



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un isologo que identifique la academia Top Step Studio en las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje. Chiquimula, Guatemala, 2019.

PROYECTO DE GRADUACIÓN.

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

ELABORADO POR:

Paolo Andres Brol Morales

Carne: 15001675

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 25 de septiembre de 2019.

Proyecto de graduación

Diseño de isologo para identificar la academia Top Step Studio en el
segmento de academias de modelaje. Chiquimula, Guatemala, 2019

Paolo Andres Brol Morales

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

septiembre, 2019

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramirez.

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.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 11 de mayo de 2018

Señor:
Paolo Andres Brol Morales
Presente

Estimado Señor Brol:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN ISOLOGO QUE IDENTIFIQUE LA ACADEMIA TOP STEP STUDIO EN LAS PERSONAS INTERESADAS EN ESTUDIAR LA CARRERA DE MODELAJE. CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez Aguirre, 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, 04 de febrero de 2020

Señor:
Paolo Andres Brol Morales
Presente

Estimado Señor Brol:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE UN ISOLOGO QUE IDENTIFIQUE LA ACADEMIA TOP STEP STUDIO EN LAS PERSONAS INTERESADAS EN ESTUDIAR LA CARRERA DE MODELAJE. CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019**. Presentado por el estudiante: Paolo Andres Brol Morales, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

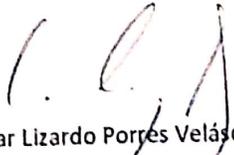
Ciudad de Guatemala, 21 de enero de 2,020.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN ISOLOGO QUE IDENTIFIQUE LA ACADEMIA TOP STEP STUDIO EN LAS PERSONAS INTERESADAS EN ESTUDIAR LA CARRERA DE MODELAJE. CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019***, del estudiante Paolo Andres Brol Morales, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de septiembre de 2019

Señor
Paolo Andres Brol Morales
Presente

Estimado Señor Brol:

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



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de julio de 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN ISOLOGO QUE IDENTIFIQUE LA ACADEMIA TOP STEP STUDIO EN LAS PERSONAS INTERESADAS EN ESTUDIAR LA CARRERA DE MODELAJE. CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019.** Presentado por el estudiante: Paolo Andres Brol Morales, con número de carné: 15001675, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,


Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora

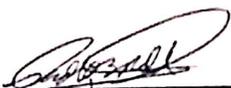
Guatemala 10 de abril de 2018

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE UN ISOLOGO QUE IDENTIFIQUE LA ACADEMIA TOP STEP STUDIO EN LAS PERSONAS INTERESADAS EN ESTUDIAR LA CARRERA DE MODELAJE. CHIQUIMULA, GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Paolo Andres Brol Morales
15001675


Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora

Dedicatoria

A Dios por darme el aliento para iniciar y terminar exitosamente el proyecto de graduación.

A mi familia por ser el apoyo en este camino, el cual, a pesar de los desvelos y esfuerzos junto con sacrificios, se pudo salir adelante.

A cada uno de los catedráticos y mis autoridades señores Decano y Vice-Decano por enseñarme y siempre inculcarme el éxito a través de la ética. A mi Asesora de Tesis, la cual fue parte importante, se volvió una amiga quien me apoyo en todo momento la aprecio mucho.

Resumen

A través del acercamiento con la academia Top Step Studio se identificó que no cuenta con un isologo que la identifique en las personas interesadas en el modelaje.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un isologo que identifique la academia Top Step Studio en las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje.

El enfoque de la investigación es mixto porque se utilizó el método cuantitativo y cualitativo.

El primero para cuantificar resultados de la muestra y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad de este proyecto de graduación. La herramienta de investigación se aplicó al cliente, 5 expertos y 25 mujeres de Chiquimula, quienes son parte del grupo objetivo.

El principal hallazgo, entre otros, es que con el diseño del isologo se identificara de forma eficiente la academia Top Step Studio en las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje.

Se recomienda que el isologo se maneje de la forma correcta, para que se logre posicionar en el segmento de academias de modelaje en Chiquimula.

Para efectos legales únicamente el autor PAOLO ANDRES BROL MORALES es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción

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

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	3
2.3 Justificación.....	3
2.3.1. Magnitud.	3
2.3.2. Vulnerabilidad.	4
2.3.3. Trascendencia.	4
2.3.4. Factibilidad.	4

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general.....	5
3.2 Los objetivos específicos	5

Capítulo IV: Marco de referencia

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

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico	9
5.2 Perfil demográfico	9
5.3 Perfil psicográfico.....	9

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2009/Multivex..... **¡Error! Marcador no definido.**

5.4 Perfil conductual.....	10
----------------------------	----

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	11
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	14
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	19
6.3.3. Teorías.....	21
6.3.4. Tendencias.....	21

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	22
7.1.2. Semiología.....	22
7.1.3 Aplicación de la comunicación persuasiva.....	22
7.1.4 Aplicación de la comunicación corporativa	22
7.1.5 Aplicación del diseño gráfico	22
7.1.6 Aplicación de la psicología	22
7.2 Conceptualización.....	24
7.2.2 Definición del concepto	25
7.3 Bocetaje.....	26
7.3.1 Proceso de Bocetaje	26
7.3.2 Proceso de digitalización:.....	28
7.4 Propuesta Preliminar.....	29
.....	29

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo.....	31
8.2 Método e instrumentos.....	31
8.4 Cambios con base a los resultados.....	43

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final.....	47
------------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración.....	58
10.2 Plan de costos de producción.	58
10.3 Plan de costos de reproducción.	59
10.4 Plan de Costos de Distribución.....	59
10.5 Margen de utilidad.	60
10.6 IVA.	60
10.7 Cuadro con resumen general de costos.	60

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.....	61
11.2 Recomendaciones	62

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos.....	63
---	----

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias Físicas	64
--------------------------------	----

13.2 Referencias Digitales	65
----------------------------------	----

Capítulo XIV: Anexos

Anexo A, tabla NSE	72
--------------------------	----

Anexo B, validación con el cliente.....	72
---	----

Anexo C, validación con expertos.....	74
---------------------------------------	----

Anexo D, validación con grupo objetivo	77
--	----

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

El presente proyecto de graduación titulado “Diseño de un isologo que identifique la academia Top Step Studio en las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje. Chiquimula, Guatemala, 2019.

Como parte de su realización se procederá a la investigación preliminar en lo relacionado a la creación del Isologo, técnicas, conceptos y un manual de normas graficas.

A través del diseño gráfico y la comunicación se diseñará un isologo para la Academia Top Step Studio para lograr posicionar la marca dentro del mercado de academias, de modelaje para Chiquimula Guatemala.

Para lograr estandarizar el uso correcto del isologo se desarrollará simultáneamente un manual de identidad grafica para su uso.

Las ciencias que le darán soporte serán: Semiología, Comunicación, Psicología, Estadística, así como la incorporación de algunas teorías relacionadas con el Diseño Gráfico.

Capítulo II: Problemática

Se determinó en conjunto con el cliente que la academia TOP STEP STUDIO no cuenta con un isologo que identifique a la academia TOP STEP STUDIO con las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje en Chiquimula.

Por esta razón se desarrollará un isologo que ayude a identificar a la academia TOP STEP STUDIO en el segmento de modelaje de Chiquimula y sus alrededores, para que más personas conozcan la academia y los servicios que ofrece.

2.1 Contexto

La academia TOP STEP STUDIO fundada en 2016, por Alejandra Barrillas ex Miss Universo 2010-2011, con el objetivo de que las jóvenes chiquimultecas alcancen su sueño de ser modelos.

Actualmente, la academia cuenta con un plan de expansión a la ciudad de Guatemala y necesita tener un logotipo que la identifique entre las opciones de academias de modelaje.

Por lo anteriormente expuesto se ha decidido diseñar un isologo que represente a la academia TOP STEP STUDIO, que permitirá identificar a esta Academia en Chiquimula y a futuro en ciudad de Guatemala.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La academia Top Step Studio se identificó que no cuenta con un isologo que la identifique en las personas interesadas en el modelaje.

2.3 Justificación

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

2.3.1. Magnitud. Este proyecto de graduación pretende llegar al 20% de la población de Chiquimula donde se encuentra la academia; personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje.

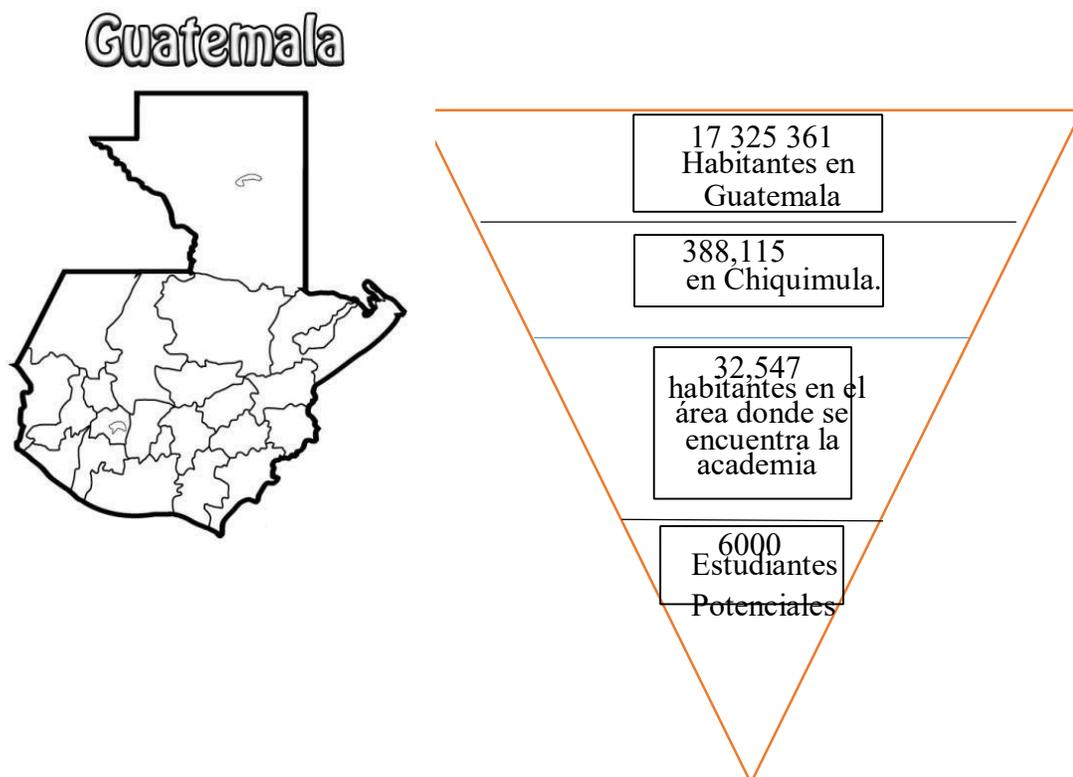


Tabla Realizada por el comunicador diseñador.

2.3.2. Vulnerabilidad. Al no contar con un isologo, la empresa TOP STEP STUDIO, no se logrará identificar en el segmento de academias de modelaje, como una opción óptima que enseñe el nivel de modelaje de la región.

2.3.3. Trascendencia. A través del isologo, se dará a conocer la academia TOP STEP STUDIO, en las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje.

2.3.4. Factibilidad. Este proyecto si es factible, a continuación, se presentarán todos los recursos con los que la academia TOP STEP STUDIO cuenta.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La Academia TOP STEP STUDIO cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad de manejar las tareas a través de la experiencia y habilidades para el modelaje en pasarela.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La directora de la academia autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La Academia TOP STEP STUDIO cuenta con los recursos económicos para llevar a cabo el proyecto de graduación.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. El estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación, a través de los diferentes Softwares que se manejan.

Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general

Diseñar un isologo que identifique la academia TOP STEP STUDIO en las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje.

3.2 Los objetivos específicos

- Recopilar toda la información acerca de los servicios que ofrecen las academias de modelaje TOP STEP STUDIO, para tener una base y con ella diseñar el isologo.
- Investigar, las diferentes tendencias de diseño aplicándolas al proceso de la creación y elaboración del Isologo esto para identificar a la academia TOP STEP STUDIO en las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje.
- Desarrollar un manual de normas gráficas para estandarizar el uso correcto del isologo y evitar errores en la aplicación del mismo.

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

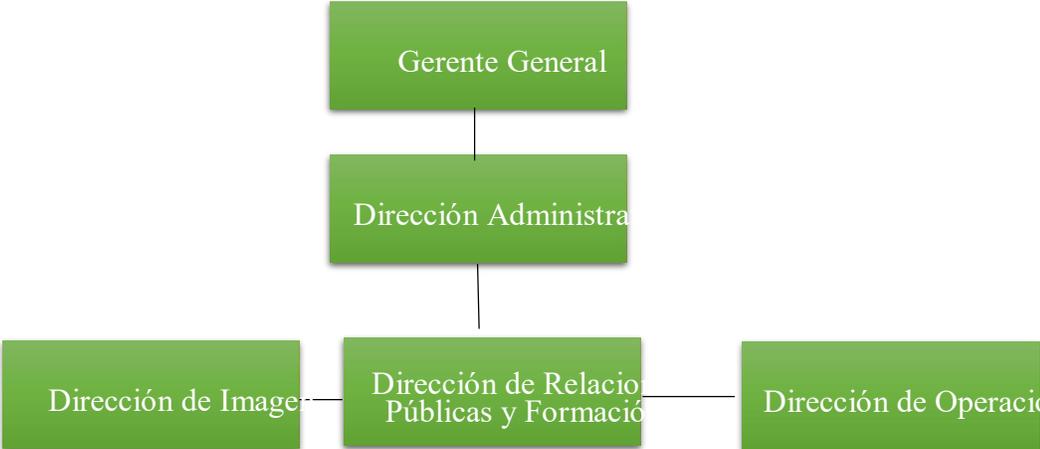
Top Step Studio nace hace 4 años como una Academia de Modelaje en el corazón y mente de la reconocida Miss Guatemala 2010-11, Modelo Profesional, Asesora de Imagen de reconocidos profesionales, Figuras Públicas y Políticos, así como de Empresas a nivel nacional e internacional, conductora de Tv, Coach en Eventos de Belleza y Emprendedora - Alejandra Barillas-

Con el tiempo la academia TOP STEP STUDIO comprendió la importancia de lograr las metas para causar una buena primera impresión, por ello se creó una serie de diferentes cursos especializados para satisfacer la necesidad de quienes visitan la academia. Siendo los Talleres más exitosos tanto a nivel nacional como internacional el TIP (Taller de Imagen y Personalidad) y el Beauty Coaching. A través de los cuales se brindan las herramientas necesarias a los alumnos para que nunca duden de su potencial y que siempre crean en sus sueños.

Los cursos son para mujeres, hombres, adolescentes y niños, que buscan mejorar su estilo y habilidades para enfrentarse a un trabajo en el cual la imagen es importante. Incluyen clases de Pasarela, Oratoria, Postura y Elegancia, Conducción para TV, Actuación, Etiqueta y Protocolo Social, Baile, Asesoría de Imagen, Acondicionamiento Físico, Maquillaje, Fotografía y más.

La Misión es ser la Academia Líder de Guatemala en Formación de Talentos de una forma honesta sin comprometer su integridad ni sus principios.

4.2 Organigrama



4.3 FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Excelente equipo de trabajo• Gran aceptación por parte del público a quien va dirigido el proyecto	<ul style="list-style-type: none">• Más demanda• Participación constante en desfiles de moda
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Alta inversión en material de apoyo• Posicionamiento de marca	<ul style="list-style-type: none">• Entorno económico• Aparecimiento de nuevos competidores

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo a quien ira dirigido este proyecto de graduación son jóvenes de 20 a 30 años, personas las cuales tengan en común el cumplir sus sueños de participar en pasarelas de moda, y así cumplir con cada etapa dentro de su desarrollo a nivel profesional dentro de la academia.

5.1 Perfil geográfico

El grupo objetivo está ubicado en Chiquimula; uno de los 22 departamentos de la República de Guatemala. Está situado en la región nororiente del país, tiene una extensión territorial de 2 376 kilómetros cuadrados y su población es de aproximadamente 342 681 habitantes (Instituto Nacional de Estadística, 2006). Tiene 11 municipios y su cabecera departamental es Chiquimula (municipio). Y virtualmente se encuentran en Facebook, Instagram e Email.

5.2 Perfil demográfico

Este proyecto va dirigido a mujeres y hombres con niveles socioeconómico C+, C quienes residan en Chiquimula con edades de 20 a 30 años.

Ver tabla NSE en anexo 1.

5.3 Perfil psicográfico

El grupo objetivo al que va dirigido este Proyecto tiene deseos de superación personal y profesional, tienen gusto por la moda, están dispuestos a convertirse en personas seguras de sí mismas y proyectar esa seguridad de manera integral sin miedos y prejuicios actuando de acuerdo con principios y valores que los hagan destacar dentro de los demás.

5.4 Perfil conductual

El grupo al que dicha marca va dirigido son jóvenes que les gusta las compras, cuidadosos en relación a su imagen, buscan estar a la moda, comparten gustos a nivel personal siempre buscando el éxito independientemente de otros.

Les gusta tener teléfonos inteligentes, escuchan música y están conectados en redes sociales.

Capítulo VI: Marco teórico

A continuación, se describen todos los conceptos relacionados con el tema, se busca que cada tema exprese lo necesario para que el proyecto contenga fundamentos y se pueda llevar a cabo logrando que sea factible.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1. Academia de Modelaje. Una Escuela de Modelos o Academia de Modelaje es una sociedad mercantil que se encarga de la formación de modelos de manera profesional.

Ofrece sus servicios a personas de ambos sexos y desde edades tempranas. Estas están conformadas por varios directores, quienes junto a un grupo de profesores se encargan de impartir materias como Pasarela, fotopose, maquillaje, Etiqueta y Protocolo,

Dicción y Oratoria, entre otras, llevando así a la formación de Modelos profesionales. Los modelos, una vez finalizada su formación en la Escuela de Modelaje.

6.1.2. Estudiante. Es el alumno o alumna dentro del ámbito académico. Y que se dedica a esta actividad como su ocupación principal, su preparación académica.

Logran lo que se proponen, olvidando las excusas para no conseguirlo; siempre lo intentan, aunque de ello aprenden mucho más de no haberlo hecho.

Se comprometen con metas semanales, escribiendo sobre papel con el objetivo de aumentar su grado de motivación.

6.1.3. Docente. Un docente es aquel individuo que se dedica a enseñar o que realiza acciones referentes a la enseñanza y transmite sus conocimientos y experiencias a sus alumnos.

Una función ética y social, que le permita tener valores, actitudes y otras pautas de conducta que lo apoyen en la vinculación de construcción de un marco de referencia normativo para los estudiantes.

6.1.4. Moda. Se trata de un conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un periodo determinado.

Se considera que la moda es simplemente una herramienta que los individuos utilizan para liberarse de la angustia de la elección, al poder considerarse miembro de un grupo con facilidad.

6.1.5. Imagen. Es una representación visual, que manifiesta la apariencia de un objeto real y ayuda a poder diferenciarlo a través de los colores.

- **Uso público:** Es el uso que se hace de la imagen a través de los medios de comunicación, las instituciones, etc.
- **Uso privado:** Es el uso que se hace de la imagen dentro del ámbito individual o familiar.

6.1.6. Pasarela. Escenario cuyo diseño permite que los modelos exhiban diferentes líneas de ropa ante un público.

Dicha construcción tiene la función de hacer de nexo entre barcos y tierra firme, como también para servir de nexo entre aviones y un edificio particular.

6.1.7. Enseñanza. Es transmitir mediante la interacción de elementos muchos conocimientos sobre diferentes temas hacia una persona, existen diferentes características, ya que la persona que debe aprender tiene que estar abierta a escuchar y poder aplicar en la práctica lo aprendido.

La enseñanza es el proceso de transmisión de una serie de conocimientos, técnicas, normas, y/o habilidades. Está basado en diversos métodos, realizado a través de una serie de instituciones, y con el apoyo de una serie de materiales.

6.1.8. Casting. Es una actividad realizada conjuntamente mediante la interacción de elementos: uno o varios profesores.

De manera errónea se usa el término casting también para el equipo resultante de actores que intervienen en la obra escénica. El término inglés correcto es cast, y en español debe usarse reparto o elenco.

6.1.9. Elegancia. Es el atributo de ser excepcionalmente bello y sencillo. Se utiliza con frecuencia como un estándar de buen gusto, sobre todo en las áreas de la moda y la decoración.

El color blanco se asocia a menudo con la elegancia, por lo general junto con el azul o negro.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. La comunicación es la actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes esto con el fin de transmitir o recibir significados o bien llamados mensajes.

La comunicación unilateral se produce da cuando el receptor no se convierte en emisor. Sucede en las señales de tráfico.

6.2.1.2 Proceso de la Comunicación. Se conoce como proceso comunicativo, al conjunto de actividades vinculadas a este intercambio de datos. al menos, debe existir un emisor y de un receptor. El emisor envía ciertas señales (un texto escrito, palabras, un gesto) para difundir un mensaje; cuando estas señales llegan al receptor, éste debe decodificarlas para interpretar el mensaje. El proceso contempla una “devolución” del mensaje, a través de la cual el receptor se convertirá en emisor, y viceversa.

En el marco de este proceso comunicativo, el emisor y el receptor comparten un código (una combinación de reglas y de signos que permiten la concreción de la comunicación) y apelan a un canal para transmitir el mensaje el medio físico.)

6.2.1.3 Comunicación Persuasiva. Es incitar a alguien con razones, argumentos o pruebas a hacer o decir algo. Convencer es la acción de persuadir a alguien a hacer o decir algo sin ejercer la violencia ni la coacción.

La persuasión se basa en dos pilares fundamentales: la credibilidad y la confianza. Ellos deben quedar reflejados en nuestros argumentos. Para conseguirlo necesita:

- Cumplir lo que predica.
- Predicar lo que cumple (antigüedad, experiencia, bagaje)
- Valorar la competencia.

6.2.1.4 Comunicación Corporativa. Engloba el conjunto de acciones necesarias para dar a conocer la actividad de la organización y, en especial, para satisfacer la demanda de aquello que los distintos públicos desean.

A diferencia de épocas anteriores, donde la comunicación era unidireccional y plana (de la empresa al público), en la actual gestión empresarial, la comunicación es interactiva y establece un sistema comunicativo bidireccional que aporta información valiosa para ambas partes.

En este tipo de relación es necesario crear un ambiente participativo con los colaboradores, directivos y todo el personal que trabaje en la empresa. También, es primordial establecer una comunicación horizontal, donde las informaciones no tengan barreras que obstaculicen el diálogo entre el personal y los superiores.

6.2.1.5 Protocolo: Todos los protocolos son instrucciones, normativas o regla que permiten guiar una acción o que establecen ciertas bases para el desarrollo de un procedimiento. La comunicación, por su parte, es una noción con múltiples usos que, se emplea para nombrar a la difusión y la recepción de mensajes.

Los protocolos de comunicación instituyen los parámetros que determinan cuál es la semántica y cuál es la sintaxis que deben emplearse en el proceso comunicativo en cuestión.

6.2.1.6 Relaciones Públicas. Las relaciones públicas (conocidas por la abreviatura RR. PP.) son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas en el tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo en determinadas acciones.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Es una profesión que consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. También ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas que se conocen con el nombre de diseño en comunicación visual, diseño de comunicación visual o diseño visual.

Gran parte del trabajo de los diseñadores gráficos es asistido por herramientas digitales. El diseño gráfico se ha transformado enormemente por causa de los ordenadores.

6.2.2.2 Imagen. Las imágenes son dibujos descriptivos que representan una idea visual de conceptos, comportamientos con el fin de actuar como "ganchos visuales" que, ayudan a hacer más comprensivo el mensaje.

La representación puede lograrse mediante gráficos estadísticos o planos técnicos, si se trata de datos cuantitativos.

6.2.2.3 Logotipo. El logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas. Debe ser legible, responsive, reproducible, impacto visual.

6.2.2.4 Isologo. Es la fusión de icono y texto, que no podrán funcionar por separado, No funciona la una sin la otra. Es decir, el isologo lo componen la parte gráfica o icono y también la parte textual, pero uno integrado en el otro.

En el isologo no se puede separar el texto de la parte gráfica y ambos funcionan juntos e indivisibles. El uno sin el otro, no funcionan, no tienen valor ni significado. Fácil de entender y poder identificar.

6.2.2.5 Imagotipo. Es la suma de un logotipo y un icono, es la representación gráfica de una marca a través de una o varias palabras junto a un icono.

A pesar de que trabajan juntos, la parte textual de la parte gráfica están muy bien diferenciados y no fusionados en uno. Eso es otra cosa. Exacto, representativo.

6.2.2.6 Illustrator. Es un editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración del arte digital aplicado a la ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros.

Actualmente forma parte de la familia Adobe Creative Cloud y tiene como función única y primordial la creación de material gráfico-ilustrativo altamente profesional basándose para ello en la producción de objetos matemáticos denominados vectores.

6.2.2.7 Photoshop. Usado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos, su nombre en español significa literalmente "taller de fotos.

Es líder mundial del mercado de las aplicaciones de edición de imágenes y domina este sector de tal manera que su nombre es ampliamente empleado como sinónimo para la edición de imágenes en general.

6.2.2.8 Vector. Es una imagen digital formada por objetos geométricos dependientes cada uno de ellos definido por atributos matemáticos de forma, de posición, etc.

Este formato de imagen es completamente distinto al formato de las imágenes de mapa de bits, también llamados imágenes matriciales, que están formados por píxeles.

6.2.2.9 Digital. Es un conjunto de dispositivos destinados a la generación, transmisión, manejo, procesamiento y almacenamiento de señales digitales. También, y a diferencia de un sistema analógico.

Para la implementación de los circuitos digitales, se utilizan puertas lógicas (AND, OR y NOT), construidas generalmente a partir de transistores.

6.2.2.10 Redes Sociales. Estas se refieren al conjunto de grupos, comunidades y organizaciones vinculados unos a otros a través de relaciones sociales.

Esto fue el resultado de la convergencia de los medios, la economía política de los mismos y el desarrollo de tecnologías, teniendo como objetivo la interacción de dos o más canales.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias. Son todos aquellos conocimientos adquiridos para poder describir o expresar un tema dependiendo el ámbito donde este lo necesite.

6.3.1.1 Semiología. Es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas, estudiando las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana.

Se entiende por signo un objeto o evento presente que está en lugar de otro objeto o evento ausente, en virtud de un cierto código.

6.3.2. Sociología. Se encarga del análisis científico de la estructura y funcionamiento de la sociedad humana o población regional.

En la sociología se utilizan múltiples técnicas de investigación interdisciplinarias para el análisis e interpretación desde diversas perspectivas teóricas.

6.3.3. Antropología. Es la ciencia que estudia al ser humano de una forma integral, de sus características físicas como animales y de su cultura.

Las facetas diversas del ser humano implicaron una especialización de los campos de la Antropología. Cada uno de los campos de estudio del ser humano implicó el desarrollo de disciplinas que actualmente son consideradas como ciencias independientes.

6.3.4. Estadística. Es una rama de las matemáticas y una herramienta que estudia usos y análisis provenientes de una muestra representativa de datos.

En la actualidad, la estadística es una ciencia que se encarga de estudiar una determinada población por medio de la recolección, recopilación e interpretación de datos.

6.3.5. Psicología. Es una ciencia que trata el estudio y el análisis de la conducta y los procesos mentales de los individuos y de grupos humanos en distintas situaciones.

Por medio de sus diversos enfoques, la psicología explora conceptos como la percepción, la atención, la motivación, la emoción, el funcionamiento del cerebro, la inteligencia, el pensamiento, la personalidad, las relaciones personales, la conciencia y la inconsciencia.

6.3.6. Marketing. Esta disciplina se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de los consumidores.

Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y necesidades.

6.3.2. Artes.

6.3.2.1 Tipografía. Es el arte y la técnica en el manejo y selección de tipos para crear trabajos de impresión.

Colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente.

6.3.2.2 Fotografía: Es el arte y la técnica de obtener imágenes duraderas debido a la acción de la luz.

Se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido.

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos.

Luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color neutro.

6.3.4. Tendencias.

6.3.4.1 Tendencia Minimalista. Es una corriente artística que sólo utiliza elementos mínimos y básicos.

Todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio.

Ver ejemplo de tendencias en anexo 2.

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Es importante tomar en cuenta la comunicación al momento de querer desarrollar este proyecto, que está basado en el diseño del isologo para la academia TOP STEP STUDIO, ya que al realizar dicho proyecto se busca dar a conocer al consumidor los servicios de los estudiantes y lo que esta representa, para así posicionarla en la mente de los consumidores y en el mercado

7.1.2. Semiología. Es la ciencia que trata de los signos y sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas. En este proyecto la Semiología es útil, ya que, de las herramientas a través de los signos, para identificar y reconocer símbolos, tales como isologos, logotipos en la sociedad.

7.1.3 Aplicación de la comunicación persuasiva. Al emplear la comunicación persuasiva en el proyecto ayudará a entender las actitudes y las conductas del grupo objetivo.

7.1.4 Aplicación de la comunicación corporativa. La comunicación corporativa es el tipo de comunicación en el que la empresa busca la manera de proyectarse en el mercado de academias dentro del departamento de Chiquimula.

7.1.5 Aplicación del diseño gráfico. Se encarga de satisfacer las necesidades de comunicación visual y así lograr que la academia logre sus objetivos principales, ser identificada en el segmento de academias de modelaje.

7.1.6 Aplicación de la psicología. Esta ciencia permite conocer los procesos mentales de una persona tales como pensamientos y sus comportamientos.

Tecnica Minimalista



Ilustración: Adobe Illustrator
Autor: Paolo Broi

En su ámbito más general, es la tendencia a reducir a lo esencial, a despojar de elementos sobrantes, en una reducción de la actividad del artista y en un aumento de la actividad del espectador, al que pretenden provocar un estímulo intelectual, y es que otra de las características de esta tendencia es la importancia de los aspectos teóricos, resaltados a fin de convertir el arte en herramienta de conocimiento.

Se utilizó esta tendencia para crear un concepto mas limpio, elegante y firme del Isologo, sin embargo esta fue una idea muy creativa y de gran impresión.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método. La academia TOP STEP STUDIO requiere del diseño de un isologo que la identifique dentro del segmento de academias de Chiquimula, se utilizó el método de lluvia de ideas como técnica inicial, los diferentes conceptos los cuales ayuden a definir el concepto.

Como segunda técnica se utilizó el listado de atributos y se utilizó de la formula siguiente:

- Moda
- Diseño
- Elegancia
- Pasarela
- Glamour
- Variedad

Segundo paso: Análisis de los atributos Moda

- ¿Podría el Diseño crear algún Cambio dentro de la imagen actual?
- ¿Ayudaría el diseño de una nueva imagen a posicionar la academia en el mercado y poder crecer y expandirse?
- ¿Sera posible agregar nuevas estrategias de marketing?
- ¿Sera necesario tener un nuevo cambio a nivel de empresa?

Tercer paso: Selección de mejores ideas

- Moda
- Diseño
- Elegancia

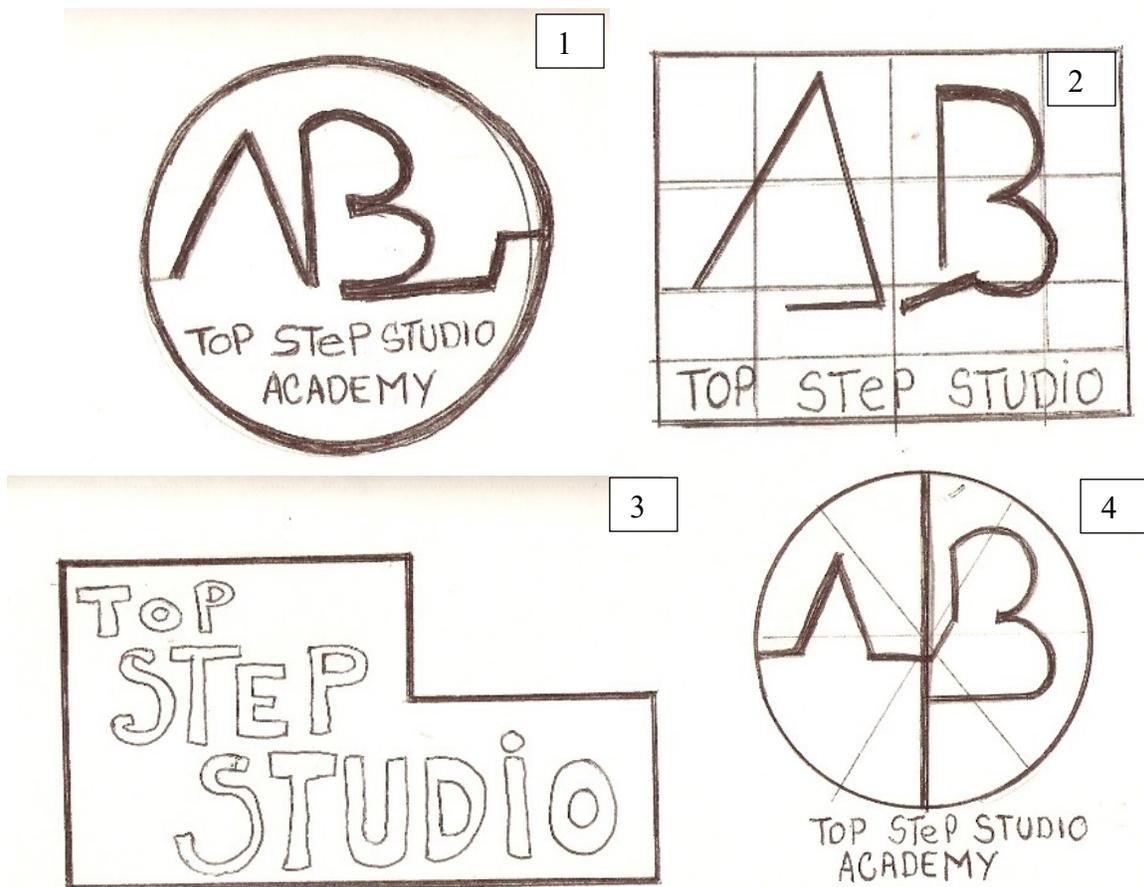
7.2.2 Definición del concepto. A través de la técnica de la lluvia de ideas y listado de atributos se llegó al concepto de En Top Step Studio encuentras elegancia diseño y glamour.

Este concepto espera comunicar que en la academia Top Step Studio es una academia donde encuentras el conocimiento para aprender y brillar con elegancia y glamour en el mundo del modelaje dentro del mercado de academias de Chiquimula.

7.3 Bocetaje

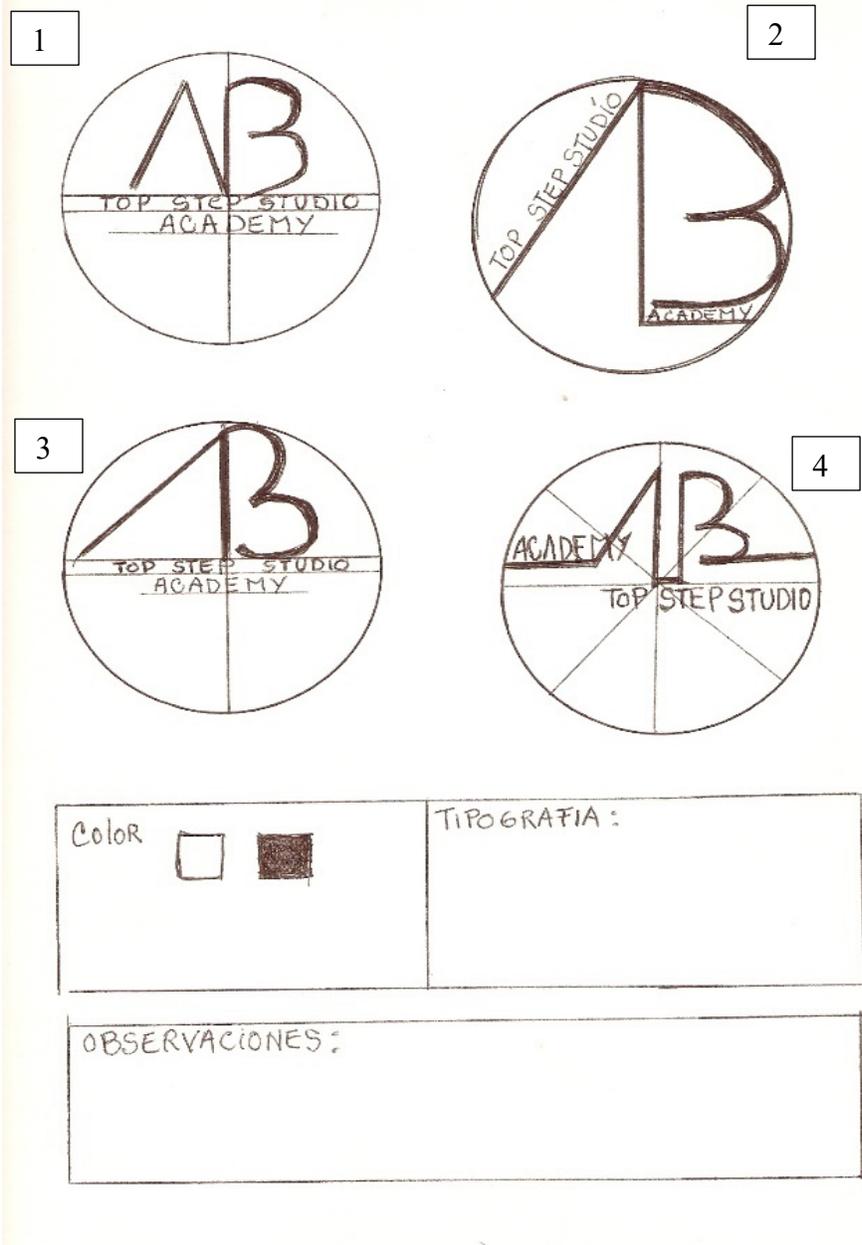
7.3.1 Proceso de Bocetaje. A continuación, se presentará el proceso de bocetaje del isologo y línea gráfica para Top Step Studio, que al tener una propuesta preliminar se someterá a un proceso de validación que depende de los resultados.

Logotipo Propuesta A.



Bocetos preliminares para que el cliente evaluara la mejor opción.

Propuesta B. Como se puede observar, en el boceto se determinan los elementos de diagramación, composición, tipografía, uso de color, texturas, fotografías, ilustraciones, efectos, formas, tamaños y medidas del formato y todos aquellos elementos del diseño que se utilicen para la propuesta.



Bocetos preliminares para que el cliente evaluara la mejor opción.

7.3.2 Proceso de digitalización: Después de la evaluación con el cliente se decidió por utilizar la propuesta A1 la cual se digitalizara a continuación.



El Isologo está representado por las iniciales de la dueña el tamaño se basa en medidas

El fondo circular hace que se vea más elegante y utilizando los colores de la marca.



La tipografía fue la escogida por el cliente ya que representa su imagen.

7.4 Propuesta Preliminar

A continuación, se muestra la propuesta preliminar del Isologo, tomando en cuenta la diagramación, uso y posición de los elementos, la opinión del cliente fue tomada en la propuesta que fue seleccionada.



El isologo está constituido por un círculo negro al 100%

Tipografía Myriad Pro que ocupa el 80% del círculo.

En tipografía Myriad Pro al 14% se encuentra la marca To Step Studio.

RGB: Negro

RGB: blanco

CMYK: negro

CMYK: blanco

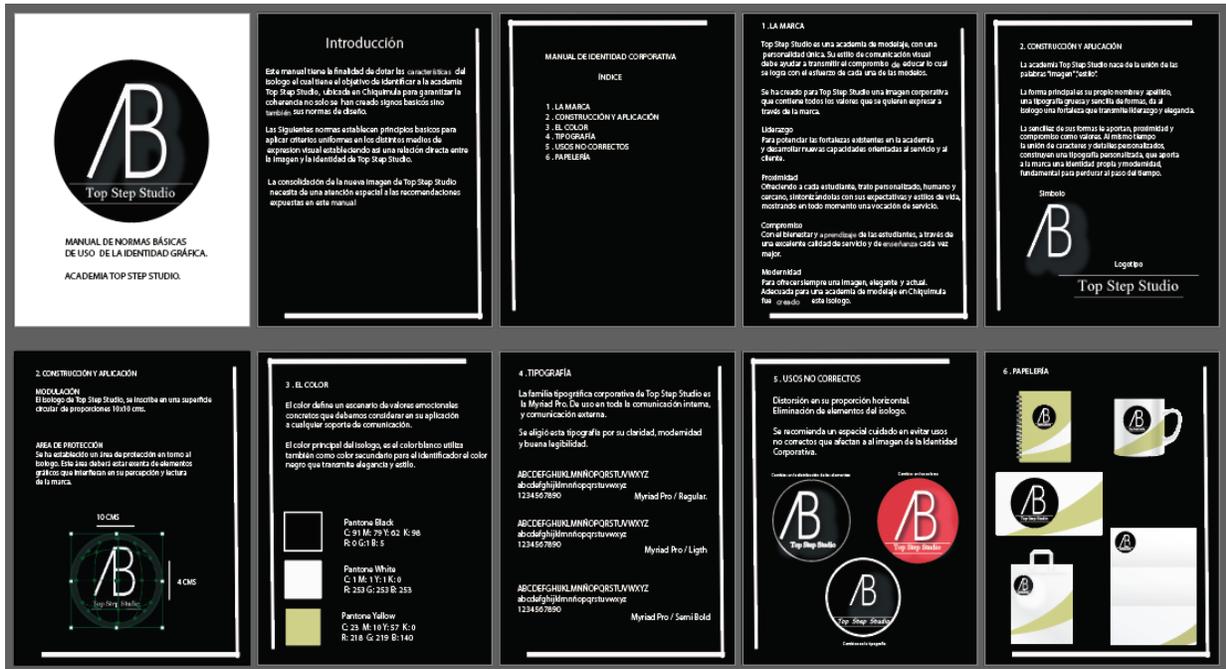
7.4 Propuesta Preliminar, continuación

7.4.1 Manual de normas básicas.

Tamaño 792 x 612 pixeles.

Formato: Digital, PDF.

Páginas: 10 páginas.



Capítulo VIII: Validación técnica

Al finalizar con el proceso de diseño de las propuestas del Isologo y el manual de normas gráficas del manual, el cliente seleccionó la propuesta 1 de cada diseño, agregando anotaciones las cuales se tomaron en cuenta para mejorar la propuesta.

Con la propuesta preliminar, se realizó un proceso de validación en el cual se evaluó la calidad del proyecto con esto la parte objetiva, semiológica y operativa de este proyecto de graduación.

8.1 Población y muestreo

A través de la encuesta, se validó el proyecto en una muestra del cliente, 5 expertos en comunicación y 25 mujeres que viven en Chiquimula.

8.2 Método e instrumentos

Se utilizó el método cuantitativo y cualitativo, aplicando la encuesta de selección múltiple, según la escala de Linkent.

La encuesta está compuesta por 11 preguntas las cuales a su vez se dividen en tres secciones, esto con la finalidad de mejorar los resultados: parte objetiva, parte semiológica y parte operativa.

La parte objetiva es la que define y valora los objetivos que fueron planteados para el proyecto de la campaña de redes sociales, y se evalúan tanto objetivos generales como específicos.

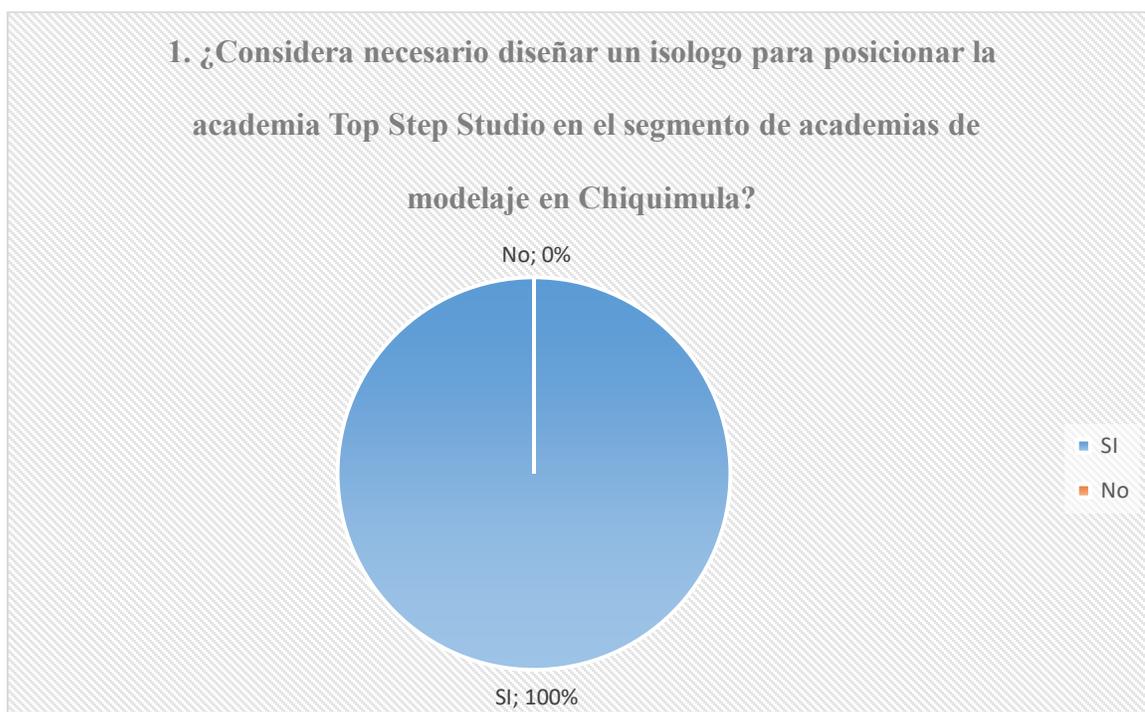
La parte semiológica está conformada por el conjunto de elementos visuales, informativos.

La parte operativa se encarga de evaluar que el isologo sea funcional y efectivo para el grupo objetivo.

8.3 Resultados e interpretación de resultados

Después de validar el proyecto se interpretan los resultados, siendo los hallazgos más importantes que el 100% de los encuestados, considerando necesario el diseño de un isologo para posicionar a la Academia Top Step Studio.

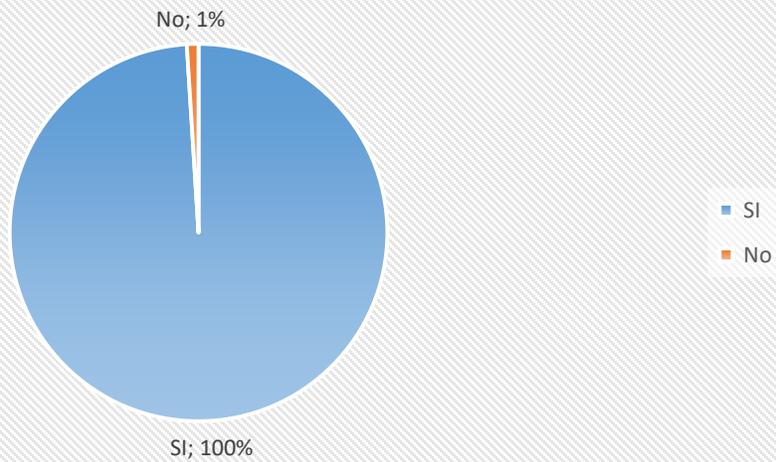
8.3.1 Parte objetiva.



Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario el diseñar un isologo para identificar la academia Top Step Studio dentro del segmento de academias de modelaje de Chiquimula.

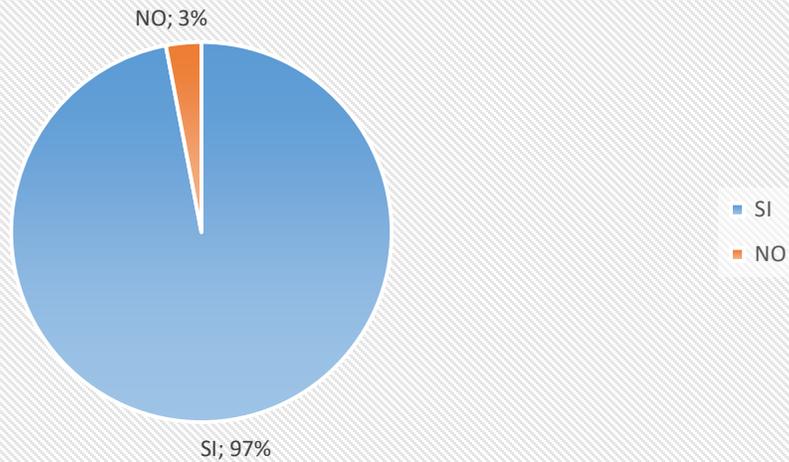
2. ¿Considera necesario investigar, las diferentes tendencias de diseño aplicándolas al proceso de la creación y elaboración del isologo esto para identificar a la academia TOP STEP STUDIO en el segmento de academias de modelaje de

Chiquimula?



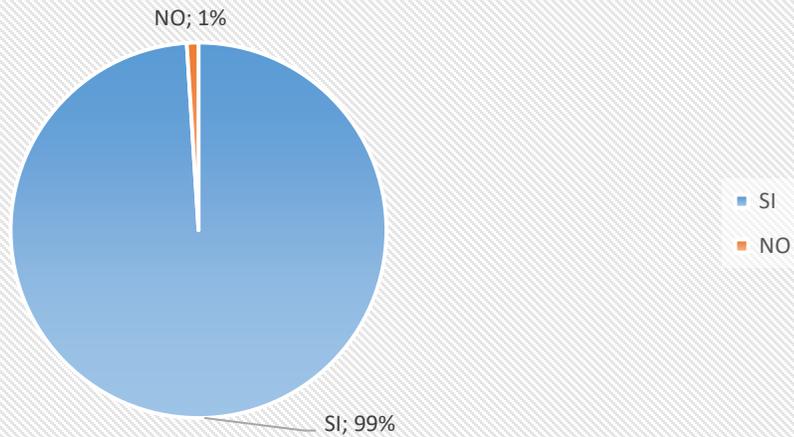
Interpretación: El 99% de los encuestados considera necesario investigar las tendencias de diseño para la academia Top Step Studio dentro del segmento de academias de modelaje de Chiquimula.

3. Considera necesario ilustrar el isologo de la academia TOP STEP STUDIO para identificarla de una forma atractiva y elegante, que genere interés del grupo objetivo?

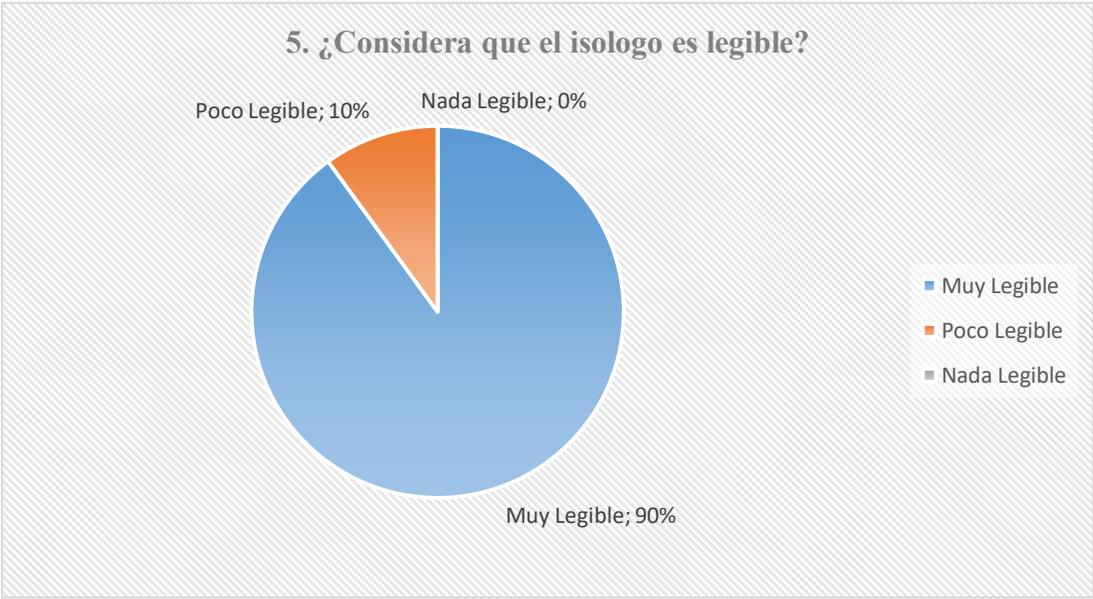


Interpretación: El 97% de los encuestados considera necesario ilustrar un isologo para identificar la academia Top Step Studio dentro del grupo objetivo.

4. ¿Considera necesario desarrollar un manual de normas gráficas para estandarizar el uso correcto del logo y evitar errores en la aplicación del isologo tanto para colaboradores, como proveedores?

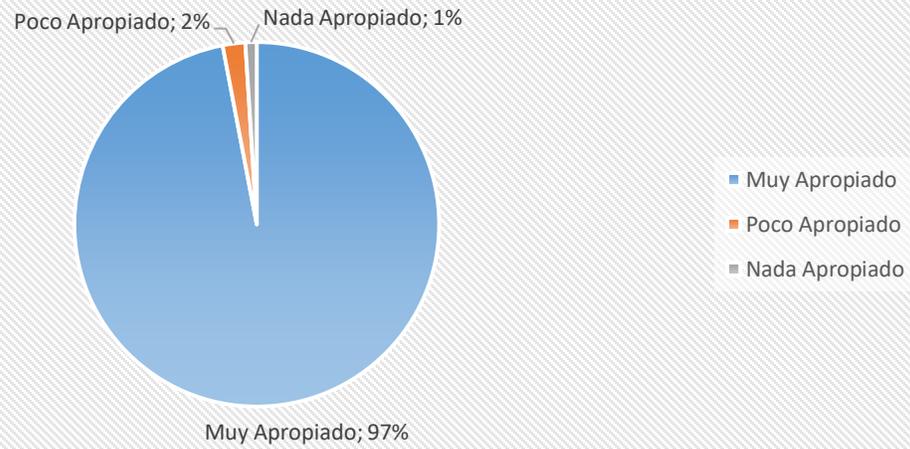


Interpretación: El 99% de los encuestados considera necesario desarrollar un manual de normas gráficas para estandarizar el uso correcto del logo y evitar errores en la aplicación del isologo tanto para colaboradores, como proveedores.

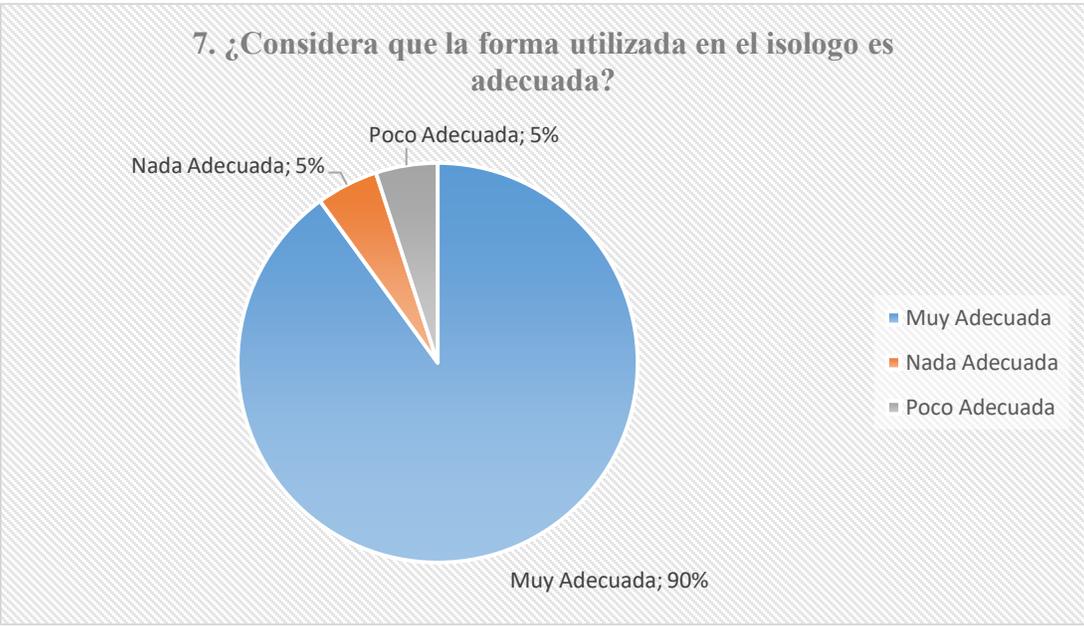


Interpretación: El 80% de los encuestados considera necesario desarrollar un manual de normas gráficas para estandarizar el uso correcto del logo.

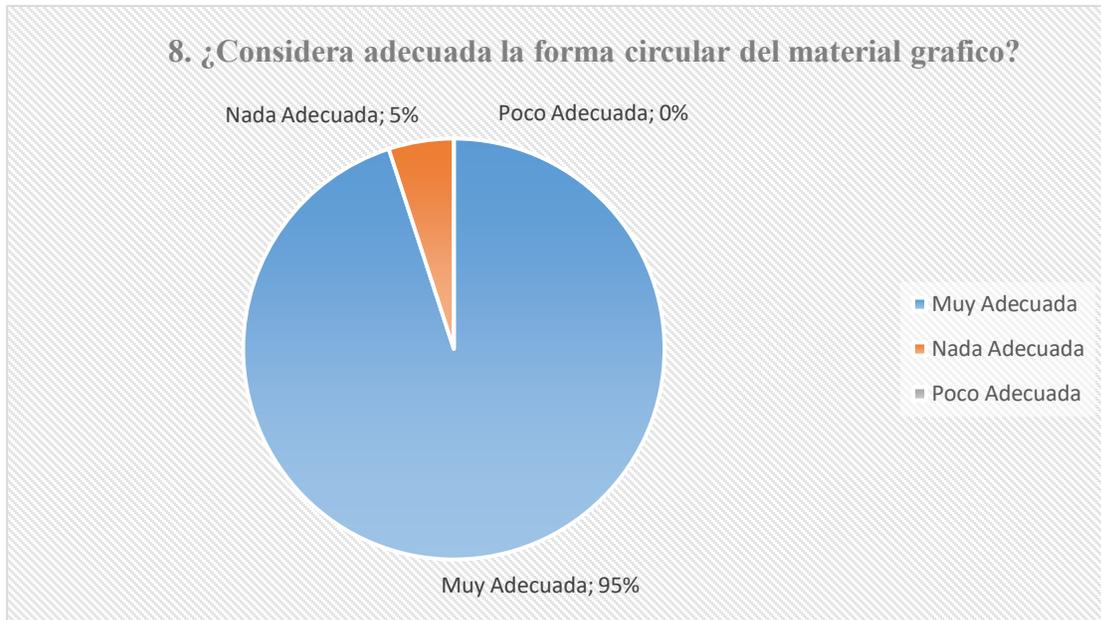
6. ¿Considera que el manejo del blanco y negro en la propuesta grafica es apropiada?



Interpretación: El 97% de los encuestados que el manejo de Blanco y negro es muy apropiado.

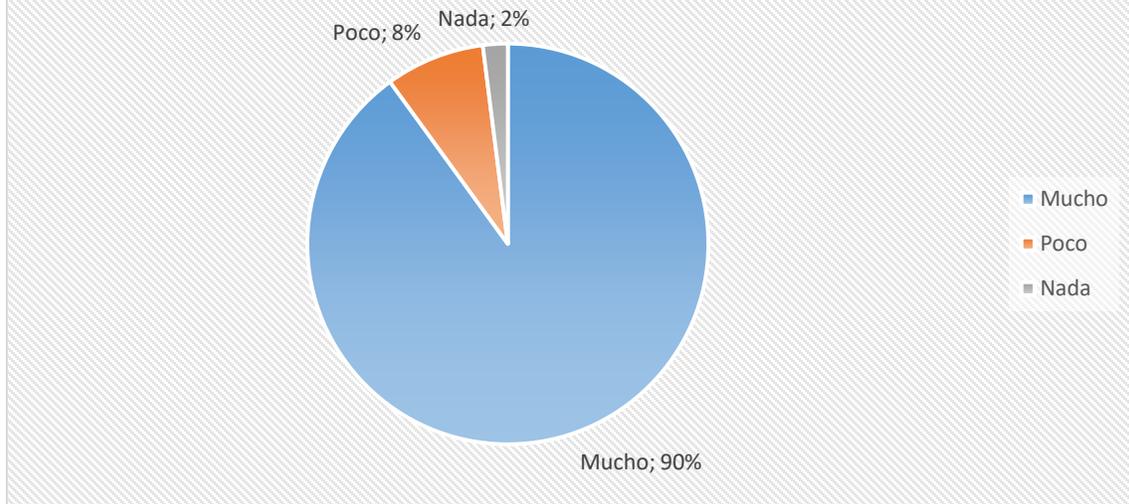


Interpretación: El 90% de los encuestados considera que la forma del isologo es adecuada.



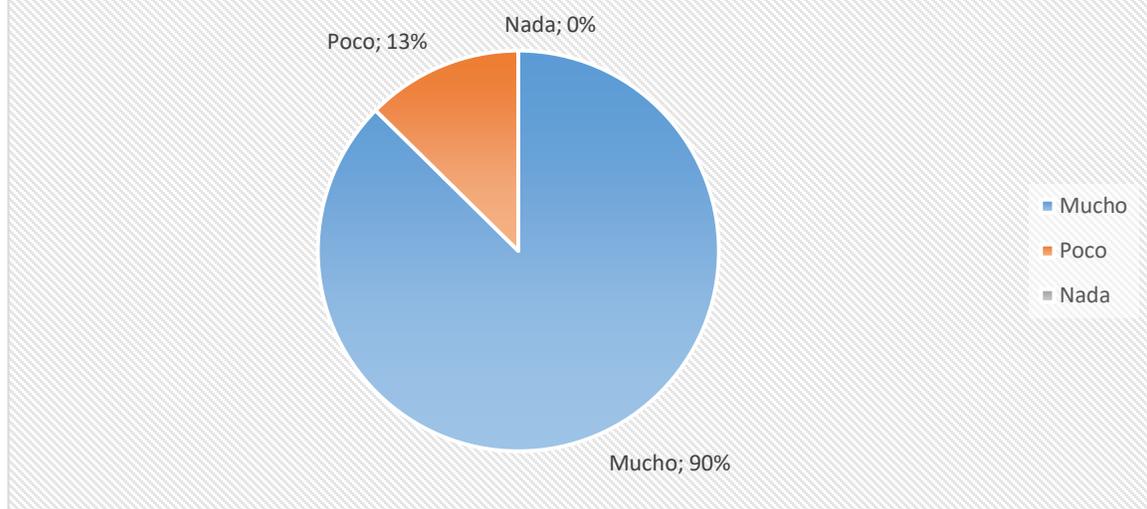
Interpretación: El 95% de los encuestados considera adecuada la forma circular del Material gráfico.

9. ¿Considera que el isologo es aplicable a cualquier material gráfico o promocional?



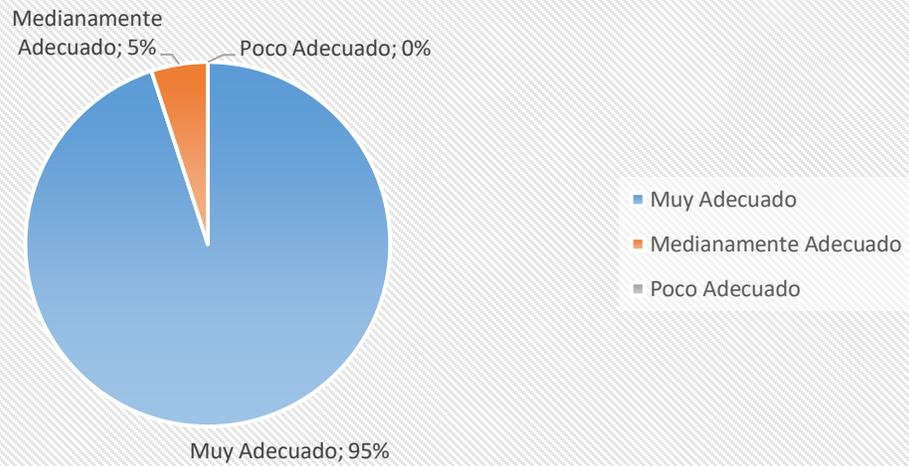
Interpretación: El 90% de los encuestados considera que el isologo es aplicable a cualquier material gráfico.

10. ¿Considera que el manual grafico contiene lo necesario para estandarizar el uso correcto del isologo?



Interpretación: El 90% de los encuestados considera que el manual grafico contiene lo necesario para el uso correcto del Isologo.

11. ¿Considera que la orientación vertical del manual grafico es adecuado?



Interpretación: El 95% de los encuestados considera que la orientación vertical del manual grafico es medianamente adecuada.

8.4 Cambios con base a los resultados

Finalmente se colocan los cambios que se pidieron a través de los resultados de las encuestas, en el Isologo no se cambió nada, en cuanto al manual fueron donde se observó, analizo y sugirieron cambios drásticos para su mejora.

El grupo objetivo argumentó que el isologo les parecía visualmente atractivo, pero que las líneas eran muy gruesas por lo que se disminuyeron.

Los expertos realizaron observaciones en cuanto a diseño, del manual y opinaron que se cambiara el color de fondo de las páginas y se agregara algún detalle en la parte inferior derecha.

8.4.1 Esquema básico.

Antes.

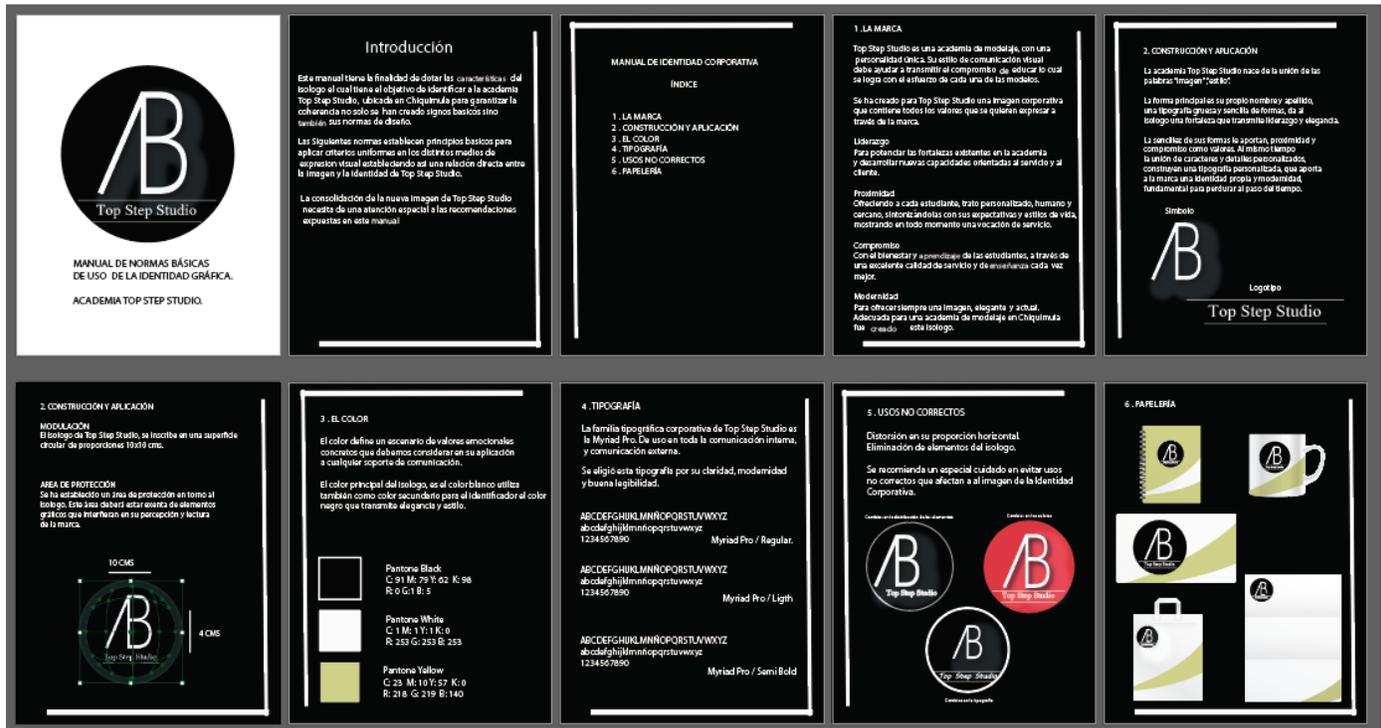


8.4.2 Después.



Se corrigen y se hacen mas disimuladas y elegantes

Antes.



Manual de normas graficas inicial, se siguió el cambiar el estilo en relación a color de fondo y detalles en los bordes hacer algo más minimalista.

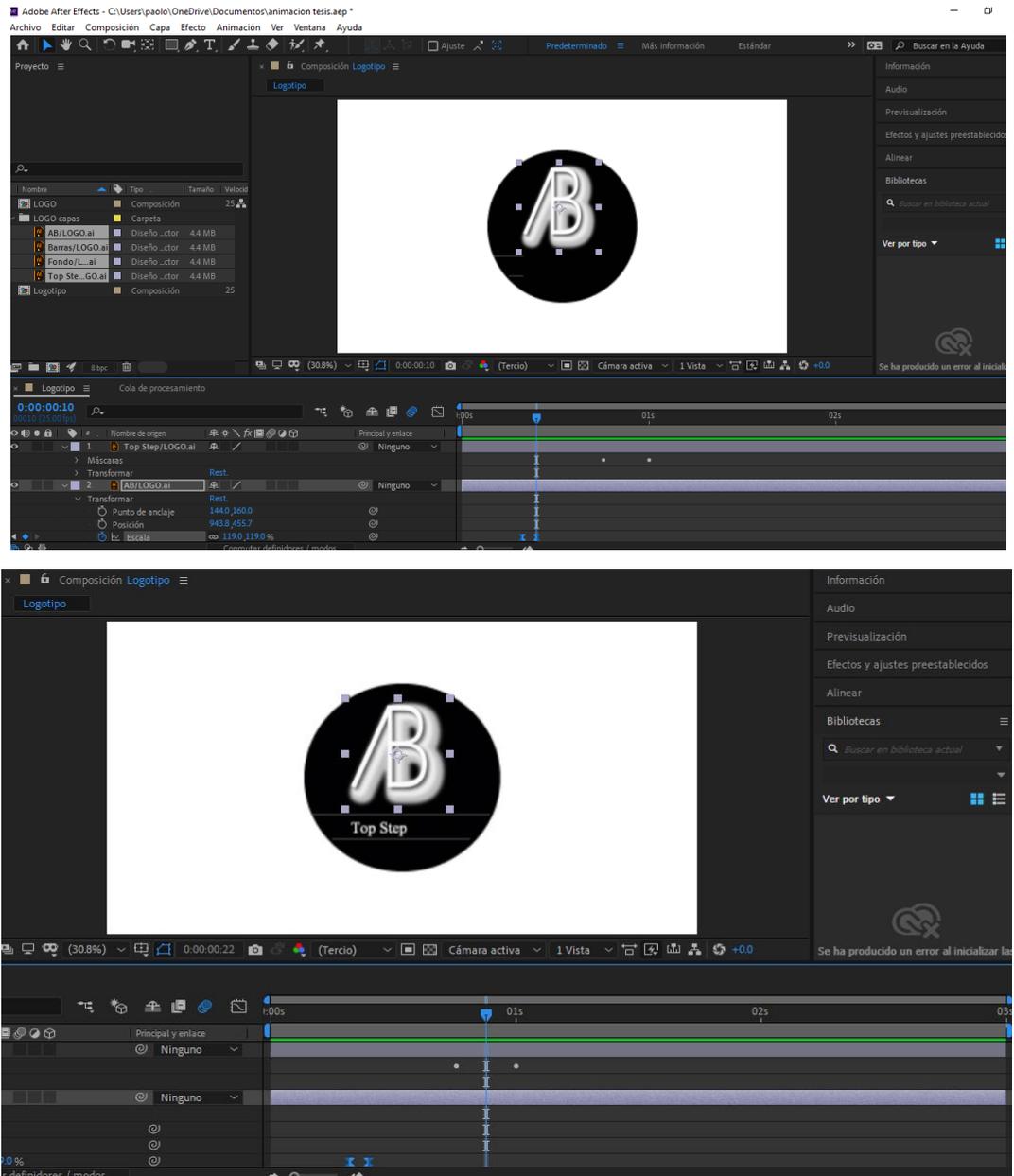
Después.



Se corrige, y reestructura la línea grafica del manual y este ya es aceptado por el cliente, nuevos colores y detalles alcanzando el concepto minimalista.

8.4.3 Justificación. Se cambió el diseño del isologo, según lo sugerido por el grupo objetivo, expertos y cliente, se retiraron las 2 barras blancas por debajo del nombre y así poder darne mejor visualización al nombre del estudio, al manual se le cambio totalmente el color y diseño en algunos aspectos.

8.4.4 Implementación. Se realizó una pequeña animación del Isologo la cual sirve de apoyo para la presentación final al cliente, esto con el objetivo de hacerlo en un futuro posible para lanzarla en sus redes sociales.



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Propuesta gráfica final

Se Adjunta el Isologo, tal cual como quedo y el manual en su antes y después, al igual que la propuesta final del manual de identidad gráfica.



Portada: 792 x 612 pixeles



MANUAL DE NORMAS BÁSICAS
DE USO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA.

ACADEMIA TOP STEP STUDIO.

Página 1: 792 x 612 píxeles

Descripción: En esta página se describe el objetivo principal del manual de uso con algunos aspectos importantes.

Introducción

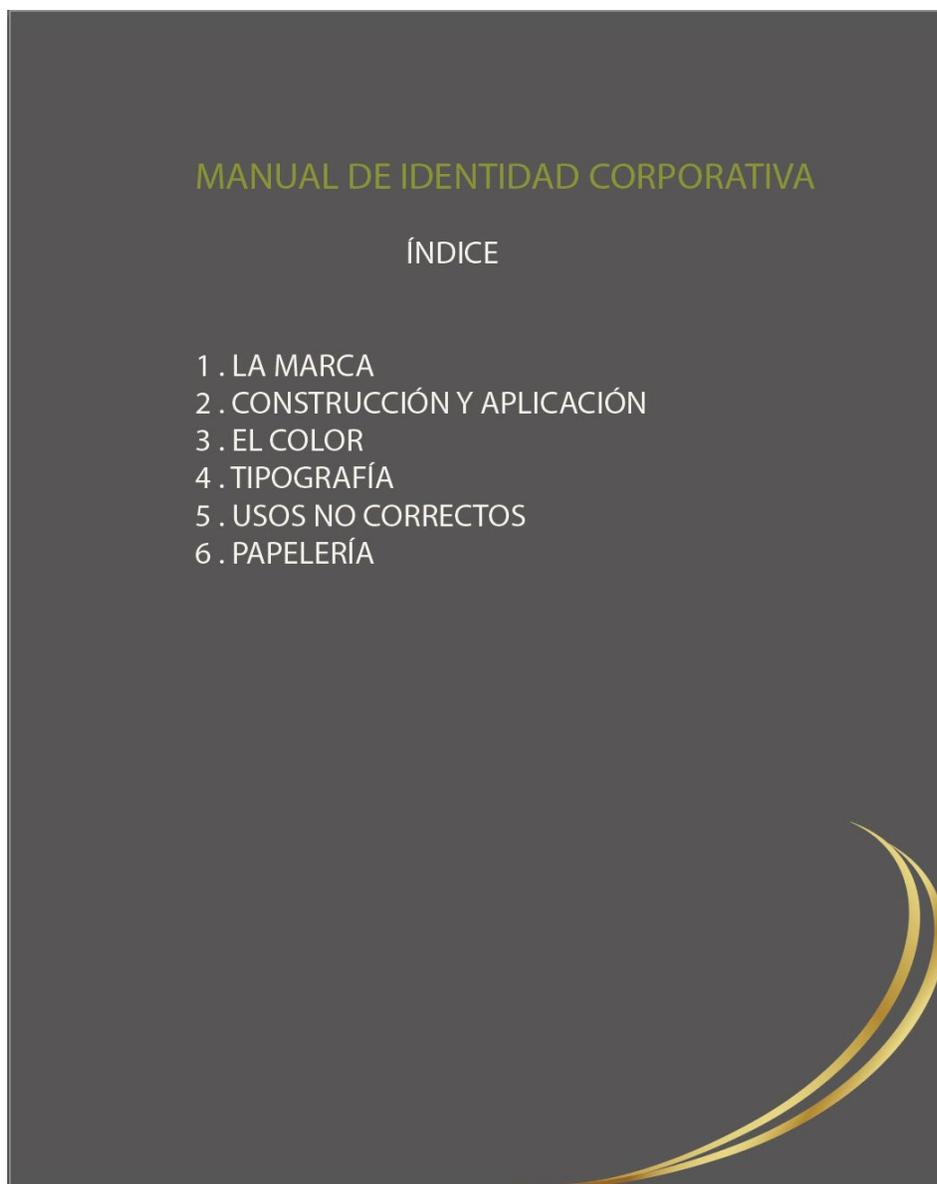
Este manual tiene la finalidad de dotar las características del isologo el cual tiene el objetivo de identificar a la academia Top Step Studio, ubicada en Chiquimula para garantizar la coherencia no solo se han creado signos básicos sino también sus normas de diseño.

Las siguientes normas establecen principios básicos para aplicar criterios uniformes en los distintos medios de expresión visual estableciendo así una relación directa entre la imagen y la identidad de Top Step Studio.

La consolidación de la nueva imagen de Top Step Studio necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual.

Página 2: 792 x 612 pixeles

Descripción: En esta página se describe la distribución del índice.



Página 3: 792 x 612 píxeles

Descripción: En esta página se explica cómo se fue construyendo el Isologo y sus valores.

1 . LA MARCA

Top Step Studio es una academia de modelaje, con una personalidad única. Su estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el compromiso y el educar lo cual se logra con el esfuerzo de cada una de las modelos.

Se ha creado para Top Step Studio una imagen corporativa que contiene todos los valores que se quieren expresar a través de la marca.

Liderazgo

Para potenciar las fortalezas existentes en la academia y desarrollar nuevas capacidades orientadas al servicio y al cliente.

Proximidad

Ofreciendo a cada estudiante, trato personalizado, humano y cercano, sintonizándolas con sus expectativas y estilos de vida, mostrando en todo momento una vocación de servicio.

Compromiso

Con el bienestar y aprendizaje de las estudiantes, a través de una excelente calidad de servicio y de enseñanza cada vez mejor.

Modernidad

Para ofrecer siempre una imagen, elegante y actual. Adecuada para una academia de modelaje en Chiquimula fue que se creó este isologo.

Página 4: 792 x 612 píxeles

Descripción: En esta página se describe la marca, el cómo se dividen los elementos gráficos como el logotipo y símbolo.

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

La academia Top Step Studio nace de la unión de las palabras "imagen" "estilo".

La forma principal es su propio nombre y apellido, una tipografía gruesa y sencilla de formas, da al isologo una fortaleza que transmite liderazgo y elegancia.

La sencillez de sus formas le aportan, proximidad y compromiso como valores. Al mismo tiempo la unión de caracteres y detalles personalizados, construyen una tipografía personalizada, que aporta a la marca una identidad propia y modernidad, fundamental para perdurar al paso del tiempo.

Simbolo



Logotipo



Top Step Studio

Página 4: 792 x 612 píxeles

Descripción: En esta página se describe la marca, el cómo se dividen las medidas y áreas de protección del Isologo.

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

MODULACIÓN

El isologo de Top Step Studio, se inscribe en una superficie circular de proporciones 10x10 cms.

AREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al Isologo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.



Página 5: 792 x 612 píxeles

Descripción: En esta página se describe la marca, en sí un poco de los colores de la academia manejando un poco de su información.

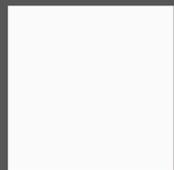
3 . EL COLOR

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del isologo, es el color blanco utiliza también como color secundario para el identificador el color negro que transmite elegancia y estilo.



Pantone Black
C: 91 M: 79 Y: 62 K: 98
R: 0 G: 1 B: 5



Pantone White
C: 1 M: 1 Y: 1 K: 0
R: 253 G: 253 B: 253



Pantone Yellow
C: 23 M: 10 Y: 57 K: 0
R: 218 G: 219 B: 140

Página 6: 792 x 612 píxeles

Descripción: En esta página se describe el cómo la tipografía juega un papel muy importante en el manual y sus diferencias entre sus posibles fuentes.

4. TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica corporativa de Top Step Studio es la Myriad Pro. De uso en toda la comunicación interna, y comunicación externa.

Se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Myriad Pro / Regular.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Myriad Pro / Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Myriad Pro / Semi Bold

Página 7: 792 x 612 píxeles

Descripción: En esta página se describe los usos no correctos del isologo y todos los aspectos que hacen que la imagen corporativa sea ideal.

5. USOS NO CORRECTOS

Distorsión en su proporción horizontal.
Eliminación de elementos del isologo.

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa.

Cambios en la distribución de los elementos



Cambios en los colores



Cambios en la tipografía



Uso Correcto en fondo gris

Página 8: 792 x 612 píxeles

Descripción: En esta página se muestra el como quedaría la papelería e imagen corporativa.



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

	Horas:	Costo por hora:	Subtotal
Reuniones con el cliente:	10	Q.25.00	Q.250.00
Creatividad	11	Q.25.00	Q.275.00
Bocetos	9	Q.25.00	Q.225.00
Subtotal:			Q.750.00

10.2 Plan de costos de producción

	Horas:	Costo por hora:	Subtotal
Digitalización:	10	Q.25.00	Q.250.00
Proceso de Maquetación	11	Q.25.00	Q.1,250.00

Subtotal:			Q.1,500.00
-----------	--	--	------------

10.3 Plan de costos de reproducción

Descripcion:	Cantidad	Costo por Impresion	Subtotal
Impresion de un manual para el cliente	1	Q.50.00	Q.50.00

10.4 Plan de Costos de Distribución

	Horas:	Costo por hora:	Subtotal
	0	Q.25.00	
	0	Q.25.00	
Subtotal:	0	Q.25.00	

10.5 Margen de utilidad

Margen de utilidad 20%	Q.460.00
---------------------------	----------

10.6 IVA

IVA	Q.331.20
-----	----------

10.7 Cuadro con resumen general de costos

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración	Q.750.00
Plan de costos de producción	Q.1,500.00
Plan de costos de reproducción	Q.50.00
Plan de costos de distribución	Q0.00
<i>Subtotal</i>	<i>Q.2,300.00</i>
Margen de utilidad 20%	Q.460.00
<i>Subtotal II</i>	<i>Q.2,760.00</i>
IVA	Q.331.20
Gran Total	Q.3.091.20

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Con el diseño del isologo se identificará de forma eficiente la academia Top Step Studio en las personas interesadas en estudiar la carrera de modelaje.
- Se recopiló todas las fuentes de información acerca de los servicios que ofrecen las academias de modelaje de la región para identificar a la academia TOP STEP STUDIO como una opción de alto nivel para jóvenes interesadas en modelaje.
- Se investigó, las diferentes tendencias de diseño aplicándolas al proceso de la creación y elaboración del Isologo esto para identificar a la academia TOP STEP STUDIO en el segmento de academias de modelaje de Chiquimula.
- Se Ilustró el isologo de la academia TOP STEP STUDIO para identificarla de una forma atractiva y elegante, que genere interés del grupo objetivo.
- Se desarrolló un manual de normas gráficas para estandarizar el uso correcto del logo y evitar errores en la aplicación del isologo tanto para colaboradores, como proveedores.

11.2 Recomendaciones

- Respetar y cuidar el Isologo y sus aplicaciones.
- Se recomienda revisar la implementación del isologo de la academia para que se identifique correctamente y construya imagen de marca.
- Evitar el mal uso del Isologo, y respetando cada una de las normas del manual.

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos

Se Demuestra cómo se relaciona el conocimiento general adquirido en la carrera con el desarrollo de este proyecto.



Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias Físicas

A:

AILES, Roger; KRAUSHAR, Â Tú eres el mensaje: la comunicación a través de gestos, imagen y palabras, Paidós, (1988). ARNHEIM, R., El pensamiento visual, Eudeba, (1971).

B:

BIERUT, M., Fundamentos de diseño gráfico, Infinito, 2009. BLOM-DAHL ANDERSEN, CH. A., Principios generales de la comunicación visual, Seminarios y ediciones, 1975.

C:

CIRLOT, Juan Eduardo, Diccionario de símbolos tradicionales, Luis Miracle, 1958.

S:

SAMARA, Timothy, Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos, Gustavo Gili, Â 2008.

V:

VILLAFANE, Justo, La gestión profesional de la imagen corporativa, Pirámide, 1999.

W:

WUCIUS Wong, Fundamentos del diseño, Gustavo Gili, 1995.

13.2 Referencias Digitales

A:

Tipografía, ilustración o diseño en general. Obtenido de: <https://abduzeedo.com/>

B:

Diferentes categorías en las que encontrar inspiración en relación con Logos e

Isologos. Obtenido de: <http://www.beautifullife.info/logo-design/>

F:

Temas como publicidad, arquitectura, diseño digital, diseño gráfico, ilustración. Obtenido

de: <http://www.freshbump.com/>

L:

El diseño en su sentido más amplio apoyo a maquetación. Obtenido de: <http://lgd.net/>

V:

Vipmodel. Imagen del Logo. 2019. Recuperado de: <https://www.vipmodel.cl/>

13.3 Referencias Web

A.

Academia de modelaje. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.google.com.gt/search?/academia_Modelaje.

Antropología. . 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.google.com.gt/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjuo4GHhM3cAhUS0FkKHSR9AA0QjRx6BAgBEAU&url>

=<https://3A%2F%2Fdefinicion.de%2F antropologia%2F&psig=AOvVaw3xl1N- NhchzsQVnXND0ozh&ust=1533253367110673>

C.

Casting. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://esdefiniciones.org/wiki/Casting>

Comunicación. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Understanding_in_Xian_0546.jpg

Comunicación Persuasiva. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.juancarlosalcaide.com/upload/news/comunicacionpersuasiva_1516039579-b.jpg

Comunicación Corporativa. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.nextibs.com/wp-content/uploads/2017/02/Foto-Art%C3%ADculo>

D.

Docente. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.google.com.gt/search?q=docente&rlz=1C1CHBF>

Diseño. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lufthansacorporativedesign.JPG>

Digital. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.ebankingnews.com/wp-content/uploads/2017/01/Entornodigital.jpg>

E.

Estudiante. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.google.com.gt/search?q=estudiante&rlz>

Enseñanza. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.google.com.gt/search?q=ense%C3%B1anza&rlz>

Elegancia. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://es.definiciones.org/wiki/Elegancia>

Estadística. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://commons.org/wiki/File:The_Normal_Distribution.svg

F.

Fotografía. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Daguerrotipo_de_una_bailarina_de_la_escuela_bolera_hacia_1850,_SB-0001_P.jpg

I.

Imagen. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.google.com.gt/search?q=imagen&rlz=1C1CHBF>

Isologo. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.hazhistoria.net/sites/default/files/isologo.png>

Imagotipo. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.hazhistoria.net/sites/default/files/imagotipo.png>

Ilustrator . 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.google.com.gt/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjZ7ammp8zcAhWFrFkKHam9CsAQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fwww.creativebloq.com%2Fadvice%2Fadobe-cc-3d-tips-forgraphicdesigners%2F3&psig=AOvVaw3ToUvUOisP1O2JFVCcCR&ust=1533228467569872>

L.

Logotipo. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.hazhistoria.net/sites/default/files/logotipo.png>

M.

Moda. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://www.google.com.gt/search?q=Moda&rlz=>

Marketing. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.cyberclick.es/hsfs/hubs/KW_Marketing%203.jpg?t=1533123507841&width=640&name=KW_Marketing%203.jpg

P.

Pasarela. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://definicion.mx/pasarela/>

Proceso de la Comunicación. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://definicion.de/wp-content/uploads/2013/07/Procesocomunicativo.jpg>

Protocolo. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://definicion.de/wp-content/uploads/2013/08/protocolodecomunicacion1.jpg>

Photoshop. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.google.com.gt/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjViduZqczcAhVtqlkKHSNIC_AQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fwww.codp.co.za%2Fphotoshop-cc-2015-update-and-fuse-cc-preview-now-available%2F&psig=AOvVaw0Yc9Az2Ziqio4gzo7xsD8M&ust=1533228974605891

Psicología. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.google.com.gt/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiU7_7zh83cAhWPxVkJHQdaBMIQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fdecursosgratis.com%2Fcursos-gratis-de-psicologia%2F&psig=AOvVaw339ZH_nTMQsSo6UEG-YaOF&ust=1533254374792287

R.

Relaciones Publicas. 2019. Definición de. Recuperado de:

ahUKEwi8oXP5srcAhVju1kKHQIOBRgQjRx6BAgBEAU&url=http%3A%2F%2Fprconsumingamericas.com%2Fes%2F5-servicios-que-ofrecemos-las-agencias-de-relaciones-publicas%2F&psig=AOvVaw2rDYau-3Vqe22kXIFW6THT&ust=1533160201976216

Redes Sociales. 2019. Definición de. Recuperado de:

<https://commons.org/wiki/File:Socialmedia-pm.png>

S.

Semiología . 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.google.com.gt/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiF3Oyt9czcAhUBvIkKHc4wBdYQjRx6BAgBEAU&url=http%3A%2F%2Fdefinicionyque.es%2Fsemiologia%2F&psig=AOvVaw2_pXVbbSKuHoOTA5ZEEVw&ust=1533249418530860

Sociología. 2019. Definición de. Recuperado de:

[https://commons.org/wiki/File:Social_Network_Diagram_\(segment\).svg](https://commons.org/wiki/File:Social_Network_Diagram_(segment).svg)

T.

Teoría del Color. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.google.com.gt/url?sa=i&source=imgres&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUK_EwiAmJfDi83cAhVEwFkKHVFzDAkQjRx6BAgBEAU&url=http%3A%2F%2Fedgarcostilla.blogspot.com%2F2011%2F12%2Fteoria-del-color.html&psig=AOvVaw0uctK_DKeFSngZk_wGwhg-&ust=1533255378747688

Tendencia Minimalista. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.google.com.gt/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjgV_LrFjM3cAhUxqlkKHxDxBiwQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fovacen.co%2Fdecoracion-minimalista-consejos-decorar%2F&psig=AOvVaw2RkPtCiVIfrw9H8Sj7ex6S&ust=1533255651726358

Tipografía. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://commons.org/wiki/File:Metal_movable_type.jpg

V.

Vector. 2019. Definición de. Recuperado de:

https://www.google.com.gt/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjXhvPyqszcAhWkwVkKHU0mAUIQjRx6BAgBEAU&url=http%3A%2F%2Fwww.wdesignfile.com%2Fpost_architecture-vector-icon_403378%2F&psig=AOvVaw3BDquvFEkJWIFfoF0_z0RB&ust=1533229419848503

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1, tabla NSE

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Superior, Licenciatura, Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Superior, Licenciatura, Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso				Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q14 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 5 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/cuanto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U local, post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, moto, helicóptero-avion-	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direc TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direc TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSION	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

Anexo 2, Herramienta de Validación

En el presente capítulo se incluye toda la información relevante que sirvió de soporte al proyecto.

• Instrumento de validación o encuesta:



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

Género: F M Experto: Cliente: Grupo Objetivo: Nombre: Profesión: Puesto: Años de experiencia en el mercado:

Encuesta de Validación del proyecto

DESARROLLO DE MATERIAL DIGITAL, PARA GENERAR INTERÉS EN A LOS JÓVENES COMPROMISADOS ENTRE LOS 15 A 25 AÑOS DE EDAD ADEPTOS A LA FUNDACIÓN EN LA CIUDAD DE GUATEMALA LA INTEGRACIÓN CENTROAMERICANA. FUNDACIÓN ESQUIPULAS. GUATEMALA, GUATEMALA 2011.

Antecedentes

La Fundación Esquipulas para la Integración Centroamericana es una organización de la sociedad civil, de carácter privado, no lucrativa, no partidista, con fines de proyección social.

El fin máximo de la Fundación Esquipulas es la Integración Centroamericana, sin embargo, partiendo de la base de un proceso complejo también está orientada a contribuir para la conservación de la paz y el fortalecimiento de la democracia en la región.

Pero para poder alcanzar su fin máximo la fundación se ha propuesto dar a conocer la integración centroamericana a los jóvenes adeptos a la fundación en la ciudad de Guatemala Por medio de una campaña que genere interés, los banners que se presentan deben proporcionar una identidad visual y mental que favorezca al desarrollo al alcanzar su fin.

Instrucciones
Con base a la información anterior, observe los banners y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación.

Parte Objetiva

14) ¿Considera que es necesario la elaboración de un material digital que genere expectativa sobre la unión centroamericana a los jóvenes guatemaltecos?

Si No

15) ¿Considera que es necesario investigar conceptos relacionados con la elaboración de materiales digitales para la realización del proyecto que generara expectativa sobre la unión centroamericana a los jóvenes guatemaltecos?

Si No

16) ¿Considera usted que es necesario Recopilar información acerca de la unión centroamericana para la realización del material digital?

Si No

17) ¿Considera que es necesario diseñar material digital (banners) para los redes sociales con el fin de generar expectativa sobre la unión centroamericana a los jóvenes guatemaltecos?

Si No

Parte Semiótica

18) ¿Considera que el diseño en los banners es?

Muy Atractiva Poco Atractiva Nada Atractiva

19) Según su criterio los colores utilizados en los banner son?

Muy Adecuados Poco Adecuados Nada Adecuados

20) Según su criterio la tipografía utilizada en los banners es?

Muy Legible

Anexo 2 Ejemplo de Tendencias

VIP
MODEL

(Vip Model. 2019) Recuperado de: <https://www.vipmodel.cl/>



(Vip Model. 2019) Recuperado de: <http://eme-adm.blogspot.com/>

Anexo 3, validación con expertos



Lic. David Castillo



Lic. Héctor Chinchilla



Licda. Lourdes Donis



Lic. Fernando Orellana



Lic. Rodolfo Gil

Anexo 4, validación con grupo objetivo

