

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD CIENCIAS

DE LA COMUNICACIÓN

DISEÑO DE CATALOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES
Y POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA DECORA

Y EVENTOS. Guatemala, Guatemala. 2016

PROYECTO DE GRADUACION

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Heydi Paola Gonzalez Samayoa

12002785

Para optar el título de

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRAFICO

Nueva Guatemala de la Asunción, 2015

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD GALILEO

RECTOR

DR. EDUARDO SUGER COFIÑO

VICERRECTOR ACADEMICO

DRA. MAYRA DE RAMIREZ

VICERRECTORA ADMINISTRATIVA

LIC. JEAN PAUL SUGER CASTILLO

SECRETARIO GENERAL

LIC. JORGE RETOLAZA

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

LIC. LEIZER KACHLER

VICE – DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

MsC. LIC. RUALDO ANZUETO

Guatemala 20 de abril del 2015

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de Proyecto de Graduación titulado:

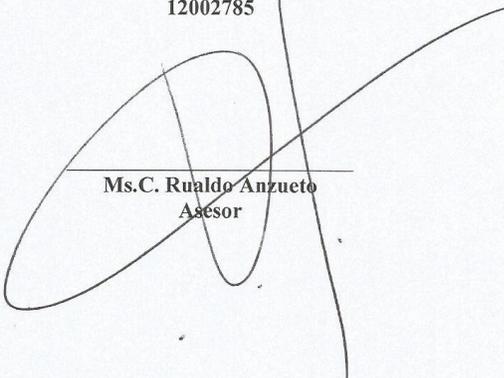
Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales de los productos y servicios de le empresa Decora y Eventos. Guatemala, Guatemala 2016.

Asimismo solicito que el Lic. Rualdo Anzueto Aguilar sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Heydi Paola González Samayoa
12002785



Ms. C. Rualdo Anzueto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de mayo del 2015

**Señorita
Heydi Paola González Samayoa
Presente**

Estimada Señorita González:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales de los productos y servicios de le empresa Decora y Eventos. Guatemala, Guatemala 2016.**

Asimismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 17 de febrero de 2016

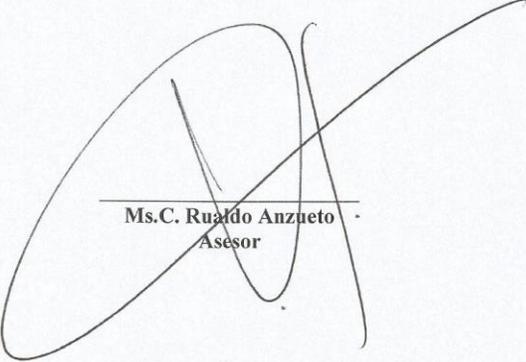
**Licenciado
Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el Proyecto de Graduación titulado: **Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales de los productos y servicios de le empresa Decora y Eventos. Guatemala, Guatemala 2016.** Presentado por la estudiante **Heydi Paola González Samayoa** con número de carné **12002782**, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms.C. Ruafdo Anzueto
Asesor



Guatemala, 08 de abril de 2016

**Señorita
Heydi Paola González Samayoa
Presente**

Estimada Señorita González:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

Ciudad de Guatemala, 14 de junio de 2016.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

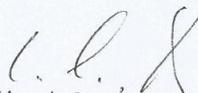
Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA DECORA Y EVENTOS.*** Guatemala, Guatemala 2016, de la estudiante Heydi Paola González Samayoa, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de junio del 2016

**Srita.
Heydi Paola González Samayoa
Presente**

Estimada Srita. González:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **Diseño de catálogo digital para dar a conocer a clientes reales y potenciales de los productos y servicios de la empresa Decora y Eventos. Guatemala, Guatemala 2016**. Presentado por la estudiante **Heydi Paola González Samayoa**, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

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

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico a DIOS, por darme una vida plena llena de privilegios, por ser mi centro de vida, por regalarme fuerza y levantarme cuando pensaba no poder más y demostrarme los milagros de la vida día con día y ser el punto de fuga de todos mis éxitos.

A mis abuelos, ejemplos de vida y mi admiración.

A mis padres, Carlos y Miriam, que me han hecho llegar hasta este punto de mi vida. Sin ellos no sería la persona que soy porque me ha brindado una vida plena, llena de felicidad y oportunidades; culminar esta meta de mi vida es gracias a esos dos seres que, día con día, se han esforzado en darme fuerza, ser mi punto focal para seguir adelante, ya que son grandes ejemplos para mí. Solo me queda agradecerles por tanto apoyo moral espiritual, emocional, profesional, económico y sentimental. Ser mi motor de vida.

A mis hermanos, Neto, Cristian, Vale y Misha, por ser ejemplo de crecimiento, humildad, valentía y esfuerzo. Esos seres que necesitas en tu vida para seguir adelante y ser una profesional de bien y éxito.

A mis cinco sobrinos, Meny, Sebas, Dany, Cami y Sara, por ser esa chispa de energía y por cambiar mis días de estrés por días de luz para seguir, por ser mis ángeles de ánimos y gracias a ellos querer ser una profesional ejemplo a seguir.

A mis compañeras Hermanas, Mafer y Mosha, por ser ese empujón en mi carrera que, proyecto con proyecto, estaban presentes para darme opiniones, ánimos y mejorar este proyecto “Trabajar con ellas ha sido un honor”.

A Luis García y Verónica de García, dueños de la empresa Decora y Eventos por tener la confianza en brindarme todo lo necesario para poder realizar este proyecto.

A mi asesor de tesis, Licenciado Rualdo Anzueto, por ayudarme, semana con semana, a lograr mi meta con este proyecto, por ser sincero y tener mucha paciencia a lo largo de la realización de este proyecto; por ser, más que un asesor, un buen amigo.

A la Universidad Galileo, por abrirme las puertas para lograr ser una profesional de bien y superarme como persona.

RESUMEN O SINOPSIS

Decora y Eventos se encuentra al servicio desde hace diez años brindando el más completo y el mejor en el área de servicio de banquetes y alimentos, organización de eventos. Es una empresa innovadora que ofrece llenar las expectativas para la realización de eventos, contar con personal capacitado, que brinde una atención especial, a nuestros clientes, voluntad de servicio y asegurar la optimización de todos los procesos necesarios para lograr excelencia de calidad de servicio en cada evento. Cuentan con paquetes completos, mobiliario, mantelería, cristalería, menús, banquete bufet, meseros, decoración, pasteles, discoteca móvil, grupo de música, carpas, toldos, fuentes de chocolate Candy station, fuentes de bebidas. De todo para eventos.

La problemática se basa en que la empresa no cuenta con una manera más amplia y rápida para mostrar los productos y servicios que la empresa brinda a sus clientes. Debido a que los clientes no podían acercarse a las reuniones en la sede por horarios o lugar ya que solo cuenta con una sede. Esto creaba confusión y desinformación hacia el grupo objetivo.

Por medio de la realización del presente catálogo digital, se dio a conocer de forma detallada con el fin de que los clientes supieran lo que se les ofrece sin tanta molestia de reuniones a cada cierto tiempo, disminuyéndolas por solo dos reuniones de entrada y de finalización.

La realización y creación de este catálogo fue sustentado mediante investigación tanto en el área de diseño gráfico y comunicación por medio de encuestas, para lo que fueron necesarias 12 encuestas incluyendo expertos, grupo objetivo y clientes. Es una empresa innovadora, que ofrece llenar las expectativas para la realización de eventos, contar con personal capacitado, que brinde una atención especial, a nuestros clientes, voluntad de

servicio y asegurar la optimización de todos los procesos necesarios para lograr una excelencia de calidad de servicio en cada evento.

ÍNDICE

Capítulo I:

1.1 Introducción.

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.

2.3 Justificación.

2.3.1 Magnitud.

2.3.2 Vulnerabilidad.

2.3.3 Trascendencia.

2.3.4 Factibilidad

2.3.4.1 Recursos Humanos.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales.

2.3.4.3 Recursos Económicos.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.

Capítulo III: Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo general.

3.2 Objetivos específicos.

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1 Información general del cliente.

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

5.1 Perfil geográfico.

5.2 Perfil demográfico.

5.3 Perfil Psicografico.

5.4 Perfil conductual

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuestas preliminares.

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.

7.2 Conceptualización.

7.2.1 Método.

7.2.2 Definición del concepto.

7.3 Bocetaje.

7.4 Propuesta preliminar.

Capítulo VIII: Validación técnica

8.1 Población y muestreo.

8.2 Método e Instrumentos.

8.3 Resultados e interpretación de resultados.

8.4 Cambios en base a resultados.

Capítulo IX: Propuesta gráfica final.

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

10.1 Plan de costos de elaboración.

10.2 Plan de costos de producción.

10.3 Plan de costos de reproducción.

10.4 Plan de costos de distribución.

10.5 Cuadro resumen.

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones.

11.2 Recomendaciones.

Capítulo XII: Conocimiento general.

Capítulo XIII: Referencias.

Capítulo XVI: Anexos

Capítulo I:

1.1 Introducción

El método de comunicación que utilizaba la empresa Decora y Eventos para dar a conocer sus productos y servicios a los clientes, eran citas en su local, llamadas telefónicas o mensajes de texto con fotografías. Aunque esto funcionaba, ha causado disgustos y malos entendidos entre la empresa y los clientes.

Por lo tanto, se ha podido establecer que para una mejor comunicación es necesaria una herramienta de comunicación para presentar sus productos y servicios por medio de fotografías y descripciones que pueden enviarse por medio de una plataforma web, correo electrónico, aplicaciones de comunicación como WhatsApp o Facebook o donde se permita una comunicación ágil, factible y directa.

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto:

La empresa Decora y eventos cuenta con una oficina situada en la ciudad capital. Desde el año 2011 se caracteriza por su creatividad, eficiencia e innovación ante cualquier evento. Decora y Eventos se distingue por la variedad de eventos con los que cuentan, entre ellos están realización de bodas, quince años, baby shower, cumpleaños, despedidas de soltera, fiestas sorpresa, reuniones familiares, convivios y eventos corporativos. Los servicios con los que Decora y Eventos cuenta son servicio de banquetes, pedrería, sillas, mesas, decoración de salón, música DJ, entretenimiento, animación, Candy bar, mesa de chocolate, pasteles. Todo esto con la temática que el cliente desee.

La empresa no cuenta con el material necesario que contribuya a dar a conocer sus productos y servicios a clientes reales y potenciales.

El diseño de un material digital podrá dar a conocer a clientes reales y potenciales los productos y servicios de la empresa Decora y Eventos.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Decora y Evento no cuenta con un catálogo digital para dar a conocer sus productos y servicios a clientes reales y potenciales.

2.3 Justificación

Es admisible que se coloque literalmente el siguiente párrafo. Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador-, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b)

trascendencia; c) vulnerabilidad; d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables.

2.3.1. Magnitud

La empresa ofrece sus servicios a nivel capital que es el más fuerte en optar por sus servicios junto con Antigua Guatemala; en el área departamental se encuentran Chimaltenango, Santo Domingo Xenacoj, Escuintla y Mazatenango.

Decora y Eventos tiende a estar activa cada fin de semana. En el año tiene 52 fines de semana del 100%; Decora y Evento se mantiene activo 93%, del 93% el 45% son bodas, 25% son quince años 15% eventos corporativos y 5% baby showers.

República de Guatemala	15.3 Millones de Personas
Ciudad Capital de Guatemala	5 Millones de Personas
Empresas Decoradoras de Eventos en Guatemala	250 empresas y entre ellas 89 mini empresas
Empresas Decoradoras de Eventos en Ciudad Capital	175 empresas

2.3.2 Vulnerabilidad

No contar con un catálogo digital afecta a los clientes lejanos, ya que Decora y Eventos no cuenta con sedes en lugares departamentales y no se les puede exigir a los clientes llegar a oficinas. Esto afecta en el incremento de clientes, ya que no se puede explicar de una forma amplia los servicios y promociones que se tienen en la empresa.

2.3.3. Trascendencia

Al crear la realización de un catálogo digital, se pretende una mejor imagen a la empresa y al cliente, ya que se podrá tener mejor comunicación con el cliente que se encuentra lejos de la capital dando a conocer la variedad de los servicios que Decora y Eventos presta a sus clientes, y así tener la contratación y mejor relación con los clientes establecidos.

2.3.4. Factibilidad

Este proyecto es factible, ya que cuenta con los siguientes:

2.3.4.1 Recursos Humanos:

Decora y Eventos cuenta con el factor humano capacitado, con la experiencia y el conocimiento para la realización del proyecto. Entre ellos están: Diseñador gráfico, coordinadores, fotógrafo profesional, editor, administrativo, los que la empresa posee.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales:

Decora y Eventos maneja con un equipo de ejecutivos quienes estarán a cargo de la administración.

2.3.4.3 Recursos Económicos:

Decora y Eventos tienen la disponibilidad y los recursos para financiar los gastos para el desarrollo del proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:

Decora y Eventos cuenta con el equipo y programas necesarios para la planeación, elaboración, producción y distribución del resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar un catálogo digital para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios que ofrece la empresa Decora y Eventos.

3.2 Objetivos específicos

- Investigar términos o conceptos acerca de catálogos digitales en diferentes sitios web, que ayuden a tomar decisiones para el desarrollo del proyecto final.
- Recopilar Información acerca de los servicios que brinda el personal de Decora y Eventos al acordar reuniones con el gerente de la empresa para la realización catálogo digital.
- Diagramar los diferentes servicios en imágenes a través del catálogo que satisfaga los requerimientos necesarios, para presentar a detalle todos los servicios de la empresa.
- Fotografiar eventos y servicios que se realicen durante el tiempo del proyecto final, para incluir en el contenido catálogo digital.

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del Cliente

Decora y Eventos

Dirección: 9ª Avenida 4-56 zona 1, Guatemala.

Teléfono: 4257-0361

Facebook: Dulces Momentos

Twitter: @DMorganizacion

Hotel camino de Santiago en la entrada a la antigua

- Quienes Somos

Eventos y banquetes Decora y Eventos, somos una empresa con diez años de experiencia, en el área de servicio de banquetes y alimentos, organización de eventos.

Contamos con paquetes completos, mobiliario, mantelería, cristalería, menús, banquete bufet, meseros, decoración, pasteles, discoteca móvil, grupo de música, carpas, toldos, fuentes de chocolate Candy station, fuentes de bebidas. De todo para su evento.

- Misión

Ser una empresa innovadora, que ofrezca llenar las expectativas, para la realización de eventos, contar con personal capacitado, que brinde una atención especial, a nuestros clientes, voluntad de servicio y asegurar la optimización de todos los procesos necesarios para lograr una excelencia de calidad de servicio en cada evento.

- Visión

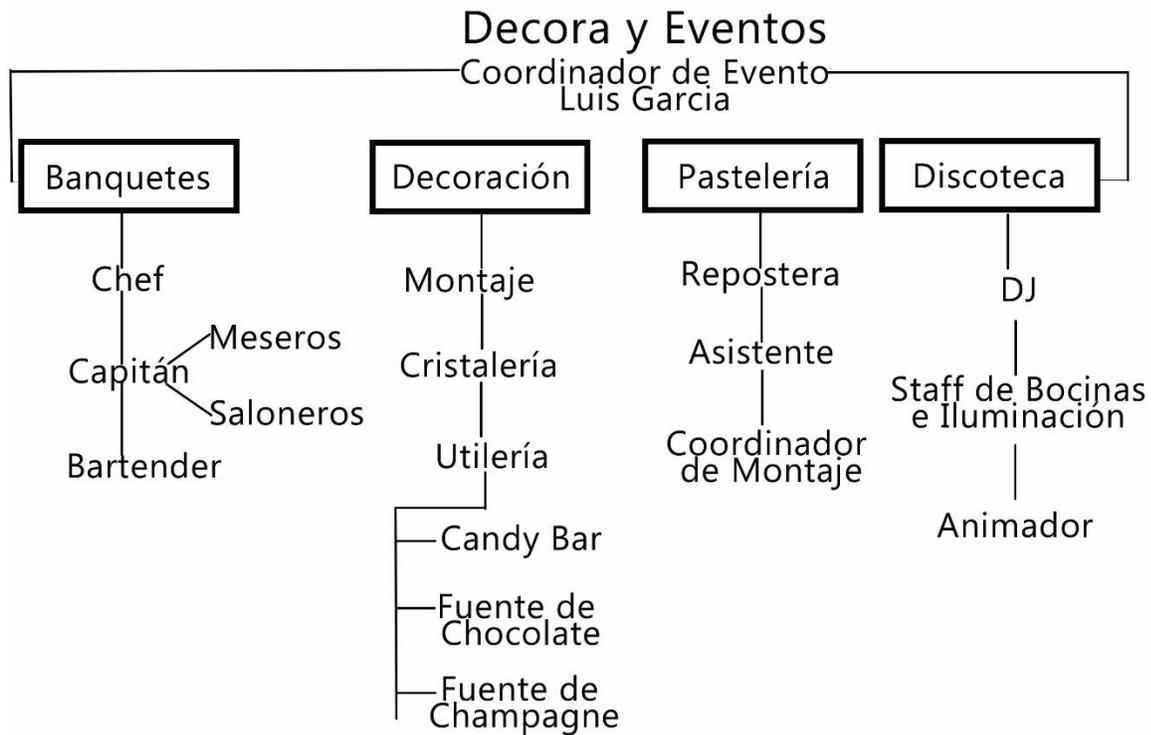
Ser una empresa que alcance la imaginación por el buen gusto, estar a la vanguardia, crear, innovar ambientes con la más alta selección y calidad, armonía en sabores, decoraciones, colores y montajes. Marcando una tendencia de calidad, a excelente precio.

Logotipo Decora y Eventos



Imagen muestra el logotipo real de la empresa.

Organigrama



La imagen muestra el desglose de cómo se manejan los servicios que brinda Decora y Eventos.

FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Decora y Eventos ofrece servicios de planificación y organización los 365 días del año.• Decora y Eventos no tiene límites en lugares de planificación y organización.• La ubicación de la sede es accesible.	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• La publicidad de la empresa no es actual.• La publicidad no es clara en cuanto a precios.• No poder darse a conocer ampliamente.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Participación en bazares y expos.• Realización de eventos para dar a promocionar la empresa.• Extensión de sucursales	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Innovación de la competencia en cuanto a productos y diseño.• No contar con sedes cerca de clientes fuera de la capital.• No contar con redes sociales así mismo perder clientes potenciales.

Capítulo V: Definición de Grupo Objetivo

5.1 Perfil Geográfico:

Ciudad de Guatemala, 9 avenida 4-56 zona1 municipio de Guatemala ciudad capital. Tiene una extensión de 228 kilómetros cuadrados, aproximadamente. Cuenta con una ciudad, siete aldeas y 20 caseríos (Diccionario Municipal de Guatemala, 2001. Se encuentra situado en el altiplano central, rodeado de 18 cerros y 2 barrancos. Es irrigado por 36 ríos y dos riachuelos, y en su territorio está la Laguna El Naranjo (Diccionario Municipal de Guatemala, 2001). Su clima es templado. Cuenta con 5, 456,185 de habitantes.

5.2 Perfil Demográfico:

CARACTERÍSTICAS	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,
DESEMPEÑO	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente
INGRESO	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos
OTRAS PROPIEDADES	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias	
PERSONAL DE SERVICIOS	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal
POSESIONES	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
BIENES DE COMODIDAD	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local

Tabla de nivel socioeconómico que representa las distintas pertenencias que se tienen es el grupo objetivo B, C+, C y con esto podemos llegar a los ingresos que tienen nuestros clientes.

Debido a que los servicios de Decora y Eventos se realizan en el departamento de Guatemala y cercanos a él el perfil demográfico se realizará en base a los eventos más solicitados:

Parejas de 20 a 45 años de edad, sexo masculino y femenino, son parejas que laboren los dos en puestos altos y medios dentro de empresas reconocidas o bien estructuradas. Sus ocupaciones pueden ser gerentes generales, encargados de área, trabajadores exitosos en su área. Con nacionalidad guatemalteca y extranjera, oscilan entre el nivel B, C y C+ con ingresos familiares superiores 20 mil quetzales, el nivel educativo de los clientes son títulos universitarios y con otros títulos avanzados.

5.3 Perfil Psicografico:

Entre los hobbies que se denotan en los clientes de Decora y Evento se tienen ser miembros de clubs, los hijos están involucrados en actividades recreativas, realizan compras. Frecuentemente viajan dentro y fuera de Guatemala, tienen actividades sociales y familiares. En las actividades que realizan los clientes es estar actualizados con la tecnología y con noticias, realizan viajes de negocios, citas con clientes, actividades religiosas, deportivas y recreativas. Las costumbres, son pertenecer a clubes sociales, asisten a la iglesia y a reuniones sociales.

5.4 Perfil Conductual:

Las características que presentan los clientes respecto de la empresa son:

Entusiastas puesto que presentan ciertas emociones a la hora de contactar los servicios ya que son momentos especiales los que ellos buscan en la experiencia de los eventos.

Críticos dados que se buscan que todos los detalles que se les ofrecen queden en total perfección.

Exigentes puesto que los clientes saben lo que quieren y buscan plasmar lo que piensan.

Minuciosos en cuanto a detalles, quieren que todo quede como ellos dicen y buscan que se les brinde lo que Decora y Eventos ofrece, un servicio con total control y perfección.

Interés en los servicios más relevantes en cuanto a innovación debido a que es lo primero que buscan en cada evento tener lo innovador y lo de moda para impactar en él.

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Eventos

El termino evento proviene del latín eventos y, de acuerdo al diccionario de la real academia española, tiene tres grandes usos. En varios países latinoamericanos, un evento es un suceso de importancia que se encuentra programado.

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de / <http://definicion.de/evento/>

6.1.2 Banquetes

Se conoce bajo el título de banquete a aquellas celebraciones en las cuales la comida (en abundancia) es el centro de atención. Un banquete es una reunión alrededor de grandes cantidades de comida de todo tipo y color, incluyendo desde las entradas hasta los postres.

2007-2016 <http://www.definicionabc.com/general/banquete.php>

6.1.3 Alimentos

Es aquello que los seres vivos comen y bebe para su subsistencia. El término procede del latín alimentum y permite nombrar a cada una de las sustancias solidas o liquidas que nutren a los seres humanos, las plantas o los animales.

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de/ Gestionado con WordPress/

<http://definicion.de/alimento/>

6.1.4 Organización de Eventos

Es el proceso de diseño, planificación, y producción de congresos u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales pueden tener diferentes finalidades.

Wikipedia® es una marca registrada de la Fundación Wikimedia, Inc/ Wikipedia® es una marca registrada de la Fundación Wikimedia, Inc

6.1.5 Mantelería

Es el juego de manteles servilletas que se utilizan en la mesa. Está compuesta por una serie de elementos textiles que se emplean durante el acto de las comidas. Básicamente se compone por el mantel y las servilletas aunque también podrían incluir el muletón que se coloca bajo el mantel para proteger la mesa de los golpes y las altas temperaturas. La principal función del mantel es la de proteger la mesa de manchas y humedades producidas durante la comida. Las servilletas se utilizan para limpiarse o secarse la boca y las manos.

Wikipedia® es una marca registrada de la Fundación Wikimedia, Inc/

<https://es.wikipedia.org/wiki/Manteler%C3%ADa>

6.1.6 Cristalería

Conjunto de piezas, vasos, copas que se utilizan para el uso en la mesa para servir y beber líquidos.

© 2016 Prezi Inc. <https://prezi.com/nicweykpa-w5/cristaleria/> b

6.1.7 Menús

Procede del francés menú, es un término con varios usos de acuerdo al contexto. Puede tratarse del conjunto de los platos que constituyen una comida (desayuno, almuerzo,

merienda o cena). El menú también puede ser la carta donde se indican las comidas, los postres y las bebidas disponibles en un restaurante o en un establecimiento similar.

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de <http://definicion.de/menu-2/>

6.1.8 Decoración

El termino decoración cuyo origen proviene del latín decoración, se refiere a la tarea de decorar. Este verbo, por su parte, está vinculado a embellecer o adornar algo. Por otra parte puede nombrar a lo que decora, a las cosas que se utilizan para adornar y al arte que se especializa en cómo combinar adornos y otros objetos de ornamentación.

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de <http://definicion.de/decoracion/>

6.1.9 Pastelería

Se refiere al establecimiento donde se producen o se comercializan distintos tipos de alimentos dulces, como pasteles, tortas, tartas, facturas y otros. Muchos son los tipos de pasteles que se realizan dentro de las pastelerías y por profesionales. No obstante hay algunos que se han convertido en imprescindibles de todos estos establecimientos.

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de <http://definicion.de/pasteleria/>

6.1.1.1 Servicios

El mismo hace referencia a la acción servir, sin embargo este concepto tiene múltiples acepciones desde la materia en que sea tratada. Son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes.

© 2015 - concepto.de <http://concepto.de/servicio/>

6.1.1.2 Bodas

Ceremonia religiosa o civil a través de la cual los seres humanos celebramos el comiendo del matrimonio. La boda formaliza la unión entre dos personas ante una autoridad externa, la cual reglamentara y regulara el procedimiento y también generara compromisos contractuales entre las dos partes que suscriben la misma. La ceremonia de la boda está compuesta de varias partes. La más importante es la presentación; ante la autoridad que la celebra, ya sea un sacerdote, en la boda religiosa o un juez en la boda civil, la manifestación de los novios por contraer la relación contractual, intercambio de alianzas y de los votos nupciales.

2007-2016 definicionabc - <http://www.definicionabc.com/social/boda.php>

6.1.1.3 Quince Años

Uno de los eventos sociales de América, es la celebración de aniversario número de 15 de las novenas mujeres integrantes de cada familia, para ello se realiza una misa de Tedeum (agradecimiento) y un banquete con la mayor fastuosidad posible que culmina en un baile; este evento está cargado de simbolismos sociales y emocionales.

FundaciónWikimedia,Inc.https://es.wikipedia.org/wiki/Fiesta_de_quince_a%C3%B1os_en_M%C3%A9xico

6.1.1.4 Bautizos

El primero de los sacramentos del cristianismo recibe el nombre de bautismo, A través de él, se concede el carácter cristiana a una persona. El verbo bautizar deriva de un vocablo griego que tiene el significado de sumergir y aunque hace referencia directamente al primer

ritual iniciático del cristianismo también se utiliza para referirse a cualquier rito de iniciación independiente de la religión en la que se realice.

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de <http://definicion.de/bautismo/>

6.1.1.5 Despedidas de Soltero o Despedidas de soltera

Es una fiesta que organizan los amigos para alguien que está a punto de contraer matrimonio. Tiene como objetivo celebrar la última gran fiesta antes de casarse. Generalmente durante la misma se cometerán algunos excesos, teóricamente vetados en el ámbito del matrimonio. Las despedidas de soltero se realizan tradicionalmente entre miembros de un mismo sexo, y se organizan separadamente la del novio (por sus amigos) y las de la novia (por sus amigas), aunque también se dan despedidas mixtas.

Fundación Wikimedia, Inc., https://es.wikipedia.org/wiki/Despedida_de_soltero

6.1.1.6 Eventos Corporativos

En el ámbito empresarial, los eventos sirven para presentar o potenciar determinados productos, servicios e incluso la marca. El evento permite realizar un acercamiento con los potenciales o actuales clientes facilitando lo que en marketing se llama, los objetivos de fidelización frente a los competidores del segmento. Los eventos corporativos pueden ayudar a alcanzar determinados objetivos de negocio tales como dar a conocer nuevos productos, servicios, branding de marca, motivación del personal, mejorar el rendimiento laboral, incentivar la fuerza de ventas, conmemorar aniversarios, entre los principales.

<https://eventosenpunto.wordpress.com/2012/10/10/tipos-de-eventos-corporativos/>

6.1.1.7 Baby Shower

Es una forma de celebrar el futuro o reciente nacimiento de un bebé presentando regalos a los padres en una fiesta. En los países hispanohablantes se denominan baby shower o fiesta premamá o prepapa. A menudo se supone que quiere decir que la mujer embarazada es “bañada” en regalos. La parecida costumbre de la Despedida de Soltera puede que derive su nombre de la costumbre en la época victoriana de poner los regalos en una sobrialla, que al abrirse “bañaría” a la futura novia con regalos.

Fundación Wikimedia, Inc. https://es.wikipedia.org/wiki/Baby_shower

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1 Comunicación

Es uno de los procesos más importantes y complejos que lleva a cabo el ser humano. Por ello es importante tomar conciencia y asumir el control de lo que comunicamos para ser eficientes y obtener el máximo de las personas y las situaciones. Se estima que más de un 60% de nuestras actividades diarias involucran alguna forma de comunicación. Héctor Maldonado Wilman en su libro Manual de comunicación oral nos indica que la comunicación es el proceso para la transferencia de mensajes, ideas o emociones mediante signos comunes entre emisor y receptor, con una reacción o efecto determinado.

<https://prezi.com/wxs4wfj3zok1/instituto-tecnologico-superior/>

6.2.1.2 Comunicación Persuasiva

La persuasión es una forma de comunicación social que se basa en el convencimiento que se ejerce desde un emisor a un receptor. La persuasión puede lograrse de muy diversas maneras aunque en la mayoría de los casos el lenguaje oral o escrito es principal elemento para convencer ya que se pueden presentar diferentes teorías e ideas persuasivas. Se considera que la persuasión es exitosa cuando la persona acepta lo que el otro individuo ha transmitido, significando esto que tome una posición completamente nueva o que directamente cambie la que ya tenía al respecto de determinado asunto. Para que el fenómeno de la persuasión se pueda establecer, quien lo lleva a cabo debe establecer algún tipo de confianza con la persona a persuadir. A veces, y dependiendo del tipo de comunicación que se establezca, la persuasión puede ser más o menos duradera, llegando en algunos casos a cambiar y transformar de manera completa la personalidad o el carácter de alguien.

2007 – 2016 definicionabc <http://www.definicionabc.com/comunicacion/persuasion.php>

6.2.1.3 Comunicación Gráfica

La comunicación gráfica y las ilustraciones son complemento para la comunicación de tipo verbal, se refiere a los apoyos gráficos que se utilizan tanto para apoyar un mensaje como para transmitir una idea completa. Las organizaciones utilizan diagramas de avance, mapas, logotipos, iconos y otro tipo de gráficos para complementar la actividad de comunicación. Es importante combinar las ilustraciones con palabras bien seleccionadas para lograr el éxito de la comunicación. De igual manera, las fotografías, pinturas y similares obras de arte tienen una función de comunicar por si mismas, por medio de la imagen que transmiten.

http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido_tiposcom.htm

6.2.1.4 Comunicación Corporativa

Tiene como tarea aumentar el valor de las compañías. Para tal fin entran a tallar dos tipos de comunicación: la comunicación interna y la comunicación externa. La primera consiste en estrategias de comunicación abocadas a optimizar el funcionamiento interno de la organización, como son las relaciones entre todos los miembros que la constituyen; promover el trato horizontal entre jefes y subordinados; clarificar las instructivas, órdenes, indicaciones y demás que estén abocadas al cumplimiento de las metas y objetivos institucionales, es decir, coadyuvar a la perfecta decodificación de las disposiciones emanadas desde la punta piramidal hasta la base misma. La segunda gravita en ofrecer información estratégicamente planeada al ámbito externo de la organización en donde ésta se desenvuelve; información que tiene por objetivo posicionar a la institución en un sitial privilegiado dentro del rubro en donde ésta se despliega y desarrolla, enmarcando así su imagen en un halo positivo que implique ventaja comparativa.

<http://cdiserver.mba->

sil.edu.pe/mbapage/BoletinesElectronicos/Medio%20Empresarial/6%20n57%20may.04/comunidad_corporativa.htm

6.2.1.5 Comunicación Informativa

Es el tipo de comunicación que se define como la manera de decir algo para enterar a una o varias personas para que tengan noción sobre un tema o noticia explícita de manera que estén informados sobre un suceso o algún tema, ya sea bibliográfico, científico o de otra índole.

Fundación Wikimedia, Inc

https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_informativa

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño Grafico

Es una actividad que se propone comunicar mensajes de forma visual, su origen tiene que ver más que nada con la sociedad industrial y la necesidad de resolver problemas comunicativos, ya sean de difusión (propaganda/publicidad), funcionales (señalética), culturales (libros, revistas), etc. En el mundo moderno, vale hacer énfasis en que el diseño gráfico constituye en realidad toda una profesión, cuyos fundamentos radican en la concepción y puesta en marcha de herramientas visuales de comunicación. Aunque la tarea primordial de estos nóveles profesionales suele abocarse a la elaboración de mensajes puntuales dirigidos a determinadas comunidades o grupos sociales, el crecimiento actual de las estrategias de propaganda ha dado lugar a que las creaciones de los diseñadores logren difundirse entre todos los estratos de la sociedad.

<https://sites.google.com/site/disenograficoenlacom/home/modulo-i>

6.2.2.2 Diseño Digital

El diseño digital es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Esta es la actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos.

Fundación Wikimedia, Inc https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico

6.2.2.3 Diseño Web

Es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web. No es simplemente una aplicación de diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta la navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen, enlaces y video.

La unión de un buen diseño con una jerarquía bien elaborada de contenidos, aumenta la eficiencia de la web como canal de comunicación e intercambio de datos, que brinda posibilidades como el contacto directo entre el productor y el consumidor de contenidos.

El diseño web ha visto amplia aplicación en los sectores comerciales de Internet especialmente en la World Wide Web. A menudo la web se utiliza como medio de expresión plástica en sí. Artistas y creadores hacen de las páginas en Internet un medio más para ofrecer sus producciones y utilizarlas como un canal más de difusión de su obra.

Fundacion Wikimedia, Ink https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_web

6.2.2.4 Diseño Editorial

Es la rama del diseño gráfico dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos, libros o arte de tapa en discos. El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos. El profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseño de tapas, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos su creación resalte en cuestión de segundos. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial se tiene que seguir un orden de reglas para la ejecución del trabajo.

Fundacion Wikimedia Ink https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias

6.3.1.1 Semiología

Es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social.. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos. Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de <http://definicion.de/semiologia/>

6.3.1.2 Semiología de la imagen

Es una rama de la semiología que trata sobre el estudio o interpretación de las imágenes, objetos e incluso gestos y expresiones corporales, para comprender o acoger una idea de lo que se está visualizando puede ser un sistema de captación y registro de la realidad y como modo de autoexpresión o de arte.

Plantilla Awesome Inc.. <http://prografic.blogspot.com/2015/02/produccion-grafica.html>

6.3.1.3 Semiología de la comunicación

El estudio de los signos es indispensable para nuestra comunicación, nuestra necesidad de expresión e interpretación de los complejos mensajes de nuestro entorno, vivimos en un mundo de signos, por ello la Semiología es fundamental para establecer la

diferencia entre términos que se usan indistintamente como signo, índice, icono, símbolo, señal.

Copyright 2015 Comunicadores.org <http://www.comunicadores.org/2012/11/persuasion-publicitaria/>

6.3.1.4 Semiología del discurso

Los discursos ofrecen a través de los medios de comunicación de masas ciertas premisas de aplicación para ser convertidas en acciones y en configuraciones de la realidad. Podríamos decir además que los discursos son un amplio depósito de conocimiento desarrollado por el hombre y que son transmitidos de persona a persona y son intercambios de culturas y cada uno encierra contenidos de interés sociocultural.

<http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsiberprome/blanquez.pdf>

6.3.1.5 Psicología

Es el estudio científico de los procesos mentales y del comportamiento de los seres humanos y sus interacciones con el ambiente físico y social. La palabra proviene del griego psico o psyché, que significa alma, psique o actividad mental, y logia, que significa estudio o tratado, por tanto, psicología significa estudio o tratado del alma. La psicología busca describir sensaciones, emociones, pensamientos, percepciones y otros estados motivadores de la conducta humana. Gran parte de las investigaciones en psicología se llevan a cabo a través del método de la observación, siendo la observación sistemática, delimitada por las condiciones de lo que se pretende observar, la más utilizada. En algunos casos, la observación es ocasional, es decir, no sigue un plan preestablecido.

© 2013-2016 7G <http://www.significados.com/psicologia/>

6.3.1.6 Psicología del color

Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y el arte publicitario. Si bien la psicología del color tuvo incidencia en la psicología humana desde tiempos remotos, circunstancia que se expresaba y sintetizaba simbólicamente.

Entre muchos ejemplos, en la antigua China los puntos cardinales eran representados por los colores azul, rojo, blanco y negro, reservando el amarillo para el centro. De igual forma, los mayas de América central relacionaban Este, Sur, Oeste y Norte con los colores rojo, amarillo, negro y blanco respectivamente.

En Europa los alquimistas relacionaban los colores con características de los materiales que utilizaban, por ejemplo rojo para el azufre, blanco para el mercurio y verde para ácidos o disolventes. Uno de los primeros estudiosos que analizó las propiedades del color fue Aristóteles, que describió los “colores básicos” relacionados con la tierra, el agua, el cielo y el fuego.

Fundacion Wikimedia. Ing https://es.wikipedia.org/wiki/Psicolog%C3%ADa_del_color

6.3.1.7 Psicología del consumidor

Es la disciplina que estudia el comportamiento del consumidor y los aspectos que influyen en la decisión del consumidor ya que este se rige por medio de procesos mentales preestablecidos, a través de tres aspectos que son:

- 1) Los grupos de referencia primarios: la familia, de la cual, el individuo aprende en primera instancia las pautas de comportamiento y los amigos más íntimos.
- 2) Los grupos secundarios: amistades y los centros escolares, es decir, el contacto con grupos diferentes que amplían o limitan el desarrollo, conocimiento y expectativas del individuo en un grupo social.
- 3) Los grupos terciarios: medios de comunicación y líderes de opinión que marcan de alguna manera las pautas y expectativas sociales a seguir, dentro de un contexto cronológico o temporal.

Blog de WordPress.com. <https://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/>

6.3.1.8 Antropología

Ciencia que se encarga de estudiar la realidad del ser humano a través de un enfoque holístico (en el que el todo determina el comportamiento de las partes) recibe el nombre de antropología. El término tiene origen en el idioma griego y proviene de *anthropos* (“hombre” o “humano”) y *logos* (“conocimiento”). Esta ciencia analiza al hombre en el contexto cultural y social del que forma parte. Así analiza el origen del ser humano, su desarrollo como especie social y los cambios en sus conductas según pasa el tiempo.

6.3.1.9 Cibernética

Ciencia que estudia la "comunicación" y el "control" de los "sistemas". La Cibernética es la ciencia que se ocupa de los sistemas de control y de comunicación en las personas y en las máquinas, estudiando ya aprovechando todos sus aspectos y mecanismos comunes. El nacimiento de la cibernética se estableció en el año 1942. La unión de diferentes ciencias como la mecánica, electrónica, medicina, física, química y computación, han dado el surgimiento de una nueva doctrina llamada Biónica, La cual busca imitar y curar enfermedades y deficiencias físicas.

<http://tecnologiastec.galeon.com/CIBERNETICA.htm>

6.3.1.10 Sociología

Es la ciencia social por excelencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos y las leyes que las regulan en el marco de las sociedades humanas. El objeto de estudio de la misma son básicamente los grupos sociales, entendidos estos como el conjunto de individuos que conviven agrupados en diferentes tipos de asociaciones humanas. Entonces, la Sociología se ocupará de analizar las diversas formas internas de organización que pueden presentar los mismos, las relaciones que entre sí mantienen sus componentes y con el sistema dentro del cual se encuentran insertos y finalmente el grado de cohesión que existe en la estructura social de la cual forman parte.

2007-2016 Definicionabc. <http://www.definicionabc.com/ciencia/sociologia.php>

6.3.1.11 Economía

Es una ciencia social que estudia cómo las personas, organizaciones y países asignan los recursos. Tiene como objeto el estudio de las relaciones de producción, distribución, intercambio y consumo de bienes, servicios e ideas.

La finalidad principal de la economía es mejorar el bienestar de las personas, lo que no necesariamente significa otorgarles la mayor cantidad de bienes de consumo.

Copyright 2000-2015 www.econlink.com.ar <http://www.econlink.com.ar/concepto-de-economia>

6.3.1.12 Hermenéutica

El arte basado en la interpretación de textos, en especial, de aquellas obras que se consideran como sagradas. Desde la perspectiva de la filosofía defendida por Hans-Georg Gadamer, este concepto describe a la denominada teoría de la verdad y constituye el procedimiento que permite expresar la universalización de la capacidad interpretativa desde la personal y específica historicidad.

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de <http://definicion.de/hermeneutica/>

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Fotografía

El término fotografía procede del griego y quiere decir “diseñar o escribir con luz”. Llamamos fotografía al proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura. El sistema original de fotografía que se mantuvo hasta hace algunos años actuaba con películas sensibles con el

propósito de almacenar la imagen capturada para luego imprimirla. Más recientemente, se utilizan sistemas digitales con sensores y memorias para tomar fotos de una forma más sencilla, rápida y con mejores resultados.

2007-2016 DefinicionAbc <http://www.definicionabc.com/tecnologia/fotografia.php>

6.3.2.2 Dibujo

El dibujo es el arte visual de representar algo en un medio bi o tridimensional mediante diversas herramientas y/o métodos. El dibujo convencional se realiza con lápiz, pluma, grafito o crayón, pero existen múltiples técnicas y posibilidades asociadas al dibujo.

Si se tuviera que definir en pocas palabras qué es dibujar, se diría que es el acto de producir una imagen en forma manual con algún elemento o sustancia. Así, a menudo se usa lápiz sobre papel, pero también se puede dibujar sobre casi cualquier otra superficie, e incluso hacerlo digitalmente con el mouse o el lapicero óptico o tableta. Un dibujo puede ser representativo, abstracto o simbólico, es decir, puede querer ser una imagen fiel de aquello que representa, o bien, evocar sensaciones, perspectivas o formas del dibujante, o incluso trabajar por convenciones en, por ejemplo, señalética urbana.

2007-2016 DefinicionAbc <http://www.definicionabc.com/general/dibujo.php>

6.3.2.3 Literatura

Es una manifestación artística basada en el uso del lenguaje. También es el nombre una materia y el nombre de la teoría que estudia las obras literarias. Con este término también se conoce al conjunto de las producciones literarias, por ejemplo, de un país, una lengua o una época. Por extensión, se utiliza también para referirse al conjunto de obras que tratan sobre un tema determinado.

6.3.2.4 Tipografía

La Tipografía resulta ser el arte y la técnica de impresión a través de formas con relieve que reciben el nombre de tipos, los cuales, hechos de plomo, una vez entintados serán aplicados sobre el papel para así obtener un trabajo de impresión, ya sea un documento, un texto, entre otros materiales.

El objetivo principal y primordial que se plantea la tipografía es el de conseguir, colocando las letras, repartiendo el espacio y organizando los tipos en cuestión, la máxima comprensibilidad del texto en cuestión de parte del lector.

2007-2016 DefinicionAbc <http://www.definicionabc.com/general/tipografia.php>

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color

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

El color es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas.

La teoría del color propuesta por el químico y filósofo alemán Wilhelm Ostwald consta de cuatro sensaciones cromáticas elementales (amarillo, rojo, azul y verde) y dos sensaciones acromáticas intermedias.

©Batanga Inc – 2005-2016 <http://www.batanga.com/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>

6.3.3.2 Teoría del signo lingüístico

El estadounidense Charles Peirce (1839-1914), por su parte, definió al signo como una entidad de tres caras, con un significante (el soporte material), un significado (la imagen mental) y un referente (el objeto real o imaginario al cual hace alusión el signo).

Copyright © 2008-2016 - Definicion.de <http://definicion.de/semiologia/>

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Diseño de tipografía

Es muy importante al momento de empezar a crear un diseño, la selección de la tipografía puede describir el estilo de un diseñador.

En la actualidad existen miles de fuentes que han sido vistas millones de veces y no aportan nada al diseño actual. Una tipografía en el diseño gráfico debe de impactar y causar un efecto en el cliente y en el público.

Copyright 2015 Paredro.com <http://www.paredro.com/11-tipografias-en-tendencia/>

Capítulo: VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.1 Comunicación

La principal acción que necesitamos que realice el catálogo es dar a conocer cuando hablamos de dar a conocer hablamos de transmitir algo, eso es lo que se desea de este catálogo transmitir a los clientes reales y potenciales sobre los servicios que Decora y Eventos y sólo se puede hacer con la comunicación.

7.1.1.2 Comunicación Persuasiva

Se utilizará la comunicación persuasiva para que nuestros futuros clientes se dejen influir en seriedad, delicadez, elegancia de los servicios que Decora y Eventos brinda.

7.1.1.3 Comunicación Gráfica

Se apoyará de elementos gráficos para que los emisores, que son los clientes, capten el mensaje de una manera más clara.

7.1.1.4 Comunicación Corporativa

Se utilizará la comunicación corporativa, ya que se adjuntará en el catálogo digital el logotipo de la empresa, para aumentar el valor de la empresa.

7.1.1.5 Comunicación Informativa

Se utilizará comunicación informativa, ya que por cada imagen se colocará una breve explicación de todo lo que se ponga en ella, así darle a conocer una idea más amplia de lo que su evento puede llegar hacer con los servicios que ofrece Decora y Eventos.

7.1.2 Diseño Gráfico

Se utiliza el diseño gráfico, ya que se comunicarán mensajes de forma visual y se crearán diseños que logren difundirse entre todos los estratos de la sociedad.

7.1.2.1 Diseño digital

Se utiliza diseño digital, ya que se proyectará el diseño del catálogo en un medio industrial.

7.1.2.2 Diseño Web

El catalogo digital no se proyectará en una página web, sin embargo se necesitará de navegación web, ya que se envía por correo electrónico para quien lo solicite.

7.1.2.3 Diseño editorial

Es una de las ramas del diseño gráfico dedicada a la composición de diseños de revista periódicos libres y catálogo, dado que se realizará un catálogo. Se puede dar a entender que este diseño es la estructura de lo que se quiere hacer.

7.1.3 Ciencias

7.1.3.1 Semiología

Se colocarán signos o símbolos que en la vida social son muy conocidos y que los clientes podrán seguir correctamente de acuerdo a la dinámica del catálogo.

7.1.3.2 Semiología de la imagen

Se creará impacto en las personas por medio de fotografías para vender y obtener el mensaje correcto en los futuros clientes.

7.1.3.3 Semiología de la comunicación

Vivimos en un mundo de signos, por ello la semiología intuye en la comunicación para aclarar el tema que se pondrá a exponer algunos adaptados a símbolos y gráficos.

7.1.3.4 Psicología

Se relacionará con el grupo objetivo para adaptar a sus necesidades, ya que se estudia lo que el cliente desea y con lo que se relaciona para plasmarlo en el proyecto y así captar atención en el cliente.

7.1.3.5 Psicología del Consumidor

A lo largo del proyecto se define, que el motivo central de este proyecto son los clientes de la empresa. Por tanto estudiar lo que el cliente desea, es nuestro motivo central percibir qué colores, qué tipografía qué tendencia les causa impacto y admiración, es nuestro enfoque para lograr aceptación del proyecto.

7.1.3.6 Economía

A pesar de que el proyecto no será impreso se manejará un presupuesto del proceso de diseño gráfico para dar a conocer el precio real de este proyecto.

7.1.3.7 Sociología

Es la ciencia que estudia al ser humano, por lo tanto se estudiarán las culturas que se realizan actualmente en los departamentos, municipios y familias que siguen con tradiciones que se mantienen por años. También se realizara un estudio socioeconómico de los clientes reales y potenciales de la empresa para verificación de precios y ofertas.

7.1.4. Artes

7.1.4.1 Fotografía

Se necesitará de fotografías para dar a conocer detalladamente a los clientes los productos y los servicios que brindan al colocarlas de manera estratégica y en orden.

7.1.4.2 Dibujo

Se necesitará del dibujo para realizar el bocetaje del catálogo digital ya que en base a los bocetos se define la línea gráfica del catálogo.

7.1.4.3 Tipografía

La tipografía es muy necesaria porque es base fundamental de la línea grafica que es la que muestra la delicadeza o la emoción que se plasma en el mismo.

7.1.5 Teorías

7.1.5.1 Teoría del Color

Conocer las reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos y así lograr una línea de diseño gráfico que convine con el tema del catálogo.

7.1.6 Tendencias

7.1.6.1 Diseño de tipografía

Al momento de empezar a crear el diseño del catálogo digital, la selección de la tipografía describirá el estilo de la herramienta de comunicación que utilizaremos para comunicar.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

Brainstorming o Lluvia de Ideas

Es la técnica para generar ideas más conocidas. Fue desarrollada por Alex Osborn (especialista en creatividad y publicidad) en los años 30 y publicada en 1963 en el libro "Applied Imagination". Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas. El Brainstorming, también llamado torbellino de ideas, tormenta de ideas, remolí de cervells, lluvia de ideas... es una técnica eminentemente grupal para la generación de ideas. Materiales de trabajo: sala, sillas para el grupo, ordenador o cuaderno de notas para apuntar las ideas (algunas personas prefieren utilizar pizarra pero generalmente esto enlentece el proceso y puede resultar perjudicial), grabadora (opcional y sin que sustituya al secretario/a), reloj.

Participantes: facilitador/a o coordinador/a (dinamiza el proceso), secretario/a (apunta las ideas), miembros del grupo.

Etapas del Proceso

Calentamiento

Generador de ideas

Trabajo con las ideas



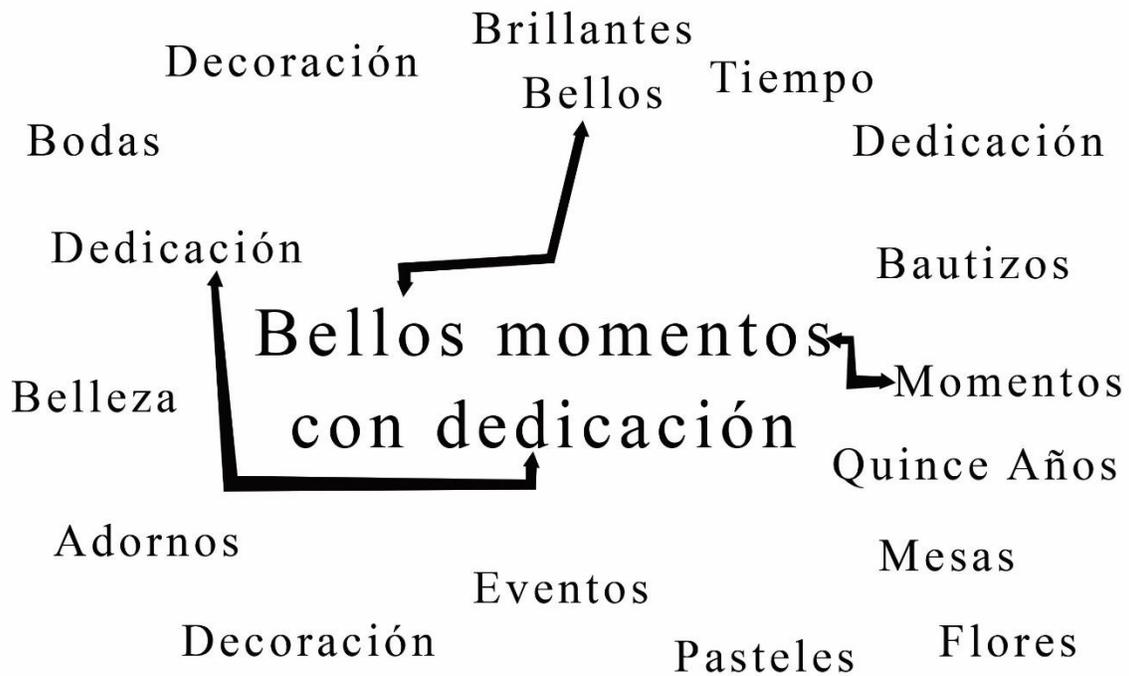


Imagen muestra la utilización del método Lluvia de ideas hasta llegar a la definición de concepto.

7.2.2 Definición del concepto:

Decora y Eventos: Bellos momentos con dedicación

La frase conceptual llegó al momento de realizar el método Lluvia de Ideas, y da a entender claramente a los clientes reales y potenciales de la empresa Decora y Eventos lo que se busca en cada uno de los productos y montajes, dedicación y esfuerzo.

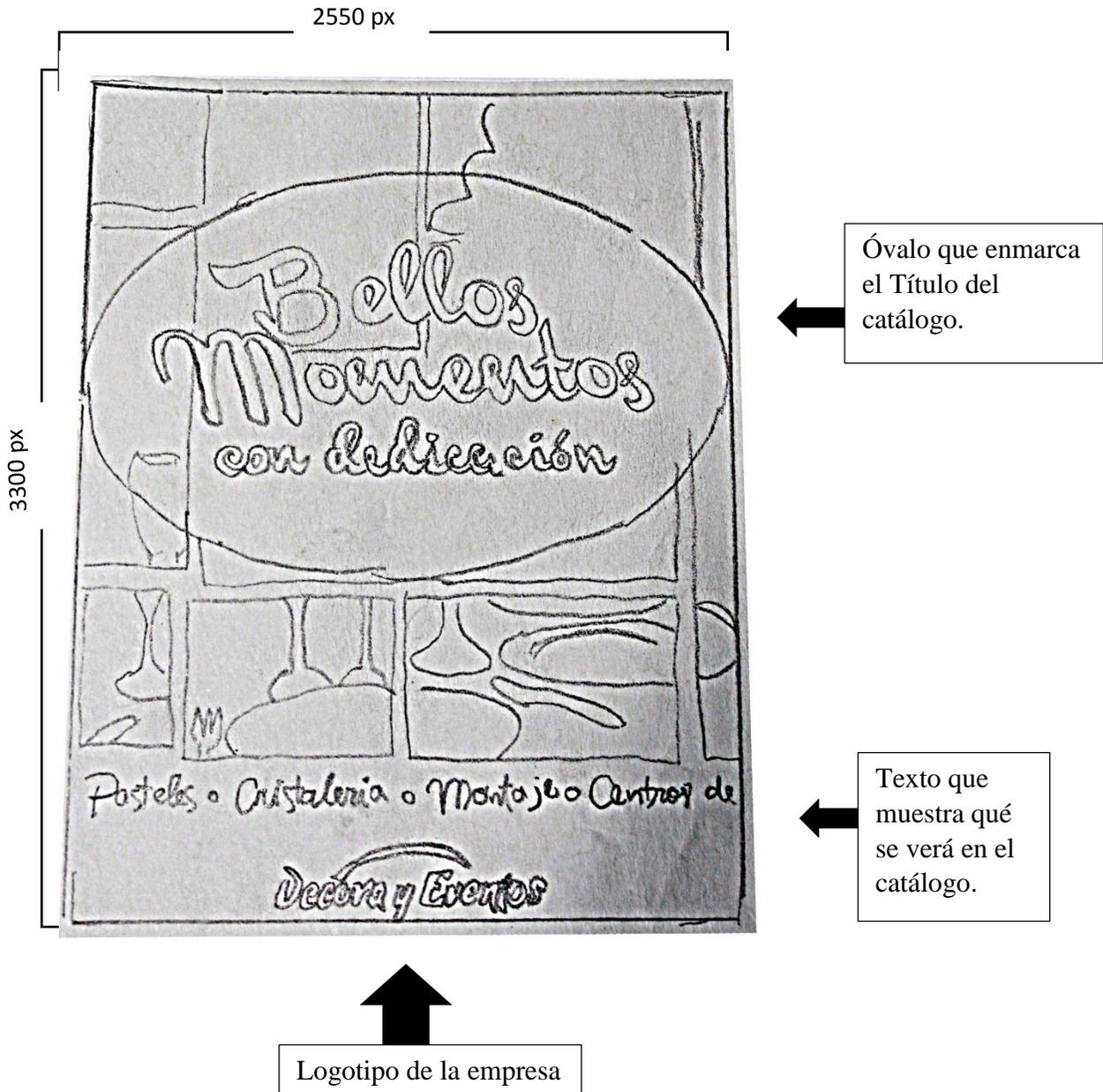
7.3 Bocetaje:

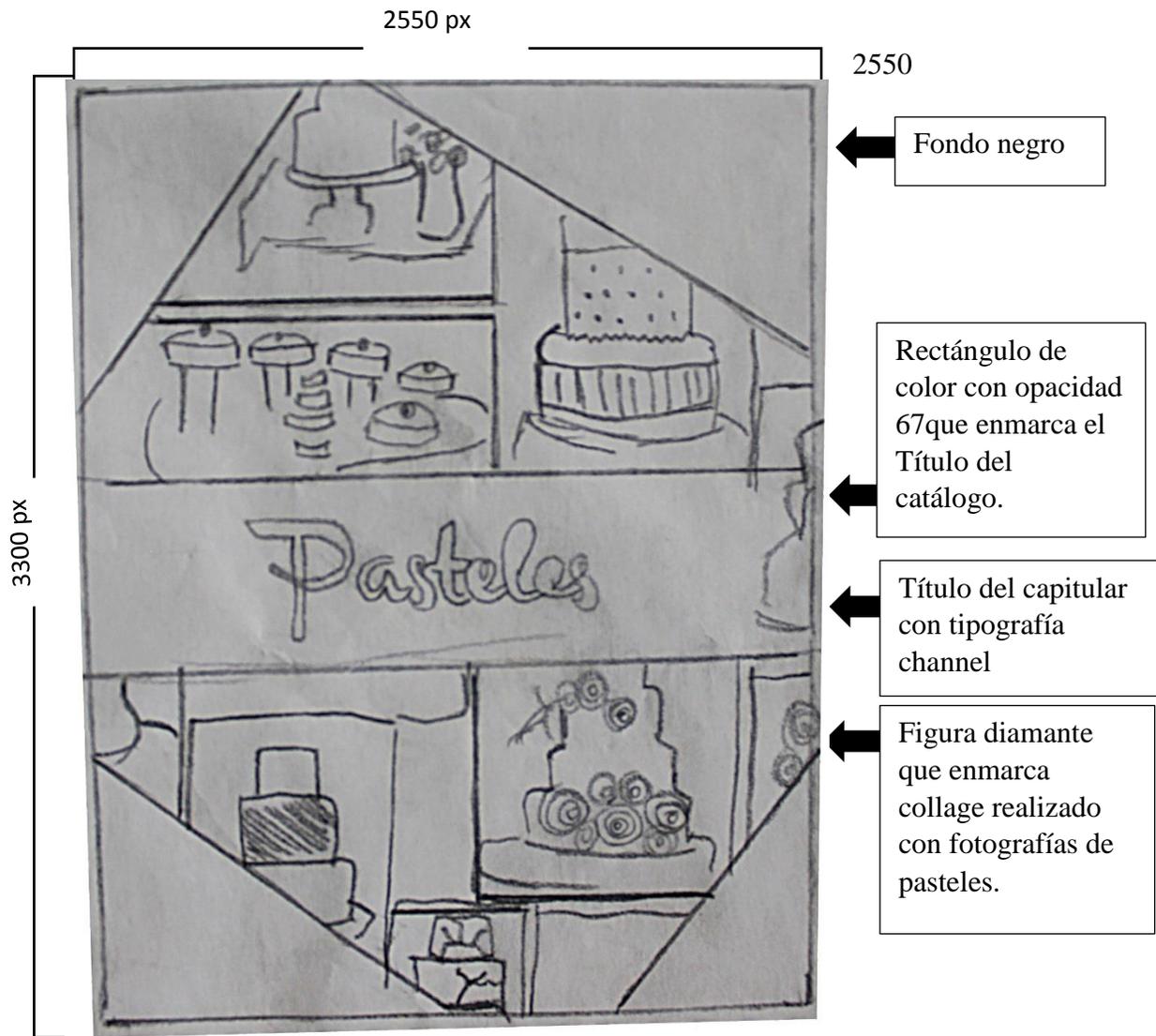
- Tabla de requisitos

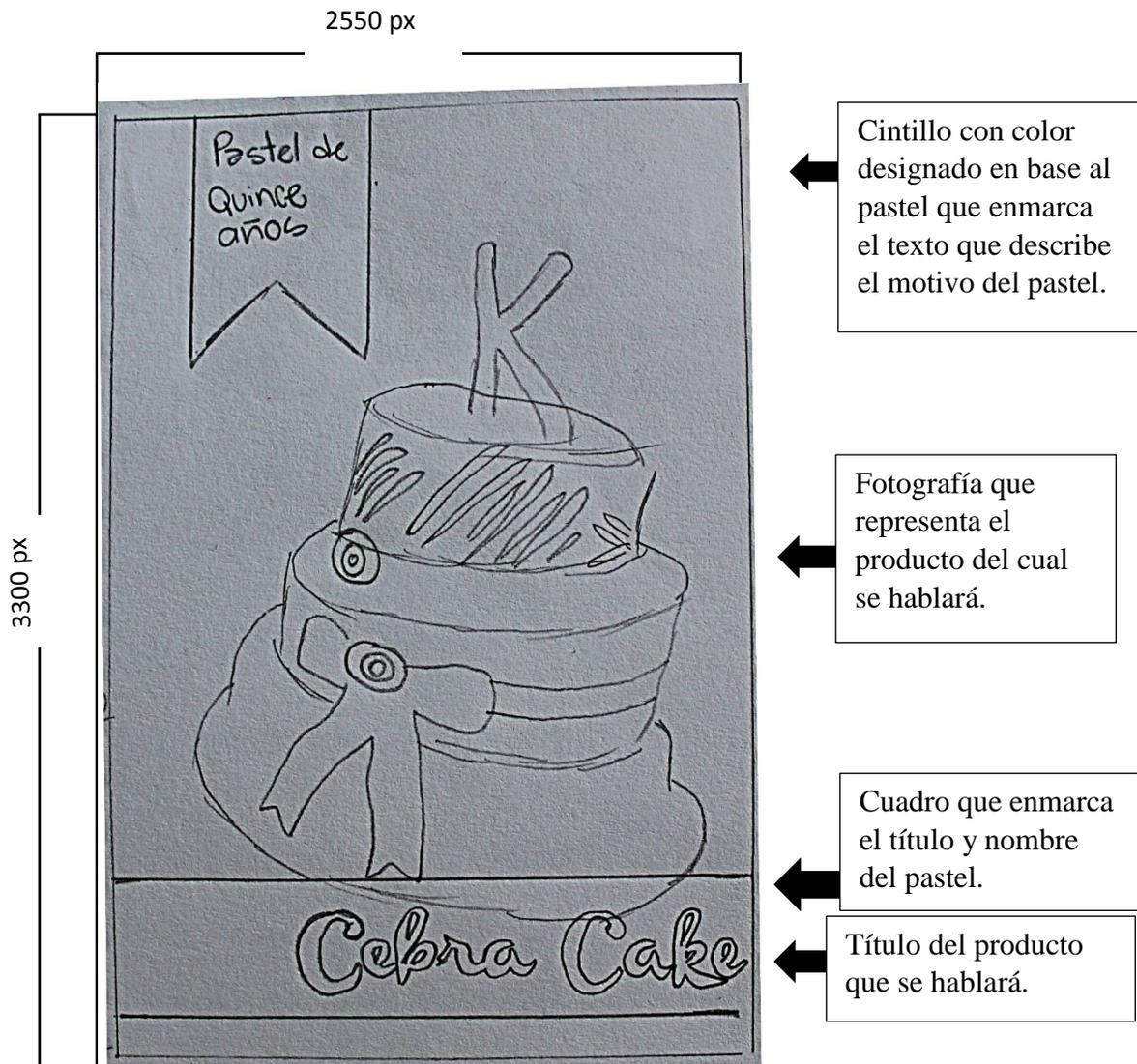
Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Crear orden y llamar la atención de los clientes para su decisión de compra.	Adobe Photoshop CS6 con 100% de color.	Interés
Tipografía	Crear dinamismo y elegancia para dar a entender a los clientes la delicadeza que se toma en los productos y montajes.	Adobe Photoshop CS6 Tipografía con nombre Channel.	Elegancia y Dinamismo.
Fotografía	Identificación de forma visual para mostrar a detalle los productos y montajes que la empresa ofrece.	Fotografías realizadas por una cámara Canon T3i, con un lente 18-50.	Seguridad e Identificación
Gráficos	Crear orden en el lugar al lograr una legibilidad en el texto y mostrar asimismo originalidad en el diseño del catálogo.	Adobe Ilustrador CS6	Orden y Originalidad

7.3.1 Bocetos a base de dibujo natural

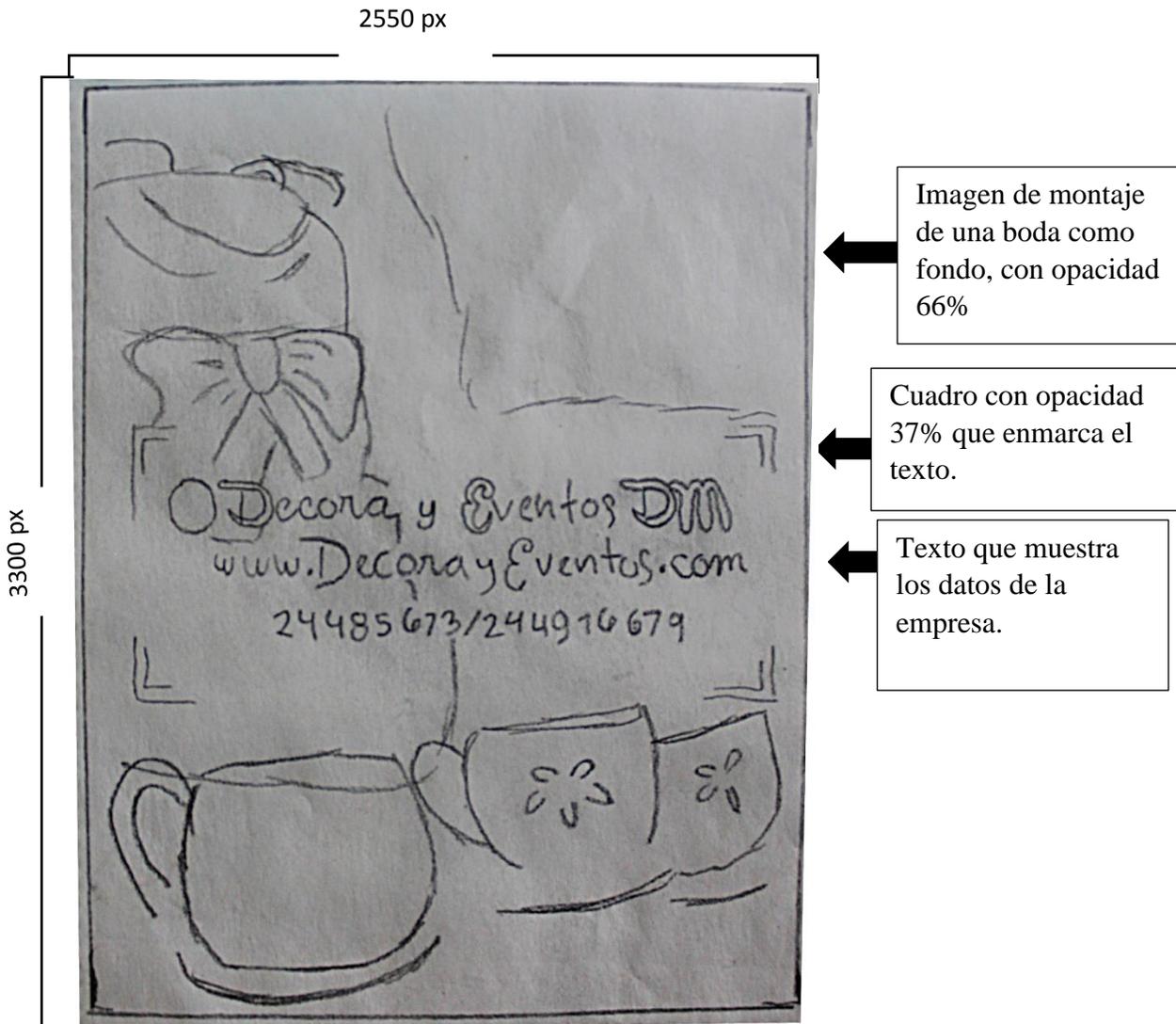
Portada – Catálogo Digital





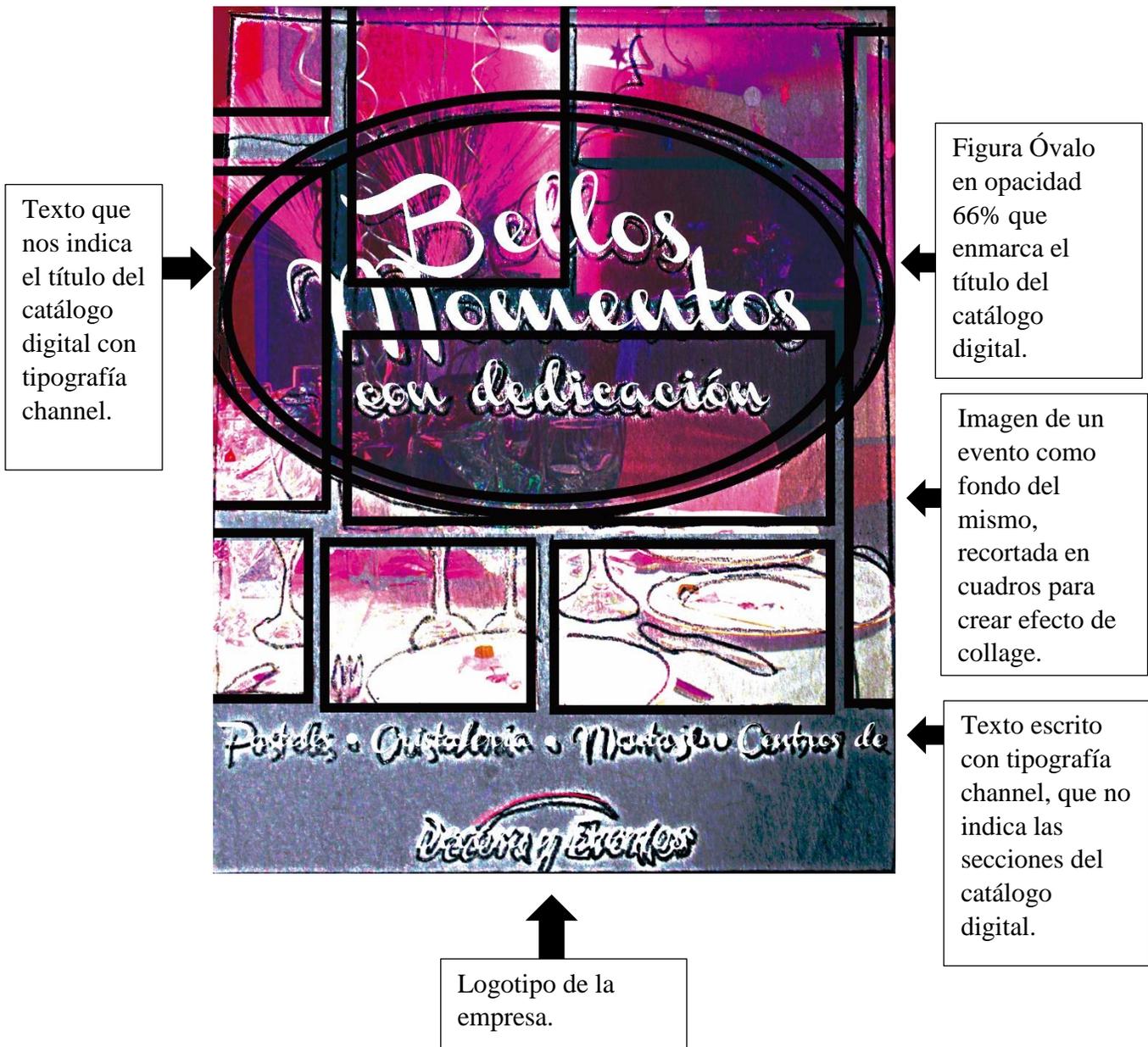


Contra portada – Catalogo Digital

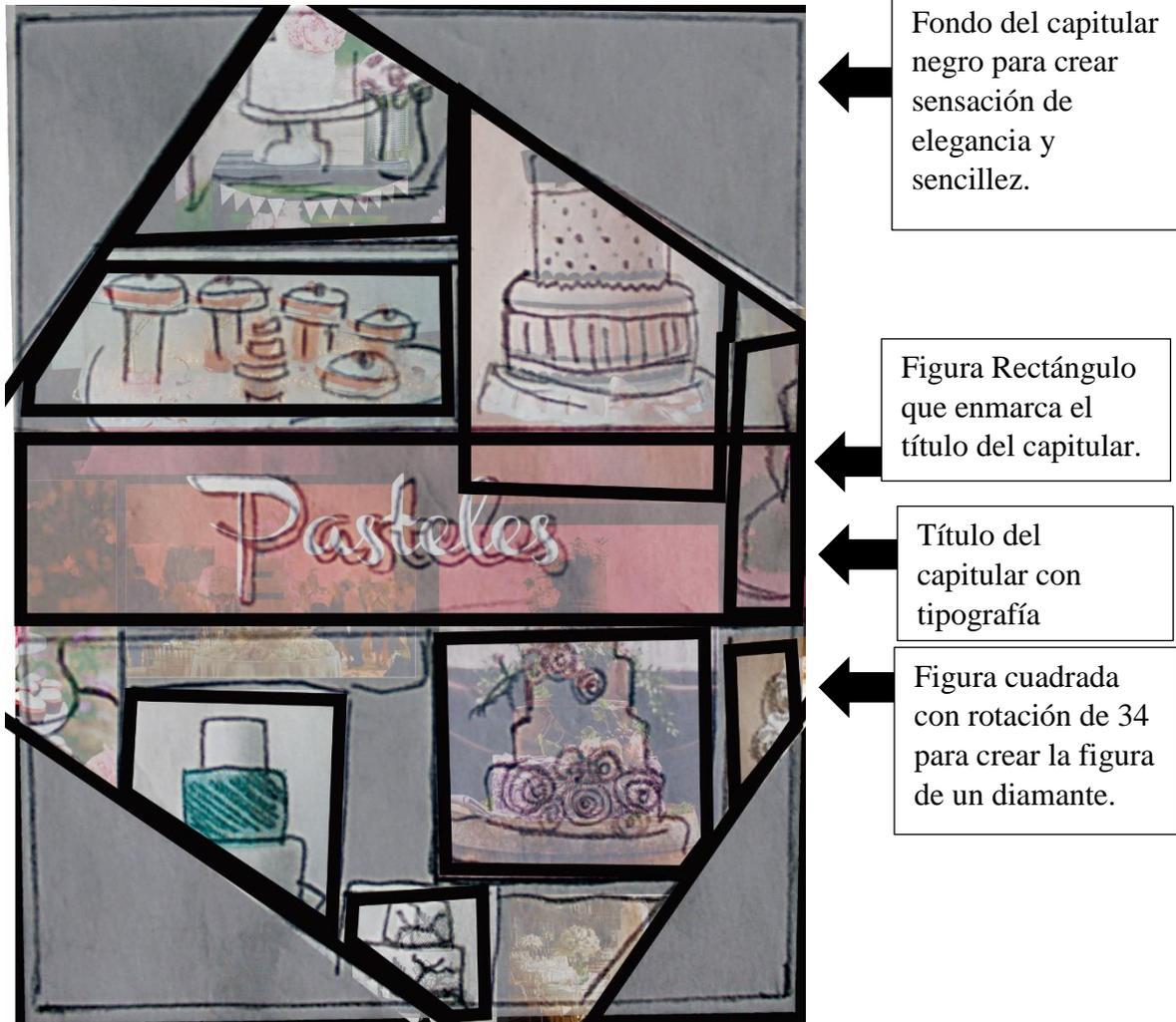


7.3.2 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico

Portada



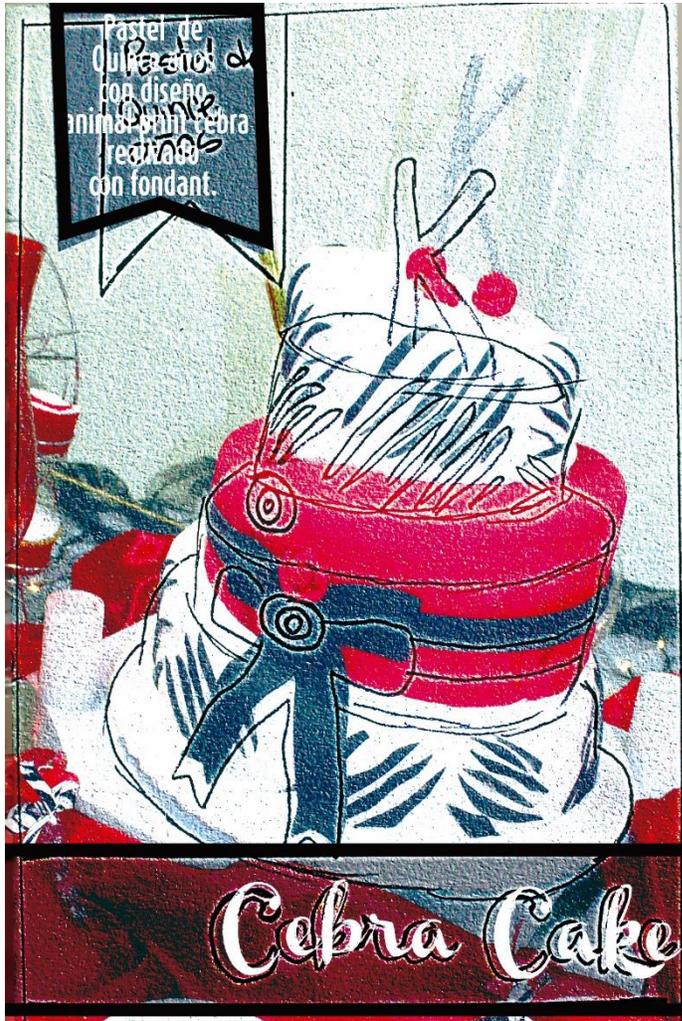
El tamaño del catálogo digital es de 3300 px x 2550 px.



El tamaño del catálogo digital es de 3300px por 2550px.

Página Interior II

Cintillo de color que combine con el producto con opacidad 66%, que enmarca texto que describe al producto más detalladamente



Fotografía del producto que se quiere dar a entender con más detalles.

Rectángulo que enmarca el nombre del producto.

Nombre del producto mostrado con tipografía Channel.

El tamaño del catálogo digital es de 3300 px por 2550 px.

Contra portada

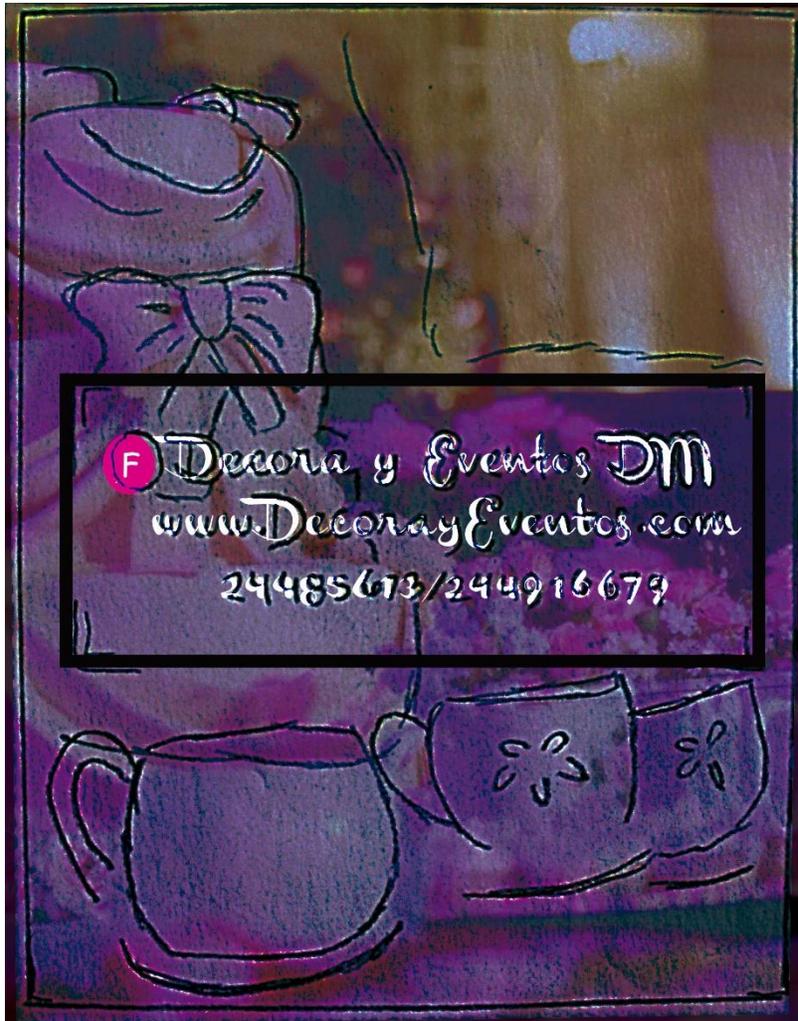


Imagen de un evento como fondo de la contra portada.

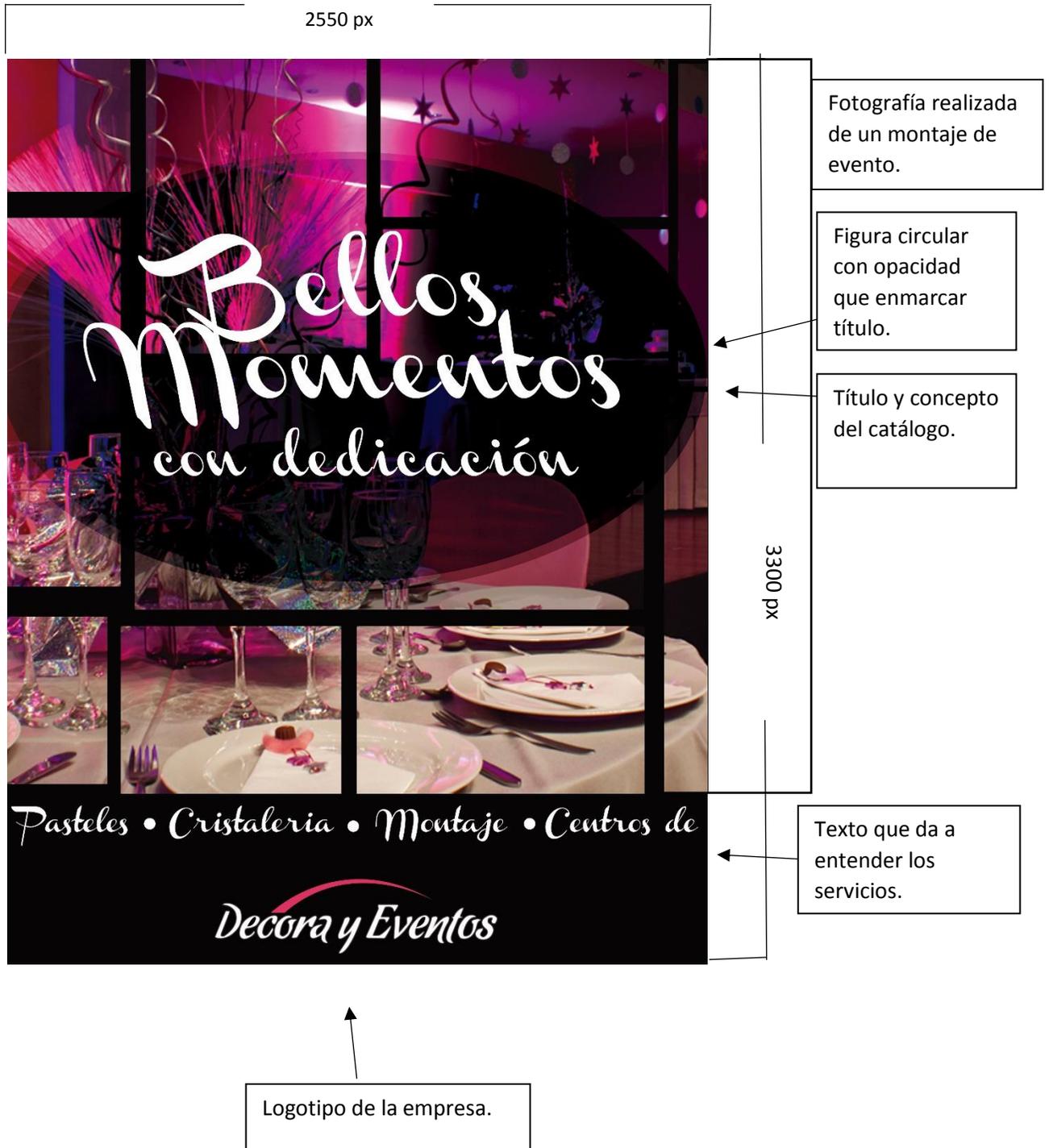
Rectángulo que enmarca el texto.

Texto que detalla información de la empresa con tipografía channel.

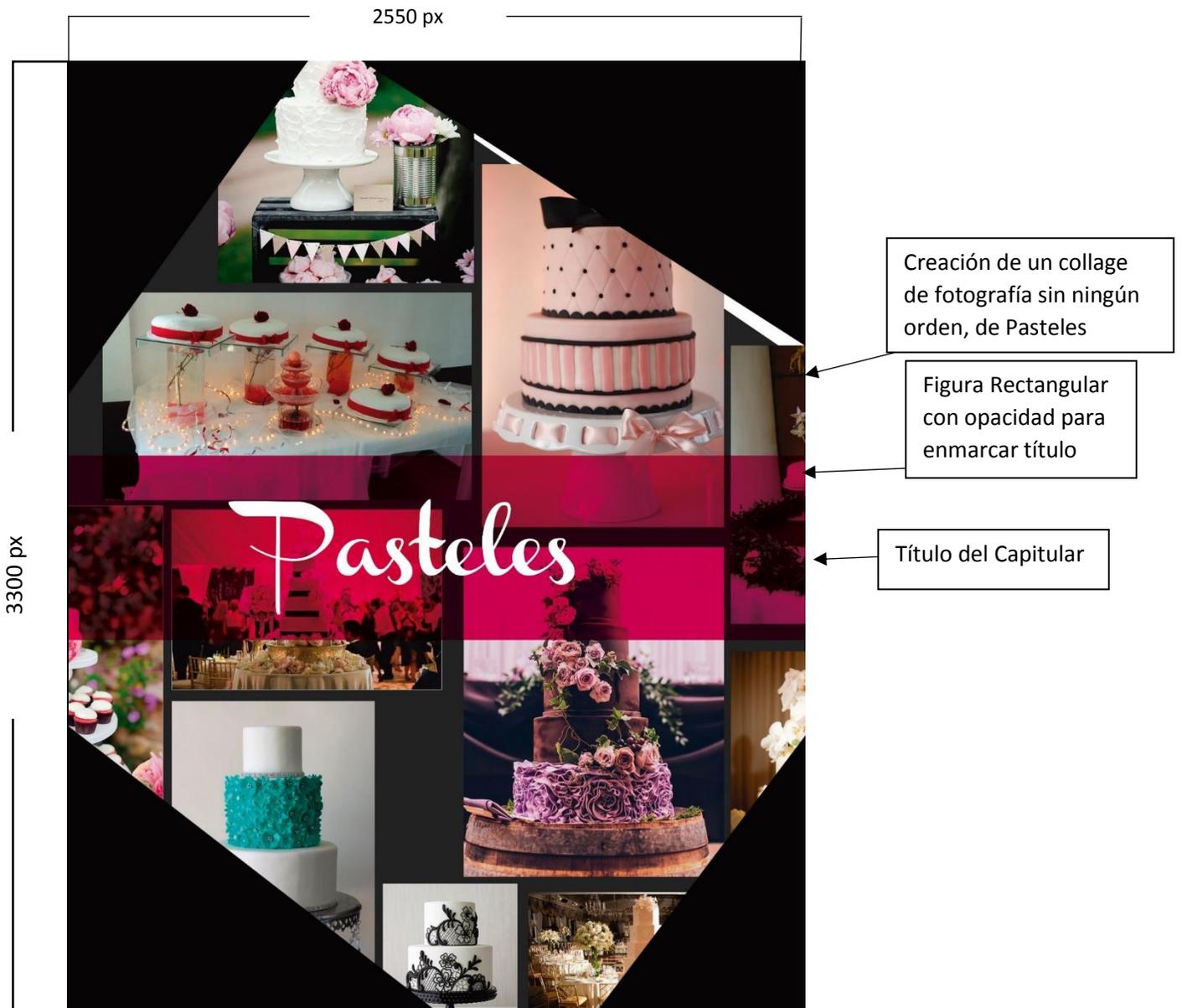
El tamaño del catálogo digital es de 3300 px por 2550 px.

7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos

Portada – Catalogo Digital

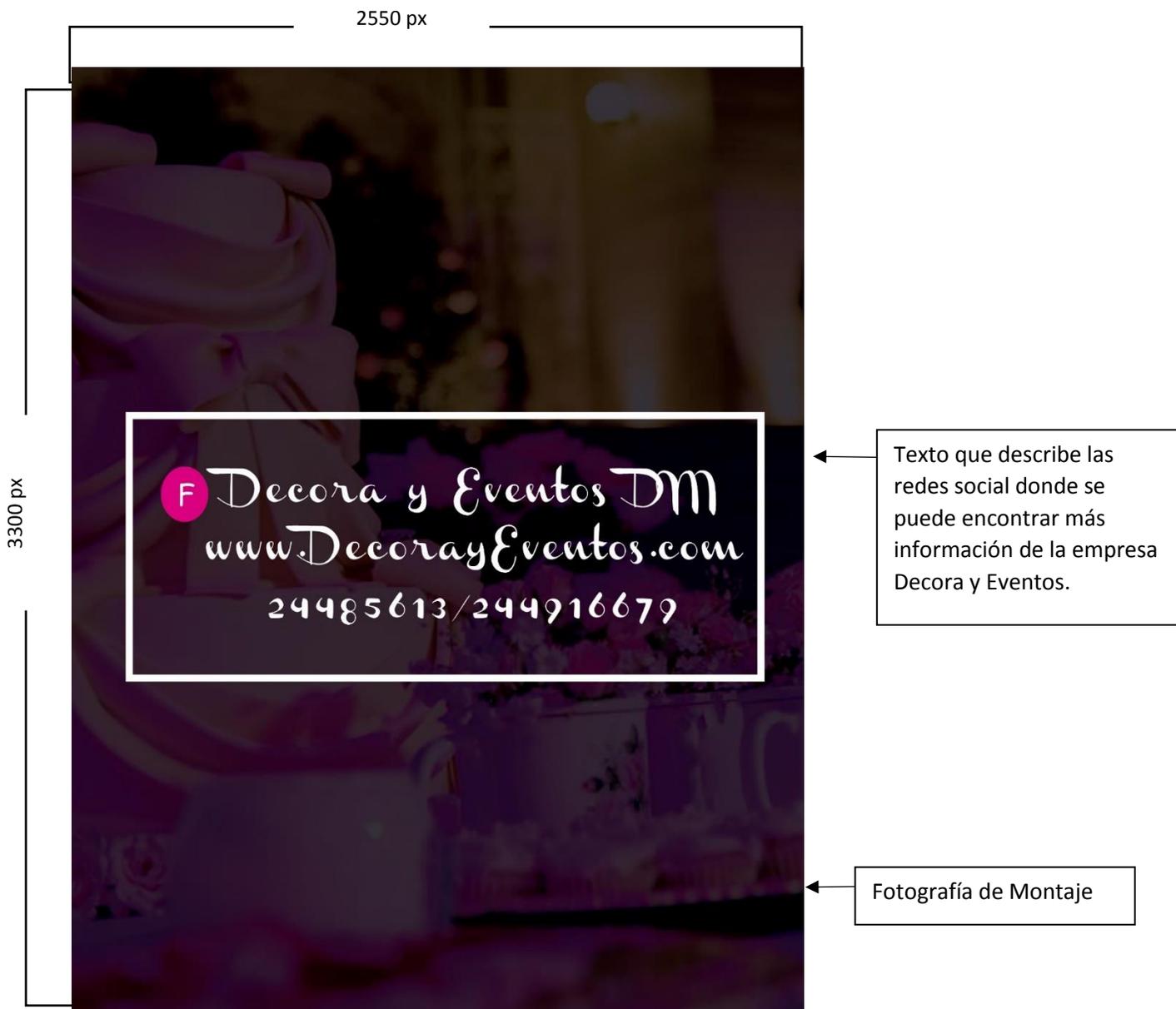


Página interior I - Capítular – Catálogo digital





Contra Portada – Catálogo Digital



7.4 Propuesta Preliminar

Portada – Catálogo Digital

En ella se puede observar una fotografía de un montaje con cortes para crear efecto de collage de una manera original. Destaca el concepto del catálogo con una figura circular que lo enmarca, y termina con el logotipo de la empresa.



En ella se encuentra una breve explicación de los servicios y productos que Decora y Eventos tienen para brindarle a los clientes al colocar tres fotografías de eventos realizados por ellos.

2550 px



Somos una empresa con diez años de experiencia, en el área de servicio de banquetes alimentos, y organización de eventos.

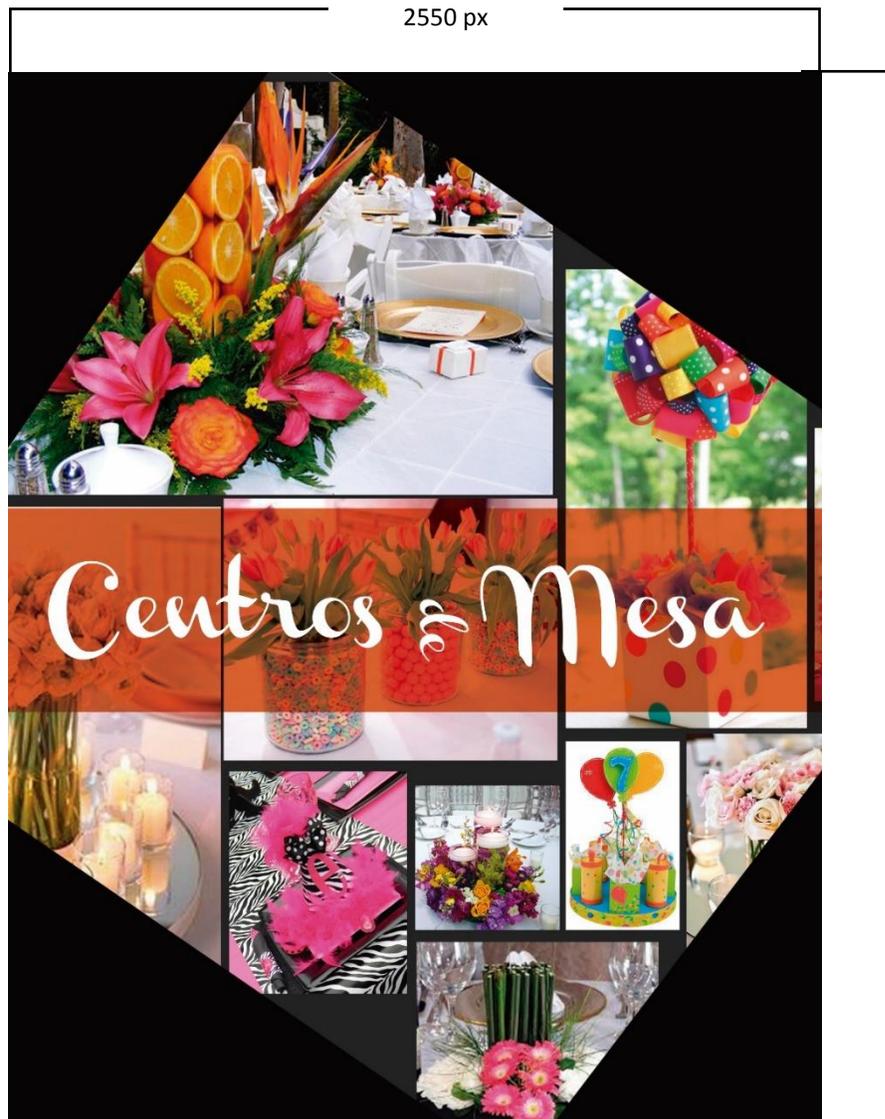
Contamos con paquetes completos, mobiliario, mantelería, cristalería, menus, banquete bufet, meseros, decoración, pasteles, discoteca móvil, grupo de música, carpas, toldos, fuentes de chocolate Candy station, fuentes de bebidas.

De todo para su evento.

3300 px



Capítular que muestra el comienzo de los centros de mesas con un collage con fotografías de diversos diseños que la empresa realiza.



Con esta página inicia lo que son los diseños de centros de mesa al colocar una imagen que abarca proporcionalmente toda la página. Se ubica de titular el nombre del centro de mesa, con una breve descripción de los materiales utilizados para crear el centro de mesa.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página al ubicar de titular el nombre del centro de mesa, con una breve descripción de los materiales utilizados para crear el centro de mesa.



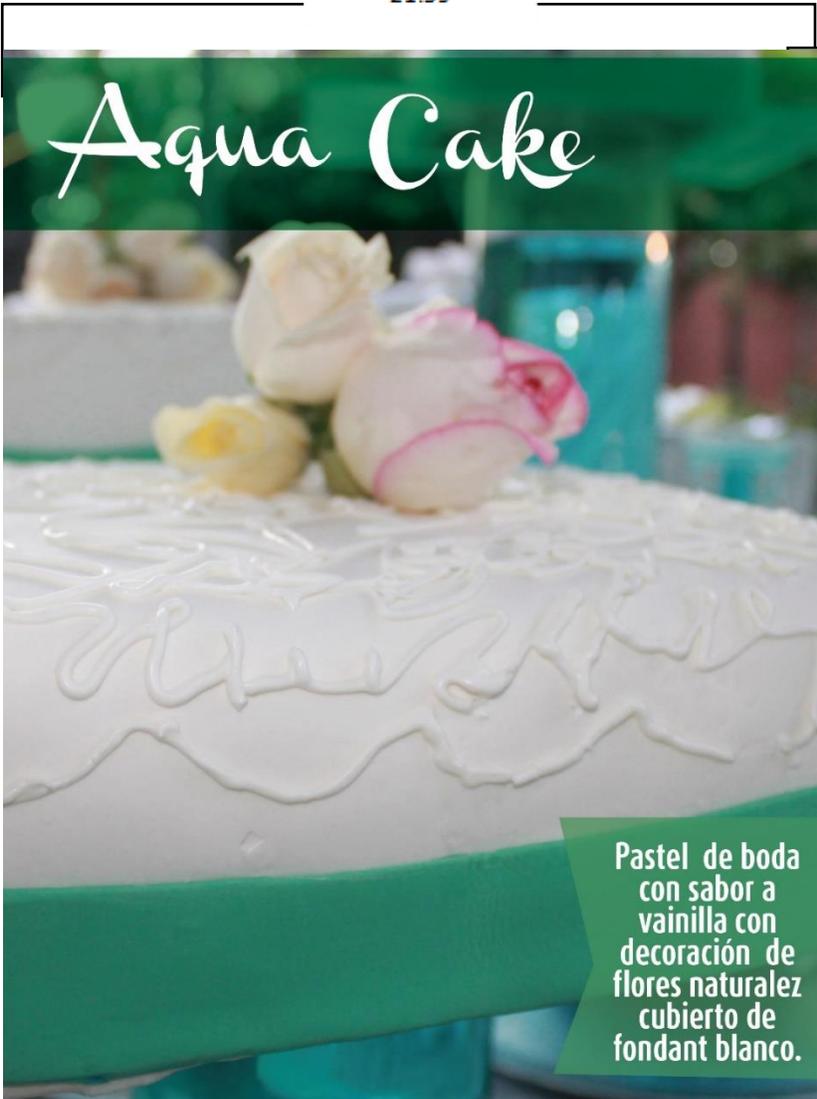
Página V - Producto o servicio - Catálogo digital

Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del centro de mesa, con una breve descripción de los materiales utilizados para crear el centro de mesa.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página se ubica de titular el nombre del pastel, con una breve descripción de la técnica con que fue decorado para crearlo.

21.59



Aqua Cake

27.94

Pastel de boda con sabor a vainilla con decoración de flores naturales cubierto de fondant blanco.

Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del pastel, con una breve descripción de la técnica con que fue decorado para crearlo.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del pastel, con una breve descripción de la técnica con que fue decorado para crearlo.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del pastel, con una breve descripción de la técnica con que fue decorado para crearlo.

21.59



Pastel de Bodas con sabor de chocolate y red velvet. Con un bello adorno de flores naturaleza con fondant

27.94

RomantiCake

Capitular muestra el comienzo de la sección de montajes con un collage fotográfico de diversos diseños y tendencias que la empresa realiza.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje de la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.



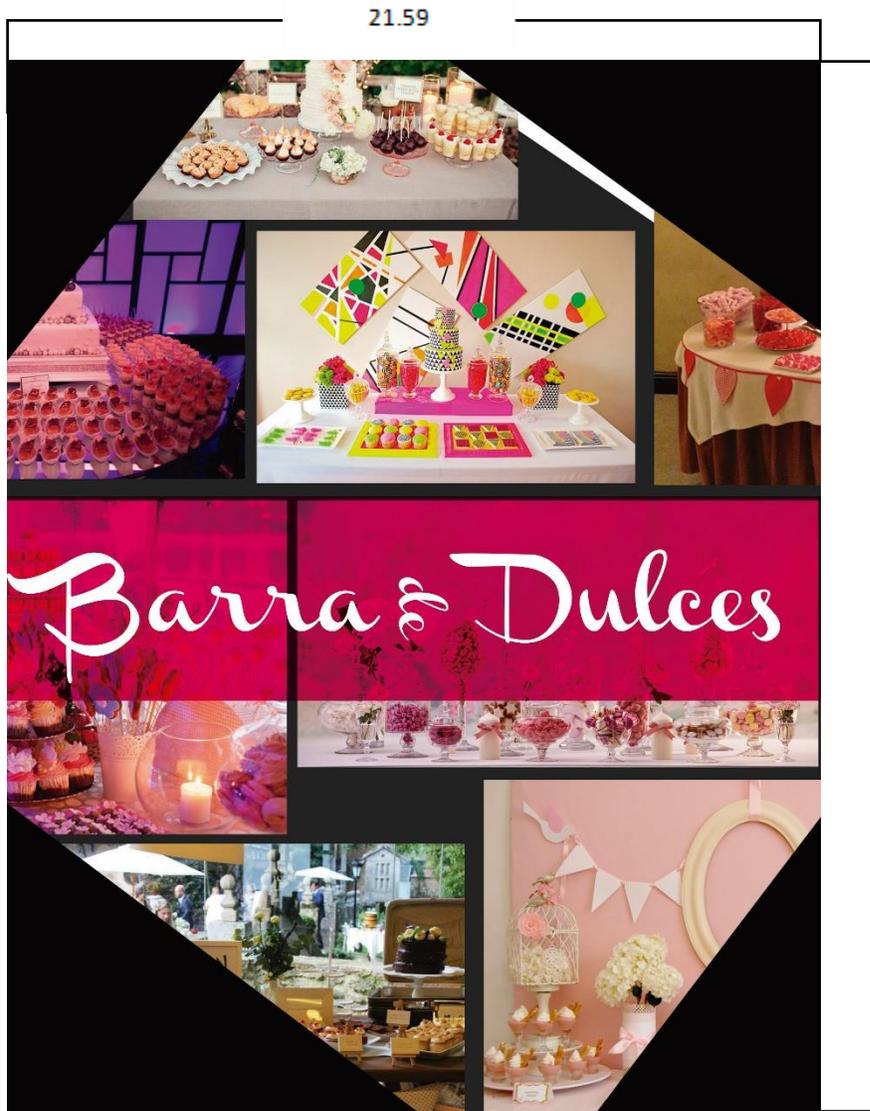
Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.



Capitular muestra el comienzo de la sección de Barras de Dulces con un collage fotográfico de diversos diseños y tendencias que la empresa realiza.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.

21.59



Frutas

Cada una de nuestras barras de Dulces contiene los dulces y frutas que nuestros clientes deseén y la cantidad dependiendo de el número de invitados.

27.94

Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.

21.59



27.94

Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática con que fue decorado para crearlo.



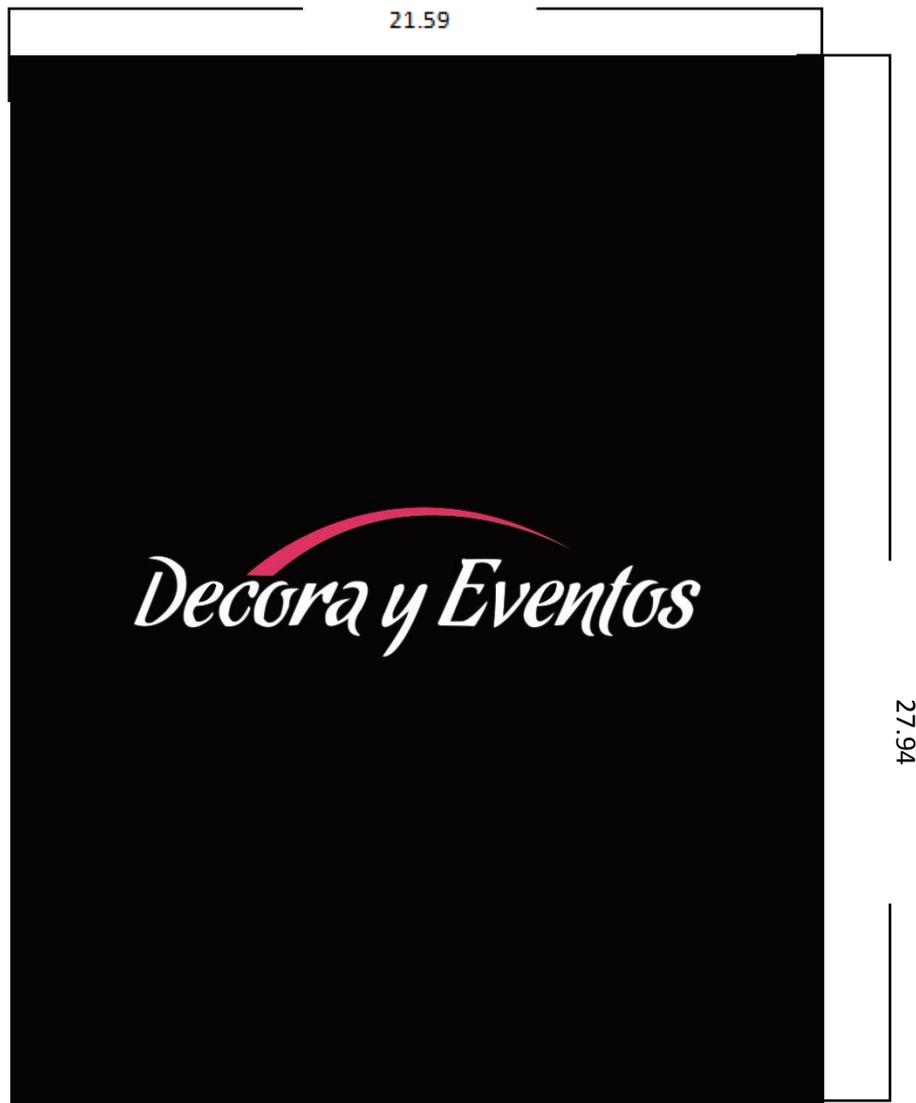
Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática



Se colocó una imagen que abarca proporcionalmente toda la página ubicando de titular el nombre del evento o montaje sobre la tendencia o temática



En esta página se observa un fondo negro con el logotipo de la empresa centrado, que recuerda el nombre de la empresa.



En esta página se observa un fondo una fotografía de un montaje en opacidad, con un cuadro de texto que recuerda la dirección, teléfono de la empresa y la página web.



Capítulo VIII: Validación Técnica

Con el desarrollo del proyecto final, que se trabajó para la empresa Decora y Eventos, se realizaron tres tipos de encuestas, desglosadas de la siguiente manera:

Encuesta Objetiva

Encuesta Semiológica

Encuesta Operativa

Dichas encuestas se realizaron de forma mixta, personal que llega con la gente y digital por medio de una aplicación por internet. Para dar a conocer el catálogo digital, se utilizó una página web llamada ISSU, donde se presenta el archivo como una revista virtual.

8.1 Población y Muestreo

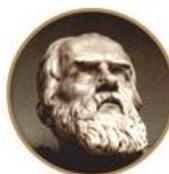
Para la realización de la validación se necesitaron de dos expertos para dar su punto de vista profesional ante el catálogo digital, para mejor presentación. Se necesitaron de seis personas del grupo objetivo para saber con exactitud la aceptación del catálogo, y después de seis personas clientes, para la aceptación ya que ellos trabajarán con esta herramienta.

8.2 Método e Instrumentos:

Las tres encuestas fueron desglosadas con preguntas relacionadas con cada aspecto correspondiente Objetiva, Semiológica y Operativa con respuestas de forma selección múltiple.

Encuesta Objetiva

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO
PROYECTO DE TESIS
GUATEMALA AGOSTO 2,016



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

ENCUESTA VALIDACIÓN DE PROYECTO

DISEÑO DE CATALOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA DECORA Y EVENTOS.

GÉNERO: MASCULINO FEMENINO
ENCUESTADOR: EXPERTO: CLIENTE GRUPO OBJETIVO

A continuación visto el catálogo digital se agradece responda la siguiente encuesta de manera concisa con una X en la casilla correspondiente

1.1) ¿Considera usted que es importante investigar información sobre el contenido acerca de catálogos digitales en diferentes sitios web que ayuden a tomar decisiones para el desarrollo del proyecto?

SI NO

1.2) ¿Considera usted que es importante recopilar información, a utilizar en el catálogo digital, con la ayuda de reuniones con el gerente de la empresa?

SI NO

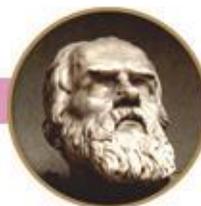
1.3) ¿Considera usted necesaria la diagramación de un catalogo para establecer los requerimientos necesarios para poder presentar a detalle todos los servicios de la empresa?

SI NO

1.4) ¿Considera usted necesario la realización de fotografías que se ejecuten durante el tiempo del proyecto para incluirlas en el contenido catálogo digital?

SI NO

Parte II
SEMIOLÓGICA



2.1) ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo del catálogo es?

Muy legible Medianamente Legible Poco Legible

2.2) ¿ Considera usted que utilizar un fondo negro en la portada del catalogo hace que sea?

Muy Elegante Medianamente Elegante Poco Elegante

2.3) ¿Considera usted que utilizar fotografías dan a entender con exactitud el producto que se ofrece?

Mucho Medianamente Poco

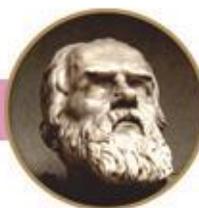
2.4) ¿Considera usted que la diagramación que se utiliza en el catálogo es?

Muy Apropiado Medianamente Apropiado Poco Apropiado

2.5) ¿Considera usted que la línea grafica del catálogo de los patrones y colores son?

Muy Atractivos Medianamente Atractivos Poco Atractivos

Parte III
PARTE OPERATIVA



3.1) ¿Considera usted que el tamaño del catálogo digital es?

Muy Apropiado Medianamente Apropiado Poco Apropiado

3.2) ¿Considera usted que utilizar una fotografía por hoja es?

Muy Funcional Medianamente Funcional Poco Funcional

3.3) ¿Considera usted que utilizar un catalogo digital a travez de la web es?

Muy Necesario Medianamente Necesario Poco Necesario

3.4) ¿Como considera usted que el catálogo digital es dentro de la pagina web?

Muy Accesible Medianamente Accesible Poco Accesible

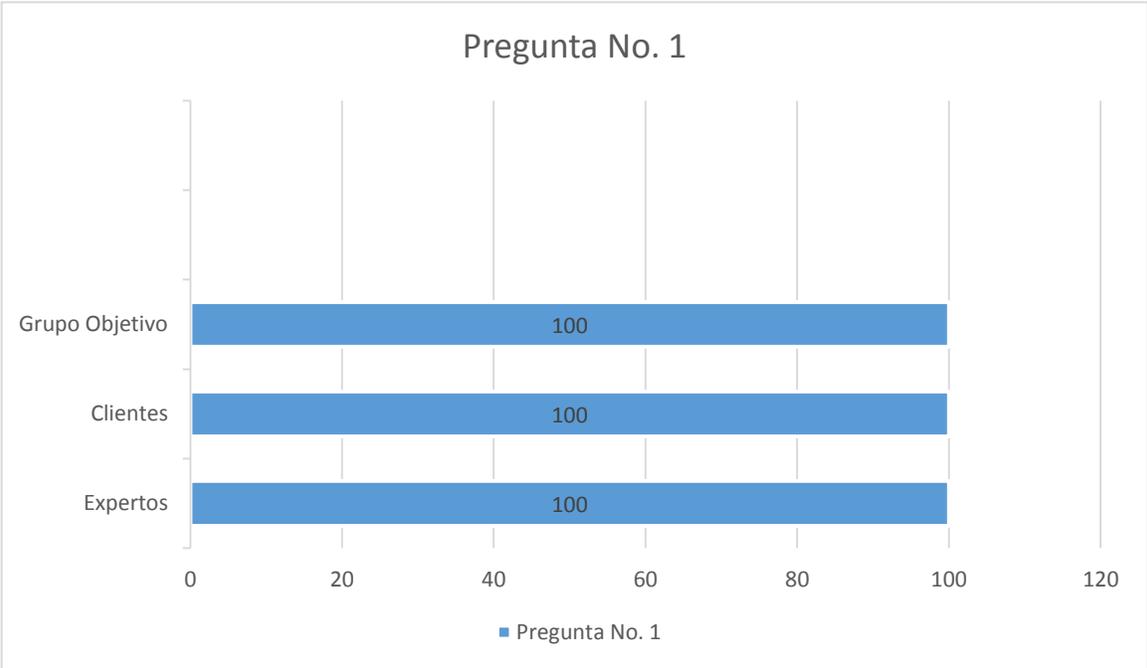
3.5) ¿Consideraría usted que el catálogo en cuanto a herramienta de comunicación es?

Bueno Medianamente Bueno Malo

8.3 Resultados e interpretación de resultados

GRAFICAS E INTERPRETACION DE RESULTADOS – VALIDACION OBJETIVA

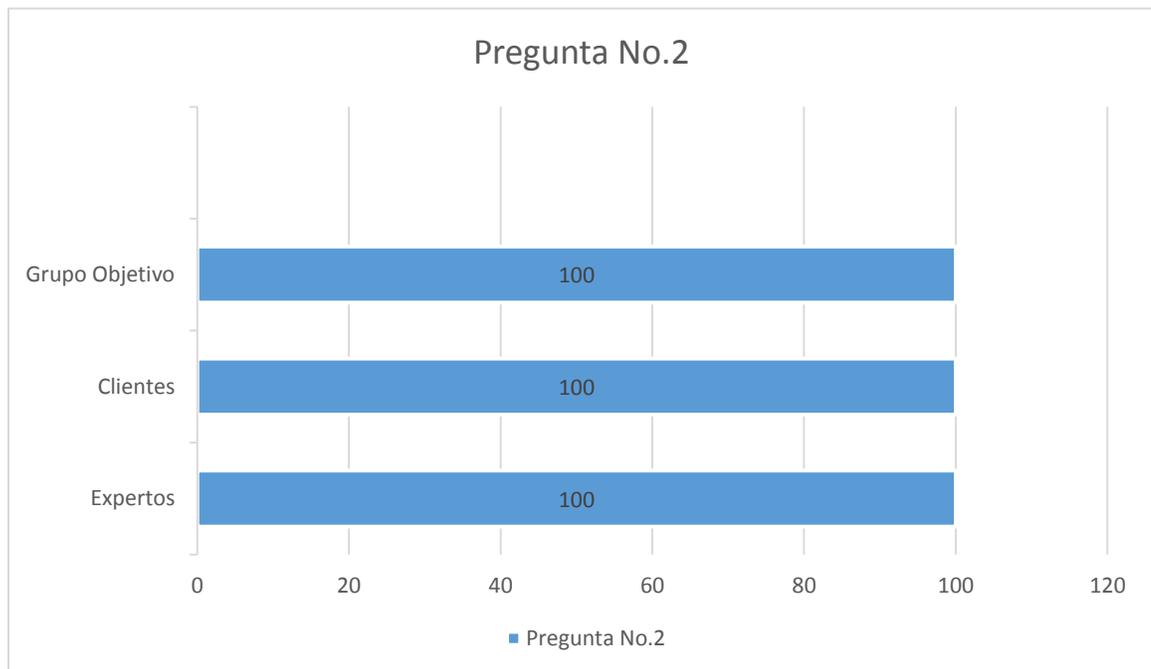
1) | ¿Considera usted que es importante investigar información sobre el contenido acerca de catálogos digitales en diferentes sitios web que ayuden a tomar decisiones para el desarrollo del proyecto?



INTERPRETACIÓN

El 100% de los encuestados, considera importante investigar información sobre el contenido acerca de catálogos digitales en diferentes sitios web que ayuden a tomar decisiones para el desarrollo del Catálogo Digital. Por lo tanto, se cumple con el primer objetivo planteado en la presente investigación.

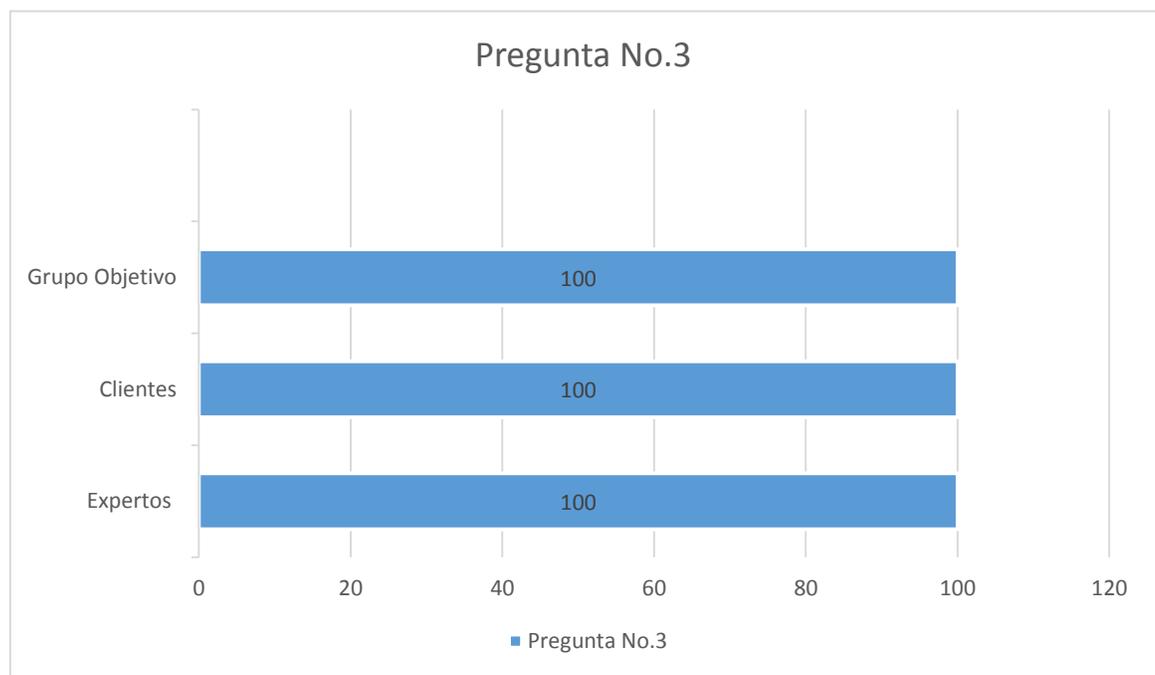
2) ¿Considera usted que es importante recopilar información, a utilizar en el catálogo digital, con la ayuda de reuniones con el gerente de la empresa?



INTERPRETACION

El 100% de los encuestados considera importante recopilar información, a utilizar en el catálogo digital, con la ayuda de reuniones con el gerente de la empresa. Por lo tanto, se cumple con el segundo objetivo planteado de la presente investigación.

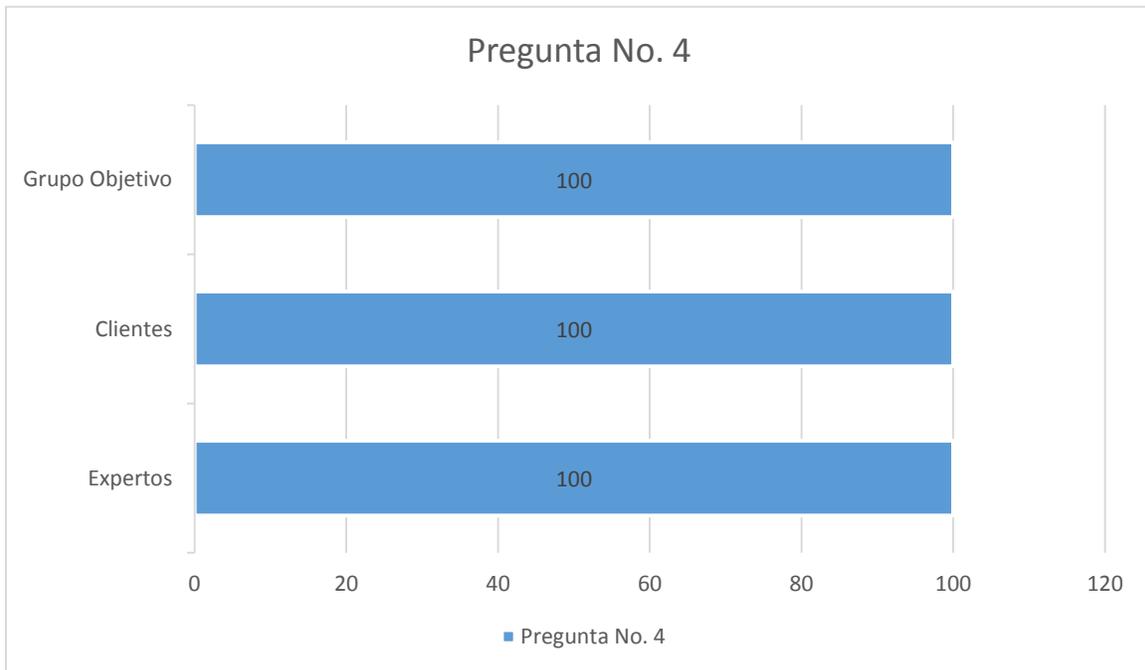
3) ¿Considera usted necesaria la diagramación de un catálogo para establecer los requerimientos necesarios para poder presentar a detalle todos los servicios de la empresa?



INTERPRETACION

El 100% de los encuestados considera necesaria la diagramación de un catálogo para establecer los requerimientos necesarios para presentar a detalle todos los servicios de la empresa. Por lo tanto, se cumple con el tercer objetivo planteado de la presente investigación.

4) ¿Considera usted necesario la realización de fotografías que se ejecuten durante el tiempo del proyecto para incluirlas en el contenido catálogo digital?

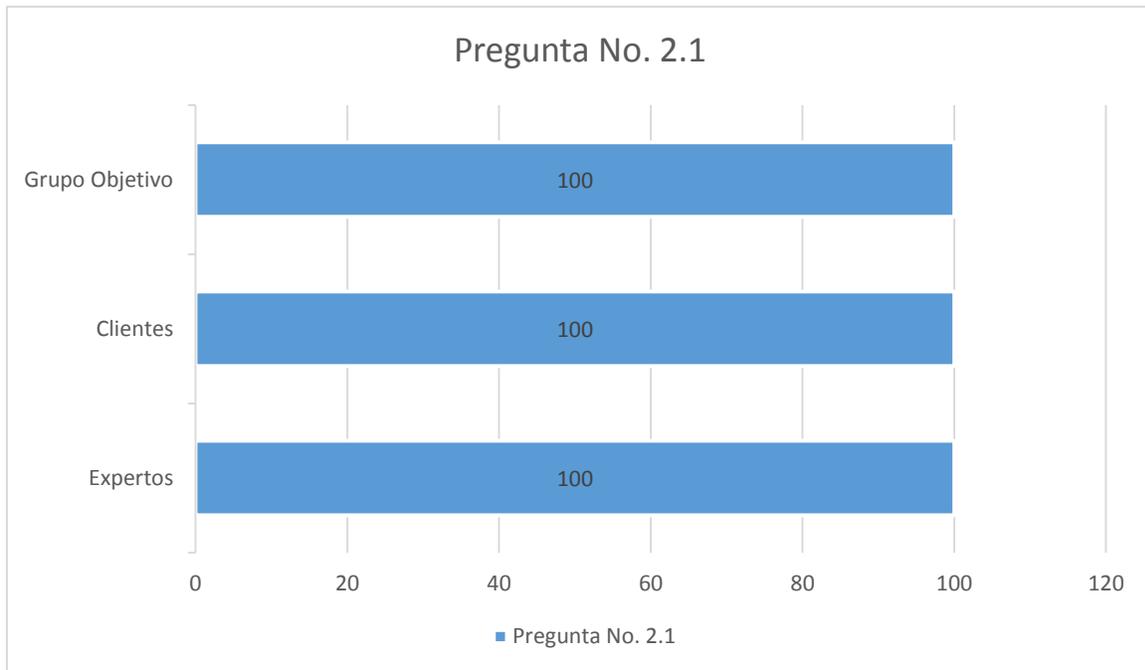


INTERPRETACION

El 100% de los encuestados considera necesario la realización de fotografías que se ejecuten durante el tiempo del proyecto para incluirlas en el contenido catálogo digital. Por lo tanto, se cumple con el cuarto objetivo planteado de la presente investigación.

Encuesta Semiológica

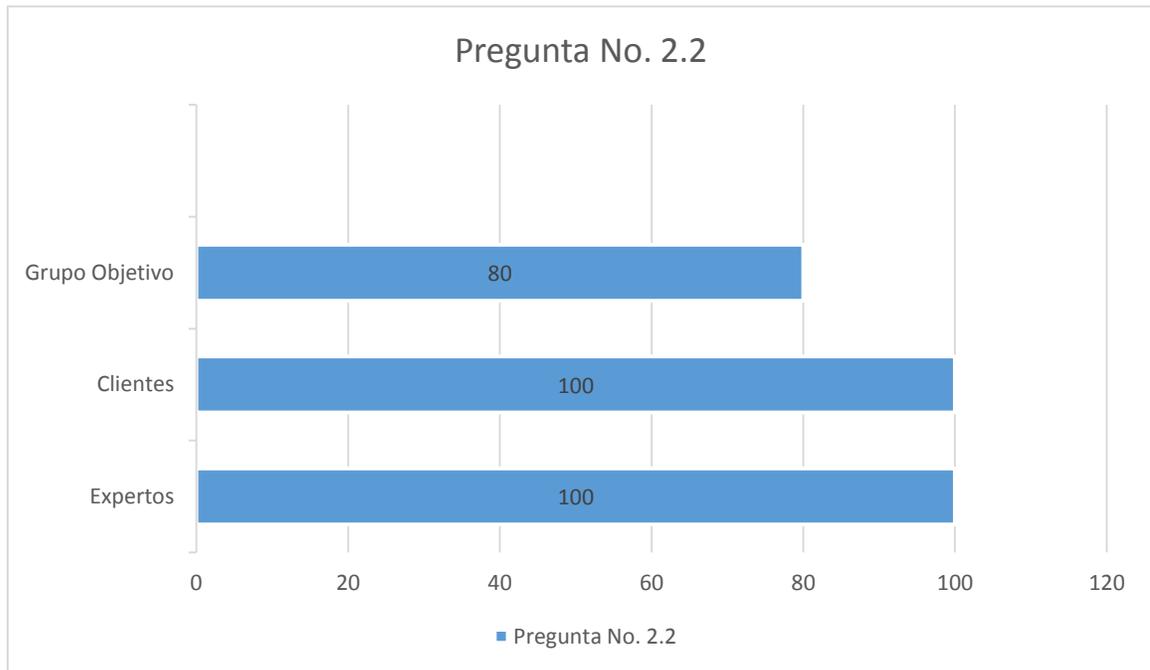
2.1) ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo del catálogo es?



INTERPRETACION

El 100% de los encuestados considera que es Muy Legible la tipografía utilizada en el cuerpo del catálogo.

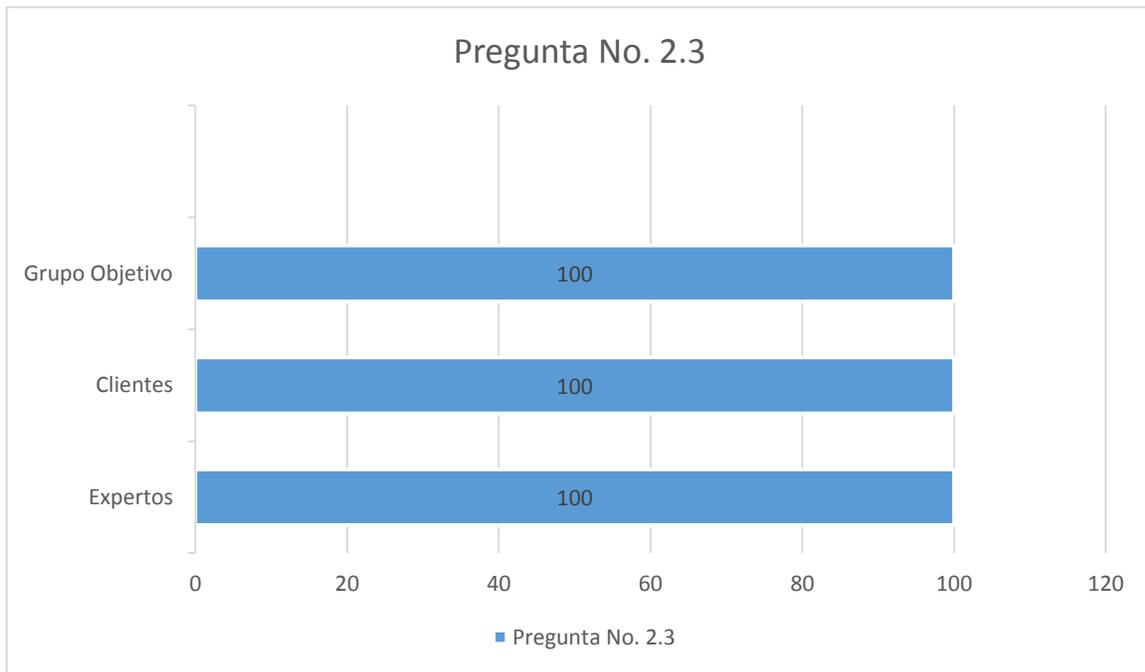
2.2) ¿Considera usted que utilizar un fondo negro en la portada del catálogo hace que sea?



INTERPRETACION

El 80% de los encuestados considera que utilizar un fondo negro en la portada del catálogo hace que sea Muy elegante. El 20% de los encuestados, grupo objetivo, considera que es Poco elegante, lo cual no es muy significativo.

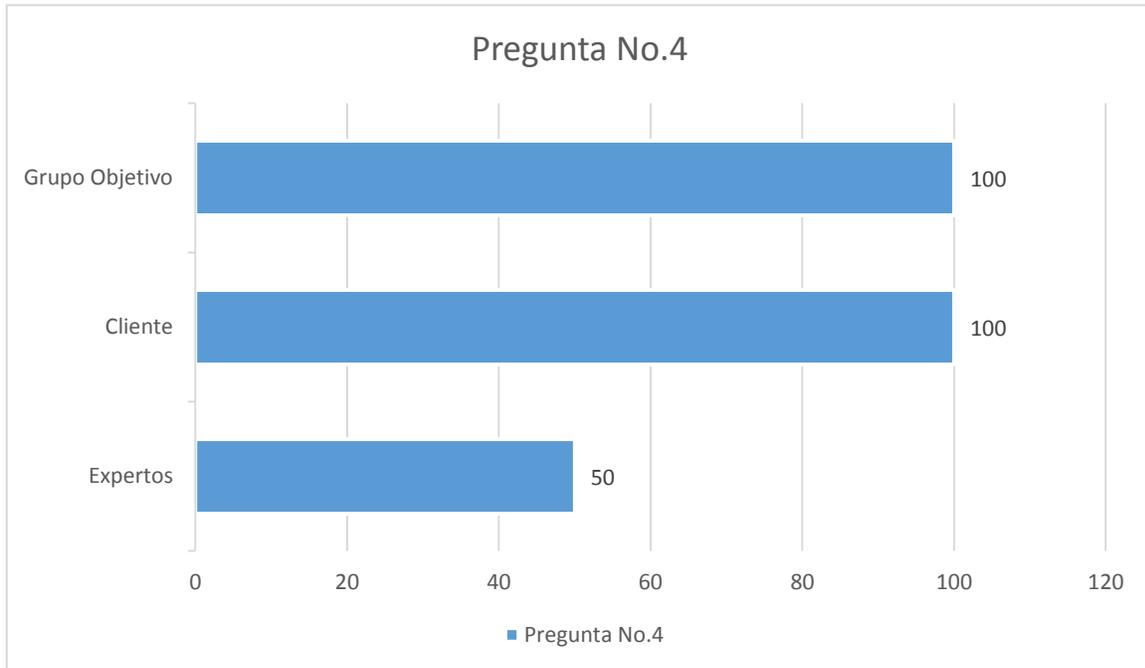
2.3) ¿Considera usted que utilizar fotografías dan a entender con exactitud el producto que se ofrece?



INTERPRETACION

El 100% de los encuestados considera que utilizar fotografías da a entender con exactitud el producto que se ofrece para colocarlo en el catálogo digital.

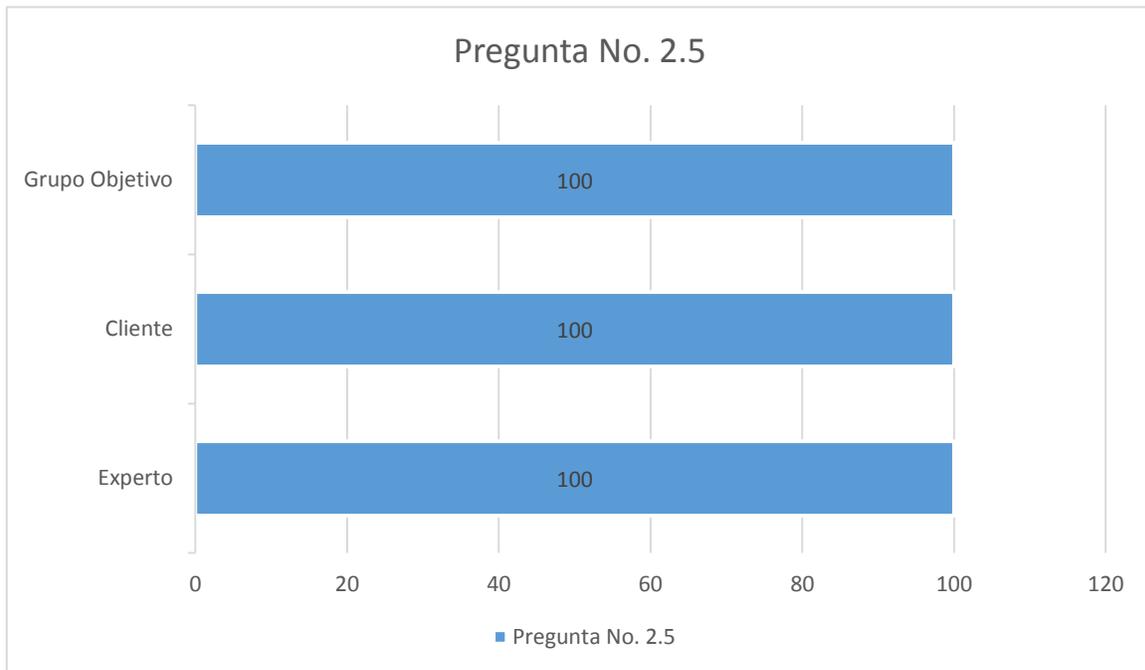
2.4) ¿Considera usted que la diagramación que se utiliza en el catálogo es?



INTERPRETACION

El 90% de los encuestados considera que la diagramación que se utiliza en el catálogo es Muy apropiado. El 50% de los encuestados Expertos considera que la diagramación es medianamente legible.

2.5) ¿Considera usted que la línea grafica del catálogo de los patrones y colores son?

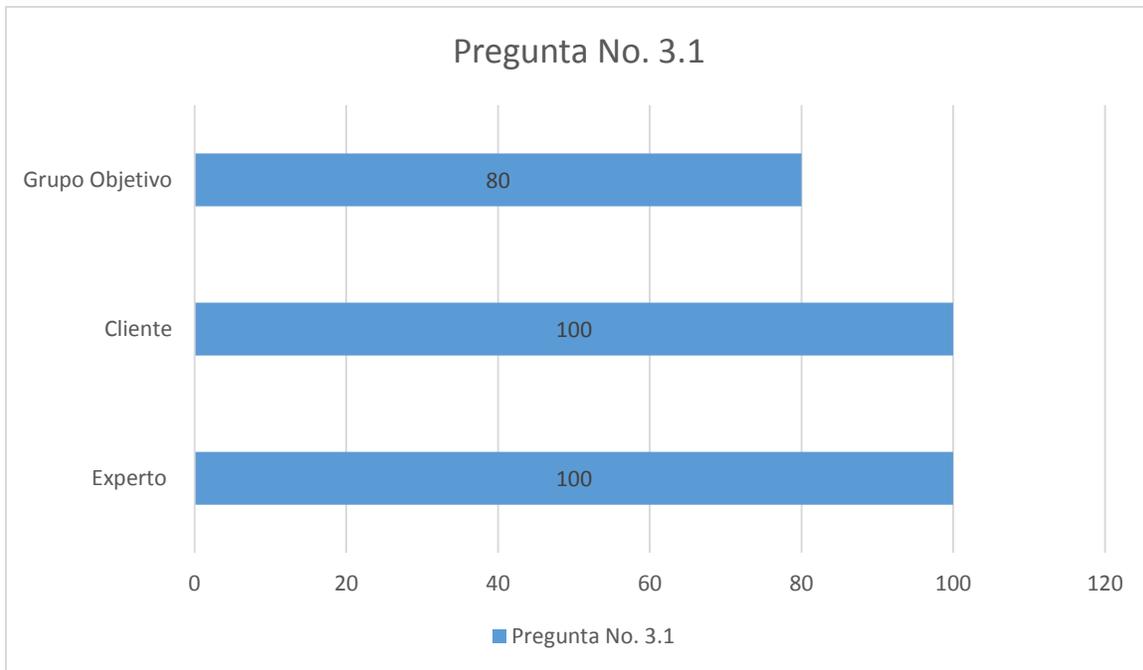


INTERPRETACION

El 100% de los encuestados considera que la línea grafica del catálogo de los patrones y colores son muy atractivos el para el catálogo digital.

ENCUESTA OPERATIVA

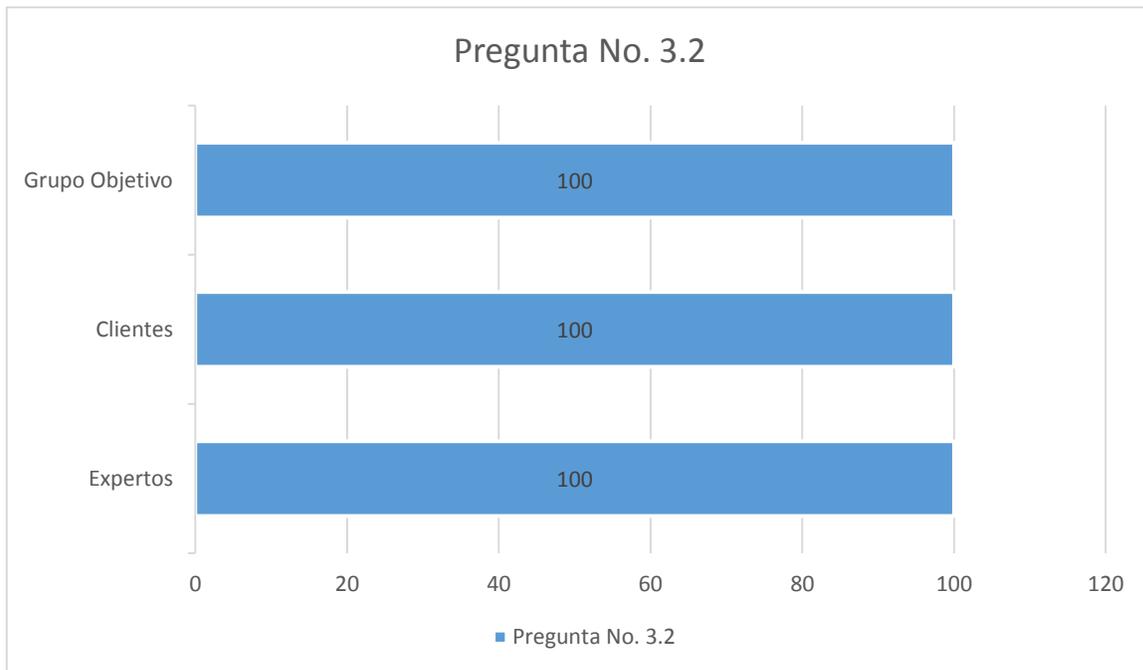
3.1) ¿Considera usted que el tamaño del catálogo digital es?



INTERPRETACION

El 80 % de los encuestados considera que el tamaño del catálogo digital es muy apropiado para el mismo. El 20% considera que el tamaño del catálogo es medianamente apropiado.

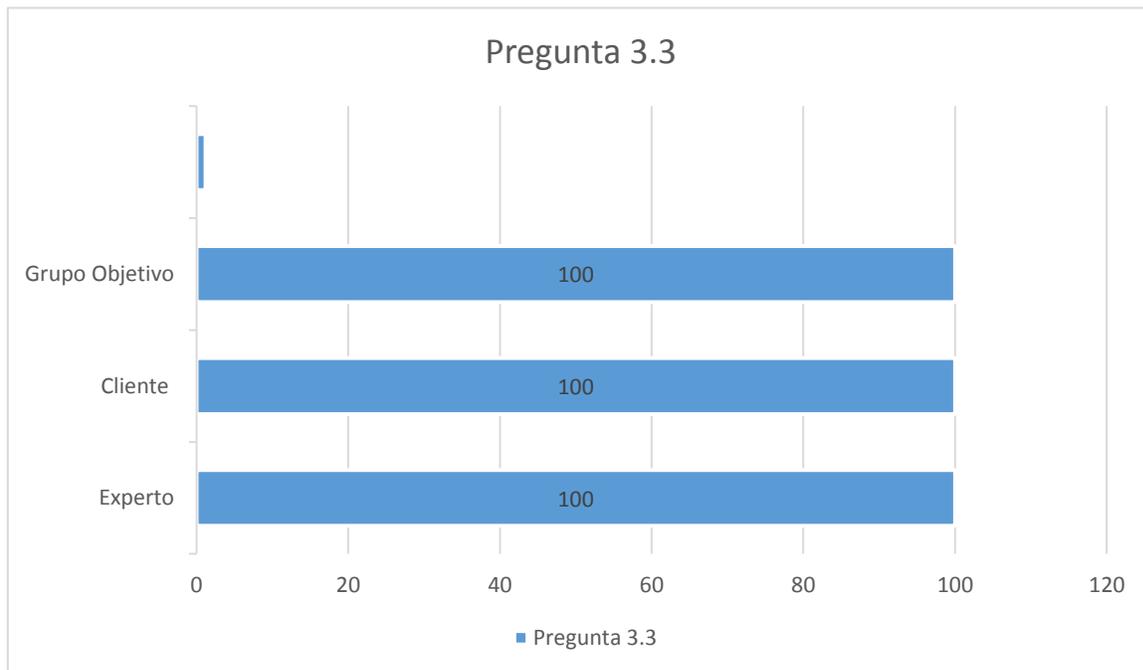
3.2) ¿Considera usted que utilizar una fotografía por hoja es?



INTERPRETACION

El 100% de los encuestados considera que utilizar una fotografía por hoja es muy funcional.

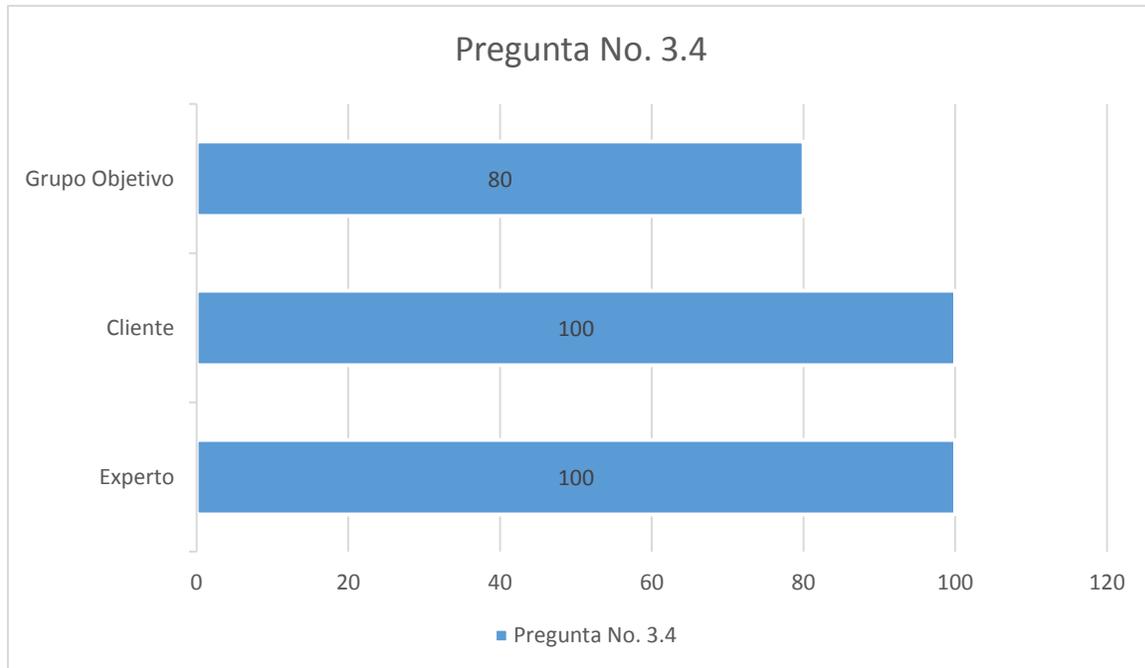
3.3) ¿Considera usted que utilizar un catálogo digital a través de la web es?



INTERPETACION

EL 100% de los encuestados considera que utilizar un catálogo digital a través de la web es muy necesario.

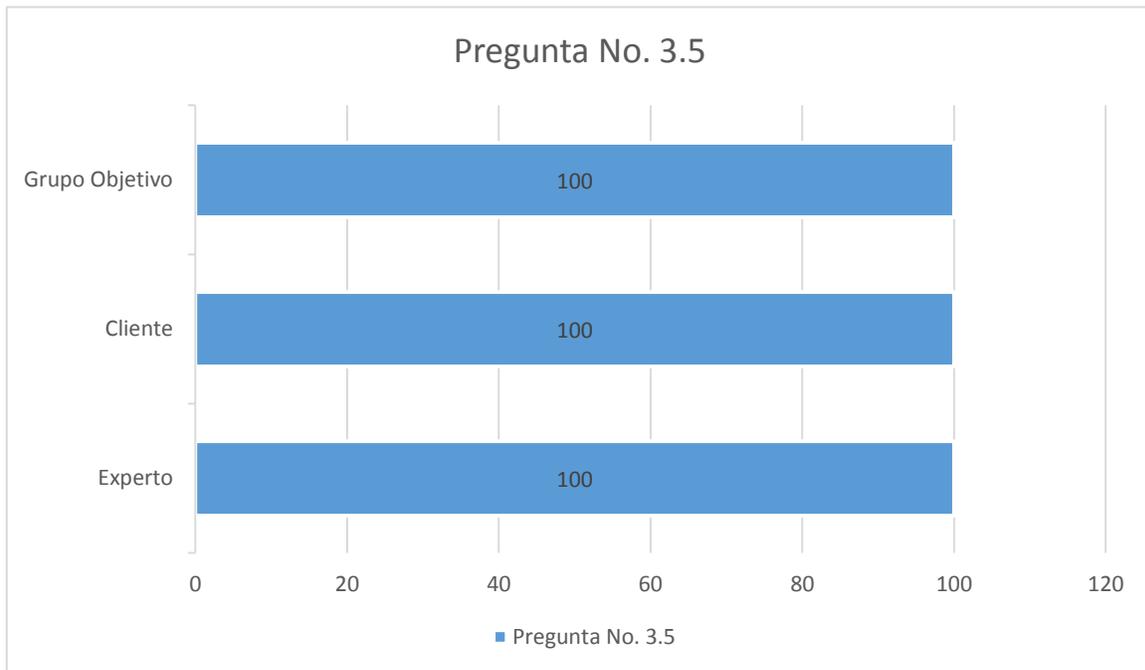
3.4) ¿Cómo considera usted que el catálogo digital es?



INTERPRETACION

El 80% de los encuestados considera que el catálogo digital es muy accesible. El otro 20% considera que es medianamente accesible.

3.5) ¿Consideraría usted que el catálogo en cuanto a herramienta de comunicación es?



INTERPRETACION

El 100% de los encuestados considera que el catalogo en cuanto a herramienta de comunicación es Buena.

8.4 Cambios en base de los resultados

En base de los resultados de las encuestas realizadas no se encontraron cambios para el proyecto de graduación.

CAPÍTULO IX: Propuesta Gráfica Final

Portada - Catálogo Digital

2550 px

The image is a vertical rectangular graphic for a catalog cover. It features a collage of event decoration photos, including tables with white linens, glassware, and centerpieces. The background is a dark, circular shape. The text is in a white, elegant script font. At the top, there is a small box with the text '2550 px'. On the right side, there is a vertical box with the text '3300 px'.

*Bellos
Momentos
con dedicación*

Pasteles • Cristalería • Montaje • Centros de

Decora y Eventos

3300 px

2550 px

Decora y Eventos

**Somos una empresa con diez años de experiencia,
en el área de servicio de banquetes alimentos, y
organización de eventos.**

**Contamos con paquetes completos, mobiliario,
mantelería, cristalería, menus, banquete bufet,
meseros, decoración, pasteles, discoteca móvil,
grupo de música, carpas, toldos, fuentes de
chocolate Candy station, fuentes de bebidas.**

De todo para su evento.

3300 px



2550 px



3300 px

2550 px



realizado con distintos
diseños de listones
formando una flor,
con base de madera.

3300 px

Árbol de listones

2550 px



2550 px

Combinado con
frutas cítricas
naturales colocadas
dentro de un florero
cuadrado de cristal
y flores naturales.



3300 px

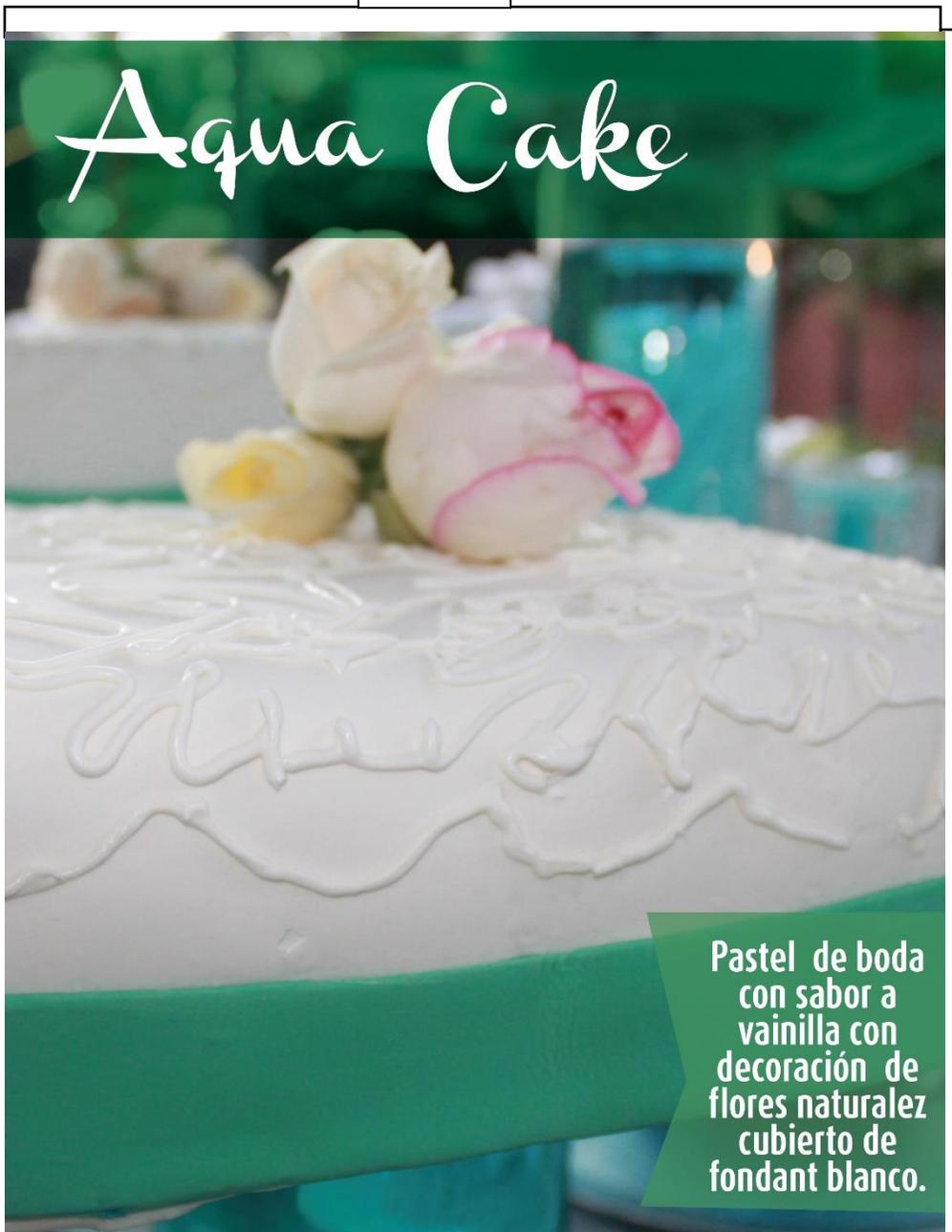
Tropical Top

2550 px



3300 px

2550 px



Aqua Cake

Pastel de boda con sabor a vainilla con decoración de flores naturales cubierto de fondant blanco.

3300 px

2550 px



3300 px

2550 px

Pastel para dos de
vainilla con cereza.
Completado con muffin
red velvet .



3300 px

CakeCup

2550 px



3300 px

2550 px



3300 px

2550 px



3300 px

2550 px



3300 px

Quince
Años

2550 px



3300 px

*Boda
Civil
Jardines*

2550 px



3300 px

2550 px



3300 px

Boda

2550 px



3300 px

2550 px



3300 px

**TUS INVITADOS
AMARÁN TU BODA,
CUMPLE AÑOS, BAUTIZO,
DESPEDIDA DE SOLTERA**

2550 px



3300 px

2550 px



3300 px

2550 px



3300 px

2550 px



**PORQUE MUCHO
NUNCA ES SUFICIENTE**

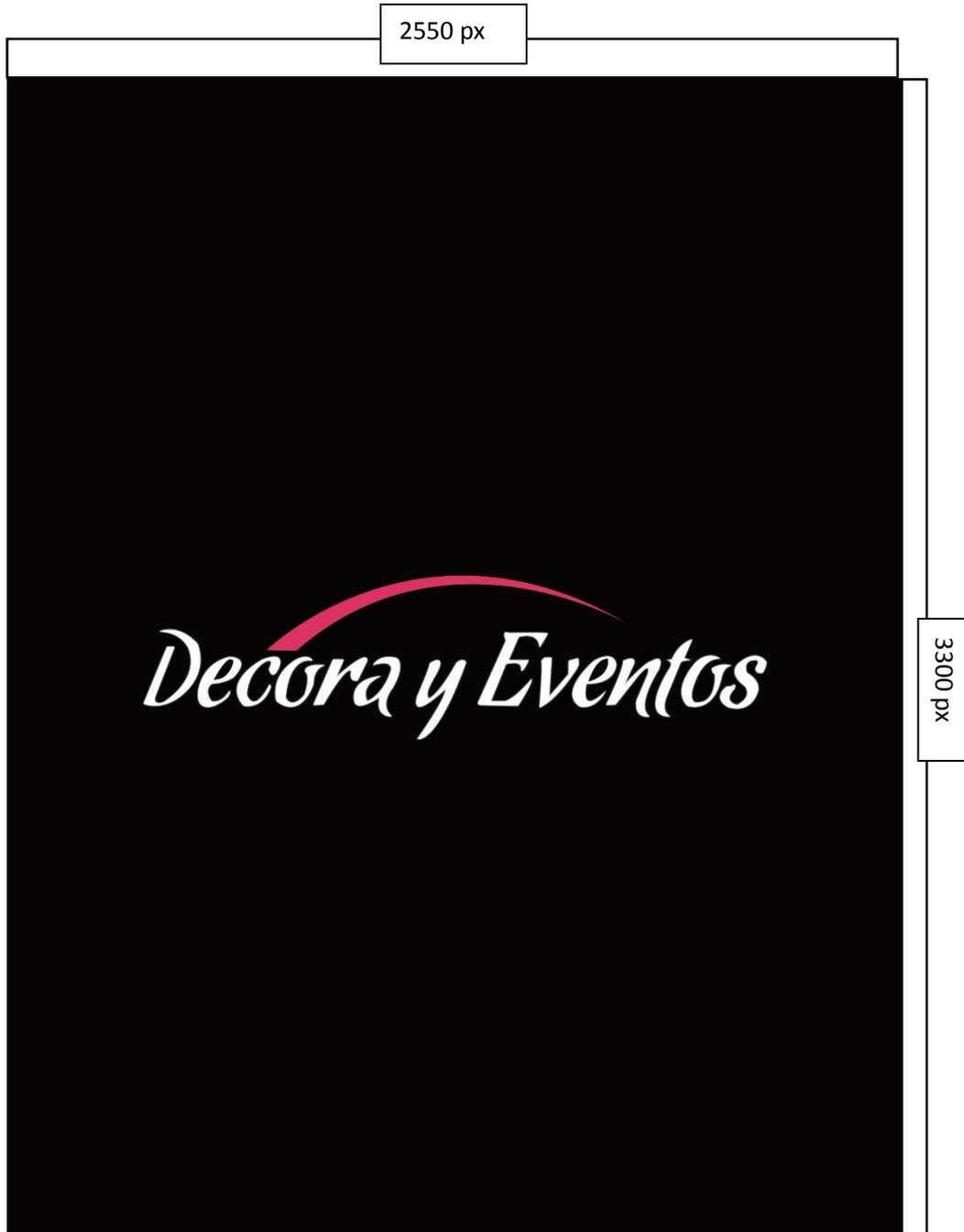
3300 px

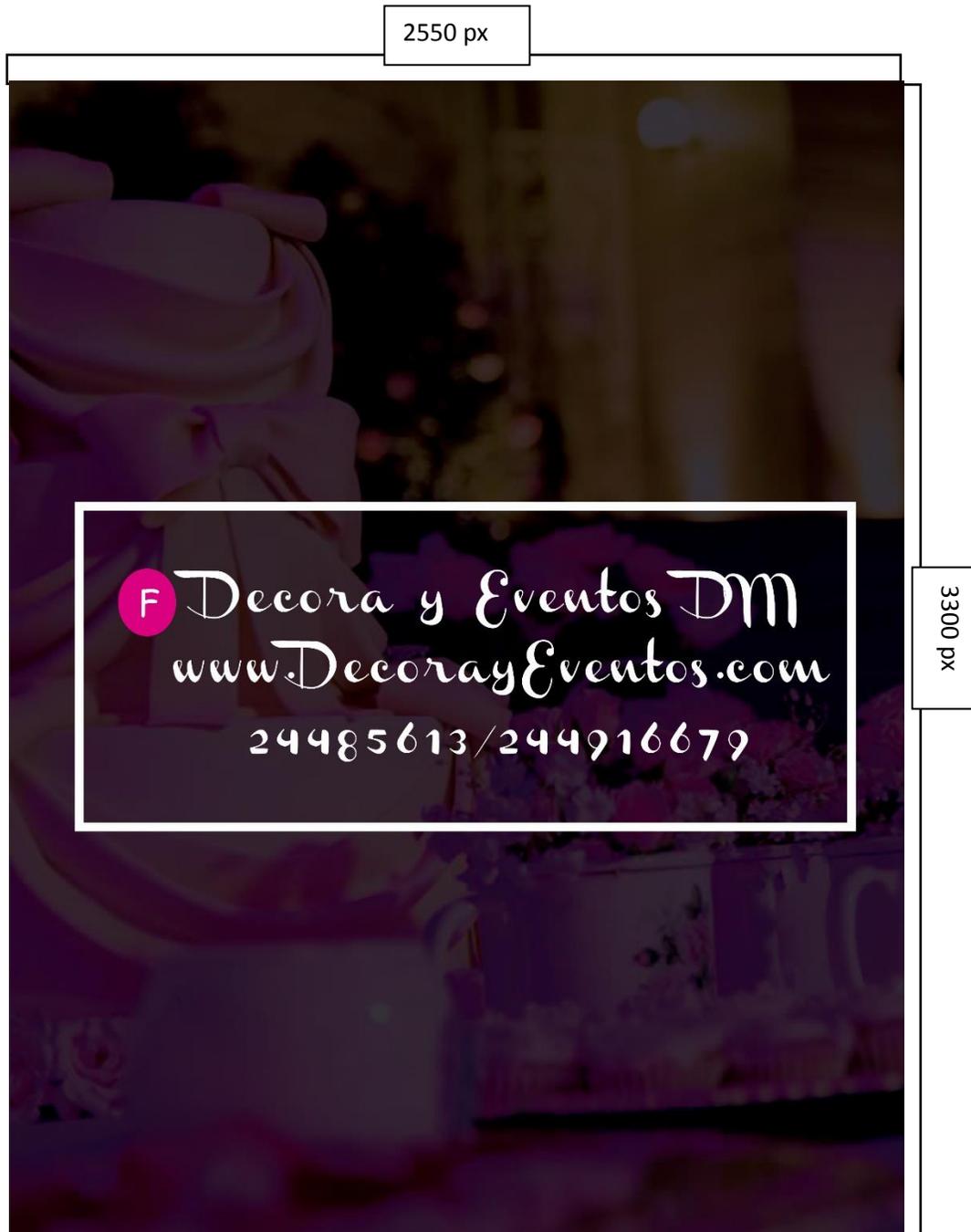
2550 px

PORQUE DARLE TU ESTILO ES LO NUESTRO



3300 px





Capítulo X: Producción, Reproducción, y Distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Para la elaboración del catálogo digital fue necesario la recopilación de información que fue brindada por la empresa Decora y Eventos, y tomando en cuenta lo siguiente:

- Las fotografías utilizadas en el catálogo digital fueron realizadas por medio de sesiones en eventos que se obtuvieron en el transcurso del proyecto. Por un cobro del 100.00 la hora, en cada evento se llevó 1 hora por cada uno que en total fue de 7 eventos. 100×7 da un resultado de 700 quetzales por sesión fotográfica. Para este punto de las sesiones fotográficas se necesitará 300.00 quetzales de gasolina para ir a los eventos que fueron realizados en Antigua Guatemala, carretera al atlántico kilómetro 27 y lugares varios en ciudad capital con rango de zona 10 capitalina, zona 16 y zona 9.
- Proceso de bocetaje de dibujo natural, bocetaje fue realizado en 3 horas con el precio de 25.00 la hora da un total de 75.00 quetzales.
- El tiempo trabajado del proyecto fue de 1 mes divididas en secciones de 4 horas al día de lunes a viernes que son 21 días trabajados y da como resultado 84 horas trabajadas. 84×25 da un resultado de 2,100.00 quetzales.

Trabajo Realizado	Horas trabajadas	Total
Sesiones Fotográficas	7 horas	1,000.00
Proceso de Bocetaje	3 horas	75.00
Trabajo de Catálogo	84 horas	2,100.00

Total	3,175.00
-------	----------

10.2 Plan de Costos de producción

Digitalización de Bocetos, Artes finales y metodología del diseño da como resultado:

Fotografías: fue de 7 días con eventos en sección de 1 hora por evento es un total de 700 ya que se cobró 100 la hora de trabajo fotográfico.

Bocetaje se llevó en un día trabajando 3 horas es un total de 75.00 por bocetaje.

Proyecto fue de 1 mes, divididas en secciones de 4 horas al día de lunes a viernes que son 21 días trabajados y da como resultado 84 horas trabajadas. $84 * 25$, da un resultado de 2,100.00 quetzales.

El costo total de producción es de 94 horas con un total de 3,175.00 quetzales.

10.3 Plan de costos de reproducción

No se realizan costos de reproducción, ya que el catálogo digital será utilizada en una plataforma web, issu.

10.4 Plan de Costos de Distribución

El catálogo digital no se realizará gastos de distribución debido a que se utilizará una página web issu.

10.5 Cuadro de resumen general de costos

Concepto	Valor
Plan de costos de elaboración	1,075.00
Plan de costos de Producción	2,100.00
Plan de costos de Reproducción	.00
Plan de costos de Distribución	.00
Total	3,175.00

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se investigaron los términos y conceptos acerca de catálogos digitales en diferentes sitios web que ayudaron a la toma de decisiones en el desarrollo del proyecto final.
- Se recopiló información acerca de los servicios que brinda el personal de Decora y Eventos el acordar reuniones con el gerente de la empresa que ayudó a la realización del catálogo digital.
- Se diagramaron los diferentes servicios en imágenes a través del catálogo para que satisfaga los requerimientos necesarios para presentar a detalle todos los servicios de la empresa.
- Se realizaron sesiones fotográficas de eventos y de los servicios que se tuvieron durante el tiempo del proyecto que se incluyeron en el contenido catálogo digital.

11.2 Recomendaciones

- Mantener actualizada la información a través de sugerencias que puedan dar a los clientes, con el objetivo de mejorar el servicio que la empresa brinda de una manera más amplia, para que no tengan duda alguna a la hora de contratar los servicios o productos.
- Se indica que dentro de la empresa se deberá mantener la comunicación a través de llamadas o correos electrónicos con el motivo de discutir ideas para darle un valor agregado al catálogo, para futuras actualizaciones.
- Se sugiere mantener la diagramación, los colores y la tipografía debido a que serán identificados como la imagen de la empresa, ya que a la hora de hablar sobre temas como la empresa del catálogo de servicios.
- Se recomienda la actualización de fotografías, ya que con este tipo de trabajos se van innovando y actualizando temporadas y tendencias para dar a conocer a los clientes sobre los servicios y productos más recientes y estén enterados de todo.

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimiento



Capítulo XIII: Referencias

Referencias

Definicion ABC. (agotso de 2007-2015). Obtenido de General/Banquete:
<http://www.definicionabc.com/general/banquete.php>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/evento/>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de General: <http://definicion.de/alimento/>

Wikipedia. (24 de Septiembre de 2015). Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos

(Definicion ABC, 2007-2015)

Referencias

Definicion ABC. (agotso de 2007-2015). Obtenido de General/Banquete:
<http://www.definicionabc.com/general/banquete.php>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/evento/>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de General: <http://definicion.de/alimento/>

Wikipedia. (24 de Septiembre de 2015). Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos

(Definicion.de, 2015)

Referencias

Definicion ABC. (agotso de 2007-2015). Obtenido de General/Banquete:
<http://www.definicionabc.com/general/banquete.php>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/evento/>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de General: <http://definicion.de/alimento/>

Wikipedia. (24 de Septiembre de 2015). Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos

(Wikipedia, 2015)

Referencias

Definicion ABC. (agotso de 2007-2015). Obtenido de General/Banquete:
<http://www.definicionabc.com/general/banquete.php>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/evento/>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de General: <http://definicion.de/alimento/>

Wikipedia. (24 de Septiembre de 2015). Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos

(Lexicoon, 2015)

Referencias

Definicion ABC. (agotso de 2007-2015). Obtenido de General/Banquete:
<http://www.definicionabc.com/general/banquete.php>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/evento/>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de General: <http://definicion.de/alimento/>

Lexicoon. (Agosto de 2015). Obtenido de Manteleria: <http://lexicoon.org/es/manteleria>

Wikipedia. (24 de Septiembre de 2015). Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos

(Definicion.de, 2008-2015)

Referencias

Definicion ABC. (agotso de 2007-2015). Obtenido de General/Banquete:
<http://www.definicionabc.com/general/banquete.php>

Definicion.de. (Agosto de 2008-2015). Obtenido de Menu: <http://definicion.de/menu-2/>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/evento/>

Definicion.de. (agosto de 2015). Obtenido de General: <http://definicion.de/alimento/>

Lexicoon. (Agosto de 2015). Obtenido de Manteleria: <http://lexicoon.org/es/manteleria>

Wikipedia. (24 de Septiembre de 2015). Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_de_eventos

Capitulo XIV Anexos

Encuestas Realizadas:

UNIVERSIDAD GALILEO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRAFICO
PROYECTO DE TESIS
GUATEMALA AGOSTO 2,016



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

ENCUESTA VALIDACIÓN DE PROYECTO

DISEÑO DE CATALOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA DECORA Y EVENTOS.

GÉNERO: MASCULINO FEMENINO
ENCUESTADOR: EXPERTO: CLIENTE GRUPO OBJETIVO

Acontinuación visto el catálogo digital se agradece responda la siguiente encuesta de manera concisa con una X en la casilla correspondiente

1.1) ¿Considera usted que es importante investigar información sobre el contenido acerca de catálogos digitales en diferentes sitios web que ayuden a tomar decisiones para el desarrollo del proyecto?

SI NO

1.2) ¿Considera usted que es importante recopilar información, a utilizar en el catálogo digital, con la ayuda de reuniones con el gerente de la empresa?

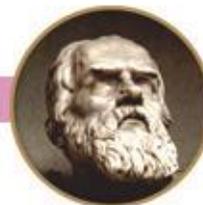
SI NO

1.3) ¿Considera usted necesaria la diagramación de un catalogo para establecer los requerimientos necesarios para poder presentar a detalle todos los servicios de la empresa?

SI NO

1.4) ¿Considera usted necesario la realizacion de fotografías que se ejecuten durante el tiempo del proyecto para incluirlas en el contenido catálogo digital?

SI NO



2.1) ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el cuerpo del catálogo es?

Muy legible Medianamente Legible Poco Legible

2.2) ¿ Considera usted que utilizar un fondo negro en la portada del catalogo hace que sea?

Muy Elegante Medianamente Elegante Poco Elegante

2.3) ¿Considera usted que utilizar fotografías dan a entender con exactitud el producto que se ofrece?

Mucho Medianamente Poco

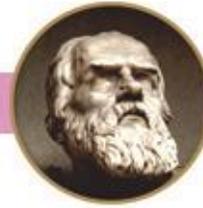
2.4) ¿Considera usted que la diagramación que se utiliza en el catálogo es?

Muy Apropiado Medianamente Apropiado Poco Apropiado

2.5) ¿Considera usted que la línea grafica del catálogo de los patrones y colores son?

Muy Atractivos Medianamente Atractivos Poco Atractivos

Parte III
PARTE OPERATIVA



3.1) ¿Considera usted que el tamaño del catálogo digital es?

Muy Apropiado Medianamente Apropiado Poco Apropiado

3.2) ¿Considera usted que utilizar una fotografía por hoja es?

Muy Funcional Medianamente Funcional Poco Funcional

3.3) ¿Considera usted que utilizar un catálogo digital a través de la web es?

Muy Necesario Medianamente Necesario Poco Necesario

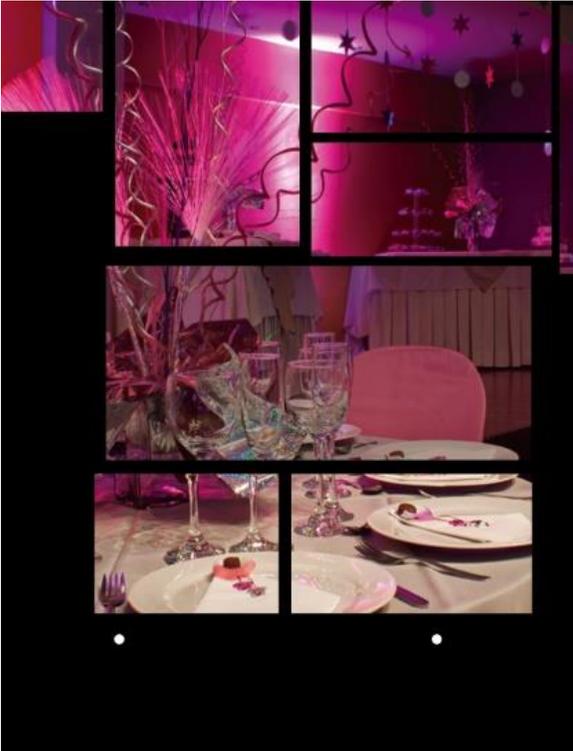
3.4) ¿Considera usted que el catálogo digital es?

Muy Accesible Medianamente Accesible Poco Accesible

3.5) ¿Consideraría usted que el catálogo en cuanto a herramienta de comunicación es?

Bueno Medianamente Bueno Malo

Proceso del diseño del catálogo digital



Proceso del diseño de la portada del catálogo digital.



Proceso de diseño hoja capitular del catálogo digital.



Proceso del diseño de página central para el catálogo digital.



Proceso de diseño de contra portada para el catálogo digital.