



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea

de productos de pirotecnia que ofrece la empresa -Luces Chinas El Dragón-.

Guatemala, Guatemala

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Andy Gabriel Paniagua Velásquez

16007864

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción

Diseño de un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos de pirotecnia que ofrece la empresa -Luces Chinas El Dragón-.

Guatemala, Guatemala.

Andy Gabriel Paniagua Velásquez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala



Guatemala, 14 de diciembre 2021

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN CATÁLOGO DIGITAL INTERACTIVO PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA LÍNEA DE PRODUCTOS PIROTÉCNICOS QUE LUCES CHINAS EL DRAGÓN OFRECE AL MERCADO GUATEMALTECO, GUATEMALA, GUATEMALA 2021**. Presentado por el estudiante Andy Gabriel Paniagua Velásquez, con número de carné: *16007864*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Licda. Ana Gabriela Cabrera
Asesora

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora general

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza

Secretario general

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 12 de abril de 2021

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

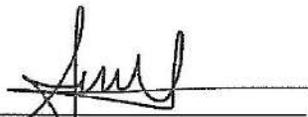
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE UN CATÁLOGO DIGITAL INTERACTIVO PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA LÍNEA DE PRODUCTOS DE PIROTECNIA QUE OFRECE LA EMPRESA -LUCES CHINAS EL DRAGÓN-**. Así mismo solicito que la Licda. Ana Gabriela Cabrera sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Andy Gabriel Paniagua Velasquez
16007864



Licda. Ana Gabriela Cabrera
Asesora



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 14 de mayo de 2021

Señor:
Andy Gabriel Paniagua Velasquez
Presente

Estimado Señor Paniagua:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN CATÁLOGO DIGITAL INTERACTIVO PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA LÍNEA DE PRODUCTOS DE PIROTECNIA QUE OFRECE LA EMPRESA –LUCES CHINAS EL DRAGÓN–**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Ana Gabriela Cabrera, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 14 de diciembre de 2021

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN CATÁLOGO DIGITAL INTERACTIVO PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA LÍNEA DE PRODUCTOS DE PIROTECNIA QUE OFRECE LA EMPRESA –LUCES CHINAS EL DRAGÓN-**. Presentado por el estudiante: Andy Gabriel Paniagua Velasquez, con número de carné: *16007864*, 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. Ana Gabriela Cabrera
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución de la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de marzo de 2022

Señor
Andy Gabriel Paniagua Velasquez
Presente

Estimado Señor Paniagua:

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

Guatemala, 05 de mayo de 2022.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE UN CATÁLOGO DIGITAL INTERACTIVO PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA LÍNEA DE PRODUCTOS DE PIROTECNIA QUE OFRECE LA EMPRESA –LUCES CHINAS EL DRAGÓN-**, del estudiante Andy Gabriel Paniagua Velasquez, 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 excelencia en la educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de mayo de 2022

Señor:
Andy Gabriel Paniagua Velasquez
Presente

Estimado Señor Velasquez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN CATÁLOGO DIGITAL INTERACTIVO PARA PROMOVER EN CLIENTES REALES Y POTENCIALES LA LÍNEA DE PRODUCTOS DE PIROTECNIA QUE OFRECE LA EMPRESA -LUCES CHINAS EL DRAGÓN-, GUATEMALA, GUATEMALA 2022.** Presentado por el estudiante: Andy Gabriel Paniagua Velasquez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A mi familia

Los esfuerzos de mis padres son impresionantes, llenos de un amor invaluable, que me proporcionan las herramientas y medios para ayudarme a formar lo que hoy soy. Su apoyo y enseñanzas fueron fundamentales para la culminación de este proyecto, es un orgullo y un honor ser hijo de padres tan dedicados. A mis hermanos, por estar en las buenas y en las malas y superar los obstáculos juntos.

A Dios

Por darme las fuerzas, la fortaleza, el aprendizaje y protegerme de todo mal.

A mis amigos

Por ser ese apoyo extra donde los logros de cada uno es motivo de felicidad, por compartir experiencias, conocimientos y risas.

A los catedráticos

Con quienes tuve la oportunidad de conocer y aprender de ellos, con su dedicación y paciencia formándome como profesional.

A la universidad

Por permitirme la oportunidad de crecer y enriquecerme de conocimientos y experiencias, además de brindar los recursos y herramientas durante la carrera.

Resumen

La empresa Luces Chinas El Dragón no cuenta con un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos de pirotecnia que se ofrece.

Al identificar el problema se planteó: Diseñar un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos de pirotecnia que ofrece la empresa -Luces Chinas El Dragón-.

Mediante el enfoque de la investigación mixto, se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. De esta manera se cuantifica los resultados de la muestra y se evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 30 personas, entre grupo objetivo, cliente y expertos en el área de comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es el diseño un catálogo atractivo que permite mejor comunicación visual, que permite observar y conocer a clientes reales y potenciales los productos que la empresa ofrece.

Se recomendó promover el catálogo digital en redes sociales para que el grupo objetivo obtenga de manera inmediata el documento y se interese en los productos.

Para efectos legales únicamente el autor, ANDY GABRIEL PANIAGUA VELÁSQUEZ es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

Capítulo I: Introducción	1
Capítulo II: Problemática	2
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimientos de comunicación y diseño	3
2.3 Justificación	3
2.3.1 Magnitud	3
2.3.2. Vulnerabilidad	5
2.3.3. Trascendencia	5
Capítulo III: Objetivos de diseño	6
3.1 Objetivo general	6
3.2 Objetivos específicos	6
Capítulo IV: Marco de referencia	7
4.1 Datos generales de la institución	7
4.1.3 Análisis FODA	7
4.1.4 Brief (ver anexo I)	9
Capítulo V: Definición del grupo objetivo	12
5.1 Perfil geográfico	12
5.2 Perfil demográfico	12
5.3 Perfil psicográfico	13
5.4 Perfil conductual	13
Capítulo VI: Marco teórico	14
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	15
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación	15
6.3 Ciencias Auxiliares artes, teorías y tendencias	22
6.3.1 Ciencias	22
6.3.2 Artes	23
6.3.3 Teorías	24
6.3.4 Tendencias	25

6.3.5 Tablero de Tendencias.....	29
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	30
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	30
7.2 Conceptualización	32
7.3 Bocetaje.....	35
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.....	51
7.4 Propuesta preliminar	57
Capítulo VIII: Validación técnica.....	75
8.1 Población y muestreo	75
8.2 Método e instrumento.....	75
8.3 Resultados e interpretación de resultados.	79
Parte Objetiva:.....	80
Parte Semiológica:.....	84
Parte Operativa:.....	89
8.4 Cambios en base a los resultados	93
Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final	95
9.1 Propuesta gráfica final.....	95
9.1.1 Visualización general del documento	119
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	125
10.1 Plan de costos de elaboración.....	125
10.2 Plan de costos de producción	125
10.3 Plan de costos de reproducción	125
10.4 Plan de costos de distribución	125
10.5 Margen de utilidad	125
10.6 IVA.....	125
10.7 Cuadro con resumen general de costos	126
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	127
11.1 Conclusiones	127
11.2 Recomendaciones.....	127
Capítulo XII Conocimiento general.....	128
12.1 Demostración de conocimientos	128
Capítulo XIII: Referencias.....	129

13.1 Biblioweb	129
13.2 E-grafías	131
Capítulo XIV: Anexos	134
Anexo I.....	134
14.2 Brief.....	134
Anexo II.....	142
14.1 Tabla nivel socioeconómico Multivex	142
Anexo III	143
14.3 Investigación de tendencias	143
Anexo IV	148
14.4 Evidencia fotográfica para el proceso de validación	148
Anexo V	158
14.5 Encuesta para validación de proyecto en Google Forms.....	158
Anexo VI.....	158
14.6 Fotografías de realización propia para la creación del proyecto	158

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

Luces Chinas El Dragón es una empresa que ofrece productos pirotécnicos de calidad en la república de Guatemala y Centroamérica. La organización en la actualidad no cuenta con material digital que permita promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco.

Se ejecuta con el objetivo de brindar una opción actualizada, llamativa y que se adapte a la actual contingencia sanitaria, utilizando los medios tecnológicos como redes sociales y páginas web que son parte del diario vivir, así como la ventaja de obtener la inmediatez tecnológica de los dispositivos.

El proyecto se encontrará dirigido a jóvenes y adultos del género masculino y femenino que oscilan entre los 18 a 55 años con un nivel socioeconómico C. Que cuenten con un dispositivo tecnológico para que puedan visualizar y conocer la línea de productos que la empresa ofrece.

A través de la comunicación y el diseño se propuso resolver el problema con la elaboración del siguiente proyecto: Diseño de un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco.

Para elaborarlo se efectúa un proceso de investigación, información sobre el cliente, grupo objetivo y tema a tratar, así como la redacción de un marco teórico que recopilará conceptos que permitirán obtener información que será de vital importancia para el desarrollo del proyecto

Se aplicará un método creativo que ayudará a crear un concepto que será la base para el diseño. Se principiará a bocetar, se digitalizará para desarrollar una propuesta preliminar. Posteriormente se validará con una entrevista donde se aplicará una encuesta como técnica cuantitativa para realizar cambios a base de resultados y obtener la propuesta gráfica final.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

En la empresa Luces Chinas El Dragón se detectó que no cuenta con un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos de pirotecnia que se ofrece al mercado guatemalteco. Por lo tanto, es necesario el diseño de un catálogo digital que promueva los productos y se posicione en la mente del consumidor.

2.1 Contexto

Luces Chinas El Dragón busca promover su línea de productos a clientes reales y potenciales mediante una plataforma digital adecuándose a la actual contingencia sanitaria SARS COVID - 19.

Actualmente la empresa cuenta con un catálogo impreso poco llamativo y desactualizado que ha sido entregado fuera de tiempo en anteriores ocasiones, causando poca promoción para la línea de productos que ofrece la organización.

Debido a esto, Luces Chinas El Dragón necesita un nuevo catálogo que promueva su línea de productos mediante una plataforma digital e interactiva aprovechando las ventajas tecnológicas y la inmediatez de ésta.

De acuerdo con las nuevas tendencias tecnológicas, es necesario actualizar los métodos convencionales de promoción a un medio digital por lo que el catálogo digital será presentado en Issuu, Facebook y códigos QR, ya que será posible acceder a este de una forma rápida y en cualquier dispositivo.

2.2 Requerimientos de comunicación y diseño

La empresa Luces Chinas El Dragón no cuenta con un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos de pirotecnia que ofrece.

2.3 Justificación

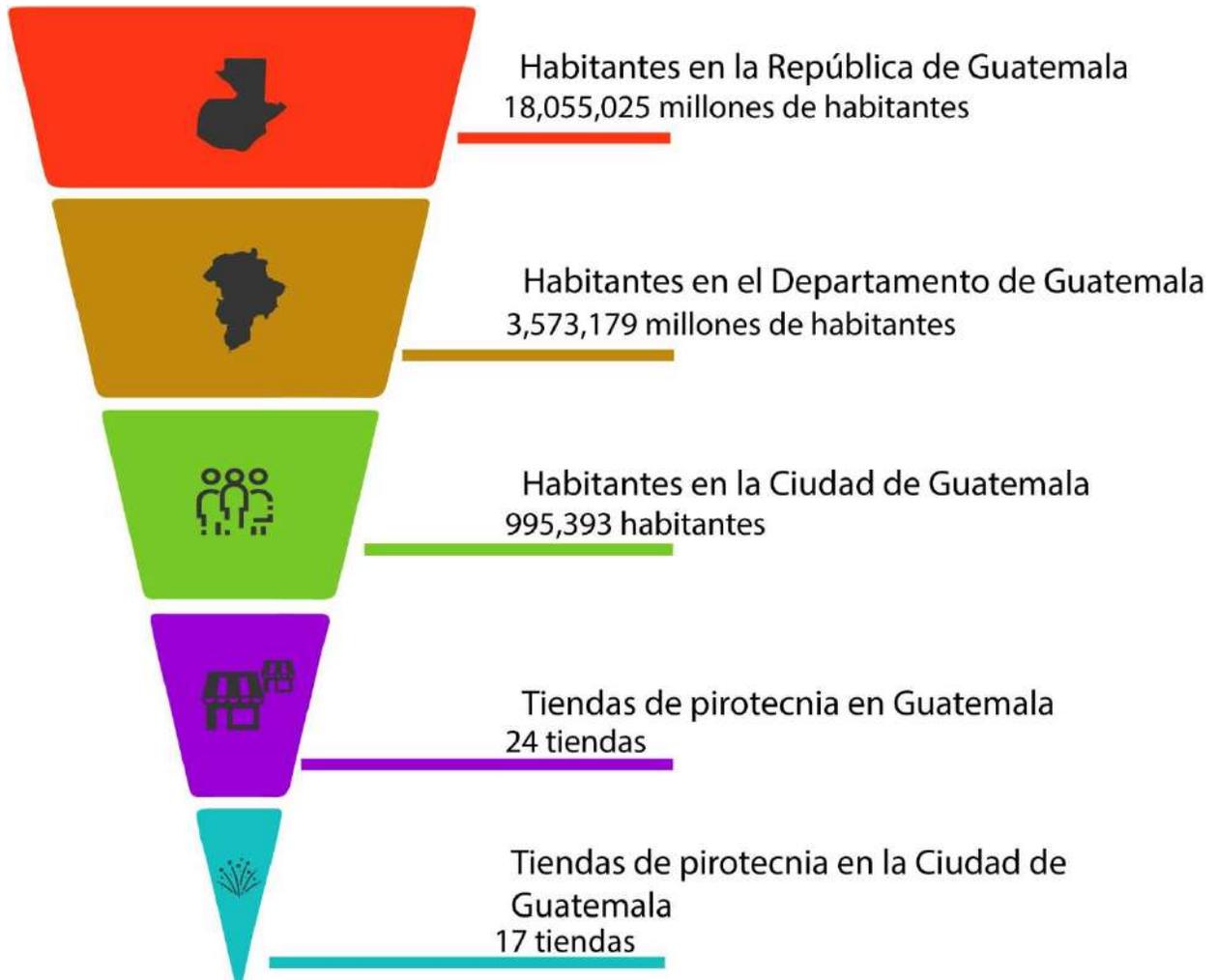
Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad

2.3.1 Magnitud. Según el estudio realizado en el 2020 por Instituto Nacional De Estadística (INE), la república de Guatemala está conformada con una población de 18,055,025 de habitantes, de la cual 3,573,179 pertenecen al departamento de Guatemala y 995,393 pertenecen a la ciudad de Guatemala.

En Guatemala existen 24 kioscos de Luces Chinas El Dragón de los que 18 se encuentran en la ciudad de Guatemala y 7 en el interior del país, ubicados en Escuintla, Puerto Barrios, Mazatenango, Xela y Jutiapa. Siendo la sede central ubicada en 3 calle 3-41 zona 8 de Mixco, Ciudad San Cristóbal, C.C. Josefina.

La competencia directa de Luces Chinas El Dragón consiste en 6 tiendas de pirotecnia las cuales son; Cohetería El Culebrón, Cohetería Kboom, Luces Chinas Guatemala, Cohetería La Mixqueña, Cohetería Rubí, Cohetería Kaliman.

2.3.1.1 Gráfica de magnitud.



Fuente: INE, Censos Municipales 2008-2020

2.3.2 Vulnerabilidad. Debido a que la publicidad tradicional ha quedado atrás y hoy en día a los clientes no les interesan más las piezas gráficas impresas, es necesario migrar a una plataforma digital para mostrar que la marca se actualiza rápidamente a las tendencias tecnológicas del mercado que se encuentra en constante cambio.

2.3.3 Trascendencia. Al realizar el diseño del catálogo digital interactivo, será posible fomentar el interés de los clientes reales y potenciales a adquirir y conocer la línea de productos de Luces Chinas El Dragón.

2.3.4 Factibilidad. El proyecto de graduación es factible, al tener los recursos necesarios para el diseño de un catálogo digital para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Luces Chinas El Dragón dispone del capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento y la experiencia para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la empresa.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Luces Chinas El Dragón colabora al brindar toda la información que se requiera para la elaboración del proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La organización actualmente posee los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos tecnológicos. El estudiante manipula el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado de este proyecto de graduación.

CAPÍTULO III

OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos de pirotecnia que ofrece la empresa -Luces Chinas El Dragón-.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información acerca de la línea de productos de pirotecnia de la empresa Luces Chinas El Dragón, a través de los datos que el cliente proporcione para respetar y aplicar los lineamientos gráficos de la marca.

3.2.2 Investigar tendencias e información relacionada con el diseño a través de fuentes bibliográficas que respalden la propuesta del desarrollo de un catálogo digital interactivo.

3.2.3 Fotografiar los diferentes productos pirotécnicos de la empresa -Luces Chinas El Dragón-, para utilizarse dentro del catálogo digital.

CAPÍTULO IV

MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Datos generales de la institución

Luces Chinas El Dragón

- Ubicación

3ra calle 2-06 Zona 8 de Mixco, Ciudad San Cristóbal.

- Teléfono

PBX: (502) 2472-4872

- Redes sociales

www.eldragonguatemala.com

- Contacto personal

Otto German Sun Kwan

- Puesto que ocupa

Gerente Regional

4.1.1 Misión. Proveer pirotécnicos como un arte seguro, ser una alternativa de diversión tanto para adultos como para jóvenes y niños al brindar el mejor servicio, precios y productos.

4.1.2 Visión. Ser la empresa líder en pirotecnia a nivel nacional y centroamericano, llevando alegría y color a las familias para crear y revivir fantasías al formar parte esencial de cada celebración.

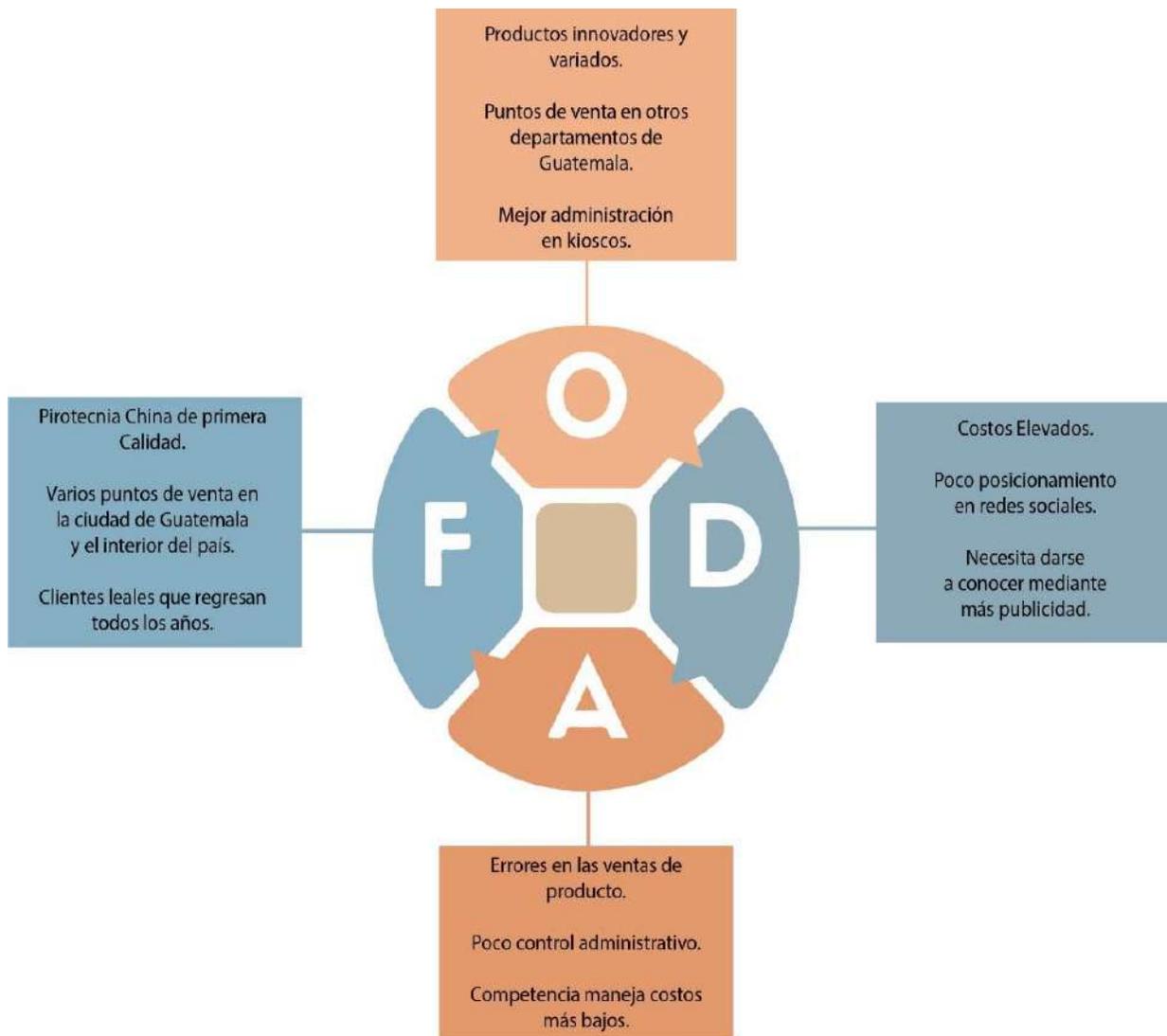
4.1.3 Análisis FODA.

4.1.3.1 Fortalezas. Luces Chinas El Dragón cuenta con pirotecnia china de primera calidad, varios puntos de venta en la ciudad de Guatemala y el interior del país, así como clientes leales que regresan todos los años.

4.1.3.2 Oportunidades. La empresa puede producir productos innovadores y variados, contar con más puntos de venta en otros Departamentos de Guatemala, así como mejor administración en kioscos.

4.1.3.3 Debilidades. Se manejan costos elevados, existe poco posicionamiento en redes sociales y es necesario darse a conocer mediante más publicidad en medios digitales.

4.1.3.4 Amenazas. Existen errores comunes en las ventas de producto, poco control administrativo de parte de supervisores. La competencia maneja costos más bajos.



Diagnostico creado por: Andy Paniagua.

4.1.4 Brief. (ver anexo I)

4.1.4.1 Datos del estudiante.

- *Nombre:* Andy Gabriel Paniagua Velásquez.
- *No de carné:* 16007864
- *Teléfono:* 5717-2828
- *E-mail:* 16007864@galileo.edu
- *Proyecto:* Trabajo en diseño de un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco.

4.1.4.2 Datos del cliente.

- *Empresa:* Luces Chinas El Dragón
- *Nombre del cliente:* Otto German Sun Kwan
- *Teléfono:* PBX (502) 2472-4872
- *E-mail:* otto.sun@gmail.com

4.1.4.2.1 Antecedentes. Luces Chinas El Dragón fue fundada en Guatemala para traer la magia de la pirotecnia china, Hoy en día es la empresa líder en venta de pirotécnicos en Guatemala y varios países de Centro América, Su espectáculo de luces ha hecho historia al dirigir eventos como luces Campero, shows pirotécnicos y encender las fiestas de fin de año.

4.1.4.2.2 Oportunidad identificada. No cuentan con un Catálogo Digital Interactivo.

4.1.4.3 Datos de la empresa.

- *Misión:* Proveer pirotécnicos como un arte seguro, siendo una alternativa de diversión tanto para adultos como para jóvenes y niños al brindar el mejor servicio, precios y productos.

- *Visión:* Ser la empresa líder en pirotecnia a nivel nacional y centroamericano, llevando alegría y color a las familias creando y reviviendo fantasía al formar parte esencial de cada celebración.
- *Delimitación geográfica:* Ciudad de Guatemala e interior del país.
- *Grupo objetivo:* jóvenes y adultos de 18 a 50 años.
- *Principal Beneficio al grupo objetivo:* Utilizar el catálogo en cualquier dispositivo para conocer la línea de productos El Dragón.
- *Competencia:* Tiendas de pirotecnia como: Cohetería El Culebrón, Cohetería Kboom, Luces Chinas Guatemala.
- *Posicionamiento:* Guatemala y Centro América
- *Factores de diferenciación:* Productos de gran calidad, imagen establecida, producto de origen chino.
- *Objetivo de mercado:* Aumentar las ventas y atraer más clientes potenciales.
- *Objetivo de comunicación:* Utilizar la pirotecnia con seguridad, al lograr diversión y asombro en todas las celebraciones y eventos, crean momentos en familia y amigos.
- *Mensaje clave a comunicar:* Luces Chinas El Dragón - Convivencias de calidad y experiencias inolvidables.
- *Estrategia de comunicación:* Productos de gran calidad, al generar asombro de manera responsable en todos tus eventos y celebraciones.
- *Reto del diseñador:* Diseñar una imagen atractiva que capte la atención del consumidor.
- *Trascendencia:* Fomentar el interés de los clientes a adquirir y conocer la línea de productos.
- *Materiales a realizar:* Contenido Digital / diseño editorial para el catálogo interactivo.

Presupuesto: De Q 6,000.00 a Q14,000.00

4.1.4.4 Datos de la imagen gráfica.

4.1.4.4.1 Logotipo.



- *Colores:* Utiliza colores llamativos, utilizados en la cultura China.
- *Tipografía:* Tipografía de El Dragón, LTC Twentieth Century Medium Small CapsbyLanston Type Co.
- *Forma:* Redondeada, con elementos cuadrados en las puntas.

CAPÍTULO V

DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El diseño del catálogo digital será dirigido a jóvenes y adultos del género femenino y masculino, entre las edades de 18 a 55 años de edad con un nivel socioeconómico C. Estos buscan pirotecnia de calidad para utilizar en eventos, fiestas y bodas. Cuentan con un dispositivo tecnológico y acceso a internet.

5.1 Perfil geográfico

Guatemala es un país en gran parte montañoso, se encuentra situado al extremo norte del istmo centroamericano, con una superficie de 108, 890 kilómetros. Limita al norte con México, al este con Belice y al sur con Honduras y El Salvador. Cuenta con una población de 18,055,025 habitantes. Las coordenadas geográficas del país son ° 30' de latitud norte y 90 ° 15' de longitud oeste.

La ciudad capital ubicada a 1500 metros sobre el nivel del mar en un valle al sur central del país posee un clima cálido y tropical variando en temperatura en las estaciones del año. Cuenta con 995,393 habitantes y una extensión de 228 km². El español es el idioma oficial y existen 22 lenguas mayas, actualmente los idiomas más hablados son el q'eqchi', el k'iche', el kaqchikel, el mam y el tz'utujil.

5.2 Perfil demográfico

De acuerdo con la tabla de niveles socioeconómicos (Multivex, 2018) el grupo objetivo posee las siguientes características:

Nivel socioeconómico. El proyecto va dirigido a jóvenes y adultos con un rango de edad de 18 a 55 años con un nivel socioeconómico C. Con Ingresos de entre Q3,000.00 a Q 12,000.00.

Nivel educativo. Al menos debe llegar al grado de diversificado, ya que es para personas que conozcan el uso de tecnología para visualizar el catálogo.

Jóvenes y adultos del género masculino y femenino con un rango de edad de 18 - 55 años, con un nivel socioeconómico C. Cuentan con un nivel de educación diversificado, universidad y licenciatura. Con casa/apartamento, 2 o 3 recamaras, auto compacto y un tamaño familiar de 2 a 3 integrantes. Tabla socioeconómica Multivex 2018 (ver Anexo II)

5.3 Perfil psicográfico

Personas que tienen el deseo de superación personal, que les gusta la tecnología, transmiten una impresión positiva y de asombro, poseen una cultura hogareña, con intereses en socializar y compartir en familia y amigos. Con una personalidad extrovertida; empáticos, humildes y bondadosos.

Llevan un estilo de vida responsable disfrutando en los tiempos libres relajarse y disfrutar de sus actividades favoritas como: leer, socializar y realizar deportes. Experimentar algo nuevo y mostrar el lado positivo.

5.4 Perfil conductual

Personas que valoran un producto de calidad y procedencia. Su frecuencia de uso es para fiestas de fin de año, reuniones familiares y eventos. Al ser de un solo uso suele adquirir grandes cantidades para utilizar durante la noche. Crean fidelidad a sus marcas, porque las valoran por su prestigio, trayectoria y calidad.

Los productos de Luces Chinas El Dragón son adquiridos porque generan un ambiente dinámico, de asombro, cambiante y motivador en todos los eventos. Son utilizados durante los ciclos de vida: pubertad y madurez, además de un manejo responsable y supervisado al utilizar la pirotecnia.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa. Es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos (financiero, materiales, tecnológicos, y humanos) para alcanzar determinados objetivos, que pueden ser el lucro o la atención de una necesidad social. (Chiavento. 1993)

6.1.2 Servicio. Es un conjunto de actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades. (Stanton William. 2007)

6.1.3 Cliente. El término “cliente” proviene del griego antiguo y hace referencia a la (persona que depende de). Son aquellos individuos que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que las organizaciones puedan satisfacer. (Barquero José Daniel. 2007)

6.1.4 Cliente real. Es aquel por el que se ha trabajado durante muchos años. Es el cliente fiel, que tiene confianza y credibilidad, no se interesa en buscar a otro proveedor. (Joanna Nelson Ulloa. 2015)

6.1.5 Cliente potencial. Es aquel que se persuade para que compre algo que no está acostumbrado a adquirir. A este tipo de clientes se le lanzan ofertas y/o rebajas con la finalidad que se vuelva un cliente real en el futuro. (Ivan Thompson. 2021)

6.1.6 Venta. Las ventas son actividades relacionadas con la venta o la cantidad de bienes o servicios vendidos en un período de tiempo determinado. (Laaro. 2021)

6.1.7 Producto. Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles e intangibles que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. (Marketingxxi. 2021)

6.1.8 Evento. Suceso que atraviesa una ardua planificación, para que cada aspecto que lo conforme esté bajo control. (Educaplay.2021)

6.1.9 Kiosco. El Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española prefiere la utilización de "q" para la letra inicial de "quiosco", aunque admite la utilización de la letra "k" ("kiosco") es una construcción ligera formada por varias columnas o pilares que sostienen una cubierta. (Academic. 2021)

6.1.10 Pirotecnia. Se llama pirotecnia a los dispositivos que están preparados para que ocurran reacciones pirotécnicas en su interior. Indica una tecnología relacionada con la combustión, en su mayoría explosiva. (Cecilio martines. 2021)

6.1.11 Tecnología. Es una respuesta al deseo del hombre de transformar el medio y mejorar su calidad de vida. Incluye conocimientos y técnicas desarrolladas a lo largo del tiempo que se utilizan de manera organizada con el fin de satisfacer alguna necesidad o deseo. (Economipedia. 2021)

6.1.12 Medios interactivos. Son los recursos digitales que permiten a los usuarios interactuar con otras personas o con el medio como tal, con el propósito de entretener, informar y educar; es la acción que se realiza mediante el Internet, con fines específicos como la comunicación entre beneficiarios, ciudadanos y servidores públicos. (definicionxyz. 2021)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Es la transmisión de información de un lugar a otro, siempre que existe comunicación, las partes implicadas en la transmisión de la información configuran un sistema comunicacional. (discapnet. 2021)

Para transmitir información, dicha comunicación debe de tener una fuente y un destino, los que deben ser distintos en el espacio que cubra el campo o el tiempo intermedio, y este nexa tiene como nombre canal de comunicación. (Miller. 1969)



Diagrama del proceso de comunicación, elaborado por Andy Paniagua.

6.2.1.2 Proceso de la Comunicación. Los modelos de comunicación sirven para representar la relación y dinámica entre los componentes del proceso comunicativo. Esta se genera a través de diversos actores: (Fonseca Yerena, Correa Pérez, & Pineda Ramírez. 2011)

6.2.1.3 Fuente. (Codificador) Es el origen del mensaje; es el individuo, grupo u organización, que genera el mensaje para transmitirlo. (Fonseca Yerena, Correa Pérez, & Pineda Ramírez. 2011)

6.2.1.4 Emisor. También codifica. Es el individuo que emite o envía el mensaje. Fuente y emisor se considera un solo elemento cuando la persona que idea y crea el mensaje es la misma que lo transmite. (Fonseca Yerena, Correa Pérez, & Pineda Ramírez, 2011)

6.2.1.5 Receptor. (decodificador). Es la persona o grupo de personas a quienes se dirige el mensaje. Es el destinatario u objetivo de la comunicación y todo aquel que capte dicho mensaje. (Fonseca Yerena, Correa Pérez, & Pineda Ramírez. 2011)

6.2.1.6 Mensaje. Es el contenido expresado y transmitido por el emisor al receptor, el que está integrado por tres elementos: El código, el contenido y el tratamiento. (Fonseca Yerena, Correa Pérez, & Pineda Ramírez. 2011)

6.2.1.7 Canal. Es el medio por el que se envía y viaja el mensaje, existen diversos medios por donde se puede transmitir este. (Fonseca Yerena, Correa Pérez, & Pineda Ramírez, 2011)

6.2.1.8 Ruido. Son obstrucciones que se pueden presentar en cualquier momento dentro del proceso de comunicación provocando malentendidos, confusiones, desinterés; incluso impiden que el mensaje llegue a su destinatario. (Fonseca, Yerena M. S. 2011)

6.2.1.9 Comunicación verbal. Se define a comunicación verbal en la cual son capaces de usar palabras, signos sonoros y auditivos. Se basa en sonidos donde se estructuran sílabas, palabras, frases y formando así oraciones con la que se entabla la comunicación entre una o más personas. (María Elena Pérez. 2015)

6.2.1.10 Comunicación no verbal. Tiene una amplia variación, con el alfabeto, las siglas, los acrónimos, logotipos, iconos, jeroglíficos. En este tipo de comunicación se puede encontrar métodos de comunicación escritos desde el inicio de los tiempos, los cuales siguen evolucionando, hasta el día de hoy como los emojis. (Ionos. 2021)

6.2.1.11 Comunicación visual. Es un proceso de elaboración, difusión y recepción de mensajes visuales. Esta surge a partir de la necesidad de transmitir un mensaje específico, significativo, para ser consumido a través de la estética. Es la comunicación en la que predominan las imágenes en la construcción de dichos mensajes. (Andrea Estupiñán Villanueva. 2019)

6.2.1.12 Comunicación corporativa. Son los medios por los cuales una organización o empresa dispone para la comunicación siendo la vía por la que la empresa habla sobre sí misma y destacan que es la forma que tiene la empresa de presentarse tanto a nivel interno como externo. (Ceupe. 2021)

6.2.1.13 Comunicación persuasiva. La persuasión consiste en la utilización considerada de la comunicación para afirmar, formar o reforzar las actitudes de las personas, entendiendo por actitudes, un resumen de lo que se opina de las cosas, personas, grupos, acciones o ideas, entre otros. (Juan Carlos A. 2017)

6.2.1.14 Posicionamiento. Se define como la imagen de un producto en relación con productos que compiten directamente con él y respecto de otros productos vendidos por la misma compañía. (Fundamentos de marketing, sexta edición. 2003)

6.2.1.15 Producto. El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. (Patricio Bonta, Mario Farber. 1994)

6.2.1.16 Plaza. Se define como el medio usado para hacer llegar el producto al consumidor. Considera el manejo efectivo del canal de distribución debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. (William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker. 2007)

6.2.1.17 Promoción. Diseño y administración del elemento de la mezcla de marketing para informar y persuadir a los clientes actuales y potenciales, y mantenerse en su mente.

(William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker. 2007)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. El diseño es un proceso de creación visual que conlleva un propósito y cubre exigencias prácticas. Es la expresión visual de la esencia de “algo” ya sea un mensaje o un producto. (Wong. 2002)

6.2.2.2 Diseño gráfico. Es la disciplina dedicada a la producción de comunicación visual dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de las personas. El diseño gráfico se enfoca en la parte operativa, instrumental, la esencia se encuentra en la percepción que determinará la detectabilidad y discriminabilidad de los mensajes específicamente de los estímulos visuales. (Andrea Estupiñán Villanueva. 2019)

6.2.2.3 Diseño editorial. Esta disciplina es una rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones como son: Revistas, catálogos, folletos, libros y periódicos, crea una armonía entre el texto, imagen, diseño y diagramación, dota de personalidad al momento de comunicar el mensaje. (Palermo. 2009)

6.2.2.4 Catálogo. Es una obra impresa en la que las organizaciones muestran sus productos u ofertas y servicios a los clientes. Es la lista ordenada o clasificada que se hará sobre cualquier tipo de objetos. También este será aquel conjunto de publicaciones o productos que se encuentran clasificados normalmente para la venta. (Ucha. 2009)

6.2.2.5 Diagramación. También es llamada maquetación, es un oficio del diseño que se encarga de distribuir los elementos dentro de una composición en una página. Es un aspecto

muy importante para la elaboración de cualquier material informativo brindando forma y vida al documento. (Brainly. 2019)

6.2.2.6 Composición. Es la correcta distribución de elementos visuales dentro del espacio que abarca los límites de soporte como son: Textos, ilustraciones, contornos, texturas, proporción. Esta ordenación consiste en un orden jerárquico preestablecido que es fundamental para la comunicación correcta y la fácil comprensión de una publicación editorial. (Bosch. 2009)

6.2.2.7 Retícula. Es la herramienta básica y primordial en la composición, está representada como plantilla que permite la ubicación de cada elemento. Se conforma por líneas verticales y horizontales que generan orden y equilibrio a la composición de una página y esta es la base para la diagramación. La retícula es utilizada en todo el campo del diseño gráfico. (Reyes. 2016)

6.2.2.8 Color. El color es producido por la luz, pero el modo en que las ondas de esta se reflejan en diferentes superficies cambian el modo de percibir las coloraciones. El color capta la atención del espectador y comunica información en un entorno visual, asimismo, la forma parece distinta cuando se le aplican diferentes tonalidades. (Answr. 2012)

6.2.2.9 RGB. Es un modelo de color formado por los colores primarios de luz conformado por rojo verde y azul. Este sistema es el más adecuado para los monitores e impresoras fotográficas. Las imágenes RGB únicamente utilizan 3 colores que a la hora de mezclarlos pueden llegar a reproducir hasta 16,7 millones de colores. (Clipstudio. 2021)

6.2.2.10 Adobe Illustrator. Es una aplicación de creación y manipulación vectorial en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como mesa de trabajo y

está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para Ilustración digital también pueden realizarse animaciones complejas dentro del programa. (Adobe. 2021)

6.2.2.11 Adobe Photoshop. Es una aplicación informática en forma de taller de pintura y fotografía que trabaja sobre un lienzo y utiliza capas. Está destinado principalmente para el tratamiento de imágenes digitales, edición de fotografías, pintura digital, entre otros. Esta herramienta se ha hecho muy popular ya que utilizan la palabra Photoshop para hacer referencia si una fotografía ha sido retocada o modificada digitalmente. (Adobe. 2021)

6.2.2.12 Tipografía. Es un tipo de letra que está conformado por un conjunto de grifos diseñados con estilo formando letras, números y caracteres especiales, es el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Cada tipografía es diferente según su apariencia y dimensiones. (Crehana. 2021)

6.2.2.13 Creatividad. Es la capacidad de crear, de innovar, de generar nuevas ideas o conceptos, o nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que normalmente llevan a conclusiones nuevas, resuelven problemas y producen soluciones originales y valiosas. Satisface tanto a su creador como a otros durante algún periodo. (Significados. 2021)

6.2.2.14 Diseño Minimalista. Algunas de las características al momento de componer, es que se debe tener cuidado para mantener una armonía en base a la marca. Principalmente se busca brindar un mensaje que sea entendible utilizando solamente los elementos necesarios dando un buen uso del espacio. (Cecilia Castelli. 2021)

6.2.2.15 Boceto. Es un dibujo realizado de forma esquemática, el objetivo es interpretar la idea sin prestar tanto detalle a lo estético. Se realiza en cualquier tipo de papel por lo general

es a lápiz, lapicero, rapidógrafo o marcador, en papel y a mano alzada, puramente se trata de ideas básicas. (Significados. 2021)

6.3 Ciencias Auxiliares artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. Es una ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica. Se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos que están vinculados a la semántica y la escritura, como semióticos relacionados a signos humanos y la naturaleza. (Eduardo Ledesma. 2019)

6.3.1.2 Semiología de la imagen. Es una rama de la semiología que trata sobre el estudio o interpretación de las imágenes, objetos y hasta expresiones corporales, para comprender de mejor manera alguna idea o interpretación de lo que se está visualizando, obteniendo un resultado más acertado. (Forbes. 2021)

6.3.1.3 Sociología. Es una ciencia que estudia y analiza la vida social humana, los diversos grupos, sociedades y distintos fenómenos que se presentan en ellas. Su objetivo es el análisis de los seres humanos y sus relaciones sociales con el propósito de aplicar un conjunto de conocimientos sobre la actividad entre humanos. Esta observa a profundidad los distintos grupos. (Giddens. 2000)

6.3.1.4 Psicología. Es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales, describe y explica los aspectos relacionados con las percepciones, sentimientos, forma de pensar y las acciones de las personas. La psicología investiga e interviene en el individuo, sobre la manera de percibir e interiorizar la realidad que le rodea. Se define como la ciencia que estudia el comportamiento del ser humano. (Adrián Triglia. 2016)

6.3.1.5 Psicología del color. Es el campo dedicado a estudiar y analizar el efecto del color en la percepción y la conducta de las personas. El estudio de este constituye una consideración habitual en disciplinas como el diseño, la arquitectura, la moda, la señalética, la publicidad y el arte. (Heller, 2008)

6.3.1.6 Psicología del consumidor. Es la disciplina que estudia los hábitos, actitudes, motivos, personalidades, medio ambiente y percepciones en general de las personas dentro de una sociedad y que determinan la conducta de compra hacia un producto o servicio. (Forero C. 1978)

6.3.1.7 Estadística. Es una ciencia que utiliza datos numéricos para obtener inferencias basadas en el cálculo de probabilidades. Una estadística es también un conjunto de datos obtenidos a través de un estudio estadístico. (WordPress. 2015)

6.3.1.8 Deontología. Se denomina la ciencia que trata sobre el conjunto de deberes y principios éticos que conciernen a cada profesión, oficio o ámbito laboral. (Significados. 2021)

6.3.1.9 Tecnología. Se conoce a la tecnología como un producto de la ciencia y la ingeniería que envuelve un conjunto de instrumentos, métodos, y técnicas que se encargan de la resolución del conflicto. (Brainly. 2021)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Fotografía. Es la captación de forma permanente de una imagen por medio de la acción de luz. Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible al resplandor. El objetivo está formado por un grupo de lentes que regulan y acomodan el haz de luminosidad y del diafragma, que determina la cantidad de la que entra, en su función de apertura. (ecured. 2019)

6.3.2.2 Tipografía. Estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. Tiene una dimensión técnica y funcional basada en el oficio de tipógrafos e impresores. Cuentan con sistemas de medición y cálculo que ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual. (Juárez. 2019)

6.3.2.3 Ilustración. Es la expresión gráfica de una idea, plasmada en un papel como boceto o arte final para su aplicación en cualquier medio de comunicación visual. Es cualquier tipo de dibujo o representación gráfica creada artificialmente. (A.G. 2019)

6.3.3 Teorías.

6.3.3.1 Teoría del color. Es un conjunto de reglas básicas para la mezcla de colores para alcanzar el efecto deseado, realizado a base de una combinación. A través de los primarios se puede establecer una mezcla y obtener una extensa gama de posibilidades de tonos. Existe dos tipos de color: Luz y materia. (Bender. 2019)

El color luz es inmaterial generado por el sol o proyectores artificiales como: Bombillas, llamas, entre otros. El color materia se compone por pigmentos artificiales como: acrílicos, óleos, esmaltes, entre otros. (Bender. 2019)

6.3.3.2 Teoría de Gestalt. Encargada de observar y conocer cómo funciona e influye la mente del ser humano además del comportamiento. El estudio sugiere que el humano percibe el mundo como un todo jugando un papel más completo en la sensación y percepción del ser humano. (Briceño V, Gabriela. 2018)

La Gestalt realizó una revolución copernicana en psicología al plantear la percepción como proceso inicial de la actividad mental y no un derivado cerebral de estados sensoriales. (Oviedo. 2019)

6.3.4 Tendencias.

6.3.4.1 Minimalismo. Es un movimiento artístico multidisciplinar, conocido por su aplicación en diversos ámbitos del arte y del diseño, principalmente en las artes visuales. El minimalismo en su ámbito general es referido a cualquier cosa que se haya desnudado a lo esencial, despojada de elementos sobrantes, o que proporciona solo esbozo de su escultura, dicho minimalismo es la tendencia a reducir a lo esencial. (Gabriela Gil. 2019)



Imagen 1. Ejemplo de estilo minimalista. Autor: Cecilia Castelli (2012)



Imagen 2. Ejemplo de Minimalismo. autor: Duane Dalton (2021)

6.3.4.2 Tendencias Tipográficas. Técnica moderna que consiste en la mezcla de diversas tipografías en un solo diseño para generar un impacto más efectivo al depender de lo que se desea transmitir con el texto, dicha tipografía es fundamental en el mensaje visual que se genera.



Imagen 3. Ejemplo de tipografía. Autor: Type Faith Fonts, Tipografía Organa (2021)

6.3.4.3 Tendencias de color. Técnica que implica el uso de 2 o más tonalidades sobre el diseño, genera un campo visual atractivo y armónico para la visualización del consumidor, influenciado en su percepción. A continuación, se presenta las tendencias de color del año 2021

6.3.4.4 Colores pastel. Utilización de colores pasteles en diferentes tonalidades para resaltar ciertos elementos en una pieza. los usuarios buscan experiencias de navegación cuyos colores sean tranquilizantes. La utilización de magentas, rosas y naranjas sutiles serán de gran importancia para generar un impacto en los usuarios.



Imagen 4. Ejemplo de colores pastel. Autor: Freepik, colores pastel (2021)

6.3.4.5 Colores monocromáticos. Una paleta de colores monocromáticos consiste en un conjunto de tonalidades derivadas de un solo color. Es posible agregar otro color plano que sea complementario para resaltar ciertos elementos. Las personas querrán ver piezas armoniosas cuyos colores se complementen entre sí, transmitiendo serenidad y armonía. (Crehana. 2021)



Imagen 5. Ejemplo de color monocromático. Autor: Pexels (2021)

6.3.4.6 Colores planos. La utilización de colores planos creados para garantizar la comodidad de nuestra vista, mediante diseños simples, sutiles, frescos y naturales que faciliten la navegación en línea durante un tiempo prolongado. (Libero. 2021)



Imagen 6. Ejemplo de colores planos. Autor: Pixabay (2018)

6.3.5 Tablero de Tendencias.



Imagen 7. autor: Andy Paniagua, Tablero de tendencias (2021)

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

7.1.1 Comunicación. Es aplicada dentro del diseño del catálogo digital, se busca transmitir un mensaje claro y fácil de comprender para el usuario, recibiendo una retroalimentación sobre la empresa y productos que Luces Chinas El Dragón ofrece.

7.1.2 Diseño. De vital importancia para brindar un aspecto visual atractivo, llamativo y agradable que vaya acorde con la imagen de Luces Chinas El Dragón. El equilibrio entre funcionalidad y estética ayudará a captar la atención de usuarios que puedan convertirse en clientes reales luego de utilizar el catálogo.

7.1.3 Semiología. Se busca analizar los diferentes símbolos y signos que ayudará a familiarizar al grupo objetivo con la marca, los usuarios podrán comprender con facilidad los contenidos que se van a incluir en el catálogo.

7.1.4 Semiología de la imagen. Permite al grupo objetivo la interpretación sobre toda la información necesaria sobre los productos y aspectos de la empresa. Aplicándolo de manera ordenada y minimalista facilita la comprensión mediante lo que se visualiza en el diseño de una forma atractiva y agradable posicionándolo en la mente del usuario.

7.1.5 Sociología. Es importante conocer al grupo objetivo y el entorno para la utilización del catálogo digital, en función de interés, necesidades y expectativas. De esta manera se logra la aplicación correcta del mensaje a transmitir de la empresa y diseñar una propuesta llamativa y diferente.

7.1.6 Deontología. La información brindada debe ser verídica al igual que las fotografías deben mostrar la imagen real de los productos de Luces Chinas El Dragón. Se lleva un

compromiso moral y ético para que se dé el uso correcto de la información y productos de la empresa.

7.1.7 Psicología del color. Al momento de aplicar al diseño, ayuda a fortalecer cómo se capta la atención del usuario. Elegir la paleta de colores adecuada es necesario para influir en la percepción y comportamiento de los usuarios al ingresar al catálogo.

7.1.8 Psicología del consumidor. Se utilizará para identificar el comportamiento del consumidor y conseguir la mejor experiencia, utilizando componentes emocionales e iconos agradables para captar la atención de los usuarios estableciendo una relación más estrecha con los clientes y la marca.

7.1.9 Fotografía. Utilizar fotografías del producto permite captar la atención del usuario e invitar a leer el contenido de manera efectiva. Además, mostrar los productos marcan la diferencia en el mercado dándose a conocer e invitan al consumidor a adquirir y conocer los productos que la empresa ofrece.

7.1.10 Tipografía. Es indispensable utilizar tipografía legible y que sea funcional, para facilitarle a los usuarios leer y ver desde cualquier dispositivo, desde una tablet hasta un smartphone. Se utiliza la combinación de texto e imagen para lograr un diseño funcional y agradable.

7.1.11 Minimalismo. La aplicación de esta tendencia hace que sobresalga el contenido, utilizando elementos necesarios con mensajes cortos y claros, que eviten la sobrecarga visual y ayudan a la comprensión del lector.

7.1.12 Tecnología. Siendo un medio rápido y que muchas empresas hoy en día utilizan, siendo accesible a casi todas las personas teniendo un mayor alcance. Además, la

versatilidad de los medios tecnológicos hace que el costo de estos sea menor al de otro tipo de medios.

El catálogo está pensado para colocarse en plataformas digitales como Issuu o Flipsnack debido a que es una forma llamativa, de fácil uso y efectiva para llegar al consumidor. Con la actual emergencia sanitaria muchas empresas emplean medios tecnológicos como una respuesta al cambio y adaptación que existe. Siendo una forma segura y rápida de visualizar el contenido.

7.1.13 Teoría del color. Se emplea para aplicar con certeza los colores que se deben mezclar al momento de la elección de color predominante, las sensaciones que se provocan y lograr el resultado deseado. Así lograr el diseño adecuado para el catálogo.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método. “Listado de atributos”. Es una técnica creada por R.P. Crawford, ideal para la generación de nuevos productos. También puede ser usada en la mejora de servicios o utilidades de productos ya existentes. (Neuronilla, 2021)

Se emplea un listado de características y atributos del producto o servicio que se requiere mejorar para encontrar nuevas variables que permitan cambiar la función o mejorar cada uno de los atributos. (Neuronilla, 2021)

Al momento de aplicar el método nos permitirá elaborar un listado de atributos que posee la empresa Luces Chinas El Dragón, para formular la frase creativa que se implementará al catálogo digital, generando un vínculo entre la organización y el grupo objetivo.

7.2.1.1 Aplicación del método. Se realizó una lista de los atributos actuales de la empresa, de forma individual en dos sesiones, se analizaron los elementos hasta llegar a la definición del concepto que más se apropie.

1

PRIMER PASO

DIFERENCIACIÓN

Calidad

Innovación

Reconocimiento

Garantía

Durabilidad

Experiencia

BENEFICIOS

Diversión

Momentos en familia y amigos

Show

Entretenimiento

Convivencia

Asombro

PRODUCTOS

Coloridos

Diferentes

Facil uso

Mágicos

Explosión

Inolvidables

RESULTADOS

Momentos mágicos inolvidables

Asombro en diferentes colores

Explosión de diversión y experiencias

Entretenimiento de fácil uso

Show de innovación y diversión

Convivencia de calidad y experiencias inolvidables

7.2.2 Definición del concepto. Para un desarrollo exitoso el concepto es empleado a través de tres listados los cuales son: productos, beneficios y la diferenciación que tiene ante la competencia. De esta manera, atrae, genera confianza y un vínculo con en el grupo objetivo, tras desarrollar el método se eligió la siguiente frase conceptual:

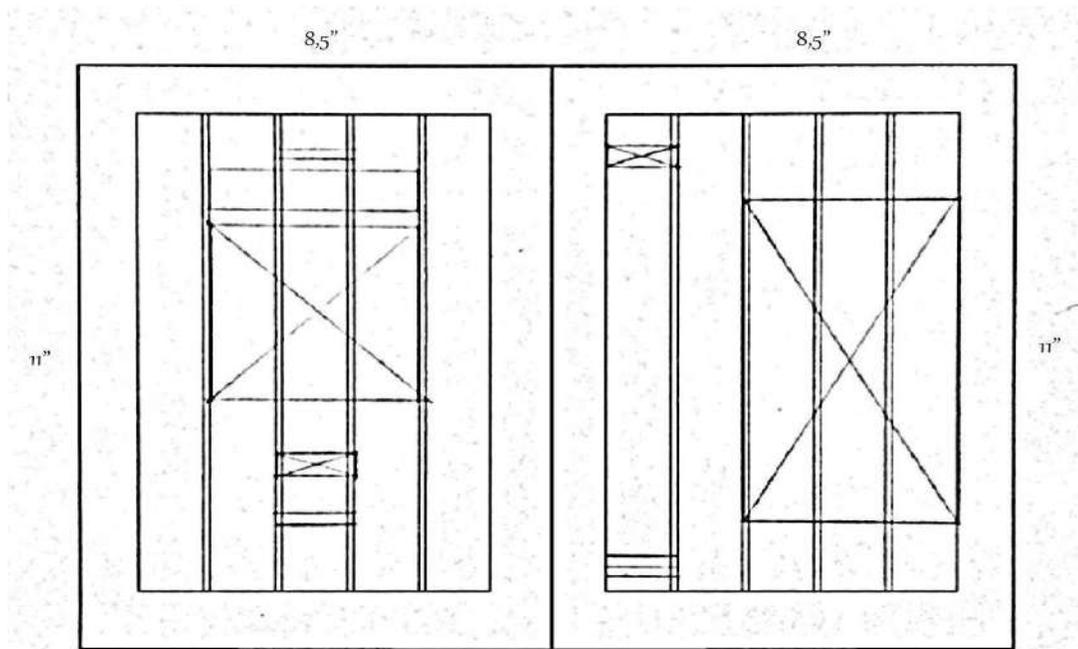
“Convivencias de calidad y experiencias inolvidables”. Esta frase se desarrolló pensando en lo que el grupo objetivo busca en la organización. Plasmando un concepto único y apropiado en el proyecto a realizar.

7.3 Bocetaje.

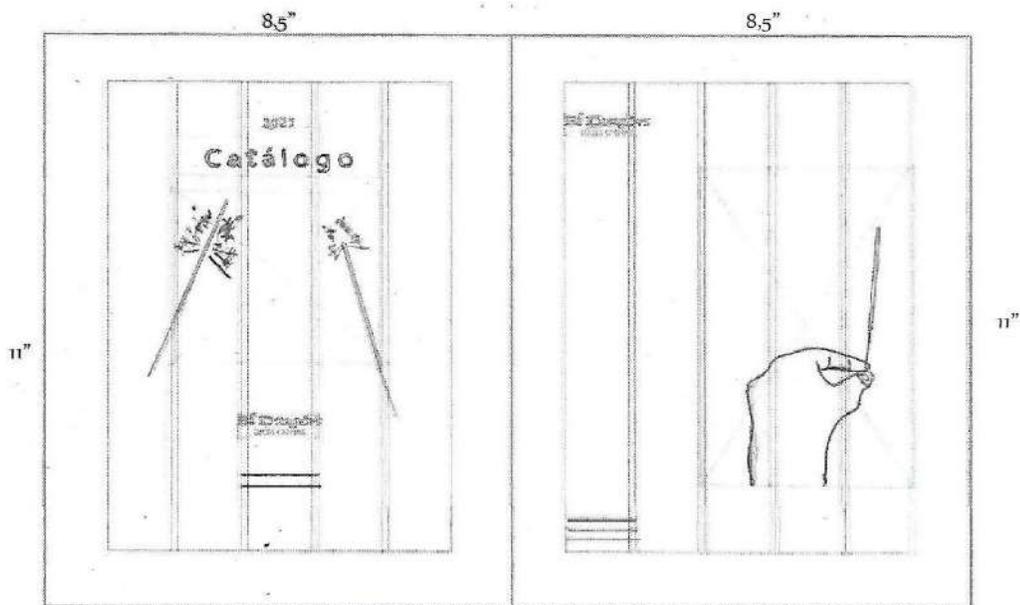
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A

Portada y contraportada



Boceto inicial No. 1, portada y contraportada, propuesta "A".

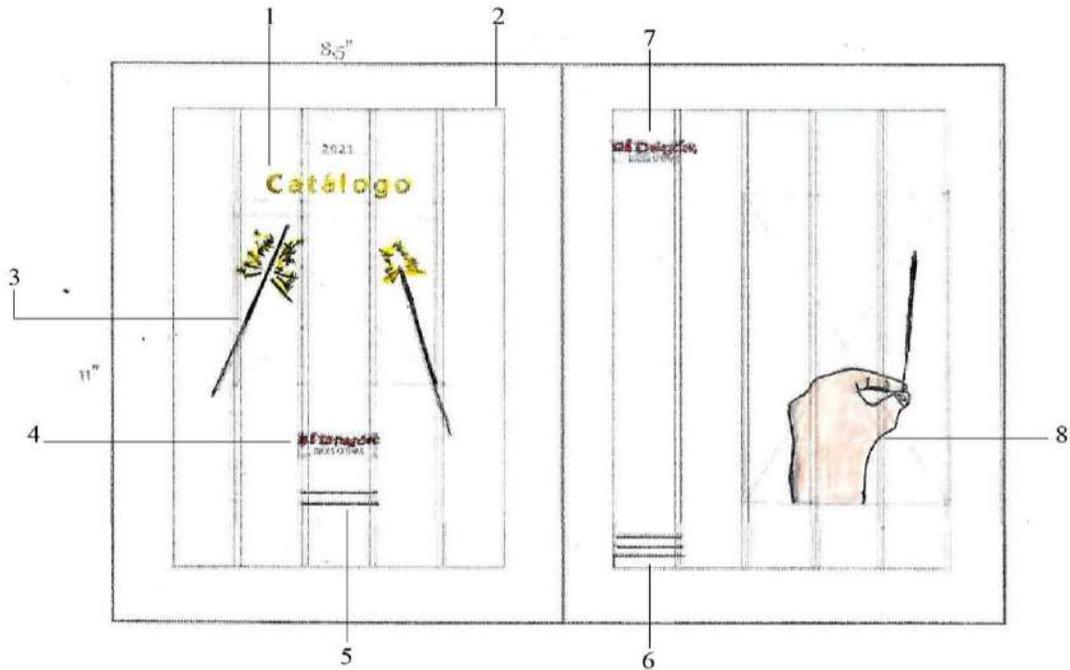


Boceto Intermedio No. 1, portada y contraportada, propuesta "A".

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta A

Portada y contraportada



Boceto No. 1 con numeración de elementos, portada y contraportada, propuesta "A"

Identificación de elementos.

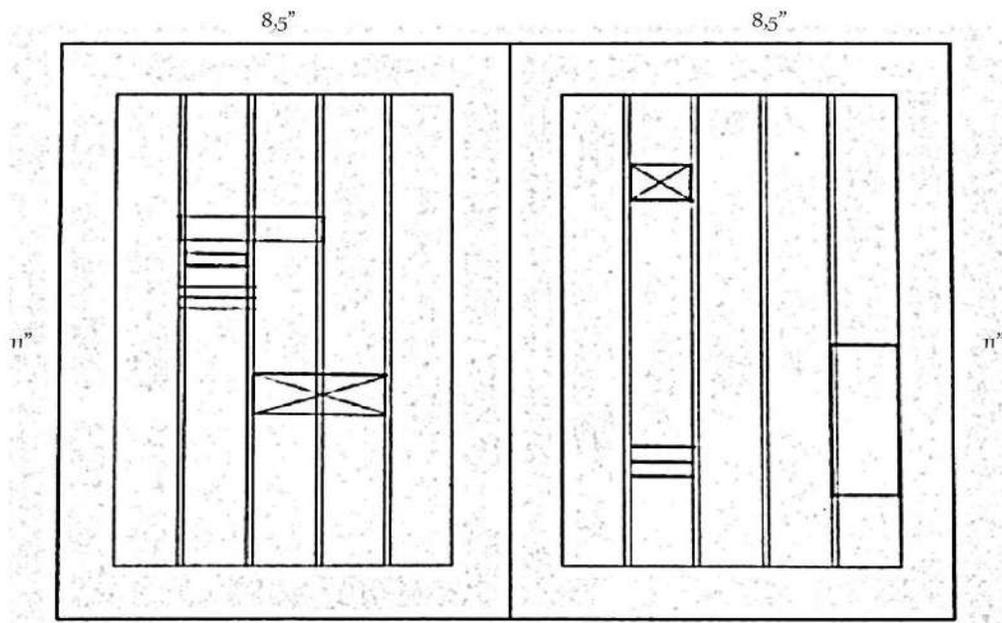
1. Título del catálogo.
2. Margen rectangular.
3. Fotografía de estrellitas.
4. Isologo de El Dragón.
5. Eslogan.
6. Información.
7. Isologo de El Dragón.
8. Fotografía de estrellita.

Descripción: Se propone una portada con poca carga visual, que capte la atención mostrando en mayor parte de la portada la fotografía de productos pirotécnicos conocidos como "estrellitas". Por debajo se encuentra el isologo de la empresa Luces Chinas El Dragón y el concepto planteado "*Convivencias de calidad y experiencias inolvidables*".

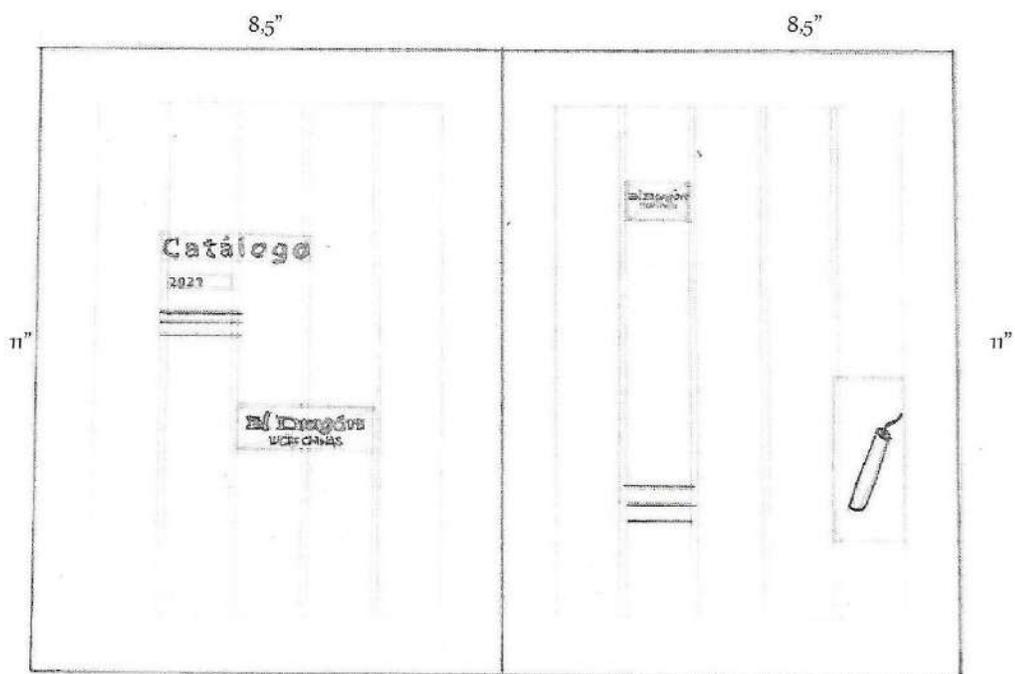
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B

Portada y contraportada



Boceto inicial No. 2, portada y contraportada, propuesta "B".

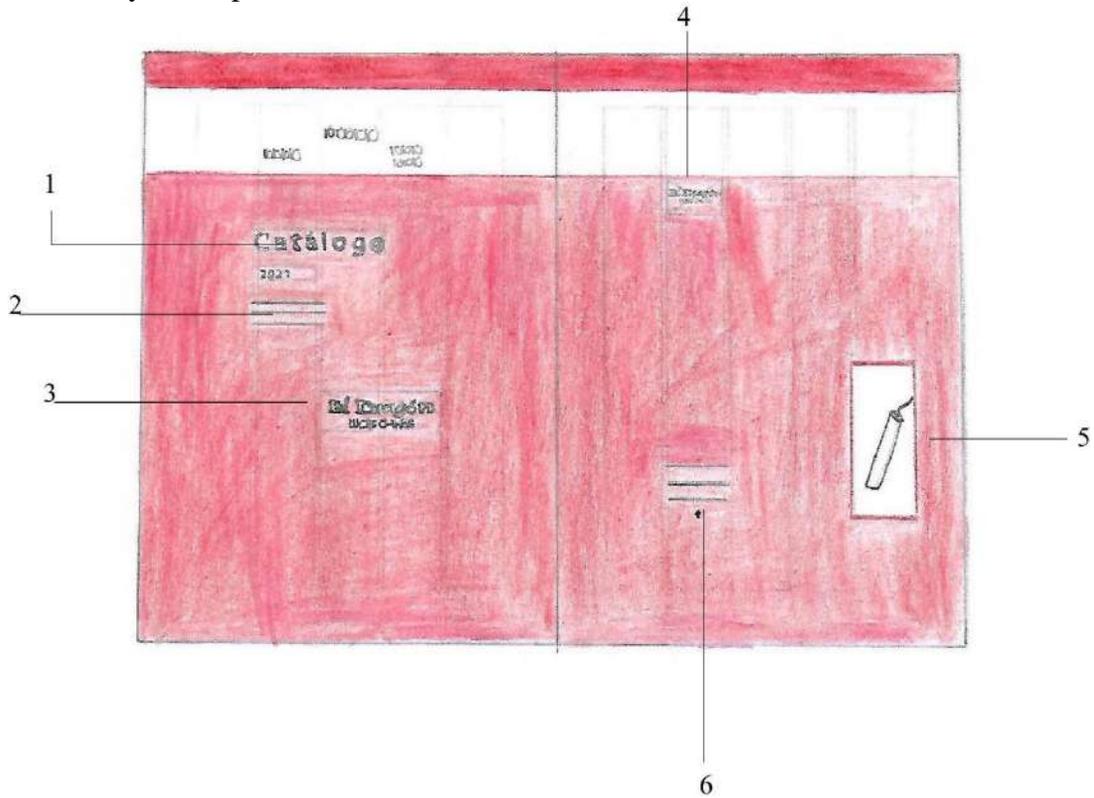


Boceto intermedio No. 2, portada y contraportada, propuesta "B".

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuesta B.

Portada y contraportada.



Boceto No. 2 con numeración de elementos, portada y contraportada, propuesta "B".

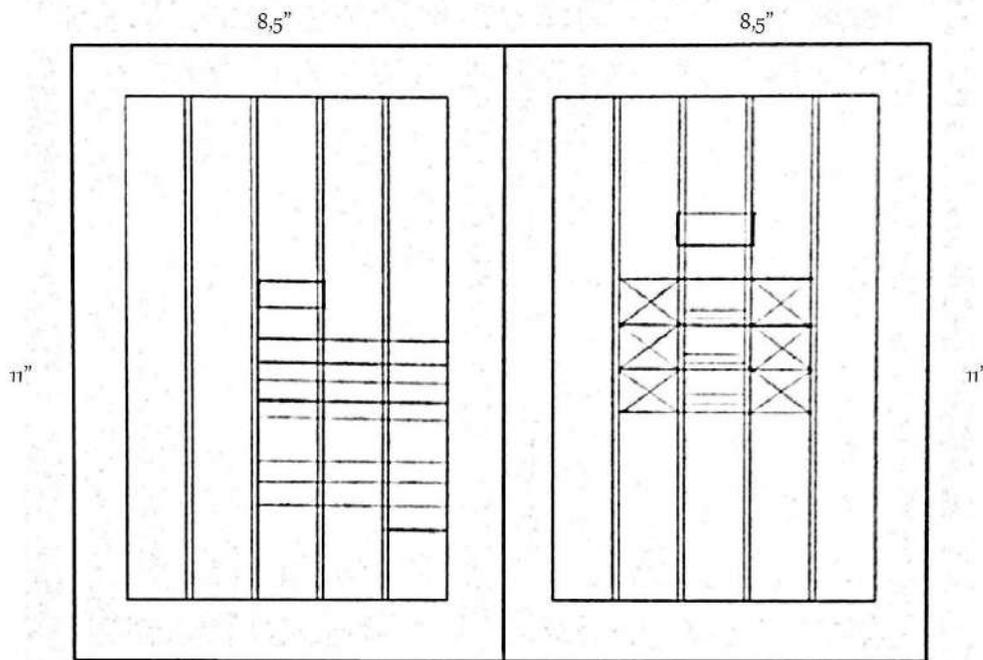
Identificación de elementos.

1. Título del catálogo.
2. Información.
3. Isologo El Dragón.
4. Isologo El Dragón.
5. Fotografía de pirotécnico.
6. Información.

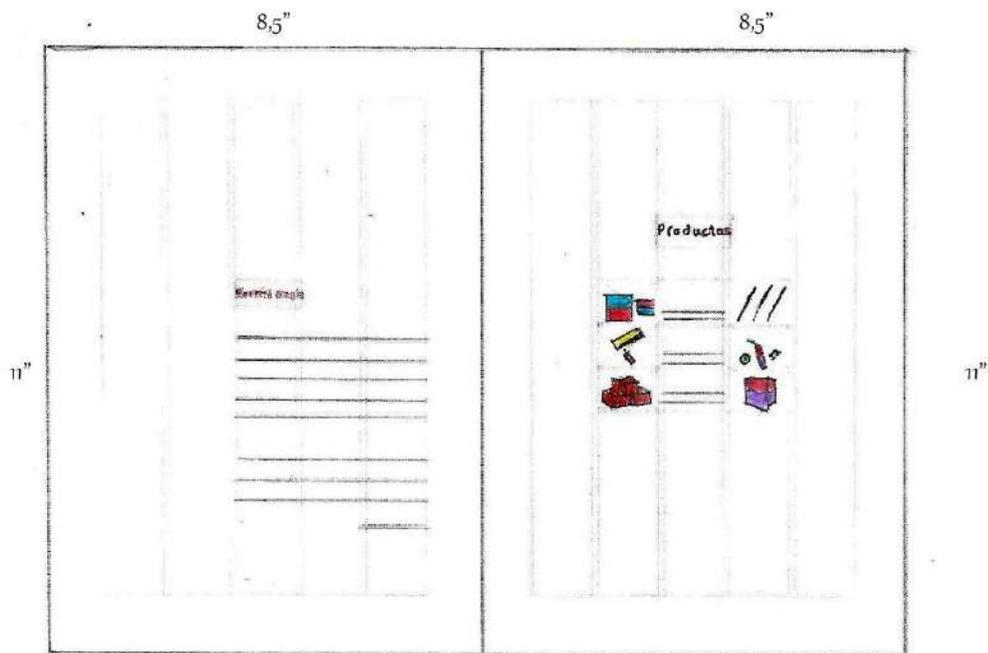
Descripción: Se propone la utilización de un color rojo plano, observándose los elementos necesarios como el isologo de la empresa, título y año correspondiente, para identificar el catálogo, y brinda un aspecto limpio y minimalista.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Páginas de contenido.



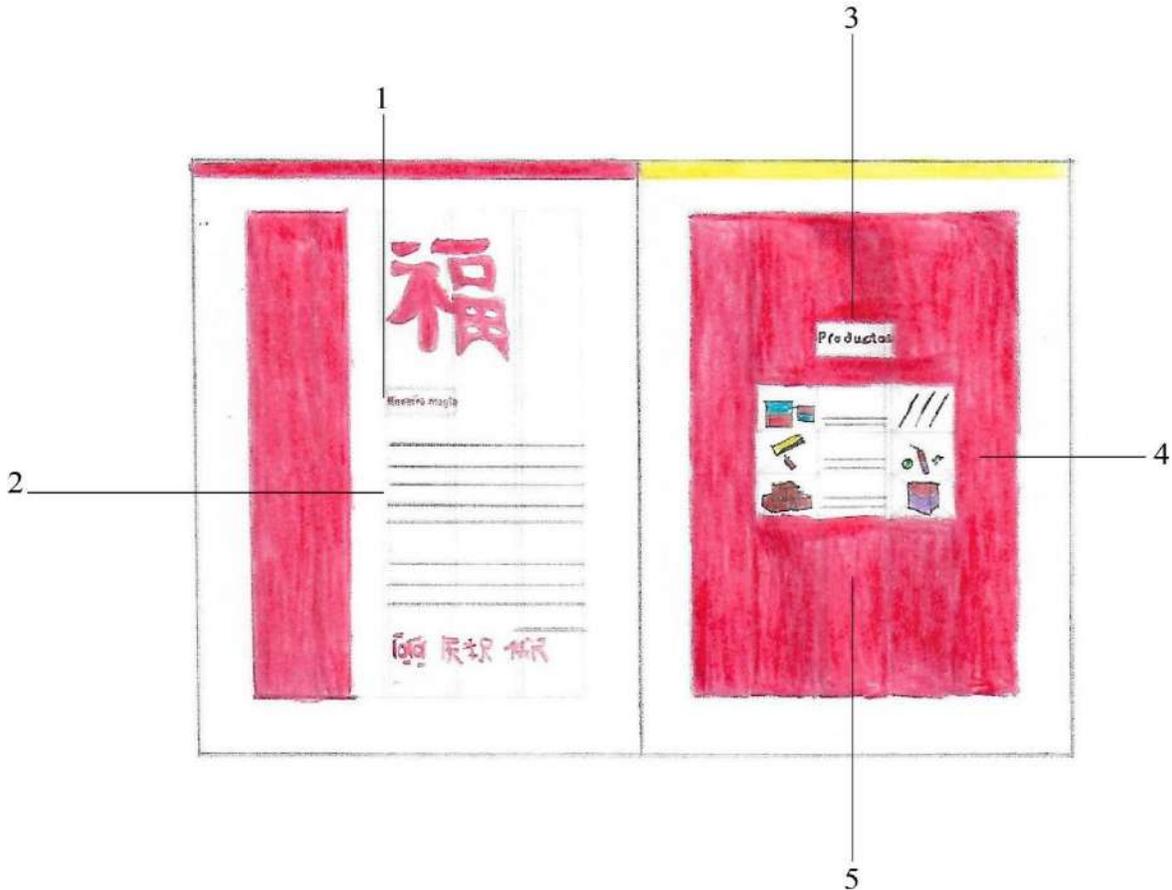
Boceto inicial No. 3, página de introducción y contenido.



Boceto intermedio No. 3, página de introducción y contenido.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Páginas de contenido.



Boceto No. 3 con numeración de elementos, página de introducción y contenido.

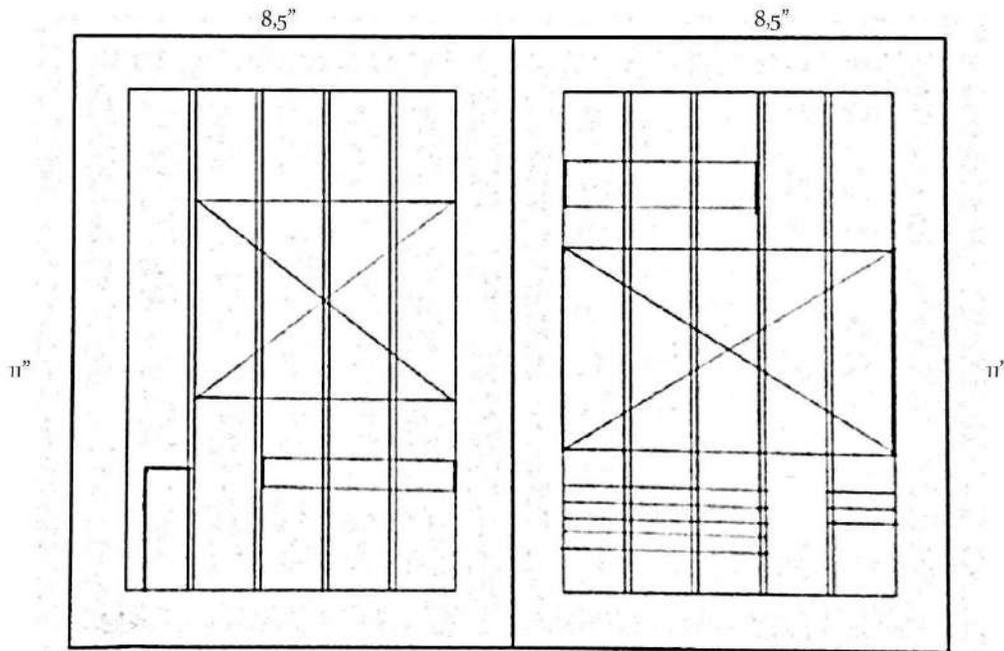
Identificación de elementos.

1. Título “Nuestra Magia”
2. Descripción de la empresa.
3. Título “productos”
4. Fotografías de productos pirotécnicos.
5. Descripción.

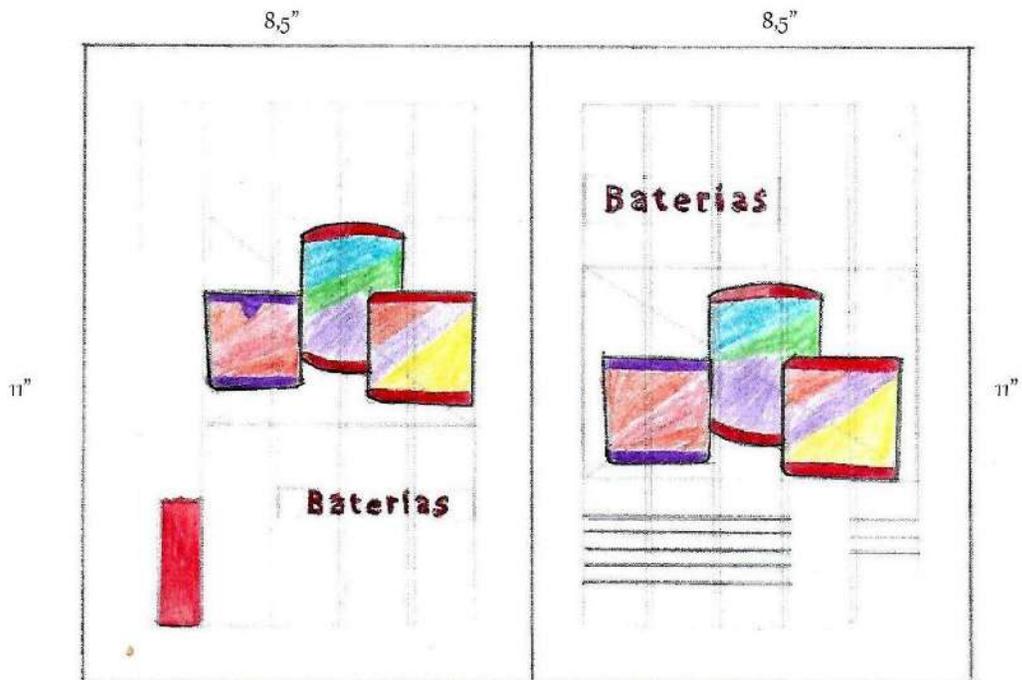
Descripción: Dentro de las páginas de contenido se encuentra el título de “nuestra magia” que irá acompañado de una breve historia sobre la empresa. También en la siguiente página se encuentra la sección “productos” que brinda una pequeña observación a la variedad que Luces Chinas El Dragón ofrece.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuestas de página de producto.



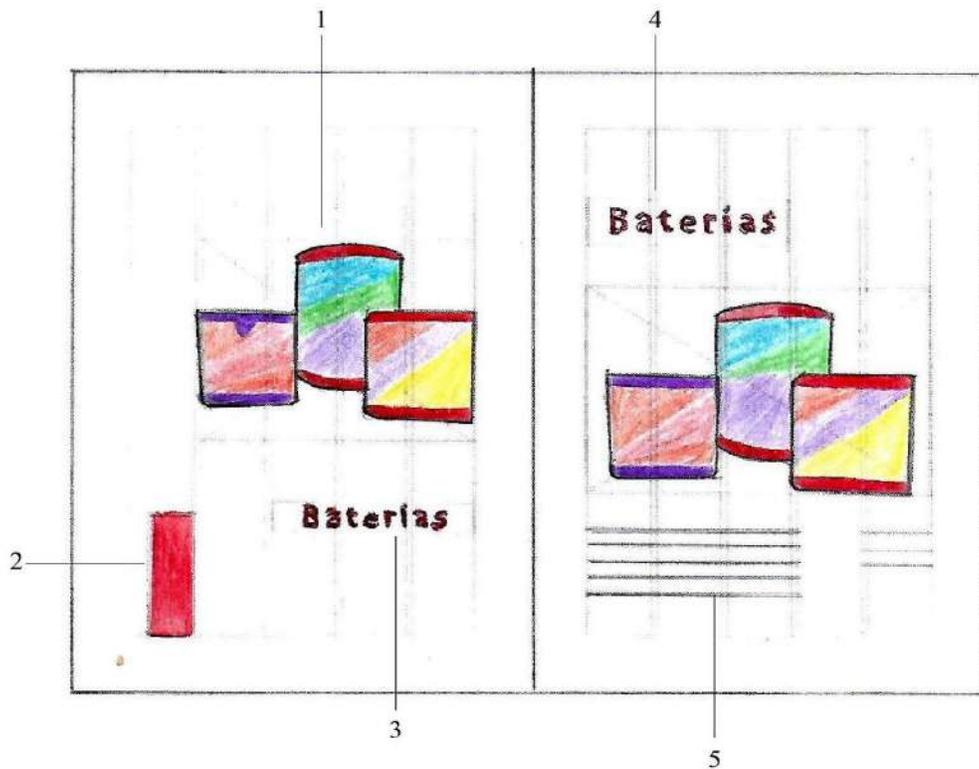
Boceto inicial No. 4, propuesta de páginas de producto.



Boceto a color No. 4, propuesta de páginas de producto.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Propuestas de página de producto.



Boceto No. 4 con numeración de elementos, propuesta de páginas de producto.

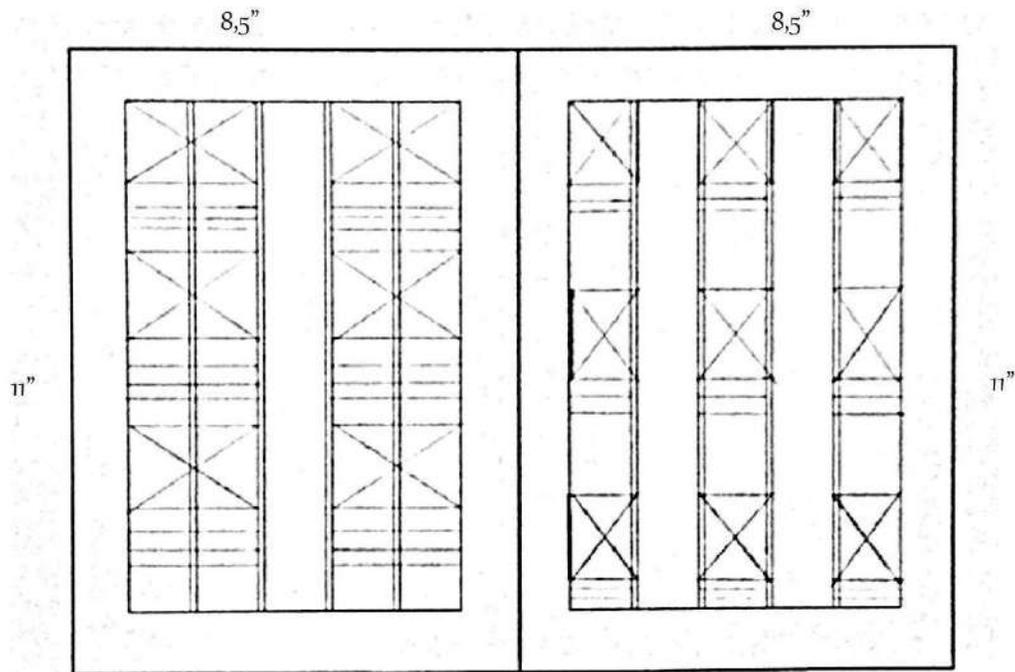
Identificación de elementos.

1. Fotografía baterías de luces.
2. Elemento rectangular.
3. Título "baterías"
4. Título "baterías"
5. Información sobre el producto

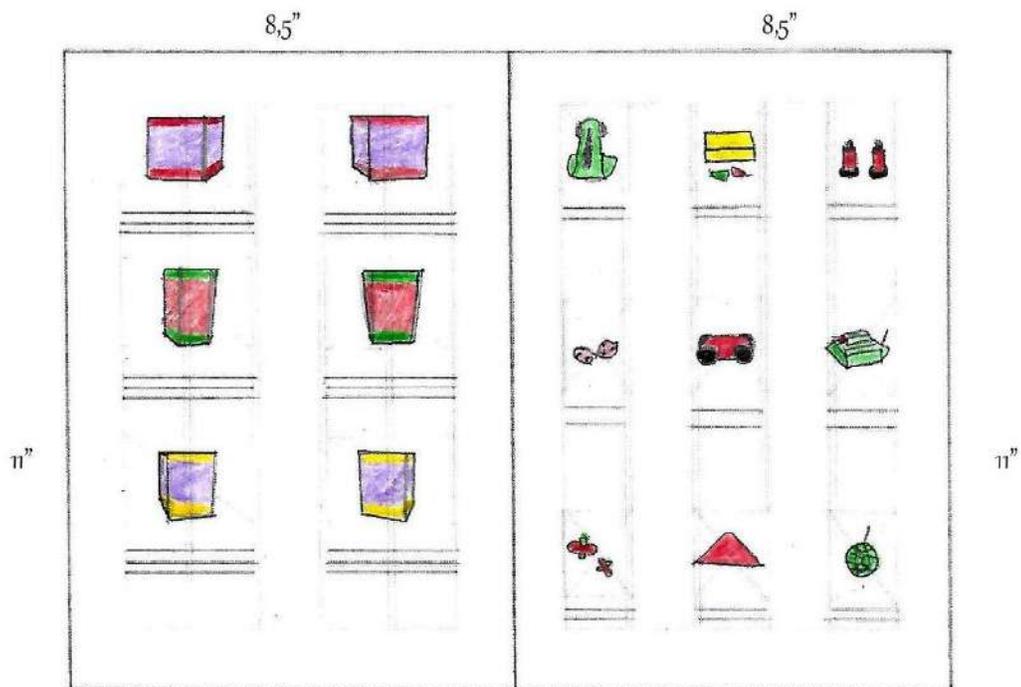
Descripción: Se observan dos propuestas sobre el tipo de producto que se observa, manteniendo un diseño minimalista y llamativo, llevando un orden sobre los productos que se muestran.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Contenido del catálogo.



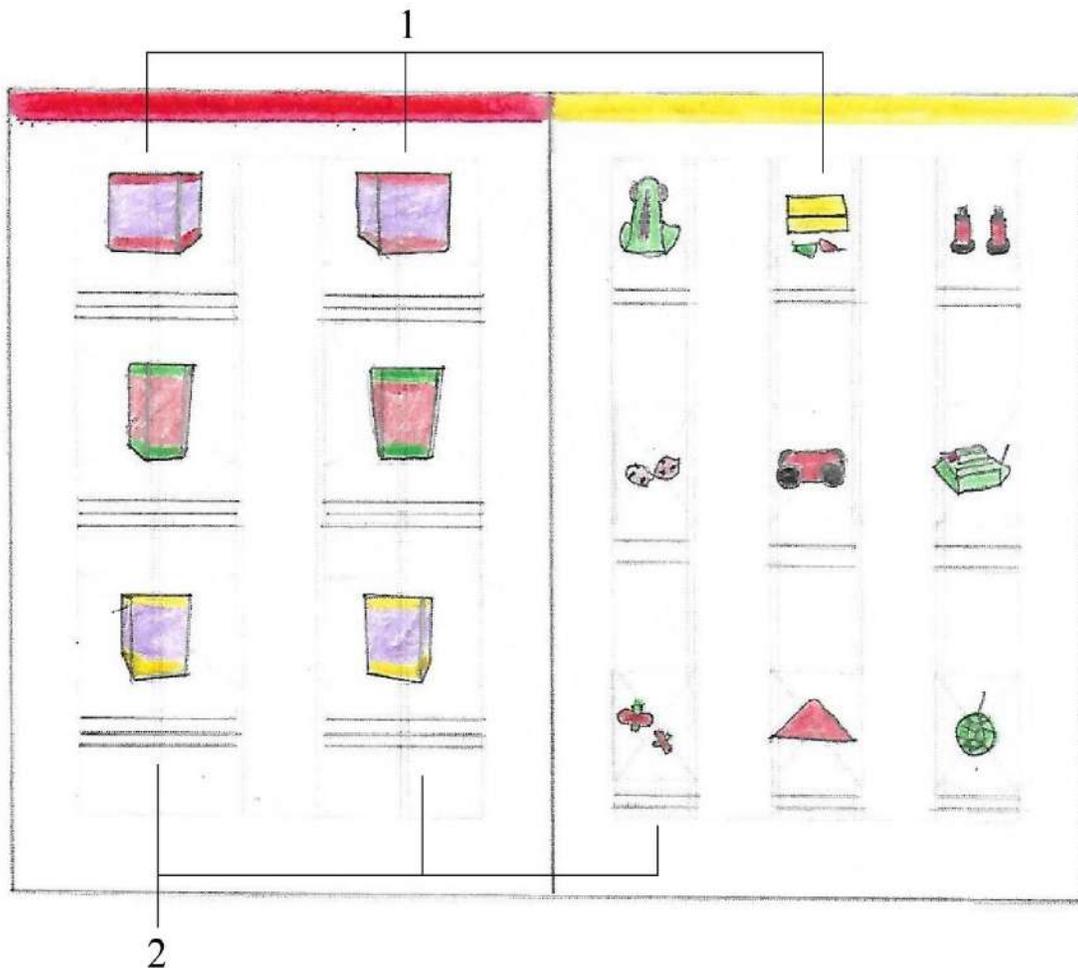
Boceto inicial No. 5, propuesta de páginas de contenido.



Boceto a color No. 5, propuesta de páginas de contenido.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Contenido del catálogo.



Boceto No. 5 con numeración de elementos, propuesta de páginas de contenido.

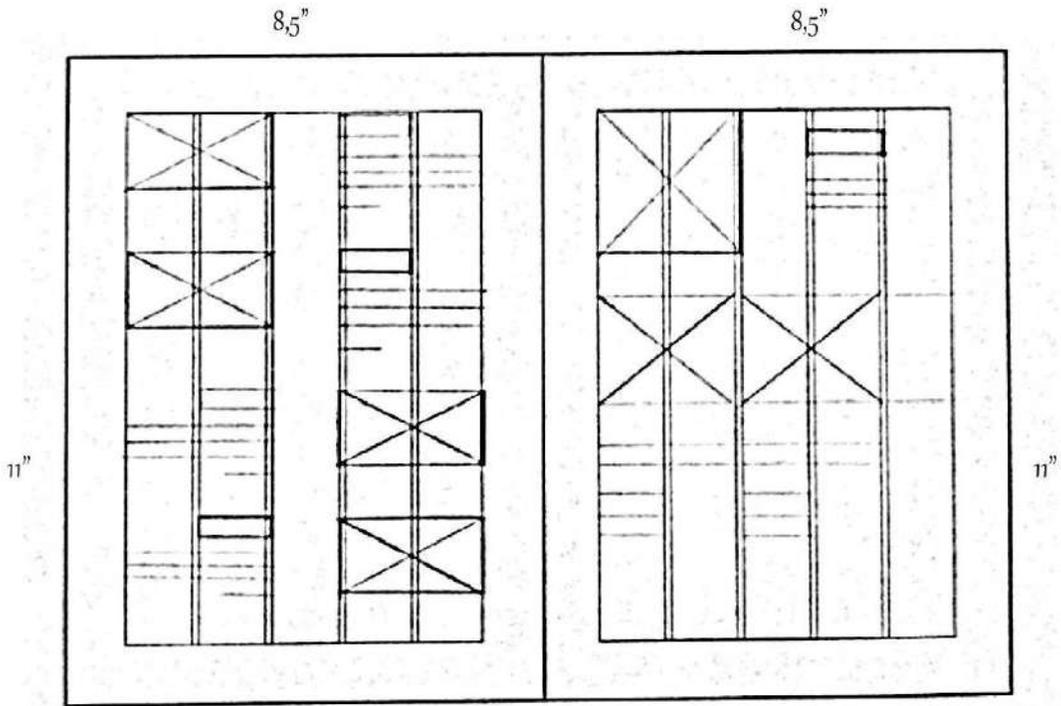
Identificación de elementos.

1. Fotografía de productos pirotécnicos.
2. Breve descripción de productos.

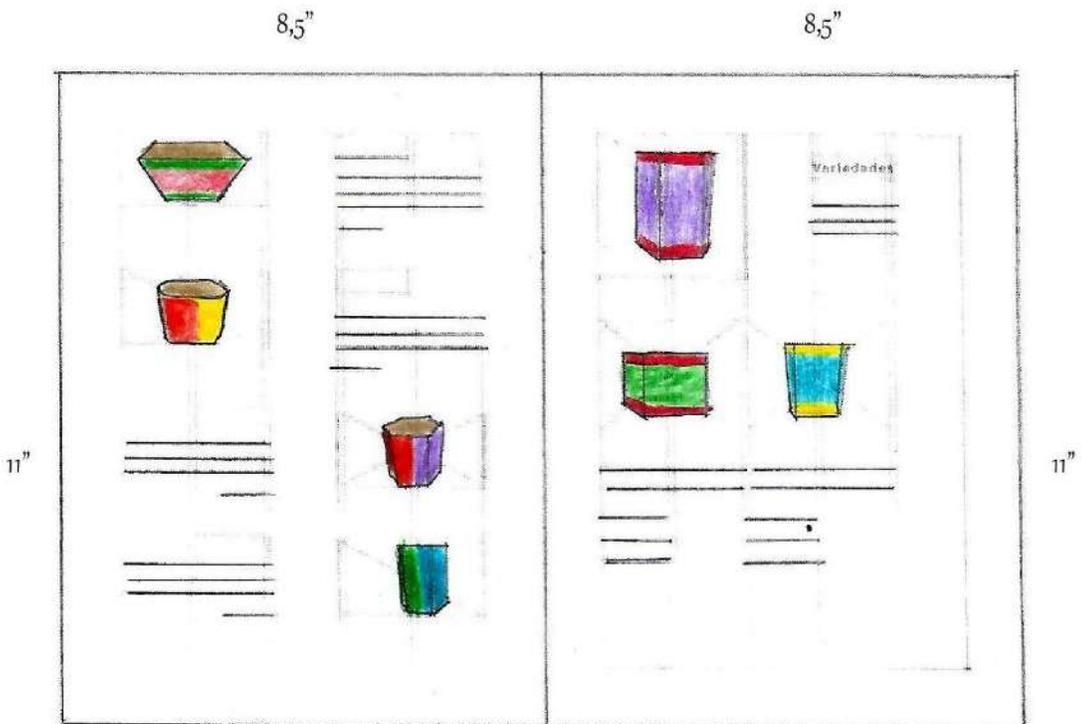
Descripción: Mantener un orden con estética es esencial, por lo que se propone una colocación de elementos con información breve relevante sobre los productos.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Contenido del catálogo.



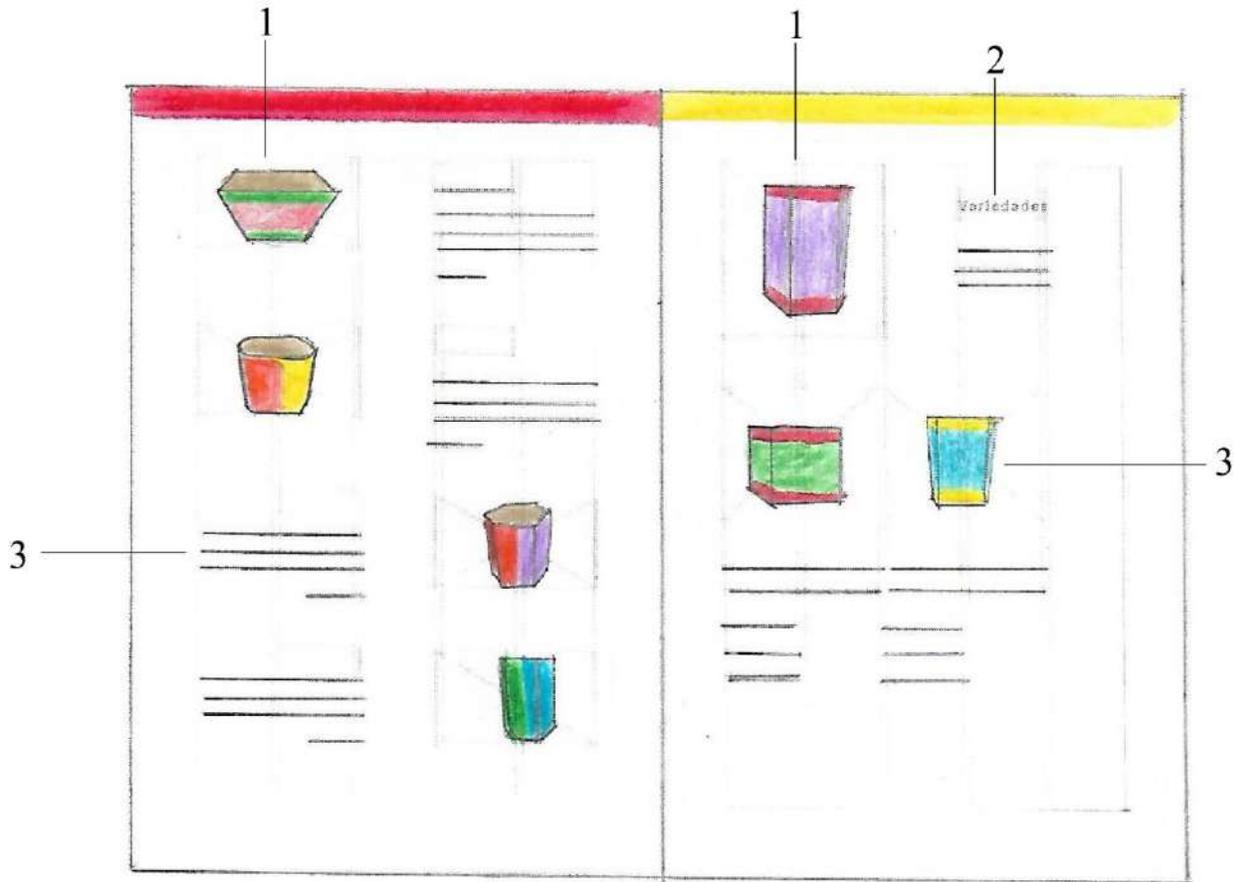
Boceto Inicial No. 6, contenido del catálogo.



Boceto a color No. 6, contenido del catálogo.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Contenido del catálogo.



Boceto No. 6 con numeración de elementos, contenido del catálogo.

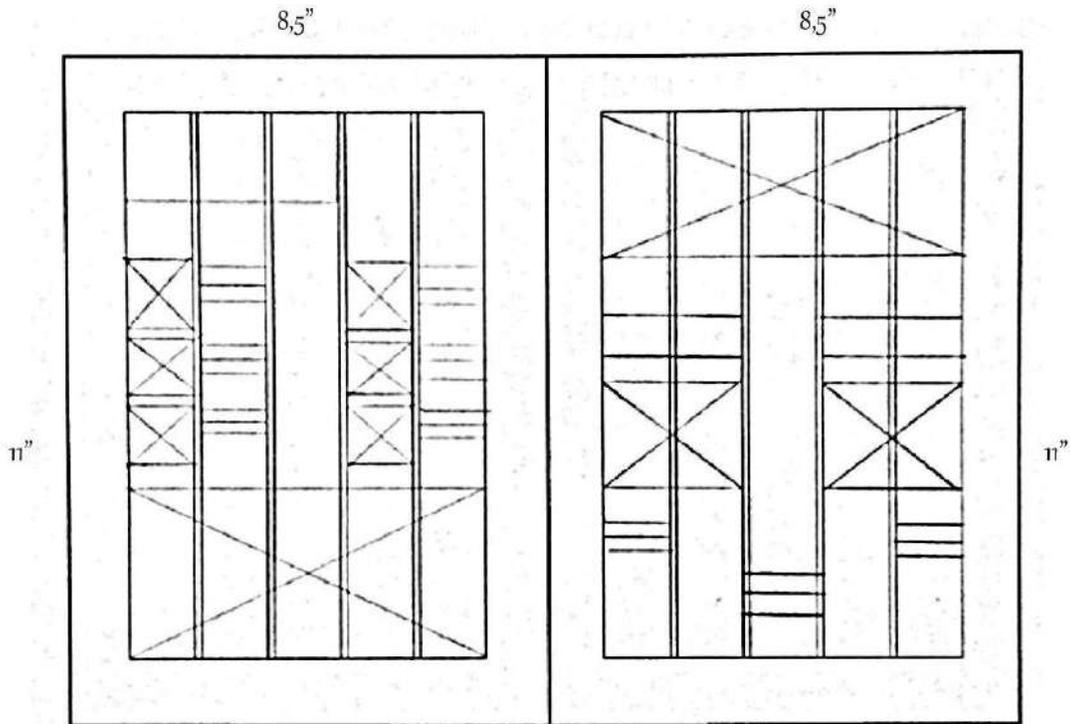
Identificación de elementos.

1. Fotografía de productos pirotécnicos.
2. Título "Variedades"
3. Breve descripción del producto.

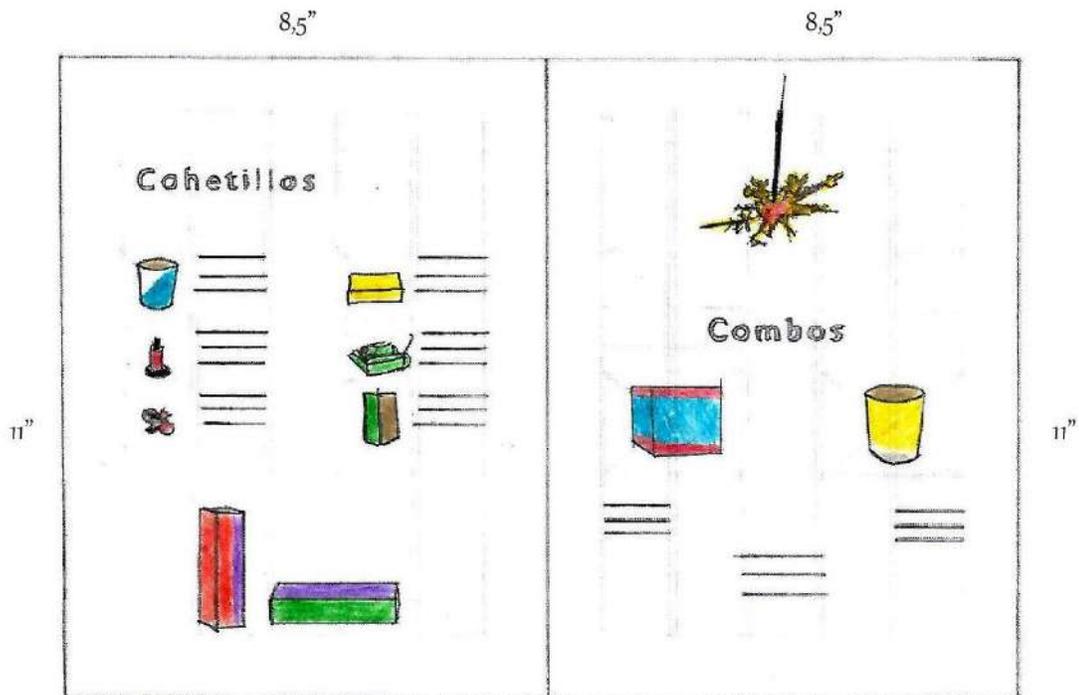
Descripción: Para que la lectura del catálogo sea dinámica, se propone un diseño con diferente orden de elementos que mantienen el atractivo y captan la atención del lector.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Contenido del catálogo.



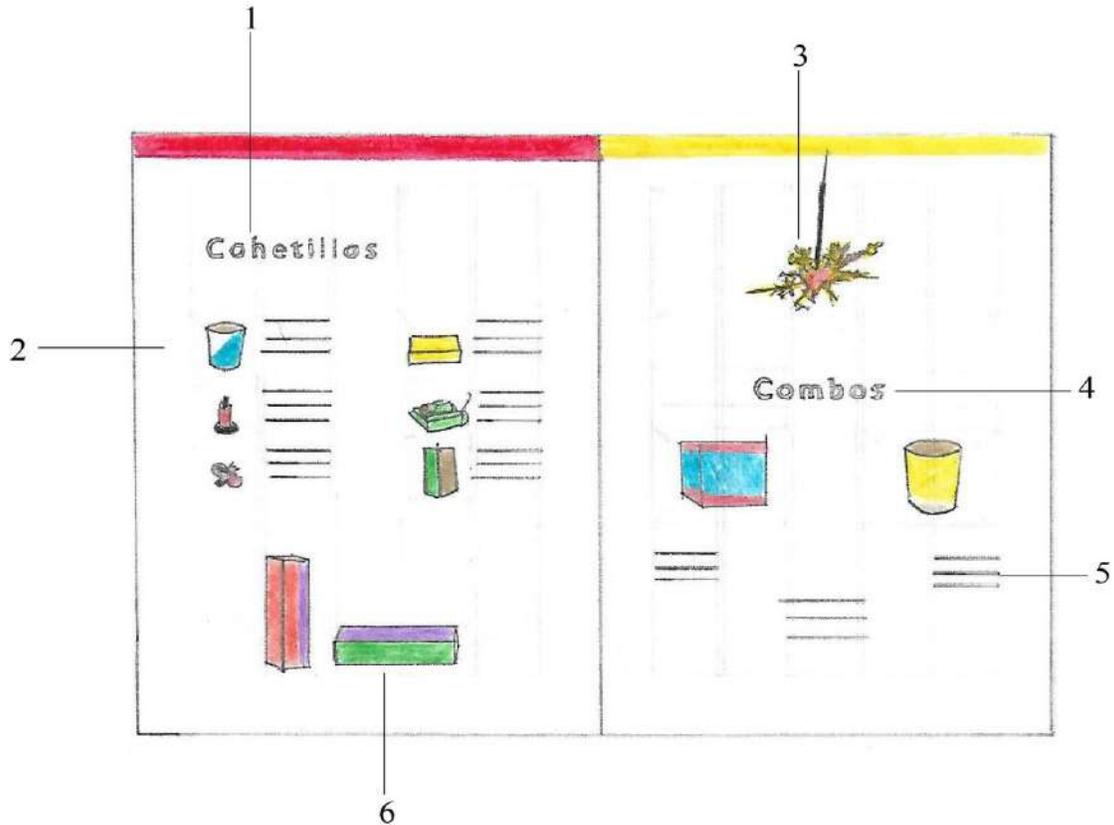
Boceto Inicial No. 7, contenido del catálogo.



Boceto a color No. 7, contenido del catálogo.

7.3.1 Proceso de bocetaje.

Contenido del catálogo.



Boceto No. 7 con numeración de elementos, contenido del catálogo.

Identificación de elementos

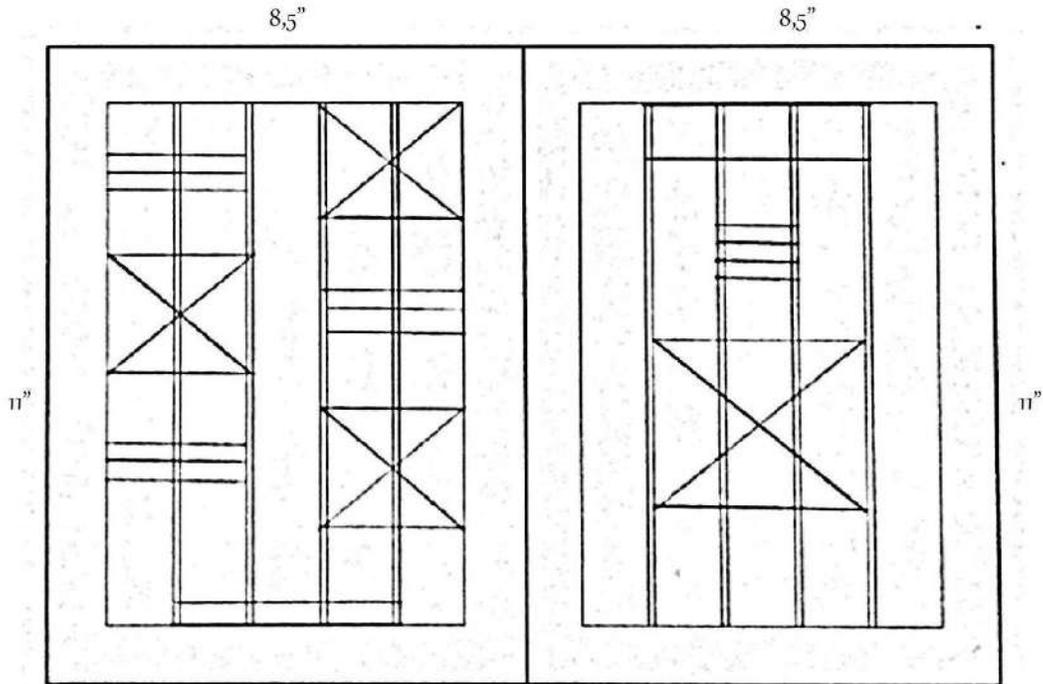
1. Título "Cohetillos".
2. Fotografía de producto.
3. Fotografía de estrellita.
4. Título "combos"
5. Breve información.
6. Fotografías de producto a un mayor tamaño

Descripción: Propone dinamismo y contenido de baja carga visual al hacer la visualización agradable y variar en tamaño las fotografías de producto para captar interés.

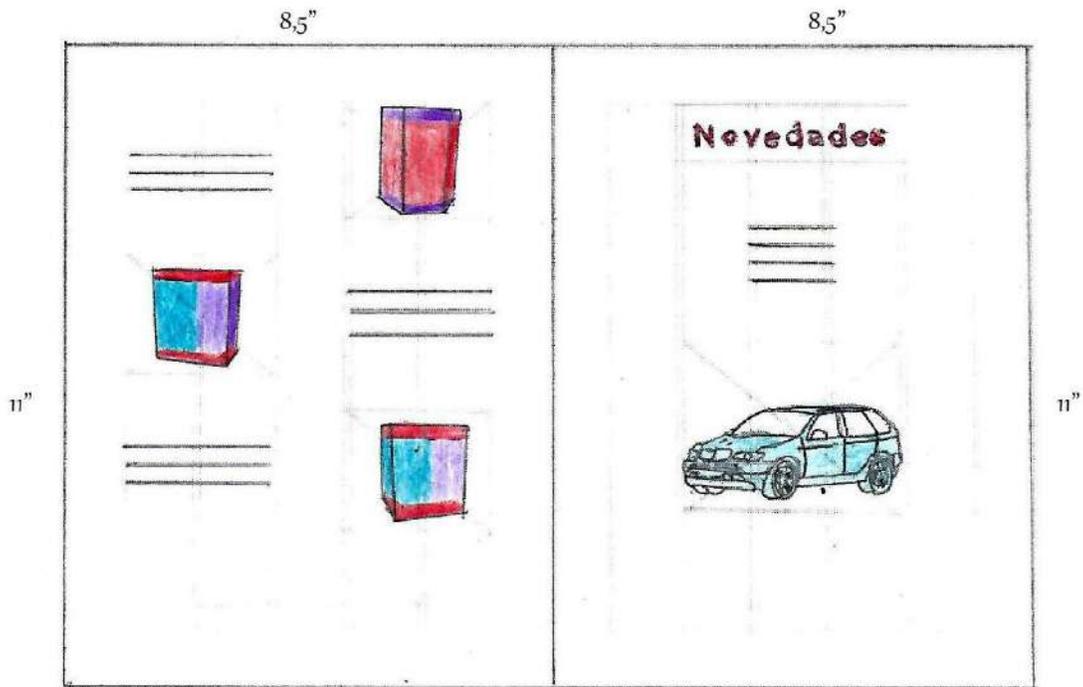
7.3.1 Proceso de bocetaje.

Contenido del catálogo.

Boceto inicial No. 8, contenido del catálogo.



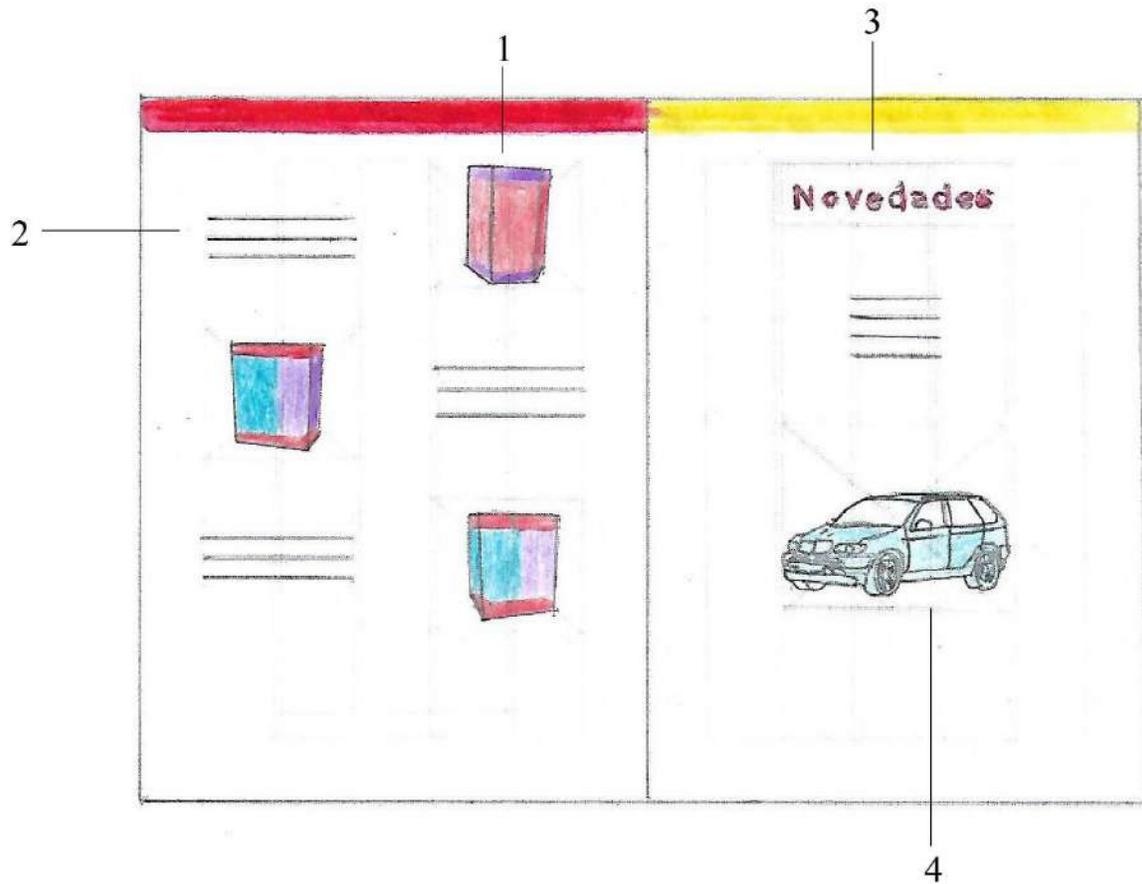
Boceto a color No. 8, contenido del catálogo.



7.3.1 Proceso de bocetaje.

Contenido del catálogo.

Boceto No. 8 con numeración de elementos, contenido del catálogo.

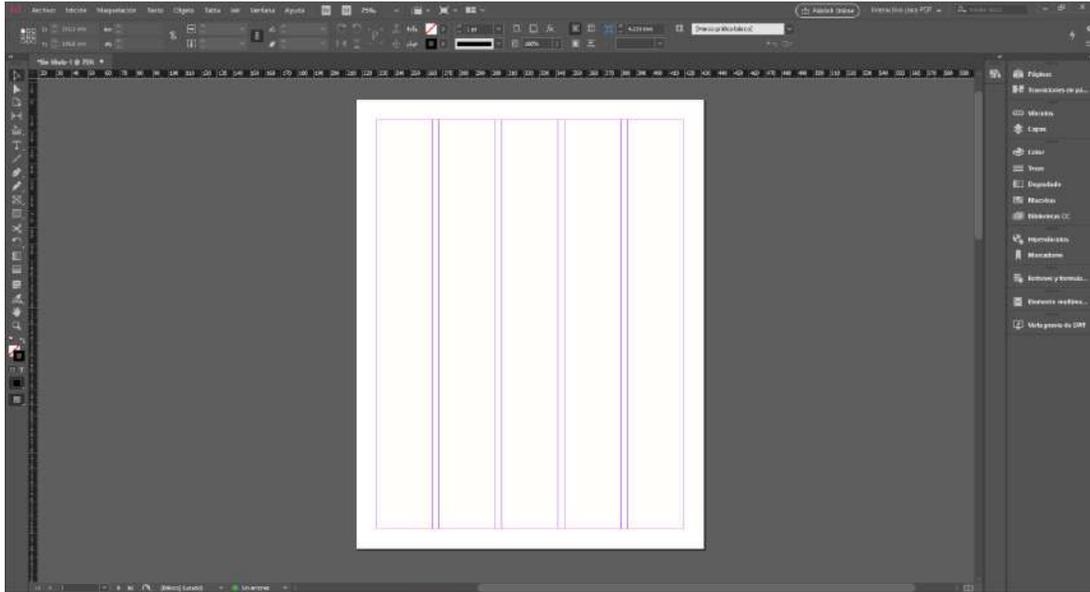


Identificación de elementos.

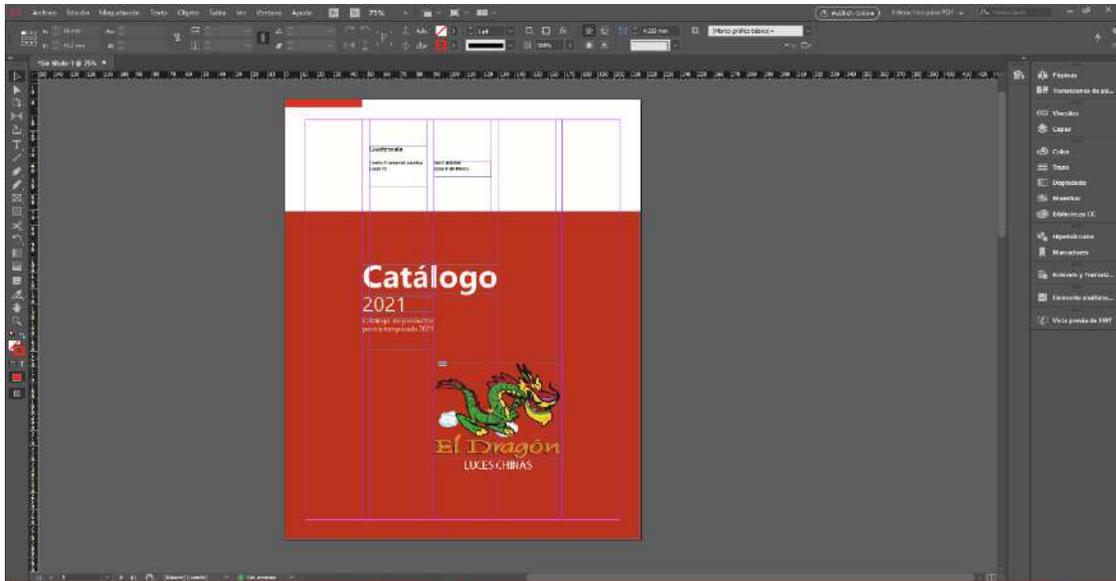
1. Fotografía de productos.
2. Breve descripción de producto.
3. Título “novedades”

Descripción: La variación en tamaños y cantidad de productos en las páginas invitan a continuar observando el catálogo, ya que la carga visual es mínima.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.



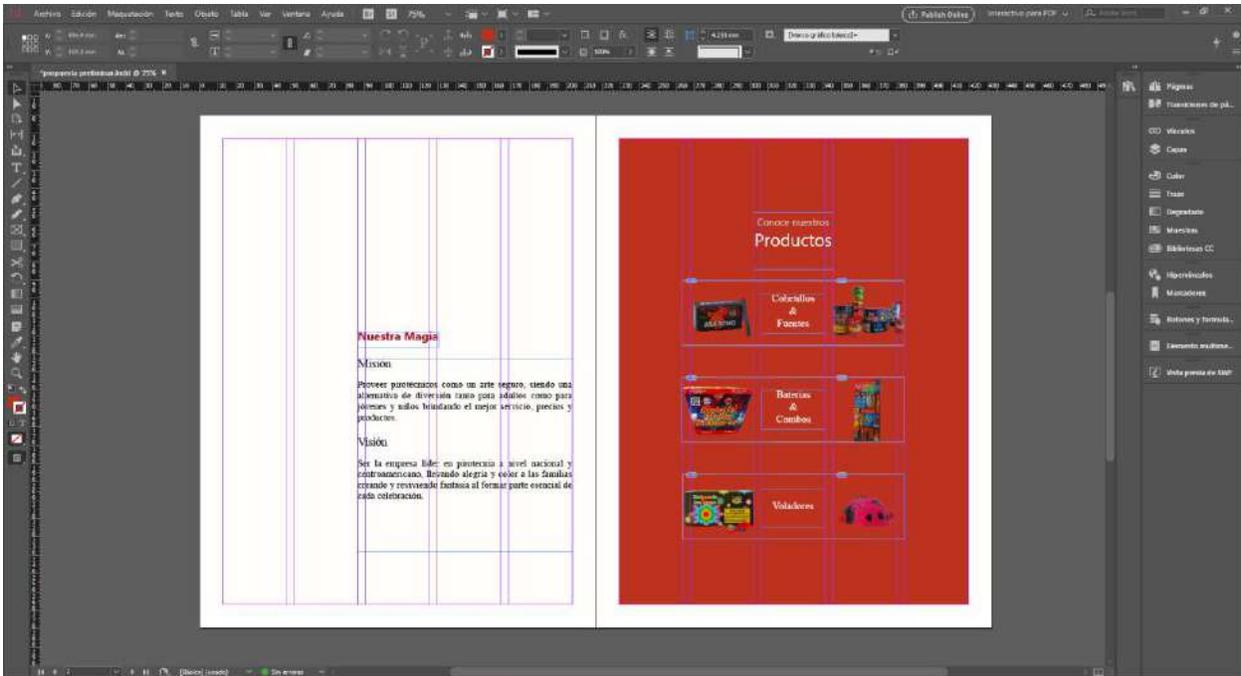
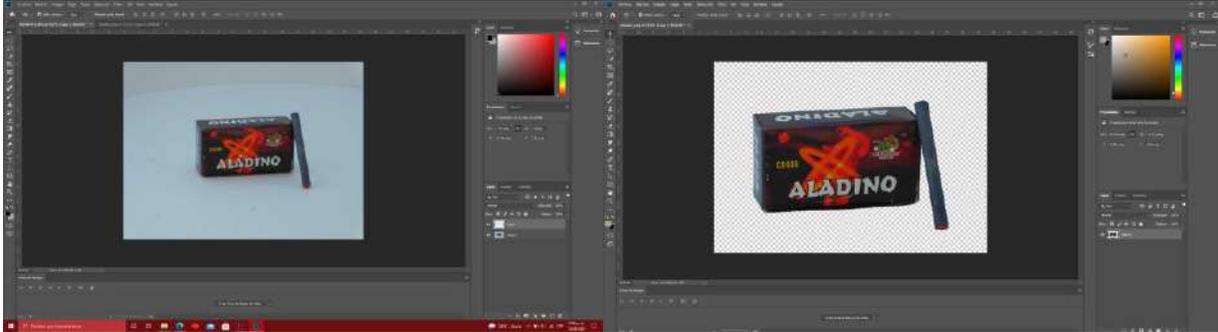
Paso # 1. Abrir Adobe Indesign para la diagramación de la portada, se define tamaño carta para una buena visualización del contenido.



Paso # 2. La primera diagramación consta de la colocación de elementos en la portada y respetar lo establecido en los bocetos.

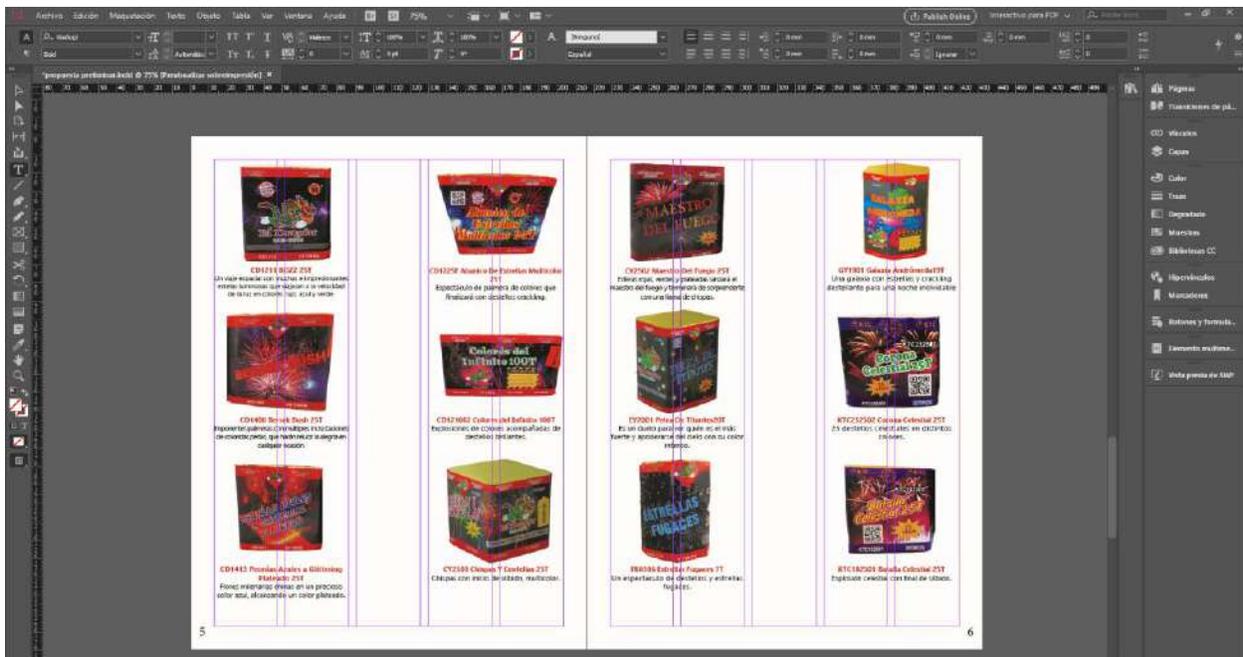
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

Paso # 3. Se procede a colocar los elementos de las páginas interiores “Nuestra Magia” y “Conoce nuestros productos”, las imágenes utilizadas han sido editadas en Photoshop y convertidas a PNG.



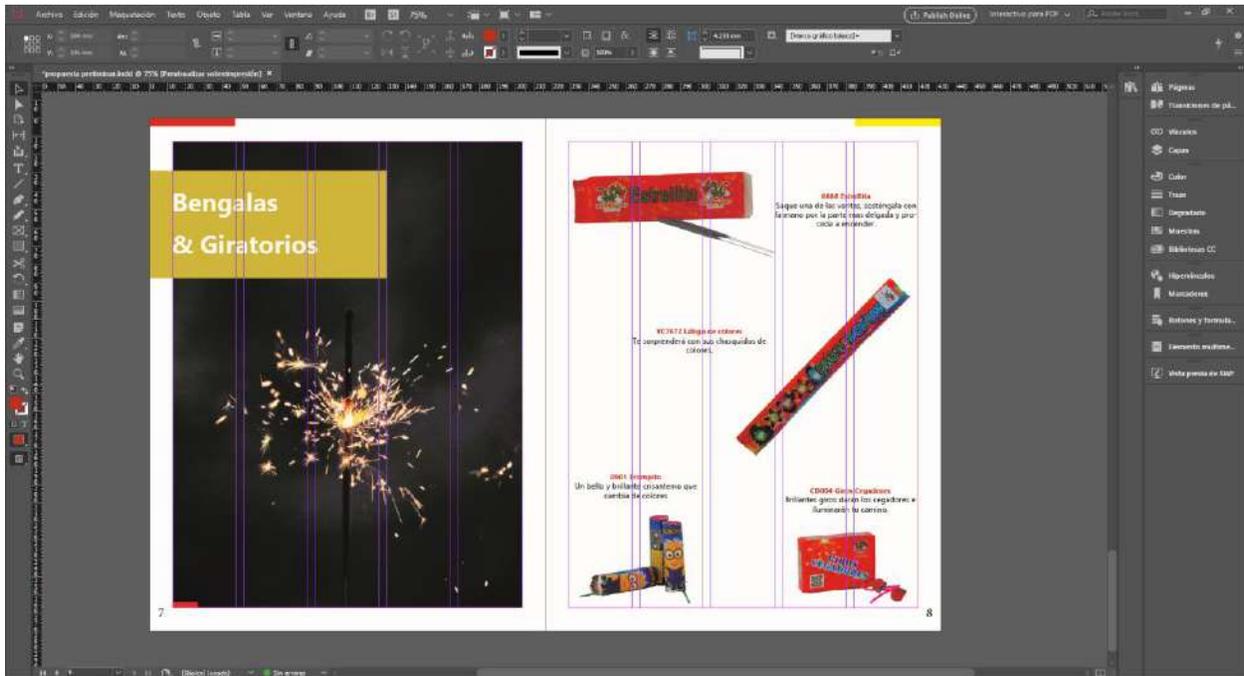
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

Paso # 4. Se observan los primeros productos “Baterías”, al respetar el orden de bocetaje, colocando nombres, información y colores que combinan con el contenido observado.

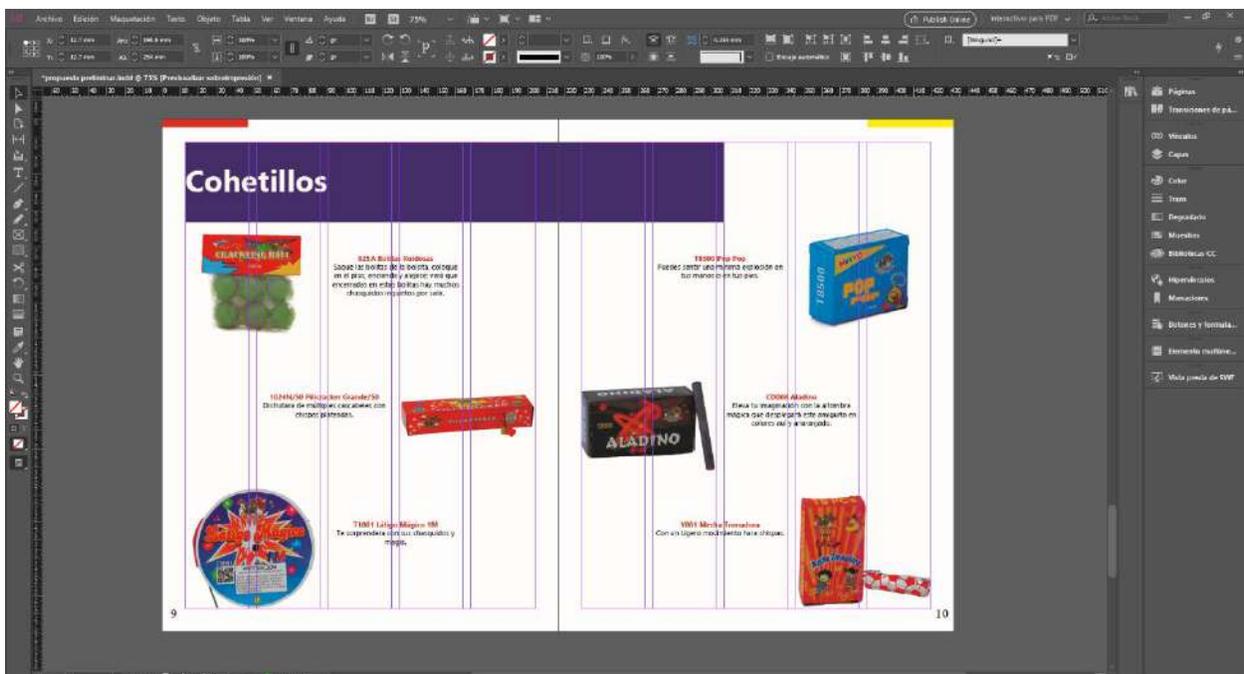


7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

Paso # 5. Al cambiar de tipo de producto, se coloca una portada como inicio a la nueva categoría y gran variedad que Luces Chinas El Dragón ofrece.

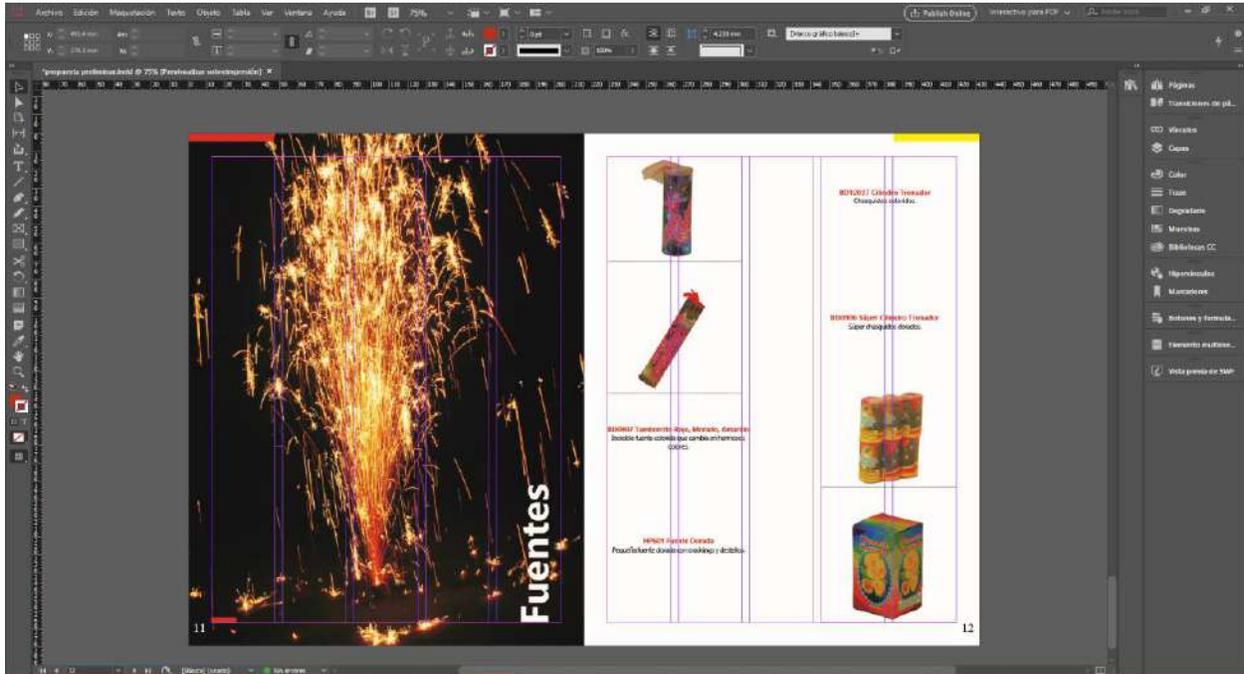


Paso # 6. Crear dinamismo entre páginas es vital para una visualización agradable y llamativa.

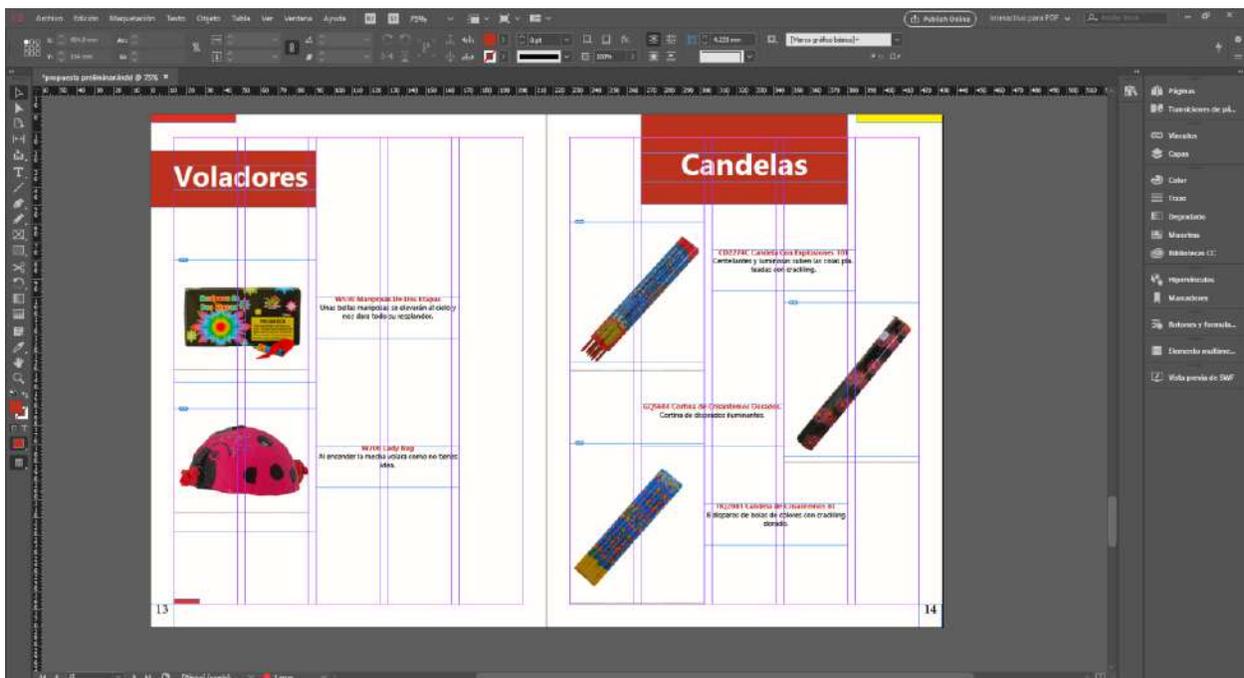


7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

Paso # 7. La utilización de imágenes que logren causar un impacto visual es de gran utilidad al momento de visualizar contenido.

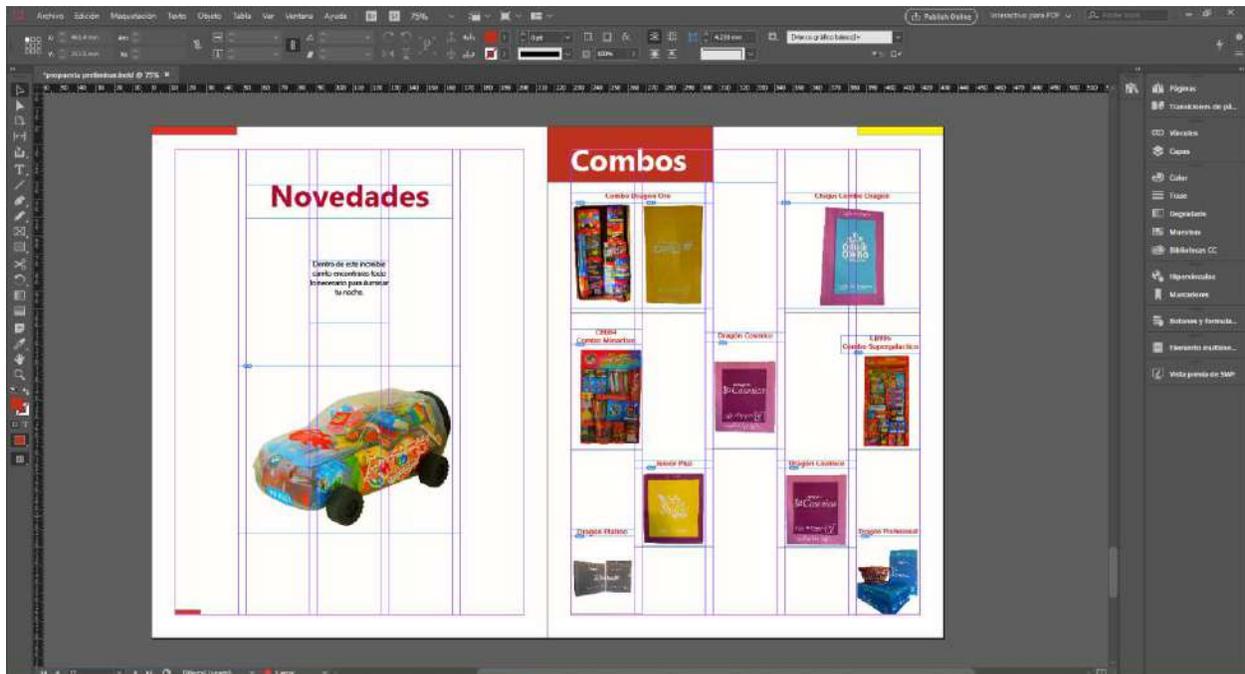


Paso # 8. Colocación de los últimos elementos en el catálogo

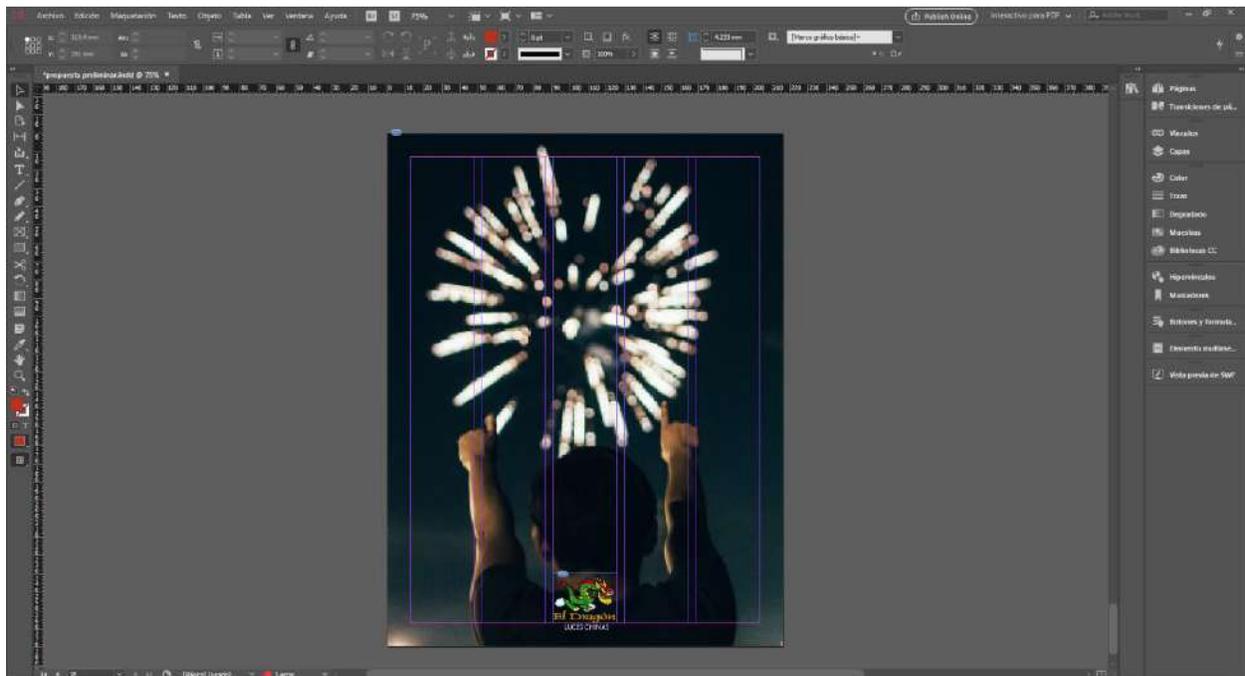


7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos.

Paso # 9. Sección de novedades y combos como últimas páginas con producto.



Paso # 10. Como contraportada fotografía que capta el momento de una explosión de luz.



7.4 Propuesta preliminar.

Portada.



Descripción: Portada.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de contenido.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas



1

福

Nuestra Magia

Misión

Proveer pirotécnicos como un arte seguro, siendo una alternativa de diversión tanto para adultos como para jóvenes y niños brindando el mejor servicio, precios y productos.

Visión

Ser la empresa líder en pirotecnia a nivel nacional y centroamericano, llevando alegría y color a las familias creando y reviviendo fantasía al formar parte esencial de cada celebración.

运气 庆祝 惊讶

Descripción: Hoja interna.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de contenido.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas

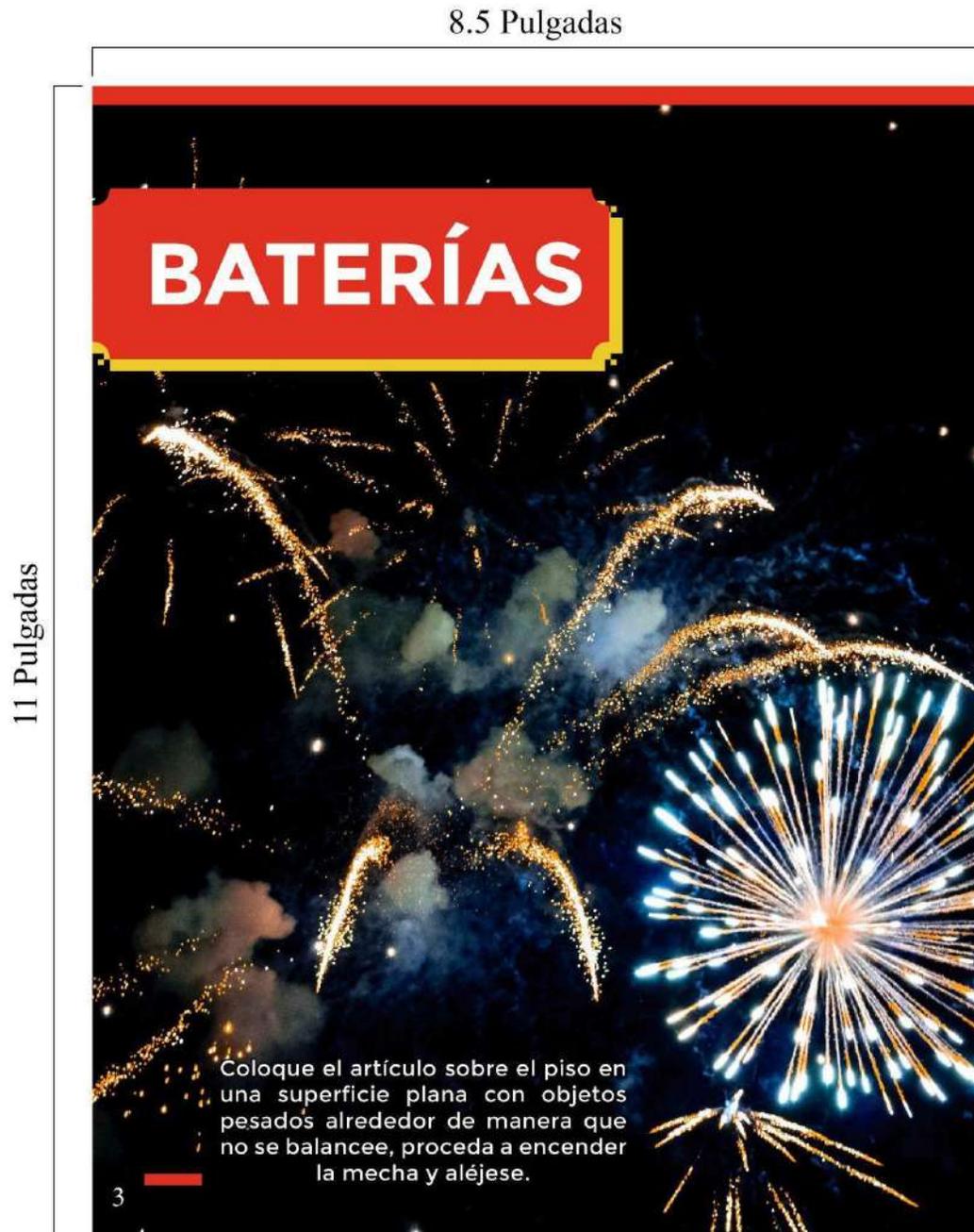


2

Descripción: Hoja de inicio.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.



Descripción: Portada de contenido.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas



BY1903 Erupciones Resplandecientes 19T
Palmeras doradas con destellos rojos resplandecientes.



CD 1051 Destellos De Rojo A Plata 13T
La noche se hace más bella con los múltiples destellos que cambian su tonalidad de rojo a plata.



BY3601 Luciérnagas De fiesta 36T
Será espectador de como el cielo se iluminará de luciérnagas verdes y rojas.



CD1416 Serpientes De Crisantemos 25T
Colas doradas en forma de serpientes que juegan con las palmeras y los crisantemos dorados.



CD1208 Peonías Amarillas Y Rojas 25T
La belleza de las Peonías amarillas invadirá tus ojos y te hipnotizará con sus brillantes resplandores rojos.



CD1209 Monster 25T
Los gritos de emoción no pararán en esta escalofriante lluvia de color y explosión.

惊讶
庆祝
运气

Baterías

4

Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas

CD1211 BOZZ 25T
Un viaje espacial con muchas e impresionantes estrellas luminosas que viajarán a la velocidad de la luz en colores rojo, azul y verde.

CD1225F Abanico De Estrellas Multicolor 25T
Espectáculo de palmera de colores que finalizará con destellos crackling.

CD1408 Bersek Bush 25T
Imponentes palmeras con múltiples incrustaciones de coloridas perlas, que harán relucir la alegría en cualquier ocasión.

CD121002 Colores del Infinito 100T
Explosiones de colores acompañadas de destellos brillantes.

CD1413 Peonías Azules a Glittering Plateado 25T
Flores milenarias chinas en un precioso color azul, alcanzando un color plateado.

CY2503 Chispas Y Centellas 25T
Chispas con inicio de silbido, multicolor.

5

Baterías

Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas

CY2502 Maestro Del Fuego 25T
Esferas rojas, verdes y plateadas lanzará el maestro del fuego y terminará de sorprenderte con una llama de chispas.

GY1901 Galaxia Andrómeda19T
Una galaxia con estrellas y crackling destellante para una noche inolvidable

EY2001 Pelea De Titanes20T
Es un duelo para ver quién es el más fuerte y apoderarse del cielo con su color intenso.

KTC252502 Corona Celestial 25T
25 destellos celestiales en distintos colores.

FK0306 Estrellas Fugaces 7T
Un espectáculo de destellos y estrellas fugaces.

KTC182501 Batalla Celestial 25T
Explosión celestial con final de silbido.

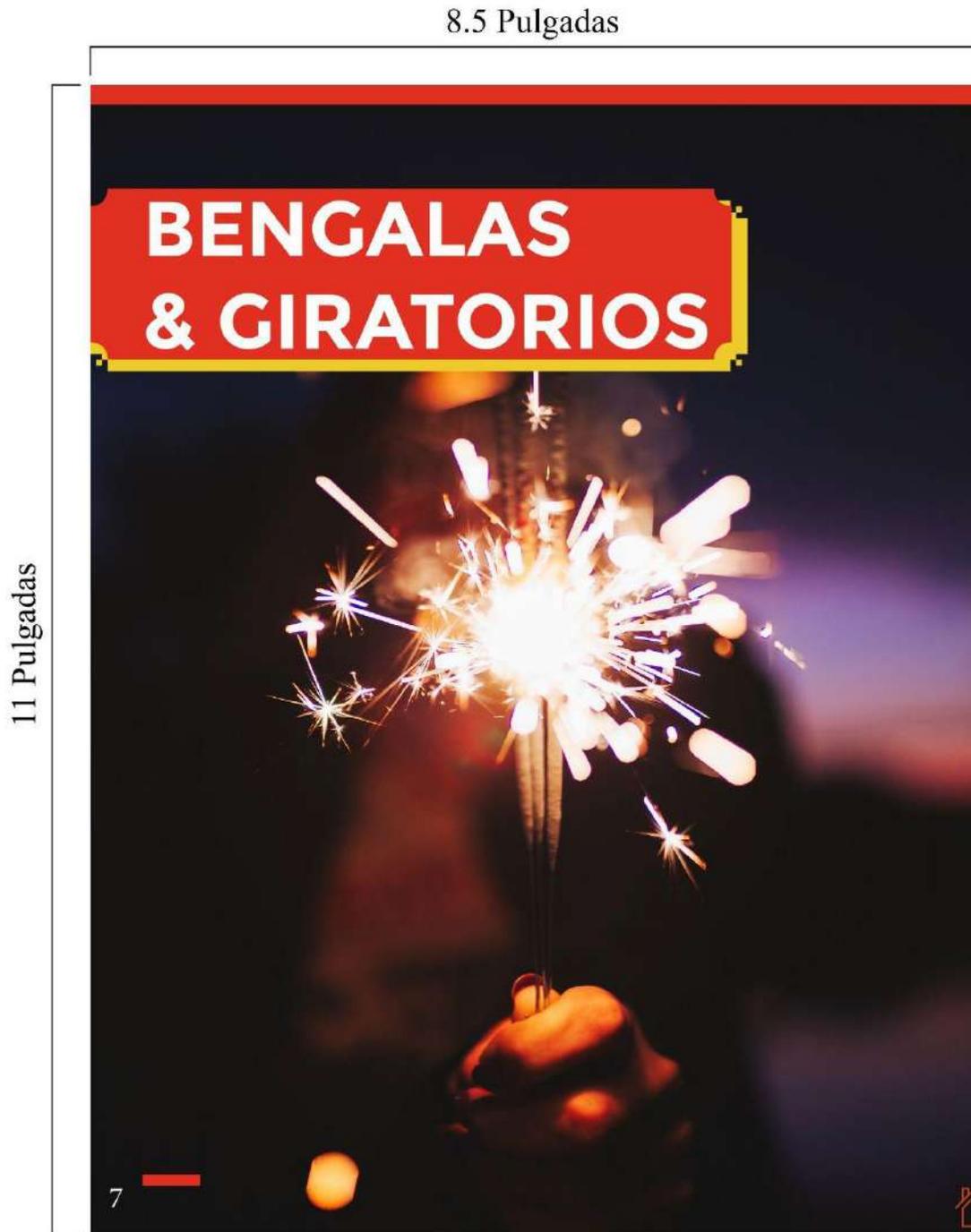
Baterías

6

Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.



Descripción: Portada de contenido.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas



0888 Estrellita
Saque una de las varitas, sosténgala con la mano por la parte más delgada y proceda a encender.

YC7672 Látigo de colores
Te sorprenderá con sus chasquidos de colores.

0901 Trompito
Un bello y brillante crisantemo que cambia de colores

CD004 Giros Cegadores
Brillantes giros darán los cegadores e iluminarán tu camino.

Bengalas & giratorios

8

Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas

COHETILLOS



025A Bolitas Ruidosas
Saque las bolitas de la bolsita, coloque en el piso, encienda y alejese; verá que encerradas en estas bolitas hay muchos chasquidos inquietos por salir.

1024N/50 Pillicracker Grande/50
Disfrutara de múltiples cascabeles con chispas plateadas.

T1001 Látigo Mágico 1M
Te sorprenderá con sus chasquidos y magia.

9

Cohetillos

Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

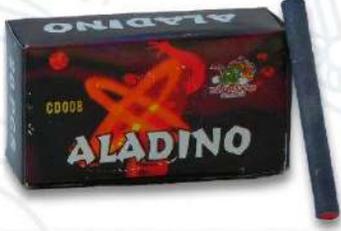
11 Pulgadas



T8500 Pop Pop
Puedes sentir una mínima explosión en tus manos o en tus pies.



CD008 Aladino
Eleva tu imaginación con la alfombra mágica que desplegará este amiguito en colores azul y anaranjado.



Y001 Mecha Tronadora
Con un Ligero movimiento hará chispas.



Cohetillos 10

Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas



Descripción: Portada de contenido.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas

BD12037 Cilindro Tronador
Chasquidos coloridos.

BD0906 Súper Cilindro Tronador
Súper chasquidos dorados.

BD0907 Tamborcito Rojo, Morado, Amarillo
Increíble fuente colorida que cambia en hermosos colores.

HP601 Fuente Dorada
Pequeña fuente dorada con cracklings y destellos.

Fuentes

12

Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas

VOLADORES



Mariposa de Dos Etapas

PRECAUCIÓN

Para el uso correcto de este producto de pirotecnia, consulte el manual de instrucciones. Este producto puede causar lesiones personales y daños materiales si se usa incorrectamente. Mantenga siempre un extintor de incendios a mano y asegure a los niños.

W530 Mariposas De Dos Etapas
Unas bellas mariposas se elevarán al cielo y nos dará todo su resplandor.



W706 Lady Bug
Al encender la mecha volara como no tienes idea.

13

Voladores



Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

CANDELAS

11 Pulgadas

CD2274C Candela Con Explosiones 10T
Centellantes y luminosas suben las colas plateadas con crackling.

GQ5604 Cortina de Crisantemos Dorados.
Cortina de disparos iluminantes.

HQ2081 Candela de Crisantemos 8T
8 disparos de bolas de colores con crackling dorado.

Candelas

14

Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas



Descripción: Hoja de producto.

7.4 Propuesta preliminar.

Páginas de producto.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas

COMBOS

Dragón Oro

CB006 Supergalactico

CB004 Mini galactico

Dragón Profesional

El Dragón LUCES CHINAS

Chiqui Combo Dragón

Dragón Cosmico

Dragón Platino

Junior Plus

Combos

16

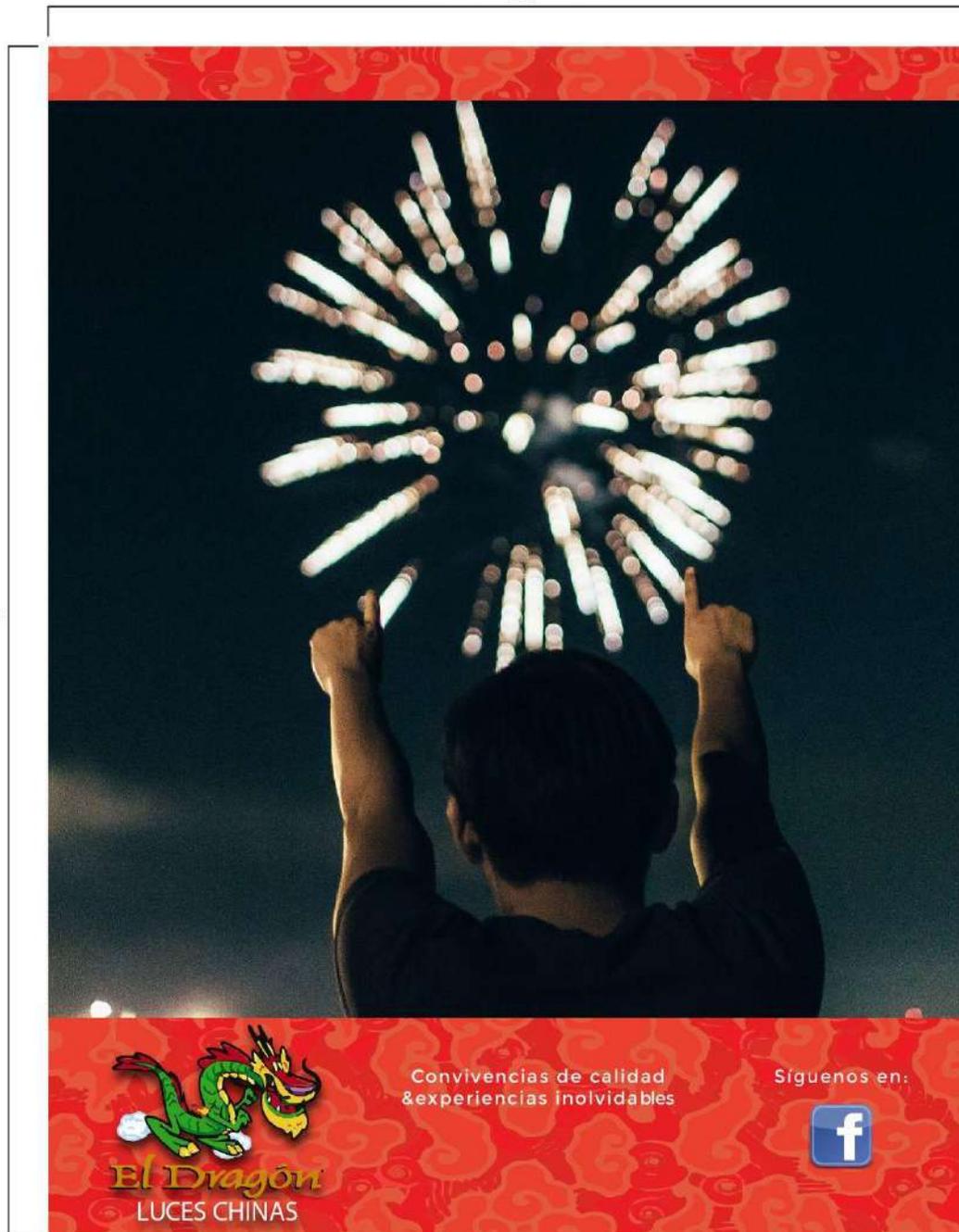
Descripción: Hoja de productos.

7.4 Propuesta preliminar.

Contraportada.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas



Descripción: Contraportada.

CAPÍTULO VIII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplica al cliente, a 23 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 7 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo

La propuesta preliminar será validada por especialistas en el área de la comunicación y diseño, por el grupo objetivo que comprende hombres y mujeres entre las edades de 18 - 55 años con nivel socioeconómico C. Y el cliente quien es el dueño de la empresa Luces Chinas El Dragón.

8.2 Método e instrumento

Se utilizó la encuesta como método cuantitativo, pues permite tabular los resultados de manera precisa, como instrumento, se empleó el cuestionario de encuesta para acercarse a las personas y obtener los datos para la validación del proyecto.

Se emplearon 13 preguntas, las cuales se dividen en 3 partes, de la siguiente manera:

- Parte objetiva
- Parte semiológica
- Parte operativa

La parte objetiva utiliza respuestas dicotómicas con sí o no. La parte semiológica y de operatividad están elaboradas con preguntas de respuesta a Escala de valoración estimativa, cuyas

preguntas se miden bajo el grado de intensidad o sentimiento respecto a una característica viable a medir.

Los resultados de dicho proyecto permiten establecer parámetros de referencia en cuanto a la eficacia del proyecto y si se deben realizar cambios en la propuesta gráfica presentada. El proceso de validación se evidenció a través de fotografías que fueron solicitadas a los encuestados.

Se realizó la validación con expertos, cliente y grupo objetivo, para hacer constar del instrumento de investigación que se basó en una encuesta.

8.2.1 Modelo de la encuesta.



Facultad de Ciencias de la Comunicación
-FACOM-
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Género: F	<input type="checkbox"/>	Experto:	<input type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente:	<input type="checkbox"/>	Profesión:	<input type="text"/>
Edad	<input type="checkbox"/>	Grupo objetivo:	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>

Encuesta de validación del proyecto

Diseño de un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco.

-Luces Chinas El Dragón- Guatemala, Guatemala, 2021

Antecedentes:

Luces Chinas El Dragón es una empresa que ofrece al mercado pirotécnicos chinos, siendo la empresa líder en Guatemala y otros países centroamericanos. Su espectáculo de luces ha hecho historia al dirigir eventos piromusicales de gran magnitud, y encender las fiestas de fin de año para muchos ciudadanos.

Instrucciones:

En base a la información anterior, observe con atención el material editorial y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación rellinando los espacios designados.

Parte objetiva:

1. ¿Considera usted importante diseñar un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco?
 Sí No
2. ¿Considera usted necesario recopilar información de la empresa a través del Brief, para integrar de forma concreta especificaciones y datos que el cliente solicita en el diseño de un catálogo digital?
 Sí No
3. ¿Considera usted importante investigar ciencias, teorías, tendencias y conceptos fundamentales relacionados con el diseño de material editorial digital, utilizando fuentes bibliográficas, para desarrollar el documento respaldado científicamente?
 Sí No
4. ¿Considera usted fotografiar a detalle los diferentes tipos de productos y agregar información específica de los productos en el catálogo?
 Sí No

Parte Semiológica:

5. ¿Según su criterio la tipografía utilizada en las paginas del catálogo es?
 Legible Poco legible Nada legible
6. ¿Según su criterio los colores utilizados en el material gráfico son?
 Corporativos Poco corporativos Nada corporativos
7. ¿Según su criterio las fotografías utilizadas son?
 Apropriadas Poco apropiadas Nada apropiadas

8. ¿Según su criterio la diagramación general del catálogo es?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

9. ¿Según su criterio el diseño del material editorial es?

Atractivo Poco atractivo Nada atractivo

Parte operativa:

10. ¿Considera usted que la orientación vertical del catálogo es?

Funcional Poco funcional Nada Funcional

11. ¿Considera usted que la cantidad de información en el catálogo es?

Adecuada Poco adecuada Nada adecuada

12. ¿Considera usted adecuado el tamaño de las fotografías?

Adecuado Poco adecuado Nada adecuado

13. ¿Considera usted que el recorrido visual del catálogo es?

Funcional Poco funcional Nada Funcional

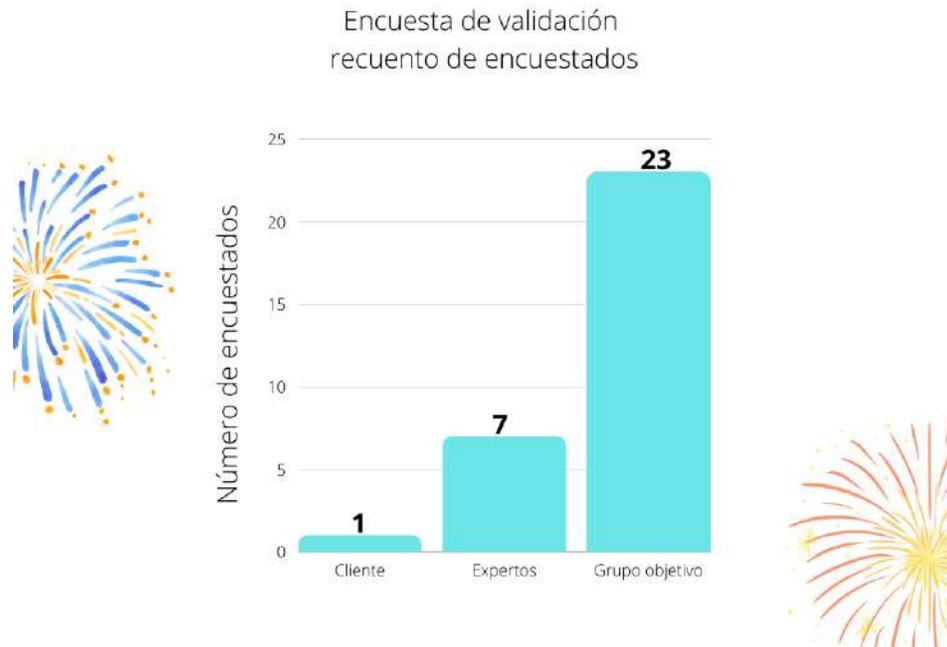
Observaciones:

Si usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal, puede hacerlo en el siguiente espacio:

Muchas Gracias por su tiempo.

8.3 Resultados e interpretación de resultados.

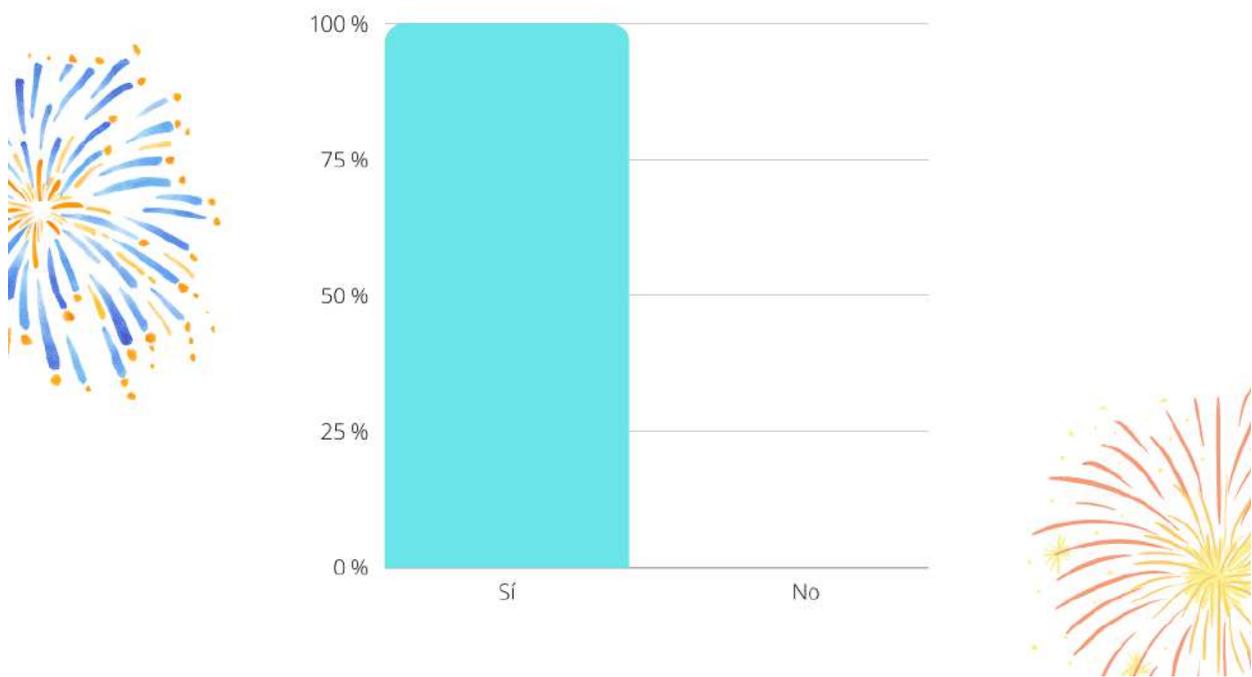
Se determinó la tabulación y codificación para establecer si es necesario realizar cambios en la propuesta gráfica del proyecto. A continuación, se muestran las gráficas e interpretación de dichos resultados.



Se encuestó un total de 31 personas, siendo 1 cliente, 7 expertos y 23 del grupo objetivo.

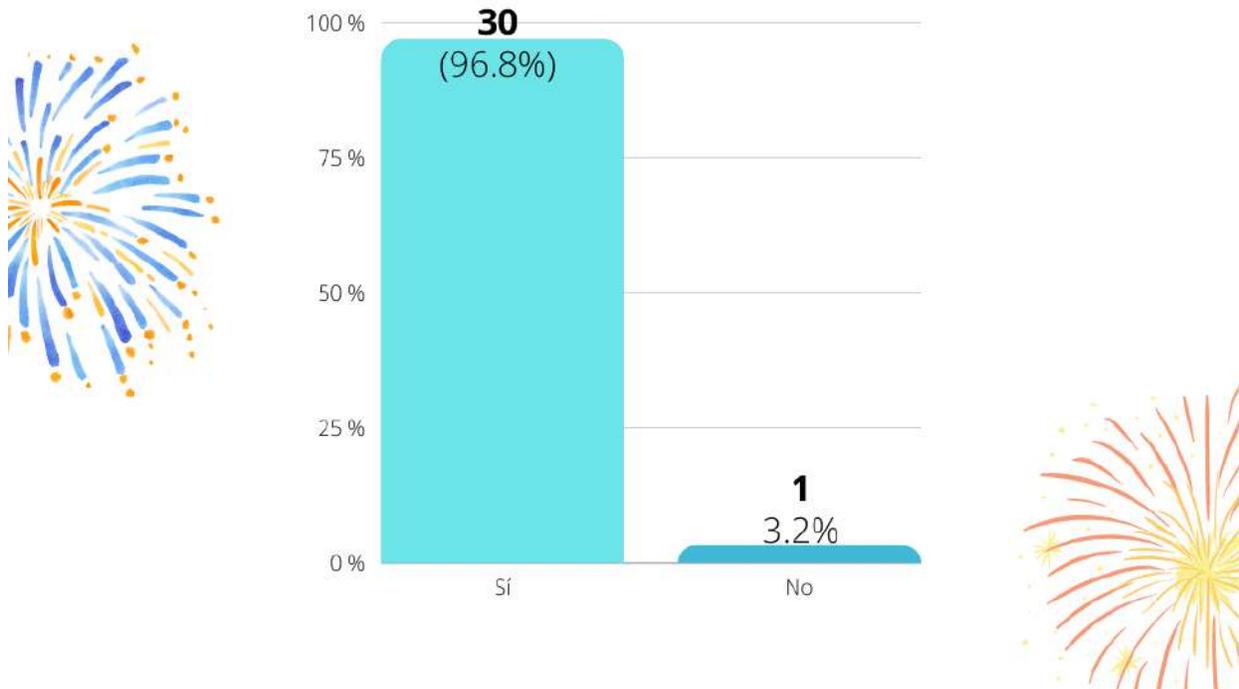
Parte Objetiva:

1. ¿Considera usted importante diseñar un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco?



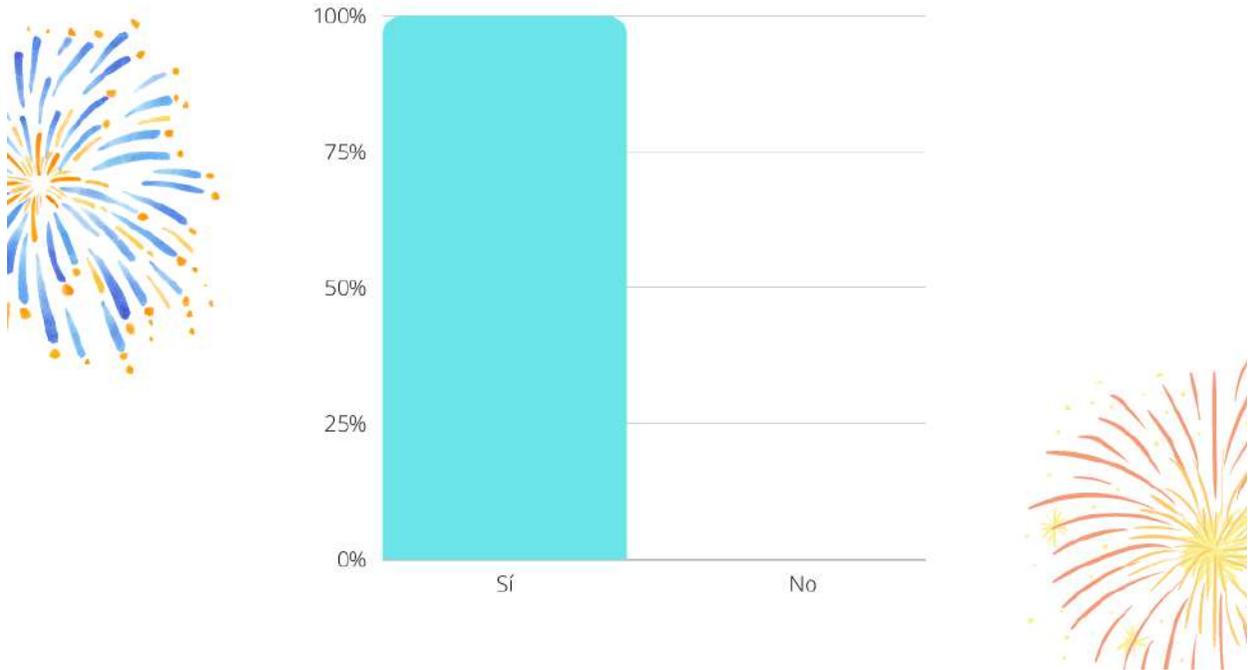
El 100% de la población encuestada considera importante diseñar un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco. Cumpliendo el objetivo general del proyecto.

2. ¿Considera usted necesario recopilar información de la empresa a través del Brief, para integrar de forma concreta especificaciones y datos que el cliente solicita en el diseño de un catálogo digital?



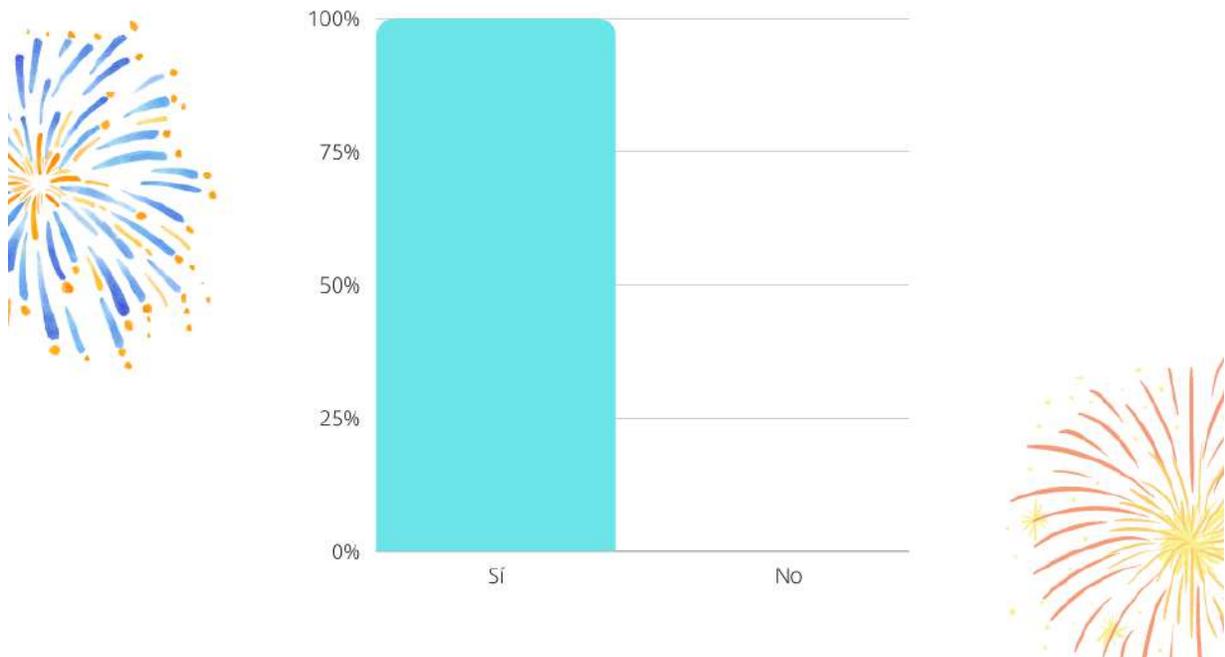
El 96.8% de la población encuestada considera necesario recopilar información de la empresa a través del Brief, para integrar de forma concreta especificaciones y datos que el cliente solicita en el diseño de un catálogo digital. Los resultados son favorables por lo que el proyecto cumple con este objetivo

3. ¿Considera usted importante investigar ciencias, teorías, tendencias y conceptos fundamentales relacionados con el diseño de material editorial digital, utilizando fuentes bibliográficas, para desarrollar el documento respaldado científicamente?



El 100% de la población encuestada considera importante investigar ciencias, teorías, tendencias y conceptos fundamentales relacionados con el diseño de material editorial digital, al utilizar fuentes bibliográficas, para desarrollar el documento respaldado científicamente y cumplir con el objetivo planteado.

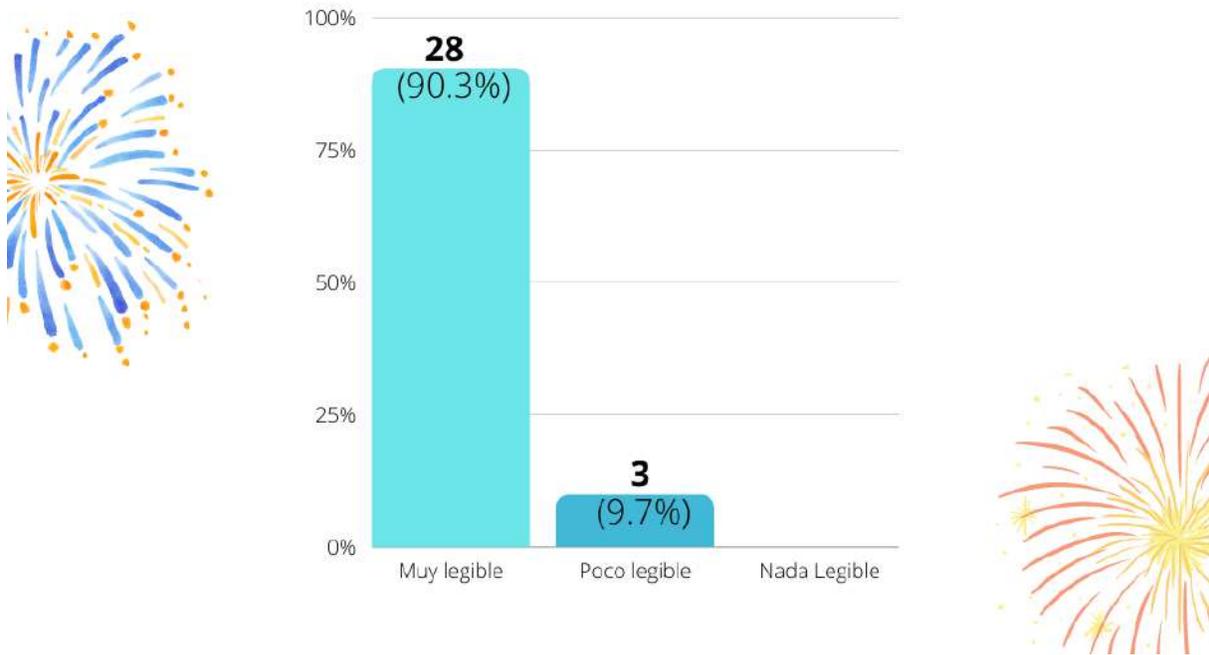
4. ¿Considera usted importante fotografiar a detalle los diferentes tipos de productos y agregar información específica de los productos en el catálogo?



El 100% de la población encuestada considera importante fotografiar a detalle los diferentes tipos de productos y agregar información específica de los productos en el catálogo.

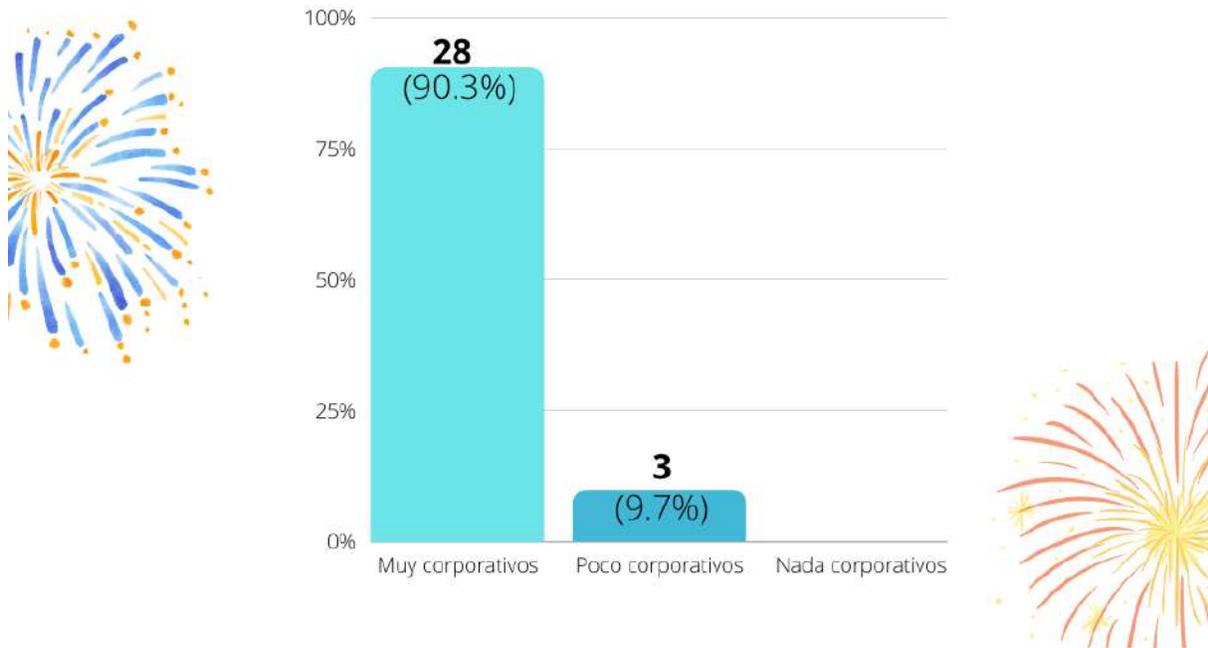
Parte Semiológica:

5. ¿Según su criterio la tipografía utilizada en las páginas del catálogo es?



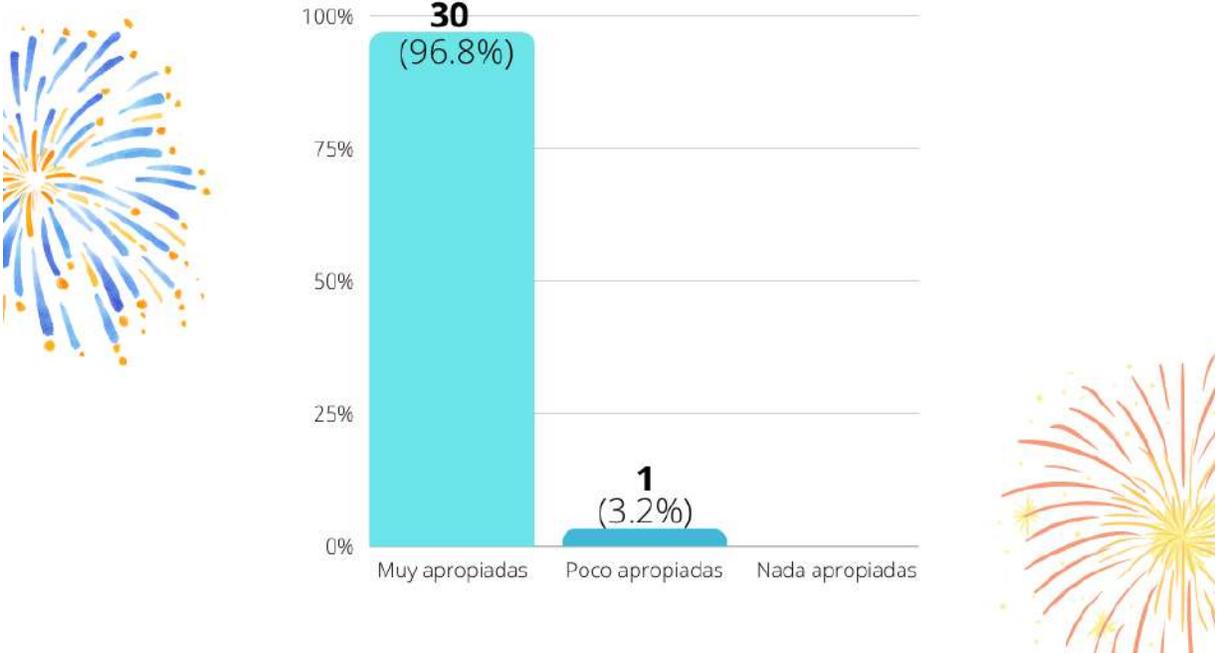
El 90.3% de la población encuestada considera que la tipografía utilizada en las páginas del catálogo es muy legible, mientras que el 9.7% considera que es poco legible.

6. ¿Según su criterio los colores utilizados en el material gráfico son?



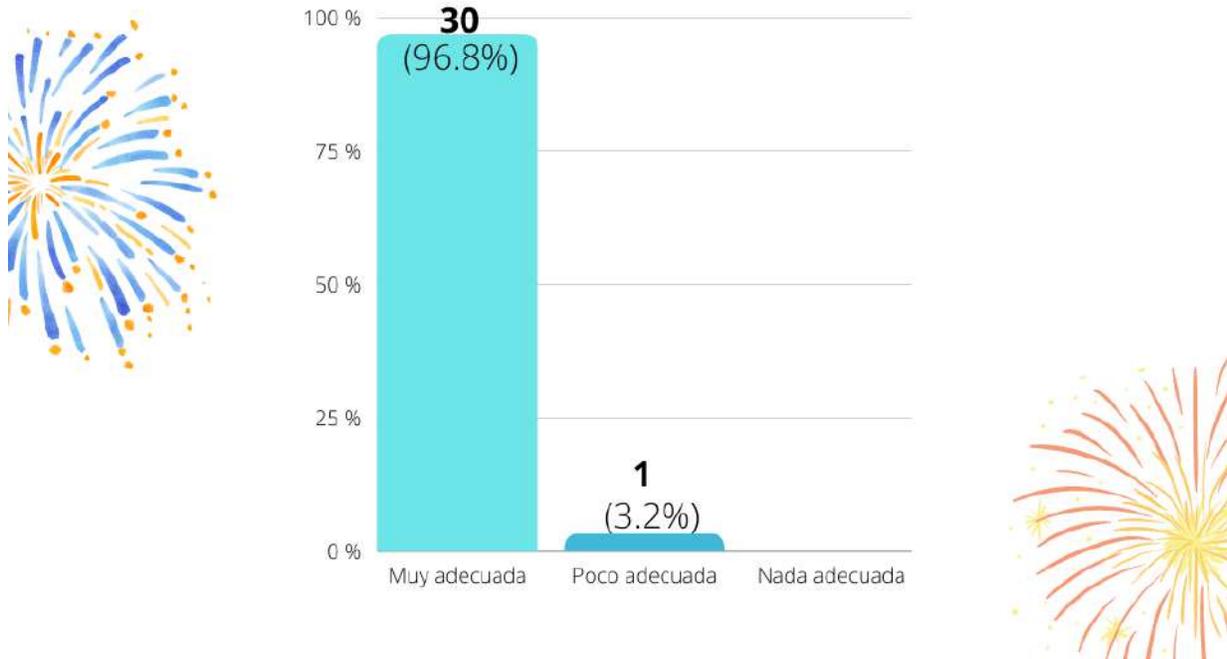
El 90.3% de la población encuestada considera que los colores utilizados en el material gráfico son muy corporativos, mientras que el 9.7% considera que son poco corporativos.

7. ¿Según su criterio las fotografías utilizadas son?



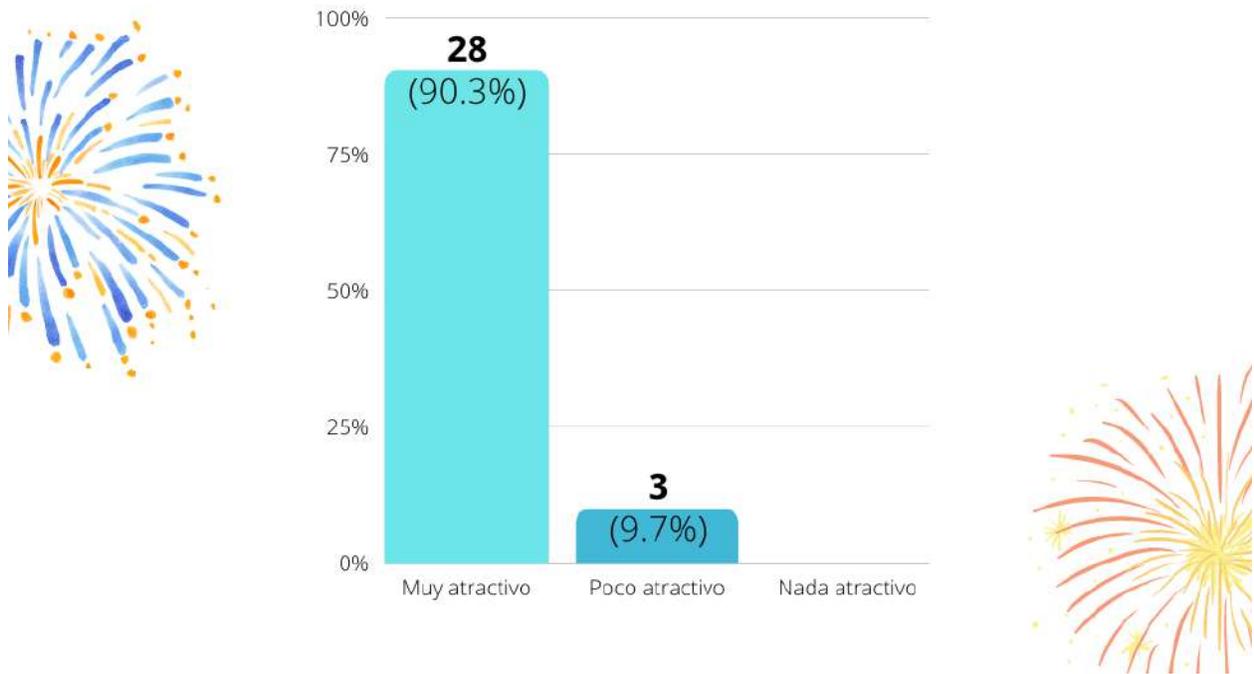
El 96.8% de la población encuestada considera que las fotografías utilizadas son muy apropiadas.

8. ¿Según su criterio la diagramación general del catálogo es?



El 96.8% de la población encuestada considera que la diagramación general del catálogo es muy adecuada.

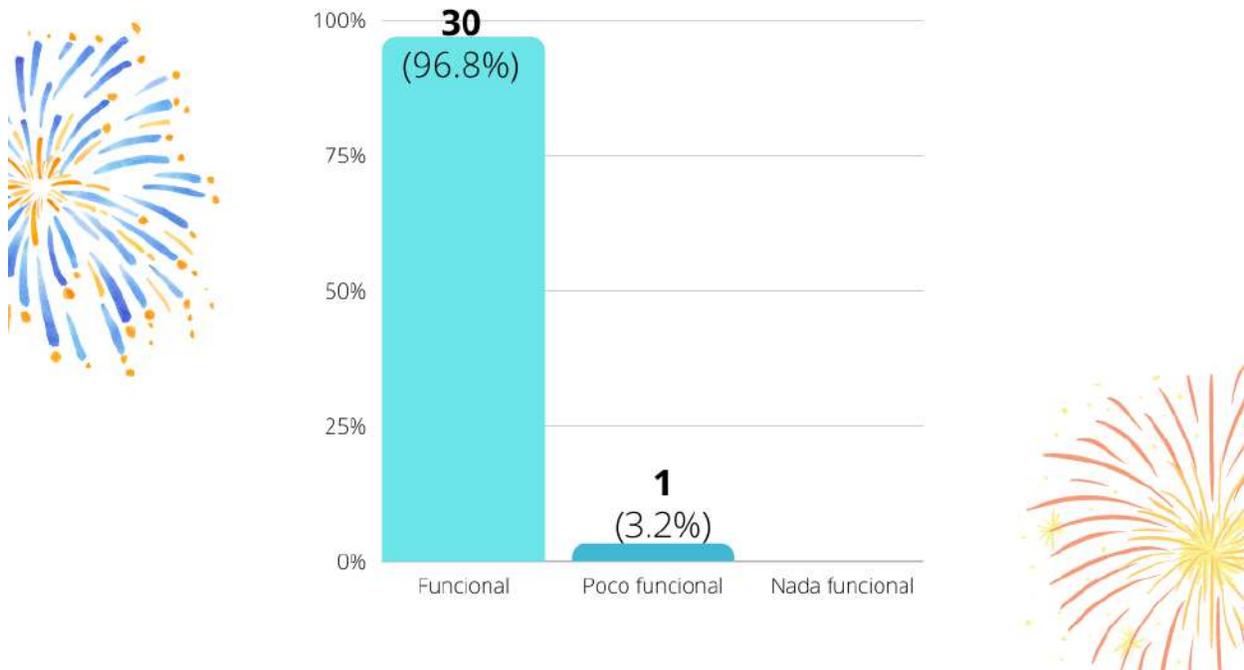
9. ¿Según su criterio el diseño del material editorial es?



El 90.3% de la población encuestada considera que el diseño del material editorial es muy atractivo, mientras que el 9.7% considera que es poco atractivo.

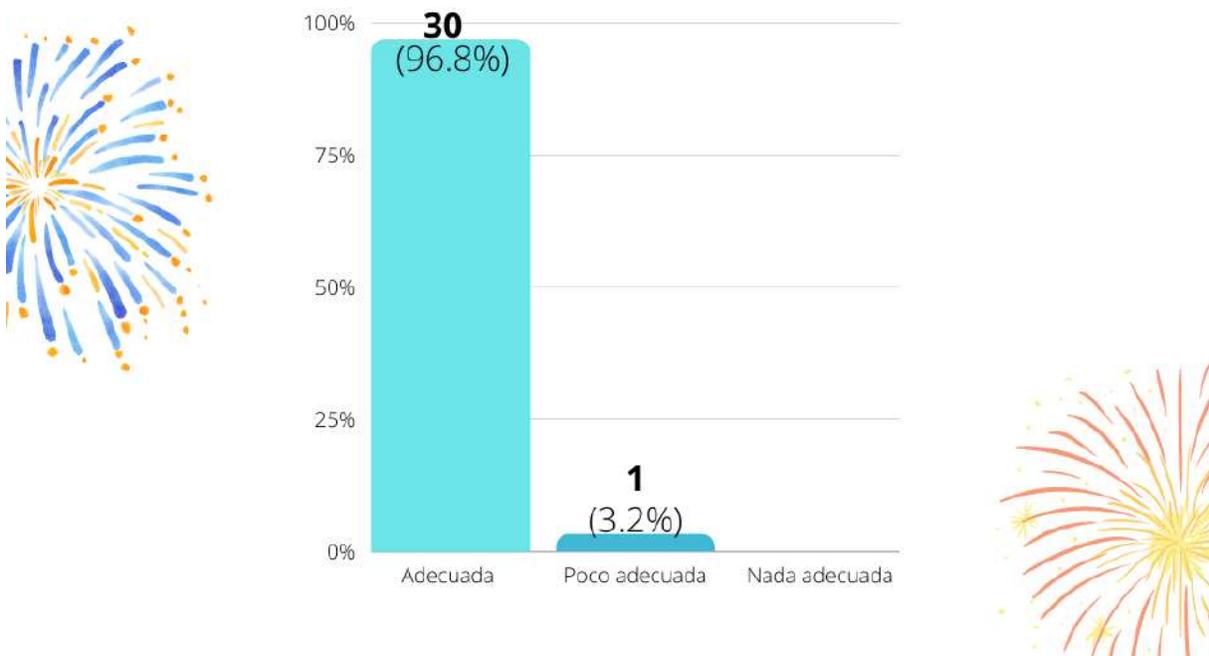
Parte Operativa:

10. ¿Considera usted que la orientación vertical del catálogo es?



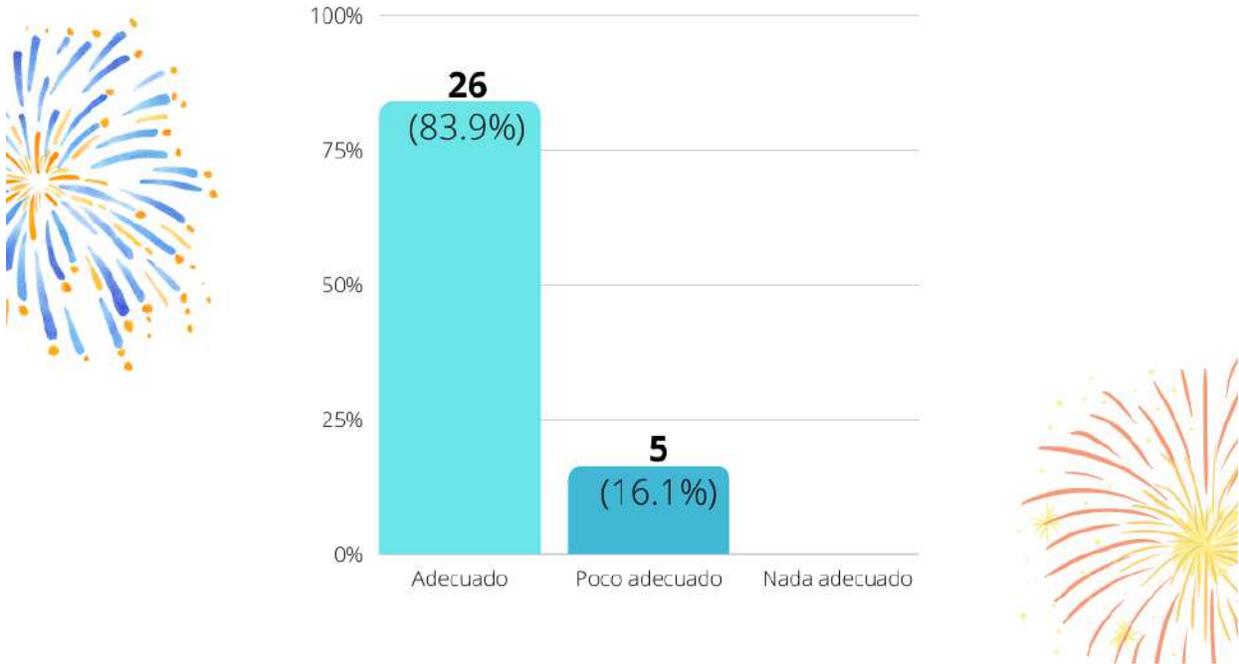
El 96.8% de la población encuestada considera que la orientación vertical del catálogo es funcional.

11. ¿Considera usted que la cantidad de información en el catálogo es?



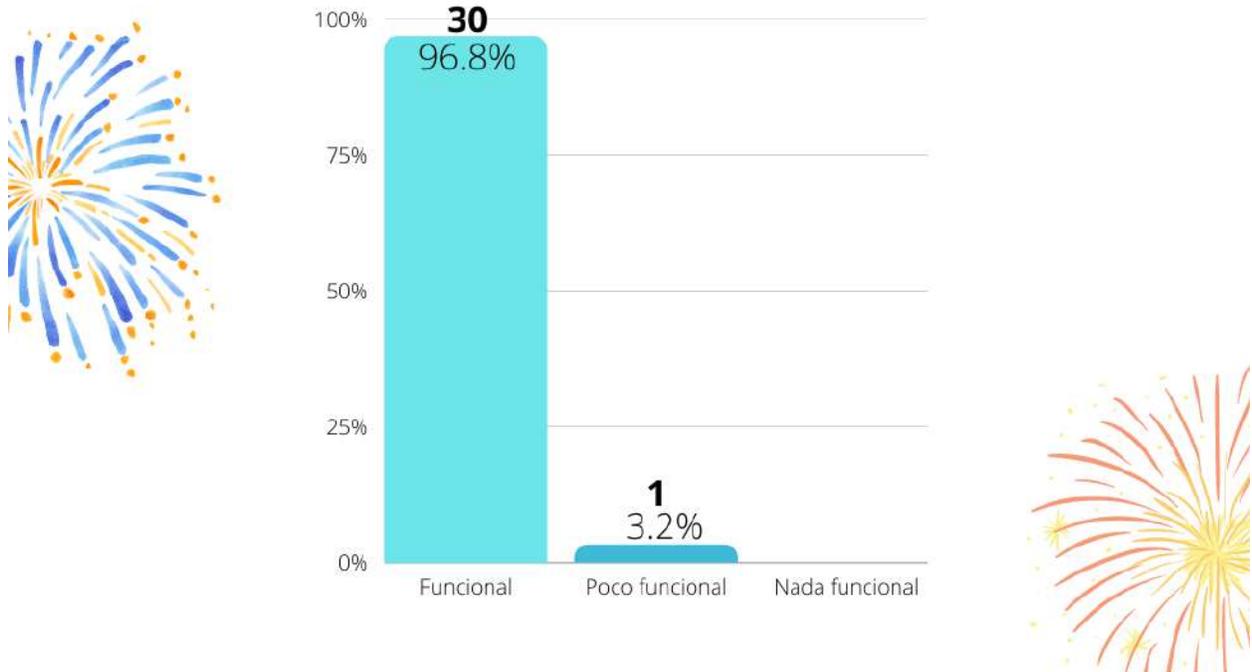
El 96.8% de la población encuestada considera que la cantidad de información en el catálogo es adecuada.

12. ¿Considera usted adecuado el tamaño de las fotografías?



El 83.9% de la población encuestada considera que el tamaño de las fotografías es adecuado, mientras que el 16.1% de la población considera que es poco adecuado.

13. ¿Considera usted que el recorrido visual del catálogo es?



El 96.8% de la población considera que el recorrido visual del catálogo es funcional.

8.4 Cambios en base a los resultados

En base a las observaciones obtenidas, se realizan cambios en la propuesta del catálogo digital, a continuación, se muestra el antes y el después.

8.4.1 Cambio en el tamaño de tipografía.



ANTES



DESPUÉS

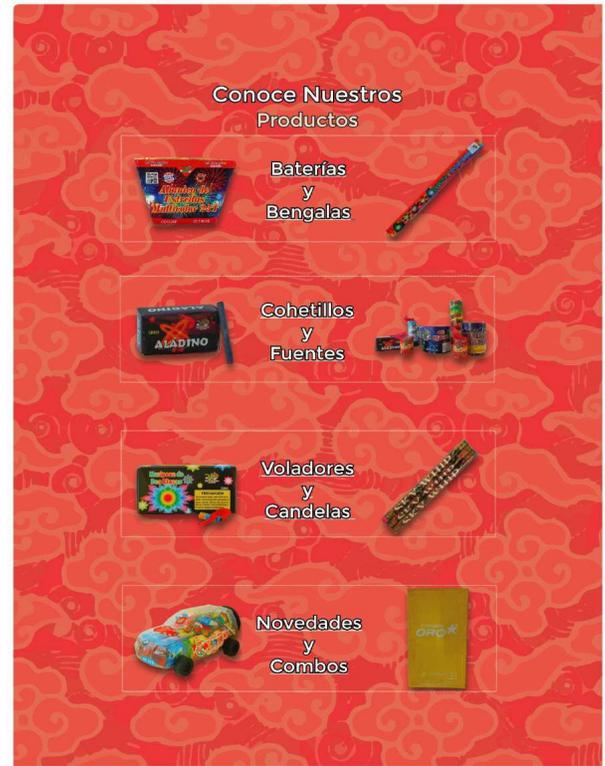
8.4.1.1 Justificación.

El cambio del tamaño de la tipografía fue necesario tanto en titulares como en cuerpos en todo el documento esto debido a que no era muy legible.

8.4.2 Opacidad del documento.



2



2

ANTES

DESPUÉS

8.4.2.2 Justificación

Se cambió la opacidad de la página, así como del documento en general, esto para evitar la carga visual, también se colocaron nuevos márgenes de hoja.

8.4.3 Diagramación del documento.

5 **Baterías**

CD1211 BOZZ 25T
Un viaje espacial con muchas e impresionantes estelas luminosas que viajan a la velocidad de la luz en colores rojo, azul y verde.

CD1225F Abanico De Estrellas Multicolor 25T
Espectáculo de palmera de colores que finalizará con destellos crackling.

CD1408 Bersek Bush 25T
Imponentes palmeras con múltiples incrustaciones de colores que harán que te alegres en cualquier ocasión.

CD121002 Colores del Infinito 100T
Explosiones de colores acompañadas de destellos brillantes.

CD1413 Peonías Azules a Glittering Plateado 25T
Flores milenarias chinas en un precioso color azul, alcanzando un color plateado.

CY2503 Chispas Y Centellas 25T
Chispas con inicio de albedo, multicolor.

ANTES

8.4.3.3 Justificación.

Se realizó cambio en la diagramación del documento, antes se mantenía a seis productos por página, ahora a cuatro para permitir una visualización más ordenada con mayor tamaño en las imágenes.

5 **Baterías**

CD1208 Peonías Amarillas Y Rojas 25T
La belleza de las Peonías amarillas invadirá tus ojos y te hipnotizará con sus brillantes resplandores rojos.

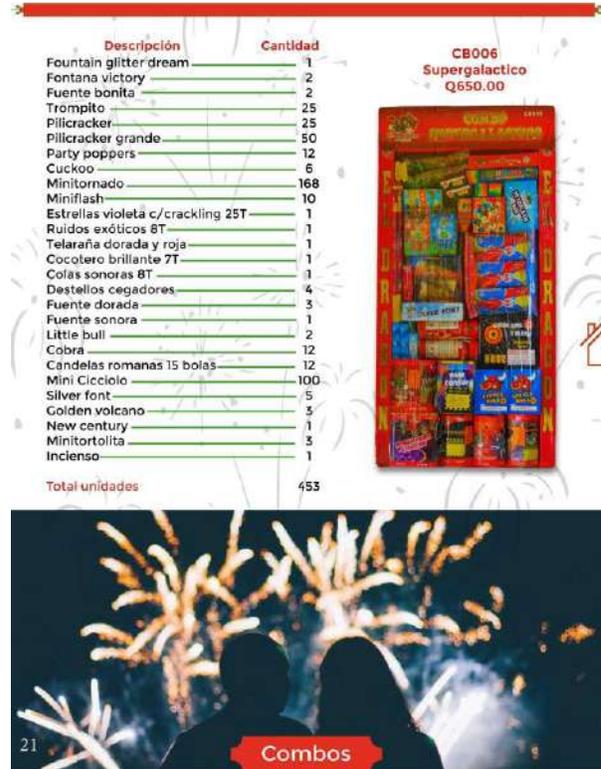
CD1209 Monster 25T
Los gritos de emoción no pararán en esta escalofriante lluvia de color y explosión.

CD1211 BOZZ 25T
Un viaje espacial con muchas e impresionantes estelas luminosas que viajan a la velocidad de la luz en colores rojo, azul y verde.

CD1225F Abanico De Estrellas Multicolor 25T
Espectáculo de palmera de colores que finalizará con destellos crackling.

DESPUÉS

8.4.4 Adición de información y orden de combos.



ANTES

DESPUÉS

8.4.4.4 Justificación.

Se añadió información sobre los combos y su contenido, además de cambiar a una diagramación más atractiva que permite apreciar a detalle las fotografías.

8.4.5 Pie de página.

8.5 Pulgadas

11 Pulgadas

0888 Estrellita
Saque una de las varitas, sosténgala con la mano por la parte más delgada y proceda a encender.

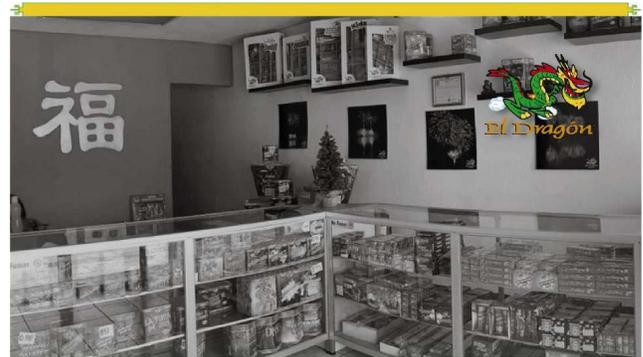
YC7672 Látigo de colores
Te sorprenderá con sus chasquidos de colores.

0901 Trompito
Un bello y brillante crisantemo que cambia de colores

CD004 Giros Cegadores
Brillantes giros darán los cegadores e iluminarán tu camino.

Bengalas & giratorios

8



庆祝

KTC252502
Corona Celestial 25T
25 destellos celestiales en distintos colores.

KTC182501
Batalla Celestial 25T
Explosión celestial con final de silbido.

Baterías

8

ANTES

DESPUES

8.4.5.5 Justificación.

El pie de página no era visible al momento de visualizar la página, por lo que se aumentó el tamaño y lograr una visualización más efectiva.

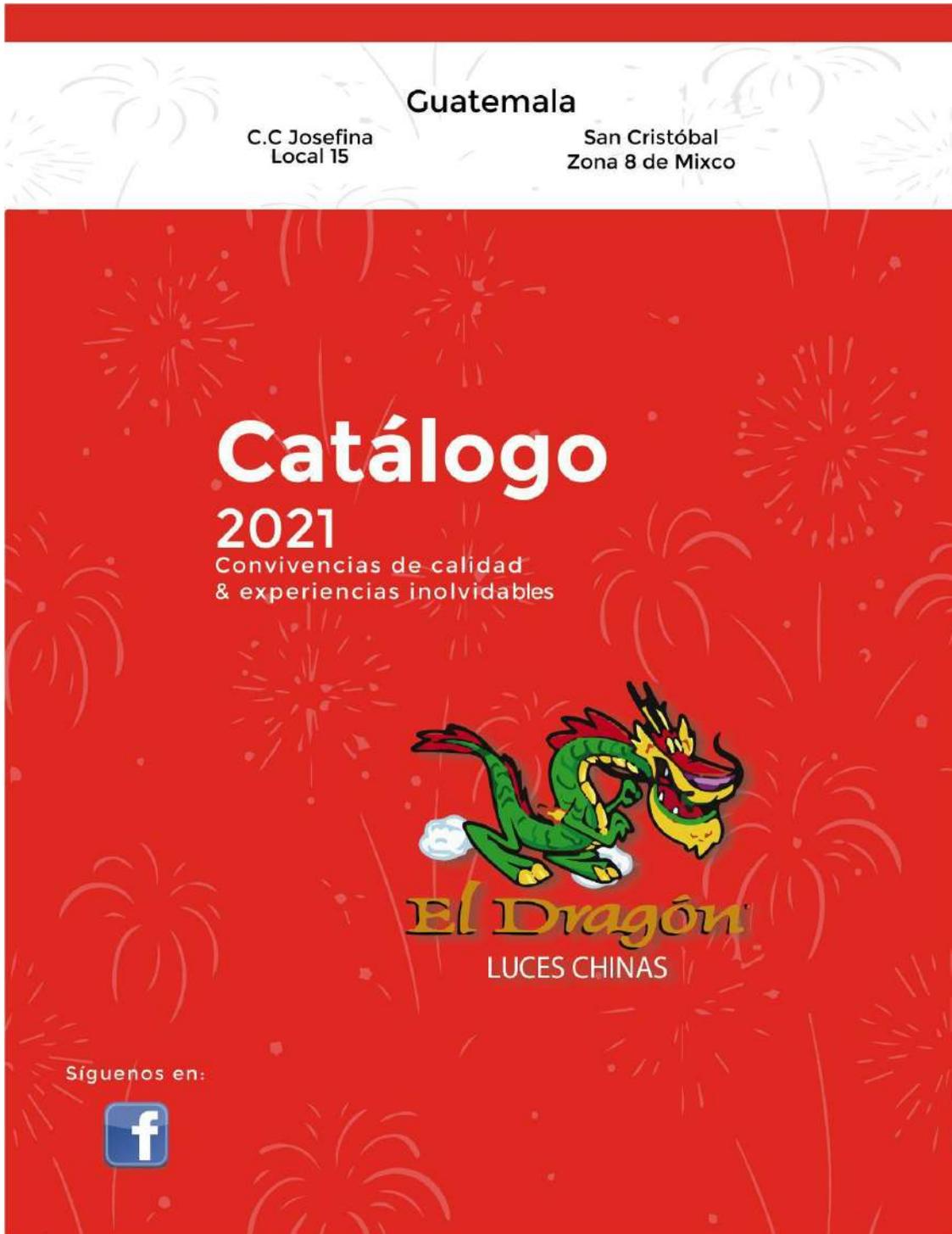
CAPÍTULO IX

PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

9.1 Propuesta gráfica final

Portada. 8.5 x 11 pulgadas.





福

Nuestra Magia

Misión

Proveer pirotécnicos como un arte seguro, siendo una alternativa de diversión tanto para adultos como para jóvenes y niños brindando el mejor servicio, precios y productos.

Visión

Ser la empresa líder en pirotecnia a nivel nacional y centroamericano, llevando alegría y color a las familias creando y reviviendo fantasía al formar parte esencial de cada celebración.

运气 庆祝 惊讶

**Conoce Nuestros
Productos**

**Baterías
y
Bengalas**

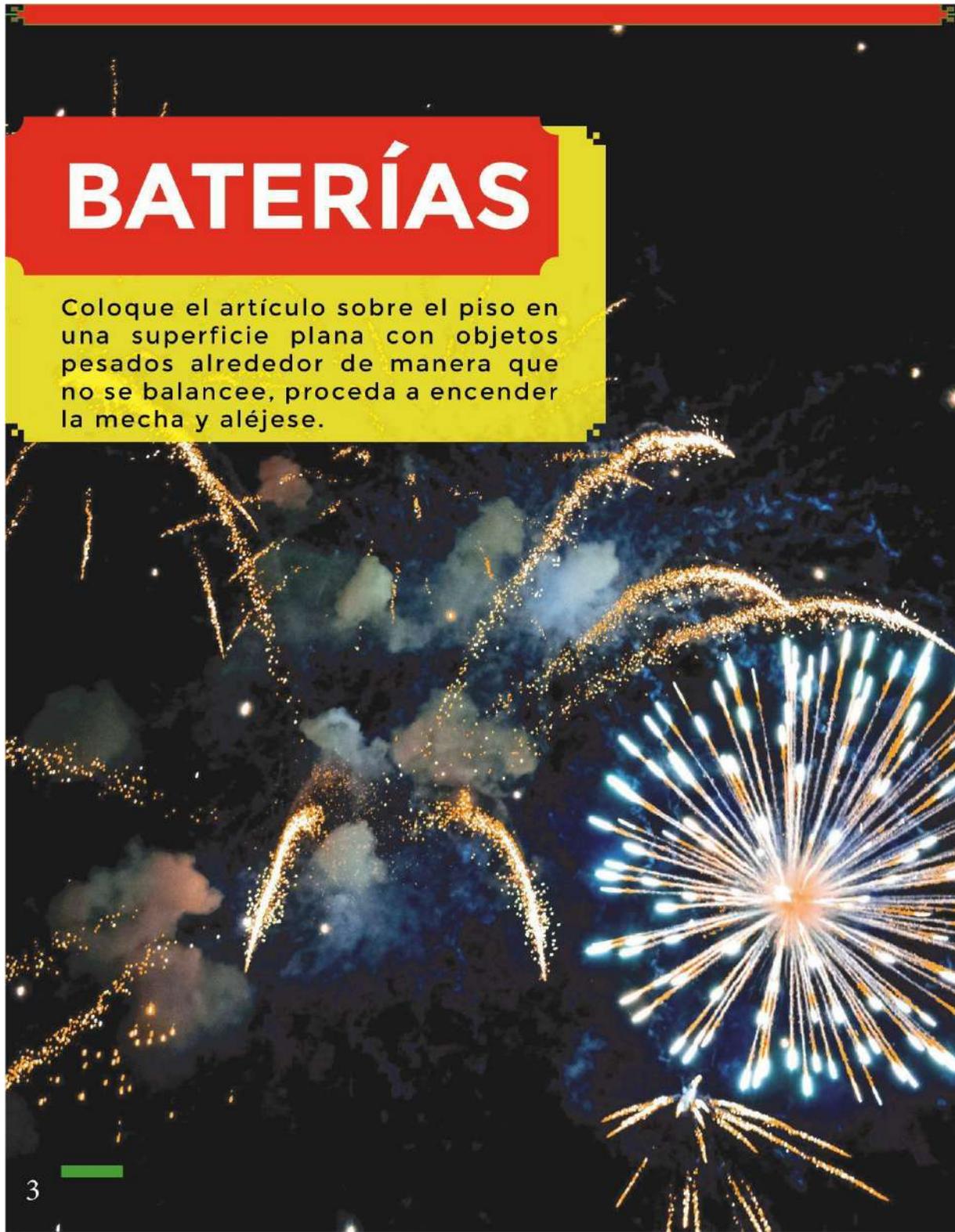
**Cohetillos
y
Fuentes**

**Voladores
y
Candelas**

**Novedades
y
Combos**



Portada baterías. 8.5 x 11 pulgadas.



BATERÍAS

Coloque el artículo sobre el piso en una superficie plana con objetos pesados alrededor de manera que no se balancee, proceda a encender la mecha y aléjese.

3



BY1903
Erupciones Resplandecientes 19T
Palmeras doradas con destellos rojos resplandecientes.



CD 1051
Destellos De Rojo A Plata 13T
La noche se hace más bella con los múltiples destellos que cambian su tonalidad de rojo a plata.



BY3601
Luciérnagas De fiesta 36T
Será espectador de como el cielo se iluminará de luciérnagas verdes y rojas.



CD1416
Serpientes De Crisantemos 25T
Colas doradas en forma de serpientes que juegan con las palmeras y los crisantemos dorados.

惊讶
庆祝
运气

Baterías



CD1208
Peonías Amarillas Y Rojas 25T
La belleza de las Peonías amarillas invadirá tus ojos y te hipnotizará con sus brillantes resplandores rojos.



CD1209
Monster 25T
Los gritos de emoción no pararán en esta escalofriante lluvia de color y explosión.

庆祝



CD1211
BOZZ 25T
Un viaje espacial con muchas e impresionantes estelas luminosas que viajarán a la velocidad de la luz en colores rojo, azul y verde.



CD1225F
Abanico De Estrellas Multicolor 25T
Espectáculo de palmera de colores que finalizará con destellos crackling.



CD1413
Peonías Azules a Glittering Plateado 25T
Flores milenarias chinas en un precioso color azul, alcanzando un color plateado.



CY2503
Chispas Y Centellas 25T
Chispas con inicio de silbido, multicolor.

运气



CD1408
Bersek Bush 25T
Imponentes palmeras con múltiples incrustaciones de coloridas perlas, que harán relucir la alegría en cualquier ocasión.



CD121002
Colores del Infinito 100T
Explosiones de colores acompañadas de destellos brillantes.

Baterías



CY2502

Maestro Del Fuego 25T

Esferas rojas, verdes y plateadas lanzará el maestro del fuego y terminará de sorprenderte con una llama de chispas.



EY2001

Pelea De Titantes 20T

Es un duelo para ver quién es el más fuerte y apoderarse del cielo con su color intenso.

运气



FK0306

Estrellas Fugaces 7T

Un espectáculo de destellos y estrellas fugaces.

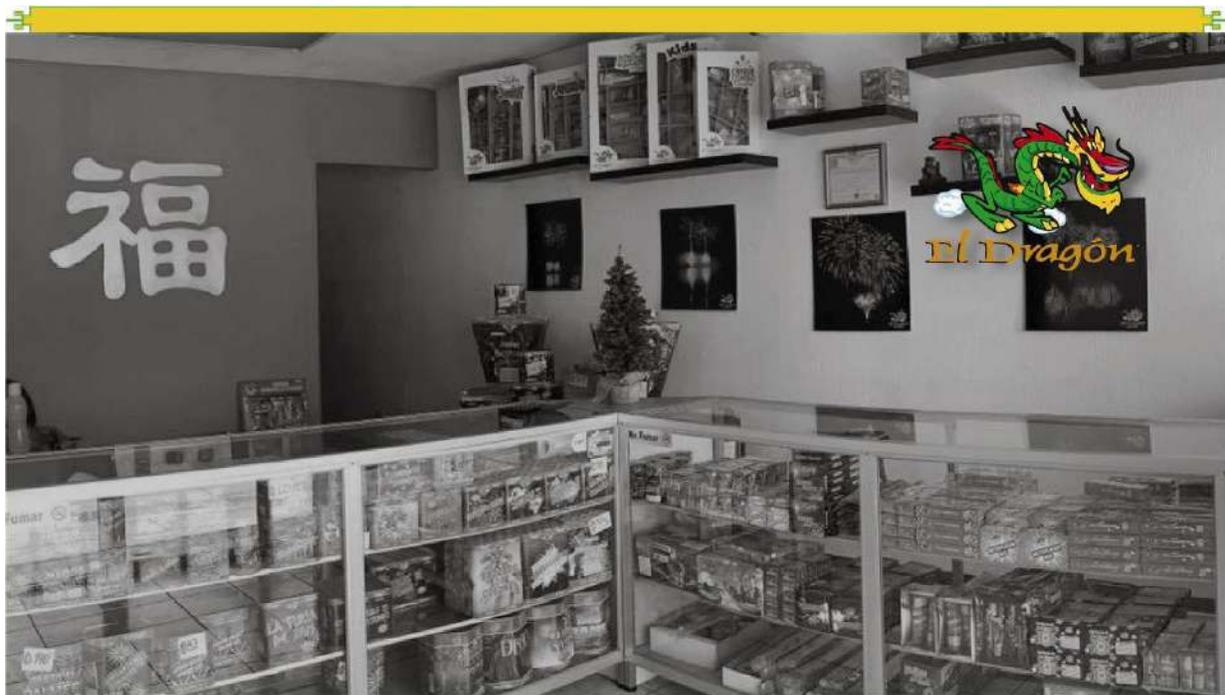


GY1901

Galaxia Andrómeda 19T

Una galaxia con estrellas y crackling destellante para una noche inolvidable.

Página de producto. 8.5 x 11 pulgadas.



庆祝



KTC252502
Corona Celestial 25T
25 destellos celestiales en
distintos colores.



KTC182501
Batalla Celestial 25T
Explosión celestial con final
de silbido.

Baterías

8

Página de producto. 8.5 x 11 pulgadas.

BENGALAS

Y GIRATORIOS



9



0888
Estrellita

Saque una de las varitas, sosténgala con la mano por la parte más delgada y proceda a encender.

YC7672
Látigo de colores
Te sorprenderá con sus chasquidos de colores.



0901
Trompito
Un bello y brillante crisantemo que cambia de colores.



CD004
Giros Cegadores
Brillantes giros darán los cegadores e iluminarán tu camino.



运气

Bengalas & Giratorios

COHETILLOS



025A
Bolitas Ruidosas

Saque las bolitas de la bolsita, coloque en el piso, encienda y alejese; verá que encerradas en estas bolitas hay muchos chasquidos inquietos por salir.

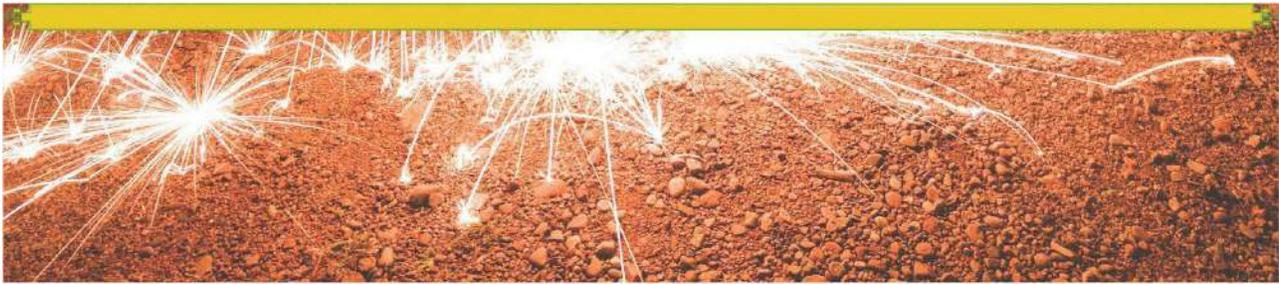
1024N
50 Pilicracker Grande/50
Disfrutara de múltiples cascabeles con chispas plateadas.



T1001
Látego Mágico 1M

Te sorprenderá con sus chasquidos y magia.

.Página de producto. 8.5 x 11 pulgadas



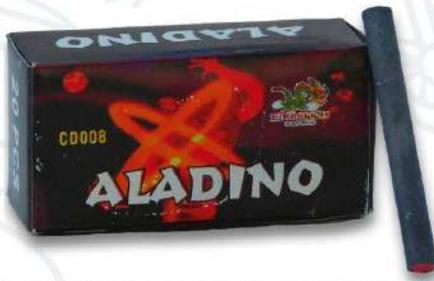
**T8500
Pop Pop**

Puedes sentir una mínima explosión en tus
manos o en tus pies.



**CD008
Aladino**

Eleva tu imaginación con la alfombra
mágica que desplegará este amiguito
en colores azul y anaranjado.



运气

Y001

Mecha Tronadora
Con un Ligero movimiento
hará chispas.



Cohetillos

12

Página de producto. 8.5 x 11 pulgadas.



13

BD12037
Cilindro Tronador
Chasquidos coloridos.



BD0906
Súper Cilindro Tronador
Súper chasquidos dorados.



BD0907
Tamborcito Rojo, Morado, Amarillo
Increíble fuente colorida que cambia en hermosos colores.



HP601
Fuente Dorada
Pequeña fuente dorada con cracklings y destellos.



VOLADORES



W530
Mariposas De Dos Etapas
Unas bellas mariposas se elevarán al cielo y nos dará todo su resplandor.

W706 Lady Bug
Al encender la mecha volara como no tienes idea.



CANDELAS



CD2274C
Candela Con Explosiones 10T
Centellantes y luminosas suben las colas plateadas con crackling.



GQ5604
Cortina de Crisantemos Dorados.
Cortina de disparos iluminantes.



HQ2081
Candela de Crisantemos 8T
8 disparos de bolas de colores con crackling dorado.

Página de producto. 8.5 x 11 pulgadas.



NOVEDADES

Dentro de este increíble carrito encontrarás todo lo necesario para iluminar tu noche.



福

Novedades

18



Chiqui Combo Dragón
Q80.00



Descripción	Cantidad
Estrellita	20
Pilicracker grande	50
Estrellitas de color	8
Super cilindro tronador	1
Cilindro tronador	2
Aro mágico	25
Miniflash	10
Aladino	20
Pop pop	50
Mecha tronadora	10
Flash	4
Látigo de colores	12
Incienso	1
Total unidades	213

Descripción	Cantidad
Fontana Sissi	4
Fuente bonita	1
Pilicracker grande	50
Minitornado	24
Capullos tronadores 7T	1
Destellos y crackling 8T	1
Colas sonoras	1
Destellos cegadores	4
Fuente multicolor	1
Crackling sunset	1
Little bull	1
Mini Cicciolo	100
Sirio assortment	3
Incienso	1
Total unidades	193

CB004
Mini galactico
Q265.00



Página de producto. 8.5 x 11 pulgadas.

COMBOS

Junior Plus Q320.00



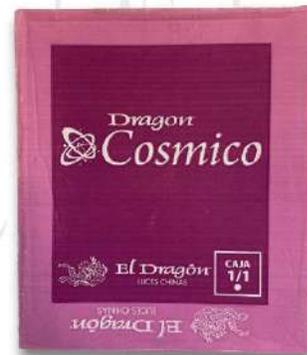
Descripción	Cantidad
Bolitas ruidosas	6
Trompito	12
Pilicracker Grande	50
Chispas y explosiones	1
Giros cegadores	18
Aladino	20
Candela silbadora con crackling	3
Ruidos exóticos	1
Capullos tronadores	1
Cocotero brillante	1
Destellos y crackling	1
Látigo mágico	1
Pop pop	50
Incienso	1
Total unidades	166

Descripción	Cantidad
-------------	----------

Telaraña roja y verde 10T	1
Erupciones y estrellas fugaces 10T	1
Erupciones resplandecientes 19T	1
Navidad fantástica 25T	1
Pelea de titanes 20T	1
Ruidos exóticos 8T	1
Candela de crisantemos 8T	1
Meteoritos 9T	1
Incienso	1

Total unidades 9

Dragón Cosmico Q560.00

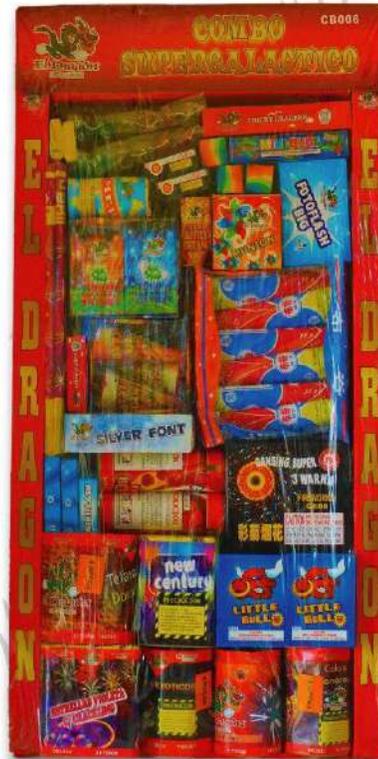


Combos

20

Descripción	Cantidad
Fountain glitter dream	1
Fontana victory	2
Fuente bonita	2
Trompito	25
Pilicracker	25
Pilicracker grande	50
Party poppers	12
Cuckoo	6
Minitornado	168
Miniflash	10
Estrellas violeta c/crackling 25T	1
Ruidos exóticos 8T	1
Telaraña dorada y roja	1
Cocotero brillante 7T	1
Colas sonoras 8T	1
Destellos cegadores	4
Fuente dorada	3
Fuente sonora	1
Little bull	2
Cobra	12
Candelas romanas 15 bolas	12
Mini Cicciolo	100
Silver font	5
Golden volcano	3
New century	1
Minitortolita	3
Incienso	1
Total unidades	453

CB006
Supergalactico
Q650.00



Dragón Oro
Q1,125.00



Descripción	Cantidad
Luciérnagas de fiesta 36T	1
Luciérnagas verdes	1
Serpiente de crisantemos 25T	1
Candela con explosiones 10T	6
Chispas y centellas 25T	1
Pelea de titanes 20T	1
Galaxia andrómeda 19T	1
Batalla galactica 25T	1
Cometas 9T	1
Coronca multicolor 25T	1
Flores doradas 9T	1
Incienso	2
Total unidades	18

Descripción **Cantidad**

Abanico celestial 49T	1
Palmera tricolor 25T	1
Monster 25T	1
Rocíos de la noche 100T	6
Estrellas rojas y verdes 25T	1
Estrellas violetas c/ crackling	1
Abanico de estrellas multicolor 25T	1
Año nuevo mágico 25T	1
Peonias roja a plata 25T	1
Candela con explosiones 10T	6
Chispas y centellas 25T	1
Guerra de silbidos 20T	1
Bosque de luciérnagas y arañas 19T	1
Flores de fuego 19T	1
Danza de ángeles 25T	1
Candela de palmeras 8T	1
Batalla galáctica 25T	1
Corona celestial 25T	1
Incienso	2

Total unidades 25

Dragón Profesional
Q2,600.00

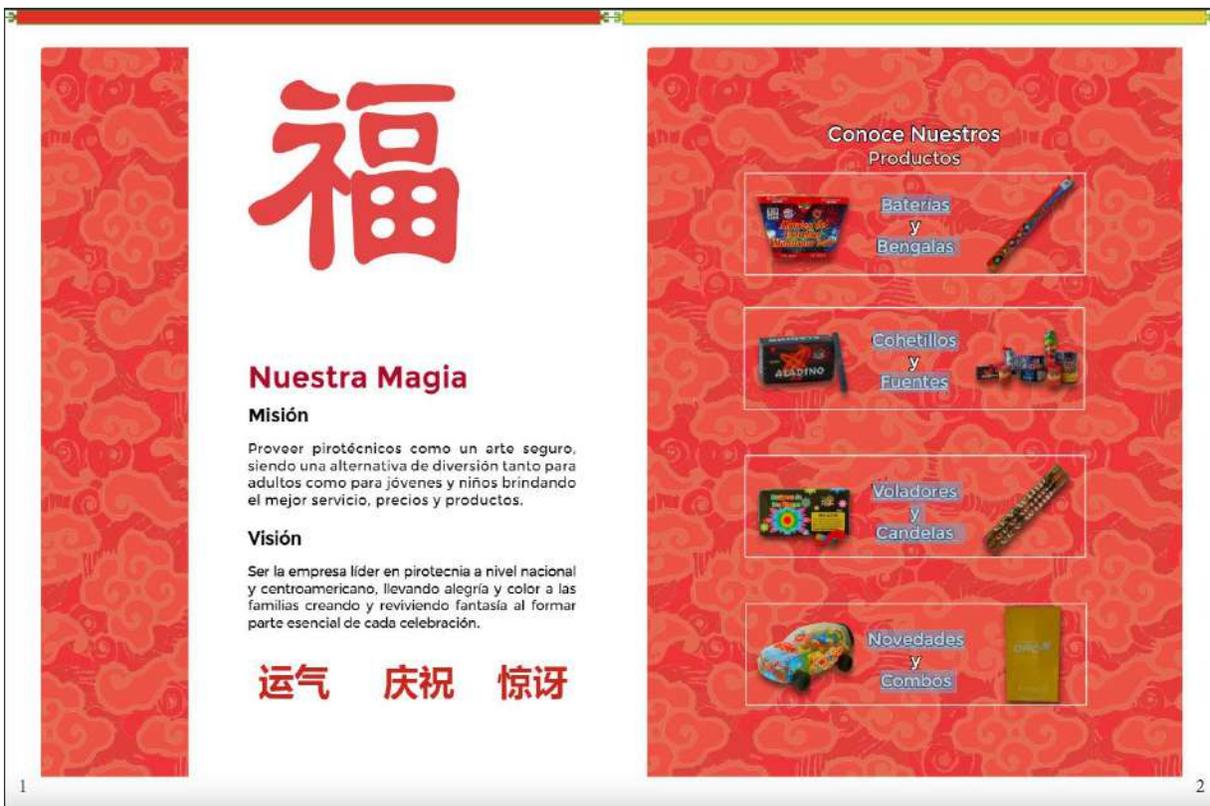


Combos

Contraportada. 8.5 x 11 pulgadas.



9.1.1 Visualización general del documento



BATERÍAS

Coloque el artículo sobre el piso en una superficie plana con objetos pesados alrededor de manera que no se balancee, proceda a encender la mecha y aléjese.



3



BY1903
Erupciones Resplandecientes 19T
Palmeras doradas con destellos rojos resplandecientes.



CD 1051
Destellos De Rojo A Plata 13T
La noche se hace más bella con los múltiples destellos que cambian su tonalidad de rojo a plata.

惊讶
庆祝
运气



BY3601
Luciérnagas De fiesta 36T
Será espectador de como el cielo se iluminará de luciérnagas verdes y rojas.



CD1416
Serpientes De Crisantemos 25T
Colas doradas en forma de serpientes que juegan con las palmeras y los crisantemos dorados.

Baterías

4



CD1208
Peonías Amarillas Y Rojas 25T
La belleza de las Peonías amarillas invadirá tus ojos y te hipnotizará con sus brillantes resplandores rojos.



CD1209
Monster 25T
Los gritos de emoción no pararán en esta escalofriante lluvia de color y explosión.



CD1415
Peonías Azules a Glittering Plateado 25T
Flores milenarias chinas en un precioso color azul, alcanzando un color plateado.



CY2503
Chispas Y Centellas 25T
Chispas con inicio de silbido, multicolor.



庆祝



运气



CD1211
BOZZ 25T
Un viaje espacial con muchas e impresionantes estelas luminosas que viajarán a la velocidad de la luz en colores rojo, azul y verde.



CD1225F
Abanico De Estrellas Multicolor 25T
Espectáculo de palmera de colores que finalizará con destellos crackling.



CD1408
Bersek Bush 25T
Imponentes palmeras con múltiples incrustaciones de coloridas perlas, que harán relucir la alegría en cualquier ocasión.



CD121002
Colores del Infinito 100T
Explosiones de colores acompañadas de destellos brillantes.

5

Baterías

Baterías

6

Presiona **Esc** para salir del modo de pantalla completa



CY2502
Maestro Del Fuego 25T
Esferas rojas, verdes y plateadas lanzará el maestro del fuego y terminará de sorprenderte con una llama de chispas.



EY2001
Pelea De Titanes 20T
Es un duelo para ver quién es el más fuerte y apoderarse del cielo con su color intenso.



运气



FK0306
Estrellas Fugaces 7T
Un espectáculo de destellos y estrellas fugaces.

庆祝



GY1901
Galaxia Andromeda 19T
Una galaxia con estrellas y crackling destellante para una noche inolvidable.



KTC252502
Corona Celestial 25T
25 destellos celestiales en distintos colores.



KTC182501
Batalla Celestial 25T
Explosión celestial con final de silbido.

Baterías

Baterías

7

8

BENGALAS Y GIRATORIOS





0888
Estrellita
Saque una de las varitas, sosténgala con la mano por la parte más delgada y proceda a encender.





7C7672
Látigo de colores
Te sorprenderá con sus chasquidos de colores.



0901
Trompito
Un bello y brillante crisantemo que cambia de colores.



CD004
Giros Cegadores
Brillantes giros darán los cegadores e iluminarán tu camino.

运气

Bengalas & Giratorios

9

10

COHETILLOS



025A
Bolitas Ruidosas
Saque las bolitas de la bolsita, colóquelas en el piso, ancléndolas y alejése; verá que encerradas en estas bolitas hay muchos chasquidos inquietos por salir.



T8500
Pop Pop
Puedes sentir una mínima explosión en tus manos o en tus pies.



1024N
50 Pillcracker Grande/50
Disfrutará de múltiples cascabeles con chispas plateadas.



CD008
Aladino
Eleva tu imaginación con la alfombra mágica que desplegará este arriquito en colores azul y anaranjado.



T1001
Látigo Mágico 1M
Te sorprenderá con sus chasquidos y magia.

运气

Y001
Mecha Tronadora
Con un ligero movimiento hará chispas.



FUENTES



BD12037
Cilindro Tronador
Chasquidos coloridos.



BD0906
Súper Cilindro Tronador
Súper chasquidos dorados.

BD0907
Tamborcito Rojo, Morado, Amarillo
Increíble fuente colorida que cambia en hermosos colores.



HPE01
Fuente Dorada
Pequeña fuente dorada con cracklings y destellos.

VOLADORES



W530
Mariposas De Dos Etapas
Unas bellas mariposas se elevarán al cielo y nos dará todo su resplandor.



W706 Lady Bug
Al encender la mecha volará como no tienes idea.

CANDELAS



CD2274C
Candela Con Explosiones 10T
Centellantes y luminosas suben las colas plateadas con crackling.



GQ5604
Cortina de Crisantemos Dorados.
Cortina de disparos iluminantes.



HQ2081
Candela de Crisantemos 8T
8 disparos de bolas de colores con crackling dorado.

15 Voladores

16 Candelas

NOVEDADES





Dentro de este increíble carrito encontraras todo lo necesario para iluminar tu noche.



17 Novedades

18 Novedades

COMBOS

Chiqui Combo Dragón
Q80.00



Descripción	Cantidad
Estrellita	20
Pillicracker grande	50
Estrellitas de color	6
Super cilindro tronador	1
Cilindro tronador	2
Aro mágico	25
Miniflash	10
Aladino	20
Pop pop	50
Mecha tronadora	10
Flash	4
Látigo de colores	12
Inciense	1
Total unidades	213

Junior Plus
Q320.00



Descripción	Cantidad
Bolitas ruidosas	6
Trompito	12
Pillicracker Grande	50
Chispas y explosiones	1
Ciros cegadoras	18
Aladino	20
Candela silbadora con crackling	3
Ruidos exóticos	1
Capullos tronadores	1
Cocotero brillante	1
Destellos y crackling	1
Látigo mágico	1
Pop pop	50
Inciense	1
Total unidades	166

CB004 Mini galactico
Q265.00



Descripción	Cantidad
Fontana Sissl	4
Fuente bonita	1
Pillicracker grande	50
Minitornado	24
Capullos tronadores 7T	1
Destellos y crackling 8T	1
Colas sonoras	1
Destellos cegadores	4
Fuente multicolor	1
Crackling sunset	1
Little bull	1
Mini Cicclolo	100
Sirlo assortment	5
Inciense	1
Total unidades	193

Dragón Cosmico
Q560.00



Descripción	Cantidad
Telaraña roja y verde 10T	1
Erupciones y estrellas fugaces 10T	1
Erupciones resplandecientes 19T	1
Navidad fantástica 25T	1
Pelea de titanes 20T	1
Ruidos exóticos 8T	1
Candela de crisantemos 8T	1
Meteoritos 9T	1
Inciense	1
Total unidades	9

Descripción	Cantidad
Fountain glitter dream	1
Fontana victory	2
Fuente bonita	2
Trompito	25
Pillicracker	25
Pillicracker grande	50
Party poppers	12
Cuckoo	6
Minitornado	168
Miniflash	10
Estrellas violeta c/crackling 25T	1
Ruidos exóticos 8T	1
Telaraña dorada y roja	1
Cocotero brillante 7T	1
Colas sonoras 8T	1
Destellos cegadores	4
Fuente dorada	3
Fuente sonora	1
Little bull	2
Cobra	12
Candelas romanas 15 bolas	12
Mini Cicclolo	100
Silver font	5
Golden volcanico	3
New century	1
Minitorralta	3
Inciense	1
Total unidades	453

CB006 Supergalactico
Q650.00



Dragón Oro
Q1,125.00



Descripción	Cantidad
Luciérnagas de fiesta 36T	1
Luciérnagas verdes	1
Serpiente de crisantemos 25T	1
Candela con explosiones 10T	6
Chispas y centallas 25T	1
Pelea de titanes 20T	1
Galaxia andrómeda 19T	1
Batalla galactica 25T	1
Cometas 9T	1
Corona multicolor 25T	1
Floras doradas 9T	1
Inciense	2
Total unidades	18

Dragón Profesional
Q2,600.00



Descripción	Cantidad
Abanico celestial 49T	1
Palmera tricolor 25T	1
Monster 25T	1
Rocios de la noche 100T	6
Estrellas rojas y verdes 25T	1
Estrellas violetas c/ crackling	1
Abanico de estrellas multicolor 25T	1
Año nuevo mágico 25T	1
Peonias roja a plata 25T	1
Candela con explosiones 10T	6
Chispas y centallas 25T	1
Guerra de silbidos 20T	1
Bosque de luciérnagas y arañas 19T	1
Floras de fuego 19T	1
Danza de ángeles 25T	1
Candela de palmeras 8T	1
Batalla galáctica 25T	1
Corona celestial 25T	1
Inciense	2
Total unidades	25

CAPÍTULO X

PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Se elabora un plan que engloba la producción, reproducción y distribución del diseño de un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco es necesario para conocer las utilidades obtenidas con el proyecto.

10.1 Plan de costos de elaboración

Utilizado como una manera para determinar el proceso de elaboración abarcando técnicas de creatividad, conceptos, bocetajes y la elaboración de la propuesta gráfica preliminar del material digital. La hora trabajada se estima en un valor de Q.25.00

10.2 Plan de costos de producción

Permite determinar el valor del proceso y realización de artes finales, así como la propuesta gráfica final del material digital. El costo por hora trabajada se estima en un valor de Q.25.00

10.3 Plan de costos de reproducción

Al ser material digital, no aplican gastos de reproducción.

10.4 Plan de costos de distribución

Este plan no aplica en el proyecto debido a que el material digital será distribuido en plataformas web gratuitas y redes sociales.

10.5 Margen de utilidad

El margen de utilidad sobre los costos fijos de diseño de un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco de la empresa Luces Chinas El Dragón es del 20%.

10.6 IVA

El impuesto al valor agregado de la totalidad de los costos del proyecto es de Q. 482.40

10.7 Cuadro con resumen general de costos

A continuación, se presenta un resumen en donde se identifican los costos parciales y el monto total de los incisos anteriormente mencionados.

Detalle	Costo
Plan de costos de elaboración 17 días / 6 horas por día Q.25.00 c/h	Q 2,550.00
Plan de costos de producción 8 días / 4 horas por día Q25.00 c/h	Q 800.00
Plan de costos de reproducción	No aplica
Plan de costos de distribución	No aplica
<i>Subtotal</i>	<i>Q 3,350.00</i>
Margen de utilidad 20%	Q 670.00
<i>Subtotal</i>	<i>Q 4,020.00</i>
IVA	Q 482.40
Gran Total	Q 4,502.40

CAPÍTULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se diseñó un catálogo digital interactivo que promueve la línea de productos que ofrece la empresa Luces Chinas El Dragón.
- Se recopiló información acerca de los productos a través de los datos que el cliente proporcionó, ayudando de esta manera a la aplicación de los lineamientos gráficos de la marca.
- Se investigó información relacionada con el diseño a través de fuentes bibliográficas que respaldan la propuesta del desarrollo del catálogo digital.
- Se fotografió los distintos productos pirotécnicos que la empresa ofrece para incluirlos en el catálogo digital, de esta manera se logra verificar que fotografías funcionan dentro del documento.

11.2 Recomendaciones

- Promover el catálogo digital en redes sociales para que el grupo objetivo obtenga de manera inmediata el documento y se interese en los productos.
- Actualizar el contenido del catálogo cada año para incorporar nuevos productos o quitar productos que ya no estarán a la venta.
- Incluir fotografías acordes al contenido e información, esto permite captar la atención de manera más eficaz y obtener un mayor entendimiento al mensaje que se desea transmitir.
- Cuidar la línea gráfica de la empresa ya que al variar demasiado se pierde la identidad de Luces Chinas El Dragón.

CAPÍTULO XII

CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII Conocimiento general

12.1 Demostración de conocimientos



Infografía de conocimiento general, elaborado por Andy Paniagua.

CAPÍTULO XIII

REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Biblioweb

A

- Acaso, M. (2009). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Andrea Estupiñán Villanueva, A. R. *Lenguaje y significado de la comunicación visual*.

Recuperado de fido.palermo.edu:

fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2010/administracionconcursos/archivos_conf_2012/581_53989_856con.pdf

- Answr. (2012). *Diseño*. tokyo: Answr Inc.

B

- B.F. Erickson (2010). *Definición de publicidad*. Recuperado de:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zHTpDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=qu%C3%A9+es+la+publicidad&ots=CAXIjGBizn&sig=tEKMIImqFNAqXmv2i33GAl7iGJg#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20la%20publicidad&f=false>

- Bosch, M. A. (2009). *El lenguaje visual*. Barcelona: Paidós Ibérica.

C

- Costa, J. (2011). *Identidad Corporativa*. In J. Costa, *Identidad Corporativa* (p. 125). Trillas.
- Carlos Pérez y Gabriela Salinas (2008). *Definición de marca*. Recuperado de:

<https://books.google.com.gt/books?id=KoGpG7Wvq5sC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

E

- (Eco. 2000). *Tratado de semiótica*. Recuperado de:

http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=17

F

- Fonseca Yerena, M. d., Correa Pérez, A., & Pineda Ramírez, M. I. (2011). *Comunicación oral y escrita*. Ciudad de México: prentice hall.

G

- Giddens, A. (2000). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial S.A.
- Gage, J. (1998). *Color y Cultura*. (J. Gage, Ed.) SIRUELA.

R

- Reyes, L. G. (2016). *El Diseño Editorial*. . Madrid: Mudi.
- Ribeiro, Lair; “*La Comunicación Eficaz*”, Editorial Urano, Barcelona, España, (1996).

13.2 E-grafías

A

- A.G.E. (14 de octubre de 2014). *Libros gratuitos de diseño*. Recuperado de sarinsblog: <https://sarinsblog.wordpress.com/2014/10/14/10-libros-gratuitos-sobre-diseno-e-ilustracion/>
- Arturo Torres (2021). *Definición de comunicación, su proceso y elementos*. Recuperado de: <https://psicologiamente.com/cultura/elementos-de-comunicacion>

B

- Bender. (2021). *teoría del color*. Recuperado de vix: <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/2010/12/13/la-teoria-del-color>
- Blanca Marcet (2019). *Definición de diseño digital*. Recuperado de: <https://volklenders.com/volk-plus/disen-y-marca/disen-digital-que-es/>

D

- DeSignificados.com s.n. (2021). *Definición de diseño*. Recuperado de: <https://designificados.com/disen/>

E

- Ecured. (2021) *fotografía*. Recuperado de ecured: <https://www.ecured.cu/Fotograf%C3%ADa>
- EOI. (21 de enero de 2012). *Marketing mix*. Recuperado de EOI: [Marketing Mix o Mezcla de Mercadotecnia \(eoi.es\)](http://www.eoi.es/Marketing-Mix-o-Mezcla-de-Mercadotecnia)
- Eduardo Ledesma. (01 de diciembre de 2019). *Semiótica*. Recuperado de Eduardo Ledesma: [Semiología práctica – EDUARDO LEDESMA \(eduardo-ledesma.com\)](http://www.eduardo-ledesma.com/Semiologia-practica)

F

- Francisca Martin (2021). *Definición de diagramación*. Recuperado de: agenciachan <http://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/>
- FoTóN s.n. (2018). *Definición de recorrido visual*. Recuperado de: psicología y mente <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-gestalt>

G

- Gabriela Gil. (2021) A. S. *Minimalismo*. Recuperado de: Nos gusta lo simple <http://nosgustalosome.blogspot.com/>
- Oj.gob.gt. (2021) *Población total de Guatemala*. Recuperado de: [http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio\(1\).pdf](http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio(1).pdf)

H

- Hiebaum Karim Silvina. (2017, noviembre 29). *Comunicación, expresión y lenguaje*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-expresion-lenguaje/>

J

- Juan Carlos Alcaide. (2017) *Comunicación persuasiva*. Recuperado de: [Comunicación persuasiva – Juan Carlos Alcaide](#)

L

- Lgaleano. (2018). *Definición de comunicación gráfica*. Recuperado de: <https://teinco.edu.co/index.php/2018/04/11/comunicacion-grafica-que-es/>
- Libros sin tinta. (2021). *Fundamentos de marketing*. Recuperado de: <https://www.librosintinta.in/libros/fundamentos-de-marketing-kotler-6ta-edicion-doc.html>

M

- Martin, F. Chan (2021). Recuperado de Chan:
<http://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/>
- Maria, F. S. (21 de mayo de 2014). *Tipografías*. Recuperado de Staffcreativa:
<http://www.staffcreativa.pe/blog/tipografia/>
- Template monster (2021). *Fuentes tipograficas*. Recuperado de Template monster:
[Tipos de letras y fuentes de iconos | Fonts | TemplateMonster](#)
- Monografías s.n. (2021). *Definición de clientes actuales y potenciales*.
Recuperado de:
[Clientes Actuales y Potenciales - 1090 Palabras | Monografías Plus](#)
(monografias.com)

O

- Ortega, G (2021). *teoría de comunicación*. Recuperado de teoría comunicación:
<https://teoriacomunicacion1.wordpress.com/modelos-de-comunicacion/modelo-de-wilbur-schramm/>

P

- Pastocreativo. (2021) (s.f.). *Diagramación*. Recuperado de Pastocreativo:
<http://pastocreativo.blogspot.com/2008/02/diagramacin-conceptos-basicos.html>
- PenHolder. (29 de octubre de 2007). *Que es RGB*. Recuperado, de Cristalab:
<http://www.cristalab.com/tutoriales/que-es-rgb-red-green-blue-c47782l/>
- Psicologiamente. (2021). *Teoria de la gestalt*. Recuperado de:
[Teoría de la Gestalt: leyes y principios fundamentales \(psicologiamente.com\)](#)

R

- Red Gráfica Latinoamérica. (2021). *El boceto*. Recuperado de. RedGráficaLatinoamérica:
<http://redgrafica.com/El-Boceto-una-propuesta-Grafica>

S

- Significados. (8 de agosto de 2016). *Color*. Recuperado de Significados:
<https://www.significados.com/color/>
- Santamaria. (2021). *Marketing operativo*. Recuperado de:
[Microsoft PowerPoint - DPSC-Producto-alumnos.ppt \(uvigo.es\)](Microsoft PowerPoint - DPSC-Producto-alumnos.ppt (uvigo.es))

U

- Ucha, F. (20 de agosto de 2009). *Definición de catálogo*. Recuperado de: DefiniciónABC
<https://www.definicionabc.com/general/catalogo.php>

W

- Teorialiteraria. (2021). *Notas sobre la Semiótica visual*. Recuperado de:
[03_dewes.pdf \(unam.mx\)](03_dewes.pdf (unam.mx))
- Wordpress. (02 de septiembre de 2015). *Estadística*. Recuperado de:
[ESTADÍSTICA | bto43 \(wordpress.com\)](ESTADÍSTICA | bto43 (wordpress.com))

CAPÍTULO XIV

ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

Anexo I

14.2 Brief

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Andy Gabriel Paniagua Velásquez
No de Carné	16007864
Teléfono	5717-2828
E-mail	16007864@galileo.edu
Proyecto	Trabajo en diseño de un catálogo digital interactivo para promover en clientes reales y potenciales la línea de productos que se ofrece al mercado guatemalteco.

Datos del cliente

Empresa	Luces Chinas El Dragón
Nombre del cliente	Otto German Sun Kwan
Teléfono	PBX (502) 2472-4872

E-mail	otto.sun@gmail.com
Antecedentes	<p>Luces Chinas El Dragón fue fundada en Guatemala para traer la magia de la pirotecnia China, Hoy en día es la empresa líder en venta de pirotécnicos en Guatemala y varios países de Centro América, Su espectáculo de luces ha hecho historia al dirigir evento como luces Campero, shows pirotécnicos y encender las fiestas de fin de año.</p>

Oportunidad identificada	No cuentan con un Catálogo Digital Interactivo.
---------------------------------	--

Datos de la empresa

Misión	Proveer pirotécnicos como un arte seguro, siendo una alternativa de diversión tanto para adultos como para jóvenes y niños brindando el mejor servicio, precios y productos.
---------------	---

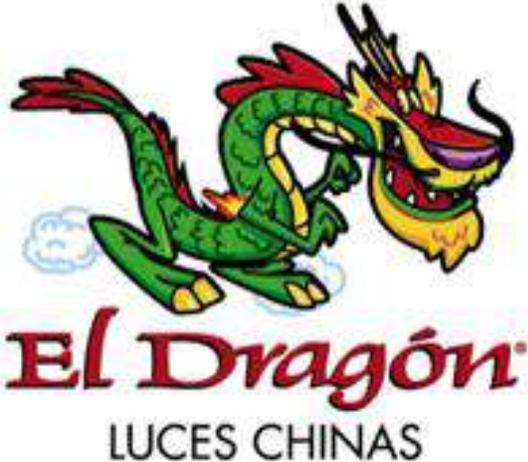
Visión	<p>Ser la empresa líder en pirotecnia a nivel nacional y centroamericano, llevando alegría y color a las familias creando y reviviendo fantasía al formar parte esencial de cada celebración.</p>
Delimitación geográfica	<p>Ciudad de Guatemala e interior del país.</p>
Grupo objetivo	<p>Jóvenes y adultos de 18 a 50 años.</p>
Principal beneficio al Grupo Objetivo	<p>Utilizar el catálogo en cualquier dispositivo para conocer la línea de productos El Dragón.</p>
Competencia	<p>Tiendas de pirotecnia como: Cohetería El Culebrón, Cohetería Kboom, Luces Chinas Guatemala,</p>

<p>Posicionamiento</p>	<p>Guatemala y Centro América</p>
<p>Factores de diferenciación</p>	<p>Productos de gran calidad, imagen establecida, Producto de origen chino.</p>
<p>Objetivo de mercado</p>	<p>Aumentar las ventas y atraer más clientes potenciales.</p>
<p>Objetivo de comunicación</p>	<p>Utilizar la pirotecnia con seguridad, logrando diversión y asombro en todas las celebraciones y eventos, creando momentos en familia y amigos.</p>

Mensaje clave a comunicar	Luces Chinas El Dragón - Espectáculo de luces inolvidable.
Estrategia de comunicación	Productos de gran calidad, generando asombro de manera responsable en todos tus eventos y celebraciones.
Reto del diseñador	Diseñar una imagen atractiva que capte la atención del consumidor.
Trascendencia	Fomentar el interés de los clientes a adquirir y conocer la línea de productos.

<p>Materiales a realizar</p>	<p>Contenido Digital / diseño editorial para el catálogo interactivo.</p>
<p>Presupuesto</p>	<p>De Q 6,000.00 a Q14,000.00</p>

Datos de la imagen gráfica

<p>Logotipo</p>	 <p>The logo features a stylized, colorful dragon in shades of green, red, yellow, and purple, coiled in a dynamic pose. Below the dragon, the text 'El Dragón' is written in a red, serif font, and 'LUCES CHINAS' is written in a smaller, black, sans-serif font below that.</p>
------------------------	---

Colores	Utiliza colores llamativos, utilizados en la cultura China.
Tipografía	Tipografía de El Dragón, LTC Twentieth Century Medium Small CapsbyLanston Type Co.
Forma	Redondeada, con elementos cuadrados en las puntas.

Fecha: 06 de mayo del 2021

(f)

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters, positioned above a horizontal line.

Anexo II

14.1 Tabla nivel socioeconómico Multivex

Tabla Niveles Socio Económicos

Actualización 2018

CARACTERÍSTICAS	1.80%		35.40%			62.80%		
	0.70% NIVEL A	1.10% NIVEL B	5.9 NIVEL C1	11.60% NIVEL C2	17.90% NIVEL C3	50.70% NIVEL D1	12.10% NIVEL D2	Indeterminado NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC Intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC Intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Poseiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Rádío, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Fuente: Multivex Sigma Dos de Guatemala, S.A.
Datos de 2018

Anexo III

14.3 Investigación de tendencias

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Minimalismo. Es un movimiento artístico multidisciplinar, conocido por su aplicación en diversos ámbitos del arte y del diseño, principalmente en las artes visuales. El minimalismo en su ámbito general es referido a cualquier cosa que se haya desnudado a lo esencial, despojada de elementos sobrantes, o que proporciona solo esbozo de su escultura, dicho minimalismo es la tendencia a reducir a lo esencial. (Gabriela Gil, 2019)



Imagen No. 1 autor: Cecilia Castelli, Minimalismo



Imagen No. 2 autor: Duane Dalton, Minimalismo

6.3.4.2 Tendencias Tipográficas. Técnica moderna que consiste en la mezcla de diversas tipografías en un solo diseño para generar un impacto más efectivo al depender de lo que se desea transmitir con el texto, dicha tipografía es fundamental en el mensaje visual que se genera.



Imagen No. 3 autor: [Type Faith Fonts](https://www.dribbble.com/user/profile/12226608), Tipografía Organa

6.3.4.3 Tendencias de color. Técnica que implica el uso de 2 o más tonalidades sobre el diseño, genera un campo visual atractivo y armónico para la visualización del consumidor, influenciado en su percepción. A continuación, se presenta las tendencias de color del año 2021

6.3.4.4 Colores pastel. Utilización de colores pasteles en diferentes tonalidades para resaltar ciertos elementos en una pieza. los usuarios buscan experiencias de navegación cuyos colores sean tranquilizantes. La utilización de magentas, rosas y naranjas sutiles serán de gran importancia para generar un impacto en los usuarios.



Imagen No. 4 autor: Freepik, colores pastel

6.3.4.5 Colores monocromáticos. Una paleta de colores monocromáticos consiste en un conjunto de tonalidades derivadas de un solo color. Es posible agregar otro color plano que sea complementario para resaltar ciertos elementos. Las personas querrán ver piezas armoniosas cuyos colores se complementen entre sí, transmitiendo serenidad y armonía. (Crehana, 2021)



Imagen No. 5 autor: Pexels, colores monocromáticos

6.3.4.6 Colores planos. La utilización de colores planos creados para garantizar la comodidad de nuestra vista, mediante diseños simples, sutiles, frescos y naturales que faciliten la navegación en línea durante un tiempo prolongado.



Imagen No. 6 autor: Pixabay, colores planos

Referencias

- Circulo de tendencias. (2019). Erlin Salgado. Obtenido de Circulo de tendencias:
<http://www.circulodetendencias.com/que-es-una-tendencia>
- Macho dominante. (15 de 3 de 2021). Antonio Acebal. Obtenido de Macho dominante:
<https://www.machodominante.es/minimalismo-y-color-las-ilustraciones-de-cecilia-castelli/>
- Idea creativa. (5 de 12 de 2020). Creativo News. Obtenido de Idea creativa:
<https://ideakreativa.net/mas-de-15-tendencias-de-tipografias-en-2020/>
- Crehana. (9 de 5 de 2021). Crehana. Obtenido de Crehana:
<https://www.crehana.com/mx/blog/disenio-grafico/tendencias-de-color-2021/>

Tablero de Tendencias



Anexo IV

14.4 Evidencia fotográfica para el proceso de validación

14.4.1 Expertos. Para validar la propuesta preliminar de este proyecto, se tomaron en cuenta a 7 expertos en el área de diseño gráfico y comunicación.

- Lic. Andres Moreno. - Diseñador Gráfico.



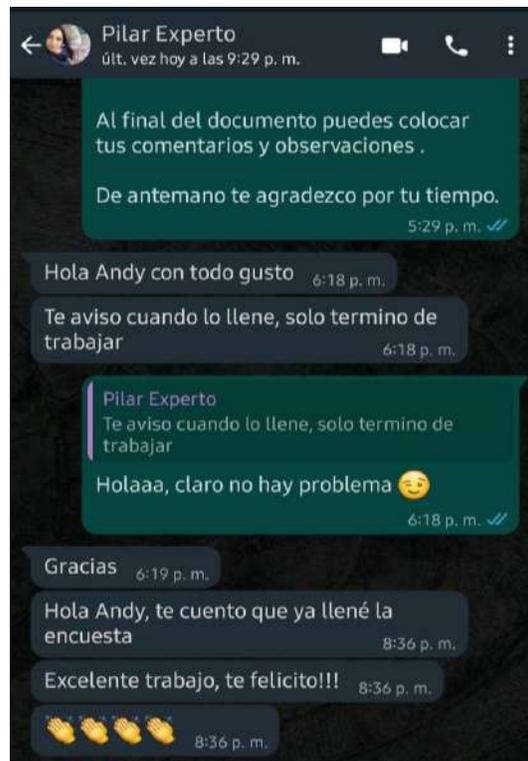
- Lic. Jazmin Ortiz. - Comunicadora



- Lic. Pilar Rodríguez - Publicista y Comunicadora.



Captura de pantalla 1
conversación de Whatsapp
Lic. Pilar Rodriguez



- Lic. Julio Acevedo. - Publicista.

Captura de pantalla 2

conversación de Whatsapp

Lic. Julio Acevedo



- Lic. Ingrid Ordoñez - Mercadóloga.



- Lic. Rolando Barahona - Diseñador Gráfico.



- Lic. Lourdes Donis. - Comunicadora.



14.4.2 Cliente. El proyecto es validado por Otto Sun, Ingeniero y Gerente General de Luces Chinas El Dragón.

quedo atento a su respuesta
saludos.
Andy Paniagua.

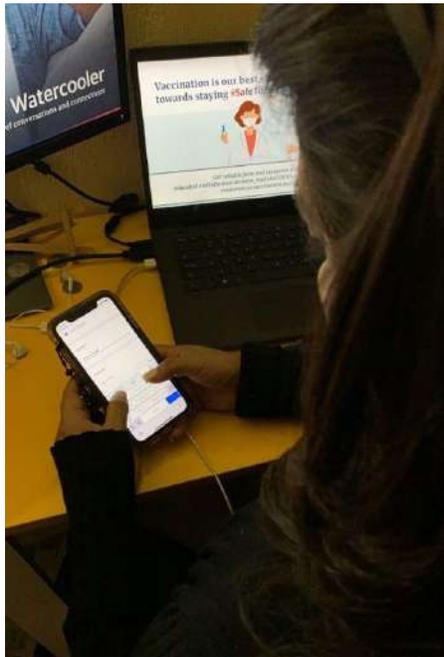


Otto Sun

Buenos días Andy, encuesta contestada, lo que no pude fue bajar el documento. Me pide usuario y contraseña

14.4.3 Grupo Objetivo. Fueron encuestadas 23 personas del grupo objetivo, hombres y mujeres con un rango de edad de 18 a 55 años, con un nivel socioeconómico C siendo estos clientes potenciales y clientes reales a los cuales se les explicó el proyecto, para luego visualizar el documento en la plataforma ISSUU y proceder a responder el instrumento de validación.

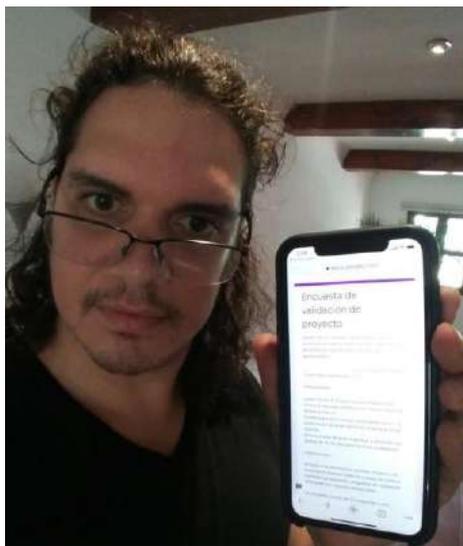
14.4.3.1 Fotografías de validación con grupo objetivo



Gilda Márquez



Ingrid Cruz



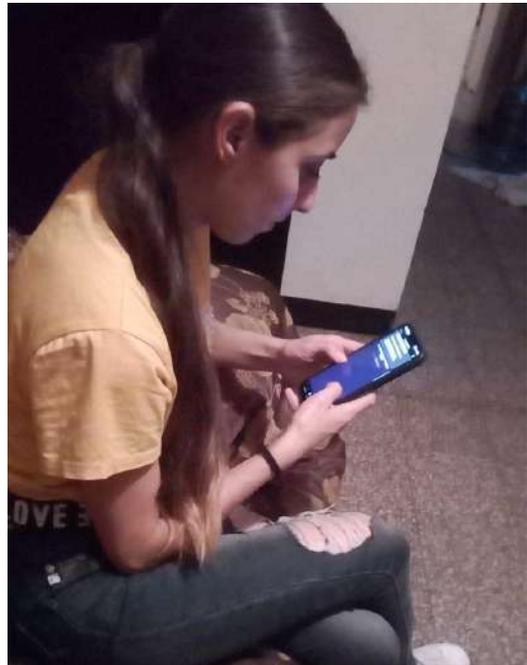
Gabriel Blanco



Juan Colindres



José Muñoz



Paola Ponce

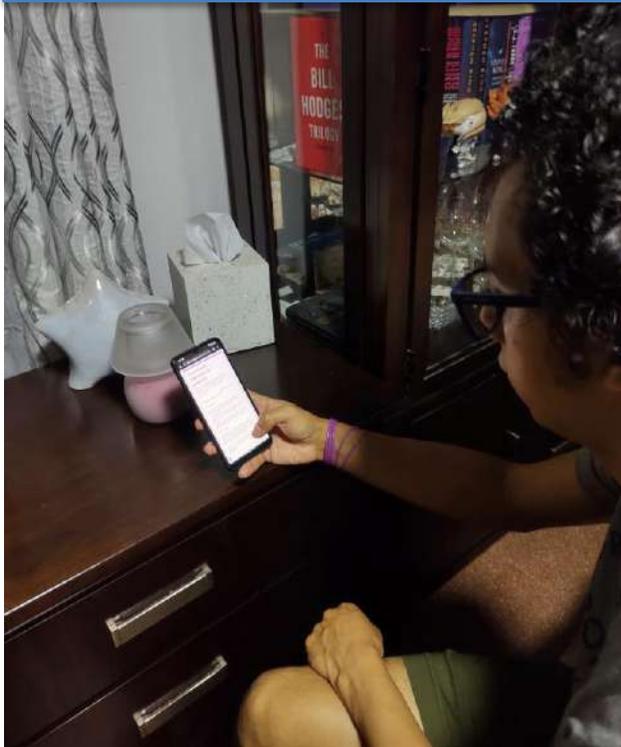


Ileana de Carrera

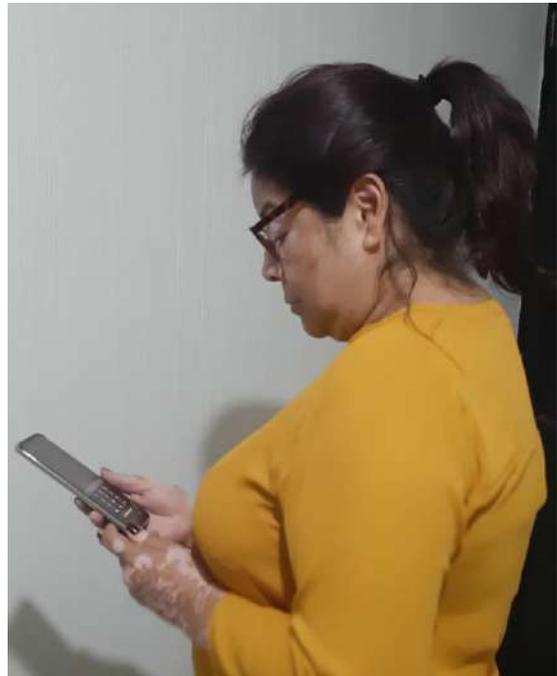


Fabrizio Savages

Nery Gonzales



Glenda Mendoza



Pablo García



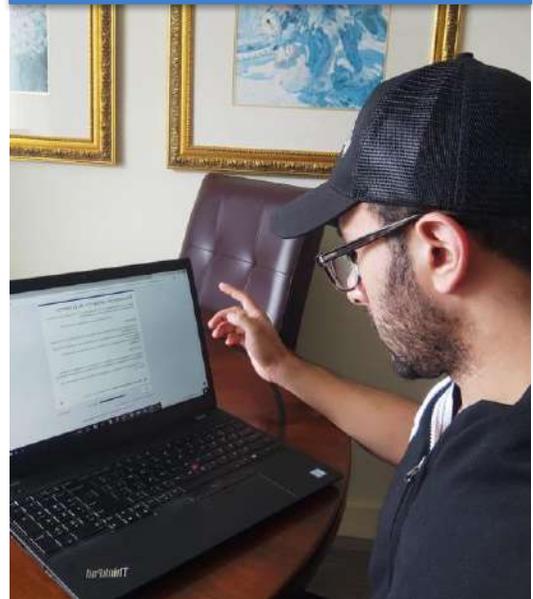
Sonia López



Elizabeth Alonzo



Oscar Alvarado

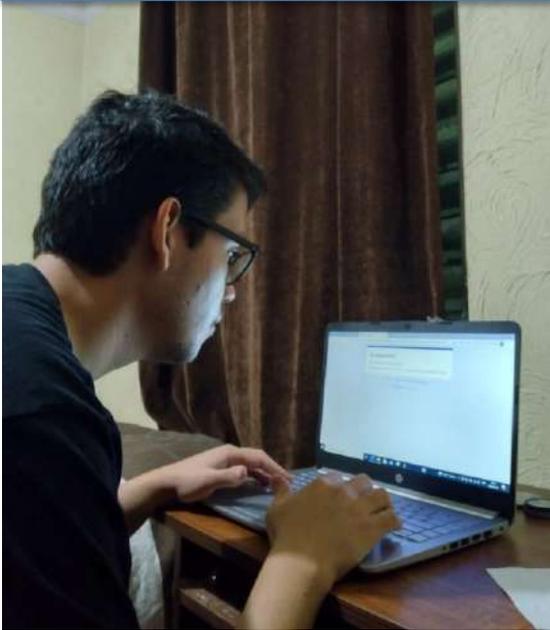


Orlando Lainfiesta



Adriana Calderón

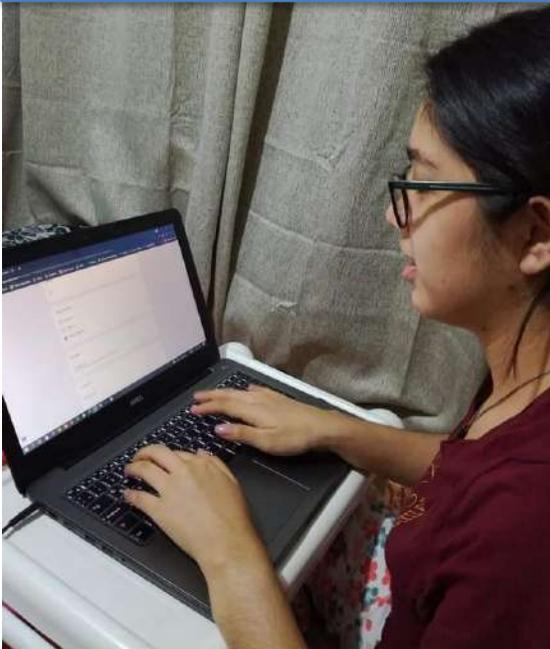
Diego Orellana



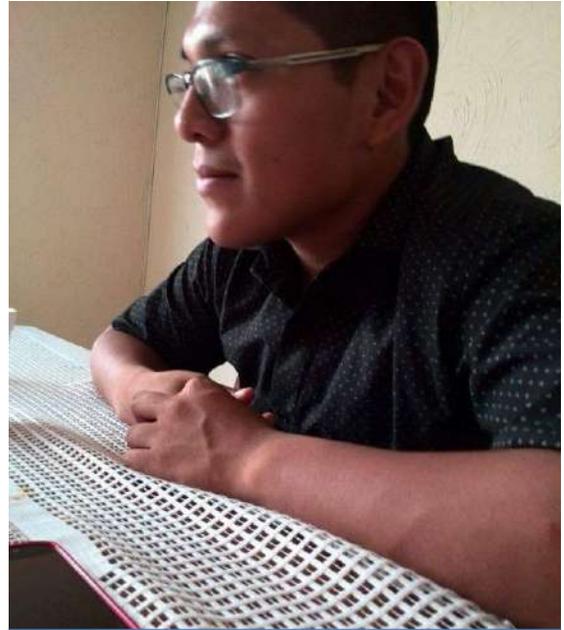
Byron Méndez



Denisse Trujillo



Kevin Duarte



Anexo V

14.5 Encuesta para validación de proyecto en Google Forms

<https://forms.gle/CvMphGJ8W8GVibq87>

Anexo VI

14.6 Fotografías de realización propia para la creación del proyecto

