



**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa Moto Servicios “Los cuates”. Guatemala, Guatemala 2017.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Angel Fernando Cardona Cuevas

Carné: 20072407

Para optar al Título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Guatemala 17 de Julio 2017

Diseño de isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa Moto Servicios “Los cuates”. Guatemala, Guatemala 2017.

Angel Fernando Cardona Cuevas

Carné No: 20072407

UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala 17 de Julio 2017

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

Autoridades de Universidad Galileo

Rector

Dr. Eduardo Suger Castillo

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto Ms. C.

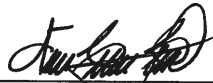
Guatemala 18 de abril de 2016

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

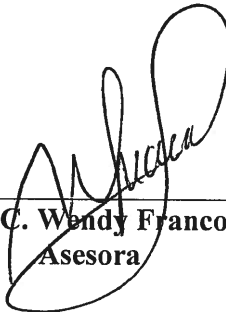
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE ISOLOGO Y PIEZAS GRÁFICAS PARA DAR A CONOCER A
CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS EN EL ÁREA DE
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN QUE OFRECE LA EMPRESA MOTO
SERVICIOS “LOS CUATES”. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Así mismo
solicito que la Ms.C. Wendy Franco sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Angel Fernando Cardona Cuevas
20072407



Ms.C. Wendy Franco
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 06 de mayo de 2016

Señor:
Angel Fernando Cardona Cuevas
Presente

Estimado Señor Cardona:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE ISOLOGO Y PIEZAS GRÁFICAS PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS EN EL ÁREA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN QUE OFRECE LA EMPRESA MOTO SERVICIOS “LOS CUATES”. GUATEMALA, GUATEMALA 2017**. Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Wendy Franco, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de junio de 2017

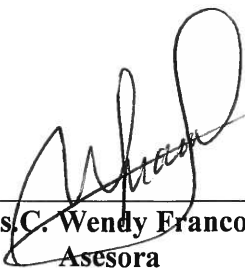
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE ISOLOGO Y PIEZAS GRÁFICAS PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS EN EL ÁREA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN QUE OFRECE LA EMPRESA MOTO SERVICIOS “LOS CUATES”. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por el estudiante: Angel Fernando Cardona Cuevas, con número de carné: 20072407, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms. C. Wendy Franco
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 28 de junio de 2017

**Señor
Angel Fernando Cardona Cuevas
Presente**

Estimado Señor Cardona:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 1 de agosto de 2017.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE ISOLOGO Y PIEZAS GRÁFICAS PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS EN EL ÁREA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN QUE OFRECE LA EMPRESA MOTO SERVICIOS "LOS CUATES". GUATEMALA, GUATEMALA 2017***, del estudiante Angel Fernando Cardona Cuevas, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres V.

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 08 de agosto de 2017

Señor:
Angel Fernando Cardona Cuevas
Presente

Estimado Señor Cardona:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE ISOLOGO Y PIEZAS GRÁFICAS PARA DAR A CONOCER A CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS SERVICIOS EN EL ÁREA DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN QUE OFRECE LA EMPRESA MOTO SERVICIOS “LOS CUATES”. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentado por el estudiante: Angel Fernando Cardona Cuevas, 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. Léizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Resumen

A través del acercamiento con la empresa “Moto servicios Los Cuates”, se identificó que no existe presencia comercial de la marca, debido a que no cuenta con las piezas gráficas y publicidad adecuada que le permita proyectarse de manera eficaz en el mercado nacional.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación, que ofrece la empresa Moto Servicios “Los Cuates”.

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

La herramienta de investigación se aplicó a 32 personas, entre ellas: grupo objetivo, expertos en comunicación y diseño y el cliente.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñó un isologo y nueve piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa “Moto servicios Los Cuates”, así como información y tendencias sobre diseño publicitario, para fundamentar el contenido y el resultado del diseño de las piezas gráficas elaboradas.

Se recomendó habilitar y manejar una cuenta de correo electrónico para mantener comunicación con sus clientes. También la creación de presencia en redes sociales como un medio efectivo y económico de promoción (Principalmente facebook) y la creación de un canal de Youtube con pequeños tutoriales sobre reparaciones básicas de motocicletas, con el objetivo de posicionarse y llegar más a la mente del consumidor.

Índice.

Capítulo I: Introducción	1
1.1. Introducción.....	1
Capítulo II: Problemática	3
2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
2.3 Justificación.....	4
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
2.3.3 Trascendencia.....	5
2.3.4 Factibilidad.....	5
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	6
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	6
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	6
2.3.4.4 Recursos tecnológicos.....	7
Capítulo III: Objetivos de diseño	8
3.1. Objetivo general.....	8
3.2. Objetivos específicos.....	8
Capítulo IV: Marco de referencia	9
4.1 Información general del cliente.....	9
4.2 Organigrama de empresa.....	9
4.3 Foda.....	10
4.4 Brief.....	12

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	15
5.1 Perfil geográfico.....	15
5.2 Perfil demográfico.....	15
5.3 Perfil psicográfico.....	16
5.4 Perfil Conductual.....	17
Capítulo VI: Marco teórico.....	18
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	18
6.1.1 Taller.....	18
6.1.2 Diagnóstico.....	18
6.1.3 Mantenimiento.....	19
6.1.4 Reparación.....	20
6.1.5 Modificación.....	20
6.1.6 Adaptación.....	21
6.1.7 Motocicleta.....	21
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	22
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	22
6.2.1.1 Comunicación.....	22
6.2.1.2 Tipos de comunicación.....	23
6.2.1.2.1 Comunicación escrita.....	23
6.2.1.2.2 Comunicación visual.....	23
6.2.1.2.3 Comunicación corporativa.....	24
6.2.1.2.4 Comunicación informativa.....	25

6.2.1.3 Emisor.....	25
6.2.1.4 Receptor.....	26
6.2.1.5 Mensaje.....	26
6.2.1.6 Información.....	27
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	27
6.2.2.1 Diseño.....	27
6.2.2.2 Diseño gráfico.....	28
6.2.2.3 Pieza gráfica.....	28
6.2.2.4 Logotipo.....	29
6.2.2.5 Imagen.....	29
6.2.2.6 Color.....	30
6.2.2.7 Forma.....	30
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	31
6.3.1 Ciencias.....	31
6.3.1.1 Semiología.....	31
6.3.1.2 Tecnología.....	31
6.3.1.3 Psicología.....	32
6.3.1.4 Psicología de la comunicación.....	33
6.3.1.5 Psicología de la imagen.....	33
6.3.2 Artes.....	34
6.3.2.1 Dibujo.....	34

6.3.2.2 Fotografía.....	34
6.3.2.3 Ilustración.....	35
6.3.2.4Arte tipográfico.....	36
6.3.3 Teorías.....	37
6.3.3.1 Teoría del color.....	37
6.3.4 Tendencias.....	39
6.3.4.1 Flat design.....	39
6.3.4.2 Minimalismo.....	39
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	41
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	41
7.2 Conceptualización.....	43
7.2.1 Método.....	43
7.2.2 Definición del concepto.....	48
7.3 Bocetaje.....	48
7.3.1 Bocetaje a base de dibujo natural.....	48
7.3.1.1 Logotipo.....	48
7.3.1.2 Tarjeta de presentación.....	50
7.3.1.3 Volante.....	51
7.3.1.4 Hoja de cotización.....	52
7.3.1.5 Factura.....	53

7.3.1.6 Sticker adhesivo.....	54
7.3.1.7 Sobre membretado.....	55
7.3.1.8 Hoja membretada.....	56
7.3.1.9 Manta Vinílica.....	57
7.3.1.10 Playeras.....	58
7.3.2 Proceso de bocetaje formal a color con crayón y marcador.....	59
7.3.2.1 Logotipo.....	59
7.3.2.2 Tarjeta de presentación.....	60
7.3.2.3 Volante.....	61
7.3.2.4 Hoja de cotización.....	62
7.3.2.5 Factura.....	63
7.3.2.6 Sticker adhesivo.....	64
7.3.2.7 Sobre membretado.....	65
7.3.2.8 Hoja membretada.....	66
7.3.2.9 Manta Vinílica.....	67
7.3.2.10 Playeras.....	67
7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos.....	68
Capítulo VIII: Validación técnica.....	83
8.1 Población y muestreo.....	83
8.2 Método e Instrumentos.....	84
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	90
8.3.1 Parte Objetiva.....	90
8.3.2 Parte Semiológica.....	95

8.3.3 Parte Operativa.....	98
8.4 Cambios en base a los resultados.....	103
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	108
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	118
10.1 Plan de costos de elaboración.....	118
10.2 Plan de costos de producción.....	119
10.3 Plan de costos de reproducción.....	120
10.4 Plan de costos de distribución.....	120
10.5 Margen de utilidad.....	121
10.6 Cuadro con resumen general de costos.....	121
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	122
11.1 Conclusiones.....	122
11.2 Recomendaciones.....	123
Capítulo XII: Conocimiento general.....	124
12.1 Conocimiento general.....	124
12.2 Demostración de conocimiento.....	126
Capítulo XIII: Referencias.....	127
13.1 Referencias en libros consultados.....	127
13.2 Referencias en documentos electrónicos.....	128
Capítulo XIV: Anexos.....	129

14.1 Definición de tema.....	129
14.2 Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño.....	130
14.3 Taller de desarrollo de objetivos.....	131
14.4 Brief.....	132
14.5 Tabla de niveles socio económicos 2009/Multivez.....	135
14.6 Encuesta perfiles psicográfico y conductual.....	136
14.7 Fotografías de encuestados.....	139
14.7.1 Expertos.....	139
14.7.2 Grupo objetivo.....	142
14.9 Cotizaciones.....	144
14.9.1 Helio-Sep.....	144
14.9.2 Last minute.....	145
14.9.3 Uniformes empresariales.....	146

Capítulo I.

Introducción.

Capítulo I:

1.1 Introducción

Moto servicios Los Cuates es un taller de motocicletas, ubicado en el Centro Histórico de la ciudad de Guatemala. La empresa nace directamente como un pasatiempo y una necesidad de su dueño y fundador, que hace 15 años para motivar su curiosidad acerca de la mecánica de motos, más la necesidad de obtener ingresos extras y aunado a una mala experiencia personal como cliente en un taller de motos, decide experimentar con su propia motocicleta y adentrarse al mundo de la mecánica de motos, al armar y desarmar de manera continua la misma. Se apoyó de los conocimientos y asesoría de personas con conocimiento y experiencia en el tema, quienes fueron fundamentales en sus inicios como mecánico de motos.

La problemática de la empresa es la falta de publicidad o imagen que posee, ya que éste es uno de los motivos principales por los que no se obtienen los resultados esperados, ni el posicionamiento que necesita en el mercado nacional.

Para dar solución a ello se realizó un estudio de mercado que identificó a fondo la problemática. Por lo que se realiza el proyecto “Diseño de isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa Moto Servicios “Los Cuates”.

Para ello fue necesaria la utilización y aplicación de la técnica creativa del mapa mental, que es un soporte para estructurar y representar gráficamente ideas. Así como la implementación de un método de investigación mixto, que consiste en realizar preguntas de forma cualitativa, que toman en cuenta actitudes, aspectos culturales, percepciones,

relaciones y estimaciones, así como preguntas de forma cuantitativa, que se enfocan en la recolección de datos, números, porcentajes, volúmenes y series.

Concluyendo con la investigación de información de tendencias de diseño publicitario, así como la recopilación de información relacionada al mantenimiento y reparación de motocicletas y todo lo relacionado a ellas, información que fue útil para respaldar el resultado de este proyecto.

Capítulo II.

Problemática.

Capítulo II: Problemática.

Luego de la verificación de elementos importantes, se ha detectado que la problemática del taller “Moto Servicios Los Cuates” es la falta de publicidad e identidad corporativa que presenta, que es uno de los principales motivos por los que la empresa no obtiene los resultados esperados ni el posicionamiento deseado en el mercado nacional y en la mente del consumidor.

Otro punto importante dentro de la problemática, es la presentación del lugar. El taller está ubicado en una arteria importante de la ciudad, específicamente en el centro histórico, pero la presentación del mismo no es adecuada o llamativa para clientes potenciales.

2.1 Contexto:

Moto servicios Los Cuates nace directamente como un pasatiempo y una necesidad de su dueño y fundador Roberto Carlos Cardona Cuevas, quien hace 15 años para motivar su curiosidad acerca de la mecánica de motos, más la necesidad de obtener ingresos extras y aunado a una mala experiencia personal como cliente en un taller de motos, decide experimentar con su propia motocicleta y adentrarse al mundo de la mecánica de motos, al armar y desarmar de manera continua la misma. Se apoyó de los conocimientos y asesoría de personas con conocimiento y experiencia en el tema, quienes fueron fundamentales en sus inicios como mecánico de motos.

Dentro de las necesidades principales y la problemática detectada, se ha encontrado que la falta de publicidad o imagen del taller es uno de los motivos principales por los que la empresa no tiene los resultados deseados, es decir; que no existe posicionamiento de la marca.

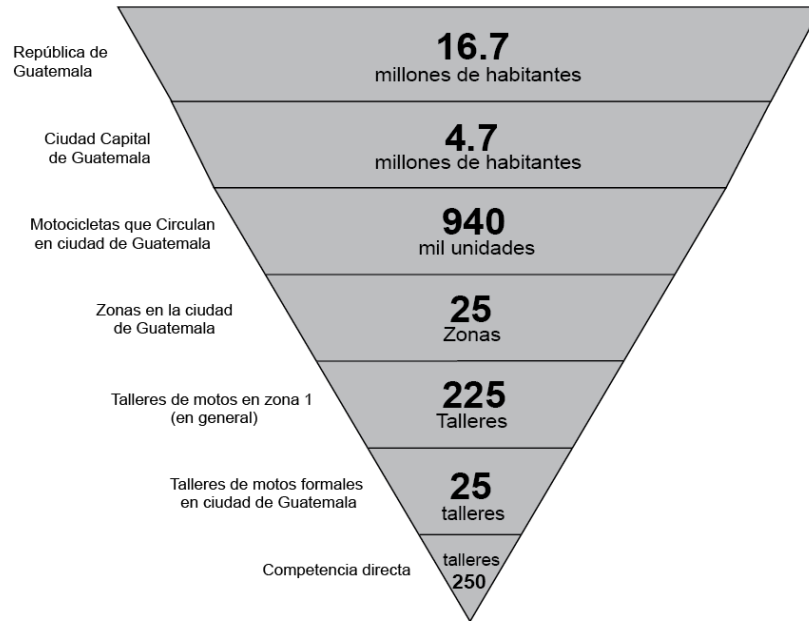
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño:

En la empresa “Moto Servicios Los Cuates” no tiene presencia comercial de la marca, debido a que no cuenta con las piezas gráficas y publicidad adecuada que le permita proyectarse de manera eficaz en el mercado nacional.

Ver anexo “B”

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

2.3.1 Magnitud: Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la población de la república de Guatemala asciende a 16.7 millones de habitantes. Mientras que, en la ciudad capital, la población actual asciende a los 4.7 millones de habitantes. No se tiene un dato exacto de cuántos talleres de motocicletas hay en el país, ya que existen muchos talleres que no cuentan con nombre o registro del negocio para ser identificados. Los talleres de marcas de motos que son competencia directa para “Moto Servicios los Cuates” son aproximadamente 25 talleres formalmente establecidos, que son los de las marcas de motocicletas que se comercializan en Guatemala. Entre ellos: Talleres Masesa, Moto Import, Indi Motors, Súper Centro Mayen, Talleres Honda, Talleres Suzuki, Talleres Yamaha, Movesa, Freedom, Keeway, etc.



2.3.2 Vulnerabilidad: La empresa “Moto Servicios Los Cuates”, al carecer de piezas gráficas e identidad corporativa que le den imagen y presencia a la marca, está limitando su expansión y posicionamiento, ya que la misma no es conocida por nuevos clientes por la falta de imagen que actualmente posee.

2.3.3 Trascendencia: Con el diseño de las piezas gráficas a trabajar se pretende crear impacto y posicionamiento de la marca en la mente del consumidor, y dar a conocer la empresa ante todos esos posibles clientes que se movilizan en motocicleta diariamente. Una marca, un producto o un servicio sin promoción o publicidad, no obtiene los mismos resultados que tendría con imagen corporativa.

2.3.4 Factibilidad: El proyecto de diseño de piezas gráficas para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa “Moto Servicio Los Cuates” es factible, ya que la

empresa cuenta con los recursos que harán viables y razonables los objetivos y el cumplimiento de dicho proyecto, como son:

2.3.4.1 Recursos humanos: La empresa cuenta actualmente con cuatro colaboradores:

- Carlos Roberto Cardona Cuevas (propietario)
- Jairo Alexis Ortiz Cardona (mecánico 1)
- Israel López Cordón (mecánico 2)
- Jorge Luis Samayoa Ramírez (mecánico 3)

Quienes son el recurso humano adecuado, ya que en conjunto tienen la capacidad, el conocimiento, las habilidades y la experiencia para el correcto funcionamiento de las actividades y procedimientos que se realizan dentro de la empresa “Moto Servicios Los Cuates”.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales: El propietario del taller, el señor *Roberto Carlos Cardona Cuevas*, está en la disposición de brindar la información necesaria para hacer posible la elaboración de este proyecto. Así mismo, ha autorizado a los demás empleados de la empresa a brindar la información necesaria que sea útil para el desarrollo de dicho proyecto.

2.3.4.3 Recursos económicos: La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto. Como recursos económicos se utilizarán únicamente la impresión de valla informativa ubicada estratégicamente en la entrada del taller, donde se

brindará información de los servicios que la misma ofrece, así como la producción de las demás piezas a diseñar, que serán útiles para el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

2.3.4.4 Recursos tecnológicos: La organización cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para el cumplimiento del proyecto.

Como recursos tecnológicos se utilizará la tecnología actual para la elaboración del trabajo solicitado por el cliente, como lo son las piezas gráficas a elaborar. Apoyándose de software actuales como: los programas del paquete de Adobe suite; entre ellos: Ilustrador, que será útil para la vectorización del logotipo, entre otras piezas graficas importantes. Además de Photoshop, que será útil para realizar montajes y algunos elementos de las piezas a diseñar. útil para realizar montajes y algunos elementos de las piezas a diseñar. También será indispensable el uso del internet para la búsqueda e investigación de información que será vital para la continuidad del proyecto.

Capítulo III.

Objetivos de diseño.

Capítulo III. Objetivos del diseño.

3.1 Objetivo General: Diseñar isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa Moto Servicios “Los Cuates”.

3.2 Objetivos Específicos:

3.2.1 Investigar información y tendencias sobre diseño publicitario para fundamentar el contenido y el resultado del diseño de las piezas gráficas a elaborar, para la empresa Moto Servicios Los Cuates.

3.2.2 Recopilar información relacionada al mantenimiento y reparación de motocicletas que sea útil para la elaboración del proyecto de la empresa Moto Servicios los Cuates.

3.2.3 Seleccionar los elementos básicos del isologo para verificar la imagen visual de las piezas gráficas para la empresa Moto Servicios los Cuates.

3.2.4 Diagramar correctamente los espacios a utilizar al momento de diseñar las piezas gráficas para que sean visiblemente agradables para la empresa Moto Servicios Los Cuates.

Ver anexo “C”

Capítulo IV.

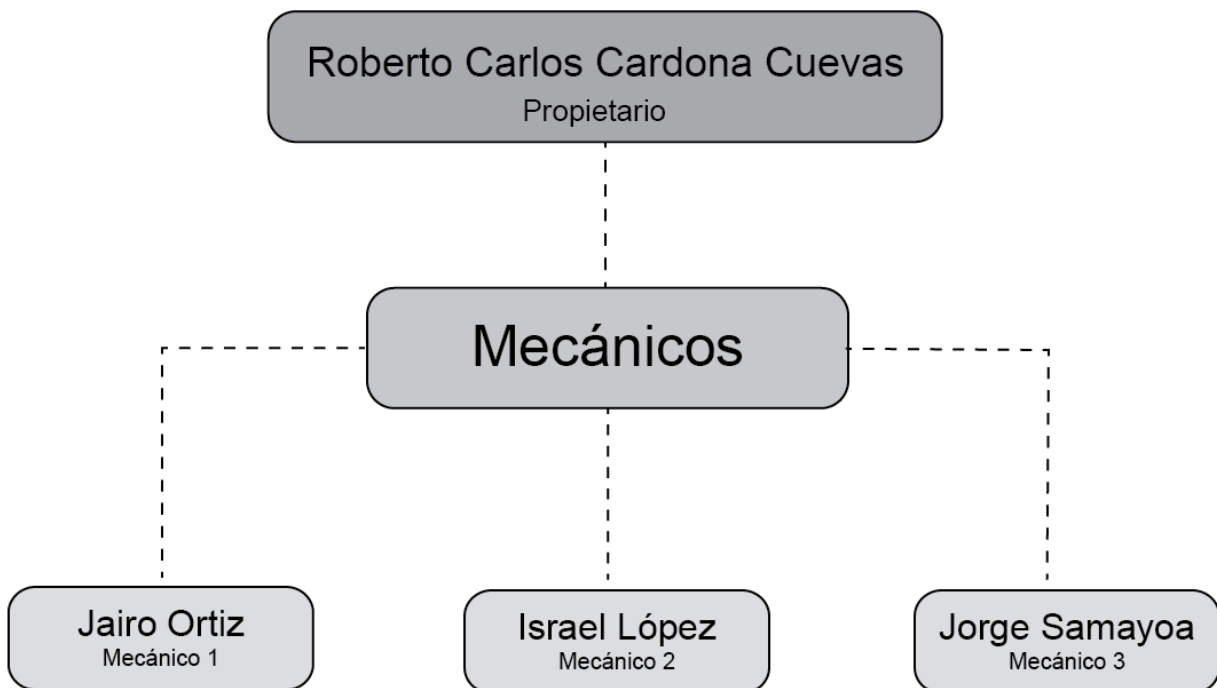
Marco de referencia.

Capítulo IV. Marco de referencia.

4.1 Información general del cliente

Nombre: Moto Servicios LOS CUATES
Propietario: Roberto Carlos Cardona Cuevas
Tel: 3016-6813
Ubicación: 8 calle 0-15 zona 1. Guatemala, Guatemala.

4.2 Organigrama de la empresa



4.3 FODA:

Fortalezas

Dentro de las fortalezas detectadas en la empresa moto servicios Los Cuates, se puede mencionar la honestidad y responsabilidad de su personal, la excelente ubicación de la misma, así como el equipo con el que cuenta para la realización de un trabajo altamente eficaz.

Oportunidades

La empresa tiene la oportunidad de expandirse comercialmente, así como captar nuevos clientes potenciales y de esta manera proyectarse empresarialmente mediante la satisfacción de sus clientes, que a su vez permitirán el crecimiento de la misma.

Debilidades

Las debilidades identificadas son: La apariencia física del lugar, así como los horarios de trabajo del personal, ya que cuentan con doble jornada laboral y no con horario completo para laborar en la misma. Las instalaciones de la empresa también se consideran una debilidad, debido a que no son las adecuadas, así como la falta de capacitación técnica del personal.

Amenazas

Las amenazas con las que cuenta la empresa son: que el local es compartido, las instalaciones no son del todo adecuadas, así como la competencia de talleres especializados y reconocidos juntamente con su personal altamente calificado.

F

FORTALEZAS

- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Equipo material adecuado.
- Ubicación física de la empresa.
- Lealtad del equipo humano.

O

OPORTUNIDADES

- Expansión Comercial.
- Captación de clientes nuevos.
- Proyección empresarialmente.
- Satisfacción de clientes.
- Crecimiento y desarrollo humano

D

DEBILIDADES

- Aspecto físico del lugar.
- Horarios de trabajo restringido (personal con doble carga laboral).
- Bajo presupuesto.
- Instalaciones poco adecuadas.
- Personal poco capacitado formalmente.

A

AMENAZAS

- Local compartido.
- Instalaciones rentadas.
- La competencia con otros talleres especializados (Masesa, Honda, Súper centro Mayen)
- Búsqueda de otras oportunidades laborales por parte del personal.
- Personal de empresas competidoras capacitado técnicamente.

4.4 BRIEF:

Nombre del cliente: Moto Servicios lo Cuates

Dirección: 8 calle 0-15 zona 1, Guatemala, Guatemala.

Teléfono: 3016-6813

Contacto: Roberto Carlos Cardona Cuevas

Antecedentes: Moto servicios Los Cuates nace directamente como un pasatiempo y una necesidad de su dueño y fundador Roberto Carlos Cardona Cuevas, quien hace 15 años para motivar su curiosidad acerca de mecánica de motos, más la necesidad de obtener ingresos extras y aunado a una mala experiencia personal como cliente en un taller de motos, decide experimentar con su propia motocicleta y adentrarse al mundo de la mecánica de motos; al armar y desarmar de manera continua la misma, apoyándose de los conocimientos y asesoría de personas con conocimiento y experiencia en el tema, quienes fueron fundamentales en sus inicios como mecánico de motos.

Oportunidad identificada: Se considera que la ubicación de la empresa es una muy buena oportunidad para lograr los objetivos, ya que está ubicada en una calle muy transitada del Centro Histórico, que tiene salida a una de las principales arterias de la ciudad, como es el anillo periférico.

Misión: Prestar un servicio de calidad que cubra las necesidades de cada cliente, ofreciendo como base buen trato y trabajo honesto y de calidad.

Visión: Darnos a conocer como una empresa sólida y confiable para posicionarnos como la empresa líder en reparación y mantenimiento de motocicletas a nivel departamental.

Delimitación Geográfica: Ciudad de Guatemala y sus municipios.

Grupo Objetivo: Toda persona o empresa que utilice motocicletas.

Principal beneficio al Grupo Objetivo: Servicio de calidad a precio justo.

Competencia: Talleres Masesa, Indi motors, Súper centro Mayen, y Talleres Honda.

Posicionamiento: Que la gente decida obtener los servicios.

Factores de diferenciación: Honestidad y garantía en el trabajo.

Objetivo de Mercadeo: Incrementar la clientela mediante un servicio eficiente que permita fidelidad del cliente hacia la marca.

Objetivo de comunicación: Garantizar la satisfacción y permanencia de los clientes mediante un servicio eficaz.

Mensajes claves a comunicar: Responsabilidad, lealtad, servicio de calidad, honestidad y confianza.

Estrategia de comunicación: Trato personalizado a los clientes por parte del personal de la empresa y realización del trabajo a la vista del cliente, si este así lo desea.

Reto del diseño y trascendencia: Crear posicionamiento e impacto en los clientes, a través del diseño y creación de piezas gráficas específicas.

Materiales a utilizar:

1. Isologo.
2. Tarjetas de presentación.
3. Volantes.
4. Hoja de cotización.
5. Facturas.
6. Sticker adhesivo.
7. Sobre membretado.
8. Hoja membretada.
9. Manta vinílica para la entrada del lugar.
10. Playeras.

Datos del logotipo: No cuenta con logotipo.

Ver anexo "D"

Capítulo V.

Definición del grupo objetivo.

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

El grupo objetivo para el que va dirigido este proyecto es variado y comprende a hombres y mujeres entre 16 a 50 años de edad, en su mayoría; personas que utilizan sus motocicletas como herramientas de trabajo.

5.1 Perfil Geográfico: El proyecto se sitúa en la ciudad de Guatemala, que cuenta con 4.7 millones de habitantes, misma que se localiza en el área sur-centro del país. Es una región diversa en cultura y tradiciones con diferentes creencias y multiculturalidad. La ciudad consta de 692 km². Su población actual asciende a 4.5 millones de habitantes, siendo una densidad poblacional de 132 habitantes por kilómetro cuadrado.

5.2 Perfil Demográfico: El grupo objetivo para el que va enfocado el proyecto es de un nivel socio económico D, aunque se trabaja todo tipo de motocicletas, por lo que se puede atender a un perfil económico alto. La idea del negocio es atender todo tipo de trabajo solicitado por sus clientes no importando el nivel socio económico de los mismos.

Ver tabla completa en anexo "E"

CARACTERÍSTICAS	NIVEL D
EDUCACIÓN	Primaria completa
DESEMPEÑO	Obrero, dependiente
INGRESO	Q4 mil
VIVIENDA	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala
OTRAS PROPIEDADES	
PERSONAL DE SERVICIOS	
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos en escuela
POSESIONES	moto, por trabajo
BIENES DE COMODIDAD	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos
DIVERSIÓN	CC, parques, estadio
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	ota Q ahorro

5.3 Perfil Psicográfico: Regularmente el grupo objetivo que visita el negocio es de un nivel socio económico bajo, entre ellos su mayoría mensajeros que utilizan sus motocicletas como herramientas de trabajo y dependen completamente de ellas para trabajar y devengar su salario.

- Hábitos: responsables, puntuales, sanguíneos, enérgicos.
- Actividades: Suelen aprovechar sus tiempos de descanso, comparten con su familia.
- Personalidad: extrovertidos, independientes, divertidos, joviales.
- Hobbies: degustadores de café, gusto por el futbol, manejar motocicleta, etc.

5.4 Perfil Conductual: El grupo objetivo que visita el negocio tiene una respuesta muy favorable ante el trato y el servicio que el personal de la empresa les brinda, por lo que se motivan para seguir llevando sus motocicletas, no sólo para una revisión y reparación, sino que para el mantenimiento necesario de las mismas.

Ver anexo "F"

Capítulo VI.

Marco teórico.

Capítulo VI: Marco teórico.

En el presente marco teórico se detalla la información recopilada como es una serie de conceptos, teorías, ciencias, artes y tendencias que fueron útiles para dar respuesta al requerimiento de diseño de piezas graficas, para dar a conocer los servicios que “ofrece Moto Servicios Los Cuates”.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.1.1 Taller:

Según el sitio web (Gardey., 2010) *Taller* proviene del francés atelier y hace referencia a un lugar en el que se trabaja principalmente con las manos. También indica que un taller mecánico es aquel que se dedica a la reparación de vehículos, tales como automóviles o motocicletas. Existen talleres oficiales de cada marca (que brindan respaldo a sus productos) y otros que trabajan de forma independiente o que prestan servicios a coches y motos de cualquier marca (se conocen con el nombre de multimarca).

- Se puede definir taller como un centro de diagnóstico, prevención y reparación de daños a vehículos (automóviles y motocicletas).

6.1.2 Diagnóstico:

El libro (Crouse, 1992) explica que el diagnóstico o localización de averías requiere un análisis meticuloso de la avería y cuidadosa consideración de las posibles causas. Generalmente un defecto o anomalía está causado por ciertas condiciones dadas; por ejemplo, el fallo en el arranque puede ser

debido a la carencia de combustible, relación aire-gasolina incorrecta, avería en el sistema de encendido, pérdida de compresión o válvula defectuosa, entre otros.

El sitio Web <http://definicion.mx/diagnostico/> indica que un diagnóstico es el o los resultados que se arrojan luego de un estudio, evaluación o análisis sobre determinado ámbito u objeto. El diagnóstico tiene como propósito reflejar la situación de un cuerpo, estado o sistema para que luego se proceda a realizar una acción o tratamiento que ya se preveía realizar o que a partir de los resultados del diagnóstico se decide llevar a cabo.

- Podemos entonces decir que un diagnostico es el procedimiento a seguir para determinar el estado de algo, sea esto u objeto físico o virtual/digital, para posteriormente tomar la decisión de repararlo o corregirlo.

6.1.3 Mantenimiento:

Según el sitio <http://definicion.mx/mantenimiento/> denomina mantenimiento al procedimiento mediante el cual un determinado bien recibe tratamientos a efectos de que el paso del tiempo, el uso o el cambio de circunstancias exteriores no lo afecte. Existe gran multitud de campos en los que el término puede ser aplicado, ya sea tanto para bienes físicos como virtuales. Así, es posible referirse al mantenimiento de una casa, de una obra de arte, de un vehículo, de un programa o conjunto de programas, de un sistema, etc. El mantenimiento suele ser llevado a cabo por especialistas en la materia.

El libro (Crouse, 1992) indica respecto a mantenimiento periódico, que todos los fabricantes de motocicletas publican programas de mantenimiento, los cuales listan las operaciones de mantenimiento necesarias y la frecuencia con que deben efectuarse estas operaciones. Los intervalos de mantenimiento se basan en condiciones de funcionamiento a medias. Si se conduce bruscamente o por rutas polvorientas, el mantenimiento debe ser más frecuente.

- Se entiende a la acción de dar soporte o revisión continua a un equipo, maquinaria o sitio virtual.

6.1.4 Reparación:

En la página <http://www.definicionabc.com/general/reparacion.php> Se le llama “Reparación” a la acción y resultado de arreglar una cosa, un objeto, un aparato o cualquier otro elemento que dejó de funcionar por alguna razón.

- Es decir, arreglar algo que ha sido útil y dejó de funcionar para seguirlo utilizando.

6.1.5 Modificación:

El sitio web <http://definicion.mx/modificacion/> Define “modificación” como un cambio o alteración de algo. Puede tener un sentido cuantitativo o cualitativo. En el primer caso existe una variación medible y en el segundo la transformación se refiere a la calidad de aquello que se modifica.

En cualquier caso, la idea de modificación lleva implícito que el cambio producido no significa que la cosa afectada deje de ser lo que es, sino que su esencia sigue siendo la misma. El nuevo aspecto de un objeto puede ser muy diferente, pero aquello que lo define permanece igual.

- Se puede decir que “modificación” es cambiarle forma o aspecto visual a algo existente que anteriormente tenía otro diseño.

6.1.6 Adaptación:

Según el sitio <http://www.significados.com/adaptacion/> “Adaptación” es la acción de adaptar o adaptarse. El término adaptar es acomodar o ajustar una cosa. La palabra adaptación es de origen latín “adaptare” que significa “ajustar una cosa u otra”, compuesto del verbo “ad” que expresa “hacia” y el verbo “aptare” que figura “ajustar o aplicar”.

- También se podría decir que “adaptación” es acoplar algo que no está hecho a la medida para poder ser utilizado.

6.1.7 Motocicleta:

La página web <https://galiciavras.wordpress.com/mundo-custom/motocicleta-definicion-e-historia/> detalla lo siguiente sobre motocicleta: Una motocicleta, comúnmente conocida en castellano con la abreviatura moto, es un vehículo de dos ruedas impulsado por un motor de combustión interna a

gasolina. El cuadro y las ruedas constituyen la estructura fundamental del vehículo. La rueda directriz es la delantera y la rueda motriz es la trasera.

Las motocicletas pueden transportar hasta dos personas, y tres si están dotadas de sidecar.

- Se entiende “Motocicleta” como un vehículo liviano de dos ruedas con capacidad para transportar solamente dos personas, el cual es impulsado por la rueda trasera (genera el movimiento) y dirigido por la delante (permite dirigirla).

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:

El sitio virtual <http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html> explica que comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

- También se entiende como el intercambio de ideas entre interlocutores.

6.2.1.2 Tipos de comunicación:

6.2.1.2.1 Comunicación escrita:

El sitio electrónico <http://conceptodefinicion.de/comunicacion-escrita/> Indica que la comunicación escrita es un tipo de comunicación que posee el hombre que le permite expresarse a través de un pedazo de papel o por su parte hoy en día puede realizarse por medio de una computadora. En otras palabras se puede describir la comunicación escrita como aquel método que utilizamos para comunicarnos pero de manera escrita; en esta el emisor (individuo que emite el mensaje) elabora diferentes tipos de textos o escritos tales como novelas, obras escritas, artículos periodísticos, cuentos, trabajos investigativos, análisis, entre otros, dado que con ellos busca transmitir su mensaje que puede llegar a un número indeterminado de receptores (personas que aceptan o reciben el mensaje).

- También se puede decir que la comunicación escrita es un forma de comunicarnos mediante la escrita, ya sea a mano o a máquina de escribir o computadora.

6.2.1.2.2 Comunicación Visual

Según el sitio http://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_visual

La comunicación visual es un proceso de elaboración, difusión y

recepción de mensajes visuales. En ella influyen: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente. Es la comunicación en la que predominan las imágenes en la construcción de los mensajes.

- Se entiende también como aquella comunicación que se realiza mediante la utilización de imágenes o gráficos. Esta es muy utilizada en el caso de diseñadores gráficos.

6.2.1.2.3 Comunicación Corporativa

El sitio <http://www.monografias.com/trabajos5/comcor/comcor.shtml> define que la “Comunicación corporativa” se compone de un sin número de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen en una forma eficiente.

En esta monografía, hemos querido plantear, en una forma hilo/conducente, desde el concepto básico de lo que es la comunicación, hasta la proyección promocional y motivacional de una institución, queriendo, en esta forma, contribuir a una mejor definición de esta disciplina que muchos dicen conocer, pero pocos saben en verdad cuáles son sus fundamentos.

- Por lo anterior se entiende que la comunicación corporativa es en la que se llega a trabajar con fines y objetivos comunes

en búsqueda del crecimiento y fortalecimiento de sus miembros.

6.2.1.2.4 Comunicación Informativa

La fuente electrónica <https://ani.gov.co/glosario/comunicacion-informativa> indica que la comunicación informativa es constituida por la información amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés externos, sobre los objetivos y los resultados comparativos de su gestión. Constituye la rendición de cuentas ante los diferentes grupos de interés, órganos encargados de la vigilancia fiscal en el uso de los recursos públicos y a generar el respeto por lo público y lo institucional.

- En conclusión, la comunicación informativa es la que se da con el fin de transmitir un mensaje útil para la buena gestión de los receptores y poder llevar a cabo una buena gestión.

6.2.1.3 Emisor

El sitio Web <http://definicion.de/emisor/> indica que la palabra “Emisor” (del latín emissor) es un término que puede hacer referencia a diferentes tipos de palabras. Como adjetivo y sustantivo (de acuerdo a cómo se utilice el término), sirve para acompañar a referirse a aquel o aquellas entidades que se encargan de conectarse con otro punto para emitir una señal. Como verbo,

significa manifestar una opinión o noticia, producir y poner en circulación billetes, valores o títulos y lanzar ondas hercianas para hacer oír noticias, música o señales.

- Asimismo, se puede decir que el “Emisor” juega un papel importante en la comunicación, ya que es el que envía un mensaje.

6.2.1.4 Receptor

El sitio <http://www.portaleducativo.net/septimo-basico/300/Factores-Comunicacion-Emisor-Mensaje-Receptor-Codigo-Canal-Contexto> Indica que receptor es quien recibe la información que el emisor envía.

- Entonces, la palabra Receptor puede definirse como: quien recibe el mensaje que el emisor envía al momento de comunicarse.

6.2.1.5 Mensaje

Según el sitio web <http://definicion.de/mensaje/> El concepto “Mensaje” se utiliza para nombrar al conjunto de los signos, símbolos o señales que son objeto de una comunicación. El mensaje, por lo tanto, es el contenido de la comunicación.

- En conclusión, el mensaje en la comunicación es el que se transmite de persona a persona y se hace llegar de forma gestual, escrita o hablada.

6.2.1.6 Información

Según la página <http://deconceptos.com/general/informacion> Consiste en la transmisión de los datos obtenidos sensorialmente, a través de un mensaje, desde un transmisor hacia un receptor, en un proceso comunicacional, utilizando el lenguaje oral, escrito o gestual, expuestos de manera sistemática para otorgarles significación, y generar conocimiento.

- Entonces se puede decir que Información, es la que se hace llegar o se traslada en un proceso comunicacional, en donde participan el emisor y el receptor para que esta sea efectiva.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño

Según el sitio <http://conceptodefinicion.de/disenio/> Un diseño es el resultado final de un proceso, cuyo objetivo es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser práctico y a la vez estético en lo que se hace. Para poder llevar a cabo un buen diseño es necesario la aplicación de distintos métodos y técnicas de modo tal que pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas lo que se quiere lograr para así poder llegar a su producción y de este modo lograr la apariencia más idónea y emblemática posible.

- Es el que por medio de la creatividad permite la creación de opciones, para que de manera creativa se busquen soluciones a una problemática.

6.2.2.2 Diseño gráfico

En la página <http://www.definicionabc.com/comunicacion/disenio-grafico-2.php> se menciona que el diseño gráfico es una disciplina y profesión que tiene el fin de idear y proyectar mensajes a través de la imagen.

Al diseño gráfico se le llama también, el arte "de la comunicación visual" y esto es así, puesto que entraña una íntima relación con la comunicación como ciencia teórica y disciplina gráfica.

- Es el que comunica pensamientos, ideas y soluciones de forma gráfica, es decir; mediante imágenes o visuales, con el objetivo de buscar y proponer soluciones de forma práctica y creativa.

6.2.2.3 Pieza Gráfica

Según la Docente, Empresaria en su artículo (Salazar, 2014) explica que: Una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato, según sus necesidades.

- Es decir, que una pieza gráfica es una arte o diseño que se elabora según el requerimiento de quien lo solicite, ya que puede variar en tamaño (medidas).

6.2.2.4 Isologo

En el sitio electrónico <https://www.ecured.cu/Isologotipo> se encuentra que un isologo o isologotipo es un elemento gráfico o verbal (visual o auditivo) que sirve a una persona, empresa, institución, producto o marca para representarse. Éstos suelen representar indicios y símbolos acerca de quienes representan.

- Podemos definir entonces, que un isologo o isologotipo es una pieza gráfica diseñada para dar a conocer y posicionar un producto o un servicio. Es lo que identifica una marca y se le conoce coloquialmente como logotipo.

6.2.2.5 Imagen

Según el sitio <http://www.significados.com/imagen/> Imagen significa figura o representación visual de algo o alguien. Proviene del latín *imāgo*, *imagĭnis*, que significa “retrato”. En este sentido, puede tratarse de una pintura, un dibujo, un retrato, una fotografía o un video. Una imagen puede buscar simplemente representar la realidad, o más bien, tener una función simbólica, con una determinada carga significativa en su contexto cultural. Es el caso de imágenes como las señales de tráfico, las banderas o los signos, relativas a la comunicación visual.

- Así mismo, “imagen” es una marca que crea un lugar en el espacio y representa visualmente algo o a alguien.

6.2.2.6 Color

El libro “Color Digital” del diseñador gráfico Carlos Franco, define color como: La luz es definida como la porción del espectro electromagnético a la cual es sensible el ojo humano.

La página <http://arte.about.com/od/Diccionario-De-Arte/ss/Que-es-color.htm> indica que el color es una interpretación de las longitudes de onda de la luz emitida o reflejada por un cuerpo y captada por el sistema visual. Esto quiere decir que el color es una sensación que se produce en el cerebro como reacción a la incidencia de los rayos de luz en los ojos.

- También se puede entender como las ondas luminosas captadas a través del sentido de la vista por medio del ojo humano.

6.2.2.7 Forma

En el sitio <http://deconceptos.com/general/forma> se indica que “forma” Es la figuración que posee un cuerpo en su exteriorización, así reconocemos formas rectangulares, cuadradas, redondas, rectangulares, etcétera, y distintas formas en un mismo cuerpo.

- Dada esta definición, se puede decir que forma es una composición que ocupa in lugar en el espacio.

6.3 Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias.

6.3.1 Ciencias

6.3.1.1 Semiología

El sitio <http://definicion.de/semiologia/> indica respecto a Semiología, que es la ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos.

Puede decirse que la semiología se encarga de todos los estudios relacionados al análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como semióticos (signos humanos y de la naturaleza).

- Es decir que la semiología es la ciencia que tiene que ver con todo lo relacionado con los signos y todo lo que a ellos se refiera.

6.3.1.2 Tecnología

Según el sitio Web <http://deconceptos.com/general/tecnologia> Es el conjunto de saberes que comprende aquellos conocimientos prácticos, o técnicos, de tipo mecánico o industrial, que posibilitan al hombre modificar las condiciones naturales para hacer su vida más útil y placentera. Las nuevas tecnologías posibilitan al hombre a través del empleo de estas herramientas construidas artificialmente, abrir un mundo sin fronteras a

través del uso de computadoras, que incorporaron servicios como Internet, donde el conocimiento y la interacción humana superan las distancias. También puede referirse el término para aludir las tecnologías concretas, como las máquinas industriales, la computadora, la cosechadora, etcétera.

- Se podría decir que tecnología es, la unión y aplicación de habilidades que le permiten al ser humano satisfacer ciertas necesidades.

6.3.1.3 Psicología

El sitio <http://teoriapsicologia.blogspot.com/2012/08/definicion-e-historia-de-la-psicologia.html> Indica que: La psicología es la ciencia que estudia el comportamiento humano y los procesos mentales a través de diversos métodos de investigación y observaciones empíricas, sean éstas extrospectivas o introspectivas. Explora conceptos como la percepción, la atención, la motivación, la emoción, el funcionamiento del cerebro, la inteligencia, la personalidad, las relaciones personales, la consciencia y el inconsciente.

“Comportamiento y procesos mentales” implica no sólo las acciones de las personas, sino también sus pensamientos, sentimientos, percepciones, procesos de razonamiento, recuerdos e incluso las actividades biológicas que mantienen el funcionamiento corporal.

- Por lo tanto, se puede definir como la ciencia que se encarga de velar por el comportamiento humano a través de procesos mentales que ayudan a las personas en su vida personal y social.

6.3.1.4 Psicología de la Comunicación

En la página <http://es.slideshare.net/StephaniePinzon09/psicologa-de-la-comunicacin-52021953> se dice que psicología de la comunicación es la rama de la psicología social que estudia la conducta comunicativa del ser humano y su interacción con los demás.

- Por lo tanto se entiende que psicología de la comunicación es una de las ramas de la psicología que tiene como principal función estudiar la forma de comportarse de los grupos sociales y su manera de comunicarse con los demás.

6.3.1.5 Psicología de la Imagen

Según <http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-imagen.html> La Psicología de la Imagen Publicitaria se encarga del estudio y análisis de la percepción interna y externa de una persona, grupo o institución y de los conocimientos y técnicas psicológicas aplicables a la emisión de estímulos para crear, modificar o mantener la percepción colectiva unificada hacia una persona, grupo o institución.

La sensación se refiere a experiencias inmediatas básicas, generadas por estímulos aislados simples. La sensación también se define en términos de la

respuesta de los órganos de los sentidos frente a un estímulo. La percepción incluye la interpretación de esas sensaciones, dándoles significado y organización.

- En resumen, la psicología de la imagen es la rama de la psicología que estudia y evalúa lo que perciben las personas e instituciones en cuanto a estímulos para ser aplicables.

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Dibujo:

El sitio <http://deconceptos.com/arte/dibujo> indica que el dibujo es un arte gráfica, que consiste en plasmar sobre algún soporte real o virtual: papel, cartón, vidrio, madera, o el ordenador (en este último caso se denomina dibujo digital) los contornos de un objeto real o ficticio, el que puede pintarse con colores o ser blanco y negro o sombreado. Por lo tanto un dibujo puede o no estar pintado. El lápiz es el instrumento fundamental del dibujante.

- Se puede decir que dibujo es: la acción de plasmar en una superficie trazos y formas que generen una imagen, utilizando lápiz, crayones, marcadores o lapicero, entre otros.

6.3.2.2 Fotografía:

La página <http://www.fotonostora.com/fotografia/index.htm> indica que la fotografía consiste en captar de forma permanente una imagen, gracias a la luz que reflejan los objetos. Esta luz entra en la cámara a través del objetivo.

El objetivo está formado por un grupo de lentes, que regulan y acomodan el haz de luz, y del diafragma, que determina la cantidad de luz que entra, en función de su apertura.

La luz sigue su camino a través del obturador, un mecanismo que controla durante cuánto tiempo se deja pasar esa luz. Finalmente, ésta incide sobre el material fotosensible de la cámara, haciéndolo reaccionar y generando la auténtica fotografía.

Fotografiar significa elegir. Hoy en día la fotografía es mucho más que una técnica, llegando a convertirse es un fenómeno social. Tanto la fotografía analógica como la digital asumen una gran función de documentación, interpretación, memoria histórica, de investigación social, antropológica. La fotografía forma parte de la vida colectiva y familiar.

- De forma clara y sencilla, se puede decir que la fotografía es el arte de pintar con la luz.

6.3.2.3 Ilustración:

Ilustración, (de ilustrar) sust. Estampa, grabado o dibujo que adorna ó documenta un libro. Componente gráfico que complementa o realza un texto.

Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje, como las pinturas rupestres, y los mosaicos religiosos. Un buen punto de partida son los

manuscritos medievales. Un aspecto importante de la ilustración es el uso de diseños bidimensionales, a diferencia de las imágenes pintorescas y espaciales que tratan de captar la tercera dimensión.

- Se entiende como Ilustración, al arte de dibujar y pintar objetos plasmados en una superficie. Por ejemplo: colorear, agregar sombras, detalles a dibujos, etc. Puede ilustrarse a mano alzada, mediante instrumentos como crayones, marcadores o también puede hacerse mediante programas digitales, tales como: Photoshop, Ilustrador, entre otros.

6.3.2.4 Arte tipográfico:

En el sitio <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm> se indica que: la tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre. Definimos la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

- Es por esto que la tipografía en su aplicación y composición se considera un arte, cuando más allá de transmitir información al lector, se cuida de guardar equilibrio visual, transmitir sensaciones y resulte de esta algo armonioso a la vista.

6.3.3 Teorías:

6.3.3.1 Teoría del Color:

Según <http://www.fotonostra.com/grafico/teoriacolor.htm> No podemos entender totalmente los colores sin entender qué es y cómo funciona la luz.

El color es un atributo que percibimos de los objetos cuando hay luz. Todo el mundo que nos rodea es de colores siempre y cuando haya luz.

La luz está constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300.000 km por segundo. Esa luz no viaja en línea recta sino en forma de ondas. Es lo que se conoce como “el carácter ondulatorio de la luz”.

Cada una de esas ondas tiene una longitud de onda diferente que es lo que produce los distintos tipos de luz, como la luz infrarroja, la luz ultravioleta o el espectro visible.

El espectro visible es aquel en el que la longitud de la onda está comprendida entre los 380 y los 770 nanómetros ya que el ojo humano sólo es capaz de percibir ese tipo de luz.

Gracias a las propiedades de la luz los objetos devuelven los rayos que no absorben hacia su entorno.

El arcoíris tiene todos los colores del espectro solar. Podemos verlos porque las gotas de agua actúan a modo de prisma y descomponen los rayos de luz en ondas permitiéndonos ver los colores. Esta teoría fue demostrada por

Isaac Newton que, a pesar de descomponer la luz nunca llegó a comprender por qué.

Las propiedades del color son aquellos atributos que cambian y hacen único a cada color. Estos atributos son tres: El tono, la saturación y el brillo.

El Tono también es conocido como matiz, tinte, croma o su nombre en inglés, Hue. Es la propiedad que diferencia un color de otro y por la cual designamos los colores: verde, violeta, rojo, etc.

Hace referencia al recorrido que hace un color en el círculo cromático adquiriendo matices, como por ejemplo el rojo anaranjado o el amarillo verdoso.

La Saturación representa la intensidad cromática o pureza de un color. En otras palabras, es la claridad u oscuridad de un color, está determinado por la cantidad de luz que un color tiene.

La saturación de los colores cambia a medida que ese color tiene más o menos cantidad de gris. A mayor cantidad de gris, más pálido y menos saturación.

La luminosidad es la cantidad de luz reflejada por una superficie en comparación con la reflejada por una superficie blanca en iguales condiciones de iluminación.

En teoría del color, la luminosidad hace referencia a cuánto de oscuro o de claro es un color. A mayor luminosidad de un color mayor luz reflejará.

- Es decir que teoría del color es la explicación de cómo nuestro cerebro interpreta esas radiaciones electromagnéticas que los objetos reflejan y a esto le conocemos como color.

6.3.4 Tendencias:

6.3.4.1 Flat Design:

Según la página <http://www.nubelo.com/blog/flat-design-tendencia-endisen/> el flat design (diseño plano) es un estilo de diseño que se basa en el uso de un número reducido de elementos decorativos, además se usan colores sólidos o planos (flat color), evitando el uso de degradados, sombreados, biselados u otro tipo de efectos.

- Podría decirse entonces, que el flat design es una tendencia simple y que se basa en colores sólidos y planos sin mucho detalle.

6.3.4.1 Minimalismo:

El sitio <http://www.fotonostora.com/grafico/estilosytendencias.htm> define el “minimalismo” (Menos es más) como una tendencia surgida en Estados Unidos, en la década de los sesenta del siglo pasado. El minimalismo es la sencillez en su máximo esplendor.

Este movimiento marcó profundamente a las bases de creatividad de arquitectos, escultores, pintores, fotógrafos, artistas y diseñadores, incluso a los músicos, a lo largo del siglo XX.

Esta tendencia se utiliza muy a menudo en el diseño, ya que reduce el ruido, los elementos innecesarios, dejando lo importante y fundamental del diseño que se quiere representar.

- Es decir que este arte se basa en la simpleza y sencillez al momento de diseñar. Se caracteriza por no saturar los artes y se conoce por el lema “Menos es más” refiriéndose a que mientras menos elementos tenga un diseño puede ser más efectivo siempre y cuando los mismos sean utilizados adecuadamente.

Capítulo VII.

Proceso de diseño y propuesta preliminar.

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1. Aplicación de información obtenida en el marco teórico

La información recopilada por medio de las diversas fuentes consultadas, así como la revisión y análisis de las distintas teorías, conceptos y contenidos, fueron útiles para dar cabida a las ideas preliminares, hasta llegar al diseño y elaboración de cada una de las piezas gráficas que identificará los servicios que brinda la empresa “Moto Servicios Los Cuates”.

El reto de diseño en este proyecto es crear posicionamiento de la marca e impacto en los clientes a través del trabajo elaborado. Por lo tanto, conceptos importantes como: Taller, reparación, manteniendo, diagnóstico, color, psicología del color, piezas gráficas, imagen, comunicación, diseño, entre otros, fueron los que hicieron posible mediante la comprensión de sus significados la aplicación y uso de cada uno de ellos, que surgieran las piezas gráficas que darán a conocer los servicios de dicha empresa.

La primer y muy importante pieza gráfica elaborada y diseñada fue el “isologo”, que fue elaborado tomando en cuenta cada paso y concepto investigado en el capítulo anterior (concepto minimalista y basado en la tendencia flat design). Que se utilizarán de la siguiente manera:

- **Minimalismo:** Se caracteriza por la frase: “Menos hace más”, que se refiere a que al diseñar no necesariamente se deben utilizar muchos

elementos, colores, tipografías, ya que esto satura cualquier diseño y no es agradable a la vista.

- Flat design: Se caracteriza por usar colores planos en los diseños, no se utilizan degradados o difumindos.

Temas como, los colores, formas, figuras, elementos gráficos, entre otros: serán utilizados correctamente para obtener la mejor propuesta gráfica.

Según el libro “psicología del Color”, de Eva Heller, que habla sobre cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón; explica que dentro de los colores más apreciados, se encuentra el color rojo con 12% de apreciación, por eso mismo según el libro “La armonía en el color. Nuevas tendencias y guía para la combinación creativa de colores” el color rojo es uno de los más utilizados en diseño gráfico y publicidad.

Por lo que se optó a utilizar el color Corinto como color base, ya que este se compone de la mezcla del color rojo con negro. Este color es un color clásico, que deja sentimiento de clase, riqueza, elegancia, formalidad y siempre se ve como un detalle sofisticado.

También se utilizó el color gris. Principalmente por ser un color que identifica el metal; elemento que se utiliza en todo taller y que identifica fácilmente piezas de motos.

7.2 Conceptualización:

7.2.1 Método:

El método utilizado fue “Mapa Mental”, que podemos observar en el sitio <http://ineverycrea.net/comunidad/ineverycrea/recurso/tecnicas-de-desarrollo-de-la-creatividad-mapas-men/4a196d2c-a32a-4cef-9d07-dced34ef05e6>

Para ello se eligió un tema central: “Moto Servicios Los Cuates” y a partir de ahí se pone en práctica la información descrita a continuación. Fue necesario colocar el nombre y dibujos de cada pieza que tuviera que ver con motocicletas o talleres de motos, similar al método de lluvia de ideas, luego se seleccionaron las piezas que se consideraron más adecuadas para identificar a un taller de motos y de ellas partió la propuesta del logotipo.

El Mapa Mental es una técnica desarrollada por el psicólogo británico Tony Buzan a mediados de los años 90. Con ella accedemos a los espacios mentales de una forma más creativa. Es una técnica gráfica con la que organizamos las ideas a partir de una imagen central y desde la que se generan nuevas ideas acompañadas de otras imágenes que se relacionan con la idea central.

Esta técnica tiene en cuenta la forma en que el cerebro recoge, procesa y almacena información. El resultado final es una imagen visual que facilita obtener la información que encierra, analizarla, completarla...

Este método permite que las ideas generen otras ideas y podamos ver cómo se conectan, se relacionan y se expanden libres de cualquier tipo de organización lineal.

Un aprendizaje visual permite reforzar la comprensión, invita a integrar nuevo conocimiento, identifica errores conceptuales e incomprensiones, ayuda a depurar el pensamiento.

“El máximo poder del mindmapping (mapas mentales) es que entrena al cerebro a ver todo el cuadro y los detalles..., a integrar la lógica y la imaginación” (Michael Gelb)

¿Qué es un Mapa Mental?

- Un soporte para estructurar las ideas.
- Una representación gráfica de ideas.
 - Siempre es más fácil recordar una imagen gráfica que un texto lineal.
 - Permite que las ideas generen otras ideas y se puede ver cómo se conectan, se relacionan y se expanden.
 - Las ideas se expanden libremente al no tener que seguir una organización lineal.
 - Está basado en asociaciones.

¿Para qué se utiliza?

1. Para fijar ideas:

- Una vez identificada una idea la escribimos para no olvidarla.
- La relacionamos con otras ideas o con nuestra experiencia
- Relacionamos partes de un problema con el todo.

2. Para generar ideas:

- Por asociación, a medida que vamos construyendo el mapa vemos cómo una idea llama a otra idea.
- Relacionando ideas nuevas con conocimientos y hechos previos.

3. Para comunicarnos con otras personas:

- Se utiliza un lenguaje intuitivo, gráfico, que organiza las ideas y permite compartirlas.

¿Cómo?

Se trata de utilizar todo el cerebro, así que usaremos letras, símbolos, gráficos, dibujos, colores.

<http://ineverycrea.net/comunidad/ineverycrea/recurso/tecnicas-de-desarrollo-de-la-creatividad-mapas-men/4a196d2c-a32a-4cef-9d07-dced34ef05e6>

“La asociación de dibujos e imágenes con palabras clave pone en juego la actividad de los dos hemisferios cerebrales potenciando la creatividad, al aumentar la capacidad de retención y facilitar la comunicación”

- Procedimiento:

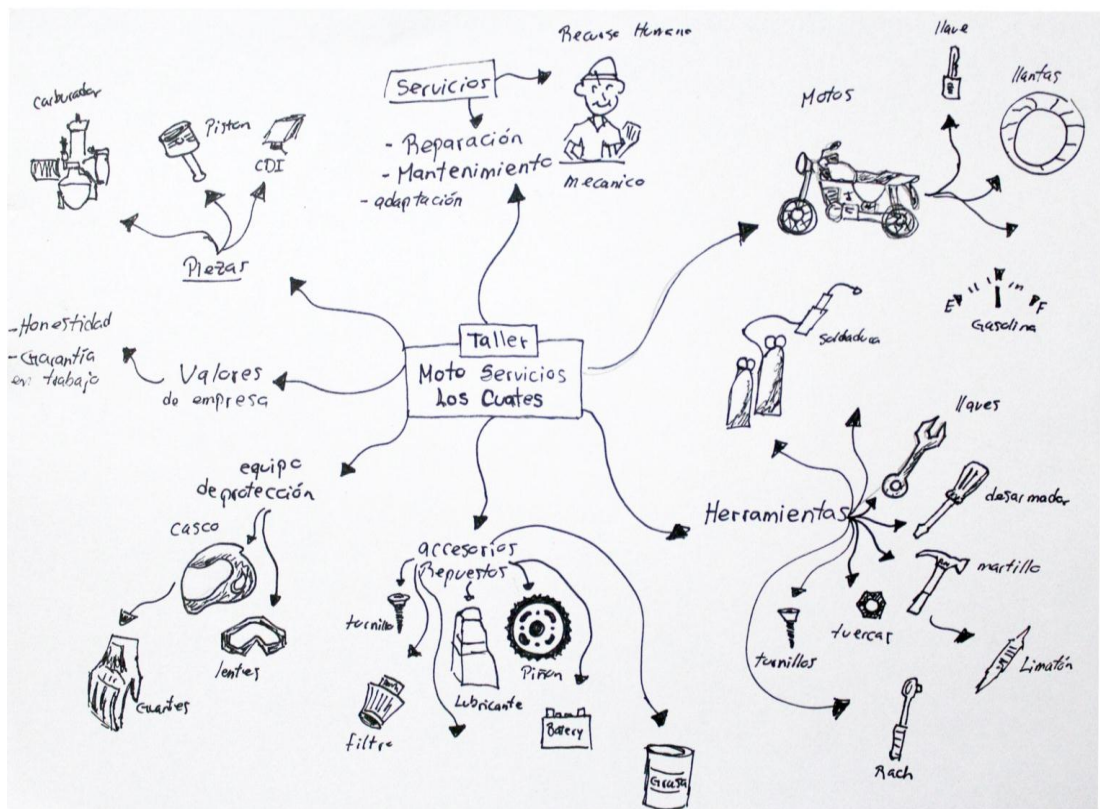
- Escribir el tema central y representarlo con un dibujo o una imagen.
- Dibujar líneas radiales (conectores) en las que se escribe la relación que tienen con el tema central. (Palabras clave)
- Las líneas radiales conectan ideas relacionadas con el tema central, lo ideal es que cada nueva idea esté representada por un color, un dibujo, una imagen...
- Cada nueva idea se convierte en origen de nuevas relaciones (nuevos conectores) con ideas que se van añadiendo al seguir este procedimiento.
- No hay reglas de trabajo
- Es bueno usar colores, dejar que aflore la creatividad.
- Disfrutar con ello
- Estudiar el mapa y ver las cosas que se repiten en varias líneas.

- Funcionamiento:

- Todo mapa mental tiene una idea principal en el centro del mismo del que luego surgen las ramas (conectores).

- Se recomienda que incluyan siempre imágenes y que éstas sean propias, así estimulamos la creatividad.
- Estas ramas pueden estar conexionadas a otros mapas y así sucesivamente.
- Las ramas forman una estructura nodal.
- Una buena forma de empezar a crear un mapa mental es con una “tormenta de ideas” (brainstorming). De esta forma unas ideas van llamando a otras.
- El uso de colores nos permite por ejemplo asignar un nivel de importancia a cada color al ayudar en la organización de ideas.

Mapa mental realizado para la elaboración de material gráfico de la empresa “Moto Servicios los Cuates”



7.2.2 Definición del concepto:

La frase utilizada en el proyecto es:

“Te tratamos como cuate”

Se concluyó con esta frase, tomando en cuenta principalmente el nombre de la empresa, aunado a información importante brindada por el cliente, como lo es: los valores, los objetivos y metas empresariales, ya que su objetivo es ser reconocido como una persona o empresa honesta y confiable. Además de usar un lenguaje coloquial como lo es la palabra “Cuate”, ya que es una palabra muy utilizada y conocida en Guatemala, que se refiere o es sinónimo de amigo; de alguien al que se aprecia.

7.3 Bocetaje:

7.3.1 Boceto a base de dibujo natural

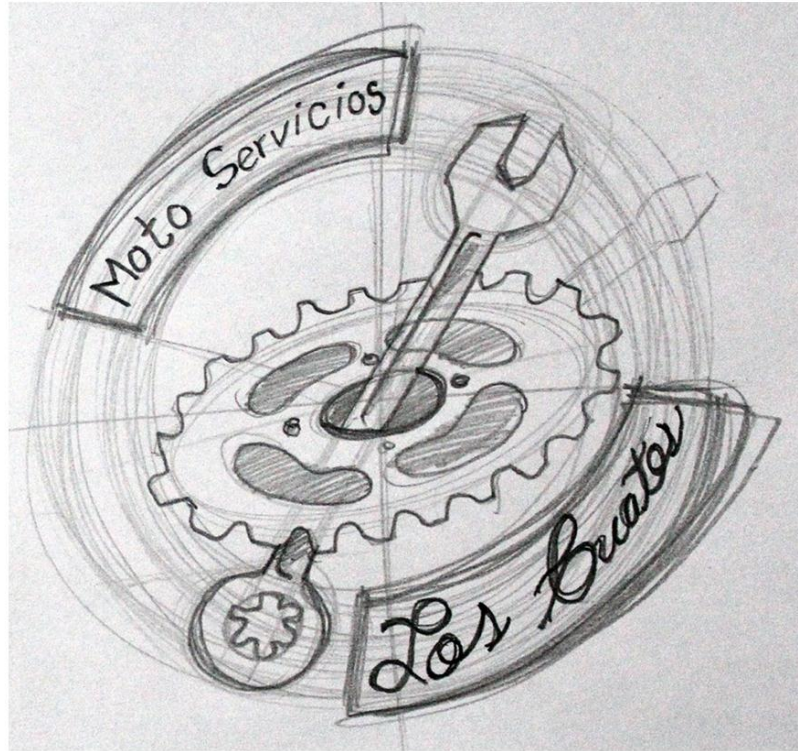
7.3.1.1 Logotipo

Se presentan los bocetos realizados en base a una construcción simple.

1



2



3

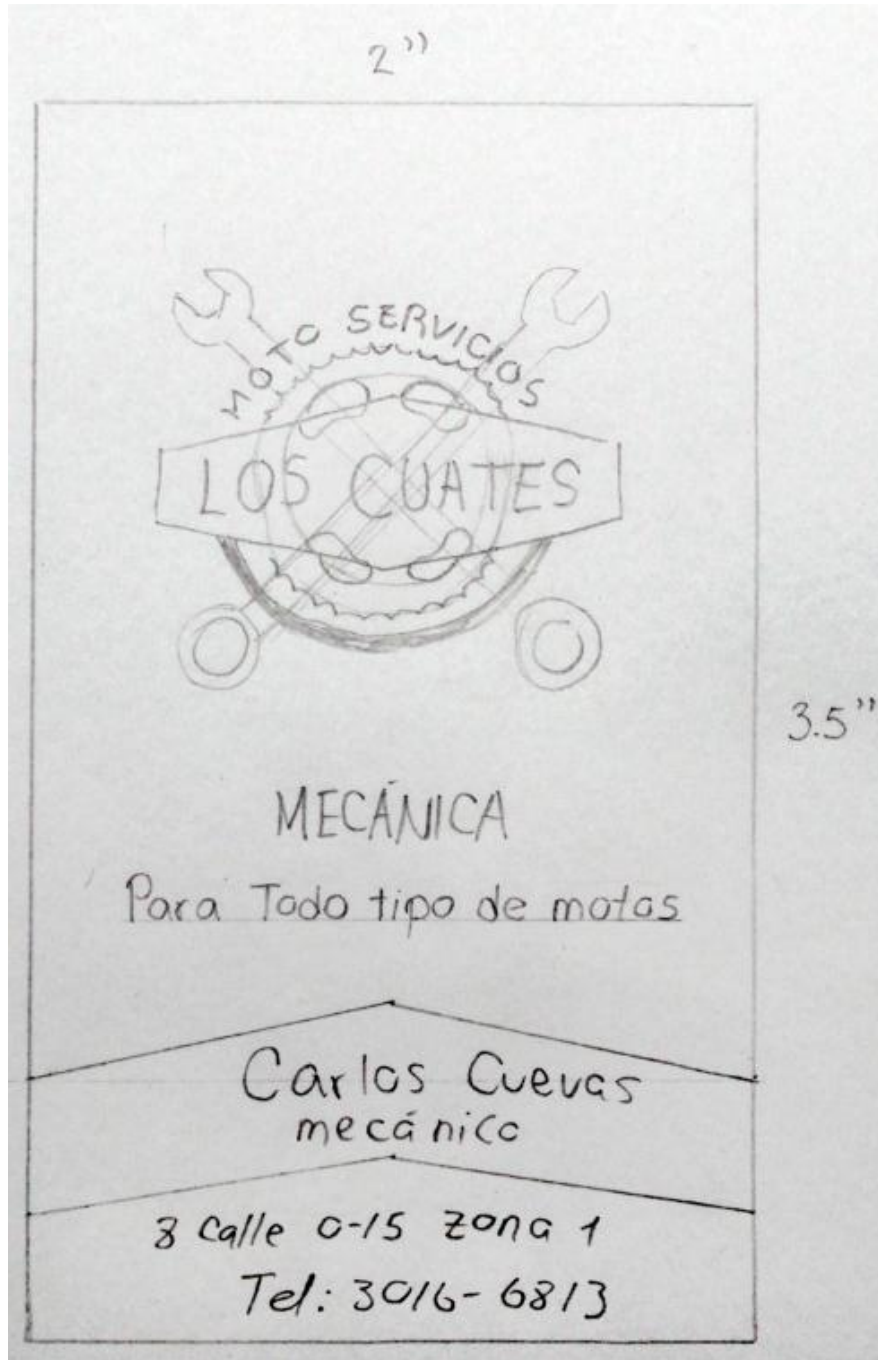


4



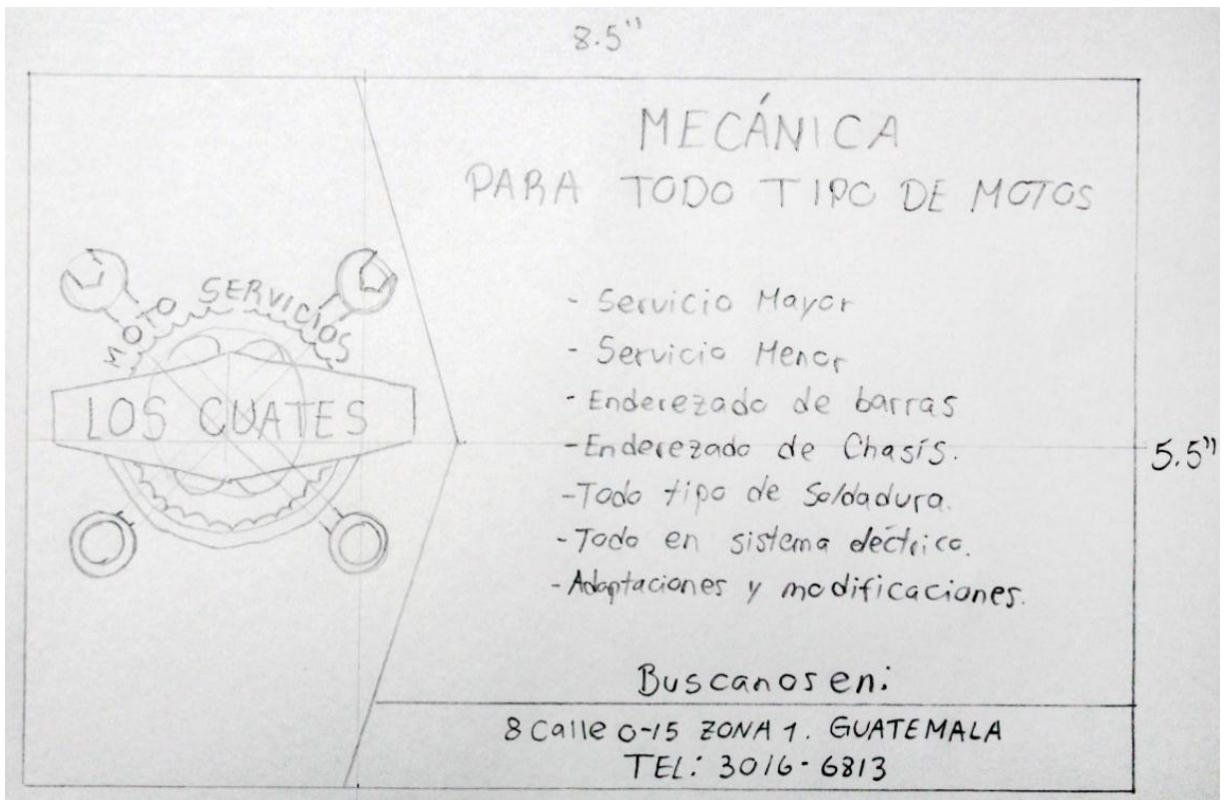
7.3.1.2 Tarjeta de presentación.

En el presente boceto se detallan aspectos como: las dimensiones del formato a utilizar, donde se ubicará el logotipo, los textos y las franjas que serán parte del diseño.



7.3.1.3 Volante



Acá se detallan las medidas del formato, ubicación del logotipo, titular, textos y las franjas que serán parte del diseño.



7.3.1.4 Hoja de Cotización

El presente boceto detalla aspectos importantes como: las medidas del formato, la diagramación, y ubicación de elementos gráficos como es: el logotipo.

8.5"

 LOS CUATES	MOTO SERVICIOS LOS CUATES 3 calle 0-15 2. 1 Guatemala, Guat. Tel: 3016-6813	Fecha: _____ Nombre: _____ Dirección: _____ Teléfono: _____
Cant.	Descripción	Valor
	 Sello de agua	
	Total	

5.5"

Texto →

7.3.1.5 Factura

En el presente boceto se detalla aspectos como: las medidas del formato a utilizar, ubicación de textos y elementos gráficos.

8.5"

LOS CUATES

MOTO SERVICIOS LOS CUATES

Factura
SERIE "#"
NO. ###

Tel []
NIT []

Fecha []

Nombre []
Direccion [] NIT []

Cant	Descripcion	Precio Unit	Valor

[] Texto [] Total

[]

5.5"

7.3.1.6 Sticker adhesivo

Pieza gráfica que se utilizará para pegar en las motocicletas para promocionar a la empresa. Se detallan aspectos como: medidas, ubicación de textos y elementos gráficos.



7.3.1.7 Sobre membretado

Pieza que se utilizará para enviar papelería de una manera formal, ya sea a clientes individuales o corporativos. Se detallan medidas, ubicación de textos y elementos gráficos.



7.3.1.8 Hoja Membretada

En el presente boceto identifica a la pieza gráfica que se utilizará para redactar cartas o cualquier tipo de información importante que se quiera transmitir a clientes individuales y corporativos.



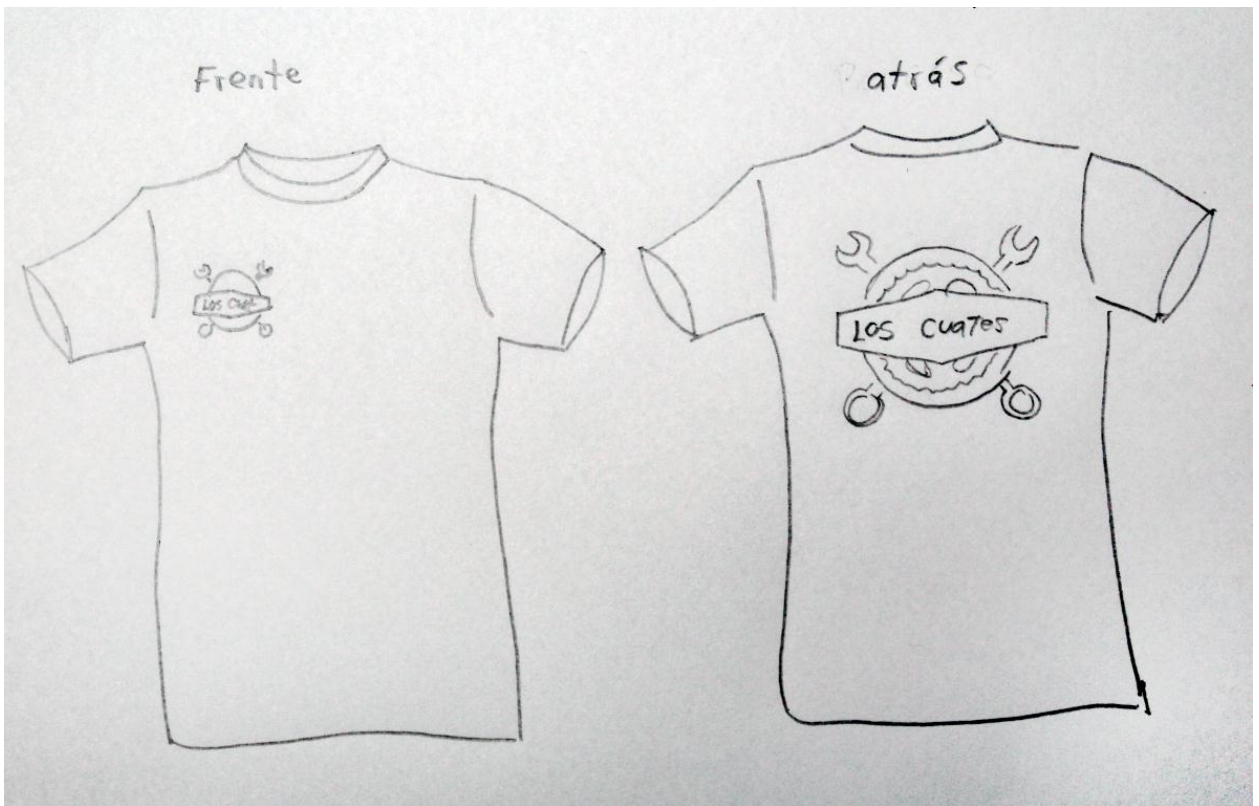
7.3.1.9 Manta Vinílica

En el presente boceto se detallan aspectos como las medidas, ubicación de textos y elementos gráficos que conformarán esta pieza gráfica, que será utilizada para promocionar los servicios de la empresa en la entrada del lugar.



7.3.1.10 Playera

Boceto del uniforme que utilizará el personal de la empresa (mecánicos). En él se detalla donde se ubicará el logotipo de la empresa en dicha pieza gráfica.



7.3.2 Proceso de bocetaje formal a color con crayón y marcador

7.3.2.1 Logotipo

Se presentan tres opciones con aplicación de color.

1



2

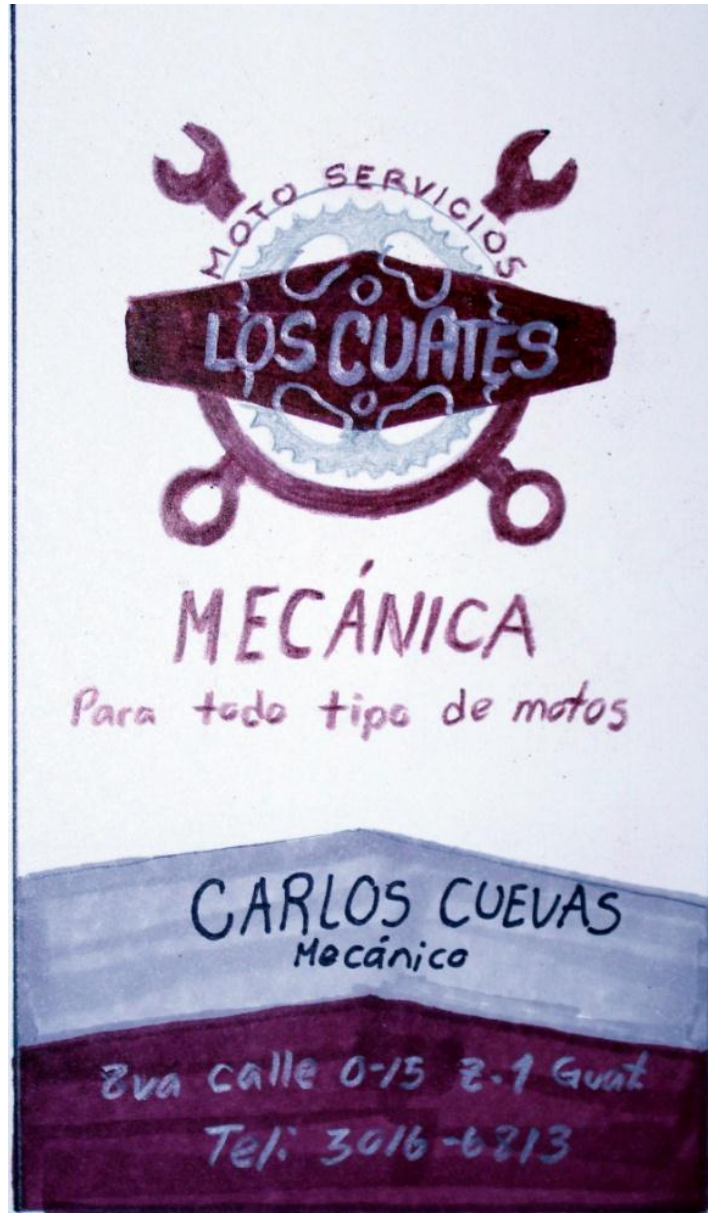


3



7.3.2.2 Tarjeta de presentación

Se mantiene la misma medida inicial (2*3.5 pulgadas). Se optó por la propuesta número tres de isologo a color, ya que se considera que los elementos utilizados son adecuados y los colores no son saturados. Se manejó una línea gráfica al utilizar los mismos colores del isologo.



7.3.2.3 Volante

Se mantiene la misma medida inicial (8.5*5.5 pulgadas). Se utiliza la misma línea gráfica (franjas de color “Gris” y Corinto”). Isologo grande para crear posicionamiento en la mente del consumidor y bloques de texto al centro para no crear desorden.



7.3.2.6 Sticker Adhesivo

Se mantiene la medida inicial (2.5*2.75 pulgadas) y la misma línea gráfica. Se respetó el boceto inicial a grafito.



7.3.2.7 Sobre Membretado

Se mantiene la misma medida inicial (17*11 pulgadas). Se maneja la misma línea gráfica, mismos colores, misma ubicación de textos.



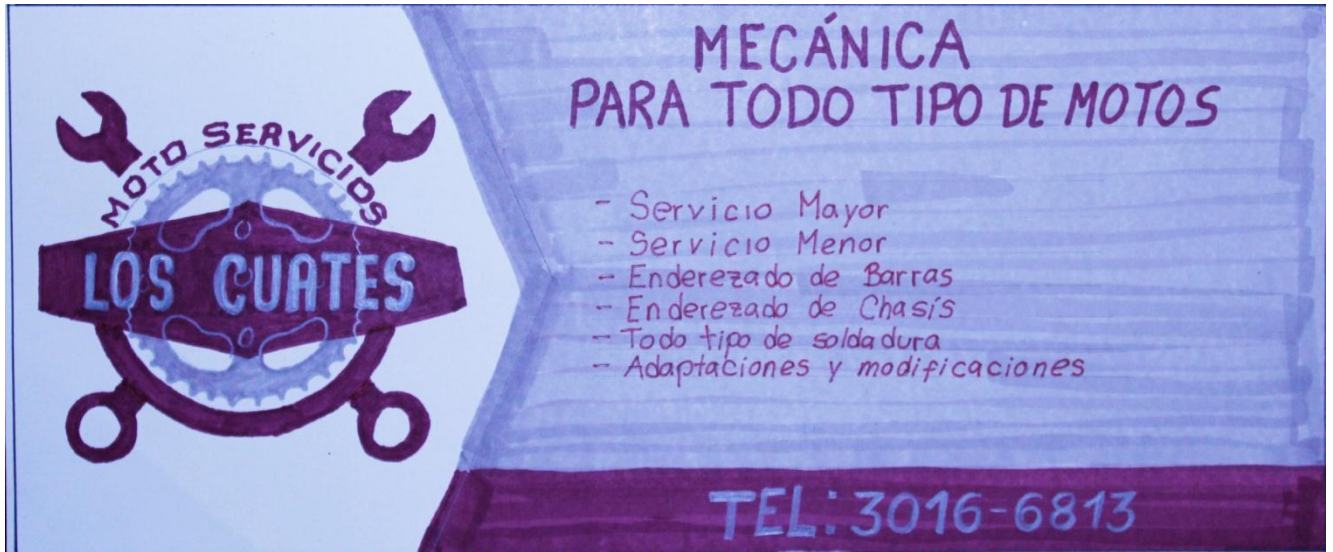
7.3.2.8 Hoja Membretada

Se mantiene la misma medida inicial (8.5*11 pulgadas). Utilización de la misma línea gráfica.



7.3.2.9 Manta Vinílica

Se mantiene la misma medida inicial (120*50 cms.). Se evita la modificación de diagramación y se mantiene la misma línea gráfica.

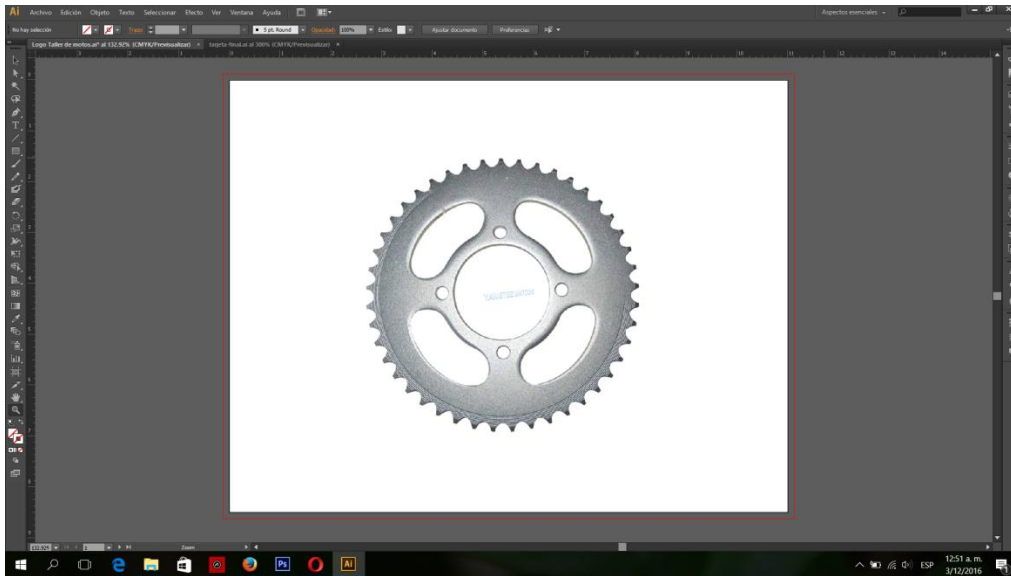


7.3.2.10 Playera

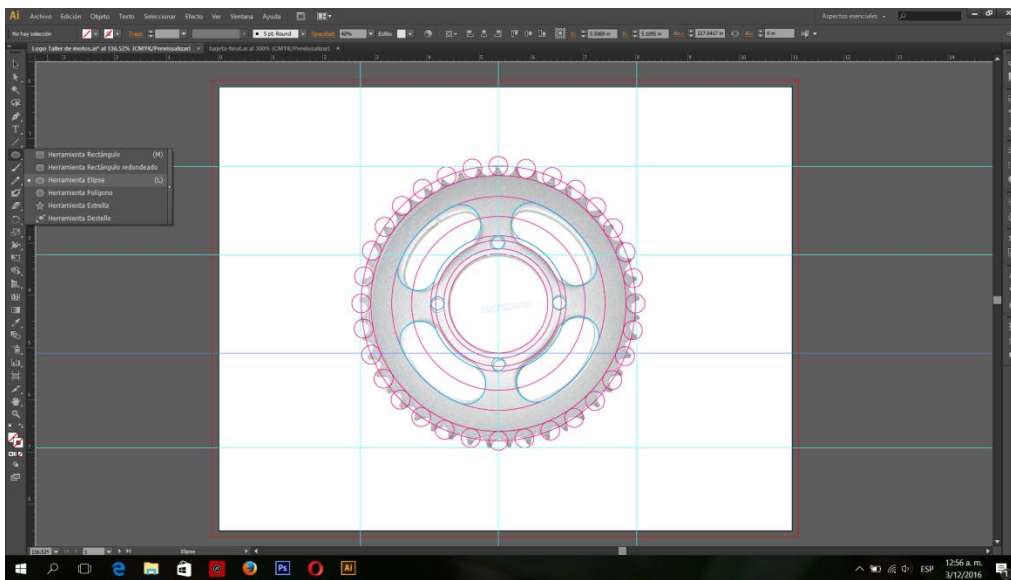


7.3.3. Proceso de digitalización de los bocetos:

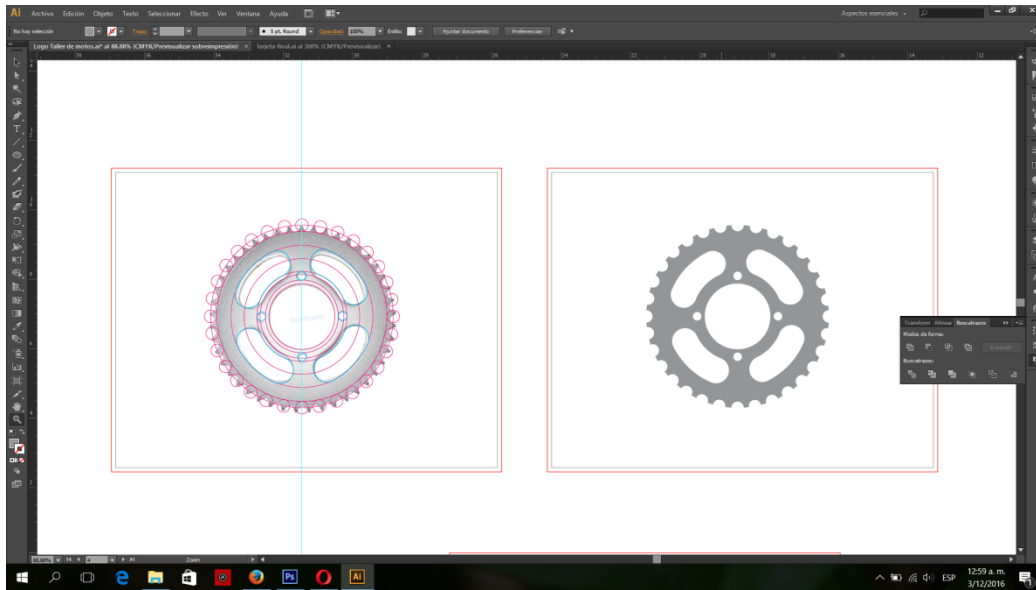
7.3.3.1 Digitalización del isologo:



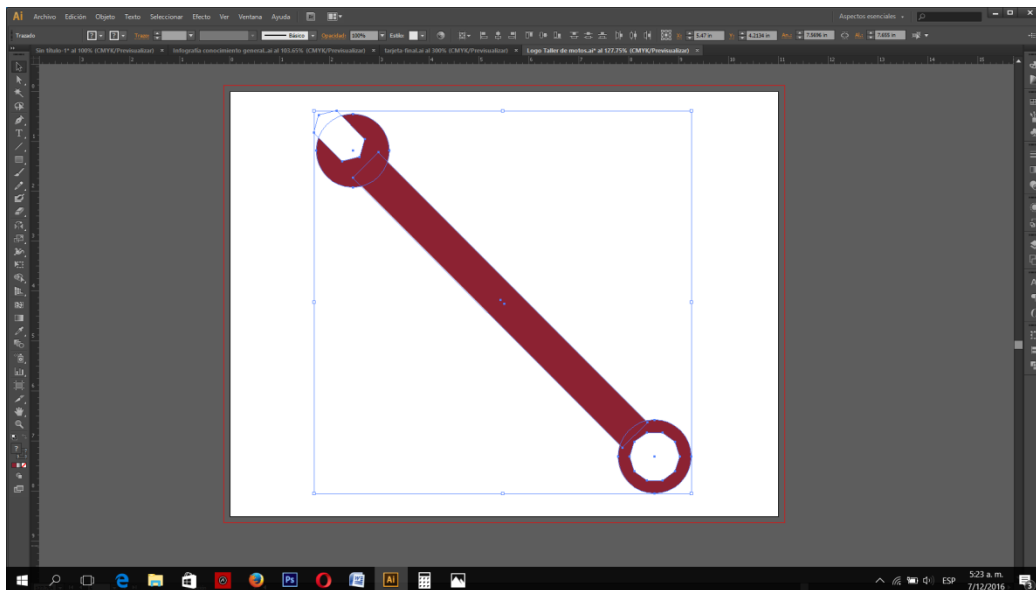
Se utiliza como pieza base una imagen real de un piñón de motocicleta para realizar la vectorización de la misma.



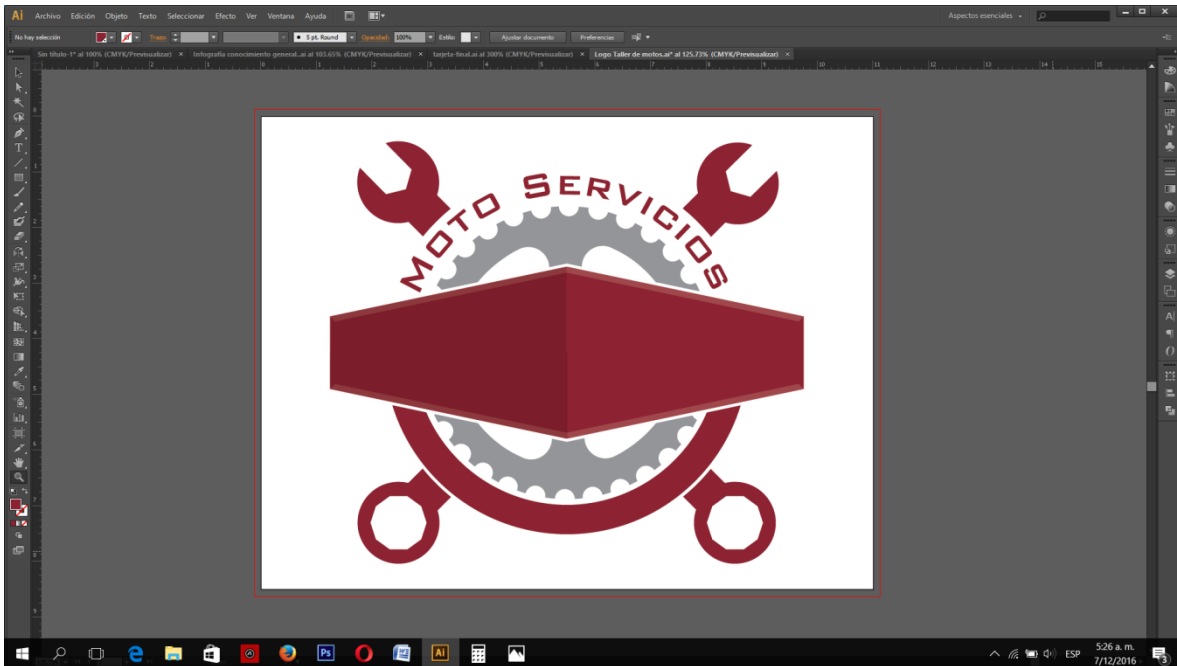
Se realiza la diagramación necesaria en base a líneas guías para proceder con la vectorización.



Utilizando la herramienta, busca trazos, se crea la imagen vectorial del pinón de moto.



Con las herramientas de figuras geométricas se realiza la llave que será uno de los elementos del isologo y esta misma se duplica y con la opción de reflejo se coloca del lado derecho, como formando una "X".

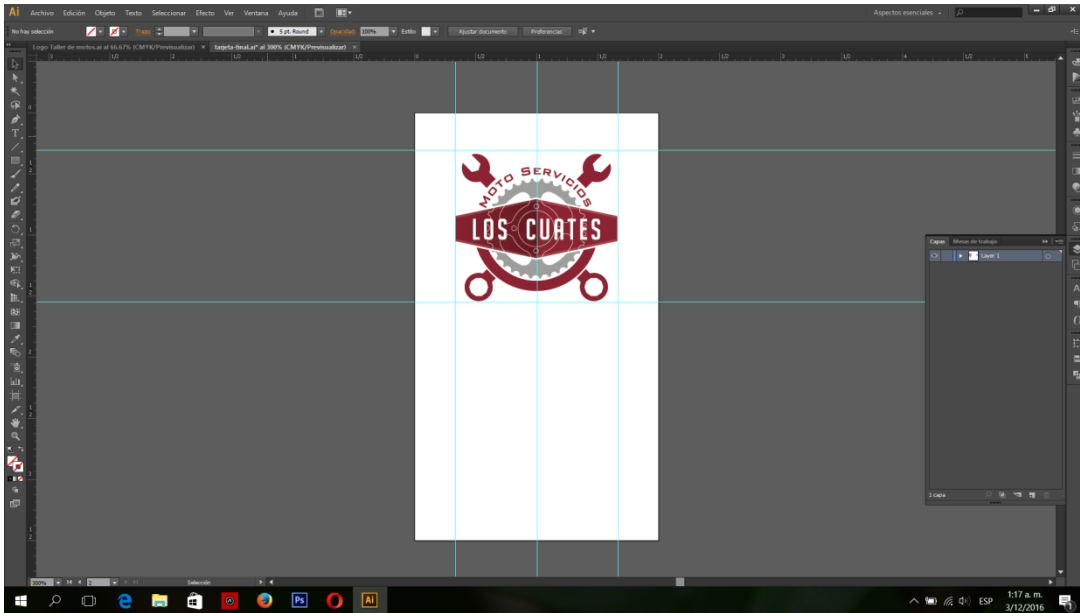


Se procede a crear los demás elementos con la herramienta pluma.

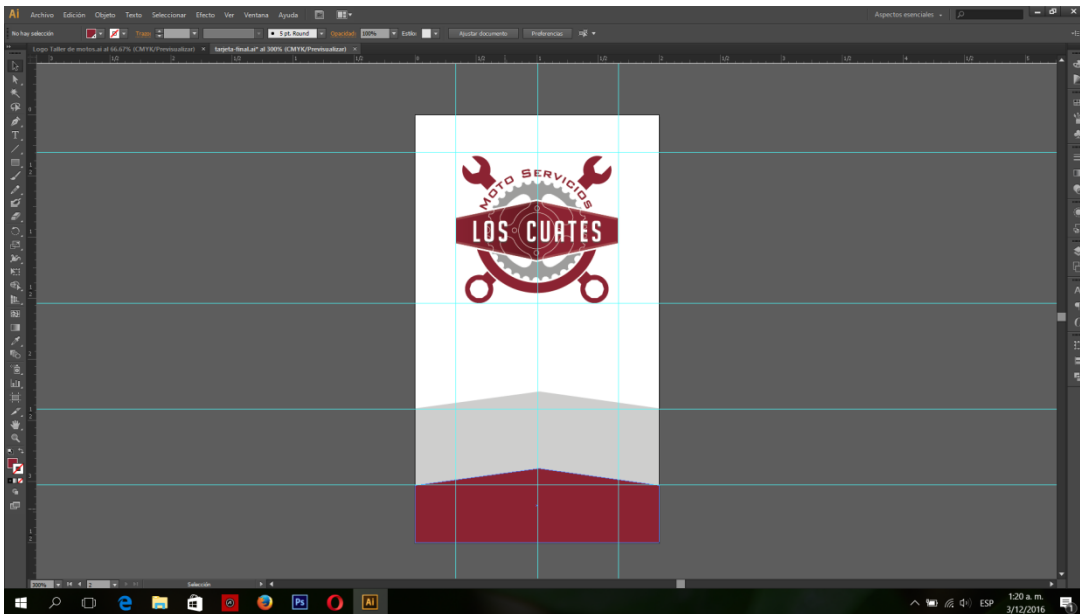


Por último, se coloca el texto “Los Cuates”.

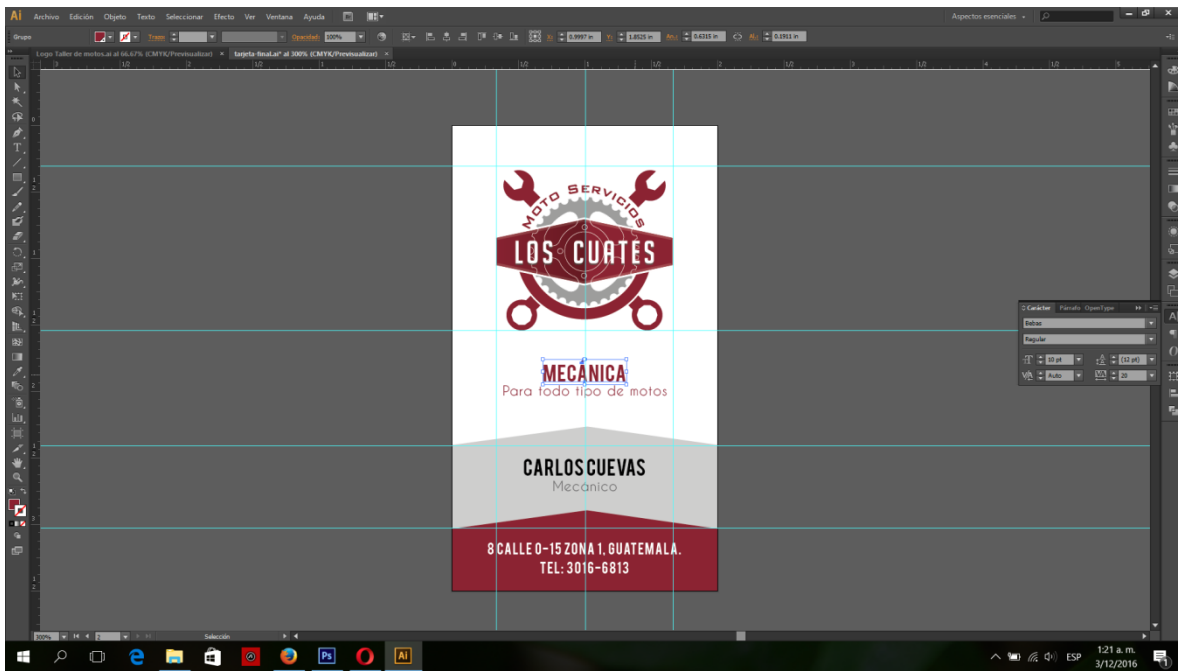
7.3.3.2 Digitalización de tarjeta de presentación:



Manteniendo la línea del bocetaje, se coloca el isologo centrado en la parte superior del formato, para que sea lo que más llame la atención, por jerarquía.



Se colocan las franjas en los colores base de la línea gráfica.



Como último paso, se agregan los textos al utilizar jerarquía de color, tamaño y posición.

7.3.3 Digitalización de Volante:



En este paso se diagrama el isologo, centrándolo del lado izquierdo del formato.

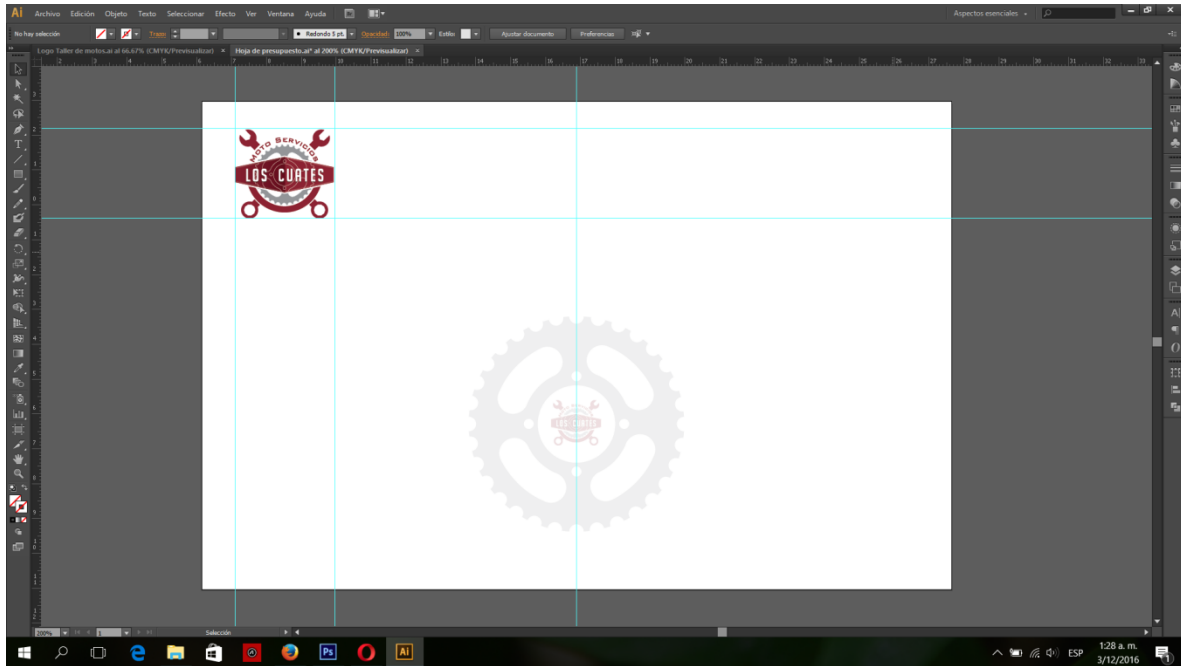


Se continúa con la adhesión de las franjas de color “Corinto y gris”,
manteniendo la misma línea gráfica.

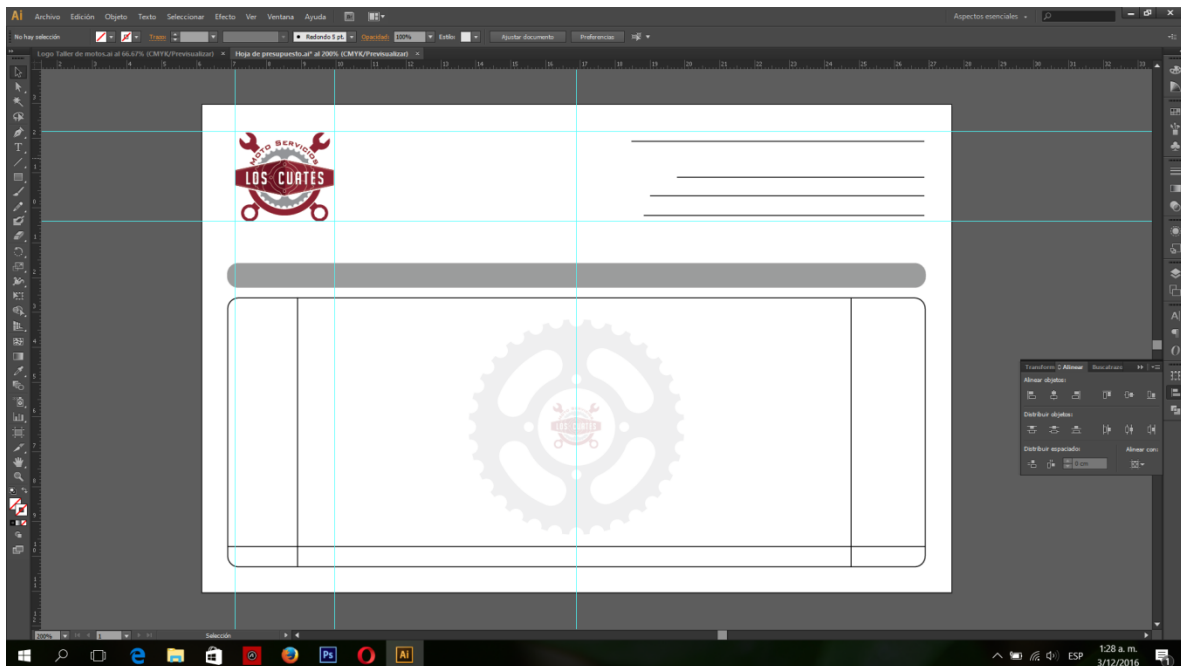


Como último paso se agregan los campos de texto.

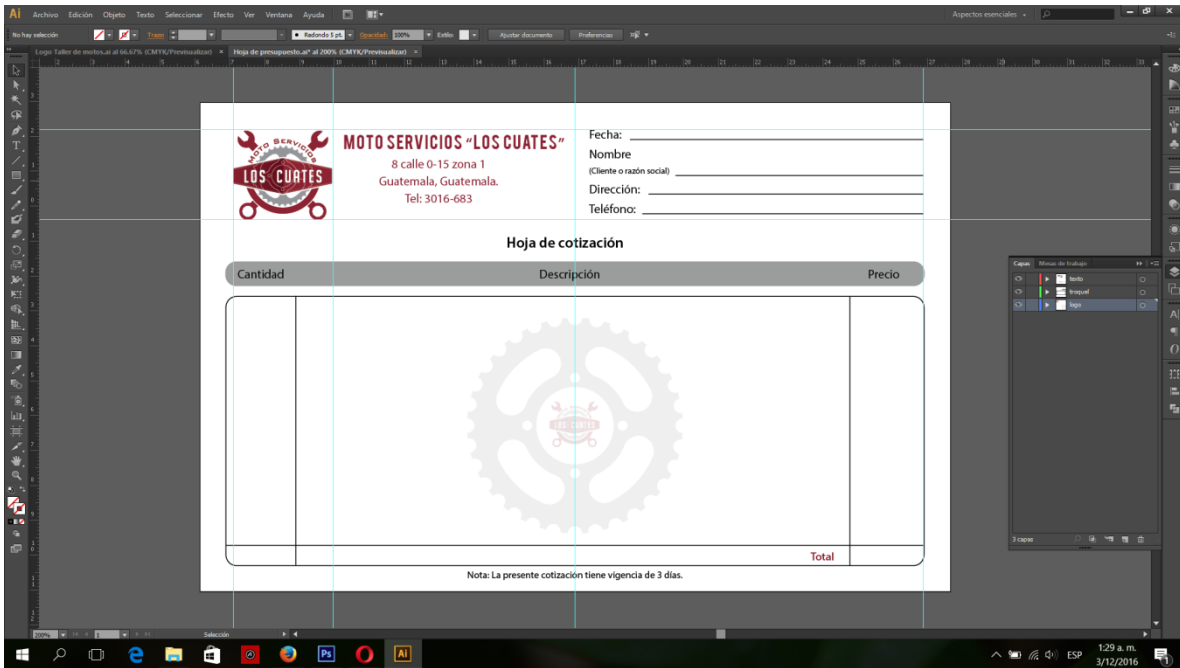
7.3.3.4 Digitalización de Hoja de cotización:



Se diagrama el isologo y se utiliza como marca de agua en la parte del centro del formato, una de las piezas que conforman el logotipo (el piñón)

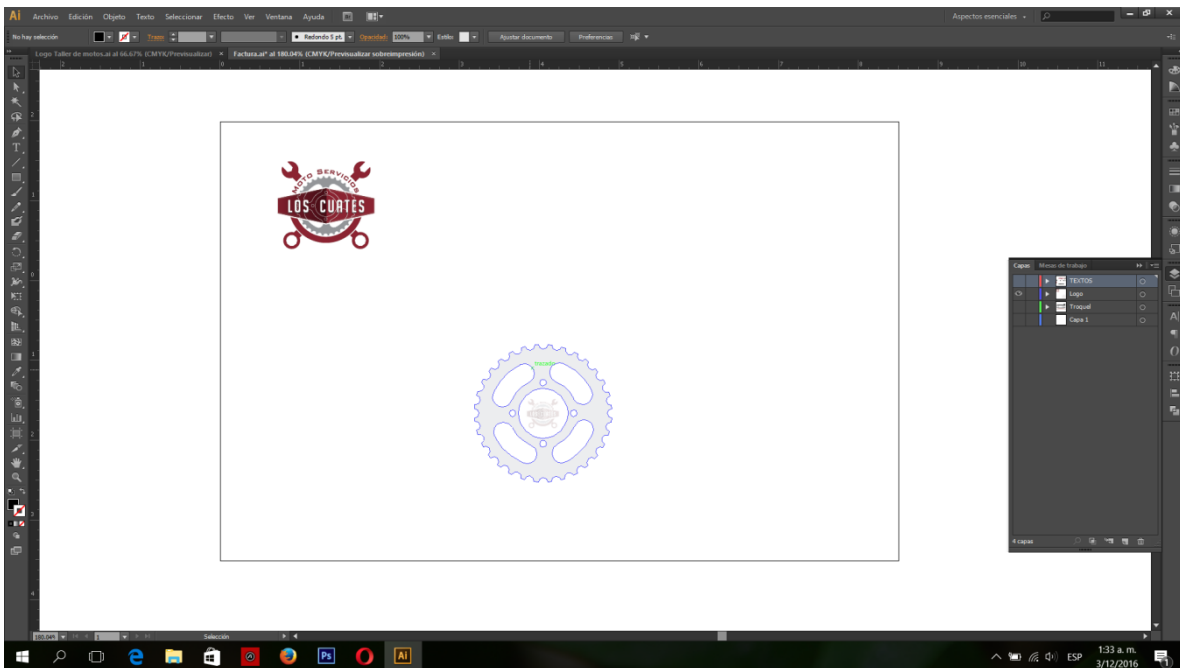


En este paso se realiza el troquel del formato.

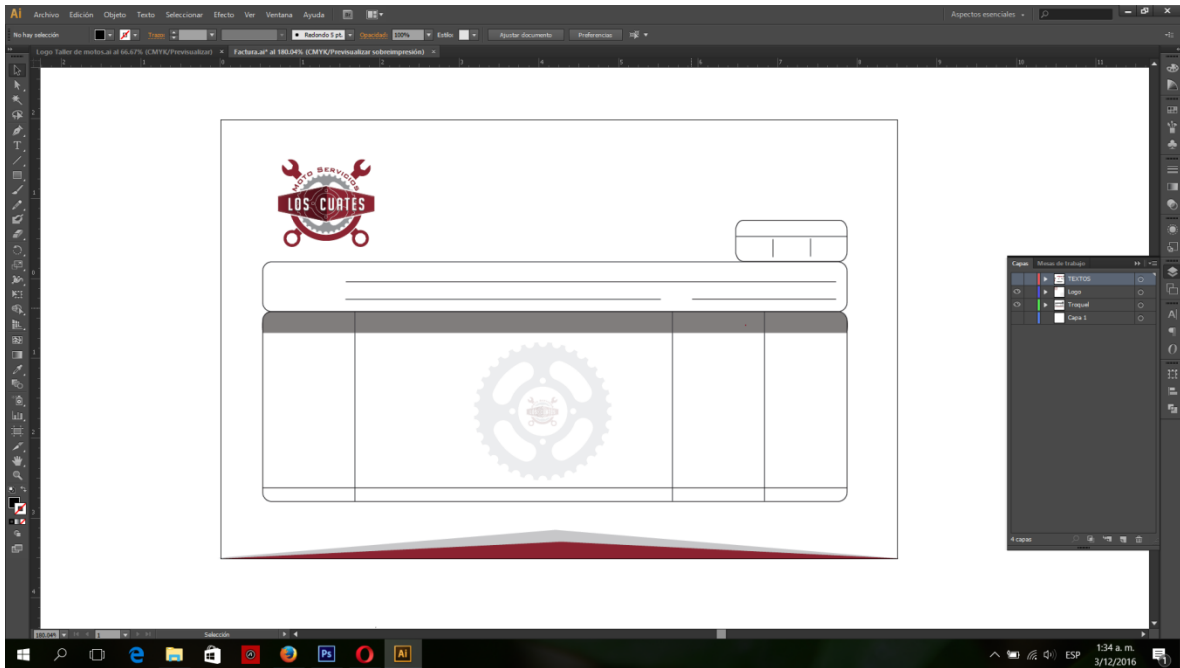


Y como último paso se colocan los bloques de texto.

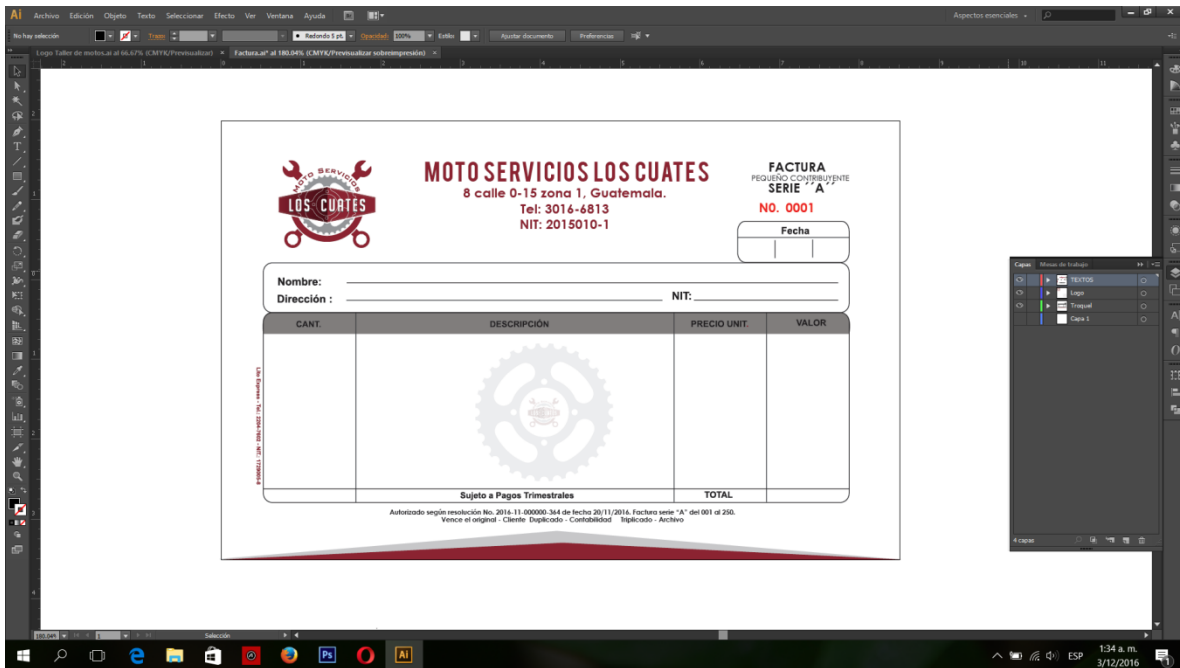
7.3.3.5 Digitalización de factura:



En este paso se ubica el isologo y se coloca uno de los símbolos que conforman el isologo, para utilizarlo como marca de agua en esta pieza.



En este paso se coloca la diagramación diseñada de las líneas en las que irán los bloques de texto.



Como último paso del proceso, se agregan los bloques de texto donde corresponden, manejando siempre la misma línea gráfica.

7.3.3.6 Digitalización de sticker:

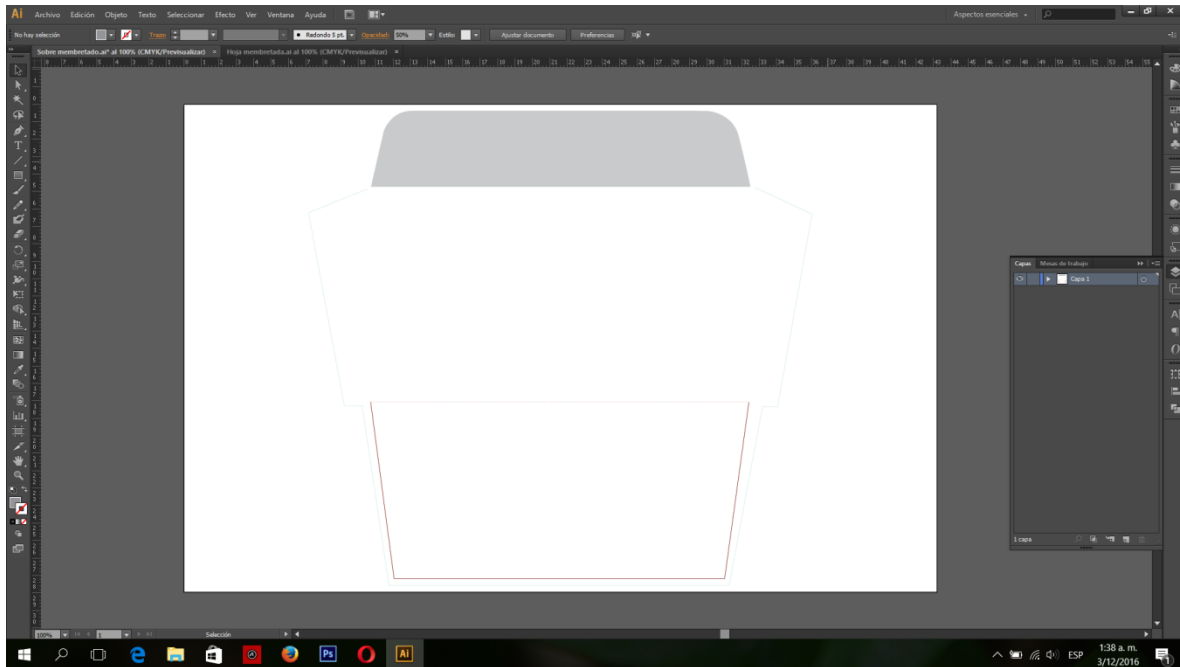


En este paso se coloca el isologo centrado en la parte superior del formato.

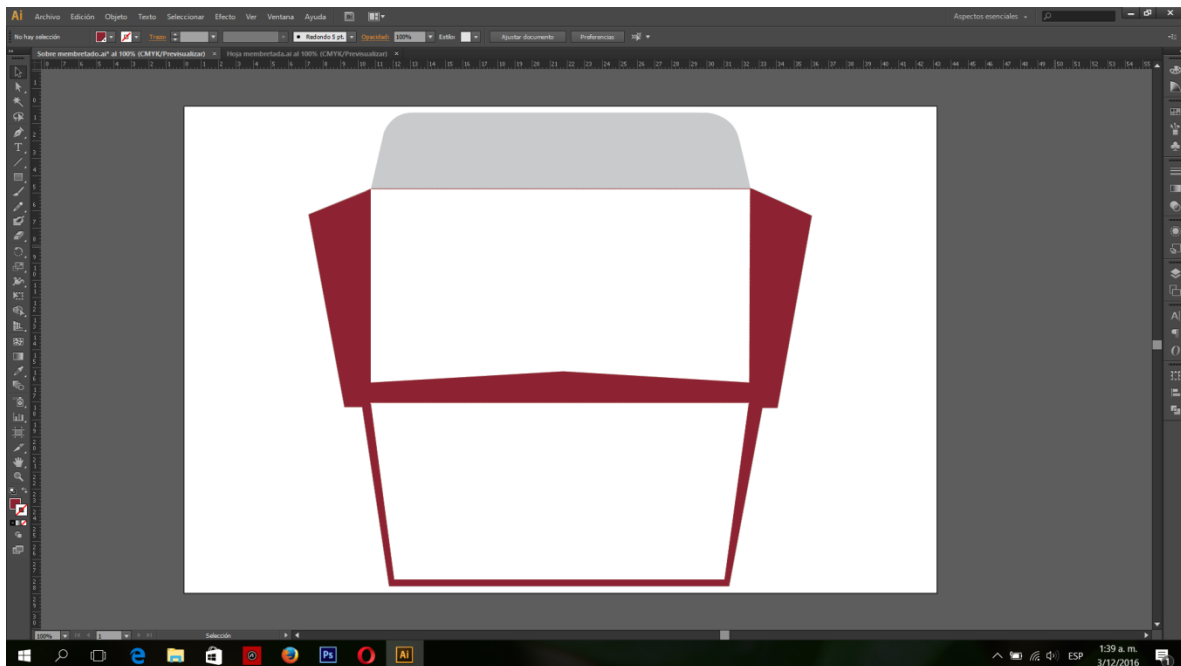


Por último, se colocan las franjas de color y los bloques de texto.

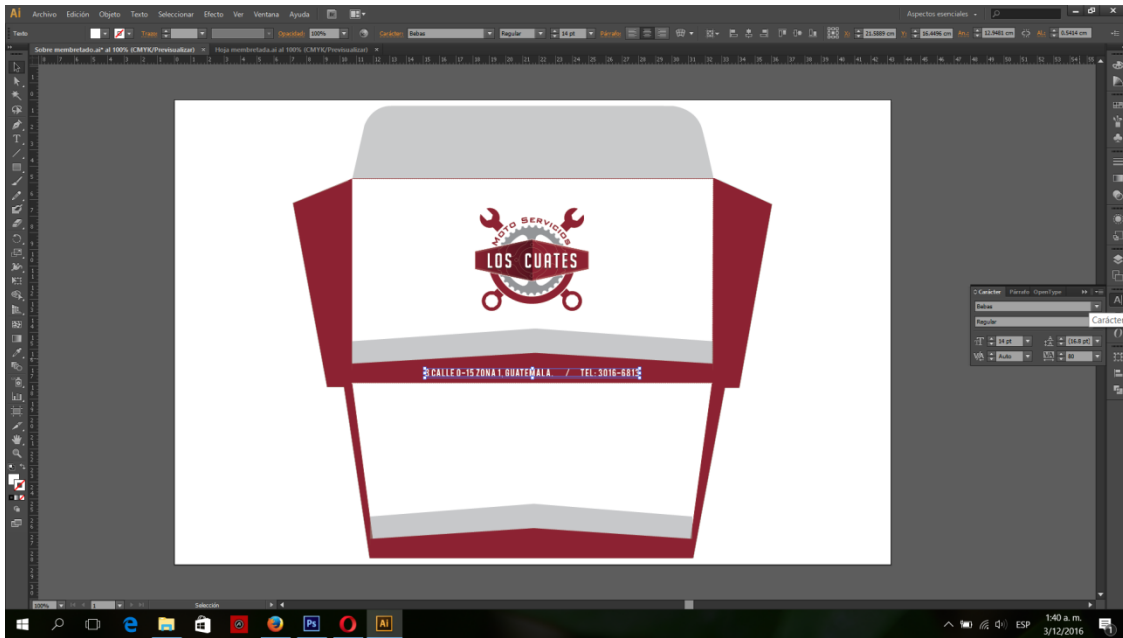
7.3.3.7 Digitalización de sobre membretado:



Se redibuja la silueta del sobre y se adapta al tamaño de la pieza.

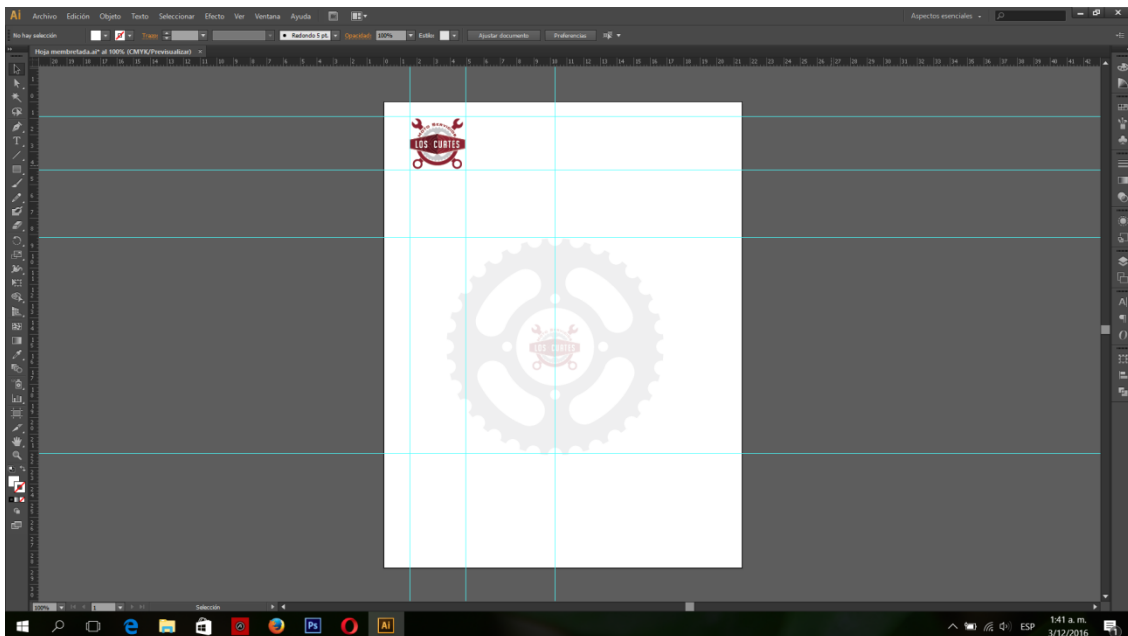


En este paso se aplican los colores que manejan para la línea gráfica.

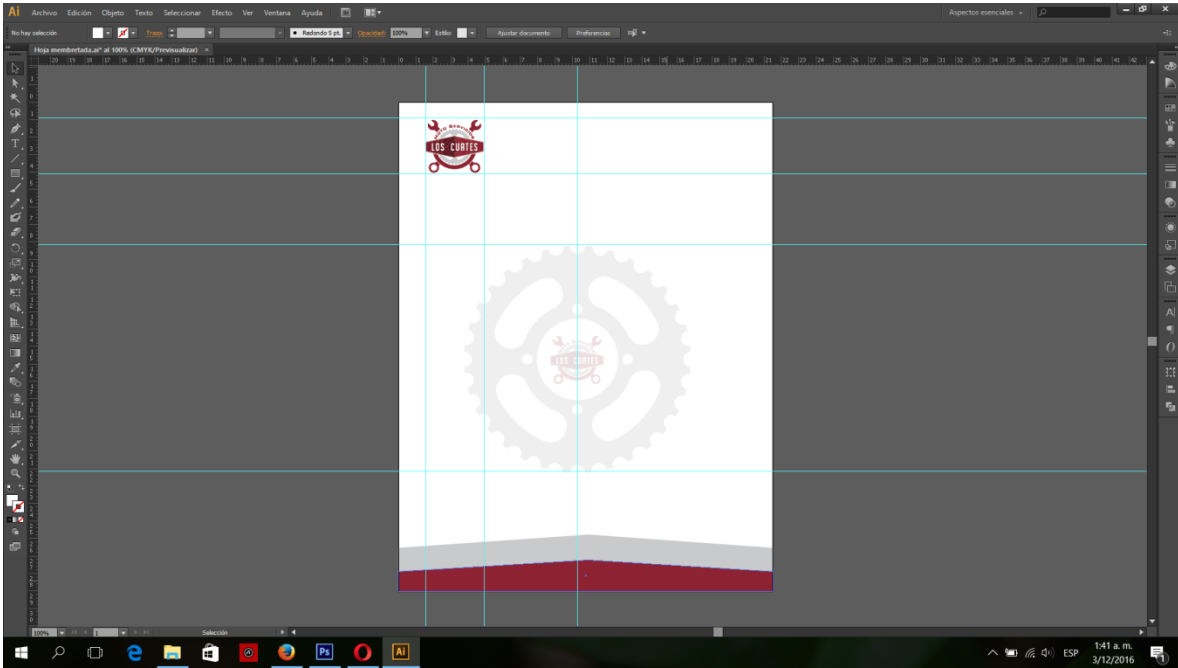


Por último paso se agrega el isologo en el centro del sobre y se agrega bloque de texto.

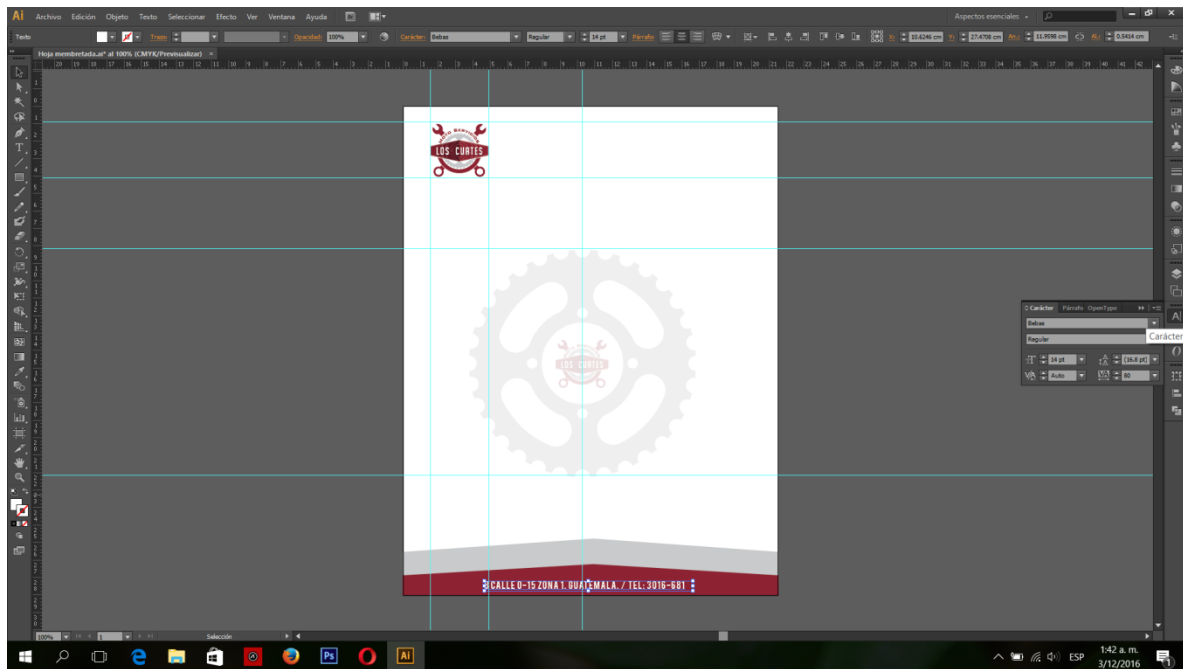
7.3.3.8 Digitalización de hoja membretada:



Se diagrama el isologo en la parte superior izquierda y se coloca la silueta de uno de los elementos gráficos utilizados en el mismo como marca de agua al centro de la pieza.

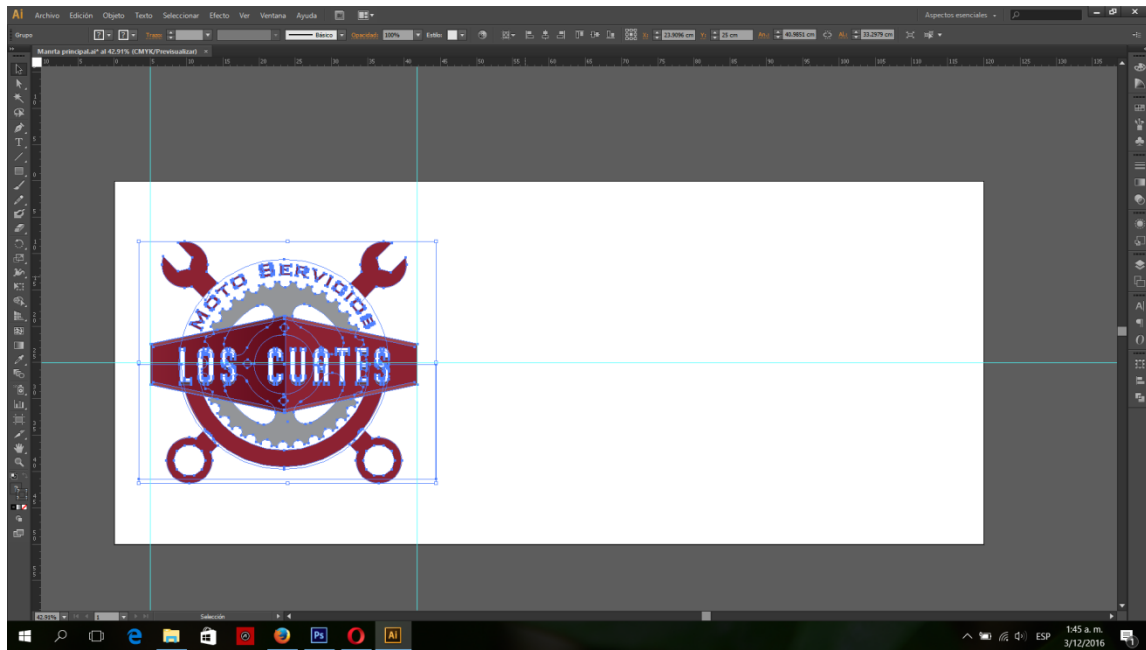


En este paso se agregan las franjas de color que se han manejado en toda la línea gráfica.



Como último paso se agrega el texto correspondiente a esta pieza gráfica.

7.3.3.9 Digitalización de manta vinílica:



En este paso se diagrama el isologo, centrándolo al formato y alineándolo al lado izquierdo.



Como siguiente paso, se agregan las franjas que se han manejado en las piezas anteriores, para no perder la línea gráfica.



Como último paso, se agregan los bloques de texto, que son los mismos que los del volante.

7.3.3.10 Digitalización de playera:



En esta pieza, solamente se realiza el montaje del isologo a una playera, al utilizar las proporciones que se usarán en la pieza real.

Capítulo VIII.

Validación técnica.

Capítulo VIII: Validación Técnica

El trabajo de investigación de este proyecto es mixto, por lo tanto, se procederá a evaluar cuali y cuantitativamente la efectividad que presentan las piezas gráficas realizadas. El enfoque cuantitativo servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos, y a través del enfoque cualitativo se intentará evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta de diseño.

La validación de este proyecto se llevará a cabo por medio de una encuesta con respuestas de selección múltiple y dicotómica, que se aplicará al cliente, así como a 25 personas del grupo objetivo y a 6 expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1. Población y muestreo:

Una vez realizada la propuesta preliminar de las piezas gráficas elaboradas, se procedió a efectuar la validación técnica para evaluar si se cumplen los objetivos planteados en el presente proyecto, verificar si los elementos visuales del diseño llaman la atención del público objetivo y comprobar si se transmiten las emociones planteadas en cuanto al color, tipografía, elementos y diagramación.

Para este proceso de validación se tomó como muestra a 32 personas, que se dividen de la siguiente manera:

Cliente:

- Roberto Carlos Cardona Cuevas – Propietario de la empresa “Moto servicios los Cuates”

Expertos y especialistas en las áreas de Comunicación y Diseño Gráfico (6 expertos):

- Licda. Claudia Arriaga – Diseñadora gráfica con 16 años de experiencia.
- Lic. Walter Canizalez – Dibujante profesional con 10 años de experiencia.
- Licda. Karla Yolanda López de Ayala – Comunicadora y Diseñadora Gráfica con 7 años de experiencia.
- Licda. Maña Jimena Nitsch Meléndez – Diseñadora Gráfica con 3 años de experiencia.
- Licda. Andrea Aguilar Flores - Comunicadora y Diseñadora Gráfica con 3 años de experiencia.
- Magíster. Sandra Patricia Gamboa – Diseñadora Gráfica con 2 años de experiencia.

Grupo objetivo (25 personas):

- Hombres y mujeres jóvenes, jóvenes adultos y adultos casados o solteros, con edades comprendidas entre los 20 y 63 años, en su mayoría de un nivel socio económico bajo, D1 y D2 con ingresos por debajo de los Q. 7,200.00

8.2. Método e instrumentos:

El método de investigación utilizado para la elaboración de este proyecto es Mixto, debido a que se realizaron preguntas de forma cualitativa, que cuales toman en cuenta actitudes, aspectos culturales, percepciones, relaciones y estimaciones. Así como

también se realizaron preguntas de forma cuantitativa, que se enfocan en la recolección de datos, números, porcentajes, volúmenes y series.

En esta etapa se procederá a determinar la metodología de investigación e instrumento a utilizar para la validación de este proyecto. Y así se podrá obtener la información que ayudará a mejorar las piezas gráficas diseñadas.

La entrevista es un acto de comunicación oral que se establece entre dos o más personas con la finalidad de obtener información o la opinión de una persona o personas, sobre cierto tema a tratar. La entrevista informativa permite conocer la opinión sobre un determinado tema.

La encuesta es un instrumento que consiste en obtener información específica de las personas encuestadas, esto se hace mediante el uso de preguntas diseñadas previamente para la obtención de la información.

Para este proyecto se utilizó como instrumento de validación el método de encuesta para el público objetivo, el cliente y los expertos en el área de diseño gráfico y comunicación. Esta encuesta consta de 13 preguntas de selección múltiple y dicotómica, estas se dividen en tres partes que son:

- **Parte objetiva:** Se utiliza para conocer si los objetivos del proyecto se cumplen. Esta parte de la encuesta se compone por cinco preguntas dicotómicas, en las que el encuestado solamente debe responder o marcar “Si” o “No”.
- **Parte semiológica:** Se evalúan las percepciones y los elementos del diseño utilizados, entre estos están: Colores, tipografías, elementos gráficos, etc. Para esta

parte de la encuesta se elaboraron tres preguntas con respuesta de selección múltiple, debido a que se quiere conocer si los elementos de diseño logran transmitir la emoción deseada.

- **Parte operativa:** Se evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta. Para esta parte se elaboraron cinco preguntas, que se dividen en dicotómicas y de selección múltiple.

Para la realización de la encuesta con el cliente y expertos en el área de comunicación y diseño, fue necesario programar entrevistas, y con el grupo objetivo en su mayoría se realizaron de forma presencial en la empresa “Moto Servicios los Cuates”.

La entrevista consistió en una breve explicación del proyecto, acompañado de la muestra física de las 10 piezas gráficas elaboradas, para lo que fue necesario imprimir dos formatos de proporciones 11*17 pulgadas, en los que se hicieron los montajes de las piezas a escala, para que los entrevistados pudieran observar las mismas. Al terminar de visualizar las piezas gráficas debían responder la encuesta y al final de la misma, se colocó un espacio de observaciones, para que los encuestados pudieran escribir sus sugerencias o comentarios.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

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

Cliente Experto Grupo Objetivo

Nombre Fecha

Genero M F edad profesión

Años de experiencia

Encuesta de validación de proyecto de tesis

Diseño de isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa “Moto servicios los Cuates” Guatemala, Guatemala 2,017

Antecedentes

Moto servicios Los Cuates nace directamente como un pasatiempo y una necesidad de su dueño y fundador, quién hace 15 años para motivar su curiosidad acerca de mecánica de motos, más la necesidad de obtener ingresos extras y aunado a una mala experiencia personal como cliente en un taller de motos, decide experimentar con su propia motocicleta y adentrarse al mundo de la mecánica de motos, apoyándose de los conocimientos y asesoría de personas con experiencia en el área que fueron fundamentales en sus inicios como mecánico de motos.

Intrucciones

A continuación se presentan una serie de preguntas relacionadas con la propuesta de diseño de piezas gráficas elaboradas para dar a conocer los servicios de “Moto servicios los cuates”. Por favor responda cada pregunta según su criterio, marcando con una “x” la respuesta de su elección.

Parte Objetiva:

1) ¿Cree usted que es importante diseñar isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa Moto Servicios "Los cuates".?

Si No

2) ¿Considera importante investigar información y tendencias sobre diseño publicitario para fundamentar el contenido y el resultado del diseño de las piezas gráficas elaboradas?

Si No

3) ¿Considera necesario recopilar información relacionada al mantenimiento y reparación de motocicletas que sea útil para la elaboración del proyecto?

Si No

4) ¿A su criterio, considera importante seleccionar los elementos básicos del isologo para verificar la imagen visual de las piezas gráficas para la empresa moto servicios los cuates.?

Si No

5) ¿Cree que es importante diagramar correctamente los textos e imágenes de manera ordenada y proporcionada para que la información sea comprensible y de fácil lectura?

Si No

Parte Semiológica:

6) ¿Cree que los colores utilizados en los diseños de las piezas gráficas son?

Adecuados corporativos Nada adecuados

7) ¿Considera que las tipografías seleccionadas (tipos de letra) son?

Legibles adecuadas Causan desorden

8) Según los diseños que observó. ¿Cree usted que el orden de los elementos gráficos utilizados?

Se entienden fácilmente Se dificulta entender No se entiende nada

Parte Operativa:

9) ¿Considera que el diseño del Isologo?

Identifica un taller de motos

Se dificulta entender

No se entiende nada

10) A su criterio ¿Considera que las 10 piezas diseñadas son suficientes para dar a conocer los servicios del taller?

Si No

11) ¿Considera que la orientación de la tarjeta de presentación, volante, factura y hoja de presupuesto son adecuadas?

Si No

12) En general. ¿Cree que el diseño realizado es?

Creativo Simple Creativo y simple

13) ¿Considera que las medidas de cada pieza gráfica es adecuada?

Si No

Observaciones:

Muchas gracias por tomarse unos minutos para responder estas preguntas.

8.3 Resultados e interpretación de resultados:

8.3.1 Parte Objetiva:

1. ¿Cree usted que es importante diseñar un isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa “Moto servicios Los Cuates”?

■ Si ■ No



El 100% de los encuestados cree que es importante diseñar un isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa “Moto servicios Los Cuates”

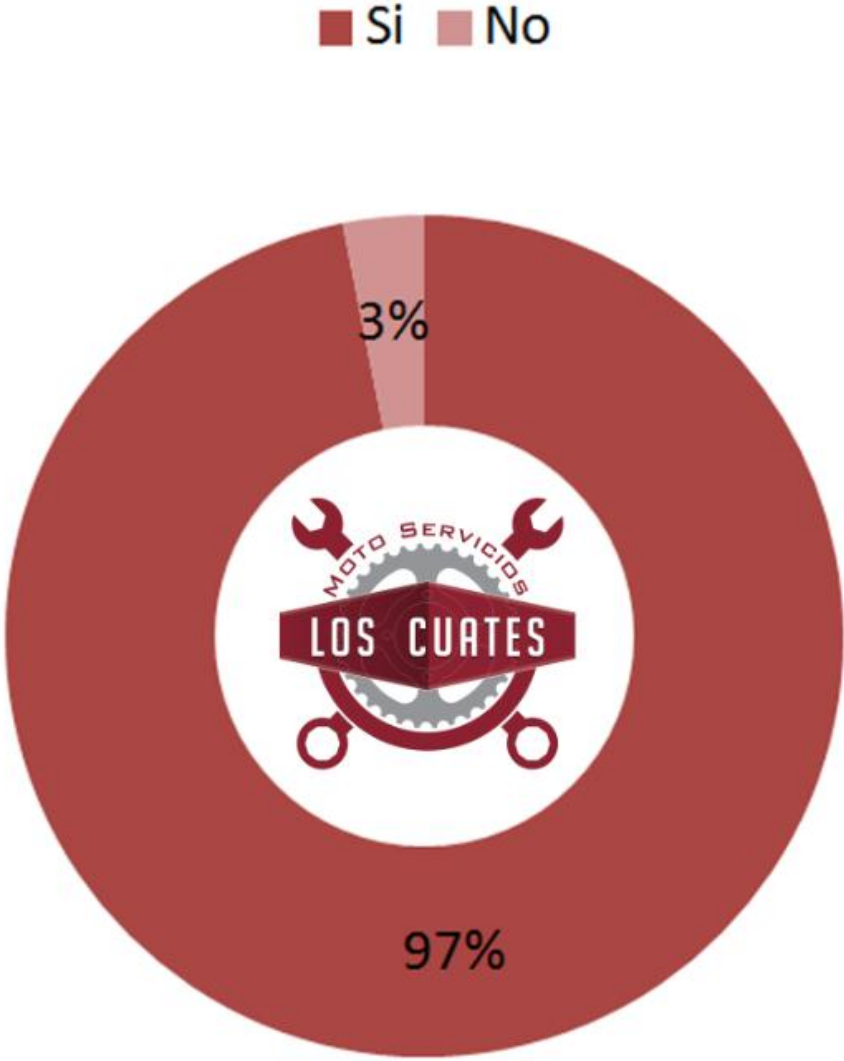
2. ¿Considera importante investigar información y tendencias sobre diseño publicitario para fundamentar el contenido y el resultado del diseño de las piezas gráficas elaboradas?

■ Si ■ No



El 100% de los encuestados considera importante investigar información y tendencias sobre diseño publicitario, para fundamentar el contenido y el resultado del diseño de las piezas gráficas elaboradas.

3. ¿Considera necesario recopilar información relacionada al mantenimiento y reparación de motocicletas que sea útil para la elaboración del proyecto?



El 97% de los encuestados considera necesario recopilar información relacionada al mantenimiento y reparación de motocicletas que sea útil para la elaboración del proyecto. El 3% restante indica que no es necesario.

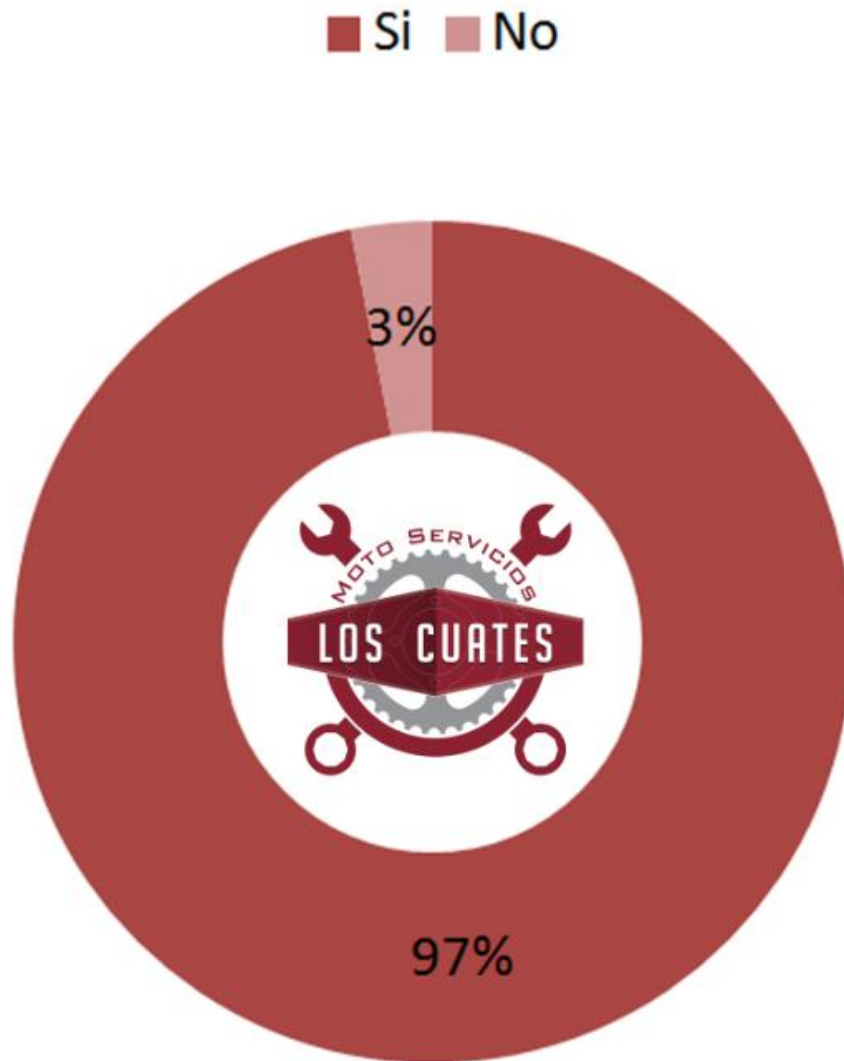
4. ¿A su criterio, es necesario seleccionar los elementos básicos del isologo para verificar la imagen visual de las piezas gráficas para la empresa moto servicios los cuates?

■ Si ■ No



El 100% de los encuestados considera necesario seleccionar los elementos básicos del isologo para verificar la imagen visual de las piezas gráficas para la empresa moto servicios los cuates

5. ¿Cree que es útil diagramar correctamente los textos e imágenes de manera ordenada y proporcionada para que la información sea comprensible y de fácil lectura?

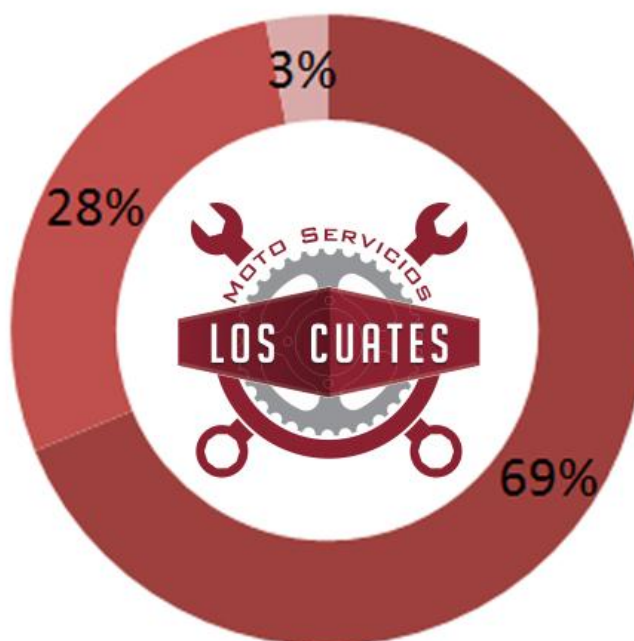


El 97% de los encuestados cree que es importante diagramar correctamente los textos e imágenes de manera ordenada y proporcionada, para que la información sea comprensible y de fácil lectura. El 3% restante indica que no es necesario.

8.3.2 Parte Semiológica:

6. ¿Cree que los colores utilizados en los diseños de las piezas gráficas son?

■ Adecuados ■ Corporativos ■ Nada adecuados

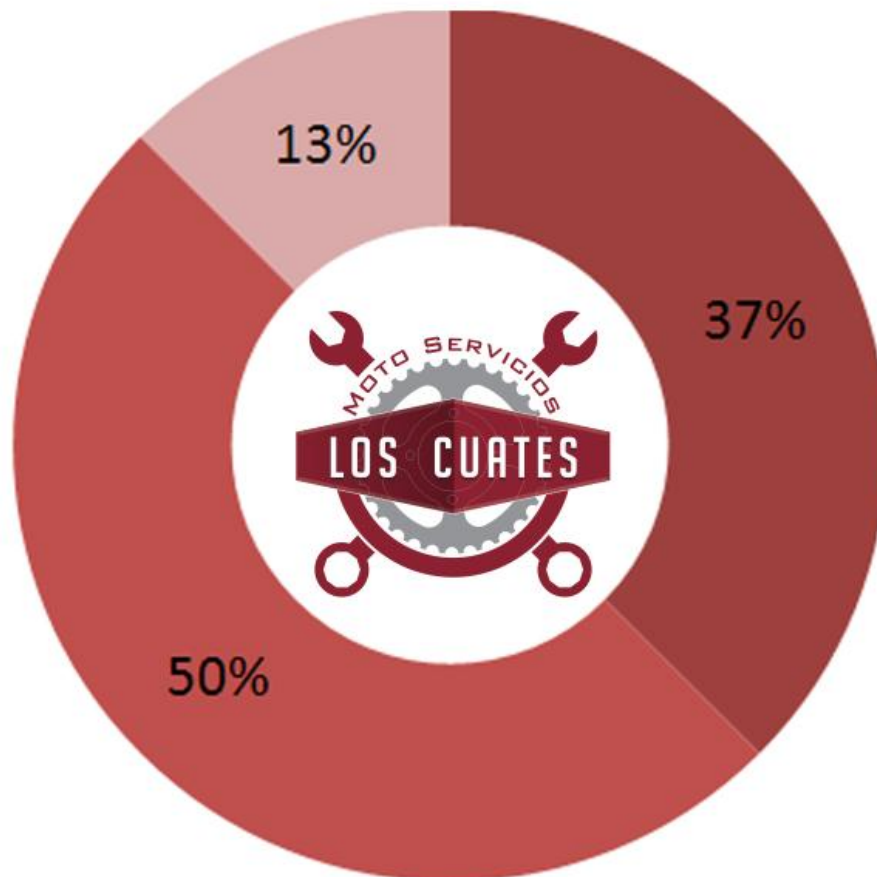


El 69% de los encuestados considera que los colores utilizados en los diseños de las piezas gráficas son “adecuados”. El 28% considera que son “corporativos” y el 3% restante considera que son “nada adecuados”.

Por lo tanto, sí se cumple con el objetivo del uso de colores, según el resultado de la encuesta.

7. ¿Considera que las tipografías seleccionadas (tipos de letra) son?

■ Legibles ■ Adecuadas ■ Causan desorden

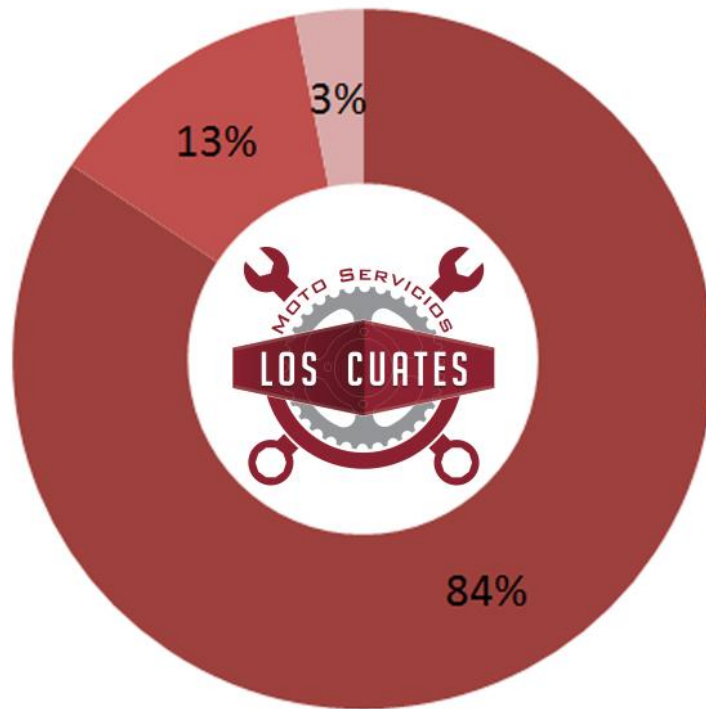


El 37% de los encuestados considera que las tipografías seleccionadas son “legibles”. El 50% considera que son “adecuadas” y el 13% restante considera que “causan desorden”

Por lo tanto, sí se cumple con el objetivo del uso de tipografías. Aunque por recomendación de algunos expertos en el área y personas de grupo objetivo encuestado, es necesario cambiar tipografía en el cuerpo de texto del “volante” y “manta vinílica”

8. Según los diseños que observó. ¿Cree usted que el orden de los elementos gráficos utilizados?

■ Se entienden fácilmente ■ Se dificulta entender ■ No se entiende nada



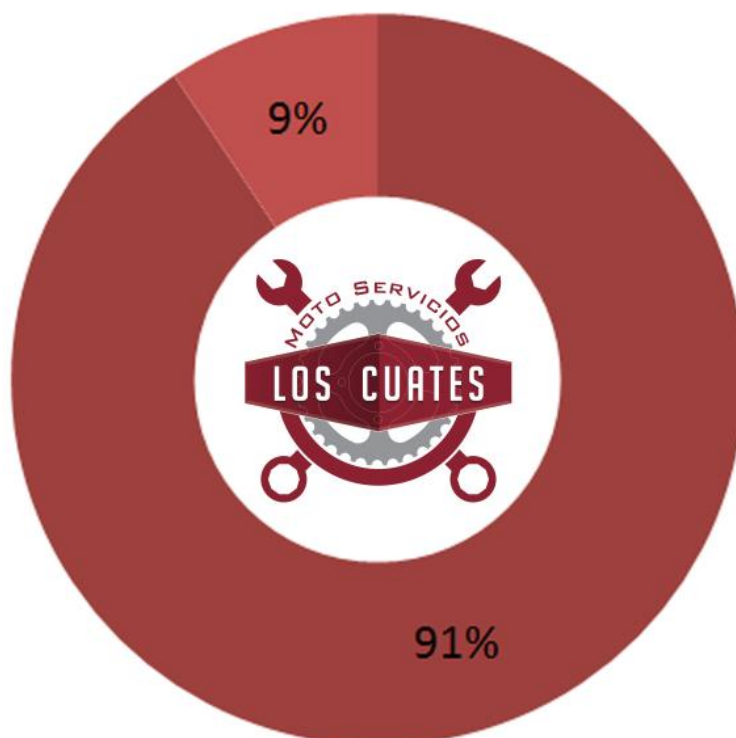
El 84% de los encuestados cree que el orden de los elementos gráficos utilizados “se entienden fácilmente”. El 13% indicó que “se dificulta entender” y el 3% restante considera que “no se entiende nada”.

Por lo tanto, sí se cumple con el objetivo de los elementos gráficos utilizados.

8.3.3 Parte Operativa:

9. ¿Considera que el diseño del logotipo?

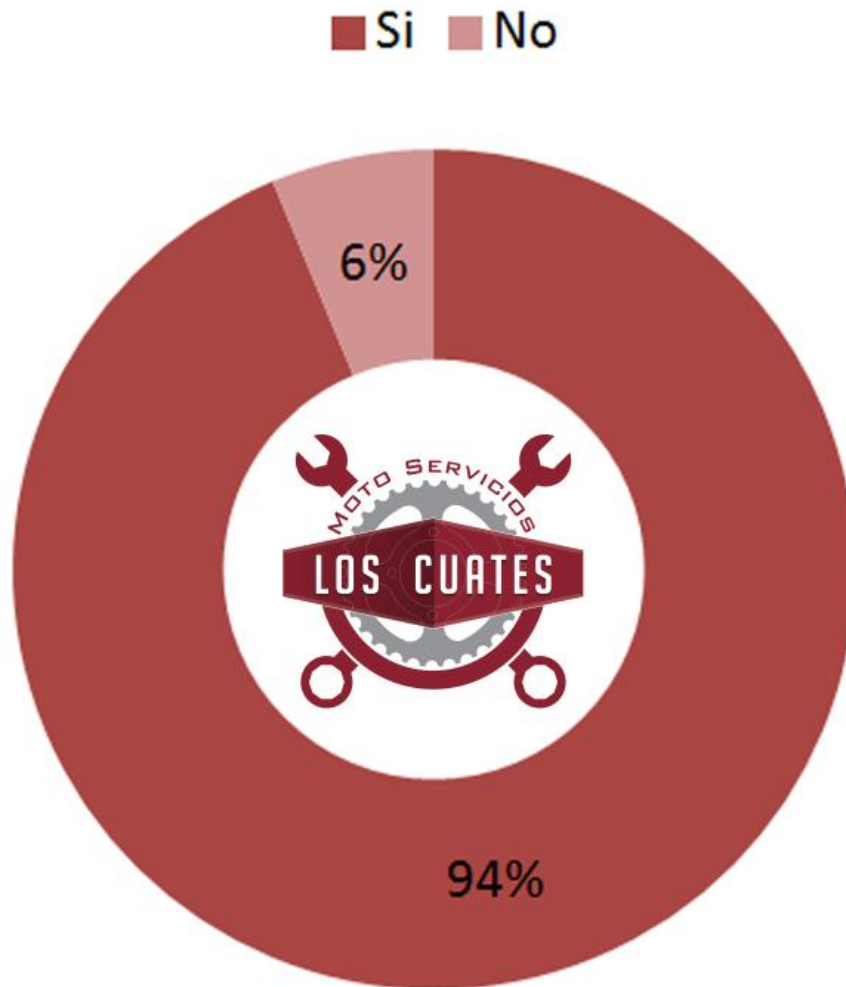
■ Identifica un taller de motos ■ Se dificulta entender ■ No se entiende nada



El 91% de los encuestados considera que el diseño del logotipo “identifica un taller de motos”. El 9% restante considera que “se dificulta entender”.

Por el resultado de la encuesta, se considera que se cumple con el objetivo en cuanto al diseño del logotipo.

10. A su criterio ¿Considera que las 10 piezas diseñadas son suficientes para dar a conocer los servicios del taller?



Según el resultado de la encuesta, el 94% de los encuestados considera que las 10 piezas diseñadas son suficientes para dar a conocer los servicios del taller. Mientras que el 6% restante considera que 10 piezas gráficas no son suficientes.

Por lo tanto, sí se cumple con el objetivo de la cantidad de piezas gráficas elaboradas para dar a conocer los servicios de la empresa “Moto Servicios los Cuates”.

11. ¿Considera que la orientación de la tarjeta de presentación, volante, factura y hoja de presupuesto son adecuadas?

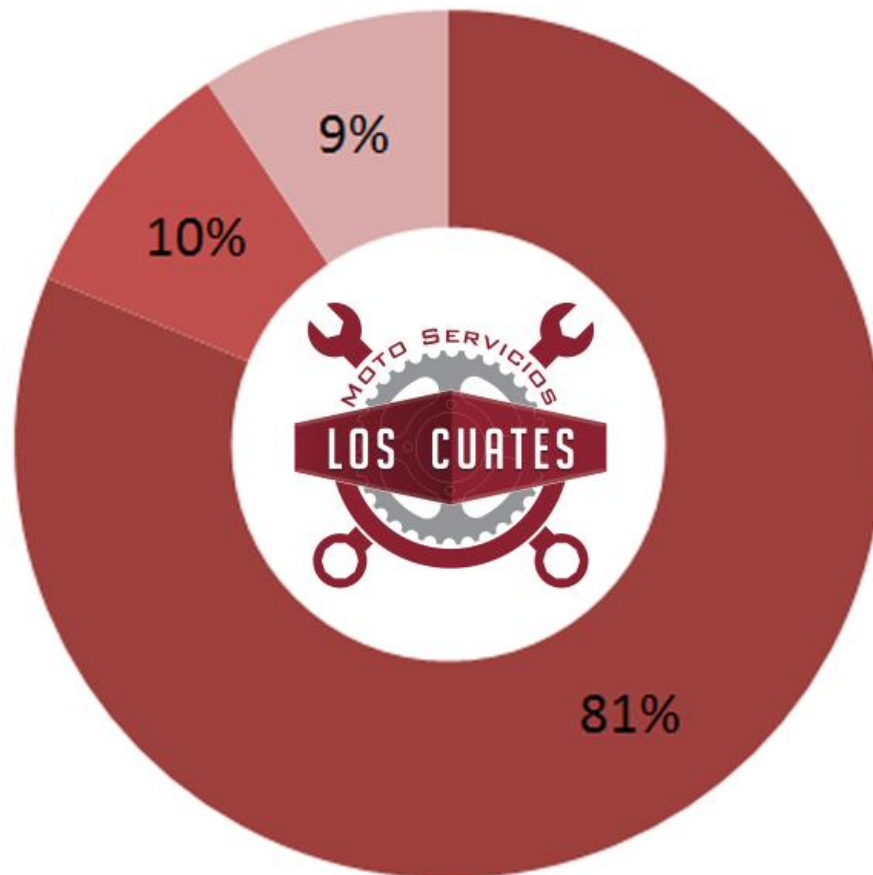
■ Si ■ No



El 100% de los encuestados considera que la orientación de la tarjeta de presentación, volante, factura y hoja de presupuesto son adecuadas.

12. En general. ¿Cree que el diseño realizado es?

■ Creativo ■ Simple ■ Creativo y simple

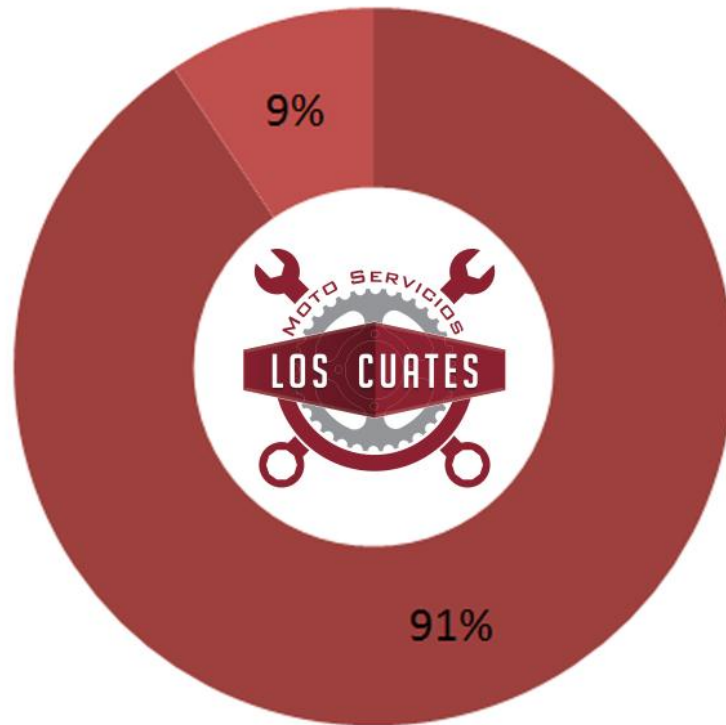


El 81% de los encuestados cree que el diseño realizado es “creativo”. El 10% considera que es “simple” y el 9% restante, que es “creativo y simple”.

Por lo tanto, sí se cumple con el objetivo del diseño, ya que para la mayoría de encuestados el diseño es creativo.

13. ¿Considera que las medidas de cada pieza gráfica son adecuadas?

■ Identifica un taller de motos ■ Se dificulta entender ■ No se entiende nada



El 91% de los encuestados considera que las medidas de cada pieza gráfica “identifican un taller de motos”. Mientras que el 9% restante considera que “se dificulta entender”.

Por el resultado de la encuesta, sí se cumple con tamaño de cada pieza gráfica.

8.4. Cambios en base a los resultados:

En esta etapa se tomaron en cuenta los resultados de las encuestas realizadas, así como las observaciones que algunos de los encuestados realizaron y consideraron importantes para mejorar el proyecto.

Cabe mencionar que según los resultados de las encuestas, no correspondía realizar dichos cambios, pero se realizan los siguientes cambios, ya que se consideran adecuados para el mejoramiento de las piezas gráficas elaboradas.

Los cambios de cada pieza se identifican con un recuadro color rojo, seguido de su justificación.

8.4.1 Antes:



**MECÁNICA
PARA TODO TIPO DE MOTOS**

- Servicio Mayor
- Servicio Menor
- Enderezado de barras
- Enderezado de chasis
- Todo tipo de soldadura
- Todo en sistema eléctrico
- Adaptaciones y modificaciones

Buscanos en:

**8 CALLE 0-15 ZONA 1, GUATEMALA.
TEL: 3016-6813**

8.4.1.1 Después:

8.5"

5.5"



**MECAÍNICA
PARA TODO TIPO DE MOTOS**

- Servicio mayor.
- Servicio menor.
- Enderezado de barras.
- Enderezado de chasis.
- Todo tipo de soldadura.
- Todo en sistema eléctrico.
- Adaptaciones y modificaciones.

BÚSCANOS EN:
8 CALLE 0-15 ZONA 1, GUATEMALA.
TEL: 3016-6813

8.4.1.2 Justificación:

Según las observaciones realizadas, por proporción se agranda el “titular”. Adicionalmente se cambia la tipografía del cuerpo de texto informativo (Arial 17 puntos) y se agrega icono o símbolo del isologo, en lugar de los guiones medios y finalmente se agrega tilde a la palabra “Búscanos”.

8.4.2 Antes:



8.4.2.1 Después:



8.4.2.2 Justificación:

Por corrección de los expertos, se cambia de ubicación el isologo, ya que estaba en la parte de atrás del sobre.

8.4.3 Antes:



8.4.3.1 Después:

120 cms.



8.4.3.2 Justificación:

Se cambia la tipografía del cuerpo de texto informativo (Arial 75 puntos).

Adicionalmente se agrega icono o símbolo del isologo en lugar de los guiones medios y, finalmente, se agranda el número de teléfono y en lugar de la palabra “Tel”, se agrega icono de teléfono.

Capítulo IX.

Propuesta gráfica final.

Capítulo IX: Propuesta gráfica Final.

De acuerdo a lo solicitado por el cliente, se presentan las piezas gráficas elaboradas para dar a conocer los servicios que brinda la empresa “Moto Servicios Los Cuates”.

Se hará entrega de un CD con las diez piezas gráficas, elaboradas en formato digital con las medidas adecuadas para cada una de las piezas y a una óptima resolución, para obtener una excelente calidad al momento de utilizarlas.

9.1 Propuesta gráfica final del Isologo:



9.1.1 Interpretación:

Pieza 100% vectorial, que permite utilizarla en cualquier tamaño o dimensión sin perder la calidad de la misma.

9.2 Propuesta gráfica final de la tarjeta de presentación:



9.2.1 Interpretación:

Se utilizará para promocionarse idealmente con nuevos clientes y potenciales clientes.

9.3 Propuesta gráfica final de volante:



9.3.1 Interpretación:

Pieza gráfica elaborada para promocionarse en el sector del Centro Histórico, que es donde está ubicada la empresa. La distribución se realizará a motoristas que transiten por el sector.

9.4 Propuesta gráfica final de hoja de cotización:

8.5"

	MOTO SERVICIOS "LOS CUATES" 8 calle 0-15 zona 1 Guatemala, Guatemala. Tel: 3016-683	Fecha: _____ Nombre (Cliente o razón social) _____ Dirección: _____ Teléfono: _____
Hoja de cotización		
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO
		
	TOTAL	

Nota: La presente cotización tiene vigencia de 3 días.

5.5"

9.4.1 Interpretación:

Pieza gráfica que se utilizará para enviar cotizaciones formales a clientes potenciales.

9.5 Propuesta gráfica final de factura:

8.5"

	MOTO SERVICIOS LOS CUATES 8 calle 0-15 zona 1, Guatemala. Tel: 3016-6813 NIT: 2015010-1	FACTURA PEQUEÑO CONTRIBUYENTE SERIE "A" NO.0001		
		<table border="1" style="width: 100%;"><tr><td style="text-align: center;">Fecha</td></tr><tr><td style="text-align: center;"> </td></tr></table>	Fecha	
Fecha				
NOMBRE: _____				
DIRECCIÓN: _____ NIT: _____				
CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT.	VALOR	
				
	Sujeto a Pagos Trimestrales	TOTAL		

Autorizado según resolución No. 2014-11-000000-344 de fecha 20/11/2014. Factura serie "A" del 001 al 250.
Vence el original - Cliente Duplicado - Contabilidad Triplicado - Archivo

5.5"

Litas Express - Tel: 2204-7002 - NIT: 17200184

9.5.1 Interpretación:

Pieza gráfica que consiste en el diseño de las facturas que se utilizará para brindar ese documento a los clientes, posterior a la entrega de su motocicleta y el respectivo pago por el trabajo realizado.

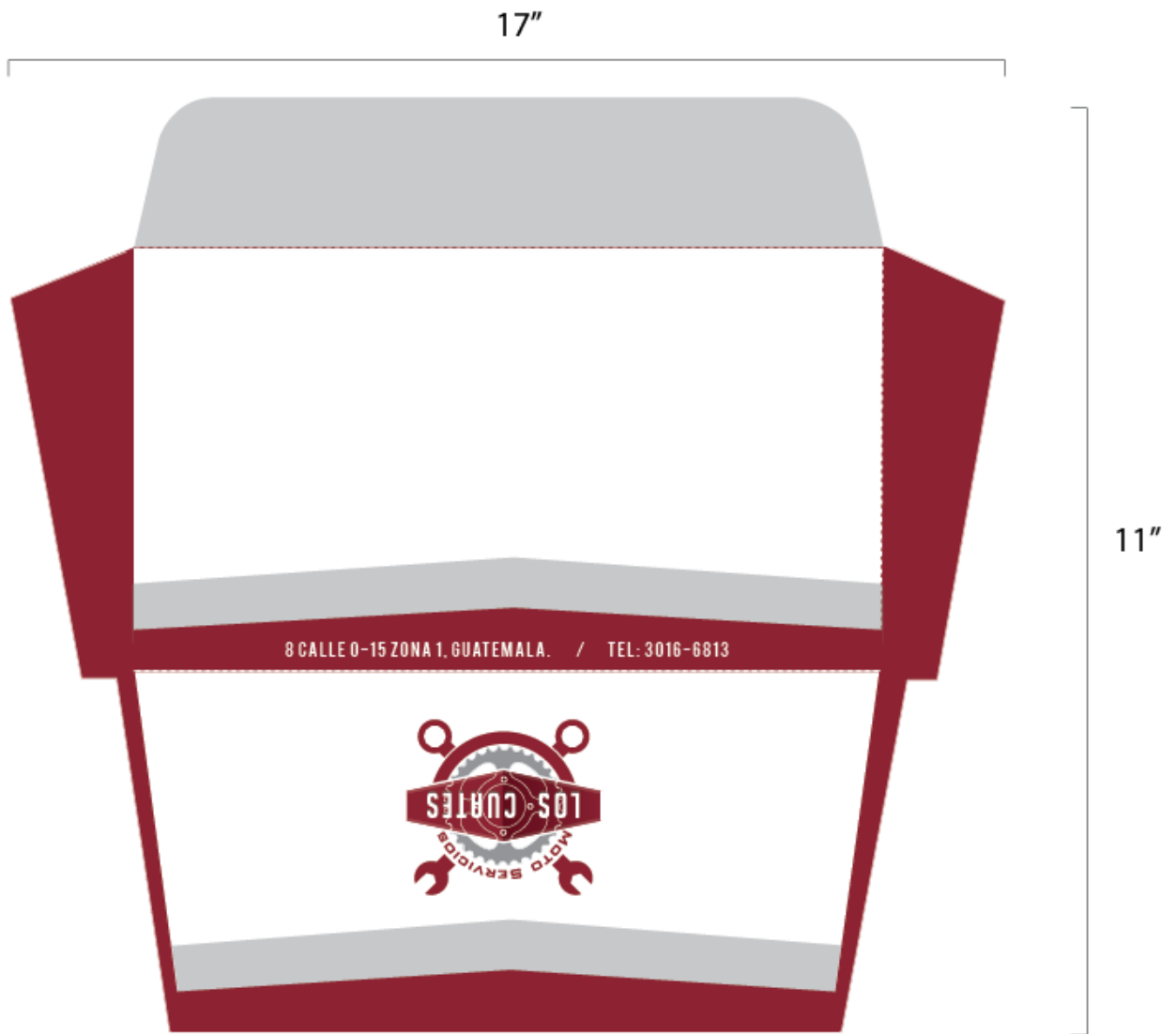
9.6 Propuesta gráfica final de sticker adhesivo:



9.6.1 Interpretación:

Pieza gráfica que será útil para promocionar a la empresa, ya que éstos van pegados en alguna parte visible de las motocicletas.

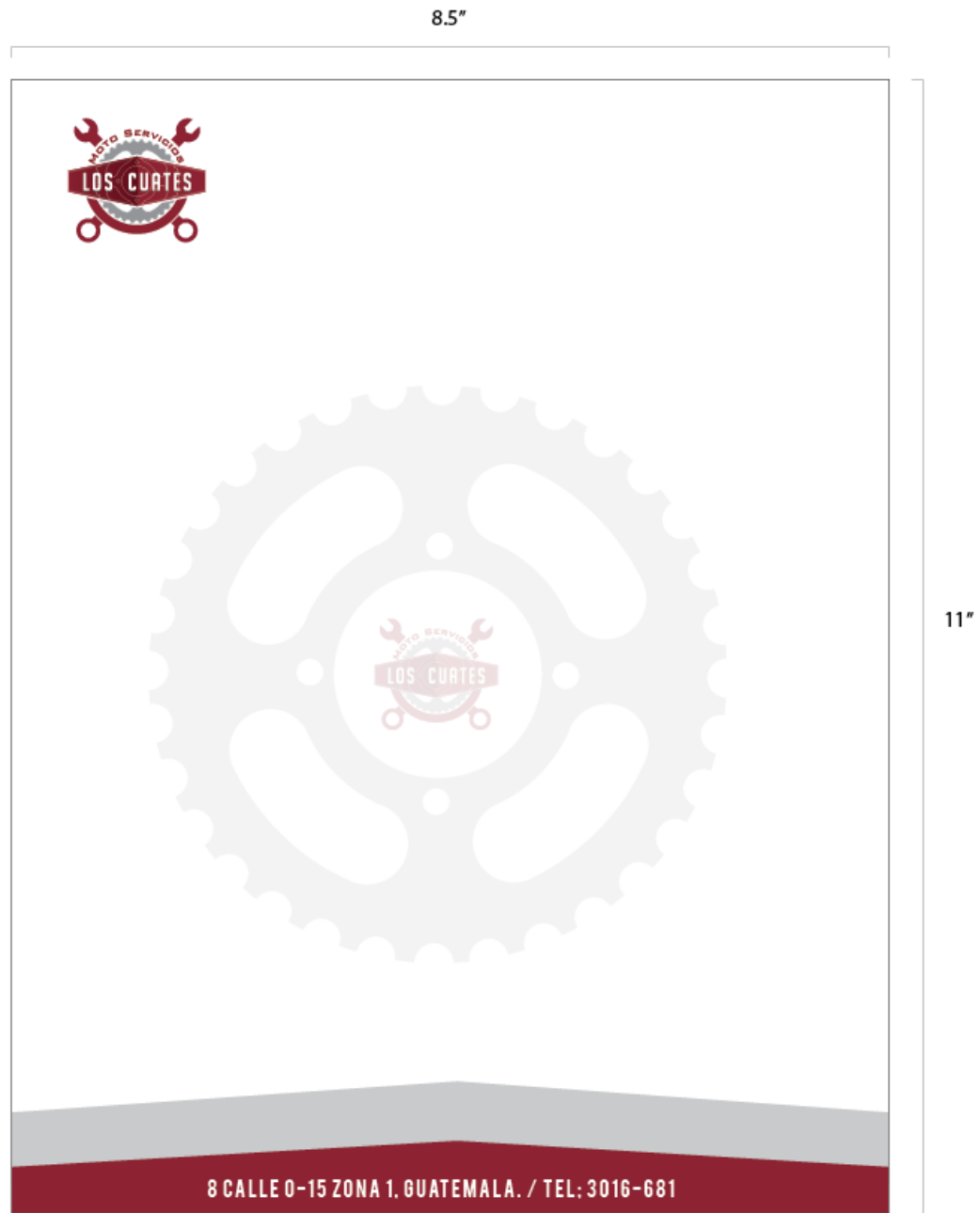
9.7 Propuesta gráfica final de Sobre membretado:



9.7.1 Interpretación:

Pieza gráfica que será utilizada para enviar formalmente información a empresas o potenciales clientes. Por ejemplo: Cotizaciones, alguna carta u otro tipo de información importante.

9.8 Propuesta gráfica final de hoja membretada:



9.8.1 Interpretación:

Pieza gráfica que será utilizada para redactar formalmente cartas o documentos importantes para clientes individuales o corporativos.

9.9 Propuesta gráfica final de Manta Vinílica:

120 cms.



9.9.1 Interpretación:

Pieza gráfica elaborada para promocionar los servicios que ofrece la empresa “Moto servicios Los Cuates”. Se ubicará en la entrada del lugar, ya que la entrada colinda con una calle principal del Centro Histórico y es muy transitada por motocicletas a toda hora.

9.10 Propuesta gráfica final de playera (Uniformes):

Playera



9.10.1 Interpretación:

Pieza gráfica que será utilizada inicialmente como uniforme para promocionar la marca cuando los colaboradores estén en horario laboral y se dirijan a comprar repuesto u otras actividades fuera de la empresa.

Capítulo X.

Producción, reproducción y distribución.

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

Para la implementación de las piezas gráficas elaboradas, fue necesaria la utilización de recursos económicos, técnicos y tecnológicos, que se detallan a continuación:

- Plan de costos de elaboración: Detalla el costo del proceso creativo y elaboración de la propuesta.
- Plan de costos de producción: Detalla el costo del diseño de las artes finales y piezas gráficas elaboradas.
- Plan de costos de reproducción: Mediante cotizaciones solicitadas a tres empresas distintas, se detalla el costo que tendría el reproducir las piezas gráficas elaboradas.

10.1. Plan de costos de elaboración:

Para la elaboración del proceso creativo y propuesta del proyecto, fue necesario recopilar información de la empresa “Moto servicios los cuates”, referente a sus objetivos, sus fortalezas, sus debilidades, su grupo objetivo, su visión a corto, mediano y largo plazo, etc. Adicionalmente, fue necesario recopilar información sobre todo lo relacionado con motocicletas y talleres de motos, esto con el fin de tener al alcance toda la información necesaria y útil para trabajar la propuesta del proyecto.

Para ello se emplearon 8 semanas de trabajo, en las que se ocupaban 2 horas diarias, al trabajar 5 días a la semana. El costo por hora trabajada es de Q. 30.00

Por lo que esta parte del proyecto se desglosa de la siguiente manera:

Semanas trabajadas	8
Horas trabajadas por semana	10
Total de horas	80
Costo de horas trabajadas	Q. 40.00
Honorarios	Q. 3,200.00

10.2. Plan de costos de producción:

Para la elaboración de las artes finales, que consistió en la digitalización de los bocetos y la producción de las piezas gráficas elaboradas, fue necesario ocupar 6 semanas de trabajo, en las que se trabajaba 2 horas diarias, 6 días a la semana. El costo por hora trabajada es de Q. 40.00

Por lo que esta parte del proyecto de desglosa de la siguiente manera:

Semanas trabajadas	6
Horas trabajadas por semana	12
Total de horas	72
Costo de horas trabajadas	Q. 40.00
Honorarios	Q. 2,880.00

10.3. Plan de costos de reproducción:

Para esta etapa fue necesario solicitar cotizaciones a proveedores para contar con la información del costo de reproducción del material elaborado. Detallándose la siguiente información:

Cantidad.	Descripción.	Precio.
150	Tarjetas de presentación	Q. 165.00
1,000	Volantes	Q. 1,125.00
100	Hojas de presupuesto (media carta)	Q. 275.00
150	Stickers (6*5 cms)	Q. 85.00
100	Sobres membretados	Q. 450.00
100	Hojas membretadas (tam. Carta)	Q. 405.00
1	Mana vinílica (50*120 cms)	Q. 55.00
5	Playeras con sublimado o serigrafía	Q. 300.00
	Total	Q. 2,960.00

10.4. Plan de costos de distribución:

El material impreso no tendrá costos de distribución, ya que el mismo será distribuido por el personal de la empresa “Moto servicios los Cuates”.

10.5. Margen de utilidad:

Descripción	Costo	Utilidad 20%	TOTAL
Costos de elaboración.	Q. 3, 200.00	Q 640.00	Q. 3,800.00
Costos de producción.	Q. 2, 880.00	Q 576.00	Q. 3,456.00
Costos de reproducción.	Q. 2, 960.00	Q 592.00	Q. 3,552.00
Costos de distribución.	Q. 0.00	Q -	
Total de utilidad			Q. 10,808.00

10.6. Cuadro con resumen general de costos:

Descripción	Costo	I.V.A.	TOTAL
Costos de elaboración	Q. 3,800.00	Q. 456.00	Q. 4,256.00
Costos de producción	Q. 3,456.00	Q. 414.72	Q. 3,870.72
Costos de reproducción	Q. 3,552.00	Q. 426.24	Q. 3, 978.24
Costos de distribución	Q. 0.00	Q. 0.00	Q. 0.00
Costo total del proyecto			Q. 12,104.96

Capítulo XI.

Conclusiones y recomendaciones.

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.

11.1 Conclusiones:

- Se diseñó isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa “Moto servicios Los Cuates”.
- Se investigó información y tendencias sobre diseño publicitario para fundamentar el contenido y el resultado del diseño de las piezas gráficas elaboradas.
- Se recopiló información relacionada al mantenimiento y reparación de motocicletas, que fue útil para la elaboración del proyecto.
- Se seleccionaron los elementos básicos del isologo, para verificar la imagen visual de las piezas gráficas para la empresa “Moto Servicios lo cuates”.
- Se diagramó correctamente los espacios utilizados al momento de diseñar las piezas gráficas, para que éstas fueran visiblemente agradables.

11.2 Recomendaciones:

- Habilitar y manejar una cuenta de correo electrónico para mantener comunicación con sus clientes.
- Crear presencia en redes sociales como medio efectivo y económico de promoción (Principalmente el facebook) y creación de canal de Youtube con pequeños tutoriales sobre reparaciones básicas de motocicletas, con el objetivo de posicionarse.
- Manejar una base de datos de clientes nuevos y antiguos, y crear promociones para cada segmento de clientes, como medio de retención y con esto crear fidelidad hacia la marca.
- Al momento de la distribución inicial de la publicidad, generar alguna promoción para motivar la visita de nuevos clientes. (rifar servicios básicos gratis)
- Que el personal se mantenga en constante aprendizaje e investigación de nuevos procesos para innovar y que el cliente permanezca en base a esta práctica.

Capítulo XII.

Conocimiento general.

Capítulo XII: Conocimiento general.

La elaboración del isologo y piezas gráficas para dar a conocer los servicios de la empresa “Moto servicio los Cuates” es una realidad, gracias a los conocimientos adquiridos durante 4 años de esfuerzo y dedicación, que son necesarios para culminar la formación académica con grado de licenciatura en comunicación y diseño.

La carrera de comunicación y diseño en Universidad Galileo, se compone de seis distintas áreas de formación, que son:

- Comunicación.
- Diseño.
- Visualización.
- Cultura.
- Medios tecnológicos.
- Formación profesional.

Todas estas en conjunto, cumplen la función de crear profesionales en el área de comunicación y diseño, es por ello que en esta etapa del proyecto se detalla cómo los diferentes cursos que componen cada una de estas fueron fundamentales para la elaboración de este proyecto.

Comunicación y diseño: Estas dos áreas en conjunto son fundamentales, ya que la comunicación se utilizó como la base del proyecto en su totalidad, debido a que el objetivo principal de las piezas gráficas es comunicar un mensaje a través del diseño. Los diseñadores gráficos comunicamos visualmente.

Visualización: Esta área de la formación es completamente ligada a la “creatividad”, sus cursos de preparación son más prácticos que teóricos y fueron fundamentales para el proceso bocetaje y propuesta del diseño.

Cultura: Esta área fue fundamental para la elaboración de este proyecto, ya que cursos como: historia del arte y el diseño, técnicas de redacción y técnicas de investigación; fueron claves para los inicios del proyecto, ya que el dentro del proceso se realizó en gran parte trabajo investigativo.

Medios tecnológicos: La tecnología es un área clave para la elaboración del proyecto, debido a que fue necesario el uso de los distintos softwares utilizados en diseño gráfico, tales como: Ilustrador, photoshop, Indesign, internet, etc.

Formación profesional: En esta área de formación fue necesario aplicar los conocimientos adquiridos de cursos como: Psicología del consumidor, planeación estratégica aplicada, administración de la calidad total, investigación de mercados, entre otros. Ya que esta información fue necesaria para la planeación, estructuración y correcto manejo del grupo objetivo para el cual se estaba trabajando.

12.2 Demostración de conocimiento:

<p>Comunicación</p> 	<p>Comunicación I a IV. Comunicación corporativa. Comunicación intercultural. Comunicación social.</p>
<p>Diseño</p> 	<p>Diseño gráfico. Diseño publicitario. Bocetaje profesional.</p>
<p>Visualización</p> 	<p>Visualización gráfica de I a IV. Pre prensa y producción. Creatividad.</p>
<p>Cultura</p> 	<p>Historia del diseño gráfico. Técnicas de redacción. Técnicas de investigación.</p>
<p>Medios tecnológicos</p> 	<p>Softwares del I al VII.</p>
<p>Formación profesional</p> 	<p>Psicología del consumidor. Administración de la calidad total. Investigación de mercados.</p>

Capítulo XIII.

Referencias.

Capítulo XIII: Referencias.

13.1 Libros consultados:

- Crouse, W. H. (1992). Mecánica de la Motocicleta. Barcelona: Marcombo Boixareu Editores.
- Eva, H. (2004). Psicología del color. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL. Barcelona 2004.
- Gardey., J. P. (2010). Definicion.de. Obtenido de <http://definicion.de/taller/>
- Salazar, B. L. (09 de marzo de 2014). Slideshare. Obtenido de Slideshare: <http://es.slideshare.net/bluciasalazar/las-piezas-grficas-en-publicidad>
- Salinas, R. (1994). La armonía en el color. composición y armado de originales.

13.2 Referencias electrónicas:

- <http://definicion.mx/diagnostico/>
- <http://definicion.mx/mantenimiento/>
- <http://www.definicionabc.com/general/reparacion.php>
- <http://definicion.mx/modificacion/>
- <http://www.significados.com/adaptacion/>
- <https://galiciavras.wordpress.com/mundo-custom/motocicleta-definicion-e-historia/>
- <http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>
- <http://conceptodefinicion.de/comunicacion-escrita/>
- http://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_visual
- <http://www.monografias.com/trabajos5/comcor/comcor.shtml>
- <https://ani.gov.co/glosario/comunicacion-informativa>
- Autores: Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2009. Actualizado: 2013.
Definicion.de: Definición de emisor (<http://definicion.de/emisor/>)
- <http://deconceptos.com/general/informacion>
- <http://www.definicionabc.com/comunicacion/disenio-grafico-2.php>
- <http://www.significados.com/imagen/>
- <http://arte.about.com/od/Diccionario-De-Arte/ss/Que-es-color.htm>
- <http://deconceptos.com/general/forma>
- <http://mercadologosenlinea1.blogspot.com/2011/05/definicion-de-psicologia-de-la-imagen.html>

Capítulo XIV.

Anexos.

Capítulo XIV: Anexos.

14.1 Anexo “A”. Definición de tema.

Anexo “A” Definición del tema

¿QUÉ?	¿A TRAVÉS DE QUE?	¿PARA QUÉ?	¿PARA QUIÉN?
Diseño	Isologo y piezas Gráficas	Para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa	Moto Servicios Los Cuates.

Redacción de tema:

Diseño de isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa “Moto Servicios Los Cuates”.

14.2 Anexo “B”: Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño.

Anexo “B” Tabla de requerimientos

No se cuenta con	La empresa <i>“Moto Servicios LOS CUATES”</i> no cuenta con identidad corporativa que le permita proyectarse y posicionarse de manera productiva y competitiva en el mercado nacional.
No existe	En la empresa <i>“Moto Servicios Los Cuates”</i> No existe presencia comercial de la marca, debido a que no cuenta con las piezas gráficas y publicidad adecuada que le permita proyectarse de manera eficaz en el mercado nacional.
No se tiene	Publicidad adecuada
Se carece de	Un plan estratégico de posicionamiento de marca.
No hay	Amplia cartera de clientes.
Hace falta	Mejorar la imagen de la ubicación física de la empresa.

14.3 Anexo “C”: Taller de Desarrollo de Objetivo.

Anexo “C” Objetivos

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General		Diseñar isologo y piezas gráficas	De la necesidad de imagen visual de la empresa	Dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa.	Moto Servicios Los Cuates.
Específico		Investigar			
Específico		Recopilar			
Específico		Diagramar			
Específico		Fotografiar (según el caso)			

14.4 Anexo "D": Brief.

Anexo "D" Brief



BRIEF

Moto Servicios Los Cuates

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	<u>Angel Fernando CArdona Cuevas</u>		
No. de Carné:	<u>20072407</u>	Celular:	<u>5000-3201</u>
Email:	<u>af_cuevas@hotmail.com</u>		
Proyecto:	<u>Diseño de isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa "Moto servicios los cuates".</u>		

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	<u>Moto Servicios Los Cuates</u>		
Dirección:	<u>8va. calle 0-15 zona 1, Guatemala, Guatemala.</u>		
Email:	_____	Tel:	<u>3016-6813</u>
Contacto:	<u>Directamente en el lugar.</u>	Celular:	_____
Antecedentes:	<u>La empresa nace directamente como un Hobby de su dueño y fundador, quien hace 15 años motivado por la curiosidad de aprender acerca de mecánica de motos, mas la necesidad de obtener ingresos extras y aunado a una mala experiencia personal como cliente en un taller de motos, decide experimentar con su propia motocicleta armando y desarmando de manera continua la misma, apoyándose por conocimientos y asesoría de personas con experiencia en la mecánica de motos.</u>		
Oportunidad identificada:	<u>La ubicación de la empresa, ya que está ubicada en una calle principal muy transitada del centro histórico, que tiene salida a una de las arterias de la ciudad; como lo es el anillo periférico.</u>		

Brief Moto Servicios Los Cuates

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Prestar un servicio de calidad que cubra las necesidades de cada cliente, ofreciendo como base un buen trato y un trabajo honesto y de calidad.

Visión: Darnos a conocer como una empresa sólida y confiable para posicionarnos como la empresa líder en reparación y mantenimiento de motocicletas a nivel departamental.

Delimitación geográfica: Ciudad de Guatemala y sus municipios.

Grupo objetivo: Toda persona o empresa que utilice motocicletas.

Principal beneficio al grupo objetivo: Servicio de calidad a precio justo.

Competencia: Talleres: Masesa, Indi Motors, Súper centro Mayen y talleres Honda.

Posicionamiento: Que la gente decida obtener los servicios.

Factores de diferenciación: Honestidad ,garantía en el trabajo,

Objetivo de mercadeo: Incrementar clientela mediante un servicio eficiente que permita que el cliente sea fiel a la marca.

Objetivo de comunicación: Que por medio de un servicio eficaz se garantiza la satisfacción y permanencia de sus clientes.

Mensajes claves a comunicar: Responsabilidad, lealtad, servicio de calidad, honestidad y confianza.

Estrategia de comunicación: Trato personalizado por parte del personal de la empresa y realización del trabajo a la vista del cliente.

Reto del diseño y trascendencia: Crear posicionamiento e impacto en los clientes, a través de el diseño y creación de piezas gráficas específicas.

BRIEF

Materiales a realizar: Logotipo, Valla informativa para la entrada del negocio, Tarjeta de presentación, volantes, Presencia en redes sociales, diseño de facturas, hoja de recepción de motocicletas.
Presupuesto: _____

DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: _____

Tipografía: _____

Forma: _____

No cuenta con logotipo

LOGOTIPO

No cuenta con logotipo

Fecha: _____

14.5 Anexo “E”: Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex.

Anexo “E” Tabla de niveles socio económicos Multivex 2009

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q1.4 mil
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
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	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		
EDUCACIÓN GRUPO	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 estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-	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, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
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.	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS 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	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

14.6 Anexo “F”: Encuesta perfiles psicográfico y conductual.

Anexo “F” Encuestas perfiles Psicográfico y Conductual

ENCUESTA PERFILES

Estimado cliente:

Reciba un cordial saludo de parte de su taller “Moto Servicios los Cuates”

El presente documento servirá para la obtención de datos del proyecto de graduación “Diseño de isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa Moto Servicios “Los cuates” De ante mano agradezco su valioso tiempo para llenar esta encuesta.

Instrucciones

Por favor responda las preguntas en los espacios en blanco y subraye la respuesta de su elección en las preguntas de selección múltiple.

Edad: _____ Género: F ___ M ___

1. ¿Cuáles son sus hábitos más comunes?

2. ¿Qué actividades realiza en su tiempo libre?

3. ¿Cuáles son sus pasatiempos?

4. ¿Qué costumbres suele tener?

5. ¿Qué valores considera que deben predominar en un taller de motos?

Puntualidad

Responsabilidad

Honestidad

Confianza

Paciencia

6. ¿Con qué tipo de personalidad se identifica más?

SANGUÍNEO: alegre, optimista, rápido, sociable y comunicativo

COLÉRICO: fácilmente violento y agresivo; seguro de sí mismo, controlador

FLEMÁTICO: apegado a la vida cómoda, regalada y sin cambios

MELANCOLICO: tímidos, poco activo, poco sociable

7. ¿Cada cuánto le realiza mantenimiento o servicio a su motocicleta?

Cada mes

Cada dos meses

Cada seis meses

Cuando lo necesita

8. ¿Qué beneficio espera del servicio que le brinda un taller de motos?

Buena atención

Innovación

Precios accesibles

Todas las anteriores

9. ¿Le es útil a usted como piloto de motocicleta los servicios de un taller de motos?

Sí

No

14.7 Anexo “G”: Fotografías de encuestados.

Anexo “G” Fotografías de encuestados.

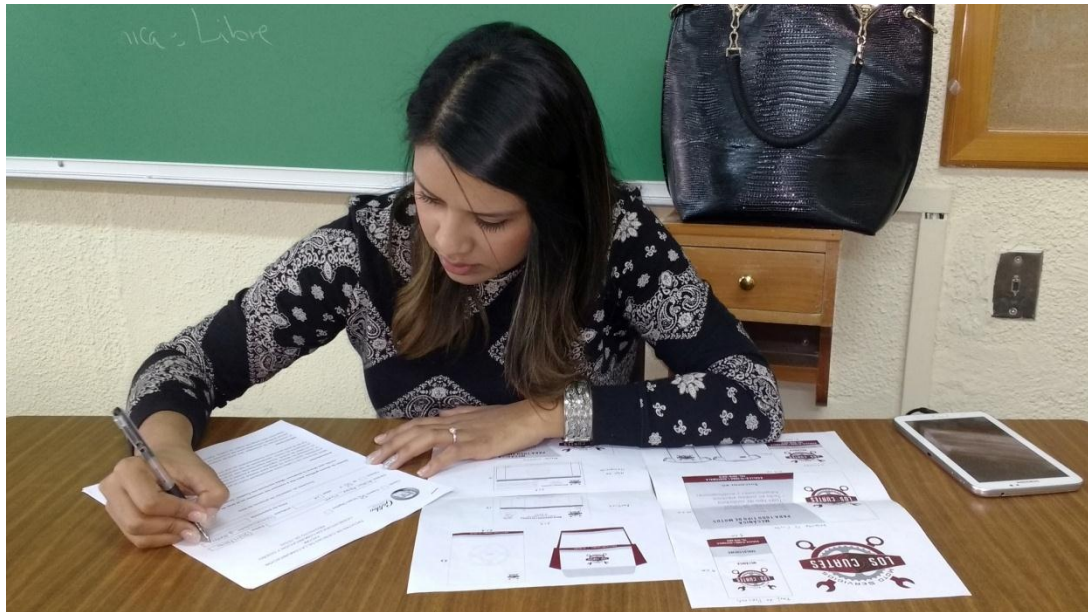
14.7.1 Expertos:



Licenciado Walter Canizales. Experto en dibujo técnico y producción audiovisual.



Licenciada Maña Jimena Nitsch. Experta en diseño gráfico.



Licenciada Andrea Aguilar Flores. Experta en comunicación y diseño.



Licenciada Karla Yolanda López de Ayala. Experta en comunicación y diseño.



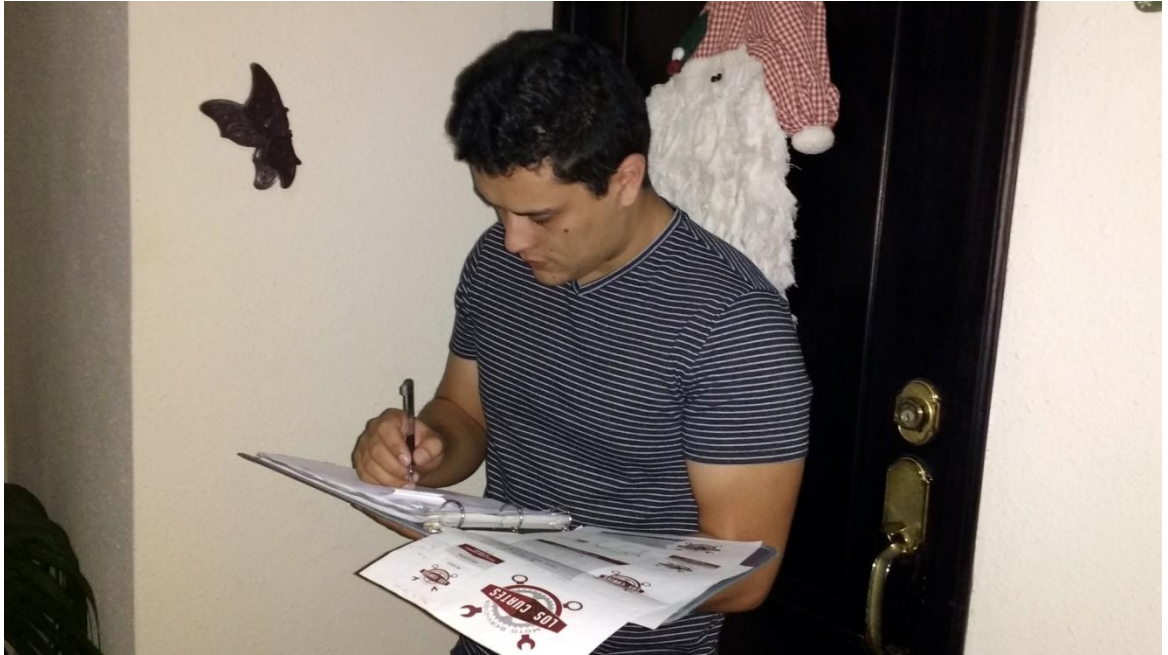
Licenciada Claudia Arriaga. Experta en diseño gráfico.



Licenciada Sandra Patricia Gamboa. Experta en diseño gráfico.

14.7.2 Grupo objetivo:





14.9 Anexo "H": Cotizaciones.

14.9.1 Helio-Sep.



FECHA: martes, 06 de diciembre de 2016

COTIZACION: 0066RJ

EMPRESA:

AUTORIZADO:

ATENCIÓN: Angel Cardona

VENDEDOR: RAUL JURADO

TELÉFONO: 5000-3201

TELÉFONO: 4725-4777

CORREO: af_cuevas@hotmail.com

CORREO: ventas1@heliosep.com

DIRECCIÓN:

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNITARIO (Q.)	TOTAL (Q.)
MANTA VINILICA 3M, IMPRESIÓN DE ALTA RESOLUCION CON TINTA ECOSOLVENTE A 4 PASADAS	1	Q 150.00	Q 150.00
TARJETAS DE PRESENTACION IMPRESIÓN LASER FULL COLOR SOLO TIRO, EN PAPEL OPALINA	150	Q 0.75	Q 112.50
HOJAS VOLANTE MEDIA CARTA ENPAPEL COUSHE, IMPRESIÓN LASER FULL COLOR SOLO TIRO	1,000	Q 1.49	Q 1,490.00
HOJAS VOLANTE MEDIA CARTA ENPAPEL COUSHE, IMPRESIÓN BLANCO Y NEGRO SOLO TIRO	1,000	Q 0.50	Q 500.00
STICKERS EN PAPEL ADHESIVO BLANCO MATE O BRILLANTE MEDIDAS DE 5*6 CENTIMETROS	150	Q 0.73	Q 110.00
HOJAS MEMBRETADAS FULL COLOR, TAMAÑO CARTA	100	Q 1.49	Q 149.00
	100	Q -	Q -
Nota: solo se reciben trabajos con artes ya realizados y finales en JPG o PDF.		Q -	Q -
SUBTOTAL			Q 2,511.50
FORMA DE PAGO: 50% de Anticipo y 50% de contraentrega		0%	Q -
EMITIR CHEQUE A NOMBRE DE: COMUNIKT PLOT, S.A. NIT: 3455017-8		PRECIO TOTAL	Q 2,511.50

LOS PRECIOS SON EN QUETZALES Y YA INCLUYEN IVA

1.- Si una orden fuera suspendida por el cliente, se cobrara el trabajo realizado hasta el momento.

2.- HELIO-SEP garantiza el servicio, la calidad, y los materiales utilizados en sus trabajos.

3.- HELIO-SEP no se responsabiliza por errores o defectos en los artes proporcionados por el cliente.

TIEMPO DE ENTREGA: 24 HORAS A PARTIR DE LA APROBACIÓN DEL CLIENTE

14.9.2 Last Minute.

COTIZACIÓN NO.	SCB 112568
FECHA	5/12/2016
COTIZACIÓN VÁLIDA POR	7 días
TIEMPO DE ENTREGA	2 a 3 días
FORMA DE PAGO	efectivo, cheque, tarjeta
PREPARADA POR	Sofia Samayoa



CONTÁCTENOS, S.A.
NIT. 4436888-7

CLIENTE Angel Cardona

TELÉFONO 5000-3201

E-MAIL af_cuevas@hotmail.com

CELULAR

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
150	tarjetas de presentación.		Q165.00
1000	volantes (media carta)		Q1,125.00
100	hojas de presupuesto (media carta)		Q275.00
150	stickers (5*6 cms)		Q85.00
100	sobres membretados		Q450.00
100	hojas membretadas (tamaño carta)		Q405.00
1	manta vinílica (50*120cms)		Q55.00

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% • Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega

Una vez firmada la cotización, esta puede ser tomada como orden de compra y el cliente acepta los diseños como artes finales.

NOTA

Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión.

Firma de Aceptado

5/12/2016

Fecha

☎ 2473-8095 // 4740-6809

✉ cotizaciones@lastminute.net.gt

www.lastminute.net.gt



14.9.3 Uniformes empresariales.



Guatemala, 28 de noviembre del 2016

No. 5022

10 av. 15-63 zona 10. Ciudad de Guatemala, Guatemala. Tel(s) 52022116-32860699

COTIZACION

SEÑOR DESCUENTO

Con Att. Angel Cardona

!!!OPTIMICE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y CORPORATIVA DE SU EMPRESA!!!!

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UN	TOTAL
	CAMISAS TIPO COLUMBIA		
	En tela Dry Fit Columbia		
	Bajo talla o Bajo medida		
10	En color a escoger, tela de alta durabilidad y frescura Bolsas, Mesh, y abertura atrás Manga larga con opción a hacerse corta con botón/pita en la misma. Incluye 1 bordado	Q.125.00	Q1,250.00
	Playeras		
10	En tela Oxford Atlantic		
	Tela blanca Incluye 1 bordado Tela de excelente calidad y durabilidad. Incluye garantía.	Q.60.00	Q600.00
1	Digitalizado (1 sola vez)		
CHEQUE: HUGO LIONEL GARCIA 50%			
		TOTAL	Q1,850.00

*Cotización tiene un validez de 7 días hábiles
Precios ya incluyen IVA.