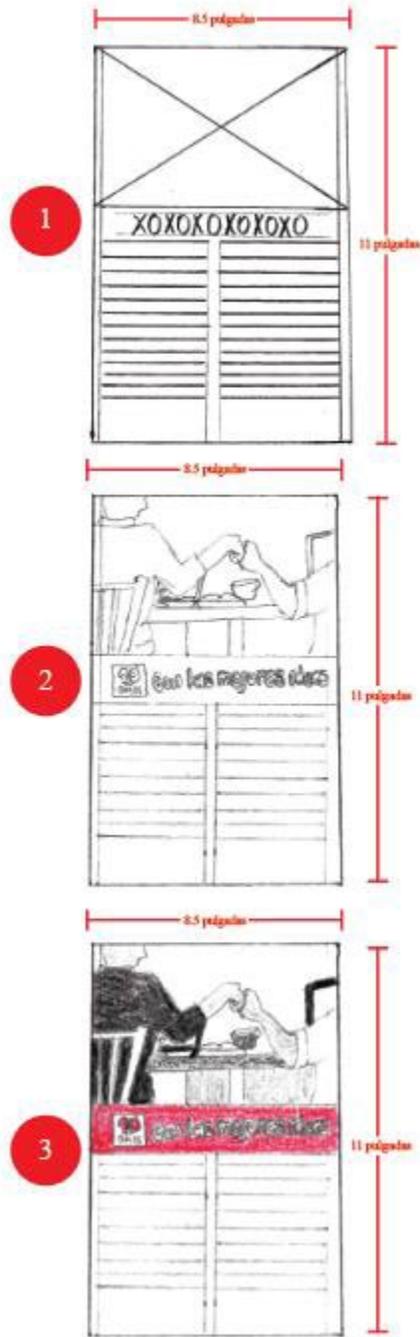


Identificación de elementos:

1. Imagen de fondo.
2. Íconos de redes sociales.
3. Dirección de sitio web.

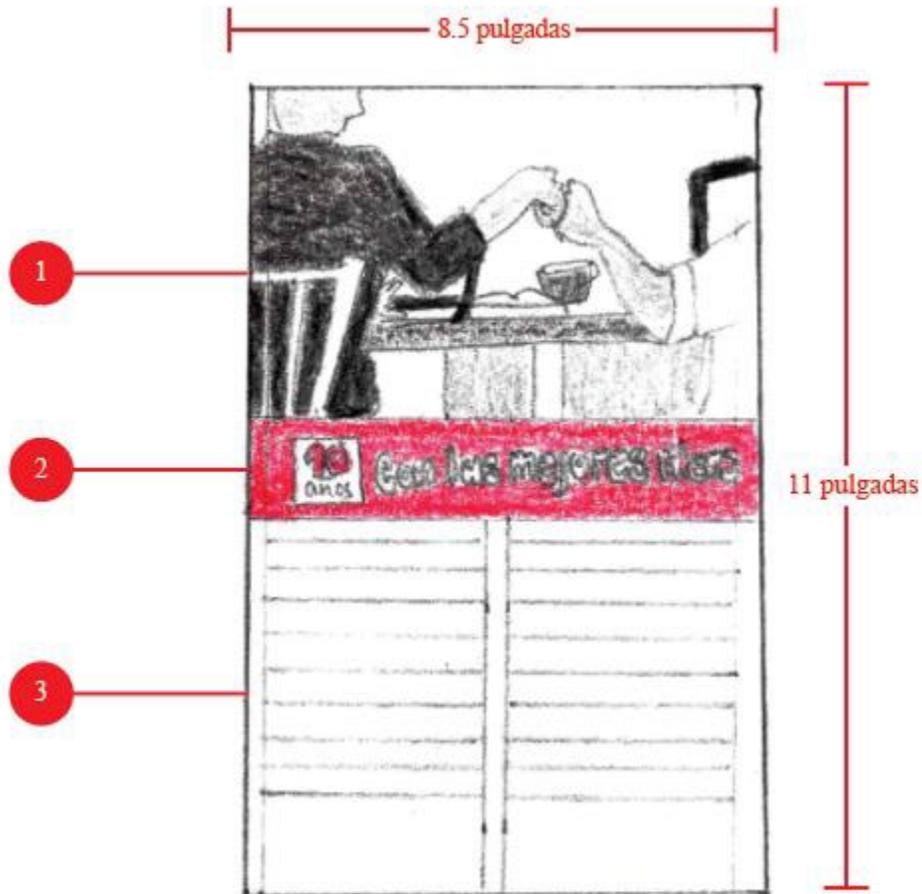
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Proceso de página presentación empresa



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Página de presentación de empresa

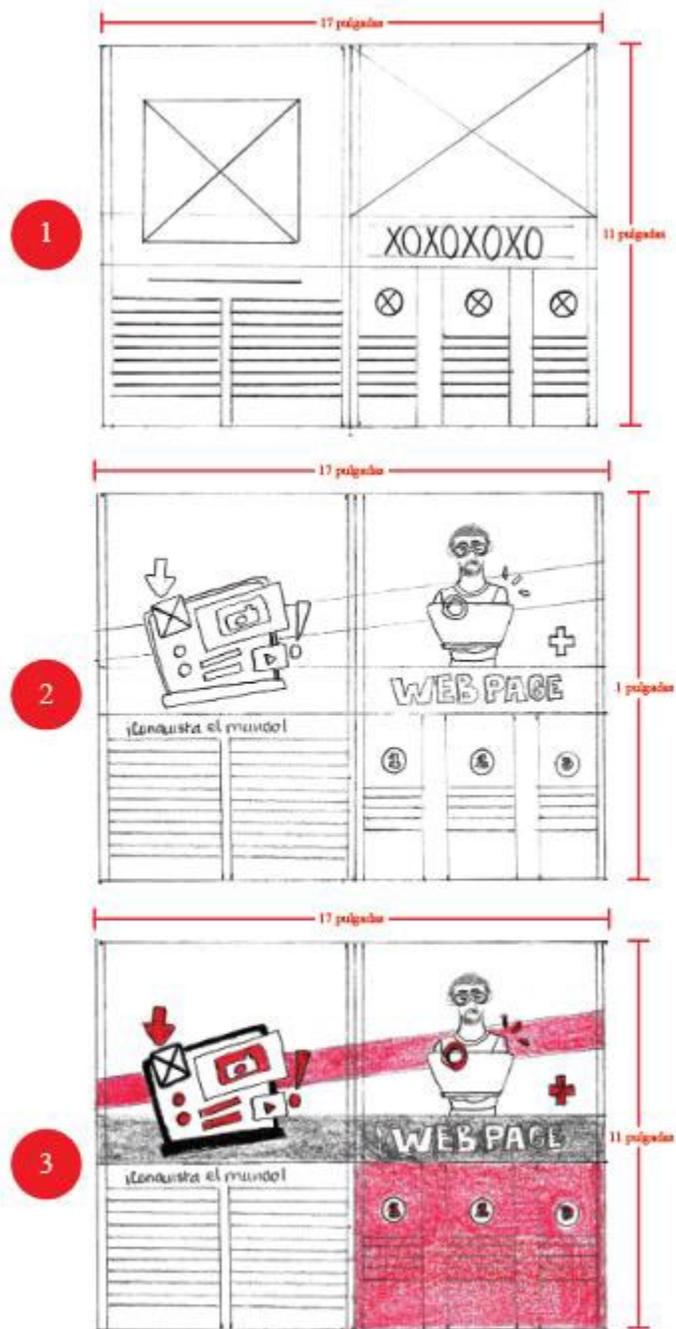


Identificación de elementos:

1. Imagen conceptual de equipo.
2. Frase promocional de apoyo del catálogo.
3. Texto descriptivo y de presentación de la empresa.

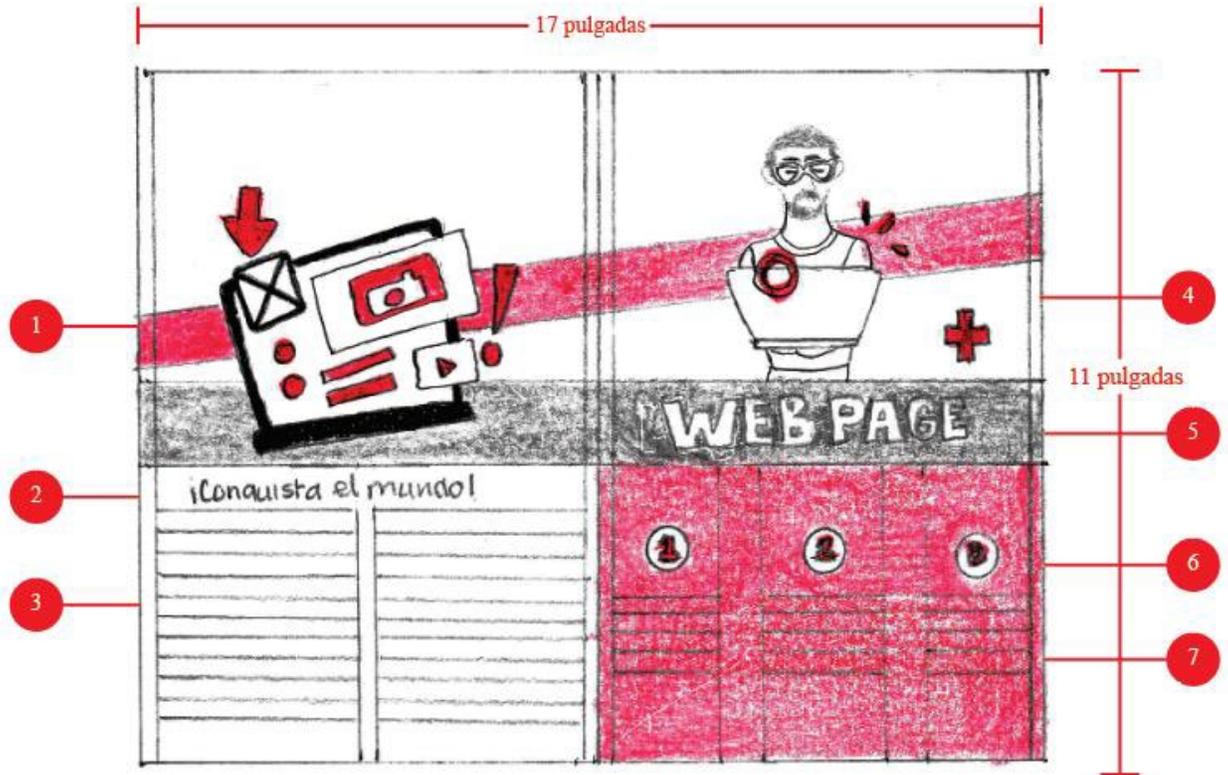
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Proceso de página servicio: Página web



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Página de servicio: Página web

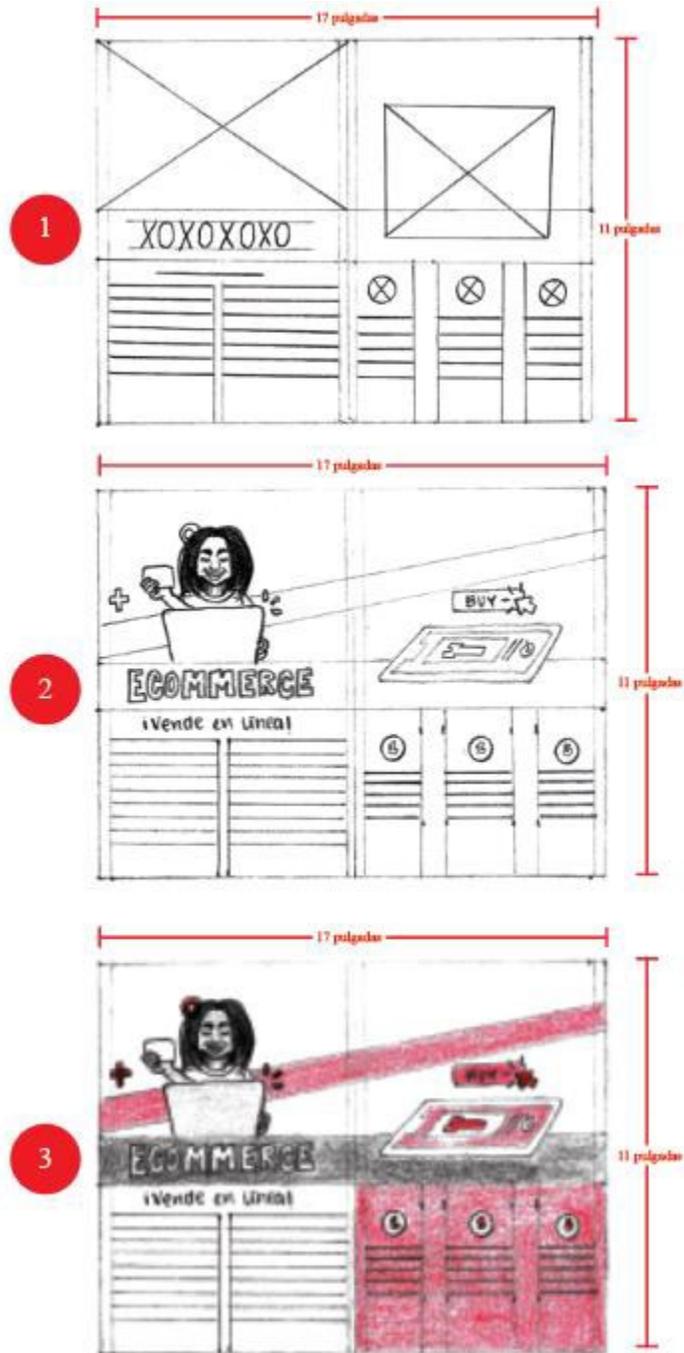


Identificación de elementos:

1. Elemento 3D que ilustra el servicio.
2. Frase publicitaria del servicio.
3. Información general del servicio.
4. Fotografía representativa del servicio
5. Nombre del servicio
6. Íconos del servicio
7. Información de refuerzo sobre el servicio.

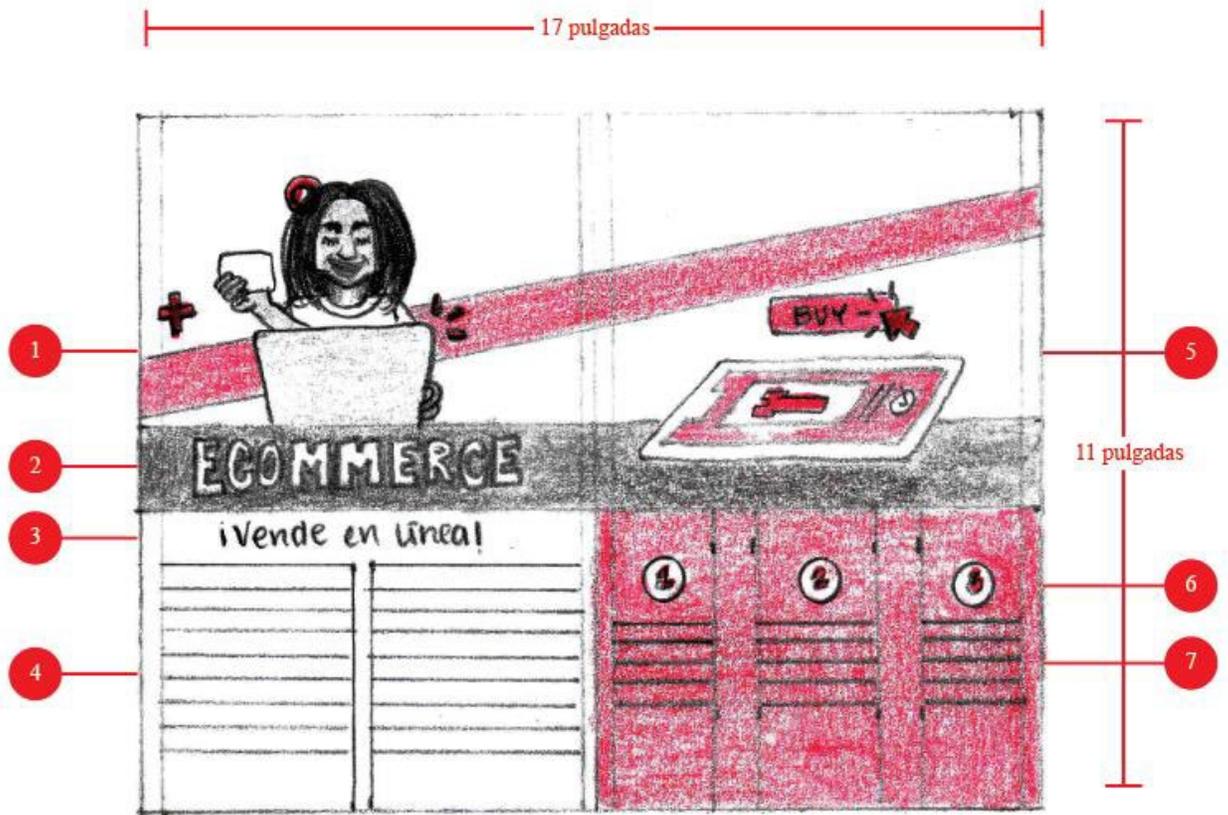
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Proceso de página servicio: Comercio en línea (*ecommerce*)



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Proceso de página servicio: Comercio en línea (*ecommerce*)

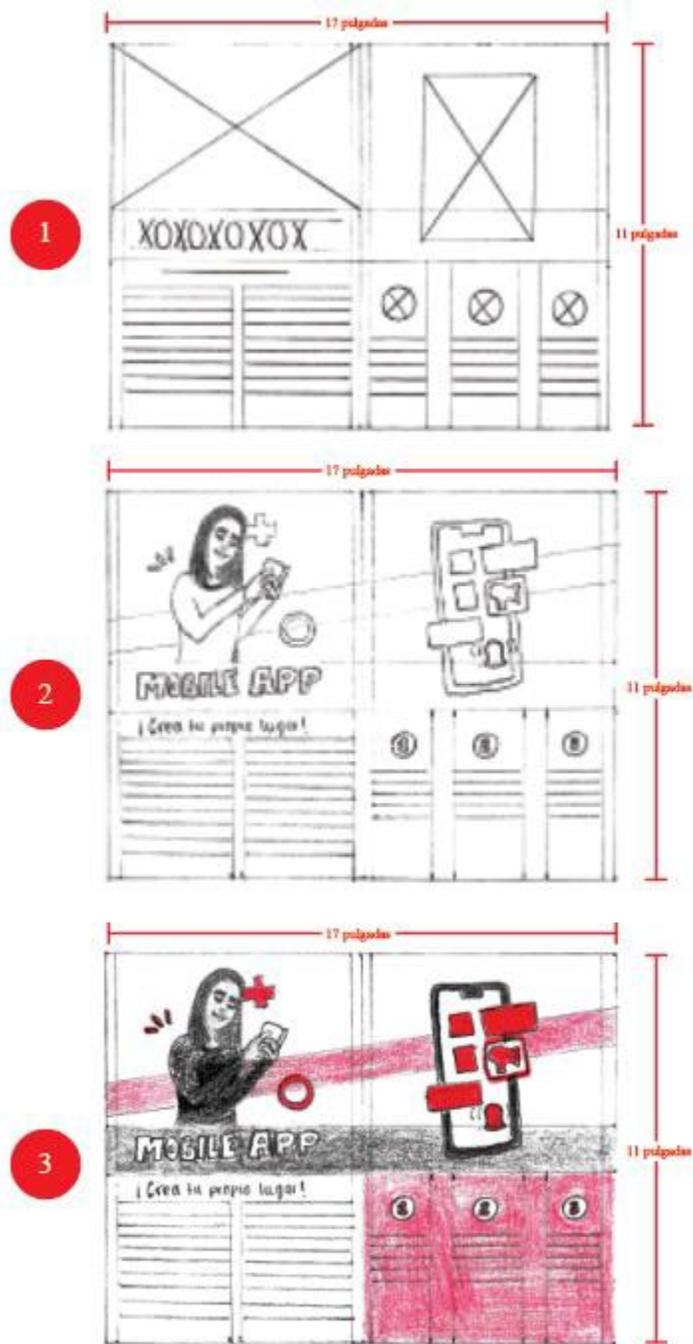


Identificación de elementos:

1. Fotografía representativa del servicio
2. Nombre del servicio
3. Frase publicitaria del servicio.
4. Información general del servicio.
5. Elemento 3D que ilustra el servicio.
6. Íconos del servicio
7. Información de refuerzo sobre el servicio.

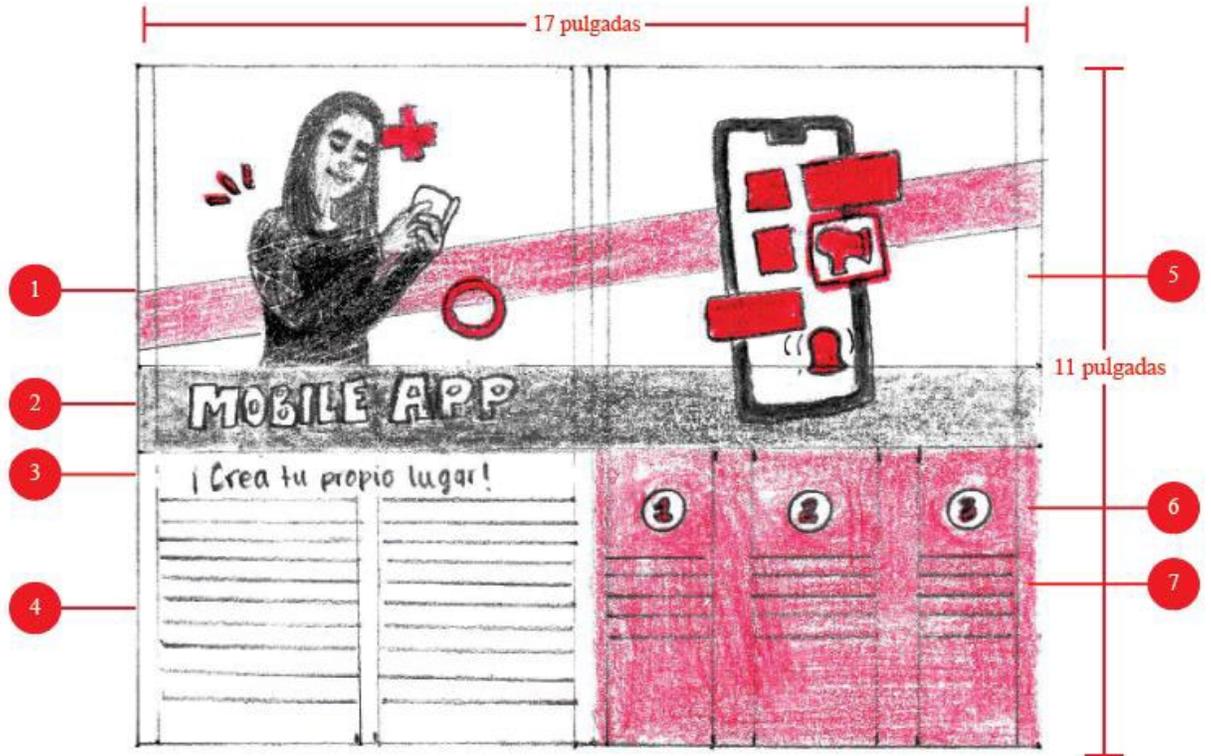
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Proceso de página servicio: Aplicación móvil



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Página de servicio: Aplicación móvil



Identificación de elementos:

1. Fotografía representativa del servicio
2. Nombre del servicio
3. Frase publicitaria del servicio.
4. Información general del servicio.
5. Elemento 3D que ilustra el servicio.
6. Íconos del servicio
7. Información de refuerzo sobre el servicio.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Página de estadísticas



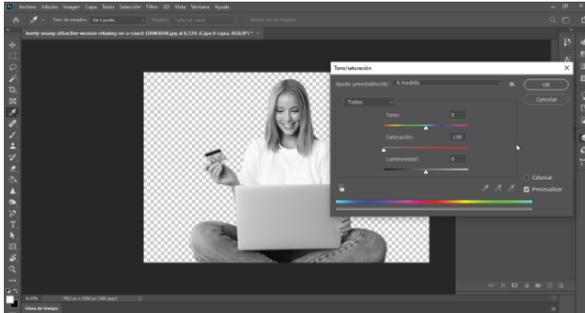
Identificación de elementos:

1. Titulo inicial.
2. Fotografía representativa.
3. Datos estadísticos que refuerzan la información de los servicios.
4. Información de contacto.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

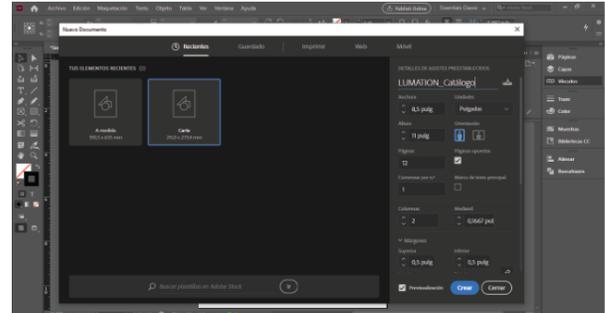
Página de servicio: Comercio en línea (*ecommerce* en inglés)

1



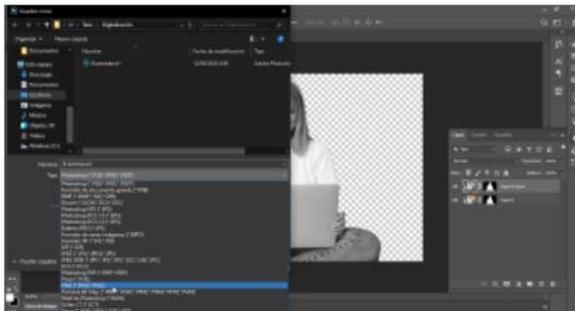
Se inicia editando la imagen a utilizar en el programa de Photoshop, se elimina la saturación de colores para lograr un efecto blanco y negro.

2



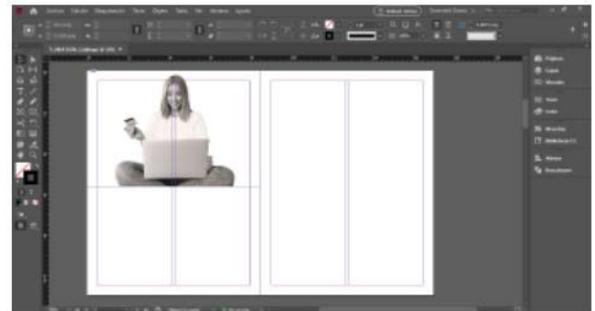
En el programa de InDesign se crea un nuevo documento con el tamaño de las páginas y la cantidad de las mismas.

3



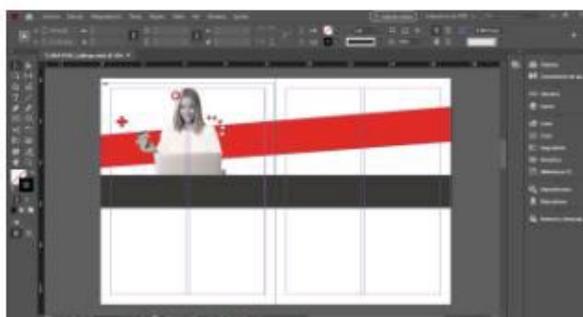
Se guarda la imagen como un archivo png para eliminar el fondo de la imagen.

4



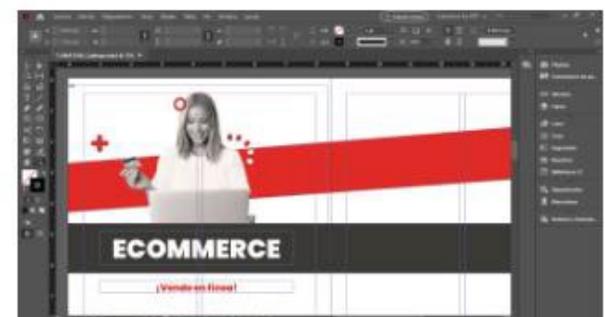
En el documento de InDesign se inserta la imagen en el lugar asignado en el boceto.

5



Se inicia a introducir los elementos gráficos como los rectángulos y figuras vectorizadas.

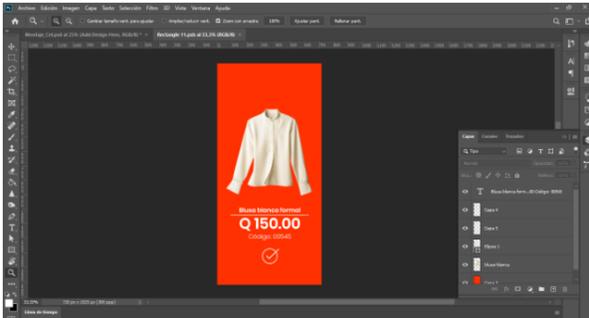
6



Se inicia a colocar los textos con sus respectivas jerarquías como título, subtítulo y texto.

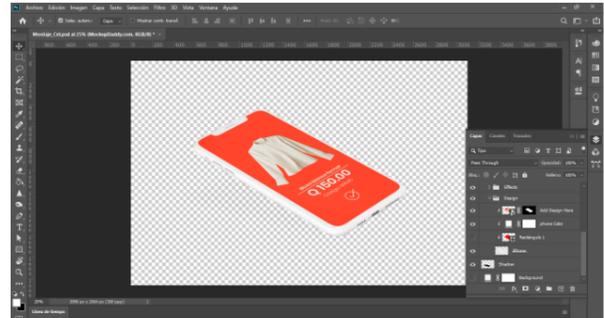
Página de servicio: Comercio en línea (*ecommerce* en inglés)

7



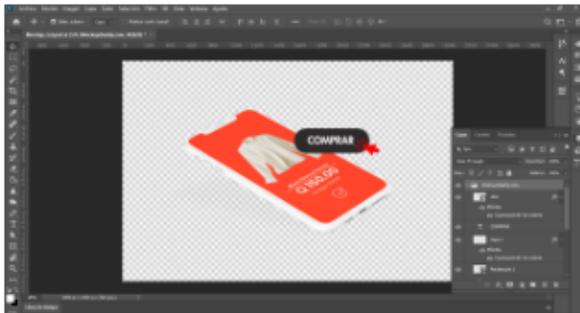
En photoshop se hace el montaje para el elemento en 3D, en aquí se muestra la pantalla que mostrará el teléfono que representa el servicio de ecommerce

8



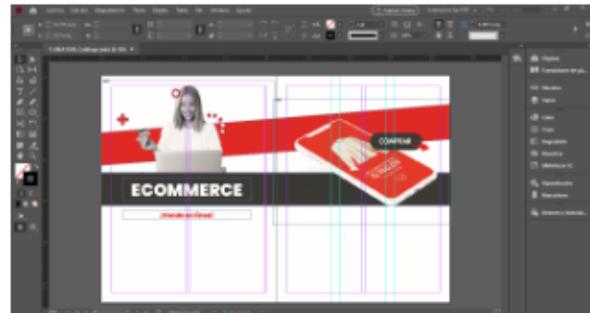
Luego se aplica la pantalla del producto para finalizar el montaje.

9



Se finaliza de introducir los elementos que acompañarán el elemento tridimensional y se guarda como un png.

10



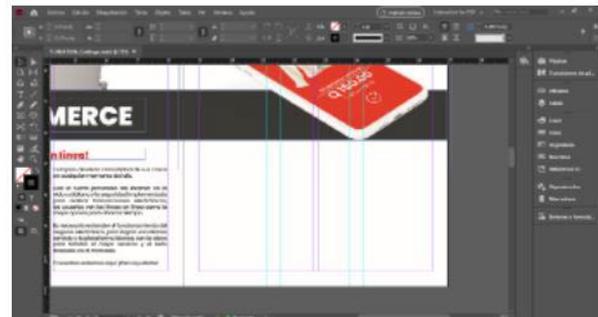
Se incrusta el montaje realizado en InDesign en el lugar asignado en el boceto.

11



Por medio de las guías establecidas en InDesign se introduce el texto descriptivo del servicio o producto.

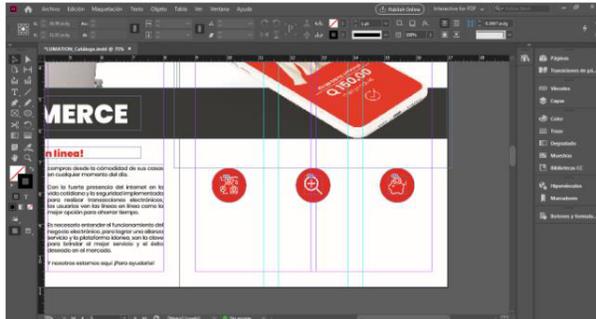
12



Se realiza una rejilla para dividir la página en 3 columnas que nos servirá para colocar iconos y texto complementario.

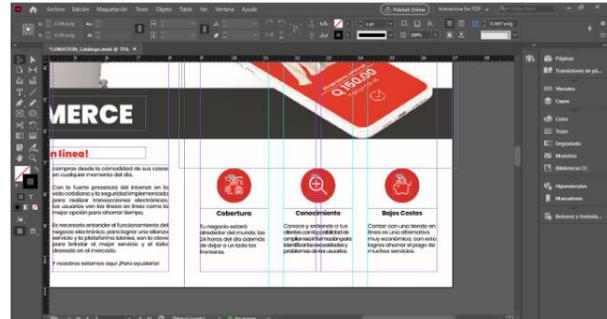
Página de servicio: Comercio en línea (*ecommerce* en inglés)

13



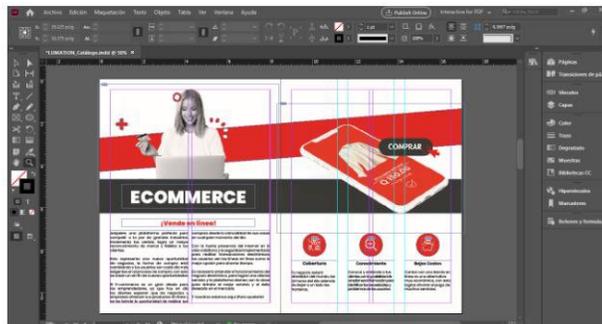
Se colocan los iconos que nos servirán de referentes visuales.

14



Se finaliza ingresando el texto complementario de cada icono.

15



Vista final de las páginas con los elementos establecidos.

7.4 Propuesta preliminar.

Portada y contraportada



Descripción: La portada consta de diferentes dispositivos como una Tablet, un celular inteligente, una Tablet digitalizadora, además del logo de la empresa, y en la contraportada datos importantes de contacto.

7.4 Propuesta preliminar.

Índice y presentación de la empresa



Descripción: En la primera página se muestra el índice, con la numeración y descripción de cada página, en la segunda se muestra la presentación de la empresa junto a sus servicios.

7.4 Propuesta preliminar.

Servicio de Comercio en línea (*Ecommerce* en inglés)



Descripción: Se utilizan imágenes muy relacionadas con el servicio que se está ofreciendo, además de reforzar con un elemento ilustrativo del servicio en sí.

7.4 Propuesta preliminar.

Servicio de Página Web



Descripción: Se agregan elementos vectoriales que utiliza la línea gráfica de Lumation Services además de uso de los colores y tipografía corporativa establecida.

7.4 Propuesta preliminar.

Servicio de Aplicaciones móviles

17 pulgadas

11 pulgadas

MOBILE APP

¡Crea tu propio espacio!

Adquiera un canal de difusión de contenido, en uno de los lugares más privilegiados en donde el usuario convive día a día ¡su móvil!

Logra la inmediatez con clic del usuario, sin necesidad de abrir el navegador, escribir una dirección web y buscar, estás allí sin más demora.

El celular se a vuelto necesario en nuestro día a día y el 80% del tiempo de uso está dedicado a las aplicaciones, por eso es necesario contar con un software que se instala en el dispositivo, de modo que tu marca pase a formar parte del ecosistema que el usuario ve constantemente.

Por eso el mundo empresarial está implementando estrategias que involucran diferentes canales como web, social media, SEO y reciente pero en crecimiento aplicaciones móviles.

La transformación digital está revolucionando las empresas, y tener una aplicación móvil crea una nueva forma de trabajar y de relacionarse con los clientes.

No cabe duda que las aplicaciones móviles son cada vez más populares y cada día más empresas apuestan por este canal, no te quedes fuera ¡Conéctate con tus clientes!

Equipo de expertos

Diseño + programación

1 año de contrato

8 9

Descripción: Para reforzar la información de los servicios se identifican beneficios de cada servicio, se hace énfasis por medio de íconos.

7.4 Propuesta preliminar.

Página de información complementaria

17 pulgadas

Las mejores
**SOLUCIONES
TECNOLÓGICAS**
para tu empresa

ECOMMERCE
Tu negocio estará alrededor del mundo, las 24 horas del día, conociendo e identificando las necesidades y problemas de tus clientes en un plataforma alternativa muy económica con la cual lograrás ahorrar el pago de muchos servicios.

WEB PAGE
Capta clientes de todas partes del mundo, mantente en contacto constante y resuelve consultas de productos o servicios en cualquier momento y lugar con cualquier búsqueda en el internet.

MOBILE APP
Ofrecele funciones únicas y beneficios exclusivos en una interfaz óptima para cualquier dispositivo para conectarte con mayor facilidad con tus clientes y así diferenciarte frente a tus competidores y ofrece un mejor servicio y mejores productos.

¡Contáctanos!

+502 47887913 sales@lumation.co

11 pulgadas

Descripción: En estas páginas se muestran los beneficios claves de casa servicio que se da a conocer en el catálogo, por medio de iconos y el cierre de la información se hace por medio del contacto directo de la empresa.

CAPÍTULO VIII

Validación técnica

Capítulo VIII. Validación técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a las 15 personas, hombre y mujeres del grupo objetivo y por último a los 4 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

La población es el total de individuos afectados por el proyecto, este se valida con un grupo significativo de personas que se identifica como muestra. Para este proyecto se encuestará a 20 personas que se distribuyen de la siguiente manera:

- Cliente:

Luis Fernando Quan Archila – Director Creativo de Lumation Services.

- Grupo Objetivo:

15 personas, hombre y mujeres con un nivel socioeconómico de C1 a C3, principalmente dueños, gerentes o emprendedores de empresas en el área metropolitana de Guatemala.

- Expertos:

4 profesionales en el área de comunicación, diseño y marketing.

Lic. Guillermo Adolfo García Letona

Lic. Mario Vásquez Alfaro

Lic. David Antonio Castillo Cobos

Lic. Rafael Antonio Gutiérrez Herrera

8.2 Método e instrumentos

Para desarrollar el proceso de validación, el método a utilizar será una entrevista electrónica donde se estará evaluando la percepción de la muestra, a través de la técnica cuantitativa de una encuesta.

Esta se realizó en un formulario de Google y será enviada por correo electrónico a los distintos grupos que conforman la muestra.

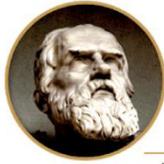
La herramienta es un cuestionario que consta de 14 preguntas, que se divide en 3 partes, que son las siguientes:

Parte objetiva: Se componen 4 preguntas para validar que los objetivos del proyecto se cumplan, por medio de preguntas dicotómicas de Sí – No.

Parte semiológica: Se redactan 5 preguntas con su respuesta tipo escala de Likert de 3 variables, que mide la actitud de los individuos acerca del diseño, imágenes, colores, tipografías, diagramación e información incluida en el catálogo digital.

Parte operativa: Consta de 5 preguntas que miden la funcionalidad del proyecto, por medio de respuestas tipo dicotomía - Sí - No -

Encuesta, Recopilación de datos personales



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

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

Género: F

M

Edad:

Experto:

Cliente:

G.O.:

Nombre:

Profesión:

Años de experiencia en el mercado:

Fecha:

Encuesta de Validación del proyecto

Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece la empresa Lumation Services. Guatemala, Guatemala 2021.

Antecedentes:

Lumation Services nace en Estados Unidos en 2010 para atender empresas con altos estándares de calidad. En 2013 inicia operaciones en la Ciudad de Guatemala para atender el mercado regional. Entre nuestros clientes en América y Europa resaltan empresas como Amazon, Zappos y Rackspace. Siendo socio platinum de la última en la región centroamericana.

Sus servicios son los siguientes:

Páginas Web • Aplicaciones móviles • Marketing Digital • Social Media • SEO • Cloud • Hosting • E-mail •

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe el catálogo digital y a su criterio profesional, responda las siguientes preguntas:

Encuesta, Parte objetiva

Parte Objetiva:

1. ¿Considera necesaria la creación de un catálogo digital para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios de mercadeo digital que vende u ofrece la empresa Lumation Services?

Si

No

2. ¿Cree importante recopilar información de la marca y sus líneas de productos, a través de la información que el cliente proporcionó por medio de un Brief para que sea integrado al diseño del catálogo digital?

Si

No

3. ¿Considera fundamental investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionadas con la creación de catálogos digitales, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del proyecto?

Si

No

4. ¿Cree necesario diagramar el contenido del catálogo digital a través de un software de diseño, para establecer un orden jerárquico en los elementos gráficos?

Si

No

Encuesta, Parte semiológica

Parte Semiológica:

5. ¿Cree que las imágenes utilizadas en el catálogo digital representan los productos y servicios que vende u ofrece la empresa Lumation Services?

- Apropiado
 Poco apropiado
 Nada apropiado

6. ¿Según su criterio, cree apropiado el uso de colores utilizados en el catálogo digital?

- Apropiado
 Poco apropiado
 Nada apropiado

7. ¿Considera usted apropiada la tipografía utilizada en el catálogo digital?

- Apropiado
 Poco apropiado
 Nada apropiado

8. ¿Cree usted adecuada la diagramación que se utiliza en el catálogo digital?

- Apropiado
 Poco apropiado
 Nada apropiado

9. ¿Según su criterio, considera que la información incluida en el catálogo digital es la adecuada?

- Apropiado
 Poco apropiado
 Nada apropiado

Encuesta. Parte operativa

Parte Operativa:

10. ¿Cree que la portada del catálogo digital, transmite la idea de los productos y servicios que presta Lumation Services?

Si

No

11. ¿Cree apropiada la relación de tamaño 1.5:1 utilizada en el catálogo digital?

Si

No

12. ¿Considera suficiente el contenido que se visualiza en el catálogo digital?

Si

No

13. ¿Según su criterio, la información incluida en el catálogo digital transmite de forma correcta los servicios y productos de Lumation Services?

Si

No

14. ¿Considera que el catálogo propuesto, logra crear un impacto diferenciador?

Si

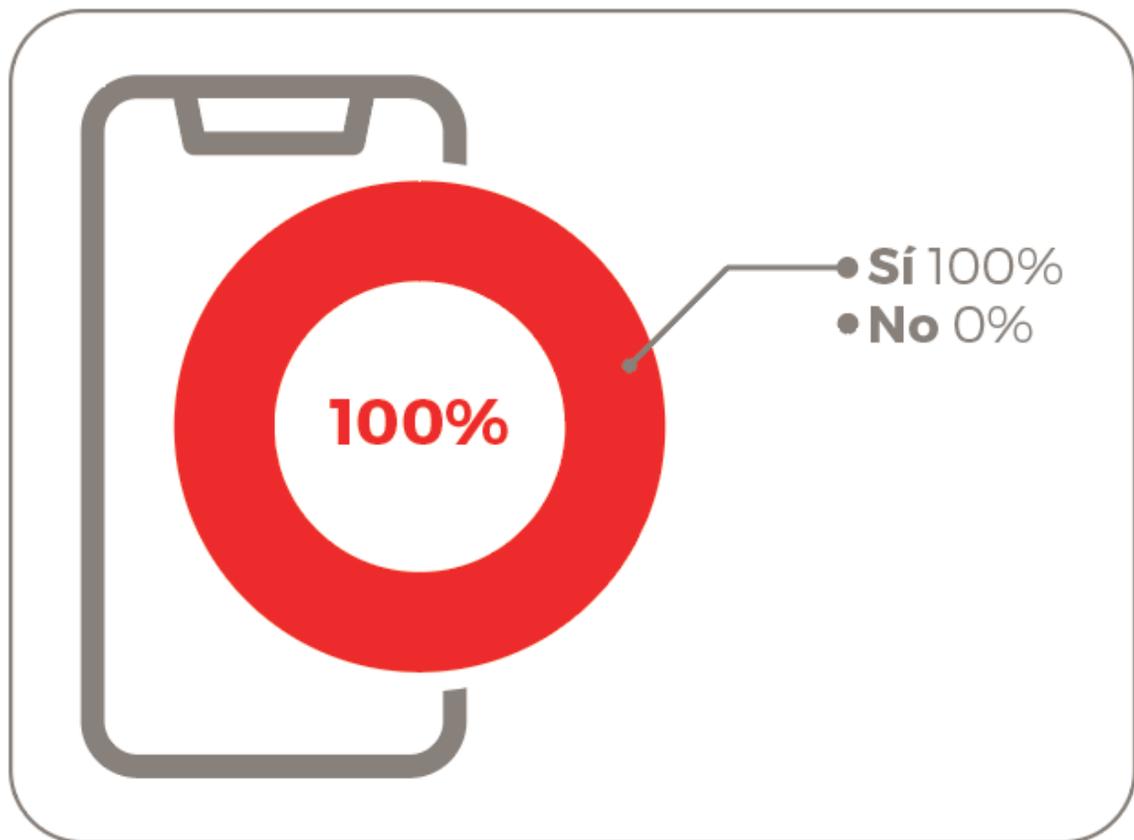
No

Observaciones finales: _____

8.3 Resultados e interpretación de resultados:

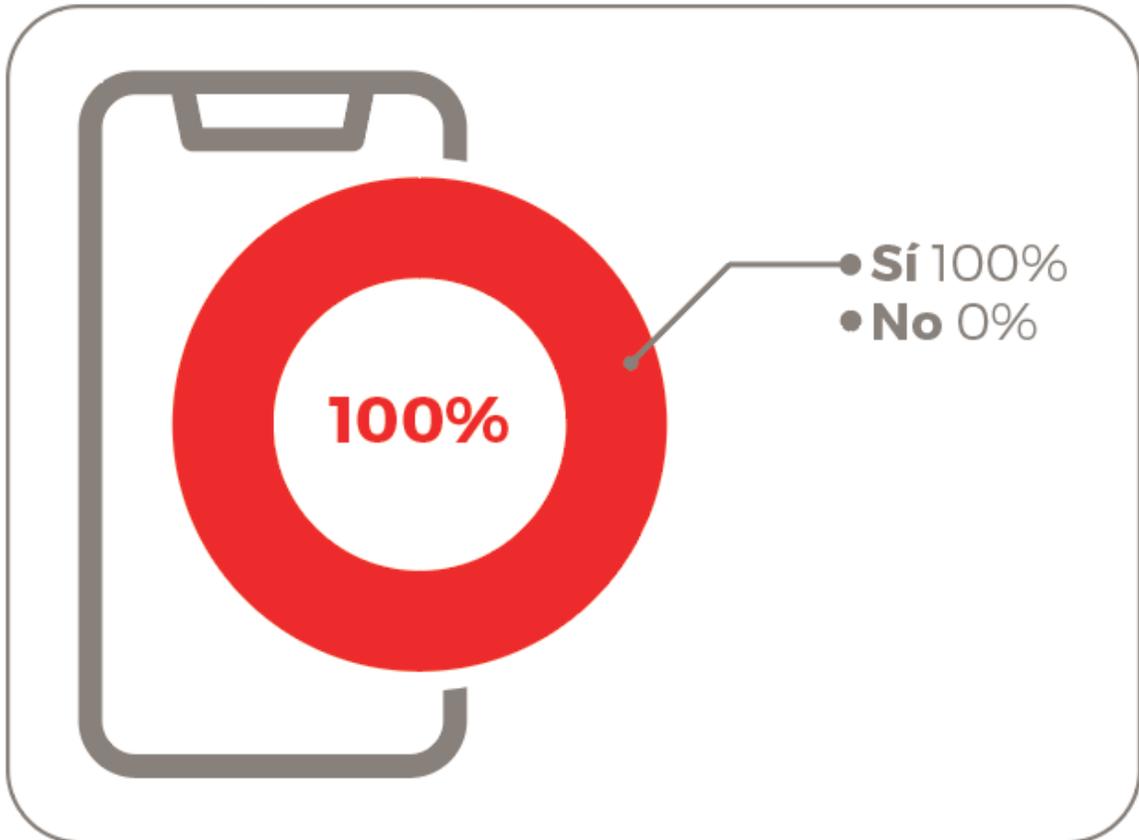
A continuación, se presenta los resultados obtenidos en las encuestas por medio del grupo objetivo, cliente y expertos. Se representa la interpretación del diseño preliminar del catálogo digital.

Pregunta 1: ¿Considera necesaria la creación de un catálogo digital para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios de marketing digital de Lumation Services?



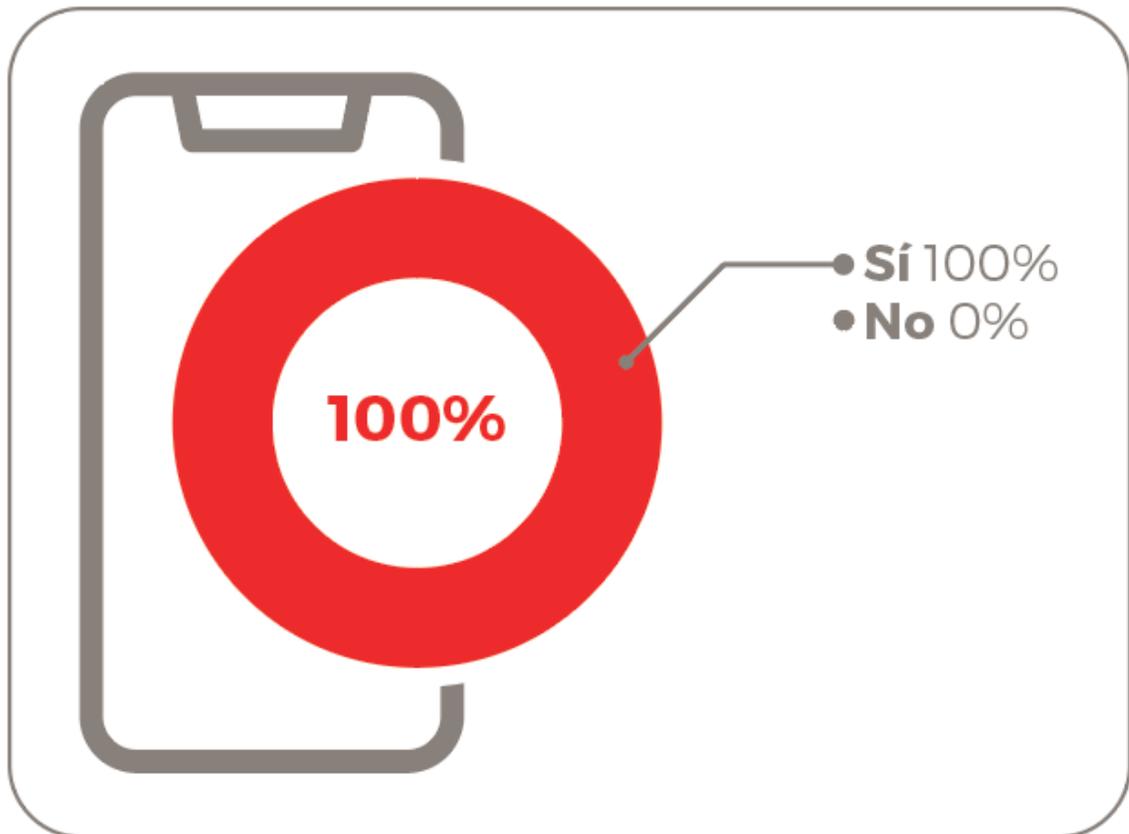
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesaria la creación de un catálogo digital para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios de mercadeo digital, por lo tanto, se cumple con el objetivo.

Pregunta 2: ¿Cree importante recopilar información de la marca y sus líneas de productos, a través de la información que el cliente proporcionó por medio de un Brief para que sea integrado al diseño del catálogo digital?



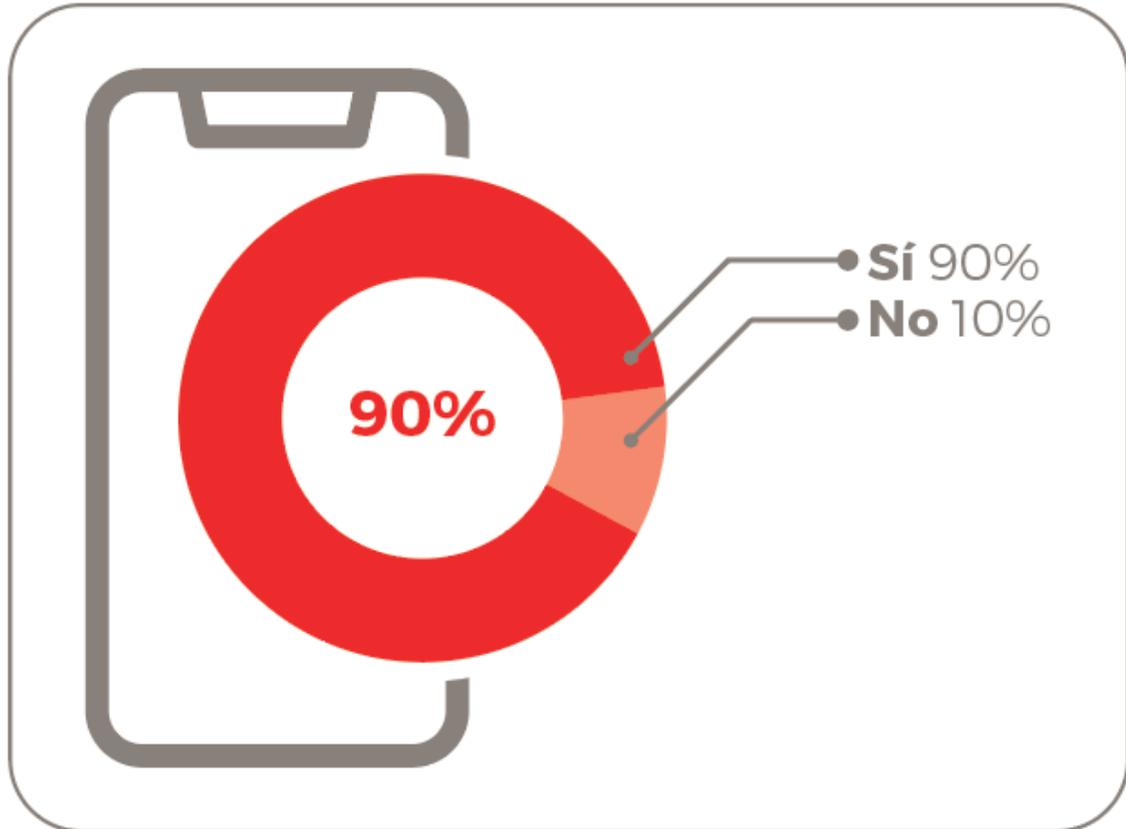
Interpretación: El 100% de los encuestados estima importante recopilar información de la marca y sus líneas de productos, a través de la información que el cliente proporcionó por medio de un documento de informativo (*Brief* en inglés) y que sea integrado al diseño del catálogo digital.

Pregunta 3: ¿Considera fundamental investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionadas con la creación de catálogos digitales, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del proyecto?



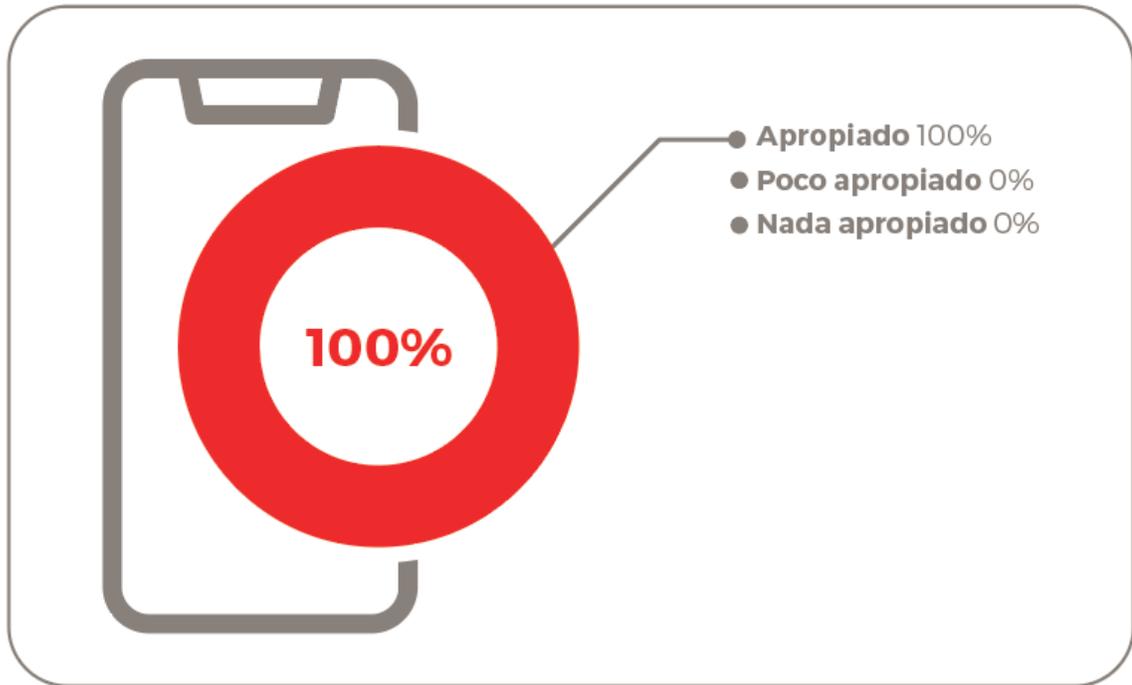
Interpretación: El 100% de los encuestados cree fundamental investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionadas con la creación de catálogos digitales, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta.

Pregunta 4: ¿Cree necesario diagramar el contenido del catálogo digital a través de un software de diseño, para establecer un orden jerárquico en los elementos gráficos?



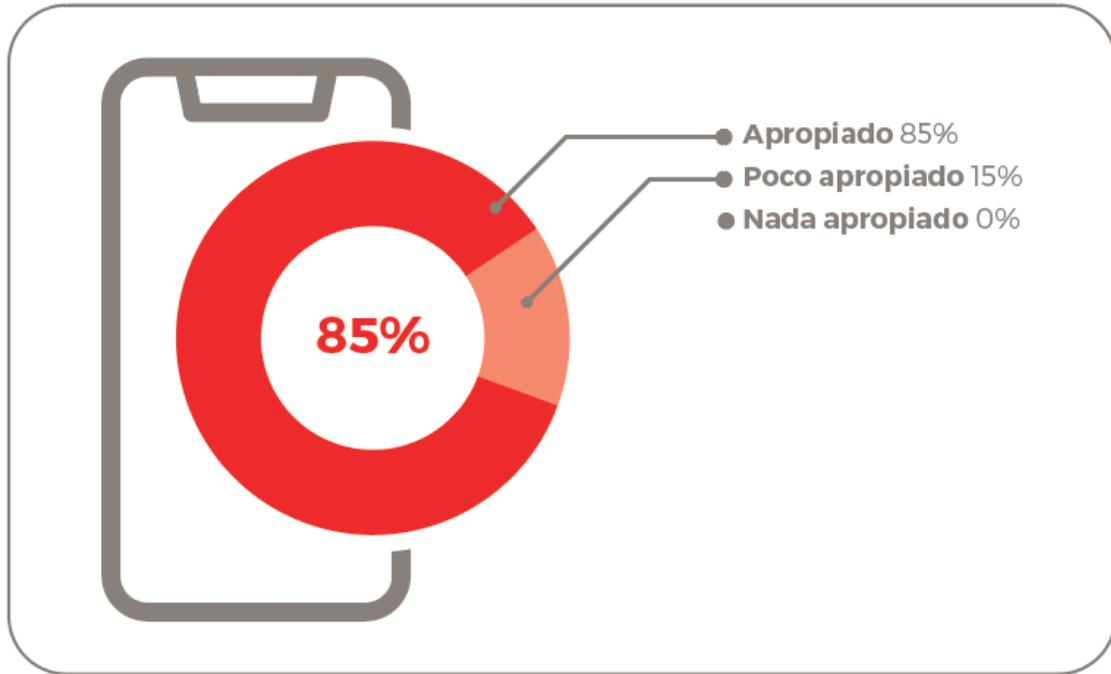
Interpretación: El 90% de los encuestados estima que si es necesario diagramar el contenido del catálogo digital a través de un programa de diseño y solo el 10% de los encuestados lo consideran como no necesario.

Pregunta 5: ¿Cree que las imágenes utilizadas en el catálogo digital representan los productos y servicios que ofrece Lumation Services?



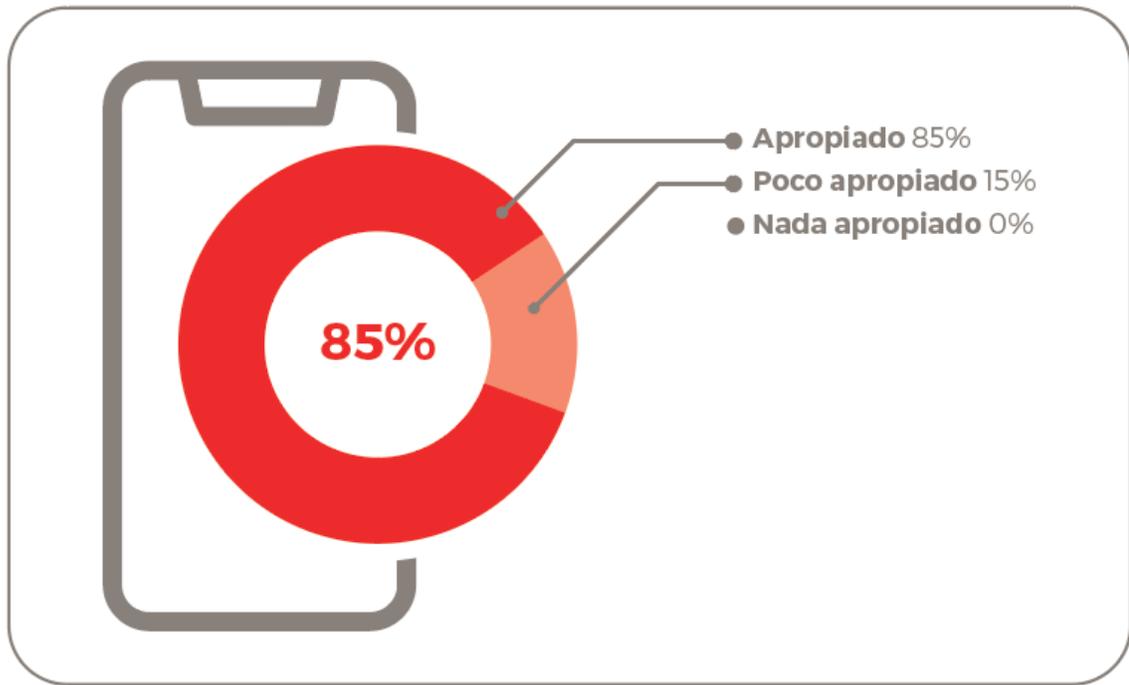
Interpretación: El 100% de los encuestados cree apropiadas las imágenes utilizadas en el catálogo digital para representar los productos y servicios que ofrece Lumation Services.

Pregunta 6: ¿Según su criterio, cree apropiado el uso de colores utilizados en el catálogo digital?



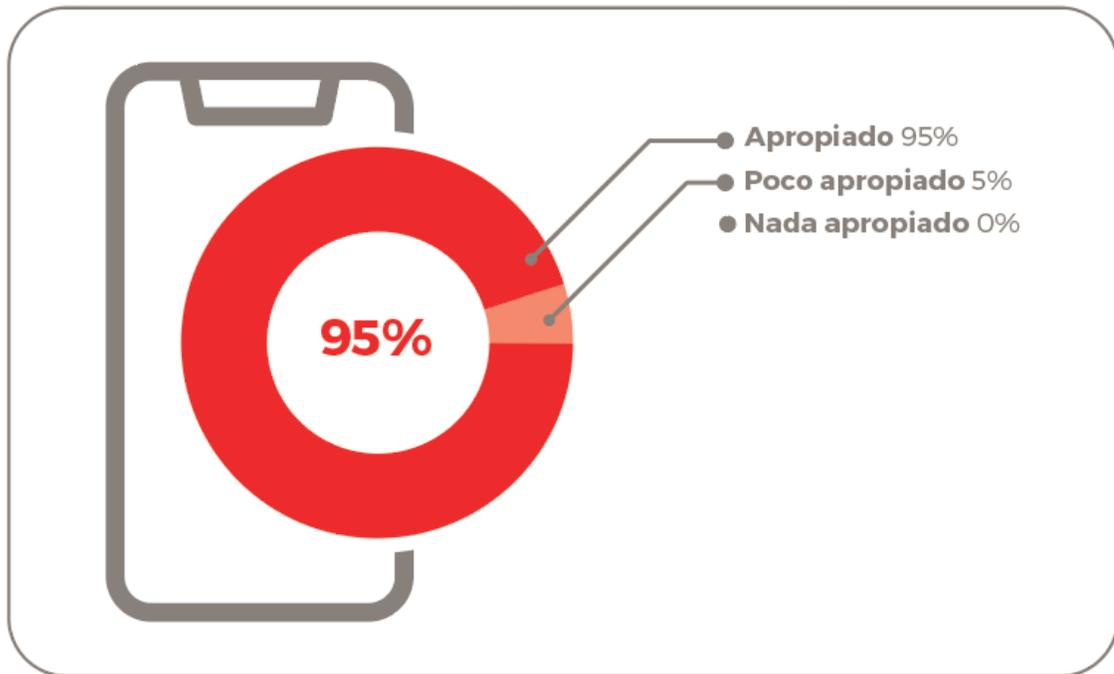
Interpretación: El 85% de los encuestados considera apropiados los colores que se utilizan en el catálogo digital, y solo el 15% lo estima poco apropiado.

Pregunta 7: ¿Considera usted apropiada la tipografía utilizada en el catálogo digital?



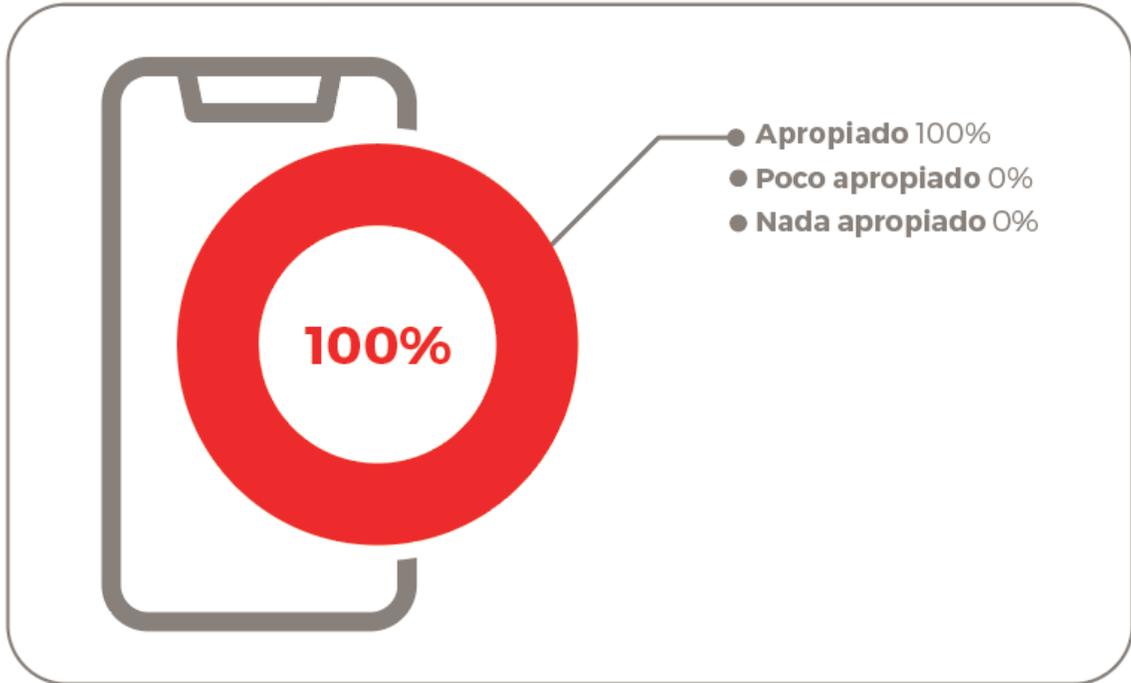
Interpretación: El 85% de los encuestados aprecia apropiada la tipografía utilizada en el catálogo digital, y solo el 15% la considera poco apropiada.

Pregunta 8: ¿Cree usted adecuada la diagramación que se utiliza en el catálogo digital?



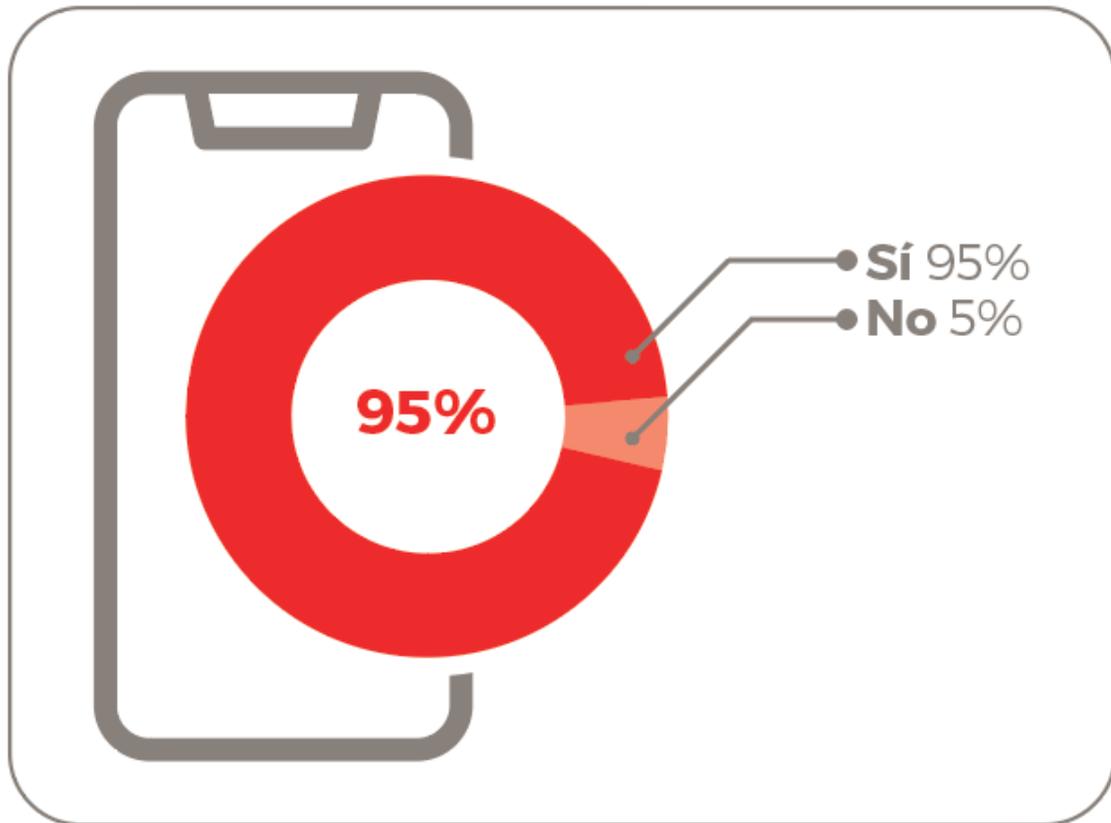
Interpretación: El 95% de los encuestados aprecia como apropiada la diagramación que se utiliza en el catálogo digital y solo el 5% cree poco apropiada la diagramación.

Pregunta 9: ¿Según su criterio, considera que la información incluida en el catálogo digital es la adecuada?



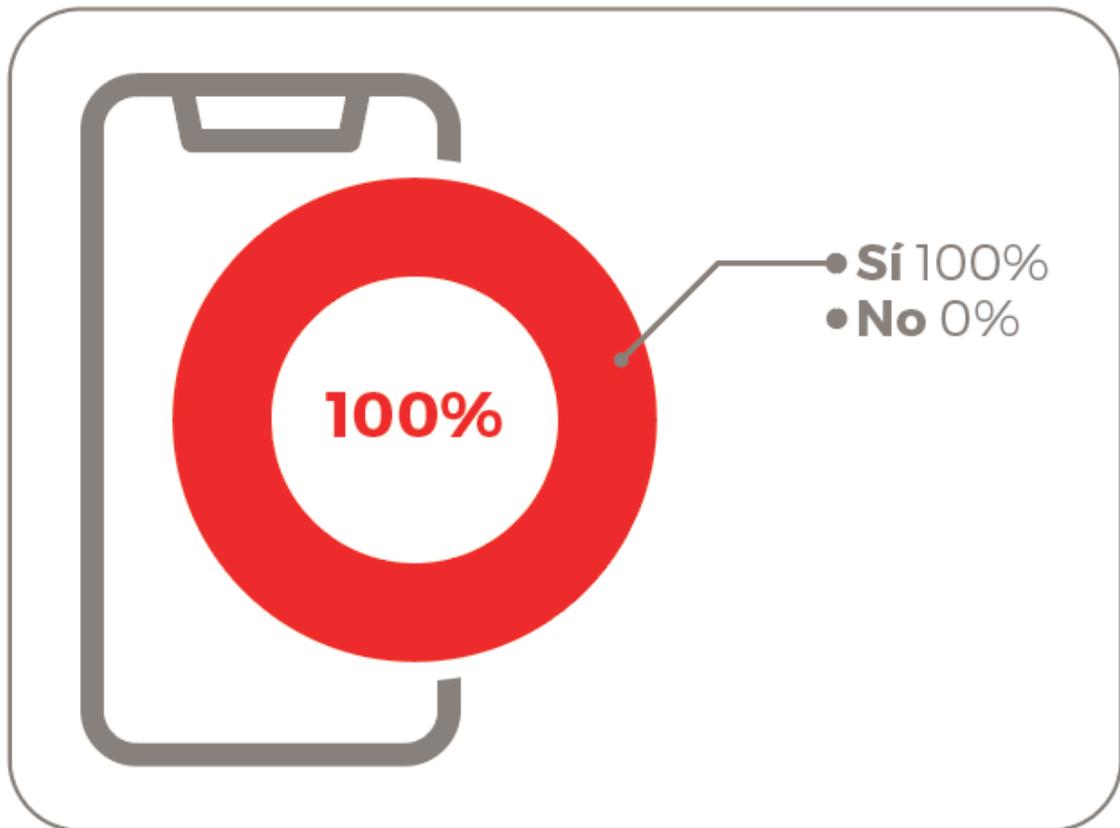
Interpretación: El 100% de los encuestados aprecia como apropiada la información incluida en el catálogo digital, por lo tanto, se cumplió el objetivo.

Pregunta 10: ¿Cree que la portada del catálogo digital transmite la idea de los productos y servicios que presta Lumation Services?



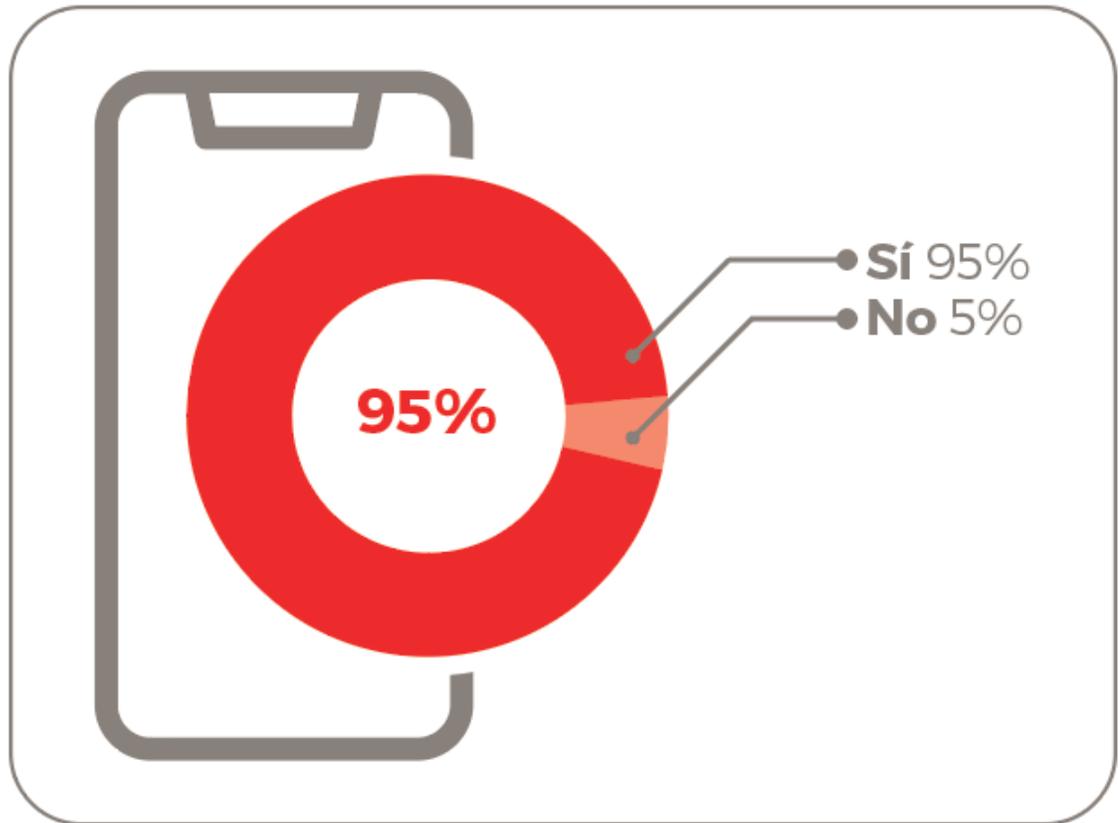
Interpretación: El 95% de los encuestados considera que la portada si transmite la idea de los productos y servicios que presta Lumation Services y solamente el 5% aprecia que no lo transmite.

Pregunta 11: ¿Cree apropiada la relación de tamaño 1.5:1 utilizada en el catálogo digital?



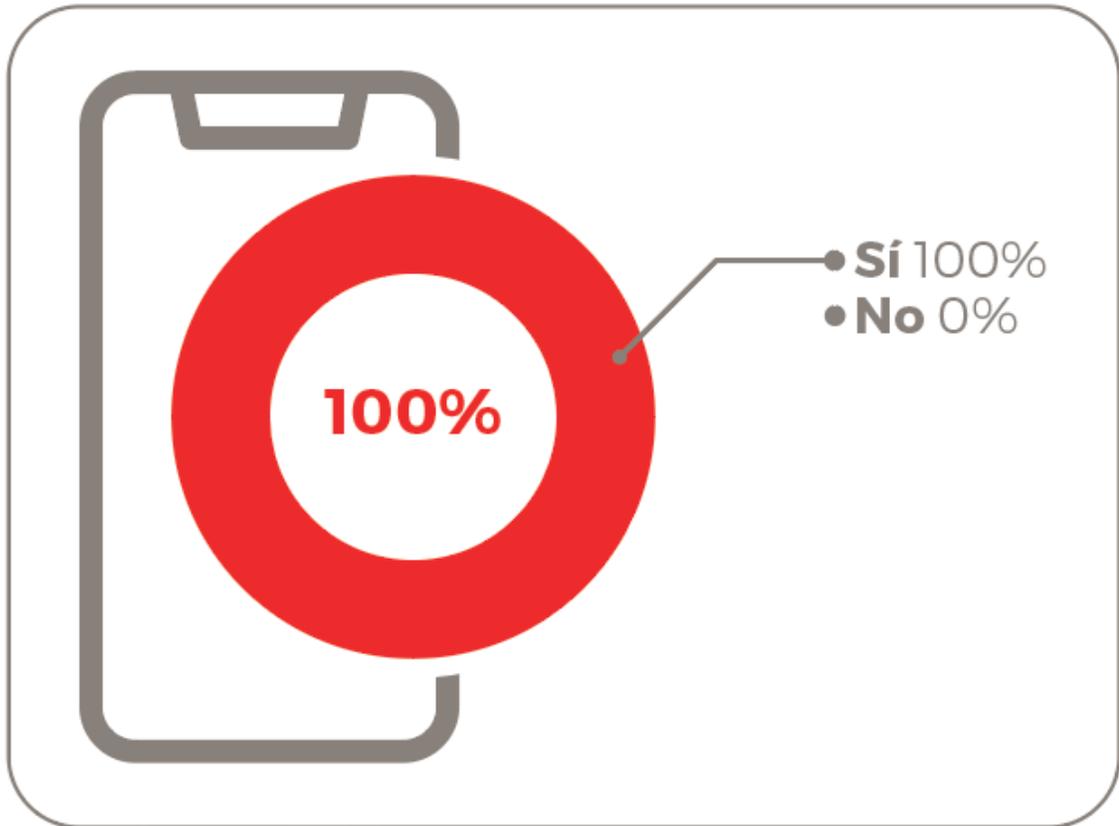
Interpretación: El 100% de los encuestados cree apropiada la relación de tamaño utilizada en el catálogo digital.

Pregunta 12: ¿Considera suficiente el contenido que se visualiza en el catálogo digital?



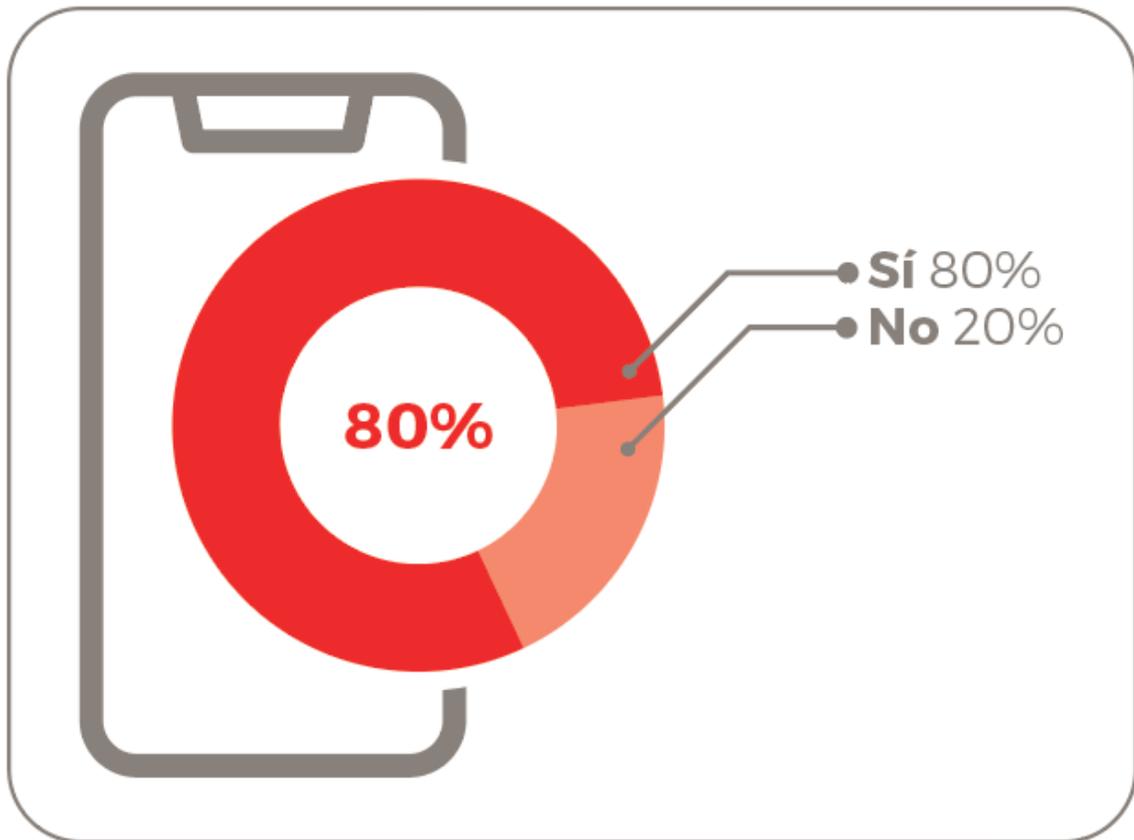
Interpretación: El 95% de los encuestados considera que si es suficiente el contenido que se visualiza en el catálogo digital y solo el 5% creen que no es suficiente.

Pregunta 13: Según su criterio, la información incluida en el catálogo digital, ¿transmite de forma correcta los servicios y productos de Lumation Services?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que la información incluida en el catálogo digital si transmite de forma correcta los servicios y productos de Lumation Services.

Pregunta 14: ¿Considera que el catálogo propuesto, logra crear un impacto diferenciador?



Interpretación: El 80% de los encuestados aprecia que el catálogo propuesto sí crea un impacto diferenciador y solamente el 20% considera que no crea un impacto.

8.4 Cambios con base a los resultados

Página presentación de la empresa

Antes



The image shows the 'Antes' (Before) version of a company presentation slide. It features a black and white photograph of two people shaking hands over a desk with a computer monitor. A red circle highlights the word 'calidad' in the text below. A red plus sign is positioned below the photo. The slide has a red header with the text '10 AÑOS Con las mejores ideas'. The main text is dense and includes a list of services at the bottom.

10 AÑOS Con las mejores ideas

Lumation Services LLC nace en Estados Unidos en 2010 para atender empresas con altos estándares de calidad. En 2013 inicia operaciones en la Ciudad de Guatemala para atender al mercado regional. Entre nuestros clientes en América y Europa resaltan empresas como Amazon, Zappos y Rackpace. Siendo socio platinum de la última en la región centroamericana.

Nuestro slogan "Ideas Delivered" representa nuestro motor: Una empresa que brinda soluciones de alta calidad a su negocio, acostumbrada a trabajar para entregar resultados y aportando valor constantemente a todos nuestros clientes, a quienes conocemos por nombre y apellido.

Nuestros principales servicios son:
Web • Apps • Marketing Digital • Social Media • SEO • Cloud • Hosting • E-mail •

3

Después



The image shows the 'Después' (After) version of the company presentation slide. It features the same black and white photograph of two people shaking hands over a desk with a computer monitor. A red circle highlights the word 'calidad' in the text below. A red plus sign is positioned below the photo. The slide has a red header with the text '10 AÑOS Con las mejores ideas'. The main text is significantly reduced, focusing on the most relevant information for clients.

10 AÑOS Con las mejores ideas

Lumation Services LLC, se funda en Las Vegas, NV en el año 2010 con la misión de atender empresas con requerimientos de software a la medida de alta calidad.

En 2013 se apertura en Ciudad de Guatemala, nuestro centro de desarrollo desde el cual entregamos soluciones a clientes en Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Medio oriente.

Nuestro slogan "Ideas Delivered" representa nuestro motor: **Una empresa que brinda soluciones de alta calidad a su negocio, acostumbrada a trabajar para entregar resultados y aportando valor constantemente a todos nuestros clientes, a quienes conocemos por nombre y apellido.**

3

Justificación: Después de la validación, se determinó reducir la cantidad de texto, para incluir solo la información más relevante para los clientes.

Página servicio de Servicio de Comercio en línea (Ecommerce)

Antes

ECOMMERCE

¡Vende en línea!

Adquiere una plataforma perfecta para competir a la par de grandes industrias, incrementa tus ventas, logra un mayor reconocimiento de marca y fideliza a tus clientes.

Esto representa una nueva oportunidad de negocios, la forma de compra está cambiando y los usuarios son cada día más exigentes en el proceso de compra, con esto se crean un sin fin de nuevas oportunidades.

El E-commerce es un gran aliado para los emprendedores, ya que hoy en día los clientes esperan que los negocios y empresas ofrezcan sus productos en línea y se les brinde la oportunidad de realizar sus compras desde la comodidad de sus casas en cualquier momento del día.

Con la fuerte presencia del internet en la vida cotidiana y la seguridad implementada para realizar transacciones electrónicas, los usuarios ven las líneas en línea como la mejor opción para ahorrar tiempo.

Es necesario entender el funcionamiento del negocio electrónico, para lograr una alianza, servicio y la plataforma idónea con la que para brindar el mejor servicio y el éxito deseado en el mercado.

Y nosotros estamos aquí para ayudarte

7
Días de entrega

Integración a VisaNet

Facturas electrónicas.

Después

ECOMMERCE

¡Vende en línea!

Adquiere una plataforma perfecta para competir a la par de grandes industrias, incrementa tus ventas, logra un mayor reconocimiento de marca y fideliza a tus clientes.

Esto representa una nueva oportunidad de negocios, la forma de compra está cambiando y los usuarios son cada día más exigentes en el proceso de compra, con esto se crean un sin fin de nuevas oportunidades.

El E-commerce es un gran aliado para los emprendedores, ya que hoy en día los clientes esperan que los negocios y empresas ofrezcan sus productos en línea y se les brinde la oportunidad de realizar sus compras desde la comodidad de sus casas en cualquier momento del día.

21
Días de entrega

Integración a VisaNet

Facturas electrónicas.

Web • Apps • Marketing Digital • Social Media • SEO • Cloud • Hosting • E-mail

Justificación: Después de la validación, se determinó 1. Utilizar montajes de proyectos de clientes reales para que los clientes puedan apreciarlo. 2. Agregar un cintillo con los servicios de la agencia para darles más relevancia. 3. Por solicitud del cliente se cambió un dato en la información del servicio.

Página servicio de páginas web

Antes



Después



Justificación: Después de la validación, se determinó 1. Utilizar montajes de proyectos de clientes reales 2. Agregar un cintillo con los servicios en la parte interior de la página. 3. Cambió el orden de los elementos. 4. La orientación del elemento del fondo se cambió.

Página servicio de aplicaciones móviles

Antes

MOBILE APP

¡Crea tu propio espacio!

Adquieres un canal de difusión de contenido, en uno de los lugares más privilegiados en donde el usuario convive día a día (su móvil).

Logra la inmediatez con el usuario, sin necesidad de abrir el navegador, escribir una dirección web y buscar, estos allí sin más demora.

El celular se a vuelto necesario en nuestro día a día y el 80% del tiempo de uso está dedicado a las aplicaciones, por eso es necesario contar con un software que se instala en el dispositivo, de modo que tu marca pase a formar parte del ecosistema que el usuario ve constantemente.

Por eso el mundo empresarial está implementando estrategias que involucran diferentes canales como web, social media, SEO y más, pero en crecimiento aplicaciones móviles.

La transformación digital está revolucionando las empresas, y tener una aplicación móvil crea una nueva forma de trabajar y de relacionarse con los clientes.

No cabe duda que las aplicaciones móviles son cada vez más populares y cada día más empresas apuestan por este canal, no te quedes fuera ¡Conéctate con tus clientes!

Equipo de expertos

Diseño + programación

1 año de contrato

Después

MOBILE APP

¡Crea tu propio espacio!

Adquieres un canal de difusión de contenido, en uno de los lugares más privilegiados en donde el usuario convive día a día (su móvil).

El celular se ha vuelto necesario en nuestro día a día y el 80% del tiempo de uso está dedicado a las aplicaciones, por eso es necesario contar con un software que se instala en el dispositivo, de modo que tu marca pase a formar parte del ecosistema que el usuario ve constantemente.

Por eso el mundo empresarial está poniendo en práctica estrategias que involucran diferentes canales como web, social media, SEO y más, necesita para un crecimiento aplicaciones móviles.

La transformación digital está revolucionando las empresas, y tener una aplicación móvil crea una nueva forma de trabajar y de relacionarse con los clientes.

No cabe duda que las aplicaciones móviles son cada vez más populares y cada día más empresas apuestan por este canal, no te quedes fuera ¡Conéctate con tus clientes!

Equipo de expertos

Diseño + Programación

1 Año de contrato

Web • Apps • Marketing Digital • Social Media • SEO • Cloud • Hosting • E-mail

Justificación: Después de la validación, 1. Se incluyó un montaje de un proyecto real 2. Se agregó un cintillo con los servicios en la parte inferior de la página.

Página información adicional

Antes



E-COMMERCE
Tu negocio estará alrededor del mundo, las 24 horas del día, conocerás e identificarás las necesidades y problemas de tus clientes en un plataforma alternativa muy económica con la cual lograrás ahorrar el pago de muchos servicios.

WEB PAGE
Captá clientes de todas partes del mundo, mantente en contacto constante y resuelve consultas de productos o servicios en cualquier momento y lugar con cualquier búsqueda en el internet

MOBILE APP
Ofrecele funciones únicas y beneficios exclusivos en una interfaz óptima para cualquier dispositivo para conectarlo con mayor facilidad con tus clientes y así diferenciarte frente a tus competidores y ofrece un mejor servicio y mejores productos.

¡Contáctanos!

+502 47887913 sales@lumation.co

Después

Conoce nuestros servicios:

- Software a la medida
- Outsourcing de equipos de programación
- Data Analysis
- Infraestructura y Correos
- Internet of Things

¡Contáctanos!

+502 47887913 sales@lumation.co

Justificación: A petición del cliente, en esta página se incluyeron otros servicios que ofrece la agencia para que los clientes los conozcan

CAPÍTULO IX
Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

Portada y contraportada



Índice e información de la empresa

17 pulgadas

INDICE	
03	Presentación de Lumation Services
04	Descripción servicio Ecommerce
05	Características del servicio de Ecommerce
06	Descripción servicio Web Page
07	Características del servicio de Web Page
08	Descripción servicio Mobile App
09	Características del servicio de Mobile App
10-11	Beneficios de nuestros servicios

10 AÑOS Con las mejores ideas

Lumation Services LLC, se funda en Las Vegas, NV en el año 2010 con la misión de atender empresas con requerimientos de software a la medida de alta calidad.

Nuestro slogan **"ideas Delivered"** representa nuestro motor: **Una empresa que brinda soluciones de alta calidad a su negocio, acostumbrada a trabajar para entregar resultados y aportando valor constantemente a todos nuestros clientes, a quienes conocemos por nombre y apellido.**

En 2013 se apertura en Ciudad de Guatemala, nuestro centro de desarrollo desde el cual entregamos soluciones a clientes en Latinoamérica, Estados Unidos, Europa y Medio oriente.

3

11 pulgadas

Servicio de comercio en línea (*ecommerce* en inglés)

17 pulgadas



ECOMMERCE

¡Vende en línea!

Adquiere una plataforma perfecta para competir a la par de grandes industrias, incrementa tus ventas, logra un mayor reconocimiento de marca y fideliza a tus clientes.

Esto representa una nueva oportunidad de negocios, la forma de compra está cambiando y los usuarios son cada día más exigentes en el proceso de compra, con esto se crean un sin fin de nuevas oportunidades.

El E-commerce es un gran aliado para los emprendedores, ya que hoy en día los clientes esperan que los negocios y empresas ofrezcan sus productos en línea y se les brinde la oportunidad de realizar sus compras desde la comodidad de sus casas en cualquier momento del día.

21
Días de entrega

Integración a VisaNet

Facturas electrónicas.

4 Web • Apps • Marketing Digital • Social Media • SEO • Cloud • Hosting • E-mail 5

11 pulgadas

Servicio de páginas web

17 pulgadas



WEB PAGE

¡Conquista el mundo!

Los usuarios están buscando información todo el tiempo y todo ese contenido es eliminado en cuestión de segundos a menos que impacte y cumpla con las expectativas del usuario.

Un sitio web es el añadido de valor perfecto para tu empresa, esto nos abre un espacio para promocionar nuestros servicios y ahorrar mucho en publicidad.

Por ello es tan importante contar con un sitio web optimizado, bien estructurado y con un diseño profesional que capture la atención de los usuarios.

En Lumation Services nos adaptamos a las necesidades de tu empresa, dedicando nuestro esfuerzo a que tu puedas sacar el mejor partido con soluciones que despierten el interés de tus posibles clientes y que marquen la diferencia y se transformen en una compra. ¡Está es tu mejor opción, no lo pienses más y contactanos!

-  **Diseño + Programación**
-  **Año de contrato**
-  **Visacuas precio de contado**

6 Web • Apps • Marketing Digital • Social Media • SEO • Cloud • Hosting • E-mail 7

11 pulgadas

Servicio de aplicaciones móviles

17 pulgadas



MOBILE APP

¡Crea tu propio espacio!

Adquiere un canal de difusión de contenido, en uno de los lugares más privilegiados en donde el usuario convive día a día ¡su móvil!

El celular se ha vuelto necesario en nuestro día a día y el 80% del tiempo de uso está dedicado a las aplicaciones, por eso es necesario contar con un software que se instala en el dispositivo, de modo que tu marca pase a formar parte del ecosistema que el usuario ve constantemente.

Por eso el mundo empresarial está poniendo en práctica estrategias que involucran diferentes canales como web, social media, SEO y reclame pero en crecimiento aplicaciones móviles.

La transformación digital está revolucionando las empresas, y tener una aplicación móvil crea una nueva forma de trabajar y de relacionarse con los clientes.

No cabe duda que las aplicaciones móviles son cada vez más populares y cada día más empresas apuestan por este canal, no te quedes fuera ¡Conéctate con tus clientes!

Equipo de expertos

Diseño + Programación

Año de contrato

11 pulgadas

8 Web • Apps • Marketing Digital • Social Media • SEO • Cloud • Hosting • E-mail 9

Información acerca de otros servicios

17 pulgadas



Las mejores **SOLUCIONES TECNOLÓGICAS** para tu empresa

Conoce nuestros servicios:

- Software a la medida
- Outsourcing de equipos de programación
- Data Analysis
- Infraestructura y Correos
- Internet of Things

¡Contáctanos!

+502 47887913 sales@lumation.co

11 pulgadas

CAPÍTULO X
Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.

Proceso creativo y elaboración de propuesta. Se sugiere incluir un cronograma de trabajo de horas semanales, así como el costo por hora. Es recomendable, para fines académicos, estimar un base de Q.25.00 por hora trabajada. El costo estimado empieza a partir del proceso de elaboración de la propuesta inicial.

Proceso creativo, elaboración de propuesta y recopilación de información	Mes de Julio
Semanas	4
Total de días trabajados	15 días
Total de horas trabajadas	30 horas
Precio por hora	Q 25.00
Costo total elaboración	Q 750.00

10.2 Plan de costos de producción.

Realización de artes finales, producción de audio y video, prototipos virtuales. Para fines académicos, estimar un base de Q.25.00 por hora trabajada. El costo estimado empieza a partir del proceso de elaboración de la propuesta inicial.

El Proceso consistió en la digitalización de bocetos de artes finales, validación de la propuesta y realización de cambios para la propuesta final	Mes de Agosto y Septiembre
Semanas	6
Total de días trabajados	20 días
Total de horas trabajadas	70 horas
Precio por hora	Q 25.00
Costo total elaboración	Q 1,750.00

10.3 Plan de costos de reproducción.

La reproducción no tendrá costo, debido a que el catálogo será distribuido únicamente de forma digital a los clientes.

10.4 Plan de costos de distribución.

La distribución no tendrá ningún costo, debido a que el catálogo será publicado en el sitio web del cliente y se promocionará en redes sociales para ser enviado a los clientes que los soliciten en un formato PDF interactivo.

10.5 Margen de utilidad.

Se aplicará un cobro del 25% al costo total del proyecto (Q 2,500.00) para generar una ganancia de Q 625.00. El total del trabajo sin IVA es de Q 3,125.00.

Total de costos	Q 2,500.00
Utilidad (25%)	Q 625.00
Total	Q 3,125.00

10.6 IVA.

El IVA corresponde a un 12% sobre el total del proyecto más el margen de ganancia.

Subtotal	Q 3,125.00
IVA (12%)	Q 375.00
Total	Q 3,500.00

10.7 Cuadro con resumen general de costos.

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q750.00
Plan de costos de producción	Q 1,750.00
Plan de costos de reproducción	Q 00.00
Plan de costos de distribución	Q 00.00
<i>Subtotal</i>	Q 2,500.00
Margen de utilidad 25%	Q 625.00
Subtotal	Q 3,125.00
IVA	Q 375.00
Gran Total	Q 3,500.00

CAPÍTULO XI

Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.

En conclusión, fue posible diseñar un catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de mercadeo digital que ofrece la empresa Lumation Services.

En ese sentido, se considera que toda la información de la marca y sus líneas de productos que fue recopilada, a través de la información que el cliente proporcionó por medio de un documento informativo (*brief* en inglés), se integró al diseño del catálogo digital y facilitó el reconocimiento de marca para los usuarios.

En cuanto a lo anterior, los términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con la creación de catálogos digitales investigados a través de fuentes bibliográficas, respaldaron científicamente la propuesta del proyecto que se presentó al grupo objetivo.

Adicionalmente se puede observar que la diagramación del contenido del catálogo digital fue realizado a través de un programa de diseño, y se estableció un orden jerárquico en los elementos gráficos, esto ayudó a que el grupo objetivo lo comprendiera mejor.

11.2 Recomendaciones.

Se sugiere la creación de un segundo catálogo digital en donde se desarrollen los servicios secundarios que la empresa ofrece, con la finalidad de que los clientes también conozcan estos productos y servicios.

Es importante contar con la información relevante de cada producto, y con relación a la empresa, con el objetivo de ser claros en la información y los clientes puedan reconocer la marca con facilidad.

Es necesario mantenerse informado de los cambios que surgen en el medio con relación a catálogos digitales y apoyarse en fuentes confiables que brinden información certera y de utilidad para la creación de este tipo de materiales.

Finalmente se recomienda mantener la línea de diseño utilizada para continuar con un orden jerárquico que ayude a que los clientes comprendan mejor la información y se logre eficiente reconocimiento de marca.

CAPÍTULO XII
Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Infografía

CONOCIMIENTO GENERAL

Busca resolver problemas de forma creativa que transmita un mensaje de forma visual hacia un grupo objetivo.



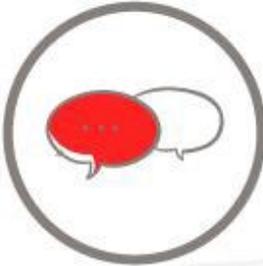
FOTOGRAFÍA

Arte de capturar imágenes que transmiten un mensaje.



PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

Busca entender el comportamiento de los clientes



COMUNICACIÓN

Especialmente la corporativa, es el proceso de enviar y recibir mensajes dentro de una organización



SOFTWARE'S

Herramienta que nos permite retocar o modificar imágenes, realizar dibujos, y guardarlos en distintos formatos para luego maquetar todos los elementos



CREATIVIDAD

Es generar nuevas ideas o conceptos para proporcionar soluciones originales



DISEÑO DIGITAL

Tiene las bases del diseño gráfico y busca la interacción.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Identifica y analiza información para tomar decisiones sobre un producto



DISEÑO EDITORIAL

Rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación de diferentes piezas.



Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de documentos físicos.

K.

Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia*. Illinois, Estados Unidos: Northwestern University.

R.

Robbins, S. (1999). *Comportamiento organizacional*. México: PRENTICE HALL.

W.

William J. Stanton, M. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.

13.2 Referencias de documentos electrónicos.

A.

Aguirre, M. (08 de 06 de 2020). *¿Qué es la Semiótica de la Imagen?* Obtenido de *¿Qué es la Semiótica de la Imagen?*: <https://www.todomktblog.com/2013/05/semiotica-de-imagen.html>

Alba, T. (31 de 05 de 2020). *La comunicación corporativa: Definición y claves de éxito*.

Obtenido de *La comunicación corporativa: Definición y claves de éxito*:

<https://www.marisolcomunicacion.com/comunicacion-corporativa-definicion-y-claves-exito/>

Astocondor, A. (13 de 06 de 2020). *Estas son las 7 tendencias en diseño gráfico que darán la hora en 2020*. Obtenido de *Estas son las 7 tendencias en diseño gráfico que darán la hora en 2020*: <https://www.crehana.com/blog/disenio-grafico/estas-son-las-7-tendencias-en-diseno-grafico-2020/>

B.

Barber, F. (31 de 05 de 2020). *¿Qué es le diseño editorial?* Obtenido de ¿Qué es le diseño editorial?: <https://www.cocoschool.com/que-es-el-diseno-editorial/>

Barrera, A. (09 de 06 de 2020). *Familias tipográficas: Qué son y cómo elegir la fuente correcta para tu proyecto.* Obtenido de Familias tipográficas: Qué son y cómo elegir la fuente correcta para tu proyecto: <https://www.nextu.com/blog/familias-tipograficas/>

Bembibre, V. (08 de 06 de 2020). *Definición de Fotografía.* Obtenido de Definición de Fotografía: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/fotografia.php>

C.

Carles. (13 de 06 de 2020). *Tendencias de diseño gráfico para 2020: descubre las que van a triunfar.* Obtenido de Tendencias de diseño gráfico para 2020: descubre las que van a triunfar: <https://www.proprintweb.com/blog/tendencias-de-diseno-grafico-para-2020>

Cavajal, J. (31 de 05 de 2020). *Semiótica y su desarrollo.* Obtenido de Semiótica y su desarrollo: <http://semioticaydesarrollo.blogspot.com/2012/09/ferdinand-de-saussure.html>

D.

Delgado, I. (31 de 05 de 2020). *Significado de Medios de comunicación.* Obtenido de Significado de Medios de comunicación: <https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>

DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICAS MACROECONÓMICAS. (01 de Julio de 2014).

SECCIÓN DE ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS BÁSICAS. Obtenido de SECCIÓN DE ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS BÁSICAS:

https://www.banguat.gob.gt/sites/default/files/banguat/Publica/DINEL/Informe_DINEL_2013.pdf

E.

Eguaras, M. (07 de 06 de 2020). *Qué es el diseño editorial*. Obtenido de Qué es el diseño editorial: <https://marianaeguaras.com/que-es-el-diseno-editorial/>

Espinosa, D. (31 de 05 de 2020). *Diseño Gráfico*. Obtenido de Diseño Gráfico: <http://davidspinosapaoaguilera.blogspot.com/2016/07/caracteristicas-de-diagramacion.html>

F.

Fernández, H. (08 de 06 de 2020). *¿Qué es la tecnología y por qué es tan importante?* Obtenido de ¿Qué es la tecnología y por qué es tan importante?: <https://economyatic.com/que-es-la-tecnologia/>

Figuroa, O. T. (31 de 05 de 2020). *Imagen, comunicación e identidad, tres categorías fundamentales dentro de la estrategia de una canal de televisión provincial*. Obtenido de Imagen, comunicación e identidad, tres categorías fundamentales dentro de la estrategia de una canal de televisión provincial:

[file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ImagenComunicacionEIIdentidadEnTelevisionLocal-3649125.pdf)

[ImagenComunicacionEIIdentidadEnTelevisionLocal-3649125.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-ImagenComunicacionEIIdentidadEnTelevisionLocal-3649125.pdf)

Flores, J. (13 de 06 de 2020). *¿Cómo funciona la tecnología 3D?* Obtenido de ¿Cómo funciona la tecnología 3D?: <https://www.muyinteresante.es/innovacion/articulo/icomofuncionan-las-gafas-y-la-tecnologia-3d>

Franch, M. M. (31 de 05 de 2020). *De la identidad corporativa a la identidad visual corporativa, un camino necesario*. Obtenido de De la identidad corporativa a la identidad visual

corporativa, un camino necesario.:

http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79609/forum_2003_39.pdf

G.

Gardey, J. P. (31 de 05 de 2020). *Definición de comunicación*. Obtenido de Definición de comunicación: <https://definicion.de/comunicacion/>

Grupo Endor. (08 de 06 de 2020). *¿Qué es Branding?* Obtenido de ¿Qué es Branding?: <https://www.grupoendor.com/branding-definicion-expertos/>

I.

-INE-, I. N. (30 de Junio de 2008-2020). *Estimaciones de la Población Total por municipio*. Obtenido de Estimaciones de la Población Total por municipio.: [http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio\(1\).pdf](http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio(1).pdf)

L.

Llano, J. C. (09 de 06 de 2020). *Psicología del Color en Marketing*. Obtenido de Psicología del Color en Marketing: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/psicologia-del-color-utilice-los-colores-para-aumentar-sus-ventas-online-y-offline/>

M.

Marquid Agencia de Marketing. (31 de 05 de 2020). *La importancia de un buen catálogo de productos o servicios*. Obtenido de La importancia de un buen catálogo de productos o servicios: <https://www.marquid.com/catalogo-productos-servicios/>

Morales López, E. (31 de 05 de 2020). *Discurso*. Obtenido de Discurso: <http://www.ub.edu/diccionarilinguistica/print/5514>

P.

Paloma, G. D. (08 de 06 de 2020). *¿Qué es Arte Digital? Inicios, referentes y conceptos*

básicos. Obtenido de ¿Qué es Arte Digital? Inicios, referentes y conceptos básicos:

https://www.acta.es/medios/articulos/disenno_y_multimedia/033083.pdf

Peiró, R. (31 de 05 de 2020). *Plan de social media*. Obtenido de Plan de social media:

<https://economipedia.com/definiciones/plan-social-media.html>

R.

Raffino, M. E. (08 de 06 de 2020). *Concepto de Sociología*. Obtenido de Concepto de

Sociología: <https://concepto.de/sociologia/>

Raffino, M. E. (08 de 06 de 2020). *Teoría del color*. Obtenido de Teoría del color:

<https://concepto.de/teoria-del-color/>

Ramos, M. E. (08 de 06 de 2020). *La revolución digital en el diseño gráfico*. Obtenido de La revolución digital en el diseño gráfico:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5912&id_libro=16

Rey, J. C. (08 de 06 de 2020). *Teoría de la comunicación*. Obtenido de Teoría de la

comunicación: <file:///C:/Users/User/Downloads/docsity-teoria-de-la-comunicacion-331.pdf>

Romero, E. (09 de 06 de 2020). *¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?* Obtenido

de ¿Qué es la retícula en diseño gráfico y para qué sirve?:

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

S.

Salgado, F. J. (07 de 06 de 2020). *Maquetación: ¿De qué estamos hablando?* Obtenido

de Maquetación: ¿De qué estamos hablando?:

<https://www.calamoycran.com/blog/maquetacion-de-que-estamos-hablando-i>

Santa Maria, F. (30 de 05 de 2020). *Staffcreativa*. Obtenido de ¿Qué hace una agencia de Marketing digital?: <https://www.staffcreativa.pe/blog/agencia-marketing-digital/>

Santa Maria, F. (08 de 06 de 2020). *Tipografía: Todo Lo Que Debes Saber*. Obtenido de Tipografía: Todo Lo Que Debes Saber: <https://www.staffcreativa.pe/blog/tipografia/>

Shah, B. H. (2010). *Inbound Marketing*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Significados.com. (08 de 06 de 2020). *Gestalt*. Obtenido de Gestalt:

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

V.

Vázquez Zapata, I. (08 de 06 de 2020). *La interactividad como arte*. Obtenido de La interactividad como arte: <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaInteractividadComoArte-4997127.pdf>

W.

Wiesen, G. (06 de 06 de 2020). *What is a digital catalog?* Obtenido de What is a digital catalog?: <https://www.wisegeek.com/what-is-a-digital-catalog.htm>

Wikipedia, La enciclopedia libre. (31 de 05 de 2020). *Teoría de la información*. Obtenido de Teoría de la información: https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Teor%C3%ADa_de_la_informaci%C3%B3n&oldid=132220333

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Anexo A: Investigación de tendencias de diseño

Catálogo digital

Un catálogo digital es un archivo de computadora o sitio web utilizado para proporcionar ejemplos del trabajo o productos ofrecidos por una empresa o persona en formato digital. Los catálogos digitales permiten a los clientes ver productos en línea y luego ordenarlos directamente o por medio de un asociado de ventas.

Se pueden usar diferentes programas para hacer catálogos que sean interactivos, aunque el diseño general de cualquier catálogo generalmente tiene como objetivo hacer que la información sea fácilmente accesible. (Wiesen, 2020)

12.1 Revolución digital en el diseño gráfico:

El origen del diseño gráfico no ha sido determinado, varios autores consideran al diseño gráfico como consecuencia de la imprenta otros sugieren que es un fenómeno adjunto a la revolución industrial y de los medios de comunicación.

Sin embargo, es posible admitir que la comunicación visual comprende una historia muy larga, y a través de este tiempo surgieron avances en la tecnología de la comunicación que permiten que la información trascienda a lugares lejanos. (Ramos, 2020)

12.2 Diseño editorial

Hoy, el diseño editorial no solo comprende a los medios impresos, sino también a los formatos digitales. Numerosos periódicos y revistas se publican en línea y necesitan de un diseño específico para llegar a su público.

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de diferentes piezas, como libros, revistas, periódicos, fanzines, catálogos, entre otros.

Cualquier publicación que pretenda comunicar una idea o contar una historia mediante la organización y presentación de palabras y elementos gráficos necesitará del diseño editorial. (Eguaras, 2020)

12.3 Diagramación

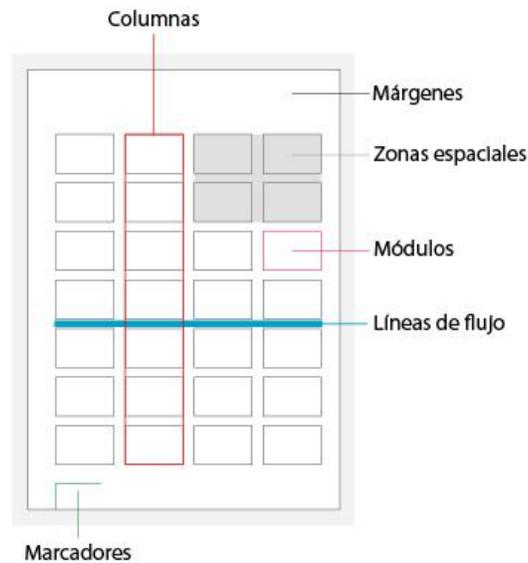
También llamado maquetación, es el proceso de tomar un conjunto aleatorio de textos, fotos, títulos, ilustraciones, pies de foto, nombres de secciones, entre otros, y construir con ellos un diseño global estructurado, de modo que se pueda leer secuencial o aleatorio, manteniendo una coherencia y orden lógico, y utilizar recursos gráficos para distribuir los diferentes elementos en función de su importancia. (Salgado, 2020)

Para maquetar el contenido editorial, se necesita trabajar con elementos gráficos y diferentes aspectos:

- El formato. Refiere a la manifestación física de la publicación, y hoy también a los distintos tipos de archivos digitales.
- Existen cuatro tamaños fundamentales de páginas:
- Estándar. Página entera, con caja tipográfica variando alrededor de 120pc por 70pc y bordes de dos a tres centímetros.
- Tabloide. Mitad del tamaño estándar, generalmente son diarios populares que utilizan profusión de recursos gráficos, poco texto y muchas fotos.
- Medio tabloide. Casi un formato carta.
- Europeo o berlinés. Más alto que el tabloide y más estrecho que el estándar, con 47 cm de altura por 31.5cm de anchura.

12.3.1 La retícula. El empleo de la retícula es la parte fundamental de la composición, ayuda a seleccionar los elementos del diseño.

La retícula está basada en el concepto de alineación, entendiendo este término como la colocación en línea recta de varios elementos.



Romero, Emilio (2019) *Retículas en Diseño Gráfico* [Figura].
Recuperado de <https://revistadigital.inesem.es/disen-y-artes-graficas/que-es-la-reticula-en-diseno-grafico/>

12.3.2 Retículas de manuscrito. Las retículas de manuscrito es la más sencilla que existe. Mantiene una disposición grande y rectangular, ocupando de esta manera la mayor parte de la página.

12.3.3 Retículas de columnas. Las retículas de columnas son útiles cuando se presenta información discontinua. Esta se dispone en columnas verticales con la intención de separar los tipos de información.

12.3.4 Retícula modular. Se usa principalmente para proyectos de mayor complejidad. Una retícula modular es una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas creando una matriz de celdas que se llaman módulos.

12.3.5 Retícula jerárquica. Sigue un esquema totalmente distinto a las anteriores, se basa en la proporción de los elementos. Somete a los objetos a distintas leyes: orden, objetividad, concentración, claridad, entre otros.

El uso de retículas agiliza el proceso de maquetación. El tiempo que se emplea al generar la retícula compensa totalmente y a partir de ella nos limitaremos a colocar textos, imágenes y demás elementos. (Romero, 2020)

12.3.6 La tipografía. De acuerdo con Oert, una familia tipográfica es un conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con características estructurales y estéticos comunes, que permiten reconocerlas como pertenecientes a un mismo sistema.

La Asociación Tipográfica Internacional, realizó una agrupación de fuentes por características comunes, dividiéndolas de la siguiente manera:

- Romanas: También conocida como serif, es una de las más utilizadas. Se identifican con fácilmente por los remates que tiene al final de sus astas.
- Palo Seco: Conocidas como Sans Serif, se caracterizan por reducir los caracteres a su esquema esencial.
- Rotuladas: También son llamadas caligráficas o script, están compuestas por caracteres con un toque personal que imitan la escritura de caligrafía o manuscritas.
- Decorativas: Estas tipografías no fueron concebidas como tipos de texto, sino para uso esporádico y asilado. Dada su poca legibilidad, las fuentes decorativas son mejores para fines ornamentales y se debe limitar su uso. (Barrera, 2020)

12.3.7 El color. De acuerdo con múltiples estudios se ha comprobado que el color tiene una influencia muy importante en la decisión de compra y el aumento de las ventas. Por

esto es importante hacer una correcta elección de colores para los productos, la publicidad, sitios web, puntos de venta, entre otros.

El color es una poderosa herramienta de diseño, sin embargo, el efecto de los colores en el consumidor es diferente de acuerdo a la región.

12.3.7.1 Rojo.

- Aumenta el apetito
- Crea sensación de urgencia
- Utilizado muy frecuentemente para ventas de liquidación
- Asociado con movimiento, excitación y pasión

12.3.7.2 Azul.

- Preferido por los hombres
- Asociado con paz, agua y confiabilidad
- Provee sensación de seguridad y confianza
- Utilizado comúnmente para bancos y grandes negocios

12.3.7.3 Verde

- Asociado con salud, tranquilidad y naturaleza
- Relacionado también con dinero y personas ricas
- Se usa en tiendas para relajar a los visitantes
- Frecuentemente usado para promover temas ambientales

12.3.7.4 Amarillo

- Incrementa la alegría y el optimismo
- Puede causar fatiga y tensión en los ojos
- Estimula procesos mentales y el sistema nervioso

- Representa optimismo y juventud

12.3.7.5 Naranja

- Puede reflejar emoción y entusiasmo
- Estimula la parte lógica del cerebro
- Muestra calidez y cercanía
- Muy efectivo en los Call to Actions (botones de llamado a la acción) en los sitios de comercio electrónico: Adicionar al carro de compras, suscríbete, entre otros

12.3.7.6 Púrpura

- Frecuentemente asociado con realeza, riqueza, éxito y sabiduría
- Estimula la parte del cerebro de resolución de problemas y la creatividad
- Bastante efectivo en productos de belleza o anti-edad
- Representa una marca creativa e imaginativa

12.3.7.7 Negro

- Crea una sensación de autoridad, poder y fortaleza
- Con frecuencia es un símbolo de inteligencia
- Usado en las tiendas de productos lujosos
- Si se usa con mucha frecuencia puede abrumar a las personas (Llano, 2020)

12.3.8 Los elementos gráficos. Aunque la mayoría hacen referencia a las imágenes, existen muchos otros elementos además de ellas. Se suele trabajar con tablas, gráficas, figuras, iconos, mapas, dibujos, infografías, cronologías, ilustraciones y organigramas. Todos estos elementos reciben diferentes aplicaciones tipográficas y cromáticas, además de un tratamiento especial del contenido. (Eguaras, 2020)

12.4 Metodología y proceso creativo

Ayuda a sincronizar las expectativas y optimizar la relación cliente-diseñador.

- Toma de requisitos, investigación y Braingstorming.
- Estrategias, conceptualización y solución gráfica
- Impresión o publicación
- Entregar, evaluación y futuras necesidades.

12.5 Tendencias

Como cada año, ciertas tendencias marcan el ritmo del diseño gráfico y convierten los diseños creados en ese curso en reconocibles de una época. El equilibrio entre el recuerdo del siglo pasado y la modernidad más absoluta es el denominador común.

12.5.1 Diseños retro, 80's y neón. Vuelve el uso del neón, de las luces imposibles, del recuerdo de series o películas que marcaron una época.

12.5.2 Minimalismo. El concepto se limita a usar algunas líneas, algo de color y especialmente, la esencia del mensaje que se quiere enviar.

12.5.3 Collage. La tendencia triunfó a principios de siglo regresa con enorme fuerza. Sin embargo, ahora se mejora mezclando imágenes sin relación alguna entre ellas.

12.5.4 Storytelling. Una buena historia ayuda al usuario a comprender el producto con más facilidad.

12.5.5 Diseño 3D. Se utiliza para transmitir diversas sensaciones. La idea es dejar de apostar por lo clásico. (Carles, 2020)

12.5.6 Surrealismo. Se adapta a los colores brillantes generando una sensación fantástica que llamará la atención. (Astocondor, 2020)

12.5.7 Moodboard de Tendencias 2020



Anexo B: Tabla de Niveles Socioeconómicos 2015/Multivex

Tabla Niveles Socio Económicos
Actualización 2015

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicóptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Anexo C: Encuesta Virtual utilizada Recopilación de datos personales y Parte Objetiva

 <p>Facultad de Ciencias de la Comunicación (Facom) Licenciatura en Comunicación y Diseño Proyecto de Graduación</p>	<p>Antecedentes: Lumation Services nace en Estados Unidos en 2010 para atender empresas con altos estándares de calidad. En 2013 inicia operaciones en la Ciudad de Guatemala para atender el mercado regional. Entre nuestros clientes en América y Europa resaltan empresas como Amazon, Zappos y Rackspace. Siendo socio platinum de la última en la región centroamericana.</p> <p>Sus servicios son los siguientes: Web • Apos • Marketing Digital • Social Media • SEO • Cloud • Hosting • E-mail •</p>
<h3>Encuesta Validación de Proyecto</h3>	
<p>Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de marketing digital de Lumation Services. Guatemala, Guatemala 2021.</p> <p>*Obligatorio</p>	
<p>Nombre: *</p> <p>Tu respuesta _____</p>	<p>Instrucciones:</p> <p>Con base a la información anterior, observe el catálogo digital y a su criterio profesional, responda las siguientes preguntas:</p>
<p>Fecha: *</p> <p>Fecha</p> <p>dd/mm/aaaa <input type="text"/></p>	<p>Parte Objetiva:</p>
<p>Edad: *</p> <p>Tu respuesta _____</p>	<p>1. ¿Considera necesaria la creación de un catálogo digital para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios de marketing digital de Lumation Services? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Profesión: *</p> <p>Tu respuesta _____</p>	<p>2. ¿Cree importante recopilar información de la marca y sus líneas de productos, a través de la información que el cliente proporcionó por medio de un Brief para que sea integrado al diseño del catálogo digital? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Años de experiencia en el mercado *</p> <p>Tu respuesta _____</p>	<p>3. ¿Considera fundamental investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionadas con la creación de catálogos digitales, a través de fuentes bibliográficas que respalden científicamente la propuesta del proyecto? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Género *</p> <p><input type="radio"/> Femenino</p> <p><input type="radio"/> Masculino</p>	<p>4. ¿Cree necesario diagramar el contenido del catálogo digital a través de un software de diseño, para establecer un orden jerárquico en los elementos gráficos? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Perfil *</p> <p><input type="radio"/> Cliente</p> <p><input type="radio"/> Experto</p> <p><input type="radio"/> Grupo Objetivo</p>	

Sigue anexo C: Parte semiológica y operativa

Parte Semiológica:	
5. ¿Cree que las imágenes utilizadas en el catálogo digital representa los productos y servicios que ofrece Lumation Services? *	
<input type="checkbox"/> Apropiado	
<input type="checkbox"/> Poco apropiado	
<input type="checkbox"/> Nada apropiado	
6. ¿Según su criterio, cree apropiado el uso de colores utilizados en el catálogo digital? *	
<input type="checkbox"/> Apropiado	
<input type="checkbox"/> Poco apropiado	
<input type="checkbox"/> Nada apropiado	
7. ¿Considera usted apropiada la tipografía utilizada en el catálogo digital? *	
<input type="checkbox"/> Apropiado	
<input type="checkbox"/> Poco apropiado	
<input type="checkbox"/> Nada apropiado	
8. ¿Cree usted adecuada la diagramación que se utiliza en el catálogo digital? *	
<input type="checkbox"/> Apropiado	
<input type="checkbox"/> Poco apropiado	
<input type="checkbox"/> Nada apropiado	
9. ¿Según su criterio, considera que la información incluida en el catálogo digital es la adecuada? *	
<input type="checkbox"/> Apropiado	
<input type="checkbox"/> Poco apropiado	
<input type="checkbox"/> Nada apropiado	

Parte operativa	
9. ¿Según su criterio, considera que la información incluida en el catálogo digital es la adecuada? *	
<input type="checkbox"/> Apropiado	
<input type="checkbox"/> Poco apropiado	
<input type="checkbox"/> Nada apropiado	
10. ¿Cree que la portada del catálogo digital, transmite la idea de los productos y servicios que presta Lumation Services? *	
<input type="radio"/> Sí	
<input type="radio"/> No	
11. ¿Cree apropiada la relación de tamaño 1.5:1 utilizada en el catálogo digital? *	
<input type="radio"/> Sí	
<input type="radio"/> No	
12. ¿Considera suficiente el contenido que se visualiza en el catálogo digital? *	
<input type="radio"/> Sí	
<input type="radio"/> No	
13. ¿Según su criterio, la información incluida en el catálogo digital, transmite de forma correcta los servicios y productos de Lumation Services? *	
<input type="radio"/> Sí	
<input type="radio"/> No	
14. ¿Considera que el catálogo propuesto, logra crear un impacto diferenciador? *	
<input type="radio"/> Sí	
<input type="radio"/> No	
Observaciones finales *	
Tu respuesta	<input type="text"/>

Enviar

Anexo D: Fotografías del proceso de validación
Validación Cliente



Luis Fernando Quan Archila – Director creativo de la agencia

Validación Expertos

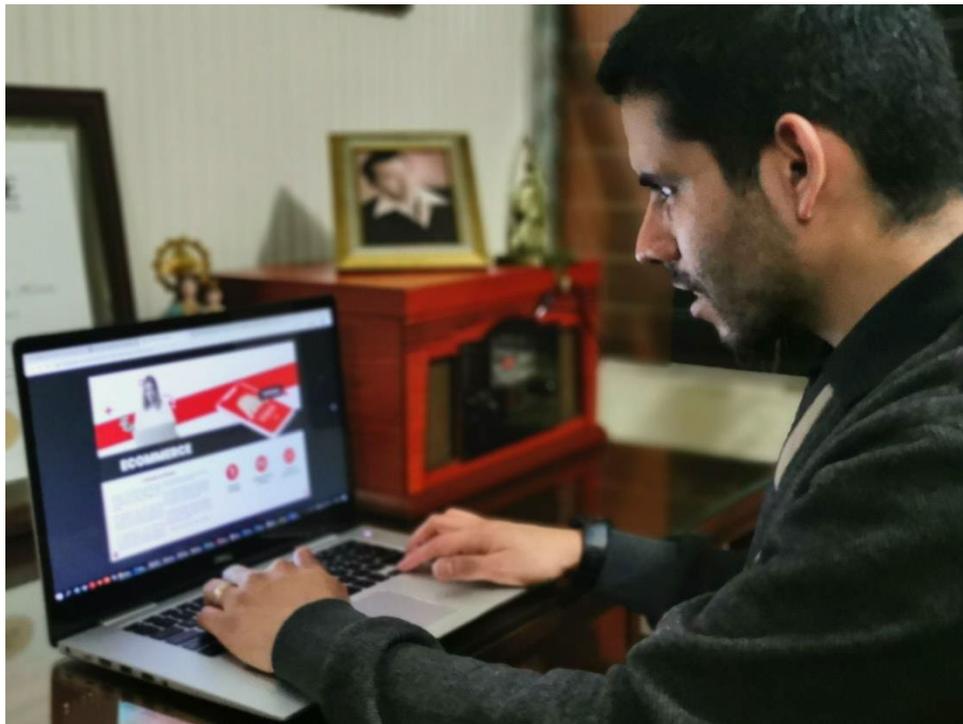


Licenciado Mario Vásquez Alfaro

Sigue anexo D: Fotografías del proceso de validación

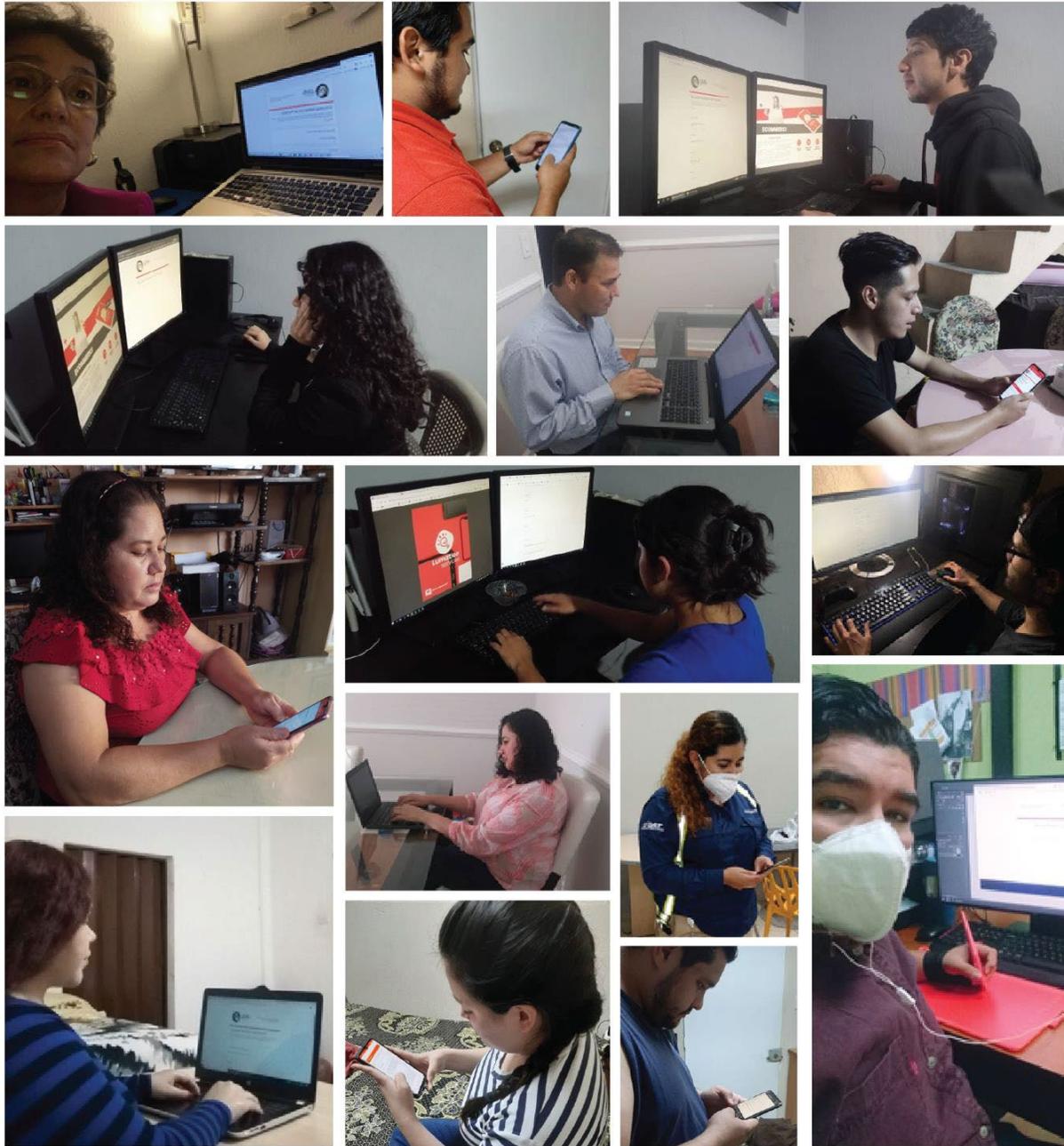


Licenciado David Antonio Castillo Cobos



Licenciado Rafael Antonio Gutierrez Herrera

Sigue anexo D: Fotografías del proceso de validación
Validación grupo objetivo



Conformado por personas entre las edades de 27 a 37 años, dirigido especialmente a empresarios y emprendedores residentes del área metropolitana.

Anexo E: Cotizaciones de proveedores



Guatemala 20 de noviembre 2020

Señores
Lumation Services
Luis Fernando Quan
Presente

Estimado señor Quan:

Es un gusto saludarle y desearle éxitos en sus labores.
Quiero agradecer habernos tomado en consideración para la
cotización del catálogo digital que servirá de presentación de servicio
de la empresa Lumation services.

El catálogo costa de 12 páginas el costo por:

Diseño y Arte Final	Q 10,500.00
Fotos	Q 2,200.00
Total	Q 12,700.00

Agradeciendo la atención a la presente,

Atentamente,

Guiliana Ghinatti
Gerente de Operaciones
The Lemon AD S. A.

c.c Archivo

Avenida Reforma 8-60 Zona 9 Edificio Galerías Reforma Of. 402

Tel. 2317-1010

Continuación anexo E: Cotizaciones de proveedores



Cotización
Noviembre, 2020

Atención:
Luis Fernando Quan

Ciente Lumation Services

Catálogo Digital <ul style="list-style-type: none">• Diseño y Arte Final.		Q11,000
Facebook Ads Óptimo <ul style="list-style-type: none">• Estudio• Sesión fotográfica de un día.• Precio no incluye modelos.		Q3,500
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none">• El pago se realiza 50% al inicio y 50% en la entreg de arte final.	Total	Q14,500
	Impuestos	Incluidos

En espera de su pronta noticia

Rodrigo Mansilla Ghinatti
Area14
Tel. (502) 401-34872

rodrim@areaweb14.com
www.areaweb14.com

This electronic message contains information which may be privileged and confidential. The information is intended to be for the use of the individual(s) or entuty named above. If you are not the intended recipient, be aware that any disclosure, copying, distribution or use of the contents of this information is prohibited. If you have received this electronic message in error, please notify us by telephone or e-mail (to the number or adress above) immediately.

Continuación anexo E: Cotizaciones de proveedores



Lumation Services LLC
2a avenida 10-37 Zona 10
Guatemala Guatemala
502 01010
VAT Number: 9191116-8

To
Roberto Montes
2av. 10-37 zona 10
Guatemala
GT
47887913
roberto.montes@lumation.co

Cotización #000889

Diseño catálogo digital

Date: 30/11/2020
Open Till: 07/12/2020

#	Item	Qty	Rate	Amount
1	Diseño Catálogo digital Diseño y diagramación de catálogo digital de 12 páginas. Incluye: - Descripción de productos - Fotos de stock * Los logos el cliente deberá enviarlos en editable * 2 rondas de cambios * Si se utilizan fotografías se enviarán previo a utilizar para aprobación	15 horas	15.00	225.00
			Sub Total	\$225.00
			Total	\$225.00

With words: Two Hundred And Twenty Five Dollars

Anexo F: Tabla de requisitos

Tabla de requisitos			
Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Maquetación	Crear un orden a todos los elementos a utilizar en el catálogo.	Adobe InDesing	Orden
Líneas	Dividir y establecer una ubicación clara a los elementos.	Adobe InDesing, Líneas guías.	Jerarquía
Rectángulo	Representar como elemento principal la línea gráfica de la marca.	Adobe Ilustrador, Forma	Enlace
Tipografía	Organizar el lenguaje visual y dar buena legibilidad de la información.	Adobe InDesing	Entretenimiento
Fotografías	Permitir a los clientes potenciales visualizar los servicios y productos que se ofrecen en el catálogo.	Adobe Photoshop	Impacto
Colores	Transmitir la personalidad de la marca, además de brindar diferentes emociones con los colores utilizados.	Adobe Photoshop, Adobe Ilustrador	Armonía
Logo	Ayudar a que los usuarios conozcan que marca es la que representa el catálogo digital.	Adobe Ilustrador	Personalidad