



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEMA:

Diseño de material informativo impreso para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa de materiales de construcción -Inesco- a clientes actuales y potenciales. Guatemala, Guatemala 2017

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A

Elaborado por:

Ana Sofía Espinal Villalovs

Número de carné: 14004440

Para optar por el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Enero 2017

Guatemala 28 de abril de 2016


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

Estimado Licenciado Kachler:

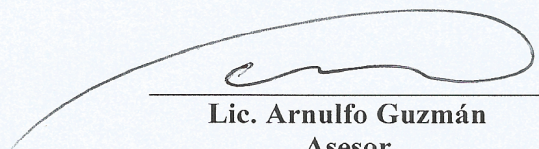
Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:

DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE CONCRETO Y METAL QUE OFRECE LA EMPRESA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN – INESCO- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2017. Así mismo solicito que el Lic. Arnulfo Guzmán sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Ana Sofia Espinal Villalovs
14004440



Lic. Arnulfo Guzmán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 4 de mayo del 2016

Señorita
Ana Sofía Espinal Villalovs
Presente

Estimada Señorita Espinal:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE CONCRETO Y METAL QUE OFRECE LA EMPRESA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN – INESCO- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Asimismo, se aprueba al Lic. Arnulfo Guzmán 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, 20 de febrero 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 MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE CONCRETO Y METAL QUE OFRECE LA EMPRESA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN -INESCO- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2017.** Presentada por la estudiante *Ana Sofía Espinal Villalovs*, con número de carné 14004440, 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. Arnulfo Guzmán
Asesor
Colegiado 7499



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de abril 2017

Señorita
Ana Sofía Espinal Villalovs
Presente

Estimada señorita Espinal:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 1 de junio de 2017. Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE CONCRETO Y METAL QUE OFRECE LA EMPRESA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN –INESCO- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2017***, de la estudiante Ana Sofía Espinal Villalovs, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 1 de junio 2017

Señorita
Ana Sofía Espinal Villalovs
Presente

Estimada señorita Espinal:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIAL INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE CONCRETO Y METAL QUE OFRECE LA EMPRESA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN – INESCO- A CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES. GUATEMALA, GUATEMALA 2017**, presentada por la estudiante **Ana Sofía Espinal Villalovs**, 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

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD GALILEO

RECTOR

Dr. Eduardo Suger Cofiño

VICERRECTORA GENERAL

Dra. Mayra de Ramírez

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Jean Paul Suger Castillo

SECRETARIO GENERAL

Lic. Jorge Retolaza

**DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Lic. Leizer Kachler

**VICEDECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Lic. Rualdo Anzuetto Ms. C.

Dedicatoria

Primero tengo que agradecer a Dios por darme la oportunidad de despertar cada día y hacerme la persona que soy, a tener siempre Fe en que todo lo que uno sueña, y que algún día se hace realidad.

A mi hija Daniela, por ser el motor de mi vida que hace que quiera ser mejor persona cada día y que más que nadie me ha enseñado que con cosas tan pequeñas podemos ser felices.

A mi mamá y hermanos, por darme el apoyo, ejemplo y amor que siempre necesito, como también los ánimos para seguir adelante.

A mi abuelita, por brindarme su amor, ayuda, dedicación y esfuerzo diariamente, es una mujer ejemplar.

A mis tíos, primos y amigos por el apoyo del día a día, especialmente a mi prima Melisa, que sin su ayuda de cuidar a mi hija, me habría costado mucho la realización de éste proyecto.

A el licenciado Arnulfo por guiarme y brindarme su apoyo y ánimos a lo largo de esta trayectoria y a mis demás licenciados que sin su enseñanza y guía no estaría donde estoy.

A el Licenciado Juan Luis Ortiz, de la empresa Inesco, por brindarme todo su apoyo para realizar este proyecto.

Y por último, al hombre que más admiro, mi papá: Me enseñó que con amor, humildad y honestidad puedes llegar al corazón de muchas personas y que con esfuerzo y dedicación se puede lograr lo que sea, y que es muy importante siempre creer en uno mismo.

Resumen

La empresa Inesco S.A. no cuenta con material informativo impreso para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa de materiales de construcción a los clientes actuales y potenciales.

Se planteó como objetivo general diseñar el material informativo para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa de materiales de construcción a clientes actuales y potenciales.

Se realizó una herramienta de validación para el cliente, 20 hombres y mujeres de organizaciones corporativas privadas, entidades públicas, organizaciones no gubernamentales, organizaciones gubernamentales que conforman parte del grupo objetivo de la empresa y 5 expertos en el área de comunicación y diseño.

El resultado que se obtuvo fue el diseño de material informativo impreso, consistente en : Un trifoliar, un catálogo y un afiche con el que se dará a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa Inesco, S.A., a sus clientes actuales y potenciales.

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

Índice

Capítulo I

1.1 Introducción	1
------------------------	---

Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	2
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y Diseño.....	2
---	---

2.3 Justificación.....	2
------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	3
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia.....	4
--------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	4
-------------------------	---

2.3.4.1 Recursos Humanos.....	4
-------------------------------	---

2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	4
--	---

2.3.4.3 Recursos Económicos.....	5
----------------------------------	---

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	5
------------------------------------	---

Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo General.....	6
---------------------------	---

3.2 Objetivos Específicos.....	6
--------------------------------	---

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente.....	7
--	---

Capítulo V: Grupo Objetivo

5.1 Perfil geográfico.....	14
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico.....	15
5.3 Perfil psicográfico.....	15
5.4 Perfil Conductual.....	16
Capítulo VI: Marco Teórico	
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto y servicio.....	18
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	19
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	23
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1 Aplicación del marco teórico.....	29
7.2 Conceptualización.....	31
7.2.1 Método.....	31
7.2.2 Definición del concepto.....	33
7.3 Bocetaje.....	34
7.4 Propuesta Preliminar.....	48
Capítulo VIII: Validación técnica	
8.1 Población y muestreo.....	58
8.2 Métodos e instrumentos.....	59
8.3 Resultados e interpretación de resultados.....	61
8.4 Cambios en base a resultados.....	71
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución	
10.1 Plan de costos de elaboración.....	98

10.2 Plan de costos de producción.....	98
10.3 Plan de costos de reproducción.....	98
10.4 Plan de costos de distribución.....	98
10.5 Margen de utilidad.....	99
10.6 Cuadro de resumen general de costos	99
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	
11.1 Conclusiones.....	100
11.2 Recomendaciones.....	101
Capítulo XII: Conocimiento general	
Capítulo XII: Conocimiento general.....	102
Capítulo XIII: Referencias	
13.1 Referencias de documentos escritos.....	103
13.2 Referencias de documentos electrónicos.....	106
Capítulo XIV: Anexos	
14.1 Tabla de requisitos.....	109
14.2 Encuesta.....	110
14.3 Resultados de encuestas.....	113
14.4 Cotizaciones.....	116
14.5 Fotografías de las personas encuestadas.....	118
14.6 Tablas Sigma Dos.....	122

Capítulo I

Introducción

Capítulo I: Introducción

Inesco, S.A. es una empresa fundada en el año de 1,994, dedicada a la producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica, gaviones, colchones, entre otros, con las que se aplican normas estrictas para el control de calidad.

La empresa cuenta con personal altamente capacitado, con experiencia de más de 20 años en el ramo, lo que permite proveer un producto final de alta calidad, con el fin de llevarle el mejor producto y atención a sus clientes.

El objetivo de la empresa es tener el posicionamiento en las empresas de la industria de la construcción en el mercado centroamericano, para así convertirse en el mejor aliado de las entidades constructoras de infraestructura, a fin de colaborar en la ejecución de proyectos y en el engrandecimiento de la nación, con productos y servicios de calidad.

Para facilitarle a sus clientes actuales y potenciales sobre la empresa, se desarrolló el tema de: **“Diseño de material informativo impreso para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa de materiales de construcción -Inesco- a clientes actuales y potenciales”**.

Se logró recopilar información acerca de la empresa, con la que se pudo realizar el marco teórico y delimitar el grupo objetivo al que se dirigen. Se redactó el marco teórico y se usó el proceso creativo presentando una propuesta preliminar, proporcionando encuestas para validar las piezas diseñadas. Por último se presentaron los diseños del catálogo y trifoliar, que tienen como objetivo comunicar a sus clientes, actuales y potenciales, sobre los servicios y productos que ofrece Inesco, S.A.

Capítulo II
Problemática

Capítulo II: Problemática

La empresa de materiales de construcción Inesco S.A. carece de material informativo para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que contiene la empresa.

Se determina que la solución es el diseño del material informativo impreso para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa de materiales de construcción a clientes actuales y potenciales.

2.1 Contexto:

Inesco S.A. es una empresa que cuenta con 22 años de experiencia en el área de producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica, gaviones, Colchones, geotextil, tubería de polietileno de alta densidad, fibras para refuerzo de concreto y mantos para erosión de suelos.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño:

La empresa Inesco S.A. no cuenta con material informativo impreso para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa de materiales de construcción a los clientes actuales y potenciales.

Las personas encargadas de promover materiales de construcción, tendrán la oportunidad de obtener materiales de comunicación visual que les ayude a informarse sobre ello.

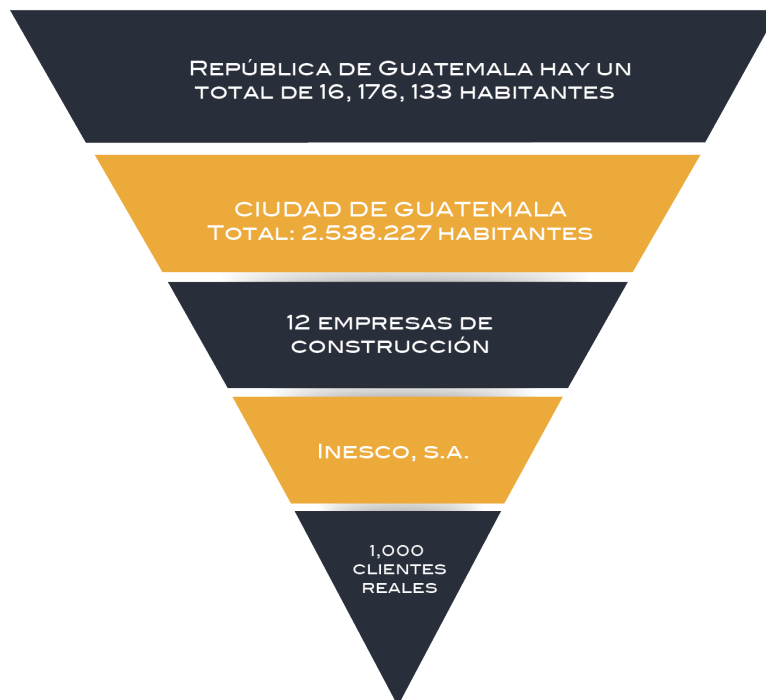
2.3 Justificación:

Para justificar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador y comunicador, se realizó una propuesta a partir de cuatro variables:

2.3.1 Magnitud:

Según el Instituto Nacional de Estadística –INE–, en la República de Guatemala hay un total de 16, 176, 133 habitantes (según censo del año 2015). Hay 12 empresas de materiales de construcción que son: Cementos Progreso, Inciv (Ingenieros Civiles), Incisa, Compañía Harbor, Construcon, Dicosa, Fábrica de arquitectura + Diseño, Global Construcciones, Grupo Construcciones Industriales, Proyectos Inteligentes, Adyco, Arcon.

La empresa Inesco S.A., desea dar a conocer sus servicios y productos por medio del material informativo a los clientes actuales y potenciales, los cuales son: hombres y mujeres encargados de organizaciones corporativas privadas, organizaciones públicas, organizaciones no gubernamentales u organizaciones gubernamentales, que se encuentren en el país y el resto de Centroamérica.



2.3.2 Vulnerabilidad:

Al no contar con diseños de material informativo, Inesco S.A. limita a los clientes actuales y potenciales conocer acerca de la existencia de una empresa que les puede ayudar a realizar sus proyectos de construcción e informar sobre los productos y servicios que ofrecen.

2.3.3 Trascendencia:

Al contar con material informativo impreso, Inesco S.A. dará a conocer los servicios y productos que tienen y podrán de esa manera transmitir la información a hombres y mujeres encargados de organizaciones corporativas privadas, organizaciones públicas, organizaciones no gubernamentales u organizaciones gubernamentales en la República de Guatemala y el resto de Centroamérica.

El material informativo ayudará a que la empresa vaya creciendo y sea más conocida en Guatemala.

2.3.4 Factibilidad:

El proyecto es factible, ya que la empresa cuenta con los recursos que hacen posible y realizable el proyecto, y sus variables son:

2.3.4.1 Recursos Humanos:

La empresa cuenta con el personal adecuado para brindar información acerca de lo que la empresa ofrece y realiza.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales:

El Gerente general de Inesco S.A., autorizó al personal para brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo el proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos:

La organización cuenta con los recursos necesarios, que posibilitan la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:

La comunicadora diseñadora cuenta con los recursos tecnológicos para crear el material informativo impreso: Computadora portátil Mac , que incluye softwares de diseño de Adobe.

Capítulo III

Objetivos de diseño

Capítulo III: Objetivos

3.1 Objetivo General

Diseñar material informativo impreso para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa de materiales de construcción Inesco S.A., a clientes actuales y potenciales.

3.2 Objetivos Específicos

- Investigar a través de fuentes bibliográficas y virtuales acerca de nuevas tendencias en diseños para aplicarlas en el diseño del material informativo impreso.

- Recopilar información acerca de la empresa Inesco S.A., para comunicar a los clientes acerca de los servicios y productos que ofrecen.

- Diagramar los elementos gráficos del material informativo para que la información sea fácil de leer e identificar por el grupo objetivo.

Capítulo IV

Marco de Referencia

Capítulo IV: Marco de Referencia

Datos de la Empresa

Nombre de la Empresa: Inesco S.A.

Dirección: Dirección: 7a. Avenida 7-78 Zona 4, edificio Centroamericano, Oficina 202 2do. nivel Guatemala.

Email: jlo@inesco.com / jlo@inesco-sa.com

Teléfono: PBX: (502) 2464-1800 / FAX: (502) 2464-1801

Contacto: Juan Luis Ortiz Álvarez

Celular: 5202-0830

Antecedentes:

Inesco, S.A. es una empresa fundada en el año de 1,994, dedicada a la producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica (Instalación), gaviones, colchones, geotextil, tubería de polietileno de alta densidad, fibras para refuerzo de concreto (evita grietas), mantos para erosión de suelos (estabilización), aplicando las normas estrictas para el control de calidad. Cuenta con personal altamente capacitado, con experiencia de más de 20 años en el ramo, lo que permite proveer un producto final de alta calidad.

Con el fin de llevarle el mejor producto y atención a los clientes, Inesco S.A. asistió al primer encuentro Latinoamericano de fabricantes de tubería, realizado en Acapulco (1,997), también asistió a la feria de Construcción (Construmat) realizada en Barcelona España (1,999), constituyéndose en la única empresa Centroamericana en asistir a estos eventos, así como la participación en diferentes ferias de la construcción llevadas a cabo.

Misión

Convertirse en el mejor aliado de las entidades constructoras de infraestructura, a fin de colaborar en la ejecución de proyectos y en el engrandecimiento de la nación, con productos y servicios de calidad.

Visión

Tener el posicionamiento en las empresas de la industria de la construcción del mercado centroamericano.

Delimitación Geográfica:

Oficina en Guatemala. Ofreciendo servicios de cobertura en toda la República de Guatemala y el resto de Centroamérica.

Grupo Objetivo:

El grupo objetivo de Inesco S.A., son hombres y mujeres encargados de organizaciones corporativas privadas, organizaciones públicas, organizaciones no gubernamentales u organizaciones gubernamentales.

Principal beneficio al grupo objetivo:

Calidad de servicio, eficiencia, disponibilidad de horarios, rapidez, disponibilidad de trabajo, ofreciendo siempre servicios integrales.

Competencia:

Cementos Progreso, Inciv (Ingenieros Civiles), Incisa, Compañía Harbor, Construcon, Dicosa, Fábrica de arquitectura + Diseño, Global Construcciones, Grupo Construcciones Industriales, Proyectos Inteligentes, Adyco, Arcon.

Posicionamiento:

Solidez de 22 años brindando de los mejores servicios, contratados y recomendados por muchas empresas, dando así como resultado el crecimiento de la empresa, como la adquisición de nuevos clientes.

Factores de diferenciación:

Servicio personalizado a clientes grandes o pequeños.

Objetivo de mercadeo:

Llegar al grupo objetivo que está determinado por la empresa y hacer que los clientes se sientan satisfechos y seguros con la adquisición de los productos de excelente calidad y larga duración.

Objetivo de comunicación:

Cubrir las necesidades del cliente, que el cliente actual y potencial se sienta identificado con la empresa y la vean como una entidad de alta calidad en sus productos y servicios.

Mensajes claves a comunicar:

Informar sobre los productos y servicios que ofrece la empresa y tener clientes satisfechos al cien por ciento por la calidad de trabajo.

Estrategia de comunicación:

Realizar material informativo impreso para dar a conocer a los clientes actuales y potenciales sobre los productos y servicios que la empresa ofrece, ya sea por medio de recomendaciones de una empresa a otra, de boca en boca, página web, catálogos, trifoliales, volantes, redes sociales.

Reto del diseño y trascendencia:

Informar a los clientes actuales y potenciales sobre los servicios y productos de alta calidad que la empresa puede ofrecerles.

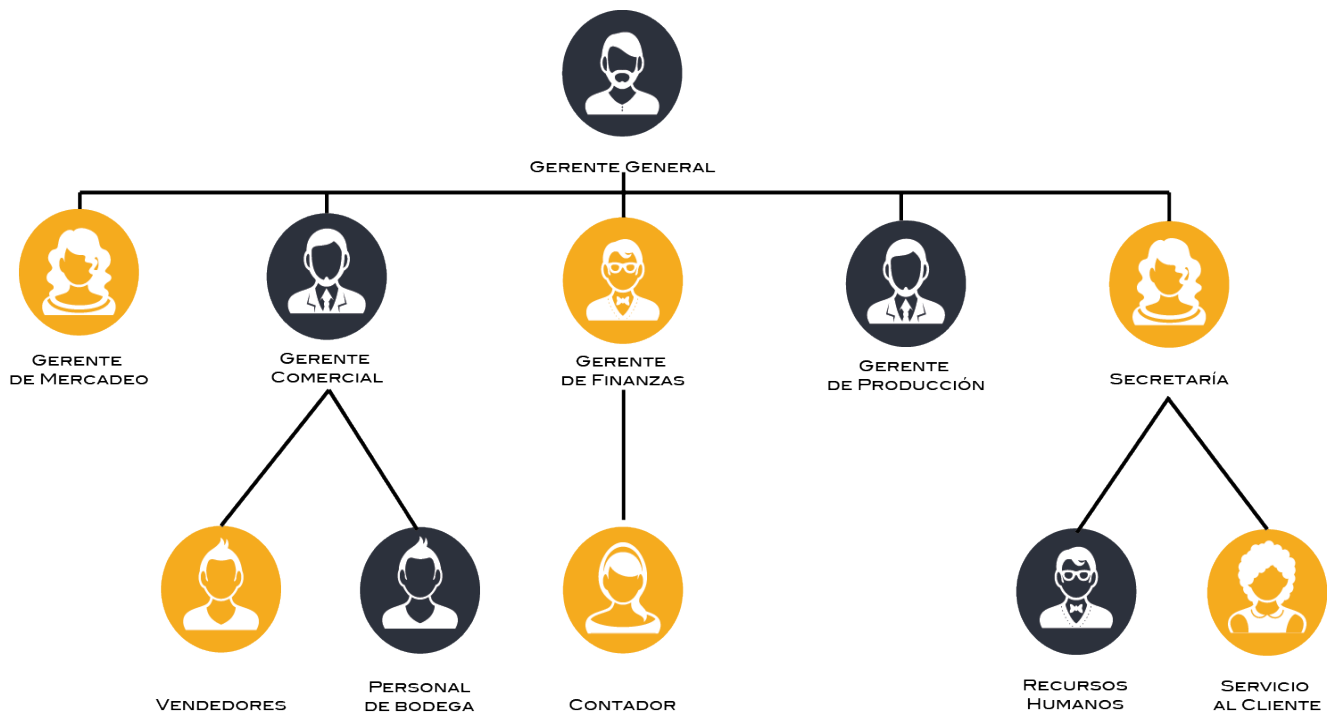
Materiales a realizar:

Material informativo impreso en un catálogo y un trifoliar para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa a sus clientes actuales y potenciales.

FODA:

Fortalezas	Oportunidades
Calidad de servicio y producto. Productos reglamentados con 100% cumplimiento de normas. Equipo de personal altamente capacitado.	Crecimiento de la empresa. Ganar nuevos contactos como clientes potenciales. Personal competitivo buscando incrementar la clientela.
Debilidades	Amenazas
Falta de actualización de datos en la página web para obtener nuevos datos sobre la empresa. Falta de material visual que implemente conocimientos sobre la empresa. Falta de material informativo impreso.	Competencias grandes y fuertes de otras entidades. Clientes altamente exigentes. Máquinas nuevas y materiales de construcción obtenidos por la competencia.

Organigrama de la empresa:



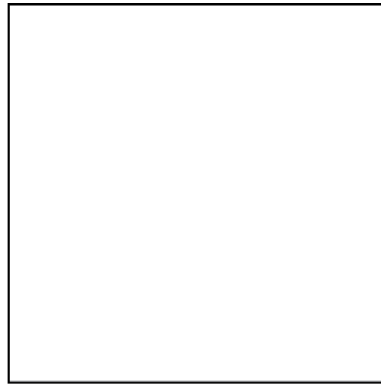
Datos del logotipo:



Prueba de colores:



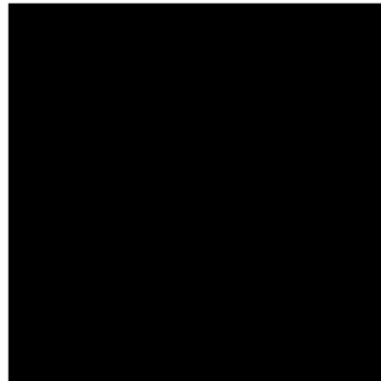
C= 3 M= 36 Y=99 K= 01



C= 0 M= 0 Y=0 K= 0



C= 78 M= 69 Y=54 K= 53



C= 0 M= 0 Y=0 K= 100

Prueba de tipografías:

BLAIRMDITC TT MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 !|¿?\${%&{}+*/[]

Abadi MT Condensed Light:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 |!¿?\${%&{}+*/[]

Capítulo V
Grupo Objetivo

Capítulo V: Grupo Objetivo

El grupo objetivo al que va dirigido el proyecto está conformado por hombres y mujeres encargados de organizaciones corporativas privadas, organizaciones públicas, organizaciones no gubernamentales u organizaciones gubernamentales en la República de Guatemala y el resto de Centroamérica.

5.1 Perfil Geográfico:

La República de Guatemala, localizada en el istmo centroamericano, cuenta con una superficie territorial de 108, 890. La población del país es de 16, 176, 133 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística –INE–. El idioma oficial de Guatemala es el español, además cuenta con otros 23 idiomas mayas, más los idiomas xinca y garífuna.

El país se divide en tres regiones: Las tierras altas, que se encuentran las montañas de mayor altura; la costa pacífica, que se localiza al sur de las montañas; y la región de El Petén, ubicada al norte de la nación. La región montañosa da lugar a volcanes, un total de 37, siendo el punto más alto el volcán Tajumulco con 4220 m.

El clima del país es muy variado según el sector, en el sector montañoso puede ser frío, en el Pacífico el clima es más tropical, mientras que al oriente del país el clima es árido. En cuanto a la hidrografía el país tiene varios ríos. Los ríos de la vertiente del Pacífico son cortos y de poca profundidad, mientras que los de la vertiente del Atlántico son largos y profundos. Por último, Guatemala cuenta con una variedad extensa de flora y fauna.

5.2 Perfil Demográfico:

El grupo objetivo de Inesco S.A., son hombres y mujeres, encargados de organizaciones corporativas privadas, entidades públicas, organizaciones no gubernamentales, organizaciones gubernamentales y ONG a lo largo del país y el resto de Centroamérica.

Nivel socioeconómico (NSE) A, B y C1. Son personas con un nivel educativo superior, ya que tienen una licenciatura terminada, algunos cuentan con una maestría, inclusive con un doctorado. Tienen un ingreso entre Q. 20,000.00 hasta Q. 70,000.00. Las personas de estos niveles socioeconómicos viven en una casa o departamento financiado o propio, con dos a seis habitaciones. Poseen terrenos, finca, casas de descanso en lagos, mar o en el interior del país. Ellos cuentan con personal de limpieza, garaje para dos o más vehículos y disfrutan de vacaciones en el interior o en el exterior. Poseen electrodomésticos como: Lavadora, secadora y refrigerador; también tienen televisores, Direct TV, celulares, computadora y vehículos.

(Fuente de información: Sigma Dos, 2015, ver tabla en anexo XIV).

5.3 Perfil Psicográfico:

El grupo objetivo responde al estilo de vida en el que trabajan tiempo completo, tienen accesos a clubs privados, realizan actividades recreacionales los fines de semana, buscando siempre nuevas actividades que les ayude a tener comodidad, felicidad y calidad en su estilo de vida. Los hombres y mujeres encargados de organizaciones corporativas privadas, organizaciones públicas, organizaciones no gubernamentales u organizaciones gubernamentales las cuales tienen como hábito la utilización del internet, redes sociales y otros medios masivos para estar informados.

Asimismo, promueven las instituciones en las que laboran. Como hobbies tienen la lectura y escuchar música, deportes, etc.

5.4 Perfil Conductual:

El grupo objetivo se identifica con la empresa Inesco S.A., ya que por medio de ellos se realizan grandes proyectos como instalaciones de tuberías, piezas de concreto o metal para la protección de las personas en las carreteras, las señalizaciones de precaución, entre otros; ofreciendo así siempre productos y servicios de la mejor calidad, y personal que trabaja con excelencia por el bienestar del país.

Capítulo VI

Marco teórico

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Empresa:

Unidad económica dirigida por un empresario, donde no hay ningún tipo de diferencia entre el empresario y el propietarios de la empresa y el que la dirige. Lugar donde se realizan actividades de producción o presentación de servicios. (Pérez, 2008).

6.1.2 Construcción:

Edificación de una obra de ingeniería, arquitectura o albañilería, realización de algo inmaterial utilizando ordenadamente y según un plan los elementos de que consta. (ABC, 2016).

6.1.3 Producción:

Período de planeación en el que la empresa puede realizar todos los cambios que considere convenientes para alcanzar sus objetivos. (Belio, 2007).

6.1.4 Comercialización:

Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. (Kotler, 2006).

6.1.5 Fábrica:

Cualquier construcción o parte de ella, hecha con piedra, ladrillo y argamasa. Establecimiento industrial donde se transforman los productos semielaborados o materias primas para la obtención de objetos destinados al consumo. (Word Reference, 2016).

6.1.6 Servicios:

Labor o trabajo que se hace sirviendo al Estado o a otra entidad o persona, como también lo es una organización y personal destinados a satisfacer necesidades del público. (Word Reference, 2016).

6.1.7 Materiales:

Los materiales son los elementos que se necesitan para fabricar un objeto. Se clasifican según su origen, animal, vegetal o mineral, algunos son los elaborados por los seres humanos. (Woodword, 2003).

6.1.8 Productos:

Conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos, que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador. (Belio, 2007).

6.1.9 Concreto:

Es un material resistente en compresión, material en elementos en flexión. (Crespo, 2010).

6.1.10 Metal:

Son elementos químicos que se encuentran en la naturaleza, generalmente en estado sólido, son buenos conductores del calor y la electricidad. (Crespo, 2010).

6.1.11 Cliente:

Persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. (Pérez, 2009).

6.1.11.1 Cliente real:

Es aquel con el que se ha llegado a un acuerdo o por escrito las condiciones de la asesoría, patrocinio o representación. (Pérez, 2009).

6.1.11.2 Cliente potencial:

Es aquel que solo pide una opinión, con el que no se ha llegado a un acuerdo sobre los pormenores de la asesoría, patrocinio o representación. (Pérez, 2009).

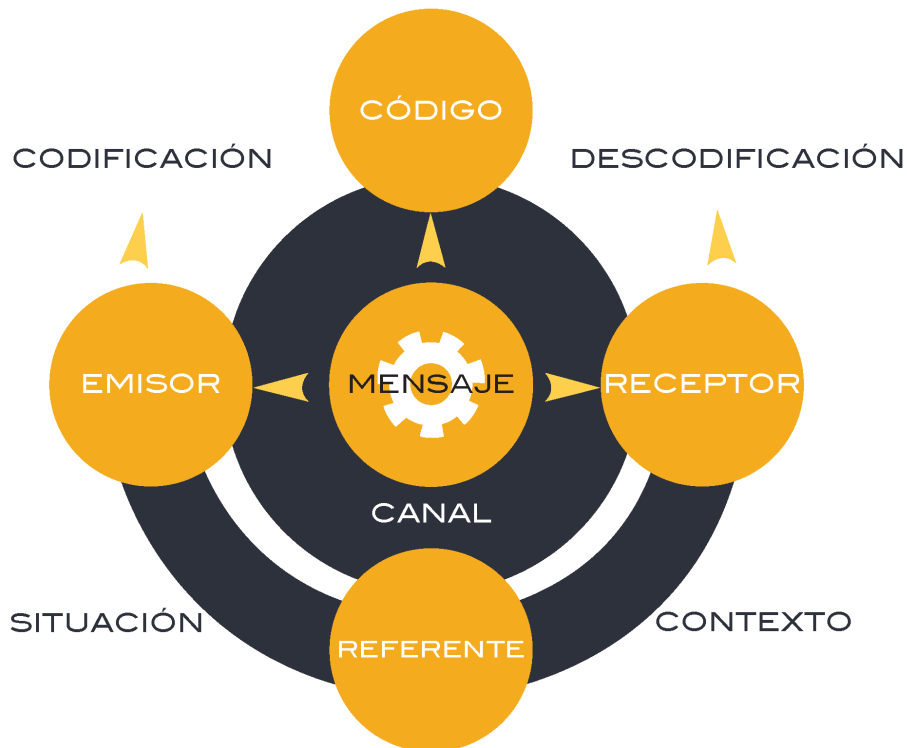
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1 Comunicación:

Transmisión de un mensaje sucesivamente codificado y luego decodificado entre dos individuos. (Andrade, 2005).

6.2.1.2 Esquema de comunicación:



Gráfica realizada por Comunicadora diseñadora: Ana Sofia Espinal

6.2.1.3 Proceso de comunicación:

Proceso bidireccional, en la que hay un emisor y un receptor. (TDM, 2016).

6.2.1.4 Comunicación corporativa:

Es la aplicación al ámbito empresarial de los planteamientos tradicionales desarrollados a través del conocimiento de los medios de la comunicación de masas y sus efectos. (Andrade, 2005).

6.2.1.5 Comunicación visual:

Relación que existe entre la imagen y el significado. Debido a que la imagen es un factor directo de reacción, simbolización y percepción, debe de tener un significado fácil de comprender, suele ser directa, penetrable y universal. (EcuRed, 2016).

6.2.1.6 Comunicación Organizacional:

Campo de estudio y área funcional de la empresa, es el conjunto de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización y entre ésta y sus públicos externos. (Andrade, 2005).

6.2.1.7 Imagen corporativa:

Todo lo que rodea una empresa o a un producto y que hace referencia a su imagen, un problema de la compañía, lanzamiento de nueva imagen, un público objetivo diferente, es una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formada por atributos referentes a la compañía. (Sánchez, 2009).

6.2.1.8 Identidad corporativa:

Es la representación o imagen conceptual que un espectador tiene de una organización o de una empresa, la imagen corporativa es una parte de la identidad corporativa que hace referencia a los aspectos visuales de dicha representación. (Luisannet, 2016).

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño:

6.2.2.1 Diseño:

Es una disciplina que no sólo engendra realidades materiales sino que también cumple una función comunicativa. Es toda acción creadora que cumple su finalidad. (The Cult, 2016).

6.2.2.2 Diseño Gráfico:

Medio de comunicación y de expresión, por el que podemos transmitir un mensaje o un concepto con símbolos, grafismos, textos, imágenes y colores. (Luisannet, 2016).

6.2.2.3 Diseño Publicitario:

Comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos, etc. y también el soporte para otros medios visuales, tales como la televisión o internet. (Fotonostra, 2016).

6.2.2.4 Material informativo:

Diseño elaborado con la intención de facilitar y conducir la información por medio de libros, carteles, mapas, fotos, láminas, videos, software, entre otros. Son aquellos materiales que nos ayudan a presentar y desarrollar los contenidos. (Dictionarist, 2916).

6.2.2.5 Flat Design:

Trata de eliminar o reducir todo tipo de decoración en un diseño de interfaz o web para simplificar el mensaje y facilitar la funcionalidad. En el cual se eliminan texturas, degradados, biselados, sombreados, entre otros. En definitiva, todo lo que no aporte valor al mensaje o información que se quiere transmitir al usuario que interactúa con la interfaz. (Dalley, 1980).

6.2.2.6 Composición:

La organización total de la figura y el fondo de cualquier diseño, todas las formas individuales y las partes de las formas de configuración, tamaño y posición. (Pérez, 2009).

6.2.2.7 Composición visual:

Es la disposición equilibrada de los elementos de una imagen que se ordenan para expresar sensaciones favorables en un espacio determinado. La distribución de estos elementos debe realizarse en función de una estructura interna que tenga una significación clara o una intención coincidente con el mensaje que se quiera transmitir. (ABC, 2016).

6.2.2.8 Diagramación:

Distribuir y organizar los elementos del mensaje, en el espacio bidimensional, mediante criterios de jerarquización, buscando funcionalidad del mensaje bajo una apariencia estética agradable.

6.2.2.9 Color:

El color es todo aquello que vemos cuando llega a nuestros ojos la luz reflejada por un objeto. Todo cuerpo iluminado absorbe una parte de las ondas de

luz y refleja las restantes, es una percepción en el órgano visual de quien lo contempla. (Dalley, 1980).

6.2.2.10 Color CMYK:

Colores cian, magenta, amarillo y negro que se utilizan para la impresión de documentos, los colores se generan eliminando longitudes de ondas concretas mediante la aportación de diferentes pigmentos a cada punto. (Dalley, 1980).

6.2.2.11 Softwares:

El establecimiento y uso de principios de ingeniería, también se define como el conjunto de herramientas, métodos y procedimientos orientados a la construcción de programas con instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en una computadora. (Adobe, 2016).

6.2.2.11.1 Adobe Illustrator:

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

6.2.2.11.2 Adobe Photoshop:

Aplicación de edición de imágenes y diseño que constituye la base de casi todos los proyectos creativos. Trabaja en el escritorio y dispositivos móviles para crear y mejorar fotografías, diseños de aplicaciones web y móviles, arte en 3D, vídeos y mucho más. (Adobe, 2016).

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias:

6.3.1.1 Semiología:

Ciencia que abarca los campos de las nuevas disciplinas que estudian la comunicación. Es la ciencia general de todos los sistemas de signos que operan en la comunicación a escala social, tales como códigos de señales, cartografía, gestos simbólicos, imágenes publicitarias, etc. (Giraud, 1972).

6.3.1.1.1 Semiología de la imagen:

Estudio del significado de una imagen o diseño por medio de sus símbolos y signos, sus códigos y señalizaciones

6.3.1.2 Ciencias de la comunicación:

Es la ciencia que entiende la producción , el tratamiento y los efectos de los símbolos y de los sistemas de signos mediante teorías analizables, que permiten estudiar los fenómenos asociados a la producción , tratamiento y los efectos. (Beth, 1990).

6.3.1.3 Lingüística:

Es el estudio científico del lenguaje humano, analiza el elemento humano, el mensaje y toma como el medio convencional o código, para que se realice el hecho comunicativo, trata de comprender cómo el lenguaje funciona como medio de expresión, estudia de qué modo son producidos los sonidos del habla y sus características acústicas y distintivas, formula un inventario de formas, palabras y construcciones sintácticas, aprecia los cambios del significado. (Beth, 1990).

6.3.1.3 Sociología:

La sociología es el estudio científico de los seres humanos en sus relaciones uno con otro (la interacción humana), estudia las leyes constantes del comportamiento social, toma como objetivo central el hecho de las relaciones humanas.

6.3.1.4 Antropología:

Es la ciencia del hombre, de las ciencias biológicas y de las sociales. Estudia la evolución estructural de la humanidad y el desarrollo de las civilizaciones desde los primeros tiempos. (Kluckhohn, 1949).

6.3.1.5 Psicología:

La ciencia del comportamiento y los procesos mentales, que incluye los sueños, las fantasías y otras experiencias íntimas. (F. Thompson, 1986).

6.3.1.5.1 Psicología del color:

Los significados que se les confiere a los colores que están influidos por nuestro estado de ánimo que varían dependiendo las acciones y sensaciones que nos produzcan. (Ferrer, 2002).

6.3.1.5.2 Psicología del consumidor:

El comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de los productos, servicios e ideas que esperan que satisfagan sus necesidades. Es un análisis acerca de la forma en la que los individuos toman decisiones con el consumo. (F. Thompson, 1986).

6.3.1.6 Pedagogía:

Es el conjunto de los medios puestos en acción para llevar a cabo la educación y más especialmente, para enseñar. Tiene como objeto el estudio, la selección y aplicación de acciones de educativas emprendidas dentro de unos marcos institucionales dados, y tendentes a llevar a cabo finalidades socialmente definidas mediante consideraciones éticas y filosóficas. (Foulquié, 1976).

6.3.1.6.1 Andragogía:

Formación o educación permanentes. Es la ciencia y el arte que está inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de participación, horizontalidad y flexibilidad. (Blogspot, 2016).

6.3.1.7 Cibernética:

Ciencia y técnica del tratamiento de las informaciones, que permiten conseguir rápidamente por procedimientos mecánicos la solución a problemas que se plantean y poner en marcha automáticamente su ejecución.

6.3.2 Artes:

6.3.2.1 Dibujo:

Es el arte visual de representar algo en un medio bi o tridimensional mediante diversas herramientas y/o métodos. (ABC, 2016).

6.3.2.1.1 Ilustración:

Imágenes que se emplean para comunicar una información concreta, basada en técnicas artísticas; es arte en un contexto comercial.

6.3.2.2 Fotografía:

Huella luminosa registrada en una superficie químicamente preparada para ello o en sensores digitales dotados de células fotoeléctricas, es la formación de una huella lumínica.

6.3.2.3 Artes visuales:

Son las artes que pueden verse, sin embargo deben de apoyarse en algo objetivo, y ello es el sistema de relaciones estructurales que mantienen unida la obra y que son completamente independientes del hecho de que las veamos. (Preckler, 2003).

6.3.2.4 Tipografía:

El arte o habilidad para poder diseñar cualquier asunto impreso, especialmente la palabra. (McLean, 1987).

6.3.3 Teorías:

6.3.3.1 Teoría de la Gestalt:

Teoría en la que el ser humano percibe un todo integrado que no es la suma de sus partes, sino una totalidad. El hombre ve y capta todo organizado o en totalidades de sentido. (McLean, 1987).

6.3.3.2 Marketing:

Es un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y

de valor con otros grupos e individuos. Implica el establecimiento de un intercambio de relaciones de alto valor con los clientes, es un proceso por el cual las empresas crean un valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos, obteniendo a cambio el valor de los clientes. (Belio, 2007).

6.3.3.3 Publicidad:

Hace de la promesa una proposición concreta de beneficio. Provoca la acción inmediata antes de que las cosas parezcan. Vive de simplificar todo lo difícil y de convertir en síntesis todo lo explicable. Nos familiariza con todo cuanto nos rodea. Se expresa en el lenguaje que los demás hablan. (Tobón, 2008).

6.3.4 Tendencias:

6.3.4.1 Constructivismo:

Es un movimiento artístico y arquitectónico fundado en los años veinte en Rusia. Es una corriente estructurada, desarrollada a partir del collage cubista, fundada por Vladimir Tatlin.

6.3.4.2 Aleksandr Ródchenko:

Artista polifacético, fue uno de los escultores y pintores de la Vanguardia rusa más relevante, formó parte activa del Constructivismo.

6.3.4.3 Diseño plano-constructivo:

Es el diseño que cuenta con estructuras lineales y figuras a base de geometrismo, como también ilustración de figuras simples lo que lleva al flat design.

6.3.4.4 Arte conceptual:

Se limita a brindar una oportunidad, una situación, una información escrita o fotográfica de la que pudiera surgir una obra, tiene una esencia intelectual y lingüística,

ya que se apoya en el concepto o la idea, y en la palabra, siendo su materia y forma artísticas reducidas y escasas.

Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Construcción:

Será utilizada como el elemento esencial para los diseños a realizar, con el propósito de basarnos en esta palabra para crear correctamente lo que se necesita.

7.1.2 Comunicación corporativa:

Se utilizará en el diseño del catálogo, trifoliar y afiche para dar a conocer la imagen de la empresa y todo lo que se ofrece en ella.

7.1.3 Comunicación Visual:

Se mostrará en los diseños, ya que tiene que comunicar y transmitir el concepto correcto sobre lo que es la empresa.

7.1.4 Identidad corporativa:

Hará referencia a la identidad de la empresa, lo cual es la construcción. Con los colores transmitir el mensaje y dar al grupo objetivo el mensaje que necesitan.

7.1.5 Diseño Publicitario:

Se realizará un brochure y un trifoliar, que será presentado a los clientes actuales y potenciales de la empresa.

7.1.6 Material informativo:

Diseño de un brochure y un trifoliar que transmitirá la información de la empresa de construcción, los productos y servicios que ésta ofrece.

7.1.7 Flat Design:

Se utilizará en el brochure y en el trifoliar, ya que será un diseño sin mucha decoración y así por medio de la simplicidad de ellos transmitir adecuadamente el mensaje al grupo objetivo de la empresa.

7.1.8 Diagramación:

Se distribuirán y se organizarán adecuadamente los elementos en el diseño del trifoliar y del brochure para transmitir el mensaje, los productos y servicios de la empresa, usando la adecuada jerarquización de los elementos y así contenga una estética agradable a la vista, con el cual el mensaje tendrá mejor funcionalidad.

7.1.9 Semiología:

Los diseños comunicarán por medio de símbolos, imagen e información escrita sobre la empresa para comunicar los servicios y productos que se ofrecen en ella a los clientes actuales y potenciales.

7.1.10 Psicología del color:

El diseño informativo del trifoliar y del brochure contendrá por medio del diseño los colores adecuados que vayan con la empresa de construcción, ya que estos están influidos por nuestro estado de ánimo y nos producen sensaciones al verlos al igual que asociaciones a objetos, en este caso la construcción.

7.1.11 Ilustración:

Los diseños en el brochure y en el trifoliar que darán la información concreta, con técnicas artísticas para que los clientes actuales y potenciales puedan conocer más sobre lo que la empresa ofrece.

7.1.12 Fotografía:

Se utilizará para mostrar los materiales que se ofrecen en la empresa de construcción.

7.1.13 Tipografía:

Los diseños contendrán la tipografía adecuada para llamar la atención de los clientes actuales y potenciales para la empresa de construcción.

7.1.14 Arte conceptual:

Por medio de los diseños del brochure y el trifoliar se brindará la información escrita y fotográfica de la empresa, para dar a conocer los servicios y productos que se les ofrecen a los clientes actuales y potenciales.

7.2 Conceptualización

Se realizan propuestas de material informativo impreso para que la empresa de construcción Inesco S.A. pueda dar a conocer a sus clientes actuales y potenciales sobre los productos y servicios que ofrecen a través de la realización de un catálogo y un trifoliar, basándose en los colores adecuados al tema, tipo de letra, íconos y fotografías que se identifiquen con la empresa.

7.2.1 Método

El método de mapas mentales es una técnica gráfica donde se diagraman las palabras principales relacionadas entre sí y de esta manera el cerebro logra utilizar con mayor utilidad su potencial.

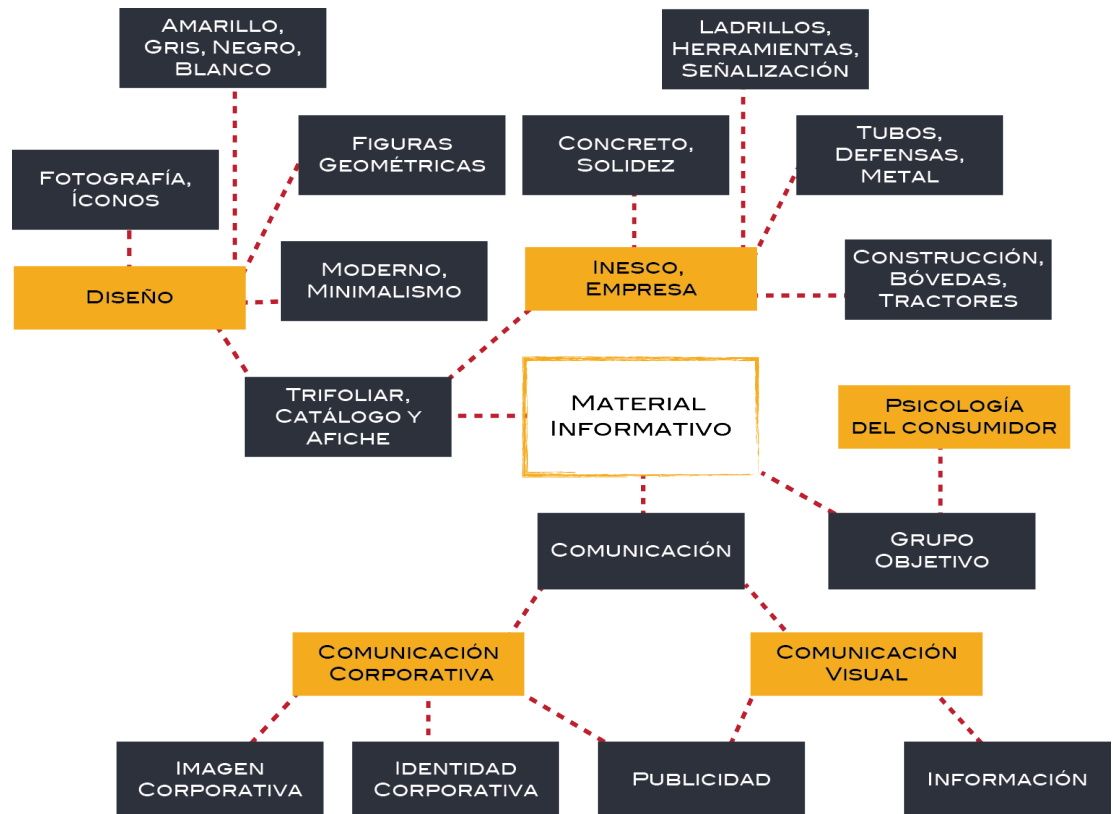
El método se crea al escribir una palabra principal, esta puede ser el problema o el tema central. De ella salen los temas principales relacionados y de estos temas salen palabras claves que forman una estructura.

Se debe de tomar:

1. Una hoja de papel del tamaño deseado, según sea la necesidad.
2. En el centro se escribe o dibuja el problema o asunto de mayor importancia.
3. De forma ramificada se escriben los temas relacionados al problema.
4. De estos temas relacionados deben salir imágenes o palabras a través de líneas abiertas.

Su origen tiene lugar por Tony Buzan, quien es un escritor e investigador de la mente y la inteligencia, crea la técnica de mapas mentales para crear una idea central usualmente basada en el proceso creativo por medio de la exploración del problema. (Gestiopolis, 2009)

7.2.1.1 Aplicación del método



7.2.2 Definición del concepto:

Para encontrar el concepto de diseño, se realizó un estudio a través de lo que la empresa carecía para así implementar publicidad sobre los productos y servicios que ofrecen, dar a conocerlo a sus clientes actuales y potenciales, al lograr un enfoque en el grupo objetivo adecuado.

Para la resolución del problema se utilizó la técnica de Mapa mental, analizar la problemática y el objetivo general del proyecto, para dejar en conclusión la realización del catálogo y los trifoliales.

7.2.2.1 Concepto en base al Mapa Mental

Con la realización del mapa mental en una hoja de papel, se analizaron las palabras para crear con ellas la idea central del proyecto.

Las palabras que surgieron del mapa mental son las siguientes:

1. Ladrillos
2. Herramientas
3. Señalización
4. Construcción
5. Bóvedas
6. Tractores
7. Tubos
8. Defensas
9. Metal
10. Concreto
11. Solidez

12. Fotografía
13. Amarillo
14. Gris
15. Negro
16. Blanco
17. Figuras Geométricas
18. Moderno
19. Minimalismo
20. Flat design
21. Íconos

Se analiza cada una de las palabras para evaluar cuáles son las indicadas para transmitir de mejor manera el mensaje con el que se desea hacer llegar al grupo objetivo.

Las palabras seleccionadas para realizar los diseños son: Herramientas, fotografías, íconos, amarillo, negro, blanco, figuras geométricas, flat design, ladrillos, defensas.

Después de la realización del mapa mental y del listado de las palabras claves, se determinó que el concepto se basará en la siguiente frase:

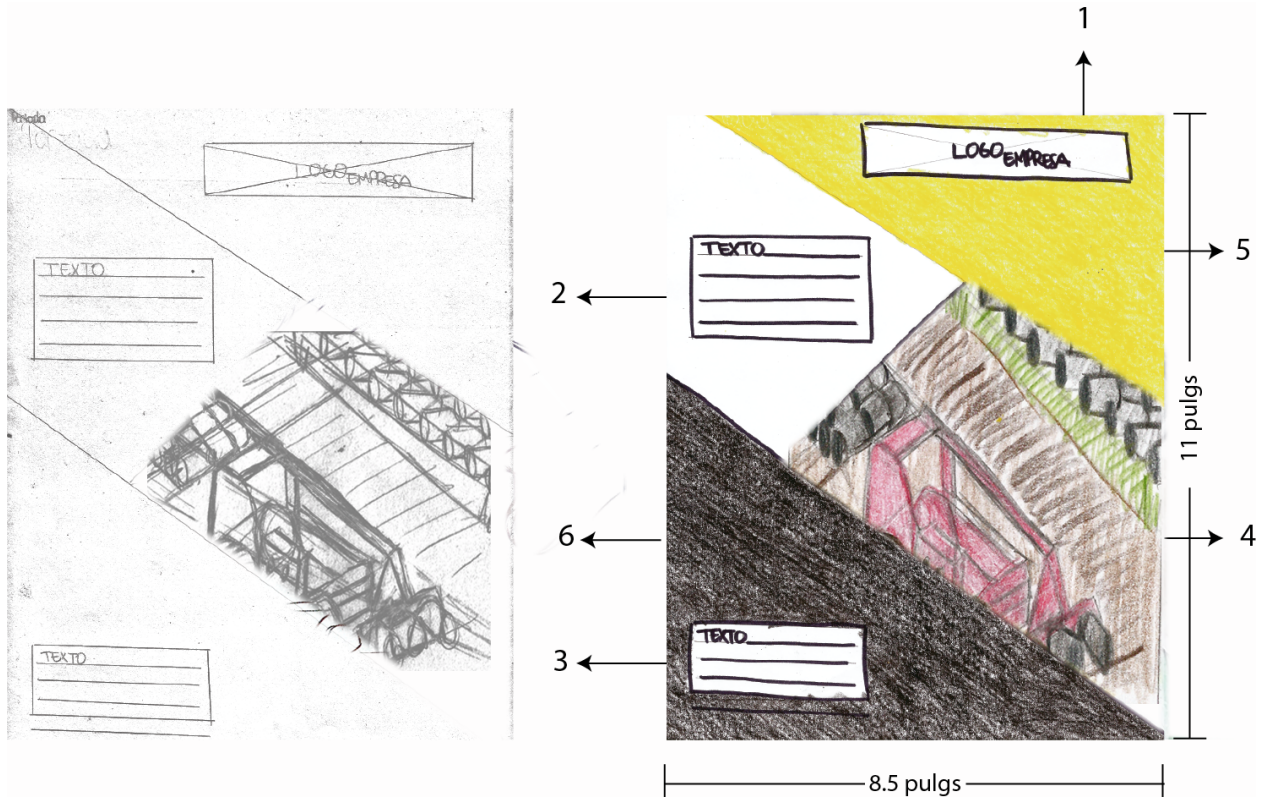
“Figuras sólidas para la construcción”

7.3 Bocetaje

El bocetaje es el proceso en el que se plasman las ideas que se tienen en mente para la creación de diseños. Se hace por medio de dibujos rápidos sin detalles y funciona como guía para realizar un diseño final en digital. (Universidad de Palermo, 2014)

7.3.1 Propuesta de bocetaje formal catálogo:

Boceto # 1: Portada



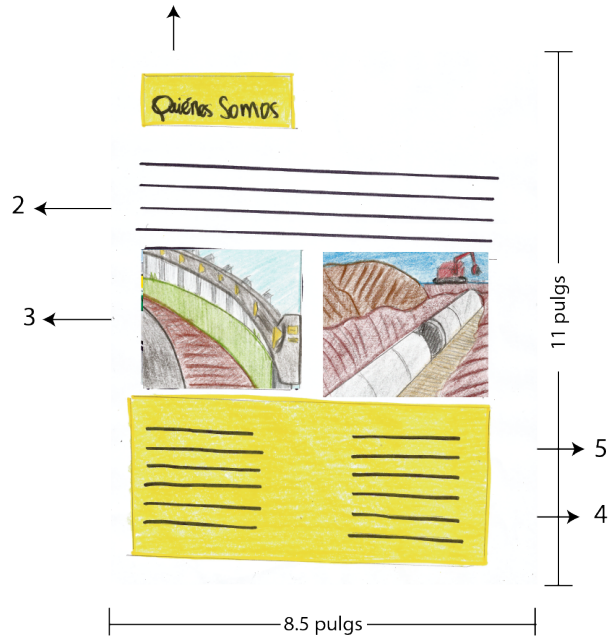
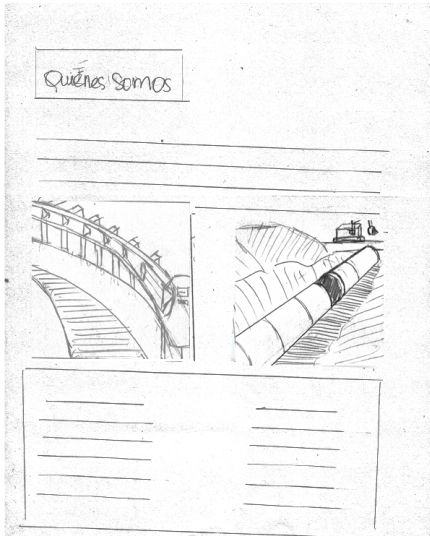
Identificación de elementos:

1. Logo Inesco, S.A.
2. Texto: Amplio Inventario de Productos
3. Texto: 2017 y dirección página web Inesco
4. Fotografía
5. Fondo triangular amarillo
6. Fondo triangular negro

Descripción:

Se diagramaron textos, la imagen y las figuras triangulares verticalmente para mostrar orden en el diseño.

Boceto # 2: ¿Quiénes somos?



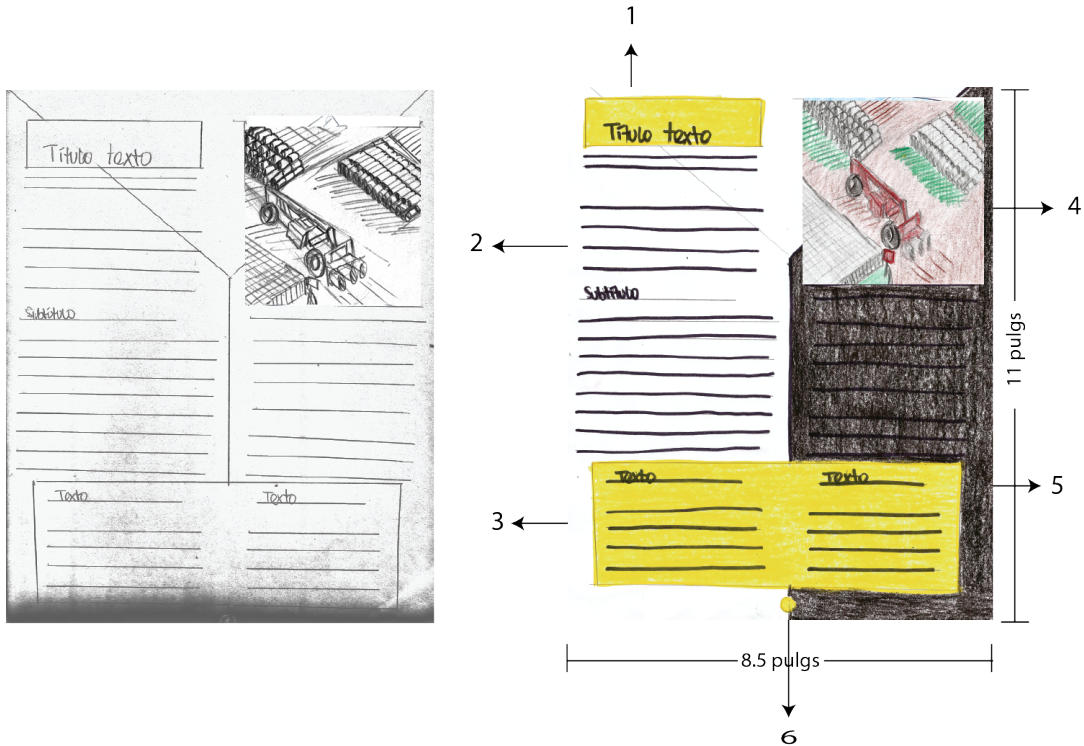
Identificación de elementos:

1. Texto: ¿Quiénes somos?
2. Texto: Información Inesco
3. Fotografías
4. Texto: Misión y visión
5. Fondo Rectangular amarillo

Descripción:

Se diagramaron textos, las imágenes y las figuras horizontalmente para mostrar orden en el diseño y distintos bloques de información.

Boceto # 3: Productos



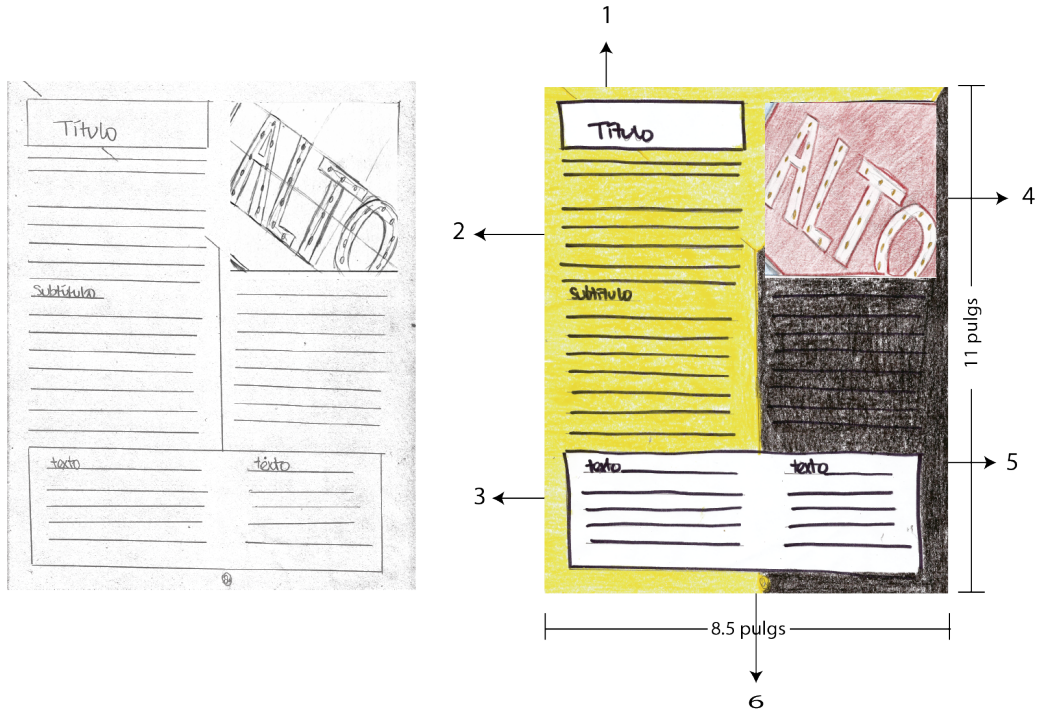
Identificación de elementos:

1. Texto: Productos
2. Texto: Información productos
3. Texto: Información productos
4. Fotografía
5. Fondo Rectangular negro vertical y amarillo horizontal
6. Numeración página

Descripción:

Se diagramaron textos, las imágenes y las figuras horizontal y verticalmente para mostrar orden en el diseño y distintos bloques de información.

Boceto # 4: Productos de Metal



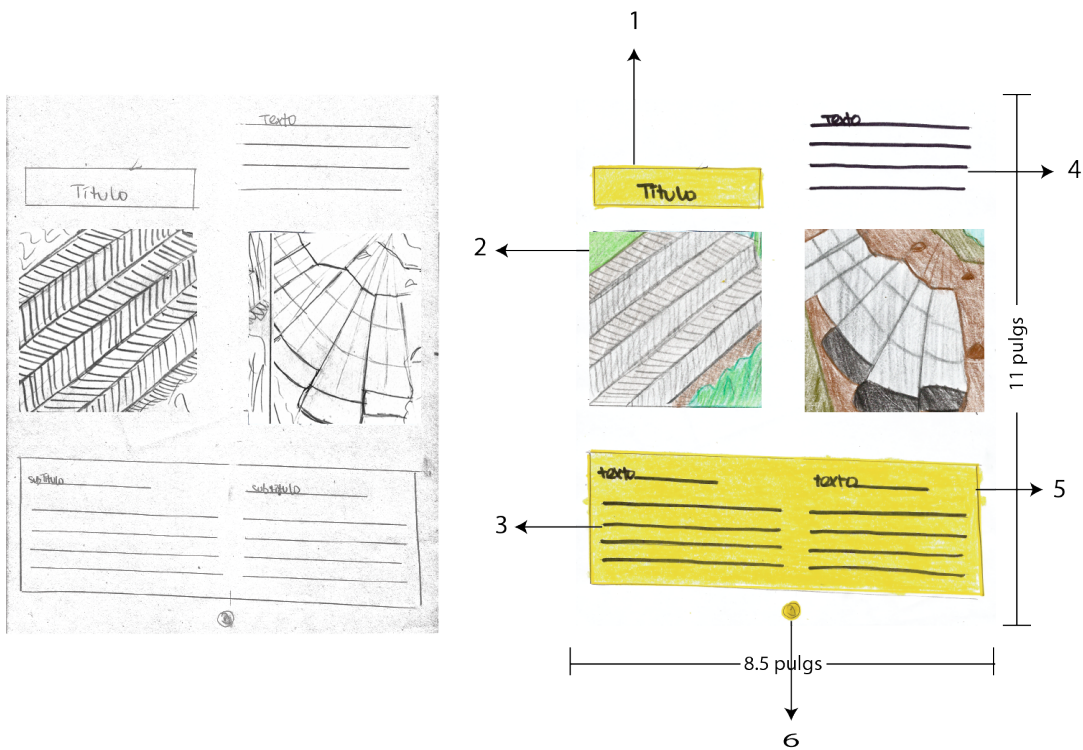
Identificación de elementos:

1. Texto: Productos de metal
2. Texto: Información productos
3. Texto: Información productos
4. Fotografía
5. Fondo Rectangular negro vertical y amarillo vertical
6. Numeración página

Descripción:

Se diagramaron textos, las imágenes y las figuras horizontal y verticalmente para mostrar orden en el diseño y distintos bloques de información.

Boceto # 5: Otros Productos



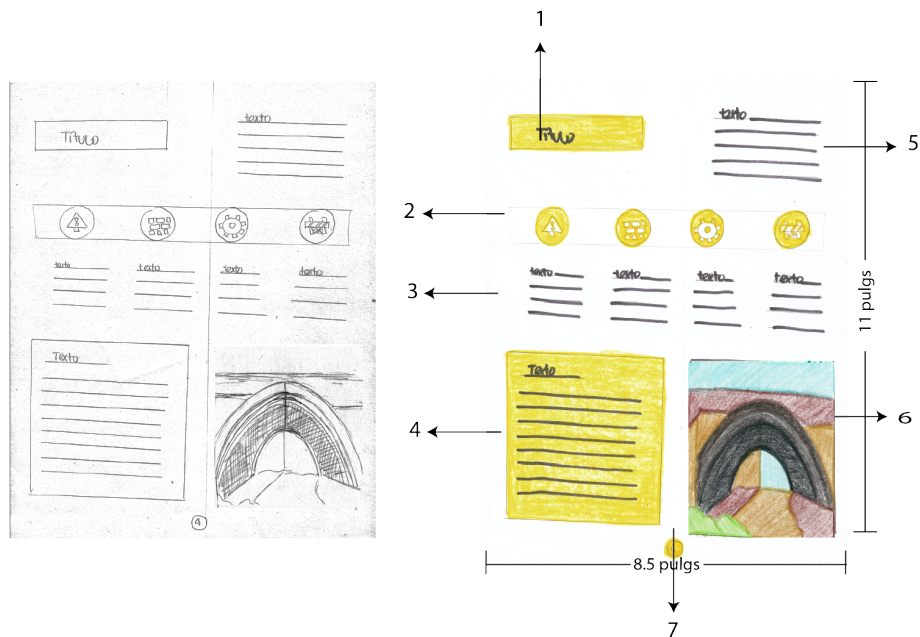
Identificación de elementos:

1. Texto: Otros Productos
2. Fotografías
3. Texto: Información productos
4. Texto: Información productos
5. Fondo Rectangular amarillo horizontal
6. Numeración página

Descripción:

Se diagramaron textos, las imágenes y las figuras horizontalmente para mostrar orden en el diseño y distintos bloques de información en dos columnas.

Boceto # 6: Algunos Proyectos



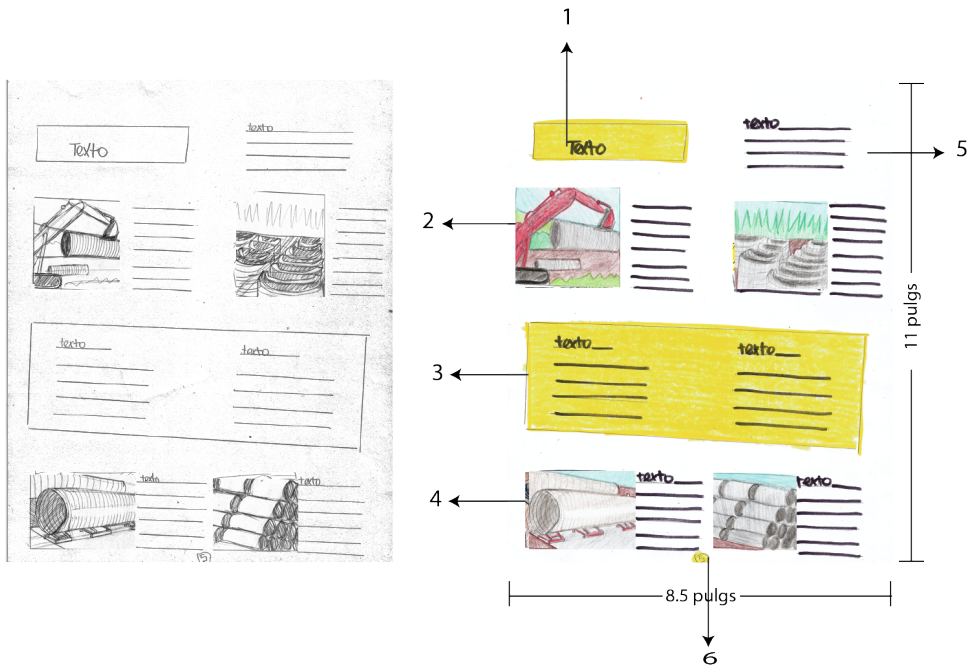
Identificación de elementos:

1. Texto: Algunos Proyectos
2. Íconos de construcción
3. Texto: Información de proyectos
4. Texto: Información de proyectos
5. Texto: Información de proyectos
6. Fotografía
7. Numeración página

Descripción:

Se diagramaron textos, las imágenes y los íconos para mostrar orden en el diseño y distintos bloques de información, mostrando un poco de diversidad en el diseño, al colocar los íconos con ilustraciones relacionadas a la construcción.

Boceto # 7: Ubicación Empresa



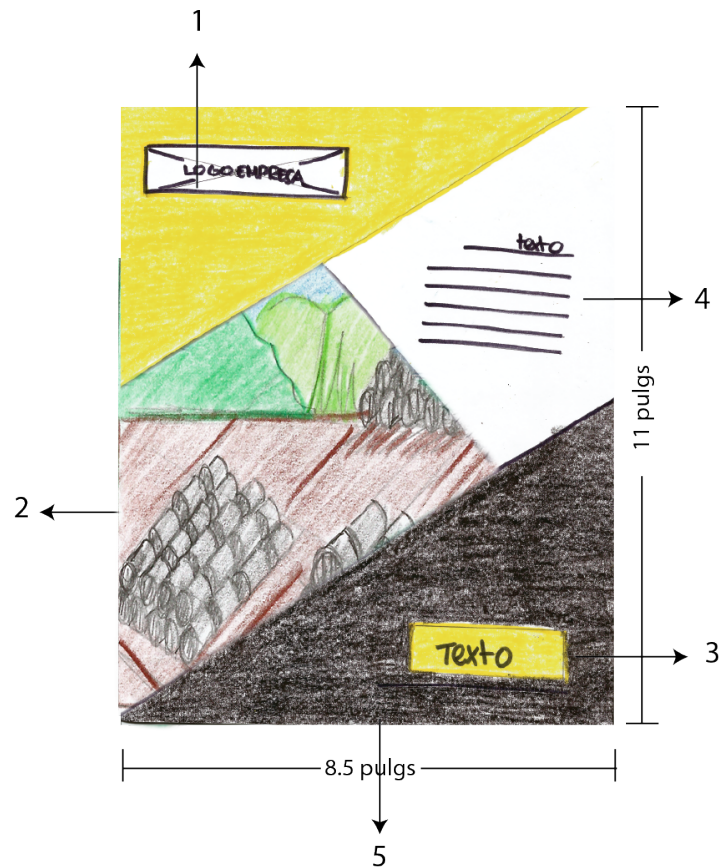
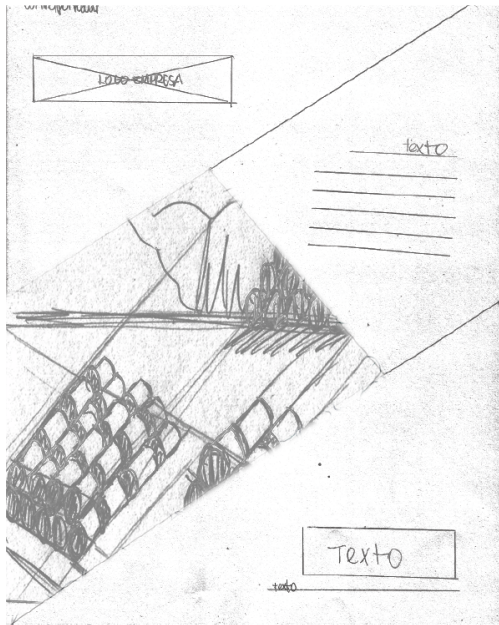
Identificación de elementos:

1. Texto: Ubicación empresa
2. Imagen y texto
3. Texto: Información empresa
4. Imagen y texto empresa
5. Texto sobre la empresa
6. Numeración página

Descripción:

Se diagramaron textos, las imágenes en el diseño en distintos bloques de información, mostrando un poco de diversidad en el diseño, al igual que los íconos de las redes sociales en donde se puede consultar sobre la empresa.

Boceto # 8: Contraportada



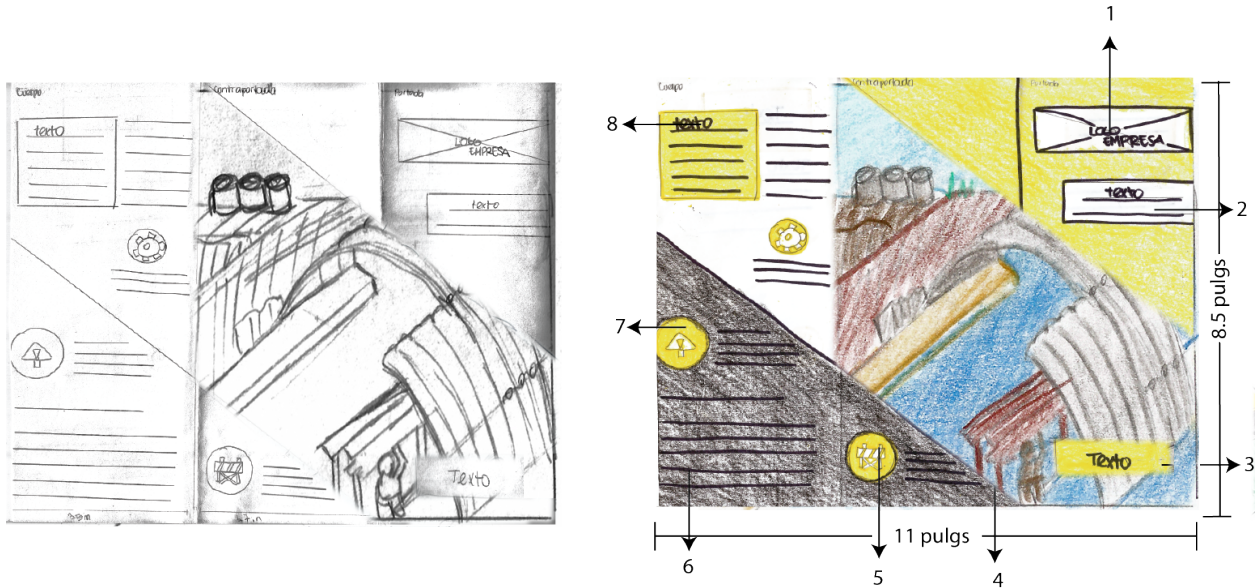
Identificación de elementos:

1. Logo empresa
2. Fotografía empresa
3. Texto: 2017 y dirección página web Inesco
4. Texto: Amplio inventario de productos
5. Numeración página

Descripción:

Se diagramaron textos, las imágenes en el diseño de manera horizontal, para demostrar orden y armonía.

Boceto # 9: Tiro del trifoliar



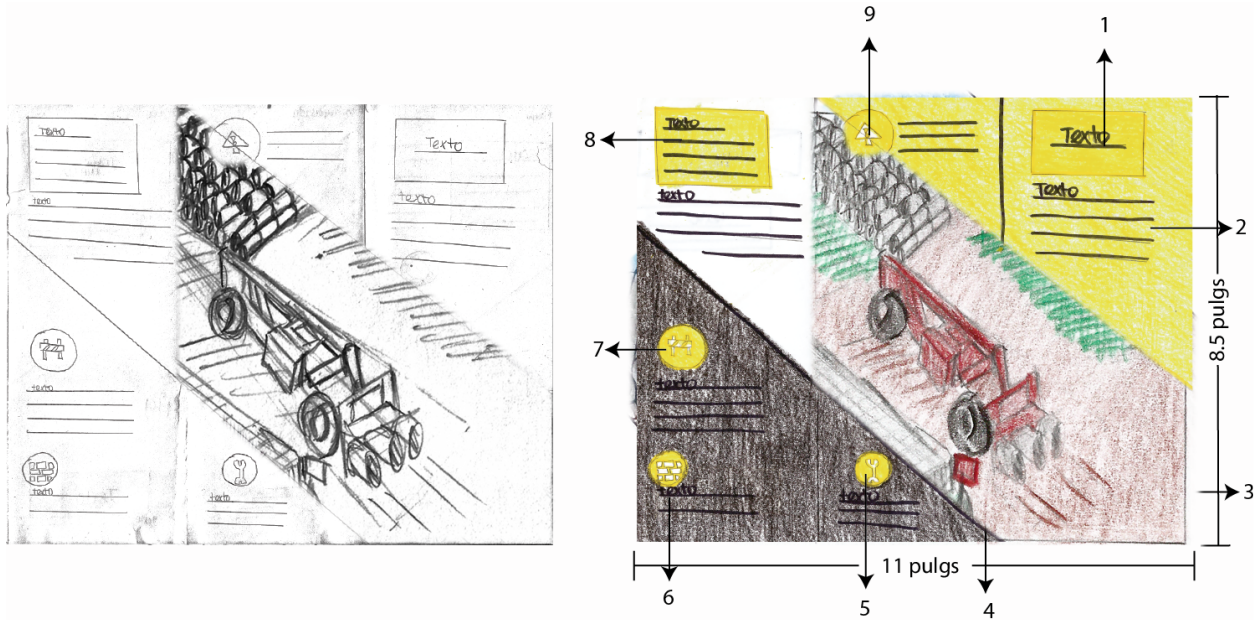
Identificación de elementos:

1. Logo empresa
2. Números de teléfono
3. Texto: 2017 y dirección página web Inesco
4. Fotografía
5. Ícono con dirección de la empresa
6. Misión y visión de la empresa
7. Información empresa
8. Información empresa

Descripción:

Se diagramaron los textos, las imágenes e íconos en el diseño de manera horizontal, en 3 columnas y diagonalmente los fondos con color negro y amarillo.

Boceto # 10: Retiro del trifoliar



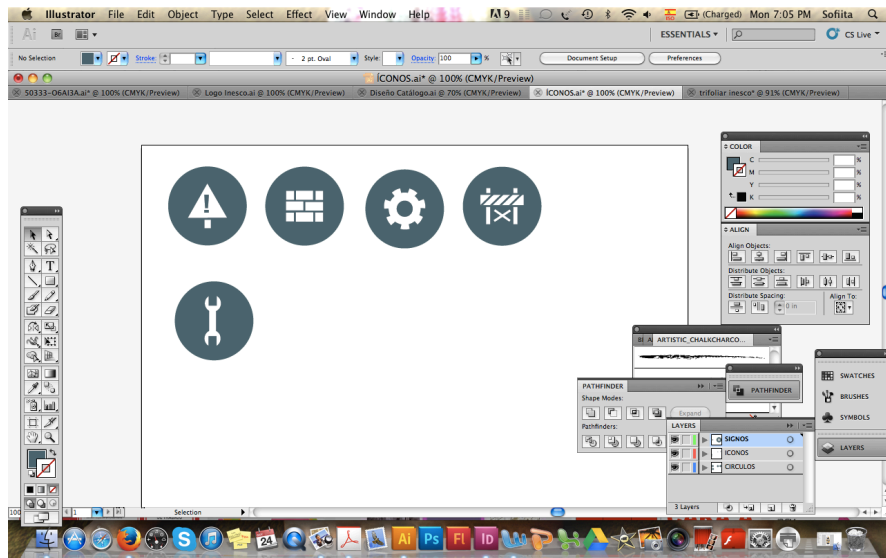
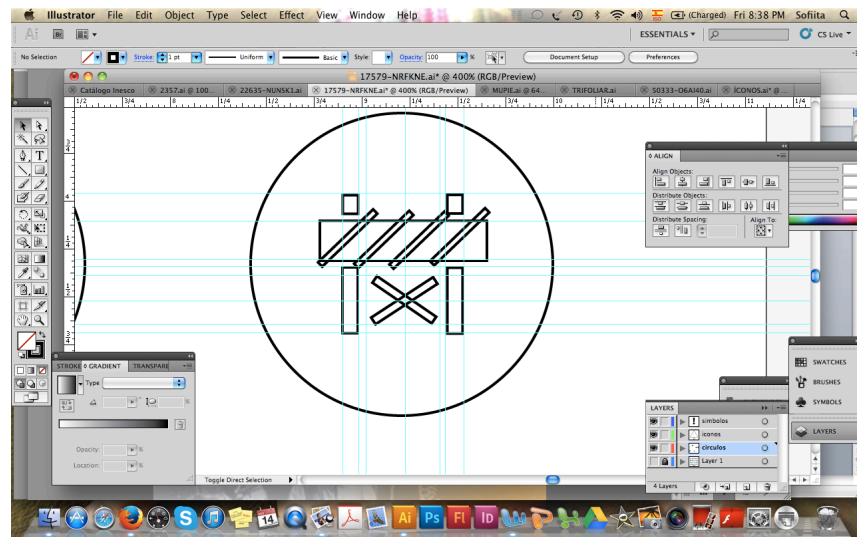
Identificación de elementos:

1. Texto: Algunos proyectos
2. Información sobre la empresa: símbolos de las redes sociales
3. Información sobre la empresa
4. Fotografía de la empresa
5. Ícono de construcción e información de la empresa
6. Ícono de construcción e información de la empresa
7. Ícono de construcción e información de la empresa
8. Texto: ¿Quiénes somos?

Descripción:

Se diagramaron los textos, las imágenes e íconos en el diseño de manera horizontal, en 3 columnas y diagonalmente los fondos con color negro y amarillo, poniendo también recuadros negros para algunos textos.

7.3.2 Proceso de Digitalización de bocetos

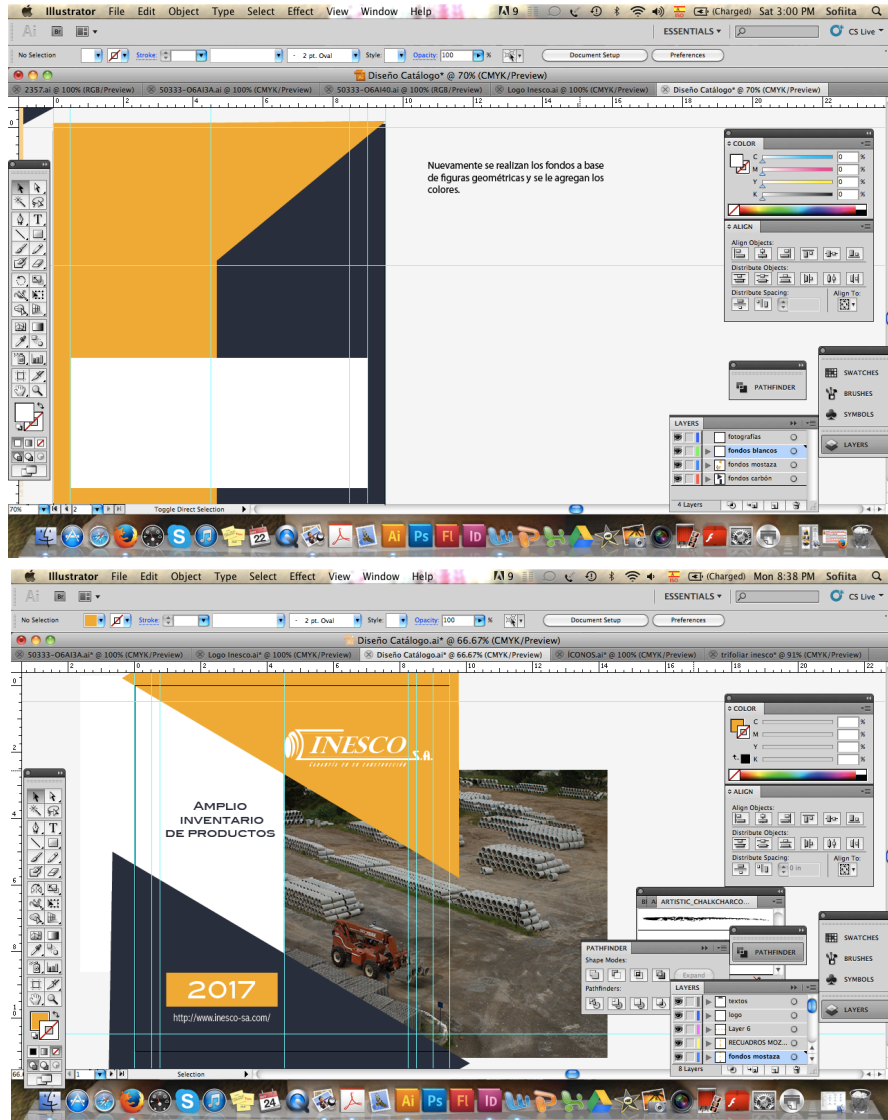


Digitalización de los íconos de construcción para los diseños:

Primero se abre el programa de Illustrator, creando un nuevo archivo para crear los íconos de construcción, que se usarán en los diseños del catálogo y el trifoliar.

Usar las herramientas de figuras geométricas y la pluma para dibujar.

7.3.2 Proceso de Digitalización de bocetos

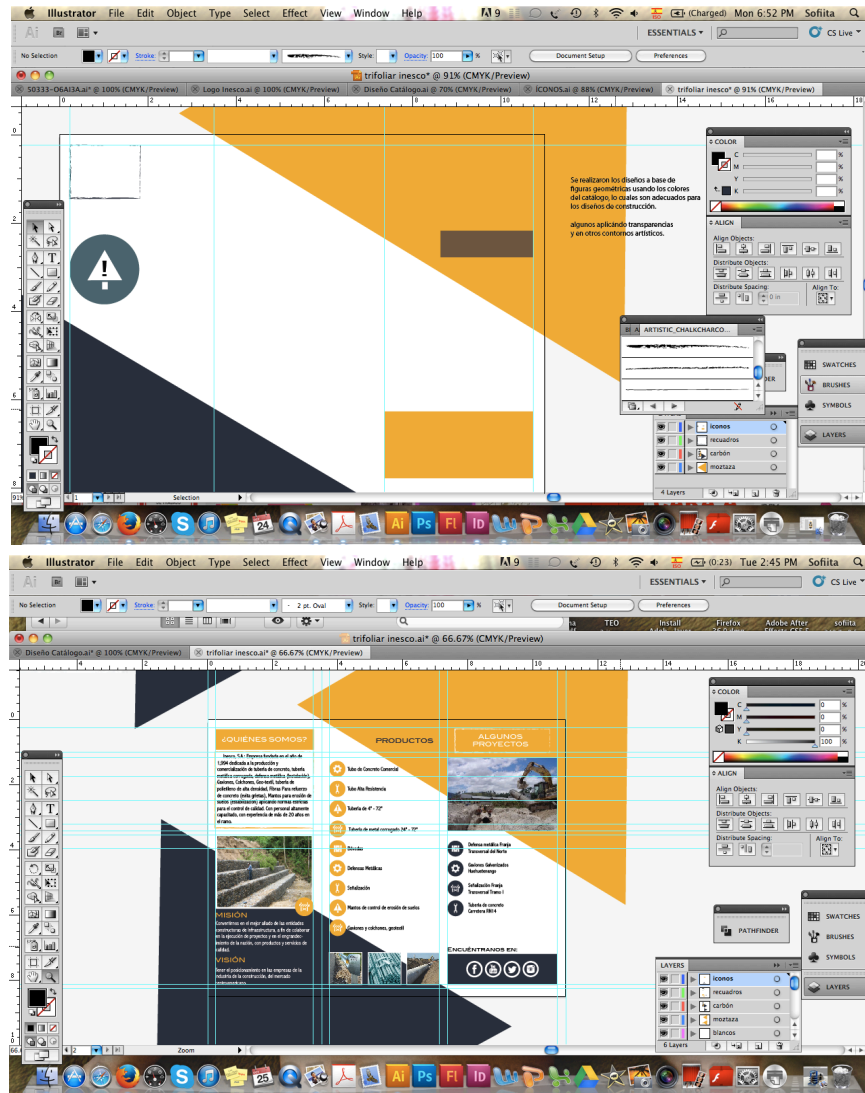


Digitalización del catálogo:

Se utilizó el programa de ilustrador para diseñar el catálogo, siempre a base de figuras geométricas como base para el diseño, (triángulos, rectángulos, círculos, cuadrados) realizados con la herramienta de figuras geométricas del panel ubicado del lado izquierdo.

Colocar los íconos de construcción en algunas páginas, fotografías e información de la empresa.

7.3.2 Proceso de Digitalización de bocetos



Digitalización del trifoliar:

Se diseñó el trifoliar en el programa de ilustrador, colocar primeramente las figuras geométricas al regir como base el diseño del catálogo para tener la misma línea de diseño en ambos.

Se fueron colocando los elementos, los íconos, fotografías y la información de la empresa conforme el mismo orden del catálogo.

7.4 propuesta preliminar

Portada



Descripción:

Propuesta preliminar del diseño de la portada del catálogo.

7.4.1 ¿Quiénes somos?

¿QUIÉNES SOMOS?

Inesco, S.A.: Empresa fundada en el año de 1994 dedicada a la producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica (Instalación), Gaviones, Colchones, Geo-textil, tubería de polietileno de alta densidad, Fibras Para refuerzo de concreto (evita grietas), Mantos para erosión de suelos (estabilización) aplicando normas estrictas para el control de calidad. Con personal altamente capacitado, con experiencia de más de 20 años en el ramo.

Lo que permite proveer un producto final de alta calidad. Con el fin de llevarle el mejor producto y atención a nuestros clientes, se asistió al primer encuentro Latinoamericano de fabricantes de tubería, realizado en Acapulco (1,997), también se asistió a la feria de Construcción (Construmat) realizada en Barcelona España (1,999), constituyéndose en la única empresa Centroamericana en asistir a estos eventos. Así como la participación en diferentes ferias de la construcción llevadas a cabo. La última participación en la feria de comercio internacional Las Vegas Nevada 2,010.



MISIÓN

Convertirnos en el mejor aliado de las entidades constructoras de infraestructura, a fin de colaborar en la ejecución de proyectos y en el engrandecimiento de la nación, con productos y servicios de calidad.

VISIÓN

Tener el posicionamiento en las empresas de la industria de la construcción, del mercado centroamericano.

11 pulgadas

8.5 pulgadas

Descripción:

Propuesta preliminar del diseño de la página ¿Quiénes somos?, junto con la misión y visión de la empresa.

7.4.2 Productos

PRODUCTOS

TUBO DE CONCRETO COMERCIAL

Cumple con el 70% de la normas ASTM en concreto 60 % en refuerzo.

Características:

- Líderes en producción y distribución en el mercado
- Un producto de gran historia y garantía
- Alto stock y calidad en producción
- Aguas pluviales y servidas
- Sistema estructural rígido
- Variedad en diámetros y resistencia
- Canaletas y tubo perforado, se trabaja bajo pedido



TUBO ALTA RESISTENCIA

Cumple 100% con normas ASTM C-76 – C-14.

Características:

- Se cuenta con equipo para la prueba de calidad tales como maquina de 2 apoyos y 3 apoyos
- Cumple con el 100% de normas ASTM C-76-C-14
- Se realizan pruebas de materia prima en laboratorios certificados y campo, para que está no afecte nuestros productos

TUBERÍA DE 4" - 72"

Cumple 100% con normas ASTM C-76 – C-14

Características:

- Opción de tubería Standard o Con normas para carreteras

TUBERÍA DE METAL CORRUGADO 24" - 72"

Norma ASTM A 123

Características:

- Fabricada con acero SAE 1010, galvanizado por inmersión en caliente (Norma ASTM A-123)
- Cumple con los más altos estándares y normas de calidad internacional
- Alto stock y calidad en producción

1

8.5 pulgadas

11 pulgadas

Descripción:

Propuesta preliminar de la página en la que se muestran unos de los productos que la empresa ofrece.

7.4.2 Productos de metal

PRODUCTOS DE METAL

BÓVEDAS

Circular, arco, Abovedadas

Características:

- Bajo pedido
- Asesoría personalizada; Diseño, cálculo estructural y supervisión
- Trabajamos con los requerimientos y especificaciones de las normas AASHTO y ASTM



DEFENSAS METÁLICAS

Norma de fabricación AASHTO M-180
Norma de galvanizado ASTM A-123

Características:

- Estructura de seguridad vial, conformada de acero galvanizado, formada por postes, vías horizontales, separadores, terminales, trapecoides, reflectivos.
- Contamos con un equipo de instalación altamente especializado, cumpliendo con los estándares de calidad internacionales
- Alto stock (perfil W), bajo pedido (perfil V)

SEÑALIZACIÓN



2

8.5 pulgadas

11 pulgadas

Descripción:

Propuesta preliminar del diseño en el que se muestran los productos de metal.

7.4.3 Otros Productos

OTROS PRODUCTOS	MANTOS DE CONTROL DE EROSIÓN DE SUELOS
	<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Líderes en el mercado de ventas y distribución de material para el control y prevención de erosión de suelos.- Fabricado según norma AASHTO M288-5.- Los más altos estándares de calidad a nivel internacional regidos por las normas ASTM- Alta resistencia a la tracción, resistencia a la perforación, al desgarre y a los rayos ultravioleta.
GAVIONES Y COLCHONES <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Gaviones galvanizados de doble torsión- Cumpliendo las normas ASTM 975-97- Medidas especiales y recubrimientos de PVC bajo pedido- Contamos con un equipo de instalación altamente especializado, cumpliendo con los estándares de calidad internacionales- Alto stock	GEOTEXTIL <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Tejido y no tejidos- Líderes en el mercado de ventas y distribución de Geotextiles Tejidos y No Tejidos.- Fabricado según normas ASTM D4632, D4833, D6241, D3786, D4533, D4355, D4751, D4491.- Los más altos estándares de calidad a nivel internacional regidos por las normas ASTM- Alta resistencia a la tracción, resistencia a la perforación, al desgarre y a los rayos ultravioleta.

3

11 pulgadas

8.5 pulgadas

Descripción:

Propuesta preliminar de la página 3 en la que se muestran otros de los productos que la empresa ofrece.

7.4.4 Algunos proyectos

ALGUNOS PROYECTOS



Defensa metálica Franja Transversal del Norte



Señalización Franja Transversal Tramo I



Gaviones Galvanizados Huehuetenango



Tubería de concreto Carretera RN14



4

11 pulgadas

8.5 pulgadas

Descripción:

Propuesta preliminar, página 4, de algunos proyectos que la empresa realiza.

7.4.5 Ubicación Empresa

UBICACIÓN EMPRESA

Dirección: 7a. Avenida 7-78 Zona 4, edificio Centroamericano, Oficina 202 2do. nivel Guatemala.

PBX: (502) 2464-1800

FAX: (502) 2464-1801



A composite image with two parts. The left part shows a yellow excavator with 'MOBICO' on its arm lifting a large, corrugated metal pipe. The right part shows a large stack of similar corrugated metal pipes in an outdoor setting, with some pipes marked with numbers like '48' and '42'. Below the images is an orange banner with the text 'ENCUÉTRANOS EN:' and four social media icons: Facebook, YouTube, Twitter, and Instagram.

11 pulgadas

5

8.5 pulgadas

Descripción:

Propuesta preliminar sobre la ubicación de la empresa Inesco S.A.

7.4.6 Contraportada



Descripción:

Propuesta preliminar contraportada catálogo.

7.5 Trifoliar: Tiro

MISIÓN

Convertirnos en el mejor aliado de las entidades constructoras de infraestructura, a fin de colaborar en la ejecución de proyectos y en el engrandecimiento de la nación, con productos y servicios de calidad.

VISIÓN

Tener el posicionamiento en las empresas de la industria de la construcción, del mercado centroamericano.



8.5 pulgadas

11 pulgadas

Descripción:

Propuesta preliminar diseño del tiro del catálogo que muestra la portada, contraportada y la Misión y la Visión de la empresa.

7.5.1 Trifoliar: Retiro

¿QUIÉNES SOMOS?

Inesco, S.A. Empresa fundada en el año de 1,994 dedicada a la producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica (Instalación), Gaviones, Colchones, Geo-textil, tubería de polietileno de alta densidad, Fibras Para refuerzo de concreto (evita grietas), Mantos para erosión de suelos (estabilización) aplicando normas estrictas para el control de calidad. Con personal altamente capacitado, con experiencia de más de 20 años en el ramo.



Lo que permite proveer un producto final de alta calidad. Con el fin de llevarle el mejor producto y atención a nuestros clientes, se asistió al primer encuentro Latinoamericano de fabricantes de tubería, realizado en Acapulco (1,997), también se asistió a la feria de Construcción (Construmat) realizada en Barcelona España (1,999), constituyéndose en la única empresa Centroamericana en asistir a estos eventos. Así como la participación en diferentes ferias de la construcción llevadas a cabo.

PRODUCTOS

-  Tubo de Concreto Comercial
-  Tubo Alta Resistencia
-  Tubería de 4" - 72"
-  Tubería de metal corrugado 24" - 72"
-  Bóvedas
-  Defensas Metálicas
-  Señalización
-  Mantos de control de erosión de suelos
-  Gaviones y colchones, geotextil





ALGUNOS PROYECTOS



-  Defensa metálica Franja Transversal del Norte
-  Gaviones Galvanizados Huehuetenango
-  Señalización Franja Transversal Tramo I
-  Tubería de concreto Carretera RN14

ENCUÉSTRANOS EN:






11 pulgadas

8.5 pulgadas

Descripción:

Propuesta preliminar del diseño del retiro del trifoliar que muestra la parte de adentro que contiene la información de la empresa, sus productos y algunos de los proyectos que han realizado.

Capítulo VIII

Validación Técnica

Capítulo VIII: Validación Técnica

Para validar las propuestas preliminares de este proyecto, se realizó una encuesta con las cuales se denominaría si los diseños eran adecuados para el propósito que se tenía, de transmitir los productos y servicios de la empresa de construcción tomando en cuenta:

- Al cliente
- 20 personas que conforman el grupo objetivo: hombres y mujeres de entidades privadas, entidades públicas, organizaciones no gubernamentales, organizaciones gubernamentales.
- 5 Expertos en el área de diseño y comunicación.

Se tomó una muestra significativa de cada grupo, que permitió hacer el análisis y estudio estadístico, con el que se obtuvo una idea generalizada de la opinión de dichos grupos.

8.1 Población y muestreo:

La población consiste en la totalidad de los elementos que se pueden observar de un estudio, mientras que la muestra es una porción significativa de la población.

Para la validación técnica se tomaron en cuenta tres grupos:

Cliente:

- Juan Luis Ortiz Álvarez

Gerente General

Grupo Objetivo:

- 20 personas, hombres y mujeres encargados de organizaciones corporativas privadas, organizaciones públicas, organizaciones no gubernamentales u organizaciones gubernamentales.

Expertos:

Para validar con los expertos se tomó una muestra de 5 profesionales, expertos en las áreas de comunicación y diseño, las áreas de estudio fundamentales para implementar en la realización de las propuestas del catálogo, el trifoliar.

- Licenciada Lourdes Donis (Licenciada en Comunicación)
- Licenciada Wendy Franco (Licenciada en Comunicación y Diseño)
- Licenciada Verónica González (Licenciada en Diseño Gráfico)
- Licenciada Christa Bressani (Licenciada en Diseño Gráfico)
- Licenciado Zaida Rodríguez (Licenciada en Diseño Gráfico con Especialización en Editorial)

Grupo Objetivo:

El grupo objetivo de Inesco S.A. son hombres y mujeres encargados de organizaciones corporativas privadas, organizaciones públicas, organizaciones no gubernamentales u organizaciones gubernamentales, a lo largo del país y el resto de Centroamérica de nivel socioeconómico A, B y C1, quienes son personas con nivel educativo superior.

Para la validación de los diseños propuestos se encuestó a 20 personas del grupo objetivo, ya que los resultados mostrarán si el diseño es adecuado para lo que se quiere transmitir de la empresa o si se debe realizar cambios.

8.2 Método e Instrumento:

Como método cuantitativo se hará uso de la encuesta, ya que con ella se obtendrá información acerca de lo que el cliente, el grupo objetivo al que se dirige y los expertos opinan sobre el diseño del trifoliar, el catálogo.

Es necesario determinar una herramienta que permita evaluar los resultados que se obtendrán del material informativo impreso, para saber si cumplen con los objetivos planteados y con los requerimientos del cliente.

- Parte objetiva:

Contiene 3 preguntas relacionadas a respuestas dicotómicas de sí-no.

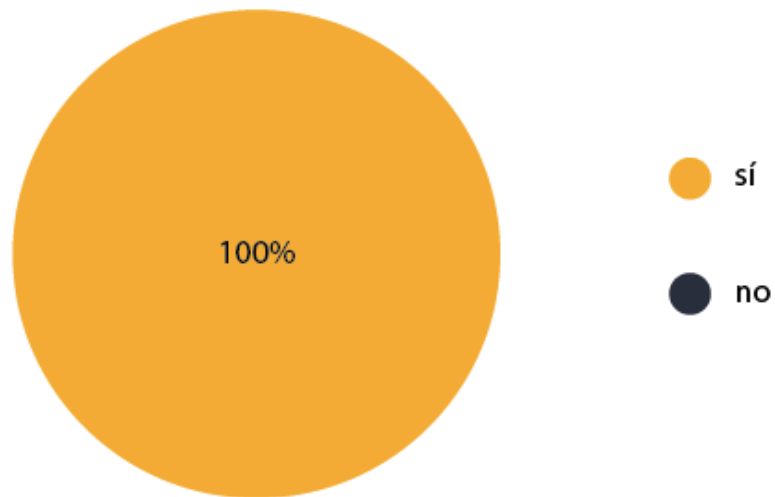
- La parte operativa: Consta de 2 preguntas en escala de Likert con 3 opciones para revisar si las piezas son funcionales.
- La parte semiológica: Consiste en 5 preguntas que evalúan los símbolos y signos utilizados en las piezas informativas con base de respuestas a la escala de Likert de 3 opciones. (*Anexos, Capítulo XIV : 14.2 Encuesta*)

8.3 Resultados e Interpretación de resultados:

Parte Objetiva

1. ¿Considera que es necesario diseñar un catálogo que nos pueda mostrar los servicios y

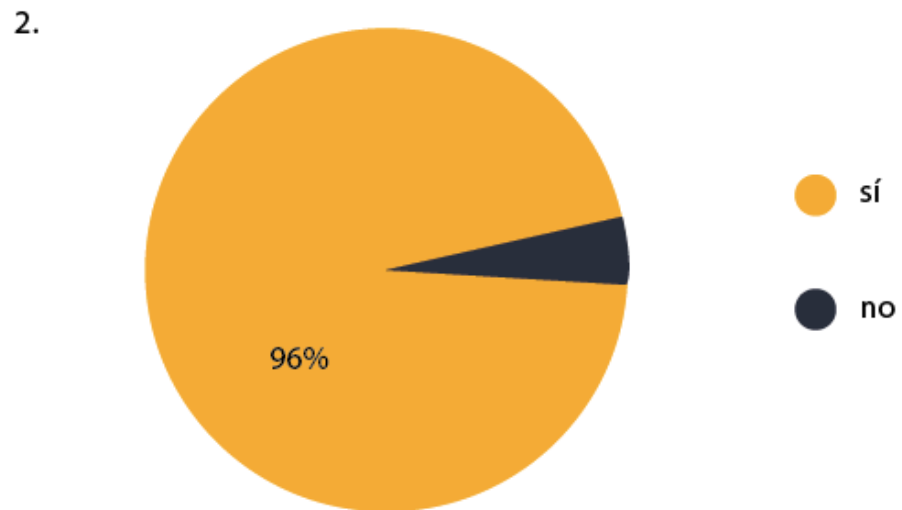
1.



productos que ofrece la empresa?

Interpretación: El 100% de las personas cree que es necesario diseñar un catálogo que muestre los servicios y productos que la empresa ofrece.

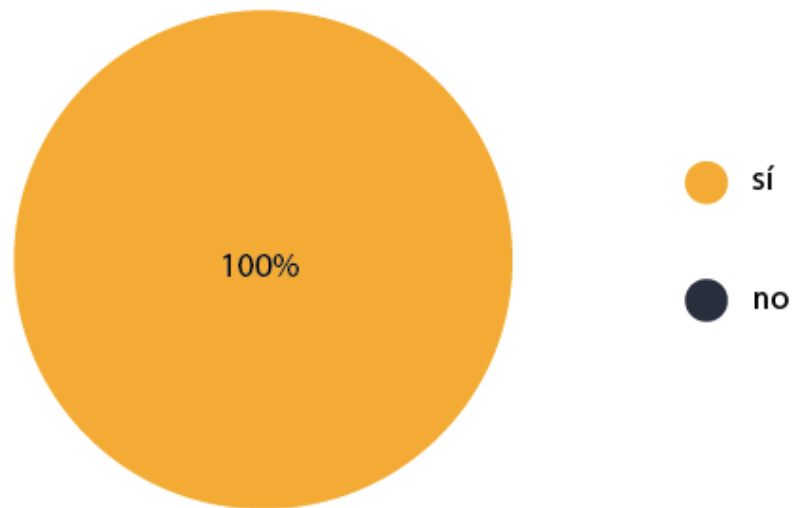
2. ¿Cree que es necesario realizar una investigación previa sobre la empresa, para poder realizar el diseño correctamente?



Interpretación: El 96% de las personas respondió que sí es necesaria la investigación sobre la empresa para realizar el diseño.

3. ¿Cree que el uso de los trifoliales puede ser también un material útil para dar a conocer información sobre la empresa?

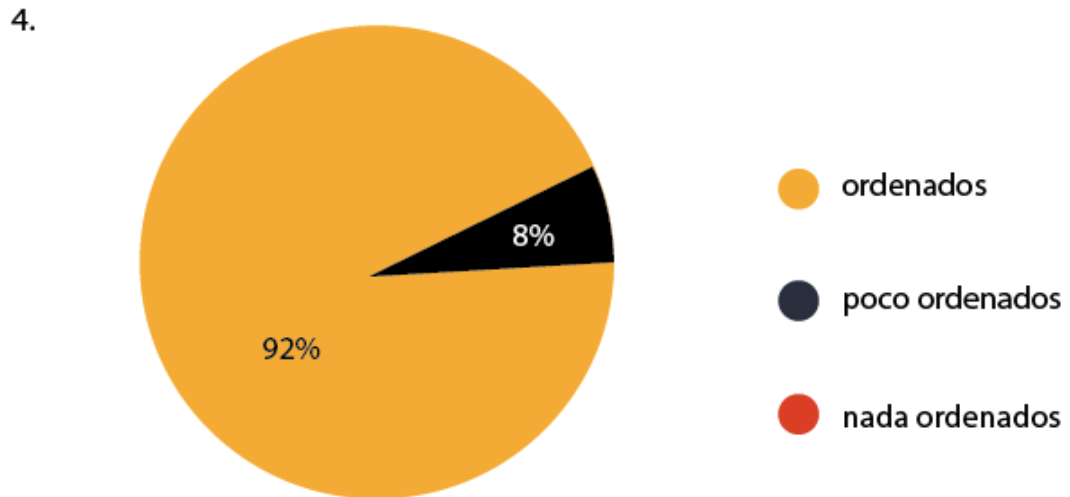
3.



Interpretación: El 100% de las personas respondió que un trifoliar sí puede ser útil para dar a conocer los productos y servicios que ofrece la empresa.

Parte Operativa:

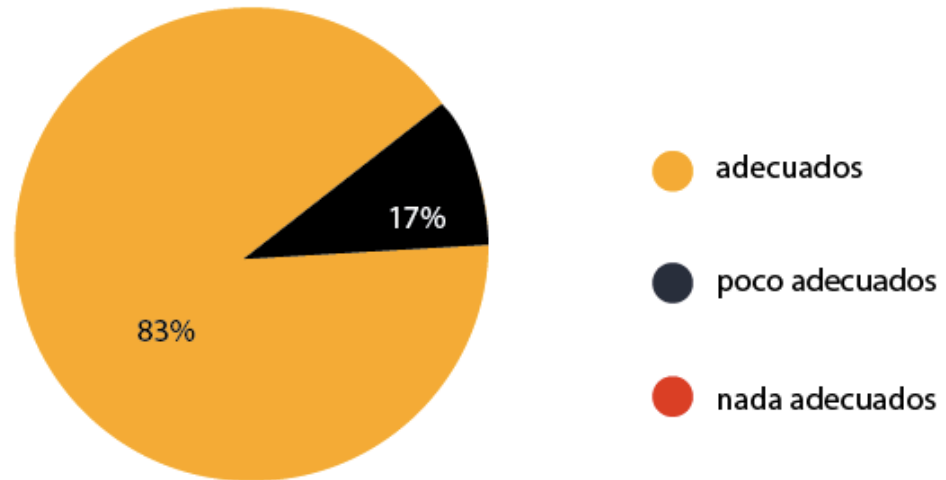
4. ¿Piensa que la colocación de los elementos de diseño que se encuentran en el catálogo y el trifoliar son ordenados?



Interpretación: 92% de las personas piensa que los elementos en los diseños son ordenados y 8% poco ordenados.

5. ¿Considera adecuado los colores en el material impreso para una empresa de construcción?

5.

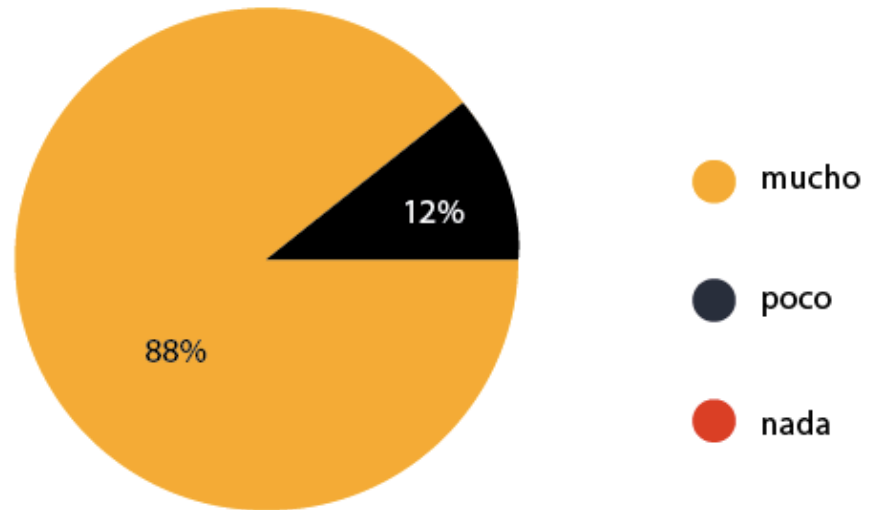


Interpretación: 83% de las personas contestó que los colores en los diseños son adecuados para la empresa y 17% contestó que son poco adecuados.

Parte Semiológica:

6. ¿Considera que el diseño es adecuado para la empresa de construcción?

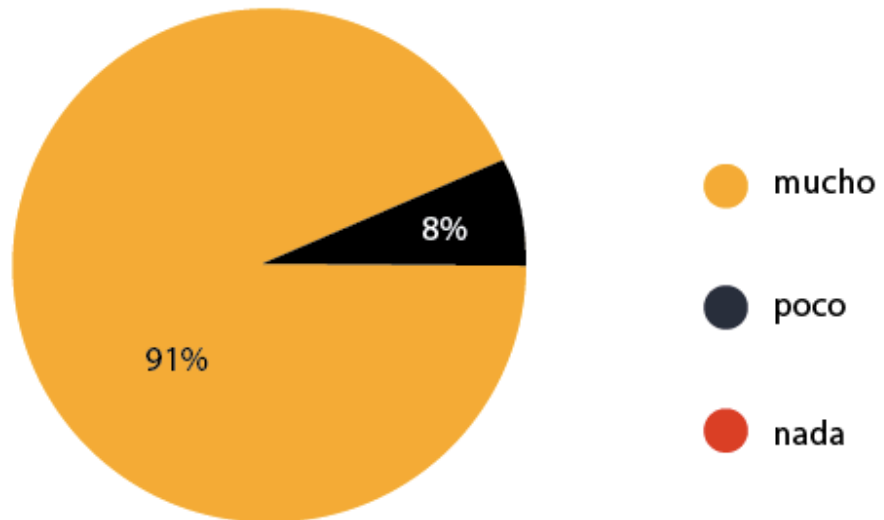
6.



Interpretación: 88% de las personas piensa que el diseño es adecuado para la empresa de construcción y 12% piensa que son poco adecuados.

7. ¿Considera que las figuras geométricas en las piezas de los diseños son adecuados?

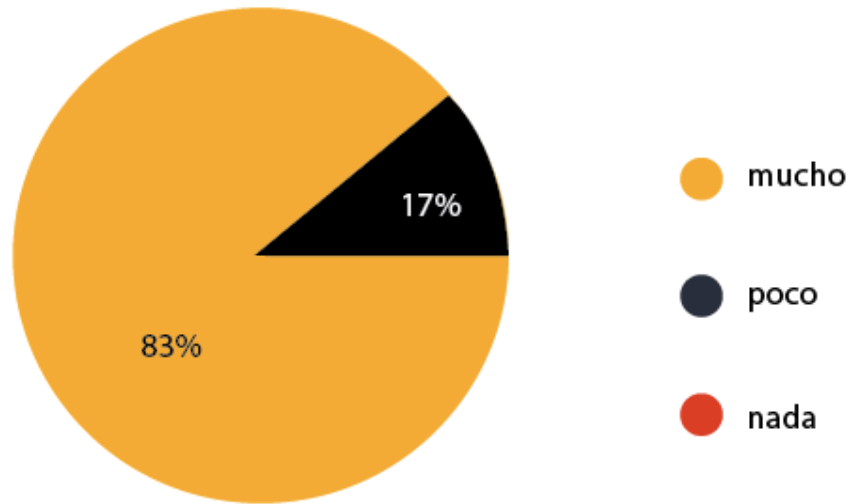
7.



Interpretación: El 91% de las personas piensa que las figuras geométricas en el diseño son adecuadas para la empresa y 8% piensa que son poco adecuadas.

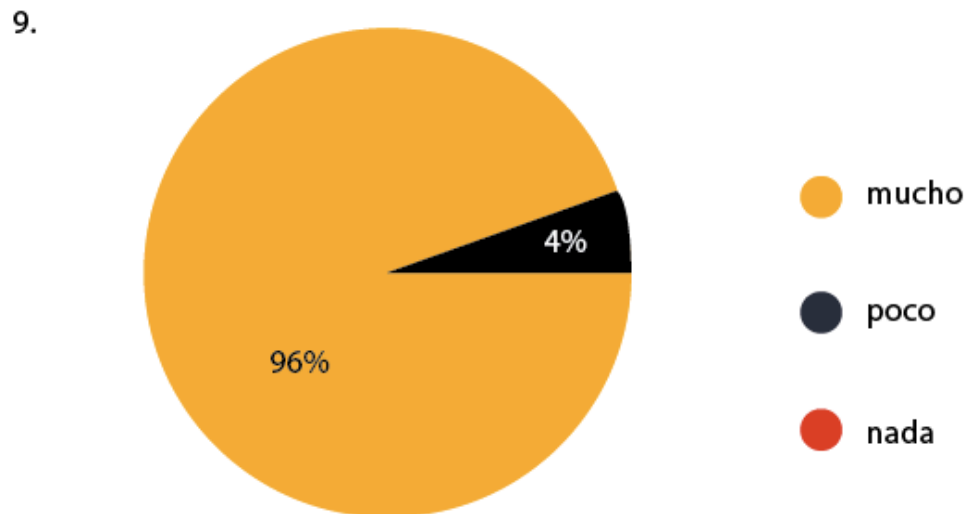
8. ¿Considera que la forma, tamaño y tipo de letra que se eligió para el catálogo y para el trifoliar se adaptan a el tema de construcción?

8.



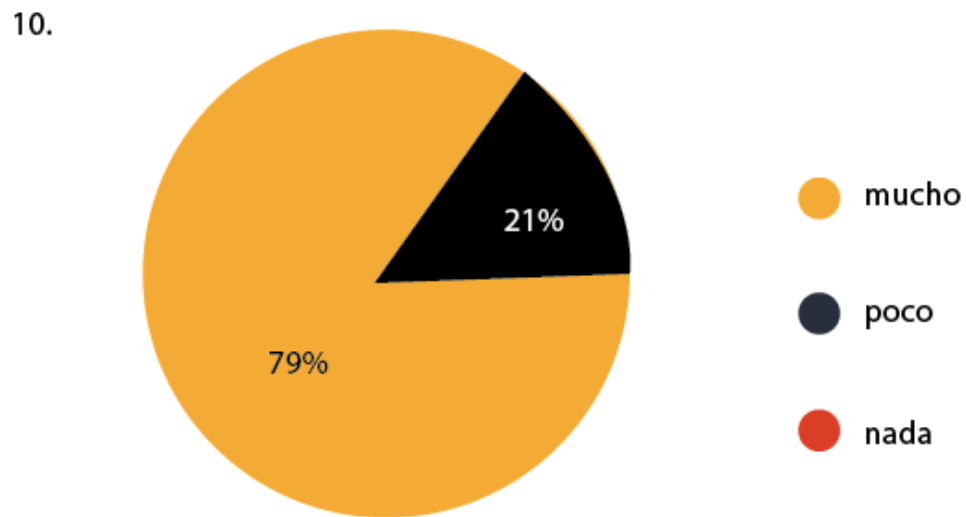
Interpretación: 83% de las personas indica que la forma, tamaño y tipo de letra son adecuadas para el diseño de la empresa y 17% de las personas piensa que son poco adecuadas.

9. ¿Cree que los íconos elegidos para los diseños son apropiados?



Interpretación: 96% de las personas piensa que los íconos elegidos en el diseño son apropiados para la empresa y 4% piensa que son poco adecuados.

10. ¿Creo que el diseño de las piezas llaman la atención?



Interpretación: 79% de las personas contestó que el diseño en las piezas llamas la atención y 21% piensan que llaman poca atención.

8.4 Cambios en base a los resultados

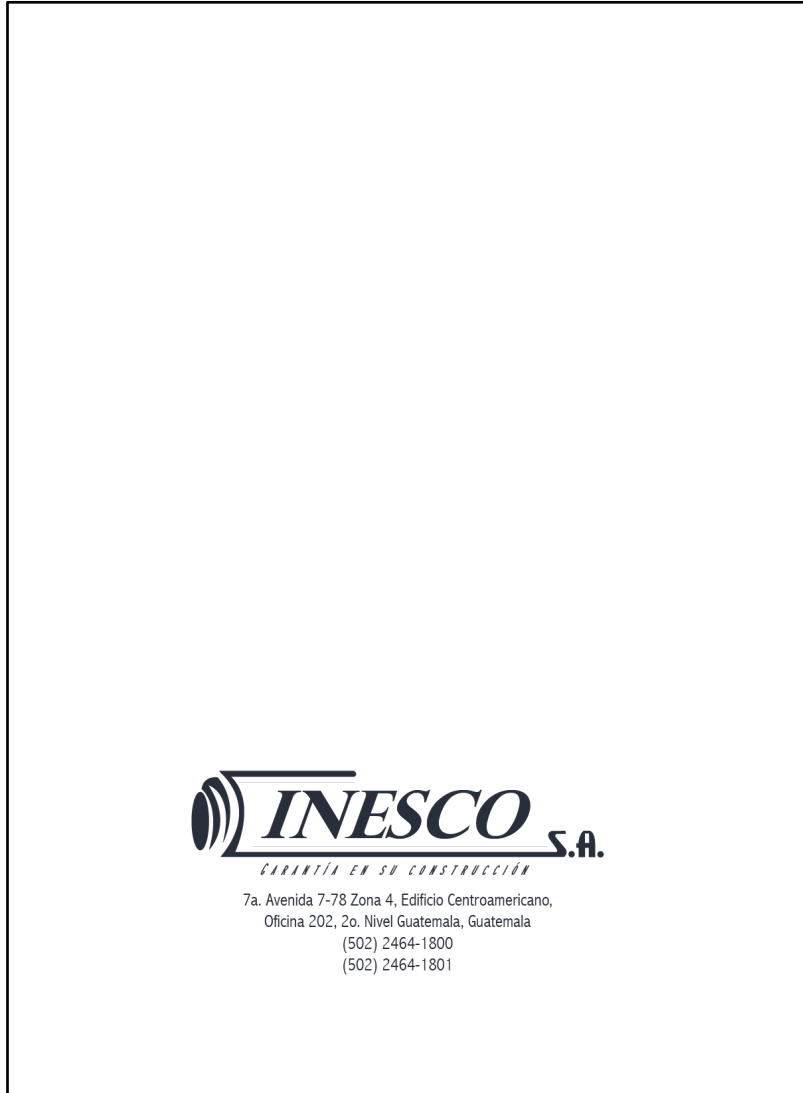


Portada

Identificación de los cambios:

1. Se modificó el tamaño del Logo Inesco
2. Se cambió la fotografía, ya que la primera se observa el píxel.
3. Se amplió el margen

Página de información



Identificación de cambios:

Se agregó una página con información de la empresa.

Índice



ÍNDICE

¿Quiénes somos?	Página 1
Productos	Página 2
Productos de Metal.....	Página 3
Otros Productos.....	Página 4
Algunos Proyectos.....	Página 5
Ubicación Empresa.....	Página 6

Identificación de los cambios:

En base a las observaciones se consideró que era aconsejable agregarle un índice al diseño.

¿Quiénes somos?

ANTES

DESPUÉS

1 ←

¿QUIÉNES SOMOS?

2 ←

Inesco, S.A. Empresa fundada en el año de 1994 dedicada a la producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica (instalación), Gaviones, Colchones, Geo-hentil, tubería de polietileno de alta densidad, Fibras Para refuerzo de concreto (evita grietas), Mantos para erosión de suelos (estabilización) aplicando normas estrictas para el control de calidad. Con personal altamente capacitado, con experiencia de más de 20 años en el ramo.

Lo que permite proveer un producto final de alta calidad. Con el fin de llevarle el mejor producto y atención a nuestros clientes, se asistió al primer encuentro Latinoamericano de fabricantes de tubería, realizado en Acapulco (1.997), también se asistió a la feria de Construcción (Construmad) realizada en Barcelona España (1.999), constituyéndose en la única empresa Centroamericana en asistir a estos eventos. Así como la participación en diferentes ferias de la construcción llevadas a cabo. La última participación en la feria de comercio internacional Las Vegas Nevada 2.010.



→ 3

MISIÓN

Convertirnos en el mejor aliado de las entidades constructoras de infraestructura, a fin de colaborar en la ejecución de proyectos y en el engrandecimiento de la nación, con productos y servicios de calidad.

VISIÓN

Tener el posicionamiento en las empresas de la industria de la construcción, del mercado centroamericano.

¿QUIÉNES SOMOS?

Inesco, S.A. Empresa fundada en el año de 1994 dedicada a la producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica (instalación), Gaviones, Colchones, Geo-hentil, tubería de polietileno de alta densidad, Fibras Para refuerzo de concreto (evita grietas), Mantos para erosión de suelos (estabilización) aplicando normas estrictas para el control de calidad. Con personal altamente capacitado, con experiencia de más de 20 años en el ramo.

Lo que permite proveer un producto final de alta calidad. Con el fin de llevarle el mejor producto y atención a nuestros clientes, se asistió al primer encuentro Latinoamericano de fabricantes de tubería, realizado en Acapulco (1.997), también se asistió a la feria de Construcción (Construmad) realizada en Barcelona España (1.999), constituyéndose en la única empresa Centroamericana en asistir a estos eventos. Así como la participación en diferentes ferias de la construcción llevadas a cabo. La última participación en la feria de comercio internacional Las Vegas Nevada 2.010.



MISIÓN

Convertirnos en el mejor aliado de las entidades constructoras de infraestructura, a fin de colaborar en la ejecución de proyectos y en el engrandecimiento de la nación, con productos y servicios de calidad.

VISIÓN

Tener el posicionamiento en las empresas de la industria de la construcción, del mercado centroamericano.

Identificación de los cambios:

1. Se cambió el tamaño de letra y el recuadro.
2. Se cambió el texto de 12 a 13 puntos.
3. Se cambiaron las imágenes, ya que se podían observar los píxeles.

Productos

ANTES

DESPUÉS

PRODUCTOS

TUBO DE CONCRETO COMERCIAL

Cumple con el 70% de las normas ASTM en concreto 60 % en refuerzo.

Características:

- Líderes en producción y distribución en el mercado
- Un producto de gran historia y garantía
- Alto stock y calidad en producción
- Aguas pluviales y servidas
- Sistema estructural rígido
- Variedad en diámetros y resistencia
- Canaletas y tubo perforado, se trabaja bajo pedido

TUBO ALTA RESISTENCIA

Cumple 100% con normas ASTM C76 – C14.

Características:

- Se cuenta con equipo para la prueba de calidad tales como máquina de 2 apoyos y 3 apoyos.
- Cumple con el 100% de normas ASTM C76-C14.
- Se realizan pruebas de materia prima en laboratorios certificados y campo, para que esta no afecte nuestros productos.

TUBERÍA DE 4" - 72"

Cumple 100% con normas ASTM C76 – C14.

Características:

- Opción de tubería Standard o Con normas para carreteras

TUBERÍA DE METAL CORRUGADO 24" - 72"

Norma ASTM A 123

Características:

- Fabricada con acero SAE 1010, galvanizado por inmersión en caliente (Norma ASTM A-123)
- Cumple con los más altos estándares y normas de calidad internacional
- Alto stock y calidad en producción

PRODUCTOS

TUBO DE CONCRETO COMERCIAL

Cumple con el 70% de las normas ASTM en concreto 60 % en refuerzo.

Características:

- Líderes en producción y distribución en el mercado
- Un producto de gran historia y garantía
- Alto stock y calidad en producción
- Aguas pluviales y servidas
- Sistema estructural rígido
- Variedad en diámetros y resistencia
- Canaletas y tubo perforado, se trabaja bajo pedido

TUBO ALTA RESISTENCIA

Cumple 100% con normas ASTM C76 – C14.

Características:

- Se cuenta con equipo para la prueba de calidad tales como máquina de 2 apoyos y 3 apoyos
- Cumple con el 100% de normas ASTM C76-C14
- Se realizan pruebas de materia prima en laboratorios certificados y campo, para que esta no afecte nuestros productos

TUBERÍA DE 4" - 72"

Cumple 100% con normas ASTM C76 – C14

Características:

- Opción de tubería Standard o Con normas para carreteras

TUBERÍA DE METAL CORRUGADO 24" - 72"

Norma ASTM A 123

Características:

- Fabricada con acero SAE 1010, galvanizado por inmersión en caliente (Norma ASTM A-123)
- Cumple con los más altos estándares y normas de calidad internacional
- Alto stock y calidad en producción

Cambios en base a resultados:

1. Se modificó el texto a 13 puntos.
2. Se le cambió de color al texto, de blanco a negro.
3. Se le agregó más margen.

Productos de metal

ANTES

DESPUÉS

1 ←

PRODUCTOS DE METAL

BOVEDAS

Circular, arco, Abovedadas

Características:

- Bajo pedido
- Asesoría personalizada, Diseño, cálculo estructural y supervisión
- Trabajamos con los requerimientos y especificaciones de las normas AASHTO y ASTM

DEFENSAS METÁLICAS

Norma de fabricación AASHTO M-180
Norma de galvanizado ASTM A-123

Características:

- Estructura de seguridad vial, conformada de acero galvanizado, formada por postes, vialos horizontales, separadores, terminales, trapezoides, reflectivos.
- Contamos con un equipo de instalación altamente especializado, cumpliendo con los estándares de calidad internacionales
- Alto stock (perfil W), bajo pedido (perfil V)

SEÑALIZACIÓN

2 ←

2

PRODUCTOS DE METAL

BOVEDAS

Circular, arco, Abovedadas

Características:

- Bajo pedido
- Asesoría personalizada, Diseño, cálculo estructural y supervisión
- Trabajamos con los requerimientos y especificaciones de las normas AASHTO y ASTM

DEFENSAS METÁLICAS

Norma de fabricación AASHTO M-180
Norma de galvanizado ASTM A-123

Características:

- Estructura de seguridad vial, conformada de acero galvanizado, formada por postes, vialos horizontales, separadores, terminales, trapezoides, reflectivos.
- Contamos con un equipo de instalación altamente especializado, cumpliendo con los estándares de calidad internacionales
- Alto stock (perfil W), bajo pedido (perfil V)

SEÑALIZACIÓN

3

Cambios en base a resultados:

1. Se cambió color del texto, blanco a negro.
2. Se removieron las franjas blancas y se agregó más margen.

Otros Productos

ANTES

DESPUÉS

OTROS PRODUCTOS

MANTOS DE CONTROL DE EROSIÓN DE SUELOS

Características:

- Líderes en el mercado de ventas y distribución de material para el control y prevención de erosión de suelos.
- Fabricado según norma AASHTO M288-5.
- Los más altos estándares de calidad a nivel internacional regidos por las normas ASTM
- Alta resistencia a la tracción, resistencia a la perforación, al desgarre y a los rayos ultravioleta.

GAVIONES Y COLCHONES

Características:

- Gaviones galvanizados de doble torsión
- Cumpliendo las normas ASTM D3751-97
- Medidas especiales y recubrimientos de PVC bajo pedido
- Contamos con un equipo de instalación altamente especializado, cumpliendo con los estándares de calidad internacionales
- Alto stock

GEOTEXTIL

Características:

- Tejido y no tejidos
- Líderes en el mercado de ventas y distribución de Geotextiles Tejidos y No Tejidos.
- Fabricado según normas ASTM D4632, D4633, D6241, D3776, D4523, D4355, D4751, D4491.
- Los más altos estándares de calidad a nivel internacional regidos por las normas ASTM
- Alta resistencia a la tracción, resistencia a la perforación, al desgarre y a los rayos ultravioleta.

OTROS PRODUCTOS

MANTOS DE CONTROL DE EROSIÓN DE SUELOS

Características:

- Líderes en el mercado de ventas y distribución de material para el control y prevención de erosión de suelos.
- Fabricado según norma AASHTO M288-5.
- Los más altos estándares de calidad a nivel internacional regidos por las normas ASTM
- Alta resistencia a la tracción, resistencia a la perforación, al desgarre y a los rayos ultravioleta.

GAVIONES Y COLCHONES

Características:

- Gaviones galvanizados de doble torsión
- Cumpliendo las normas ASTM 975-97
- Medidas especiales y recubrimientos de PVC bajo pedido
- Contamos con un equipo de instalación altamente especializado, cumpliendo con los estándares de calidad internacionales

GEOTEXTIL

Características:

- Tejido y no tejidos
- Líderes en el mercado de ventas y distribución de Geotextiles Tejidos y No Tejidos.

Fabricado según normas ASTM D4632, D4833, D6241, D3786, D4533, D4355, D4751, D4491.

- Los más altos estándares de calidad a nivel internacional regidos por las normas ASTM
- Alta resistencia a la tracción, resistencia a la perforación, al desgarre y a los rayos ultravioleta.

1

2

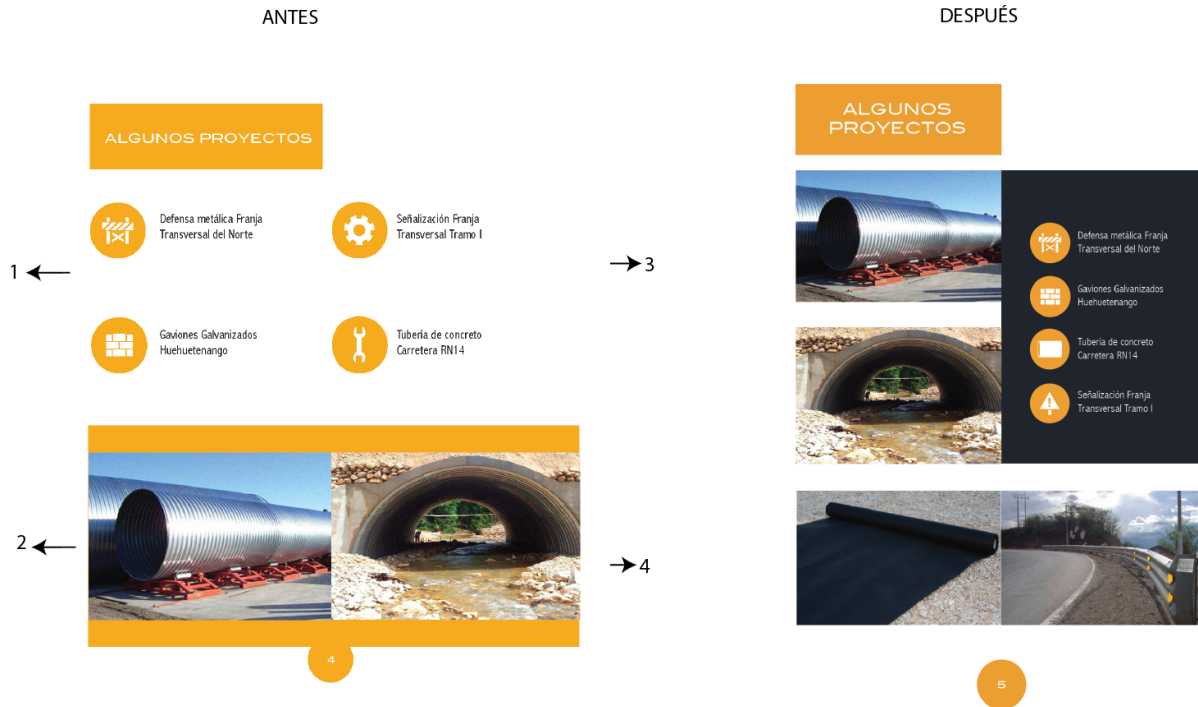
3

4

Descripción en base a resultados:

1. Se cambiaron de lugar las imágenes y el texto.
2. Se cambió de tamaño el texto.
3. Se agregó más margen y se le cambió color a uno de los textos en geotextil.

Algunos proyectos



Cambios en base a resultados:

1. Se cambiaron los íconos conforme a la información que llevan.
2. Se removieron las franjas amarillas.
3. Se agregó más margen.
4. Se cambiaron de lugar las fotografías y se agregaron otras.

Ubicación empresa



Cambios en base a resultados:

1. Se agregó la fotografía del lado izquierdo y el texto del lado derecho.
2. Se cambiaron los íconos de color y se les agregó el nombre de la página.
3. Se agregó más margen.
4. Se cambió de tamaño el recuadro amarillo.

Contra Portada



Cambios en base a resultados:

1. Se cambió de tamaño el logo
2. Se cambió la imagen, ya que la resolución era mala.
3. Se agregó más margen.

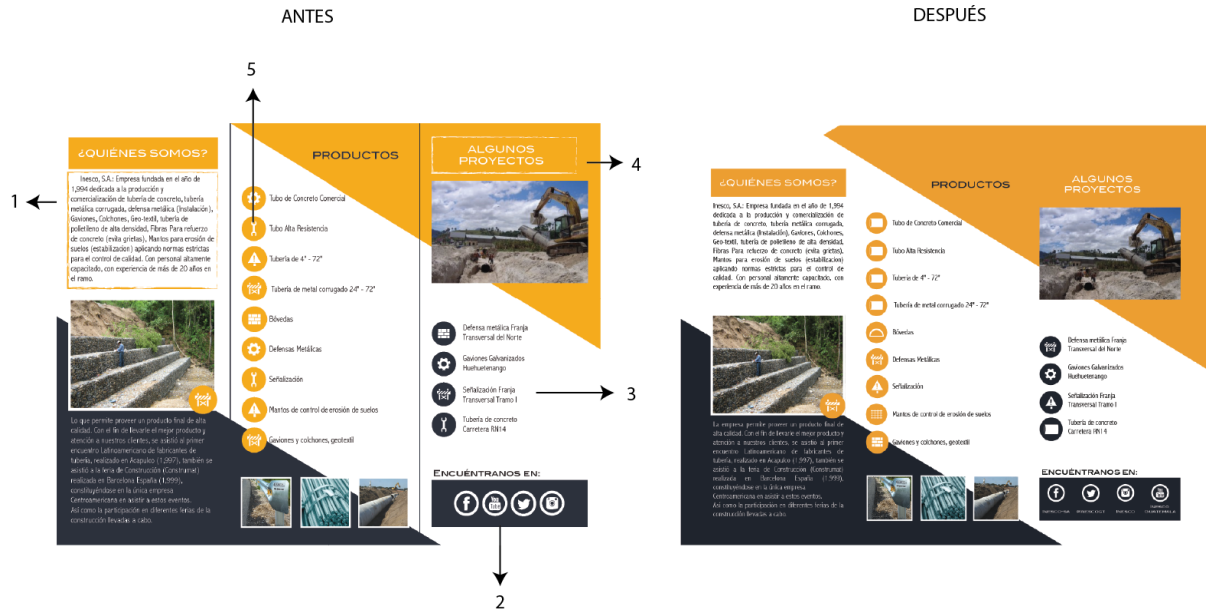
Trifoliar: tiro



Cambios en base a resultados:

1. Se cambió el tamaño de letra a 13 puntos.
2. Se removió el link de la página web.
3. Se cambió fotografía a una con mejor resolución.
4. Se removieron los números de teléfono
5. Se agregaron los números de teléfono a la parte de atrás.

Trifoliar: retiro



Cambios en base a resultados:

1. Se removió el recuadro de orilla amarilla.
2. Se agregaron los nombres de cada sitio.
3. Se cambiaron los íconos, al colocar el diseño que se adecua a la descripción que llevan.
4. Se removió el recuadro blanco.
5. Se cambiaron los íconos, al colocar el diseño que se adecua a la descripción que llevan.

Volante



AMPLIO INVENTARIO DE PRODUCTOS

- Tubo de Concreto Comercial
- Tubo Alta Resistencia
- Tubería de 4" - 72"
- Tubería de metal corrugado 24" - 72"
- Bóvedas
- Defensas Metálicas
- Señalización
- Mantos de control de erosión de suelos
- Gaviones y colchones, geotextil



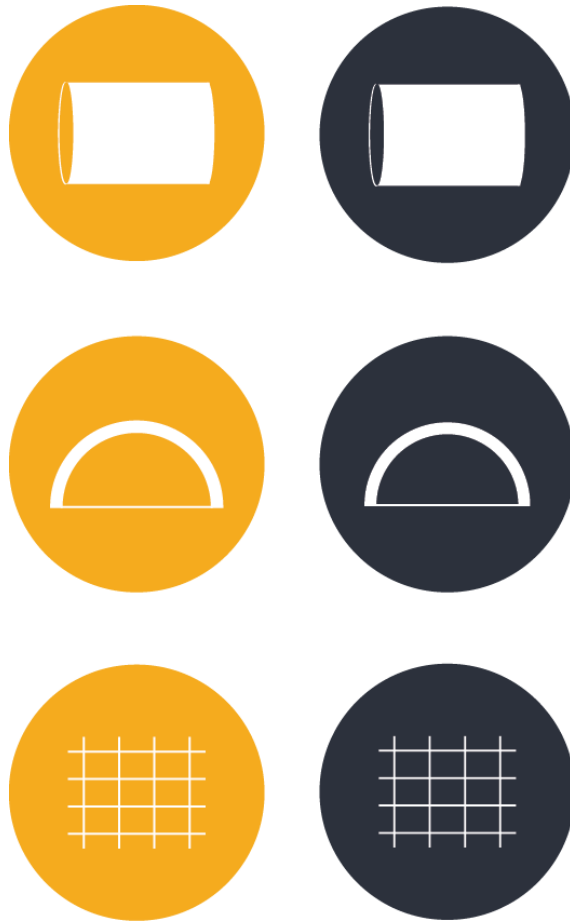
<http://www.inesco-sa.com/>

(502) 2464-1800
7a. Avenida 7-78 Zona 4, Edificio Centroamericano
Oficina 202, 2o. Nivel - Guatemala, Guatemala

Cambios en base a resultados:

En base a los resultados se agregó otra pieza informativa, que fue sugerida por uno de los expertos en diseño, para complementar al trifoliar y el catálogo.

Íconos de construcción



Cambios en base a resultados:

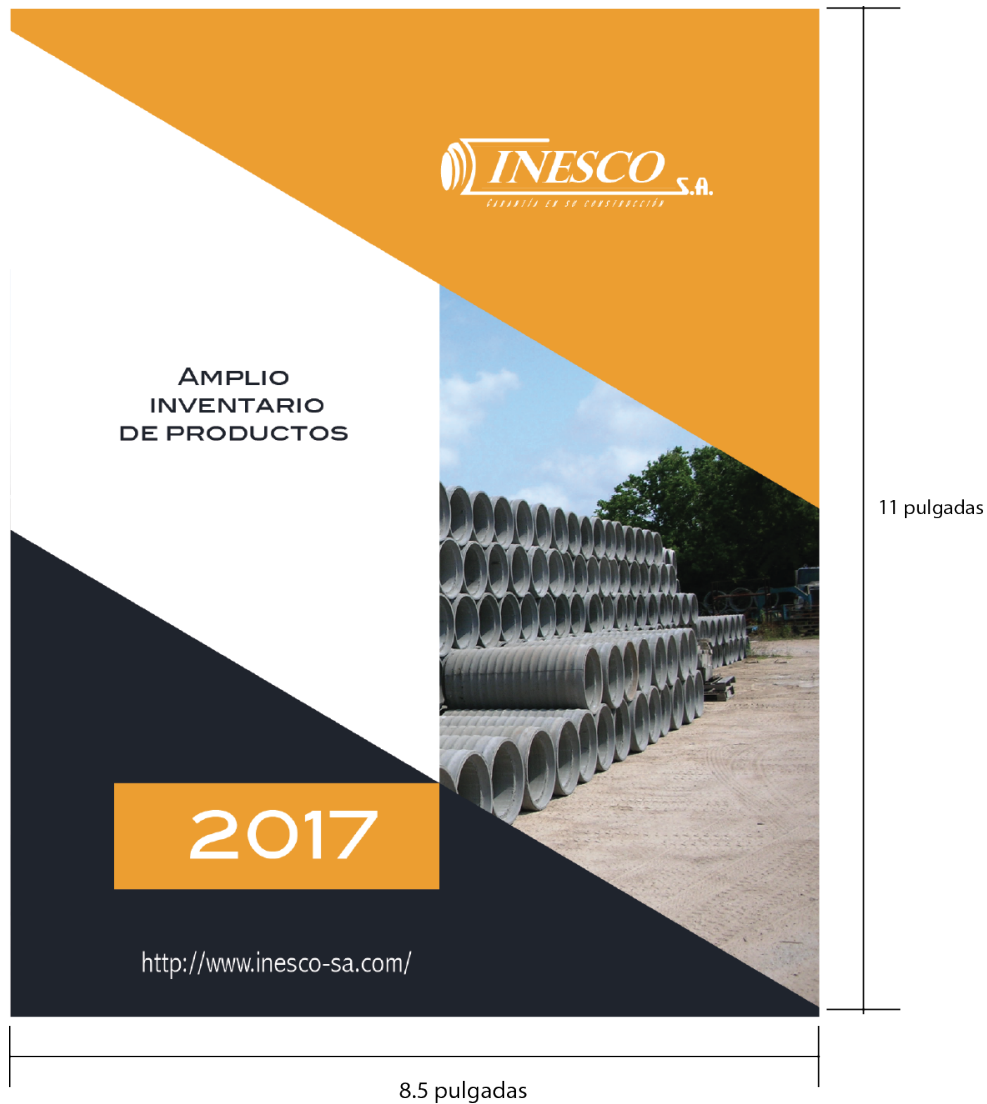
Se agregaron nuevos íconos de construcción, ya que en las observaciones por los expertos, se debería colocar íconos que identifican la descripción que tenían al lado.

Capítulo IX

Propuesta Gráfica Final

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

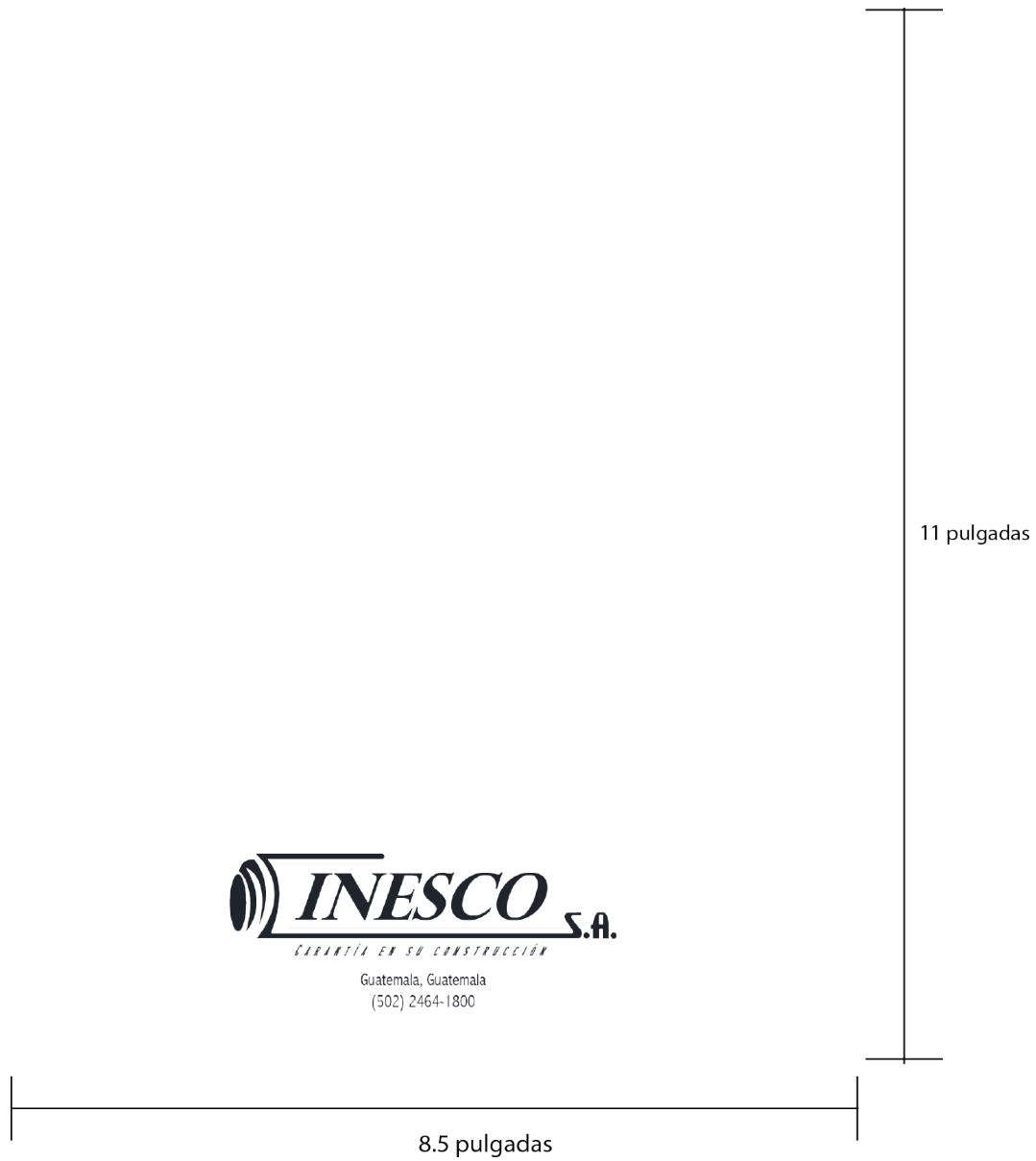
9.1 Catálogo: Portada



Descripción:

Portada final de la empresa Inesco que muestra el enlace a la página web que tienen junto con una fotografía de uno de los productos que ofrecen y un diseño en base a figuras geométricas, en las que se muestra dinamismo para tener un diseño creativo.

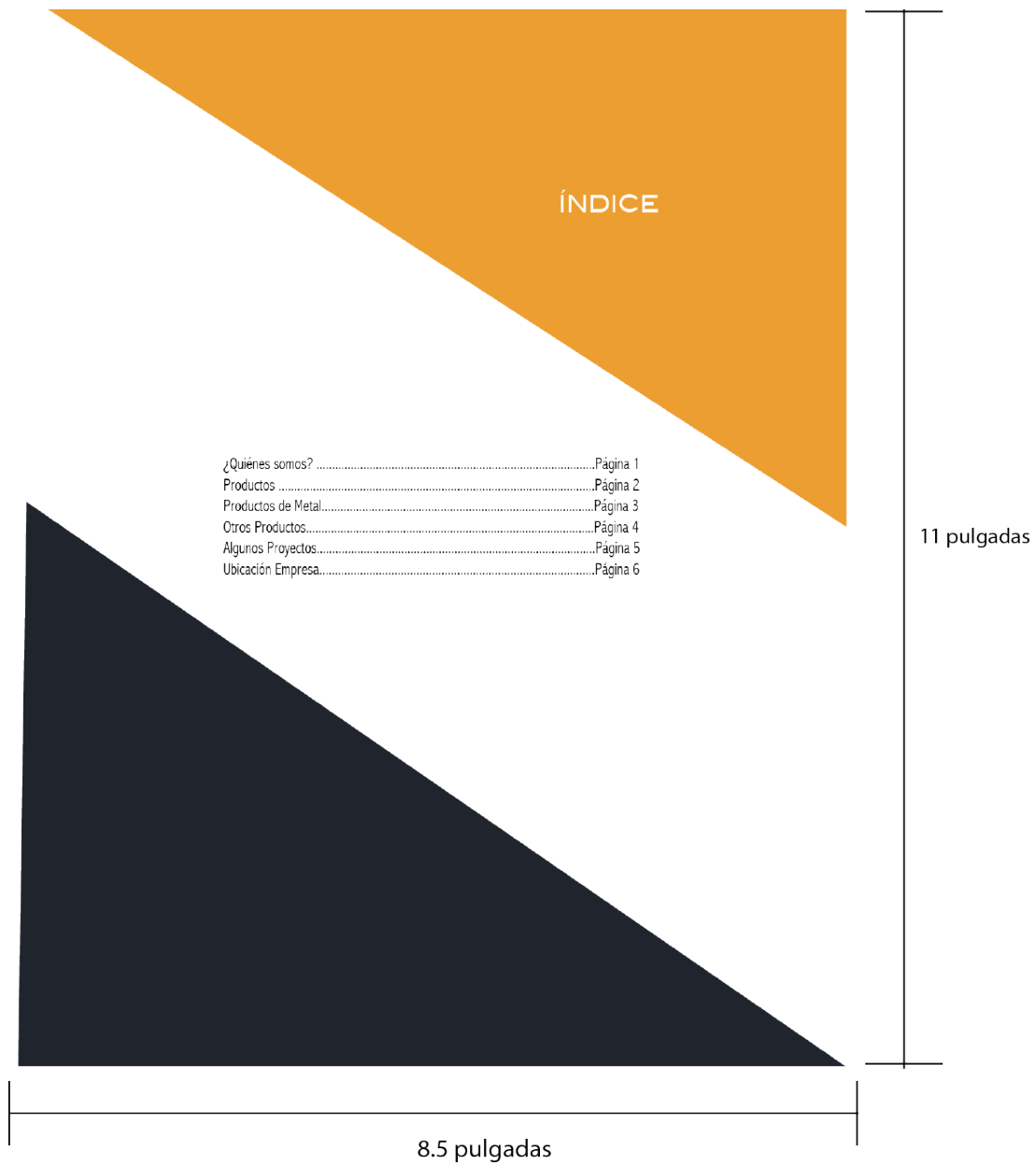
9.1.1 Página informativa



Descripción:

Página con el logo de la empresa y el teléfono, diseño simple para que resalte el logo.

9.1.2 Índice



Descripción:

Contiene el mismo estilo de la portada, que indica lo que el catálogo contiene.

9.1.3 ¿Quiénes somos?

¿QUIÉNES SOMOS?

Inesco, S.A: Es una empresa fundada en el año de 1,994. Se dedicada a la producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica (instalación), gaviones, colchones, geo-textil, tubería de polietileno de alta densidad, fibras para refuerzo de concreto (evita grietas), mantos para erosión de suelos (estabilización), aplicando las normas estrictas para el control de calidad. Cuenta con personal altamente capacitado, con experiencia de más de 20 años en el ramo, esto permite proveer un producto final de alta calidad.

Con el fin de llevarle el mejor producto y atención a nuestros clientes, se ha asistido a encuentros Latinoamericanos de fabricantes de tubería, como el que fué realizado en Acapulco (1,997), también se asistió a la feria de Construcción (Construmat) realizada en Barcelona España (1,999), entre otros eventos; constituyéndonos como la única empresa Centroamericana en asistir a ellos. Contamos también con la participación en diferentes ferias de construcción que han sido realizadas a lo largo de los años de nuestra existencia en el mercado.



MISIÓN

Nuestra misión es convertirnos en una empresa aliada de las entidades constructoras de infraestructura, a fin de colaborar en la ejecución de proyectos que lleven a el engrandecimiento de la nación, con productos y servicios de alta calidad.

VISIÓN

Tener un buen posicionamiento entre las empresas de la industria de construcción, en el mercado centroamericano.

11 pulgadas

8.5 pulgadas

Descripción:

Diseño a base de figuras geométricas, que muestra orden y la información sobre lo que la empresa realiza.

9.1.4 Productos



Descripción:

Diseño de la página de productos a base de rectángulos como figura base.

9.1.5 Productos de metal

PRODUCTOS DE METAL

BÓVEDAS

Circulares, en forma de arco, y abovedadas.

Características:

- Éstas se fabrican bajo pedido.
- Cuentan con asesoría personalizada: diseño, cálculo estructural y supervisión.
- Trabajamos con los requerimientos y especificaciones de las normas AASHTO y ASTM.

DEFENSAS METÁLICAS

Norma de fabricación AASHTO M-180.
Norma de galvanizado ASTM A-123.

Características:

- Estructura de seguridad vial, conformada de acero galvanizado, formada por postes, vías horizontales, separadores, terminales, trapecoides, reflectivos.
- Contamos con un equipo de instalación altamente especializado, que cumplen con los estándares de calidad internacionales.
- Alto stock (perfil W), bajo pedido (perfil V).

SEÑALIZACIÓN

3

8.5 pulgadas

11 pulgadas

Descripción:

Diseño a base de rectángulos y un triángulo como fondo, fotos de los productos de la empresa y descripción de productos.

9.1.6 Otros productos

OTROS PRODUCTOS

MANTOS DE CONTROL DE EROSIÓN DE SUELOS

Características:

- Líderes en el mercado de ventas y distribución de material para el control y prevención de erosión de suelos.
- Fabricado según la norma AASHTO M288-5.
- Contiene los más altos estándares de calidad a nivel internacional que están regidos por las normas ASTM.
- Tiene una alta resistencia a la tracción, resistencia a la perforación, al desgarre y a los rayos ultravioleta.



GAVIONES Y COLCHONES

Características:

- Gaviones galvanizados de doble torsión.
- Cumple con las normas ASTM 975-97.
- Medidas especiales y recubrimientos de PVC bajo pedido.
- Contamos con un equipo de instalación altamente especializado, que cumplen con los estándares de calidad internacional.
- Contamos con alto stock de productos.



GEOTEXTIL

Características:

- Tejido y no tejidos
- Líderes en el mercado de ventas y distribución de geotextiles tejidos y geotextiles no tejidos.

-Fabricado según normas ASIM D4632, D4833, D6241, D3786, D4533, D4355, D4751, D4491.
-Contiene los más altos estándares de calidad a nivel internacional, regidos por las normas ASTM.
-Alta resistencia a la tracción, resistencia a la perforación, al desgarre y a los rayos ultravioleta.

4

11 pulgadas

8.5 pulgadas

Descripción:

Diseño más simple a base de cuadrados para mostrar dinamismo en las páginas del catálogo.

9.1.7 Algunos proyectos




Descripción:



Diseño de la página de algunos proyectos que la empresa ha realizado, principalmente con fotografías, bases de rectángulos e íconos que representan los productos de la empresa.

9.1.8 Ubicación empresa

UBICACIÓN EMPRESA







7a. Avenida 7-78 Zona 4, Edificio Centroamericano, Oficina 202, 2o. Nivel Guatemala, Guatemala



11 pulgadas

ENCUÉTRANOS EN:



INESCO-SA @INESCOGT INESCO INESCO GUATEMALA

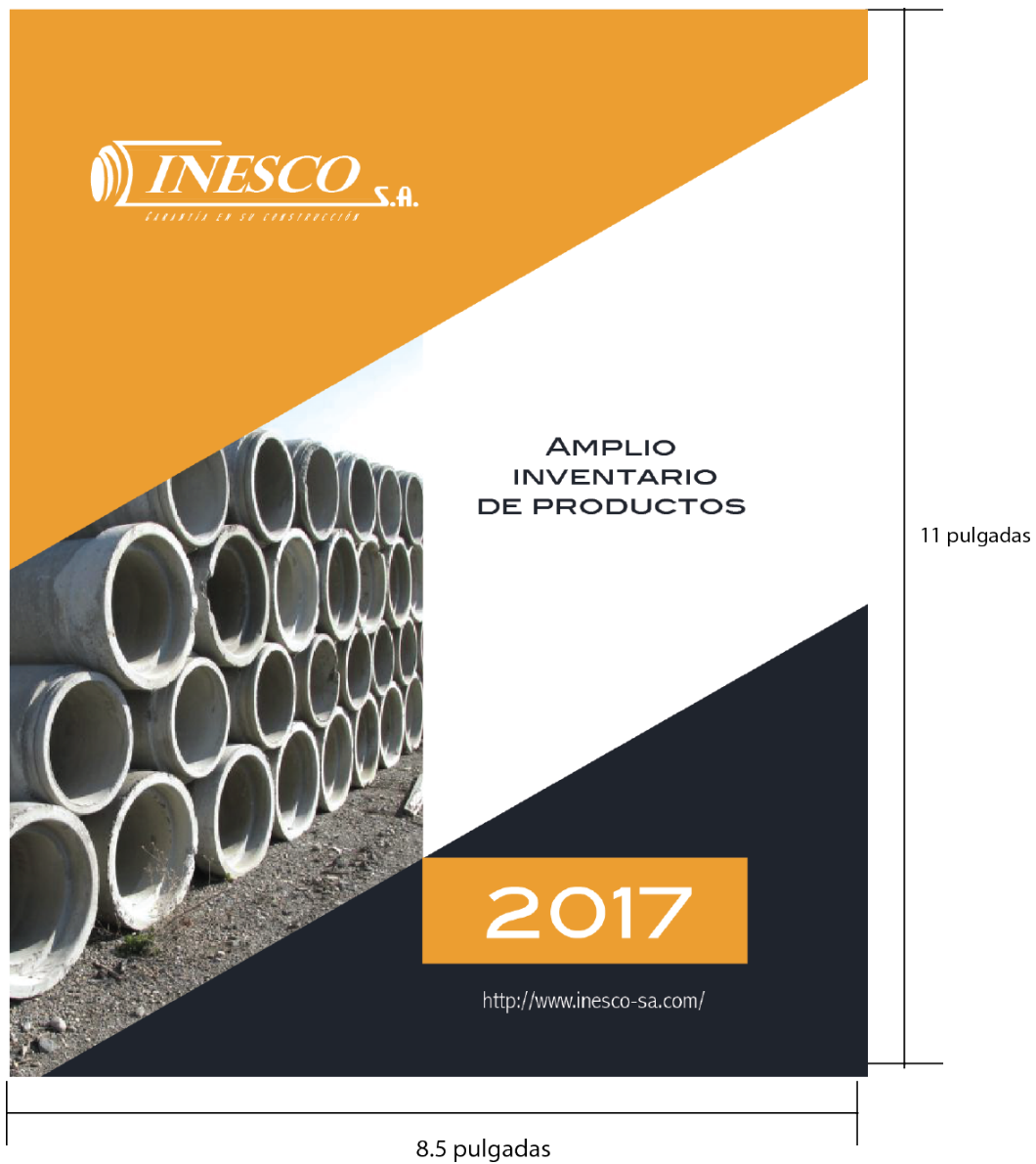
6

8.5 pulgadas

Descripción:

Página con la información de la ubicación de la empresa y las redes sociales en las que se puede encontrar información y contactar a la empresa.

9.1.9 Contraportada



Descripción:

Contraportada, el diseño es el mismo que la portada pero los elementos se colocaron del lado contrario, siempre siguiendo el diseño de figuras geométricas como base.

9.2 Trifoliar Tiro

8.5 pulgadas

MISIÓN
Convertirnos en una empresa aliada de las entidades constructoras de infraestructura, a fin de colaborar en la ejecución de proyectos que lleven a el engrandecimiento de la nación, con productos y servicios de alta calidad.

VISIÓN
Tener un buen posicionamiento entre las empresas de la industria de construcción, en el mercado centroamericano.

7a. Avenida 7-78 Zona 4,
Edificio Centroamericano,
Oficina 202, 2o Nivel Guatemala.

PBX: (502) 2464-1800
FAX: (502) 2464-1801

INESCO S.A.
GARANTÍA EN SU CONSTRUCCIÓN



INESCO S.A.
GARANTÍA EN SU CONSTRUCCIÓN

<http://www.inesco-sa.com/>

2017

11 pulgadas

Descripción:

El tiro del trifoliar lleva la misma línea base de diseño que el catálogo, realizado con figuras geométricas.

9.2.1 Retiro

8.5 pulgadas

¿QUIÉNES SOMOS?

Inesco, S.A. Empresa fundada en el año de 1994, dedica a la producción y comercialización de tubería de concreto, tubería metálica corrugada, defensa metálica (instalación), gaviones, colchones, geo textil, tubería de polietileno de alta densidad, fibras para refuerzo de concreto (evita grietas), mantos para erosión de suelos (estabilización), aplicando las normas estrictas para el control de calidad. Cuenta con personal altamente capacitado, con experiencia de más de 20 años en el ramo, esto permite proveer un producto final de alta calidad.



Con el fin de llevarle el mejor producto y atención a nuestros clientes, se ha asistido a encuentros Latinoamericano de fabricantes de tubería, como el que fue realizado en Acapulco (1,997), también se asistió a la feria de Construcción (Construmat) realizada en Barcelona España (1,999), entre otros eventos; constituyéndonos como la única empresa Centroamericana en asistir a ellos. Contamos también con la participación en diferentes ferias de construcción que han sido realizadas a lo largo de los años de nuestra existencia en el mercado.

PRODUCTOS

-  Tubo de Concreto Comercial
-  Tubo Alta Resistencia
-  Tubería de 4" - 72"
-  Tubería de metal corrugado 24" - 72"
-  Bóvedas
-  Defensas Metálicas
-  Señalización
-  Mantos de control de erosión de suelos
-  Gaviones y colchones, geotextil



ALGUNOS PROYECTOS



-  Realización de la defensa metálica en la Franja Transversal del Norte.
-  Se han realizado Gaviones Galvanizados en áreas de Huehuetenango.
-  Señalización de la Franja Transversal en Tramo I.
-  Tubería de concreto en la Carretera RN14.

ENCUÉTRANOS EN:



INESCO-SA @INESCOGT INESCO INESCO GUATEMALA

11 pulgadas

Descripción:

Figuras triangulares en las orillas al igual que en el tiro del trifoliar, al colocar los íconos conforme a su descripción.

9.3 Volante



Descripción:

Volante contiene misma base de diseño que el trifoliar y el catálogo, con figuras triangulares a las orillas y poca información de los productos, como también la ubicación de la empresa y el teléfono.

Capítulo X

Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración:

- **Costo por hora Q25**

Se trabajó en la propuesta del trifoliar y el catálogo en un total de 3 semanas por 4 horas de lunes a viernes, lo cual sería un total de 60 horas trabajadas en ambas piezas.

El resultado de costo es de Q1500.

10.2 Plan de costos de producción:

- **Costo por hora Q25**

Se trabajó el diseño final en un total de 5 días, trabajando en el diseño por 2 horas al día, haciendo que su costo de producción sea por Q250.

10.3 Plan de costos de reproducción:

La cotización de los materiales impresos Q250 por las piezas.

Material dado a la empresa en una memoria USB por Q150 más, y hace un total de Q400.

10.4 Plan de costos de distribución:

Q200 por mes.

10.5 Margen de utilidad:

- El margen de utilidad sería del 20%, por lo tanto con el costo sería un total de Q1500+ Q300 (de utilidad) = Q1800.
- El margen de utilidad por la producción sería del 20%, por lo tanto es un total de Q250 + Q50 = Q300.
- El margen de utilidad por la reproducción sería de un 20%, lo cual hace un total de Q80, Q400+Q80 de utilidad, un total de Q480.
- Plan de costos de distribución un total de Q200+ 20% (Q40), hacen un total de Q240.

10.6 Cuadro de resumen general de costos:

	COSTO	UTILIDAD	TOTAL
Plan de costos de elaboración	Q1,500	Q300	Q1,800
Plan de costos de producción	Q250	Q50	Q300
Plan de costos de reproducción	Q400	Q80	Q480
Plan de costos de distribución	Q200	Q40	Q240
Total			Q2,820

Capítulo XI

Conclusiones y Recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

Se diseñó el material informativo impreso para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece la empresa de materiales de construcción Inesco S.A., a clientes actuales y potenciales.

Se investigó a través de fuentes bibliográficas y virtuales acerca de nuevas tendencias en diseños para material informativo en la elaboración del proyecto

Se recopiló información acerca de la empresa Inesco S.A., para comunicar a los clientes acerca de los servicios y productos que ofrecen.

Se diagramaron los elementos gráficos del material informativo para que la información sea fácil de leer e identificar por el grupo objetivo.

11.2 Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa que el material informativo sea impreso en papel couche.
- Imprimir los volantes en papel bond, en blanco y negro para reducir costos en las impresiones del mismo.
- Que el período para cambiar el diseño del material informativo debe renovarse cada 5 años.
- Siempre mantener en existencia el material informativo para los clientes.

Capítulo XII

Conocimiento General

Capítulo XII: Conocimiento General

CONOCIMIENTO GENERAL



Infografía realizada por Comunicadora diseñadora: Ana Sofía Espinal

Capítulo XIII

Referencias

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Referencias de documentos escritos:

A

Andrade Horacio. 2005. Comunicación Organizacional Interna: Proceso, disciplina y ética. Netbiblo, S.I. España

Alonso Martínez, Francisco. 2007. Editorial UOC. Barcelona, España

McLean, Ruari. 1987. Manual de Tipografía. Hermann Blume. Madrid, España

B

Belio Galindo, José Luis. 2007. Claves para Gestionar Precio, Producto y Marca: Cómo Gestionar una Guerra de Precios. Wolters Kluwer. España

Beth, Hanno. Pross, Harry. 1990. Introducción a la Ciencia de la Comunicación. Anthropos. Barcelona, España

C

Crespo Escobar, Santiago. 2010. Materiales de Construcción para Edificación y Obra Civil. Imprenta Gamma. España

Cumpa González, Luis Alberto. 2002. Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM). Lima, Perú

Cortés Morales, Roberto. 1998. Introducción al Análisis de Sistemas y la Ingeniería de Software. Euned. San José, Costa Rica

Collins, Judith. Welchman, John. Chandler, David. A. Anfam, David. 1996. Hermann Blume. España

D

Del Pulgar Rodriguez, Luis. 1999. Comunicación de Empresa en Entornos Turbulentos. Madrid, España

Dalley, Terence. 1980. Guía Completa de Ilustración y Diseño, Técnicas y Materiales. Tursen Hermann Blume Ediciones. Estados Unidos

E

E. Harmsen Teodoro. 2005. Diseño de Estructuras de Concreto Armado. Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Perú.

F

Ferrer Eulalio. 2002. Publicidad y Comunicación. Tezontle. México

F. Thompson, Richard. 1986. Fundamentos de psicología fisiológica. Editorial Trillas. México

F. Davis, Stephen, J. Palladino Joseph. 2008. Pearson. México

Rosales Obando, José. 2000. Elementos de Microeconomía. Uened. Costa Rica

Ferre de Merlo, Luis. 2003. Tecnología de la Construcción Básica. Editorial Club Universitario. España.

G

Graham, Lisa. 2005. Basics of Design, layout and typography for beginners. Thomson Delmar Learning. Canadá.

Giraud Pierre. 1972. La Semiología. Siglo Veintiuno editores. México.

K

Kluckhohn, Clyde. 1949. Antropología. McGraw-Hill Book Co., Inc. Nueva York

Foulquié, Paul. 1976. Diccionario de Pedagogía. Oikos-tau, S.A., España

Kotler Keller, Philip. Lane, Kevin. 2006. Dirección de Marketing. Pearson Prentice Hall. México

L

L. Beals, Ralph. Hoijer, Harry. 1973. Introducción a la Antropología. Gráficas Color María Zayas 15. España

M

M. Petit, Cristina. Graglia, Soledad. 2004. Introducción a la Psicología Social para Estudios de Turismo. Editorial Brujas. Argentina

Midant, Jean-Paul. 1996. Arquitectura del Siglo XX. Ediciones Akal, S.A. Madrid, España

P

Preckler, Ana María. 2003. Historia del Arte Universal de los Siglos XIX y XX. Editorial Complutense. Madrid, España

R

Rodríguez Guzman, Juan Pedro. 2005. Gramática Gráfica. Carena C/ Sovelles 7. España

Sánchez Herrera, Joaquín. Pintado Blanco, Teresa. 2009. Imágen Corporativa, Influencia en la Gestión Empresarial. Esic. España

T

Tobón Franco, Natalia. 2008. Marketing Jurídico, Relaciones con la Responsabilidad Profesional. Editorial Universidad del Rosario. Colombia

W

Winkin Yves. 1984. La Nueva Comunicación. Kairos. España

13.2 Referencias de documentos electrónicos:

B

Blogspot. 2016. Andragogía. Recuperado de: <http://consultaandragogía.blogspot.com/definicion.html>

D

Definición ABC. 2016. Definición de Construcción. Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/general/construccion.php>

Dictonarist. 2016. Material Informativo. Recuperado de: <http://es.dictionarist.com/material+informativo>

Definición ABC. 2016. Definición de Dibujo. Recuperado de: <http://definicionabc.com/general/dibujo.php>

E

EcuRed. 2016. Comunicación Visual. Recuperado de: http://www.ecured.cu/Comunicacion_visual

F

Fotonostra. 2016. Diseño Publicitario. Recuperado de: <http://www.fotonostra.com/grafico/publicitario.htm>

G

Gestiopolis. 2016. Mapas conceptuales o mapas mentales. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/mapas-conceptuales-o-mapas-mentales/>

L

Luisannet, Creatividad y Tecnología. 2016. Identidad Corporativa. Recuperado de: <http://www.luisan.net/identidad-corporativa/identidad-corporativa.html>

Luisannet, Creatividad y Tecnología. 2016. Diseño Gráfico. Recuperado de: <http://www.luisan.net/disenio-grafico/disenio-grafico..html>

P

Pérez Porto Julián. Definición Empresa. 2008. Definición de. Recuperado de: <http://definicion.de/empresa/>

Pérez Porto Julián. Gardey, Ana. Definición Cliente. 2009. Definición de. Recuperado de: <http://definicion.de/cliente/>

Pérez Porto, Julián. Gardey, Ana. Definición Composición. 2008. Definición de. Recuperado de: <http://definicion.de/composicion/>

R

Rivandeneira, Diego. Comercialización: Definición y Conceptos. 2012. Empresa y Actualidad. Recuperado de: <http://empresaactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

T

Tecnológico de Monterrey. 2016. El Proceso de Comunicación. Recuperado de: http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont_elementos.htm

The Cult. 2016. Historia de la Publicidad. Recuperado de: <http://www.thecult.es/Tendencias/historia-de-la-publicidad/El-diseno-grafico-publicitario.html>

U

Universidad de Palermo. 2016. La enseñanza del boceto como objeto de diseño. Recuperado de: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=10056&id_libro=478

W

Word Reference. 2016. Construcción. Recuperado de: <http://www.wordreference.com/definicion/construccion>

Word Reference. 2016. Fábrica. Recuperado de: <http://www.wordreference.com/definicion/fabrica>

Word Reference. 2016. Servicio. Recuperado de: <http://www.wordreference.com/definicion/servicio>

Woodward Spanish. 2003. Los Materiales y sus Propiedades, Ciencias Naturales. Recuperado de: <http://www.spanish.cl/ciencias-naturales/materiales-propiedades.htm>

Capítulo XIV

Anexos

Capítulo XIV: Anexos

14.1 Tabla de requisitos

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Diagramación	Crear la propuesta de material informativo impreso de un catálogo y de un trifoliar en los que se colocarán elementos como textos, íconos y fotografías adecuados para la empresa.	Bocetaje a mano y digitalización en Ilustrador, creando líneas guías para los elementos gráficos.	Orden y equilibrio.
Color	Se utilizarán los colores adecuados que logren hacer que el grupo se identifique con una empresa de construcción al verlos.	Ilustrador, CMYK.	Armonía, fuerza.
Tipografía	Utilización de la tipografía correcta con la cual las personas puedan identificarse con la empresa de construcción.	Ilustrador	Fuerza, Orden
Estilo	Por medio del minimalismo y el uso de las figuras darle dinamismo y al mismo tiempo orden a las piezas propuestas.	Ilustrador	Orden, calidad.

14.2 Encuesta



Encuesta

La empresa de construcción "Inesco S.A." no cuenta con material informativo impreso para dar a conocer los servicios y productos de concreto y metal que ofrece. Por lo que se realizó un material gráfico para este propósito.

Experto ____ Cliente ____ G.O. ____

Nombre: _____ Género: ____ F M O ____ Edad: ____

Instrucciones: Con base a la información presentada sobre la empresa de construcción "Inesco S.A." responda las siguientes preguntas con una "X".

Parte objetiva:

1. ¿Considera que es necesario diseñar un catálogo que nos pueda mostrar los servicios y productos que ofrece la empresa?

SI () NO ()

2. ¿Cree que es necesario realizar una investigación previa sobre la empresa, para poder realizar el diseño correctamente?

SI () NO ()

3. ¿Cree que el uso de los trifoliales puede ser también un material útil para dar a conocer información sobre la empresa?

SI () NO ()

Parte Operativa:

4. ¿Piensa que la colocación de los elementos de diseño que se encuentran en el catálogo y el trifoliar son ordenados?

Ordenados ()

Poco ordenados ()

Nada ordenados ()

5. ¿Considera adecuado los colores en el material impreso para una empresa de construcción?

Adecuado ()

Poco Adecuado ()

Nada Adecuado ()

Parte Semiológica:

6. ¿Considera que el diseño es adecuado para la empresa de construcción?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

7. ¿Considera que las figuras geométricas en las piezas de los diseños son adecuados?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

8. ¿Considera que la forma, tamaño y tipo de letra que se eligió para el catálogo y para el trifoliar se adaptan a el tema de construcción?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

9. ¿Cree que los iconos elegidos para los diseños son apropiados?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

10. ¿Cree que el diseño de las piezas llaman la atención?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

Observaciones:

14.3 Resultado de encuestas

pregunta 1		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	20	
Expertos	5	
Total	26	

pregunta 2		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	19	
Expertos	5	
Total	25	1

pregunta 3		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	20	
Expertos	5	
Total	26	

pregunta 4		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	18	
Expertos	5	
Total	24	2

pregunta 5		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	16	
Expertos	5	
Total	22	4

pregunta 6		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	17	
Expertos	5	
Total	23	3

pregunta 7		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	18	
Expertos	5	
Total	24	2

pregunta 8		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	16	
Expertos	5	
Total	22	4

pregunta 9		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	19	
Expertos	5	
Total	25	1

pregunta 10		
	Sí	no
Cliente	1	
G.O.	15	
Expertos	5	
Total	21	5

14.4 Cotizaciones

14.4.1 Cotización diseñadora gráfica



Guatemala, 09 de Diciembre 2016

A quien corresponda.
De acuerdo a lo solicitado se cotiza lo siguiente :

Proyecto	Valor
* Diseño de catálogo 10 páginas, Portada y contraportada (Precio por página Q.125 Portada y Contraportada Q.400)	Q. 1,650.00
* Trifoliar institucional	Q. 350.00
* Volante promocional	Q. 150.00
<hr/>	
	TOTAL. Q. 2,150.00

Atentamente,

Licda. Verónica Marisol González Morales
Diseñadora Gráfica

**Los precios no incluyen la reproducción de los artes.

Verónica Marisol González Morales
NIT: 8973031-3
4957-9871
E-mail: vmarisolgon@gmail.com
35 Avenida 21-36 zona 5
RTU: Número De Acceso: 57828539

14.4.2 Cotización imprenta Servisa

Servisa
24 av. 24-18 Zona 5
Telefono 2335-5756



Guatemala 05 de Diciembre de 2016

Sofia Espinal
Presente

Por este medio un gusto saludarlos, nos ponemos a sus órdenes brindándoles el servicio de e imprenta, contamos con varios años de experiencia en el mercado

Nuestros precios para la cotización solicitada son:

- Volante Trifoliar y Catalogo
 - Tipo de papel: couche
 - Impresión full color:
 - a. Volante: tiro
 - b. Trifoliar: tiro y retiro
 - c. Catalogo: tiro y retiro
 - Tamaño:
 - a. Volante, tamaño media carta
 - b. Trifoliar, tamaño carta
 - c. Catalogo tamaño carta

Precio total: Q 250.00

A la espera de sus comentarios

Saludos Cordiales

Krysthel Quezada
krysthelqr@hotmail.com
51106964

14.5 Fotografías de personas encuestadas

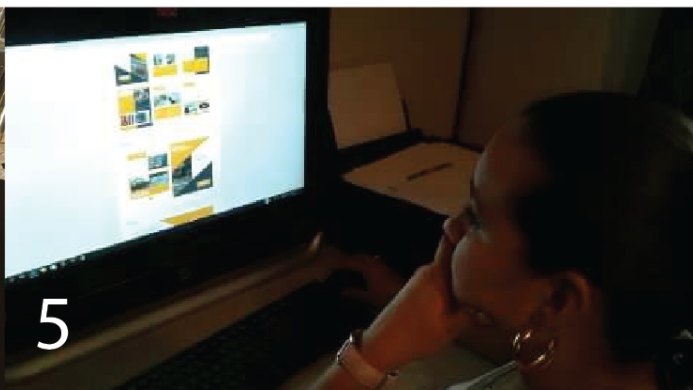
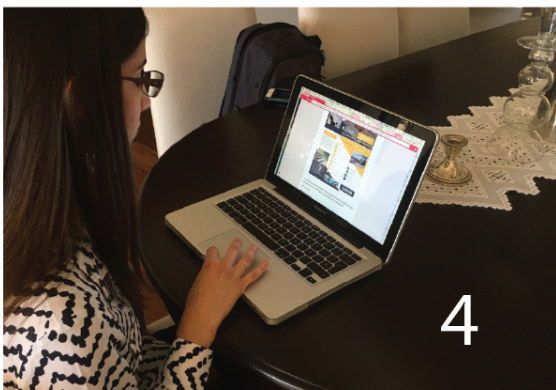
14.5.1 Cliente:

Juan Luis Ortíz Álvarez, Gerente General Inesco, S.A.

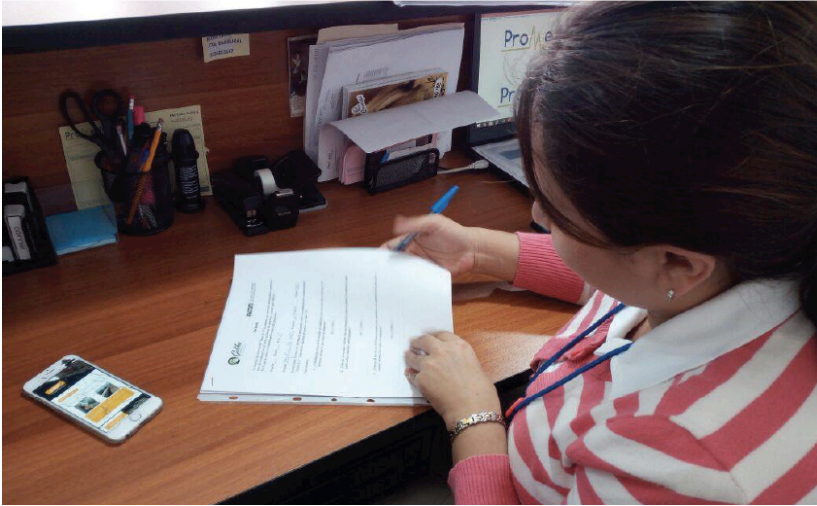
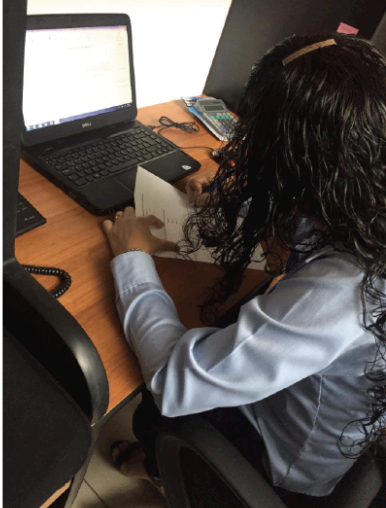
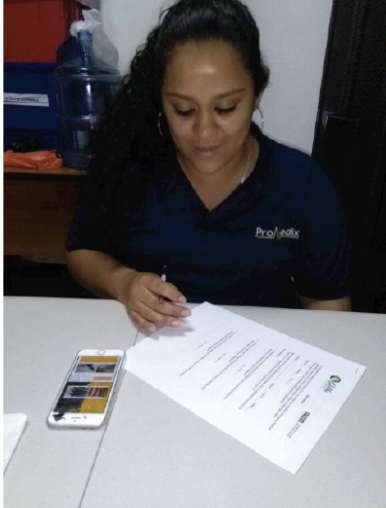


14.5.2 Expertos:

1. Licda. Lourdes Donis (Licenciada en Comunicación)
2. Licda. Wendy Franco (Licenciada en Comunicación y Diseño)
3. Licda. Verónica González (Licenciada en Diseño Gráfico)
4. Licda. Christa Bressani (Licenciada en Diseño Gráfico)
5. Licda. Zaida Rodríguez (Licenciada en Diseño Gráfico con Especialización en Editorial)



14.5.3 Grupo Objetivo:



14.5.4 Grupo Objetivo



14.6 Tablas Sigma Dos

14.6.1 Definición de Niveles Socio Económicos, Área Metropolitana

Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Zona Metropolitana)

	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 como conserjes mensajeros, etc. 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 mas 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.	Habitan 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.



14.6.2 Definición de Niveles Socio Económicos, Área Metropolitana

Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Zona Metropolitana)

	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%)
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio domestico	2 o más. Servicio domestico	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No	No
Vehículos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No

14.6.3 Definición de Niveles Socio Económicos, Áreas Urbanas, Interior República

Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Interior República)

	Nivel Alto AB (1.0%)	Nivel Medio-Alto C1 (2.0%)	Nivel Medio-Bajo C2 (27.0%)	Nivel Bajo D (43%)	Nivel Popular E (27%)
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	Proletarios 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 como conserjes mensajeros, etc. 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 mas 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.	Habitan 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.



Multivex Sigma Dos

14.6.4 Definición de Niveles Socio Económicos, Áreas Urbanas, Interior República

Definición de Niveles Socio Económicos

(Áreas Urbanas, Interior República)

	Nivel Alto AB (1.0%)	Nivel Medio-Alto C1 (2.0%)	Nivel Medio-Bajo C2 (27.0%)	Nivel Bajo D (43%)	Nivel Popular E (27%)
Aparatos eléctricos	Disponen todos los bienes de confort (lavadora de ropa, estufa, refrigeradora, radio, televisión a color, aparatos eléctricos, cable o antena parabólica.	Disponen de la mayoría de los bienes de confort (estufas, refrigeradoras, radio, TV, aparatos eléctricos, etc.)	Poseen muebles y electrodomésticos populares, comprados a veces a plazos, tales como: estufa, refrigeradora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio-grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.	Prácticamente no poseen artículos de confort, salvo televisor y radio.
Servicio domestico	2 o más. Servicio domestico	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No	No
Vehículos	Poseen más de 2 automóviles de alto precio y de modelo reciente, pagados al contado (BMW, Mercedes Benz, etc.)	Poseen uno o dos vehículos de modelos no necesariamente reciente	Poseen vehículo de modelo no reciente.	Usualmente no tienen automóvil y si lo tienen seguramente lo compraron usados y de modelo muy anterior	No
Educación Hijos	Sus hijos en edad escolar o universitaria son educados en el extranjero en los mejores colegios y universidades del país.	La educación de sus hijos es muy importante y por eso realizan esfuerzos para que vayan a los mejores colegios y universidades del país.	Sus hijos se educan en colegios y universidades del país.	Sus hijos estudian en las escuelas públicas.	No alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas.
Viajes al Exterior	Frecuentemente viajan al extranjero.	Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.	Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son circunstanciales.	Cuando viajan lo hacen al interior del país.	No

