



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de materiales gráficos digitales para anunciar a través de la red social Instagram, los productos y servicios de alimentación que ofrece la Cafetería Café Raíz. Antigua Guatemala, Sacatepéquez, Guatemala. 2021.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Dulce María Zavala Méndez

Carné: 17002459

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Febrero 2021

Diseño de materiales gráficos digitales para anunciar a través de la red social Instagram, los productos y servicios de alimentación que ofrece la Cafetería Café Raíz.

Antigua Guatemala, Sacatepéquez, Guatemala. 2021.

Dulce María Zavala Méndez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, febrero 2021

Carta de solicitud de tema

Guatemala 15 de abril de 2020

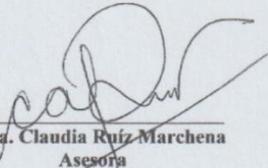
Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA ANUNCIAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN QUE OFRECE LA CAFETERÍA CAFÉ RAÍZ**. Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Dulce María Zavala Méndez
17002459


Licda. Claudia Ruíz Marchena
Asesora

Dulce María Zavala Méndez
17002459
15 de abril de 2020



Carta de aprobación de tema y asesor



Guatemala 11 de mayo de 2020

Señorita:
Dulce María Zavala Méndez
Presente

Estimada Señorita Zavala:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA ANUNCIAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN QUE OFRECE LA CAFETERÍA CAFÉ RAÍZ**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Carta del asesor de entera satisfacción con el proyecto



Guatemala, 04 de enero de 2021

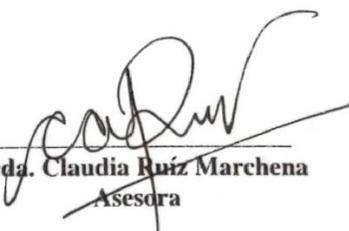
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA ANUNCIAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN QUE OFRECE LA CAFETERÍA CAFÉ RAÍZ. ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: Dulce María Zavala Méndez, con número de carné: 17002459, 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. Claudia Ruiz Marchena
Asesora

Carta de información de examen privado



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 4 de marzo de 2021

**Señorita
Dulce María Zavala Méndez
Presente**

Estimada Señorita Zavala:

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,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Leizer Kachler', written over a horizontal line.

**Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Carta de corrector de estilo

Ciudad de Guatemala, 19 de mayo de 2021.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA ANUNCIAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN QUE OFRECE LA CAFETERÍA CAFÉ RAÍZ. ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2021**, de la estudiante Dulce María Zavala Méndez, 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

Carta de publicación del proyecto



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 5 de julio de 2021

Señorita:
Dulce María Zavala Méndez
Presente

Estimada Señorita Zavala:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA ANUNCIAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM, LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN QUE OFRECE LA CAFETERÍA CAFÉ RAÍZ. ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPÉQUEZ, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: Dulce María Zavala Méndez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Dedicatoria

Dedico con todo mi corazón este proyecto final a mis padres, hermana y familia, pues sin ellos no lo hubiera podido lograr, Especialmente a mis padres, ya que gracias a su sacrificio y esfuerzo logré cumplir con mis metas y sueños, Son mi fuente de motivación e inspiración.

A mi hermana, que siempre me ha apoyado cuando lo he necesitado, sus consejos sabios, ayudandome con su opinión a ciertos trabajos de universidad que necesitaba desde otro punto de vista. dándome ánimos para lograr mis metas, gracias a ella por confiar siempre en mí.

A mis amigos de universidad, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, me ayudaron, me alentaron para seguir adelante y no darme por vencida durante los 4 años de carrera.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Café Raíz, se identificó que La Cafetería Café Raíz carece del diseño de materiales gráficos digitales para dar a conocer los productos y servicios de alimentación que ofrecen para los clientes reales y potenciales.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar materiales gráficos digitales para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la Cafetería Café Raíz.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo 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 material gráfico digital para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la Cafetería Café Raíz. Y se recomendó que por lo menos 2 veces a la semana se publiquen piezas digitales en la red social Instagram, para que los clientes reales y potenciales conozcan más acerca de los productos, servicios de alimentación, promociones, etc, de la cafetería Café Raíz.

Para efectos legales únicamente la autora DULCE MARÍA ZAVALA MÉNDEZ 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

Introducción.....2

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....4

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....4

2.3 Justificación.....4

 2.3.1 Magnitud.....5

 2.3.2 Vulnerabilidad.....5

 2.3.3 Trascendencia6

 2.3.4 Factibilidad.....6

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1. Objetivo general.....8

3.2. Objetivos específicos.....8

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1 Información general del cliente.....10

Capítulo V: Grupo objetivo.

5.1 Perfil geográfico.....15

5.2 Perfil demográfico.....15

5.3 Perfil psicográfico.....15

5.4 Perfil conductual.....15

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....17

6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	18
6.3	Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	21

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1	Aplicación y razonamiento de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	27
7.2	Conceptualización.....	28
7.3	Bocetaje.....	30
7.4	Propuesta preliminar.....	42

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1	Población y muestreo.....	52
8.2	Método e Instrumentos.....	53
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.....	54
8.4	Cambios en base a los resultados.....	64

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1	Propuesta gráfica final.....	72
-----	------------------------------	----

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1	Plan de costos de elaboración.....	82
10.2	Plan de costos de producción.....	83
10.3	Plan de costos de reproducción.....	83
10.4	Plan de costos de distribución.....	84
10.5	Margen de utilidad.....	84
10.6	IVA.....	85
10.7	Cuadro de resumen.....	85

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1	Conclusiones.....	87
------	-------------------	----

11.2 Recomendaciones.....87

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos.....90

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias.....92

Capítulo XIV: Anexos.....95

Capítulo I Introducción

Capítulo I Introducción

1.1 Introducción

Café Raíz es una cafetería inspirada en los aromas, colores y sabores del café. Comenzaron en esta industria ya que son amantes del café y del arte de los baristas. Comenzaron esta idea en el 2017, abriendo sus puertas el 18 de octubre del año 2017, con el fin de tener una variedad de café nacional de alta calidad y por supuesto servido de la mejor manera de la mano de baristas locales con una gran experiencia.

Actualmente se detecta que carecen de materiales gráficos digitales en la red social Instagram y se ha observado que los clientes reales y potenciales no conocen sobre todos los productos y servicios de alimentación de la cafetería.

En respuesta al problema planteado se presentará el proyecto de graduación titulado “Diseño de materiales gráficos digitales para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrecerá a clientes reales y potenciales, la Cafetería Café Raíz”.

Para llevar a cabo el proyecto, se realizará una investigación preliminar acerca del cliente, de la cafetería, el grupo objetivo, conceptos fundamentales relacionados a la elaboración del diseño de material gráfico digital para la red social Instagram, conceptos de comunicación, diseño, ciencias, artes, teorías y tendencias.

El diseño y elaboración del proyecto de graduación se llevará a cabo con base a la información recopilada y los requerimientos del cliente, seguidamente, se realizará una validación técnica con el objetivo de evaluar cualitativamente y cuantitativamente la efectividad del proyecto.

Con este proyecto se espera contribuir a que la Cafetería Café Raíz de a conocer sus productos y alimentos por medio de publicidad en la red social Instagram.

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

En la cafetería Café Raíz se detecta que carecen de materiales gráficos digitales en la red social Instagram y se ha observado que los clientes reales y potenciales no conocen sobre todos los productos y servicios de alimentación de la cafetería.

En consecuencia, se determina que es necesario realizar diseño de materiales gráficos digitales para darse a conocer más.

2.1 contexto

La cafetería Café Raíz abrió sus puertas el 18 de octubre del año 2017 con el fin de tener una variedad de café nacional de alta calidad.

Se identifican por ser una cafetería inspirada en los aromas, colores y sabores del café, cuentan con una gran variedad de bebidas tanto frías como calientes a base del mejor café de la región y comidas como paninis, postres, sandwich y bagels.

Se habló con uno de los socios de la cafetería Luis Zamora, en donde se analizan las necesidades que tienen, para entonces concluir que carecen de materiales gráficos digitales para darse a conocer a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrecen.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La Cafetería Café Raíz carece del diseño de materiales gráficos digitales para dar a conocer los productos y servicios de alimentación que ofrecen para los clientes reales y potenciales.

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:

2.3.1 Magnitud. De acuerdo con el estudio realizado en el 2018 por el Instituto Nacional de Estadísticas INE, la república de Guatemala está conformada con una población de 14,901,286, constituido por 7,223,096 millones de hombres y 7,678,190 millones de mujeres. El área Metropolitana cuenta con un total de 3,134,276 habitantes. En el municipio de la Antigua Guatemala está conformada por 46,054 habitantes. La Cafetería Café Raíz cuenta con un aproximado de 80 clientes al mes, y compite con 5 cafeterías cercanas.



2.3.2 Vulnerabilidad. El diseño de los materiales gráficos digitales es necesario en la cafetería Café Raíz ya que no se están dando a conocer a través de la red social Instagram sobre sus productos, servicios de alimentación que ofrecen y su ambiente agradable. Actualmente solo cuentan con fotografías tomadas por el celular con filtros diferentes y fotografías que toman los clientes, el cual no resulta funcional

debido a que los post no cuentan con diseño ni diagramación, y causa que los clientes reales y potenciales no les llame la atención la cafetería.

En consecuencia, La cafetería Café Raíz puede tener inestabilidad con clientes reales y potenciales, lo cual afecta su imagen como Cafetería ya que no siguen las normas de cómo hacer publicidad digital en las redes sociales.

2.3.3 Trascendencia. Al implementar el material gráfico digital, los clientes pueden observar de mejor manera los productos y servicios de alimentación que ofrecen con el fin de que los clientes reales y potenciales queden satisfechos, ya que implementar el material da sensación de que si les importan los clientes.

2.3.4 Factibilidad. Este proyecto es factible, ya que la cafetería Café Raíz cuenta con el recurso humano, organizacional, económico y tecnológico para la elaboración del material gráfico digital.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Se cuenta con el capital humano necesario, con capacidad, experiencia y conocimiento para la realización del material gráfico digital.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La fundadora de la cafetería Café Raíz autoriza a uno de los socios Luis Zamora para brindar información necesaria acerca de la cafetería para llevar a cabo el proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La cafetería Café Raíz cuenta con un presupuesto que permite la elaboración del material para este proyecto con un monto de Q1,500.00.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Para el desarrollo de este proyecto se cuenta con una computadora, con programas de Adobe CC. Y una cámara profesional.

Capítulo III – Objetivos del diseño

Capítulo III – Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar materiales gráficos digitales para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la Cafetería Café Raíz.

3.2 Objetivos específicos

Recopilar información de la cafetería Café Raíz sobre sus productos y servicios de alimentación a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief, para que sea integrado en el material gráfico digital y así facilite a los clientes reales y potenciales conocer la cafetería.

Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionado con publicidad digital en redes sociales a través de fuentes bibliográficas para respaldar científicamente la propuesta del diseño del material gráfico digital que será visitada por los clientes en la red social Instagram.

Fotografiar a través de varias técnicas los productos, servicios de alimentación y el ambiente para que conozcan la cafetería y así incluirlos en las piezas digitales.

Ilustrar fondos y vectores que tengan relación con la cafetería para que las piezas digitales sean más llamativos para los clientes.

Capítulo IV – Marco de referencia

Capítulo IV – Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

Nombre del cliente: Café Raíz

Dirección: 6ta calle poniente #26 Antigua Guatemala (Local de esquina)

Email: Luiszporras@gmail.com

Contacto: Luis Zamora Porras

Celular: 56992799

Facebook: <https://www.facebook.com/Caf%C3%A9-Ra%C3%ADz-102209997850066/>

Instagram: <https://www.instagram.com/raizcafegt/?hl=es-la>

4.1.1 Antecedentes

Somos una coffee inspirada en los aromas, colores y sabores del café, nosotros comenzamos en esta industria ya que somos amantes del café y del arte de los baristas, comenzamos esta idea en el 2017 con el fin de tener una variedad de café nacional de alta calidad y por supuesto servido de la mejor manera de la mano de baristas locales con una gran experiencia. Abrimos nuestras puertas el 18 de octubre de 2017, contamos con una gran variedad de bebidas frías como calientes a base del mejor café de la región como de deliciosos paninis y smoothies

4.1.2 Misión

Llegar a Coffee shop y que pueda expandirse por toda la región sin perder nuestra esencia característica de poder servirle a nuestros amigos el mejor café de Guatemala.

4.1.3 Visión

Dar la experiencia de poder degustar el mejor café del mundo servido de la mejor manera posible cada día, con el fin de llegar a crear momentos felices de inspiración a nuestros clientes y amigos.

4.1.4 Servicios

Cuentan con una gran variedad de bebidas frías como calientes a base del mejor café de la región así como deliciosos paninis y smoothies.

4.1.5 Delimitación geográfica

Centro de la Antigua Guatemala.

4.1.6 Grupo objetivo

Hombres y mujeres entre 25 a 45 años de edad.

4.1.7 Principal beneficio al grupo objetivo

Dar a conocer la cafetería por medio de un material gráfico digital a través de la red social Instagram.

4.1.8 Competencia directa

Café Barista, Café Condesa, Bella Vista Coffee, &café.

4.1.9 Organigrama

4.1.10 FODA



4.1.11 Mensajes claves a comunicar

Anunciar y promocionar por medio de redes sociales dando a conocer los productos y servicios de alimentación como bebidas frías, bebidas calientes, smoothies, pies, pasteles, paninis, muffins.



4.1.12 Materiales a realizar

Diseño de materiales gráficos digitales para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la Cafetería Café Raíz.

4.1.13 Presupuesto

Se cuenta con un presupuesto de Q2,000.00

5.1 DATOS DEL LOGOTIPO

- **Colores:** Blanco y Negro
- **Tipografía:** Arial
- **Forma:** Una taza de café mas una raíz de una planta.

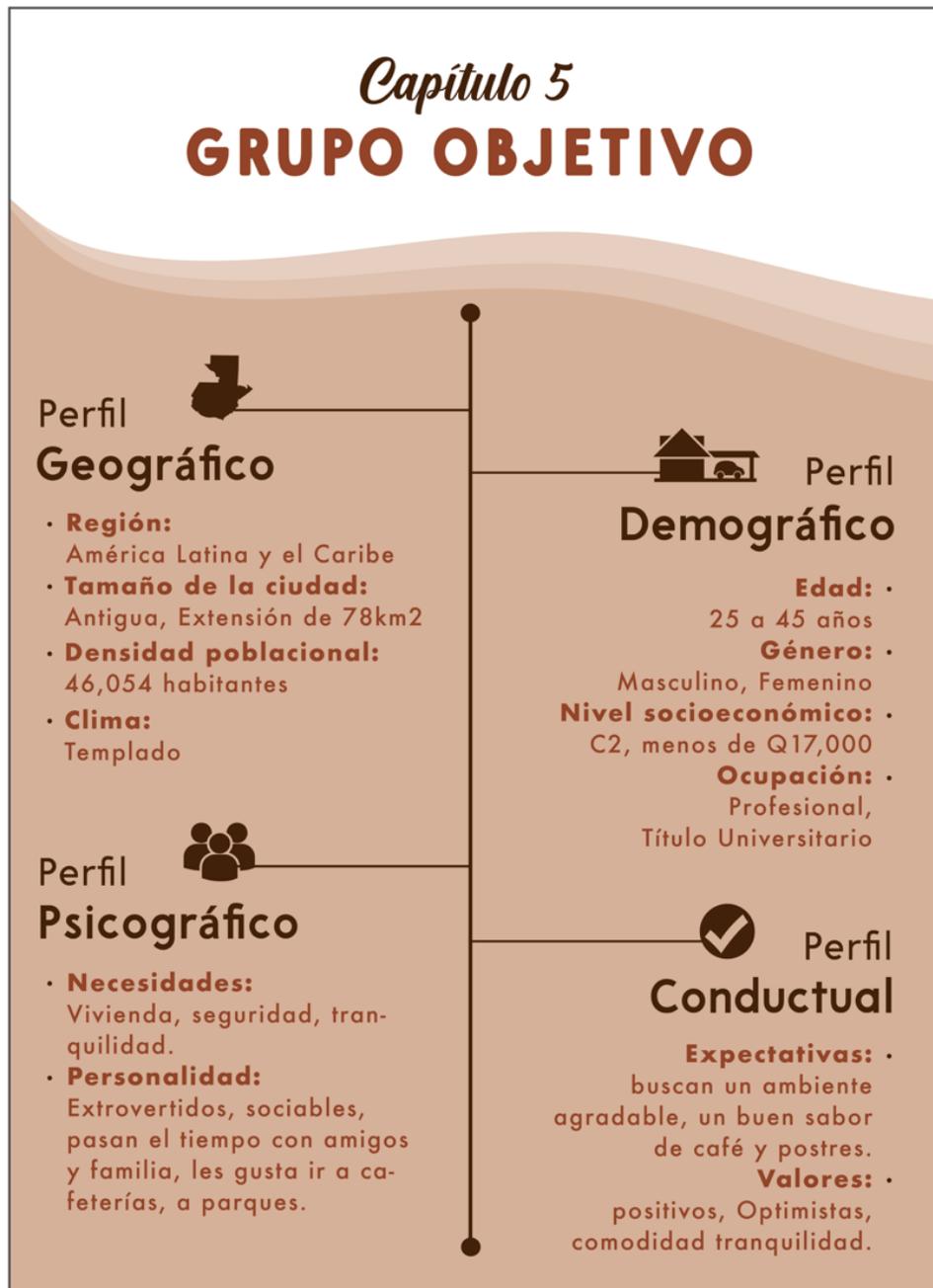
5.1.2 Logotipo



Capítulo V – Grupo objetivo

Capítulo V – Grupo objetivo

El grupo objetivo hacia el cual va dirigido el proyecto es para hombres y mujeres entre 25 a 45 años de edad, que viven en Antigua Guatemala, que les gusta tomar café, pasando el rato en un ambiente agradable con una buena compañía en la Cafetería Café Raíz. (Ver anexo B)



Capítulo VI – Marco teórico

Capítulo VI – Marco teórico

6.1 conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa. Alonso y Ocegueda (como se citó en el libro Elemento básicos de la administración, 2018) afirman que empresa se define como la unidad productiva o de servicio que, constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos.

6.1.2 Identidad Corporativa. Bussarakampakom et al. (2012) afirma: es una guía básica de aplicación de los signos representativos de la empresa, por medio de un manual de trabajo. Es un proceso muy importante e implica diferenciar a la empresa de sus competidores y dotarla de las características y personalidad que desean sus fundadores. (p.169)

6.1.3 Filosofía corporativa.

6.1.3.1 Misión. Es una declaración formal del propósito general de la compañía, lo que desea conseguir en el tiempo y en el espacio. Para la formulación de la misión, la empresa debe dar respuesta, en un horizonte temporal que va de presente a futuro. (Monferrer, 2013, p.40).

6.1.3.2 Visión. Bueno, Ramos y Berrelleza (2018) aseguran que la visión se plantea el tipo de empresa a la que se pretende llegar, la visión responde a la pregunta ¿qué tipo de empresa queremos ser? Por lo que la definición de la misma sirve como referencia para trazar las estrategias necesarias para lograrlo.

6.1.6 Producto. “Es una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias, etc” (Monferrer, 2013, p.97).

6.1.7 Cafetería. Es un establecimiento donde se sirve café. Por lo general, estos recintos también ofrecen otras infusiones y bebidas, e incluso ciertos tipos de comida. Es posible encontrar cafeterías dentro o en las inmediaciones de lugares con gran afluencia de gente.

Pérez, J., y Merino, M. (2016-2018). *Definición de cafetería*. Definición.DE.

<https://definicion.de>

6.1.8 Café. Es una semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas. La semilla de este árbol, el café, suele medir 1 centímetro. Se conoce también como café a la bebida que se elabora mediante la infusión de esta semilla tostada y molida.

Pérez, J., y Merino, M. (2009-2012). *Definición de café*. Definición.DE.

<https://definicion.de>

6.1.9 Barista. El término Barista se utiliza con frecuencia para nombrar a un experto en café. Se especializan en el desarrollo de bebidas basadas en el café, combinando las semillas del cafeto con licores, letre y otros ingredientes. Este profesional también puede dedicarse a estudiar y diseñar cómo se presentan estas bebidas e incluso a la decoración del café.

Pérez, J., y Merino, M. (2016-2017). *Definición de barista*. Definición.DE.

<https://definicion.de>

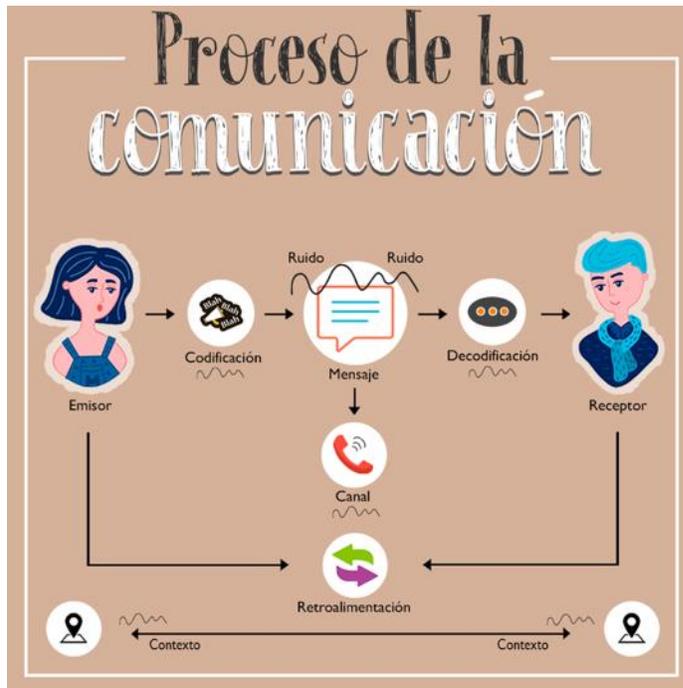
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos relacionados con la Comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. “Es un proceso que involucra un emisor, que envía un mensaje a un receptor, inmerso en un contexto, la respuesta del receptor puede

producir otro mensaje que a su vez convierte a este individuo en emisor”. (Santos, 2012, p.8)

6.2.1.2 Modelo lineal de la comunicación.



6.2.1.3 Comunicación organizacional. “Estudia el papel que juegan los procesos de comunicación en las organizaciones (características de tipo económico, como las empresas) en tanto en cuanto se constituyen en actores sociales, con unos determinados intereses y una determinada proyección de imagen” (Aguado, 2004, p.153)

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. Además, busca contribuir en la buena marcha de la organización y conformar una imagen de marca sólida.

García, M. (sf). La comunicación corporativa: Definición y claves de éxito.

[Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.marisolcomunicacion.com>

6.2.1.5 Red social. Merodio (2010) afirma: Son herramientas que nos permiten compartir información con nuestro amigos, y esta información puede ser texto, audio, video, etc. Es la evolución de las tradicionales maneras de comunicación del ser humano, que han avanzado con el uso de nuevos canales y herramientas, y que se basan en la co-creación, conocimiento colectivo y confianza generalizada. (p.10)

6.2.1.6 Instagram. Es una aplicación y red social de origen estadounidense, propiedad de Facebook, cuya función principal es poder compartir fotografías y vídeos con otros usuarios. Instagram fue lanzada en Octubre de 2010, ganando rápidamente popularidad. Posee también un medio de comunicación privado para hablar llamado Instagram Direct.

Anónimo (2020) Instagram. Wikipedia [Medio utilizado]. Fundación Wikimedia, Inc., <https://es.wikipedia.org>

6.2.2 Conceptos relacionados con el Diseño.

6.2.2.1 Diseño. Gillam (sf) afirma: Es un acto humano fundamental, diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Esto significa que casi todas nuestras actividades cotidianas tienen algo de diseño. Así también se puede definir como toda acción creadora que cumple su finalidad. (p.1)

6.2.2.2 Materiales gráficos. El diseñador formaliza los soportes gráficos, como papelería corporativa, catálogo de productos, memorias, displays, folletos y publicidad en prensa. En estos casos, el profesional debe aconsejar qué soportes son los más adecuados, los que mejor pueden llegar a los clientes y los más rentables no sólo en cuanto a su grafismo, sino también en cuanto a los materiales que utiliza, los formatos, etc. La señalización en hospitales, museos, oficinas, aeropuertos, estaciones, centros de educación o, en general, en cualquier espacio público,

resuelve las dificultades de orientación e información de los usuarios de estos lugares. (López, 2009, p.29)

6.2.2.3 Virtual. Duart (como se citó en Martínez et al, 2014) piensa que es algo que genera situaciones distintas que hasta ahora no existían. Lo que cambia en la virtualidad es sobre todo el potencial comunicativo, la interacción. La virtualidad establece una nueva forma de relación entre el uso de las coordenadas de espacio y de tiempo. (p.7)

6.2.2.4 Fotografía. Consiste en que un fotógrafo capta una escena que tiene una luz determinada utilizando una cámara. Los elementos más básicos de la fotografía son la cámara, el sujeto u objeto que se va a fotografiar, la luz existente y el fotógrafo. Se debe conocer los elemento de la fotografía, ya que es importante porque así conocemos qué elementos pueden influir el resultado final de una toma. (Rodriguez, sf, p.9)

6.2.2.5 Tipografía. Según Coy (2013) “Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las diferentes fuente tipográficas”

6.2.2.6 Diagramación. “Distribución u organización de los elementos de un mensaje bimedia, como texto e imagen en un espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización de la información buscando funcionalidad del mensaje, bajo una apariencia estética agradable” (P.38)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Psicología de la comunicación. Mayor (Como se citó en Martínez) señala que la psicología de la comunicación surge de la intersección entre una psicología

que se ocupa de la problemática de la comunicación y de una ciencia o teoría de la comunicación que descubre sus implicaciones psicológica. A partir de la convergencia entre ambas aportaciones se ha ido configurando una psicología de la comunicación que estudia lo conductual de la comunicación y lo comunicacional de la conducta. (p.4)

6.3.1.2 Psicología del color. (Peña, (2010) El factor psicológico está formado por las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia. La psicología de los colores fue ampliamente estudiada por: colores cálidos, colores fríos, colores claros, colores oscuros, colores brillantes. (p.11)

6.3.1.3.1 Amarillo. El color de la inteligencia y la creatividad. El amarillo mejora la facultad de razonamiento y abrirá nuestra conciencia a nuevas ideas, nuevos intereses, convierte la vida en algo emocionante y divertido. Es el color más intelectual y puede ser asociado con una gran inteligencia o con una gran eficiencia mental.

6.3.1.3.2 Anaranjado. actúa como estimulante de los tímidos, tristes o linfáticos. Simboliza entusiasmo y exaltación y cuando es muy encendido o rojizo, ardor y pasión. El color naranja se usa a menudo para mejorar la visibilidad.

6.3.1.3.3 Verde. Es un color de gran equilibrio. Se lo asocia con las personas superficiales inteligentes y sociales que gustan de la vanidad de la oratoria y simboliza la primavera y la claridad. produce reposo en el ansia y calma, también porque sugiere amor y paz y por ser al mismo tiempo el color de los celos, de la degradación moral y de la locura. Significa realidad, esperanza, razón, lógica y juventud.

6.3.1.3.4 Azul. Es verdad, sabiduría, inteligencia, está asociado al recogimiento, al espacio, inmortalidad, cielo y agua como elementos representativos de paz y quietud. Este color se relaciona con los introvertidos, los tímidos, pacientes y tolerantes. Es el color del infinito, de los sueños y la fantasía.

6.3.1.3.5 Violeta. Representa una intranquilidad interna e inestabilidad. Se dice que es el color de los adolescentes, ya que su característica principal es la ambivalencia, la contradicción y los sin sentidos. Se asocia también a la locura, por la introspección que sugiere; es un color bipolar y ambiguo.

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Dibujo. Estrada, J., Llamas, A., Santana, H., y Santana, L. (2012) Aseguran que “Es la representación gráfica de seres o cosas reales o imaginadas, creadas por el hombre o por la naturaleza. Es un medio de expresión propio del ser humano y tan antiguo como él mismo.”

6.3.2.2 Ilustración. Expresión Gráfica de una idea, plasmada en un papel como boceto o arte final para su aplicación en cualquier medio de comunicación visual. Las técnicas de ilustración son ilimitadas y muchas veces van de acuerdo al estilo del ilustrador. Cualquier tipo de dibujo o representación gráfica creada artificialmente. Explicación del contenido mediante representaciones gráficas.
(p.61)

6.3.2.3 Modernismo. “Es el término con el que se designa a una corriente de renovación artística desarrollada a finales del siglo XIX y principios del XX” (p.78)

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. La teoría estética del color, se refiere a la percepción sensorial de los fenómenos cromáticos y a las relaciones cromáticas sensibles, se

puede limitar gradualmente a una teoría artística del color, después a una teoría pictórico-artística del color. Se trata solamente de una entre varias posibilidades de informar sobre los ordenamientos sistemáticos, las reacciones, efectos y contrastes de los colores. (Pawlik, sf, p.11)

6.3.4 Tendencia.

6.3.4.1 Minimalismo. “Denominación para una corriente artística contemporánea que reduce su repertorio de composiciones a unos pocos determinantes que fijan el espacio, de tal manera que la apariencia del espacio aparece ejemplarmente como una relación de proporciones manipulable” (p.77)

Cuando se aplica la tendencia minimalista debe tener abstracción, concentración, orden, síntesis y sencillez, ya que menos es más.

Ejemplo.

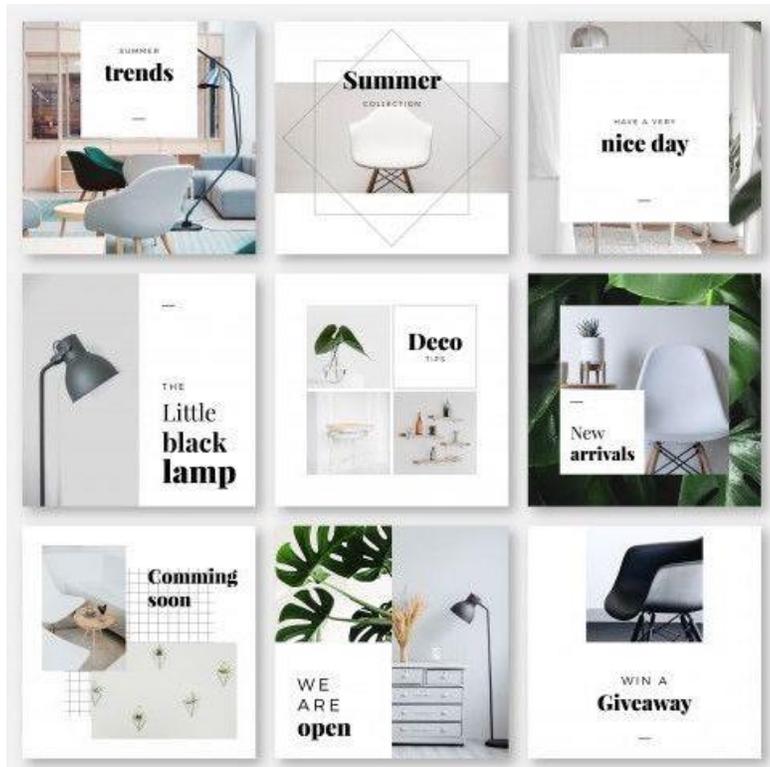


Imagen recuperada de: Pinterest.

6.3.5 Tablero de tendencias.

MINIMALISMO

Es una tendencia que reduce su repertorio de composiciones a unos pocos determinantes que fijan el espacio, de tal manera que la apariencia del espacio aparece ejemplarmente como una relación de proporciones manipulable. Menos es más.



USO DE FORMAS GEOMÉTRICAS Y ORGÁNICAS

Esta tendencia rompe con esa geometría perfecta de las formas básicas, generando un toque de dinamismo que ayuda a relajar el diseño y hacerlo más amigable visualmente.



SUPERPOSICIÓN DE LOS PRODUCTOS

En esta tendencia el producto destaca, con fondos blancos dando protagonismo al producto pero éste queda también superpuesto sobre colores y formas que le brindan todavía mayor protagonismo por encima del resto de elementos.



DIBUJOS SOBRE FOTOS

Es una tendencia en la cuál se verá cómo una foto es ligeramente alterada por un dibujo o una ilustración. Esta vez han evolucionado para apoderarse de las fotografías para transformarlas en algo simplemente original.



Capítulo VII - Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Capítulo VII

MARCO TEÓRICO

Cafetería



Es un establecimiento donde se sirve café. Por lo general estos recintos también ofrecen otras infusiones y bebidas, e incluso ciertos tipos de comida. Es posible encontrar cafeterías adentro o en las inmediaciones de lugares con gran afluencia de gente.

Café



Es una semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas. La semilla de este árbol, el café, suele medir 1 centímetro. Se conoce también como café a la bebida que se elabora mediante la infusión de esta semilla tostada y molida.

7.2

Diseño



Es un acto humano fundamental, diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades cotidianas tienen algo de diseño. Así también se puede definir como toda acción creadora que cumple su finalidad.

Psicología del color



El factor psicológico está formado por las diferentes impresiones que emanan del ambiente creado por el color, que pueden ser de calma, de recogimiento, de plenitud, de alegría, opresión, violencia. La psicología de los colores fue ampliamente estudiada por: colores cálidos, colores fríos, colores claros, colores oscuros, colores brillantes.

Dibujo



Es la representación gráfica de seres o cosas reales o imaginadas, creadas por el hombre o por la naturaleza. Es un medio de expresión propio del ser humano y tan antiguo como él mismo.

Minimalismo



Denominación para una corriente artística contemporánea que reduce su repertorio de composiciones a unos pocos determinantes que fijan el espacio, de tal manera que la apariencia del espacio aparece ejemplarmente como una relación de proporciones manipulables.

Conceptualización

7.2.1 Método “Blue Slip”. Es una técnica para generar ideas en base a preguntas en tarjetas. Creada por Dale Clawson y Rolf Smith, de la oficina de innovación de la fuerza aérea de Estados Unidos.

Las preguntas y el tiempo individual y en grupo ayudan a generar ideas de otra forma distinta.

Desde Neuronilla se cree que las preguntas poderosas que se utilizan en procesos de Coaching pueden ayudar mucho a generar aún más ideas y evitar pensar en las limitaciones y dificultades, entre otras cuestiones.

Se entregan varias tarjetas a cada participante y se les indica que escriban ideas en respuesta a una serie de preguntas. Son preguntas poderosas que animan a indagar más profundamente.

En cada respuesta se escribiría un título principal que de sentido y el desarrollo de la respuesta debajo. Se hace una pregunta y se ofrece un tiempo. Luego se recogen y se guardan en un sitio común. Luego se pueden utilizar para generar más ideas, evaluarlas y determinar planes de acción, cultivar ideas innovadoras o generar puntos de partida para el futuro.

7.2.2 Aplicación del método. Se colocaron 4 papelitos para que una persona colocara una pregunta en cada papel con su respuesta, acerca del tema “Una taza de café”.

1. ¿Qué sientes cuando tomas café?

mejora el ánimo, al tomarlo adoptas una actitud más positiva.

2. ¿Qué sensación produce el aroma del café?

hace despertar una gran sonrisa y tener energías mucho más positivas cada mañana, así mismo despierta sentimientos y recuerdos.

3. ¿Qué te hace sentir el sabor del café?
 - Sabor a la vida, a los momentos
 - Despertarse con una actitud positiva
 - Llena la vida, el alma.
4. ¿Qué experiencias tiene con el café?
 - Momentos únicos
 - Se necesita de un café para empezar bien el día
 - Felicidad, delicia por la vida, necesitar

7.2.2 Definición del concepto. Luego de haber aplicado la técnica de creatividad “Blue Slip” se presentan las respuestas destacadas que podrán dar un concepto base para darle solución a la problemática.

Las propuestas son las siguientes:

- **Desprende sabor a la vida**
- Desprende increíbles momentos
- Mezcla el sabor del café a la vida
- Una taza de café con sabor a vida
- Despierta el aroma del café a tu alma
- Llena tu vida con café
- El placentero sabor de Café Raíz
- Delicia por la vida

Luego de haber obtenido varias propuestas se eligió una para utilizarla como frase conceptual para la realización del proyecto. Se seleccionó aquella que causa un sentimiento que desprende el café.

Por lo que la frase será “Desprende sabor a la vida” hará de que la cafetería Café Raíz saque un sentimiento de amor al café y al aroma a la persona que esté tomando una taza de café.

7.3 Bocetaje

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Post mostrando el producto con un libro, con la frase “Felicidad es: Una taza de café y un buen libro” para la red social



Post de “Coffee Time” con la frase conceptual “Desprende sabor a la vida” para la red social Instagram.



Post acerca de la bebida Matcha Latte, para la red social Instagram.



Post con la frase conceptual “Desprende sabor a la vida”, para la red social Instagram.



Post con una frase acerca del café,
para la red social Instagram.



Post de promoción "2x1" en
bebidas frías para la
red social Instagram.



Post de "Tardes perfectas"
en la cafetería,
para la red social Instagram.



Post para mostrar un postre, para
la red social Instagram.



7.3.2 Bocetos formales.

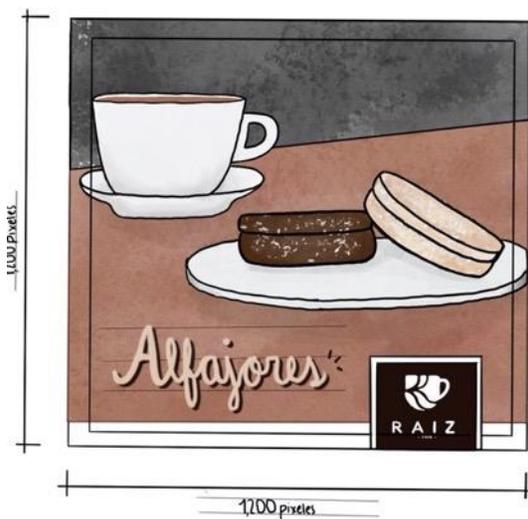
Post mostrando el producto con un libro, con la frase “Felicidad es: Una taza de café y un buen libro” para la red social



Post con la frase conceptual “Desprende sabor a la vida”, para la red social Instagram.



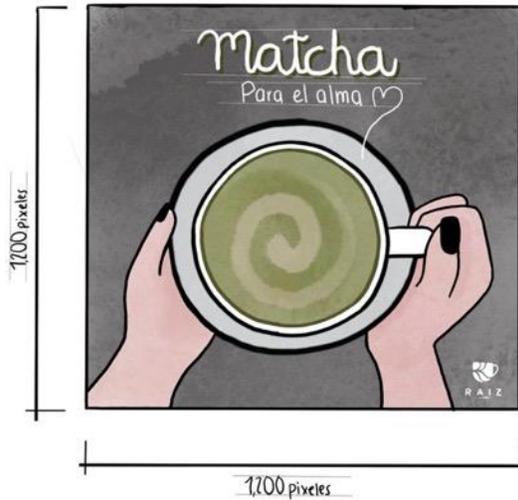
Post para mostrar un postre, para la red social Instagram.



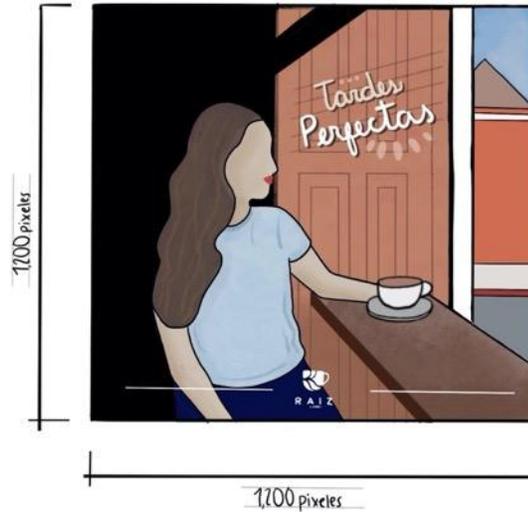
Post de “Tardes perfectas” en la cafetería, para la red social Instagram.



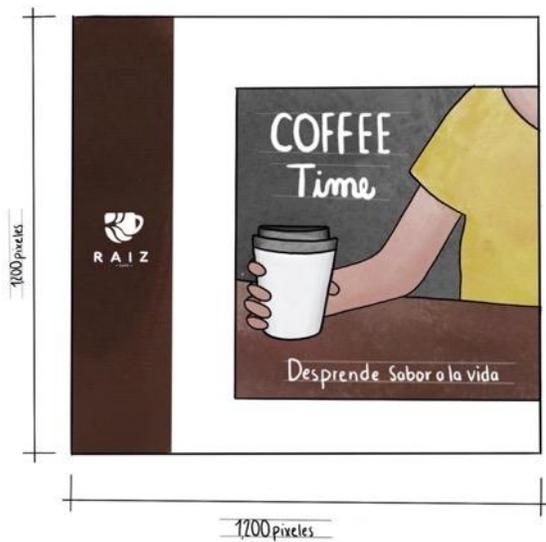
Post acerca de la bebida Matcha Latte, para la red social Instagram.



Post mostrando el producto de bebida fría para llevar, con la frase “Refresca tu día” para la red social Instagram.



Post de “Coffee Time” con la bebida caliente para llevar y frase conceptual, para la red social Instagram.

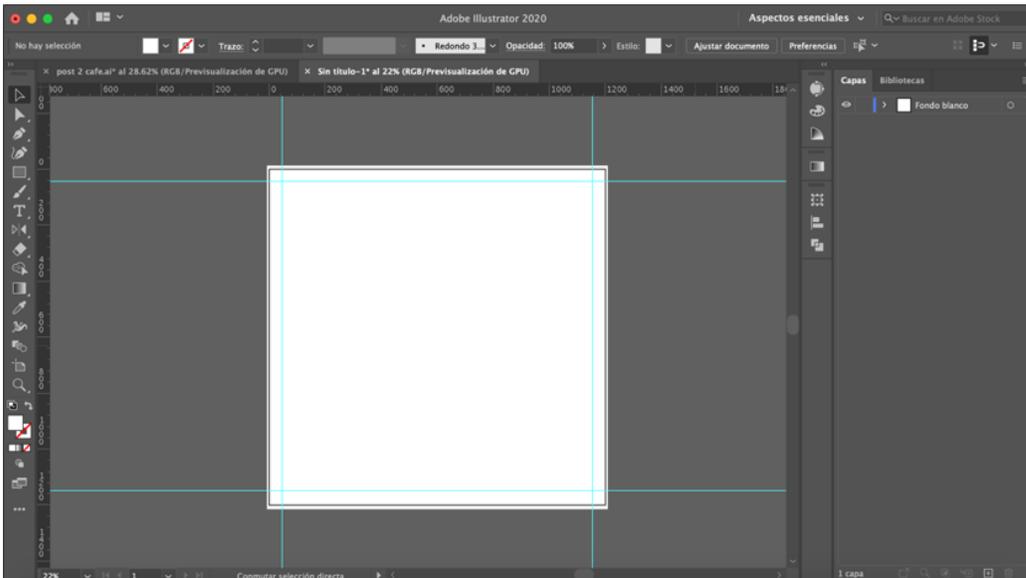


Post de promoción “2x1” en bebidas calientes para la red social Instagram.

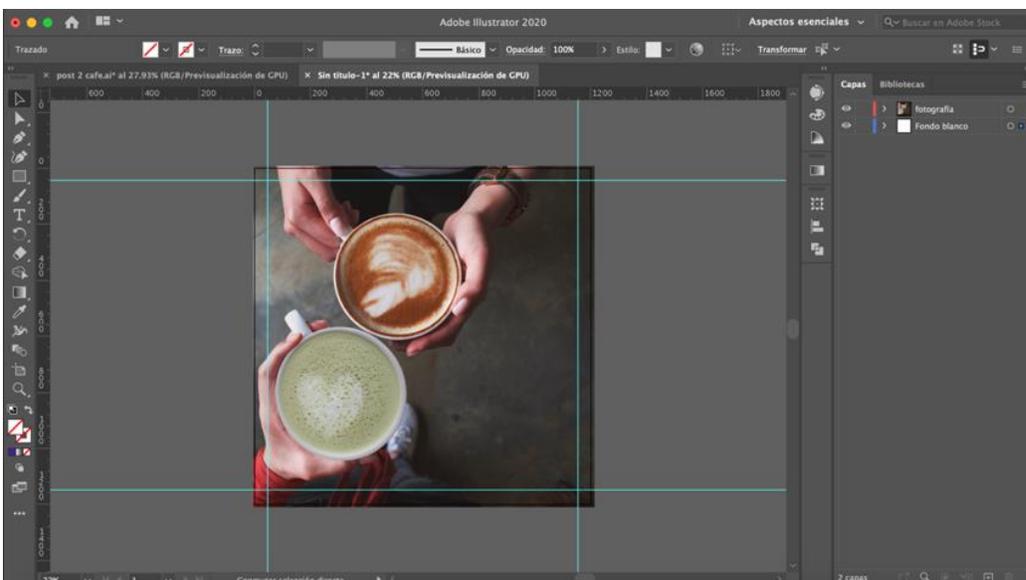


7.3.3 Proceso de digitalización de bocetos.

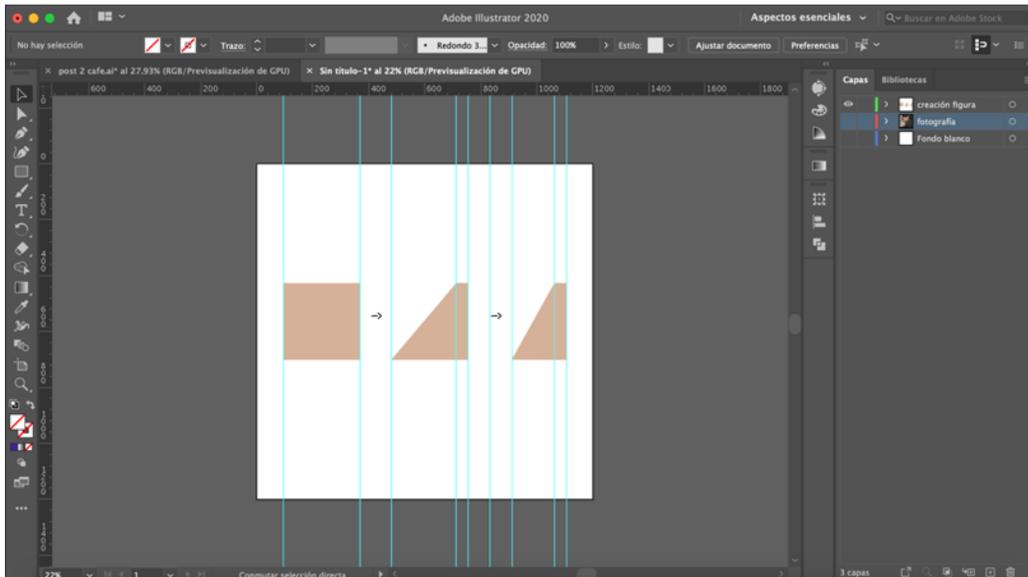
1. Se creó un documento en Adobe Illustrator CC con las medidas 1200 x 1200 píxeles, se crea un cuadrado blanco como fondo, se colocan líneas guías en cada esquina para crear un margen.



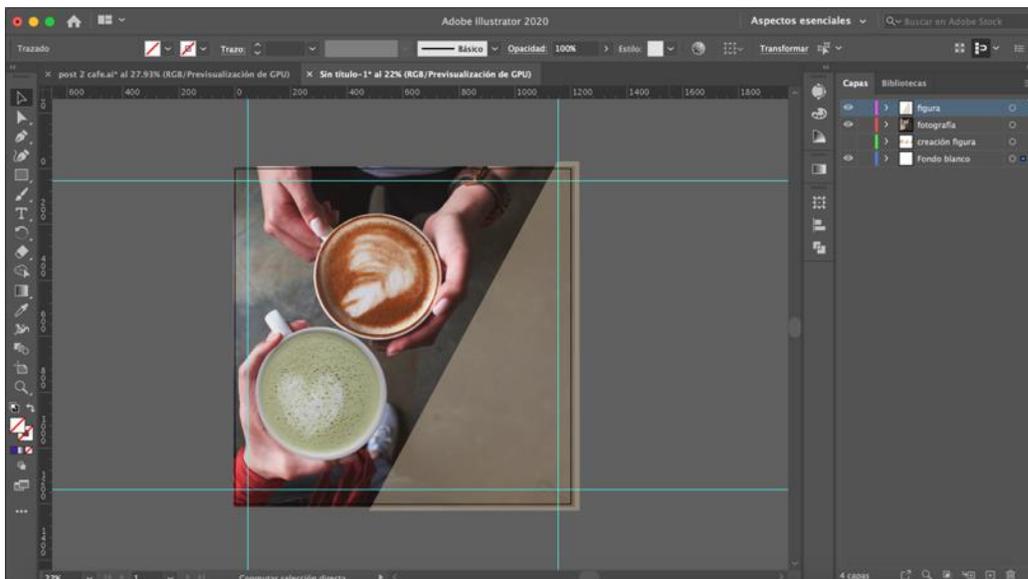
2. Se creó una capa con la fotografía de 2 bebidas calientes. Se coloca la fotografía editada.



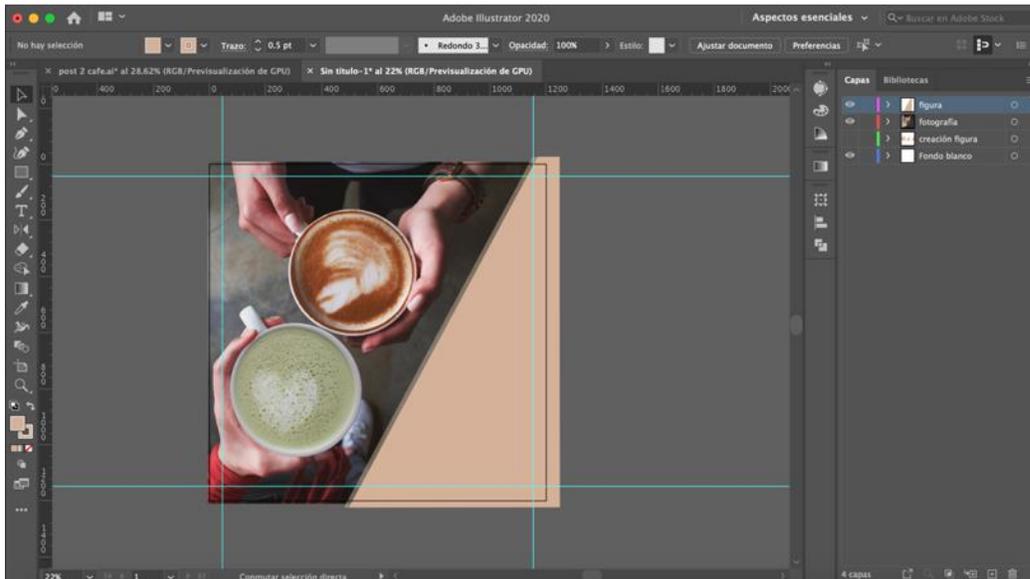
3. Se agregó una capa para crear una figura utilizando un cuadrado.



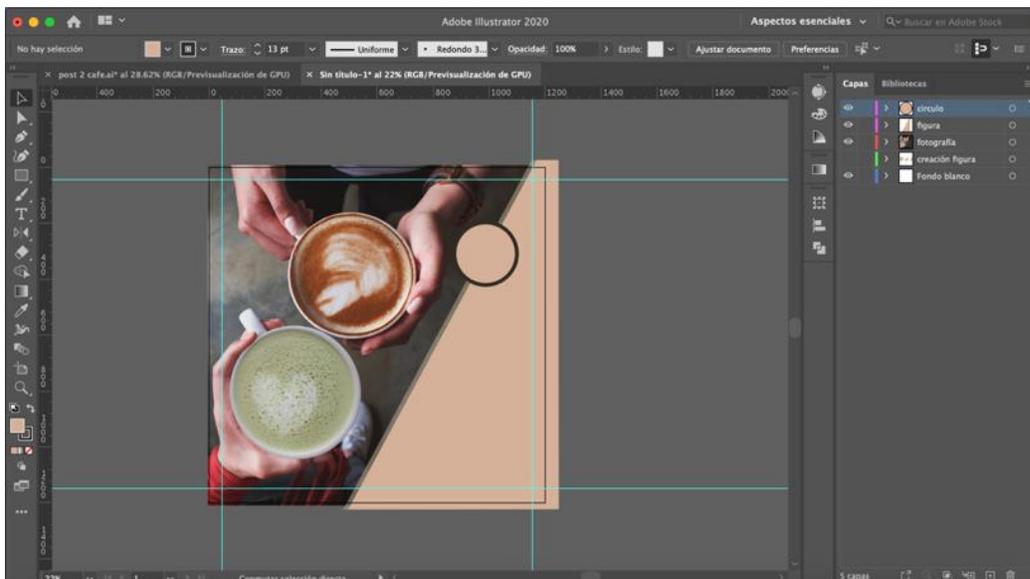
4. En otra capa se colocó la figura con 50% en opacidad, simulando sombra para la figura que pondrá encima.



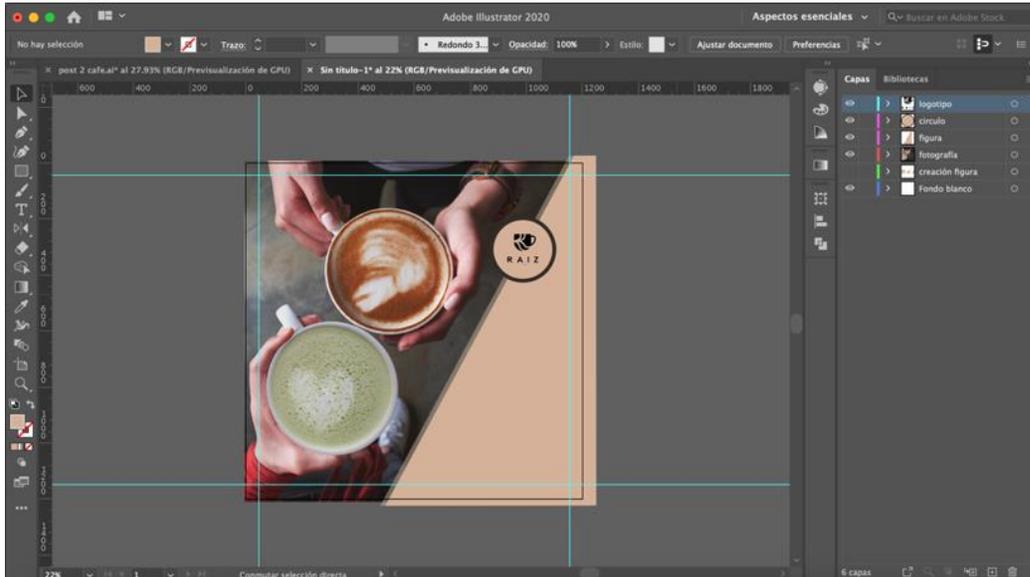
5. Se colocó por segunda vez la figura con 100% en opacidad.



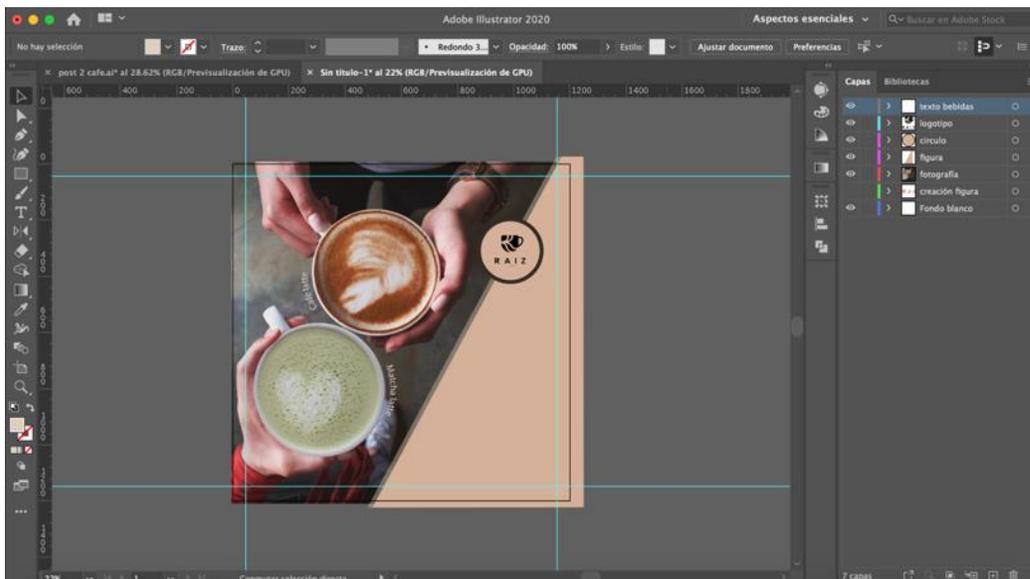
6. En una nueva capa se creó un círculo para colocar encima el Imagotipo de Café Raíz.



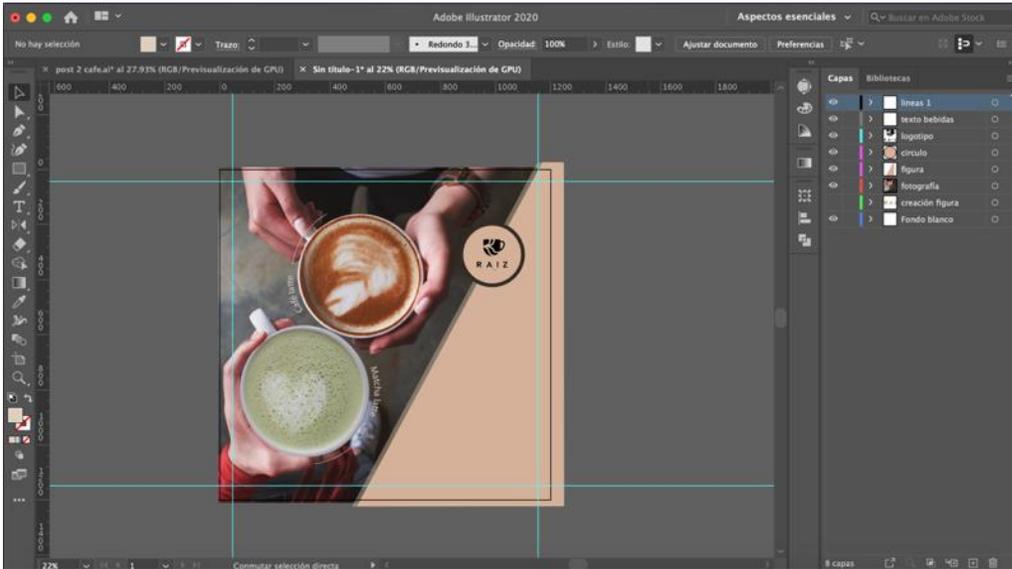
7. En otra capa se colocó el Imagotipo de Café Raíz color negro.



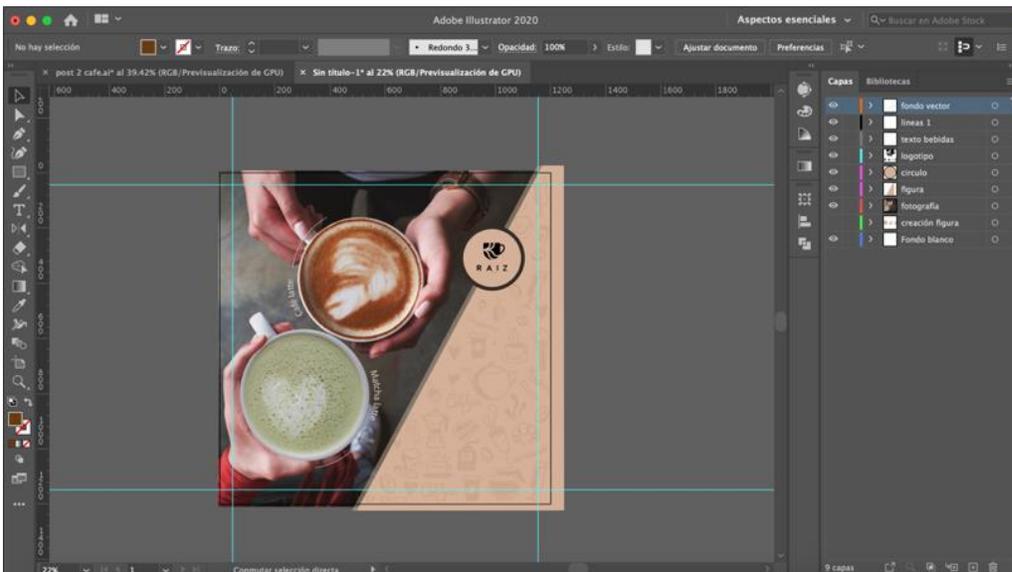
8. En una séptima capa se agregó los nombres a un lado de cada bebida de la fotografía.



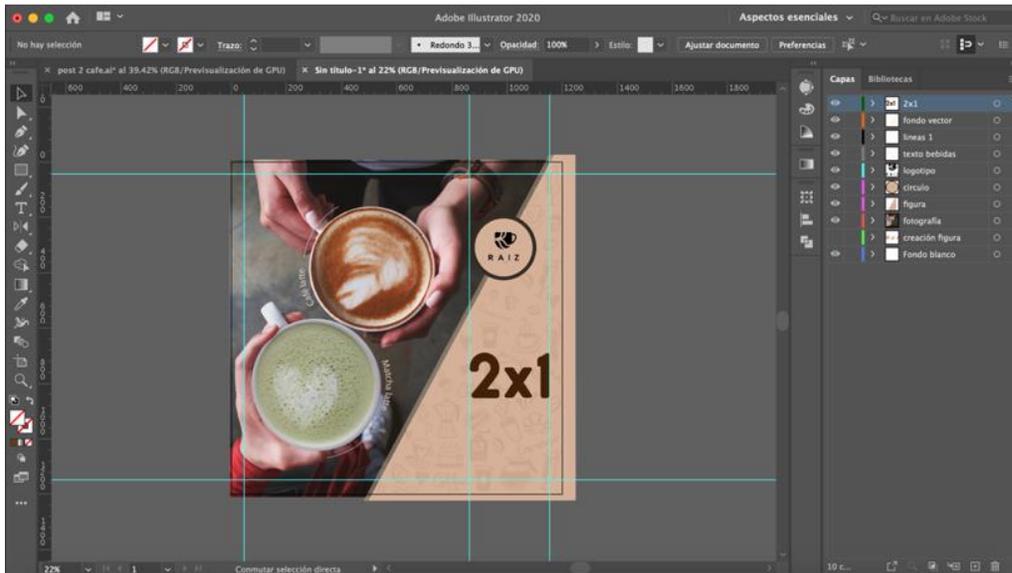
9. Se agregaron líneas a la par de cada texto de bebida como decoración.



10. Se colocó un vector, que se descargó gratis en la página de Freepik, acerca del tema de cafetería.



11. Se creó un texto colocando números sobre una promoción “2x1”.



12. Se agregaron pequeñas líneas sobre los números “2x” simulando brillo.



13. En otra capa se colocó el texto “Miércoles”.



14. Se agregaron 2 líneas al principio y al final del texto “Miércoles”.



15. En una nueva capa se colocó un texto de “Bebidas calientes”.



16. En una última capa se agregó líneas arriba y abajo del texto “Bebidas calientes”.



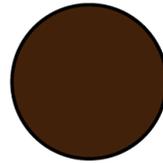
7.4 Propuesta preliminar

Se presenta la Propuesta preliminar de cada pieza digital.

Paleta de colores:



R: 147
G: 68
B: 40



R: 66
G: 33
B: 11



R: 214
G: 177
B: 153

Tipografías:

- **A pompadour Sample**

- abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
- ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ
- 0123456789

- *Cream cake*

- *abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
- *ABCDEFGHIJKLMNŃO
PQRSTUVWXYZ*
- *0123456789*

Medidas:

En las 8 piezas digitales se utilizaron las medidas: 1200 x 1200 pixeles.

Pieza # 1

Post del producto con la frase conceptual “Desprende sabor a la vida” para Instagram.



Pieza # 2

Post de promoción “2x1” en bebidas calientes, para Instagram.



Pieza # 3

Post para mostrar el producto “Alfajores” para Instagram.



Pieza # 4

Post mostrando el producto de bebida fría para llevar, con la frase “Refresca tu día” para Instagram.



Pieza # 5

Post de mostrando el producto con un libro, con la frase “Felicidad es:

Una taza de café y un buen libro” para Instagram.



Pieza #6

Post de “Tardes perfectas” en la cafetería, para Instagram.



Tardes perfectas



RAIZ
-CAFE-

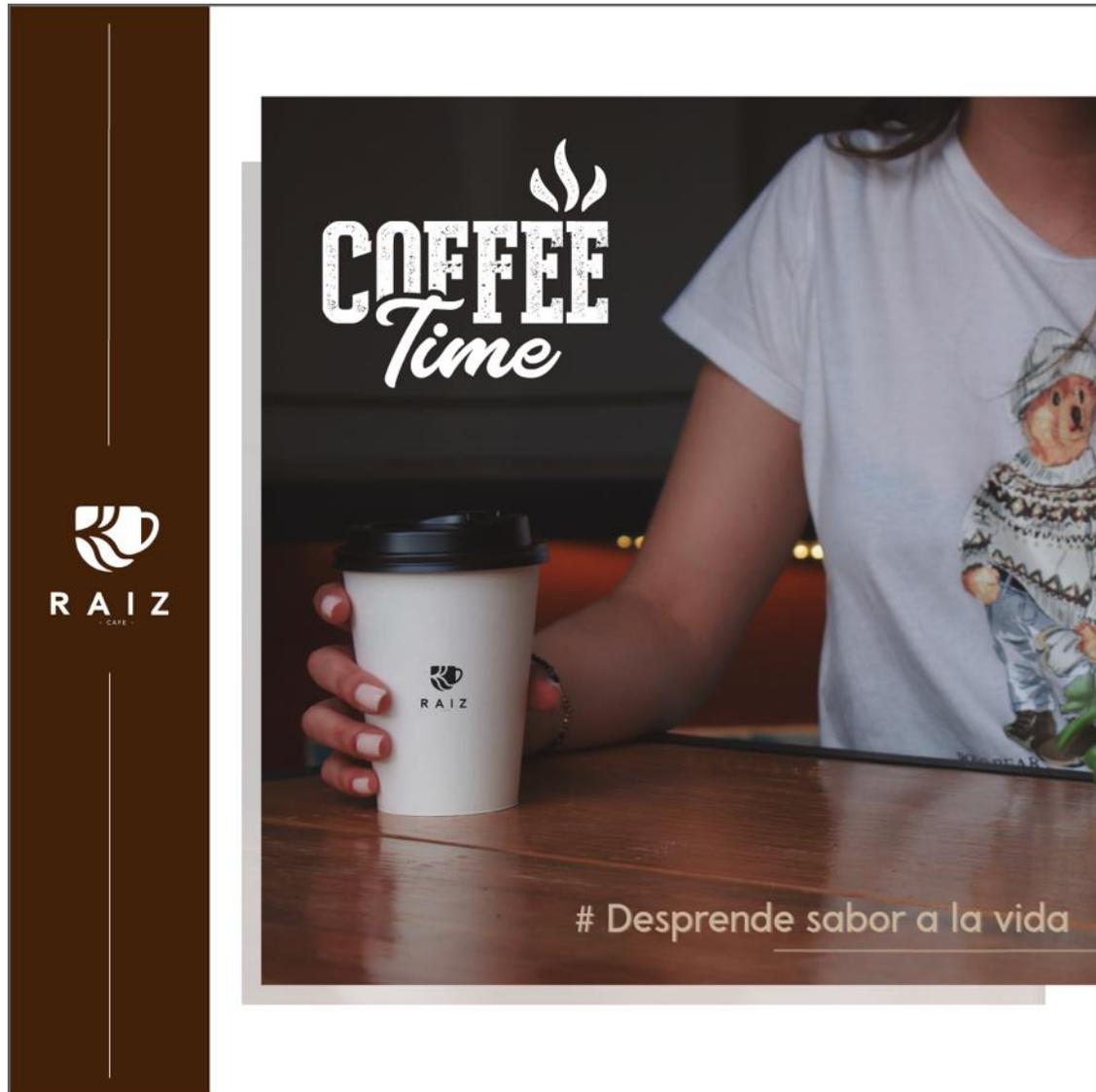
Pieza # 7

Post acerca de la bebida Matcha Latte, para Instagram.



Pieza #8

Post de “Coffee Time” con la bebida caliente para llevar y frase conceptual,
para Instagram.



Capítulo VIII: Validación técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

El proceso de validación consiste en evaluar cualitativamente y cuantitativamente la efectividad que presenta el material diseñado en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del proyecto.

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

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

8.1 Población y muestreo

8.1.1 Expertos. Se tomaron en cuenta a 5 personas expertos en el área de diseño gráfico y comunicación.

1. Andrea Aguilar, Licda. Comunicación y Diseño – 8 años de experiencia.
2. Lourdes Donis, Licda. Comunicación – 29 años de experiencia.
3. Wendy Franco. Licda. Comunicación y Diseño – 30 años de experiencia.
4. Guillermo García. Lic. Publicidad – 15 años de experiencia.
5. Carlos Juracán. Diseñador Gráfico – 3 años de experiencia

8.1.2 Clientes. Se tomaron en cuenta a 5 clientes que laboran en el Café Raíz.

1. Directora general Giovanna Porras – 3 años de experiencia

2. Gerente Luis Zamora – 2 años de experiencia.
3. Administradora María José Sosa Licda. Nutrición – 3 años de experiencia
4. Barista Leonardo – 4 años de experiencia.
5. Receptor Melvin Barillas, Lic. Administrador de Empresas – 6 años de experiencia

8.1.3 Grupo Objetivo. Se encuestan a 15 personas que les gusta tomar café.

8.2 Método e instrumento

La evaluación se realizó vía virtual, mandando una solicitud por correo electrónico para validar el proyecto de graduación con los expertos, clientes y grupo objetivo. Para realizar la evaluación se utilizó como herramienta de investigación una encuesta elaborada en Formularios Google.

8.2.1 Investigación Cualitativa. “Es un método de estudio que se propone evaluar, ponderar e interpretar información obtenida a través de recursos como entrevistas, conversaciones, registros, entre otros. Con el propósito de indagar en su significado profundo.”

(2018). *Significado de Cualitativa*. Significados.com. <https://significados.com>

8.2.2 Investigación Cuantitativa. “Es un método orientado a estudios sobre la base de abstracciones numéricas o estadísticas. Se distingue también de los modelos clásicos científicos, enfocados en la observación empírica a partir de experimentos.”

(2015). *Significado de Cuantitativa*. Significados.com. <https://significados.com>

8.2.3 Encuesta. Es una técnica de recogida de datos para la investigación social.

Está constituida por una serie de preguntas que están dirigidas a una porción

representativa de una población, y tiene como finalidad averiguar estados de opinión, actitudes o comportamientos de las personas ante asuntos específicos.

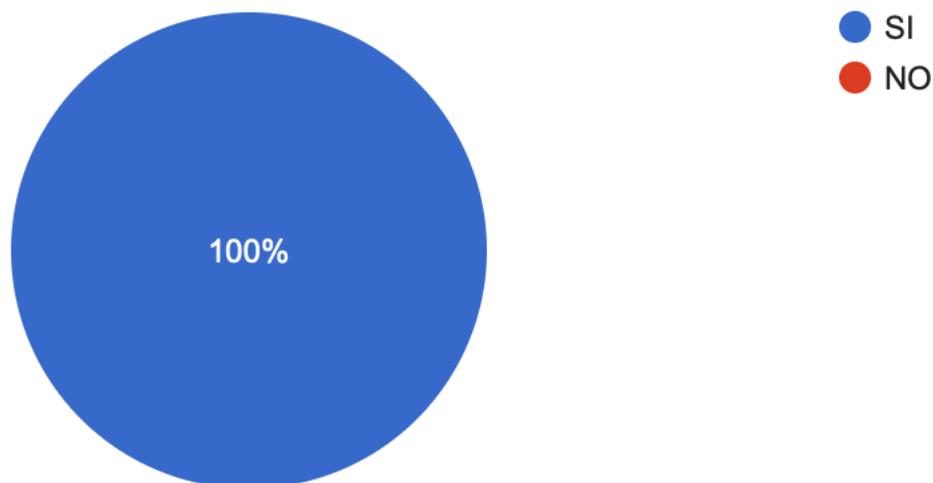
(2017). *Significado de Encuesta*. Significados.com. <https://significados.com>

8.3 Resultados e interpretación de resultados

A continuación se presentan las gráficas e interpretación de resultados basados en la tabulación de datos obtenidos por medio de las respuestas en el instrumento de validación.

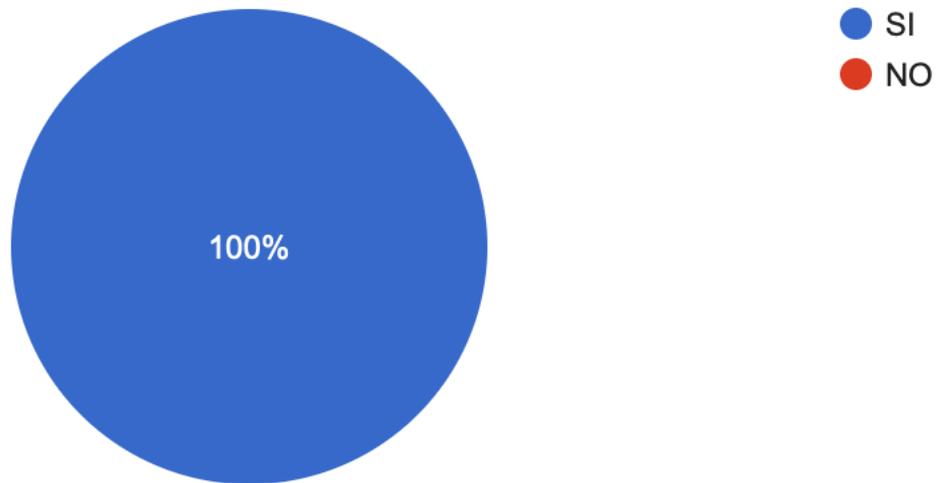
8.3.1 Parte objetiva.

1. ¿ Considera que es necesario elaborar el diseño de material gráfico digital para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la cafetería Café raíz, Antigua Guatemala?



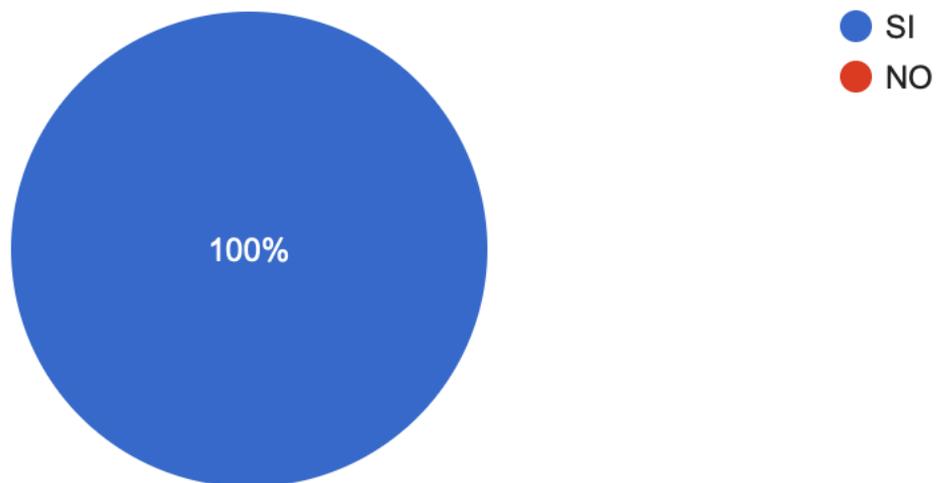
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario elaborar el diseño de material gráfico digital para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la cafetería Café raíz, Antigua Guatemala.

2. ¿Considera útil investigar información acerca de las tendencias de diseño relacionado con publicidad digital en redes sociales?



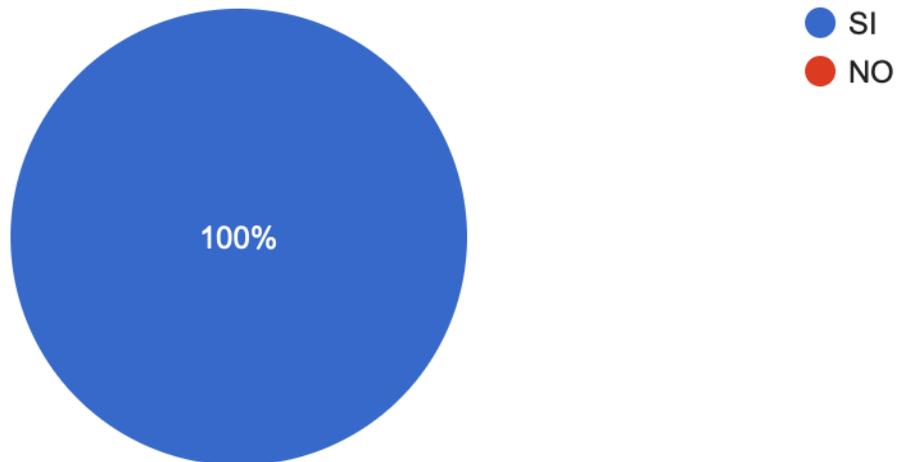
Interpretación: El 100% de los encuestados considera útil investigar información acerca de las tendencias de diseño relacionado con publicidad digital en redes sociales.

3. ¿Considera necesario recopilar información de la cafetería Café Raíz sobre sus productos y servicios de alimentación para definir el contenido del material gráfico digital?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesario recopilar información de la cafetería Café Raíz sobre sus productos y servicios de alimentación para definir el contenido del material gráfico digital.

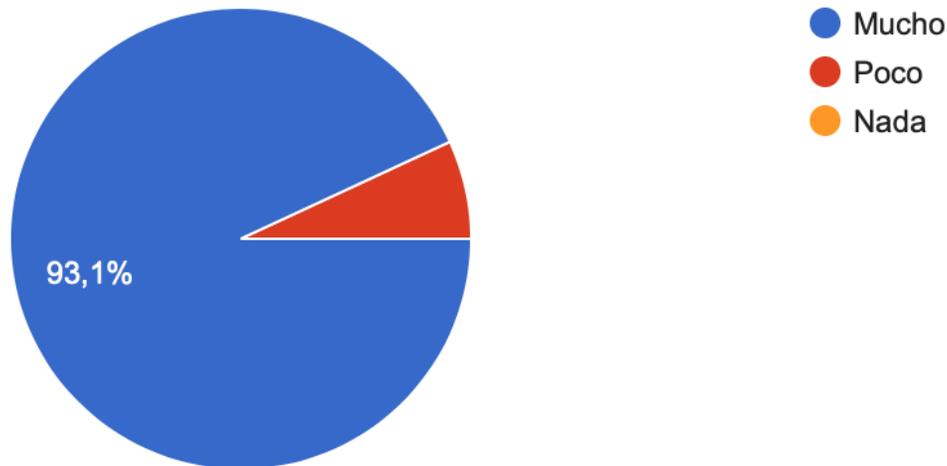
4. ¿Considera que sea necesario tomar fotografías a los productos y el ambiente para dar a conocer la cafetería Café Raíz?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es necesario tomar fotografías a los productos y el ambiente para dar a conocer la cafetería Café Raíz.

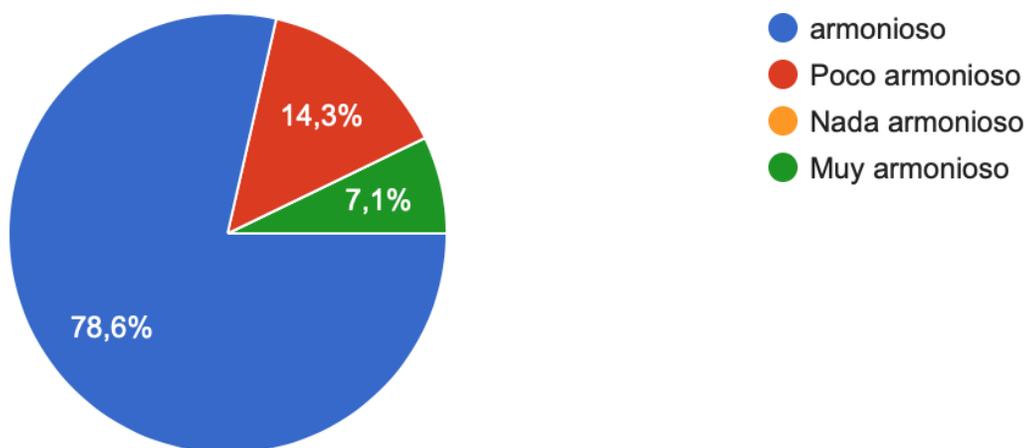
8.3.2 Parte Semiótica.

5. ¿Considera que los colores que se utilizaron contribuyen a que relacione el material gráfico digital con la línea gráfica de la cafetería Café Raíz?



Interpretación: El 93,1% de los encuestados considera que los colores que se utilizaron contribuyen mucho a que relacione el material gráfico digital con la línea gráfica de la cafetería Café Raíz, el 6,9% considera que es poca la relación.

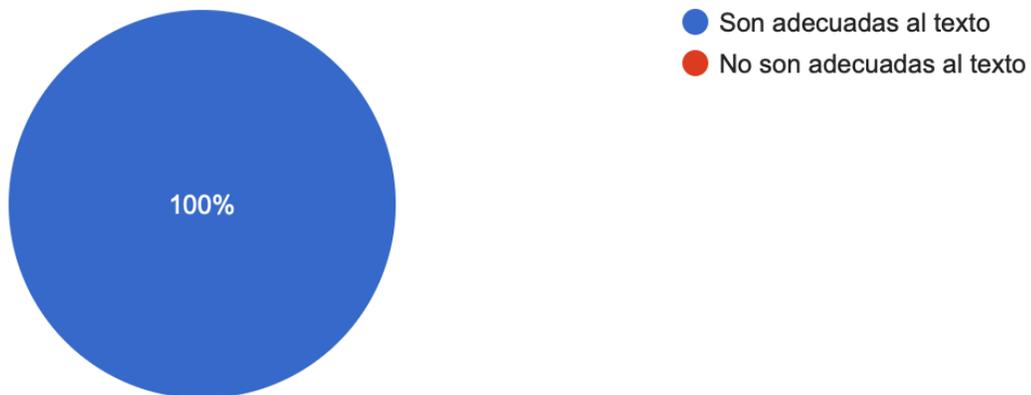
6. ¿Cree usted que el esquema de color es armonioso?



Interpretación: El 78,6% de los encuestados cree que el esquema de color es armonioso. El 14,3% considera que es poco armonioso. El 7,1% que es muy armonioso.

7. ¿Considera que las fotografías utilizadas son?

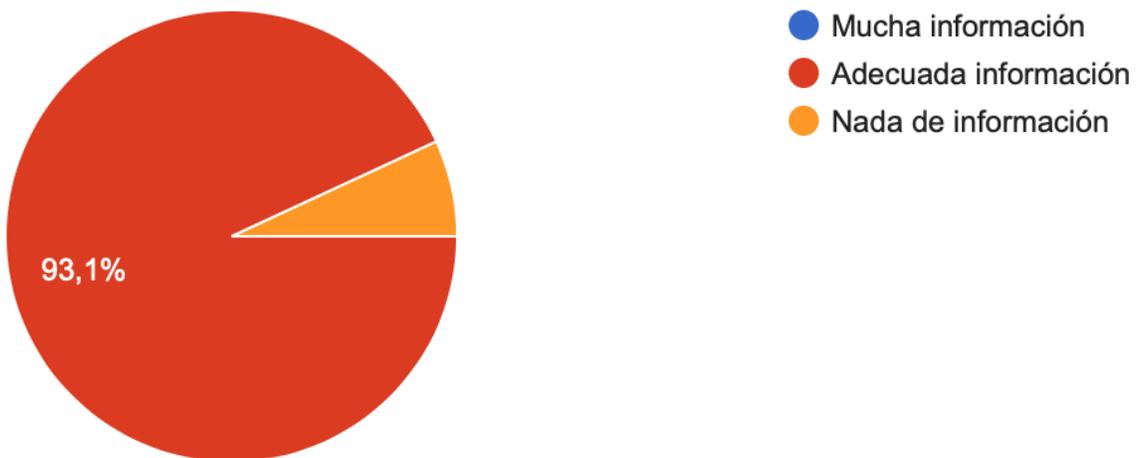
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que las fotografías utilizadas son apropiadas.

8. ¿Considera que las ilustraciones/fotos presentadas en las piezas mejoran el significado del texto?

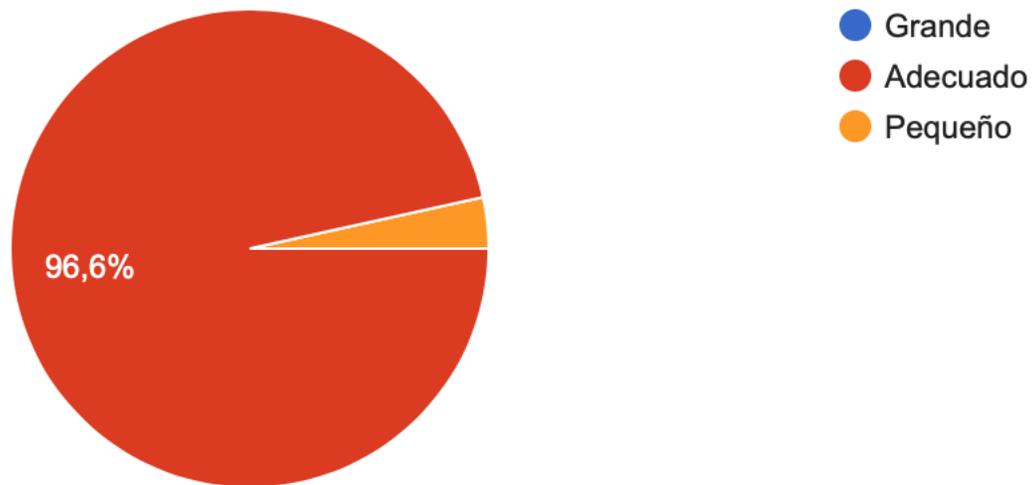
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que las ilustraciones / fotografías presentadas en las piezas son adecuadas y mejoran el significado del texto.

9. ¿Considera que el tamaño de las fotografías es?

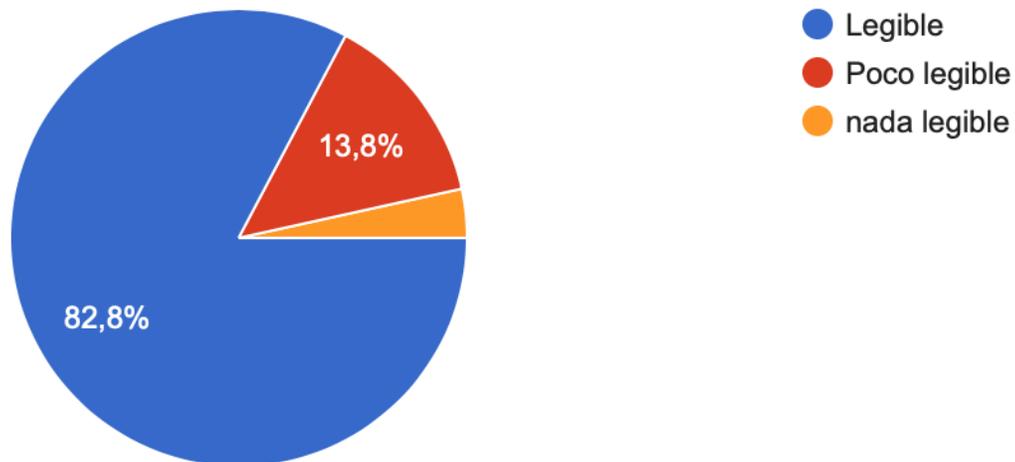
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que los tamaños de las fotografías son adecuadas.

10. ¿Considera que los textos de las piezas contienen?

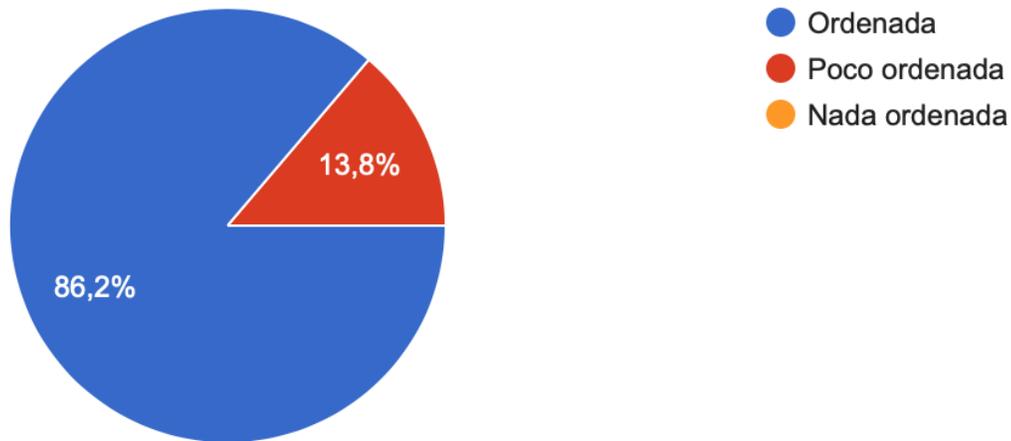
Interpretación: El 93,1% de los encuestados considera que los textos de las piezas contienen adecuada información. El 6,9% cree que no tiene nada de información.

11. ¿Cree que el tamaño de los textos y títulos es?

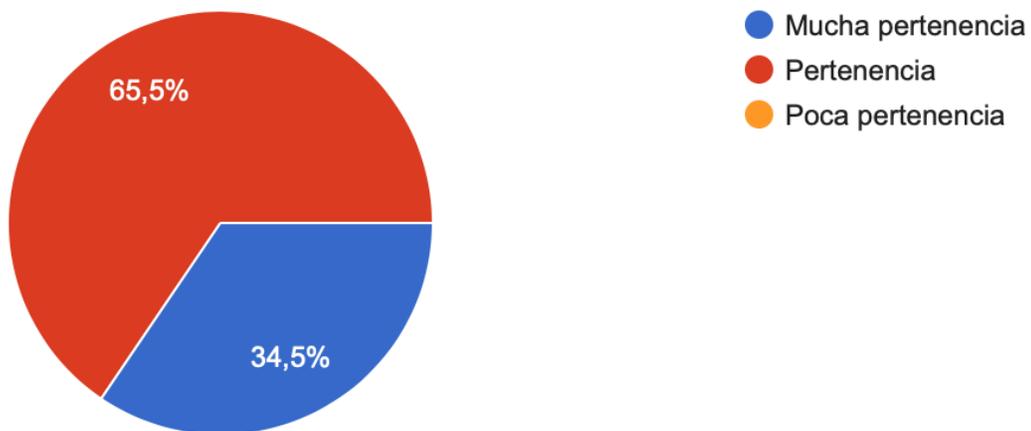
Interpretación: El 96,6% de los encuestados cree que el tamaño de los textos y títulos son adecuados. El 3,4% considera que son pequeños.

12. ¿Considera usted que la caligrafía “Cream cake” es?

Interpretación: El 82,8% de los encuestados considera que la caligrafía “Cream Cake” es legible. El 13,8% considera que es poco legible. El 3,4% considera que la caligrafía no es nada legible.

13. ¿Cree usted que la diagramación de las piezas es?

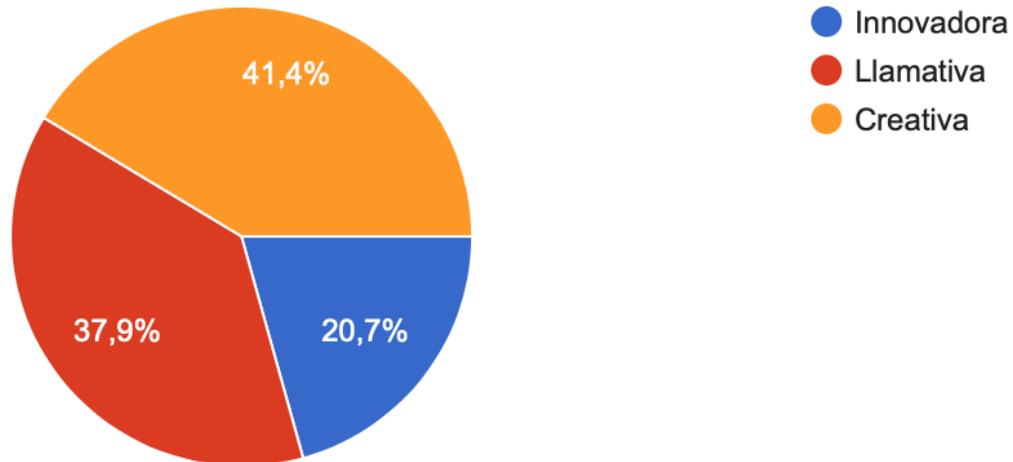
Interpretación: El 86,2 de los encuestados cree que las diagramaciones de las piezas están ordenadas. El 13,8% considera que está poco ordenado.

14. ¿Considera usted que colocar el logotipo en todas las piezas da un sentimiento de?

Interpretación: El 65,5% de los encuestados considera que colocar el logotipo en todas las piezas da un sentimiento de pertenenencia. El 34,5 considera que da mucha pertenenencia.

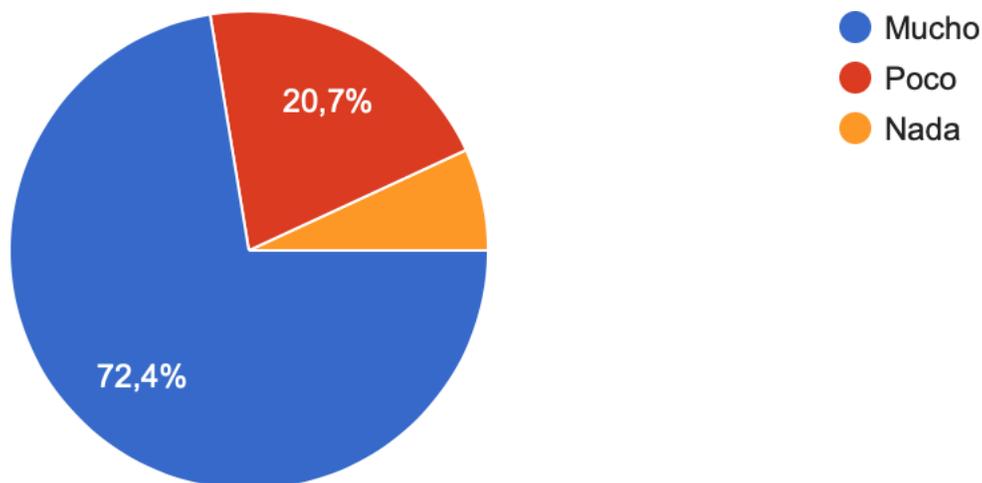
8.3.3 Parte Operativa.

15. ¿Considera que la frase conceptual del proyecto “Desprende sabor a la vida” es?

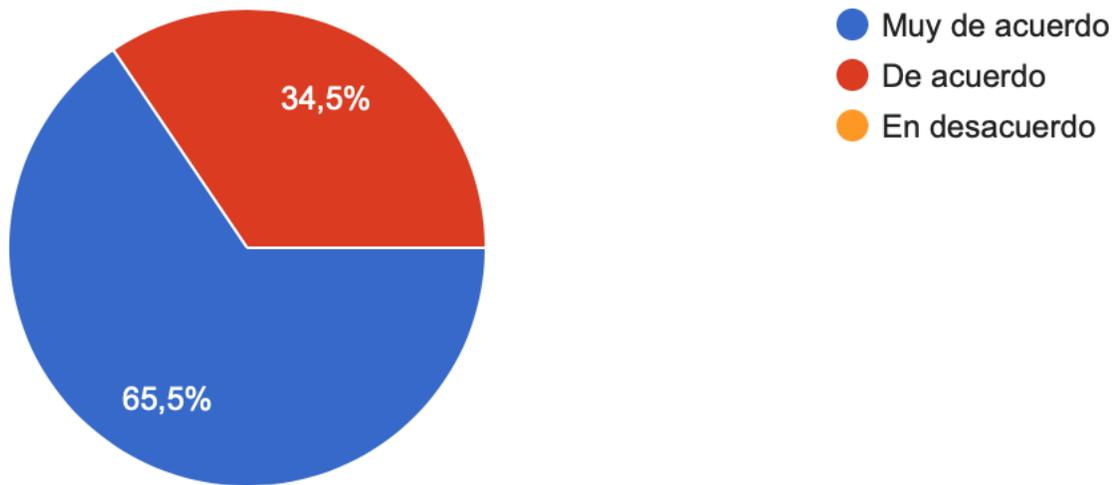


Interpretación: El 41,4% de los encuestados considera que la frase conceptual del proyecto “desprende sabor a la vida” es Creativa. El 37,9% cree que la frase es llamativa. El 20,7% considera que la frase es innovadora.

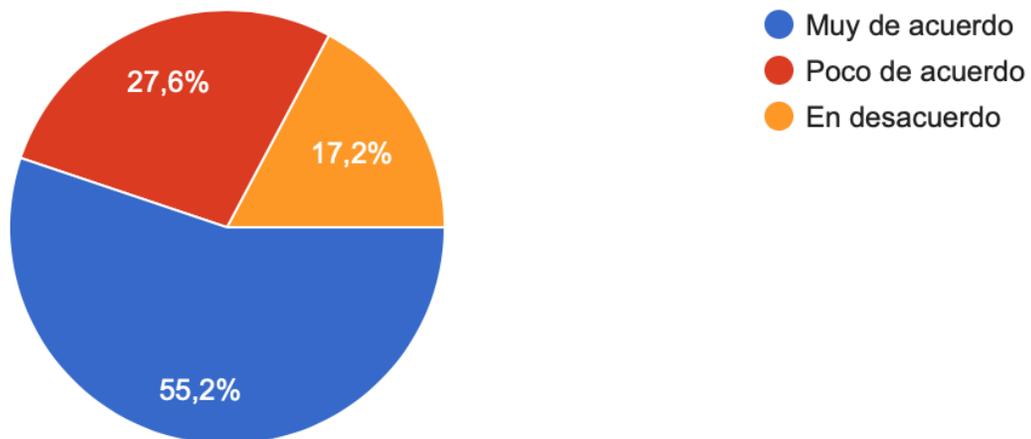
16. ¿Cree usted que haya equilibrio entre la forma y el fondo de la pieza #1?



Interpretación: El 72,4% de los encuestados cree que hay equilibrio entre la forma y el fondo de la pieza #1. El 20,7% considera que el equilibrio es poco. El 6,9% cree que no hay nada de equilibrio.

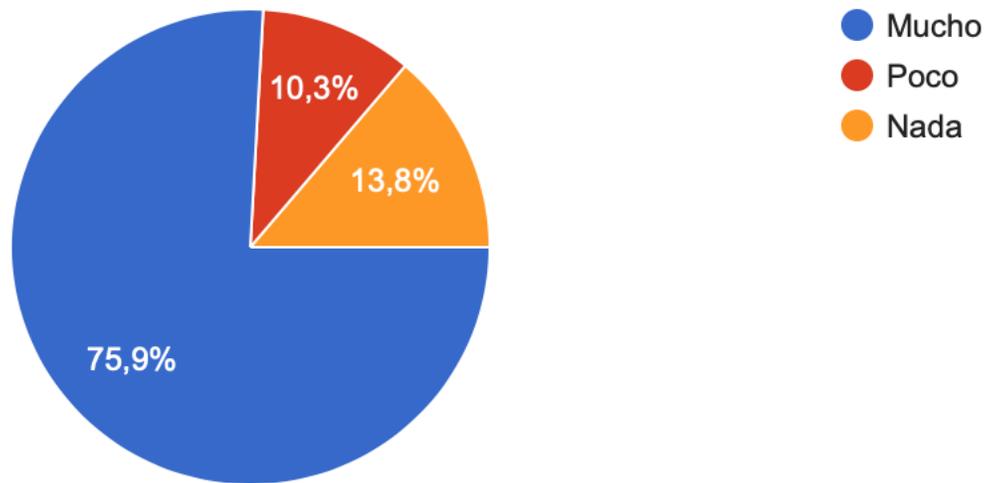
17. ¿Considera que la combinación de las dos tipografías en la pieza #2 es?

Interpretación: El 65,5% de los encuestados están muy de acuerdo que combinan las dos tipografías en la pieza #2. El 34,5% están de acuerdo en la combinación de las tipografías.

18. ¿cree usted que se hace un buen uso del espacio disponible de la pieza #2?

Interpretación: El 55,2% de los encuestados están muy de acuerdo que se hace un buen uso del espacio de la pieza #2. El 27,6% están poco de acuerdo. El 17,2 están en desacuerdo.

19. ¿Cree usted que la tendencia de diseño “minimalismo” aplica en la pieza #3?



Interpretación: El 75,9% de los encuestados cree que la tendencia de diseño “minimalismo” aplica mucho en la pieza #3. El 13,8% considera que no aplica, el 10,3% considera que aplica poco.

20. ¿Considera que el diseño de la pieza #4 está equilibrado?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que el diseño de la pieza #4 está equilibrado.

8.4 Cambios en base a los resultados

El proceso de validación con el cliente, con el grupo objetivo y los expertos dan como resultado las siguientes observaciones y cambios para el diseño del material gráfico digital

- Los textos pequeños que se colocaron en cada bebida agrandarlos.
- Agrandar más el logotipo de Café Raíz en todas las piezas digitales.
- Colocar información de ubicación del lugar, número de teléfono y que otras redes sociales tienen.
- En la fotografía de la pieza #4 quitar el sello del vaso.
- Unificar colores, que sean pocos tonos del color café.

Durante el proceso de validación, el cliente aprobó el proyecto e indicaron que les gustaron mucho las fotografías. Que las piezas son innovadoras y llamativas. Consideran que si es necesario el diseño de piezas digitales junto a marketing digital.

Se analizaron las observaciones y hallazgos importantes en base a los resultados de las encuestas y se realizaron los siguientes cambios en la propuesta del material gráfico digital:

Antes



Después



1. Se cambió el color café claro de las formas a un color blanco.
2. Se cambió el color del logotipo a un color café.
3. Se quitaron las líneas del marco del texto “Bebidas calientes”.

Antes



Después

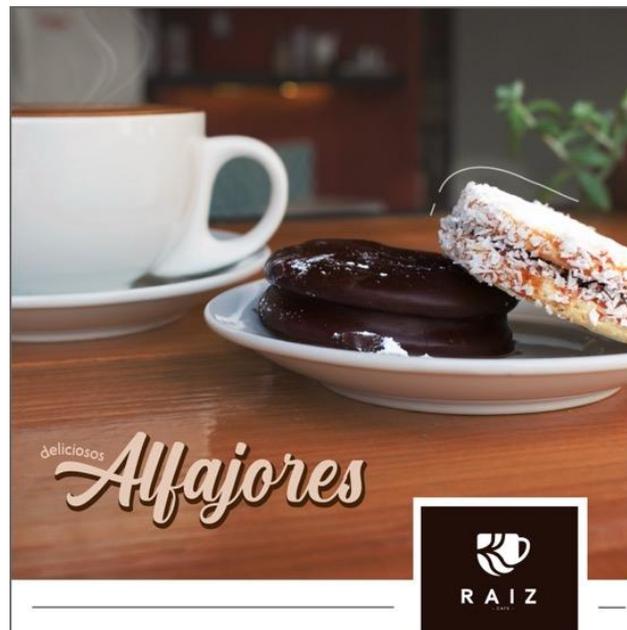


1. Se cambió el color café claro de la forma a color blanco.
2. Se cambió de lugar el logotipo y se agrandó.

Antes

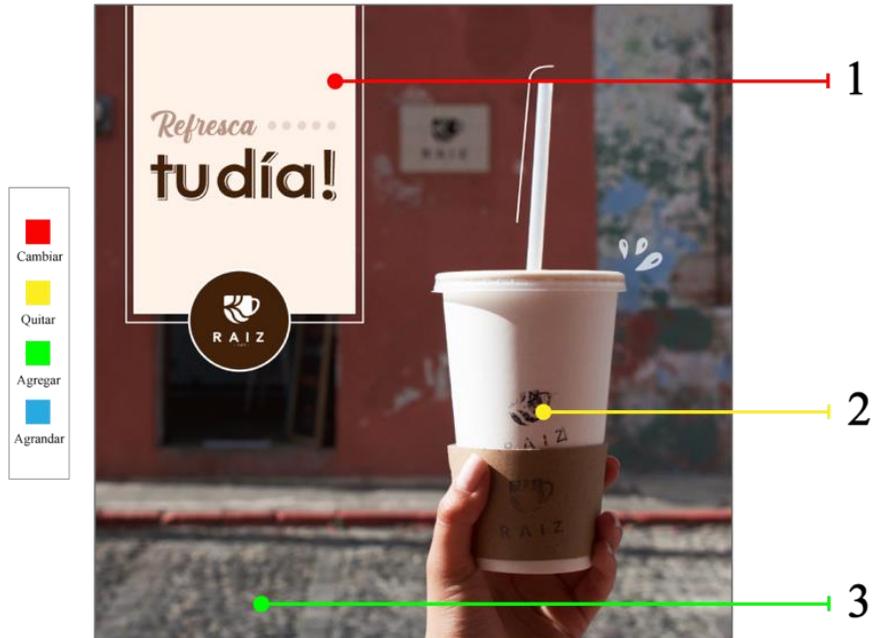


Después



1. Se quitó el marco de la imagen, dejando solo 2 líneas en el inferior.
2. Se agrandó el texto “deliciosos”.
3. Se determinó hacer el diseño que pareciera más a la tendencia minimalista.

Antes

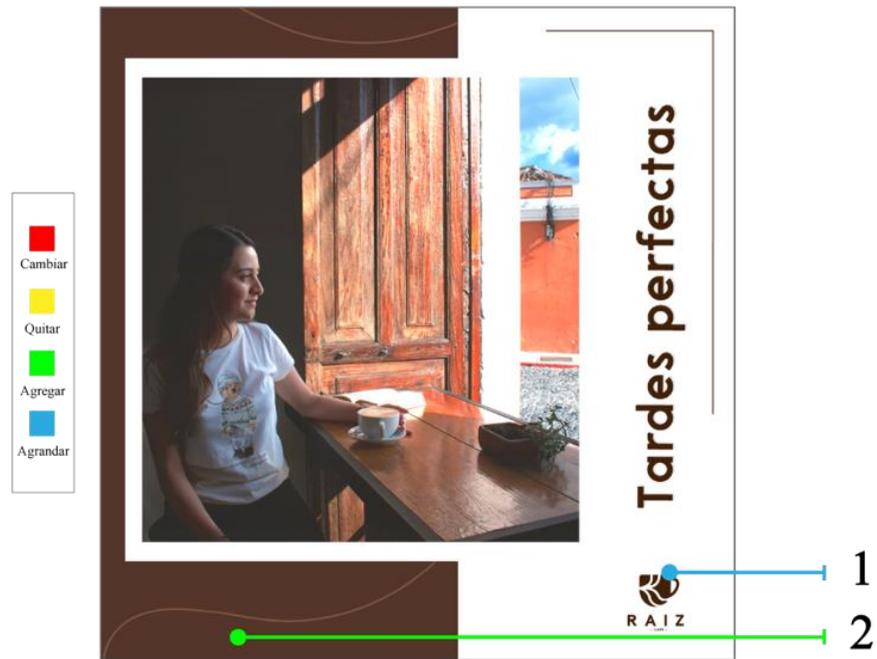


Después

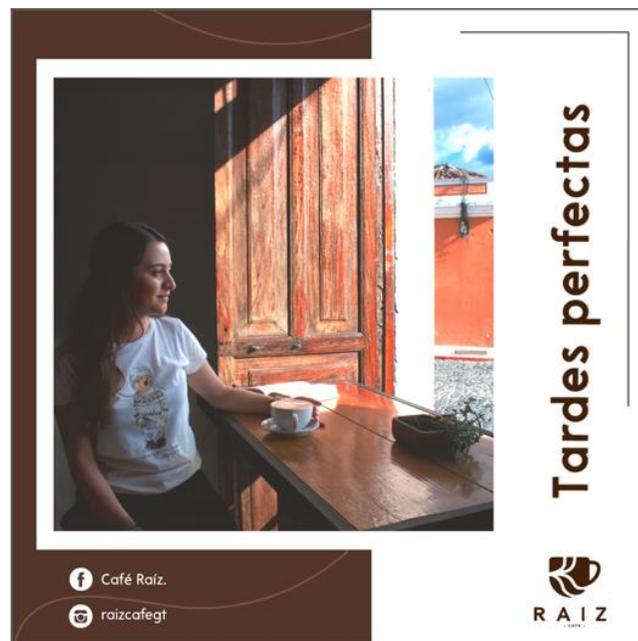


1. Se cambió el color del rectángulo a un color blanco.
2. Se quitó el sello del logotipo en el vaso.
3. Se agregó información acerca de la cafetería y un degradé en la información.

Antes

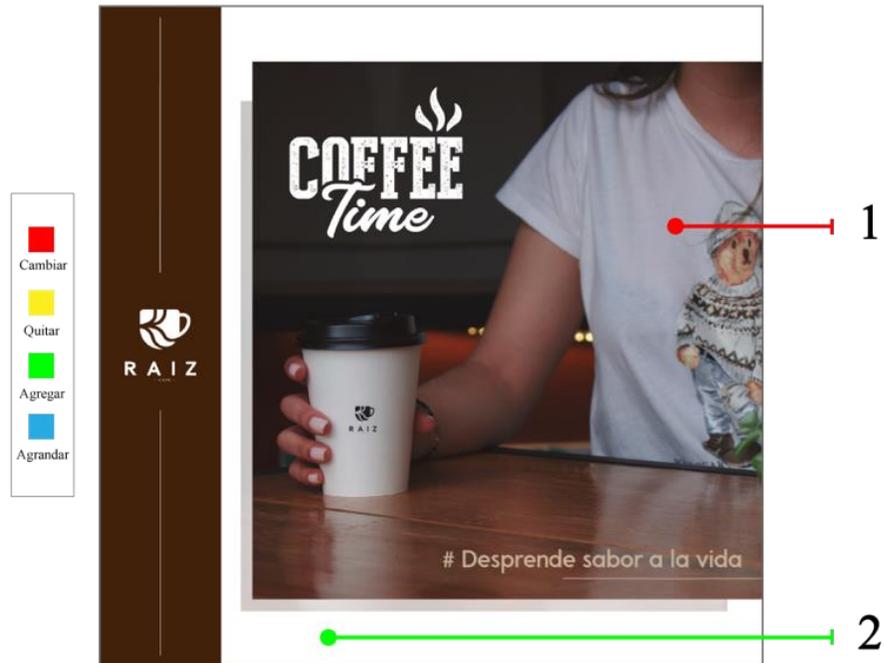


Después

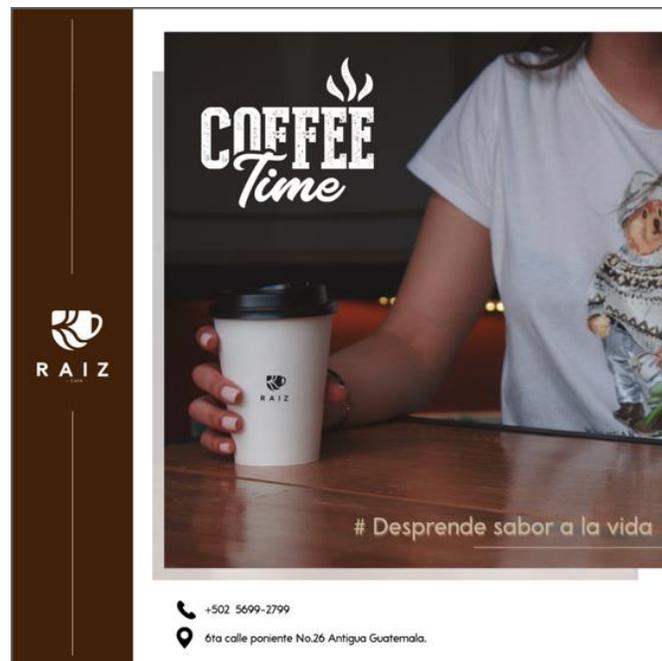


1. Se agrandó el logotipo de la cafetería.
2. Se agregó información de la cafetería: en que redes sociales se encuentran.

Antes



Después



1. Se cambió de lugar la imagen y el texto para colocar abajo la información.
2. Se agregó información de la cafetería: Número de celular, ubicación.

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

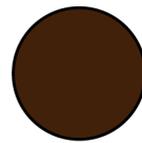
9.1 Propuesta gráfica final

- 8 piezas gráficas digitales.
- Medidas de cada pieza digital: ancho de 1200 pixeles, altura de 1200 pixeles.

Paleta de colores:



R: 147
G: 68
B: 40



R: 66
G: 33
B: 11



R: 214
G: 177
B: 153

Tipografías:

- *A pompadour Sample*

- abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
- ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
VWXYZ
- 0123456789

- *Cream cake*

- abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
- ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
- 0123456789

Pieza # 1

Post del producto con la frase conceptual “Desprende sabor a la vida” para Instagram



19:40 📶 🔋

Instagram + ♡ 💬³

 Raíz Café
Publicidad ⋮



Desprende sabor
a la vida

RAÍZ Café latte

♡ 💬 🗑️ ⋮ 📌

35,890 Me gusta
Raíz Café #Desprende sabor a la vida

[Ver los 363 comentarios](#)

Pieza # 2

Post de promoción “2x1” en bebidas calientes para Instagram.



19:40 📶 🔋

Instagram + ❤️ 💬³

 Raíz Café
Publicidad ⋮



Café latte

Matcha latte

 R A I Z

2x1
— Miércoles —

Bebidas calientes

❤️ 💬 📌 ⋮ 🔖

35,890 Me gusta

Raíz Café #MiércolesPromoRaíz. Porque tu lo pediste ahora los miércoles tenemos 2x1 en bebidas calientes

[Ver los 363 comentarios](#)

🏠 🔍 📺 🛒 👤

Pieza # 3

Post para mostrar el producto “Alfajores” para Instagram.



19:40 📶 📶 🔋

Instagram + ❤️ 🗨️³

 **Raíz Café**
Publicidad ⋮



deliciosos *Alfajores* 

❤️ 🗨️ 📌 •

35,890 Me gusta
Raíz Café Prueba nuestros deliciosos alfajores a solo Q10.00 c/u. Te esperamos! :)

Ver los 363 comentarios

Pieza # 4

Post mostrando el producto de bebida fría para llevar, con la frase “Refresca tu día” para Instagram.



19:40 📶 📶 🔋

Instagram + ❤️ 💬³

 Raíz Café
Publicidad ⋮



Refresca...
tu día!



+502 5699-2799
6ta calle poniente No.26 Antigua Guatemala.

❤️ 💬 📍 🔖

14,000 Me gusta

Raíz Café Refresca tu día, tu cuerpo te lo agradecerá
#TeChaiFrappé

[Ver los 363 comentarios](#)

🏠 🔍 📺 🛒 👤

Pieza # 5

Post mostrando el producto con un libro, con la frase “Felicidad es:

Una taza de café y un buen libro” para Instagram.



19:40 📶 📶 🔋

Instagram + ❤️ 💬³

 Raíz Café
Publicidad ⋮



Felicidad es:
= Una taza de café y un buen libro =

 RAÍZ

❤️ 💬 📌 • • 🔖

35,890 Me gusta

Raíz Café #FelicidadEs: Una taza de café Raíz y un buen libro y que mejor que en un espacio cómodo.

[Ver los 363 comentarios](#)

🏠 🔍 📺 🛒 👤

Pieza # 6

Post de “tardes perfectas” en la cafetería, para Instagram.



Tardes perfectas



RAÍZ
- CAFE -

 Café Raíz.

 raizcafegt

19:40 📶 📶 🔋

Instagram + ♡ 💬³

 Raíz Café
Publicidad ⋮



Tardes perfectas

 Café Raíz.
 raizcafegt


RAÍZ

♡ 💬 📌 🔖

10,000 Me gusta

Raíz Café Tardes perfectas en un ambiente cómodo y agradable, con el mejor café de La Antigua. :)

[Ver los 363 comentarios](#)

🏠 🔍 📺 🛒 👤

Pieza # 7

Post acerca de la bebida Matcha latte, para Instagram.



19:40 📶 📶 🔋

Instagram + ♡ 💬³

 Raíz Café
Publicidad ⋮



Matcha
Para el alma 

 R A I Z

♡ 💬 📌 🔖

12,000 Me gusta

Raíz Café Todos necesitamos un poco de matcha para el alma, Prueba nuestro matcha solo Q20,00

[Ver los 363 comentarios](#)

Pieza # 8

Post de “Coffee Time” con la bebida caliente para llevar y frase conceptual, para Instagram.



The image shows an Instagram post layout. On the left is a dark brown vertical bar with the RAIZ CAFE logo (a stylized leaf/cup icon) and the text "RAIZ CAFE". The main content is a photograph of a person's hands holding a white RAIZ coffee cup with a black lid on a wooden table. The person is wearing a white t-shirt with a teddy bear graphic. The text "COFFEE Time" is overlaid on the top left of the photo, with "COFFEE" in a bold, blocky font and "Time" in a cursive font. A hashtag "# Desprende sabor a la vida" is at the bottom right of the photo. Below the photo, there is a phone icon with the number "+502 5699-2799" and a location pin icon with the address "6ta calle poniente No.26 Antigua Guatemala."

RAIZ
CAFE

COFFEE
Time

Desprende sabor a la vida

+502 5699-2799

6ta calle poniente No.26 Antigua Guatemala.

19:40 📶 🔋

Instagram + ♡ 💬³

 Raíz Café
Publicidad ⋮



 R A I Z

 +502 5699-2799
 6ta calle poniente No.26 Antigua Guatemala.

♡ 💬 🚩 🔖

17,000 Me gusta

Raíz Café #HoraDelCafé De 4:00 a 5:00 pm Café Latte a soloQ10.00

[Ver los 363 comentarios](#)

🏠 🔍 📅 🛒 👤

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

La elaboración del material gráfico digital conlleva costos que permiten su producción, reproducción y distribución, por lo tanto, se efectúa un presupuesto en el que se establece el costo de los recursos económicos, técnicos y tecnológicos para respaldar económicamente el proyecto.

10.1 Plan de costos de elaboración

Para el proceso creativo y bocetos se trabajaron 3 días a la semana durante 4 semanas y 4 horas cada día, las horas están estimadas a un costo de Q25.00.

	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb
JULIO	19	20	21	22	23	24	25
	26	27	28	29	30	31	AGOSTO 1
					4 horas	4 horas	4 horas
	2	3	4	5	6	7	8
					4 horas	4 horas	4 horas
	9	10	11	12	13	14	15
					4 horas	4 horas	4 horas
	16	17	18	19	20	21	22
					4 horas	4 horas	4 horas
	23	24	25	26	27	28	29

COSTO DE ELABORACIÓN	
Total de semanas laboradas	4 semanas
Total de días laborados	12 días (3 días a la semana)
Total de horas laboradas	48 horas (4 horas al día)
Costo total de producción: 48 horas por Q25 cada hora	
Q 1200.00	

10.2 Plan de costos de producción

Para la realización de la digitalización se trabajó 1 día a la semana durante 2 semanas y 4 horas cada día, las horas están estimadas a un costo de Q25.00.

dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	OCTUBRE 1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

2 horas

2 horas

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Total de semanas laboradas	2 semanas
Total de días laborados	2 días (1 días a la semana)
Total de horas laboradas	4 horas (2 horas al día)
Costo total de producción: 4 horas por Q25 cada hora	
Q 100.00	

10.3 Plan de costos de reproducción

La reproducción del material gráfico digital no representa costo alguno, ya que se publicará en la red social Instagram y no requiere ningún costo adicional para publicarlo.



10.4 plan de costos de distribución

La distribución del material gráfico digital para ser publicado y distribuido en la red social Instagram requiere de un monto de Q100.00 por mes, para publicitar dos piezas cada mes; 1 cada 15 días. Tendrá un alcance de aproximadamente 10,000 personas.

COSTO DE DISTRIBUCIÓN

Monto total por cada 15 días	Q50.00
Monto total por mes	Q100.00
Total de alcance con personas	Aprox. 10,000 personas

Costo total de Distribución por mes: Q100.00

Q 100.00

10.5 Margen de utilidad

El porcentaje de margen de utilidad es del 20% sobre los costos de elaboración, costos de producción y costos de distribución.



10.6 IVA

El monto del impuesto sobre la renta se obtiene del 12% del plan de costos de elaboración, producción, distribución.

IVA	
Total del 12% de IVA	
Q 201.6	

10.7 Cuadro con resumen general de costos

A continuación se presenta el resumen general de costos, que incluye los costos de elaboración, producción, reproducción, distribución, margen de utilidad e IVA.

COSTO DE ELABORACIÓN	
Plan de costos de elaboración	Q1,200.00
Plan de costos de producción	Q100.00
Plan de costos de reproducción	Q0.00
Plan de costos de distribución	Q100.00
Subtotal	Q1,400.00
Margen de utilidad 20%	Q280.00
Subtotal	Q1,680.00
IVA	Q201.6
GRAN TOTAL: Q	Q1,881.6
Q 1,881.6	

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

En conclusión, se puede afirmar que sí fue posible diseñar material gráfico digital para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la Cafetería Café Raíz.

En este sentido, se considera que toda la información recopilada con el cliente, en relación a los productos y servicios que ofrece a sus clientes reales y potenciales, permitió fundamentar el contenido del diseño del sitio web de una forma viable y accesible.

En cuanto a lo abordado con anterioridad, se puede concluir también que la investigación relacionada con las tendencias del diseño para el material gráfico digital para la red social Instagram, fue de mucha utilidad para aplicarlas en el desarrollo de este proyecto.

Adicionalmente se puede observar que todas las fotografías tomadas, fueron fundamentales para diseñar el contenido del material gráfico digital para la red social Instagram y presentar así los productos y servicios que promueve y vende la cafetería Café Raíz.

11.2 Recomendaciones

Se recomienda que por lo menos 2 veces a la semana se publiquen piezas digitales en la red social Instagram, para que los clientes reales y potenciales conozcan más acerca de los productos, servicios de alimentación, el ambiente, promociones, etc, de la cafetería Café Raíz.

Se sugiere tomar fotografías de los baristas preparando la bebida, ya que es el quién transmite el sentimiento en la taza, para concluir con las fotografías y mostrar por completo los productos y servicios de la cafetería Café Raíz.

Es indispensable que, cuando tengan un nuevo producto o servicios de alimentación lo den a conocer por medio de fotografía o un video para que los clientes reales y potenciales puedan visualizarlo.

Se recomienda pagar pautas en la red social Instagram por lo menos 2 publicaciones al mes para promocionar el producto y servicio de alimentación de la cafetería Café Raíz.

Se sugiere que, cuando ya se hayan publicado las 8 piezas digitales del proyecto de graduación, sigan con la misma línea gráfica que se realizó, para que los clientes reales y potenciales vean unidad de diseño y encuentren coherencia con la línea gráfica anterior.

Se recomienda que el Imagotipo de la cafetería Café Raíz, en el texto que dice “Café” agrandarlo, ya que al colocar el imagotipo en las piezas digitales no es visible y legible la palabra “Café”.

Capítulo X11: Conocimiento general

Capítulo X11: Conocimiento general.

12.1 Demostración de conocimientos

Conocimiento General

Capítulo XII



SOFTWARES

Gracias a los cursos de Software, utilizando los programas de Adobe; Illustrator y Photoshop, me ha ayudado con el proceso de la edición de las fotografías y a diagramar las piezas gráficas digitales que se publicarán en la red social Instagram.



FOTOGRAFÍA

Los cursos de Fotografía me han ayudado a proyectar y capturar los productos de la cafetería Café Raíz, utilizando las reglas básicas, por medio del diafragma, la velocidad y el ISO.



VISUALIZACIÓN GRÁFICA

Los conocimientos adquiridos en los cursos de visualización gráfica me ha facilitado el proceso para crear los bocetos, las imágenes, y los esquemas para las piezas gráficas digitales.



DISEÑO PUBLICITARIO

El contenido del curso de Diseño Publicitario ha sido de utilidad para saber que tendencias acerca del diseño para Social Media se puede aplicar en la diagramación de las piezas gráficas digitales para la cafetería Raíz Café.

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias libros digitales

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las Teorías de la información y la comunicación*. Departamento de información y documentación Facultad de comunicación y documentación Universidad de Murcia.
- Coy, N. (sf). *La tipografía y sus características*. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/1m4R7P-f3_sFL_IWoBaOlt0oZMjLFoIur/view
- Estrada, J., Llamas, A., Santana, H., y Santana, L. (2012) *Dibujo Técnico I*. Culiacán, Sinaloa: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Gillam, R. (1970). *Fundamentos del diseño*. Buenos Aires Argentina: Editorial Víctor Leru
- López, E. (2009). *La profesión del Diseño*. Córdoba, España: Surgencia centro tecnológico Andaluz de diseño.
- Martínez, L., Ceceñas, P., Ontiveros, V. (2014). *Virtualidad, Ciberespacio y comunidades virtuales*. México: Red Durango de Investigadores Educativos, A. C.
- Martínez, M. (2012). *Psicología de la comunicación*. Recuperado de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30802/7/PsicologiaComunicaci%C3%B3nMartinez_M.pdf
- Merodio, J. (2010). *Marketing en Redes Sociales*. Recuperado de https://apatgn.org/c/document_library/get_file?uuid=1fbd3475-a083-4e55-a28b-657cf2030576&groupId=10198
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. : unión de editoriales Universitarias Españolas.
- Pawlik, J. (1996) *Teoría del color*. Paidós Iberica

Peña, J. (2010). *Color como herramienta para el diseño infantil*. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/1QRHYjENOGVTVUgZgHoWZhJUXKQ9QIwDo/view>

Por: Reimers Design (s.f). *Pequeño diccionario del diseñador*. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/170SH-VZBJoh8Wq5qnpd1wnqA2JFEb8vG/view>

Santos, D. V. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. México: Red Tercer Milenio S.C.

13.2 Referencias sitios web

Anónimo. (2020). *Instagram*. Wikipedia La enciclopedia libre [Versión electrónica]. Fundación Wikimedia, Inc., <https://es.wikipedia.org>

Bussarakampakom, C., Cabrera, O., Egea, J., Eguia, J., García, I., Gonzáles, Z., ...

Contreras, R. (2012). *El diseño: 7 visiones transversales*. Recuperado de <https://issuu.com/aprendizaje21/docs/vol1>

Bueno, R., Ramos, M., Berrelleza, C. (2018). *Elementos básicos de administración*.

México: Servicios Editoriales Once Ríos. Recuperado de <https://issuu.com/aprendizaje21/docs/vol1>

García, M. (2017) *La comunicación corporativa: Definición y claves de éxito*. [Mensaje en un blog]. Recuperado de

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

(2018). *Significado.com: Significado de Cualitativa*. Recuperado de

<https://significados.com>

(2015). *Significado.com: Significado de Cuantitativa*. Recuperado de

<https://significados.com>

(2017). *Significado.com: Significado de Encuesta*. Recuperado de

<https://significados.com>

Pérez, J., y Merino, M. (2009-2012). *Definición.de: Definición de barista*. Recuperado

de <https://definicion.de>

Pérez, J., y Merino, M. (2009-2012). *Definición.de: Definición de café*. Recuperado de

<https://definicion.de>

Pérez, J., y Merino, M. (2009-2012). *Definición.de: Definición de cafetería*.

Recuperado de <https://definicion.de>

Rodríguez, J. (2008). *Curso de fotografía digital*. Recuperado de

<http://www.thewebfoto.com/Thewebfoto-Curso-de-fotografia-digital.pdf>

13.3 Referencia de imagen

(2018). *Publicaciones Minimalistas*. Recuperada de <https://www.pinterest.com/>

Capítulo XIV: Anexos

Capítulo XIV: Anexos

Anexo A: Brief del cliente



BRIEF

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

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Dulce María Zavala Méndez.

No. de Carné: 17002459

Celular: 3013-8848

Email: dmzavala2@hotmail.com

Proyecto: Diseño de materiales gráficos digitales para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la Cafetería Café Raíz.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre de la cafetería: RAÍZ

Dirección: 6ta calle poniente #26 Antigua, Guatemala (local de esquina)

Email: luiszporras@gmail.com

Contacto: Luis Zamora

Celular: 5699-2799

Antecedentes: Somos una coffee inspirada en los aromas, colores y sabores del café, nosotros comenzamos en esta industria ya que somos amantes del café y del arte de los baristas, comenzamos esta idea en el 2017 con el fin de tener una variedad de café nacional de alta calidad y por supuesto servido de la mejor manera de la mano de baristas locales con una gran experiencia. Abrimos nuestras puertas el 18 de octubre de 2017, contamos con una gran variedad de bebidas frías como calientas

a base del mejor café de la región como de deliciosos paninis y smoothies

Misión: Llegar a Coffee shop y que pueda expandirse por toda la región sin perder nuestra esencia característica de poder servirle a nuestros amigos el mejor café de Guatemala.

Visión: Dar la experiencia de poder degustar el mejor café del mundo servido de la mejor manera posible cada día, con el fin de llegar a crear momentos felices de inspiración a nuestros clientes y amigos.

Servicios: Cuentan con una gran variedad de bebidas frías como calientes a base del mejor café de la región como de deliciosos paninis y smoothies.

Delimitación Geográfica: Centro de la Antigua Guatemala.

Grupo objetivo: Hombres y Mujeres entre 25 a 45 años de edad.

Principal beneficio al grupo objetivo: Dar a conocer la cafetería por medio de un material gráfico digital a través de la red social Instagram.

Competencia: Café Barista, Café Condesa, Bella Vista Coffee, &café.

Posicionamiento:

Factores de diferenciación:

Objetivo de mercadeo:

Objetivo de comunicación:

Mensajes claves a comunicar: Not just any coffee

Estrategia de comunicación:

Reto del diseño y trascendencia:

Materiales a realizar: Diseño de materiales gráficos digitales para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de

alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la Cafetería Café

Raíz.☒

Presupuesto: Q2,000.00

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Blanco y Negro

Tipografía: Arial

Forma: Una taza de café mas una raíz de una planta.

Logotipo:



Organigrama



Anexo B: Tabla de niveles socioeconómicos

Tabla Niveles Socio Económicos								
Actualización 2015								
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL B2	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 Q1.000.00
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 área 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 área de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, sala, estudio área de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baño, 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 ahoro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahoro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahoro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahoro, 1 TC local	1 cta Q ahoro, TC local	cta Q ahoro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuática, 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	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro		
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, computadora, internet porton eléctrico y 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 electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos 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: Detalles de las fotografías tomadas por Dulce María Zavala Méndez.



Camara: Nikon D5300
 Dimension: 6000x4000
 Color: RGB
 Velocidad: 1/60 seg
 Diafragma: F/4.8
 ISO: 560
 RAW



Camara: Nikon D5300
 Dimension: 6000x4000
 Color: RGB
 Velocidad: 1/100 seg
 Diafragma: F/5
 ISO: 400
 RAW



Camara: Nikon D5300
 Dimension: 6000x4000
 Color: RGB
 Velocidad: 1/250 seg
 Diafragma: F/8
 ISO: 400
 RAW



Camara: Nikon D5300
 Dimension: 4000x6000
 Color: RGB
 Velocidad: 1/4000 seg
 Diafragma: F/10
 ISO: 1000
 RAW



Camara: Nikon D5300
Dimension: 6000x4000
Color: RGB
Velocidad: 1/250 seg
Diafragma: F/8
ISO: 200
RAW



Camara: Nikon D5300
Dimension: 6000x4000
Color: RGB
Velocidad: 1/100 seg
Diafragma: F/5
ISO: 400
RAW



Camara: Nikon D5300
Dimension: 6000x4000
Color: RGB
Velocidad: 1/125 seg
Diafragma: F/5.6
ISO: 400
RAW



Camara: Nikon D5300
Dimension: 6000x4000
Color: RGB
Velocidad: 1/250 seg
Diafragma: F/8
ISO: 400
RAW

Anexo D: Encuesta de validación

Examen - Formularios de Google

docs.google.com

Encuesta de Validación



Encuesta de Validación

***Obligatorio**

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

Encuesta de Validación del proyecto

DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA ANUNCIAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL INSTAGRAM LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN QUE OFRECE A CLIENTES REALES Y POTENCIALES, LA CAFETERÍA RAÍZ. ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPEQUEZ, GUATEMALA 2021.

Antecedentes

La cafetería Raíz abrió sus puertas el 18 de octubre del año 2017 con el fin de tener una variedad de café nacional de alta calidad. Se identifican por ser una cafetería inspirada en los aromas, colores y sabores del café. Cuentan con una gran variedad de bebidas tanto frías como calientes a base del mejor café de la región y comidas como sándwiches y postres.

Examen - Formularios de Google

docs.google.com

Encuesta de Validación

Instrucciones:

Con la base a la información anterior, observe la propuesta de la guía y según su criterio profesional responda las siguientes preguntas de validación.

Grupo de encuesta *

Experto

Cliente

Grupo objetivo

Género *

Masculino

Femenino

Nombre *

Tu respuesta _____

Edad *

docs.google.com

Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

Edad *

Tu respuesta _____

Profesión

Tu respuesta _____

Puesto

Tu respuesta _____

años de experiencia en el mercado

Tu respuesta _____

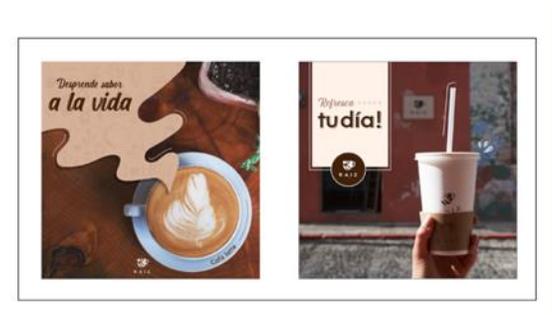
Parte Objetiva:



docs.google.com

Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación



Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

1. ¿Considera que es necesario elaborar el diseño de material gráfico digital para anunciar a través de la red social Instagram los productos y servicios de alimentación que ofrece a clientes reales y potenciales, la cafetería raiz, Antigua Guatemala? * 1 punto

SI

NO

2. ¿Considera útil investigar información acerca de las tendencias de diseño relacionado con publicidad digital en redes sociales? * 1 punto

NO

SI

3. ¿Considera necesario recopilar información de la cafetería Raiz sobre sus productos y servicios de alimentación para definir el contenido del material gráfico digital? *

SI

NO

Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

4. ¿Considera que sea necesario tomar fotografías a los productos y el ambiente para dar a conocer la cafetería Raiz? *

SI

NO

Parte Semiológica

5. ¿Considera que los colores que se utilizaron contribuyen a que relacione el material gráfico digital con la línea gráfica de la cafetería Raiz? *

Mucho

Poco

Nada

6. ¿Cree usted que el esquema de color es armonioso? *

armonioso

Poco armonioso

Nada armonioso

Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

7. ¿Considera que las fotografías utilizadas son? *

- Apropriadas
- Poco apropiadas
- Nada apropiadas

8. ¿Considera que las ilustraciones/fotos presentadas en las piezas mejoran el significado del texto? *

- Son adecuadas al texto
- No son adecuadas al texto

9. ¿Considera que el tamaño de las fotografías es? *

- Adecuado
- Poco adecuado
- Nada adecuado



Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

10. ¿Considera que los textos de las piezas contienen? *

- Mucha información
- Adecuada información
- Nada de información

11. ¿Cree que el tamaño de los textos y títulos es? *

- Grande
- Adecuado
- Pequeño

12. ¿Considera usted que la caligrafía "Cream cake" es? *

- Legible
- Poco legible
- nada legible



Examen - Formularios de Google

docs.google.com

Encuesta de Validación

13. ¿Cree usted que la diagramación de las piezas es? *

- Ordenada
- Poco ordenada
- Nada ordenada

14. ¿Considera usted que colocar el logotipo en todas las piezas da un sentimiento de? *

- Mucha pertenencia
- Pertenencia
- Poca pertenencia

Parte Operativa

15. ¿Considera que la frase conceptual del proyecto "Desprende sabor a la vida" es? *

- Innovadora
- Llamativa
- Creativa

Examen - Formularios de Google

docs.google.com

Encuesta de Validación

Encuesta de Validación

PIEZA 1



Café latte

Matcha latte

RAIZ

2x1
Miércoles

Bebidas calientes

docs.google.com

Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

16. ¿Cree usted que haya equilibrio entre la forma y el fondo de la pieza #1? *

Mucho

Poco

Nada

PIEZA 2



Desprende sabor
a la vida

RAIZ

Café latte

docs.google.com

Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

PIEZA 2



Desprende sabor
a la vida

RAIZ

Café latte

Examen - Formularios de Google

docs.google.com

Encuesta de Validación

Encuesta de Validación

17. ¿Considera que la combinación de las dos tipografías en la pieza #2 es? *

Muy de acuerdo

De acuerdo

En desacuerdo

18. ¿cree usted que se hace un buen uso del espacio disponible de la pieza #2? *

Muy de acuerdo

Poco de acuerdo

En desacuerdo

PIEZA 3



✎

Examen - Formularios de Google

docs.google.com

Encuesta de Validación

Encuesta de Validación

PIEZA 3



✎

docs.google.com

Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

19. ¿Cree usted que la tendencia de diseño "minimalismo" aplica en la pieza #3? *

Mucho

Poco

Nada

PIEZA 4



The advertisement for RAIZ coffee is presented in a clean, minimalist style. It features a white coffee cup with a brown sleeve and a white straw, set against a background of a red wall and a window. To the left of the cup is a sign with the text "Refresca... tudía!" and the RAIZ logo. The overall aesthetic is simple and modern, reflecting the "minimalismo" trend mentioned in the question.

docs.google.com

Examen - Formularios de Google

Encuesta de Validación

PIEZA 4



This is a duplicate of the advertisement shown in the first image. It features a white coffee cup with a brown sleeve and a white straw, set against a background of a red wall and a window. To the left of the cup is a sign with the text "Refresca... tudía!" and the RAIZ logo. The overall aesthetic is simple and modern, reflecting the "minimalismo" trend mentioned in the question.

docs.google.com

Examen - Formularios de Google Encuesta de Validación Encuesta de Validación



20. ¿Considera que el diseño de la pieza #4 está equilibrado? *

Equilibrado

Poco equilibrado

Nada equilibrado

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta. Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio: *

Tu respuesta

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad Galileo. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios

Anexo E: Respuesta de validación de los expertos

Guillermo García Letona M. Sc. 7 de octubre de 2020, 12:38 

Re: Encuesta de validación de proyecto de graduación DULCE ZAVALA
Para: Dulce María Zavala Méndez

Listo, saludos

[Ver más de Dulce María Zavala Méndez](#)

Lourdes Donis 28 de octubre de 2020, 10:55 

Re: Encuesta de validación de proyecto de graduación DULCE ZAVALA
Para: Dulce María Zavala Méndez

Listo, encuesta llena.

[Ver más de Dulce María Zavala Méndez](#)

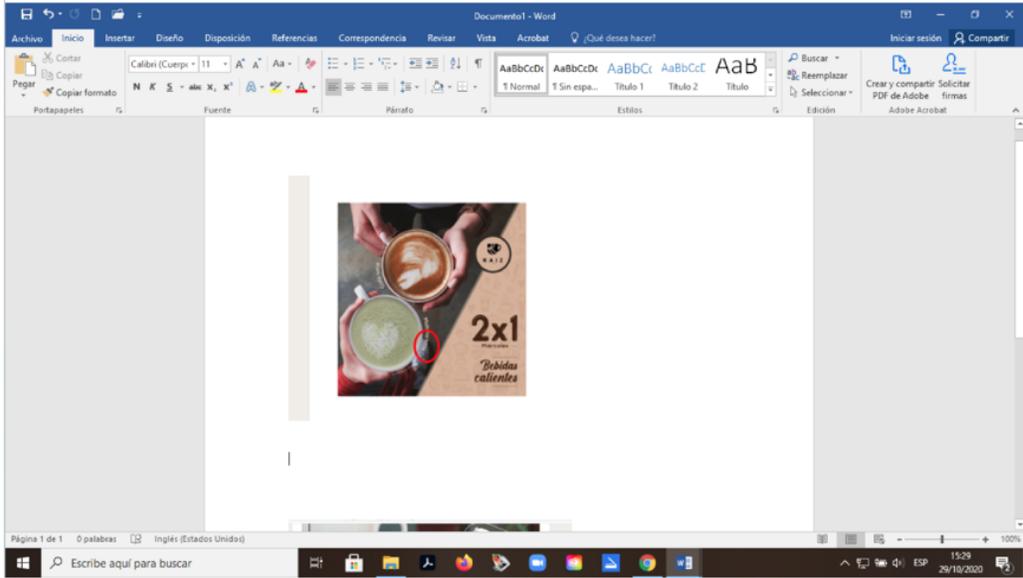
--
--
Saludos cordiales,

Lourdes L. Donis S., M.Sc.
www.about.mefourdesdonis

Wendy Franco  29 de octubre de 2020, 15:30

Re: Encuesta de validación de proyecto de graduación DULCE ZAVALA
Para: Dulce María Zavala Méndez

Disculpe la tardanza, a continuación mis comentarios:
los textos no son legibles



☆ **Carmen Andrea Aguilar Flores** 3 de noviembre de 2020, 19:12 

Re: ENCUESTA DE VALIDACION-DULCE ZAVALA
Para: Dulce María Zavala Méndez

Buenas noches,

Le comento que ya le envié su encuesta.
La pregunta No. 17 no está evaluando nada, por lo que no la respondí. Puede verificar que las respuestas dicen de acuerdo pero no dice con qué la pregunta.

Saludos,

Lic. Andrea Aguilar

[Ver más de Dulce María Zavala Méndez](#)

  **Charlie**
simplecharlie  

<https://forms.gle/g1zmTceCrC7E2tpLA>



Encuesta de Validación

* Required

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

Encuesta de Validación del proyecto
DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS DIGITALES PARA ANUNCIAR A TRAVÉS DE LA RED SOCIAL
INSTAGRAM LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN QUE OFERCE A CLIENTES REALES Y
POTENCIALES LA CAFETERÍA RAIZ, ANTIGUA GUATEMALA, SACATEPEQUEZ.

Encuesta de Validación
<https://forms.gle/g1zmTceCrC7E2tpLA>

Listo ya la llene! :)

Que cool esta tu proyecto! tus fotos estan geniales!

Anexo F: Fotografías de validación con el cliente



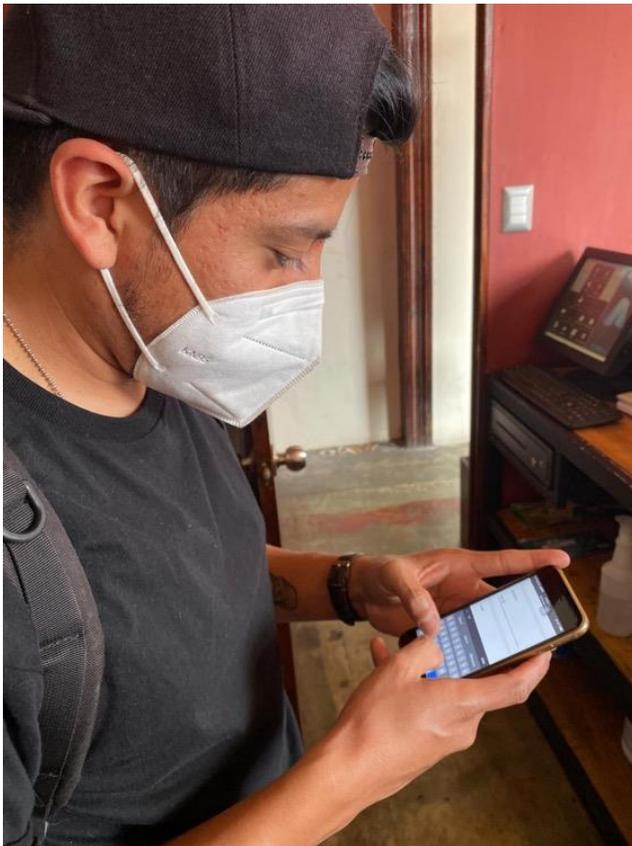
Directora general Giovanna Porras – 3 años de experiencia.



Administradora María José Sosa Licda. Nutrición – 3 años de experiencia.



Barista Leonardo – 4 años de experiencia.



Receptor Melvin Barillas, Lic. Administrador de Empresas – 6 años de experiencia.