



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de revista digital, para informar a los clientes reales y potenciales acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa Green Print.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

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

ELABORADO POR:

Farid René Álvarez Morán
No. De carne: 09000606

Para optar al título de:

LICENCIATURA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, abril 2013


Guatemala 05 de junio de 2013

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

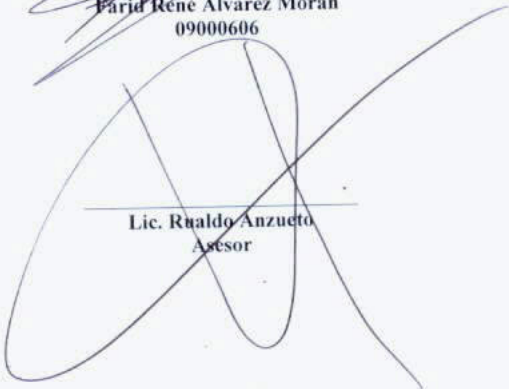
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
**DISEÑO DE REVISTA DIGITAL PARA INFORMAR A LOS CLIENTES
REALES Y POTENCIALES ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS
QUE OFRECE LA EMPRESA GREEN PRINT.** Así mismo solicito que el Lic.
Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Farid René Alvarez Morán
09000606



Lic. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
LA REVOLUCIÓN EN LA EDUCACIÓN

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

Señor
Farid René Álvarez Morán
Presente

Estimado Señor Álvarez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado **DISEÑO DE REVISTA DIGITAL PARA INFORMAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA GREEN PRINT**. Así mismo, se aprueba al Lic. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de enero de 2014

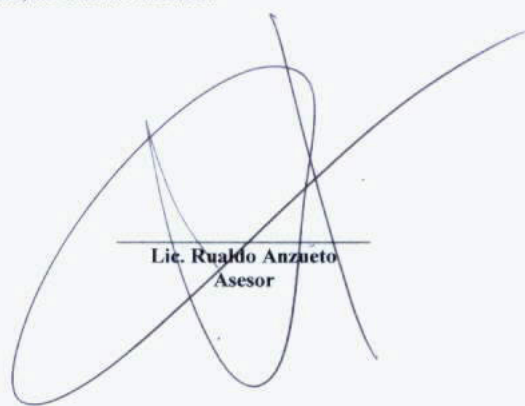
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE REVISTA DIGITAL PARA INFORMAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA GREEN PRINT.** Presentado por el estudiante: Farid René Álvarez Morán, con número de carné: 09000606, 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,



Lic. Rualdo Anzueto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de junio de 2014

**Señor
Farid René Álvarez Morán
Presente**

Estimada Señor Álvarez:

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, 11 de julio de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE REVISTA DIGITAL PARA INFORMAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA GREEN PRINT***, del estudiante Farid René Álvarez Morán, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porrés Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 14 de julio de 2014

Señor
Farid René Álvarez Morán
Presente

Estimada Señor Álvarez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE REVISTA DIGITAL PARA INFORMAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES ACERCA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA GREEN PRINT.** Presentado por el estudiante: Farid René Álvarez Morán, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector administrativo

Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto

Resumen

La empresa Green Print carece de material digital para dar a conocer sus productos y servicios, los clientes reales y potenciales.

El objetivo general fue diseñar una revista digital para dar a conocer los productos que la empresa vende e imprime. Para validar el proyecto fue necesario realizar una encuesta con respuestas cerradas, ejecutándose de manera personal.

Se encuestó a 3 grupos de personas para conocer sus opiniones respecto del proyecto:

- Cliente (1 funcionario de la empresa Green Print)
- Grupo objetivo (25 colaboradores de la empresa Green Print).
- Experto (2 licenciados en diseño).

Los resultados obtenidos establecieron parámetros para identificar qué posibles elementos se cambiarían para mejorar la propuesta final del proyecto.

Uno 100% de los encuestados consideró adecuada la implementación de la revista digital, de esta manera se logró mayor atracción de lectura para los colaboradores, en su mayoría jóvenes, apuntando al objetivo de mantener informados de los distintos productos de la empresa Green Print.

8% de los encuestados dijo que el texto no era legible, se cambió a un tamaño legible. La recomendación fue que la revista es un documento digital aplicable a cualquier dispositivo móvil, así den a conocer mas los productos de la empresa Green Print.

Índice.

Capítulo I.....	1
1.1.Introducción.....	1,2
Capítulo II: Problemática.....	3
2.1 Contexto.....	3
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	3
2.3 Justificación.....	3
2.3.1 Magnitud.....	4
2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
2.3.3 Trascendencia.....	5
2.3.4 Factibilidad.....	5
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	5
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	5
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	5
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	5
Capítulo III: Objetivos de diseño.....	6
3.1. Objetivo general.....	6
3.2. Objetivos específicos.....	6,7
Capítulo IV: Marco de referencia.	8
4.1 Información general del cliente.....	8, 9
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	10
5.1 Perfil geográfico.....	10
5.2 Perfil demográfico.....	10
5.3 Perfil psicográfico.....	11
5.4 Perfil conductual.....	11, 12
Capítulo VI: Marco teórico.....	13
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	13,14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño....	14,15
y 16.	
6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	16,17
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.....	18,19,20,21
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	22
6.3.1.1 semiología.....	22,23,24
6.3.2 Artes.....	24,25
6.3.3 Teorías.....	25,26
6.3.4 Tendencias.....	26,27

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....	28
7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	28
7.2 Conceptualización.....	28
7.2.1 Método.....	28
7.2.1.1 Técnica ESTRATAL.....	28,29
7.2.1.2 Lluvia de ideas.....	29,30
7.2.2 Definición del concepto.....	31
7.3 Bocetaje.....	31,32,33,34,35
7.4 Propuesta preliminar.....	35,36,37,38
Capítulo VIII: Validación técnica.....	39
8.1 Población y muestreo.....	39
8.2 Método e Instrumentos.....	40,41,42
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	43,44,45,46,47
8.4 Cambios en base a los resultados.....	48
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	49,50 al 66
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.....	66
10.1 Plan de costos de elaboración.....	67
10.2 Plan de costos de producción.....	67
10.3 Plan de costos de reproducción.....	68
10.4 Plan de costos de distribución.....	68
10.5 Cuadro resumen.....	69
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.....	70
11.1 Conclusiones.....	70
11.2 Recomendaciones.....	70,71
Capítulo XII: Conocimiento general.....	72
Capítulo XIII: Referencias.....	73,74,75
Capítulo XIV: Anexos.....	76,77

Capítulo 1

Introducción

Capítulo 1

Introducción

La empresa Green Print está dedicada a la impresión de productos promocionales y de publicidad. Inicia sus operaciones en el año 2010 y empieza a dar un mensaje positivo a la gente con su eslogan “Siempre verde”.

La elaboración de la revista digital para la empresa Green Print, surge al observar la necesidad de utilizar medios de comunicación externa para enlazar a los clientes reales y potenciales a la empresa. A lo largo de sus 4 años dan información vía telefónica a los clientes. Esto hace difícil estandarizar precios, medidas y qué productos son los que imprimen.

Por lo anterior y con el propósito de apoyar a la unidad de comunicación externa, se sugiere la elaboración de una revista digital para publicarla en la intranet de la empresa y así tener fuente de datos para informar a los clientes reales y potenciales acerca de los productos que ellos venden e imprimen.

El objetivo general que se planteó es diseñar una revista digital para dar a conocer los productos de la empresa y hacerla llegar a los clientes reales y potenciales.

Para la construcción de la revista digital se consultan expertos en revistas digitales y diseñadores gráficos de la empresa, para producir buena comunicación y diagramación del material.

La propuesta gráfica se realizó en base a la frase “Siempre verde”, dando así un diseño sencillo y ecológico, sin saturar cada hoja con mucho texto y poniendo 3 fotos por hoja.

Para la validación de la propuesta gráfica se utilizó la encuesta como herramienta, aplicable a 5 expertos de la materia, 25 encuestados del grupo objetivo, comprendidos entre las edades de 20 a 45 años.

Con los resultados obtenidos se comprobó que el 100% de los encuestados considera necesaria la implementación del material digital, para mantener informados a los clientes reales y potenciales de la empresa Green Print. Por lo anterior, se realizó la revista digital para tener mejor comunicación, y mejorar las ventas con los clientes reales y potenciales de la empresa.

Capítulo 2
Problemática

Capítulo II: Problemática

En esta presente investigación se da a conocer la problemática de la empresa Green Print, que llevará a cabo una revista digital de la que carece la empresa.

La revista digital tiene como propósito fundamental difundir información de todos los productos que la empresa ofrece para los clientes reales y potenciales.

2.1 Contexto:

Se observó, durante el periodo del ejercicio profesional supervisado, que la empresa Green Print atiende a los clientes al dar precios y presupuestos por teléfono. Dicha empresa no cuenta con ninguna revista digital para promover sus productos, dar a conocer sus promociones, descuentos y nuevas alternativas para crear sus impresiones.

Con la nueva creación de la revista digital se podrá darle nueva imagen a la empresa ya que los clientes estarán satisfechos de realizar sus trabajos y seguros de que sus impresiones serán creativas y con nueva tendencia.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño:

Green Print carece de revista digital para informar a los clientes reales y potenciales acerca de los productos y servicios internos y externos que ofrece.

2.3 Justificación:

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención de este proyecto, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

2.3.1. Magnitud:

Según el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala (INE).

Guatemala cuenta con una superficie de 108,889 km² y con una población de 15 millones de habitantes y la Ciudad capital tiene una superficie de 996 km² y una población de 4.5 millones de habitantes.

En la ciudad capital existen 77 empresas de plotter e impresión, dentro de estas empresas se encuentra Green Print y está ubicada en Avenida Las Américas.



2.3.2. Vulnerabilidad:

Se requiere de la realización de una revista digital que oriente a los clientes de la empresa Green Print, para conocer con amplitud los productos, servicios y promociones que la empresa realiza.

Green Print, a través de la implementación de la revista digital, podrá acercarse a sus clientes potenciales y así aumentar sus ventas.

2.3.3. Trascendencia:

Con la realización de la revista digital, se presentará la información adecuada a sus clientes potenciales con los diferentes productos y servicios de impresión en plotter, que ofrece la empresa Green Print.

2.3.4. Factibilidad:

El proyecto de revista digital se considera realizable, debido que se cuenta con los siguientes recursos:

2.3.4.1 Recursos Humanos:

La empresa Green Print cuenta con profesionales de servicios de diseño gráfico y con el personal administrativo, estos impartiendo la información y el apoyo general hacia dicho proyecto.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales:

Son los encargados de autorizar que el personal administrativo brinde toda la información necesaria para la realización de la revista digital, integrando a los ejecutivos de la empresa Green Print.

2.3.4.3 Recursos Económicos:

Los recursos económicos para la realización de dicho proyecto se otorgarán con el apoyo por parte de la empresa sin prestar costo, ya que la revista es en forma digital.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:

La empresa Green Print cuenta con los recursos tecnológicos, ya que se tiene todo el equipo y herramientas necesarias para la realización de la revista digital.

Capítulo 3
Objetivos del
diseño

Capítulo III - Objetivos del diseño

3.1 El objetivo general:

Crear una revista digital para informar a los clientes reales y potenciales acerca de los productos y servicios que ofrece la empresa Green print.

3.2 Objetivos específicos:

3.2.1 Recopilar acerca de publicaciones existentes similares, en portales electrónicos y/o físicos de empresas de impresión y plotter, para documentar información y el grupo objetivo al que se dirige el material.

3.2.2 Investigar la información a incluir dentro de la revista, proporcionada por la empresa Green Print, para la realización del proceso de diagramación y diseño de la revista, que llegará a los futuros clientes y potenciales de la empresa.

3.2.3 Diagramar el contenido que conformará la publicación, a través de la selección y distribución del material informativo y gráfico, para que posea fácil visualización al lector.

3.2.4 fotografiar los productos necesarios para la composición visual de la información que será contenida dentro de la revista digital en la empresa Green Print.

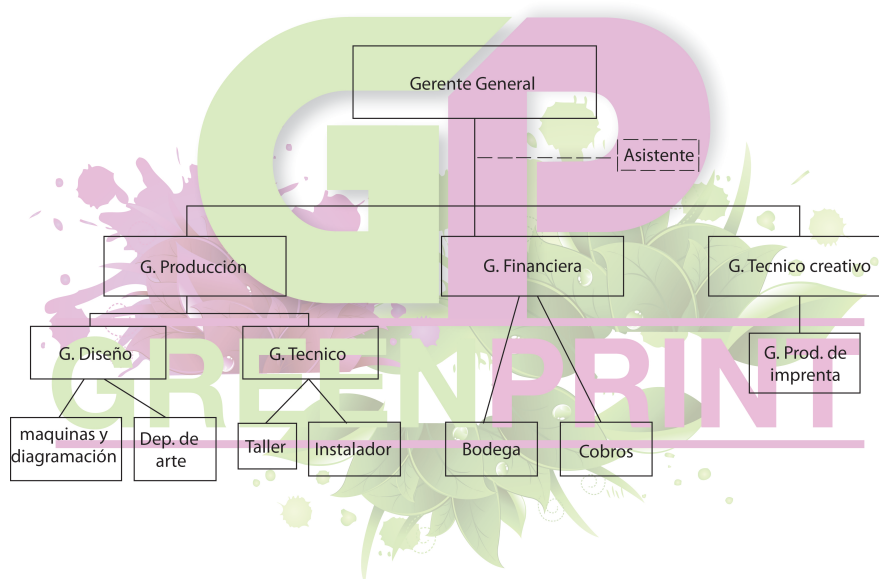
3.2.5 Se elaborará la revista digital en formato PDF, para publicarlo en la página de la empresa y que la conozcan los clientes.

Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General				
Específico	Se estableció una previa investigación por la que se decidió realizar la revista digital, ya que la empresa carecía de esta.	Investigar		
Específico	Se determinó un acuerdo con los de la empresa para que ellos dieran la debida información para realizar la revista.	Recopilar		
Específico	Se va a determinar las fotografías del producto que vende la empresa para realizar el proyecto	Fotografiar (según el caso)		
Específico	Se va dar a conocer el diseño de la revista a través de un borrador.	Diseñar (según el caso)		
Específico	Al final se elaborará una revista digital en formato PDF para publicarlo en la pagina de la empresa y que la conozcan los clientes.			

Capítulo 4
Marco de
Referencia

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente:



Misión:

Satisfacer en calidad y rapidez, la necesidad de impresión digital personalizada bajo demanda; pequeño y gran formato, sobre cualquier superficie con tecnología de vanguardia. Ofrece soluciones y una experiencia única para el cliente.

Visión:

Ser líder en el mercado local y regional de impresión digital personalizada, manteniendo la calidad y la rapidez con buen equipo de trabajo capacitado. Ofreciendo un excelente servicio al cliente a precios justos.

FODA:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">✓ Precios intermedios.✓ Buenas impresiones.✓ Calidad en impresiones.✓ Entrega inmediata.	<ul style="list-style-type: none">✓ Abarcar más y mejores marcas a nivel nacional.✓ Tienen la capacidad de establecer relaciones con otras personas.✓ Un mayor posicionamiento en el mercado guatemalteco.<ul style="list-style-type: none">✓ Aplicación de nuevas impresiones y troquelados.
DEBILIDADES	AMENANZA
<ul style="list-style-type: none">✓ No cuentan con una revista impresa que informe a los clientes.✓ No es una empresa formal.✓ falta de personal capacitado para la atención de los clientes.✓ Los altos mandos dentro de la empresa no están bien organizados.	<ul style="list-style-type: none">✓ Pérdida de interés por parte de los altos mandos.✓ Alza de los precios de las competencias.✓ Las ventas que hacen los clientes bajo pedido toman mucho tiempo en producirse.✓ Disminuyen la atención a nuevos clientes y solo le toman importancia a los clientes anteriores.

Capítulo 5
Definición del
grupo
objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

La revista digital "Green Print" será publicada en la página web de la empresa y recibirá participación de los Gerentes y del área administrativa, que son los que buscan estar más informados sobre los presentes clientes.

5.1 Perfil geográfico: POBLACIÓN Y SUPERFICIE DE GUATEMALA.

Guatemala es un país con más de 11.500.000 habitantes en el año 2013. Su capital es actualmente la más grande de Centroamérica, es un país joven y enriquecido de sus variadas cosechas.

La densidad de la población es de 104,6 habitantes por km², el clima es variado, predominando un agradable promedio templado, que perdura a lo largo de todo el año.

Los colaboradores de la empresa son del departamento de Guatemala.

5.2 Perfil demográfico: Está dirigido a un nivel socio económico C- al B.

Datos estadísticos del grupo objetivo:

Edad: 18-50 años

Género: femenino - masculino

Ocupación: estudiantes –profesionales y empresarios

Nacionalidad: Guatemalteca

Se debe referir a una tabla de categorización social donde se exponen los datos estadísticos del grupo objetivo, como el nivel socio-económico, nivel educativo, género, ciclo de vida, entre otros.

5.3 Perfil psicográfico: Aquí se describen los aspectos relevantes al comportamiento psicológico del grupo,

Hábitos:

Cumplen con su trabajo establecido
son disciplinados y responsables

Hobbies:

algunos colaboradores jugaban cartas

Actividades:

Celebran cada cumpleaños, desde el puesto mas bajo hasta el alto.

Conducta:

Los colaboradores de la empresa Green Print, tienen una conducta positiva hacia cada cliente que ingresa a su empresa. Se sienten cómodos con el personal que lo atiende.

5.4 Perfil conductual: Debe referirse a la actitud que se tiene ante el producto servicio, personalidad, conducta, ocasión y beneficios de compra, como se comportan ante el producto y/o servicio.

Características	Nivel B	Nivel C +	Nivel C
Educación	Superior, licenciatura	Superior, licenciatura	Superior, licenciatura
Desempeño	Empresario, ejecutivo, profesional, comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comediante, vendedor, dependiente
Ingreso	Piso Q. 45mil	Piso Q. 20 mil	Piso Q. 12mil
Vivienda	Casa, departamento de lujo, financiado, 3 – 4 recámaras, 2 – 3 baños, 2 salas, alacena, 1 estudio, área de servicio, garaje para 2 – 4 carros.	Casa, departamento rentado o financiado, 2 – 3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garaje para 2 carros.	Casa, departamento rentado o financiado, 1 – 2 recámaras, 1 – 2 baños, sala, garaje para 2 carros.
Educación grupo	Hijos menores, colegios privados caros, mayores en la U, local o privada, post grado extranjero.	Hijos menores, colegios privados, mayores en la U privada y post grado extranjero con beca.	Hijos menores, colegios privados, mayores en la U, nacional.
Bienes de comodidad	2 tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, DIRECTV TV, cable, internet, 2 o mas equipos de audio, 3 TV plasma, máquina de lavar, secar platos y ropa, computadoras, portón eléctrico, todos los electrodomésticos.	1 tel mínimo, 1 – 2 cel, internet, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora familiar, electrodomésticos básicos.	1 tel mínimo, 1 – 2 cel, cable, radio, 2 TV, máquina de lavar ropa, electrodomésticos básicos.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el interior o extranjero.	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine, CC, parques temáticos locales.
Servicios bancarios financieros	2 – 3 ctas Q monetarios y ahorro, plazo fijo, TC intl, seguros y ctas en US \$	1 – 2 ctas Q monetarios y ahorro, plazo fijo 1 – 2 TC intl, seguro colectivo.	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local.

Capítulo 6
Marco teórico

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el servicio o producto

6.1.1:Green:

El verde tiene una fuerte afinidad con la naturaleza y nos conecta con ella, nos hace enfatizar con los demás, encontrando de una forma natural las palabras justas.

Las palabras claves del color verde son: naturaleza, armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad, frescura, estabilidad, resistencia. Verde oscuro: dinero.

El color verde tiene gran poder de curación, es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista, Por su asociación a la naturaleza, es ideal para promocionar productos de jardinería, turismo rural, actividades al aire libre o productos ecológicos.

Impresión:

Acción y efecto de imprimir, el sello que se estampa en un papel, hace referencia a marcar letras y otros caracteres gráficos en un papel u otro material.

Empresa:

Es la unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con el objetivo de producir algo o prestar un servicio que cubra una necesidad y, por el que se obtengan beneficios.

Cliente:

Es la persona que utiliza los servicios de una empresa o una persona profesional usa los servicios habitualmente de un comercio.

Cliente real:

Es aquel cliente fiel a tus productos que, a pesar de los pocos o muchos pedidos que hace, sigue comprando durante muchos años, ese es el cliente real, él hace los pedidos a la empresa y no busca a otro proveedor sino a ti.

Cliente potencial:

Es aquel cliente que uno le viene ofreciendo un producto para que lo compre ya hecho la oferta o rebajas. Para tenerlo como cliente hay que brindarle buen servicio y producto para que vuelva.

Producto:

El término producto proviene del latín productos. Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que es producido de manera natural o de manera artificial, elaborado mediante un trabajo para el consumo.

Se refiere al conjunto de atributos tangibles que son fácilmente identificables, por ejemplo, el precio, el color, el empaque, el diseño, el fabricante, el tamaño, la utilidad, etc., y que tienen un nombre que puede comprender cualquier persona. Por lo tanto, el producto en este sentido no es sólo material, sino que posee unos atributos psicológicos y simbólicos para los consumidores.

Servicio:

Conjunto de actividades que buscan responder a necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. Un servicio se diferencia de un bien físico o intangible.

Empresa:

Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de la producción y dedicada a actividades fabriles, mercantiles o de prestación de servicios.

Se puede calificar según la actividad económica que desarrollan, así las sociedades pueden ser anónimas, de responsabilidad limitada y de economía social cooperativas.

6.1.2: Print:

La impresión con tipos móviles en madera fue usada en China en el s. IX. El holandés Laurens Coster inventó los caracteres móviles, permite reproducir, en papel o materiales similares, textos y figuras mediante tipos, planchas u otros procedimientos. El proceso de impresión consiste en aplicar tinta sobre los tipos y transferirla al papel por presión, por extensión, se conoce como imprenta al lugar o taller donde se imprime.

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

La palabra comunicación, derivada del latín comunicaré, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

Se define como un proceso social en la que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno, esto implica personas e interacciones, la que incluye primariamente dos personas, un emisor y un receptor.

En toda comunicación tiene que haber un emisor y un receptor, es una actividad inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para influir de alguna manera, en el comportamiento de los demás.

Elementos mencionados anteriormente se pueden definir de esta manera:

- **Emisor:** Es el participante que envía el mensaje al otro participante.
- **Codificación:** El proceso de expresar el pensamiento en forma simbólica.
- **Mensaje:** El conjunto de símbolos que transmite el emisor.
- **Medio:** Los canales de comunicación por medio de los que el mensaje va del emisor al receptor.
- **Decodificación:** El proceso por medio del que el receptor asigna un significado a los símbolos codificados por el emisor.
- **Receptor:** El participante que recibe el mensaje enviado por el otro participante.
- **Respuesta:** Las reacciones del receptor después de verse expuesto al mensaje.

Tipos de comunicación:

- **Auditiva:** Es la comunicación desarrollada a través de sonidos producidos por el emisor.
- **Visual:** Consiste en la comunicación que el receptor percibe por la vista.
- **Táctil:** Se considera aquella donde el emisor y el receptor entran en contacto físico.
- **La comunicación intrapersonal:** Es un proceso de reflexión y no sale del ámbito privado porque no sale de la propia persona. (diálogo con él mismo).
- **La comunicación interpersonal:** La comunicación entre dos individuos de utilizan los cinco sentidos. Casi siempre se produce un FEED BACK inmediato.
- **La comunicación colectiva:** Se produce entre una persona y un grupo, o entre dos grupos de personas. La comunicación colectiva mantiene características de la comunicación interpersonal, boca – oreja. Tiene además implicaciones psicológicas y sociológicas.
- **Comunicación de masas:** Incide en la rapidez de la comunicación pero el grado de recuerdo de la comunicación es muy poco.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

El significado de la palabra diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

Es un desarrollo para la creación visual con un fin específico en el diseño, es un proceso creativo enfocado a definir nuevos conceptos y a resolver de modo original problemas y limitaciones, por lo que está ligado al proceso de innovación, se utiliza para crear algo nuevo o para mejorar lo existente. Contribuyendo así en los procesos de innovación radical o incremental.

El diseño suele utilizarse en el contexto de las artes, la arquitectura, la ingeniería y otras disciplinas. El momento del diseño implica una representación mental y la posterior plasmación de dicha idea en algún formato gráfico, visual, para exhibir cómo será la obra que se planea realizar.

Tipos de diseño:

- **Diseño editorial:** Todo lo que tiene que ver con la creación de productos impresos, en especial revistas, periódicos y libros.
- **Diseño corporativo:** Todo lo que tiene que ver la creación de logotipos, marcas e identidad visual de compañías, personas, organizaciones y productos.
- **Diseño de exposiciones:** Todo lo que tiene que ver con la creación de stands o layouts de exposición para tiendas, ferias, convenciones, actividades culturales y museos y galerías en cuyo caso también se suele referir como "Museografía".
- **Diseño de arte:** Se ocupa mucho de la producción escénica, filmación y TV, y tiene que ver con el diseño de escenografías y estilos visuales de producción.

- **Diseño publicitario:** Todo los objetos de comunicación visual relacionados con la promoción y difusión de mensajes comerciales.

- **Diseño digital:** Se ocupa del desarrollo y creación de imágenes por medios digitales.

- **Diseño fotográfico:** También conocido como "fotodiseño" y tiene que ver con la creación de imágenes por medios filmicos, fotografía y cine.

- **Ilustración:** Consiste en aplicar las técnicas y métodos de las artes plásticas principalmente pintura a la creación de imágenes, para ilustrar conceptos específicos en cualquier canal de comunicación. Actualmente se usa mucho en medios impresos e interactivos.

- **Empaque y embalaje:** Se ocupa de la creación de los envases, empaques y etiquetas de los productos de consumo, tanto visualmente como también a nivel del diseño del objeto (la "cajita", la "botella", etc.)

- **Diseño grafico:**

Se dice que el principal componente de toda composición gráfica es el mensaje a interpretar, la información que se desea hacer llegar al destinatario a través del grafismo. Se representa por medio de diferentes elementos gráficos, que pueden ser muchos y variados.

- **Punto:** Indica posición, no tiene largo ni ancho, no ocupa una zona en el espacio, es el principio y en el fin de una línea y es donde dos líneas se encuentran o se cruzan.

- **Línea:** Es el recorrido de un punto. Tiene largo, pero no ancho. Tiene posición y dirección. Está limitada por puntos, forma los bordes de un plano.

- **Plano:** El recorrido de una línea en movimiento, se convierte en un plano. Tiene largo y ancho pero no grosor. Tiene posición y dirección, está limitado por líneas, define los límites extremos de un volumen.

- **Volumen:** Es el recorrido de un plano en movimiento, tiene una posición en el espacio y está limitado por planos.

- **Elementos visuales:** Es cuando se dibuja un objeto en un papel. Se emplea una línea visible para representar una línea conceptual. La línea visible tiene no solo largo, sino también ancho. Su color y su textura quedan determinados por materiales que se utilizan y por la forma que se usan.

- **Color:** Es un elemento importante en la realización de un diseño, ya que afecta en las actividades, actitudes, sentimientos y reacciones en los individuos siendo algo muy objetivo, que produce en respuesta a la estimulación del ojo y nervios, por la energía luminosa que producen determinados colores.

- **Tipografía:** Es colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos en cuestión, la máxima comprensibilidad del texto en cuestión de parte del lector. Es el arte y la técnica de impresión a través de formas con relieve que reciben el nombre de tipos, son hechos de plomo, una vez entintados serán aplicados sobre el papel para obtener un trabajo de impresión, ya sea un documento, un texto, entre otros materiales.

- **Diagramación:** Es una fase aparentemente sencilla pero su complejidad radica en que de ella depende que haya fácil lectura, que el cuerpo del texto sea correcto y proporcionado, que las imágenes sean comprensibles y concuerden con el texto o la información que están apoyando.

- **Diseño editorial:** Es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.

El diseño editorial incluye muchos términos técnicos que pueden resultar confusos y complejos, el profesional debe tener en cuenta el impacto e innovación de los diseños de

tapas de libros, dándole importancia a la síntesis semántica para que dentro de una gran gama de productos, su creación resalte inmediatamente. Antes de realizar un trabajo de diseño editorial, tiene que seguir un orden para la ejecución del trabajo, que pueden ser:

1. Definir el tema (sobre la base de este que es lo que se quiere comunicar)
2. Definir el objetivo de comunicación del diseño a realizar.
3. Conocer el contenido (en caso de publicaciones especializadas)
4. Cuáles son los elementos más adecuados.
5. Realizar un proceso de bocetación (pequeños dibujos que lleven a definir un buen concepto, tanto de composición como del desarrollo del tema y de su posible evolución).
6. Realizar una retícula, ya que por ejemplo en la creación de una revista u otro impreso que contenga varias páginas, estas deben tener homogeneidad.
7. Legibilidad tipográfica (comprensible de leer)

- **Ilustración:** Se denomina ilustración a un dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro. Su función principal es atraer y capturar la atención del público. Una ilustración impactante es la mejor forma de hacer que los ojos de un lector se concentren y capten su atención en una página o hacia un diseño.

- **Software del diseño:** El diseño del software se encuentra en el núcleo técnico de la respectiva ingeniería y se aplica de manera independiente al modelo de software que se utilice. Una vez que se analizan y especifican los requisitos, el diseño del software es la última acción de la ingeniería correspondiente dentro de la actividad del modelado, la que establece una plataforma para la construcción en generación de código y prueba.

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias auxiliares:

6.3.1.1 Semiología:

Es la ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida social. El término suele utilizarse como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas realizan algunas distinciones entre ambos.

Semiología del discurso:

La semiología del discurso, es la ciencia que se encarga del estudio de los signos en la vida. Así como la imagen, el titular, y el texto, ya que con estos 3 pasos se puede comprender y leer bien el texto o discurso que se vaya a dar a conocer a las personas.

Así no tienen problemas de comprensión del texto o de lo comentado porque estos puntos son muy importantes para obtener buen resultado final.

Semiología de la imagen:

Es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas. La semiótica de la imagen se puede entender como un auxiliar en la reflexión pura, un instrumento para el análisis, o bien un apoyo para consideraciones socio antropológicas de las imágenes que usamos diariamente.

Sociología:

Es la ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales, conjunto de individuos que conviven agrupados en diversos tipos de asociaciones. Analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en el marco de la estructura social.

Pedagogía:

La palabra pedagogía tiene su origen en el griego antiguo paidagogós, este término estaba compuesto por paidos (niño) y gogía (conducir o llevar). Por lo tanto, el concepto hacía referencia al esclavo que llevaba a los niños a la escuela.

La pedagogía, por lo tanto, es una ciencia aplicada con características psicosociales que tiene la educación como principal interés de estudio.

Etnología:

Ciencia que estudia las causas y razones de las costumbres y tradiciones de los pueblos.

Tecnología:

Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer, tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

Andragogía:

Es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto.

Psicología:

Es la disciplina que investiga sobre los procesos mentales de personas y animales. La palabra proviene del griego: psico- (actividad mental o alma) y -logía (estudio). Esta disciplina analiza las tres dimensiones de los mencionados procesos: cognitiva, afectiva y conductual.

Psicología de la comunicación:

Constituye un área de la psicología social que estudia el comportamiento o conducta del hombre en sus interrelaciones con la sociedad, tanto como ente que comunica datos, ideas, conceptos, etc. Así como receptor de mensajes. Trata en suma, de conocer y analizar los factores de índole psicológico que intervienen en los diferentes procesos de la actividad de la comunicación.

Antropología:

Es la ciencia que analiza al hombre en el contexto cultural y social del que forma parte. Así analiza el origen del ser humano, su desarrollo como especie social y los cambios en sus conductas según pasa el tiempo.

6.3.2 Artes:

Fotografías:

El término fotografía procede del griego y quiere decir “diseñar o escribir con luz”. Llamamos fotografía al proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura, el principio de la cámara oscura consiste en proyectar la imagen que es captada por un pequeño agujero sobre la superficie. De esta manera, el tamaño de la imagen resulta reducido y puede aumentar su nitidez.

El almacenamiento de la imagen obtenida puede realizarse en una película sensible o en sensores CCD y CMOS o memorias digitales, en el caso de la denominada fotografía digital.

Arte son las creaciones realizadas por el ser humano para expresar una pequeña visión acerca del mundo, ya sea imaginario o real. Permite expresar ideas, emociones, percepciones y sensaciones del artista o del entorno en el que el se desarrolla, también varía de acuerdo a la época y cultura o estilo del artista.

Fotografía es el arte de capturar una imagen usando una cámara, dando un toque de originalidad a cada fotografía capturada. El sistema original de fotografía se mantuvo hasta hace algunos años, era con película sensible con un propósito de almacenar una imagen capturada para luego imprimir.

Ahora se utiliza el sistema digital con sensores y memoria para tomar fotos de una forma mas sencilla, rápida y con mejor resultado en cada foto.

6.3.3 Teorías:

Color: La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinando colores de luz o pigmento. La luz blanca se puede producir al combinar el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color negro.

La teoría del color que propone Wilhelm Ostwald, consta de cuatro sensaciones cromáticas elementales (amarillo, rojo, azul y verde) y dos sensaciones acromáticas intermedias.

Contraste: La teoría del contraste es entre dos elementos, que atrae fácilmente la atención. Un elemento pequeño, colocado junto a un bloque grande de texto, es percibido como mas próximo ante el observador.

Jerarquía visual: Indica que al diagramar, debe tenerse claro el orden en el que se pretende que el observador perciba cada uno de los elementos a conformar la composición a exponer, para guiarlo a través de la información mas importante. Se diagramó en forma de Z, así contribuye a que la comunicación sea efectiva y comprendida en su totalidad.

Diagramar: Diseñar y diagramar no significa adornar un texto, cuando se habla de diagramación hace referencia a la parte visual de un impreso, es decir al proceso de reunir una forma organizada y armónica los textos e imágenes que se pretenden entregar al lector.

La diagramación logra que un impreso sea llamativo o resulte siendo un texto que no invita a ser leído, pero su complejidad radica en que de ella depende que exista la facilidad de lectura, ya que el cuerpo del texto, debe ser proporcionado y con imágenes comprensibles que apoyen el texto.

Espacio: Cuando se diagrama se debe analizar dónde se coloca cada uno de los elementos y la distancia que tendrá uno del otro, el tipo de imágenes a colocar y la dimensión de estas. El espacio se define como la distancia o área, entre el entorno de las cosas y se considera como el cuarto elemento fundamental del diseño y diagramación, ya que cuando no se utiliza bien, da la sensación de desorden, saturación o vacío.

6.3.4 Tendencias:

Color:

Es una sensación que producen los rayos luminosos en los órganos visuales y que es interpretada en el cerebro. Se trata de un fenómeno físico-químico donde cada color depende de la longitud de onda. Así se agregó el color verde y morado, el color verde está conectado con la naturaleza, la armonía, el crecimiento y la frescura, y el color morado no denota una coloración específica ni precisa, sino que designa a una familia de colores similares entre sí.

Tecnología:

El concepto se utiliza en el ámbito tecnológico para nombrar a una red informática y, en general a Internet, en este caso suele escribirse como Web, con la W mayúscula. Ya utilizando la Web hay diferentes aplicaciones o sitios en la web que proporcionan servicio gratuito.

Este sitio es gratuito (issue.com) aquí se pueden subir documentos de cualquier formato, que el mismo programa los convierte en formato flash o de animación tipo revista.

Tipografía:

Es la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos de letras diseñadas con unidad de estilo. Eso quiere decir hacer un abecedario con un mismo sentir y estilo para que encajen todas las letras, así desarrollar una labor de impresión. Se trata de una actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital.

Diagramación:

El término y tendencia de diagramar, es también llamada maquetación y hace referencia a la parte visual de un impresión, que es el proceso de reunir armónicamente textos e imágenes, para que sean apreciadas y entendidas por el lector.

Capítulo 7
Proceso de
diseño y
propuesta
preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

La información obtenida en el marco teórico son conceptos que fundamentan con bases sólidas la elaboración del material virtual.

La revista digital es una herramienta fundamental para la empresa Green Print que permite conocer los productos que ellos ofrecen de manera fácil, rápida y flexible.

La aplicación de los procesos de comunicación y diseño es una de las principales bases para su realización.

7.2 Conceptualización:

Se elaboró esta revista digital. Por lo tanto es necesario tomar en cuenta un procedimiento que responda a los objetivos planteados a través de una serie de pasos ordenados que busquen la solución creativa.

7.2.1 Método:

Como método creativo, para la generación de ideas, se utilizó el método ESTRATAL, creado por Edwar De Bono, que consta de una serie de enunciados que luego se considera como un todo, sin importar la relación entre ellos. Una lluvia de ideas BRAINSTORMING, forma analogías, conceptos puestos, relacionados, etc.

7.2.1.1. Técnica ESTRATAL:

Serie de enunciados paralelos que se tomarán en cuenta como un todo, sin ser necesario que estos tengan relación, no se pretende ser descriptivo ni analítico, se utilizan palabras al azar, solo por ser usadas, o porque se vienen a la mente.

Los enunciados se colocan de forma estratal, el propósito es sensibilizar la mente para generar ideas. Dicha teoría fue creada por Edwar De Bono. Neuronilla.com, desarrolla tu creatividad, técnicas de creatividad.

(Publicado en el año 2013).

Aplicación de la técnica:

La revista digital cuenta con los productos necesarios e importantes, para guiar e informar al lector.
Conciencia ecológica en los clientes y trabajadores.
Nuevo uso de recursos tecnológicos.
Cuidado del planeta con miras para las generaciones del futuro.
Proyecciones de creatividad para los altos mandos.

7.2.1.2. Lluvia de ideas:

Es una de las técnicas generadora de ideas mas conocida, fue desarrollada por Alex Osborn, especialista en creatividad y publicidad. El torbellino de ideas, como también se le conoce, genera ideas a partir de la relación analógica de temas, de los que parte diversidad de palabras. Existen 4 reglas fundamentales que son: toda critica está prohibida, toda idea es bienvenida, tantas ideas como sea posible, el desarrollo y asociación de las ideas es deseable. Neuronilla.com, desarrolla tu creatividad, técnicas de creatividad, (Publicado en el año 2013).

BRAINSTORMING



Es una de las técnicas generadoras de ideas mas conocida, fue desarrollada por Alex Osborn, especialista en creatividad y publicidad. Por lo tanto, esta técnica se aplicó basada a los criterios y al significado de la imagen de Green Print, siendo una empresa generadora de recursos ecológicos.

El procedimiento de bocetaje es el siguiente:

7.2.2 Definición del concepto:

Green Print: cada vez mas ecológicos

El significado de esta frase pone en alto a esta empresa, ya que sus productos son elaborados con los productos ambientales, y fabricados teniendo en cuenta las normas de calidad y no generando contaminación.

7.3 Bocetaje:

El motivo principal de la revista digital es para que la empresa Green Print, implemente sus nuevas formas para dar a conocer más a la empresa, ya que es para que los clientes obtengas mas información sobre los productos y servicios que la empresa ofrece.

Se propuso realizar una revista digital que sea de fácil acceso para los clientes, que contenga información y fotografías sobre todos los productos. Cada hoja del boceto llevará en la parte inferior, un diseño de hojas verdes y en la parte superior un delineado morado y verde, siguiendo así cada imagen del producto con su especificación y precio.

Elemento gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Color	Se utilizan los colores ya establecidos en la empresa Green Print, para no perder el diseño de ecología que da la empresa.	Ilustrador: vectores de hojas verdes y delineados de color verde y morado. Indisign: diagramación de toda la información, imágenes y vectores.	Estabilidad
Tipografía	Lograr jerarquías visuales entre título, subtítulo y contenido del documento.	Ilustrador: 2 a 3 tipos de letra. Utilizar negrillas en los títulos.	Tranquilidad
Forma	En la base de la hoja se colocarán unas hojas verdes. Arriba lleva 2 líneas de color verde y morado, con margen de 1Cm. en toda la hoja	Todo esto se hará en ilustrador, siguiendo el margen de 1cm en toda la hoja.	Tranquilidad

- Bocetos a base de dibujo natural de los componentes, ilustraciones, fotografías, diagramación, colores, entre otros.
- Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico de los componentes, ilustraciones, fotografías, colores, entre otros.
- Proceso de digitalización de los bocetos: Incluir el paso a paso de la construcción de ilustraciones, colocar las fotografías tomadas, el ejemplo de tipografías u otros elementos que den vida al diseño.

La revista digital: Se elaboró digital de 612 x 792 píxeles tamaño carta. Se eligió este formato, ya que es una tamaño práctico que al cliente le será fácil de leer y ver las imágenes de los productos.

7.3.1 Bocetaje de la paginas interiores de la revista.

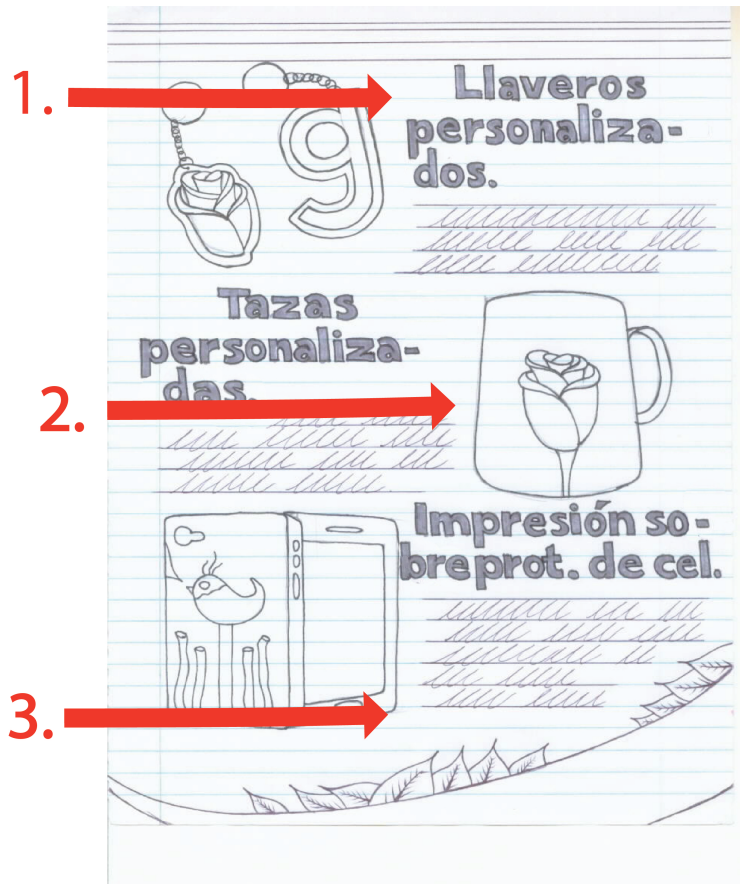
Propuesta bocetaje natural de página No.1



Descripción del boceto de página:

1. Título de revista: En la parte superior izquierda, se colocará el título para tener orden al principio de la hoja y así los clientes puedan tener buena lectura y visibilidad a los productos.
2. Fotografías: Se diagramará en forma de Z, las fotografías se empezarán al colocar del lado derecho al izquierdo, se pondrán 3 fotos por hoja.
3. Texto de cada producto: Se diagramará al colocar el texto del lado izquierdo, dándole seguimiento a la diagramación de Z.

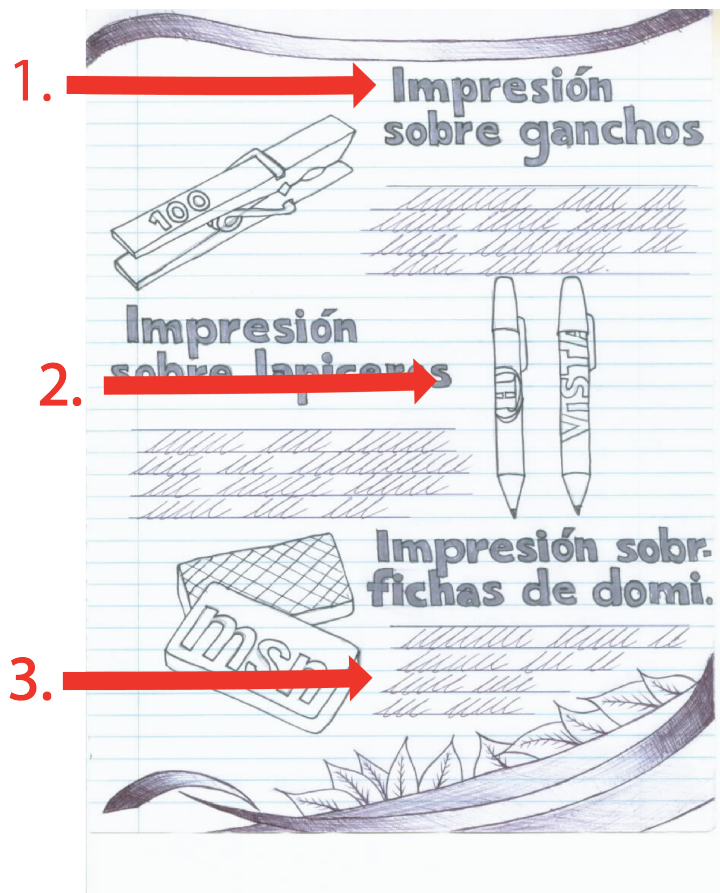
Propuesta bocetaje natural de página No.2



Descripción del boceto de página:

1. Título de revista: En la parte superior derecha, se colocará el título para tener un orden al principio de la hoja y así los clientes puedan tener buena lectura y visibilidad a los productos.
2. Fotografías: Se diagramará en forma de Z, las fotografías se empezarán al colocar del lado izquierdo al derecho, se pondrán 3 fotos por hoja.
3. Texto de cada producto: Se diagramará al colocar el texto del lado derecho, dándole seguimiento a la diagramación de Z.

Propuesta bocetaje natural de página No.3



Descripción del boceto de página:

1. Título de revista: En la parte superior derecha, se colocará el título para tener orden al principio de la hoja y así los clientes puedan tener buena lectura y visibilidad a los productos.
2. Fotografías: Se diagramará en forma de Z, las fotografías se empezarán colocando del lado izquierdo al derecho, se pondrán 3 fotos por hoja.
3. Texto de cada producto: Se diagramará al colocar el texto del lado derecho, dándole seguimiento a la diagramación de Z.

7.4 propuesta preliminar:

Se definió el formato de la hoja, colores, tipografías y fotografías que serán utilizados.

Se digitalizaron los bocetos para la propuesta gráfica final.

El diseño de la revista digital se elaboró con base a lo ecológico de la empresa, tratando

de no saturar y no poner cosas que no sean de aspecto ecológico.

Colores:

Verde: El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.

El color verde tiene gran poder de curación. Es el color más relajante para el ojo humano y puede ayudar a mejorar la vista, sugiere estabilidad y resistencia.

Morado: Se asocia a la realeza y simboliza poder, nobleza, lujo y ambición. El morado también está asociado con la sabiduría, la creatividad, la independencia y la dignidad.



Portada:

- En la parte de arriba lleva un cintillo, uno en color verde ecológico y morado, que representan los colores de la empresa.
- En la parte superior, medio alto, se colocó el logo de la empresa en grande para que destaque mas.
- En la parte inferior baja se colocó el título de la revista.
- En la parte baja se pusieron los principales nombres, de lo que mas piden en la empresa.
- Tamaño del documento es de 612 de ancho y 792 píxeles de alto, es una hoja tamaño carta.

Diseño y diagramación de página interior

Tarjetas personalizadas.

Tarjetas totalmente personalizadas: cumpleaños, festividades u ocasiones especiales. Las tarjetas se hacen a medida del cliente y con diseños originales.



Separadores personalizados.

Separadores personalizados a la medida que pida el cliente, con diseños originales en full color o blanco y negro, troquelados.

Medidas: 5 x 5 cm hasta 20 x 10 cm

Tarjetas de presentación troqueladas.

Tarjetas de presentación tienen un diseño único y son troqueladas dependiendo el material en el cual se hallan impreso.

Papel en el que se puede imprimir:
Husky, Opalino, Bond, Texcote.



- Tamaño del documento es de 612 de ancho y 792 píxeles de alto, es una hoja tamaño carta.
- En la parte de arriba lleva un cintillo, con los colores verde ecológico.
- morado, que representan los colores de la empresa.
- En la parte superior izquierda, se colocará el título de cada producto.
- En la parte de arriba de lado derecho, se empieza por una imagen y al lado izquierdo la descripción del producto.
- En medio del lado izquierdo se coloca la foto, y del lado derecho se pone la descripción del producto.
- En la parte de abajo, del lado derecho, se colocara la foto del producto y del lado izquierdo la descripción.
- Y la parte inferior, comenzando del lado izquierdo en una forma de curva, está el diseño de la hoja, que son hojas verdes representando lo ecológico de la empresa, con un ligero splash color morado, siempre siguiendo uno de los colores de la empresa.

Retiro de página interior



Impresión sobre ganchos.



Imprime tus pequeños recuerdos o frases sobre un gancho de madera, siendo y dándole una forma mas creativa a tus recuerdos. Full color, blanco y negro.

Impresión sobre lapiceros

Personaliza tus lapiceros, imprime el nombre o logo de tu empresa o personalízalos con el nombre de un familiar, impresión full color y blanco y negro.



Impresión sobre fichas de domino.



Personaliza fichas de domino, imprime el logo de tu empresa o una imagen que guste el cliente, o imprime el nombre de tu juego para hacer una forma mas original y diferente a los demás.



- Tamaño del documento es de 612 de ancho y 792 píxeles de alto, es una hoja tamaño carta.
- En la parte de arriba lleva un cintillo con los colores verde ecológico y morado, que representan los colores de la empresa.
- Del lado superior izquierdo se colocará la foto del producto y del lado derecho, la descripción del producto.
- En la parte de en medio, del lado izquierdo, se coloca la descripción del producto y del lado derecho, una foto.
- En la parte de abajo, del lado izquierdo, se colocará la foto del producto y del lado derecho, la descripción.
- En la parte inferior lleva el mismo diseño de las hojas ecológicas, ahora en la parte del lado derecho, hacia el izquierdo con una ligera curva, el diseño de las hojas representa lo ecológico de la empresa, con un ligero splash color morado.

Capítulo 8
Validación
técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

Parte objetiva: Se evalúan aspectos relacionados con los objetivos del proyecto.

Parte semiológica: Se incluirán preguntas que permitan visualizar que el material sea legible y transmita las emociones y sentimientos que desean.

Parte operativa: Se incluirán preguntas que permitan visualizar la eficiencia de los elementos del diseño en cuanto a colores, formas, tipografía, elementos comunicativos, entre otros.

8.1 Población y muestreo:

Para que la validación del proyecto sea efectiva, se acudió a recolectar información.

En total se validó este proyecto con una muestra de 33 personas, para establecer los parámetros de referencia. Al inicio de esta revista están siendo cumplidos y evaluar los posibles cambios que mejoran la propuesta del proyecto.

Están distribuidos de la siguiente forma:

Clientes: 5 catedráticos, 25 grupo objetivos y 3 clientes, en total 33.

Grupo objetivo: 25 clientes de la empresa Green print, 3 alumnos de último año de la carrera de Licenciatura en Comunicación y Diseño, de la Universidad Galileo.

Expertos: 5 profesionales que fueron encuestados, con conocimientos de comunicación y diseño, que oscilan entre los 25 a 45 años.

8.2 Método e instrumento:

Para llevar a cabo la validación es necesario un instrumento de investigación que permita conocer y respaldar la efectividad del proyecto.

Se utilizó la encuesta como instrumento de validación, ya que es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. Además, es un instrumento muy flexible que permite realizar preguntas de distintos tipos y formas.

La encuesta que se utilizó para la validación del presente proyecto fue escrita y estuvo conformada por dos secciones, integradas por preguntas de los siguientes tipos:

Preguntas dicotómicas: Son aquellas preguntas en las que el encuestado solamente debe responder con un SI o NO.

Preguntas en la escala de Likert: Son preguntas en donde el encuestado solo puede escoger si le pareció muy, poco o nada.

Para la validación de la revista digital se les presentó a los expertos, clientes y grupo objetivo en la página de issuu.com que se utiliza para cargar archivos pdf, enseñándoles así como se verá la revista publicada y con fácil acceso y distribución a los clientes potenciales y nuevos de la empresa Green Print.



Licenciatura en comunicación y diseño
Proyecto de tesis

Genero: F M

Nombre :

Profesión:

Puesto:

Experto -- Cliente – Grupo objetivo

Antecedentes:

La empresa Green Print se dedica a la impresión de pequeño y grande formato, el no contar con una revista digital hace que los clientes no vean bien los productos que ellos venden. Por ello se plantea la propuesta a la empresa Green Print de realizar una revista digital con todos los productos que ellos venden.

Instrucciones:

A continuación se le presentarán una serie de preguntas con el material que será entregado sobre la revista digital. Subraye la respuesta de su elección. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION.

1. Las fotografías usadas en la revista digital son llamativos?

Si

No

2. Considera que los textos utilizados son legibles?

Si

No

3. El tamaño de las fotografías son adecuadas?

Si

No

4. Considera usted si es necesario diseñar una revista digital para la empresa Green Print?

Si

No

5. Considera usted que los colores de la revista digital para la empresa son ?

Muy llamativos
Nada llamativos
Poco llamativos

6. Cree usted que la estructura de la pagina es adecuada para la empresa?

Muy llamativos
Nada llamativos
Poco llamativos

7. Como considera usted la revista digital es?

Muy llamativos
Nada llamativos
Poco llamativos

8.El funcionamiento de la revista digital es simple?

Bueno
Malo
Excelente

9. Considera usted ordenado el ambiente de la revista digital?

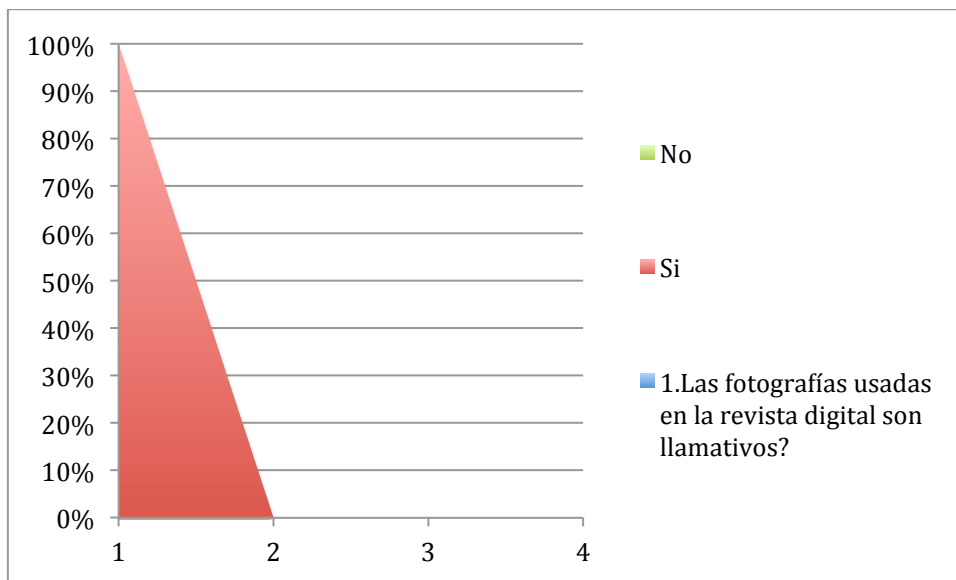
Bueno
Malo
Excelente

10. Cree usted que una descripción en cada producto ayudara a la empresa en sus ventas?

Bueno
Malo
Excelente

8.3 Resultados e interpretación de resultados:

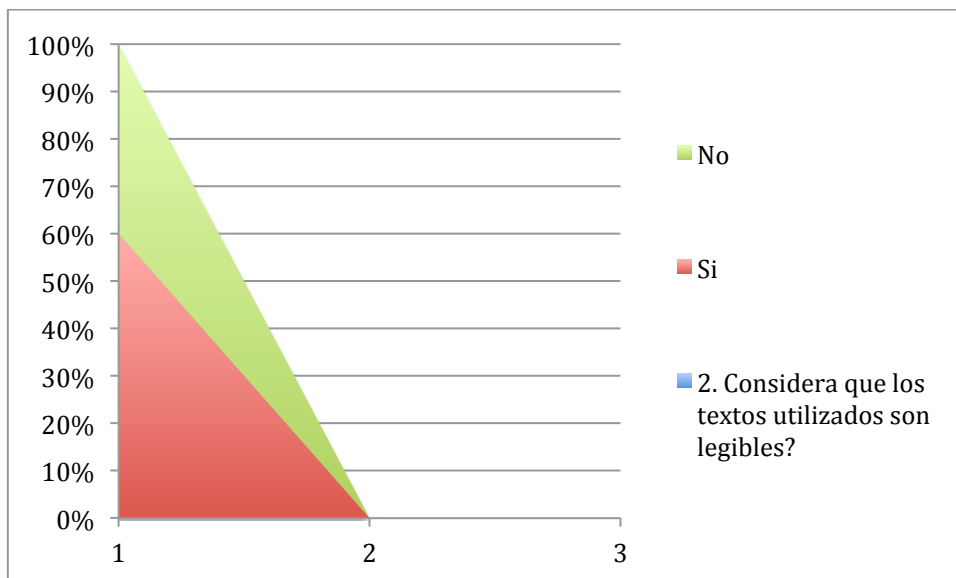
1. Las fotografías usadas en la revista digital son llamativas?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 100% de los encuestados dijo que las fotografías son llamativas para la revista digital.

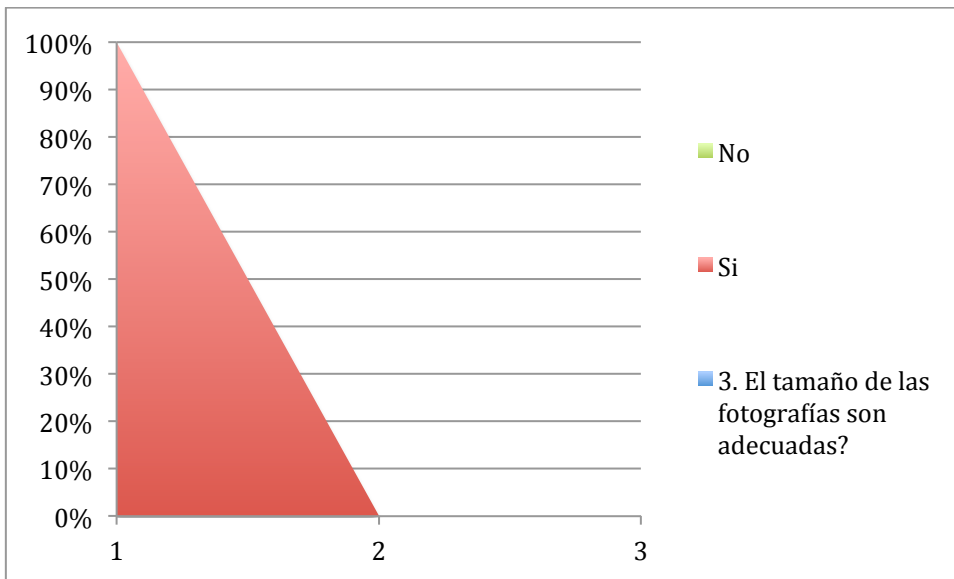
2. Considera que los textos utilizados son legibles?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que 60% de las personas encuestadas dijeron que sí son legibles los textos, y 40% de los encuestados dijo que no son legibles los textos utilizados en la revista digital.

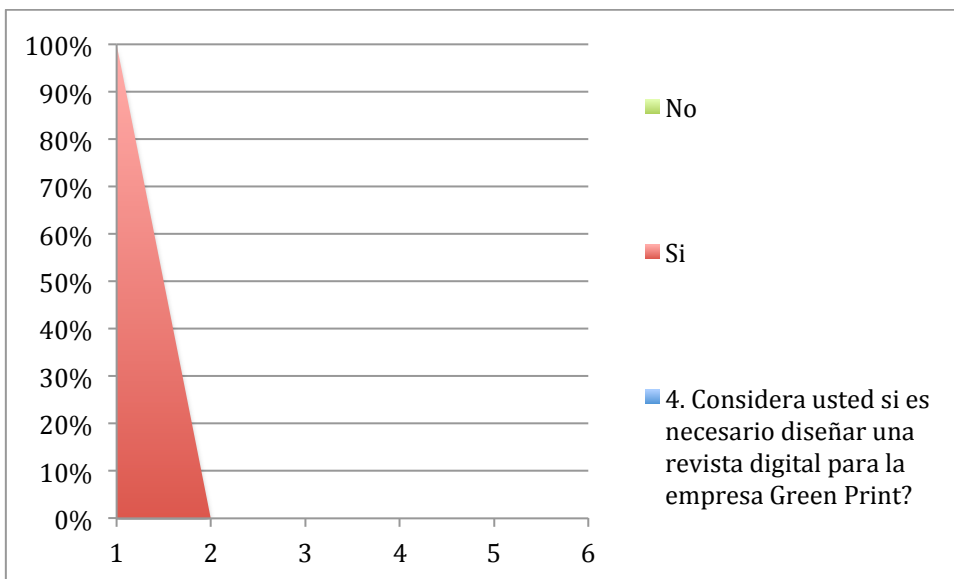
3. El tamaño de las fotografías son adecuadas?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 100% de las personas encuestadas dijo que el tamaño de las fotos sí son adecuadas para la revista digital.

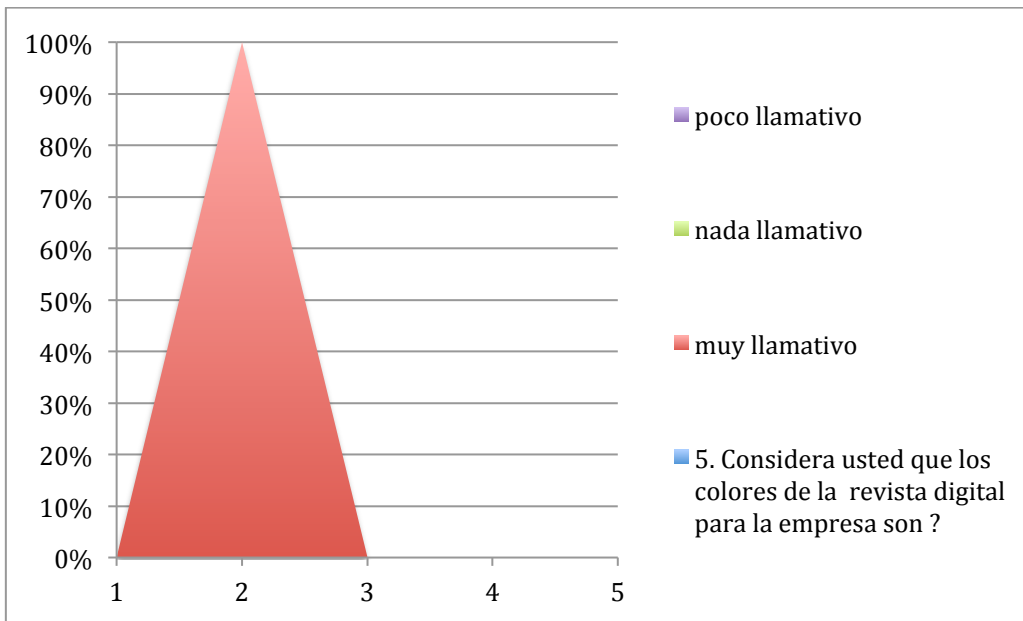
4. Considera usted si es necesario diseñar una revista digital para la empresa Green Print?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 100% de las personas encuestadas dijo que sí es necesario diseñar una revista digital para la empresa Green Print.

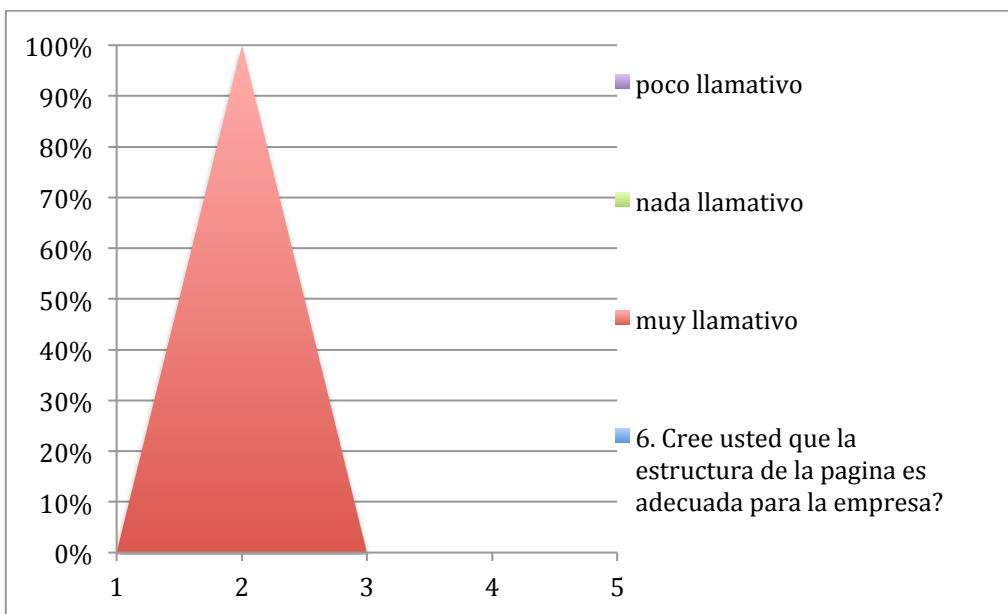
5. Considera usted que los colores de la revista digital para la empresa son ?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 100% de las personas encuestadas sí considera que los colores de la revista sí son llamativos para la empresa.

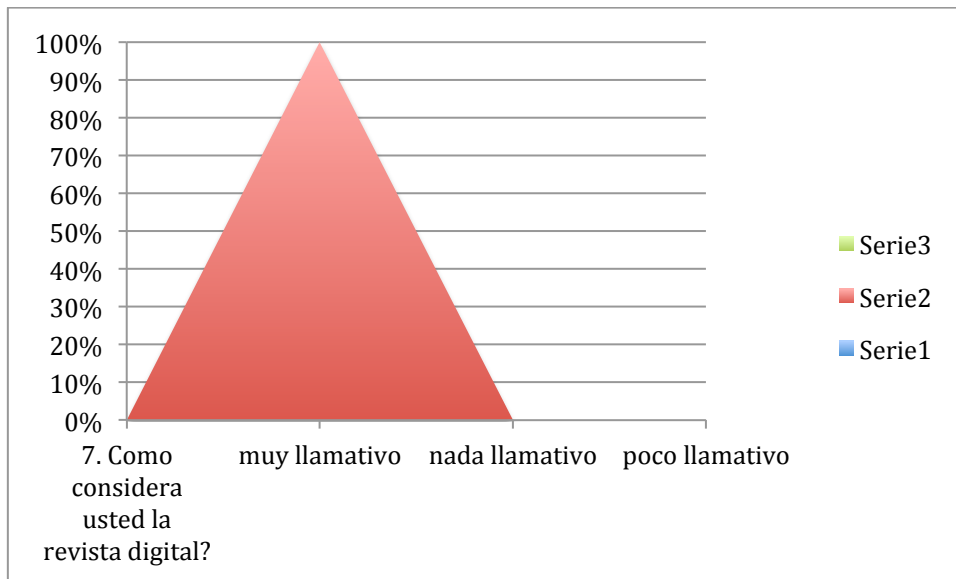
6. Cree usted que la estructura de la página es adecuada para la empresa?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 100% de las personas encuestadas dijo que la estructura de la página es adecuada para la empresa y muy llamativa.

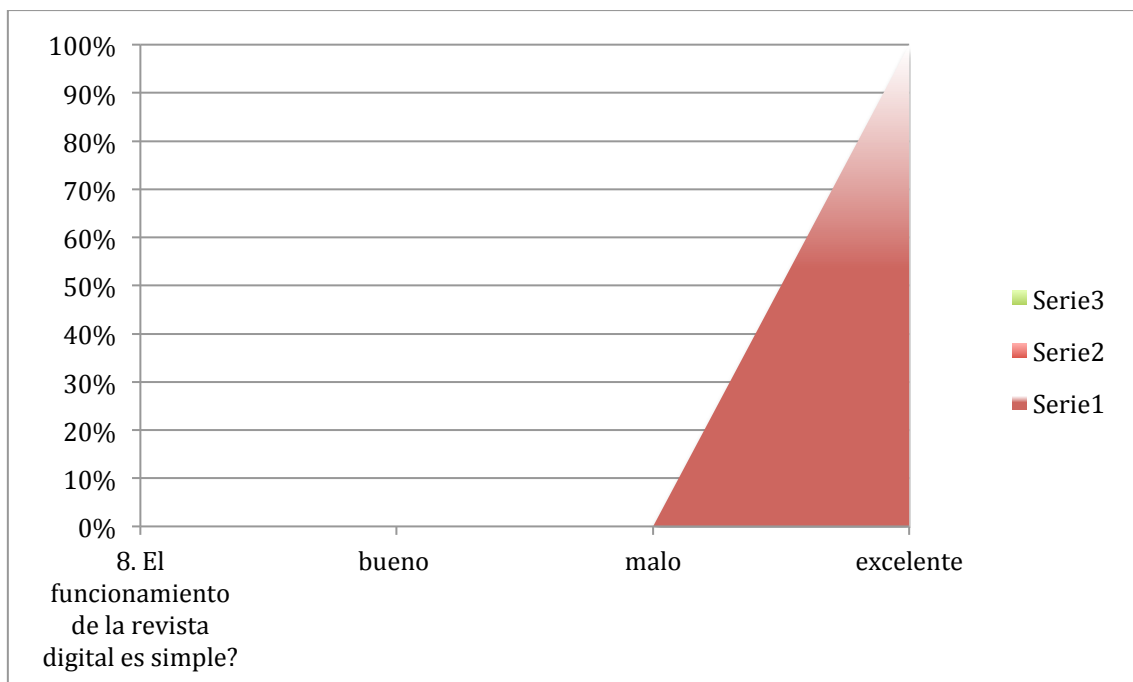
7. Como considera usted la revista digital?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 100% de las personas encuestadas sí considera la revista digital muy llamativa.

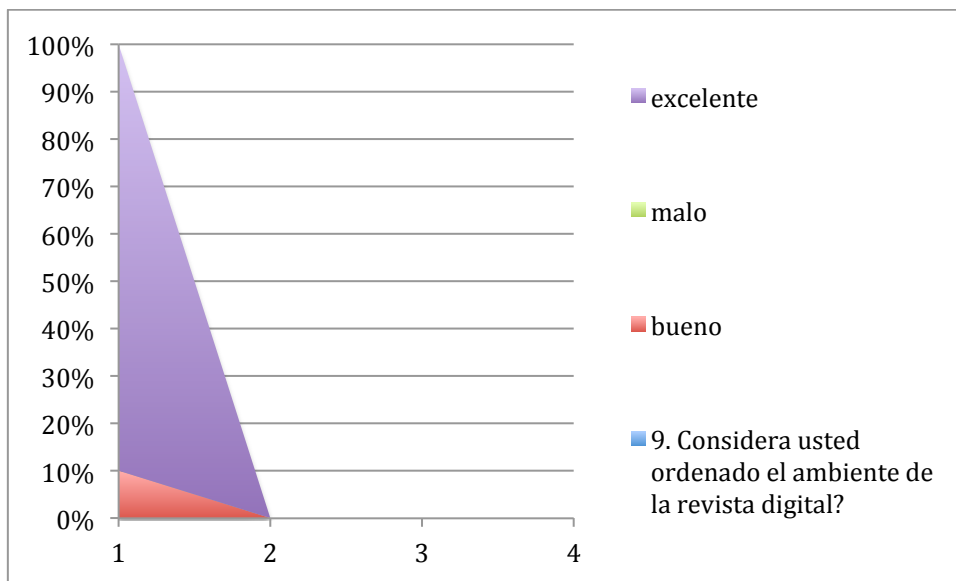
8.El funcionamiento de la revista digital es simple?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 100% de las personas encuestadas dijo que es excelente el funcionamiento de la revista digital.

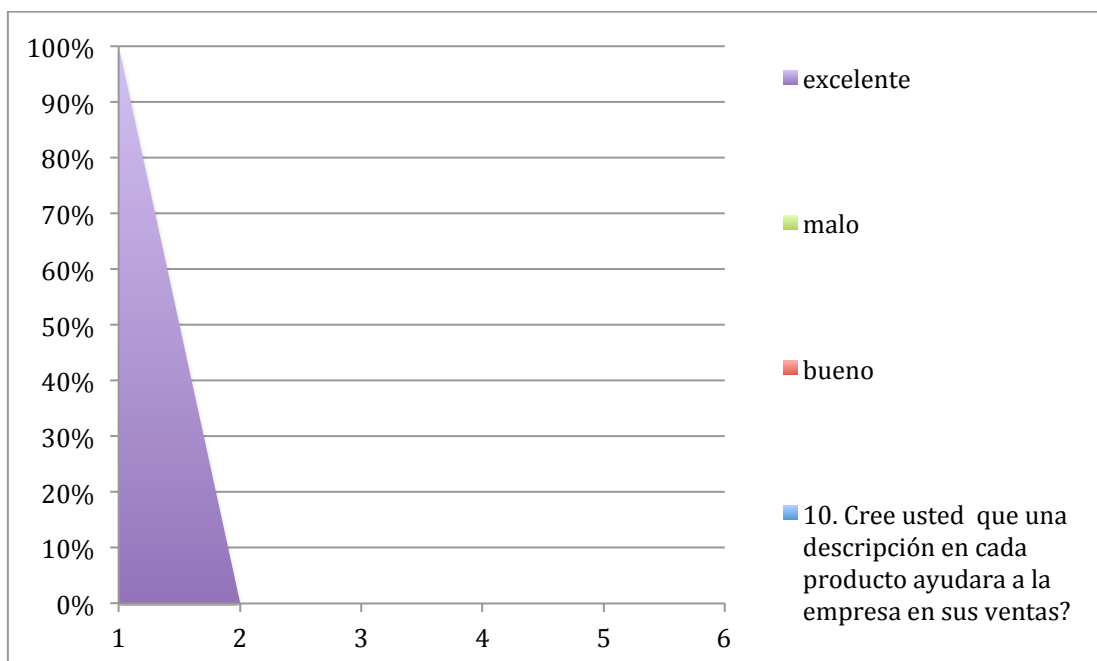
9. Considera usted ordenado el ambiente de la revista digital?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 90% de las personas encuestadas considera ordenado el ambiente de la revista digital y 10% considera bueno el ambiente de la revista digital.

10. Cree usted que una descripción en cada producto ayudara a la empresa en sus ventas?



Interpretación:

La interpretación de esta gráfica es que el 100% de las personas encuestadas dijo que sí es excelente una descripción en cada producto y ayudará a la empresa en sus ventas.

8.4 Cambios en base a los resultados:

8.4.1 Antes y Después

Antes

Después

<p>Tarjetas personalizadas.</p> <p>Tarjetas totalmente personalizadas: cumpleaños, festividades u ocasiones especiales. Las tarjetas se hacen a medida del cliente y con diseños originales.</p> 	<p>Tarjetas personalizadas.</p> <p>Tarjetas totalmente personalizadas: cumpleaños, festividades u ocasiones especiales. Las tarjetas se hacen a medida del cliente y con diseños originales.</p> 
<p>Separadores personalizados.</p> <p>Separadores personalizados a la medida que pida el cliente, con diseños originales en full color o blanco y negro, troquelados.</p> <p>Medidas: 5 x 5 cm hasta 20 x 10 cm</p> 	<p>Separadores personalizados.</p> <p>Separadores personalizados a la medida que pida el cliente, con diseños originales en full color o blanco y negro, troquelados.</p> <p>Medidas: 5 x 5 cm hasta 20 x 10 cm</p> 
<p>Tarjetas de presentación troqueladas.</p> <p>Tarjetas de presentación tienen un diseño único y son troqueladas dependiendo el material en el cual se hallan impreso.</p> <p>Papel en el que se puede imprimir: Husky, Opalino, Bond, Texcote.</p> 	<p>Tarjetas de presentación troqueladas.</p> <p>Tarjetas de presentación tienen un diseño único y son troqueladas dependiendo el material en el cual se hallan impreso.</p> <p>Papel en el que se puede imprimir: Husky, Opalino, Bond, Texcote.</p> 

Justificación:

En base a las encuestas se cambió el texto de cada producto, ya que los encuestados dijeron que era poco legible cuando se leía, el tamaño del texto era de 18 puntos y se subió a 20 puntos, para que los clientes de la empresa puedan leer bien cada descripción de los productos.

Capítulo 9
Propuesta
gráfica final

Capítulo IX:

Propuesta gráfica final

Como resultado de la validación técnica se adjunta la propuesta gráfica final de la revista digital, elaborada para la empresa Green Print.

Revista digital

Medidas: 792 pix X 612 pix.

Medio: web/ Issuu.com

Portada



792 píxeles de alto y

612 píxeles de ancho.

Propuesta gráfica final, página interior.

Tarjetas personalizadas.

Tarjetas totalmente personalizadas: cumpleaños, festividades u ocasiones especiales. Las tarjetas se hacen a medida del cliente y con diseños originales.



Separadores personalizados.

Separadores personalizados a la medida que pida el cliente, con diseños originales en full color o blanco y negro, troquelados.



Medidas: 5 x 5 cm hasta 20 x 10 cm

Tarjetas de presentación troqueladas.

Tarjetas de presentación tienen un diseño único y son troqueladas dependiendo el material en el cual se hallan impreso.



Papel en el que se puede imprimir: Husky, Opalinó, Bond, Texcote.

792 pix alto por 612 pix ancho.

Justificación:

Se colocó el logo de la empresa en grande, para que los clientes reales y potenciales identifiquen mas rápido la revista. En la parte de arriba se puso 2 líneas de color verde y morado y el título de la empresa está con letra Myriad pro regular 72 pt (Revista de) y (Productos) es Myriad pro bold condensed 93 pt. En la parte de abajo, donde dice los productos que ellos imprimen es Myriad pro bold condensed 36 pt, con un splash de colores verde, amarillo y morado, en la parte de atrás de las letras.

Propuesta gráfica final, página interior.



Tarjetas de presentación en acrílico transparente.

Tarjetas de presentación en material acrílico transparente, impresión full color o blanco y negro.

Rotulación de motos.



Rotula y personaliza a tu manera cada centímetro de tu motocicleta, Poniéndole el diseño que tú quieras.

En full color y blanco y negro, así como solo puedes cubrir un pedazo de tu moto dependiendo tu preferencia.

792 pix alto por 612 pix ancho.

Rotulación de cascos.

Personaliza tu casco con tus logos favoritos y marca la diferencia entre tu grupo de amigos.



Rotulación de Vehículos.

Rotulación de vehículos a medida de hacer lucir bien tu carro y hacer buena publicidad sobre tu automóvil.



Impresión laser.

Impresión laser para todo tipo de pedidos, desde boletos con una rápida impresión de alta calidad hasta afiches de alta calidad.



792 pix alto por 612 pix ancho.



Bordados en gorras.



Borda en tus gorras el logo de tu empresa para que estés mejor identificado y personaliza a tu manera los gráficos que quieres en tu gorra.

Bordados en camisas.



Bordados en camisas de trabajo para identificar mejor a tus trabajadores y personaliza el uniforme de cada integrante de tu empresa.

Bordados en chaquetas.



Borda y personaliza tu chaqueta, se diferente entre tus amigos. Personaliza con el logo de tu empresa o los logotipos de tu preferencia.



792 pix alto por 612 pix ancho.

Serigrafía sobre playeras.

Personaliza tus playeras y dales un toque diferente, único con impresión y alta gama de colores en colores mate y con barnices especiales.

Imprime de distintos tamaños el logo de tu empresa o personaliza tus playeras con alta calidad e impresión laser.



Serigrafía en 3D.

Serigrafía en 3D, es una impresión de alta calidad, que contiene tu logo de la empresa o tu dibujo favorito en 3D, queda resaltado en la playera con alta calidad de impresión y duración, para que no se raje durante el uso de la playera.

Serigrafía sobre playeras stretch.

Vinil stretch de alta calidad, con gran utilidad con la que por la playera que es stretch no se quiebra la impresión. Impresión full color con barnices especiales de los tamaños que el cliente pida.



792 pix alto por 612 pix ancho.

Stickers para pared troqueladas y vinil dorado.

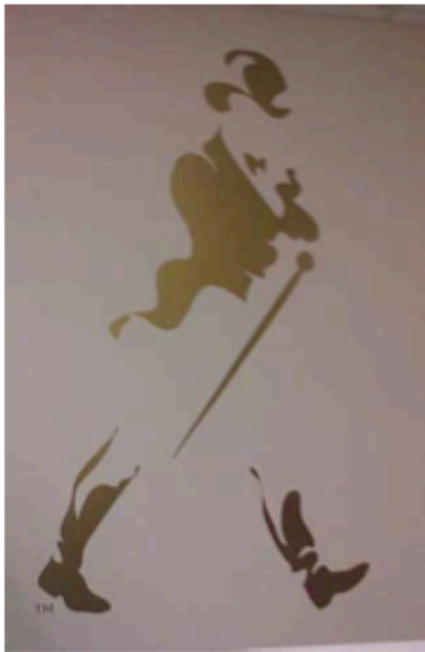


Stickers de vinil con diseño totalmente original, con alta calidad de impresión y full color, del tamaño que el cliente pida y el diseño que pida, que va troquelado y recortado de los lados donde no lleva diseño. Así, para hacer un diseño mas simplificado y ameno a la pared donde se vaya a colocar.

Vinil dorado.

Stickers de vinil color dorado con diseño totalmente original o el logo de tu empresa, con un corte electrónico para un mejor resultado, y troquelado de toda la silueta.

Tamaño de 1 metro ancho por 1 metro de alto y de ½ metro de ancho por ½ metro alto.



792 pix alto por 612 pix ancho.

Sombrillas personalizadas.

Personaliza de manera que marques la diferencia con tu sombrilla a la medida, sombrillas personalizadas con el logo de tu empresa o tu marca preferida, vinil full color, blanco y negro.



Botones personalizados con el logo de tu empresa o el de tu banda favorita.

Botones personalizados con el logo de tu empresa o el de tu banda favorita, full color, blanco y negro.

Medidas de 1.25 y 2.25 pulgadas de diámetro.

USB personalizadas.

USB personalizadas, a un estilo propio el que el cliente quiera y de la forma que quiera se hace su USB, con material, desde corcho a goma.



792 pix alto por 612 pix ancho.



Llaveros personalizados.

Llaveros personalizados con el logo de tu empresa o la figura que el cliente desee, del tamaño de 5 cm x 5 cm, full color.

Tazas personalizadas.

Tazas personalizadas con el logo de tu empresa o el texto que tu quieras ponerle, full color o blanco y negro, impresión del tamaño de la taza o un poco mas chiquita.



Impresión sobre protectores de celulares.

Personaliza el protector de tu celular, imprimiéndole una imagen acorde a tu personalidad o gusto por el que tenga el cliente, desde una simulación de maderá a un dibujo animado, full color o blanco y negro o con barniz.

792 pix alto por 612 pix ancho.

Calendarios de mesita de noche.

Calendario de mesa de noche personalizados con la imagen de tu familia o hijos, logo de tu empresa o simplemente una frase acorde con el que te sientas identificado, full color, blanco y negro.



Personaliza tus fotos sobre lienzos.

Pasa de tener tus fotos digitales, a tenerlas en un lienzo y verlas mucho mas bonitas de lo que son. Tus fotos preferidas impresas sobre lienzos, dándole un toque mas especial a tu foto, full color, blanco y negro.

Calendarios de bolsillo.

Calendarios de bolsillo personalizados con la imagen que tú quieras o el logo de tu empresa, full color, blanco y negro.





Impresión sobre ganchos.

Imprime tus pequeños recuerdos o frases sobre un gancho de madera, siendo y dándole una forma mas creativa a tus recuerdos. Full color, blanco y negro.



Impresión sobre lapiceros

Personaliza tus lapiceros, imprime el nombre o logo de tu empresa o personalízalos con el nombre de un familiar, impresión full color y blanco y negro.



Impresión sobre fichas de dominos.

Personaliza fichas de dominos, imprime el logo de tu empresa o una imagen que guste el cliente, o imprime el nombre de tu juego para hacer una forma mas original y diferente a los demás.

792 pix alto por 612 pix ancho.

Impresión sobre encendedores.

Imprime el logo de tu empresa o de tu marca favorita sobre los encendedores, así como puedes personalizar con el nombre de un familiar o el de una actividad.



Impresión sobre púas de guitarra.

Personaliza tus uñas para guitarra con el nombre de tu banda o el de tu banda favorita, impresión laser full color, blanco y negro.

Impresión sobre etiquetas.

Personaliza tus etiquetas, imprime el nombre de tu empresa o el logo dándole un toque único y especial a tus prendas o recuerdos que vayas a dar. Impresión laser full color, blanco y negro.



792 pix alto por 612 pix ancho.



Impresión sobre fichas de poker.

Personaliza tus fichas de poker imprimiendo el logo de tu empresa o el de tu preferencia, haciendo la diferencia entre tus amigos y empresas vecinas. Impresión laser full color o blanco y negro.

Impresión sobre tapitas

Personaliza tus tapitas de gaseosas imprimiéndoles el logo de tu empresa o el logo de tu preferencia, dándole un toque original e impresión laser en full color, blanco negro.

Impresión sobre brazaletes

Personaliza tus brazaletes con el logo o nombre de tu empresa, o el nombre de tu fiesta que vayas a realizar, impresión full color, blanco y negro.

792 pix alto por 612 pix ancho.

Impresión sobre pelotas de golf.

Pelotas de golf personalizadas con la imagen preferida del cliente o el logo de tu empresa, impresión laser full color o blanco y negro.



Impresión de Roll up´s

Roll up´s personalizados con la publicidad de tu empresa o logo de tu empresa, entrega inmediata, impresión digital, full color, blanco y negro.

Impresión de señalética en general.

Impresión de señalética en general, señalética industrial y comercial, impresión digital sobre acrílico, full color o blanco y negro. Medidas: 30 x 20 cm, 20 x 20 cm, 35 x 8 cm, 40 x 15 cm.



Impresión con brillante.

Impresión de letras o logo de tu empresa con brillo, teniendo una leve elevación de 3D, impresión solo en color negro.



Impresión sobre mouse pad.

Impresión sobre mouse pad personalizados con tu foto familiar o logo de tu empresa, impresión laser full color, o blanco y negro.



Etiquetas de vino personalizadas.

Etiquetas personalizadas para tu botella de vino, con la foto de tu boda o actividad especial, logo de tu empresa o nombre de tu familia, impresión digital full color.



792 pix alto por 612 pix ancho.

Propuesta gráfica final, página interior.

Impresión eco solvente.

Imprime tu publicidad eco solvente, a full color dándole un toque especial a tus anuncios.

Impresión eco solvente sobre adhesivo, lona, mesh, backlight, mate y brillante.



Impresiones HD que sobresalen.

Imprime tu publicidad de la empresa en full HD que sobresale, dándole un toque diferente a tu publicidad de los demás, full color, entrega inmediata.

Impresión Siser print.

Impresión siser print sobre tela, encuadernados etc. Esta impresión es full color, con un ligero toque de barniz y relieve de 3D.



792 pix alto por 612 pix ancho.

Propuesta gráfica final, página interior.



Letras encajueladas con acrílico.

Letras encajueladas con el nombre de tu empresa, dándoles el toque de 3D en acrílico con diferentes medidas y diseños en los que puedes hacer lucir de forma excelente el nombre de tu empresa.

letras encajueladas con acrílico y led.

Letras encajueladas con el nombre de tu empresa, dándoles el toque de 3D en el material acrílico con diferentes medidas y diseños en los que puedes hacer lucir de forma excelente el nombre de tu empresa.

Y ahora conteniendo en las letras luz LED, para mayor atención al cliente y mejor vista al que vea el nombre de tu empresa.



792 pix alto por 612 pix ancho.

Justificación:

Todas las páginas de la revista digital se cambió el tamaño del texto de cada producto con el tamaño de letra a 20 pt, tipo de letra Myriad pro. Para los títulos de cada producto se puso el tamaño de las letras a 24 pt letra Myriad pro bold.

A cada hoja de la revista digital se le puso en la parte de arriba dos líneas color verde y morado representando los colores de la empresa, y se le colocó un diseño ecológico en la parte de abajo, con un diseño de hojas verdes, al darle un ligero movimiento hacia arriba y un splash en la parte de atrás color morado.

Se diagramando de cada hoja en forma de Z para que el lector se pueda guiar bien por cada producto de la empresa.

http://issuu.com/farid.alvarez/docs/3_revista_green_print

Capítulo 10
Producción,
reproducción
y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración:

Material elaborado.	Tiempo estimado de elaboración.	Costo
Diseño de revista digital para dar a conocer a clientes, reales y potenciales, los productos y servicios de la empresa Green Print.	Investigación y recopilación de datos para sustentar la propuesta gráfica. 40 hrs.	Para definir el costo de la elaboración del diseño de la revista digital para la empresa Green Print, se asignó el precio de. Q 25.00 la hora, precio total utilizadas en la elaboración del proyecto 40 hrs x Q25.00 = 1000

10.2 Plan de costos de producción:

Material elaborado.	Tiempo estimado de elaboración.	Costo
Diseño de revista digital para dar a conocer a clientes, reales y potenciales, los productos y servicios de la empresa Green Print.	Producción de diseño y desarrollo de revista digital. Total de horas laboradas: 100hrs.	Para definir el costo de la elaboración del diseño de la revista digital para la empresa Green Print, se asignó el precio de. Q. 25.00 la hora. Precio total de horas utilizadas en la producción del proyecto 100hrs x Q25.00= Q 2,500.

10.3 Plan de costos de reproducción:

Material elaborado.	Tiempo estimado de elaboración.	Costo
Diseño de revista digital para dar a conocer a clientes, reales y potenciales, los productos y servicios de la empresa Green Print.	Reproducción de revista digital de productos de la empresa Green Print. Total de horas laboradas: 0 hrs.	El costo de reproducción es Q. 0

10.4 Plan de Costos de Distribución:

Material elaborado.	Tiempo estimado de elaboración.	Costo
Diseño de revista digital para dar a conocer a clientes, reales y potenciales, los productos y servicios de la empresa Green Print.	Distribución de revista digital de productos de la empresa Green Print. Total de horas laboradas: 0 hrs.	El costo de distribución es Q. 0

10.5 Cuadro con resumen general de costos:

Resumen general de costos	Tiempo	Costo
Elaboración	40 horas	Q 1000.00
Producción	100 horas	Q 2,500.00
Reproducción	0 horas	Q 0.00
Distribución	0 horas	Q 0.00
Total.	140 horas	Q 3,500.00

Capítulo 11
Conclusiones
y
recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones:

- Se investigó acerca de la elaboración de revistas digitales. El resultado de la investigación sirvió de referencia en el desarrollo de este proyecto.
- Se recopiló toda la información necesaria acerca de la empresa Green Print y se incluyó ordenadamente en la revista digital.
- Se diagramó el contenido de la revista digital para establecer orden de la presentación de los artículos promocionales.
- Se elaboró un modelo de revista digital en formato PDF para enviar a los clientes vía correo electrónico y promover los productos de la empresa Green Print.

11.2 Recomendaciones:

- Que la empresa Green Print investigue acerca de otras alternativas publicitarias como sitios web, anuncios de prensa entre otros artículos promocionales, para mayor posicionamiento en el mercado guatemalteco.
- Que la empresa Green Print realice un manual de imagen corporativa para delimitar los parámetros y lineamientos gráficos del uso de las piezas comunicacionales.
- Que la empresa Green Print realice un ajuste a la diagramación en la revista digital, para que puedan ser impresos al menos dos ejemplares, para los clientes que no tienen acceso a internet en el momento y en su oficina.

- Que la empresa Green Print innove y retroalimente el catálogo digital de artículos promocionales de acuerdo a los nuevos productos que ellos vayan produciendo.

Capítulo 12
Conocimiento
general

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 matriz de conocimiento general.

Capítulo XII: Conocimiento general

12.1 Matriz de conocimiento general.

Visualización:

Para ilustrar los momentos y conceptos a comunicar, posteriores a ser dados a conocer por cualquier medio de comunicación.

Software:

Diseño, diagramación, edición y animaciones para incorporar en sitios web y/o documentos interactivos de la empresa.

Diseño publicitario:

Para saber dar a conocer productos de la empresa hasta lograr la adquisición por parte del consumidor.

Conocimiento general

La historia es una ciencia importante para el estudio de todo lo relacionado al diseño, es una base sobre la evolución del ser humano y su apego al diseño, siendo este el mismo el causante de los cambios de personalidad del hombre sus gustos y deseos a futuro.

Del pasado nacen las formas y es por eso que se estudia la visualización, gracias a estas áreas se pueden imaginar objetos antes de llevarse a cabo en la realidad, logrando así pérdidas de tiempo, disminución de errores, pero lo más importante que el cliente tenga una idea de lo que va a adquirir.

Llegada la tecnología se sigue mostrando un prototipo solo que ahora de una manera más real, llevando un proyecto a dimensiones tridimensionales. En las áreas mencionadas son necesarias para realizar proyectos, por eso se deben estudiar y analizar a fondo cada una para generar ideas y proyectos de alta calidad para los clientes.

Historia:

Para entender las nuevas tendencias del arte y su evolución en el mercado.

Comunicación:

Para transmitir información de la manera más adecuada y por los medios adecuados, al grupo objetivo correcto, en el entorno social preciso.

Diseño editorial:

Para conocer la correcta colocación de elementos en el espacio de trabajos para lograr un alto impacto visual al cliente.

Control de calidad:

Para verificar la exactitud de las medidas en los diseños y redacción en los contenidos de lo trabajado.

Capítulo 13

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

- **Definición .de.Green. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://www.euroresidentes.com/horoscopos/colores/significado-verde.htm>

<http://www.webusable.com/coloursMean.htm>

- **Definición.de.Print. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://definicion.de/imprensa/#ixzz2TUlQytaJ>

<http://es.thefreedictionary.com/imprensa>

- **Definición.de.impreción. Recuperado en julio de 2013**

<http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=JYCGWpjIsDXX2xF9oU6c>

<http://significado.de/impresora>

- **Definición.de.empresa. Recuperado en julio de 2013**

<http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-empresa>

- **Definición.de.Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación. Recuperado en julio de 2013.**

<http://definicion.de/comunicacion/>

- **Definición.de.Conceptos fundamentales relacionados con el diseño. Recuperado en julio 2013.**

<http://definicion.de/disenio/>

- **Definición.de.Semiología. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://definicion.de/semiologia/>

- **Definición.de.Sociología. Recuperado en julio de 2013.**

<http://definicion.de/sociologia/>

- **Definición.de.Cibernética. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://palabasyvidas.com/la-palabra-cibernética-significa.html>

Definición.de.Etnología. Recuperado en Julio de 2013.

<http://palabrasyvidas.com/la-palabra-etnolog%C3%ADa-significa.html>

- **Definición.de.Tecnología. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>

- **Definición.de.Andragogía. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://www.yturalde.com/andragogia.htm>

- **Definición.de.Psicología. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://definicion.de/psicologia/>

- **Definición.de.Antropología. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://definicion.de/antropologia/>

- **Definición.de.Semiología de la imagen. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Semi%C3%B3tica-De-La-Imagen/3476170.html>

- **Definición.de.Psicología de la comunicación. Recuperado en Julio de 2013.**

<http://es.scribd.com/doc/20928796/2%C2%BA-Psicologia-de-la-Comunicacion-Y-RRII->

- **Definición.de.Cliente. Recuperada en Julio de 2013.**

<http://es.thefreedictionary.com/cliente>

- **Definición.de.Cliente real. Recuperada en Julio de 2013.**

<https://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090418162914AAg5qTv>

- **Definición.de.Cliente potencial. Recuperada en Julio de 2013.**

<https://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090418162914AAg5qTv>

- **Definición.de.Producto. Recuperada en Julio de 2013.**

<http://www.significados.info/producto/>

- **Definición.de.Servicio. Recuperada en Julio de 2013.**

<https://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081110144256AAqM2zs>

- **Definición.de.Empresa. Recuperada en Julio de 2013.**

<http://es.thefreedictionary.com/empresa>

Bibliografía – Referencia en libros.

- Baines, Phil y Haslam, Andrew. (2002). Tipografía: función, forma y diseño, Barcelona, Gustavo Gili.
- Edwards, Betty. (1999). Nuevo aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro. México: Editorial Urano.
- Fernández del Castillo, Gerardo Kloss. (2001). Entre el diseño y la edición, Distrito Federal, Mexico, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Gutler André y Christian Mengelt. (1985). Fundamental research methods and from innovations in type design compared to technological developments in type productions, Visible Language.
- Lizárraga, Félix, Maria Elena Tesina: (Octubre 1997). La retícula como auxiliar en el proceso de diseño, Distrito Federal, México, Universidad Iberoamericana.
- March, Marino. (1994). Tipografía Creativa Manual del Diseño, Barcelona, Gustavo Gili.
- Rodríguez, Mauro. (1985). Psicología de la creatividad. Ed. Pax – México. México. 134pp.
- Timothy. Samara. (2002). Diseñar con y sin retícula, China, Gustavo Gili, S.A.
- Willberg, Hans, Peter Forssman, Friedrich. (2002). Primeros Auxilios en Tipografía: consejos para diseñar con tipos de letras, Barcelona, Gustavo Gili.
- Zapatero, Yolanda. (2008). Diseño Editorial, Periódicos y Revistas. Primera Edición. Editorial Gustavo Gili.

Capítulo 14

Anexos

Capítulo XIV

Anexos

Grupo objetivo:



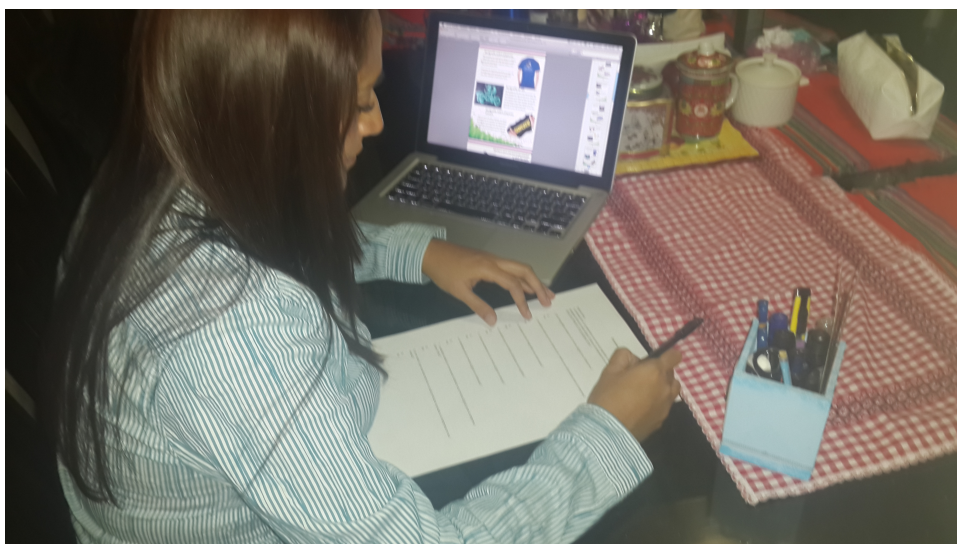
De izquierda a derecha, al fondo:

Lic. en Administración de empresas, comerciante, comerciante de café, chef.

Al frente:

psicóloga, maestra, comerciante de café, ama de casa.

Cliente:



Licda. Jeniffer Pamela Casasola Zarazúa
Gerente de ventas

Expertos:



Lic. Andrés Palma Estragá
Diseñador



Licda. Andrea Rodríguez Moran
Diseñadora