



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

**DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES
DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE
BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLORICA S.A.
GUATEMALA, GUATEMALA 2016.**

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

María Fernanda Arévalo Vickers
12002445

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD GALILEO

RECTOR

DR. EDUARDO SUGER COFIÑO

VICERRECTORA GENERAL

DRA. MAYRA DE RAMÍREZ

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

LIC. JEAN PAUL SUGER CASTILLO

SECRETARIO GENERAL

LIC. JORGE RETOLAZA

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIC. LEIZER KACHLER

VICEDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIC. RUALDO ANZUETO

MS.C.

Guatemala 10 de abril de 2015

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

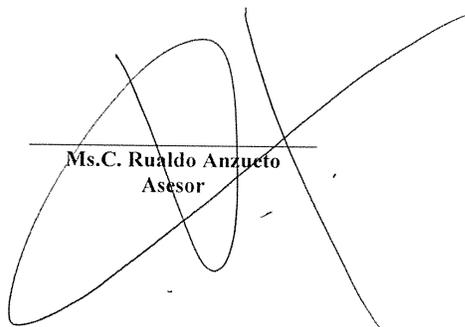
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLÓRICA S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2016**. Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzuetto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Maria Fernanda Arévalo Vickers
12002445



Ms.C. Rualdo Anzuetto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 15 de mayo de 2015

Señorita:
María Fernanda Arévalo Vickers
Presente

Estimada Señorita Arévalo:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLÓRICA S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2016**. Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 20 de mayo de 2016

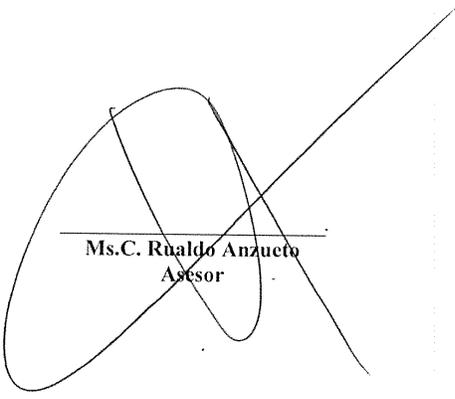
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLÓRICA S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2016**. Presentado por la estudiante: María Fernanda Arévalo Vickers, con número de carné: 12002445, 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. Rualdo Anzueto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 07 de junio de 2016

Señorita
María Fernanda Arévalo Vickers
Presente

Estimada Señorita Arévalo:

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, 02 de mayo de 2019.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLÓRICA S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2016***, de la estudiante María Fernanda Arévalo Vickers, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de mayo de 2019

Señorita:
María Fernanda Arévalo Vickers
Presente

Estimada Señorita Arévalo:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLÓRICA S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2016**. Presentado por la estudiante: María Fernanda Arévalo Vickers, 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:

A Dios, por no abandonarme en ningún momento de toda mi vida, inclusive en los más difíciles. Por darme la fuerza y lo necesario para cumplir mi sueño de culminar mis estudios universitarios y ser una profesional en lo que amo: la comunicación y el diseño gráfico.

A mi madre, por la confianza, el apoyo y el amor incondicional que siempre me brindó.

A mi padre, por su sabiduría y sus consejos los que me levantaron cuando creía no poder más, por ser ese ejemplo de lucha ante cualquier circunstancia de la vida. Por ser quien se levantaba temprano para llevarme a la Universidad y quien velaba por mí cuando no sabía qué hacer ante un ataque de estrés. Este logro especialmente para ti, quien luchó conmigo de la mano día y noche, y nunca me abandono, ser mi única compañía, mi mejor amigo, consejero y ante todo la mejor persona que existe en mi vida.

A mi tío, Federico Díaz, por la confianza que brindó a mi persona y su apoyo incondicional para culminar mis estudios. Por el gran amor que ha demostrado a la familia y ser pieza fundamental en este triunfo y en mi vida.

A mis abuelitos maternos y paternos, por ser las personas más increíbles en mi vida, el apoyo incondicional que me brindaron, su amor y su confianza, la que no tiene ningún precio. Por estar siempre para mí, ante todo por los valores que me inculcaron y es que gracias a esos valores estoy donde estoy.

A mis hermanos, que día a día me dan más fuerza para luchar y ser un buen ejemplo como hermana mayor.

A mis amigas, porque en tantos años de amistad logramos crear un vínculo que mas que amigas nos volvimos hermanas, por tantas desveladas juntas logrando llegar a la meta como iniciamos juntas nuestro bachillerato y universidad, juntas.

A mi asesor, Master Rualdo Anzueto, una persona realmente sincera y auténtica, de quien aprendí muchas cosas, pero sobre todo agradecerle por su confianza en mi persona, esa confianza que me llevó a creer en mi misma, mucho más de lo que ya lo hacía.

A mi familia en general, porque a lo largo de los años han sido familias unidas y me han enseñado el significado de amarnos y respetarnos, de confiar en que se logra lo que se propone, especialmente para esas personas que no me abandonaron y que me apoyaron siempre.

Para todos ustedes con amor.

DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES
DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE
BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLORICA S.A.
GUATEMALA, GUATEMALA 2016.

Resumen o Sinopsis

Folklórica S.A. se encuentra en existencia desde el 19 de diciembre del año 2,000 en la que ha destacado por los productos innovadores y llamativos que distribuye. Los productos cuentan con un textil guatemalteco que ha llamado la atención de turistas de diferentes partes del mundo. Uno de los productos más llamativos de la empresa son sus artículos de moda, que están creados con diferentes bordados típicos representativos de diferentes departamentos de Guatemala.

La problemática consiste en que en la actualidad la empresa no cuenta con el material necesario para que sus promotores de ventas estén mejor preparados para atender a sus clientes con rapidez, tomando en cuenta donde se encuentra situada la tienda. La elaboración de un material digital podrá dar a conocer a sus promotores de ventas las características y los precios de su colección de bolsas artesanales, de una manera original y tecnológica, que traerá mejor desempeño del empleado y atención a sus clientes.

La realización de este proyecto fue sustentado mediante la investigación en el área de comunicación y diseño, asimismo por medio de encuestas para que se entrevistaron a expertos, clientes y grupo objetivo. Los resultados de la encuesta fueron favorables para el diseño presentado. Derivado de los resultados, se logró identificar que para el grupo objetivo el aspecto visual es clave y puede llegar a causar un impacto significativo en las personas, en este caso, con la intención de llamar la atención de los promotores de ventas para que se practique el catálogo y así ofrecer mejor servicio al cliente. Por lo que se recomienda la utilización del catálogo de forma digital.

Para efectos legales únicamente el autor(a) es responsable del contenido de este proyecto.

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 Psicográfico

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 diseño.

6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

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 instrumento.

8.3 Resultados e Interpretación de resultados.

8.4 Cambios en base a los 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 XIV: Anexos.

1.1 Introducción

La empresa Folklórica S.A. se ha dado a conocer a lo largo de muchos años debido a sus accesorios de moda artesanales únicos e innovadores. Luego de una exhaustiva investigación respecto a la empresa y sus accesorios en venta, se ha podido establecer que para mejor atención al cliente es necesaria la creación de un catalogo digital, para dar a conocer a los promotores de ventas las características y los precios de los productos que ofrece la empresa.

Para llevarlo a cabo será necesario ubicar el grupo objetivo con el que se va a trabajar para obtener la información necesaria y así plasmar las necesidades del usuario, en este caso los socios mayoritarios de la empresa Folklórica S.A. Por medio de encuestas se llevará a cabo la detección de aspectos a formar parte del catálogo para que se incluya de la gráfica final a entregar como proyecto de graduación.

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto

La empresa Folklórica S.A. se dedica a la venta, distribución y exportación de bolsas artesanales, que han representado a Guatemala en países por sus diseños exclusivos y llamativos que conforman lo que es este artículo de moda. La empresa se ha mantenido en el mercado desde el año 2000, en los que ha crecido de manera significativa dentro del Aeropuerto Internacional La Aurora, con tres tiendas localizadas en diferentes puntos. Asimismo, los colores, costuras, diseños innovadores, que conforman cada uno de estos artículos artesanales de moda, han logrado ir más allá de las expectativas de sus clientes. Durante las prácticas supervisadas realizadas en AGEXPORT S.A. existió una serie de oportunidades de conocer diferentes sectores de exportaciones, entre ellos, artesanías, donde se empezó a tener contacto con los ejecutivos mayoritarios de Folklórica S.A. En la actualidad, la empresa no cuenta con el material necesario para que sus promotores de ventas estén mejor preparados para atender a sus clientes con rapidez, tomando en cuenta dónde se encuentra situada la tienda.

La elaboración de un material digital podrá dar a conocer a sus promotores de ventas las características y los precios de su colección de bolsas artesanales, de manera original y tecnológica, lo que traerá mejor desempeño del empleado y atención a sus clientes.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Folklórica S.A. carece de un catálogo digital que dé a conocer a sus promotores de ventas las características y los precios de su colección de bolsas artesanales.

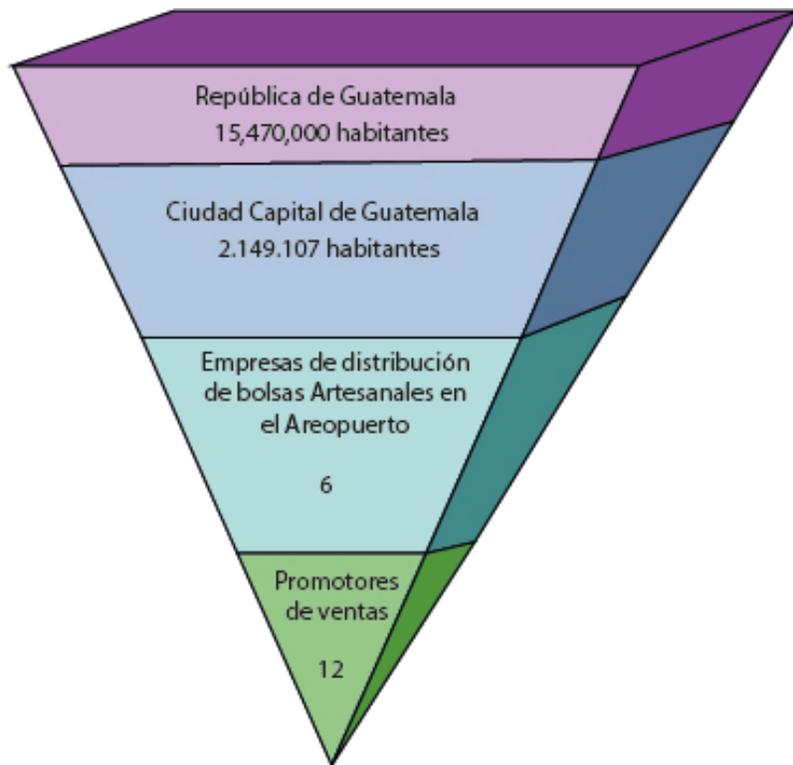
2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud

Según el Instituto Nacional de Turismo, Guatemala tuvo 1, 304,675 turistas durante el año 2012. En el año 2013 se registraron 1, 331,295 turistas lo que nos da un porcentaje relativo de 2.3% de las personas que viajan a diferentes lugares del mundo en el año. De estas cantidades presentadas 550,479 llegaron vía aérea al Aeropuerto Internacional La Aurora, estamos hablando del 27.75% de turistas en Guatemala. La empresa Floklorica S.A. cuenta con un porcentaje alto de ingresos. Según la administración general de la empresa en el año 2013 contaron con más de 10,000 clientes satisfechos, entre ellos turistas y guatemaltecos con mini empresas en desarrollo, en el año 2014 con un porcentaje del 112% comparado al año anterior. La empresa cuenta con un Gerente General, Gerente Administrativo, Gerente Comercial, Gerente de Recursos Humanos, Representante Legal y 12 promotores de ventas que se encuentran distribuidos en las tres tiendas dentro del Aeropuerto Internacional La Aurora. En el año 2013 se vieron en la obligación de despedir a 3 empleadas debido a una equivocación con los precios de las bolsas artesanales.

2.3.1.1 Piramide invertida:



2.3.2 Vulnerabilidad

No contar con el apoyo de un material gráfico que les especifique a los promotores de ventas los precios y las características de que cada bolsa artesanal afecta de manera general a la empresa, debido a que se pueden presentar errores de precios y esto, en cantidad mayor, decaer en la ganancia anual.

2.3.3 Transcendencia

Por medio de la realización de un catálogo digital se pretende dar a conocer a los promotores de ventas las características y los precios de la colección de bolsas artesanales que ofrece Folklórica S.A., con la visión de que al momento de atender a sus clientes se realice de forma rápida y original. El alcance que se espera con el proyecto es aumentar el conocimiento de los empleados, para incrementar la seguridad en su persona al momento que el cliente le realice una pregunta respecto a las características o precios de las bolsas.

2.3.4 Factibilidad

El proyecto de un catalogo digital de bolsas artesanales para dar a conocer sus precios y características a sus promotores de ventas, si es un proyecto factible, ya que se contará con el apoyo de los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos de la empresa Folklórica S.A.

2.3.4.1 Recursos Humanos

Folklórica S.A. cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad y las habilidades para el manejo funcional del proyecto, en el que se beneficiará. Lo que asegura la posibilidad de desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la empresa.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

Los ejecutivos de Folklor S.A. están en la disposición para brindar toda la ayuda necesaria, ya sea información o bien trasladar mi persona de un lugar a otro para desempeñar el proyecto de forma adecuada a la empresa.

2.3.4.3 Recursos Económicos

Folklórica S.A. se ha puesto a disposición para el transporte al momento de visitar la tienda dentro del aeropuerto. La empresa cuenta con los medios económicos necesarios para la difusión del catálogo digital, por lo tanto no se incurrirá en gastos adicionales.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

Folklórica S.A. cuenta con el equipo y las herramientas tecnológicas indispensables para la distribución del catálogo digital a cada uno de sus promotores de ventas, esto se refiere a una tableta digital en la que podrá observar el material para mayor seguridad al momento de que surjan dudas de parte del cliente respecto a las características y precios de cada una de las bolsas artesanales. Por otra parte, se utilizará el equipo necesario para la realización de este proyecto.

3.1 Objetivo General

Diseñar un catálogo digital para dar a conocer a los promotores de ventas, las características y los precios de la colección de bolsas artesanales que distribuye la empresa Folklórica S.A.

3.2 Objetivos Específicos

Investigar información acerca de los catálogos digitales en fuentes primarias y secundarias, acerca de la realización de catálogos digitales para sustentar el contenido y la realización de este proyecto para Folklórica S.A.

Recopilar información acerca de los productos artesanales que promueve el personal de venta de la empresa Folklórica S.A.

Fotografiar las bolsas artesanales para incluirlas en el contenido del catálogo digital a presentar a la empresa Folklórica S.A.

Capítulo IV: Marco de referencia

Folklórica S.A. se encuentra en existencia desde el 19 de diciembre del año 2,000 en el que ha destacado por los productos innovadores y llamativos que distribuye. Los productos cuentan con un textil guatemalteco que ha llamado la atención de turistas de diferentes partes del mundo.

4.1 Misión

Contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal para elevar su competitividad, adaptar proceso de mejoramiento tecnológico de investigación y desarrollo de productos. Impulsar la comercialización de artesanías, para asegurar la participación creciente del sector en la economía del país y estimular el desarrollo profesional del recurso humano.

4.2 Visión

Coordinar planes y programas de desarrollo, de manera que estos se traduzcan en mejor nivel de vida y bienestar para las personas que integran y trabajan por sector artesanal.

4.3 Valores a destacar:

Respeto

Fidelidad

Amor al arte guatemalteco

Responsabilidad

Cortesía

4.4 Mercado total

Se considera que el mercado total es medio y reducido, limitado, ya que se enfoca únicamente en las personas que salen o entran al país por vía aérea. Respecto a la competencia se toma en cuenta que indirectamente se tienen los lugares turísticos o mercados de artesanías donde los clientes pudieran comprar antes. Como competencia directa tenemos a las demás tiendas que se encuentran dentro del aeropuerto.

4.5 Mercado Especifico

Tomamos como competencia directa a las diferentes tiendas de artesanías que se encuentran dentro del Aeropuerto Internacional La Aurora, debido a que muchas de ellas tienen una localización más disponible para los viajeros.

4.6 Situación Actual

Folklórica S.A. varía de su situación debido a que dependemos demasiado de las temporadas en las que el turismo en nuestro país se eleva. La empresa cuenta con una meta anual que desde su inicio hemos logrado llegar.

4.7 Producto

Los productos que se manejan son artesanales del país. Los rasgos notables son los textiles típicos que caracteriza al país, por sus diferentes regiones y trajes los cuales hacen llamativos y de interés al turista. La ubicación es en el Aeropuerto Internacional La Aurora, en la zona 13 de la ciudad de Guatemala. Las ventajas que se pueden tener es que los artículos de la tienda son aptos para llevar en el avión sin ningún inconveniente.

4.8 Precio

Debido a que nos adaptamos a las necesidades de nuestros clientes, no contamos como un término monetario exacto, ya que aceptamos dólares, quetzales, euros, entre otras monedas. Por ende no contamos con un precio específico de los productos artesanales de moda a la venta, ya que estos se rotan en temporadas.

4.9 Logotipo de la empresa

Nuestro logotipo cuenta con diferentes colores llamativos debido a que nos encargamos de la distribución de bolsas artesanales. Está conformado por un símbolo que forma parte de la cultura maya de Guatemala y une en un mismo gráfico, el pasado con el presente y futuro de las culturas nacionales del país.



4.1.1 Competencia

Respecto a las ventajas diferenciadoras del producto, podemos considerar que la variedad y el movimiento que le damos al inventario de los diferentes productos para satisfacer las necesidades del cliente. Nosotros, a diferencia de la competencia, nos preocupamos por saber los gustos del cliente y que le gustaría para su próxima visita. Para nosotros, la mejor publicidad es la experiencia que tiene el cliente al comprar en Folklórica S.A. Nuestro posicionamiento es estándar, ya que la competencia es de una manera pareja debido a que nuestros productos son muy parecidos.

4.1.2 Canal de distribución:



Dentro del razonamiento del canal de distribución se encuentra, como primer paso, la bodega, donde se almacena el producto luego de comprarlo. Como segundo punto se dirige el producto a la tienda donde se realiza la venta del producto y se tiene el contacto con el cliente. Y como último punto, dentro del canal de distribución se encuentra el destino final, que ya depende del cliente.

4.1.3. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Posicionamiento de nuestra empresa.</p> <p>Productos innovadores y exclusivos.</p> <p>Conocimiento de diferentes textiles típicos representativos en nuestro País.</p>	<p>Conocimiento de nuestro producto a nivel internacional.</p> <p>Expansión de sucursales dentro y fuera del Aeropuerto Internacional La Aurora.</p> <p>Exportación de producto al por mayor a nivel internacional.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Rechazo a nuestros productos por parte de turistas debido a los textiles utilizados.</p> <p>Problemas con nuestros promotores de ventas debido a los diferentes productos y precios.</p> <p>Que nuestros productos pasen de moda debido a un cambio radical de temporada.</p>	<p>Disminución de ventas debido a temporada baja respecto a turistas.</p> <p>Cualquier problema que se dé dentro del Aeropuerto Nacional La Aurora, afecta las ventas de la empresa.</p> <p>Cancelación de contratos de exportación de producto debido a la disminución de ventas en otros países.</p>

Capítulo V: Definición de Grupo Objetivo:

EL proyecto será dirigido a los promotores de ventas de la empresa Folklórica S.A; que cuenta con doce empleados, distribuidos en tres sucursales localizadas en diferentes puntos dentro del Aeropuerto Internacional La Aurora, de los que se reunirá la información siguiente:

5.1 Perfil Geográfico:

Debido a que el proyecto se llevará a cabo para los promotores de ventas de la empresa Folklórica S.A. se tomará en cuenta la ubicación de esta para la localización adecuada del perfil geográfico.

País: Guatemala

Cabecera Departamental: Ciudad de Guatemala

Extensión territorial: 228 kms² aproximadamente

Población: 5, 145,435 habitantes

Densidad: 1153.71 hab/kms²

Clima: Subtropical de tierras altas

5.2. Perfil Demográfico:

Tomando en cuenta que los doce empleados que conforman Folklorica S.A. son de diferentes zonas de la ciudad capital, se dividirá el perfil demográfico en dos diferentes niveles:

Nivel C	Nivel C -
Superior, Licenciatura	Media completa
Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente
Q.12 mil	Q.8 mil
Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala.
Por día, eventual.	Eventual
Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal.	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal.
Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro.
1 tel mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos.	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV. electrodomésticos básicos.
Cine, CC, parques temáticos locales.	CC, parques, estadio.
1 cta Q monetarios y ahorro, 1TC local	1 cta Q ahorro, TC local

5.2.1. Folklórica S.A. atención al cliente internacional:

Los empleados que conforman Folklórica S.A. en la ubicación de atención al cliente internacional se encuentran entre los 20 a 35 años de edad, en los que se ubican entre el género masculino y femenino. Su ocupación es promotores de ventas, de nacionalidad guatemalteca, entre los requisitos existen el conocimiento avanzado de inglés y español. El nivel socioeconómico se maneja entre C y el nivel C- con ingresos promedios entre doce mil quetzales y ocho mil quetzales al mes. Cuentan con una casa o departamento rentado o financiado, de una o dos recámaras, uno o dos baños y sala, como personal de servicio se prevé por día y eventual. Como posesiones se encuentra un auto compacto de cuatro a cinco años, sin seguro; entre sus bienes de comodidad existe un televisor, mínimo uno o dos celulares, radio, cable y electrodomésticos básicos. El ocio y esparcimiento de los promotores de ventas de Folklórica S.A. es el cine, centros comerciales, parques temáticos locales, respecto a servicios bancarios encontramos una cuenta de quetzales monetarios y un ahorro. La empresa les brinda a los empleados un seguro social que se conoce como IGSS.

5.3. Perfil Psicografico:

Los promotores de ventas de Folklórica S.A. son de personalidad protagonista, debido a que son líderes natos, llenos de pasión y carisma. Son personas con confianza natural que los lleva a orientar en la decisión de otras personas, en este caso de orientar sobre los clientes en la compra de un producto.

Entre los valores que practican se encuentra: amistad, bondad, dignidad, honestidad, laboriosidad, prudencia responsabilidad y lealtad.

Los hábitos que forman parte de su diario vivir son Caminatas de veinte minutos diarios, cinco minutos diarios dedicados a sus creencias, fin de semana dedicado a su familia, dos tardes de lectura a la semana respecto a los textiles guatemaltecos.

5.4. Perfil Conductual:

Entre las actividades que realizan los promotores de ventas de Folklórica S.A. se encuentran la higiene personal, el vestido, la alimentación, la movilidad funcional, el trabajo, a esto se le conoce como actividades físicas de la vida diaria. Poseen costumbres las cuales han celebrado a lo largo de su vida como, Nochebuena, Año Nuevo, Día de los Santos, Semana Santa y Día de la Independencia.

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1. Textil guatemalteco

Son la materia prima más importante y básica que produce la industria textil. Dentro de esta se encuentra la producción de telas, hilos, fibras y asimismo incluye a los productos derivados de estos

. (ABC, 2007)

6.1.2. Turistas

Es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente en su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico. Todo individuo que se moviliza de un lugar a otro es considerado viajero. Entre la figura de viajero podemos distinguir al visitante de los otros viajeros. Es visitante el que viaja a un lugar fuera de su entorno habitual y no lleva a cabo en el destino una actividad remunerada por residentes, debido a esto se sabe identificar la diferencia que existe con la persona llamada turista.

(Casanovas Pla & Bosch Camprubí)

6.1.3. Sector Artesanal

El sector artesanal guatemalteco está conformado por aproximadamente un millón de artesanos productores, en su mayoría indígenas, dispersos en 22 departamentos de la República, con mayor concentración en la zona occidental y central del país. Se estima que 70% de esta población son mujeres, siendo la producción textil la mayor rama artesanal del país en telares de cintura y de pedal, aplicaciones bordadas y productos tejidos en crochet. Adicionalmente, Guatemala cuenta con otras ramas artesanales como productos en madera, cerámica, fibras vegetales, vidrio soplado, hierro forjado, velas, cuero y joyería.

(SILVA)

6.1.4. Tecnológico

Es aquello vinculado a la tecnología, lo cual lo define como la aplicación de destrezas y conocimientos técnicos para satisfacer una necesidad o solucionar un problema.

(Alejandro82, 2012)

6.1.5. Economía

Es una ciencia social que estudia los procesos de extracción, producción, intercambio, distribución, y el consumo de bienes y servicios. En sentido figurado, economía significa regla y moderación de los gastos, ahorro. El concepto de economía engloba la noción de cómo las sociedades utilizan los recursos escasos para producir bienes con valor y cómo se hace la distribución de los bienes entre los individuos.

(Javixo)

6.1.6. Transporte aéreo

Es el desplazamiento controlado, a través del aire, de vehículos impulsados por sus propios motores o con capacidad para planear. Estas aeronaves permiten trasladar pasajeros o cargas desde un lugar hacia otro, generalmente distante a muchos kilómetros.

(Gardey J. P., 2013)

6.1.7. Temporadas

Presenta un uso frecuente en nuestro idioma y además se le suele usar en varios contextos con lo cual nos encontraremos con varias referencias de la palabra. En su uso más general y amplio, temporada es aquella extensión de varios días, meses o hasta años, los cuales son tomados en cuenta de modo separado y conformando un conjunto, un bloque.

(Ortegón)

6.1.8. Regiones

Es un término geográfico usado con una gran gama de significados, que en términos generales designa un área o extensión determinada de tierra más grande que las subregiones o subdivisiones que la constituyen, ya se trate de un continente como Europa, Asia, América, África, así como una parte de dicho continente, un país o conjunto de países.

(biblio)

6.1.9. Artículos

Se denomina determinado o definido cuando hace referencia a un objeto conocido, como los ejemplos que antes mencionamos; o puede ser indeterminado si el objeto es no conocido o identificado.

(Sorrentino, 2015)

6.1.1.1. Internacional

Es aquello perteneciente o relativo a dos o más naciones, países distintos del propio o que ha trascendido las fronteras nacionales.

(Porto, 2010)

6.1.1.2. Exportación

Es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

(oñate)

6.1.1.3. Comercialización

Es la acción y efecto de comercializar, venta de un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

(Gardey A. , 2010)

6.1.1.4. Moda

Puede ser definida como un mecanismo que regula las elecciones de las personas ya que, por una especie de presión social, indica a la gente qué debe consumir, utilizar o hacer. La moda se convierte en un hábito repetitivo que identifica a un sujeto o a un grupo de individuos. Puede reflejarse en ciertos objetos o aspectos visibles como ropa, accesorios, peinados, pero también en modos de actuar y comportamientos.

(Merino, 2010)

Tipos de Bolsas Artesanales

6.1.1.5. Mochila

Es un tipo de bolsa que se coloca sobre los hombros y se lleva en la espalda, es muy útil para vestir más casual.

(Colomba, 2011)

6.1.1.6. Baguette:

Se cuelga en el hombro. Éste es el tipo de bolso que se utiliza todos los días.

(Maribel)

6.1.1.7. Tubo:

Es uno de los tipos de bolsas más difíciles de combinar, dependiendo de los tejidos y tamaños se puede llevar de manera casual o formal.

(MAN, 2011)

6.1.1.8. Cesta

Es el tipo de bolso ideal para ir de compras, ir a la playa y para cuando necesitar tener más espacio habitual dentro de ella.

(Gonzalez, 2012)

6.1.1.9. De sobre

Es el tipo de bolso que se utiliza para llevar documentos, dinero y diferentes accesorios de reducido tamaño, también es conocido como billetera.

(Marinella, 2013)

6.1.2.1. Cruzado

Es muy parecido a las bolsas bandoleras pero más acolchadas. Son espaciosa y de perfecto uso para la realización de algún viaje.

(Marinella, 2013)

6.1.2.2. Bandolera

El bolso de viaje, donde se puede guardar una cámara, la cartera o diferentes accesorios que se utilizan en algún tipo de viaje.

(Marinella, 2013)

6.1.2.3. Acolchado

Bolso que se utiliza en una entrevista de trabajo ya que es mucho más formal de lo normal, el diseño debe ser elegante.

(Garone, 14)

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1. Comunicación

Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra, alterando el estado de conocimiento de la entidad receptora. La entidad emisora se considera única, aunque simultáneamente pueden existir diversas entidades emisoras transmitiendo la misma información o mensaje. Por otra parte puede haber más de una entidad receptora.

(Mavisoy, 2014)

6.2.2. Comunicación Persuasiva

Es un proceso mediante el cual se transmiten información, ideas, actitudes o emociones por medio de signos enviados a través de un canal de comunicación, con la intención de persuadir.

(Williams)

6.2.3. Paradigma de la Comunicación

6.2.3.1. Funcionalismo

Organismo interrelacionado cuyos elementos forman una estructura en donde cada uno de ellos se afecta si una parte deja de funcionar. Si bien se dan conflictos, existen mecanismos propios que conducen al equilibrio.

(Funes, 2013)

6.2.4. Diseño

Se define como el proceso previo de configuración mental, una prefiguración, en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

(Prado, 2014)

6.2.5. Diseño Gráfico

Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.

(Contreras)

6.2.6. Diseño Editorial

Es la rama del diseño gráfico dedicada al diseño, maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos, libros o artes de tapa en discos. El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos.

(Zappaterra, 2008)

6.2.7. Diseño Digital

Es una actividad que permite utilizar la computadora como un medio de comunicación, por medio de la creación de aplicaciones de cómputo tales como; diseño de interactivos y sitios web, así como recorridos virtuales y animación en dos y tres dimensiones.

(Wikipedia, 2015)

6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1. Ciencias

6.3.1.1. Semiología

Es la disciplina que estudia el signo y aborda la interpretación y producción del sentido, pero no trata el significado, ni las denominaciones, incluyendo en estas las verbales y las no verbales.

(Chandler, 2002)

6.3.1.2. Psicología del Color

Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en percepción y la conducta humana.

(Heller, 2008)

6.3.1.3. Psicología del Consumidor

Es un campo de la psicología, que se vale de los principios básicos de la ciencia psicológica para entender el comportamiento del consumidor.

(Casallas)

6.3.1.4. Economía

Es la ciencia social que estudia la extracción, producción, intercambio, distribución, consumo de bienes y servicios. Como ciencia también estudia la forma o medios de

satisfacer las necesidades humanas mediante los recursos disponibles, que siempre son limitados.

(Edition, 2009)

6.3.1.5. Sociología

Es la ciencia social que estudia los fenómenos colectivos producidos por la actividad social de los seres humanos, dentro del contexto histórico-cultural en el que se encuentran inmersos.

6.3.2. Artes

6.3.2.1. Folklor

Es la expresión de la cultura de un pueblo, artesanía, bailes, chistes, costumbres, cuentos, historias orales, leyendas, música, proverbios, supersticiones y demás, común a una población concreta, incluyendo las tradiciones de dicha cultura.

(folclor, 2013)

6.3.2.2. Artesanías

Se refiere tanto al trabajo del artesano, como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás.

(jituzdar, 2015)

6.3.3. Teorías

6.3.3.1. Teoría de Gestalt

Se refiere a como el ser humano percibe las figuras, palabras o representaciones que dan a entender un mensaje, esto significa como se percibe en la mente los objetos conocidos en la vida diaria.

(Noreñá, 2008)

6.3.4. Tendencias

6.3.4.1. Tendencia de Moda

Sentido de tratarse de una especie de mecanismo social que regula las selecciones de las personas. Es un estilo o una costumbre que deja una huella en un periodo temporal o en un sitio.

(Porto, Definicion.DE, 2010)

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.1 Comunicación

La comunicación se utiliza al momento de transmitir información a los promotores de ventas mediante un catálogo digital, para dar a conocer datos respecto a precios y características de las bolsas artesanales que distribuye Folklorica S.A.

(Lamacchia, 2014)

7.1.1.2 Comunicación Persuasiva

La comunicación persuasiva se utiliza dentro del proyecto cuando los promotores de ventas son persuadidos respecto a la atención que le dan a los clientes en base a la actitud de seguridad que se busca forme parte de cada venta. Dentro del canal de distribución se sugiere que el promotor de venta influya sobre la decisión del cliente, debido a ello la creación del catálogo busca llamar la atención del cliente con datos específicos que puedan atraer la compra del producto. Existen dos etapas en las cuales se busca que la comunicación persuasiva forme parte del proyecto. La primera es de parte de los socios mayoritarios de Folklorica S.A. hacia los promotores de venta, influir sobre el interés de informarse respecto a los productos artesanales en venta para mejor atención al cliente e incremento de ventas. La segunda es de parte de los promotores de ventas hacia los clientes.

(Jaeggi, 2014)

7.1.1.3. Paradigma de la comunicación

7.1.1.3.1. Funcionalismo

El funcionalismo dentro del proyecto es pieza fundamental, se espera que el catálogo digital contribuya a un equilibrio de comunicación entre los socios mayoritarios de la empresa y los promotores de ventas, para la creación de una atención al cliente más adecuada. Dentro de toda empresa se espera que exista cierto funcionalismo entre cada puesto para lograr un desempeño exitoso. A lo largo de los años en los cuales Folklórica S.A. ha estado en existencia han tenido una serie de dificultades debido a diferentes confusiones con los precios y las características de cada bolsa artesanal en venta. Al momento de la creación del catálogo se prevé una disminución del problema fundamental que está manejando Folklórica S.A.

(GONZÁLEZ, 2005)

7.1.2. Diseño

Diseño es el proceso digital creativo del catálogo de bolsas artesanales que se realizara como una solución al problema de la empresa Folklórica S.A. Se puede conocer como el conjunto de detalles que le dan vida al catálogo. Dentro del diseño se buscara llamar la atención de los promotores de ventas para que su interés en leerlo sea positivo. Diferentes detalles gráficos formaran parte del catálogo, los cuales conforman lo que se le conoce como Diseño.

(Larrea, 2013)

7.1.2.1. Diseño Editorial

Tomando en cuenta que el diseño de un catálogo requiere de maquetación y composiciones de publicaciones, el diseño editorial forma parte del proyecto a realizar para la empresa Folklórica S.A. El catálogo estará conformado por una breve explicación de las características y precios de las bolsas artesanales con su respectiva fotografía lo cual permitirá que los promotores de venta se informen. Se utilizara una maquetación simple y ordenada para una mejor comprensión de parte de quien lo utilice.

(Isabel, 2009)

7.1.2.2. Diseño Digital

Para la realización del catálogo digital para la empresa Folklórica S.A. se requiere de programas de Adobe los cuales se trabajan únicamente en la computadora, siendo este el medio de comunicación por el cual se podrá informar a los promotores de venta respecto a los precios y características de las bolsas artesanales. El catálogo se entregara en formato PDF, para una lectura más sencilla. Se busca que al momento de que los promotores de ventas estén atendiendo a un cliente, el catálogo digital no alargue el tiempo de atención ni afecte en la calidad del servicio.

(Ale, 2015)

7.1.3. Ciencias

7.1.3.1. Semiología

Dentro del proyecto se encontrará fotografías con diferentes diseños de las bolsas artesanales que distribuye Folklorica S.A. las cuales se conforman por detalles y colores unidos en un mismo textil, llevando dentro de los detalles algunos rasgos de simbología. Las personas que han crecido en un ambiente de raíces guatemaltecas indígenas suelen comunicarse creativamente a base de diferentes símbolos y colores los cuales forman parte de los detalles que más llaman la atención de los clientes de Folklorica. Sin embargo algunas de las bolsas artesanales tienen cierto parecido y esto ocasiona una desorientación de parte de los promotores de venta respecto a las características y precios, por ello se encuentra dentro del catálogo las fotografías de cada uno de los diseños.

(Wagner, 2006)

7.1.3.2. Psicología del color

En el diseño del catálogo digital a presentar se utiliza una serie de colores los cuales deberán influir sobre los promotores de venta, para despertar el entusiasmo ante la información de los precios y características de las bolsas artesanales y realizar una mejor atención a los clientes. También se busca que los colores del catálogo concuerden con el diseño de las bolsas para que sea atractivo a la vista de los promotores y no produzca apatía al momento de atender.

(Heller, 2008)

7.1.3.3. Psicología del consumidor

Debido a que a lo largo del proyecto se realiza una definición de grupo objetivo, es posible mencionar que se comprende el comportamiento de los promotores de venta y por ello se toma la decisión de realizar un catálogo digital, lo cual puede contribuir al crecimiento de la empresa y de sus empleados en general. La psicología del consumidor forma pieza fundamental dentro de la psicología, ya que ayuda a comprender los comportamientos de una o varias personas. Dentro del proyecto se realiza varios estudios en los cuales la convivencia con los promotores de ventas de Folklórica S.A. contribuye a la realización de un catálogo acorde a su personalidad.

(Fischer & Espejo, 2009)

7.1.3.4. Economía

Folklórica S.A. se encuentra en el mercado hace más de diez años, por lo cual es considerada una empresa que genera lo suficiente como para mantenerse y crecer. Al realizar el proyecto se toma en cuenta que los productos a fotografiar son parte de esa economía nacional en crecimiento, ya que hablamos de productos artesanales muy representativos del país. A lo largo de los años Guatemala se ha caracterizado por artesanías las cuales llaman la atención de diferentes personas de otros países, lo cual ha colocado el sector de artesanías en exportación en uno de los primeros puestos como una de las inversiones más efectivas dentro del país. Dentro del catálogo se encuentran los precios de las bolsas artesanales las cuales están a disposición de los turistas para portar a otro país. Según el Banco de Guatemala, las artesanías forman parte de un 38% de incremento económico dentro del país, ya sea para ventas nacionales o exportaciones.

(Martín de Castro)

7.1.3.5. Sociología

Para la realización exitosa del proyecto se realiza un estudio socioeconómico, en el cual se da a conocer diferentes características representativas como religión, cultura, economía, costumbres, entre otros, de los promotores de venta de la empresa Folklórica S.A.

(P., 2011)

7.1.4. Artes

7.1.4.1. Folklor

Guatemala es un país que se caracteriza por sus diferentes tradiciones, costumbres, leyendas, supersticiones. Entre el proyecto se encuentra una de las razones por el cual se ha reconocido a nivel internacional. Textiles guatemaltecos que conforman las bolsas artesanales empapan de color el catálogo digital, para darle un toque de la cultura que rodea el país de Guatemala.

(Bolaños, 2015)

7.1.4.2. Artesanías

Cada bolsa que forma parte del catálogo digital es considerada una pieza única, debido a que el artesano realiza cada pieza distinta a las demás. En pocos artículos es posible la creación única de un producto, y se dificulta más si se refiere a un artículo de moda el cual llama la atención. Se utilizan diferentes textiles los cuales logran de las bolsas

artesanales una diferencia por cada pieza a la venta lo cual las convierte en una artesanía guatemalteca.

(oñate)

7.1.5. Teorías

7.1.5.1. Teoría de Gestalt

Debido a que la teoría de gestalt se refiere a cómo se percibe las figuras, palabras o representaciones que dan a entender un mensaje, se puede mencionar que la teoría forma parte del proyecto, ya que dentro del catálogo es pieza fundamental lo que perciban los promotores de venta, para luego atender a sus clientes con la seguridad que merece sentir al comprar un producto. Los textiles que forman parte de las bolsas artesanales que Folklorica S.A. tiene a la venta en el Aeropuerto Internacional La Aurora están conformados por diferentes representaciones, las que dan a entender mensajes importantes para la cultura guatemalteca. Se entiende que estos mensajes son fundamentales para los artesanos ya que varios forman parte de una historia maya representativa de sus culturas o costumbres.

7.1.6 Tendencias

7.1.6.1. Tendencia de Moda

Tomando en cuenta que el catálogo digital a realizar contiene fotografías de accesorios de moda artesanal llamativos para mujeres y hombres, se puede mencionar que la tendencia de moda forma parte del proyecto, ya que los accesorios que distribuye Folklorica S.A. dejan huella durante diferentes temporadas y son conocidos por su innovación en cada una de ellas.

7.2. Conceptualización

7.2.1. Método

Relaciones forzadas, es un método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio, combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. De ahí pueden surgir ideas originales. Es una técnica muy común y a la que se refieren multitud de autores con diferentes nombres y variantes, por ejemplo, Edward de Bono lo llama La aportación de azar.

Palabras relacionadas con Folklórica S.A.	Palabras elegidas al azar.	Sentimientos y Valores
Cultura	Solo	Amor
Bolsas	También	Respeto
Textiles	Corazón	Alegría
Costumbres	Crueldad	Fidelidad
Turistas	Manzana	Felicidad
Artesanías	Estudio	Lealtad
Artículos	Universidad	Cariño
Internacional	Comunicación	Orgullo
Moda	Muñecas	Entusiasmo
Cuero	Puerta	Imaginación
Aeropuerto	Casa	Humildad
Tienda	Reloj	Amistad

7.2.2. Definición de concepto

Has notar el orgullo de tu cultura.

La frase conceptual tomo forma al momento de realizar la actividad de relaciones forzadas. Debido a que el grupo objetivo del proyecto son los promotores de ventas de la empresa Folklórica S.A. la frase conceptual se dirige directamente a ellos. El significado que tiene para el proyecto es dar a entender que se puede hacer notar el orgullo que siente por la cultura guatemalteca con una atención al cliente adecuada. Cuando el cliente haga una pregunta respecto a uno de los textiles que forma parte de las bolsas artesanales que distribuye la empresa, el promotor de venta tendrá la oportunidad de demostrar con orgullo la cultura que rodea el país. La intención se basa en motivar a los promotores de ventas de la empresa a dar una mejor atención y de esta forma demostrar que aman su trabajo, lo cual traerá una satisfacción de parte del cliente y del empleado.

7.3. Bocetaje

7.3.1. Bocetaje escrito

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Negro y Blanco	Llamar la atención del grupo objetivo con colores representativos del tema, para transmitir a los promotores de ventas el interés de informarse respecto a las bolsas artesanales.	Ilustrador, recuadros en diferentes porcentajes de color.	Interés.
Tipografía Gloucester MT	Visualización de orden dentro del catálogo, para crear un hábito en informarse respecto a las bolsas artesanales.	Ilustrador, diversas tipografías de diferentes tamaños.	Orden.
Fotografía del producto	Apoyo al momento de identificar de forma visual la bolsa artesanal para producir una seguridad de parte de los promotores de venta al momento de informar a los clientes respecto a características o precios.	Fotografía de producto, utilizando fondo blanco con una cámara T3, lente 18-55.	Seguridad.
Fondo con degrade	Producir en los promotores de ventas el entretenimiento o la emoción por utilizar el catálogo y que no exista la indiferencia por informarse.	Ilustrador, utilizar una tendencia geométrica en un orden adecuado al diseño.	Entretenimiento.

7.3.1 Bocetaje a base de dibujo natural

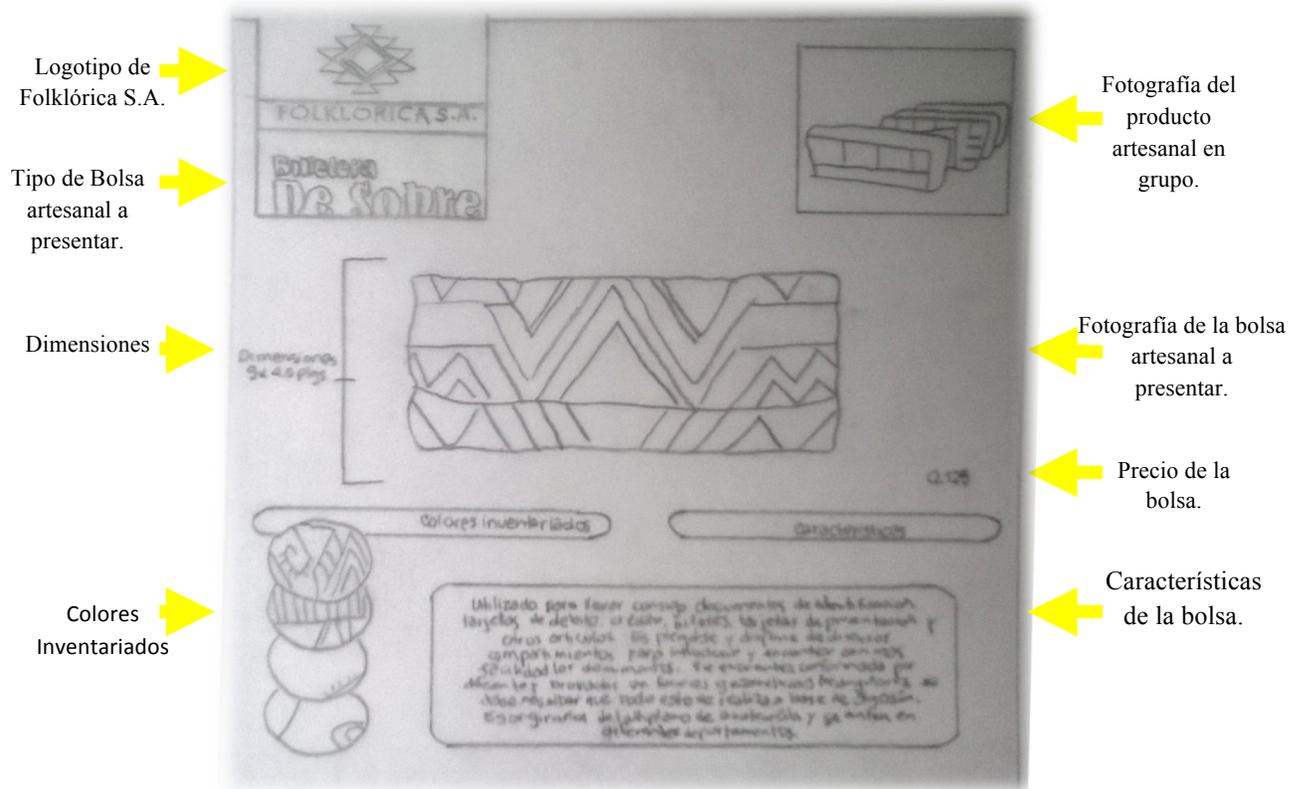
Primera Propuesta – Portada



Las medidas a practicadas son de 768 px x 1024 px. Utilizando el concepto “Has notar el orgullo de tu cultura” y el logotipo de Folklorica S.A. Cuatro fotos diferentes de los productos en venta de la empresa y el nombre de la empresa.

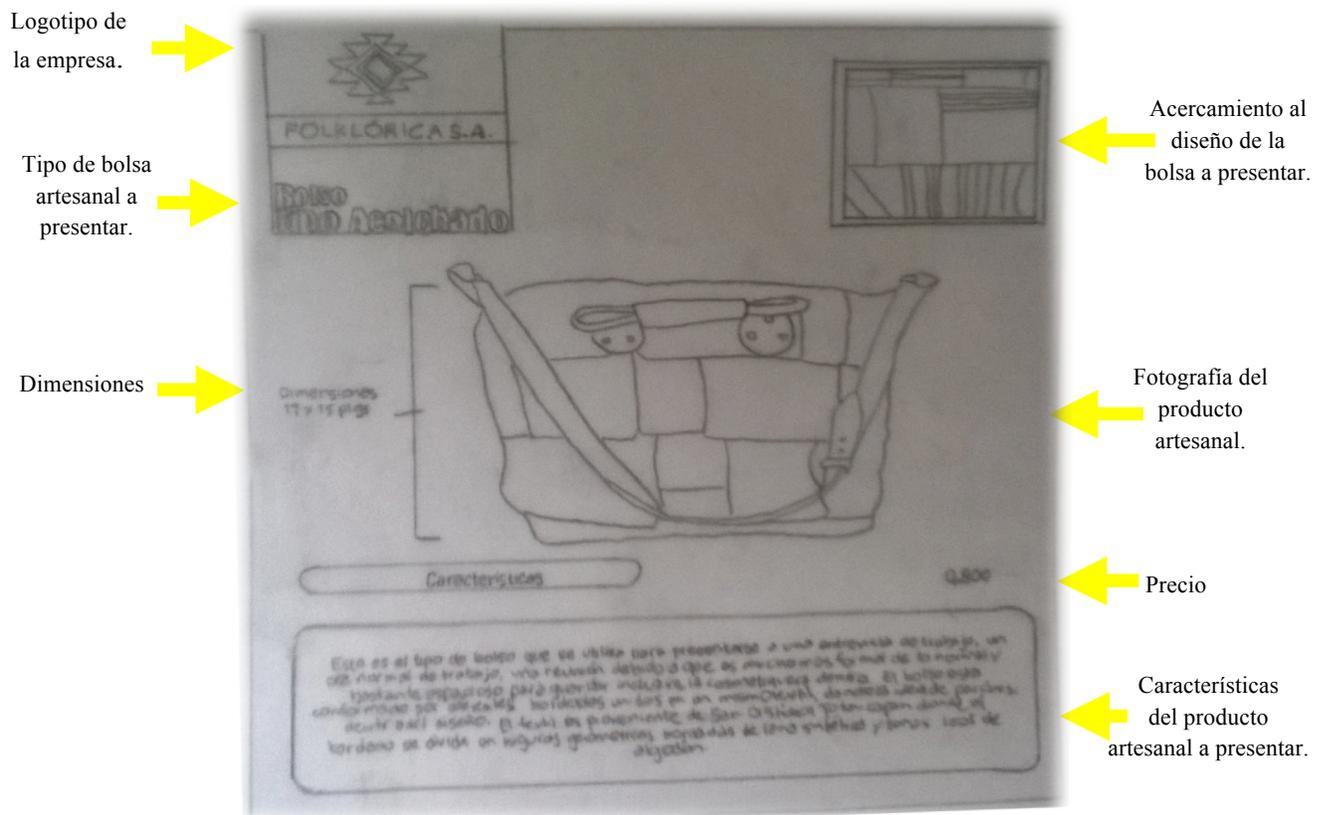
—

Primera Propuesta – Página Interna I



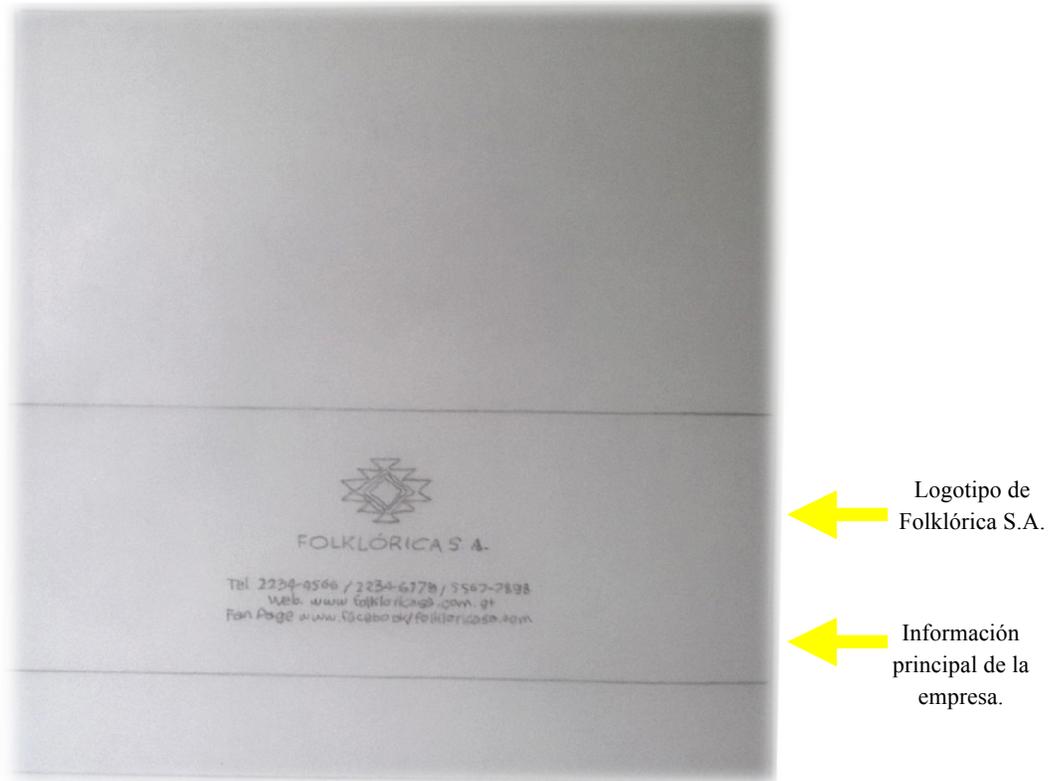
Las medidas a utilizar son de 768 px x 1024 px. En la parte superior izquierda se encuentra el logotipo de la empresa, el nombre de la empresa y el tipo de bolsa. En la parte superior derecha se encuentra un acercamiento del diseño de la bolsa a presentar. Las dimensiones de la bolsa junto a la fotografía de la bolsa, colores inventariados y características que la representan.

Primera Propuesta – Página Interna II



Las medidas a utilizar son de 768 px x 1024 px. En la parte superior izquierda se encuentra el logotipo de la empresa, el nombre de la empresa y el tipo de bolsa. En la parte superior derecha se encuentra un acercamiento del diseño de la bolsa a presentar. Las dimensiones de la bolsa junto a la fotografía de la bolsa y características que la representan, no se colocó colores inventariados debido a que solo tienen en existencia un mismo diseño.

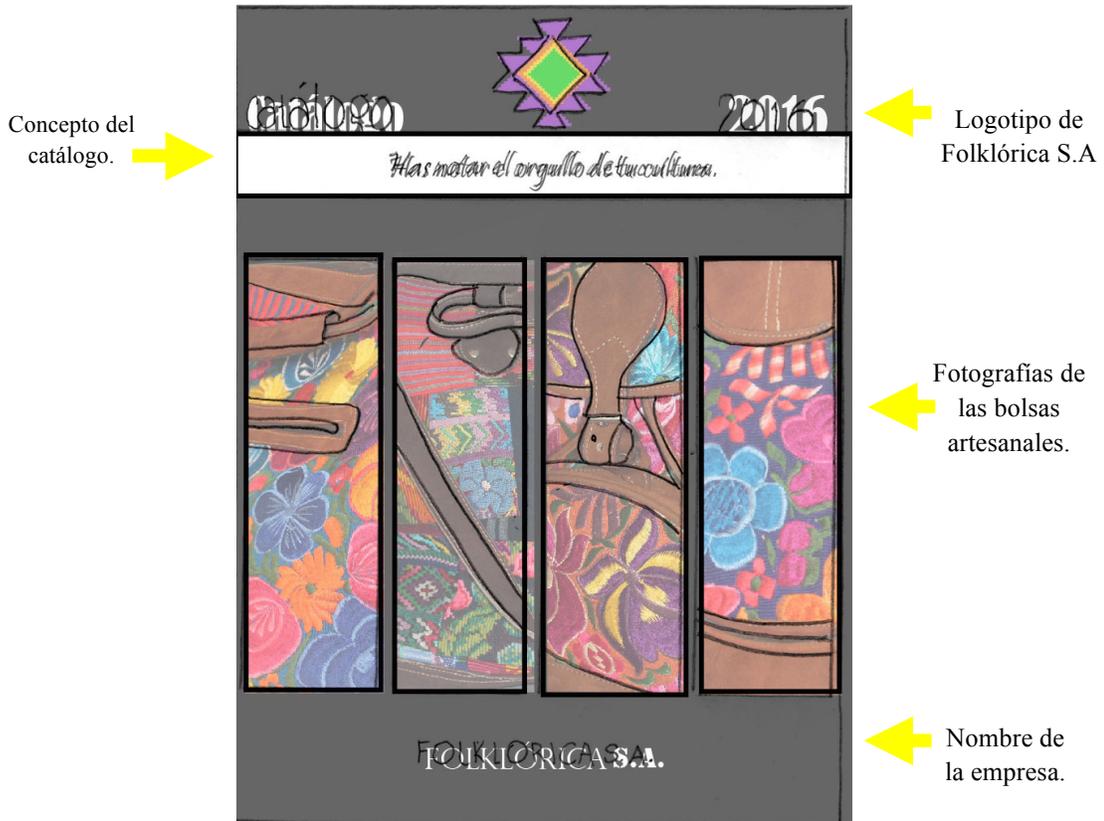
Primera Propuesta – Contraportada



Las medidas a utilizar son de 768 px x 1024 px. En la contraportada solamente se encuentra el logotipo de Folklorica S.A. y la información principal de la empresa.

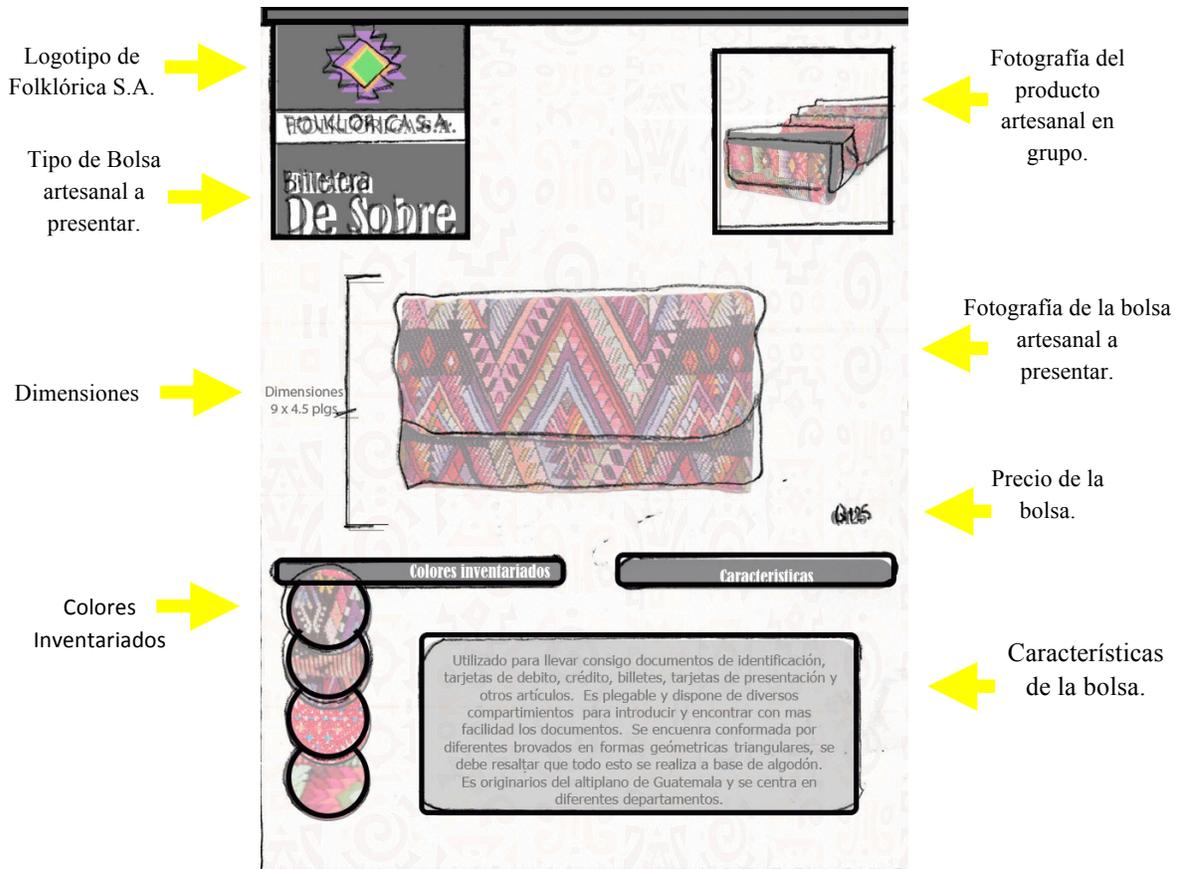
7.3.2. Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico.

Primera propuesta formal - Portada



Dentro de esta propuesta se presenta una medida de 768 px x 1024 px. En la portada un fondo color negro con la intención de resaltar los colores de las cuatro fotografías elegidas para llamar la atención de los promotores de ventas, el nombre de la empresa en color blanco, el concepto del catálogo con un fondo blanco para mejor contraste y el logotipo de la empresa Folklorica S.A.

Primera Propuesta formal – Página interna I



En esta propuesta se presenta un medida de 768 px x 1024 px. Con un fondo en opacidad de figuras que contrastan con los típicos que forman parte de los productos en venta, el logotipo de la empresa y el tipo de bolsa que se da a conocer, se utiliza una fotografía del producto en grupo y las dimensiones de este. En la parte inferior izquierda los colores inventariados solamente si se habla de un producto con varios colores en venta y las características que lo diferencian de los demás productos de moda.

Primera Propuesta formal – Página interna II

Logotipo de la empresa.

Tipo de bolsa artesanal a presentar.

Dimensiones

Características del producto artesanal a presentar.

Acercamiento al diseño de la bolsa a presentar.

Fotografía del producto artesanal.

Precio

Logotipo de la empresa: FOLKLORE CASAA

Tipo de bolsa artesanal a presentar: Bolsa tipo Acolchado

Dimensiones: 17x15 cm

Características

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho mas formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmetiguera dentro. El bolso esta conformado por diferentes bordados unidos en un mismo textil, dando la idea de parches dentro del diseño. El textil es proveniente de San Cristóbal Totónicapan donde el bordado se divide en figuras geometricas bordadas de lana sintética y fondos lisos de algodón.

Precio: Q.200

Se presenta con medidas de 768 px x 1024 px. Con el fondo en opacidad y diseños representativos de los textiles típicos que se utilizan en las bolsas artesanales. Dentro del diseño se encuentra el logotipo de la empresa y el tipo de bolsa que esta por presentarse, un acercamiento del diseño de la bolsa, las dimensiones del producto, el precio y solamente cuando es un producto único en color se tienen las características que abarcan el inferior del diseño.

Primera Propuesta formal - Contraportada



La propuesta se presenta con medidas de 768 px x 1024 px. Utilizando un fondo negro y una gran color blanco, el logotipo de la empresa y la información mas importante donde pueden comunicarse por cualquier duda respecto a los productos que se presentan dentro del catálogo.

7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos

Primera Propuesta

Portada



Primera Propuesta

Página interna – Digital

768 px

Logotipo de Folklorica S.A. →

Tipo de Bolso →

Dimensiones de la bolsa → 1024 px

Dimensiones 17 x 15 plgs.

Fotografía de acercamiento de la tela típica que conforma la bolsa. →

Fotografía del producto. →

Precio de la Bolsa. →

Características de la bolsa artesanal. →

FOLKLÓRICA S.A.

Bolso tipo Acolchado

Características

Q.800

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho mas formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmetiguera dentro. El bolso esta conformado por diferentes bordados unidos en un mismo textil, dando la idea de parches dentro del diseño. El textil es proveniente de San Cristóbal Totónicapan donde el bordado se divide en biguras geometricas bordadas de lana sintética y fondos lisos de algodón.

Primera propuesta

Página interna II – Digital

768 px

Logotipo de Folklorica S.A. →

Tipo de Bolso →

Dimensiones de la Bolsa →

1024 px

Colores inventariados del producto →

Fotografía del producto en colores variados. ←

Fotografía del producto. ←

Precio del producto. ←

Características de la bolsa artesanal. ←

Dimensiones 9 x 4.5 plgs

Q.125

Colores inventariados

Características

Utilizado para llevar consigo documentos de identificación, tarjetas de debito, crédito, billetes, tarjetas de presentación y otros artículos. Es plegable y dispone de diversos compartimentos para introducir y encontrar con mas facilidad los documentos. Se encuentra conformada por diferentes brovados en formas geométricas triangulares, se debe resaltar que todo esto se realiza a base de algodón. Es originarios del altiplano de Guatemala y se centra en diferentes departamentos.

Primera Propuesta

Contraportada – Digital

768 px

1024 px



FOLKLÓRICA S.A.

Tel. 2234-4566 / 2234-6778 / 5567-7898
Web. www.folkloricasa.com.gt
Fan Page. www.facebook/folkloricasa.com

← Logotipo de Folklorica S.A.

← Información de la empresa.



7.4 Propuesta Preliminar

Portada

Se utilizaron cuatro fotografías de diferentes bolsas artesanales con un diseño en acercamiento y recorte, con un fondo negro con la intención de transmitir elegancia e impacto.

768 px

1024 px



Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, así como los colores que se encuentran inventariados y su debido precio

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Portamonedas

Dimensiones
3 x 2.5 plgs

Q. 15.00

Colores inventariados

Características

Es un accesorio diseñado especialmente para llevar monedas. Es utilizado generalmente por las mujeres y suele ir dentro de los bolsos, los monederos no están diseñados para llevar billetes en buen estado. Los monederos están conformados por bordados en algodón original blanco con acabados en diferentes colores conformando flores llamativas a la vista. Este tipo de bordado es proveniente de San Antonio Nejapa, es una aldea de Acatenango, del Departamento de Chimaltenango.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, así como los colores que se encuentran inventariados y su debido precio.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.
Portamonedas



Dimensiones
4 x 3.3 plgs

Q. 25.00

Colores inventariados



Características

Es un accesorio diseñado especialmente para llevar monedas. Es utilizado generalmente por las mujeres y suele ir dentro de los bolsos, los monederos no están diseñados para llevar billetes en buen estado. Los monederos están conformados por bordados de colores llamativos los cuales son originarios del altiplano Central de la República. Este tipo de accesorios suele trabajarse en cuyuscate (algodón natural) pero en la actualidad existen varias replicas trabajadas en diferentes tipos de telares.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, así como los colores que se encuentran inventariados y su debido precio.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Billetera de Medio Sobre

Dimensiones
6 x 4.5 plgs

Colores inventariados

Características

Utilizado para llevar consigo documentos de identificación, tarjetas de débito, crédito, billetes, tarjetas de presentación y otros artículos. Es plegable y su tamaño es mucho más reducido que las billeteras conocidas como de sobre. Se encuentra conformada por bordados en línea horizontal y vertical, lo cual son representativos de San Pedro Sacátepequez por los colores que conforman el árbol de la vida del traje típico del municipio conocido como "Montaña de Hiervas".

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, así como los colores que se encuentran inventariados y su debido precio.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Billetera De Sobre

Dimensiones
9 x 4.5 plgs

Q.125

Colores inventariados

Características

Utilizado para llevar consigo documentos de identificación, tarjetas de debito, crédito, billetes, tarjetas de presentación y otros artículos. Es plegable y dispone de diversos compartimientos para introducir y encontrar con mas facilidad los documentos. Se encuenra conformada por diferentes brovados en formas geométricas triangulares, se debe resaltar que todo esto se realiza a base de algodón. Es originarios del altiplano de Guatemala y se centra en diferentes departamentos.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, así como los colores que se encuentran inventariados y su debido precio.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Billetera De Sobre

Dimensiones
9 x 4 plgs.

Colores inventariados

Características

Utilizado para llevar consigo documentos de identificación, tarjetas de débito, crédito, billetes, tarjetas de presentación y otros artículos. Es plegable y dispone de diversos compartimientos para introducir y encontrar con más facilidad los documentos. Esta conformada por una serie de bordados que unidos forman diferentes tipos de flores y colores llamativos para la vista de los clientes. Este tipo de textil es procedente del altiplano guatemalteco y se centra en San Francisco Panajachel.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, debido a que solamente se encuentra en existencia un color no se colocaron colores inventariados.

768 px

1024 px



FOLKLÓRICA S.A.

Estuche Escolar

Dimensiones
8 x 5 plgs

Características

Q.120

Este accesorio es el que utilizan los estudiantes para llevar a la escuela o Universidad los materiales escolares necesarios. La estuchera escolar está conformada por bordados verticales de diversos colores provenientes de Santiago Atitlán. Actualmente la moda de los textiles típicos se ha transportado a diferentes lugares del País y esto ha llevado a que las tejedoras prefieran un toque personal con diseños florales realizados a mano.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, debido a que solamente se encuentra en existencia un color no se colocaron colores inventariados.

768 px

1024 px



FOLKLÓRICA S.A.

Cosmetiguera

Dimensiones
9.5 x 5.5 plgs

Características

Accesorio diseñado específicamente para el sexo femenino, ya que dentro se espera contener diferentes piezas aptas para perfeccionar el maquillaje de una mujer. Antiguamente este tipo de artesanías se trabajaba en seda pero por los altos costos ha sido sustituido por la lana sintética. La cosmetiguera está conformada por bordados verticales de diferentes colores los cuales realzan el fondo azul eléctrico, cuenta en el centro con cuero donde se lee Guatemala en arte. Este tipo de textil es proveniente de Santa María de Jesús, municipio de Sacatepéquez, que se encuentra muy cerca de la Antigua Guatemala y está ubicado bajo las faldas del volcán de Agua.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, debido a que solamente se encuentra en existencia un color no se colocaron colores inventariados.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.
Cosmetiguera

Dimensiones
7 x 5 plgs

Características

Accesorio diseñado específicamente para el sexo femenino, ya que dentro se espera contener diferentes piezas aptas para perfeccionar el maquillaje de una mujer. Antiguamente este tipo de artesanías se trabajaba en seda pero por los altos costos ha sido sustituido por la lana sintética. La cosmetiguera está conformada por bordados verticales de diferentes colores los cuales realzan el fondo azul eléctrico, cuenta en el centro con cuero donde se lee Guatemala en arte. Este tipo de textil es proveniente de Santa María de Jesús, municipio de Sacatepéquez, que se encuentra muy cerca de la Antigua Guatemala y está ubicado bajo las faldas del volcán de Agua.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, debido a que solamente se encuentra en existencia un color no se colocaron colores inventariados.

768 px

1024 px



FOLKLÓRICA S.A.

Bolsa tipo Bagette

Dimensiones
10 x 8 plgs

Características

Q.275

Utilizado para llevar consigo cualquier tipo de accesorio personal, este es el tipo de bolso que se puede utilizar todos los días, trae consigo un cinturón que permite colgar el bolso en el hombro. Esta conformada por una serie de bordados que unidos forman diferentes tipos de flores y colores llamativos para la vista de los clientes. Este tipo de textil es procedente del altiplano guatemalteco y se centra en San Francisco Panajachel.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, así como los colores que se encuentran inventariados y su debido precio.

FOLKLÓRICA S.A.

Bolsa tipo Cruzado

Dimensiones
12 x 14 plgs.

Q.250

Colores inventariados

Características

Es muy parecido a las bolsas tipo Bagette, la diferencia es que estas bolsas son un poco mas espaciosas y tienden a ser de textura doblable, lo que las hace mucho mas comodas para utilizarlas en algun viaje. Estas bolsas tipo Cruzado se caracterizan por el bordado llamativo conbinado entre figuras geometricas, flores y curviados. El textil es representativo del departamento de Sacatepequez, esepcificamente de Santa Catarina Barahona, aunque en la actualidad se ha expandido hacia el departamento Solóla, adoptando el tipo de bordado como personal.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Bolsa tipo Cesta

Dimensiones
13 x 15 plgs.

Características

Q.100

Este es el tipo de bolso ideal para ir de compras, a la playa o algun tipo de viaje donde se necesite aun mas espacio de lo normal, son estilos sencillos pero muy llamativos y el bolso es espacioso por dentro y muy sencillo de convinar. El diseño del bolso esta conformada por bordados verticales de diversos colores provenientes de Santiago Atitlán. .

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, así como los colores que se encuentran inventariados y su debido precio.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Bolsa tipo Cesta

Dimensiones
19 x 16 plgs.

Q.300

Colores inventariados

Características

Es muy parecido a las bolsas tipo Bagette, la diferencia es que estas bolsas son un poco más espaciales y tienden a ser de textura doblable, lo que las hace mucho más cómodas para utilizarlas en algún viaje. Estas bolsas tipo Cruzado se caracterizan por el bordado llamativo combinado entre figuras geométricas, flores y curvados. El textil es representativo del departamento de Sacatepequez, específicamente de Santa Catarina Barahona, aunque en la actualidad se ha expandido hacia el departamento Solóla, adoptando el tipo de bordado como personal.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, debido a que solamente se encuentra en existencia un color no se colocaron colores inventariados.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Bolsa tipo Cesta

Dimensiones
18 x 15 plgs.

Características

Q.290

Este es el tipo de bolso ideal para ir de compras, a la playa o algún tipo de viaje donde se necesite aun mas espacio de lo normal, son estilos sencillos pero muy llamativos y el bolso es espacioso por dentro y muy sencillo de convinar. El diseño del bolso esta conformada por bordados florales de diversos colores provenientes de Santiago Atitlán.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, debido a que solamente se encuentra en existencia un color no se colocaron colores inventariados.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Bolso tipo Acolchado

Dimensiones
18 x 16 plgs.

Características

Q.980

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho más formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmética dentro. El bolso está conformado por una serie de bordados que unidos forman diferentes tipos de flores y colores llamativos para la vista de los clientes. Este tipo de textil es procedente del altiplano guatemalteco y se centra en San Francisco Panajachel.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, debido a que solamente se encuentra en existencia un color no se colocaron colores inventariados.

768 px

1024 px

FOLKLÓRICA S.A.

Bolso tipo Acolchado

Dimensiones
17.5 x 13plgs.

Características

Q.850

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho más formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmética dentro. El bolso está conformado por diferentes bordados muy llamativos ya que es florado y utilizan colores representativos para una mujer. El tipo de textil es proveniente de San José Nacahuil, una aldea que se encuentra ubicada en San Pedro Ayampuc, Departamento de Guatemala.

Se colocó fotografía del producto con una breve descripción de las características principales, debido a que solamente se encuentra en existencia un color no se colocaron colores inventariado.

768 px

1024 px




FOLKLÓRICA S.A.

**Bolso
tipo Acolchado**



Dimensiones
17 x 15 plgs.

Características

Q.800

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho mas formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmetiquera dentro. El bolso esta conformado por diferentes bordados unidos en un mismo textil, dando la idea de parches dentro del diseño. El textil es proveniente de San Cristóbal Totónicapan donde el bordado se divide en figuras geometricas bordadas de lana sintética y fondos lisos de algodón.

Contraportada

La contraportada está dividida en pocos gráficos, ya que se colocaron solamente los datos importantes al momento de tener una duda de parte de los promotores de ventas, con la composición de un fondo negro y el logotipo de la empresa Folklórica S.A.

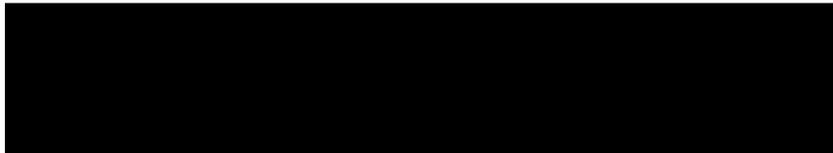
768 px

1024 px



FOLKLÓRICA S.A.

Tel. 2234-4566 / 2234-6778 / 5567-7898
Web. www.folkloricasa.com.gt
Fan Page. www.facebook/folkloricasa.com



Capítulo VIII: Validación Técnica

Luego de tener un diseño específico final para la propuesta que se presenta a la empresa Folklórica S.A. se realiza una validación en base a una encuesta hacia el grupo objetivo, cliente y expertos en el tema, para evaluar la calidad del proyecto, con el fin de de compartir su opinión y grado de aceptación del diseño.

Dicha validación se realizo en base a una encuesta, la que se divide en tres fases, fase objetiva, fase semiológica y fase operativa. La encuesta se respondió personalmente a cada persona que formaba parte de uno de los tres grupos principales de su aceptación ante al proyecto. El método permitió recopilar información acerca de la percepción que tienen del diseño el grupo objetivo, cliente y expertos.

8.1. Población y muestreo

Dentro de la validación se repartieron doce encuestas de las cuales se dividieron en tres grupos diferentes.

Grupo Objetivo

Dentro del Grupo Objetivo se evaluaron seis empleados de la empresa Folklórica S.A. debido a que el diseño del catálogo digital va dirigido a su persona, para la mejor de la atención al cliente.

Cliente

Se realizó una evaluación al Señor Rigoberto Gonzales y la Señora Iliana de Gonzales, ya que su aporte y opinión cuenta como principal para la entrega de un proyecto de mejor calidad y satisfacción para el cliente.

Expertos

Entre los expertos se realizó una evaluación a dos personas completamente empapadas en el ambiente de comunicación y diseño gráfico, para una entrega de mejor calidad en el diseño.

8.2. Método de instrumento

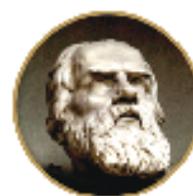
Como toda actividad profesional, para obtener los objetivos deseados es necesario determinar la metodología a utilizar, de tal manera que para validar el presente proyecto es necesario elegir como referencia una herramienta de investigación que permita reunir toda la información necesaria con la eficiencia posible. El método que se utilizó fue selección múltiple debido a que se colocó tres respuestas principales para que se respondiera de forma clara y concreta.

La encuesta está integrada por catorce preguntas, las cuales están distribuidas en tres series fundamentales para optimizar los resultados se encuentra la serie objetiva, semiológica y operativa.

Serie Objetiva es la que evalúa y confirma los objetivos generales y específicos planteados dentro del proyecto final de Graduación.

Serie Semiológica es la fase donde se evalúa precisamente el conjunto de elementos visuales e interactivos que forman parte del diseño a entregar, así como también se evalúa lo creativo conformado por el color, tipografía, el fondo, la forma, el estilo y movimiento del proyecto.

Serie Operativa es la fase donde se realiza la verificación del catálogo de una forma práctica, cómodo y funcional.



DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLÓRICA S.A.

Intrucciones: Con base a los gráficos observados como propuesta del catálogo digital para los promotores de ventas de Folklorica S.A. según su criterio personal y profesional conteste las preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios designados.

Nivel: Cliente Grupo Objetivo Experto

1.1 ¿Considera usted que es importante investigar información acerca de los catálogos digitales en fuentes primarias y secundarias, para definir la diagramación correcta a utilizar?

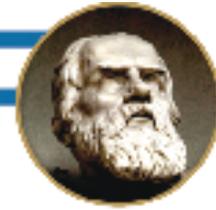
Si No

1.2 ¿Considera usted que la recopilación de información obtenida durante el proyecto acerca de los productos artesanales que promueve el personal de ventas de la empresa Folklorica S.A. ?

Si No

1.3 ¿Considera usted que sea necesario fotografiar las bolsas artesanales que distribuye Folklorica S.A. para un mejor resultado del proyecto?

Si No



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

Muy Legibles Medianamente Legible Poco Legible

2.2 ¿Considera que las fotografías utilizadas en la portada del catálogo digital son?

Adecuadas Medianamente Adecuadas Nada Adecuada

2.3 ¿Considera que el fondo utilizado en las páginas internas del catálogo es?

Apropiado Poco Apropiado Nada Apropiado

2.4 ¿Considera que la justificación centrada de cada párrafo de información de las bolsas artesanales da una cualidad de?

Muy Ordenado Medianamente Ordenado Poco Ordenado

2.5 ¿Considera que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado dentro del catálogo es?

Suficiente Insuficiente Nada Suficiente

2.6 ¿Considera usted que el color de fondo de la contraportada Contribuye?

Bastante Medianamente Nada



3.1 ¿Cómo considera usted el desplazamiento del catálogo digital dentro de la tableta electrónica?

Muy Fácil

Medianamente Fácil

Nada Fácil

3.2 ¿Cómo considera usted el tamaño del catálogo digital?

Adecuado

Medianamente Adecuado

Nada Adecuado

3.3 ¿Cómo considera usted el orden de la información de las bolsas artesanales?

Muy Ordenado

Medianamente Ordenado

Poco Ordenado

3.4 ¿Cómo calificaría usted la diagramación utilizada dentro del catálogo digital?

Adecuada

Medianamente adecuada

Nada Adecuada

3.5 ¿Cómo considera usted la forma de presentación del Catálogo digital?

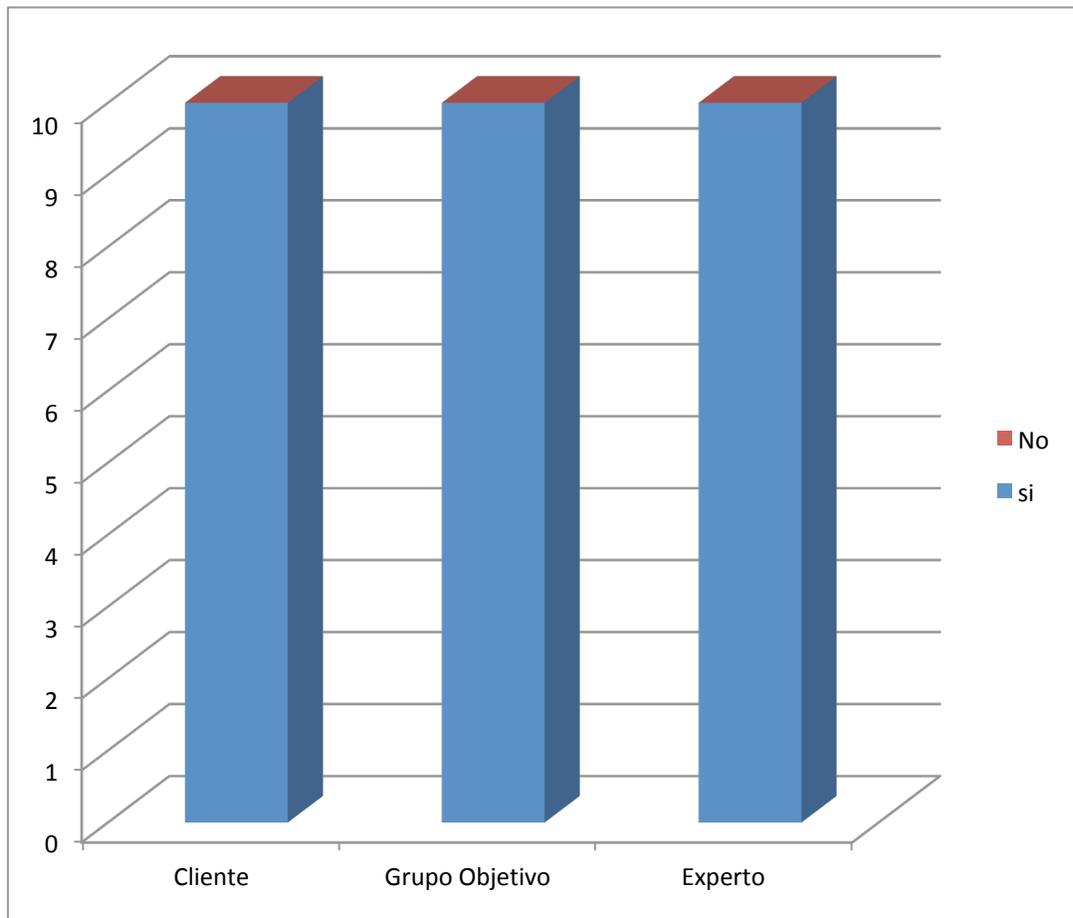
Muy Apropiado

Poco Apropiado

Nada Apropiado

8.3 Resultados e interpretación de resultados

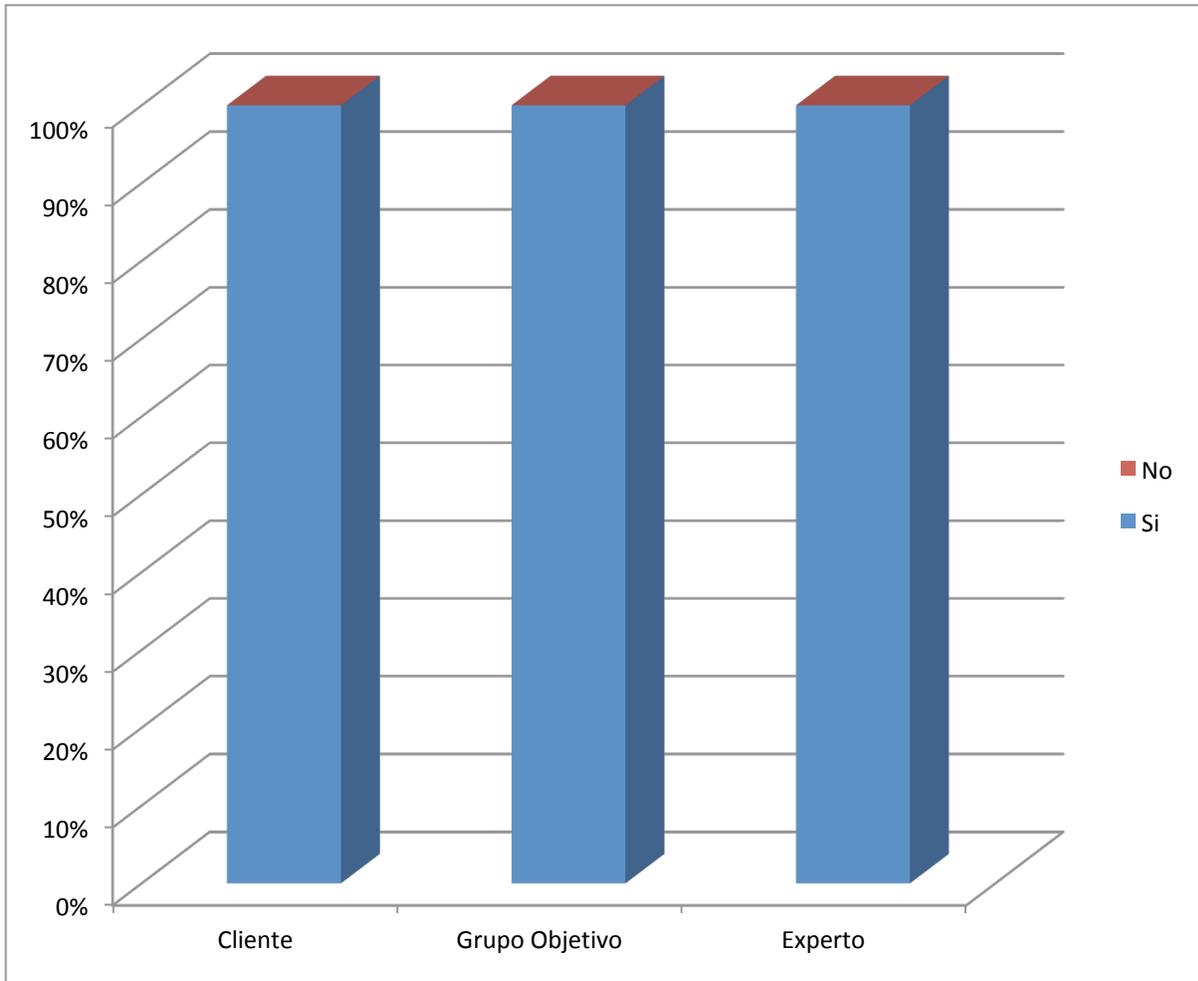
1.1 ¿Considera usted que es importante investigar información acerca de los catálogos digitales en fuentes primarias y secundarias, para definir la diagramación correcta utilizar?



Interpretación

El 100% de los encuestados considera que es importante investigar información acerca de los catálogos digitales en fuentes primarias y secundarias, para definir una diagramación correcta a utilizar dentro del diseño.

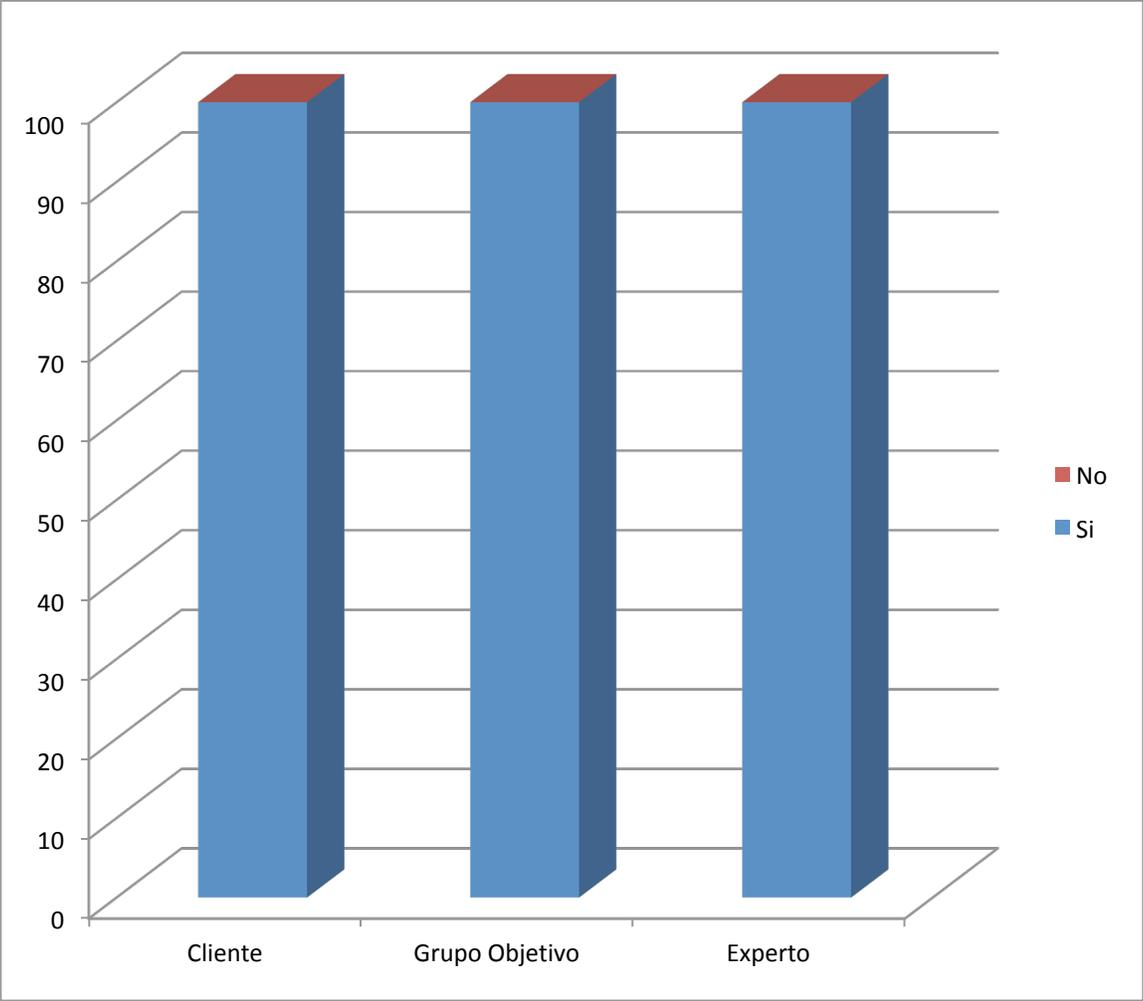
1.2 ¿ Considera usted que la recopilación de información es necesaria durante el proyecto acerca de los productos artesanales que promueve el personal de ventas de la empresa Folklórica S.A ?



Interpretación

El 90% de los encuestados en general considera que la recopilación de información es necesaria durante el proyecto de productos artesanales que promueve el personal de Folklórica S.A. y el 10% piensa que no es necesaria.

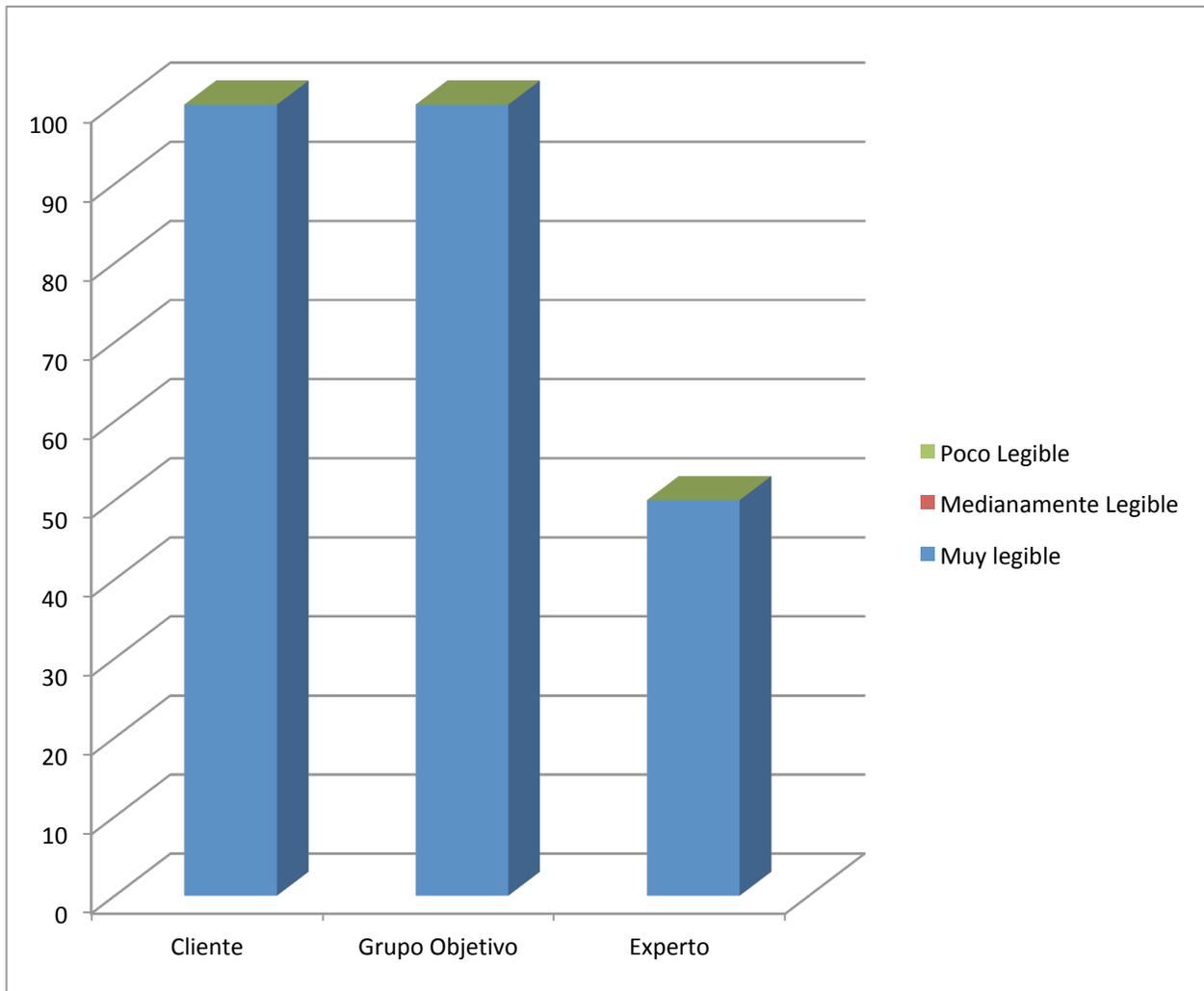
1.3 ¿Considera usted que sea necesario fotografiar las bolsas artesanales que distribuye Folklorica S.A. para un mejor resultado del proyecto?



Interpertración

El 100% de los encuestados cree necesario fotografiar las bolsas artesanales que distribuye Folklorica S.A. para el mejor resultado del proyecto a realizar.

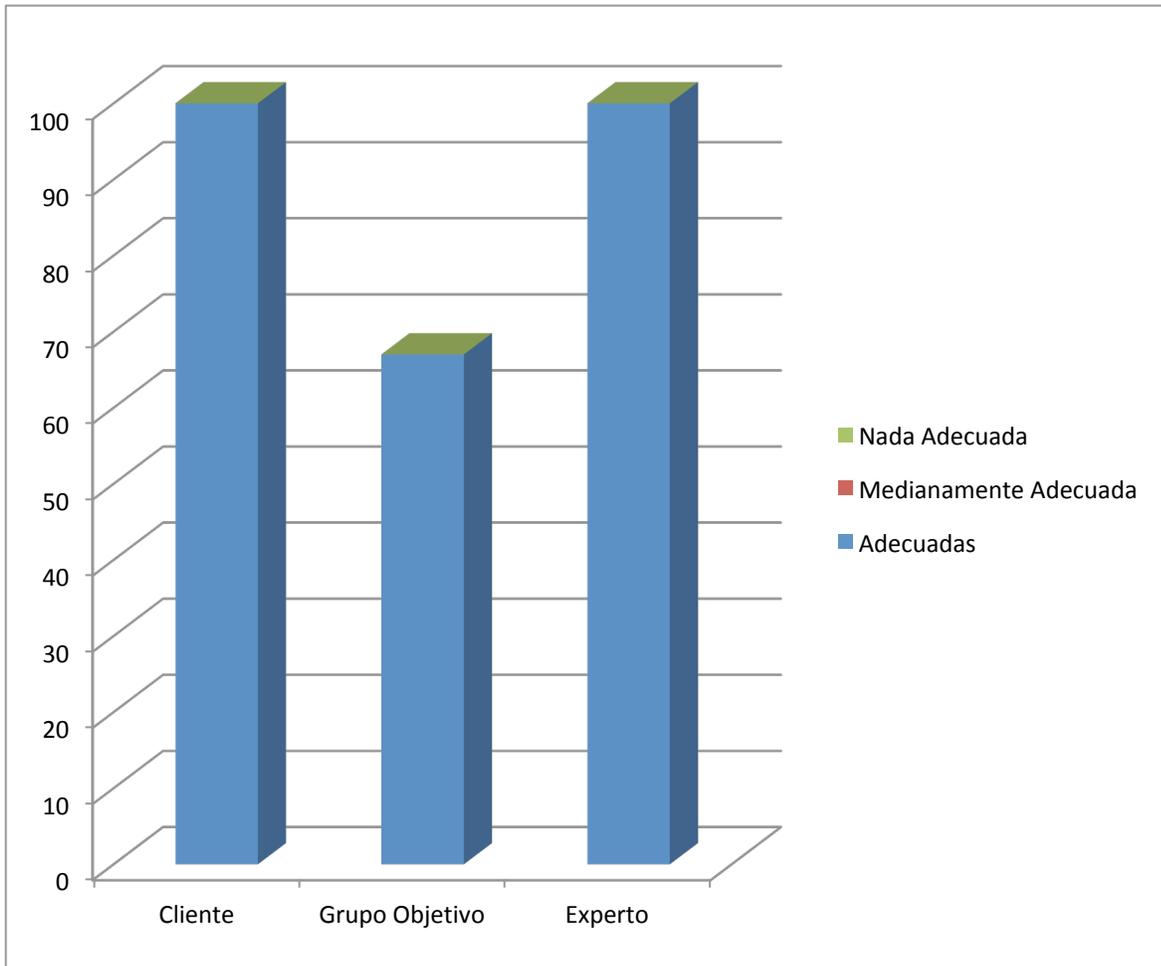
2.1 ¿Considera usted que la tipografía utilizada en el catálogo es?



Interpretación

En esta pregunta el 100% de clientes apoyó que la tipografía era legible. Al igual que el grupo objetivo el 100% considera legible, y en Expertos el 50% considera legible.

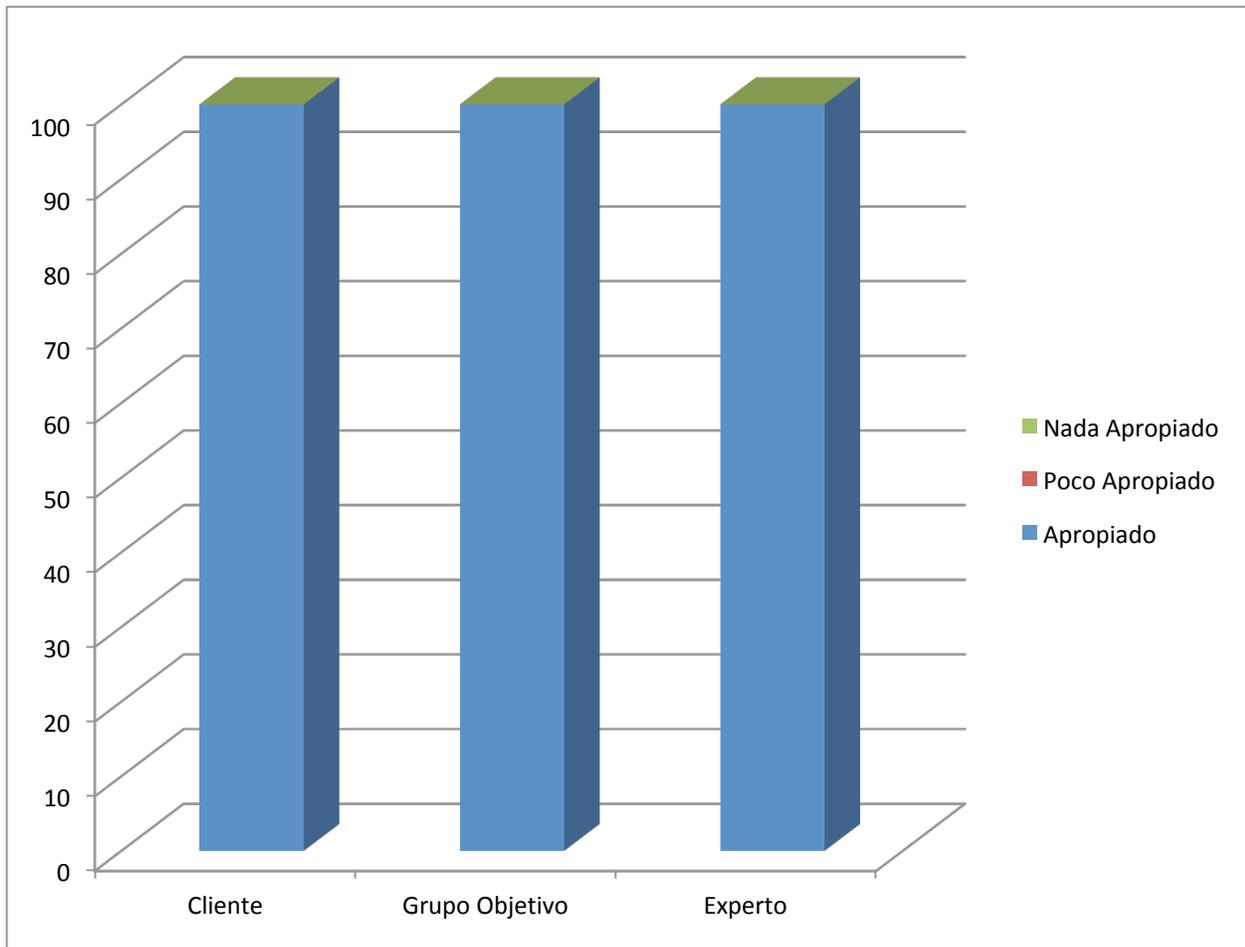
2.2 ¿Considera que las fotografías utilizadas en la portada del catálogo digital son?



Interpretación

En esta pregunta el 100% de clientes considera que las fotografías utilizadas en la portada del catalogo son adecuadas, el 67% del Grupo Objetivo considera que son adecuadas y el 100% de los expertos considera que son adecuadas las fotografías en la portada del catálogo digital.

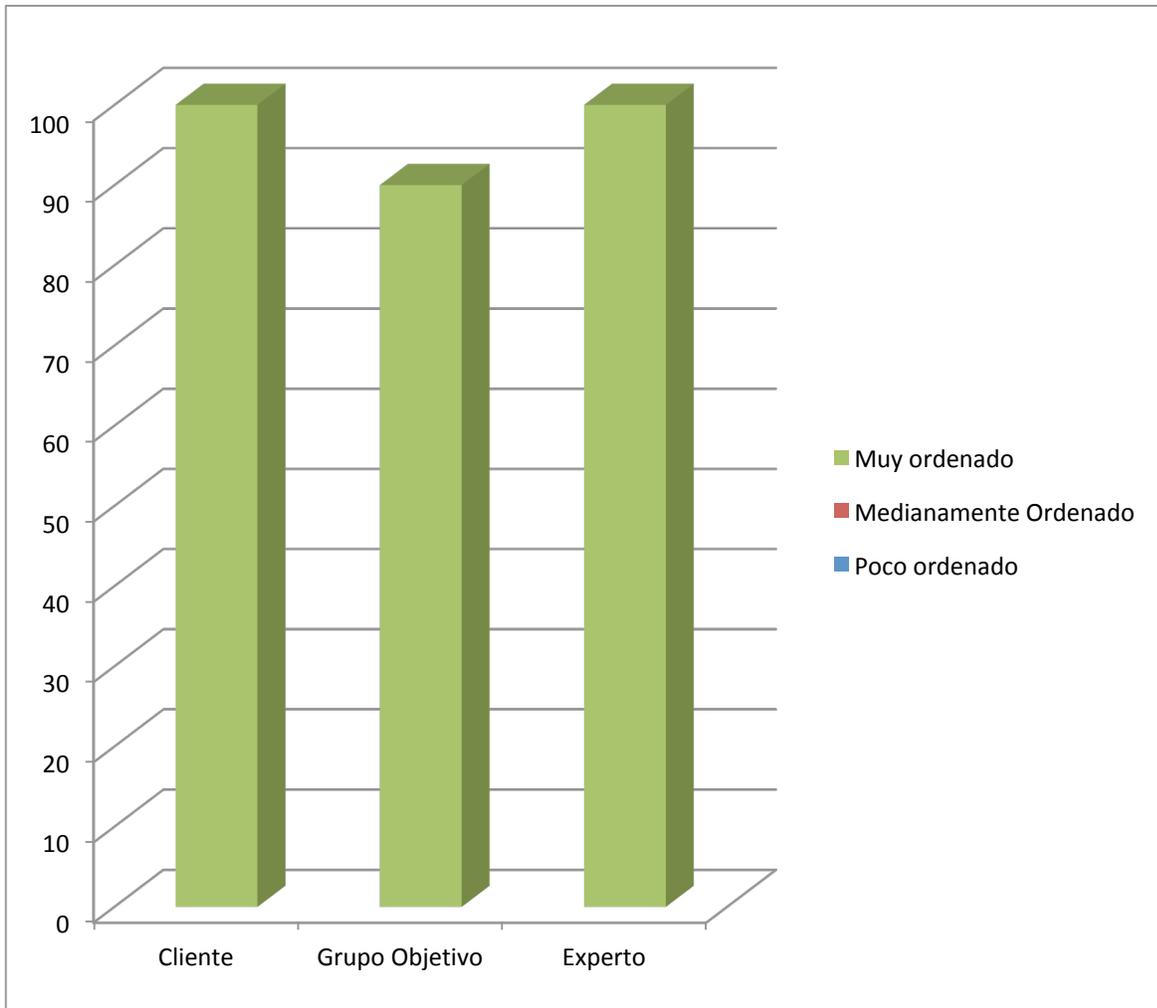
2.3 ¿Considera que el fondo utilizado en las páginas internas del catálogo es?



Interpretación

Dentro de la encuesta, esta pregunta tuvo una percepción positiva, ya que el 100% de los tres grupos se refirió al fondo de las páginas internas del catálogo como Apropiado.

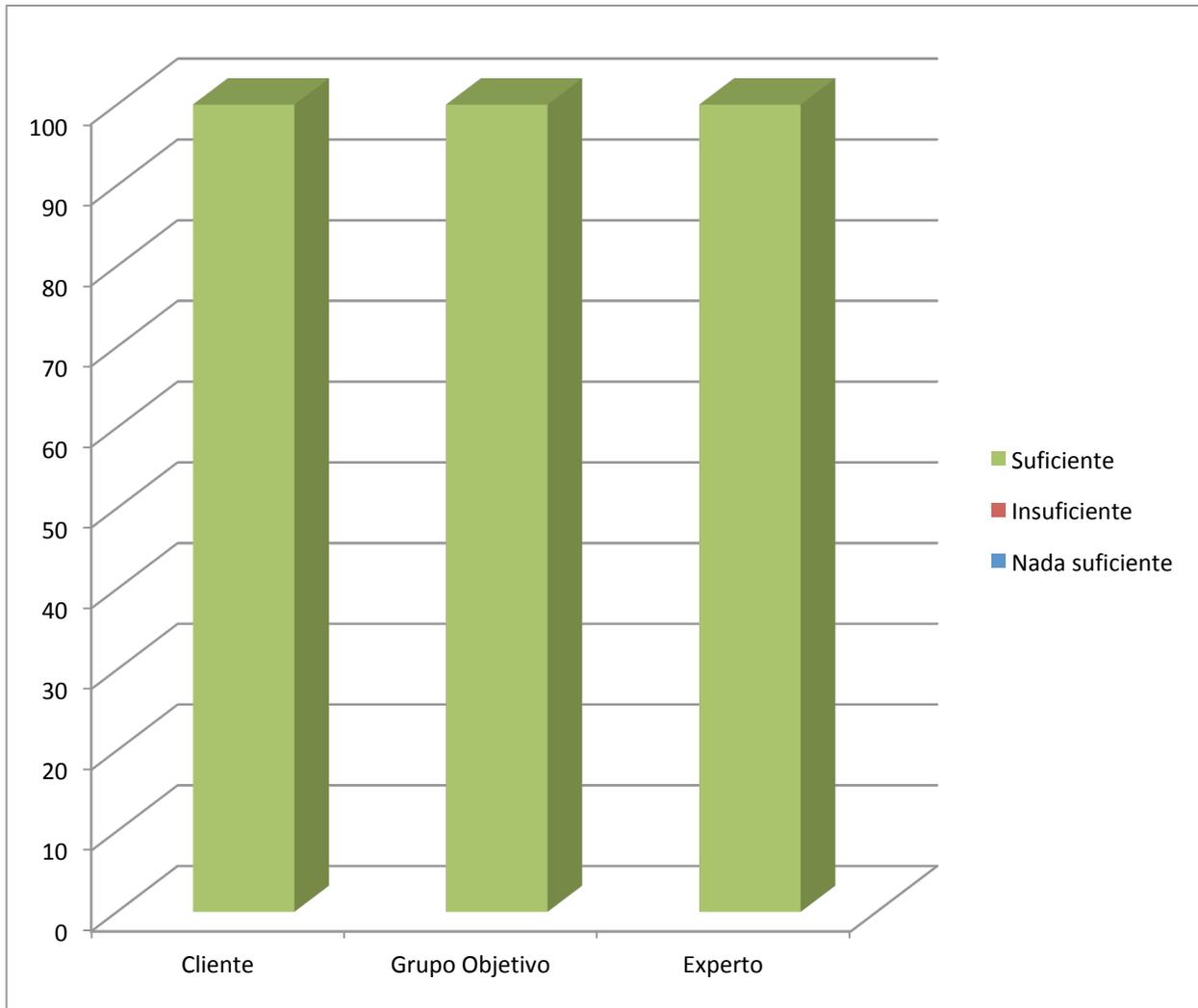
2.4 ¿Considera que la justificación centrada de cada párrafo de información de las bolsas artesanales da una calidad de?



Interpretación

En esta pregunta el 100% de clientes piensa que la justificación centrada de cada párrafo da una calidad de ordenado, el 90% del Grupo Objetivo piensa lo mismo con un 10% que percibe medianamente ordenado y el 100% en expertos muy ordenado.

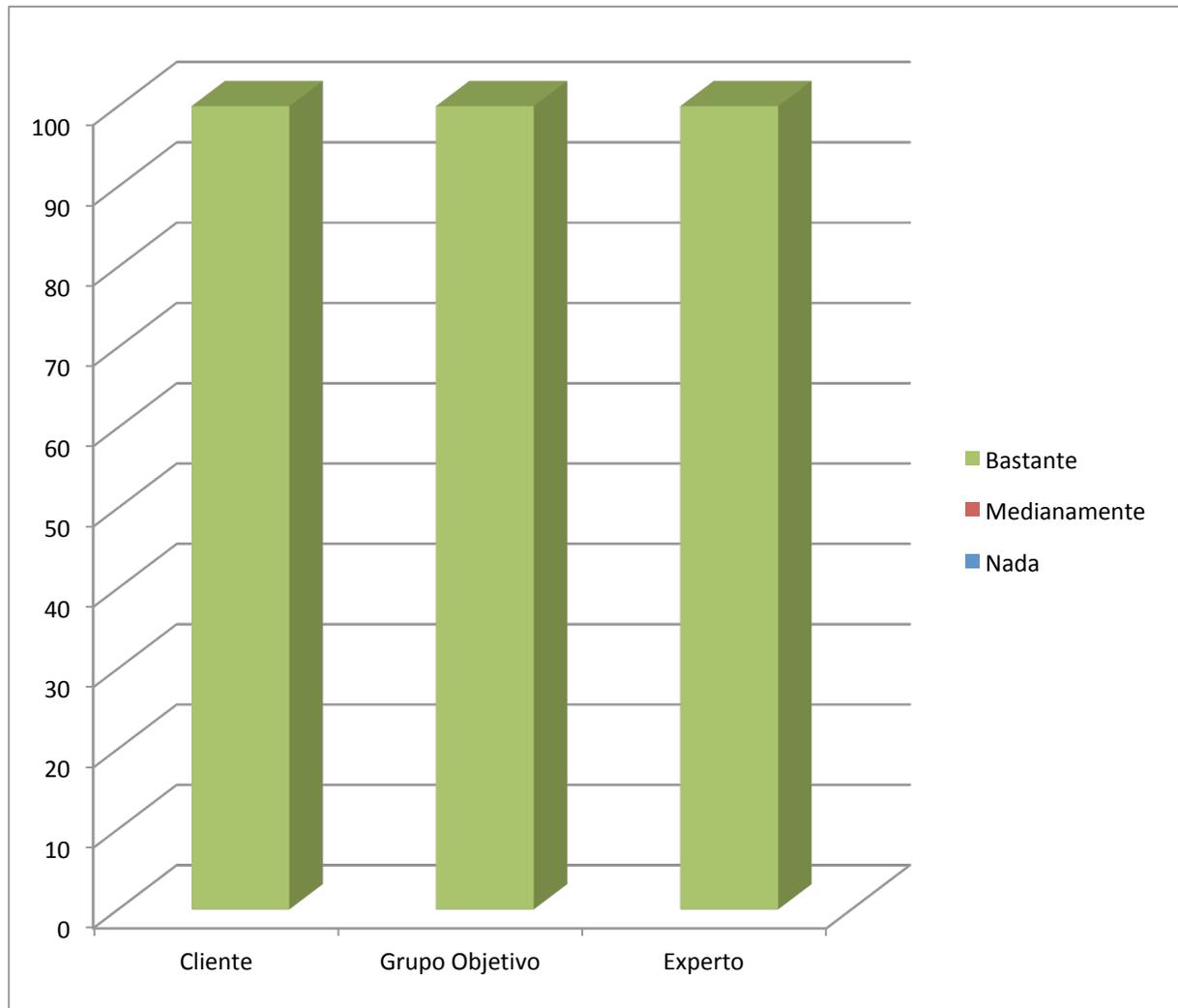
2.5 ¿Considera que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado dentro del catálogo es?



Interpretación

El 100% de Clientes, Grupo Objetivo y Experto considera que la utilización del logotipo de la empresa Folklórica S.A. es suficiente dentro del catálogo digital.

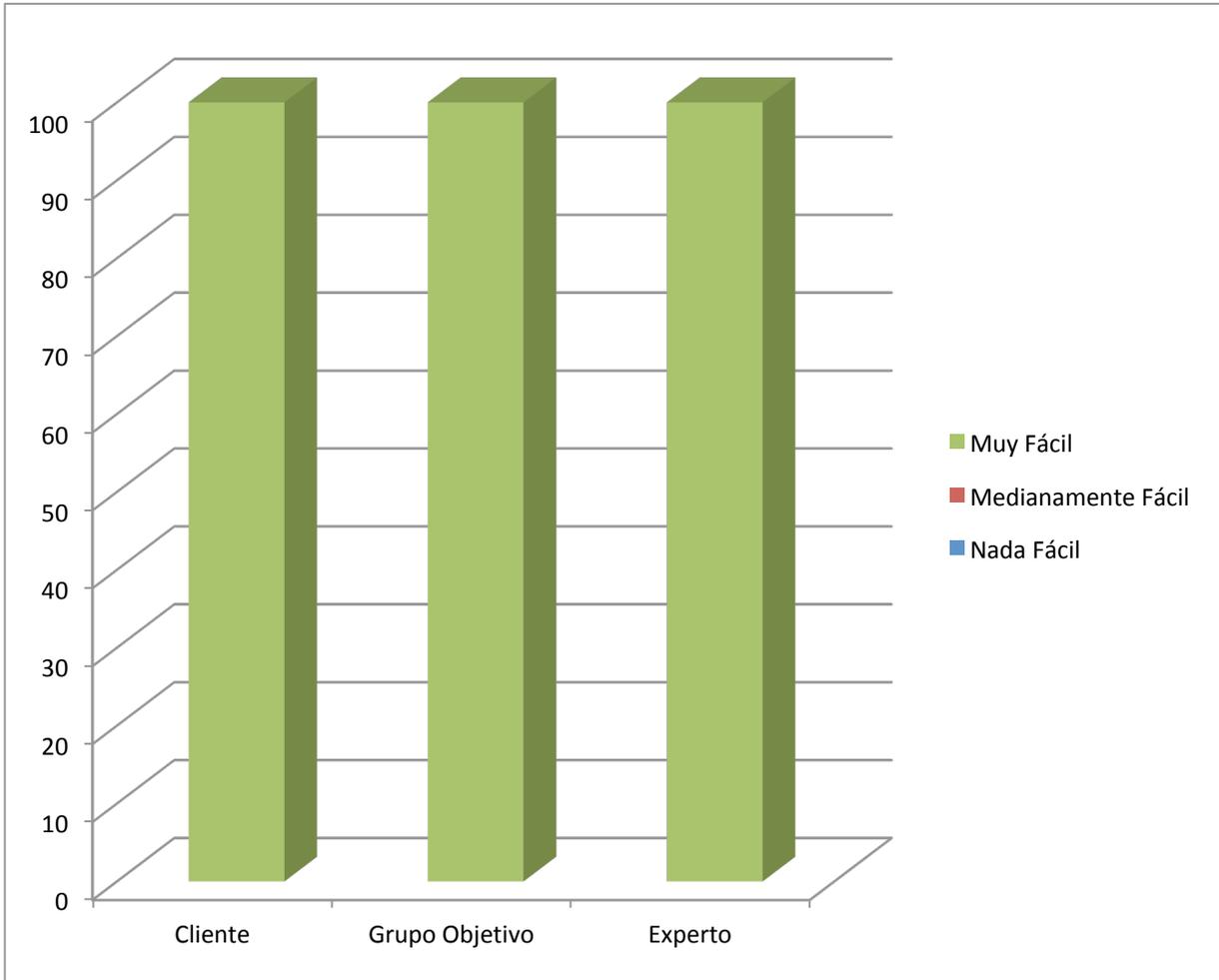
2.6 ¿Considera usted que el color de fondo de la contraportada contribuye?



Interpretación

El 100% de clientes encuestados considera que el color de fondo de la contraportada contribuye bastante al diseño, al igual que el Grupo Objetivo y los expertos que validaron el proyecto final.

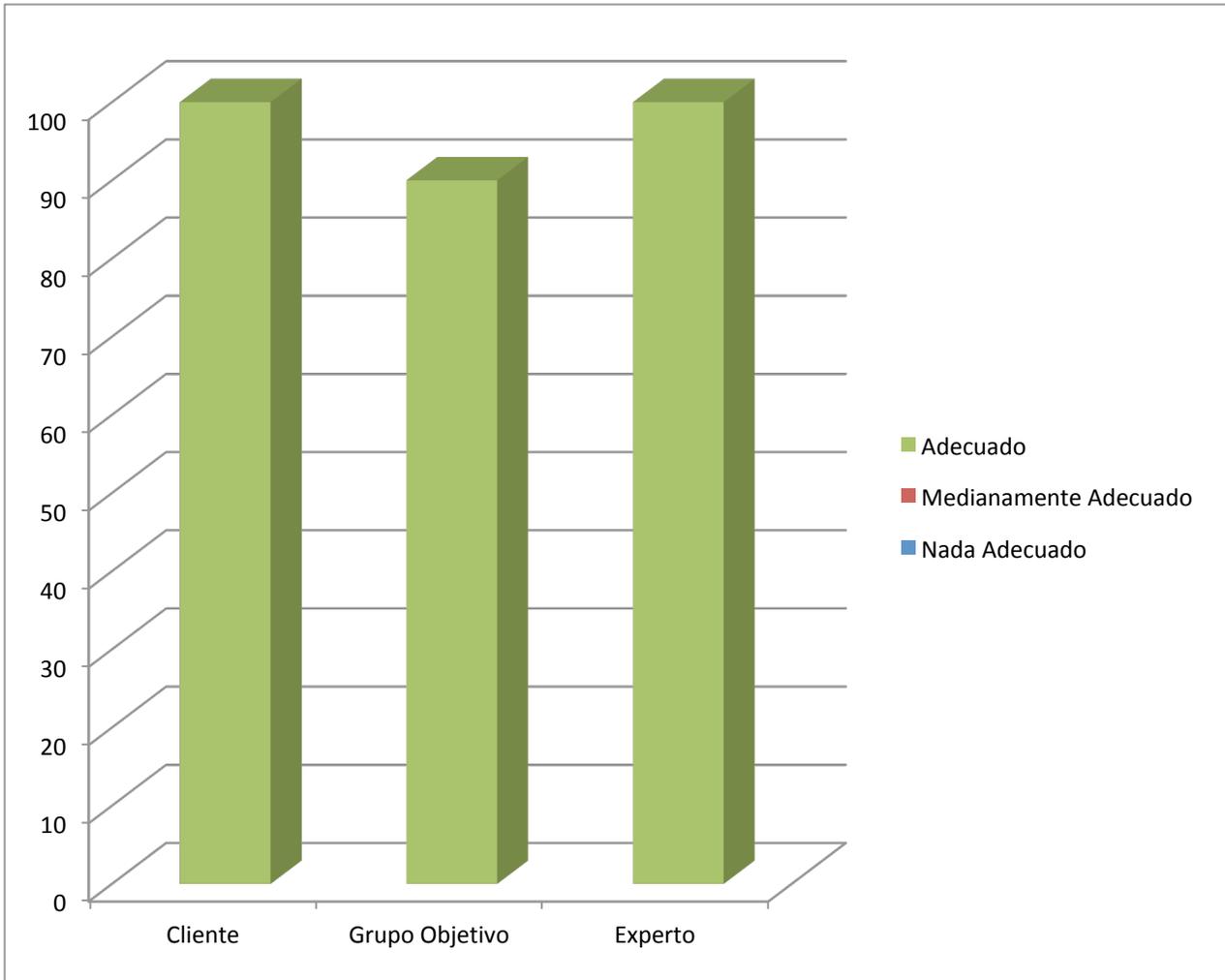
3.1 ¿Cómo considera usted el desplazamiento del catálogo digital dentro de la tableta electrónica?



Interpretación

El 100% de personas encuestadas de los tres grupos importantes Cliente, Grupo Objetivo y Expertos considera que es muy fácil el desplazamiento del catálogo digital dentro de la tableta electrónica.

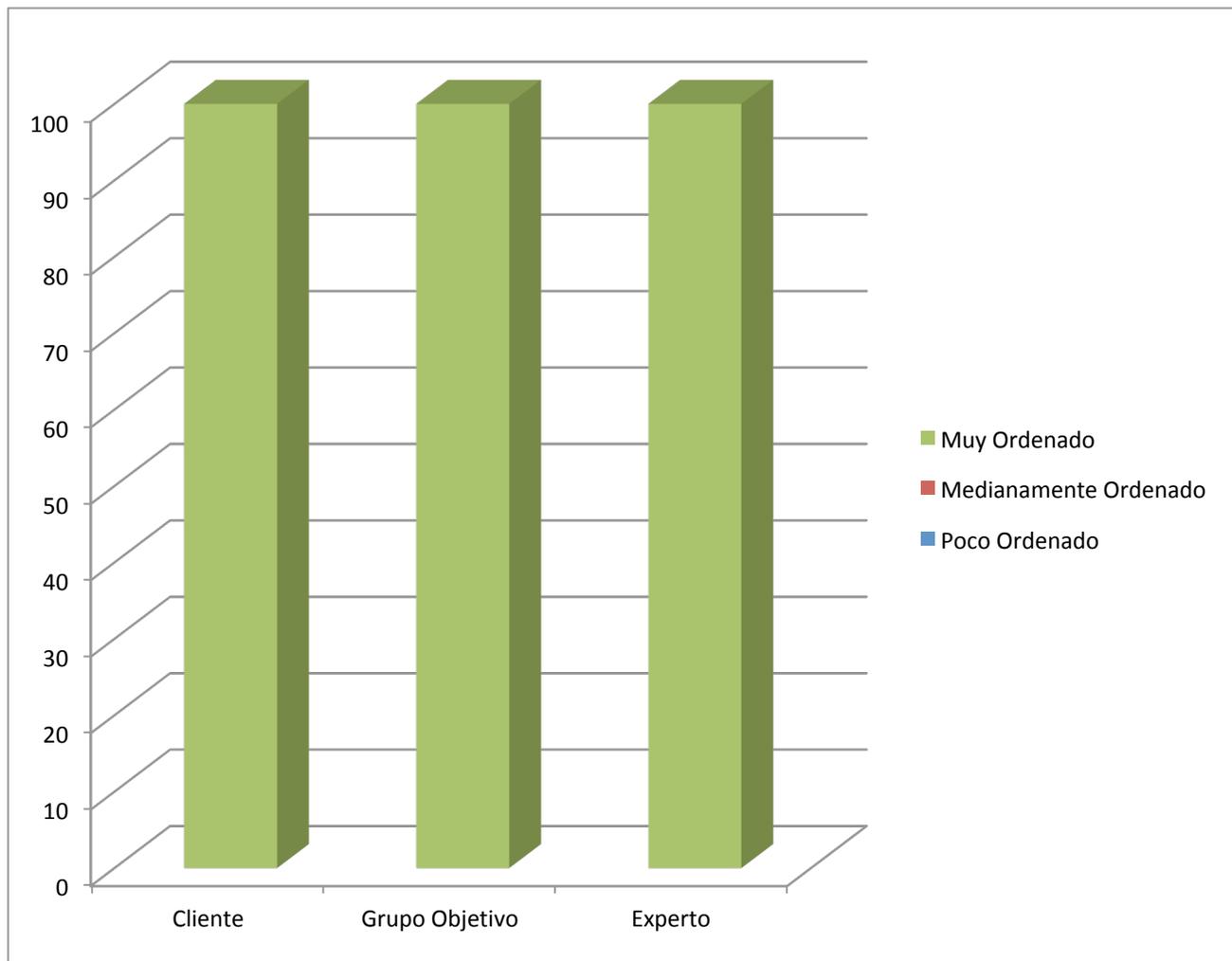
3.2 ¿Cómo considera usted el tamaño del catálogo digital?



Interpretación

En esta pregunta de la encuesta el 100% de parte del cliente considera que el tamaño del catálogo digital es adecuado, el 90% del Grupo objetivo y en la serie experto, el 100%.

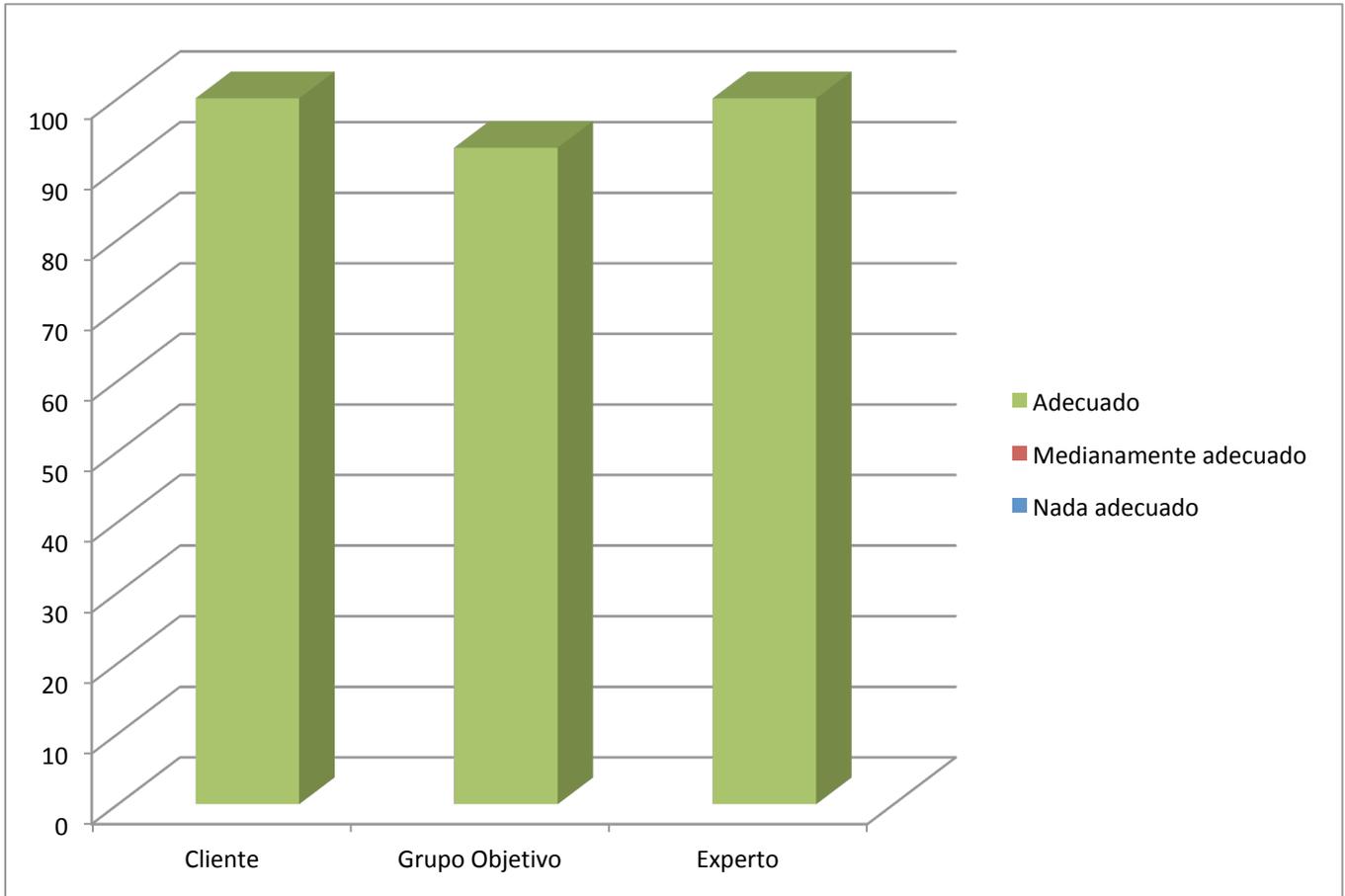
3.3 ¿Cómo considera usted el orden de la información de las bolsas artesanales?



Interpretación

El 100% de las tres categorías consideró que el orden de la información de las bolsas artesanales dentro del catalogo está muy ordenado.

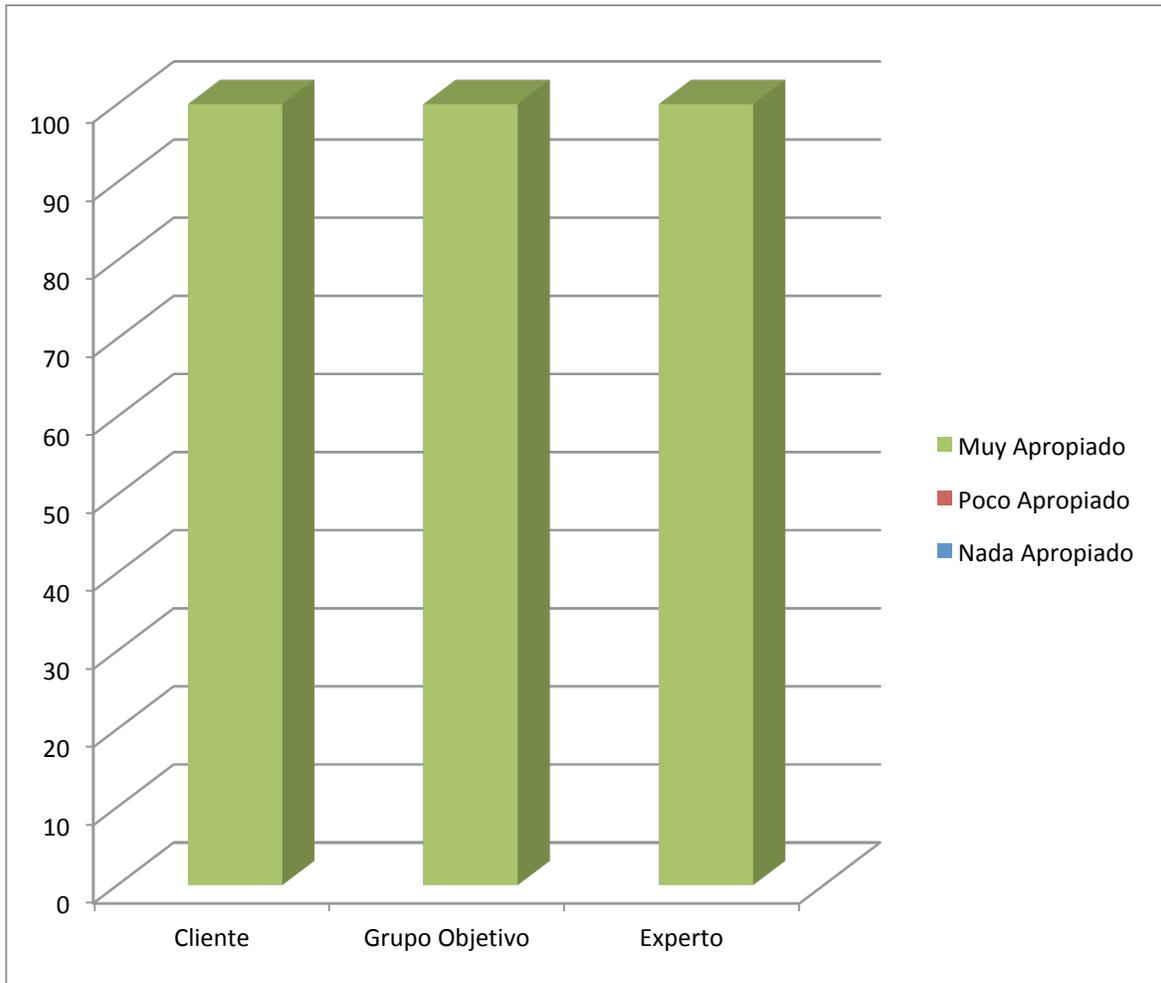
3.4 ¿Considera usted que la diagramación utilizada dentro del catálogo digital es?



Interpretación

En la encuesta se evaluó el 100% de clientes, al considerar que la diagramación utilizada dentro del digital es adecuado, el 93% del Grupo Objetivo considera adecuada la diagramación y el 6% medianamente adecuada, en la serie de expertos considera adecuada la diagramación.

3.5 ¿Cómo considera usted la forma de presentación del catálogo digital?



Interpretación

Se encuestó a los tres grupos principales y debido a que los promotores de ventas de Folklórica S.A. utilizan tabletas electrónicas para trabajar, el 100% de los tres grupos considera muy apropiada la forma de presentación del catálogo digital, ya que la forma de presentación es por medio de tableta electrónica.

8.4 Cambios en base a los resultados

Luego de realizar la validación en los resultados obtenidos, no se encontraron cambios para el proyecto de graduación.

Catálogo 2016

Haz notar el orgullo de tu cultura.



FOLKLÓRICA S.A.



FOLKLÓRICA S.A.

Portamonedas



Dimensiones
3 x 2.5 plgs



Q. 15.00

Colores inventariados



Características

Es un accesorio diseñado especialmente para llevar monedas. Es utilizado generalmente por las mujeres y suele ir dentro de los bolsos, los monederos no están diseñados para llevar billetes en buen estado. Los monederos están conformados por bordados en algodón original blanco con acabados en diferentes colores conformando flores llamativas a la vista. Este tipo de bordado es proveniente de San Antonio Nejapa, es una aldea de Acatenango, del Departamento de Chimaltenango.



FOLKLÓRICA S.A.

Portamonedas



Dimensiones
4 x 3.3 plgs



Q. 25.00

Colores inventariados



Características

Es un accesorio diseñado especialmente para llevar monedas. Es utilizado generalmente por las mujeres y suele ir dentro de los bolsos, los monederos no están diseñados para llevar billetes en buen estado. Los monederos están conformados por bordados de colores llamativos los cuales son originarios del altiplano Central de la República. Este tipo de accesorios suele trabajarse en cuyuscate (algodón natural) pero en la actualidad existen varias replicas trabajadas en diferentes tipos de telares.



FOLKLÓRICA S.A.

Billetera de Medio Sobre



Dimensiones
6 x 4.5 plgs



Colores inventariados



Características

Utilizado para llevar consigo documentos de identificación, tarjetas de debito, crédito, billetes, tarjetas de presentación y otros artículos. Es plegable y su tamaño es mucho mas reducido que las billeteras conocidas como de sobre. Se encuentra conformada por bordados en línea horizontal y vertical, lo cual son representativos de San Pedro Sacátepequez por los colores que conforman el árbol de la vida del traje tipico del municipio conocido como "Montaña de Hiervas".



FOLKLÓRICA S.A.

Billetera De Sobre



Dimensiones
9 x 4.5 plgs



Q.125

Colores inventariados



Características

Utilizado para llevar consigo documentos de identificación, tarjetas de debito, crédito, billetes, tarjetas de presentación y otros artículos. Es plegable y dispone de diversos compartimientos para introducir y encontrar con mas facilidad los documentos. Se encuentra conformada por diferentes brovados en formas geométricas triangulares, se debe resaltar que todo esto se realiza a base de algodón. Es originarios del altiplano de Guatemala y se centra en diferentes departamentos.



FOLKLÓRICA S.A.

Billetera
De Sobre



Dimensiones
9 x 4 plgs.



Colores inventariados

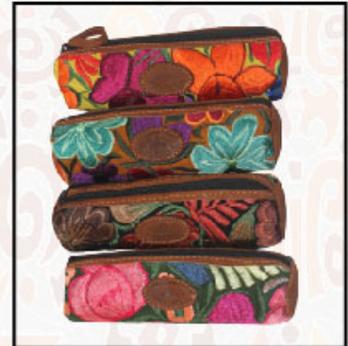
Características

Utilizado para llevar consigo documentos de identificación, tarjetas de debito, crédito, billetes, tarjetas de presentación y otros artículos. Es plegable y dispone de diversos compartimentos para introducir y encontrar con mas facilidad los documentos. Esta Conformada por una serie de bordados que unidos forman diferentes tipos de flores y colores llamativos para la vista de los clientes. Este tipo de textil es procedente del altiplano guatemalteco y se centra en San Francisco Panajachel.



FOLKLÓRICA S.A.

Estuche Escolar



Dimensiones
8 x 3.5 plgs



Q.80

Colores inventariados



Colores inventariados

Características

Este accesorio es el que utilizan los estudiantes para llevar a la escuela o Universidad los materiales escolares necesarios. La estuchera escolar esta conformada por bordados verticales de diversos colores provenientes de Santiago Atitlán. Actualmente la moda de los textiles tipicos se ha transportado a diferentes lugares del País y esto ha llevado a que las tejedoras prefieran un toque personal con diseños florales realizados a mano.



FOLKLÓRICA S.A.

Estuche Escolar



Dimensiones
8 x 5 plgs



Características

Q.120

Este accesorio es el que utilizan los estudiantes para llevar a la escuela o Universidad los materiales escolares necesarios. La estuchera escolar esta conformada por bordados verticales de diversos colores provenientes de Santiago Atitlán. Actualmente la moda de los textiles tipicos se ha transportado a diferentes lugares del País y esto ha llevado a que las tejedoras prefieran un toque personal con diseños florales realizados a mano.



FOLKLÓRICA S.A.

Cosmetiguera



Dimensiones
9.5 x 5.5 plgs



Características

Accesorio diseñado específicamente para el sexo femenino, ya que dentro se espera contener diferentes piezas aptas para perfeccionar el maquillaje de una mujer. Antiguamente este tipo de artesanías se trabajaba en seda pero por los altos costos ha sido sustituido por la lana sintética. La cosmetiguera está conformada por bordados verticales de diferentes colores los cuales realzan el fondo azul eléctrico, cuenta en el centro con cuerina donde se lee Guatemala en arte. Este tipo de textil es proveniente de Santa María de Jesús, municipio de Sacatepéquez, que se encuentra muy cerca de la Antigua Guatemala y está ubicado bajo las faldas del volcán de Agua.



FOLKLÓRICA S.A.

Cosmetiquera



Dimensiones
7 x 5 plgs



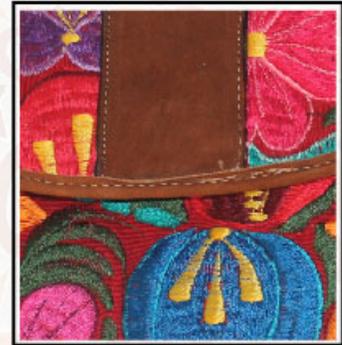
Características

Accesorio diseñado específicamente para el sexo femenino, ya que dentro se espera contener diferentes piezas aptas para perfeccionar el maquillaje de una mujer. Antiguamente este tipo de artesanías se trabajaba en seda pero por los altos costos ha sido sustituido por la lana sintética. La cosmetiquera está conformada por bordados verticales de diferentes colores los cuales realzan el fondo azul eléctrico, cuenta en el centro con cuero donde se lee Guatemala en arte. Este tipo de textil es proveniente de Santa María de Jesús, municipio de Sacatepéquez, que se encuentra muy cerca de la Antigua Guatemala y está ubicado bajo las faldas del volcán de Agua.



FOLKLÓRICA S.A.

**Bolsa
tipo Bagette**



Dimensiones
10 x 8 plgs



Características

Q.275

Utilizado para llevar consigo cualquier tipo de accesorio personal, este es el tipo de bolso que se puede utilizar todos los días, trae consigo un cinturón que permite colgar el bolso en el hombro. Esta conformada por una serie de bordados que unidos forman diferentes tipos de flores y colores llamativos para la vista de los clientes. Este tipo de textil es procedente del altiplano guatemalteco y se centra en San Francisco Panajachel.



FOLKLÓRICA S.A.

**Bolsa
tipo Cruzado**

Dimensiones
12 x 14 plgs.



Q.250

Colores inventariados



Características

Es muy parecido a las bolsas tipo Bagette, la diferencia es que estas bolsas son un poco mas espaciosas y tienden a ser de textura doblable, lo que las hace mucho mas comodas para utilizarlas en algun viaje. Estas bolsas tipo Cruzado se caracterizan por el bordado llamativo conbinado entre figuras geometricas, flores y curviados. El textil es representativo del departamento de Sacatepequez, esepcificamente de Santa Catarina Barahona, aunque en la actualidad se ha exparsido hacia el departamento Solóla, adoptando el tipo de bordado como personal.



FOLKLÓRICA S.A.

Bolsa tipo Cesta



Dimensiones
13 x 15 plgs.

Características

Q.100

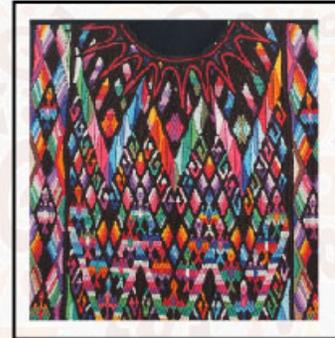
Este es el tipo de bolso ideal para ir de compras, a la playa o algún tipo de viaje donde se necesite aun mas espacio de lo normal, son estilos sencillos pero muy llamativos y el bolso es espacioso por dentro y muy sencillo de combinar.

El diseño del bolso esta conformada por bordados verticales de diversos colores provenientes de Santiago Atitlán. .



FOLKLÓRICA S.A.

**Bolsa
tipo Cesta**



Dimensiones
19 x 16 plgs.



Q.300

Colores inventariados



Características

Es muy parecido a las bolsas tipo Bagette, la diferencia es que estas bolsas son un poco mas espaciosas y tienden a ser de textura doblable, lo que las hace mucho mas comodas para utilizarlas en algun viaje. Estas bolsas tipo Cruzado se caracterizan por el bordado llamativo conbinado entre figuras geometricas, flores y curviados. El textil es representativo del departamento de Sacatepequez, especificamente de Santa Catarina Barahona, aunque en la actualidad se ha expandido hacia el departamento Solóla, adoptando el tipo de bordado como personal.



FOLKLÓRICA S.A.

**Bolsa
tipo Cesta**



Dimensiones
18 x 15 plgs.



Características

Q.290

Este es el tipo de bolso ideal para ir de compras, a la playa o algun tipo de viaje donde se necesite aun mas espacio de lo normal, son estilos sencillos pero muy llamativos y el bolso es espacioso por dentro y muy sensillo de convinar. El diseño del bolso esta conformada por bordados florales de diversos colores provenientes de Santiago Atitlán.



FOLKLÓRICA S.A.

Bolso tipo Acolchado



Dimensiones
15 x 12 plgs.



Características

Q.730

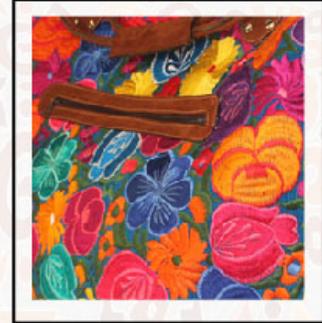
Colores/inventariados

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho mas formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmetiguera dentro. El bolso esta conformado por diferentes bordados realizados a mano, con diferentes colores que ayudan a visualizar las diferentes figuras florales que se unen dentro del textil. El diseño del textil es proveniente de Zacualpá, Quiche.



FOLKLÓRICA S.A.

**Bolso
tipo Acolchado**



Dimensiones
18 x 16 plgs.



Características

Q.980

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho mas formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmetiguera dentro. El bolso esta conformado por una serie de bordados que unidos forman diferentes tipos de flores y colores llamativos para la vista de los clientes. Este tipo de textil es procedente del altiplano guatemalteco y se centra en San Francisco Panajachel.



FOLKLÓRICA S.A.

**Bolso
tipo Acolchado**



Dimensiones
17.5 x 13plgs.



Características

Q.850

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho mas formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmetiguera dentro. El bolso esta conformado por diferentes bordados muy llamativos ya que es floriado y utilizan colores representativos para una mujer. El tipo de textil es proveniente de San José Nacahuil, una aldea que se encuentra ubicada en San Pedro Ayampuc, Departamento de Guatemala.



FOLKLÓRICA S.A.

Bolso tipo Acolchado



Dimensiones
17 x 15 plgs.

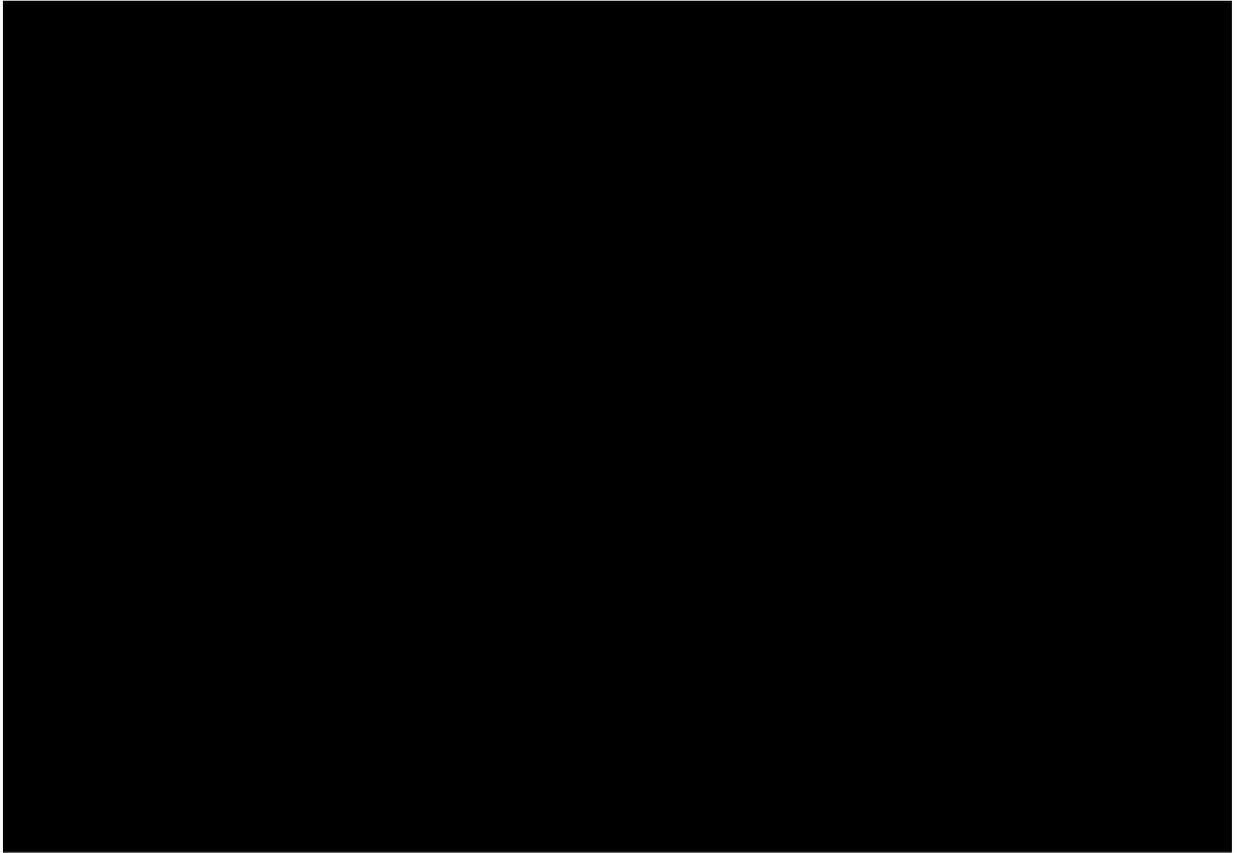


Características

Q.800

Este es el tipo de bolso que se utiliza para presentarse a una entrevista de trabajo, un día normal de trabajo, una reunión debido a que es mucho mas formal de lo normal y bastante espacioso para guardar inclusive la cosmetiguera dentro. El bolso esta conformado por diferentes bordados unidos en un mismo textil, dando la idea de parches dentro del diseño. El textil es proveniente de San Cristóbal Totónicapan donde el bordado se divide en biguras geometricas bordadas de lana sintética y fondos lisos de algodón.

Contraportada

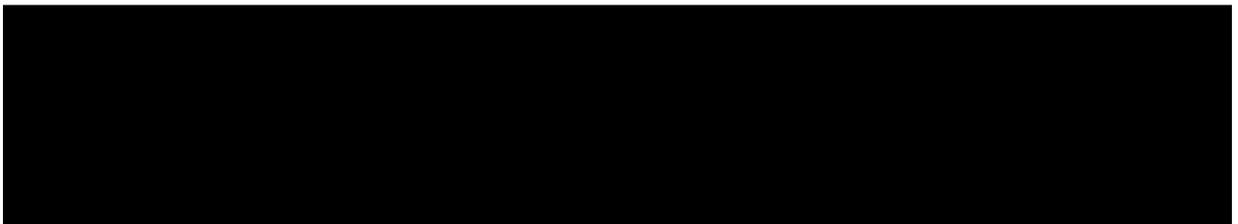


FOLKLÓRICA S.A.

Tel. 2234-4566 / 2234-6778 / 5567-7898

Web. www.folkloricasa.com.gt

Fan Page. www.facebook/folkloricasa.com



10.1 Plan de costos de elaboración

Para estimar el tiempo de elaboración del catalogo digital, fue necesario exponer algunos puntos como la recopilación de información, la que fue brindada de parte de la empresa Folklórica S.A. El tiempo empleado en el proceso de diseño del catalogo fue de tres semanas, en las que se realizaron los procesos de bocetaje a base de dibujo natural, proceso de bocetaje formal y la toma de fotografías las que contribuyeron positivamente a los resultados. Las cuatro semanas trabajadas se dividieron en cuatro días por semana, en las que se dedicaron dos horas por día, esto da un resultado final de 24 horas dedicadas al inicio del proceso de diseño del catalogo digital. La base estimada de cobro es de Q.45 la hora, lo que da un resultado de Q.1080.

10.2 Plan de costos de producción

Dentro del plan de costos de producción forma parte la elaboración de artes y la implementación del catalogo digital ya finalizado. El tiempo empleado en la elaboración de artes fue de dos semanas, las que se dividieron en cinco días a la semana, dedicándole tres horas al día, con un total de 40 horas. Se tomarón en cuenta los cambios que se realizaron a lo largo de la creación del proyecto, tiempo de reunión con el cliente, tiempo de validación e interpretación de información brindada por el cliente. Estimando un cobro de Q.45 la hora, con un total de Q.1800 por el tiempo dedicado a la elaboración de artes y la implementación del catálogo digital ya finalizado.

10.3 Plan de costos de reproducción

La reproducción del catálogo no tendrá ningún costo, ya que el catálogo se entregará en digital para que sea utilizado en los dispositivos móviles que desee la empresa Folklórica S.A.

10.4 Plan de costos de distribución

La distribución del catálogo no tendrá ningún costo, ya que se entregará en formato PDF para que los promotores de ventas logren el uso correcto del catálogo al momento de atender a los clientes.

10.5 Cuadro de resumen general de costos

Plan de Costos de Elaboración	Proceso de bocetaje a base de dibujo natural, Proceso de bocetaje formal y toma de Fotografías	24 hrs.	Q.1800
Plan de Costos de Producción	Elaboración de artes finales e implementación digital de catálogo finalizado.	30 hrs.	Q.1350
Plan de Costos de Reproducción	No existe un Plan de costos de reproducción dentro del proyecto.	0 hrs.	Q. 0
Plan de Costos de Distribución	No existe un Plan de costos de distribución dentro del proyecto.	0 hrs.	Q. 0
TOTAL			Q.3150.00

11.1 Conclusiones

Se logro diseñar un catalogo digital para dar a conocer a los promotores de ventas, las características y los precios de la colección de bolsas artesanales que distribuye la empresa Folklórica S.A.

Se obtuvo información acerca de los catálogos digitales en fuentes primarias y secundarias, acerca de la realización de catálogos digitales para sustentar el contenido y la realización de este proyecto para Folklórica S.A.

Se adquirió información acerca de los productos artesanales que promueve el personal de venta de la empresa Folklórica S.A. con la intención de garantizar la entrega de un mejor del proyecto.

Se lograrón fotografiar las bolsas artesanales para incluirlas en el contenido del catalogo digital a presentar a la empresa Folklórica S.A. tomando en cuenta los coloridos de cada artículo, con la intención que resalte dentro del proyecto.

11.2 Recomendaciones

Actualizar catalogo por temporada, dependiendo los de los artículos de moda artesanales que estén a la venta para un mejor resultado de atención al cliente y poder seguir siendo la empresa de preferencia.

Organizar una capacitación de información respecto a los artículos que se encuentren dentro del catalogo digital en temporada, una vez al año, para los promotores de ventas y que como resultado crezcan sus ventas un porcentaje admirable.

Adquirir nueva información respecto a los diferentes bordados para tener actualizados a los promotores de ventas y ofrecer un buen servicio al cliente, para que de esta manera cualquier duda del cliente respecto a los colores, figuras o bordados sea respondida de forma profesional.

Actualizar las fotografías de las bolsas artesanales dependiendo de los productos en temporada, debido a que cambian de accesorios de moda cada cierto tiempo, para mantener de esta manera actualizados los catálogos y ver un mejor resultado.



Capítulo XIII: Referencias

Castillo, R. (2 de Octubre de 2007). *Definición ABC*. Retrieved 1 de Noviembre de 2015 from Sitio Web ABC: <http://www.definicionabc.com/economia/textil.php>

Velazquez, M. P. (2015 de Noviembre de 2015). *AGEXPORT GUAT*. Retrieved 2 de Noviembre de 2015 from AGEXPORT: <http://export.com.gt/sectores/sector-exportador-de-artersanias/>

Martínez, P. (s/f). *Significados.com*. Retrieved 3 de Septiembre de 2015 from <http://www.significados.com/economia/>

Definicion, D. (Mayo de 2008). *Definicion.De*. Retrieved Septiembre de 2015 from <http://definicion.de/aereo/>

Luarca, L. (s/f). *De Conceptos*. Retrieved 4 de Mayo de 2015 from <http://deconceptos.com/lengua/articulo>

ABC, D. (Enero de 2007). *Definición ABC*. Retrieved Noviembre de 2015 from <http://definicion.de/comercializacion/>

Muñoz, N. (8 de octubre de 2014). *Prezi*. Retrieved Marzo de 2015 from <https://prezi.com/m0q76cxfijyu/la-comunicacion-es-el-proceso-mediante-el-cual-se-puede-tran/>

CD, C. (2006). *Manual CD*. Retrieved Marzo de 2015 from <http://manual.inep.org/I/I-III.html>

Guardin, M. (30 de agosto de 2013). *slideshare*. Retrieved marzo de 2015 from <http://es.slideshare.net/MYGUARIN/paradigmas-de-la-comunicacin>

Oxford. (s/d de 2012). *Oxford Dictionaries*. Retrieved 2015 from <http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/disenio>

Flores. (2013 йил 15-10). *Definicion ABC*. From <https://www.definicionabc.com/?s=Textil#resultados>

Casanovas Pla, J. A., & Bosch Camprubí, R. (. (n.d.). *Turista*. (E. c. Turístico, Producer) Retrieved julio de 2016 from Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Turista>

SILVA, I. A. (n.d.). *Marn*. From PAISAJES PRODUCTIVOS RESILIENTES AL CAMBIO CLIMÁTICO Y REDES SOCIOECONÓMICAS FORTALECIDAS EN GUATEMALA: <http://www.marn.gob.gt/Multimedios/9808.pdf>

Alejandro82. (18 de mayo de 2012). *Tecnología*. Retrieved julio de 2016 from EcuRed: <https://www.ecured.cu/Tecnolog%C3%ADa>

Javixo. (n.d.). *CourseHero*. From Significado de Economía: <https://www.coursehero.com/file/18297371/Significado-de-Econom%C3%ADa/>

- Gardey, J. P. (2013). *Definición.de*. From Definición de Aéreo: <https://definicion.de/aereo/>
- Ortegón, E. (n.d.). *Repositorio*. (A. prieto, Producer) From Metodología del marco lógico para la planificación, seguimiento y elaboración de programas: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf
- biblio, C. (n.d.). *EcuRed*. From Historial de revisiones de «Región»: <https://www.ecured.cu/index.php?title=Regi%C3%B3n&action=history>
- Sorrentino, F. (21 de abril de 2015). *Fundación para el desarrollo del potencial*. From El Artículo Gramatical, de Opinión y Publicitario: <https://www.sonria.com/glossary/articulo/>
- Porto, J. P. (2010). *Definición.de*. From DEFINICIÓN DE INTERNACIONAL: <https://definicion.de/internacional/>
- oñate, a. (n.d.). *Camaleo*. From Glosario: <https://es.calameo.com/books/003444897df948c6969cb>
- Gardey, A. (2010). *Definicion.De*. From DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN: <https://definicion.de/comercializacion/>
- Merino, M. (2010). *Definicion.DE*. From DEFINICIÓN DE MODA: <https://definicion.de/moda/>
- Colomba, J. L. (2011). *GQ*. From 9 tipos de bolso que todo hombre debería llevar: <https://www.revistagq.com/moda/relojes-y-accesorios/galerias/bolsos-para-hombre-tendencias-moda/11068>
- Maribel, c. (n.d.). *El Bolso de Maribel*. From Tipos de Bolsos: <https://www.elbolsodemaribel.com/tipos-de-bolsos/>
- MAN, O. (2011). *THRENDHIM*. From EL PAÑUELO DE BOLSILLO: LA GUÍA DEFINITIVA: <https://www.trendhim.es/articulos/38/el-panuelo-de-bolsillo-la-guia-definitiva>
- Gonzalez, C. (18 de 01 de 2012). *Enfemenino*. From El equipaje ideal para ir a la playa: ¡prepárate!: <https://www.enfemenino.com/viajes/equipaje-ideal-para-ir-a-la-playa-s448442.html>



DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL PARA DAR A CONOCER A LOS PROMOTORES DE VENTAS, LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS PRECIOS DE LA COLECCIÓN DE BOLSAS ARTESANALES QUE DISTRIBUYE LA EMPRESA FOLKLÓRICA S.A.

Intrucciones: Con base a los gráficos observados como propuesta del catálogo digital para los promotores de ventas de Folklórica S.A. según su criterio personal y profesional conteste las preguntas de validación, colocando una "X" en los espacios designados.

Nivel: Cliente Grupo Objetivo Experto

1.1 ¿Considera usted que es importante investigar información acerca de los catálogos digitales en fuentes primarias y secundarias, para definir la diagramación correcta a utilizar?

Si No

1.2 ¿Considera usted que la recopilación de información obtenida durante el proyecto acerca de los productos artesanales que promueve el personal de ventas de la empresa Folklórica S.A. ?

Si No

1.3 ¿Considera usted que sea necesario fotografiar las bolsas artesanales que distribuye Folklórica S.A. para un mejor resultado del proyecto?

Si No



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

Muy Legibles Medianamente Legible Poco Legible

2.2 ¿Considera que las fotografías utilizadas en la portada del catálogo digital son?

Adecuadas Medianamente Adecuadas Nada Adecuada

2.3 ¿Considera que el fondo utilizado en las páginas internas del catálogo es?

Apropiado Poco Apropiado Nada Apropiado

2.4 ¿Considera que la justificación centrada de cada párrafo de información de las bolsas artesanales da una cualidad de?

Muy Ordenado Medianamente Ordenado Poco Ordenado

2.5 ¿Considera que la utilización del logotipo, en cuanto a cantidad de veces usado dentro del catálogo es?

Suficiente Insuficiente Nada Suficiente

2.6 ¿Considera usted que el color de fondo de la contraportada Contribuye?

Bastante Medianamente Nada



3.1 ¿Cómo considera usted el desplazamiento del catálogo digital dentro de la tableta electrónica?

Muy Fácil

Medianamente Fácil

Nada Fácil

3.2 ¿Cómo considera usted el tamaño del catálogo digital?

Adecuado

Medianamente Adecuado

Nada Adecuado

3.3 ¿Cómo considera usted el orden de la información de las bolsas artesanales?

Muy Ordenado

Medianamente Ordenado

Poco Ordenado

3.4 ¿Cómo calificaría usted la diagramación utilizada dentro del catálogo digital?

Adecuada

Medianamente adecuada

Nada Adecuada

3.5 ¿Cómo considera usted la forma de presentación del Catálogo digital?

Muy Apropiado

Poco Apropiado

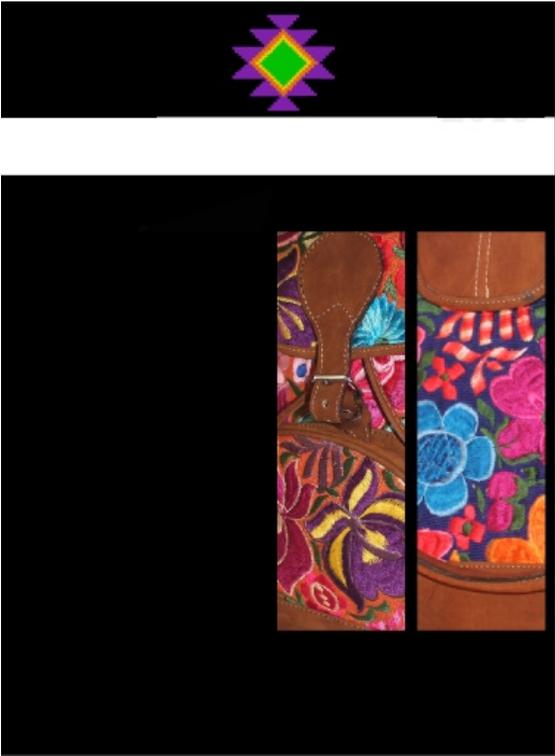
Nada Apropiado



Proceso fotográfico para catálogo digital.



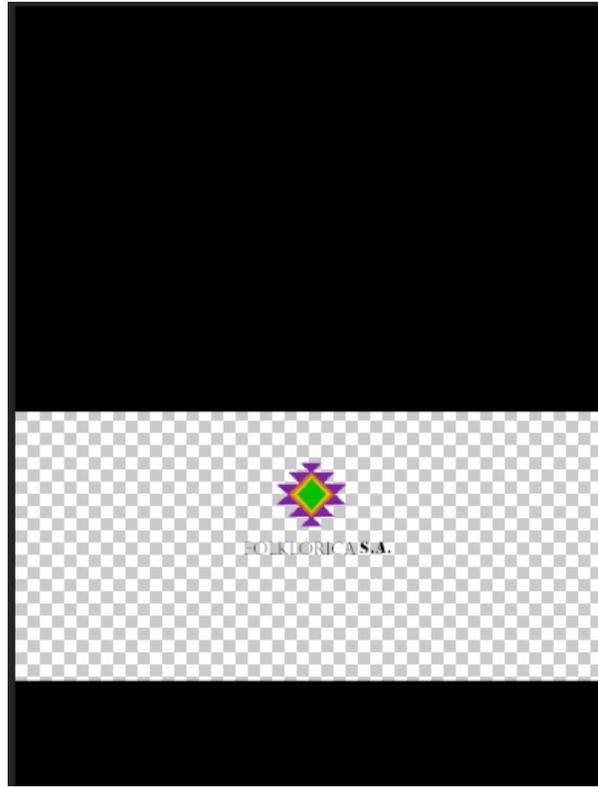
Proceso de edición fotográfico para el catálogo digital.



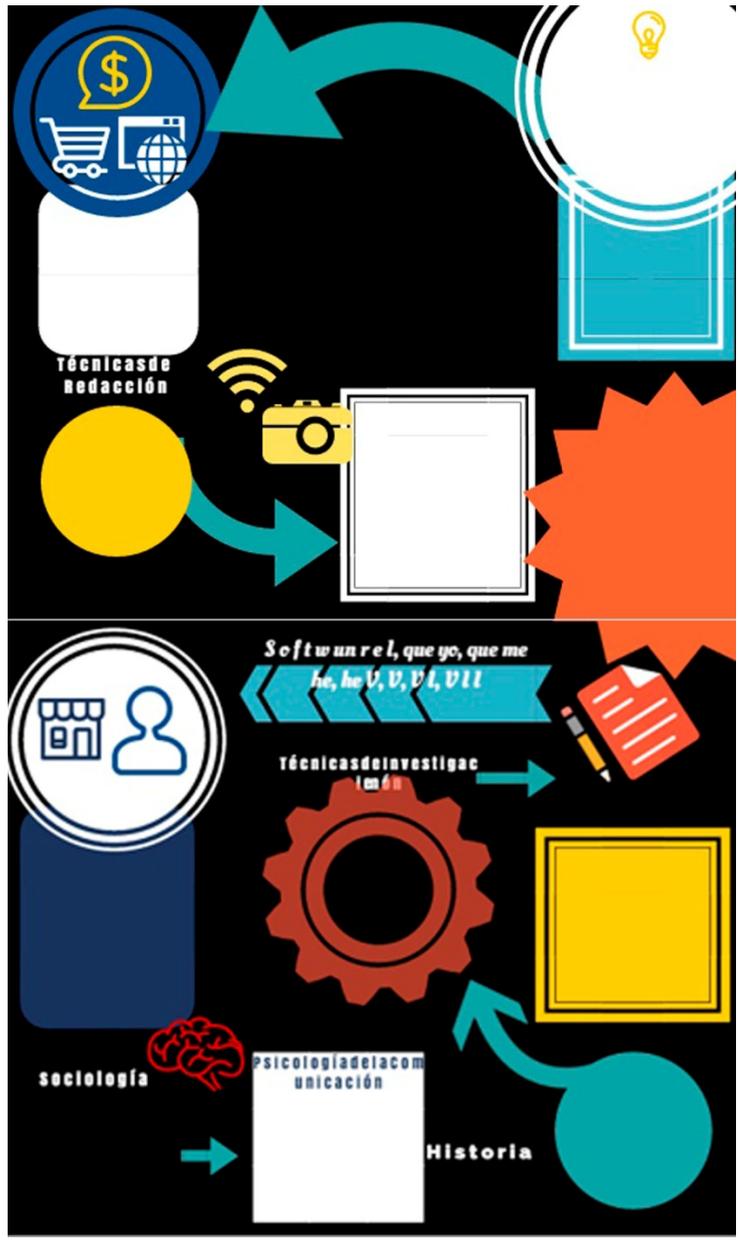
Proceso de diseño de portada para el catálogo digital, dirigido a promotores de ventas.



Proceso de diseño de página interna para el catálogo digital.



Proceso de diseño de contraportada para el catálogo digital.



Proceso de diseño digital de infografía, para dar a conocer lo aprendido en la carrera.



Primera visita a Casa principal San Fernando para obtener respuestas de la encuesta realizada al personal en general de Folklórica S.A.