



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de una presentación multimedia para dar a conocer los productos que ofrece el café -Mío Guatemala- a los clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2019

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

**ELABORADO POR:**  
**Noemí Bocaletti Cabrera**  
**Carné: 15001235**

Para optar el título de:  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**  
**Guatemala, Enero 2019**

Diseño de una presentación multimedia para dar a conocer los productos  
que ofrece el café Mío Guatemala a los clientes reales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2019

Noemí Bocaletti Cabrera

Universidad Galileo

Facultad de ciencias de la comunicación

Enero, 2019.

## **Autoridades**

o Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

o Vicerrectora General, Dra. Mayra de Ramírez

o Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

o Secretario General, Lic. Jorge Retolaza

o Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

o Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo

Anzueto, M.Sc.

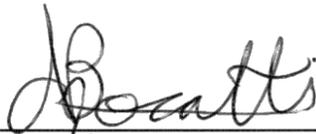
Guatemala 09 de abril de 2018

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE UNA PRESENTACIÓN MULTIMEDIA PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE OFRECE EL CAFÉ -MÍO GUATEMALA- A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES . GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



---

Noemi Bocaletti Cabrera  
15001235



---

Licda. Claudia Ruíz Marchena  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 11 de mayo de 2018

**Señorita:**  
**Noemí Bocaletti Cabrera**  
**Presente**

Estimada Señorita Bocaletti:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado **DISEÑO DE UNA PRESENTACIÓN MULTIMEDIA PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE OFRECE EL CAFÉ –MÍO GUATEMALA-A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruíz Marchena, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

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



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 07 de enero de 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UNA PRESENTACIÓN MULTIMEDIA PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE OFRECE EL CAFÉ –MÍO GUATEMALA- A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por la estudiante: Noemí Bocaletti Cabrera, con número de carné: 15001235, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

  
\_\_\_\_\_  
**Licda. Claudia Ruiz Marchena**  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 29 de marzo de 2019

**Señorita**  
**Noemí Bocaletti Cabrera**  
**Presente**

Estimada Señorita Bocaletti:

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, 08 de mayo de 2019.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **“DISEÑO DE UNA PRESENTACIÓN MULTIMEDIA PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE OFRECE EL CAFÉ -MÍO GUATEMALA- A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019**, de la estudiante Noemí Bocaletti Cabrera, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.

Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 21 de mayo de 2019

**Señorita:**  
**Noemí Bocaletti Cabrera**  
**Presente**

Estimada Señorita Bocaletti:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UNA PRESENTACIÓN MULTIMEDIA PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE OFRECE EL CAFÉ –MÍO GUATEMALA- A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por la estudiante: Noemí Bocaletti Cabrera, 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 haberme permitido llegar hasta este punto, por guiarme y sostenerme en los momentos más difíciles. También por ser el principal motivador para realizar todo con excelencia y su amor.

A mis padres, por su apoyo y esfuerzo incondicional, y por el ejemplo diario que ellos me muestran. Son el pilar fundamental de lo que soy, así como en mi educación, por haber infundado en mí valores que me caracterizaron para el desarrollo como persona para la vida y por su amor.

A mi hermano, por siempre apoyarme y mostrarme un ejemplo como hermano mayor y es quien me ayudó cuando más lo necesitaba, así como cuando me brindaba un café para mantenerme despierta.

## Resumen

A través del acercamiento con la empresa Mío Guatemala, se identificó que carece de un diseño interactivo para dar a conocer los productos que ofrece a sus clientes reales y potenciales.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una presentación multimedia para presentar los productos que ofrece el café Mío Guatemala a los clientes reales y potenciales.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas, entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se ha diseñado una presentación multimedia para presentar los productos que ofrece el café Mío Guatemala a los clientes reales y potenciales. Se recomendó que la presentación multimedia se actualice conforme vaya siendo necesario.

Para efectos legales únicamente la autora NOEMÍ BOCALETTI CABRERA es responsable del contenido de este proyecto, ya que es investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

## Índice

### **Capítulo I: Introducción**

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

### **Capítulo II: Problemática**

2.1 Contexto .....	2
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño. ....	2
2.3 Justificación .....	2
2.3.1 Magnitud. ....	3
2.3.2 Vulnerabilidad .....	3
2.3.3 Trascendencia .....	3
2.3.4 Factibilidad .....	3

### **Capítulo III: Objetivos de diseño**

3.1. Objetivo general .....	5
3.2. Objetivos específicos .....	5

### **Capítulo IV: Marco de referencia**

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

### **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

5.1 Perfil geográfico. ....	9
5.2 Perfil demográfico. ....	9
5.3 Perfil psicográfico. ....	10
5.4 Perfil conductual. ....	10

### **Capítulo VI: Marco teórico**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio. ....	11
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño. ....	13
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	17

### **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	24
--	----

7.2	Conceptualización.	25
7.3	Bocetaje.	27
7.4	Propuesta preliminar.	32
<b>Capítulo VIII: Validación técnica</b>		
8.1	Población y muestreo.	37
8.2	Método e Instrumentos.	38
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.	40
8.4	Cambios en base a los resultados.	46
<b>Capítulo IX: Propuesta gráfica final</b>		
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución		53
10.1	Plan de costos de elaboración.	53
10.2	Plan de costos de producción.	53
10.3	Plan de costos de reproducción.	53
10.4	Plan de costos de distribución.	54
10.4	Margen de utilidad.	54
10.5	IVA.	54
10.6	Cuadro resumen.	54
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones</b>		
11.1	Conclusiones.	55
11.2	Recomendaciones.	56
<b>Capítulo XII: Conocimiento general</b>		
12.1	Demostración de conocimiento.	57
<b>Capítulo XIII: Referencias</b>		
Referencias.		58
<b>Capítulo XIV: Anexos</b>		
Anexo.		62

# Capítulo I: Introducción

# Capítulo I: Introducción

## 1.1 Introducción

Mío es un Café que busca dar a conocer los sabores guatemaltecos de una forma única y diferente. Surge hace dos años como un sueño del fundador para compartir y resaltar los deliciosos sabores de Guatemala. Actualmente no cuenta con el diseño de una presentación multimedia para mostrar su menú en el café, por lo que se ha definido que se realizará un diseño que se adapte a las necesidades del cliente y sea agradable al consumidor. Logrará así, a través del diseño llamar la atención del cliente real para que le agrade el lugar y recomiende el café Mío Guatemala a los clientes potenciales.

Se ha desarrollado con técnica de investigación mixta donde se utilizará el método cuantitativo y el cualitativo. El método cuantitativo analiza y comprueba datos mediante números. Brinda datos estadísticos a través de muestras, reflejando la aceptación del grupo objetivo hacia la presentación multimedia (Sanz, 2017). Por otro lado, el método cualitativo muestra sus resultados mediante cualidades, permitiendo conocer su opinión respecto a algo. Por ello se le dice que es una investigación que ve el lado subjetivo de lo que se quiere investigar (Sanz, 2017).

Para la validación del proyecto se aplicó un instrumento, que fue una encuesta, en este caso contiene 9 preguntas cerradas, donde 6 son preguntas dicotómicas y 5 tipo escala de likert. Todas las preguntas tienen sus respectivas respuestas en selección múltiple.

Para concluir, la presentación multimedia facilitará al cliente real la decisión por lo que comerá y atraerá a los clientes potenciales, ya que observa lo que ofrece Mío Guatemala y se siente identificado con el estilo que refleja.

## Capítulo II: Problemática

## **Capítulo II: Problemática**

El problema que se ha identificado para el café Mío Guatemala es que no cuenta con una Presentación multimedia, que debe representar lo que es Mío Guatemala en el diseño, ya que también se utilizará en las redes sociales y atraerá a clientes potenciales. Será un medio en el que los clientes reales y potenciales en el lugar del restaurante podrán observar, de manera atractiva, lo que se les ofrece, este aspecto ayudará a que los clientes se les antoje y pidan del variado menú.

### **2.1 Contexto:**

Mío es un Café que busca dar a conocer los sabores guatemaltecos de forma única, diferente e innovadora. Se encuentra ubicado en zona 4 capitalina. Actualmente no cuenta con un diseño de una presentación multimedia para mostrar su menú en el café, por lo que se ha definido que se realizará un diseño que se adapte a las necesidades del cliente y sea agradable al consumidor. Se pudo notar que gran porcentaje de clientes se ubican por la zona, ya sea por motivo que viven o trabajan por la zona. Por este mismo motivo, se ha decidido que el diseño debe ser innovador y atractivo para el cliente real y le agrade el lugar y recomiende el café Mío Guatemala a los clientes potenciales.

### **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

Diseño de una presentación multimedia para dar a conocer los productos que ofrece el café Mío Guatemala a los clientes reales y potenciales.

### **2.3 Justificación**

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

**2.3.1 Magnitud.** El proyecto se realizará en Guatemala que cuenta con 17,358,245 habitantes, se realizará en la ciudad capital de Guatemala donde hay 2,110,100 de personas. El sector que específicamente se tomará es la zona 4, ya que allí se encuentra el café Mío. Dentro de la zona se pueden encontrar 10 cafés que pueden ser la posible competencia. Mío cuenta con 1,884 seguidores en facebook que se pueden determinar como clientes reales y potenciales que se debe impactar.



**2.3.2 Vulnerabilidad.** El café Mío Guatemala no cuenta con presentación multimedia, lo cual hace que los consumidores no tengan facilidad en el acceso de la información completa que ofrece el café. Se pensaría que Mío no tiene muchos productos que puede ofrecerles y provoca que el grupo objetivo se desinteresa por ir al restaurante. Otro factor en el que puede afectar en los clientes potenciales, será que no logre conocer los productos que ofrece, ya que el menú tiene productos que Mío ofrece.

**2.3.3 Trascendencia.** La presentación interactiva debe representar lo que es Mío Guatemala en el diseño, ya que se utilizará en las redes sociales y atraerá a clientes potenciales. Será un medio en el que los clientes reales y potenciales podrán observar en el lugar del café los productos de manera atractiva, mostrando los alimentos y bebidas, con sabores únicos y diferentes. Lo anterior ayudará a que los clientes se les antoje y pidan del variado menú.

**2.3.4 Factibilidad.** Para que el proyecto se lleve a cabo es necesario establecer los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos que hacen posible y realizable el proyecto.

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** El café Mío cuenta con el talento humano como: meseros, cocinero y clientes; que tienen el conocimiento adecuado para la utilización del menú interactivo y será realizado de tal forma que este sea accesible.

**2.3.4.2 Recursos organizacionales.** Se cuenta con el apoyo del café Mío y del gerente para la elaboración del proyecto, quienes están en la disposición de brindar ciertas facilidades tales como el logo de la marca, los platillos y bebidas que ofrecen y la aprobación de la propuesta del menú.

**2.3.4.3 Recursos económicos.** El presupuesto que la marca ha dado es de un total de Q500, cantidad que puede cubrir con los gastos necesarios para realizar este proyecto.

**2.3.4.4 Recursos tecnológicos.** El estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

## Capítulo III - Objetivos del diseño

## **Capítulo III - Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar una presentación multimedia para dar a conocer los productos que ofrece el café Mío Guatemala a los clientes reales y potenciales.

### **3.2 Objetivos específicos**

Investigar tendencias de diseño acerca de presentaciones multimedia mediante referencias y fuentes bibliográficas que aporten a la realización de la presentación y facilitar la lectura del consumidor.

Recopilar información de la marca, y productos para que la presentación multimedia los dé a conocer al grupo objetivo en el mercado guatemalteco y refleje lo que es el café y sea agradable a los consumidores.

Fotografiar los productos que ofrece Mío Guatemala, para que los clientes reales y potenciales puedan visualizar fácilmente en la presentación multimedia del café Mío Guatemala.

## Capítulo IV: Marco de referencia

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

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

### **DATOS DEL ESTUDIANTE:**

Nombre del estudiante: Noemí Bocaletti Cabrera

No. de Carné: 15001235                      Celular: 51964167

Email: bocalettinoemi@gmail.com

Proyecto: Diseño de una presentación multimedia para dar a conocer los productos que ofrece el café Mío a los clientes reales y potenciales.

### **DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)**

Nombre del cliente (empresa): Mío Guatemala

Dirección: Ruta 1 3-63 zona 4, 14001-Ciudad de Guatemala

Email: mioguate@gmail.com

Celular: 5800 0177

Antecedentes:

Mío es un Café que busca dar a conocer los sabores guatemaltecos de una forma única y diferente. Surge hace dos años como un sueño del fundador para compartir y resaltar los deliciosos sabores de Guatemala.

Oportunidad identificada: La elaboración de una presentación multimedia.

## **DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)**

Misión: Dar a conocer la cultura guatemalteca por medio de sabores tradicionales en alimentos y bebidas con un toque único, fresco e innovador.

Visión: Ser la empresa reconocida a nivel nacional e internacional número uno en bebidas y gastronomía guatemalteca.

Delimitación geográfica: zona 4 de Guatemala.

Grupo objetivo: Clientes reales y potenciales del café Mío

Principal beneficio al grupo objetivo: Podrán conocer lo que les ofrece el café.

Competencia: 10 cafés del sector.

Posicionamiento: Cuenta con productos innovadores que tienen los sabores de Guatemala.

Factores de diferenciación: Los platillos cuentan con los sabores de Guatemala, pero están aplicados de forma diferente.

Objetivo de mercadeo: Que la presentación logre atraer más clientes.

Objetivo de comunicación: Dar a conocer los diferentes productos que se ofrecen.

Mensajes claves a comunicar: El café Mío es buena opción para comer y disfrutar un rato.

Estrategia de comunicación: Diseño de presentación multimedia.

Reto del diseño y trascendencia: La presentación debe reflejar lo que es el café Mío.

Materiales a realizar: Una presentación multimedia.

Presupuesto: Q500.00

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Blanco y Negro

Tipografía: La tipografía es Sans Serif.

Forma: Redonda

## LOGOTIPO:



MÍO GUATEMALA

Fecha: 1 Mayo del 2018



# Capítulo V: Definición del grupo objetivo

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El grupo objetivo al que va dirigido el proyecto de la presentación multimedia que se realizará para el café Mío Guatemala es para hombres y mujeres, enfocado en los clientes reales y potenciales. Estos se encuentran entre un rango de 18 y 30 años de edad. Por lo que el proyecto debe ser acorde a sus gustos, así como, a sus perfiles geográfico, demográfico y psicográfico.

### **5.1 Perfil geográfico**

El proyecto se realizará en la zona 4 de la ciudad de Guatemala, que es una de las 25 zonas en las que se divide la capital. Abarca desde la 25 a la octava calle y de la Avenida Barranquilla a la Calzada Atanasio Tzul. Es un lugar lleno de edificios y comercios; lleno de vida en el que se ha convertido un espacio cultural por el arte. Cuenta con un clima cálido y el idioma que utiliza es el español.

### **5.2 Perfil demográfico**

La categorización social en el que se encuentra el grupo objetivo es específico de acuerdo a su nivel socio-económico. Se encuentra en un nivel C+ que quiere decir que cuenta con una educación superior con licenciatura. Su desempeño por lo general es un ejecutivo medio, comerciante o vendedor con un ingreso de Q20 mil. El entorno de su vivienda es una casa/departamento, renta o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos. Si cuenta con otras propiedades son sitios/terrenos interior por herencia. Su personal de servicios es por día. La educación de este de acuerdo a su grupo es con hijos menores, colegios privados, mayores en Universidad privada y postgrado, extranjero con beca.

### **5.3 Perfil psicográfico**

El grupo objetivo son jóvenes entre un rango de 18 a 30 años de edad, quienes son independientes y tienen un estilo de vida de acuerdo a sus necesidades. Viven en la ciudad, visitan galerías de arte y museos. Trabajan en coworkings o en oficinas, quienes en su hora de almuerzo buscan un lugar fuera de su trabajo. Tienen una alimentación balanceada. Su costumbre es buscar un tiempo para compartir con amigos. Son personas dinámicas que les gusta estar en ambientes donde se sientan cómodos y sean diferentes, realizar distintas actividades, buscan la innovación y lo último en tecnología. Normalmente son creadores de contenido e influyentes entre su público. Usan las redes sociales para comunicarse, publicar fotos, compartir música, videos, etc; Usan anteojos con marcos grandes, ya sea por necesidad ó como accesorio y les gusta luchar por el medio ambiente.

### **5.4 Perfil conductual**

El grupo objetivo se caracteriza por tener un estilo propio y la forma de ser como los hipster. Suelen ser fans del vintage y lo retro. Se inclinan a estilos de vida alternativos, donde puede abarcar hasta preferir comida orgánica. En todo momento están hiperconectados y son capaces de atender a varios dispositivos a la vez. Buscan las tendencias digitales de los celulares, las redes sociales y los videos online. Rechazan las modas dominantes y buscan patrones alternativos.

Tienen un gusto por la comida orgánica buscando productos que sean sanos, pero con sabor diferente y único, donde los alimentos que consumen les aporten una alimentación balanceada. El ambiente en el que ellos consuman estos alimentos debe ser de acuerdo a su estilo para que sea de su agrado y sentirse cómodos con lo que están consumiendo y lo que les transmite el lugar en el que se encuentran.

## Capítulo VI: Marco teórico

## Capítulo VI: Marco teórico

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1 Restaurante.** Mío Guatemala es un restaurante ubicado en zona 4; este se puede decir que es un restaurante, ya que ofrece diversas comidas y bebidas para el consumo en el establecimiento, donde los consumidores reciben el nombre de comensales. Actualmente existe una variedad de restaurantes que ofrecen distintos servicios y especialidades. Se destacan dos características por las cuales se clasifica un restaurante: Según la comida que sirven así como los vegetarianos, las carnes, las aves o de acuerdo a un país; el siguiente es según los servicios que se pueden establecer como restaurante a la carta, de menú o de autoservicio. (Porto, 2014)

De acuerdo a lo anterior se establece que hay diferentes tipos de restaurantes, dentro de esta clasificación el Mío Guatemala es un Restaurantes temático. Este tipo “se clasifican de acuerdo al tipo de comida que ofrecen, aquí es donde encontramos los que ofrecen alimentos de acuerdo a su origen (cocina italiana, cocina francesa, argentina, etc.) También se encontra los restaurantes espectáculos, que son los que generalmente están asociados con algún tipo de personaje o tipo de música. En este tipo de negocios y los restaurantes de especialidad, podemos encontrar un gran afluencia de turistas, debido a las actividades del turismo gastronómico.” (Consejos y tips, 2014)

Este se clasifica en un restaurante temático, debido a que el enfoque del restaurante es mostrar la comida Guatemalteca de una manera única.

**6.1.2 Alimentos.** En el restaurante Mío se venden diferentes alimentos, estos son “cualquier sustancia sólida o líquida normalmente ingerida por los seres vivos con fines nutricionales y psicológicos. Entre los primeros encontramos: la regulación del metabolismo y el mantenimiento de las funciones fisiológicas como la temperatura corporal, la frecuencia cardiaca

y la tensión arterial; entre los segundos podemos mencionar: la satisfacción y la obtención de sensaciones gratificantes.” (Silveira, 2018, )

**6.1.3 Cliente.** Para un restaurante son fundamentales los clientes, debido a que es por quien se planifica, implementa, adapta y controla los servicios de este mismo para que sea de su agrado. Un cliente es una persona, empresa u organización que compra un producto o servicio que sea de su necesidad. (Thompson, 2009) Lo cual quiere decir que se debe de satisfacer esas necesidades. Existen dos tipos de clientes los reales y los potenciales a los cuales se les debe de prestar atención como parte fundamental. Los primeros son los clientes que se cuentan y los potenciales son los que se pueden convertir en consumidores y se deben de atraer hacia el mercado. Estos dos dependen de un perfil que cuentan con ciertas características que se plantea la empresa. Estos clientes a los cuales específicamente se buscan son el grupo objetivo el cual de una u otra manera puede satisfacer ya sea el producto o servicio de acuerdo a sus necesidades y gustos.

**6.1.4 Menú.** El menú es un término que se puede aplicar de distintas formas de acuerdo al contexto. Este se puede hacer referencia a un conjunto de alimentos que conforma una comida, así como el desayuno, almuerzo o cena. El menú también puede ser la carta donde se indican las comidas, los postres y las bebidas disponibles en un restaurante. (Porto, 2014)

**6.1.5 Café.** El Café es uno de los elementos principales para Mío Guatemala ya que es reconocido más que todo por las bebidas que este ofrece. Por ello es importante establecer que el café es una bebida muy conocida y popular que se obtiene de la semilla de un arbusto denominado Cafeto. La cual es tostada y molida para obtener el polvo utilizado para la elaboración de la bebida. “Es consumida generalmente caliente pero en algunas ocasiones en mezclas para una bebida fría. El café posee una sustancia llamada cafeína, el cual es un activo

principal. La cafeína funciona como un estimulante que disminuye la fatiga y la somnolencia, mientras que dota de bienestar y euforia al organismo permitiendo que el cuerpo pueda permanecer más alerta física y mentalmente. El café también posee varias características que se evalúan al momento de comprobar o juzgar su calidad ya sea la acidez, el aroma, el cuerpo, el sabor y la impresión global.” (cafetera de cápsulas.tienda, 2010)

**6.1.6 Cocinero de restaurante.** Es indispensable que dentro de un restaurante esté un especialista dentro de la cocina, quien sepa realizar las bebidas y alimentos específicos de acuerdo a cada restaurante. Los cocineros de restaurante preparan, cocinan y presentan la comida; condimentarlos según las recetas o el criterio personal y los preparan utilizando una serie de distintos métodos así como por ejemplo, hornear, estofar, asar, tostar y cocer al vapor. Estos también elaboran los menús en el restaurante, Estos los cocineros los van variando y mejorando para presentarlo a los clientes y sea de su agrado. Normalmente antes que abran un restaurante el cocinero debe de preparar la cocina y los ingredientes para consumir y cocinar. También regula la temperatura de los hornos, parrillas, asadores y otros equipos de la cocina. Este tiene una tarea primordial y es comprobar la calidad de la comida para que llegue al comensal de la mejor manera.

Otras de las tareas que realiza el cocinero es dividir los alimentos en porciones y asegurarse de que está presentado para ser entregados a los camareros o servir a los clientes.

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

**6.2.1.1 Concepto de comunicación.** El mejor medio para poder mostrar los productos que ofrece Mío Guatemala es la comunicación, ya que ella permite compartir ideas, información y mensajes. El término comunicación procede del latín *communicatio* que significa compartir,

hacer a otro partícipe o poner algo en común. La comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas se relacionan intercambiando conocimientos y experiencias. “Este intercambio se realiza fundamentalmente a través de símbolos, señales y signos. Existen dos tipos de comunicación: verbal y no verbal. Dentro de la primera se considera a la comunicación oral y escrita; la segunda incluye a la comunicación que se establece mediante el lenguaje corporal y gestual.”(León, 2005, p.16)

**6.2.1.2 Esquema de comunicación.** El esquema de comunicación es un proceso que se encarga de transmitir información entre un emisor y un receptor donde estos interpretan un determinado mensaje. “Se establece un circuito de comunicación, donde los participantes intercambian los papeles de emisor y receptor, según quien esté mandando o recibiendo el mensaje.”(León, 2005, p.17) Para este proceso se utilizan ciertos elementos como lo son los siguientes: Fuente, emisor, canal, receptor, destino, ruido y feedback.

**6.2.1.3 Principales autores de la comunicación.** La comunicación es un tema que tiene varias perspectivas y de ella surgen diferentes teorías. Está también brinda la oportunidad donde diferentes autores expongan lo que estos han descubierto; ayudando a entender la comunicación y lo que surge de ella. Uno de estos autores es Harold Laswell, quien es considerado como uno de los padres, pionero en la ciencia política y de las teorías de la comunicación. Se dedicó a analizar las técnicas de propaganda de la guerra mundial, así es como llega al estudio de los medios de comunicación que es el canal en donde se difunden los mensajes propagandísticos. El aporte de Lasswell para la comunicación fue un modelo descriptivo, cuyo fin fue establecer el entorno de los actos comunicativos, los cuáles podían describirse a partir de responder 5 interrogantes qué son las siguientes: ¿Quién dice?, ¿Que?, ¿Qué canal?, ¿A Quién? y ¿Qué

efecto?; donde cada una tiene su propio significado. (Fuentes, 2013) Mostrando la comunicación como un proceso lineal.

También podemos encontrar Antonio Pasquali, quien fue un comunicador social venezolano, quien enfocó su investigación hacia los procesos de la comunicación y los medios masivos. Fue uno de los introductores en América Latina del pensamiento de la escuela de Francfort. Su pensamiento es: El ser humano desarrolla la capacidad de comunicar en grado máximo, como instrumento de interacción, de descubrimiento de la presencia del ‘otro’, de ‘con-saber’, de saber con alguien. La comunicación así entendida es bivalente, de modo que quien transmite puede recibir y quien recibe debe poder transmitir.

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

**6.2.2.1 Concepto de diseño.** El diseño permite compartir una idea o un mensaje de una forma diferente, ayudando al receptor a captar el mensaje de una forma más sencilla y creativa. Este es fundamental para poder captar la atención de todas aquellas personas a las cuales se les quisiera transmitir una idea. El diseño es un proceso de creación visual que debe de ser estético y funcional; siendo una expresión visual de la esencia de algo, ya sea un mensaje o un producto, reflejando lo que se quiere transmitir. (Wucius, 1991)

**6.2.2.2 Autores del diseño.** Durante los años cada vez surgen nuevos diseñadores, los cuales tratan de mostrar su propio estilo así como los diseñadores más conocidos lo han logrado. Es importante conocer el trabajo de estos para conocer el estilo y lo que tratan de comunicar a través de él. Uno de estos diseñadores es David Carson, quienes decían que no solo era un estilo el que mostraba a través de sus diseños sino que era un lenguaje. Lo cual se puede decir que sus diseños expresaban lo que él quería comunicar. Carson es un diseñador gráfico estadounidense, cuyo estilo poco convencional revolucionó la comunicación visual en la década de 1990.

Su trayectoria empezó cuando fue diseñador a tiempo parcial durante 4 años en la revista Transworld Skateboarding, lo que le permitió experimentar. Sus característicos despliegues caóticos con fotos superpuestas y tipos de letra mezclados y alterados atrajeron tanto a admiradores como a detractores.

(Los editores de Encyclopaedia Britannica, 2005)

**6.2.2.3 Presentación multimedia.** Hoy en día hay muchas formas de poder informar o presentar a un grupo objetivo un mensaje entre ellas se encuentran las presentaciones multimedia. Las cuales, tienen por finalidad ser informativa, que permiten incluir textos, esquemas, gráficos, fotografías, animaciones o fragmentos de vídeo para poder explicar o representar ya sea un tema o idea en diapositivas(C.Belloch).

*Elementos multimedia.* Las diapositivas pueden ir acompañadas de ciertos elementos que serán de forma complementaria para la información haciéndola más comprensible para el usuario. Estos elementos pueden ser tales como: El texto cuyo elemento debe de ser lo más relevante, con una fuente legible y de tamaño medio grande. Siguiendo elemento pueden ser las imágenes y los gráficos los cuales se utilizan para complementar la información para que sea más fácil de comprender, estas pueden ser estáticas o animadas.

Un elemento que puede ayudar hacer una guía o distinguir una presentación multimedia son los sonidos, ya que se pueden agregar locuciones, narraciones o música de fondo. Un elemento muy importante en las presentaciones multimedia son las animaciones ya que aportan dinamismo a las diapositivas, por lo que pueden hacer que ciertos objetos sobre salgan o solo se muevan. Las animaciones resultan motivadoras y captan con facilidad la atención de la audiencia por lo que son de gran interés, estas son funcionales siempre y cuando sean complemento para la información (C.Belloch).

## 6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

### 6.3.1. Ciencias.

**6.3.1.1 *Semiología.*** Es importante poder entender el instrumento en el cual la sociedad se comunica y esta es la semiótica o conocida como la semiología. “La semiología es una ciencia la cual estudia los signos que explica el modo en que el ser humano extrae significados de las palabras, los sonidos, y las imágenes. Mediante el uso de la semiótica, un diseñador introduce en su obra referencias que comunican diferentes niveles de información al lector (Ambrose, 2009, p.66).

**6.3.1.2 *Semiología de la imagen.*** Es necesario poder entender las maneras diferentes en las cuales se puede transmitir un mensaje a la hora de la elaboración de un diseño; por ello se debe de tener por conocimiento lo que las imagenes pueden comunicar. Así que, comprender lo que es la semiología es fundamental y a ello se le debe de agregar la comprensión de lo que puede reflejar una imagen. “Entendemos por semiótica de la imagen el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen. (Karam, 2014)

Hay que ver la semiótica de la imagen dentro de una "semiótica de lo visual". El estudio de esta área de la semiótica es más diverso de lo que parece porque existen diversos tipos de imagen en variados dispositivos manuales o electrónicos, estáticos o dinámicos. Lo visual supera el ámbito de la producción de la imagen; lo visual implica una gran división entre lo estático y lo dinámico, igual si ve a la imagen desde la sintaxis o la recepción. Lo visual, por ejemplo, integra a lo plástico y a lo icónico. (Cf. Haidar, 1996: 195)

**6.3.1.3 Sociología.** Principalmente, es indispensable tomar en cuenta la actitud de los seres humanos a la hora de la elaboración de un proyecto, debido a que para ellos será dirigido. Otro aspecto a tomar será el entorno, ya que dependerá de ello para su aceptación y respuesta hacia el proyecto.

La Sociología es la ciencia social por excelencia que se ocupa del estudio del comportamiento social y las relaciones entre los individuos viendo las leyes que las regulan en el marco de las sociedades humanas. Este se indaga cómo ocurren sus acciones y que consecuencias los conllevan. El objeto de estudio de la misma son básicamente los grupos sociales, entendidos estos como el conjunto de individuos que conviven agrupados en diferentes tipos de asociaciones humanas en el marco de una comunidad. Este presta atención en el impacto que el comportamiento de los individuos tiene en la sociedad a través de sus acciones y su participación en las diversas formas internas de organización que pueden presentar los mismos, las relaciones que entre sí mantienen sus componentes y con el sistema dentro del cual se encuentran insertos y finalmente el grado de cohesión que existe en la estructura social de la cual forman parte. Algunos tipos de acción de los que se ocupa la sociología son: los movimientos sociales, el comportamiento político, el trabajo, la innovación tecnológica, las relaciones afectivas y las formas de consumo y ocio (Ucha, 2010).

Es necesario la utilización de la sociología para poder entender las preferencias y el comportamiento del grupo objetivo; para así lograr llegar a sus gustos y crear una necesidad en él.

**6.3.1.4 Antropología.** Para entender a un individuo se debe de tomar aspectos tales como la cultura y su sociedad ya que ella es la que dará como base las razones de su comportamiento y entorno. Por ello se debe de aplicar la antropología dentro del proyecto.

La antropología se encarga de estudiar la realidad del ser humano a través de un enfoque holístico en el que el todo determina el comportamiento de las partes. Esta ciencia analiza al hombre en el contexto cultural y social del que forma parte. Así analiza el origen del ser humano, su desarrollo como especie social y los cambios en sus conductas según pasa el tiempo. Se dice que Georges-Louis Leclerc, en 1749, fue el primer estudioso en postular a la antropología como una disciplina independiente. Su desarrollo se asentó sobre dos posturas: el estudio de las diversas características físicas del ser humano y la comparación descriptiva de los distintos pueblos. (Porto y Merino, 2012)

**6.3.1.5 Psicología.** Ante todo, se tienen diversas ciencias las cuales ayudan a comprender diversos temas, pero la que engloba todos los aspectos necesarios para entender al ser humano es la psicología.

La Psicología es la ciencia que estudia la conducta humana, así como los procesos mentales y, en general, todo lo relativo a la experiencia humana. Asimismo, la psicología explora conceptos como la percepción, la motivación, la personalidad, la inteligencia, las relaciones entre personas y otros. (Triglia, 2018)

**6.3.1.6 Psicología del color.** Para la elaboración de un proyecto ya sea tanto de comunicación o de diseño es primordial tomar en cuenta la psicología del color. Este es un campo que estudia cómo se percibe y se comportan las personas ante distintos colores, así también las emociones que los tonos hacen que susciten en las personas. Existen diversas variaciones en los significados y la forma de interpretar los colores debido a las distintas

culturas. Los colores son utilizados para influir en la decisión de las personas; así como un logo se le aplican los colores necesarios que la empresa quiere que envíen un mensaje al consumidor. También es utilizado en las terapias, ya que el color se asocia a las emociones de las personas y es una manera de influenciar físico y mental del paciente (García, 2017). Así también es necesario establecer que los colores.

**6.3.1.7 Psicología de la imagen.** A la hora de la elaboración de un trabajo de comunicación y diseño, el cual cuenta con formas ilustrativas, ya sea para mostrar un dibujo o una representación de algo; se debe de tomar en cuenta la psicología de la imagen. Donde la psicología de la imagen estudia psicología teórica descriptiva de la conciencia y del comportamiento. Donde la psicología teórica entiende la idea conceptual del psiquismo donde este explica el concepto del espacio de representación y la función que cumple la imagen en dicho espacio (Amman, 1991). La conciencia hace que los individuos tengan una percepción de lo que observan. Ya que desde este aspecto configuran la realidad de acuerdo a su interés, sus actividades y a la atención que estos prestan.

**6.3.1.8 Tecnología.** Para la elaboración del proyecto será necesario la utilización de la tecnología para que este sea eficaz y logre optimizar tiempo. Dentro de la tecnología que se usará serán softwares y la cámara. La tecnología es la aplicación de un conjunto de conocimientos y habilidades con un claro objetivo: conseguir una solución que permita al ser humano desde resolver un problema determinado hasta el lograr satisfacer una necesidad en un ámbito concreto (Porto, 2008). Es por ello que la tecnología logra ser un elemento fundamental para la elaboración de cualquier proyecto; tanto por la facilidad, como por la innovación que se puede tener a la hora de utilizarlo.

### **6.3.2. Artes.**

**6.3.2.1 La fotografía.** Para la elaboración de una presentación multimedia es importante la utilización de fotografías para que este tenga una referencia de lo que se quiere presentar a los clientes. Por ello será indispensable tomar a la fotografía, ya que es considerada una de las actividades artísticas más importantes del ser humano. Su relevancia es debido al fotógrafo y al objeto o público que muestra las obras. La fotografía es tal vez una de las últimas artes en desarrollarse ya que, a diferencia de la pintura, la escultura, la música, la arquitectura o la literatura, no existió como tal hasta fines del siglo XIX cuando comenzaron a crearse los primeros formatos de fotografía primitiva. Entendemos por fotografía al acto mediante el cual una persona, a través del uso de una cámara fotográfica preparada para reflejar la realidad que se observa a partir del uso de lentes y del trabajo con la luz, retrata un instante o momento particular de la vida. La fotografía tiene como característica que genera una imagen que sirve como recuerdo de ese momento que tal vez no vuelva a repetirse y que además es visto y comprendido a través de los ojos de quien saca la fotografía, lo cual puede hacer que esa imagen también se vuelva irrepetible por ese hecho ya que nadie tal vez vuelva a tener la misma mirada. (Bembibre, 2018)

### **6.3.3 Teorías.**

**6.3.3.1 Teoría de la gestalt.** Para la elaboración de cualquier proyecto de diseño se debe de identificar una teoría, en la cual, ayude a la solución de la problemática. Qué mejor que sea una teoría psicológica y que vaya acorde a la solución. Por ello se ha escogido una teoría en la cual se enfoque en la manera de percibir las cosas, esta teoría es la Gestalt.

“La palabra alemana Gestalt, que muchas veces se traduce al español como "forma", representa este proceso por el que construimos marcos de percepción de la realidad: todas las

personas interpretamos la realidad y tomamos decisiones sobre ella en base a estas "formas" o "figuras" mentales que vamos creando sin darnos cuenta. La teoría de la Gestalt se centra en dar explicaciones acerca de nuestra manera de percibir las cosas y tomar decisiones a partir de las "formas" que creamos.

La teoría de la Gestalt, sin embargo, niega que exista un "todo" perceptivo que esté compuesto por el conjunto de datos que van llegando a nuestro cuerpo. Por el contrario, propone que lo que experimentamos es más que la suma de sus partes, y que por lo tanto existe como un todo, una figura que sólo puede ser considerada entera. Así pues, lo que ocurre es que la globalidad de nuestras "formas" mentales se impone a lo que nos va llegando a través de los sentidos, y no al contrario.” (Torres, 2016)

#### **6.3.4 Tendencia.**

**6.3.4.1. Diseño de Materiales.** Para la elaboración de cualquier proyecto de diseño es indispensable establecer una tendencia principal que será la cual lleve el rumbo del estilo que se le dará al proyecto. Por ello se ha establecido que la adecuada para la presentación multimedia será el de diseño de Materiales. A este tipo de diseño algunos se les refiere como Plano 2.0, ya que es una actualización a la tendencia de diseño plano. La tendencia de diseño de Material se caracteriza por agregarle luz/sombra, profundidad, y movimiento a los vectores para así darle una sensación más tangible de realismo.

Google introdujo unos lineamientos para el diseño de materiales. Este lenguaje visual se caracteriza por “elecciones de color deliberadas, imágenes de borde a borde, tipografía de gran escala, y espacio blanco intencional” para crear una apariencia gráfica y llamativa, según Google (Kliever, 2018). También es conocido como flat design, ya que usa formas geométricas, colores planos y llamativos, textos con iconos planos e imágenes sencillas. Es un tipo de diseño

minimalista que le da un toque moderno. Este estilo mezcla objetos y efectos a través de imágenes grandes, vectores, tipografía fácil de leer y sobre todo las sombras. La mayoría de paletas de colores son brillantes y vibrantes para crear un aspecto extra. (Todo, 2016) *Ver imagen 1 en anexos.*

**6.3.4.2 Minimalismo.** Es Necesario Establecer una teoría que vaya acorde de lo que se quiere realizar y del estilo que se le quiere dar conforme al tema que se elaborará. “Menos es más”. Esta frase del arquitecto alemán Mies Van Der Rohe se ha convertido en la máxima definición del minimalismo. El diseño minimalista es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados para la vista. Su propósito es hacer que sobresalga el contenido. Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza. Por lo tanto, los diseños minimalistas ofrecen contenidos visuales concretos abordados de la simplicidad no simpleza de los recursos gráficos que se deben emplear para lograr desarrollos consecuentes, sin distracciones. Diseño Minimalista es mostrar sólo lo importante o lo realmente funcional.(Webnova, 2017)

**6.3.4.3 Espacio negativo.** Para transmitir el mensaje correcto es necesario establecer el tipo de ilustración o fotografías que se quiera usar acorde de lo que se debe de transmitir. Esta tendencia en la fotografía son espacios limpios los cuales juegan entre el espacio positivo/negativo. El espacio negativo es aquel espacio vacío que se haya alrededor del objeto que lo define. En una imagen compuesta por espacio negativo, los diferentes elementos visuales no conforman un solo objeto, sino que la imagen se divide en secciones. Es un recurso muy utilizado por los principios perceptivos de la Gestalt. En diseño gráfico, este juego es útil, puesto que logra captar la atención fácilmente. La clave es la sencillez. Esto permite que la mirada no trabaje en exceso, garantizando así que el mensaje sea captado sin dificultad. (Marina, 2017)

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

## Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

### 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.

# Aplicación del marco teórico



## 7.2 Conceptualización

**7.2.1 Método.** Método que se utilizará será identificación o empatía; que consiste en ponerse en lugar de otro. Es un método que proporciona por la página neuronilla. Este método ayudará a obtener una percepción y otro punto de vista sobre un producto, una situación o un asunto. Para la realización de este se debe de definir el objetivo creativo y de haber generado nuevas ideas buscamos una nueva percepción que abra caminos diferentes. Luego, se debe de elegir una persona, personaje, animal, vegetal, objeto, elemento... que esté o no relacionado con el objetivo creativo o sobre lo que se quiere trabajar. Después de seleccionar el personaje se debe de realizar preguntas para empatizar o identificarse con el mismo poniéndose en los zapatos a través de la percepción de cómo piensa, siente o actúa el grupo objetivo. (Neuronilla.com)

Objetivo creativo:

Obtener una frase conceptual para el desarrollo de una presentación multimedia.

Elección de una persona:

- Me convierto en una persona que en el tiempo de almuerzo vaya a comer en un lugar cerca de mi trabajo, que sea rico.
- Persona que busca un espacio tranquilo.
- Persona que quiere consumir comida casera.

Preguntas:

- ¿Cuáles son mis hobbies? Me gusta pasar tiempo con mis amigos en lugares con un ambiente agradable.
- ¿Qué siento cuando llega la hora de almuerzo? Siento alivio para tener un tiempo en el cual puedo despejarme pasando un tiempo fuera de la oficina y recargarme de energía.

- ¿Cómo es un día de mi vida? Llego un poco temprano a trabajar; Luego, empiezo a trabajar en la computadora y trato de levantarme hablar un rato con mis compañeros, siempre sobre el trabajo hasta la hora de almuerzo; salgo almorzar para despejarme un rato, trato de buscar comida casera ya que me cansó la comida rápida y quiero tratar de comer saludable, trato de compartir tiempo con mis compañeros; regresó a trabajar y salgo algo tarde lo cual espero en algún lugar cerca de mi trabajo para no encontrar tráfico.
- ¿Qué me da miedo? Perder un archivo en mi compu por no haberlo guardado.
- ¿Qué necesito? Un lugar de comida sana con ambiente agradable y diferente para salir almorzar.
- ¿Qué puedo hacer para despejarme en el trabajo? Levantarme a tomar un café o salir por un momento de la oficina.

Frases:

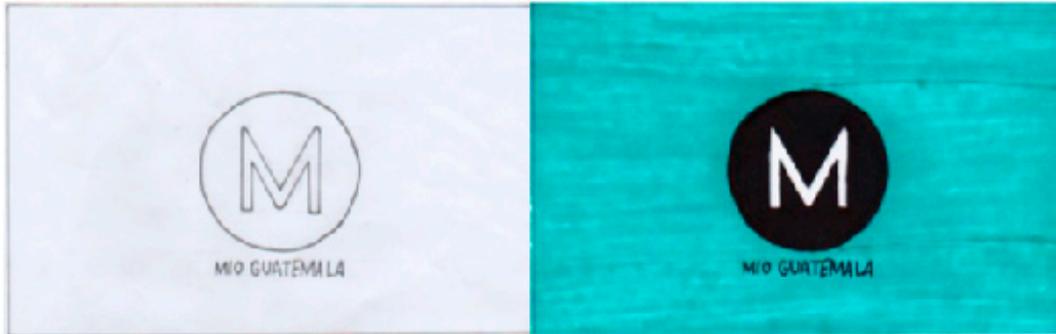
- La comida entra por los ojos.
- Un sabor único y guatemalteco.
- Almuerzos como los que te gustan.
- El sabor que nunca esperaste.
- Un ambiente único y guatemalteco.

**7.2.2 Definición del concepto.** La frase que se ha seleccionado para el concepto del proyecto diseño de presentación multimedia para Mío Guatemala es: “Un sabor único y guatemalteco”. Esta frase hace referencia a lo que el grupo objetivo busca en un restaurante, el

sabor único y casero de la comida guatemalteca, en un ambiente agradable para comer y pasar tiempo fuera de la oficina.

### 7.3 Bocetaje

#### 7.3.1. Proceso de bocetaje.



Como portada se coloca el isologo de Mio Guatemala.



Color acqua, el cual, es con el que se identifica Mio Guatemala.



La fuente a utilizar para los títulos es **BEBAS NEUE.**

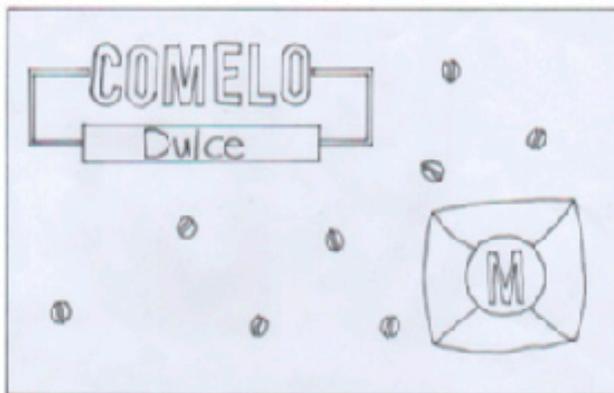
Para portada del menú cómele salado se utilizo una foto alusivo al tema.



Las fuentes a utilizar para el título y texto es **BEBAS NEUE**.



Se coloca una sombra a los dibujos de color aqua ya que es el color institucional.



La fuente a utilizar para el título es **BEBAS NEUE**.



La foto tomada para representar el menú se a incluido los colores aqua y rosado pastel.



Las fuentes a utilizar para el título y texto es **BEBAS NEUE**.



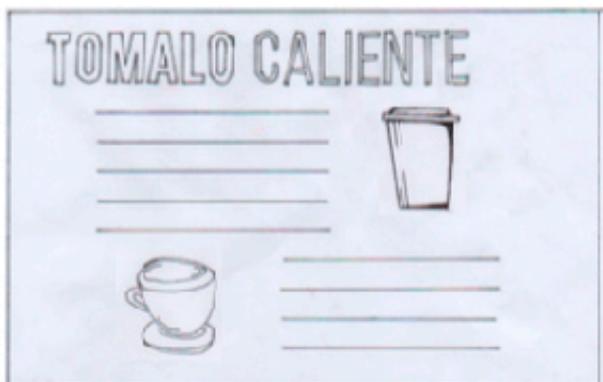
Para el menú cómele dulce se utilizó una foto que ilustre uno de los postres .



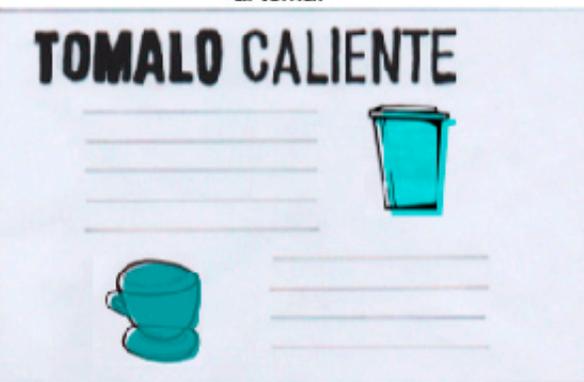
La fuente a utilizar para los títulos es **BEBAS NEUE.**



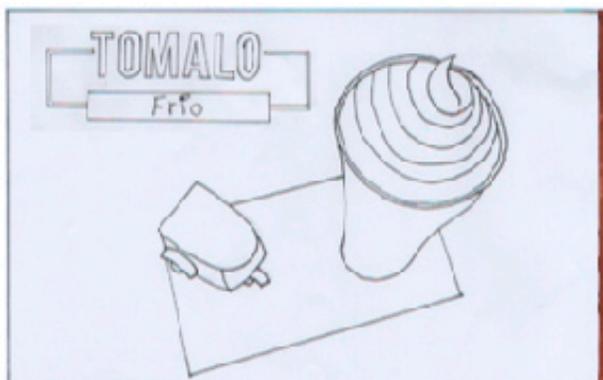
Para portada del menú Tómallo caliente se utilizó una foto alusiva al tema.



Las fuentes a utilizar para el título y texto es **BEBAS NEUE.**



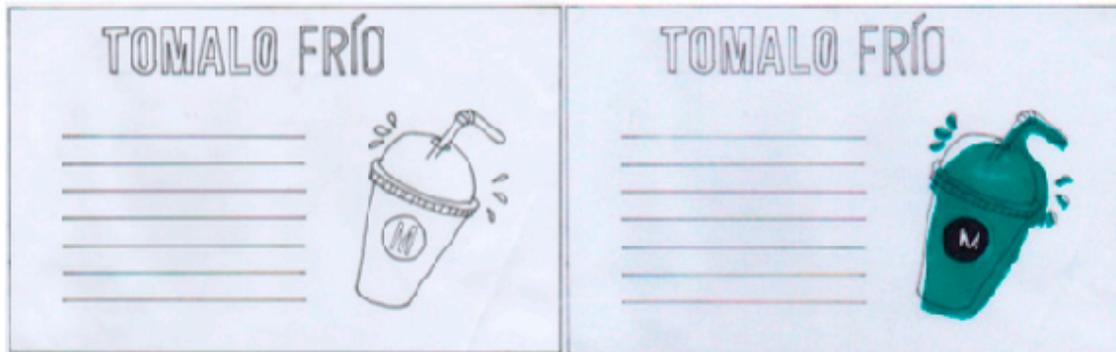
Se coloca una sombra a los dibujos de color acqua, ya que es el color institucional.



La fuente a utilizar para los títulos es **BEBAS NEUE.**



Para portada del menú Tómallo frío se utilizó una foto alusiva al tema.



Las fuentes a utilizar para el título y texto es **BEBAS NEUE**.



Se coloca una sombra a los dibujos de color acqua, ya que es el color institucional.



Se utiliza el logotipo de uber eats y un vector representativo a la comida para llevar.

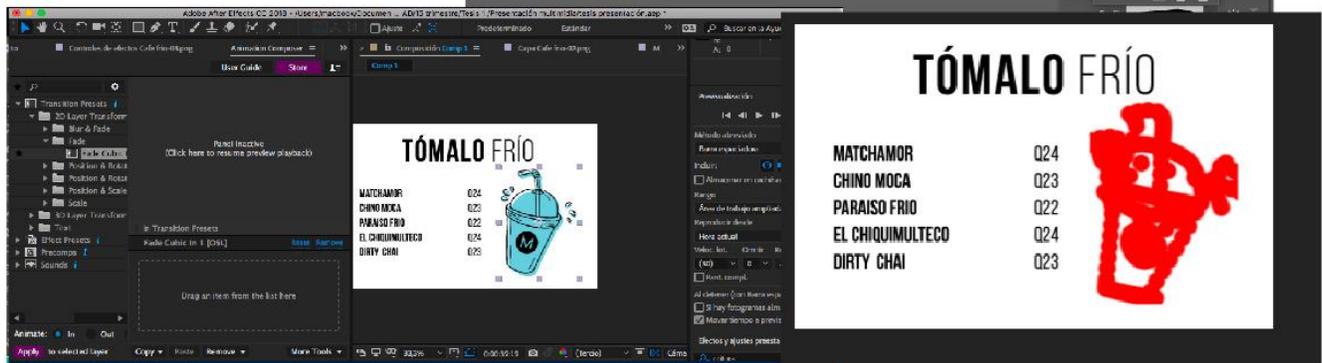
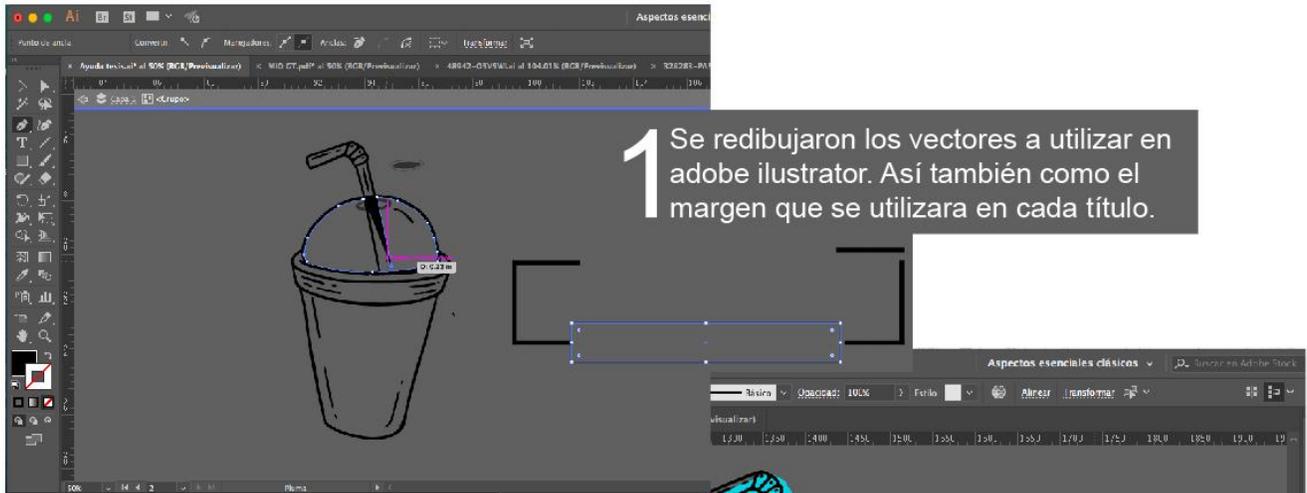


El dibujo de comida a domicilio tiene el logo del color institucional.



Verde Limón, color extra. Color del logotipo de uber eats.

### 7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.



## 7.4 Propuesta preliminar



Esta es una propuesta preliminar de la primer diapositiva, en donde se ha colocado el logo de Mío Guatemala con una animación para su aparición y el fondo de color aqua, ya que es el color con el que se identifica el café Mío Guatemala.



Esta es una propuesta preliminar de la segunda diapositiva, aparece el título de cómelo salado con una animación y de fondo una fotografía para ilustrar lo que son los platillos salados. El tipo de fuente utilizada en los títulos es Bebas Neue.



Esta es una propuesta preliminar de la cuarta diapositiva, esta es la parte introductoria al menú de cómeLO dulce que aparece con una animación. Se ha tomado una fotografía con un alfajor y granos de café, para hacer alusión que el postre va acompañado de un buen café.



Esta es una propuesta preliminar de la quinta diapositiva, se ha colocado el título de cómeLO dulce con una fotografía de un postre para ilustrar los platillos dulces. La cual aparece con una animación. El tipo de fuente utilizada en los títulos y cuerpo de texto es Bebas Neue.



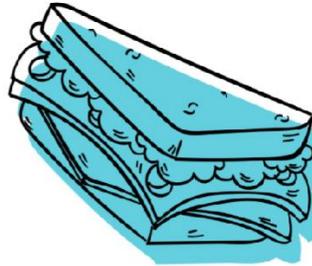
Esta es una propuesta preliminar de la sexta diapositiva, cuyo título aparece con una animación. Esta es la parte introductoria al menú de tómallo caliente. Se ha tomado una fotografía taza de café, para hacer alusión a las bebidas calientes que pueden encontrar en el menú.



Esta es una propuesta preliminar de la octava diapositiva, que inicia con una animación en el título. Esta es la parte introductoria al menú de tómallo frío. Se ha tomado una fotografía de un frappé, para hacer alusión a las bebidas frías que pueden encontrar en el menú.

# CÓMELO SALADO

SANDWICHITO MIO	Q30
TORITO AL CHIMICHURRI	Q30
POLLO PEPIAN	Q35
PAVO REAL	Q25
POLLO PESTO CILANTRO	Q25
ENSALADA FLAQUITA MIA	Q35
ENSALADA VILLA PAULA	Q35



720 px

1130 px

Esta es una propuesta preliminar de la tercer diapositiva, donde se colocó el menú va acompañado de un vector, en este caso un sándwich, ya que el menú de cóme-lo salado son sandwich.

# TÓMALO CALIENTE

HORCHATA CALIENTE	8 OZ	Q20
EL CHINO MOCA	8 OZ	Q30
MATCHAMOR	8 OZ	Q23
BOMBONCITO MIO	4 OZ	Q15

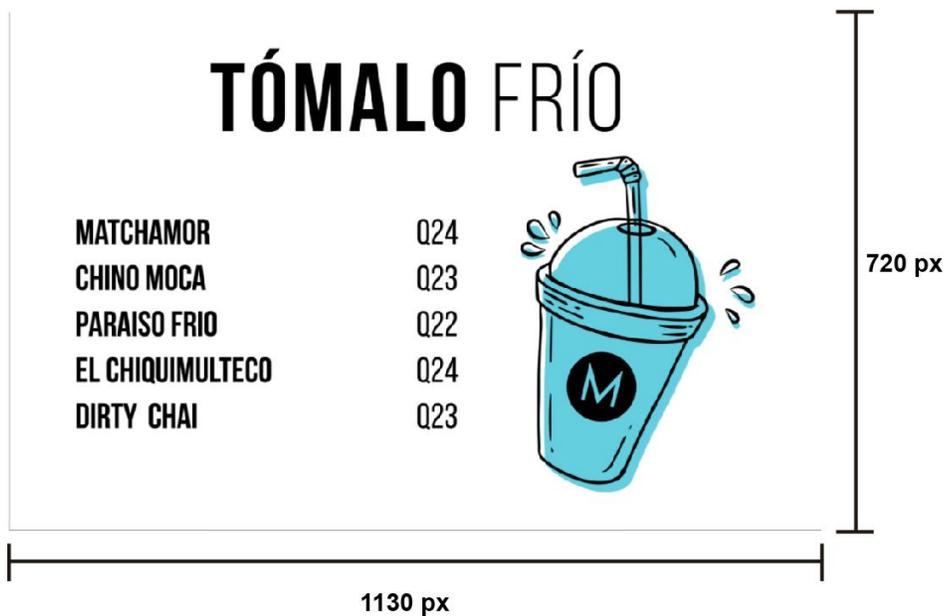


EL CAFÉ DE LA ABUELITA	8 OZ	Q12
CAPUCCINO / LATTE	8 OZ	Q18
ESPRESSO / CORTADITO		Q15
TE CHAI	8 OZ	Q20

720 px

1130 px

Esta es una propuesta preliminar de la séptima diapositiva, donde se colocó el menú. Va acompañado de un vector, en este caso una taza y un vaso de café, ya que el menú de Tómal-o caliente son cafés y bebidas calientes.



Esta es una propuesta preliminar de la novena diapositiva, donde se colocó el menú acompañado de un vector, en este caso el vaso de los frappes, ya que el menú de Tómalo frío son frappes y bebidas frías.



Esta es una propuesta preliminar de la décima y última diapositiva, donde se muestra el logo de uber eats que es el medio en el que pueden pedir Mío Café a domicilio y un vector haciendo referencia a la comida empacada para llevar.

## Capítulo VIII: Validación técnica

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

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

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

### **8.1 Población y muestreo**

El proyecto se validará con tres grupos; cliente, expertos y grupo objetivo. Es importante validar con el cliente, ya que es quien conoce la marca y sabe el enfoque que desea transmitir. Por el otro lado, es indispensable validar con el experto, pues es quien conoce el medio de comunicación y las técnicas adecuadas para transmitir el mensaje. Por último, se valida con el grupo objetivo, ya que es a quién va dirigido la presentación multimedia. Es fundamental conocer su opinión para verificar si este se siente identificado y cómodo con la presentación multimedia y a su vez corroborar que el propósito se está cumpliendo correctamente.

La muestra que se utilizó es de: 37 personas encuestadas. Las cuales se dividen en los siguientes grupos:

<b>Grupo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Ocupación / Puesto</b>	<b>Años de experiencia.</b>
Cliente: 1	Maynor Osorio	Gerente General	
Experto: 6	Ma. Alejandra Rodriguez	Administradora / Docencia UGA	
	Ingrid Ordoñez	Mercadologa / Directora	18 años
	Carlos Franco	Diseñador gráfico / Docente	30 años
	Claudia Arriaga	Diseñadora gráfica / Docente	20 años
	Armin Alvarado	Productor audiovisual / Director	8 años
	Charly Xaper	Diseñador / Gerente	5 años
Grupo Objetivo:	30 personas encuestadas.		

## **8.2 Método e instrumentos**

El enfoque de la validación método será basado en una técnica de investigación mixta donde se utilizará el método cuantitativo y cualitativo. Donde el método cuantitativo es el que analiza y comprueba datos mediante números. Brinda datos estadísticos a través de muestras, reflejando la aceptación del grupo objetivo hacia la presentación multimedia (Sanz, 2017).

Por otro lado, el método cualitativo es aquel que muestra sus resultados mediante cualidades, permitiendo conocer su opinión respecto a algo. Por ello se le dice que es una investigación que ve el lado subjetivo de lo que se quiere investigar (Sanz, 2017).

El instrumento aplicado fue una encuesta, que es un procedimiento para recopilar datos mediante un cuestionario previamente diseñado (Significados.com, 2017), en este caso contiene

9 preguntas cerradas, donde 6 son preguntas dicotómicas y 5 tipo escala de likert. Todas las preguntas tienen sus respectivas respuestas en selección múltiple el cual quiere decir que el encuestado debe de seleccionar una opción de una lista de respuestas. La encuesta está dividida en tres partes: La parte objetiva que es la que verifica si cumple o no con los objetivos; La parte semiológica evalúa si el grupo objetivo se identifica con la presentación multimedia debido a los sentimientos y colores; y la parte operativa evalúa la funcionalidad del audiovisual, el tiempo utilizado, las animaciones y legibilidad.

Por lo que, se seleccionaron a personas que cubrieran el perfil del grupo objetivo. Primero para iniciar la validación se les explicó a cada individuo la finalidad de la encuesta. Luego se le mostró la presentación multimedia en un celular para que de esta manera pudieran responder la encuesta envase a ello.



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

Género:  F  M   
 Edad: \_\_\_\_\_  
 Experto:   
 Cliente:   
 Grupo Objetivo:

Nombre: \_\_\_\_\_  
 Ocupación: \_\_\_\_\_  
 Puesto: \_\_\_\_\_  
 Años de experiencia en el mercado: \_\_\_\_\_

**Encuesta de validación del diseño de una presentación multimedia para presentar los productos que ofrece el café Mio Guatemala a los clientes reales y potenciales.**

**Antecedentes:**  
 Mio es un Café que busca dar a conocer los sabores Guatemaltecos de una forma única, diferente e innovadora. Este se encuentra ubicado en zona 4 capitalina. Actualmente no cuenta con un diseño de una presentación multimedia para mostrar su menú en el café, por lo que se ha definido que se realizará un diseño que se adapte a las necesidades del cliente para que sea agradable para el consumidor. Se pudo notar que un gran porcentaje de clientes se ubican por la zona, ya sea por motivo que viven o trabajan por la zona. Por este mismo motivo, se a decidió que el diseño debe de ser innovador y atractivo para el cliente real para que así este le agrade el lugar y recomiende el café Mio Guatemala a los clientes potenciales.

**Objetivos de Investigación:** La finalidad de la encuesta es evaluar la presentación multimedia tanto en su funcionalidad y el contenido. Para luego analizar los resultados obtenidos y se puedan realizar mejoras en la propuesta si así sea requerido.

**Instrucciones:** Con base a la información anterior, observe la presentación multimedia en el dispositivo móvil que se le presenta y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

**Instrucciones:** Con base a la información anterior, observe la presentación multimedia en el dispositivo móvil que se le presenta y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

**Parte Operativa:**

9. Publicar la presentación multimedia en la fanpage de Mio Guatemala ayudará a incrementar la expectativa del grupo objetivo :  
 si no

10. Considera que las animaciones de la presentación multimedia son:  
 Excelente Buena Regular

11. Considera que la duración entre diapositivas es:  
 Rápida Moderada Lenta

Observaciones:  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Gracias por su tiempo.

**Parte Objetiva:**

1. ¿Considera importante diseñar una presentación multimedia para presentar los productos que ofrece el café Mio Guatemala a los clientes reales y potenciales?  
 Si No

2. ¿Cree necesario Investigar tendencias acerca de diseño de presentaciones multimedia, mediante referencias y fuentes bibliográficas que aporten la realización del proyecto facilitando la lectura del consumidor?  
 Si No

3. ¿Considera relevante la recopilación de información de la marca, y productos para que la presentación multimedia los de a conocer al grupo objetivo en el mercado guatemalteco reflejando lo que es el café y sea agradable a los consumidores?  
 Si No

4. ¿Considera importante fotografiar y realizar vectores de los productos que ofrece Mio Guatemala, para que los clientes reales y potenciales puedan visualizar fácilmente en la presentación multimedia del café Mio Guatemala?  
 Si No

**Parte Semiológica:**

5. Según su criterio la tipografía Bebas Neue utilizada en los títulos y textos es:  
 Legible Poco legible Nada legible

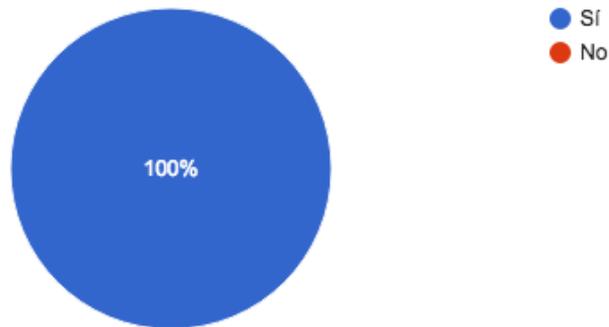
6. ¿Considera que los colores pastel utilizados representan lo que es Mio Guatemala?  
 Mucho Poco Nada

7. ¿Considera que las fotografías utilizadas representan adecuadamente el menú de Mio Guatemala?  
 Mucho Poco Nada

8. ¿Considera que la frase conceptual "Un sabor único y guatemalteco" va a corde al concepto de Mio Guatemala?  
 Si No

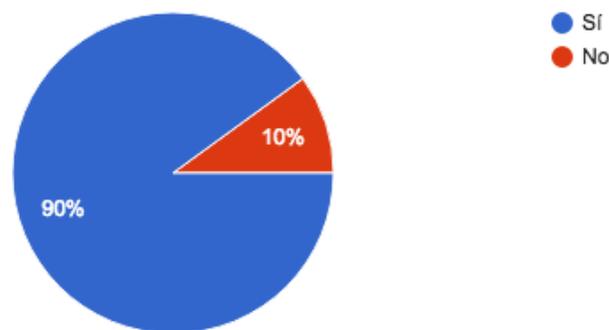
### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

1. ¿Considera importante diseñar una presentación multimedia para presentar los productos que ofrece el café Mío Guatemala a los clientes reales y potenciales?



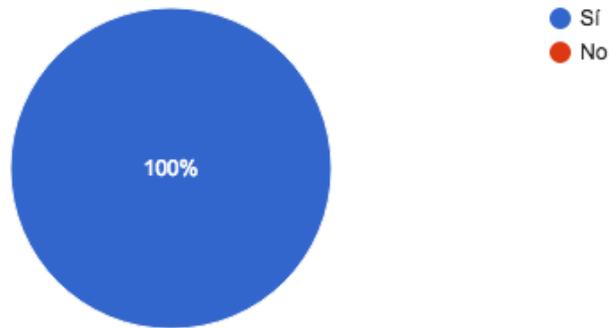
El %100 considera necesario elaborar una presentación multimedia. Por lo tanto se cumple el objetivo general del proyecto.

2. ¿Cree necesario Investigar tendencias acerca de diseño de presentaciones multimedia, mediante referencias y fuentes bibliográficas que aporten la realización del proyecto facilitando la lectura del consumidor?



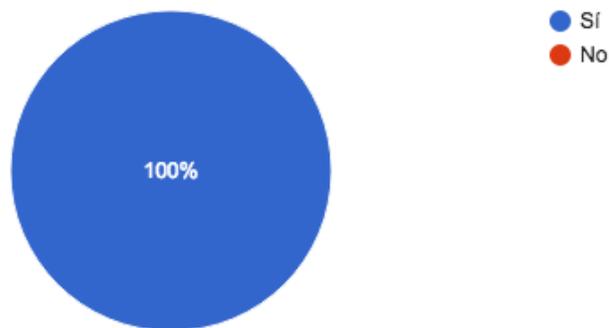
El 90% cree necesario Investigar tendencias de diseño de presentaciones multimedia, mediante referencias y fuentes bibliográficas para la realización del proyecto, y el 10% no lo considera necesario.

3. ¿Considera relevante la recopilación de información de la marca y productos para que la presentación multimedia los de a conocer al grupo objetivo en el mercado guatemalteco reflejando lo que es el café y sea agradable a los consumidores?



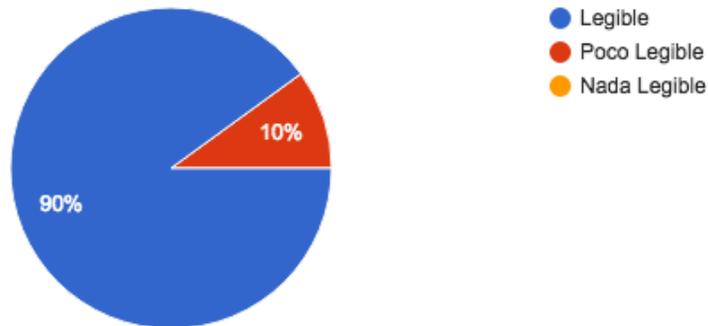
El 100% considera relevante la recopilación de información de la marca, sus productos y grupo objetivo, a través de la información del Brief, para que el menú refleje lo que es el café y sea agradable a los consumidores, por lo tanto se cumple el objetivo específico.

4. ¿Considera importante fotografiar los productos que ofrece Mío Guatemala, para que los clientes reales y potenciales puedan visualizar fácilmente en la presentación multimedia del café Mío Guatemala?



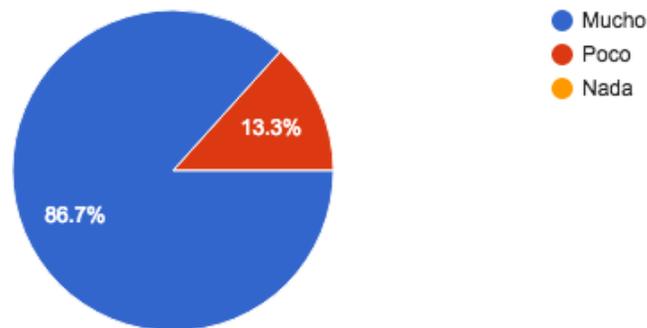
El 100% considera importante fotografiar los productos que ofrece Mío Guatemala para el diseño de la presentación multimedia. Por lo tanto, se cumple el objetivo específico.

5. Según su criterio la tipografía Bebas Neue utilizada en los títulos y textos es:



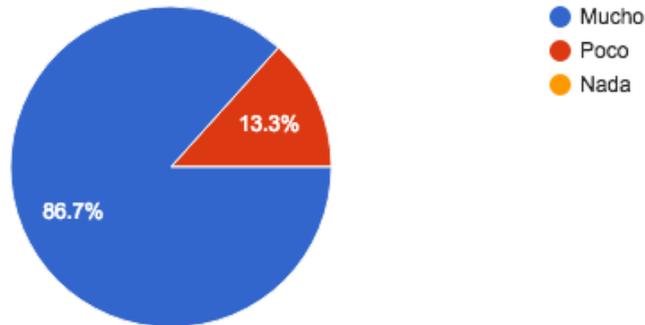
El 90% considera que la tipografía Bebas Neue utilizada en los títulos y textos es legible y él 10% considera que es poco legible. Por lo tanto, la tipografía se considera más legible y quiere decir que la tipografía seleccionada es adecuada.

6. ¿Considera que los colores pastel utilizados representan lo que es Mío Guatemala?



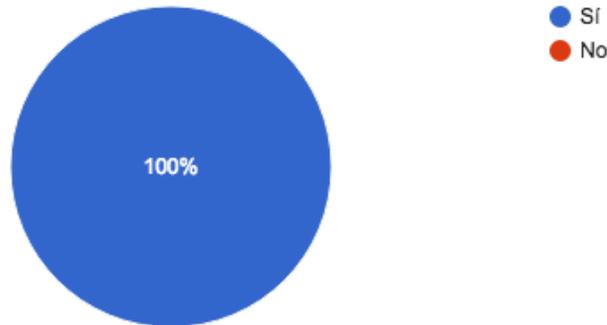
86.7% Considera que los colores pastel utilizados en la presentación multimedia representan lo que es Mío Guatemala y el 13.3% considera que representan poco lo que es Mío Guatemala. Por lo que se establece que los colores pastel utilizados en la presentación representan mucho lo que es Mío Guatemala, debido a que la mayoría lo considera.

7. ¿Considera que las fotografías utilizadas representan adecuadamente el menú de Mío Guatemala?



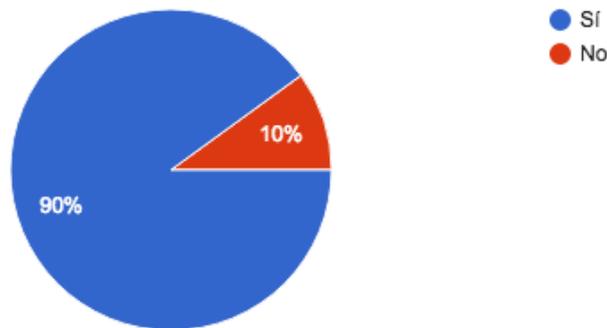
El 86.7% Considera mucho que las fotografías utilizadas representan adecuadamente el menú de Mío Guatemala y el 13.3% considera poco adecuada la representación de las fotografías.

8. ¿Considera que la frase conceptual “Un sabor único y guatemalteco” va acorde al concepto de Mío Guatemala?



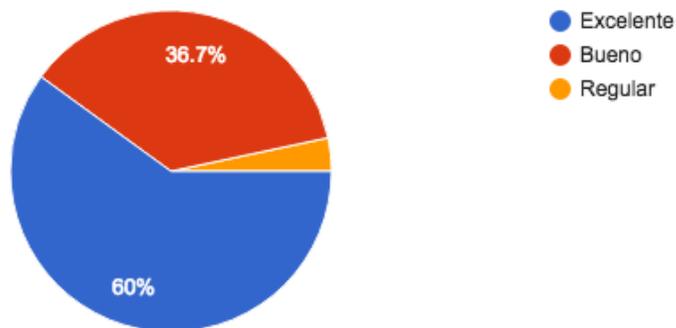
El 100% considera que la frase conceptual “Un sabor único y guatemalteco” va acorde al concepto de Mío Guatemala. Por lo tanto, el proceso conceptual utilizado fue el adecuado.

9. Publicar la presentación multimedia en la fanpage de Mío Guatemala ayudará a incrementar la expectativa del grupo objetivo :



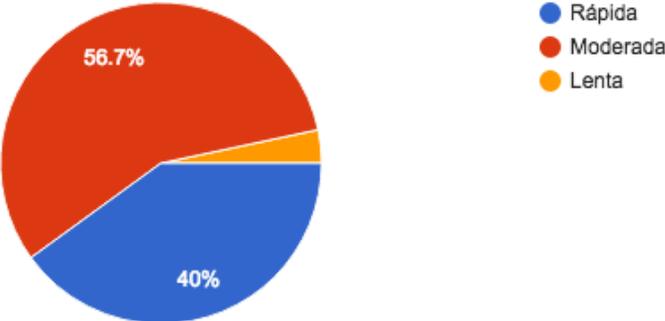
El 90% considera que si se debe publicar la presentación multimedia en la fanpage de Mío Guatemala, que ayudará a incrementar la expectativa del grupo objetivo. Por lo que se le sugirió al cliente publicar la presentación multimedia en su fanpage de facebook.

10. Considera que las animaciones de la presentación multimedia son:



El 60% considera que las animaciones de la presentación multimedia son excelentes, el 36.7% son buenas y el 3.3% son regulares. Por lo que se puede determinar que las animaciones son las adecuadas para la presentación, ya que el mayor porcentaje considera entre excelentes y buenas las animaciones.

11. Considera que la duración entre diapositivas es:



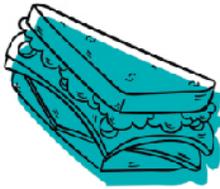
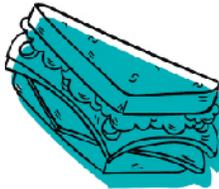
El 40% considera rápida la duración entre diapositivas. el 56.7% moderadas y el 3.3% son lentas. Por lo que, se modifica la duración entre diapositivas para colocarlo en una velocidad en la que las personas les dé tiempo de leer.

## 8.4 Cambios en base a los resultados.

Duración: 0:00:46:15 es 0:00:46:15 Basado en 30      Duración: 0:01:10:15 es 0:01:10:15 Basado en 30



Justificación: 1) Después de la validación, se determinó que era necesario dejar más tiempo entre diapositivas para facilitar la lectura del menú. Por lo que la presentación en total dura un minuto y diez segundos.

Antes	Después																												
<b>CÓMELO SALADO</b>	<b>CÓMELO SALADO</b>																												
<table border="0"> <tr><td>SANDWICHITO MIO</td><td>Q30</td></tr> <tr><td>TORITO AL CHIMICHURRI</td><td>Q30</td></tr> <tr><td>POLLO PEPIAN</td><td>Q35</td></tr> <tr><td>PAVO REAL</td><td>Q25</td></tr> <tr><td>POLLO PESTO CILANTRO</td><td>Q25</td></tr> <tr><td>ENSALADA FLAQUITA MIA</td><td>Q35</td></tr> <tr><td>ENSALADA VILLA PAULA</td><td>Q35</td></tr> </table>	SANDWICHITO MIO	Q30	TORITO AL CHIMICHURRI	Q30	POLLO PEPIAN	Q35	PAVO REAL	Q25	POLLO PESTO CILANTRO	Q25	ENSALADA FLAQUITA MIA	Q35	ENSALADA VILLA PAULA	Q35	<table border="0"> <tr><td>SANDWICHITO MIO</td><td>0.30</td></tr> <tr><td>TORITO AL CHIMICHURRI</td><td>0.30</td></tr> <tr><td>POLLO PEPIAN</td><td>0.35</td></tr> <tr><td>PAVO REAL</td><td>0.25</td></tr> <tr><td>POLLO PESTO CILANTRO</td><td>0.25</td></tr> <tr><td>ENSALADA FLAQUITA MIA</td><td>0.35</td></tr> <tr><td>ENSALADA VILLA PAULA</td><td>0.35</td></tr> </table>	SANDWICHITO MIO	0.30	TORITO AL CHIMICHURRI	0.30	POLLO PEPIAN	0.35	PAVO REAL	0.25	POLLO PESTO CILANTRO	0.25	ENSALADA FLAQUITA MIA	0.35	ENSALADA VILLA PAULA	0.35
SANDWICHITO MIO	Q30																												
TORITO AL CHIMICHURRI	Q30																												
POLLO PEPIAN	Q35																												
PAVO REAL	Q25																												
POLLO PESTO CILANTRO	Q25																												
ENSALADA FLAQUITA MIA	Q35																												
ENSALADA VILLA PAULA	Q35																												
SANDWICHITO MIO	0.30																												
TORITO AL CHIMICHURRI	0.30																												
POLLO PEPIAN	0.35																												
PAVO REAL	0.25																												
POLLO PESTO CILANTRO	0.25																												
ENSALADA FLAQUITA MIA	0.35																												
ENSALADA VILLA PAULA	0.35																												
																													

Justificación: 1) Después de la validación, se determinó que en el precio la Q debe de ir seguido por un punto para que visualmente se note que es un precio.

Antes	Después
	

Justificación: 1) Después de la validación, de acuerdo con lo platicado con el cliente la portada de cómeLO dulce se debe de agregar un color a dulce para resaltarlo.

**Antes**

## CÓMELO DULCE

ALFAJORES	0.15
EL MOLE	0.25
TOSTADAS A LA FRANCESA	0.25
DIVINO CHEESECAKE	0.25



**Después**

## CÓMELO DULCE

ALFAJORES	0.15
EL MOLE	0.25
TOSTADAS A LA FRANCESA	0.25
DIVINO CHEESECAKE	0.25



Justificación: 1) Después de la validación, se estableció que se debía de cambiar de color la tipografía a blanco, para que visualmente sea más legible.

**Antes**

## TÓMALO CALIENTE

HORCHATA CALIENTE	8 OZ Q20
EL CHINO MOCA	8 OZ Q30
MATCHAMOR	8 OZ Q23
BOMBONCITO MIO	4 OZ Q15

EL CAFÉ DE LA ABUELITA	8 OZ Q12
CAPUCCINO / LATTE	8 OZ Q18
ESPRESSO / CORTADITO	Q15
TE CHAI	8 OZ Q20


**Después**

## TÓMALO CALIENTE

BOMBONCITO MIO	4 OZ Q.15
HORCHATA CALIENTE	8 OZ Q.20
MATCHAMOR	8 OZ Q.23
EL CHINO MOCA	8 OZ Q.30

EL CAFÉ DE LA ABUELITA	8 OZ Q.12
ESPRESSO / CORTADITO	Q.15
CAPUCCINO / LATTE	8 OZ Q.18
TE CHAI	8 OZ Q.20


Justificación: 1) Se determinó que es necesario agregar un punto después de la Q.  
 2) Ordenar los productos ofrecidos de acuerdo al precio más bajo al más alto.

**Antes**

## TÓMALO FRÍO

MATCHAMOR	Q24
CHINO MOCA	Q23
PARAISO FRIO	Q22
EL CHIQUIMULTECO	Q24
DIRTY CHAI	Q23



**Después**

## TÓMALO FRÍO

PARAISO FRIO	Q.22
CHINO MOCA	Q.23
DIRTY CHAI	Q.23
MATCHAMOR	Q.24
EL CHIQUIMULTECO	Q.24



Justificación: 1) Se determinó que es necesario agregar un punto después de la Q.  
 2) Ordenar los productos ofrecidos de acuerdo al precio más bajo al más alto.

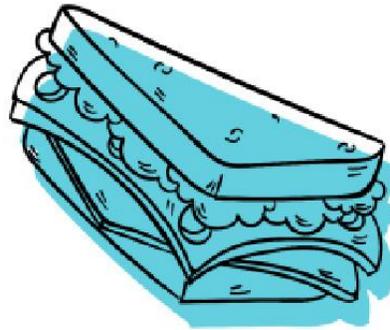
## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final



# CÓMELO SALADO

SANDWICHITO MIO	0.30
TORITO AL CHIMICHURRI	0.30
POLLO PEPIAN	0.35
PAVO REAL	0.25
POLLO PESTO CILANTRO	0.25
ENSALADA FLAQUITA MIA	0.35
ENSALADA VILLA PAULA	0.35



720 px

1130 px



720 px

1130 px

# CÓMELO DULCE

ALFAJORES	0.15
EL MOLE	0.25
TOSTADAS A LA FRANCESA	0.25
DIVINO CHEESECAKE	0.25



720 px



1130 px

# TÓMALO

Caliente



720 px



1130 px

# TÓMALO CALIENTE

BOMBONCITO MIO	4 OZ Q.15
HORCHATA CALIENTE	8 OZ Q.20
MATCHAMOR	8 OZ Q.23
EL CHINO MOCA	8 OZ Q.30



EL CAFÉ DE LA ABUELITA	8 OZ Q.12
ESPRESSO / CORTADITO	Q.15
CAPUCCINO / LATTE	8 OZ Q.18
TE CHAI	8 OZ Q.20

720 px

1130 px



720 px

1130 px

# TÓMALO FRÍO

PARAISO FRIO	Q.22
CHINO MOCA	Q.23
DIRTY CHAI	Q.23
MATCHAMOR	Q.24
EL CHIQUIMULTECO	Q.24



720 px

1130 px

UBER  
eats



720 px

1130 px

# Capitulo X: Producción, reproducción y distribución.

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

### 10.1 Plan de costos de elaboración

Se cobrará Q.25.00 la hora. El total de costos por elaboración es de Q.1500.00.

<b>16 - Julio a 1 de Agosto</b>	<b>Días</b>	<b>Horas</b>
<b>Semana 1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Semana 2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Semana 3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Semana 4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Semana 5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

$3 \text{ días} * 3 \text{ hrs} = 9 \text{ hrs a la semana}$

$9 \text{ hrs} * 5 \text{ sem} = 45 \text{ hrs}$

$45 \text{ hrs} * Q.25 = Q.1,125.00$

### 10.2 Plan de costos de producción

$2 \text{ días} * 3 \text{ hrs} = 12 \text{ hrs a la semana}$

$12 \text{ hrs} * 3 \text{ semanas} = 36 \text{ hrs}$

$36 \text{ hrs} * Q.25 = Q900.00$

El costo total de producción es de Q.900.00

### 10.3 Plan de costos de reproducción

La presentación es multimedia, por lo tanto no genera ningún costo de reproducción. Sin embargo, sí genera costo en la distribución, la cual dependerá de la pauta y de los días que se quiera distribuir, se detalla en el punto 10.4.

#### 10.4 Plan de Costos de Distribución

La presentación multimedia se pautara con un costo de Q.300.00 en la página de facebook de Mio Guatemala, el cual equivale por 3 días.

#### 10.5 Margen de utilidad.

El margen de utilidad es de 465 sobre todos los costos calculados.

#### 10.6 IVA.

$$Q.2,325 + 12\% = Q.279.00$$

#### 10.7 Cuadro con resumen general de costos.

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Plan de costos de elaboración	Q1,125.00
Plan de costos de producción	Q.900.00
Plan de costos de reproducción	-----
Plan de costos de distribución	Q.300.00
<i>Subtotal</i>	Q.2,325.00
Margen de utilidad 20%	Q.465.00
<i>Subtotal</i>	Q.2,790.00
Iva	Q.279
<b>Gran Total</b>	<b>Q.3,069</b>

## Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

En conclusión, se a diseñado una presentación multimedia para dar a conocer los productos que ofrece el café Mío Guatemala a los clientes reales y potenciales, que facilitará al cliente real la decisión por lo que comerá y atraerá a los clientes potenciales al ver el estilo reflejado en la presentación multimedia, observando los alimentos que ofrece Mío Guatemala.

Se concluye que investigar tendencias de diseño de presentaciones multimedia, ayuda a tener una idea de lo que se quiere elaborar, para así obtener los resultados deseados, ayudando la lectura de este mismo y que el consumidor se sienta atraído, ya sea por el diseño o la diagramación.

Es de suma importancia, recopilar información de la marca, sus productos y grupo objetivo, a través de la información recopilada por medio del Brief, para que el menú refleje lo que es el café y sea agradable a los consumidores.

Finalmente, el fotografiar los productos que ofrece Mío Guatemala es indispensable para la presentación multimedia, ya que permite dar una representación de lo que ofrece el restaurante.

## **11.2 Recomendaciones**

Que la presentación multimedia para dar a conocer los productos que ofrece el café Mio Guatemala a los clientes reales y potenciales, se actualice conforme vaya siendo necesario.

Mantener la línea corporativa de Mio Guatemala para que el consumidor tenga presente a la marca a través de ella y la logre identificar.

Fotografiar los productos que ofrece Mío Guatemala tal cual como los presentan al cliente para mostrar una ilustración verídica y este esté satisfecho con su platillo a la hora de recibirlo. También es importante tomar las fotografías con un objetivo, es decir que sean planeadas y vayan con el estilo establecido.

## Capítulo XII: Conocimiento general

## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.1 Demostración de conocimientos



## Capítulo XIII: Referencias

## Capítulo XIII: Referencias

### A

Ambrose, G. (2009). *Fundamentos el diseño gráfico*. Barcelona, España: Parramón Arquitectura y Diseño.

<https://www.ecured.cu/Alimento>

Amman, L. (1991) *Autoliberación*, México, Editorial Plaza y Valdés.

### B

Belloch, C. *Presentaciones multimedia*. Recuperado de <https://www.uv.es/bellohc/pdf/Presentaciones%20multimedia.pdf>

Bembibre, C. (2015) *Fotografía. Importancia*. Recuperado de <https://www.importancia.org/fotografia.php>

### C

Tipos de Restaurante. (12 de marzo de 2014). *Cursos gastronomía*. Recuperado de <http://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurant/>

### F

Fuentes, D. (2013) Modelo de comunicación de Harold Laswell [Mensaje de un blog]. Recuperado de <http://loquemepidiomiprofesora.blogspot.com/2013/03/modelo-de-comunicacion-de-harold-laswell.html>

### G

García, J. (2017). Psicología del color: significado y curiosidades de los colores. *Psicología y Mente*. Recuperado de <https://psicologiaymente.net/miscelanea/psicologia-color-significado>

## H

Haidar, J. (1996) "El campo de la semiótica visual" en Gimarte Wesh Adrián y López Rodríguez Juan Manuel (coord.). *Semiótica. Memoria del curso 1995*. México. UAM-Azcapozalco.184-212

## K

Karam, T. (2014). Introducción a la semiótica de la imagen. *portal comunicación*. Recuperado de: [http://www.portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=23](http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=23)

Kliever, J. (2018). Las 9 tendencias de diseño gráfico que necesitas tener en cuenta. *Canva*. Recuperado de: [https://www.canva.com/es\\_mx/aprende/9-tendencias-diseno-grafico-imperdibles/](https://www.canva.com/es_mx/aprende/9-tendencias-diseno-grafico-imperdibles/)

## L

León, A. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México, D.F., México: Limusa

## M

Marina, H. (2017) Espacios negativos en diseño gráfico [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.dsigno.es/blog/disenio-grafico/espacios-negativos-en-diseno-grafico>

## P

Porto, J. (2016). Definición de restaurante. *Definición.de*. Recuperado de <https://definicion.de/restaurante/>

Porto, J. (2014) Definición de menú. *Definición.de*. Recuperado de <https://definicion.de/menu-2/>

Porto, J., y Merino, M. (2012). Definición de antropología. *Definición .de*. Recuperado de <https://definicion.de/antropologia/>

Porto, J., y Merino, M. (2008). Definición de tecnología. *Definición .de*. Recuperado de <https://definicion.de/tecnologia/>

Psicólogos de test. (2018) profesión cocinero de restaurante. 123 *Test*. recuperado de <https://www.123test.es/profesiones/profesion-cocinero-de-restaurante/>

## S

Silveira, R. (2018). Alimento - *EcuRed*. Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Alimento>

Significados.com (2017) Significado de Encuesta. *Significados*. Recuperado de: [Significados.com](https://www.significados.com/encuesta/). Disponible en: <https://www.significados.com/encuesta/>

Sampaolo, M. (2005) David Carson. *Britannica*. recuperado de <https://www.britannica.com/biography/David-Carson>

Sans, R. (30 de abril de 2017) ¿Qué es el método cuantitativo? [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://cursos.com/metodo-cuantitativo/>

Sans, R. (3 de mayo de 2017) ¿Qué es el método cualitativo? [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://cursos.com/metodo-cualitativo/>

## T

Thompson, I. (2009) Definición de Cliente [Mensaje de un blog]. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Torres, A. (2016) Teoría de la Gestalt: leyes y principios fundamentales. *Psicología y mente*.

Todo, B. (2016) Todas las tendencias de diseño web 2016-2017 [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.todobravo.net/todas-las-tendencias-en-diseno-web-2016-2017/>

Recuperado de: <https://psicologiyamente.com/psicologia/teoria-gestalt>

Triglia, A. (2018) Psicología [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://psicologiyamente.net/psicologia>

## U

Ucha, F. (2010). Sociología. *Definición ABC*. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/ciencia/sociologia.php>

## W

Wucius, W. (1991). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Webnova. (2017). Teoría del diseño minimalista [Mensaje de un blog]. Recuperado de <http://www.webnova.com.ar/teoria-del-diseno-minimalista/>

(2010) ¿Que es el café? Tipos de grano,países de origen y procesos de tostado, [Mensaje de un blog]. Recuperado de <https://cafeteradecapsulas.tienda/blog/tipos-grano-cafe/>

## Capítulo XIV: Anexos

## Capítulo XIV: Anexos

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

*COPIA ASESORA*

Género: F  M   
Edad: 37  
Experto:   
Cliente:   
Grupo Objetivo:

Nombre: Ma. Alejandra Rodríguez  
Ocupación: Administración / Docencia  
Puesto: Administrativo. Docencia UGA  
Años de experiencia en el mercado: \_\_\_\_\_



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

*COPIA ASESORA*

Género: F  M   
Edad: 50  
Experto:   
Cliente:   
Grupo Objetivo:

Nombre: Carly E. Franco R.  
Ocupación: Disfrazista Grafic/Write  
Puesto: Docente  
Años de experiencia en el mercado: 30

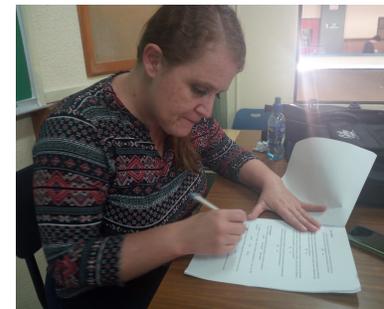


 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
VALIDACIÓN

*COPIA ASESORA*

Género: F  M   
Edad: 44 años  
Experto:   
Cliente:   
Grupo Objetivo:

Nombre: Claudia Arriaga  
Ocupación: Diseñadora Gráfica  
Puesto: Catedrática  
Años de experiencia en el mercado: 20

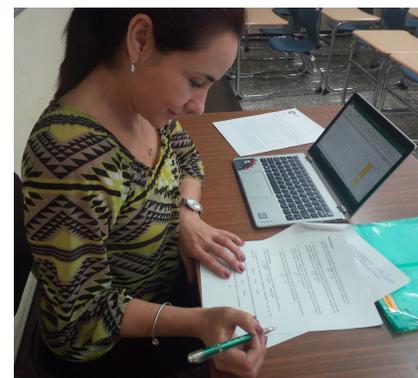


 FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
VALIDACIÓN

*COPIA ASESORA*

Género: F  M   
Edad: 42  
Experto:   
Cliente:   
Grupo Objetivo:

Nombre: Ingrid Ordóñez  
Ocupación: Mercadóloga  
Puesto: Directora  
Años de experiencia en el mercado: 18





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

Género: F  M   
 Edad: 26  
 Experto:   
 Cliente:   
 Grupo Objetivo:

Nombre: Armin Alvarado  
 Ocupación: Productor audiovisual  
 Puesto: Director  
 Años de experiencia en el mercado: 8 años

*COFESORA*



(Fotos de validación por los expertos, exepctuando a uno que se le realizo la encuesta digital.)



(Imagen 1: Ejemplificación de la tendencia del diseño plano y sus características.)

**VISION**

Ser la empresa reconocida a nivel nacional e internacional numero uno en bebidas y gastronomía guatemalteca.



Dar a conocer la cultura guatemalteca por medio de sabores tradicionales en alimentos y bebidas con un toque único, fresco e innovador.

**MISION**

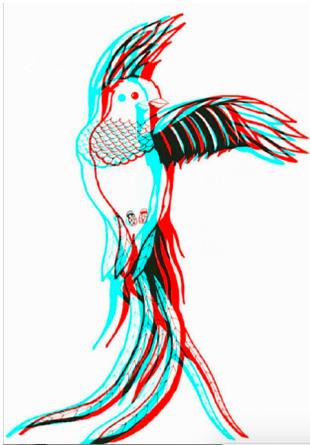


TÓMALO FRIO  
TÓMALO CALIENTE  
CÓMELO SALADO  
CÓMELO DULCE



**GUATE me llega**

NUESTRO **MENÚ**



**NUESTROS VALORES**

- Innovación.
- Integridad.
- Reinventar la cultura en un estilo neo retro.
- Valor estético de la cultura guatemalteca.

(Presentación dada por el cliente, la cual ayudó para la elaboración del Brief.)