



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de guías digitales para que los clientes reales y potenciales visualicen la vestimenta y accesorios necesarios durante las sesiones que realiza el estudio Erizo Fotografía.

Guatemala, Guatemala 2017.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Keila Britani Rivera Frey

13001448

Para optar al título:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 15 de marzo del 2017

Diseño de guías digitales para que los clientes reales y potenciales visualicen la vestimenta y accesorios necesarios durante las sesiones que realiza el estudio Erizo Fotografía.

ELABORADO POR:

Keila Britani Rivera Frey

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, 15 de marzo del 2017

Autoridades Universidad Galileo

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Vicerrectora General

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

Secretario General

Ms.C Jorge Retolaza.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ms.C. Rualdo Anzueto.

Guatemala 28 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 GUÍAS DIGITALES PARA QUE LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES VISUALICEN LA VESTIMENTA Y ACCESORIOS NECESARIOS DURANTE LAS SESIONES QUE REALIZA EL ESTUDIO ERIZO FOTOGRAFÍA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2017. Así mismo solicito que la Licda. Claudia Ruíz Marchena sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Keila Britani Rivera Frey
13001448


Licda. Claudia Ruiz Marchena
Asesora



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 04 de mayo de 2016

Señorita:
Keila Britani Rivera Frey
Presente

Estimada Señorita Rivera:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE GUÍAS DIGITALES PARA QUE LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES VISUALICEN LA VESTIMENTA Y ACCESORIOS NECESARIOS DURANTE LAS SESIONES QUE REALIZA EL ESTUDIO ERIZO FOTOGRAFÍA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2017.** Así mismo, se aprueba a la Licda. Claudia Ruiz Marchena, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 13 de marzo de 2017

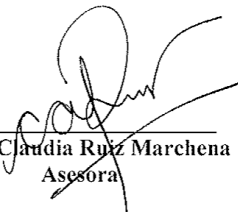
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍAS DIGITALES PARA QUE LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES VISUALICEN LA VESTIMENTA Y ACCESORIOS NECESARIOS DURANTE LAS SESIONES QUE REALIZA EL ESTUDIO ERIZO FOTOGRAFÍA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2017.** Presentado por la estudiante: Keila Britani Rivera Frey, con número de carné: 13001448, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Licda. Claudia Ruiz Marchena
Asesora



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 31 de marzo de 2017

Señorita
Keila Britani Rivera Frey
Presente

Estimada Señorita Rivera:

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, 31 de mayo de 2017.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

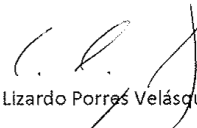
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: *DISEÑO DE GUÍAS DIGITALES PARA QUE LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES VISUALICEN LA VESTIMENTA Y ACCESORIOS NECESARIOS DURANTE LAS SESIONES QUE REALIZA EL ESTUDIO ERIZO FOTOGRAFÍA. GUATEMALA, GUATEMALA 2017*, de la estudiante Keila Britani Rivera Frey, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porras Velásquez.

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 01 de junio de 2017

Señorita:
Keila Briani Rivera Frey
Presente

Estimada Señorita Rivera:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍAS DIGITALES PARA QUE LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES VISUALICEN LA VESTIMENTA Y ACCESORIOS NECESARIOS DURANTE LAS SESIONES QUE REALIZA EL ESTUDIO ERIZO FOTOGRAFÍA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2017.** Presentado por la estudiante: Keila Britani Rivera Frey, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Resumen

El estudio de fotografía Erizo no cuenta con un diseño de guías digitales para que los clientes reales y potenciales visualicen la vestimenta y accesorios necesarios para las distintas sesiones que realiza el estudio. Por lo cual se planteó el siguiente objetivo general:

Diseñar guías digitales para visualizar la vestimenta, accesorios y posturas necesarias durante las sesiones fotográficas que realiza el estudio Erizo Fotografía.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por personas entre 25 y 40 años de edad, con educación universitaria, de nivel socioeconómico alto AB, medio-alto C1 y medio-bajo C2. Estas personas tienden a ser mujeres recién casadas y nuevas madres. Igualmente se validó con cinco expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue del diseño de cuatro guías digitales de distintos temas, compuestas por ilustraciones e información necesaria para una comunicación completa, clara y eficaz entre el estudio de fotografía y sus clientes.

Se recomendó que la empresa siempre asegure las guías como propiedad de Erizo cuando sean publicadas a los medios digitales y, al momento de implementar cambios, se mantenga su originalidad, función y eficacia.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

Índice

Capítulo I:	pg. 1
1.1 Introducción.	
Capítulo II: Problemática.	pg. 2
2.1 Contexto.	
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.	
2.3 Justificación.	
2.3.1 Magnitud.	
2.3.2 Vulnerabilidad.	
2.3.3 Trascendencia.	
2.3.4 Factibilidad.	
2.3.4.1 Recursos Humanos.	
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.	
2.3.4.3 Recursos Económicos.	
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.	
Capítulo III: Objetivos de diseño.	pg. 6
3.1. Objetivo general.	
3.2. Objetivos específicos.	
Capítulo IV: Marco de referencia.	pg. 7
4.1 Información general del cliente.	
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.	pg. 11
5.1 Perfil geográfico.	
5.2 Perfil demográfico.	

5.3 Perfil Psicográfico.

5.4 Perfil conductual.

Capítulo VI: Marco teórico. pg. 14

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.

6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar. pg. 22

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.

7.2 Conceptualización.

7.2.1 Método.

7.2.2 Definición del concepto.

7.3 Bocetaje.

7.4 Propuesta preliminar.

Capítulo VIII: Validación técnica. pg. 40

8.1 Población y muestreo.

8.2 Método e Instrumentos.

8.3 Resultados e Interpretación de resultados.

8.4 Cambios en base a los resultados.

Capítulo IX: Propuesta gráfica final. pg. 60

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución. pg. 66

10.1 Plan de costos de elaboración.

10.2 Plan de costos de producción.

10.3 Plan de costos de reproducción.

10.4 Plan de costos de distribución.

10.5 Cuadro resumen.

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones. pg. 69

11.1 Conclusiones.

11.2 Recomendaciones.

Capítulo XII: Conocimiento general. pg. 71

Capítulo XIII: Referencias. pg. 72

Capítulo XIV: Anexos. pg. 76

Capítulo I- Introducción

1.1 Introducción

Erizo Fotografía es un estudio fotográfico que ha estado operando con bastante éxito desde su apertura, y desde entonces han encontrado dificultad en la comunicación con sus numerosos clientes sobre sus sesiones. Esta falta de comunicación se ha convertido en un intercambio constante de información desorganizada y confusa al cliente que aún, al llegar al día de su sesión, llegan con más dudas. Para solucionar este problema de comunicación es necesario disponer de guías digitales que contengan toda la información necesaria ya que actualmente no cuentan con tales diseños. Estas guías deben abarcar información organizada sobre la vestimenta y accesorios recomendadas para las sesiones fotográficas que ofrece Erizo y ser publicadas digitalmente para facilitar el intercambio de información.

Para lograr este proyecto, es necesario una investigación extensa de cada tema y una observación de las necesidades que tiene la empresa acerca de las guías para implementar la investigación y cumplir con todas las necesidades para obtener un proyecto con alta funcionalidad. Es necesario que la diagramación de las guías se haga con simplicidad y con uso de ilustraciones para concluir con un trabajo eficiente.

Capítulo II- Problemática

Erizo Fotografía es un estudio de fotografía que provee un servicio de toma y edición de fotografías profesionales. Actualmente se ve en la tarea de explicar a todos los clientes que cotizan una sesión fotográfica por correo o por teléfono sobre la sesión, tipo de ropa y accesorios que se les recomienda utilizar, ya que los clientes no tienen este conocimiento, lo que conlleva que el estudio pierda tiempo con llamadas de distintos clientes con sus dudas.

2.1 Contexto:

Desde su apertura, Erizo Fotografía ha adquirido varios clientes y conforme pasó el tiempo se vio la necesidad de proveer algún tipo de diseño digital que pudiera asistir con comunicación de la información para las distintas sesiones fotográficas que ofrecen, que también podía ofrecer recomendaciones para cada sesión.

Anteriormente, Erizo mandaba correos individuales a cada cliente para sugerir vestimenta y accesorios dependiendo de la sesión de fotografía que se realizaba. Nunca ha existido un correo estándar para las distintas sesiones, siempre se ha tenido que comunicar una y otra vez a cada cliente, ya sea por medio de llamadas, mensajes o correos para responder las dudas que tengan los clientes y hacer sugerencias. En varias ocasiones a los clientes no les ha gustado la sugerencia por la que deciden hacer las cosas a su manera y a veces sus ideas no ayudan a la fotógrafa a tomar fotografías profesionales.

Se sugiere el diseño de guías digitales para proveer información al cliente acerca de su sesión fotográfica específica. La información a proveer es para sugerir y guiar al cliente acerca de la vestimenta adecuada y accesorios que se podrían utilizar dentro del marco de fotografía.

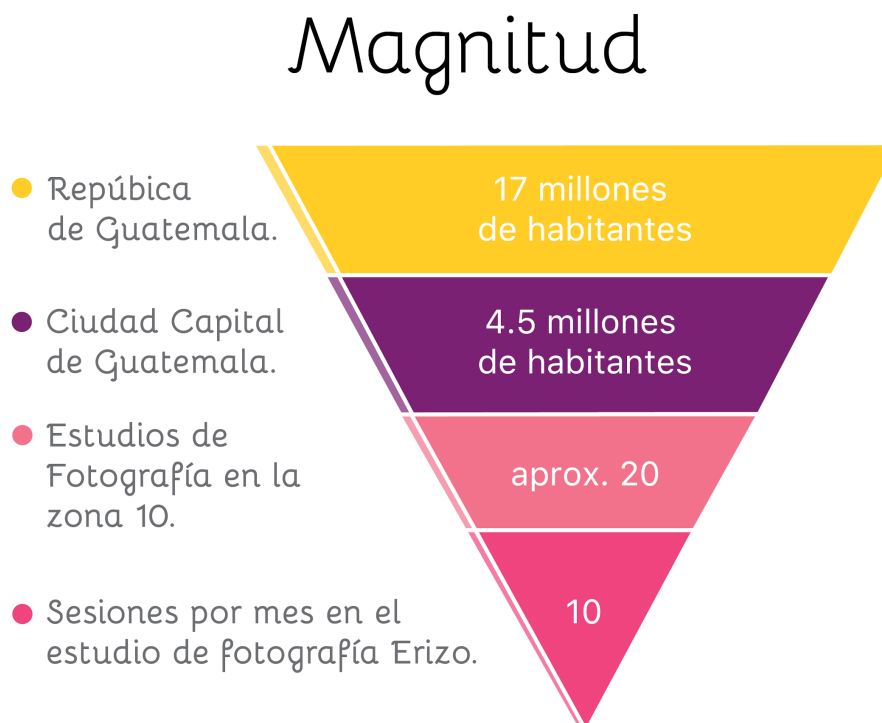
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño:

El estudio de fotografía Erizo no cuenta con un diseño de guías digitales para visualizar la vestimenta, accesorios y posturas necesarias para las distintas sesiones fotográficas que realiza el estudio.

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: magnitud, vulnerabilidad, trascendencia y factibilidad.

2.3.1 Magnitud:



2.3.2 Vulnerabilidad:

Al no tener diseño de guías digitales, el estudio de Erizo Fotografía ha tenido que desarrollar individualmente a cada cliente la misma información una y otra vez con la intención de resolver dudas, por lo que se pierde tiempo atendiendo a cada uno individualmente y se pretende realizarlo de forma estándar.

2.3.3 Trascendencia:

Con el diseño de este proyecto, se reducirán las dudas que tendrán los clientes y reducirá el tiempo que se pierde comunicando respuestas y sugerencias. Estos diseños de guías digitales estarán proporcionando información a los clientes que típicamente no conocen, información que les permita entender el propósito del uso de distintas combinaciones de colores y accesorios; también incluirá el uso adecuado de cada uno de los anteriores.

2.3.4 Factibilidad:

El desarrollo del diseño de guías para Erizo Fotografía es factible porque cuenta con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos Humanos:

La organización cuenta con el factor humano adecuado, que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo, funcionamiento de los demás recursos, lo que da la posibilidad de desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales:

La ejecutiva de la organización, Ximena García, autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos:

La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:

La organización cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III- Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo General:

Diseñar guías digitales para que los clientes reales y potenciales visualicen la vestimenta y accesorios necesarias durante las sesiones fotográficas que realiza el estudio Erizo Fotografía.

3.2 Objetivos Específicos:

- Investigar información relacionada con las guías digitales para obtener de manera adecuada la integración a este proyecto.
- Recopilar información acerca de la empresa para conocer las necesidades del cliente y la información sobre vestimenta y accesorios que requiere una sesión fotográfica.
- Diagramar la información de cada guía digital para que sea entendida por el cliente y permita realizar una sesión fotográfica de calidad.

Capítulo IV- Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente:

4.1.1 BRIEF

Proyecto: Guías digitales de sesiones fotográficas para sugerir vestimenta y accesorios para cada sesión fotográfica.

DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa): Erizo Fotografía

Dirección: 15 ave. A 14-09, zona 10 Oakland II

Email: www.erizofoto.com

Tel: 2221-9163

Contacto: Ximena García

Celular: 5897- 0897

Antecedentes: Somos más que un estudio de fotografía profesional. En Erizo Fotografía encontrarás todos lo que necesites para capturar estos momentos de la vida que pasan tan rápido, es por esto que queremos capturarlos por siempre. Brindamos un servicio personalizado y de calidad para capturar los mejores momentos de la vida.

Oportunidad identificada: El estudio Erizo fotografía carece de una ayuda visual para sus clientes, conforme a las sesiones que hayan cotizado.

Misión: Capturar las etapas más importantes de la vida por medio de experiencias y momentos que dan como resultado una hermosa fotografía, un legado de por vida.

Visión: Satisfacer a nuestros clientes y ser parte de su vida y crecimiento, por medio de la calidad y profesionalismo con la ayuda de nuestra experiencia, capacidad y responsabilidad del equipo de trabajo.

Delimitación geográfica: Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Grupo Objetivo: Mujeres de clase media-alta que desean capturar y conservar un momento o etapa especial.

Principal beneficio al grupo objetivo: No olvidar nunca un evento ni el momento especial.

Competencia: Kodak y cualquier otro estudio de fotografía en Guatemala.

Posicionamiento: No solo se ofrecen sesiones de fotografías en un estudio de interior, sino también en exteriores y en eventos.

Factores de diferenciación: Manejo eficiente de los medio de comunicación, ofertas y descuentos por temporadas y para clientes frecuentes y edición profesional de las fotografías para mejorar calidad y corregir cualquier desperfecto.

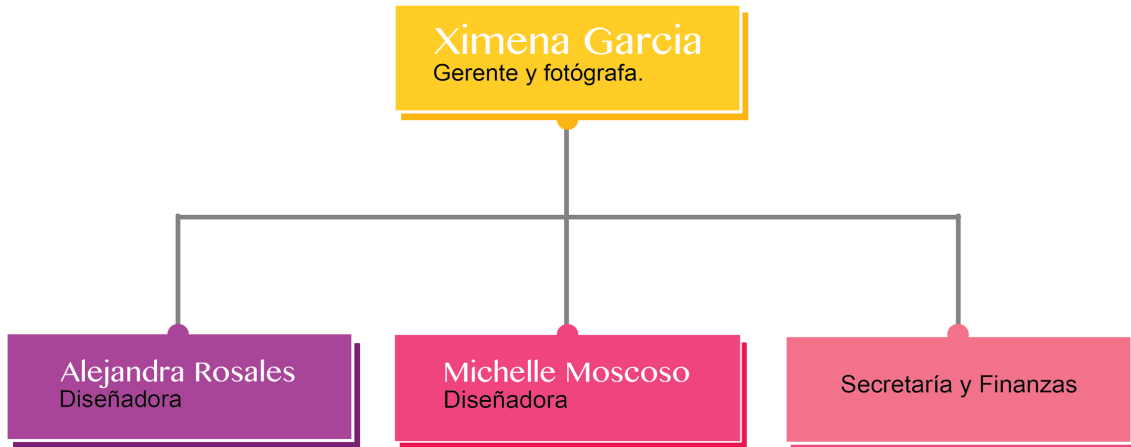
Objetivo de mercadeo: Transferir a un local más amplio y versátil para el crecimiento de la empresa y el aumento de clientes.

Mensajes claves a comunicar: Proporcionar información suficiente para que el cliente pueda venir preparado y relajada para la sesión de fotografías para permitir un servicio productivo y profesional que les traerá alegría sin fin.

Reto del diseño y trascendencia: Erizo ya tiene un diseño general y se intentará mejorar, ampliar y categorizar ese diseño. La investigación de poses y accesorios que se recomienda para la sesión de fotografías que también se presentan como un resto para el diseño final.

Materiales a realizar: 1) Guía para sesión fotográfica básica. 2) Guía para bodas. 3) Guía para recién nacidos. 4) Guía para “Smash the Cake”.

Organigrama del estudio, Erizo Fotografía:



DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Los colores utilizados para el logotipo son: gris, blanco y colores pastel dependiendo del lugar en que se publicará.

Tipografía: El logotipo de Erizo Fotografía está compuesto por dos tipografías san serif.

Forma: Es un imagotipo compuesto de una ilustración de un erizo y el nombre de la empresa con variante horizontal y vertical.



4.1.2 FODA

El FODA es una estrategia que analiza la empresa y establece fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, en cuanto a la competencia al proveer información para hacer cambios y avanzar en el crecimiento de la empresa.

Fortalezas:	Oportunidades:
<ul style="list-style-type: none"> ● En la zona 10 Erizo Fotografía es de los pocos estudios fotográficos que ofrecen más de solo un set para tomar las fotografías, pero también ofrecen servicios para eventos especiales, al igual que una sesión de fotografías en ambientes exteriores. ● Tiene un ambiente acomodado para niños. ● Se orienta a más que solo un grupo objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar un servicio más rápido y sencillo para el cliente. ● Al cortar el tiempo gastado en la atención al cliente se permite más tiempo en la edición e impresión de las fotografías para ser entregados al cliente.
Debilidades:	Amenazas:
<ul style="list-style-type: none"> ● No tiene un estudio lo suficientemente grande para acomodar a más de seis o siete personas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Existe mucha competencia en Guatemala.

Capítulo V- Definición del Grupo Objetivo

Las personas que forman el grupo objetivo de Erizo Fotografía generalmente son muy organizados, sociales y de buen corazón. El grupo está compuesto, principalmente, de mujeres entre veinte y cuarenta y cinco años de edad y por esta razón la mayoría de las sesiones se orientan en las distintas etapas de sus vidas, tal como el matrimonio, fotos de bebé, celebraciones de cumpleaños y retratos familiares.

5.1 Perfil Geográfico:

El grupo objetivo se encuentra en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala. La ciudad está ubicada a una altitud media de 1500 metros sobre el nivel del mar con la una población de 4.7 millones. El clima dentro de la ciudad de Guatemala es subtropical.

5.2 Perfil Demográfico:

El perfil demográfico de Erizo Fotografía son personas entre 25 y 40 años de edad con educación universitaria, de nivel socioeconómico alto AB, medio-alto C1 y medio-bajo C2. Estas personas por la mayor parte tienden a ser mujeres recién casadas y nuevas madres.

Tabla de niveles socio económicos:

	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio– Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio– Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con más de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitán en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.

(Wordpress.com, 2013)

5.3 Perfil Psicográfico:

Las personas que forman parte de este grupo objetivo, aunque la mayoría son mujeres, tienden a ser bastante sociables y enérgicos y disfrutan de una agenda social bastante ocupada. A menudo disfrutan de celebraciones de todo tipo y tradicionalmente harán un evento formal para atraer la atención y el chisme. Las mujeres de este grupo disfrutan especialmente de ir de compras y pasar tiempo en los centros comerciales.

5.4 Perfil conductual:

Estas mujeres que acuden al servicio de fotografías profesionales en Erizo, se ven atraídas a las sesiones por lo alegre y emocionante que son, ya que lo que quieren es conmemorar la felicidad que sienten en esa etapa de sus vidas. Al momento de seleccionar las imágenes que quieren, se ven motivadas a seleccionar de más por lo que les gusta tanto. Además de seleccionar más fotografías, están más dispuestas a comprar de otros artículos que mejoran el servicio que recibieron.

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos Fundamentales Relacionados con el Producto o Servicio:

6.1.1 Servicio: Actividad o beneficio o satisfacción ofrecido para la venta que es esencialmente intangible y no da lugar a la apropiación de algo (Armstrong & Kotler, 2011).

6.1.2 Fotografía: Es el arte y la técnica para obtener imágenes duraderas debidas a la acción de la luz. Es el proceso de capturar imágenes y fijarlas en un medio material sensible a la luz. Basándose en el principio de la cámara oscura, se proyecta una imagen captada por un pequeño agujero sobre una superficie, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido. Para capturar y almacenar esta imagen, las cámaras fotográficas utilizaban hasta hace pocos años una película sensible, mientras que en la actualidad, en la fotografía digital, se emplean sensores CCD; CMOS y memorias digitales. Este término sirve para denominar tanto al conjunto del proceso de obtención de esas imágenes como a su resultado: las propias imágenes obtenidas o «fotografías» (Lexicoon.org, 2016).

6.1.3 Cliente: Aquella persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra (Lexicoon.org, 2016).

6.1.4 Iluminación: Alumbrado público, iluminación de espacios públicos; iluminación en fotografía (Lexicoon.org, 2016).

6.1.5 Props: O apoyos son elementos que sirven como medio de apoyo o asistencia. Cualquier artículo, a parte de vestuario y escenografía utilizados por un actor o artista durante una actuación en el escenario o en una película (Thefreedictionary.com, 2016).

6.1.6 Editar: Preparar un texto, una obra musical, una película o gráfica para ser publicado o emitido, cuidando de su forma y contenido (Thefreedictionary.com, 2016).

6.1.7 Conceptualización: Confección de una idea organizada con datos reales (Thefreedictionary.com, 2016).

6.1.8 Adobe Photoshop: Una aplicación de edición de imágenes y diseño que constituye la base de casi todos los proyectos creativos. Trabaja en escritorios y dispositivos móviles para crear y mejorar fotografías, diseños de aplicaciones web y móviles, arte en 3D, vídeos y más (Adobe.com, 2016).

6.1.9 Adobe Illustrator: Aplicación de gráficos vectoriales estándar del sector que permite crear logotipos, iconos, bocetos, fotografías y complejas ilustraciones para cualquier formato: impreso, web, interactivo, vídeo y móvil (Adobe.com, 2016).

6.1.10 Cita: Es un acuerdo mutuo de reunión fijado para un tiempo o lugar específico (Dictionary.com, 2016).

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: Transmisión de información verbal y no verbal entre alguien que quiere expresar una idea y alguien que espera recibirla, o de quien se espera que la tenga. Los cuatro elementos son el mensaje, la fuente del mensaje, el canal de comunicación y el receptor.

6.2.1.2 Información: Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada (Real Academia Española, 2016).

6.2.1.3 Emisor: Establecimiento o persona que goza del privilegio de emisión o la distribución de una información (Larousse, 2006).

6.2.1.4 Receptor: persona u objeto que recibe una señal o mensaje de comunicación (Larousse, 2006).

6.2.1.5 Medios de comunicación: Son aquellos instrumentos que son utilizados actualmente en las sociedades para informar y comunicar un mensaje de manera masiva a la población para alcanzar su grupo objetivo (Concepto.de, 2015).

6.2.1.6 Redacción: Escrito que se ha redactado; ejercicio que consiste en un relato escrito sobre un tema determinado (Larousse, 2006).

6.2.1.7 Comunicación digital: La transmisión de una información o idea a través de medios digitales utilizando nuevos métodos para aumentar su propagación y capturar el interés de su grupo objetivo y más que eso requiere la interacción y colaboración entre las personas para que la información o idea sea funcional (Jose Zambrano, 2013).

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño:

6.2.2.1 Diseño: Traza, delineación de un edificio o de una figura. Descripción o bosquejo de alguna cosa hecho por palabras.

6.2.2.2 Impresión: Reproducción de un texto o una ilustración en una imprenta. Proceso para la producción de textos e imágenes, típicamente

con tinta sobre papel usando una prensa mecánica. A menudo se realiza como un proceso industrial a gran escala, y es una parte esencial de la edición de libros (Lexicoon.org, 2016).

6.2.2.3 Ilustración: Estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro. Publicación, comúnmente periódica, con láminas y dibujos, además del texto que solía contener (Real Academia Española, 2016).

6.2.2.4 Fotografía: Procedimiento o técnica que permite obtener imágenes fijas de la realidad mediante la acción de la luz sobre una superficie sensible o sobre un sensor (Real Academia Española, 2016).

6.2.2.5 Diagramación: La elaboración de un esquema, gráfico o dibujo con el fin de mostrar las relaciones entre las diferentes partes de un conjunto (Real Academia Española, 2016).

6.2.2.6 Tipografía: Modo o estilo en que está impreso un texto (Real Academia Española, 2016).

6.2.2.7 Infografía: Es una combinación de imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión. Además de las ilustraciones, podemos ayudar más al lector a través de gráficos que puedan entenderse e interpretarse instantáneamente (Ofifacil, 2016).

6.2.2.8 Guías digitales: Una ayuda por medios digitales que asiste a una persona a comprender algo y luego poder utilizar este nuevo conocimiento adecuadamente.

6.2.2.9 Diseño Gráfico: Es el arte o profesión de la comunicación visual que combina imágenes, palabras e ideas para transmitir información a un público, sobre todo para producir un efecto específico (Dictionary.com, 2016).

6.2.2.10 Diseño Editorial: Estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos (Staffcreativa.pe, 2014).

6.2.2.11 Diseño Web: Planeación y creación de sitios web y sus funciones (Dictionary.com, 2016).

6.2.2.12 Diseño Digital: Procesos de creación de imágenes, técnicas de expresión gráfica, y tecnologías computacionales, conducentes a la búsqueda de soluciones visuales óptimas a los problemas de la comunicación gráfica y publicitaria (Senati.edu.pe, 2016).

6.2.2.13 Guías: Dirigir o conducir a una persona u objeto a tomar una decisión o ir en una dirección para llegar a la conclusión más deseada (Real Academia Española, 2016).

6.3 Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias:

6.3.1 Ciencias:

6.3.1.1 Semiología: Estudio de los signos en las sociedades humanas y la manera en que el lenguaje, educación y crianza afecta el entendimiento de estos mismos signos (Real Academia Española, 2016).

6.3.1.2 Semiología de la imagen y del discurso: La manera en que una persona percibe e interpreta lo que ve y oye de acuerdo a sus experiencias y emociones. Estos son compuestos por elementos específicos como el simbolismo, la continuidad, la simplificación, el impacto emocional entre otros que motivan una reacción en las personas, especialmente al aplicar el conocimiento de su cultura y psicología (Slideshare.net, 2011).

6.3.1.3 Sociología: Ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas (Real Academia Española, 2016).

6.3.1.4 Tecnología: Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico (Real Academia Española, 2016).

6.3.1.5 Psicología: Filosofía que trata del alma, sus facultades y operaciones. De manera general la psicología puede definirse la ciencia que estudia los fenómenos que se atribuyen al alma, sus causas y sus efectos (Hijos de J. Espasa, 1922).

6.3.1.5.1 Psicología de la comunicación: Forma parte de la psicología social que analiza la conducta comunicativa del ser humano hacia otros (Slideshare.net, 2016).

6.3.1.5.2 Psicología del consumidor: Estudiar el comportamiento del consumidor y los aspectos psicológicos que influyen en la decisión de compra de una persona (Parduelles, 2013).

6.3.1.5.3 Psicología del color: Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana (Psicologiadelcolor.es, 2013).

6.3.1.6 Economía: Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos (Real Academia Española, 2016).

6.3.1.7 Lingüística: Es el estudio científico tanto de la estructura de las lenguas naturales y de aspectos relacionados con ellas como de su evolución histórica, de su estructura interna y del conocimiento que los hablantes poseen de su propia lengua (Lexicoon.org, 2016).

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Tipografía: Es el arte de utilizar formas gráficas que expresen el lenguaje y combinar diferentes tipos para comunicar un sentimiento o cambio de tono (Lexicoon.org, 2017).

6.3.2.2 Dibujo: La expresión gráfica de plasmar un concepto a una superficie plana con el uso de diferentes técnicas (Concepto.de, 2016).

6.3.2.3 Ilustración: Son imágenes o dibujos que adornan o documenta algún texto para mejor explicar el mensaje al lector (Real Academia Española, 2016).

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Gestalt: Teoría que explica como la similitud, proximidad, continuidad y cierre entre distintas figuras asisten a la percepción de patrones para identificar algo específico (Slideshare.net, 2010).

6.3.3.2 Teoría del color: La aplicación de reglas en la mezcla de colores de acuerdo a su saturación para conseguir el efecto deseado (Ecured.cu, 2017).

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Minimalismo: Tendencia que utiliza elementos básicos como figuras geométricas y colores puros que se adhiere al efecto 2D. Se utiliza bastante en toda clase de arte digital y se considera a tener más estetismo que el 3D (Lexicoon.org, 2017).

6.3.4.2 Diseño plano: Es un diseño hecho con simplicidad sin utilizar efectos que le den la apariencia de ser un diseño en 3D como las sombras y texturas (Kelsey campbell-dollaghan, 2017).

Capítulo VII- Proceso de Diseño y Propuesta

Preliminar.

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

El conocimiento de la información obtenida en el marco teórico, permite realizar aspectos técnicos y elementales del proyecto para producir mejoras, no sólo en este trabajo, sino que también para la sesión de fotografía.

7.1.1 Fotografía: En este proyecto, la fotografía es importante para su desarrollo, ya que el servicio que presta la empresa Erizo Fotografía son variaciones de lo mismo.

7.1.2 Diseño Gráfico: Para comunicar y diseñar adecuadamente al proyecto un conocimiento alto del diseño gráfico. Se aplica al diseño de las guías para que el cliente pueda utilizarlas.

7.1.3 Comunicación: Por medio de las guías, Erizo Fotografía podrá comunicar información específica que ayuda a los clientes en su preparación para su sesión fotográfica.

7.1.4 Diagramación: En este proyecto la diagramación se utilizará para planear cómo irá colocado el texto, las imágenes y objetos gráficos que serán utilizados en el diseño de cada una de las guías.

7.1.5 Diseño Digital: Se aplica a este proyecto, ya que por este medio se les estará presentado a los clientes y hay que asegurar que el formato que se use para este medio sea el indicado para proporcionar alta calidad y claridad.

7.1.6 Ilustración: Es la técnica que se aplica a este proyecto para proveer ayuda visual y aumentar su funcionalidad.

7.1.7 Semiología: Se aplica esta ciencia al proyecto para sugerir todo aquello que un grupo específico le ve algo significativo.

7.1.8 Psicología del Color: Esta ciencia se puede aplicar al proyecto para escoger la combinación de colores que mejor se ajuste al cliente.

7.1.9 Economía: Este estudio aplica al proyecto, ya que permite entender más al grupo objetivo y ajustar el proyecto a que encaje a su nivel socioeconómico.

7.1.10 Guías: Al comprender lo que es una guía y lo que se puede lograr con ello, permitió el desarrollo del proyecto y motivó el análisis de información para luego ajustarlo de manera funcional al proyecto.

7.2 Conceptualización:

7.2.1 Método: Mapa mental

Es una técnica que permite observar una línea de pensamiento y cómo se relacionan las distintas ideas y observaciones. A través de un mapa mental se establece una idea o problema principal que da paso a conclusiones y soluciones.

¿Para qué?

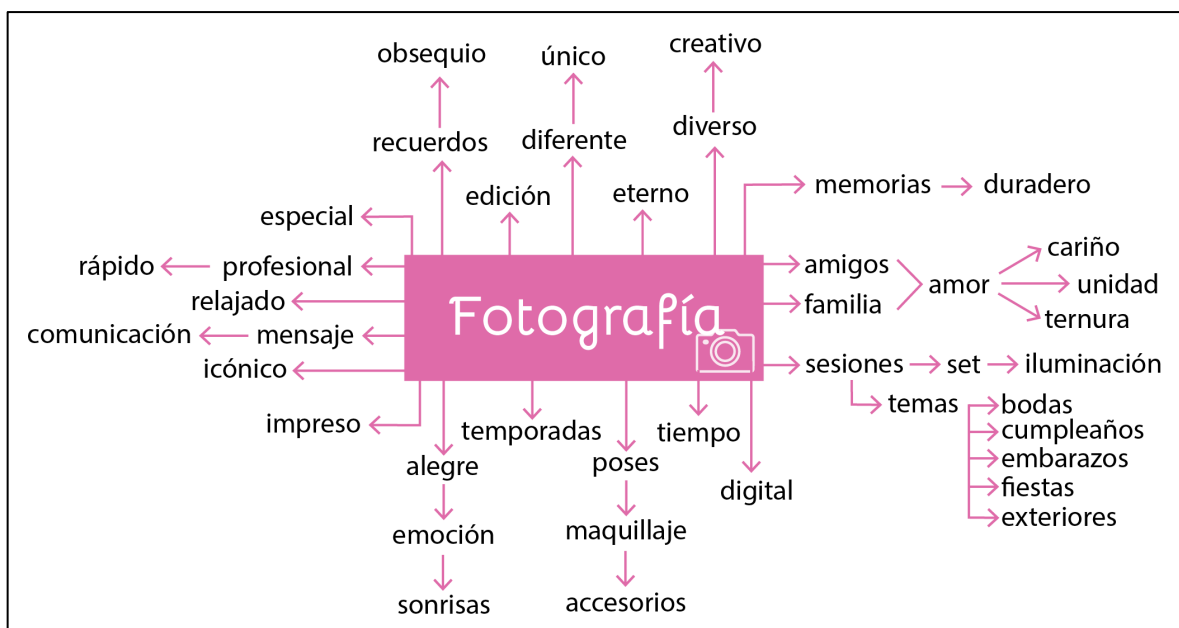
Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.

¿Cómo?

Para su elaboración se siguen los siguientes pasos:

- Se toma una hoja de papel, grande o pequeña, según sea un mapa grupal o individual.
- El problema o asunto más importante se escribe con una palabra o se dibuja en el centro de la hoja.
- Los principales temas relacionados con el problema irradian de la imagen central de forma ramificada.
- De esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.
- Las ramificaciones forman una estructura nodal.

Los mapas mentales se pueden mejorar y enriquecer con colores, imágenes, códigos y dimensiones que les añaden interés, belleza e individualidad (Vicente Robisco, 2016).



7.2.2 Definición del concepto:

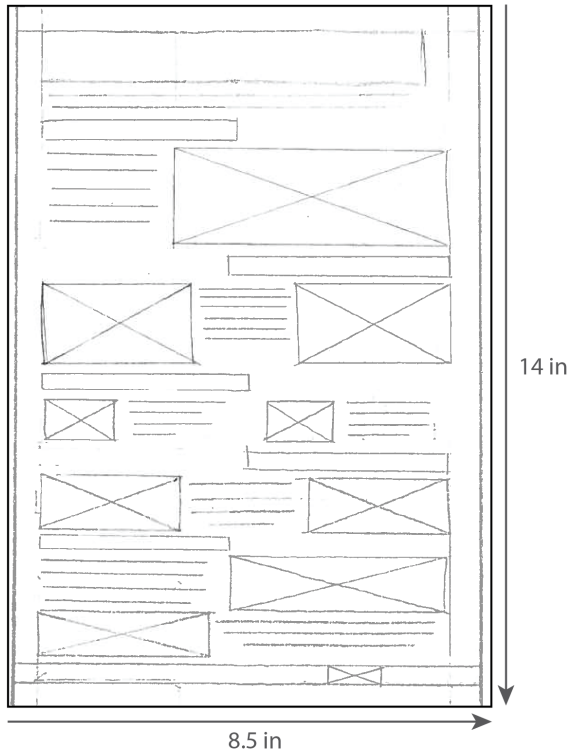
Erizo Fotografía: Capturamos momentos que perduran.

Cuando se trata de la fotografía siempre hay que recordar el propósito en el que una imagen está tomada tradicionalmente, tales como: el recuerdo, el amor, para estudiar, para compartir y sobre todo para hacer durar los eventos de nuestras vidas. La imagen siempre nos trae de nuevo a ese momento en el que fue tomada y nos permiten recordar y volver a vivir lo que hemos visto y compartirlo con los demás.

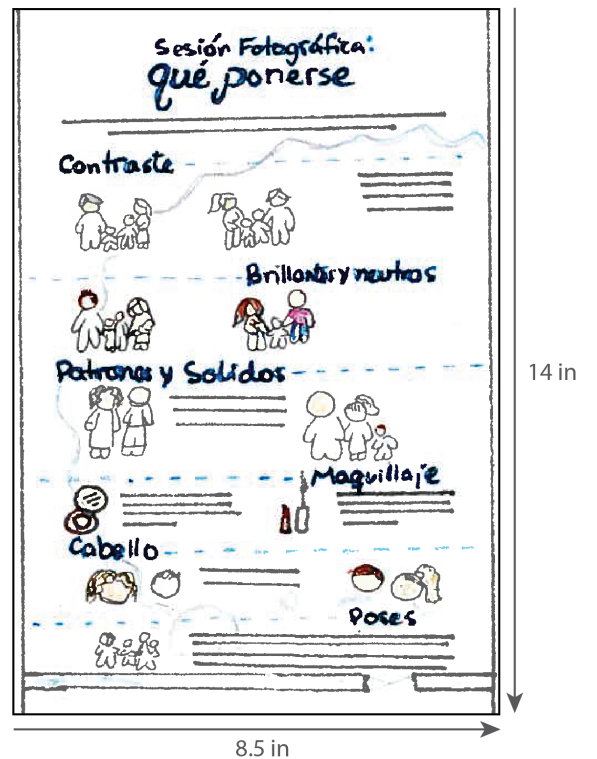
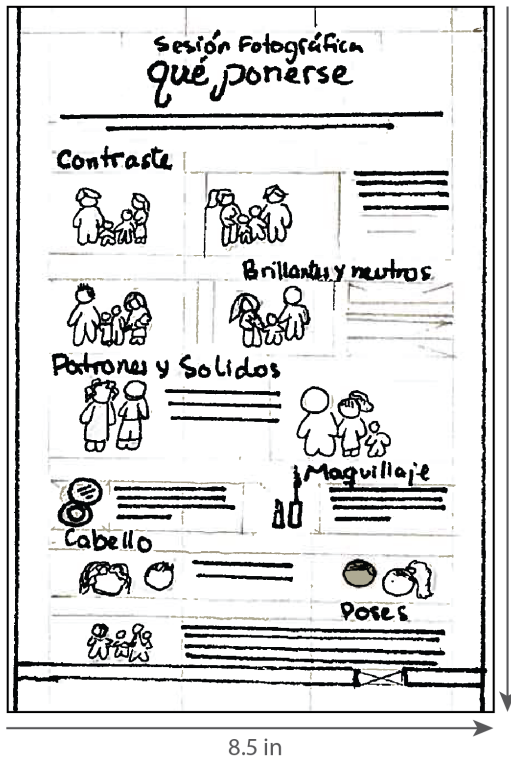
7.3 Bocetaje:

Guía Digital #1: Vestimenta

Retícula-

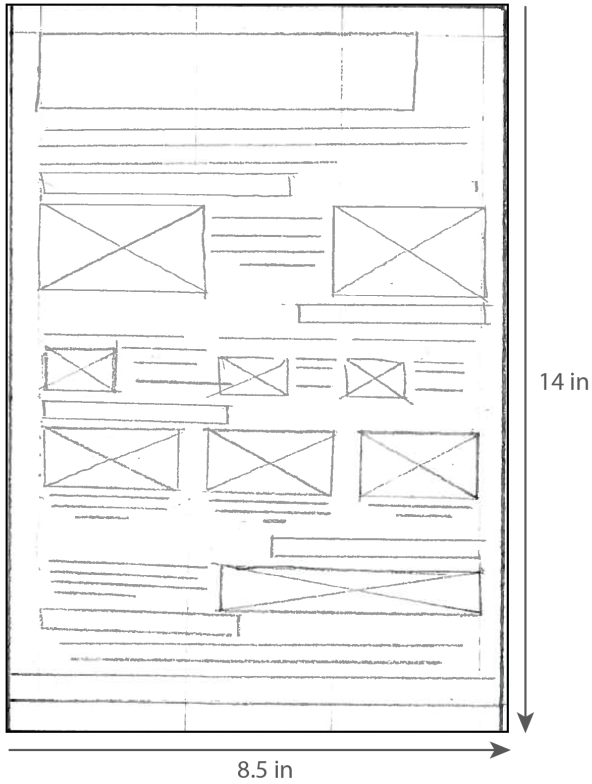


Bocetos-

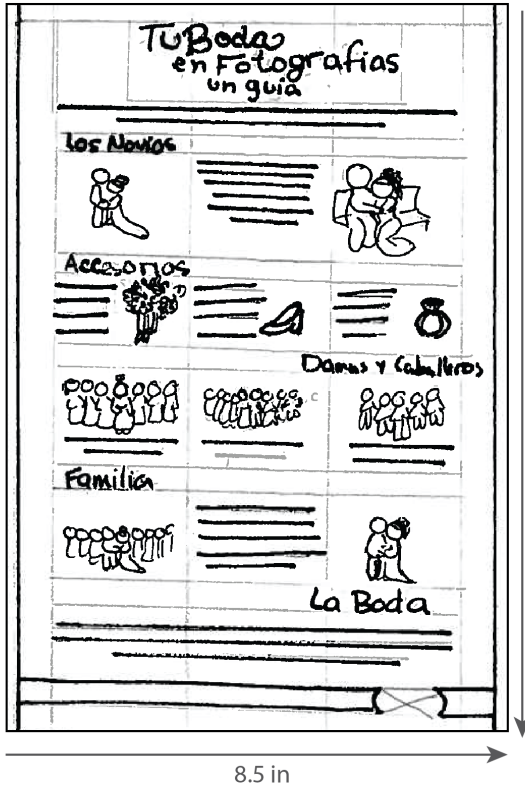


Guía Digital #2: Bodas

Retícula-

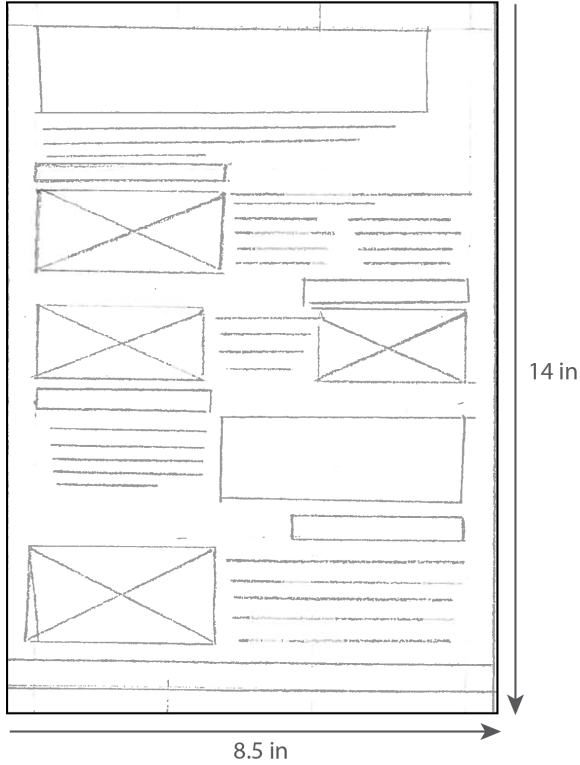


Bocetos-

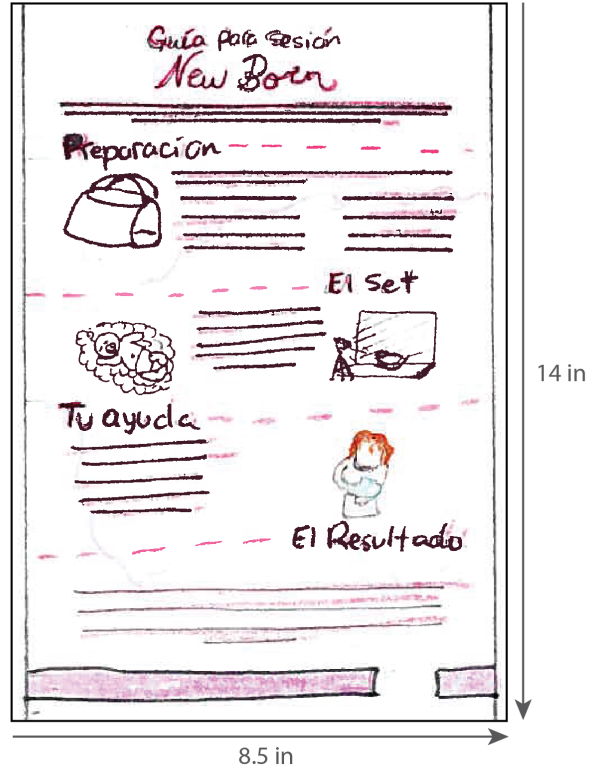
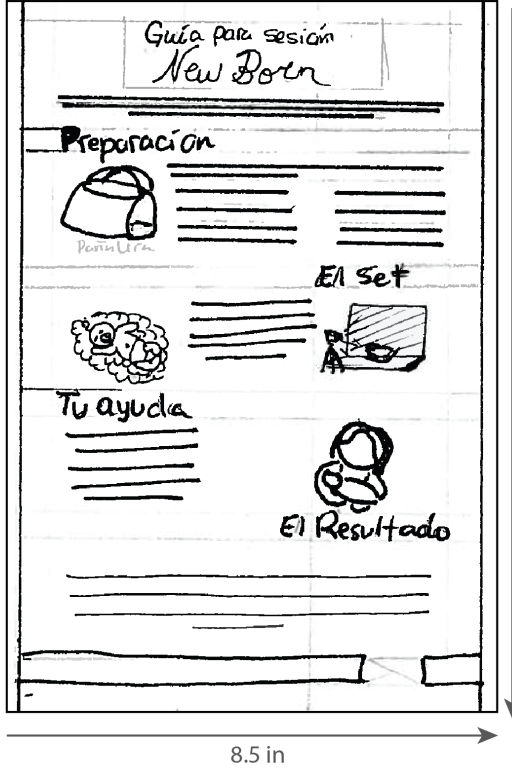


Guía Digital #3: Newborn

Retícula-

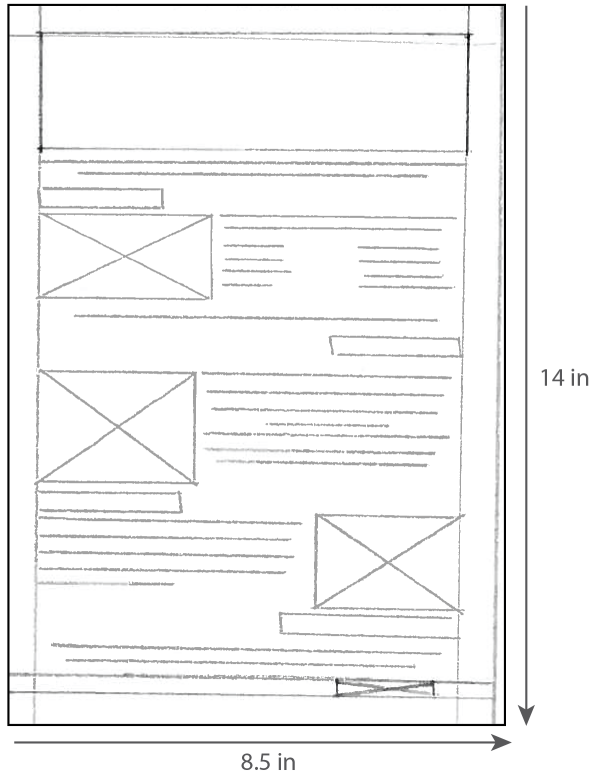


Bocetos-

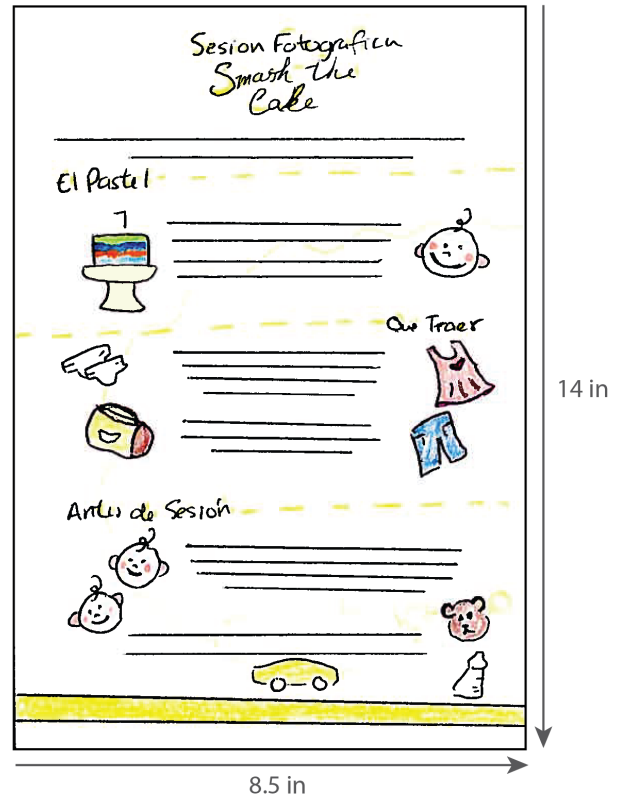
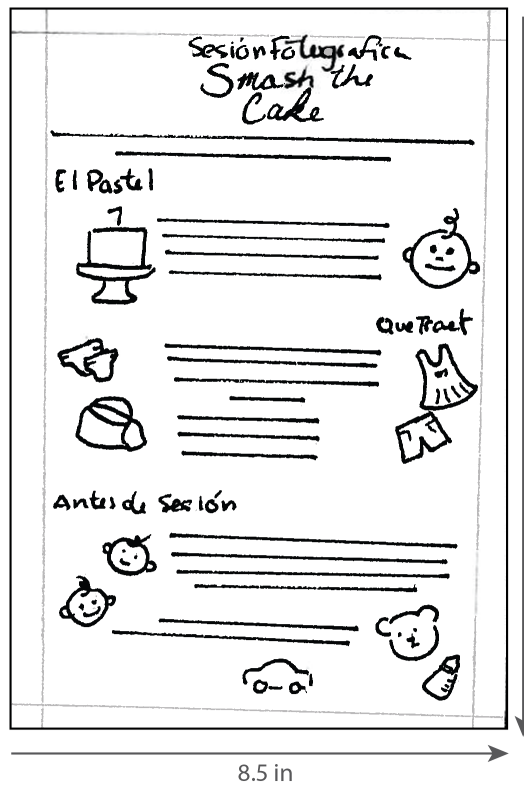


Guía Digital #4: Smash the Cake

Retícula-



Bocetos-



7.3.1 Proceso de digitalización.

Guía Digital #1: Vestimenta

guía para sesión Fotográfica

Para toda sesión fotográfica es importante conocer las posibilidades que se pueden formar únicamente con la vestimenta, con este guía se estará presentando las distintas combinaciones que se pueden utilizar.

Contraste

oscuro claro oscuro oscuro claro oscuro claro

Tip Hacer un contraste de colores crea más unidad y originalidad a las fotografías.

Brillantes & Neutros

brillante neutro brillante neutro brillante neutro brillante

Colores sugeridos

Colores brillantes Colores neutros

Patrones & Sólidos

sólido estampado sólido estampado sólido estampado

Tener patrones con sólidos en tus fotografías también es recomendado con que el patrón no sea demasiado cargado o distinto a los colores que usarán los demás.

Combinación de Colores

Colores fríos Colores cálidos

Papás color neutro, niños color brillante. **Tip**

NO! todos iguales. **NO!** Líneas muy delgadas y juntas.

Tip Viste con prendas que te tallen y hagan sentir cómodo, si te sientes ajustado y estas acomodando tu ropa se verá reflejado en la fotografía.

Maquillaje

Polvo, máscara y rubor serán mas que suficiente, el polvo disminuirá el brillo de tu rostro en la fotografía.

Arréglate las uñas, es probable que en alguna toma se enfoque en tus manos, así que líceles!

Cabello

Si quieres que tu cabello tenga un estilo particular, puedes estilizarlo. Las opciones que tienes son casi infinitas de acuerdo a tus preferencias personales. Recuerda no debes exagerar y usar algo extravagante o incómodo, debes sentirte cómodo con lo que decides.

Frente a la cámara

Nuestro objetivo es alcanzar un look natural y casual. Mantén un estado amigable mira a las otras personas, rían, hagan cosquillas, jueguen e interactúen entre ustedes.

¡Que disfruten de su sesión!

Las ilustraciones pertenecen al estudio Erizo Fotografía, creadas por su diseñadora Alejandra Rosales.

Guía Digital #2: Bodas



Las ilustraciones utilizadas para esta guía le pertenecen al estudio Erizo

Fotografía, personajes creadas por la diseñadora Alejandra Rosales. Modificación de personajes y el desarrollo de las demás ilustraciones para este tema fueron creadas por Keila Rivera.

Guía Digital #3: Newborn

Sesión Fotográfica
New Born
 una guía

El Set

En Erizo esta sesión es la más atesorada y por esto convertimos al estudio en un ambiente 100% seguro para recién nacidos. Habrá calefacción durante toda la sesión y todo lo que se estará usando será desinfectado para prevenir enfermedades y alergias.

Tip Al proveer una temperatura calentita para tu bebe es muy probable que tu también te calentarás por eso recomendamos que traigas ropa ligera para que no te sobrecalientes.

Que Traer

A esta sesión te recomendamos, ¡traer la pañalera llena! Tu bebe necesita toda la atención y cuidado.

Asegura que vengas equipada con lo siguiente:

- Pañales
- Colchas
- Ropa extra
- Calcoetas
- Pacha/ fórmula
- Bastantes toallas húmedas

Durante la mayoría de la sesión tu bebé estará al desnudo pero si tienes alguna prenda especial para cubrir el pañal o que tenga valor sentimental, tráigalo y lo utilizaremos.

Tip Sugierimos a que tu y tu pareja traigan cambio de ropa ya que pueden haber accidentes que los bebés aún no pueden controlar.

Mamá

Te recordamos que la sesión debe tomar lugar dentro de los primeros 10 días de nacimiento, ya que después de este tiempo los bebés estarán acostumbrados a estar fuera del vientre y empezarán a estirarse.

Tip Cuando están despiertos los bebes pueden llorar y moverse mucho, por esto recomendamos que programes tu sesión a una hora en que tu bebe ya habrá comido y este tranquilo.

¡Que disfruten de su sesión!
 Si tiene alguna duda o pregunta contáctenos; cuanto antes mejor.

ERIZO

Las ilustraciones utilizadas para esta guía le pertenecen al estudio Erizo Fotografía, creadas por la diseñadora Alejandra Rosales. Modificación y desarrollo de ilustraciones para este tema fueron creadas por Keila Rivera.

Guía Digital #4: Smash the Cake

Sesión Fotográfica

Smash the Cake

¿Ya cotizaste tu sesión Smash the Cake? una sesión llena de risas y de pastel que no vas a querer olvidar. Esta Guía te informará de lo que deberás traer y planificar de la sesión.

¡Celebremos!

¡Se creativo! así la sesión será aún más alegre y memorable. Comunícate con nosotros sobre tus ideas para que te podamos ayudar.

Tip Te recomendamos traer globos con helio, sobres de cumpleaños o moños para tener una sesión más creativa.

¡No te olvides del pastel! No incluimos el pastel cuando cotizas por lo cual tendrás que traerlo. Si se te es complicado conseguir uno nosotros conocemos de una pastelera que ha hecho pasteles para nuestras sesiones anteriormente, si deseas puedes pedir uno a través de Erizo.

Que Traer

Además de empacar la pañalera con lo usual por favor asegurarte de traer lo siguiente:

- Más de un cambio de ropa para tu hijo.
- Un juguete que no ayude a mantener a tu hijo feliz y sonriente.
- Muchas toallas húmedas.
- Un cambio de ropa para ti

Antes de Sesión

Antes de iniciar la sesión es importante que tu hijo se acomode a la fotografía y a todo el ambiente de Erizo. Tenemos un área de juegos en la sala de espera donde su hijo se pueda tranquilizar y conocer a la fotógrafa.

¡Que disfruten de su sesión!


Si tiene alguna duda o pregunta contáctenos; cuanto antes mejor.

ERIZO

Las ilustraciones utilizadas para esta guía le pertenecen al estudio Erizo Fotografía, creadas por la diseñadora Alejandra Rosales. Modificación y desarrollo de ilustraciones para este tema fueron creadas por Keila Rivera.

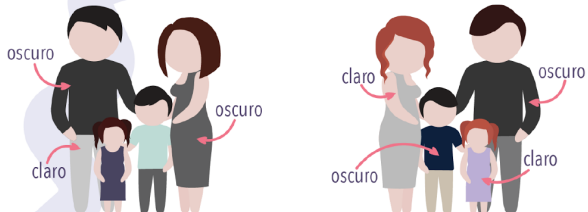
7.4 Propuesta Preliminar.

Guía Digital #1: Vestimenta- pg.1



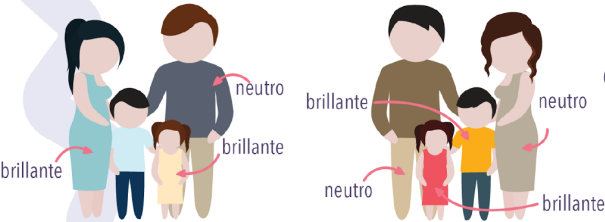
Para toda sesión fotográfica es importante conocer las posibilidades que se pueden formar únicamente con la vestimenta, con este guía se estará presentando las distintas combinaciones que se pueden utilizar.

Contraste





Tip Hacer un contraste de colores crea más unidad y originalidad a las fotografías.

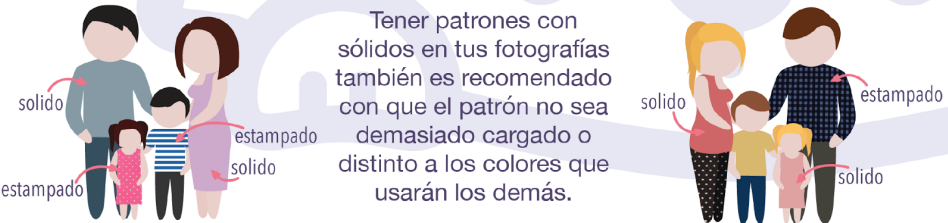
Brillantes & Neutros




Colores sugeridos

Colores brillantes	Colores neutros
	

Patrones & Sólidos



Tener patrones con sólidos en tus fotografías también es recomendado con que el patrón no sea demasiado cargado o distinto a los colores que usarán los demás.



11 in

8.5 in

Guía Digital #1: Vestimenta- pg.2

Combinación de Colores

Colores fríos Colores cálidos



Papás color neutro, niños color brillante. Tip

NO! todos iguales. 

 Líneas muy delgadas y juntas. NO!

Tip Viste con prendas que te tallen y hagan sentir cómodo, si te sientes ajustado y estas acomodando tu ropa se verá reflejado en la fotografía.

Maquillaje

 Polvo, mascara y rubor serán mas que suficiente, el polvo disminuirá el brillo de tu rostro en la fotografía.

 Arréglate las uñas, es probable que en alguna toma se enfoque en tus manos, así que lúcelas!

Cabello

Si quieres que tu cabello tenga un estilo particular, puedes estilizarlo. Las opciones que tienes son casi infinitas de acuerdo a tus preferencias personales. Recuerda no debes exagerar y usar algo extravagante o incomodo, debes sentirte cómodo con lo que decidas.



Frente a la cámara



Nuestro objetivo es alcanzar un look natural y casual. Mantén un estado amigable mira a las otras personas, ríen, hagan cosquillas, jueguen e interactúen entre ustedes.

¡Que disfruten de su sesión!



11 in

8.5 in

Guía Digital #2: Bodas- pg.1

El Día de *Tu* boda una guía

En Erizo nos gusta estar preparados y para lograr eso nos es importante que tu también sepas lo que sucederá. Con esta guía esperamos informarte sobre el procedimiento del día.

Pre Boda

Iniciaremos antes de la ceremonia para fotografiar la preparación de la novia en el salón y cuando se este poniendo el vestido.

El Salón

Visitaremos el salón con la Novia pero para no tener tiempo perdido, no llegaremos al salón hasta después de que se haya terminado el cabello y se inicia el maquillaje.



El Vestido

A todos nos gusta ver las fotos cuando la novia se pone el vestido pero por suerte la dejaremos vestirse y luego cuando están amarrando o abotonando entraremos para hacer las tomas.



11 in

La Ceremonia



Disfruta de tu boda! No te preocupes por la cámara ni en como te ves en las fotografías, ese es nuestro trabajo. Recuerda, es TU boda!

Relájate y actúa natural, las mejores tomas son cuando ustedes, los novios, estén cómodos y gozando del momento, no enfocados en la cámara.

Tip Para que te luzcas al máximo en este día especial, mantén tu espalda recta para la totalidad de la ceremonia.



Tip Por favor avisarnos de la calidad de luz que tendrán en la fiesta, si lo es posible pidan luz LED que las fotografías se verán mucho mejor.



8.5 in

Guía Digital #2: Bodas- pg.2

Sesión de Novios

Al terminar la ceremonia tomaremos unos minutos para tomar fotografías junto a tus familiares, damas y caballeros allí en el altar.



Luego tu y tu nuevo esposo nos acompañarán a las áreas escogidas para la sesión fotográfica de novios.

Esta serie de fotografías es bastante complejo por eso nos es importante que nos digas de antemano quienes estarán participando para que no se nos olvide a algún familiar.

La Recepción

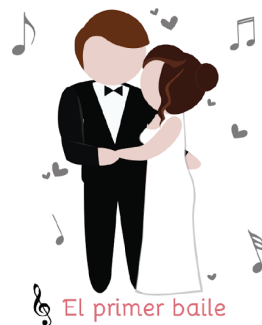
En la recepción hay varias actividades tradicionales que harás y nosotros estaremos allí para capturarlo todo, lo único que debes recordar en esos momentos es actuar natural y disfrutar el momento.



El lanzamiento del ramo



Cortando el pastel



El primer baile



El lanzamiento de la liga

Mesa en mesa. Si deseas, te acompañaremos en ir mesa en mesa a pasar un par de minutos para fotografiar y celebrar con todos tus invitados.



Durante la celebración de tu boda fotografiaremos los mejores momentos donde tu familia y amigos se están disfrutando de tu fiesta.



11 in

8.5 in

Guía Digital #3: Newborn

Sesión Fotográfica

New Born

una guía

El Set

En Erizo esta sesión es la más atesorada y por esto convertimos al estudio en un ambiente 100% seguro para recién nacidos. Habrá calefacción durante toda la sesión y todo lo que se estará usando será desinfectado para prevenir enfermedades y alergias.

Tip Al proveer una temperatura calentita para tu bebe es muy probable que tu también te calentarás por eso recomendamos que traigas ropa ligera para que no te sobrecalientes.



Que Traer

A esta sesión te recomendamos, ¡traer la pañalera llena! Tu bebe necesita toda la atención y cuidado.

Asegura que vengas equipada con lo siguiente:

- Pañales
- Colchas
- Ropa extra
- Calcetas
- Pacha/ formula
- Bastantes toallas húmedas



Durante la mayoría de la sesión tu bebé estará al desnudo pero si tienes alguna prenda especial para cubrir el pañal o que tenga valor sentimental, tráigalo y lo utilizaremos.

Tip Sugerimos a que tu y tu pareja traigan cambio de ropa ya que pueden haber accidentes que los bebés aún no pueden controlar.

Mamá

Te recordamos que la sesión debe tomar lugar dentro de los primeros 10 días de nacimiento, ya que después de este tiempo los bebés estarán acostumbrados a estar fuera del vientre y empezaran a estirarse.

Tip Cuando están despiertos los bebés pueden llorar y moverse mucho, por esto recomendamos que programes tu sesión a una hora en que tu bebe ya habrá comido y este tranquilo.



¡Que disfruten de su sesión!

Si tiene alguna duda o pregunta contáctenos; cuanto antes mejor.



11 in

8.5 in

Guía Digital #4: Smash the Cake

Sesión Fotográfica

Smash the Cake

¿Ya cotizaste su sesión Smash the Cake? una sesión llena de risas y de pastel que no vas a querer olvidar. Esta Guía te informará de lo que deberás traer y planificar de la sesión.

¡Celebremos!



¡Se creativa! así la sesión será aún más alegre y memorable. Comunícate con nosotros sobre tus ideas para que te podamos ayudar.

Tip Te recomendamos traer globos con helio, sombreros de cumpleaños o moños para tener una sesión más creativa.

¡No te olvides del pastel! No incluimos el pastel cuando cotizas por lo cual tendrás que traerlo. Si se te es complicado conseguir uno nosotros conocemos de una pastelera que ha hecho pasteles para nuestras sesiones anteriormente, si deseas puedes pedir uno a través de Erizo.

Que Traer



Ademas de empacar la pañalera con lo usual por favor asegurarte de traer lo siguiente:

- Más de un cambio de ropa para tu hijo.
- Un juguete que no ayude a mantener a tu hijo feliz y sonriente.
- Muchas toallas húmedas.
- Un cambio de ropa para ti



Antes de Sesión

Antes de iniciar la sesión es importante que tu hijo se acomode a la fotógrafa y a todo el ambiente de Erizo. Tenemos un área de juegos en la sala de espera donde su hijo se pueda tranquilizar y conocer a la fotógrafa.



¡Que disfruten de su sesión!

Si tiene alguna duda o pregunta contáctenos; cuanto antes mejor.



8.5 in

11 in

Capítulo VIII- Validación Técnica.

Por el hecho que la investigación de este proyecto incluirá a tres grupos distintos para proveer una evaluación precisa, se utilizarán los enfoques cualitativos. El primer enfoque permitirá la cuantificación de los resultados de la encuesta aplicada a todos los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evaluará la percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

8.1 Población y muestreo:

Se validarán la propuestas preliminares ante cinco especialistas en comunicación y diseño, tres clientes que forman la empresa Erizo Fotografía y veinte clientes que forman parte del grupo objetivo del proyecto.

Especialistas:

1. Licda. Lourdes Donis- 45 años, licenciada en comunicación.
2. Lic. Carlos E. Franco Roldán- 55 años, Comunicador y Diseñador.
3. Licda. Wendy Franco- 45 años, licenciada en comunicación para la educación.
4. Licda. Ma. Alejandra Rodríguez Paul- 35 años, educación e innovación.
5. Licda. Andrea Aguilar- 28 años, licenciada en comunicación y diseño.

Clientes:

1. Licda. Ximena García- 29 años, fotógrafa y licenciada en diseño industrial.
2. Michelle Moscoso- 23 años, diseñadora.
3. María Alejandra Rosales Fernández- 22 años, diseñadora.

8.2 Método e instrumentos:

Al definir el grupo objetivo, se procede a determinar qué instrumento y métodos serán utilizados para la validación de la investigación del proyecto.

En la validación técnica se utilizará una encuesta como herramienta de investigación, herramienta que permitirá conocer la información necesaria para comprobar la validez de los objetivos y el cumplimiento del material impreso. La encuesta será al formato de la Escala de Likert, ya que este método permite que los encuestados puedan dar una respuesta más honesta, además de dar únicamente una respuesta de “sí” o “no.” Estará compuesta por 17 preguntas, divididas en tres partes: objetiva, semiológica y técnica. Se mostrarán las guías impresas para que el encuestado pueda responder de manera adecuada.

Los métodos a utilizar son cualitativos para validar la investigación del proyecto con más precisión. El método cuantitativo se basa en datos numéricos o la obtención de datos numéricos y responde preguntas como, ¿cuántos?, ¿quienes?, ¿a qué medida?, para luego ser presentados. El método cualitativo obtiene cualidades y datos descriptivos o aspectos del comportamiento del ser humanos al responder preguntas como, ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, etc. Por el hecho que el método cuantitativo recolecta datos numéricos, este únicamente será utilizado para calcular los resultados obtenidos de las encuestas y se utilizará el método cualitativo para el desarrollo de las preguntas y sus respuestas múltiples.



Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Genero: Femenino Masculino Edad: _____

Nombre: _____

Profesión: _____

Puesto: _____

Encuesta de validación de proyecto de tesis

DISEÑO DE GUÍAS DIGITALES PARA QUE LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES VISUALICEN LA VESTIMENTA Y ACCESORIOS NECESARIOS DURANTE LAS SESIONES QUE REALIZA EL ESTUDIO ERIZO FOTOGRAFÍA.

GUATEMALA, GUATEMALA 2017

Antecedentes

Erizo fotografía es un estudio de fotografías que ofrece un servicio profesional dentro de la ciudad de Guatemala. La dueña y fotógrafa, Ximena García, asiste a eventos al igual que arregla el estudio para las distintas sesiones.

El estudio de fotografía no cuenta con un diseño de guías digitales que permite la asistencia a sus clientes con su preparación para la sesión fotográfica.

Con estos diseños se pretende crear un método más eficiente para el intercambio de información entre el estudio y los clientes a respeto de las distintas sesiones que se ofrecen.

Instrucciones

Con base a la información anterior por favor observe la propuesta del instructivo impreso y según su criterio conteste las preguntas de validación.

Parte Objetiva

- 1) ¿Considera necesario diseñar guías para ser utilizadas por medios digitales donde se pueda visualizar la vestimenta y accesorios recomendados a los clientes para las sesiones fotográficas que realiza el estudio Erizo?

Si No
- 2) ¿Considera que es importante investigar información relacionada con la guía digital para obtener de manera adecuada la integración a este proyecto?

Si No
- 3) ¿Considera que al recopilar información acerca de la empresa para conocer las necesidades del cliente y lo necesario en una sesión fotográfica, es suficiente para diseñar un guía digital?

Si No
- 4) ¿Considera que al diagramar la información necesaria de la guía con simplicidad permitirá realizar una sesión fotográfica de calidad?

Si No

Parte Semiológica

- 5) Las tipografías utilizadas en los titulares de la guía son:

Muy adecuados Adecuados Poco adecuados
- 6) La tipografía (Bellota bold, 20 pts) utilizada para los distintos subtítulos dentro de la guía son:

Grande Normal Pequeño
- 7) La tipografía (System Font Regular) utilizada en los textos de las guías son:

Legibles Poco legibles Nada legibles
- 8) La presencia del logotipo de la empresa como marca de agua en todas las páginas de la guía es:

Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
- 9) Las ilustraciones dentro de la guía explican los temas con:

Mucha claridad Claridad Nada claro

10) Los colores utilizados en la guía transmiten:

- Felicidad Poca felicidad Nada feliz

11) Según su criterio, ¿el color azul-morado utilizado para la página 1 y 2 es:

- Pasivo Poco pasivo Nada pasivo

12) El color rosado utilizado en la página 3 transmite:

- Formalidad Poca formalidad Nada formal

13) Según su criterio, ¿el color amarillo utilizado para la página 5 es:

- Llamativo Poco llamativo Nada llamativo

Parte Operativa

14) El tamaño de las ilustraciones utilizadas en la guía son:

- Grande Adecuado Pequeño

15) Considera que el tamaño (8.5 x 11) de la guía digital para su publicación en los medios es:

- Muy adecuado Adecuado Poco adecuados

16) El tamaño del texto (12 pts) en las guías es:

- Grande Adecuado Pequeño

17) Considera que el diseño de la guía es:

- Eficiente Poco eficiente Nada eficiente

Se le agradece el tiempo y la atención para brindado para contestar esta encuesta. Si usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica personal puede hacerlo en el siguiente espacio:

Gracias por contribuir al proyecto de tesis: "DISEÑO DE GUÍAS DIGITALES PARA QUE LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES VISUALICEN LA VESTIMENTA Y ACCESORIOS NECESARIOS DURANTE LAS SESIONES QUE REALIZA EL ESTUDIO ERIZO FOTOGRAFÍA. GUATEMALA, GUATEMALA 2017 " su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambio de dicho proyecto.

8.3 Resultados e interpretación de resultados:

Pregunta 1:

¿Considera necesario diseñar guías digitales para visualizar la vestimenta y accesorios recomendados a los clientes para las sesiones fotográficas que realiza el estudio Erizo?



Justificación: El 100% de los encuestados contestó “sí” y 0% indicó que “no”
Por lo tanto se cumple el objetivo general de este proyecto.

Pregunta 2:

¿Considera que es importante investigar información relacionada con la guía digital para obtener de manera adecuada la integración a este proyecto?



Justificación: El 100% de los encuestados contestó “sí” y 0% indicó que “no”
Por lo tanto se cumple el objetivo específico de este proyecto.

Pregunta 3:

¿Considera que al recopilar información acerca de la empresa para conocer las necesidades del cliente y lo necesario en una sesión fotográfica, es suficiente para diseñar un guía digital?



Justificación: El 92.9% de los encuestados contestó “sí” y 7.1% indicó que “no”

Por lo tanto se cumple el objetivo específico de este proyecto.

Pregunta 4:

¿Considera que al diagramar la información necesaria de la guía con simplicidad permitirá realizar una sesión fotográfica de calidad?



Justificación: El 100% de los encuestados contestó “sí” y 0% indicó que “no”

Por lo tanto se cumple el objetivo específico de este proyecto.

Parte Semiológica

Pregunta 5:

Las tipografías utilizadas en los titulares de la guía son:



Justificación: El 63.3% de los encuestados indicó que las tipografías son “muy adecuadas”, el 32.1% indicó que son “adecuados” y el 3.6% indicó que son “poco adecuados” por lo que se aplican cambios.

Pregunta 6:

La tipografía (Bellota bold, 20 pts) utilizada para los distintos subtítulos dentro de la guía son:



Justificación: El 21.4% de los encuestados indicó que la tipografía utilizada para los distintos subtítulos dentro de la guía son “grande”, el 78.6% indicó que son “Normal” y el 0% indicó que son “pequeño”, por lo que no aplican cambios.

Pregunta 7:

La tipografía (System Font Regular) utilizada en los textos de las guías son:



Justificación: El 100% de los encuestados indicó que la tipografía utilizada en los textos de las guías son “Legibles”, el 0% indicó que son “poco legibles” y el 0% indicó que son “Nada legibles”, por lo que no se aplican cambios.

Pregunta 8:

La presencia del logotipo de la empresa como marca de agua en todas las páginas de la guía es:



Justificación: El 46.4% de los encuestados indicó que la presencia del logotipo de la empresa, como marca de agua en todas las páginas de la guía es “Muy adecuado”, el 39.3% indicó que es “adecuado” y el 14.3% indicó que es “Poco adecuado”, por lo que se aplican cambios.

Pregunta 9:

Las ilustraciones dentro de la guía explican los temas con:



Justificación: El 89.3% de los encuestados indicó que las ilustraciones dentro de la guía explican los temas con “Mucha claridad”, el 10.7% indicó que con “claridad” y el 0% indicó que “Nada claro”, por lo que no se aplican cambios.

Pregunta 10:

Los colores utilizados en la guía transmiten:



Justificación: El 96.4% de los encuestados indicó que los colores utilizados en la guía transmiten “Felicidad”, el 3.6% indicó que transmite “poca felicidad” y el 0% indicó que transmite “Nada feliz”, por lo que no se aplican cambios.

Pregunta 11:

Según su criterio, ¿el color azul-morado utilizado para la página 1 y 2 es:



Justificación: El 85.7% de los encuestados indicó que el color azul-morado utilizado para las páginas 1 y 2 es “Pasivo”, el 14.3% indicó que es “Poco pasivo” y el 0% indicó que es “Nada pasivo”, por lo que no se aplican cambios.

Pregunta 12:

El color rosado utilizado en la página 3 transmite:



Justificación: El 96.4% de los encuestados indicó que el color rosado utilizado en la página 3 transmite “Formalidad”, el 3.6% indicó que transmite “Poca formalidad” y el 0% indicó que transmite “Nada formal”, por lo que no se aplican cambios.

Pregunta 13:

Según su criterio, ¿el color amarillo utilizado para la página 5 es:



Justificación: El 96.4% de los encuestados indicó que el color amarillo utilizado para la página 5 es “Llamativo”, el 0% indicó que es “Poco llamativo” y el 3.6% indicó que es “Nada llamativo”, por lo que no se aplican cambios.

Parte Operativa

Pregunta 14:

El tamaño de las ilustraciones utilizadas en la guía son:



Justificación: El 14.3% de los encuestados indicó que el tamaño de las ilustraciones utilizadas en la guía son “Grande”, el 86.7% indicó que son “Adecuado” y el 0% indicó que son “Pequeño”, por lo que no se aplican cambios.

Pregunta 15:

Considera que el tamaño (8.5" x 11") de la guía digital para su publicación en los medios es:



Justificación: El 53.6% de los encuestados indicó que el tamaño de la guía digital para su publicación en los medios es “Muy adecuado”, el 42.9% indicó que es “Adecuado” y el 3.6% indicó que es “Poco adecuado”, por lo que no se aplican cambios.

Pregunta 16:

El tamaño del texto (12 pts) en las guías es:



Justificación: El 14.3% de los encuestados indicó que el tamaño del texto en las guías es “Grande”, el 65.7% indicó que es “Adecuado” y el 0% indicó que son “Nada legibles”, por lo que no se aplican cambios.

Pregunta 17:

Considera que el diseño de la guía es:



Justificación: El 96.4% de los encuestados indicó que el diseño de la guía es “Eficiente”, el 3.6% indicó que es “Poco eficiente” y el 0% indicó que es “Nada eficiente”, por lo que no se aplican cambios.

8.4 Cambios en base a los resultados:

8.4.1 Guía Digital #1: Vestimenta

Antes:

1. Se añadió una cinta con el logotipo del estudio de fotografía para aumentar presencia de marca.

2. Se eliminó el erizo que se utilizaba como marca de agua para que el diseño fuera más estético.

3. Se cambió un tip de “papás color neutro, niños color brillante.” a “papás en colores fríos, niños en colores cálidos,” para que entendiera más.

4. Se ajustaron las tipografías para mantener unidad, ya que en el diseño anterior las tipografías varían.

5. Se ajustaron las tipografías para mantener unidad, ya que en el diseño anterior las tipografías varían.

6. Se ajustaron las tipografías para mantener unidad, ya que en el diseño anterior las tipografías varían.

Cambios:

1. Se añadió una cinta con el logotipo del estudio de fotografía para aumentar presencia de marca.
2. Se eliminó el erizo que se utilizaba como marca de agua para que el diseño fuera más estético.
3. Se cambió un tip de “papás color neutro, niños color brillante.” a “papás en colores fríos, niños en colores cálidos,” para que entendiera más.
4. Se ajustaron las tipografías para mantener unidad, ya que en el diseño anterior las tipografías varían.

5. Después de la última frase se agregó “Si tienes alguna duda o pregunta contáctenos, cuanto antes mejor.”.
6. El cintillo al fondo de la página se agrandó y se le agregó información de la empresa.

Después:

1 **2** **3** **4** **5** **6**

ERIZO FOTOGRAFÍA

guía para sesión Fotográfica

Para toda sesión fotográfica es importante conocer las posibilidades que se pueden formar únicamente con la vestimenta, con esta guía se estará presentando las distintas combinaciones que se pueden utilizar.

Contraste

oscuro claro oscuro claro oscuro oscuro oscuro

Tip Has un contraste de colores y crea más unidad y originalidad en tus fotografías.

Brillantes & Neutros

brillante neutro brillante neutro brillante neutro brillante neutro brillante

Colores sugeridos

Colores brillantes Colores neutros

Patrones & Sólidos

sólido estampado sólido estampado sólido estampado

Tener patrones con sólidos en tus fotografías también es recomendado con que el patrón no sea demasiado cargado o distinto a los colores que usarán los demás.

Combinación de Colores

Colores fríos Colores cálidos

NO! todos iguales. **Tip** Papás en colores fríos, niños en colores cálidos. **Tip** Líneas muy delgadas y juntas. **NO!**

Tip Vístete con prendas que te tallen y hagan sentir cómoda, si te sientes ajustada y estas acomodando tu ropa se verá reflejado en la fotografía.

Maquillaje

Povo, máscara y rubor serán mas que suficiente, el polvo disminuirá el brillo de tu rostro en la fotografía. **Tip** Améglate las uñas, es probable que en alguna toma se enfoque en tus manos, así que ¡úcelas!

Cabello

Si quieres que tu cabello tenga un estilo particular, puedes estilizarlo. Las opciones que tienes son casi infinitas de acuerdo a tus preferencias personales. Recuerda no debes exagerar y usar algo extravagante o incómodo, debes sentirte cómodo con lo que decidas.

Frente a la cámara

Nuestro objetivo es alcanzar un look natural y casual. Mantén un estado amigable mira a las otras personas, ríen, hagan cosquillas, jueguen e interactúen entre ustedes.

¡Que disfruten de su sesión!

Si tiene alguna duda o pregunta contáctenos; cuanto antes mejor.

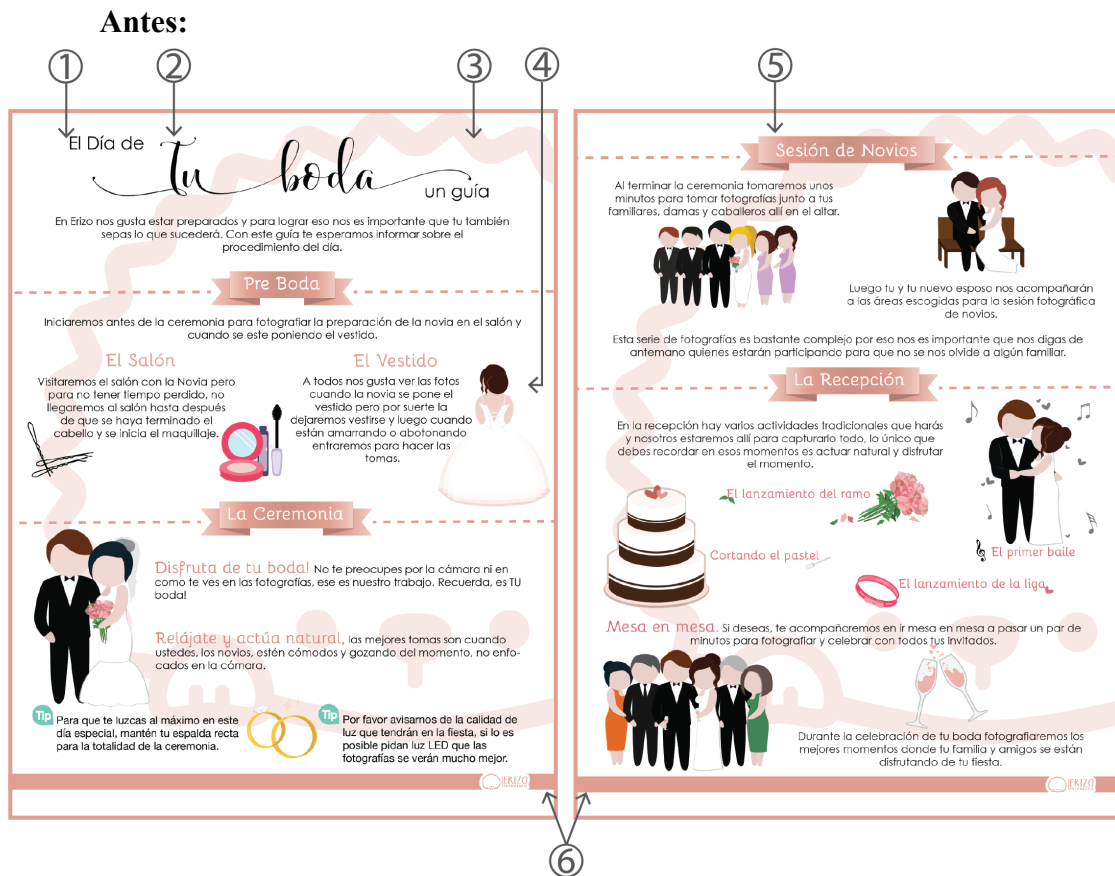
15 ave. 14-09 2:10 Oakland II | www.erizofoto.com | T: 2221 9163

ERIZO FOTOGRAFÍA

15 ave. 14-09 2:10 Oakland II | www.erizofoto.com | T: 2221 9163

ERIZO FOTOGRAFÍA

8.4.2 Guía Digital #2: Bodas



Cambios:

1. Se añadió una cinta con el logotipo del estudio de fotografía para aumentar presencia de marca.
2. Se alteró el título de la guía para que hubiera más unión con el tema.
3. El color de la guía se cambió a un tono más claro para aumentar el sentimiento de formalidad y se eliminó el erizo que se utilizaba como marca de agua para que el diseño fuera más estético.
4. Se ajusto el tamaño de la ilustración en el tema “El Vestido”, ya que anteriormente se salía de la línea gráfica.

5. El cintillo al fondo de la página se agrandó y se le agregó información de la empresa.
6. En “Sesión de Novios” se colocó una línea para separar dos columnas distintas y se cambió la ubicación del texto y la ilustración.

Después:

1 → ERIZO FOTOGRAFÍA

2 → *guía de tu boda* para sesión Fotográfica

En Erizo nos gusta estar preparados y para lograr eso nos es importante que tu también sepas lo que sucederá. Con esta guía esperamos informarte sobre el procedimiento del día.

3 → **Pre Boda**

Iniciaremos antes de la ceremonia para fotografiar la preparación de la novia en el salón y cuando se este poniendo el vestido.

El Salón
Visitaremos el salón con la Novia pero para no tener tiempo perdido, no llegaremos al salón hasta después de que se haya terminado el cabello y se inicia el maquillaje.

El Vestido
A todos nos gusta ver las fotos cuando la novia se pone el vestido pero por suerte, la dejaremos vestirse y luego cuando están amarrando o abotonando entraremos para hacer las tomas.

4 → **La Ceremonia**

Disfruta de tu boda! No te preocupes por la cámara ni en cómo te ves en las fotografías, ese es nuestro trabajo. Recuerda, es TU boda!

Relájate y actúa natural. las mejores tomas son cuando ustedes, los novios, estén cómodos y gozando del momento, no enfocados en la cámara.

Tip Para que te luzcas al máximo en este día especial, mantén tu espalda recta para la totalidad de la ceremonia.

Tip Por favor avisarnos de la calidad de luz que tendrán en la fiesta, si lo es posible pidan luz LED que las fotografías se verán mucho mejor.

5 → **Sesión de Novios**

Al terminar la ceremonia tomaremos unos minutos para tomar fotografías junto a tus familiares, damas y caballeros.

Luego tu y tu esposo nos acompañarán a las áreas pre establecidas para la sesión fotográfica de novios.

Esta serie de fotografías es bastante compleja por eso nos es importante que nos digas de antemano quienes estarán participando para que no se nos olvide a algún familiar.

6 → **La Recepción**

En la recepción hay varias actividades tradicionales que harás y nosotros estaremos allí para capturarlo todo, lo único que debes recordar en esos momentos es actuar natural y disfrutar el momento.

El lanzamiento del ramo
Cortando el pastel
El lanzamiento de la liga
El primer baile

Mesa en mesa. Si deseas, te acompañaremos a pasar un par de minutos para fotografiar y celebrar con todos tus invitados.

Durante la celebración de tu boda fotografiaremos los mejores momentos donde tu familia y amigos se están disfrutando de tu fiesta.

15 ave. 14-09 2:10 Oakland II | www.erizofoto.com | T: 2221 9163

ERIZO FOTOGRAFÍA

8.4.3 Guía Digital #3: Newborn

Antes:

Después:

⑦

Cambios:

1. Se añadió una cinta con el logotipo del estudio de fotografía para aumentar presencia de marca.
2. Se alteró el título de la guía para que hubiera más unión.
3. Se eliminó el erizo que se utilizaba como marca de agua.
4. Se cambiaron la tipografías utilizadas para los tips, ya que no eran las que correspondían.
5. Se hicieron cambios al contenido de la guía para mejorar su redacción.
6. Se cambió el tamaño de las ilustraciones en los temas “El Set” y “Qué traer” para
7. El cintillo al fondo de la página se agrandó y se le agregó información de la empresa.

8.4.4 Guía Digital #4: Smash the Cake

Antes:

Después:

① Sesión Fotográfica

②

③

④

⑤

⑥

Cambios:

1. Se añadió una cinta con el logotipo del estudio de fotografía para aumentar presencia de marca.
2. Se alteró el título de la guía para que hubiera más unión.
3. Se intensificó el color de la guía para aumentar su legibilidad, por lo mismo que se eliminó el erizo que se utilizaba como marca de agua.
4. El tamaño de la ilustración en el tema “¡Celebremos!” se redujo, para que no fuera demasiado abrumador al texto.
5. Por requerimiento de la cliente se cambió el listado de cosas que traer para la sesión, y se alteró la posición de la pañalera para que ya no topara con el texto.
6. El cintillo al fondo de la página se agrandó y se le agregó información de la empresa.

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

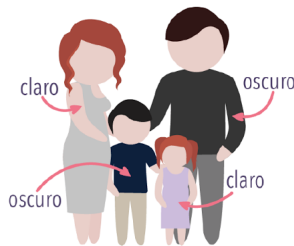
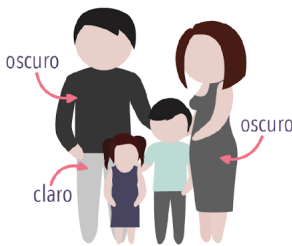
Guía Digital #1: Vestimenta- pg.1



guía para sesión Fotográfica

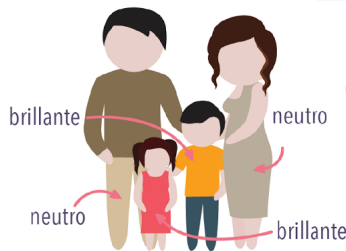
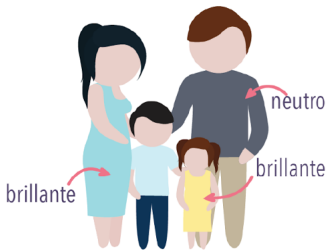
Para toda sesión fotográfica es importante conocer las posibilidades que se pueden formar únicamente con la vestimenta, con esta guía se estará presentando las distintas combinaciones que se pueden utilizar.

Contraste



Tip Has un contraste de colores y crea más unidad y originalidad en tus fotografías.

Brillantes & Neutros



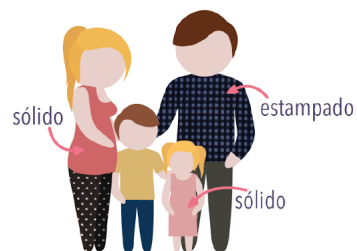
Colores sugeridos

Colores brillantes	Colores neutros

Patrones & Sólidos



Tener patrones con sólidos en tus fotografías también es recomendado con que el patrón no sea demasiado cargado o distinto a los colores que usarán los demás.



📍 15 ave. 14-09 z.10 Oakland II 🌐 www.erizofoto.com 📞 T: 2221 9163



11 in

8.5 in

Vestimenta- Pg.2

Combinación de Colores

Colores fríos



Colores cálidos



NO! todos iguales.



Papás en colores fríos, niños en colores cálidos **Tip**



NO! Líneas muy delgadas y juntas.

Tip Vístete con prendas que te tallen y hagan sentir cómoda, si te sientes ajustada y estas acomodando tu ropa se verá reflejado en la fotografía.

Maquillaje



Polvo, máscara y rubor serán mas que suficiente, el polvo disminuirá el brillo de tu rostro en la fotografía.



Arréglate las uñas, es probable que en alguna toma se enfoque en tus manos, así que lúcelas!

Cabello

Si quieres que tu cabello tenga un estilo particular, puedes estilizarlo. Las opciones que tienes son casi infinitas de acuerdo a tus preferencias personales. Recuerda no debes exagerar y usar algo extravagante o incomodo, debes sentirte cómodo con lo que decidas.



Frente a la cámara



Nuestro objetivo es alcanzar un look natural y casual. Mantén un estado amigable mira a las otras personas, ríen, hagan cosquillas, jueguen e interactúen entre ustedes.

¡Que disfruten de su sesión!

Si tiene alguna duda o pregunta contáctenos; cuanto antes mejor.


📍 15 ave. 14-09 z.10 Oakland II
🌐 www.erizofoto.com
☎ T: 2221 9163



11 in

8.5 in

Guía Digital #2: Bodas- pg. 1



guía de Tu boda

para sesión
Fotográfica

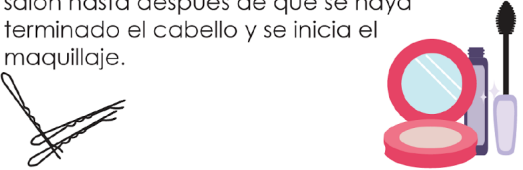
En Erizo nos gusta estar preparados y para lograr eso nos es importante que tu también sepas lo que sucederá. Con esta guía esperamos informarte sobre el procedimiento del día.

Pre Boda

Iniciaremos antes de la ceremonia para fotografiar la preparación de la novia en el salón y cuando se este poniendo el vestido.


El Salón

Visitaremos el salón con la Novia pero para no tener tiempo perdido, no llegaremos al salón hasta después de que se haya terminado el cabello y se inicia el maquillaje.




El Vestido

A todos nos gusta ver las fotos cuando la novia se pone el vestido pero por suerte la dejaremos vestirse y luego cuando están amarrando o abotonando entraremos para hacer las tomas.




La Ceremonia



Disfruta de tu boda! No te preocupes por la cámara ni en como te ves en las fotografías, ese es nuestro trabajo. Recuerda, es TU boda!


Relájate y actúa natural, las mejores tomas son cuando ustedes, los novios, estén cómodos y gozando del momento, no enfocados en la cámara.

Tip Para que te luzcas al máximo en este día especial, mantén tu espalda recta para la totalidad de la ceremonia.



Tip Por favor avisarnos de la calidad de luz que tendrán en la fiesta, si lo es posible pidan luz LED que las fotografías se verán mucho mejor.

📍 15 ave. 14-09 z.10 Oakland II
🌐 www.erizofoto.com
📞 T: 2221 9163



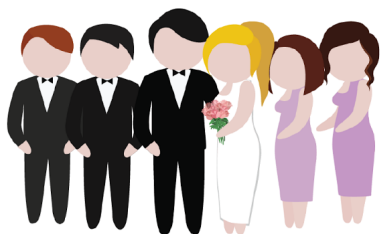
11 in

8.5 in

Bodas- pg. 2

Sesión de Novios

Al terminar la ceremonia tomaremos unos minutos para tomar fotografías junto a tus familiares, damas y caballeros.



Luego tu y tu esposo nos acompañarán a las áreas pre establecidas para la sesión fotográfica de novios.



Esta serie de fotografías es bastante compleja por eso nos es importante que nos digas de antemano quienes estarán participando para que no se nos olvide a algún familiar.

La Recepción

En la recepción hay varias actividades tradicionales que harás y nosotros estaremos allí para capturarlo todo, lo único que debes recordar en esos momentos es actuar natural y disfrutar el momento.



El lanzamiento del ramo

Cortando el pastel



El primer baile



El lanzamiento de la liga

Mesa en mesa. Si deseas, te acompañaremos a pasar un par de minutos para fotografiar y celebrar con todos tus invitados.



Durante la celebración de tu boda fotografiaremos los mejores momentos donde tu familia y amigos se están disfrutando de tu fiesta.

📍 15 ave. 14-09 z.10 Oakland II 🌐 www.erizofoto.com ☎ T: 2221 9163



11 in

8.5 in

Guía Digital #3: Newborn



Sesión Fotográfica

Newborn

una guía 

El Set

En Erizo esta sesión es la más atesorada y por eso convertimos al estudio en un ambiente 100% seguro para recién nacidos. Habrá calefacción durante toda la sesión y todo lo que se estará usando será desinfectado.

Tip Los bebés a esta edad no regulan su temperatura por lo cual utilizamos los calentadores; es probable que tu también sientas calor por eso recomendamos que traigas ropa ligera para que te sientes cómoda.





A esta sesión te recomendamos, ¡traer la pañalera llena! Tu bebé necesita toda la atención y cuidado.

Asegura que vengas equipada con lo siguiente:

- Pañales
- Colchitas
- Ropa extra para tu bebé
- Bastantes toallas húmedas
- Moños y banditas para el pelo

Durante la mayor parte de la sesión tu bebé estará sin ropa pero si tienes alguna prenda especial para cubrir el pañal o que tenga valor sentimental, tráelo y lo utilizaremos.

Tip Te sugerimos que tu y tu pareja traigan un cambio de ropa ya que al realizar la sesión con tu bebé cuando esta desnudo puede haber algún accidente.

Mamá

Te recomendamos que la sesión sea los primeros 10 días de nacimiento de tu bebé, ya que duermen más tiempo en estos días y están acostumbrados a estar acurrucados.

Tip Te recomendamos que programes tu sesión por la mañana ya que los bebés a esta hora han descansado y también te recomendamos que le des de comer aquí en el estudio o en el carro antes de llegar.

¡Que disfruten de su sesión!

Si tiene alguna duda o pregunta contáctenos; cuanto antes mejor.



📍 15 ave. 14-09 z.10 Oakland II

🌐 www.erizofoto.com

☎ T: 2221 9163



11 in

8.5 in

Guía Digital #4: Smash the Cake.



Sesión Fotográfica

Smash the Cake

una guía

¿Ya cotizaste su sesión Smash the Cake? una sesión llena de risas y de pastel que no vas a querer olvidar. Esta Guía te informará de lo que deberás traer y planificar de la sesión.

¡Celebremos!



¡Se creativa! así la sesión será aún más alegre y memorable. Comunícate con nosotros sobre tus ideas para que te podamos ayudar.

Tip

 Te recomendamos traer globos con helio, sombreros de cumpleaños o moños para tener una sesión más creativa.

¡No te olvides del pastel! No incluimos el pastel cuando cotizas por lo cual tendrás que traerlo. Si se te es complicado conseguir uno nosotros conocemos de alguien que ha hecho pasteles para nuestras sesiones anteriormente, si deseas puedes pedir uno a través de Erizo y a un precio especial.

Que Traer



Además de empacar la pañalera con el atuendo para la sesión de fotos asegúrate de traer lo siguiente:

- Un cambio extra de ropa para tu hijo.
- Un cambio de ropa para ti.
- Una toalla para limpiar el pastel de su hijo.
- Una sorpresa que emocione a tu hijo en caso de que no quiera sonreír.



Antes de Sesión

Antes de iniciar la sesión es importante que tu hijo se acomode a la fotógrafa y a todo el ambiente de Erizo. Tenemos un área de juegos en la sala de espera donde su hijo se pueda tranquilizar y conocer a la fotógrafa.



¡Que disfruten de su sesión!

Si tiene alguna duda o pregunta contáctenos; cuanto antes mejor.



📍 15 ave. 14-09 z.10 Oakland II

🌐 www.erizofoto.com

☎ T: 2221 9163



11 in

8.5 in

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración:

Proceso creativo y elaboración de propuesta. Se sugiere incluir un cronograma de trabajo de horas semanales, así como el costo por hora. Es recomendable, para fines académicos, estimar una base de Q25.00 por hora trabajada. El costo estimado empieza a partir del proceso de elaboración de la propuesta inicial.

Proceso creativo, elaboración de propuesta y recopilación de información.	De abril a junio
Total de meses empleados en la realización de la Guía digital.	4 meses
Semanas	13 semanas
Total de días trabajadas	26 horas (2 días por semana)
Total de horas trabajadas	78 horas (3 horas por día)
Precio por hora	Q.25.00
El costo total de la elaboración de la Guía digital.	78 horas x Q.25.00= Q.1,950.00

10.2 Plan de costos de producción:

Realización de artes finales, producción de audio y video, prototipos virtuales. Para fines académicos, estimar una base de Q25.00 por hora trabajada. El costo estimado empieza a partir del proceso de producción de la propuesta final.

El proceso consistió en la digitalización de bocetos de artes finales, validación de la propuesta y realización de cambios para la propuesta final:	De julio a la primera semana de diciembre
Total de semanas trabajadas:	14 semanas
Total de días trabajadas:	42 (3 días por semana)
Total de horas trabajadas:	168 horas (4 horas al día)
Precio por hora:	Q. 25.00
Costo total de la elaboración final de la Guía digital:	168 horas x Q.25.00 Q.4,200.00

10.3 Plan de costos de reproducción:

Por el hecho que este trabajo únicamente se publicará por medios electrónicos, no hay ningún costo de reproducción. El sitio web donde se publicará, ya que es dominio propio de Erizo Fotografía.

10.4 Margen de utilidad

Se aplica un cobro de 20% al total de Q.6,150.00 para generar ganancias en completar el proyecto con un total final de Q.7,380.00.

10.5 Cuadro con resumen general de costos:

Proceso	Costo
Elaboración	Q.1,950.00
Producción	Q.4,200.00
Reproducción	Q.00.00
Sub Total	Q.6,150.00
Margen de Utilidad (20%)	Q.1,230.00
Monto Total	Q.7,380.00
I.V.A (12%)	Q.885.60
Gran Total	Q.8,265.60

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones:

1. Se diseñaron guías digitales donde se pueda visualizar la vestimenta y accesorios recomendados a los clientes para las sesiones fotográficas que realiza el estudio Erizo.
2. Fue de gran importancia investigar información relacionada con la guía digital para obtener de manera adecuada la integración a este proyecto.
3. Recopilar información acerca de la empresa para conocer las necesidades del cliente y lo necesario en una sesión fotográfica, es suficiente para diseñar un guía digital.
4. Diagramar la información necesaria de la guía con simplicidad y permite realizar una sesión fotográfica de calidad.
5. Se concluyó que las ilustraciones dentro de las guías explican los temas con claridad.

11.2 Recomendaciones:

1. Utilizar estas guías para asistir a los clientes con sus respectivas sesiones fotográficas con el motivo de reducir dudas y proveer un servicio profesional.
2. Si en algún momento la empresa desea añadir información a estas guías, se recomienda investigar la información antes de colocar para mantener la entidad de la guía.
3. No se recomienda el cambio de colores a las guías, ya que comunican de manera adecuada el tema de cada uno.
4. Asegurar que la marca de la empresa siempre esté visible en las guías para establecer a Erizo Fotografía como propietario del diseño y la información.
5. No se recomienda cambiar el tamaño de la guías si la persona no tiene conocimientos de los programas necesarios para hacer el cambio.
6. Colocar un candado a las guías cuando sean publicadas en el sitio web para asegurarlas como propiedad de la empresa.
7. Cualquier cambio que se intente hacer a las guías es recomendable obtener autorización de Ximena García, gerente y fotógrafa de Erizo Fotografía.

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos:

Conocimientos Generales

Software

El diseño y elaboración de textos se hizo completamente en Adobe Illustrator aunque ciertas elementos como las combinaciones de colores y uso de márgenes y manejo de espacios entre ilustraciones y textos se dio a conocer en los cursos de Adobe InDesign y Adobe Photoshop.



Comunicación



Intercultural • Social • Psicología de la Comunicación

La comprensión de la comunicación es vital para poder transferir y recibir información porque hay tantas maneras en que se puede lograr esto que es importante saber con quién se está comunicando. Saber quién es el receptor de la información permite investigar mejores maneras de expresar esta información con más simpleza y eficiencia.

Diseño

Diseño Gráfico • Diseño Editorial • Visualización gráfica

La planificación y elaboración de elementos gráficos y textos a una línea gráfica que cree una unión con la información y lo visual para poder comunicar cualquier mensaje con más eficiencia. El bocetaje, investigación y del proyecto fueron diseñados siempre tomando en cuenta estas enseñanzas para crear un trabajo más completo.



Semiología

Imagen • Discurso

Conocer y comprender la facilidad en que los símbolos e imágenes pueden comunicar cualquier idea simple y compleja permitió elaborar un diseño sencillo con varias ilustraciones para fortalecer los diversos temas expresados en las guías digitales.



Fotografía

Aunque en el proyecto de guías digitales no se utilizó la fotografía fue de mucha importancia conocer de ella; ya que al conocer la técnica, el uso de luz y lo que hace a una buena fotografía abrió puertas para mejorar el diseño de las ilustraciones en el proyecto.



Capítulo XIII- Referencias

A-

Adobe.com. (2016). *Adobe.com*. Obtenido el 5 agosto, 2016, de

<http://www.adobe.com/es/products/photoshop.html>

<http://www.adobe.com/la/products/illustrator.html>

Armstrong, G & Kotler, P. (c2011). *Marketing an Introduction*. (10 ed.). New Jersey: Pearson. Traducida al español.

C-

Concepto.de. (2015). *Concepto.de*. Obtenido en febrero, 2017, de

<http://concepto.de/que-son-y-cuales-son-los-medios-de-comunicacion/>

Conceptodefinicion.de. (2014). *Conceptodefinicion.de*. Obtenido el 20 de febrero, 2017, de <http://conceptodefinicion.de/metodo-cuantitativo/>

D-

Dictionary.com. (2016). *Dictionary.com*. Obtenido el 27 julio, 2016, de

<http://www.dictionary.com/browse/graphic-design?s=t> Traducido al español.

E-

Ecuredcu. (2017). *Ecuredcu*. Obtenido el 5 de abril, 2017, de

https://www.ecured.cu/Teoría_del_color

Educacion.es. (2016). *Educaciones*. Obtenido el 27 julio, 2016, de

http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/8/cd_2013/m1_5/documentos_impresos.html

H-

Hernández, Manuel. "Población Supera Los 17.1 Millones." Prensa Libre.

Obtenido el 6 enero, 2016. Web.

<http://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/poblacion-supera-los-171-millones>

Hijos de J. Espasa. (1922). *Enciclopedia Universal Ilustrada*. España.

J-

Jose Zambrano. (2013). Blogspot.com. Obtenido 14 de marzo, 2017, de

<http://comunicacion-digital-jose.blogspot.com/2013/04/definicion-comunicacion-digital.html>

K-

Kelsey campbell-dollaghan. (2017). Gizmodo. Obtenido el 5 de abril, 2017, de

<http://gizmodo.com/what-is-flat-design-508963228>

L-

Larousse. (2006). *Diccionario Enciclopédico usual*. (3ra ed.). Granjas Esmeralda,

México, DF: Larousse, SA.

Lexicoon.org. (2016). *Lexicoon.org*. Obtenido el 20 julio, 2016, de

<http://lexicoon.org/>

O-

Ofifacil. (2016). *Ofifacil.com*. Obtenido el 2 de agosto, 2016, de

<http://www.ofifacil.com/ofifacil-infografias-que-es-definicion-como-se-hacen.php>

Oriol llauradó. (2014). *Netquest.com*. Obtenido el 20 de febrero, 2017, de

<https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>

P-

Parduelles, M. (2013). *GestioPolis - Conocimiento en Negocios*. Obtenido el 26

de julio, 2016, de <http://www.gestiopolis.com/psicologia-del-consumidor/>

Psicologiadelcolor.es. (2013). *Psicología del Color*. Obtenido el 25 de julio,

2016, de <http://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-del-color/>

R-

Real Academia Española. (2016). *Real Academia Española*. Obtenido el 27 de

julio, 2016, de <http://www.rae.es/>

S-

Senati.edu.pe. (2016). *Senati.edu.pe*. Obtenido el 8 de agosto, 2016, de

<http://www.senati.edu.pe/eti/carrera-profesional/disenio-grafico-digital>

Slideshare.net. (2016). *Slideshare.net*. Obtenido el 7 de septiembre, 2016, de

<http://www.slideshare.net/StephaniePinzon09/psicologa-de-la-comunicacin-52021953>

<https://www.slideshare.net/marielacorallo/tema-2-semiologa-de-la-imagen>

Staffcreativa.pe. (2014). *Rincón Creativo*. Obtenido el 5 agosto, 2016, de <http://www.staffcreativa.pe/blog/disenio-editorial-definicion/>

Stanton, W.J, Etzel, M.J & Walker, B.J. (2003). *Fundamentos de Marketing*. (13 ed.). Mexico: McGraw Hill.

T-

Thefreedictionary.com. (2016). *TheFreeDictionary.com*. Obtenido el 5 de agosto 2016, de <http://www.thefreedictionary.com/prop> -Traducido al español.

U-

Universidad galileo. (2016). *Universidad Galileo*. obtenido el 1 de octubre, 2016, de <http://www.galileo.edu/acerca-de-galileo/datos-de-universidad-galileo/>

V-

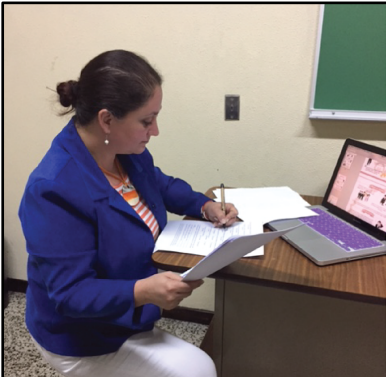
Vicente Robisco. (2016). *Neuronilla.com*. Obtenido el 18 de agosto, 2016, de <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/55-mapas.html>

W-


Wordpress.com. (2013). Definición de Niveles Socioeconómicos. Obtenido el 20 de enero, 2017, de <https://mtjerez62.files.wordpress.com/2014/06/estudio-nse-guatemala-multivex-2009.pdf>

Capítulo XIV: Anexos

Profesionales:



Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

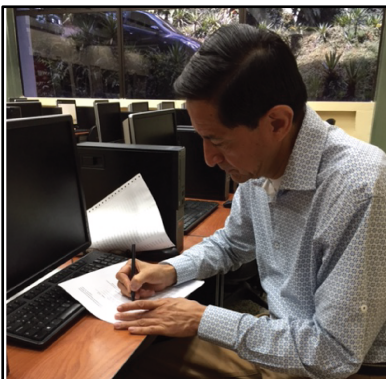
 Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Genero: Femenino Masculino Edad: 45

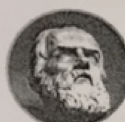
Nombre: Surdez Quin

Profesión: Licda en Comunicación

Puesto: Docente



Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis


 Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Genero: Femenino Masculino Edad: 55

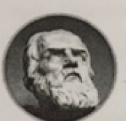
Nombre: CHARLES E FRANCO KOLDEN.

Profesión: COMUNICADOR Y DIRECTOR

Puesto: DOCENTE.



Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis


 Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Genero: Femenino Masculino Edad: 45a.

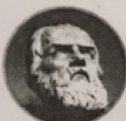
Nombre: Wendy Franco

Profesión: Licda. Com para la Educación

Puesto: Coordinadora Académica



Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

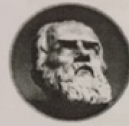
 Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Genero: Femenino Masculino Edad: 35

Nombre: Ma Alejandra Rodríguez Paul

Profesión: Admón. Educación, Innovación.

Puesto: Administración



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Genero: Femenino Masculino Edad: 28
Nombre: Andrea Aguilar
Profesión: Lic en comunicación y diseño
Puesto: Catedrática

Clientes:



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

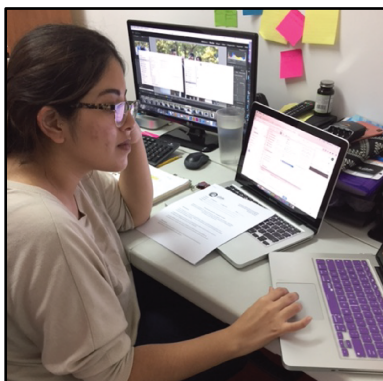
Genero: Femenino Masculino Edad: 29
Nombre: Ximena García
Profesión: Diseñadora Industrial / Fotógrafa
Puesto: _____



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Genero: Femenino Masculino Edad: 43
Nombre: Michelle Moscoso
Profesión: Diseñadora
Puesto: Diseñadora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura de Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Genero: Femenino Masculino Edad: 22
Nombre: María Alejandra Rosales Fernández
Profesión: Diseñadora gráfica
Puesto: Diseñadora