



**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO Y DIGITAL PARA EMPRESA EXHIBISA,  
DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y  
MADERA, PARA DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y  
POTENCIALES.**

**Guatemala, Guatemala 2014.**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

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

**ELABORADO POR:**

Keith Ileanova Schwartz Castellanos  
10003064

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRAFICO**

Nueva Guatemala de la Asunción, 17- 03 – 2014

Guatemala 05 de junio de 2013

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

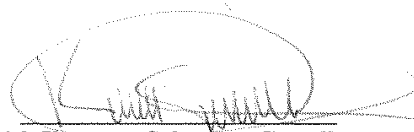
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:

**DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO Y DIGITAL PARA EMPRESA EXHIBISA, DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y MADERA, PARA DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2014.**

Así mismo solicito que el Lic. María Eugenia Aguilar, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



**Keith Heanova Schwartz Castellanos**  
**10003064**



**Licda. María Eugenia Aguilar**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 17 de diciembre de 2014

**Señorita  
Keith Ileanova Schwartz Castellanos  
Presente**

Estimado Señor Arrivillaga:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO Y DIGITAL PARA EMPRESA EXHIBISA, DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y MADERA, PARA DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Keith Ileanova Schwartz Castellanos, 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**

---

Ciudad de Guatemala, 9 de diciembre de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis. ***DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO Y DIGITAL PARA EMPRESA EXHIBISA, DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y MADERA, PARA DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2014***, de la estudiante Keith Ileanova Schwartz Castellanos, 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/



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 03 de octubre de 2014**

**Señorita  
Keith Ileanova Schwartz Castellanos  
Presente**

Estimada Señorita Schwartz:

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**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 11 de enero de 2014**

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO Y DIGITAL PARA EMPRESA EXHIBISA, DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y MADERA, PARA DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por el estudiante: Keith Ileanova Schwartz Castellanos, con número de carné: 10003064, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

  
**Licda. María Eugenia Aguilar**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señorita**  
**Keith Heanova Schwartz Castellanos**  
**Presente**

Estimada Señorita Schwartz:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE CATÁLOGO IMPRESO Y DIGITAL PARA EMPRESA EXHIBISA, DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y MADERA. PARA DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba a la Licda. María Eugenia Aguilar, como asesor de su proyecto.

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**

DRA. MAYRA DE RAMÍREZ

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LIC. JEAN PAUL SUGER CASTILLO

**SECRETARIO GENERAL**

LIC. JORGE RETOLAZA

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS**

**DE LA COMUNICACIÓN**

LIC. LEIZER KACHLER

**VICEDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS**

**DE LA COMUNICACIÓN**

LIC. RUALDO ANZUETO



### Dedicatoria:

Le agradezco a Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad, por haberme guiado en el buen camino para brindarme una vida llena de aprendizaje, experiencias, salud y mucha felicidad.

Le doy infinitas gracias a mis padres Eduardo Schwartz y Yolanda de Schwartz, por haberme apoyado en todo momento, por no dejar caer mis sueños, por enseñarme el valor de la vida, los valores que me inculcaron, la excelente educación que me pudieron brindar y por ser un ejemplo de vida a seguir.

A mis hermanos Joshua Schwartz y Kevin Schwartz, por ser parte importante de mi vida, por ser unos hermanos maravillosos que siempre están para apoyarme.

A mi abuelita Yolanda Andrade, por ser ejemplo de mujer, madre, padre, maestra y, sobre todo gran abuelita y un gran angelito de la guarda que me cuida y me guía desde el cielo.

A mi mejor amiga, porque siempre estuvo apoyándome, a mis amigos porque me enseñaron el valor de una amistad, por empezar la carrera con ellos y el logro de terminar la carrera juntos.

A mis queridos y respetables Licenciados y personal de FACOM, ya que muchas veces me brindaron ayuda cuando la necesitaba, a mis Licenciados, por la enseñanza día tras día.

Al decano Leizer Kacler y vicedecano Rualdo Anzueto, por brindarme apoyo siempre que lo necesite, por el cariño que demostraron a lo largo de la carrera.

Le agradezco a mi Guía de tesis, la Licda. María Eugenia Aguilar, por estar empujándome para realizar bien mi tesis y gracias por su paciencia y tolerancia conmigo.

## **Resumen**

La empresa Exhibisa no cuenta con materiales gráficos impresos y digitales que visualicen y promuevan los productos que fabrica para clientes reales y potenciales. Por lo anterior, es hecho necesario contar con un catálogo de los productos.

Se planteó el objetivo general del proyecto: Diseño de catálogo impreso y digital para empresa Exhibisa, dedicada a la fabricación de exhibidores de acrílico, metal y madera para darlos a conocer a sus clientes reales y potenciales.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por 25 hombres y mujeres, asimismo por el cliente y expertos en comunicación y diseño.

El resultado mas relevante obtenido de la investigación, es que la mayoría de los encuestados dieron como resultado positivo que permitió diseñar un catálogo impreso y digital para promover las ventas de exhibidores de la empresa exhibisa, para dar a conocer a clientes reales y potenciales. Se recomendó que el catálogo de productos sea impreso y digital, distribuido a todos los clientes de la empresa y al público en general para dar a conocer los productos que la empresa fabrica.

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

<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>13</b>
1.1 INTRODUCCIÓN .....	13
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>15</b>
PROBLEMÁTICA .....	15
2.1 Contexto .....	15
2.2 Requerimiento de comunicación y diseño .....	16
2.3 Justificación .....	16
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>20</b>
OBJETIVOS DEL DISEÑO .....	20
3.1 Objetivo General .....	20
3.2 Objetivos específicos .....	20
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>21</b>
MARCO DE REFERENCIA .....	21
4.1 Información general del cliente .....	21
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>27</b>
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO .....	27
5.1 Perfil Geográfico .....	27
5.2 Perfil demográfico .....	28
5.3 Perfil Psicográfico .....	29
5.4 Perfil Conductual .....	30
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>31</b>
MARCO TEÓRICO .....	31
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio .....	31
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño .....	36
6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias .....	41
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>51</b>
PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR .....	51
7.1 Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico .....	51
7.2 Conceptualización .....	53
7.3 Bocetaje .....	57
7.4 Propuesta preliminar .....	73
<b>CAPÍTULO VIII .....</b>	<b>91</b>
VALIDACIÓN TÉCNICA .....	91
8.1 Población y muestreo .....	92
8.2 Método e instrumento .....	93
8.3 Resultados e interpretación de resultados .....	99
8.4 Cambios en base a los resultados .....	130
<b>CAPÍTULO IX .....</b>	<b>149</b>
PROPUESTA GRÁFICA FINAL .....	149
<b>CAPÍTULO X .....</b>	<b>167</b>
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN .....	167
10.1 Plan de costos de elaboración .....	167
10.2 Plan de costos de producción .....	168
10.3 Plan de costos de reproducción .....	168
10.4 Plan de costos de distribución .....	169
10.5 Cuadro con resumen general de costos .....	169
<b>CAPÍTULO XI .....</b>	<b>170</b>
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	170
11.1 Conclusiones .....	170
11.2 Recomendaciones .....	171
<b>CAPÍTULO XII .....</b>	<b>172</b>
CONOCIMIENTO GENERAL .....	172
<b>CAPÍTULO XIII .....</b>	<b>186</b>
REFERENCIAS .....	186
13.1 Referencia de documentos físicos .....	186
13.2 Referencias de documentos electrónicos .....	187
<b>CAPÍTULO XIV .....</b>	<b>189</b>
ANEXOS .....	189

# CAPÍTULO I

## 1.1 Introducción

El presente proyecto de graduación titulado “Diseño de catálogo impreso y digital de la empresa Exhibisa, para dar a conocer los exhibidores de acrílico, metal y madera que fabrica a clientes reales y potenciales ,” motivó a la investigación acerca de catálogos de productos como parte del proceso de conceptualización y después aplicarlo en la elaboración.

El objetivo general es que se planteó diseñar un catálogo impreso y digital de la empresa Exhibisa, en el que los clientes reales y potenciales podrán visualizar los exhibidores y la empresa exponga los trabajos realizados.

El enfoque de investigación es cuantitativo y cualitativo, ya que se cuantificaron los resultados obtenidos de los clientes, grupo objetivo y de expertos de comunicación y diseño, en la que se evaluó el nivel de importancia que el diseño de un catálogo de productos ayudaría a que muchos empresarios conozcan los exhibidores.

La herramienta de encuesta se aplicó a 2 personas de parte del cliente, y junta directiva a 25 personas del grupo objetivo y 3 expertos del área de Diseño y comunicación, entre ellos diseñadores gráficos, publicistas y artistas de arte, todos ellos conformados por hombres y mujeres de 26 a 67 años de edad.

El principal hallazgo es que el 90% de las personas encuestadas podrá identificar visualmente a la empresa y obtener mayor conocimiento de los servicios y productos que ofrece.

El catálogo digital e impreso se creó para que la empresa se presente, promueva y logre por este medio exhibir sus productos e informar sobre las fabricaciones que ofrece. Al aumentar la comunicación visual de la empresa, entre sus clientes reales y potenciales, se logrará mayor identificación en el mercado guatemalteco.

## CAPÍTULO II

### Problemática

La empresa Exhibisa, actualmente da a conocer a sus clientes parte de la variedad de sus productos, por medio de descripción telefónica, fotografías o presentaciones de los productos. La entidad se dedica a la producción de exhibidores de acrílico, metal y madera y no cuenta con catálogo de los productos que fabrica, para darlos a conocer visualmente a los clientes reales y potenciales.

### 2.1 Contexto

La empresa Exhibisa es una empresa guatemalteca, ubicada en 4ta calle 3-91 zona 3, Boca del Monte, aldea del municipio de Villa Canales, departamento de Guatemala, en el ciclo de vida en la etapa de madurez. Sus ventas son estables, el medio utilizado para promocionar sus productos son las relaciones interpersonales, los exhibidores han logrado satisfacer las expectativas de los clientes que refieren la empresa. Poseen una cartera amplia de estos.

Se identificó que la empresa Exhibisa no cuenta con materiales digitales e impresos que permitan informar mejor a sus clientes sobre los productos disponibles. Por lo que en un acercamiento con el Ing. Eduardo Schwartz, se requirió el diseño de un catálogo impreso y digital para dar a conocer a los clientes reales y potenciales los productos de la empresa.

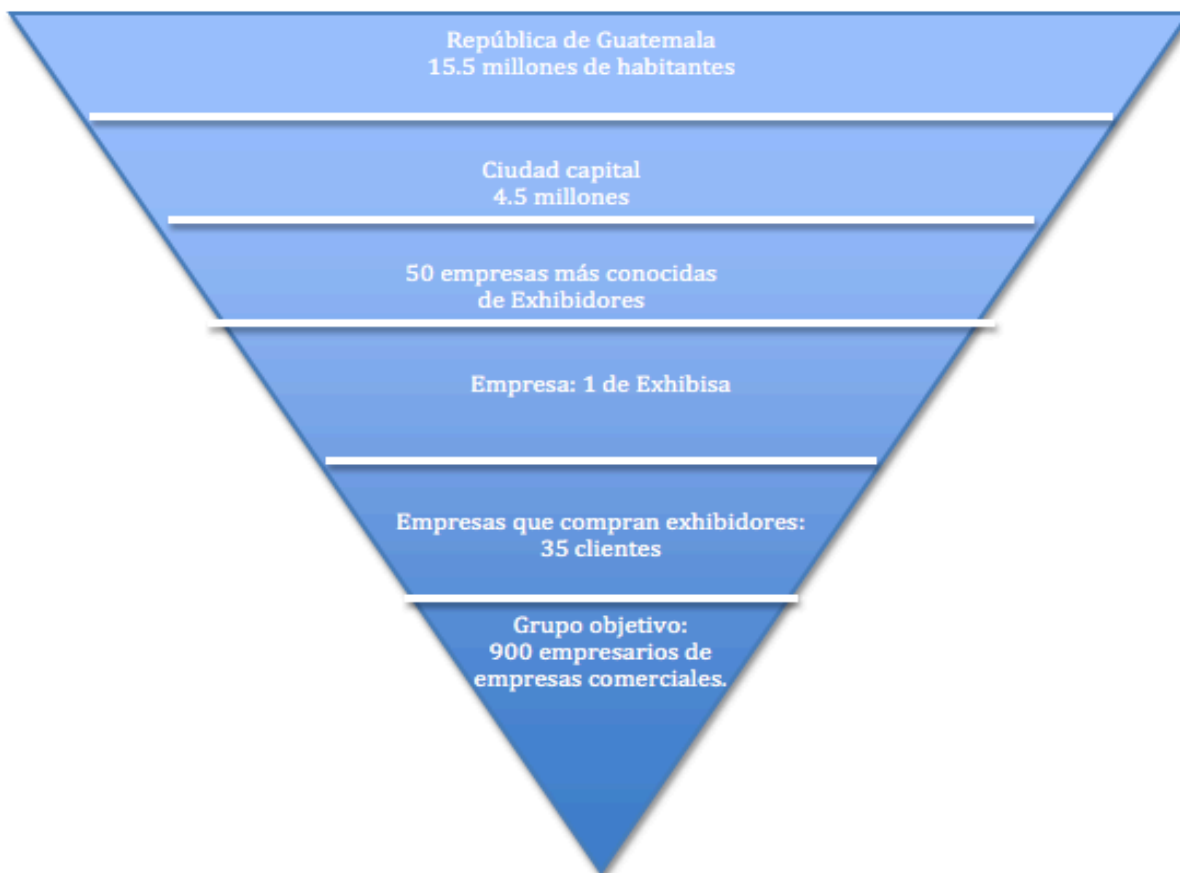
## 2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

La empresa Exhibisa no cuenta con materiales gráficos impresos y digitales que visualicen y promuevan los productos que fabrica para clientes reales y potenciales. Por lo anterior, es necesario contar con un catálogo de los productos.

## 2.3 Justificación

Para respaldar de manera consistente las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador-comunicador, se justifica la propuesta a partir de las variables:

### 2.3.1 Magnitud





La república de Guatemala cuenta con 15.5 millones de habitantes, en la ciudad capital 4.5 millones de habitantes. En Guatemala existen mas de 50 empresas conocidas de exhibidores que es competencia, ya que Exhibisa por el momento cuenta con una empresa y con 35 clientes reales. Con 900 empresarios que laboran en entidades asociadas a cámara de comercio que necesitan exhibidores para presentar los productos.

### 2.3.2 Vulnerabilidad

Al no contar con un catálogo de productos fabricados por la empresa Exhibisa, que permita conocer sobre ellos a sus clientes reales y potenciales, se desperdician recursos económicos, humanos y tecnológicos se pierde la oportunidad de demostrar la amplia variedad de los productos. Al realizar el catálogo impreso y digital, será un gran beneficio para la empresa, ya que los clientes podrán tener mayor conocimiento acerca de los productos y observar detalladamente cada una de las fotografías incluidas dentro del catálogo.

### 2.3.3 Trascendencia

Un catálogo de productos será de gran beneficio para la empresa Exhibisa, ya que los clientes podrán observar mejor los productos que fabrican en la compañía.

#### 2.3.4 Factibilidad

Los recursos que se deben tomar en cuenta para la realización del proyecto “Diseño de catálogo de productos impreso y digital para la empresa Exhibisa dedicada a la fabricación de exhibidores de acrílico, metal y madera , para darlos a conocer a sus clientes reales y potenciales”, son los siguientes:

##### 2.3.4.1 Recursos Humanos

Se cuenta con el factor humano adecuado que tiene la capacidad, conocimiento, habilidades del manejo, la experiencia y funcionamiento de los recursos que manejan de manera lineal y el proyecto tendrá el éxito deseado.

##### 2.3.4.2 Recursos Organizacionales

El Ing. Eduardo Schwartz, Gerente General, brindará toda la información necesaria para la realización de este proyecto.

##### 2.3.4.3 Recursos Económicos

La empresa Exhibisa S.A. cuenta con los recursos económicos necesarios para la realización de este proyecto.

#### 2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

Cuentan con las herramientas tecnológicas necesarias para el desarrollo del catálogo impreso y digital, los recursos tecnológicos que se utilizarán:

- Hardware: IMAC sistema operativo OS X Mountain Lion
- Software:
- Paquete Adobe Cs5
- Cámara fotográfica Sony

# CAPÍTULO III

## Objetivos del diseño

### 3.1 Objetivo General

Diseñar un catálogo impreso y digital para la empresa Exhibisa, dedicada a la fabricación de exhibidores de acrílico, metal y madera para darlos a conocer a sus clientes reales y potenciales.

### 3.2 Objetivos específicos

- Investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos para utilizarlos como referencia en el desarrollo del proyecto.
- Recopilar información acerca de la empresa Exhibisa y los materiales que utiliza para la producción de exhibidores para tener datos exactos.
- Diagramar el contenido del catálogo impreso y digital mediante los criterios de jerarquización para que los clientes reales y potenciales observen orden en el mensaje.
- Fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que se aprecien visualmente los exhibidores.

## CAPÍTULO IV

### Marco de referencia

#### 4.1 Información general del cliente



##### 4.1.1 Brief

#### DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Keith Ileanova Schwartz Castellanos

No. De Carne: 10003064

Celular: 54628171

Email: [Keithschwa91@gmail.com](mailto:Keithschwa91@gmail.com)

Proyecto: DISEÑO DE CATÁLOGO DE PRODUCTOS IMPRESO Y DIGITAL PARA LA EMPRESA EXHIBISA, DEDICADA A LA FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y MADERA, PARA DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES.

## DATOS DEL CLIENTE

Nombre del cliente (empresa) EXHIBISA

Dirección: 4ta. Calle 3-91 zona 3, Boca del monte.

Email: [exhibisa@gmail.com](mailto:exhibisa@gmail.com)

TEL: 2448-0812/5834-2080

### Antecedentes:

Exhibisa es una empresa dedicada a la elaboración de exhibidores de acrílico, madera, alambre trefilado y tubo, y cuenta con facilidad de entrega.

### OPORTUNIDAD IDENTIFICADA:

El Gerente General de la empresa solicitó la creación de un catálogo de productos con los trabajos realizados por Exhibisa, para darlos a conocer y promover a los clientes reales y actuales, y utilizarlo como material publicitario, llamando la atención del grupo objetivo.

### Misión:

Somos una empresa guatemalteca que labora con altos valores morales, nos dedicamos a entregar un producto de calidad para la satisfacción del cliente.

### Visión:

Empresa Guatemalteca que busca ser reconocida a nivel nacional e internacional para la distribución de los productos, alambre, acrílicos y madera.

**Delimitación Geográfica:**

Todo el País de Guatemala y la ciudad capital, de acuerdo con la Magnitud.

**Grupo Objetivo:**

Empresas, Domicilios e industrias dentro de la república de Guatemala (Ciudad y departamentos de Guatemala)

**Principal Beneficio al grupo objetivo:**

Que los clientes reales y potenciales se sientan atraídos hacia Exhibisa e incrementen las ventas.

**Competencia:**

En Guatemala existen más de 50 empresas que se dedican a Exhibidores, pero solo Exhibisa se dedica a la fabricación de Exhibidores de alambre, acrílicos, tubo y Madera.

**Posicionamiento:**

Es una de las principales empresas en su área.

**Factores de Diferenciación:**

Producto con calidad, diferentes tipos de entrega, servicio a domicilio.

Agilización en la entrega con un trato personalizado

**Objetivo de Mercado:**

Catálogo de Productos para promover los servicios y mantener comunicación con los clientes.

Objetivo de Comunicación:

Por medio de la transmisión, mensajes claves para los clientes reales y potenciales que conozcan y creen vínculos comerciales.

Mensajes Claves a comunicar:

- ✓ Excelencia
- ✓ Calidad
- ✓ Valores.

Estrategia de Comunicación:

Realizar (Material) para establecer una comunicación con el grupo objetivo.

Reto del Diseño y trascendencia:

Para expresar lo que se quiere y que sea nítido.

Materiales a Realizar:

¿Qué se utilizará? Diseños Gráficos, Fotografías, Diseño editorial y Digital.

Presupuesto:

Q.10,000.00



Datos del Logotipo:

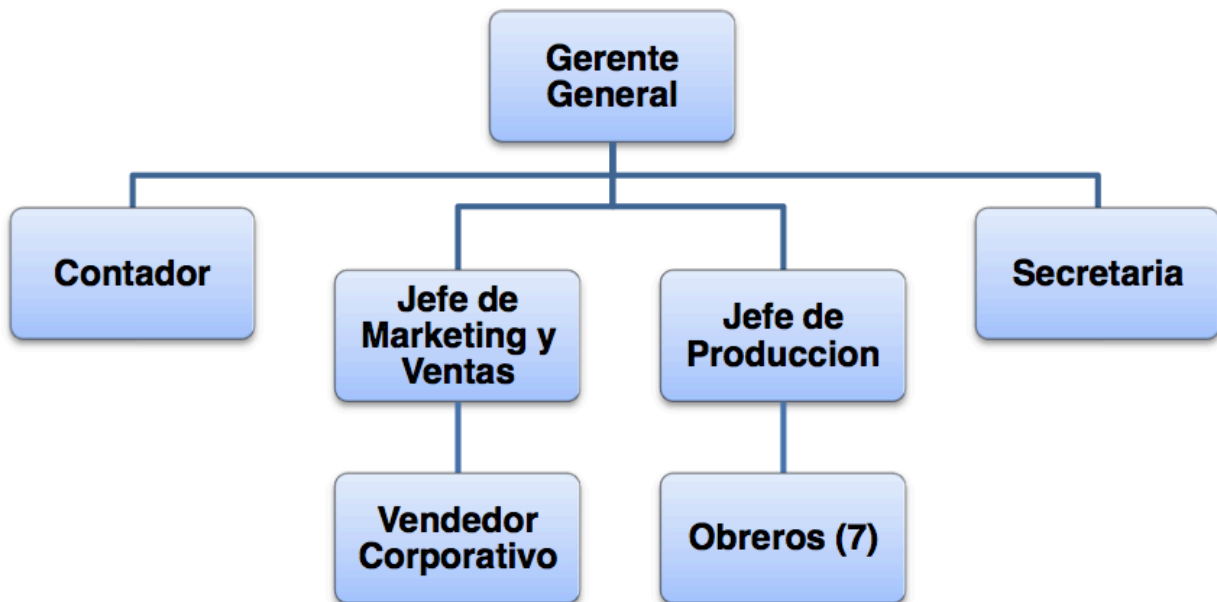
Colores: Azul: CMYK 100,96,32,24

**BLANCO: CMYK 0,0,0,0**

LOGOTIPO:



#### 4.1.2 Organigrama



#### 4.1.3 FODA

<p><b>FORTALEZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Gerente competente.</li><li>○ Personal calificado.</li><li>○ Empresa registrada.</li><li>○ Ingresos fijos.</li><li>○ Posicionamiento en el mercado.</li></ul>	<p><b>OPORTUNIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Deseo de renovación.</li><li>○ Ampliación de bodegas.</li><li>○ Empleos disponibles.</li><li>○ Ampliación de personal.</li><li>○ Impulsar la economía guatemalteca.</li></ul>
<p><b>DEBILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ No se cuenta con catálogo de productos.</li><li>○ Falta de información sobre el tipo de productos.</li><li>○ Desconocimiento de la marca.</li><li>○ Poco material visual que identifique la marca.</li><li>○ No existe publicidad acerca de la empresa.</li></ul>	<p><b>AMENAZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Competencia.</li><li>○ Falta de evolución de la economía guatemalteca.</li><li>○ Violencia en el país.</li><li>○ Mal manejo de maquinaria.</li><li>○ Mala presentación de los trabajadores.</li></ul>

## **CAPÍTULO V**

### Definición del grupo objetivo

Para este proyecto se utilizará la descripción del grupo objetivo como: Personas profesionales que ejercen puestos de autoridad y liderazgo como gerentes generales, presidentes de empresas, gerentes de recursos humanos, de empresas que son asociados de la Cámara de Comercio.

#### **5.1 Perfil Geográfico**

- País: Guatemala.
- Ciudad: Capital.
- Región: Metropolitana.
- Tamaño del área: 108,889 km<sup>2</sup>.
- Tamaño de la ciudad: 996km<sup>2</sup>.
- Densidad de la población: 257 personas por km<sup>2</sup>.
- Clima: Anualmente se encuentra entre los 24° y 26°.
- Idioma oficial: Español

## 5.2 Perfil demográfico

	Nivel A (5.5%)	Nivel B (32.5%)	Nivel C+ (38.3%)
<b>Ingresos mensuales</b>	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q14,000.00 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q6,000.00 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,800
<b>Educación</b>	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.
<b>Ocupación</b>	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.
<b>Vivienda</b>	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitán en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.
<b>Aparatos eléctricos</b>	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, refrigera-dora, radio, televisión y otros.	Poseen artículos como CD, equipo de sonido, radio grabadora y refrigeradoras de marca y modelo económico.
<b>Servicio domestico</b>	1 mínimo. Servicio domestico	1 o no tiene servicio domestico	No
<b>Vehículos</b>	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

<b>Educación Hijos</b>	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.
<b>Viajes al Exterior</b>	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.

El grupo objetivo pertenece a los niveles socio-económicos A, B y C+, siendo estos en su mayoría dueños de empresas, ingenieros, arquitectos, abogados, diseñadores, licenciados, entre otros. Su nivel de educación es un mayor nivel licenciatura, educación media completa y educación superior en universidades privadas de la ciudad de Guatemala. El género en su mayoría son hombres y mujeres de edades entre 25 a 70 años.

### **5.3 Perfil Psicográfico**

Su estilo de vida es que son trabajadores de empresas que son asociados de la Cámara de Comercio, de tiempo completo, les gusta viajar, ver películas, leer, pasar tiempo con sus familias, trabajar, algunos estudian maestrías y a otros les gusta viajar. Su comportamiento psicológico es que son personas emprendedoras y tienen como valores ser leales, sinceros y humildes.

#### **5.4 Perfil Conductual**

Son clientes frecuentes que están dispuestos a seguir comprando a la empresa Exhibisa S.A, pues están convencidos que poseen alta calidad y amplia variedad de exhibidores. Son entusiastas, positivos, inteligentes, dinámicos, creativos, son leales y recurrentes.

La actitud hacia la empresa es entusiasta, positiva y reconocen que los productos son de calidad superior y cumplen con la expectativa del cliente en cuanto a requerimiento de exhibidores de alta calidad.

# **CAPÍTULO VI**

## **Marco Teórico**

### **6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio**

#### **6.1.1 Empresa**

Esta se puede definir como el grupo social en el que a través de la administración de capital y el trabajo en conjunto que se produce de bienes y/o servicios que estarán dedicados a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

#### **6.1.2 Servicio**

Es una tarea o actividad instrumentada que se efectúa para un cliente y/o una actividad llevada a cabo o consumada que implica la participación del consumidor, como el uso, mas no la propiedad, de los productos o instalaciones de una organización.

#### **6.1.3 Organización**

Es todo el trabajo ordenado y coordinado que realiza un grupo de personas para alcanzar un objetivo de la manera mas eficiente. Se debe hacer una jerarquización, donde las actividades de cada persona o grupo esten definidas.

#### **6.1.4 Marca**

Es la forma de identificar una empresa para diferenciarla de la competencia. Es necesario que la marca cree imagen y posicionamiento en el mercado que le permita ser competitiva.

#### **6.1.5 Posicionamiento**

Se llama así al lugar mental y a la percepción que logra obtener una marca en el cliente. No solo transmite características del producto, también nos crea una imagen de los valores y la filosofía de la empresa que nos vende el producto o servicio.

#### **6.1.6 Cliente**

Es toda aquella persona que adquiere un producto o servicio por una necesidad, a través de una transacción económica.

- Existen dos tipos de clientes:
  - Clientes Actuales: son aquellos que ya han comprado y algunas veces lo hacen frecuentemente.
  - Los prospectos de clientes: son aquellas personas que están considerando consumir el producto o servicio.



### **6.1.7 Producto**

Es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores.

#### **6.1.7.1 Producto Acrílico**

Es una de las tantas variantes del plástico. La gracia del acrílico, es que puede permanecer largo tiempo, en la intemperie, sin sufrir daño alguno. Por lo mismo, el acrílico es un material, largamente utilizado en las construcciones. Debido principalmente a lo antes señalado, como al hecho de que es un tipo de plástico más flexible de lo normal. Lo que lo hace aún más fácil de trabajar. Pero en la construcción, no es el único campo donde se utiliza el acrílico. También es usado en ciertos medios de transporte, como lo son las motos y las lanchas a motor.

#### **6.1.7.2 Producto Aluminio**

Es un metal cuyo aprovechamiento en el campo de las construcciones mecánicas es relativamente reciente (1888-1890). Las principales cualidades de este metal son: ligereza (1/3 respecto al acero), mejor fusibilidad, buenas características para su mecanizado en máquinas herramientas y óptima capacidad de disipación de calor (aproximadamente, 3,5 veces superior a la del acero).

### **6.1.7.3 Producto Madera**

La madera es un material ortótropo, con distinta elasticidad según la dirección de deformación, encontrado como principal contenido del tronco de un árbol. Los árboles se caracterizan por tener troncos que crecen cada año, formando anillos, y que están compuestos por fibras de celulosa unidas con lignina. Las plantas que no producen madera son conocidas como herbáceas.

### **6.1.7.4 Producto Metales**

La ciencia de materiales define un metal como un material en el que existe un solape entre la banda de valencia y la banda de conducción en su estructura electrónica (enlace metálico). Esto le da la capacidad de conducir fácilmente calor y electricidad, y generalmente la capacidad de reflejar la luz, lo que le da su peculiar brillo. En ausencia de una estructura electrónica conocida, se usa el término para describir el comportamiento de aquellos materiales en los que, en ciertos rangos de presión y temperatura, la conductividad eléctrica disminuye al elevar la temperatura, en contraste con los semiconductores.

### **6.1.7.5 Exhibidores**

El exhibidor de mercancías se debe utilizar como herramienta poderosa dentro del lugar donde se comercializan los productos para: obtener un incremento en las ventas, posicionar en el mercado algún producto y mejorar su impacto visual.

### **6.1.8 Requisitos**

“Es una condición o capacidad que necesita el usuario para resolver un problema o conseguir un objetivo determinado.” (Toro)

#### **6.1.8.1 Permisos**

“Acto del poder público que establecen una amplia libertad de obrar al particular, en condiciones determinadas.” (Rojas)

### **6.1.9 Economía**

“Ciencia Social que estudia el comportamiento económico de agentes individuales producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de necesidad humana y resultado individual o colectivo de la sociedad.” (Pérez, 1981)

### **6.1.10 Competencia**

“Es una capacidad para movilizar diversos recursos cognitivos para hacer frente a un tipo de situaciones.” (Zabala, 2005)

## **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**

“La palabra comunicación proviene del latín communis, que significa común. Deviene del término griego “koinoonia” que significa comunicación y comunidad. La comunicación aparece en el instante en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social. El término de comunicación se relaciona con la interrelación humana, es el intercambio de mensajes entre los hombres, no importando la intermediación que se utilice para hacer llegar el mensaje y este sea recibido a distancia.” (Pasquali, 1963)

#### **6.2.1.1.1 Comunicación social**

“Es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de

difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, seguidos del periodismo y la filosofía.” (Bello)

#### **6.2.1.1.2 Comunicación corporativa**

“La Comunicación Corporativa se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen en una forma eficiente.

#### **6.2.1.1.3 Comunicación escrita**

“No está sometida a los conceptos de espacio y tiempo. La interacción entre el emisor y el receptor no es inmediata e incluso puede llegar a no producirse nunca, aunque aquello escrito perdure eternamente. Por otro lado, la comunicación escrita aumenta las posibilidades expresivas y la complejidad gramatical, sintáctica y léxica con respecto a la comunicación oral entre dos o más individuos.” (Muñiz)

#### **6.2.1.1.4 Comunicación visual**

“Hace referencia al conjunto de elementos gramaticales y sintácticos que operan en cualquier imagen visual.” (Munari, 1976)

#### **6.2.1.2 Medios de comunicación**

“Los medios de comunicación son canales artificiales que permiten la comunicación interpersonal entre emisor y receptor.” (Jara, 2009)

##### **6.2.1.2.1 Medios masivos**

Son una herramienta que permiten mantener a todo el mundo informado de lo que pasa a nivel nacional o internacional. Se trata de canales que nos entregan información, noticias e imágenes sobre cómo es el mundo en que vivimos. En las sociedades modernas, que necesitan estar en constante contacto y enteradas de todo lo que sucede, los medios de comunicación son fundamentales.

##### **6.2.1.2.2 Medios alternativos**

Es un emisor de información independiente que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas.

### **6.2.1.3 Emisor**

Es aquel objeto que codifica el mensaje y lo transmite por medio de un canal o medio hasta un receptor, perceptor y/u observador. En sentido más estricto, el emisor es aquella fuente que genera mensajes de interés o que reproduce una base de datos de la manera más fiel posible sea en el espacio o en tiempo.

### **6.2.1.4 Receptor**

Es el agente (persona o equipo) que recibe el mensaje (señal o código) emitido por un emisor, transmisor o enunciante. Es el destinatario a quien va dirigida la comunicación.

## ***6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño***

### **6.2.2.1 Diseño**

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

#### **6.2.2.1.1 Diseño gráfico**

“El diseño gráfico es una disciplina y profesión que tiene el fin de idear y proyectar mensajes a través de la imagen.” (Manuel Vélez)

#### **6.2.2.1.2 Diagramación**

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

#### **6.2.2.1.3 Diseño Editorial**

“Es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.” (Vega)

#### **6.2.2.2 Manual**

Instrumento administrativo que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una de una institución; así como las instrucciones o acuerdos que se consideren o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia los objetivos de la institución.



### **6.2.2.3 Catálogo**

El Catálogo de Productos o Servicios no es más que una lista de los productos o servicios con los que cuenta el cliente y los ofrece explicando sus ventajas y usos para los visitantes a su sitio en Internet.

### **6.2.2.4 Gestión del color**

“Es la conversión controlada entre las representaciones del color de varios dispositivos, como escáneres, monitores, pantallas de TV, filmadoras, impresoras Offset y medios similares.” (Introducción a la Gestión del color)

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **6.3.1 Ciencias**

#### **6.3.1.1 Semiología**

“Concibió la semiología como “la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social”. Se define como el estudio de los signos, su estructura y la relación entre el significante y el concepto de significado. Los alcances de la semiótica, de la misma manera que su relación con otras ciencias y ramas del conocimiento, son en extremo amplios.” Ferdinand de Saussure, (26 noviembre 1857 – 22 febrero 1913)

### **6.3.1.2 Sociología**

“Es el estudio por medio del método científico, de las diferentes formas de organización social, de las relaciones e instituciones sociales con el propósito de conocer y manejar las leyes del desarrollo social.”(Guzmán)

### **6.3.1.3 Semiótica**

“Teoría que tiene como objeto de interés a los signos. Esta ciencia se encarga de analizar la presencia de éstos en la sociedad, al igual que la semiología.” (Paul)

### **6.3.1.4 Demografía**

“es la ciencia que tiene como objetivo el estudio de las poblaciones humanas y que trata de su dimensión, estructura, evolución y características generales.”(Demografía)

### **6.3.1.5 Lingüística**

“Es el estudio científico tanto de la estructura de las lenguas naturales y de aspectos relacionados con ellas como su evolución histórica, su estructura interna así como el conocimiento que los hablantes poseen de su propia lengua.” (Coseriu)

### **6.3.1.6 Tecnología**

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

### **6.3.1.7 Psicología**

“La palabra "psicología" significa, etimológicamente, la ciencia del alma. De hecho, Aristóteles, que fue el primero en realizar una clasificación de la ciencia y en exponer sus diversas y separadas ramas en distintos ensayos, tituló uno de sus trabajos peri- psychis. Entiende por "alma" la naturaleza, o, como prefirió expresarlo, , el acto primero la perfección fundamental de un ser viviente. ” (Franz, 1944)

#### **6.3.1.7.1 Psicología del color**

“Es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana.”(Consultas psicológicas )

### **6.3.1.8 Retórica**

“Es la disciplina transversal a distintos campos de conocimiento (ciencia de la literatura, ciencia política, publicidad, periodismo, ciencias de la educación, ciencias sociales, derecho, etc.) que se ocupa de estudiar y de sistematizar procedimientos y técnicas de utilización del lenguaje, puestos al servicio de una finalidad persuasiva, estética o investigativa, añadida a su finalidad comunicativa.” (Berrio)

### **6.3.1.9 Economía**

“Ciencia Social que estudia el comportamiento económico de agentes individuales producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios, entendidos estos como medios de necesidad humana y resultado individual o colectivo de la sociedad.” (Pérez, 1981)

### **6.3.1.10 Estadística**

“Es la ciencia cuyo objetivo es reunir una información cuantitativa concerniente a individuos, grupos, series de hechos, etc. y deducir de ello gracias al análisis de estos datos unos significados precisos o unas previsiones para el futuro. ”(Muñoz D. R.)

### **6.3.1.11 Deontología**

Trata del espacio de la libertad del hombre sólo sujeto a la responsabilidad que le impone su conciencia. Asimismo, Bentham considera que la base de la deontología se debe sustentar en los principios filosóficos de la libertad y el utilitarismo, lo cual significa que los actos buenos o malos de los hombres sólo se explican en función de la felicidad o bienestar que puedan proporcionar asuntos estos muy humanistas. Para Bentham, la deontología se entiende a partir de sus fines (el mayor bienestar posible para la mayoría, y de la mejor forma posible)

## **6.3.2 Artes**

### **6.3.2.1 Artes digitales**

“Es una disciplina de las artes plásticas que comprende obras en las que se usan elementos digitales, tanto en el proceso de producción como en su exhibición.”(Arte digital)

### **6.3.2.2 Artes gráficos**

“Conjunto de oficios, procedimientos o profesiones involucradas en la realización del proceso gráfico, editorial o esculpido. Las Artes Gráficas están compuestas por oficios tales

como: Diseño Gráfico, Pre prensa, los diversos sistemas de Impresión, Encuadernación y acabados.” (Uteha, 1980)

### **6.3.2.3 Maquetación**

Es un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

### **6.3.2.4 Impresión**

Proceso para la producción de textos e imágenes, típicamente con tinta sobre papel usando una prensa mecánica.

#### **6.3.2.4.1 Artes finales**

En el material completamente preparado para su paso a fotolitos mediante las técnicas de reproducción adecuadas a cada proceso. En la actualidad se podría decir que un arte final es el material digital ya preparado para su envío a la imprenta sin que haga falta ningún retoque o intervención más (la imposición de las formas se entiende ya fuera del arte final).

### **6.3.2.5 Bocetaje**

“Es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos.” (Saloma)

### **6.3.2.6 Empaque**

“Es una parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta.” (Gertsman)

### **6.3.2.7 Fotografía**

Arte y ciencia de obtener imágenes visibles de un objeto y fijarlos sobre una capa material sensible a la luz. También la podemos definir, como la reproducción por medio de reacciones químicas, en superficies convenientemente preparadas de las imágenes recogidas en el fondo de una cámara oscura.

### **6.3.2.8 Estilo**

La palabra puede ser utilizada en diversos ámbitos, aunque su uso más habitual está asociado a la apariencia, la estética o la delineación de algo.

### **6.3.2.8.1 Tipográfico**

Es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión.

## **6.3.3 Teorías**

### **6.3.3.1 Teoría del color**

“Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinando colores de luz o pigmento.”  
(Netdisseny)

#### **6.3.3.1.1 Colores RGB**

Es un modelo de color basado en la síntesis aditiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla por adición de los tres colores de luz primarios. El modelo de color RGB no define por sí mismo lo que significa exactamente rojo, verde o azul, por lo que los mismos valores RGB pueden mostrar colores notablemente diferentes en diferentes dispositivos que usen este modelo de color. Aunque utilicen un mismo modelo de color, sus espacios de color pueden variar considerablemente.



### **6.3.3.1.2 Colores CYMK**

El modelo CMYK (acrónimo de Cyan, Magenta, Yellow y Key) es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores. Es la versión moderna y más precisa del ya obsoleto modelo de color RYB, que se utiliza aun en pintura y bellas artes. Permite representar una gama de color más amplia que este último, y tiene una mejor adaptación a los medios industriales.

Este modelo se basa en la mezcla de pigmentos de los siguientes colores para crear otros más:

C=Cyan(Cian).

M=Magenta(Magenta).

Y = Yellow (Amarillo).

K = Black o Key (Negro).

### **6.3.3.2 Teoría de Gestalt**

Una teoría de la reestructuración. Representa un nuevo rumbo en relación a las teorías asociacionistas. Consiste en la mente configura a través de ciertas leyes, los elementos que llegan a ella a través de los canales sensoriales (percepción) o de la memoria (pensamiento, inteligencia y resolución de problemas). En nuestra experiencia del medio ambiente, esta configuración tiene un carácter primario por sobre los elementos que la conforman, y la suma de estos últimos por sí solos no podría llevarnos, por tanto, a la comprensión del funcionamiento mental.

### **6.3.3.3 Teoría de Freud**

Teoría psicoanalítica o freudiana que destaca la influencia de la conducta de las experiencias vividas en la niñez temprana y de las motivaciones inconscientes. Trata también que la estructura de la personalidad está compuesta por ello, el yo y el superyó, y que la salud mental depende de mantener el equilibrio entre estos.

## ***6.3.4 Tendencias***

### **6.3.4.1 Geometrismo**

Es el estilo de arte abstracto que significa representar sugerencia de líneas que llevan al espectador a realizar sus propias conjeturas.

## **CAPÍTULO VII**

### **Proceso de diseño y propuesta preliminar**

#### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el Marco Teórico**

##### **7.1.1 Semiología**

Estudia la estructura de los signos y la relación que existe entre su significado y significante; el catálogo está basado en signos provenientes de la sociedad, por lo que es vital conocer qué significa cada uno de ellos, gracias a la semiología.

##### **7.1.2 Semiótica**

Teoría que tiene por objeto de interés a los signos. Esta ciencia se encarga de analizar la presentación de estos en la sociedad, al igual que la semiología.

##### **7.1.3 Semiología de la imagen**

Consiste en un sistema de captación y registro de la realidad y como modo de autoexpresión o de arte lenguaje universal e indiscutible medio de comunicación.

#### **7.1.4 Demografía**

Es la ciencia que tiene como objetivo el estudio de las poblaciones humanas y que trata de su dimensión, estructura, evolución y características generales. Esta nos ayuda en el proyecto para saber establecer a nuestro grupo objetivo.

#### **7.1.5 Sociología**

La sociología es indispensable dado que estudia el comportamiento de la sociedad; será utilizada para conocer el comportamiento de los empleados y clientes hacia la empresa y cómo reaccionarán ante el catálogo de productos que será implementado cuando sea culminado.

#### **7.1.6 Deontología**

Al ser utilizado en el catálogo de productos contiene un contacto físico con los clientes al ser impreso y normas para regirse ante determinado trabajo.

#### **7.1.7 Tecnología**

Al realizar el catálogo de productos, lleva tecnología, ya sea en redes sociales o páginas web, para llamar la atención de nuevos clientes.

### **7.1.8 Geometrismo**

Se conoce como geometrismo al estilo de arte abstracto que "significa" sin representar. Sugerencia de líneas que llevan al espectador a realizar sus propias conjeturas.

## **7.2 Conceptualización**

Para realizar con el catálogo de productos de la empresa Exhibisa, es necesario realizar un proceso creativo para generar una idea central que sirva de inspiración para lograr crear una idea original que pueda identificarse con la empresa y sea del agrado de los clientes y los empleados. Para esto se debe responder a los objetivos planteados anteriormente de este proyecto:

- Crear el catálogo de productos para dar a conocer nacional e internacionalmente los productos (Exhibidores) que ofrece la empresa Exhibisa.
- Investigar toda la información relacionada con la elaboración y diseño de catálogos para implementarlo en la elaboración de dicho proyecto.

### **7.2.1 Método**

El método a utilizar es mapa conceptual.

#### 7.2.1.1 Mapa Conceptual

Es una técnica usada para la representación gráfica del conocimiento. Un mapa conceptual es una red de conceptos. En la red, los nodos representan los conceptos, y los enlaces los relacionan entre los conceptos.

¿Para qué?

Un mapa conceptual sirve para sintetizar la información y para organizarla de manera más entendible, normalmente es cómo hacer un resumen pero aún más resumido.

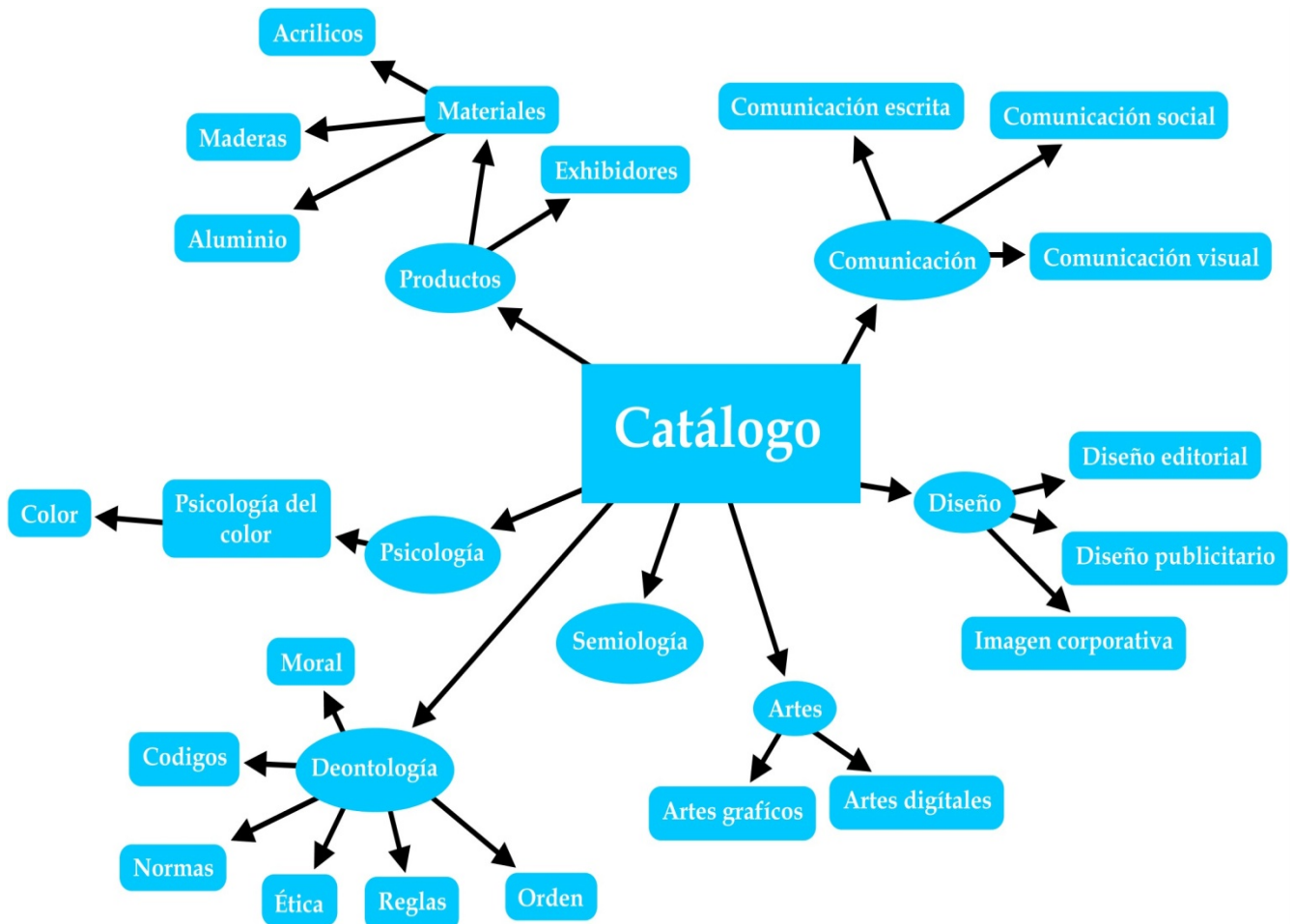
¿Qué es?

Los mapas conceptuales son herramientas gráficas para organizar y representar el conocimiento. Incluyen conceptos, usualmente encerrados en círculos o cajitas de algún tipo, y relaciones entre conceptos indicados por una línea conectiva que enlaza los dos conceptos.

## ¿Cómo realizar un Mapa Conceptual?

Los Mapas Conceptuales están formados por nodos y líneas de unión entre los nodos. Los nodos, que representan conceptos o atributos específicos del tema desarrollado, se muestran enmarcados en círculos, rectángulos, etc., y se unen mediante trazos.

### Aplicación de la técnica



### **Selección y prueba de palabras**

- Catálogo de productos de alta calidad a precios accesibles.
- Productos con materiales de alta calidad.
- Catálogo de exhibidores con diseños impresionantes.
- Orden, responsabilidad y ética.
- Comunicación visual, diseño publicitario para llamar la atención de nuevos consumidores.

#### 7.2.2 Definición del concepto

Se utilizará para que el catálogo de productos de la empresa Exhibisa publique que es una fábrica con cultura de calidad.

Con la frase “Productos con materiales de calidad”, transmite que los exhibidores se realizan con materiales de alta calidad, para que estos mismos atraigan la atención de consumidores reales y potenciales.



### **7.3 Bocetaje**

Es un esquema o proyecto en que se bosqueja a cualquier obra, no posee mayor detalle o terminación para presentar una idea. Suele ser un apunte rápido de un dibujo, idea o esquema que se desarrollará en el futuro de forma más compleja. se realizó a lápiz en hojas de papel bond., se colocaron las ideas que darán la respuesta a las necesidades del grupo objetivo. La etapa del bocetaje y pre diseño se tomaron en cuenta muchas propuestas para llegar al diseño final.

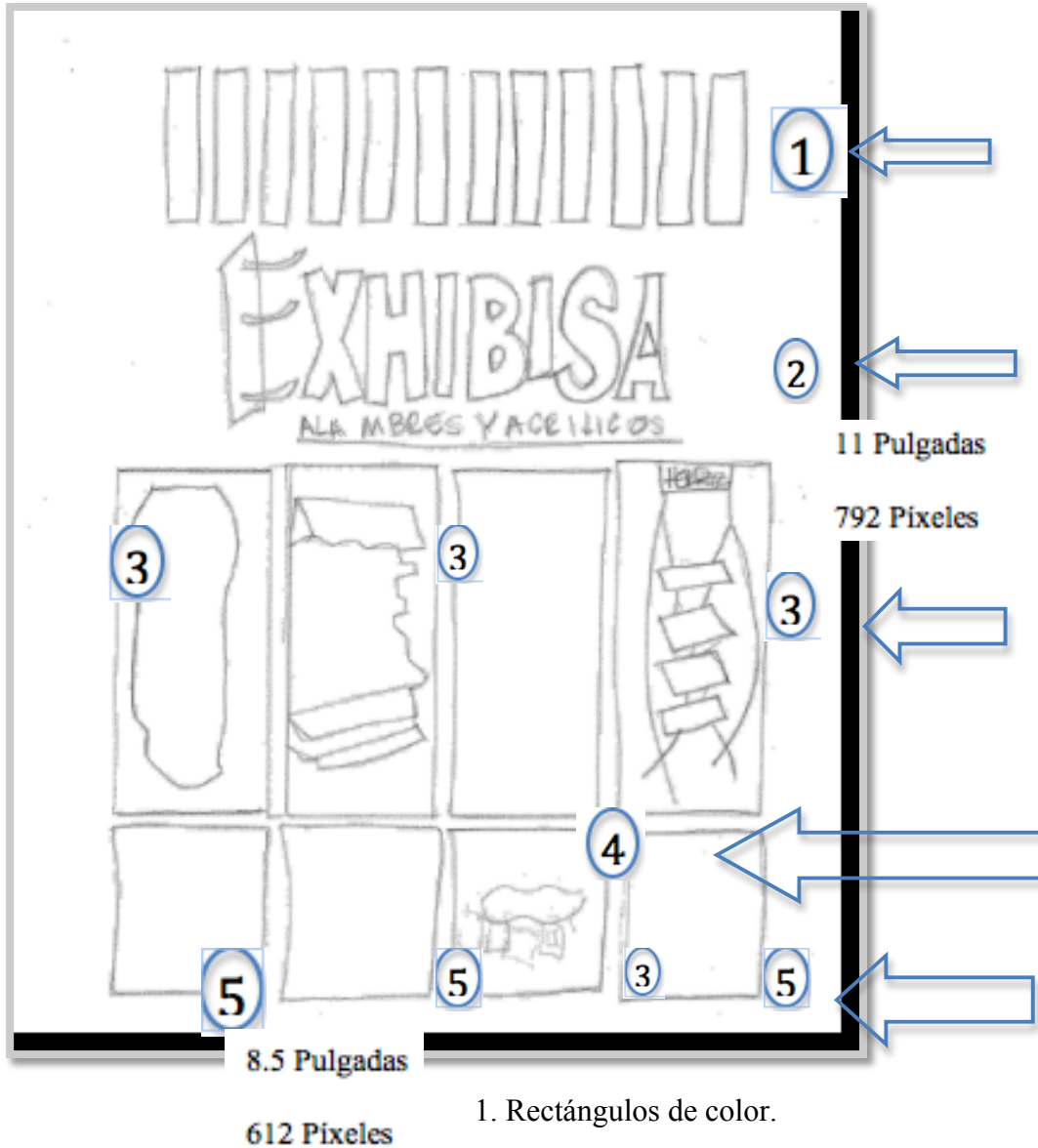
En esta etapa se digitalizaron y construyeron bocetos finales realizados en PhotoShop e Ilustrador.

**Tabla de requisitos**

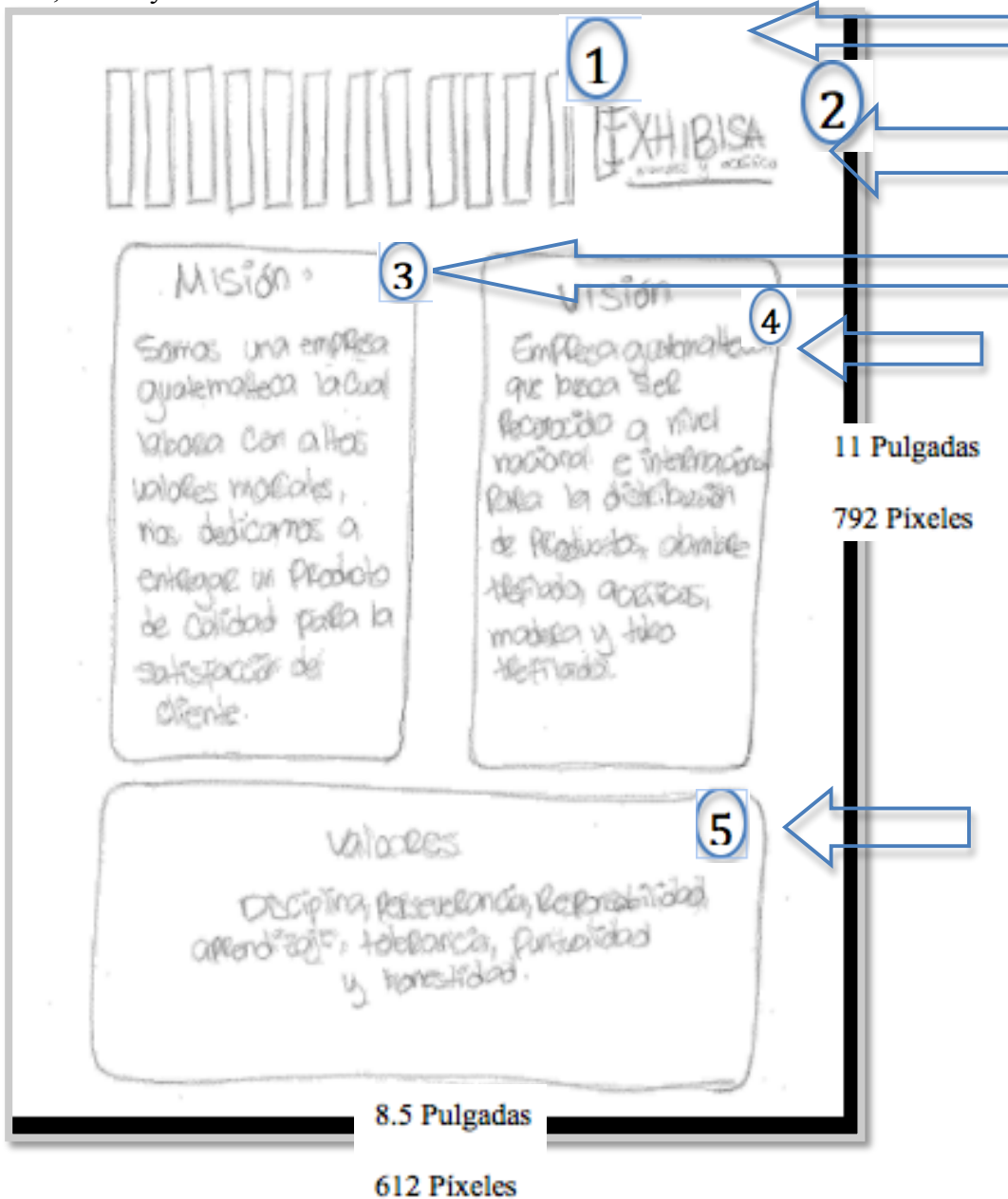
<b>ELEMENTO GRÁFICO</b>	<b>PROPÓSITO</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>EMOCIÓN</b>
Diagramación	Establecer orden y facilitar la comprensión por medio de una diagramación simple y clara.	Ilustrador, photoshop: Crear plantilla, determinar espacios en InDesing: Unir páginas, creación de páginas maestras.	Apreciación
Formato	Tener en claro las medidas que se utilizarán en las hojas del catálogo	Medidas 792 píxeles de altura y 612 píxeles de ancho.	Tranquilidad.
Tipografía	Diferenciar textos (títulos, subtítulos)	La tipografía utilizada es: Noteworthy	Estabilidad
Color	Se utilizarán colores corporativos para crear posicionamiento.	Utilización de colores predeterminarlos en la paleta de PhotoShop o Ilustrador. Los colores utilizados son: Azul, gris y blanco.	Identidad

### 7.3.1 Bocetos a base de dibujo natural

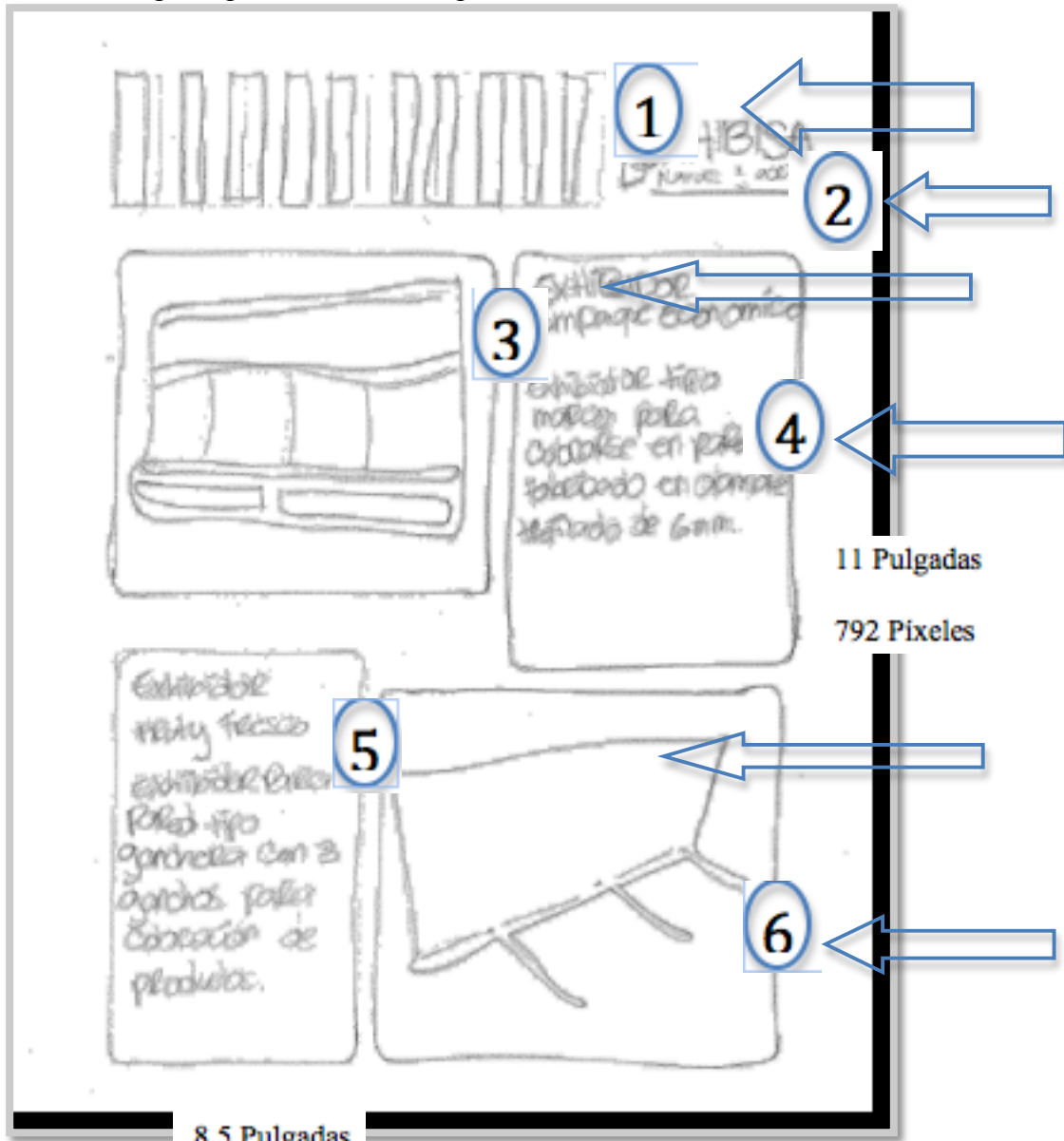
Portada.



Misión, visión y valores.



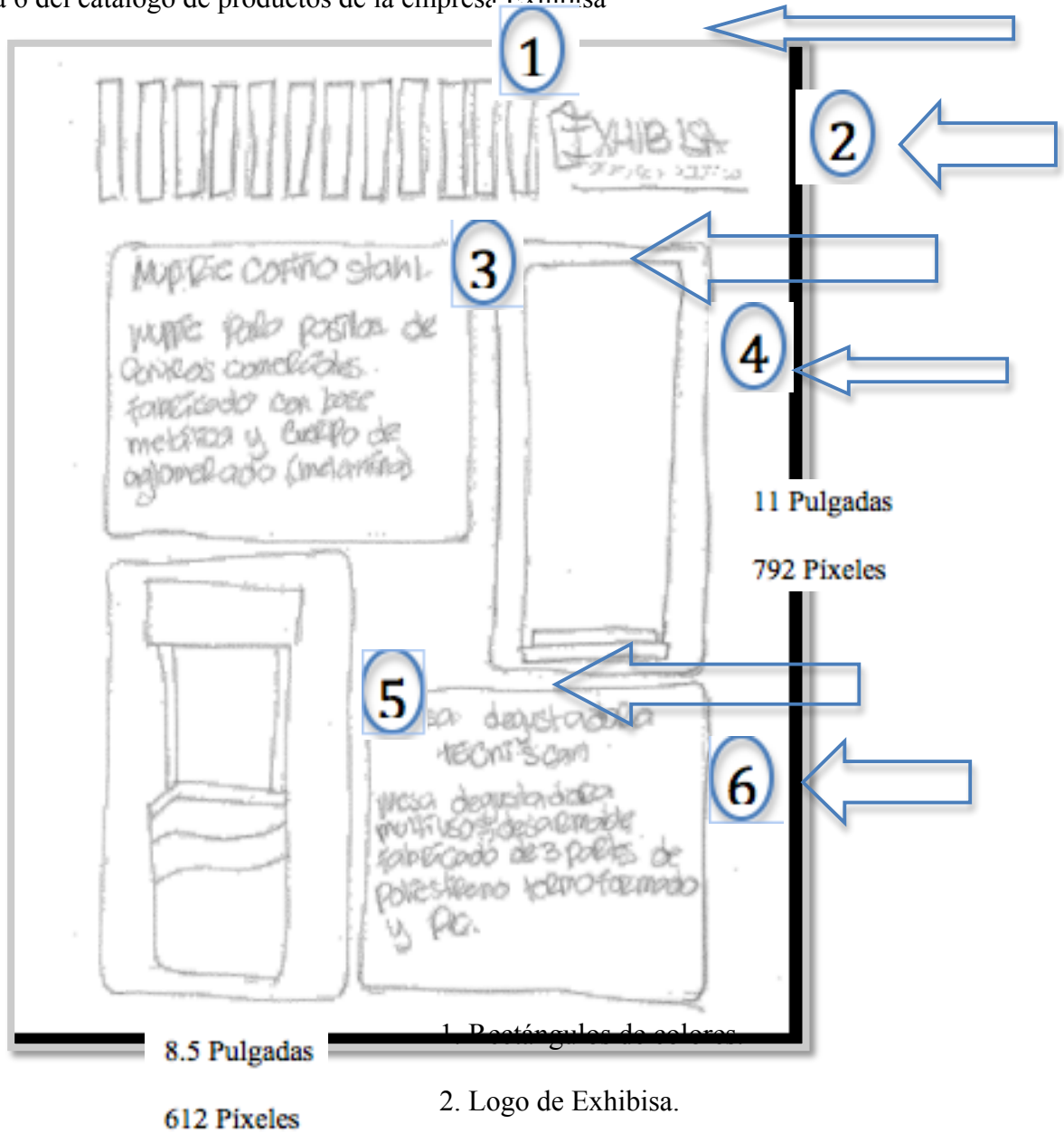
1. Rectángulos de colores.
2. Logo de Exhibisa.
3. Descripción de Misión.
4. Descripción de Visión.
5. Valores de la empresa Exhibisa.



8.5 Pulgadas

612 Pixeles

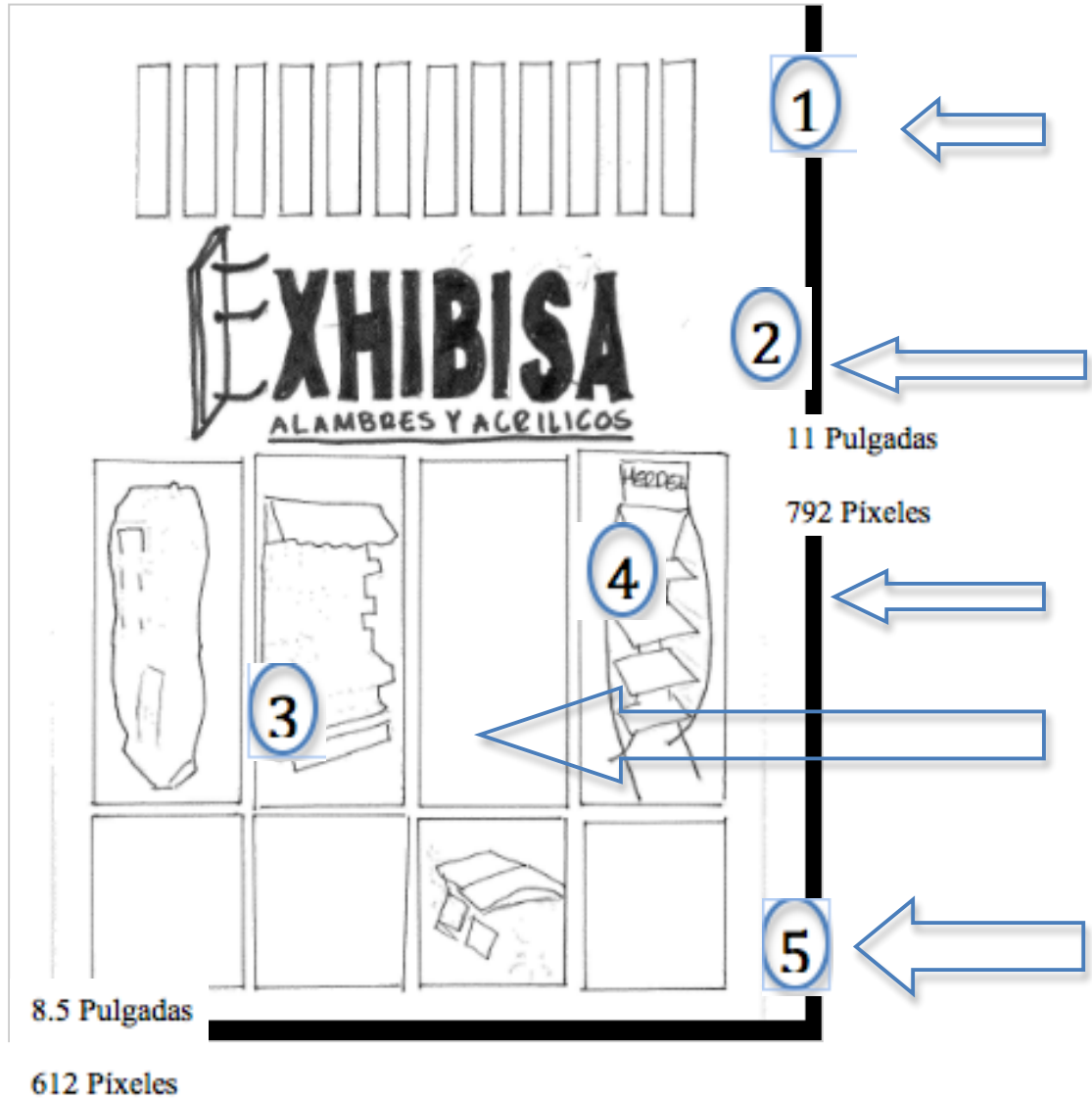
1. Rectángulos de colores.
2. Logo de Exhibisa.
3. En este recuadro se encuentra una imagen de un exhibidor.
4. Recuadro de descripción de exhibidor.
5. Rectángulo de descripción de exhibidor.
6. Recuadro con imagen de exhibidor.



7.3.2 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico

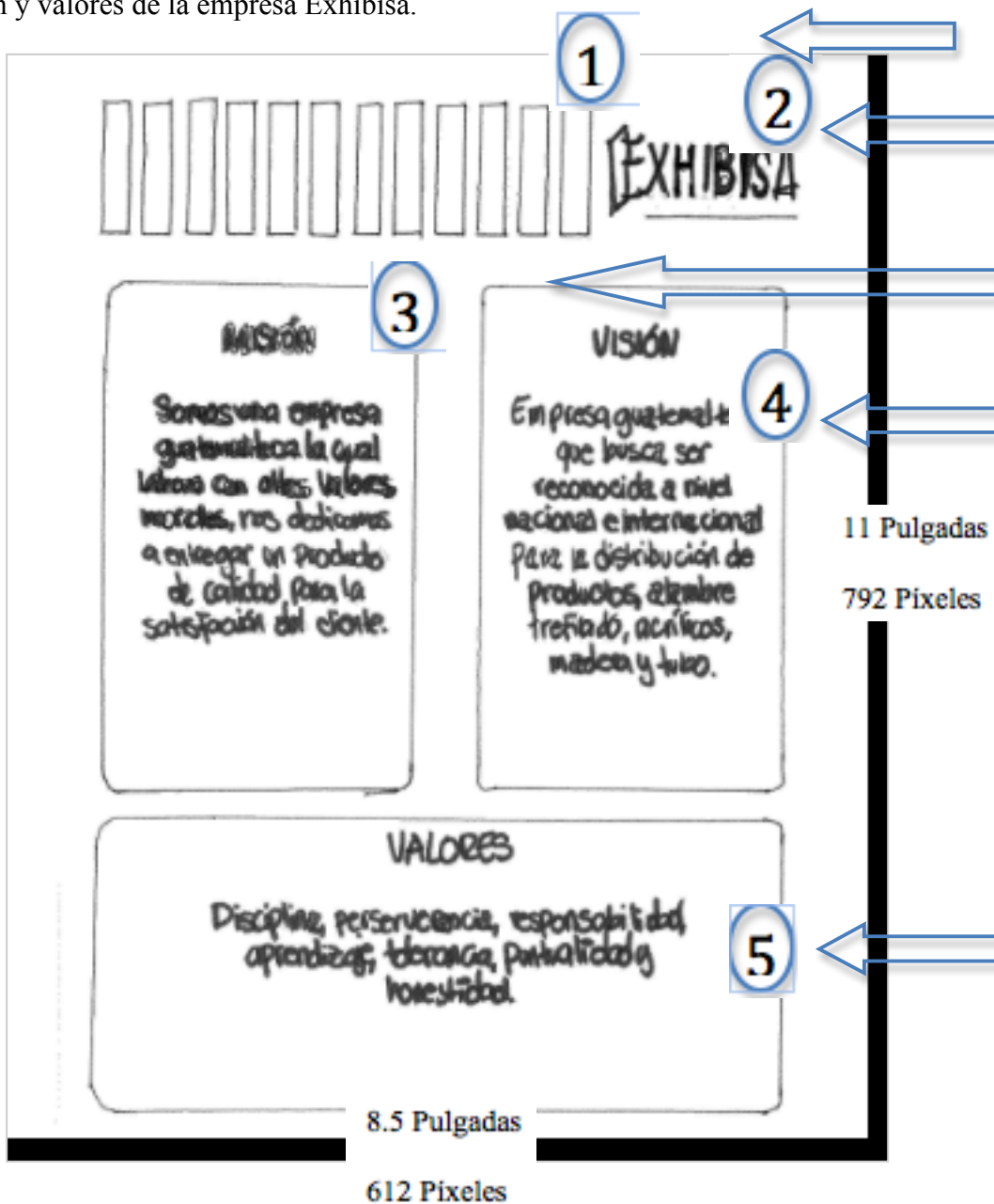
técnico

Portada



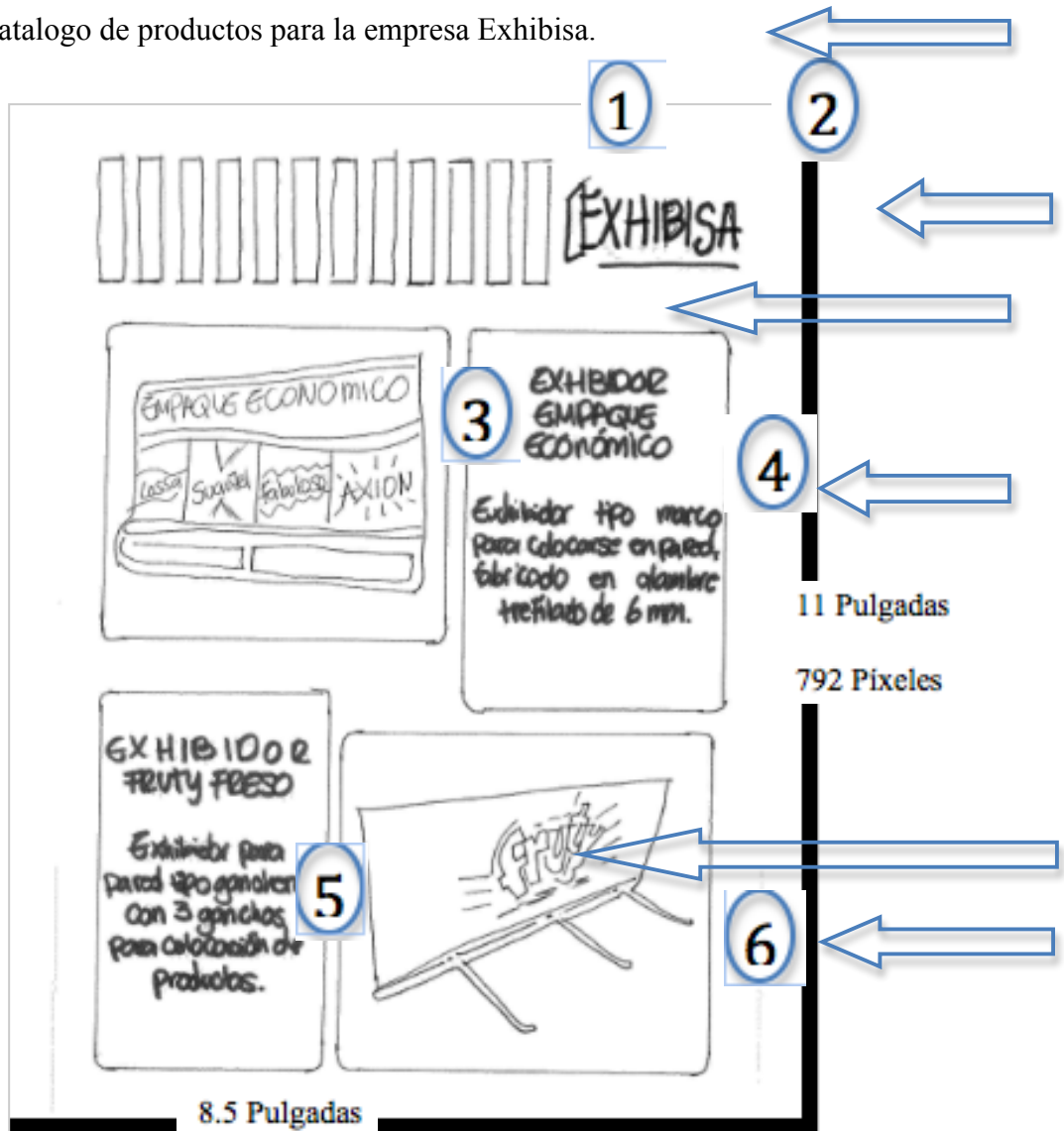
1. Rectángulos de color.
2. Logo de la empresa de Exhibisa.
3. Rectángulos de colores con exhibidores realizados por Exhibisa.
4. Rectángulo color.
5. Cuadrados de colores

Misión, Visión y valores de la empresa Exhibisa.



1. Rectángulos de colores.
2. Logo de Exhibisa.
3. Descripción de Misión.
4. Descripción de Visión.
5. Valores de la empresa Exhibisa.

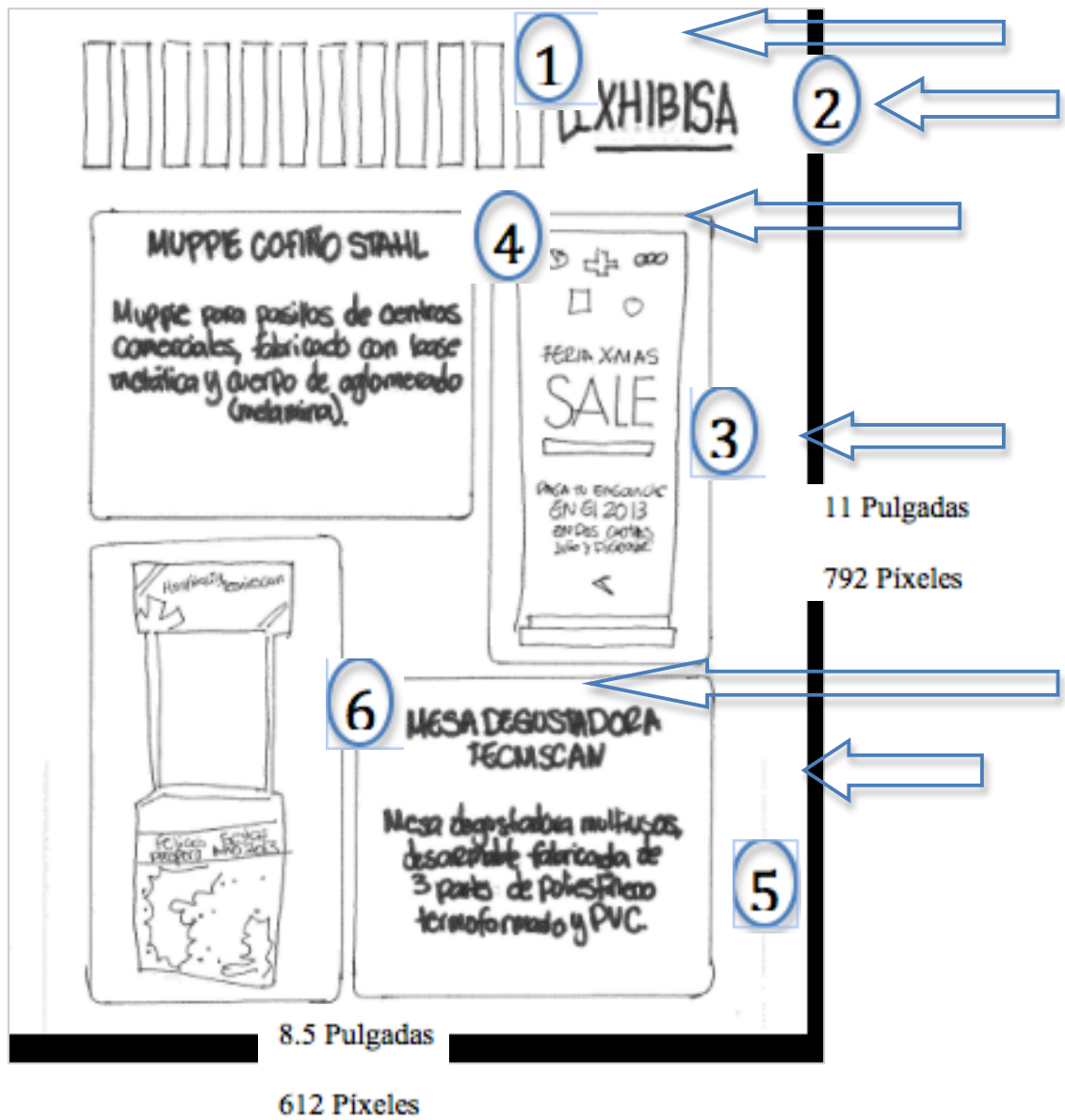




8.5 Pulgadas

612 Pixeles

1. Rectángulos de colores.
2. Logo de Exhibisa.
3. En este recuadro se encuentra una imagen de un exhibidor.
4. Recuadro de descripción de exhibidor.
5. Rectángulo de descripción de exhibidor.
6. Recuadro con imagen de exhibidor.



1. Rectángulos de colores.
2. Logo de Exhibisa.
3. En este recuadro se encuentra una imagen de un exhibidor.
4. Recuadro de descripción de exhibidor.
5. Rectángulo de descripción de exhibidor.
6. Recuadro con imagen de exhibidor.

Prueba de Tipografía:

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz** (Avenir Next condensend Demi bold)

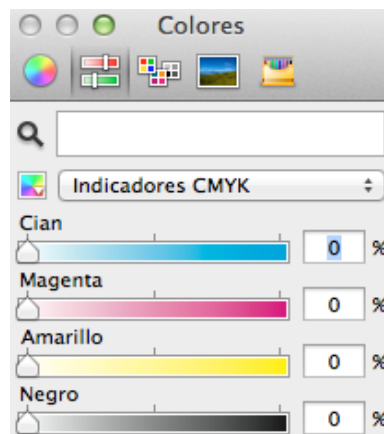
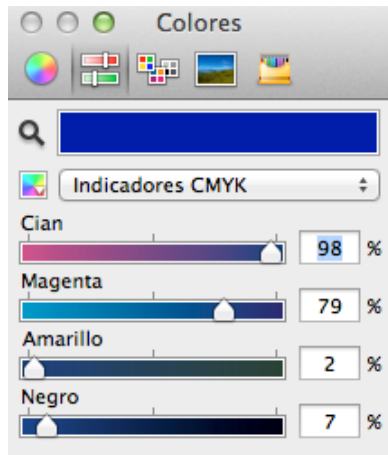
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz (Adobe garamond pro)

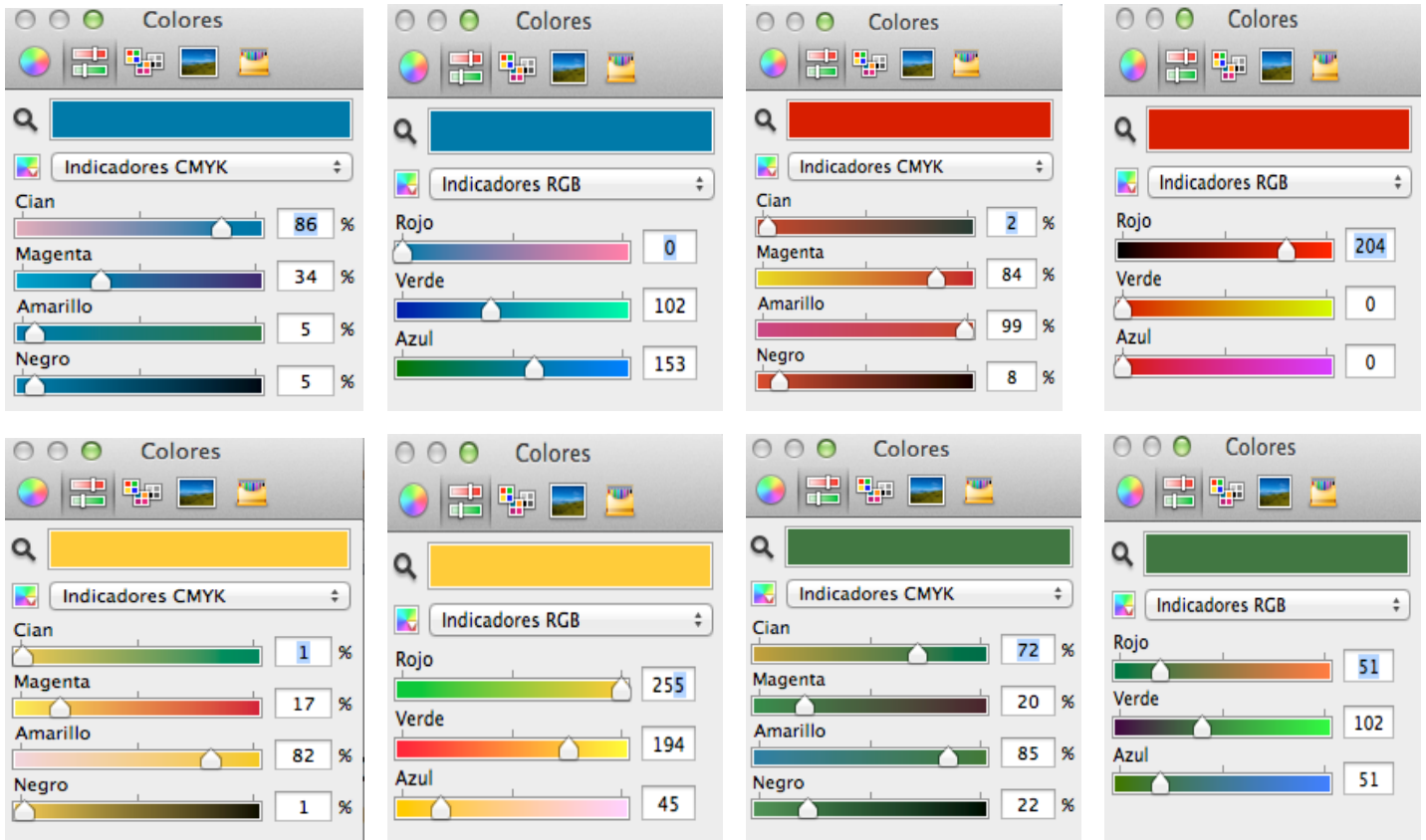
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz (Noteworthy)

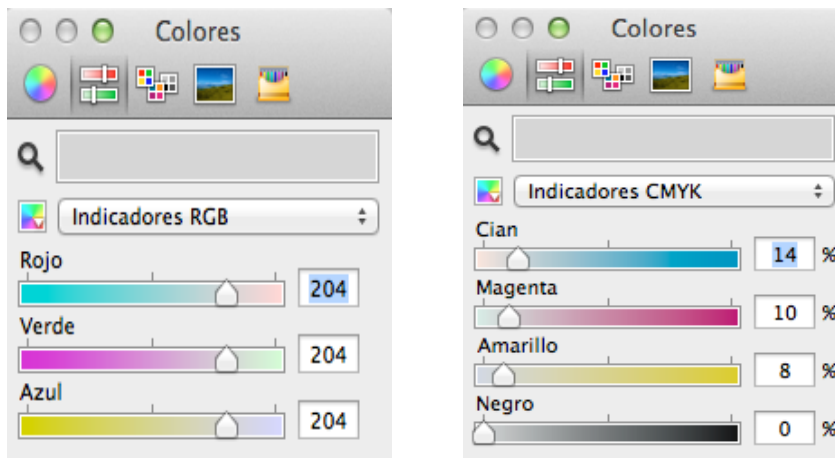
Color de letra:



**Prueba de colores para rectángulos de colores:**



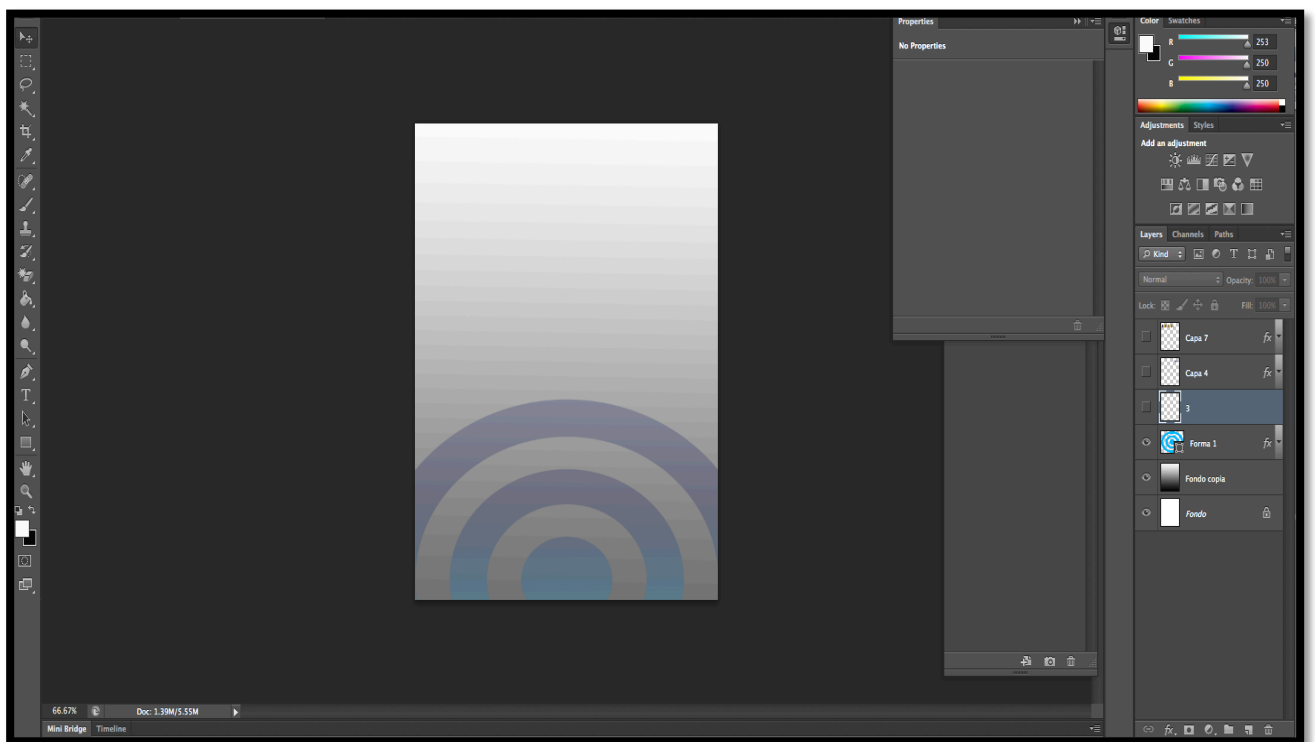
**Color de fondo:**



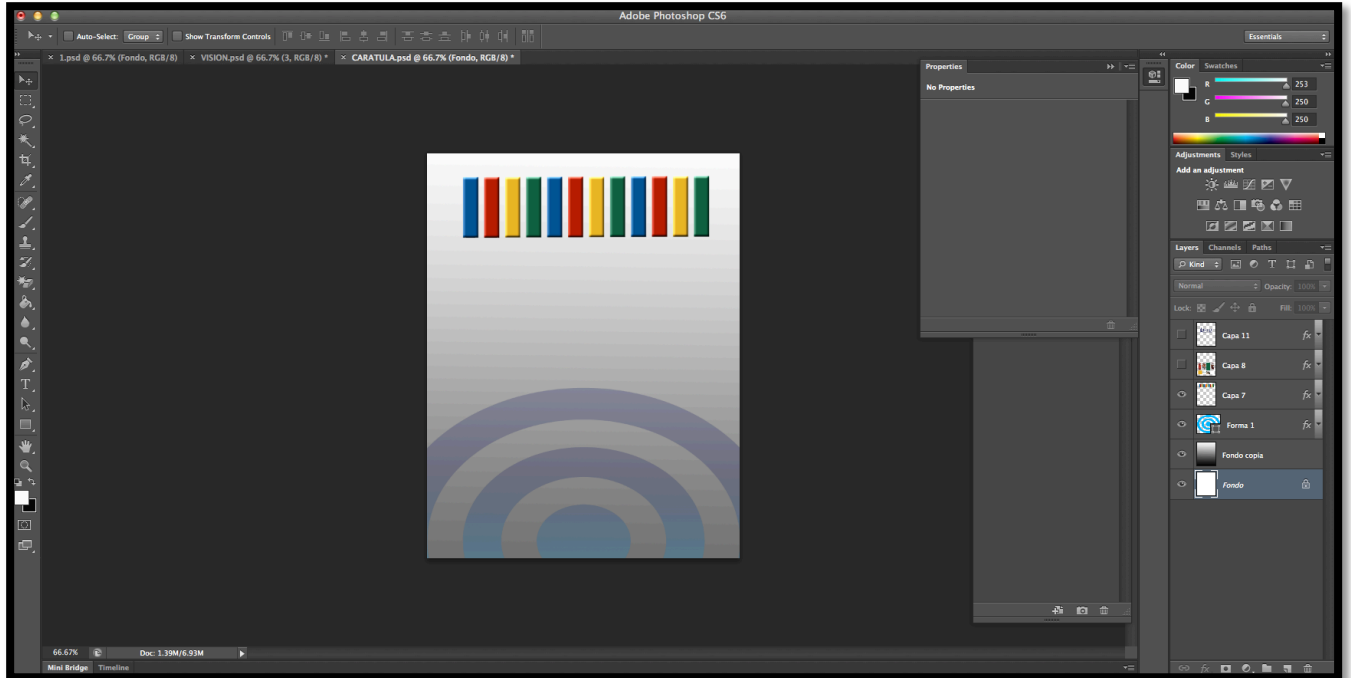
### 7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos

En el proceso de digitalización de los bocetos se utilizó el programa de diseño Adobe Photoshop. En él se crearon los fondos de las hojas de los catálogos, de igual manera los cuadros de colores junto al logo de la empresa Exhibisa, los cuadros de colores donde se plasmarán los exhibidores y su descripción de cada uno de ellos y por último, la edición de las fotografías de los exhibidores incluidas en el catálogo.

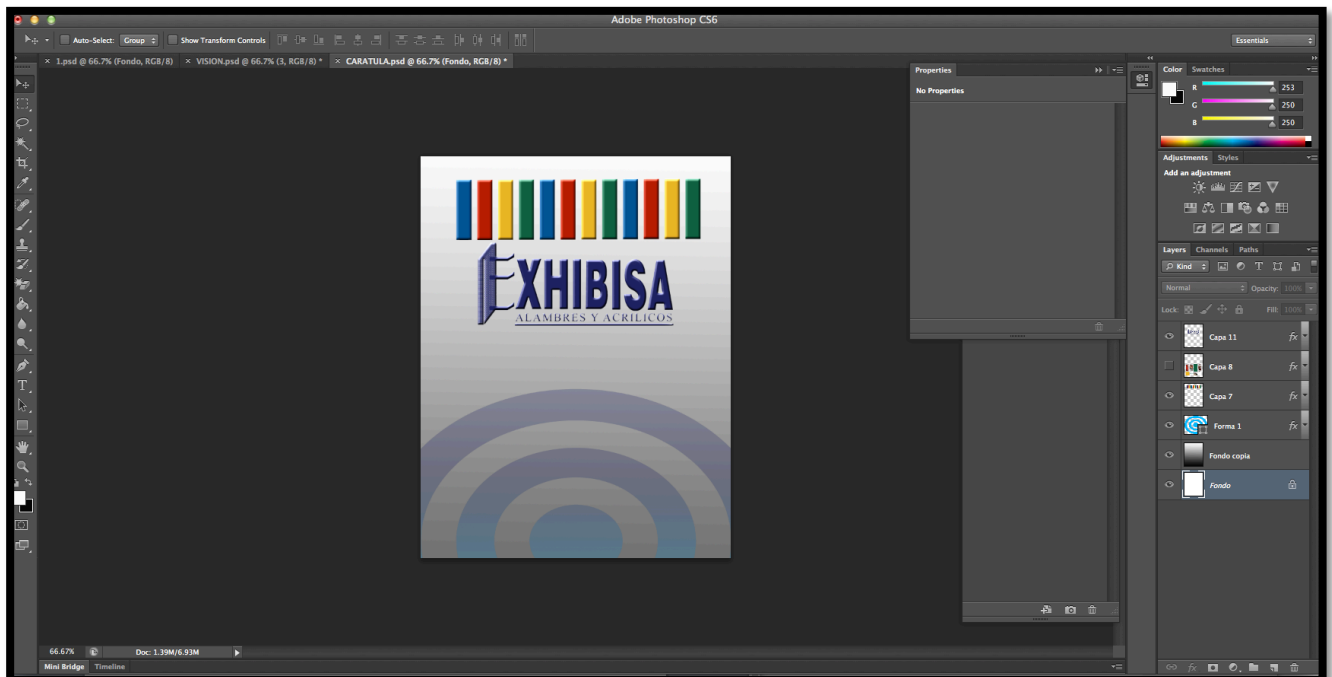
- Creación de fondos, que llevan un degradado gris y en él, plasmada una semi rueda con degradado color azul.



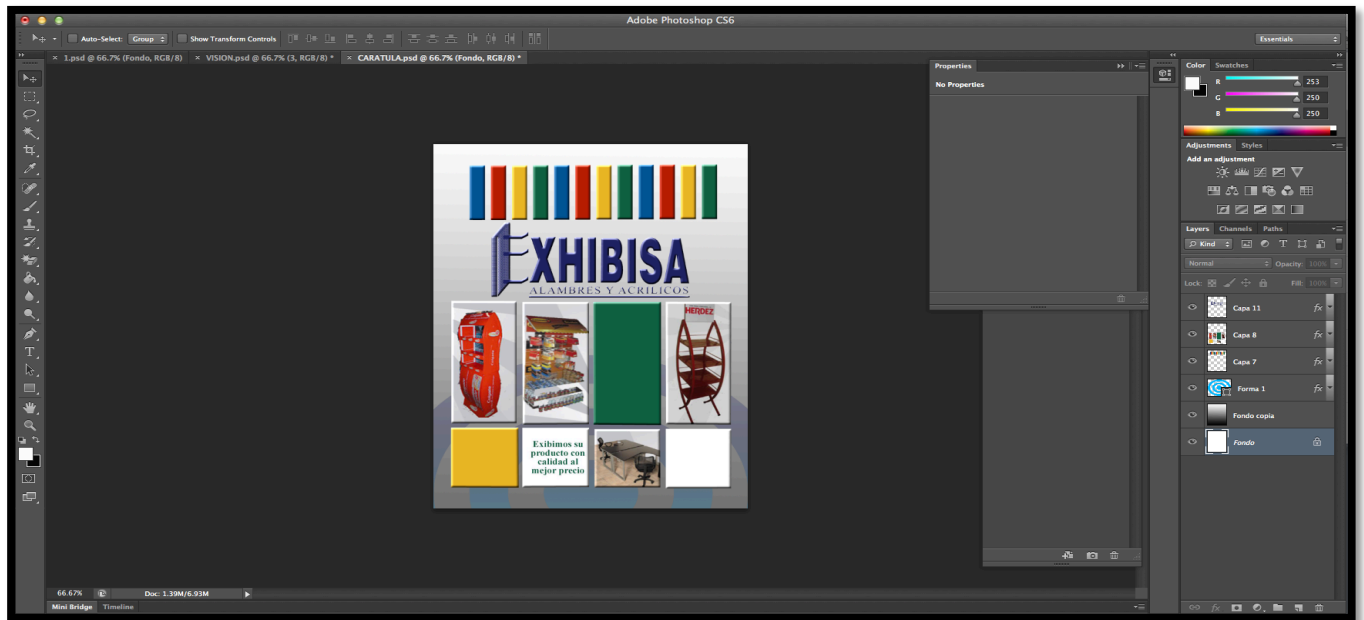
- Se implementaron los rectángulos de colores en la portada.



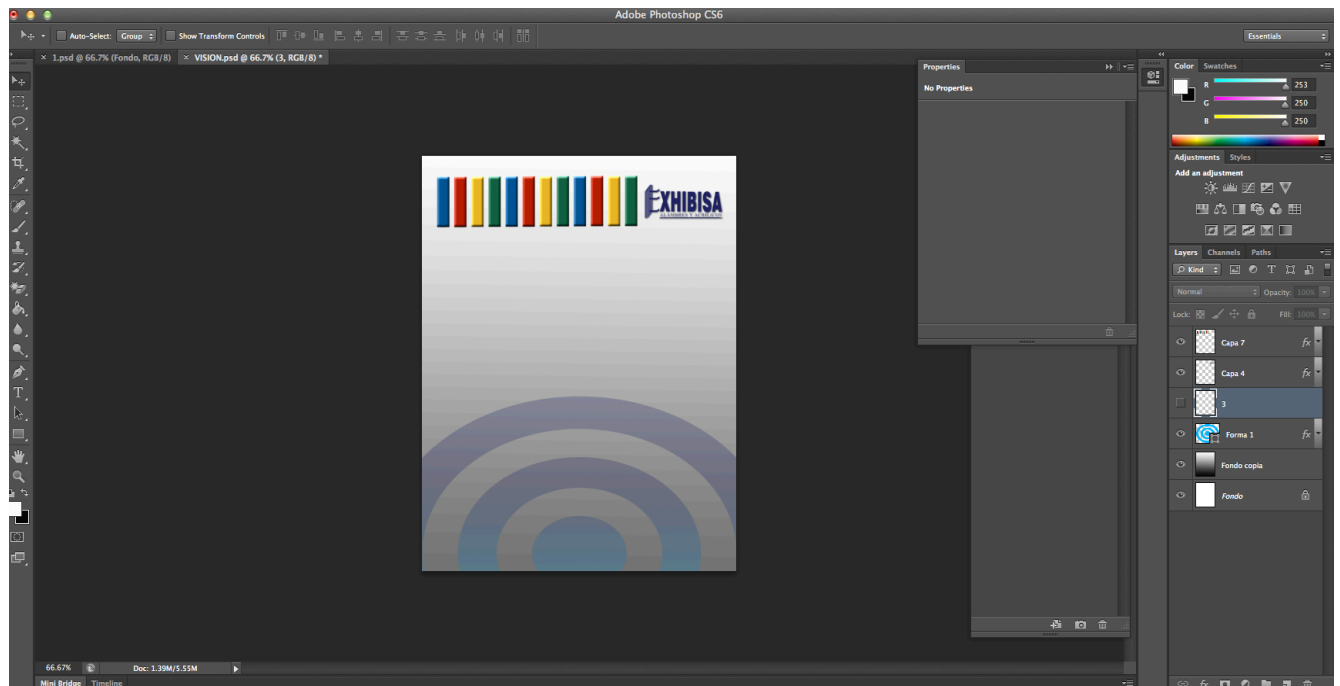
- Se implementó el logo debajo de los rectángulos de colores en la portada.



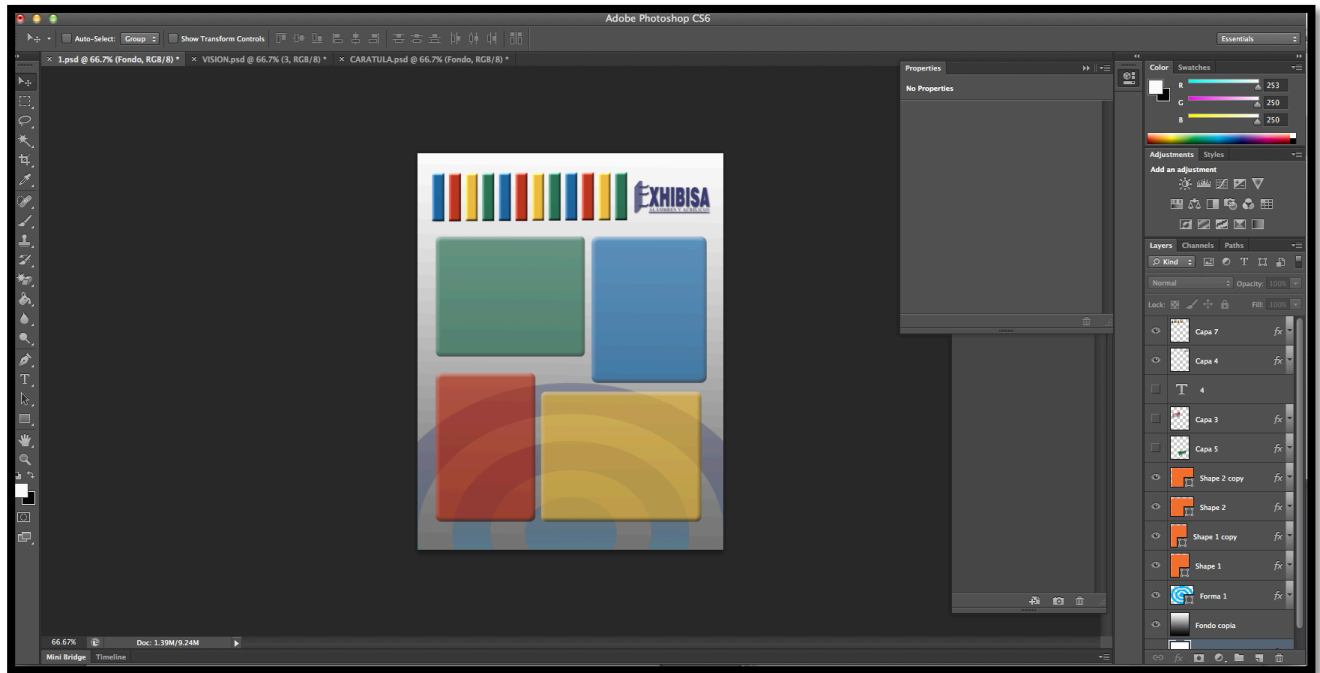
- Y por último se colocaron los cuadros de color junto a los exhibidores, es así como se digitalizó la portada.



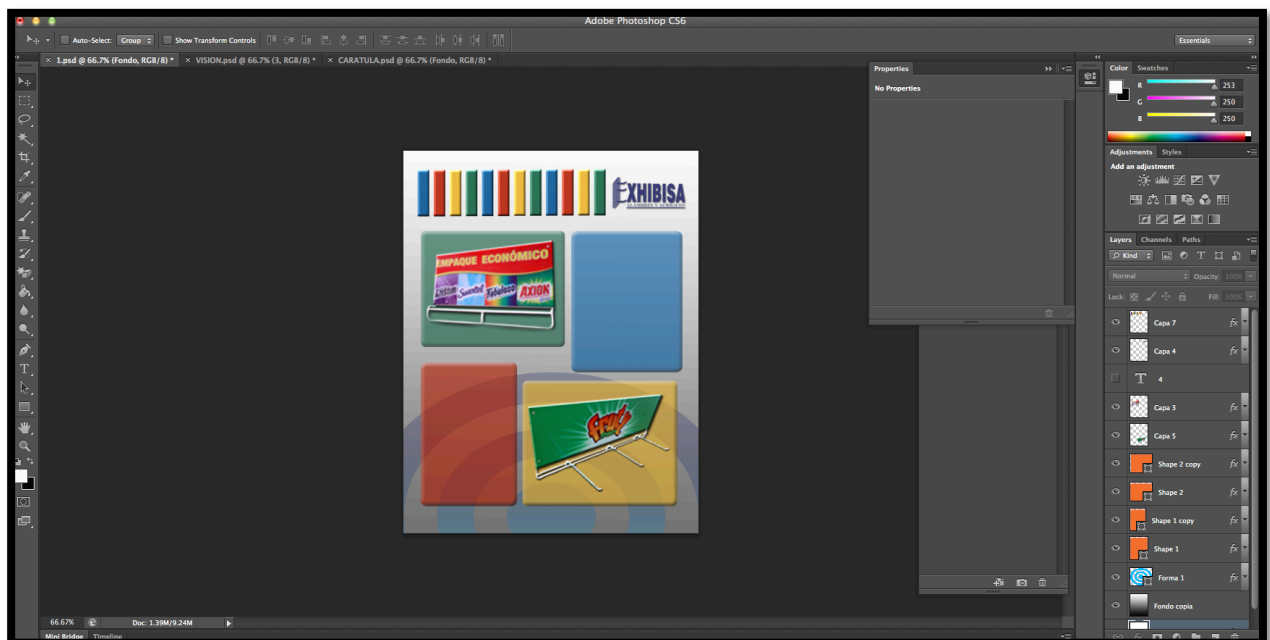
- En las siguientes páginas del catálogo se utilizó una forma distinta, los rectángulos de colores se implementaron en la parte superior junto al logo de la empresa.



- Por último se colocaron los cuadros de colores donde se plasmarán los exhibidores, junto a sus especificaciones.



- Se colocaron los exhibidores en cada uno de sus cuadros de colores.





## 7.4 Propuesta preliminar

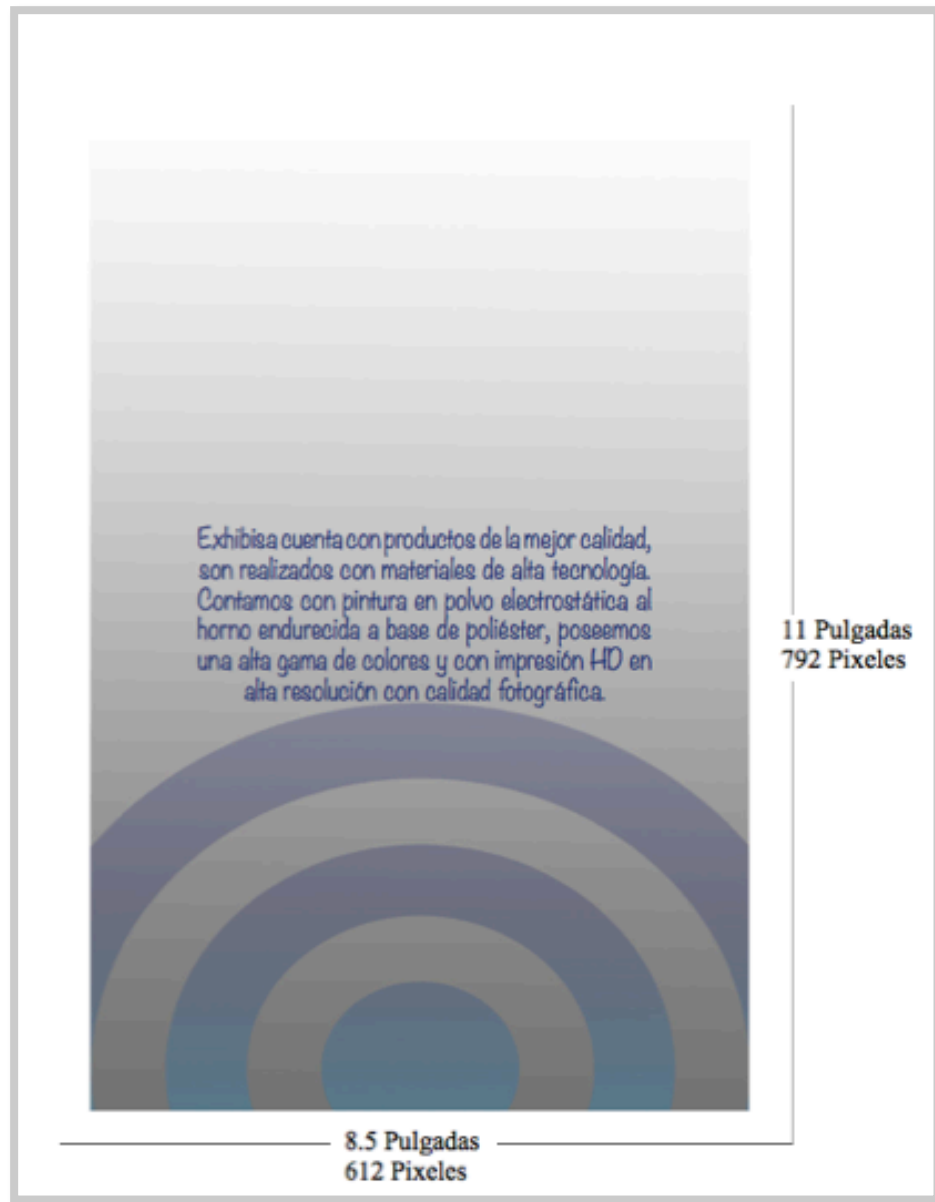
Portada



Descripción:

Esta es la portada, en ella se encuentran los rectángulos de colores, luego el logo de la empresa Exhibisa y junto a ellos las fotos de los exhibidores. Las medidas del catálogo serán de 11 pulgadas de alto, por 8.5 pulgadas de ancho.

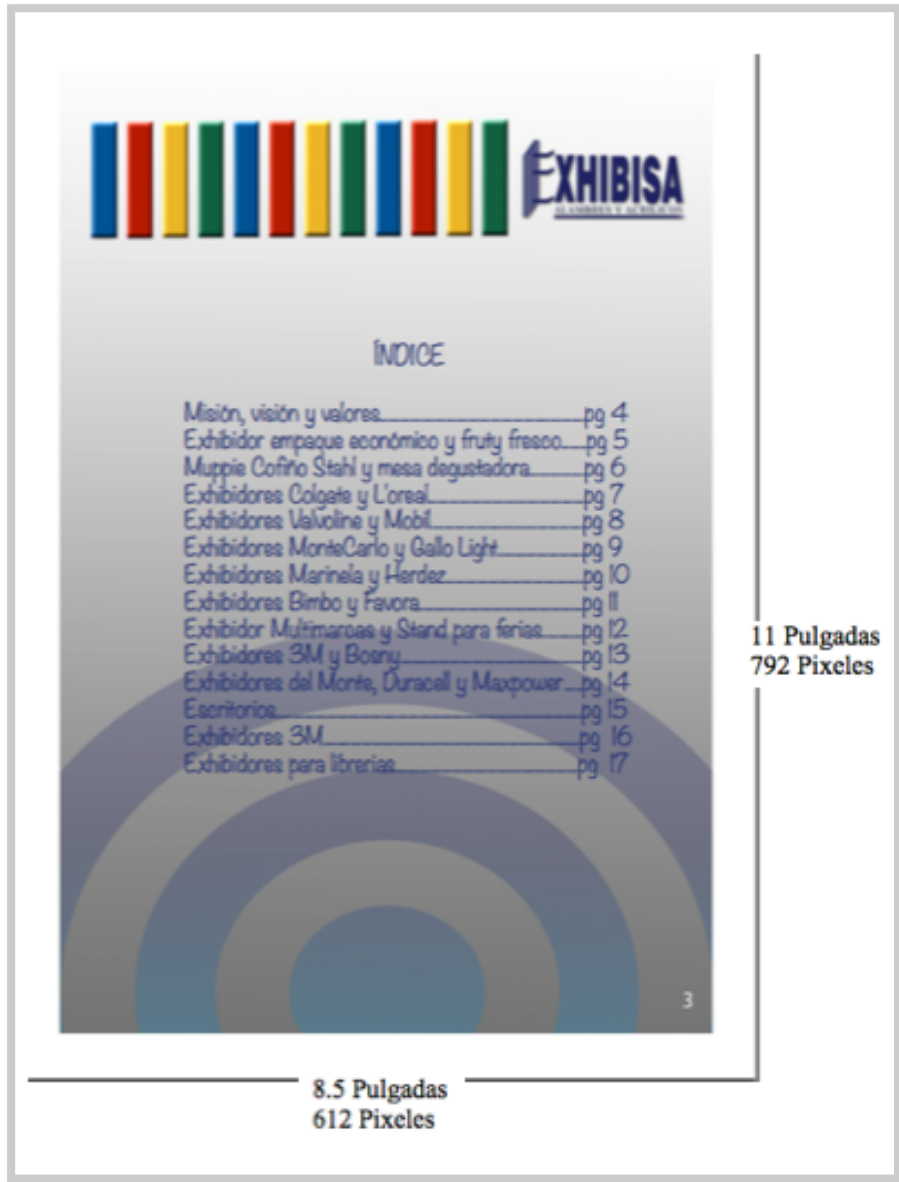
Atrás de la portada:



Descripción:

Atrás de la portada se colocará un párrafo que describe a la empresa, para que los clientes se formen una idea de cómo trabaja la empresa y la materia prima que usan es de calidad.

Índice:



Descripción:

El índice se compone por los mismos rectángulos de colores junto al logo de la empresa, y luego la especificación de cómo va estructurado el catálogo.

## Misión, visión y valores:



## Descripción:

Misión, visión y valores están estructurados por cuadros de colores donde se detalla cada uno de ellos, según las especificaciones de la empresa.

Interior página 5:



Descripción:

Las siguientes páginas están estructuradas por cuadros de colores donde en ellos se encuentran los exhibidores y sus especificaciones. En la parte superior se encuentra el logo de la empresa, junto a unos rectángulos de colores.

Interior página 6:

**EXHIBISA**  
EXHIBICIONES Y MARKETING

**MUPPIE COFIÑO STAHL**  
Muppe para pasillos de centros comerciales, fabricado con base metálica y cuerpo de aglomerado (melamina).

**FERIA XMAS SALE**  
PAGA TU ENGANCHE EN EL 2013 EN DOS CUOTAS JUNIO Y DICIEMBRE

**MESA DEGUSTADORA TECNISCAN**  
Mesa degustadora multiusos, desarmable fabricada de 3 partes de poliestireno termoformado y PVC.

Felices Fiestas y Próspero Año 2013

6

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

Interior página 7:



**EXHIBISA**  
EXHIBITORES PARA PUNTO DE VENTA



**EXHIBIDOR COLGATE**

Exhibidor colgate para pasillo fabricado con tubo cuadrado de 1 pulgada y entrepaños desmontables fabricados con alambre trefilado, lamina y laterales headers, cintillos y sócalos troquelados en PVC.



**EXHIBIDOR L'OREAL**

Fabricado en tubo redondo de 1 pulgada entrepaños de lamina con laterales y headers en PVC.

7

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

Interior página 8:

The advertisement features a header with a row of ten vertical bars in various colors (blue, red, yellow, green, blue, red, yellow, green, blue, red, yellow, green) and the EXHIBISA logo. Below this, two product models are presented. The first, 'EXHIBIDOR VALVOLINE', is shown in a blue background with a red text box. The second, 'EXHIBIDOR MOBIL', is shown in a green background with a yellow text box. Dimensions are provided for each model.

**EXHIBIDOR VALVOLINE**  
Fabricado con tubo redondo de 7/8 pulgadas y entrepaños headers en lamina, con rodos en la parte inferior trasera.

**EXHIBIDOR MOBIL**  
Fabricado en tubo cuadrado de 3/4, forrado en lamina y entrepaños de vanilla en alambre trellado de 1/4.

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

8





**EXHIBIDA**  
EXHIBITORES Y ACCESORIOS



**EXHIBIDOR MONTECARLO  
(2 CARAS)**

Fabricado en tubo cuadrado de 1 pulgada y entrepaños con alambre trefilado, lamina, laterales headers, cintillos y sócalos en PVC.



**EXHIBIDOR GALLO LIGHT**

Fabricado en tubo cuadrado de 3/4 con parrillas cuadradas y laterales, headers, cintillo y sócalos en PVC.

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

9

Interior página 10:

The image shows a product catalog page for EXHIBISA. At the top, there is a logo for EXHIBISA with the text 'EXHIBISA' in a stylized font and 'EXHIBICIONES Y ROTULOS' in smaller text below it. To the left of the logo is a row of ten vertical bars in various colors: blue, red, yellow, green, blue, red, yellow, green, blue, red, yellow, green. Below the logo, there are two product listings. The first listing is for 'EXHIBIDOR MARINELA (DE PIE)', described as being made of round pipe and rotatable hooks. The second listing is for 'EXHIBIDOR HERDEZ', described as being made of square pipe and laminated shelves. The page number '10' is visible in the bottom right corner of the catalog image. Dimensions for the page are provided at the bottom: 8.5 Pulgadas and 612 Pixeles.

**EXHIBISA**  
EXHIBICIONES Y ROTULOS

**EXHIBIDOR MARINELA (DE PIE)**  
Fabricado con tubo redondo de 7/8 y ganchos giratorios de 1/4 y rotulo en PVC.

**EXHIBIDOR HERDEZ**  
Fabricado con tubo cuadrado y entrepaños de lamina con rotulo PVC.

10

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

11 Pulgadas  
792 Pixeles



**EXHIBITOR BIMBO  
(CHICLERO)**

Fabricado en tubo de 3/4,  
entrepaños de alambre trefilado  
con carrileras de lamina, 4 rodos  
y laterales de PVC.



**EXHIBITOR FAVORA  
( PRODUCTOS FAVORA)**

Fabricado en MDF y respaldo  
en statwall y rotulo PVC.



11

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

Interior página 12:

**EXHIBISA**  
EXHIBITORES Y MUEBLES

**EXHIBIDOR MULTIMARCAS (PARA TIENDAS DE BARRIO)**

Fabricado en tubo de 3/4, perilla de alambre trellado calibre 9 y 12 con carrelenas en lamina desarmable.

**STAND PARA FERIAS DESARMABLE**

Fabricado en tubo redondo de 7/8, respaldo de cartón piedra perforado y un mostrador de vidrio y aluminio con rotulos PVC.

12

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

Interior página 13:



**EXHIBISA**  
EXHIBICIONES Y MUEBLES



**EXHIBIDOR 3M**  
Fabricado con tubo cuadrado de 3/4  
entrepauos con alambre trefilado,  
carrileras de lamina y ganchos en  
alambre trefilado calibre 9.



**EXHIBIDOR BOSNY  
(PINTURA EN AEREOSOL)**  
Fabricado en alambre trefilado  
calibre 9 y 12.

11 Pulgadas  
792 Pixeles

13

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

Interior página 14:

**EXHIBISA**  
ELECTRÓNICA Y MÁS

**EXHIBIDOR DEL MONTE  
(PARA MOSTRADOR)**

Fabricado en tubo de 1/2 pulgada  
entrepaños de alambre trefilado  
con carrilera, rotulo en lamina y  
laterales en PVC.

11 Pulgadas  
792 Pixeles

**EXHIBIDOR  
DURACELL Y  
MAXPOWER**

Fabricado con tubo  
trefilado y rotulos de  
lamina calibre 9.

14

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

**EXHIBISA**  
EXHIBICIONES Y MUEBLES

**ESCRITORIO**  
Escritorio fabricado en tubo cuadrado de 2x2 pulgadas y top de MDF.  
Metal color gris y madera color negro.

**ESCRITORIO**  
Fabricado con top MDF en tubo cuadrado de 2x2 pulgadas.

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

15

Interior página 16:

**EXHIBISA**  
EXHIBICIONES Y MUEBLES

**EXHIBIDOR 3M**  
Exhibidor para alfombras

**EXHIBIDOR 3M**  
Exhibidor de PVC forrado en vinil con impresión de alta resolución con ganchos de perfocel para la colocación de productos 3M.

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

16



Interior página 17:



**EXHIBISA**  
EXHIBICIONES Y MUESTRAS

**EXHIBIDOR PARA LIBRERIAS**  
Exhibidor para rollos adhesivos para forrar cuadernos.

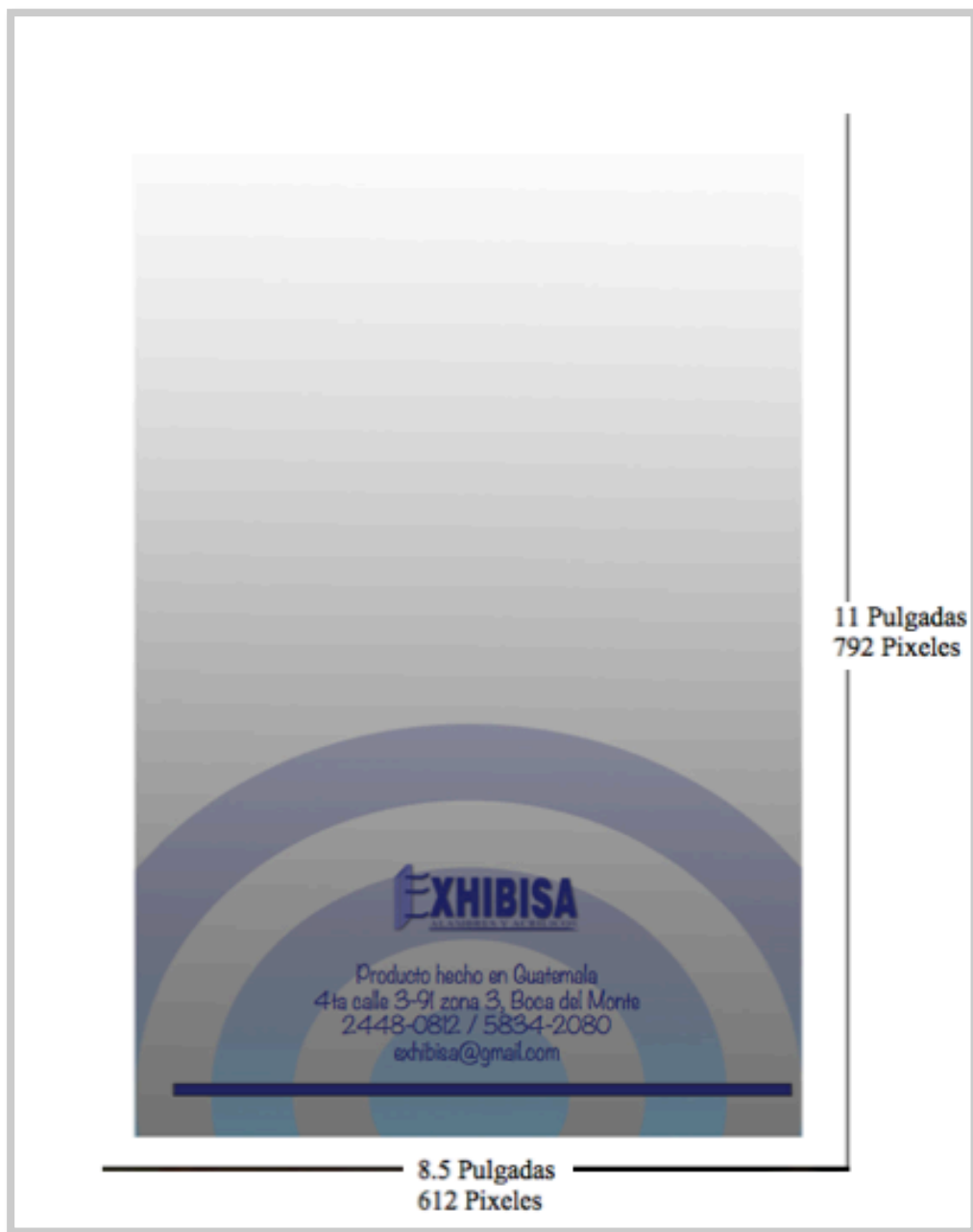
**EXHIBIDOR PARA LIBRERIAS**  
Exhibidor para hojas de cartulinas.

17

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

11 Pulgadas  
792 Pixeles

Contraportada:



Descripción:

La contraportada está compuesta por el logo en la parte inferior con los datos de la empresa, dirección, teléfonos y correo electrónico.

## **CAPÍTULO VIII**

### **Validación técnica**

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, a 25 personas hombres y mujeres del grupo objetivo y a 3 expertos en el área de comunicación y diseño.

Al realizar el catálogo de productos para la empresa Exhibisa, se incluyo dentro de este proceso una forma de evaluar el catalogo de productos, en el que se implantará un instrumento para su validación enfocado a 3 grupos.

- Expertos.
- Clientes.
- Grupo Objetivo

La muestra es una representación significativa de 30 personas de la población, para facilitar su estudio.

## **8.1 Población y muestreo**

### **a.) Expertos**

Para validar la propuestas preliminar de este proyecto de graduación se tomaron en cuenta 3 expertos en el área de diseño gráfico.

- Lic. Marlon Borrayo = Publicista
- Lic. Sergio Valenzuela = Artista
- Licda. Nancy Juárez = Diseñadora Gráfica

### **b.) Cliente**

Los clientes de la empresa Exhibisa que validan la propuesta preliminar del catálogo de productos son:

- Eduardo Schwartz = Ingeniero
- Yolanda de Schwartz = Administradora de empresas.

### **c.) Grupo Objetivo**

Se realizarán encuestas a personas de sexo masculino y femenino, con edades entre los 26 a 67 años. Profesionales graduados de la universidad, y clientes de la empresa Exhibisa.

## 8.2 Método e instrumento

Se establecieron los tres grupos para aplicar la metodología de investigación e instrumento que se utilizará en la validación del diseño del catálogo de productos digital e impreso, para que los clientes tengan mayor facilidad de verlos y conocer más acerca de los exhibidores realizados por Exhibisa.

El acercamiento con el cliente, expertos y grupo objetivos, son residentes de Guatemala y se realizarán de manera personal.

### *Herramienta*

La encuesta está compuesta de diez preguntas que se dividen en tres partes:

- **Parte Objetiva**

Responde a los objetivos del proyecto. Está compuesta por cuatro preguntas con respuestas dicotómicas, que permiten escoger Sí o no.

- **Parte Semiológica**

Responde a si los signos o símbolos que se utilizaron en el catálogo se interpretan eficazmente y cumplen su contenido. En esta parte se utiliza la escala de Likert para clasificar los ítems mediante un conjunto de

categorías o cuantificadores lingüísticos. Se redactaron 3 preguntas.

- **Parte operativa**

Responde a que si el proyecto es funcional o no, consta de tres preguntas utilizando la escala de Likert, para clasificar los ítems mediante un conjunto de categorías o cuantificadores lingüísticos.

### ***Realización de la entrevista***

#### **Expertos:**

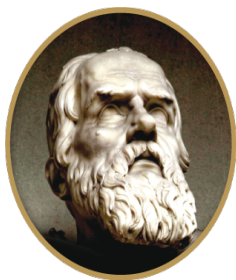
Las entrevistas con los expertos se contactaron por correo electrónico para realizar citas, se acordó el día y la hora.

#### **Cliente:**

La entrevista fue de forma personal, se realizó en un día en las oficinas de la empresa Exhibisa zona 3 Boca del Monte, dos entrevistas fueron contestadas a mano.

#### **Grupo Objetivo:**

Con el grupo objetivo se realizó la encuesta de forma personal, veinticinco entrevistas contestadas a mano, las citas con los compradores se realizaron por vía telefónica, se establecieron fechas y horarios. Se llevaron cabo en las oficinas de los mismos, con algunos encuestados fueron juntas en varios lugares de la ciudad de Guatemala.



Género F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_ Experto \_\_\_\_\_ Nombre: \_\_\_\_\_  
 Edad \_\_\_\_\_ Cliente \_\_\_\_\_ Profesión \_\_\_\_\_  
 Grupo objetivo \_\_\_\_\_  
 Años de experiencia en el mercado \_\_\_\_\_

Encuesta de validación del proyecto  
**DISEÑO DE CATÁLOGO DE LA EMPRESA EXHIBISA, DEDICADA A LA  
 FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y MADERA, PARA  
 DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES.  
 Guatemala, Guatemala 2014.**

ANTECEDENTES

Exhibisa es una empresa dedicada a la elaboración de exhibidores de acrílico, madera, alambre trefilado y tubo y cuenta con facilidad de entrega.

La empresa no cuenta con un catálogo de productos que refleje los atributos y personalidad de la empresa y por ello se ha realizado un catálogo con todos los productos que la empresa Exhibisa elabora y distribuye.

INSTRUCCIONES:

Con base a la siguiente información conteste las preguntas de validación coloque una X.

Parte objetiva:

1. ¿Considera importante el diseñar un catálogo impreso y digital para empresa Exhibisa, dedicada a la fabricación de exhibidores de acrílico, metal y madera para darlos a conocer a sus clientes reales y potenciales?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

2. ¿Considera necesario investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos para utilizarlos como referencias en el desarrollo de este proyecto?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

3. ¿Considera importante diagramar el contenido del catálogo impreso y digital, mediante criterios de jerarquización para que los clientes reales y potenciales observen orden en e mensaje?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

4. ¿Considera importante fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que se aprecien visualmente los exhibidores?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_



## PARTE SEMIOLÓGICA

5. ¿Cree usted que es importante el color en un catálogo?

Apropiado \_\_\_\_\_

Poco apropiado \_\_\_\_\_

Nada apropiado \_\_\_\_\_

6. ¿Considera que la tipografía en el catálogo de producto es legible?

Apropiado \_\_\_\_\_

Poco apropiado \_\_\_\_\_

Nada apropiado \_\_\_\_\_

7. ¿Cree que un catálogo de productos tenga que estar bien diagramado?

Apropiado \_\_\_\_\_

Poco apropiado \_\_\_\_\_

Nada apropiado \_\_\_\_\_

PARTE OPERATIVA

8. ¿Cree que el catálogo para una empresa es importante para dar a conocer mejor sus productos?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Que le falta \_\_\_\_\_

9. ¿Considera que el contenido del catálogo de productos es:

Muy ordenado \_\_\_\_\_

Poco ordenado \_\_\_\_\_

Nada ordenado \_\_\_\_\_

10. ¿Considera que las ilustraciones del catálogo de productos son:

Muy adecuadas \_\_\_\_\_

Poco adecuadas \_\_\_\_\_

Nada adecuadas \_\_\_\_\_

Observaciones.

---

---

---

Muchas gracias por su tiempo.

### **8.3 Resultados e interpretación de resultados**

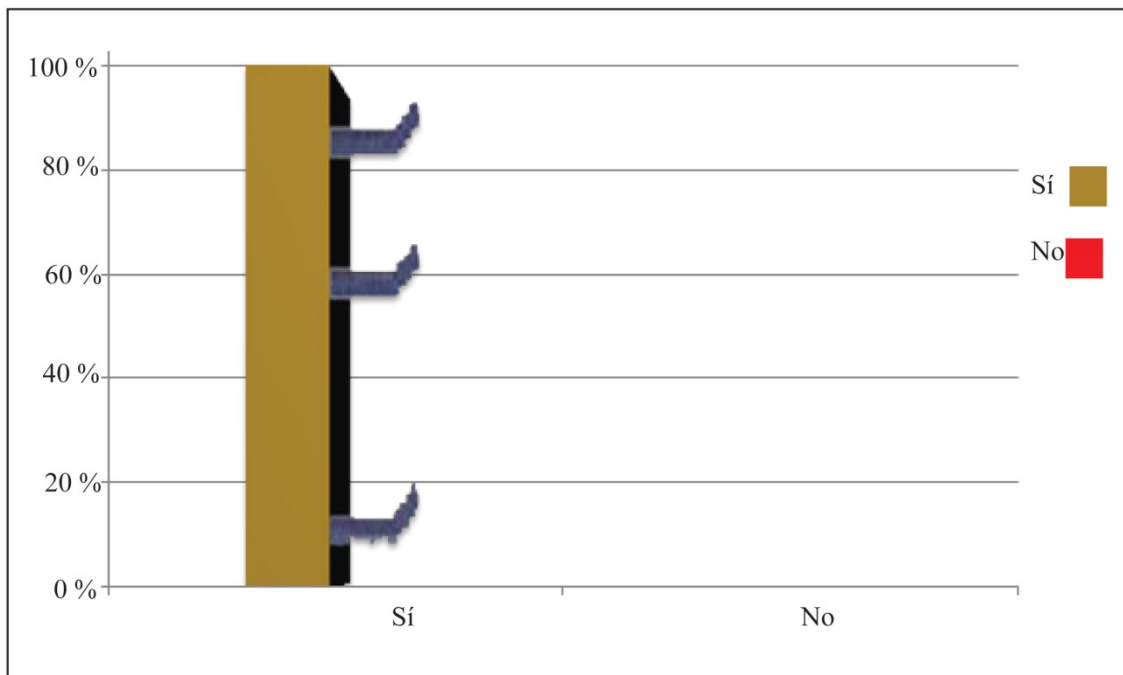
Al realizar la encuesta de validación se formularon preguntas y a través de ellas se obtuvieron resultados, que determinarán si es necesario realizar cambios en la propuesta gráfica.

Los resultados se tabularon, codificaron, se elaboraron gráficas y se interpretaron. A continuación se presentan las gráficas y las interpretaciones de los resultados.

## *Validación Expertos*

### - Parte Objetiva

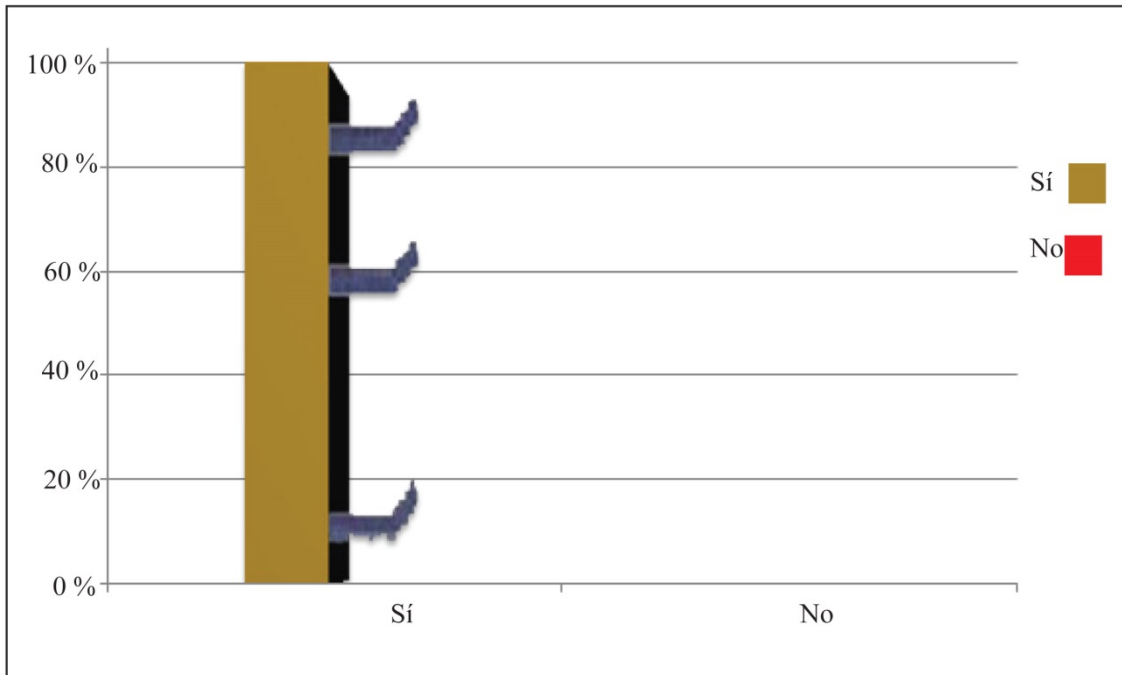
1. ¿ Considera importante el diseñar un catálogo impreso y digital para la empresa Exhibisa, dedicada a la fabricación de exhibidores de acrílico, metal y madera para darlos a conocer a sus clientes reales y potenciales?



### **Interpretación:**

El 100% de los expertos encuestados considera importante que diseñar un catálogo impreso y digital de la empresa Exhibisa, para dar a conocer los exhibidores acrílicos, metal y madera a los clientes reales y potenciales. Con base a estos resultados se constata que el objetivo general se cumple.

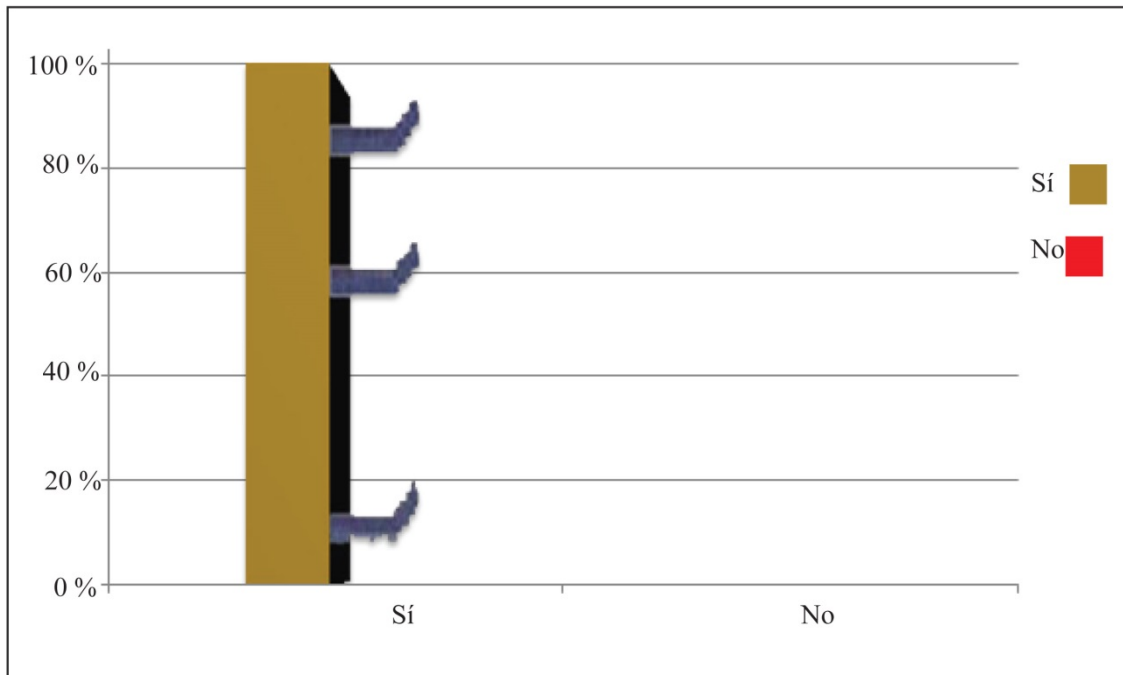
**2. ¿ Considera necesario investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos para utilizarlos como referencias en el desarrollo de este proyecto?**



**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera necesario investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos para utilizarlos como referencia en el desarrollo del proyecto para trasladar el mensaje correcto al grupo objetivo. Con base a estos resultados se constata que el primer objetivo específico se cumple.

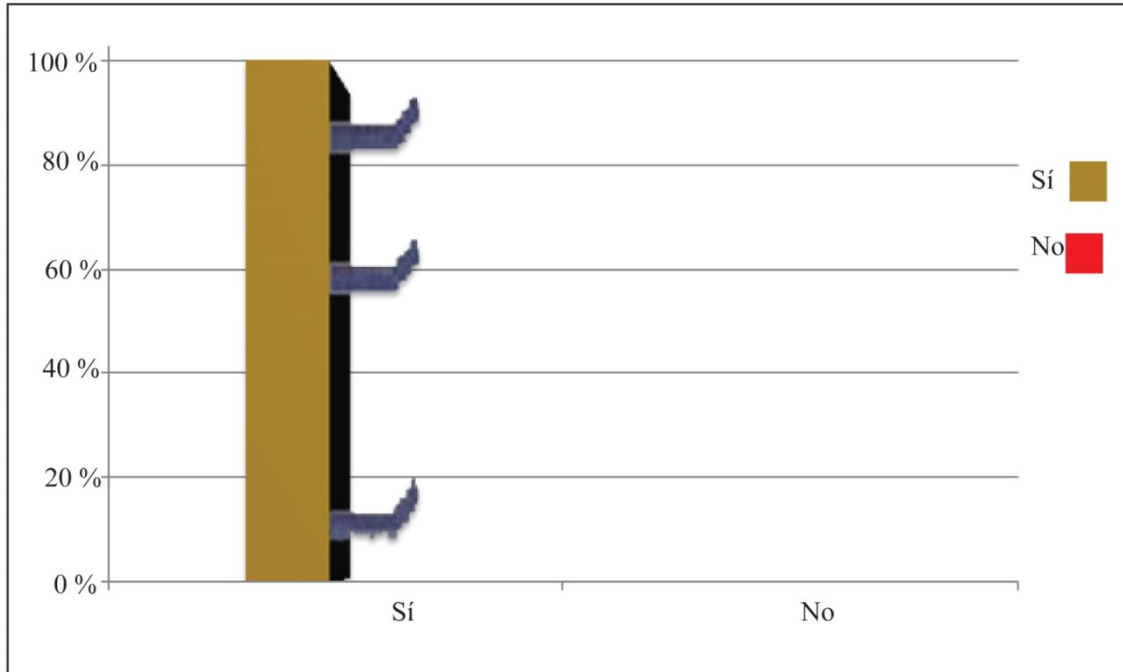
3. ¿Considera importante recopilar información acerca de exhibidores de acrílico, metal y madera para obtener datos exactos y transferirlos al grupo objetivo?



**Interpretación:**

El 100% de los expertos encuestados considera importante diagramar el contenido del catálogo impreso y digital, mediante los criterios de jerarquización para que los clientes reales y potenciales observen el orden del mensaje. Con base a estos resultados constatamos que el segundo objetivo específico se cumple.

**4. ¿ Considera importante fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que se aprecien visualmente los exhibidores?**

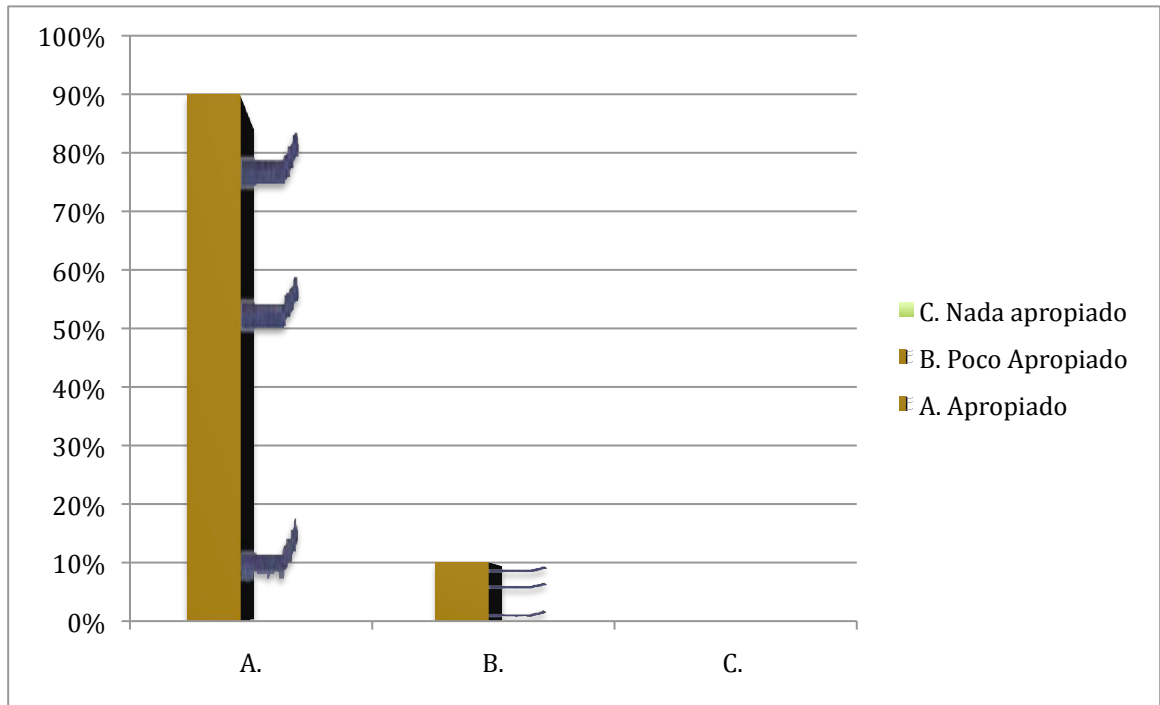


**Interpretación:**

El 100% de los expertos encuestados considera importante fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que se aprecien visualmente los exhibidores. Con base a estos resultados constatamos que el tercer objetivo específico se cumple.

- Parte Semiológica

**5. ¿Cree usted que es importante el color en un catálogo?**

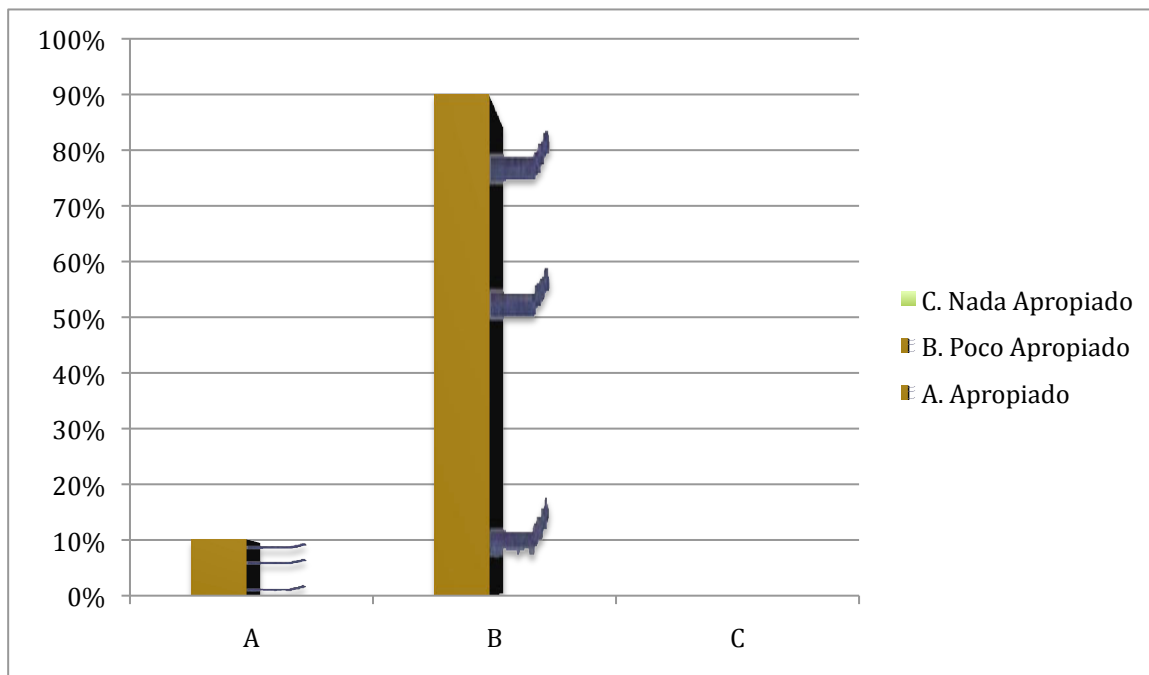


**Interpretación:**

El 90% de los expertos encuestados cree que el color utilizado en el catálogo es apropiado, mientras el 10% considera que es poco apropiado. Con base a estos resultados constatamos que el color utilizado en el catálogo es apropiado.



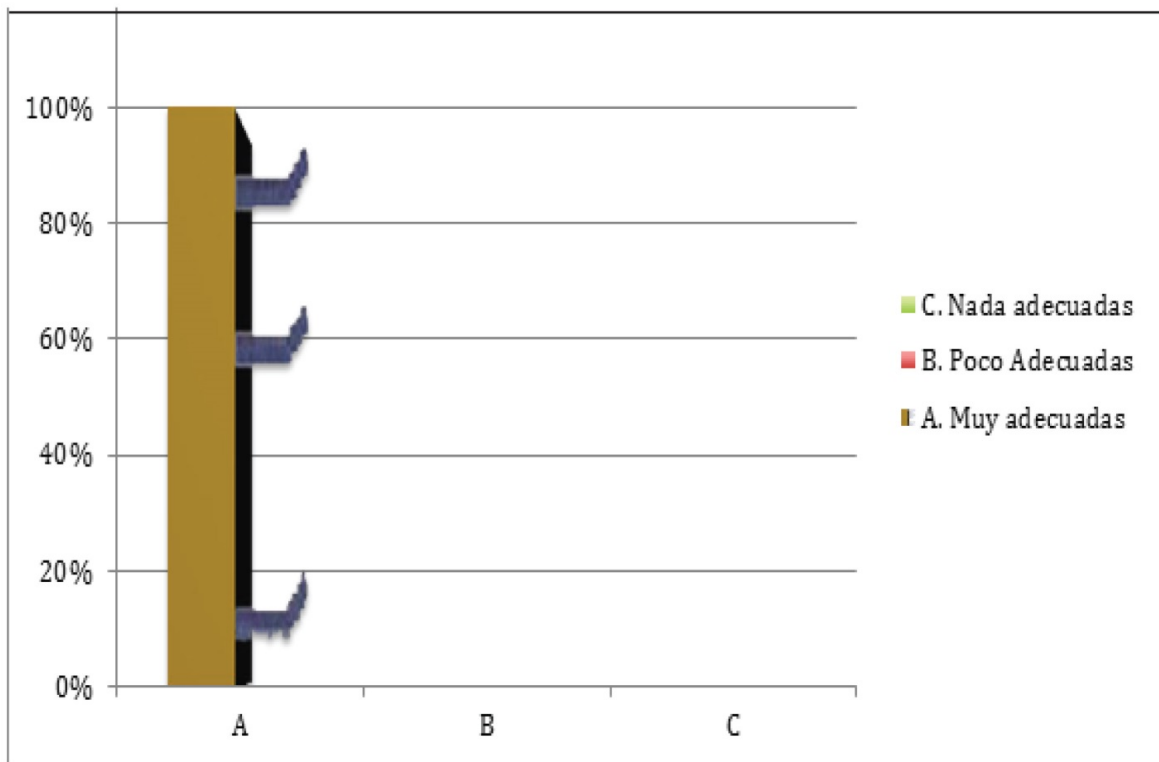
## 6. ¿Considera que la tipografía en el catalogo de producto es legible?



### **Interpretación:**

El 90% de los expertos encuestados considera que la tipografía utilizada en el catálogo de productos es poco apropiada, mientras el 10% cree que es apropiada. Con base a estos resultados constatamos que la tipografía utilizada no es la adecuada para el catálogo.

**7. ¿Cree que el catálogo de productos tenga que estar bien diagramado?**

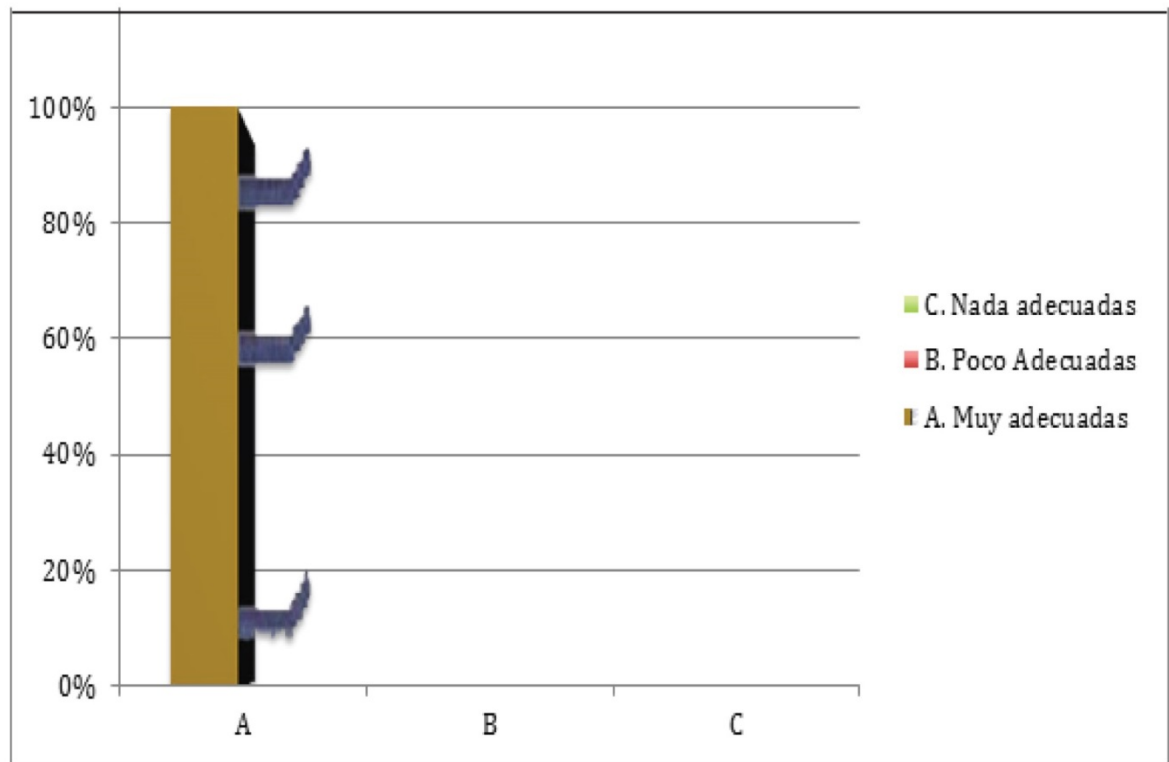


**Interpretación:**

El 100% de los expertos encuestados cree que el catálogo de productos tiene diagramación apropiada. Con base a estos resultados constatamos que el catálogo está diagramado de manera correcta.

- Parte Operativa

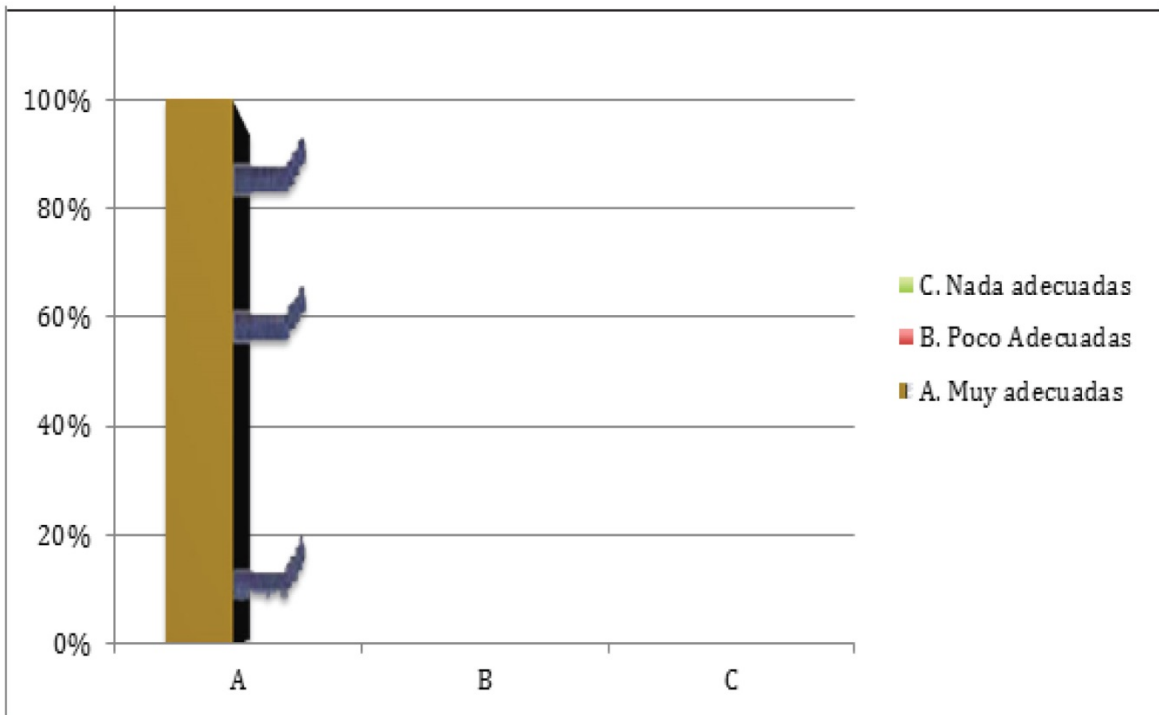
8. ¿ Cree que el catálogo para una empresa es importante para dar a conocer mejor sus productos?



**Interpretación:**

El 100% de los expertos encuestados cree que el catálogo para una empresa es importante para dar a conocer mas sus productos. Aunque apara este catálogo consideraron que hacen falta los materiales de fabricación y más especificaciones.

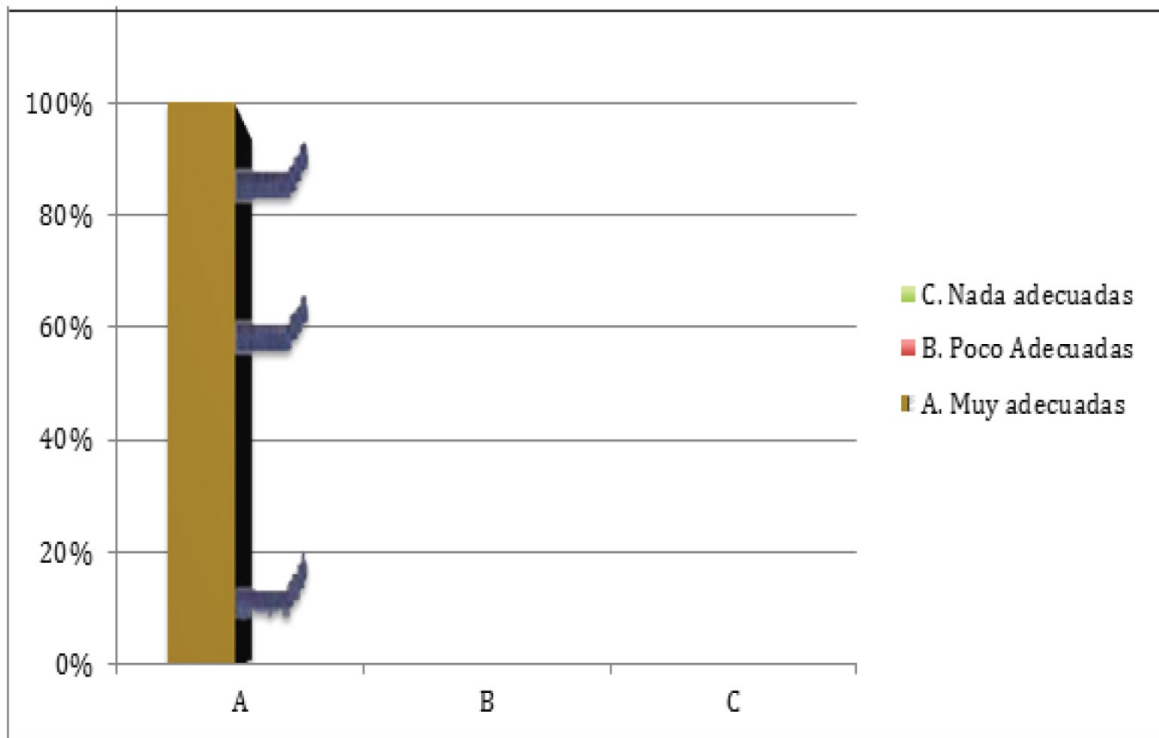
**9. Considera que el contenido del catálogo de producto es:**



**Interpretación:**

El 100% de los expertos encuestados considera que el contenido del catálogo es muy ordenado. Con base a estos datos, consideramos que el contenido es ordenado.

**10. Considera que las ilustraciones del catálogo de productos son:**



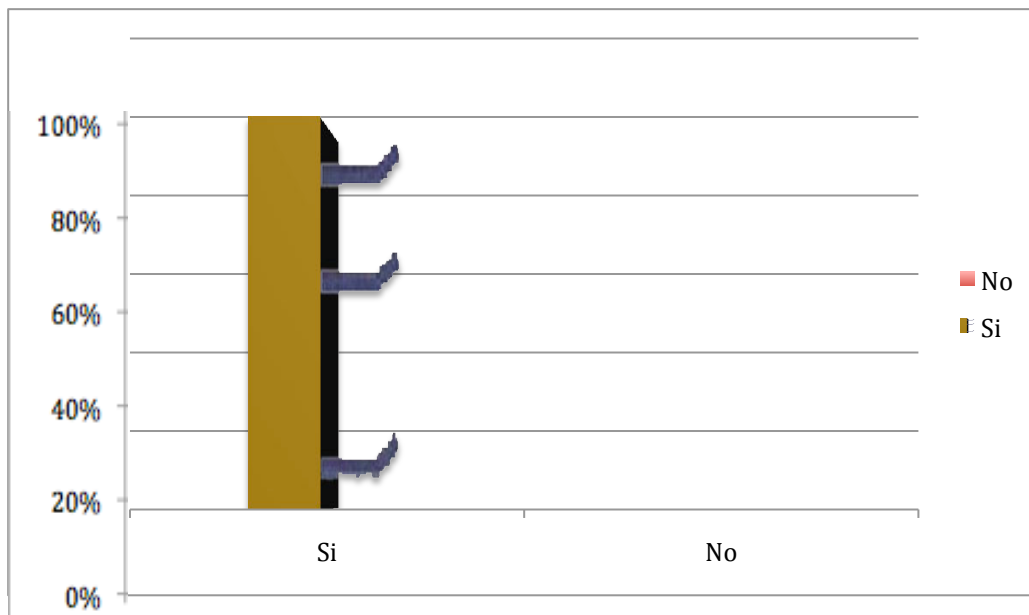
**Interpretación:**

El 100% de los expertos encuestados considera que las ilustraciones del catálogo de producto son muy adecuadas. Con base a estos resultados, consideramos que las ilustraciones utilizadas con las adecuadas, para el catálogo de productos de la empresa de Exhibisa.

## *Validación cliente*

- Parte Objetiva

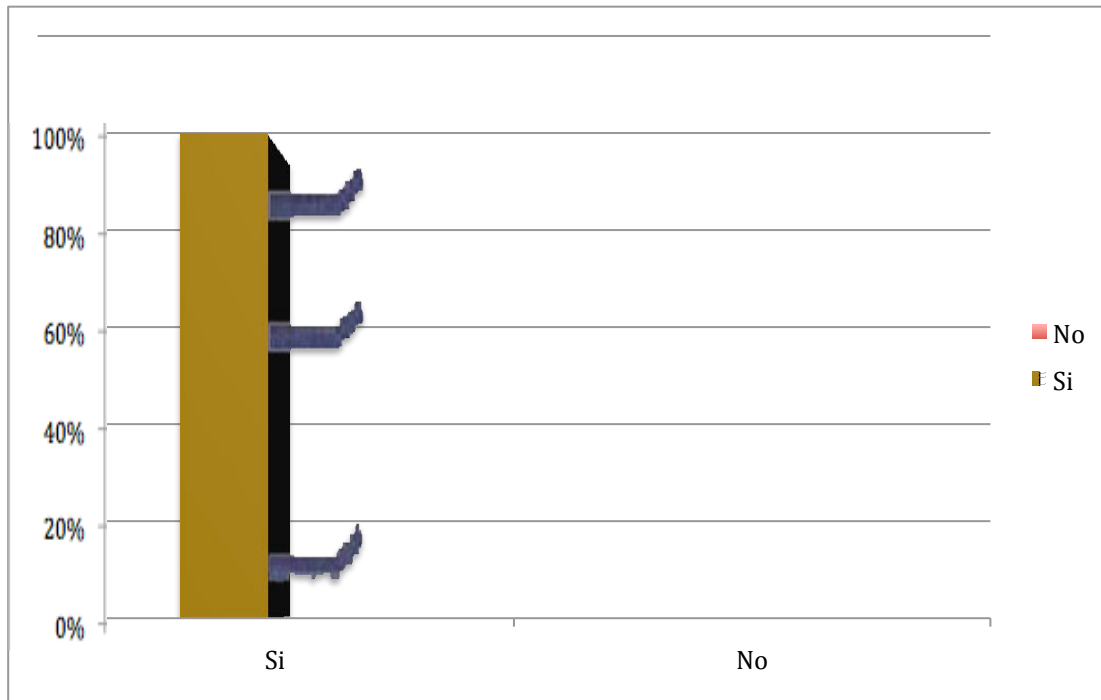
1. **¿ Considera importante el diseño de un catálogo impreso y digital para promover la venta de exhibidores de la empresa Exhibisa para darlos a conocer con los clientes potenciales?**



### **Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que es importante el diseño de un catálogo impreso y digital para promover las ventas de los exhibidores de la empresa Exhibisa. Con base a estos resultados, constatamos que el objetivo específico se cumple.

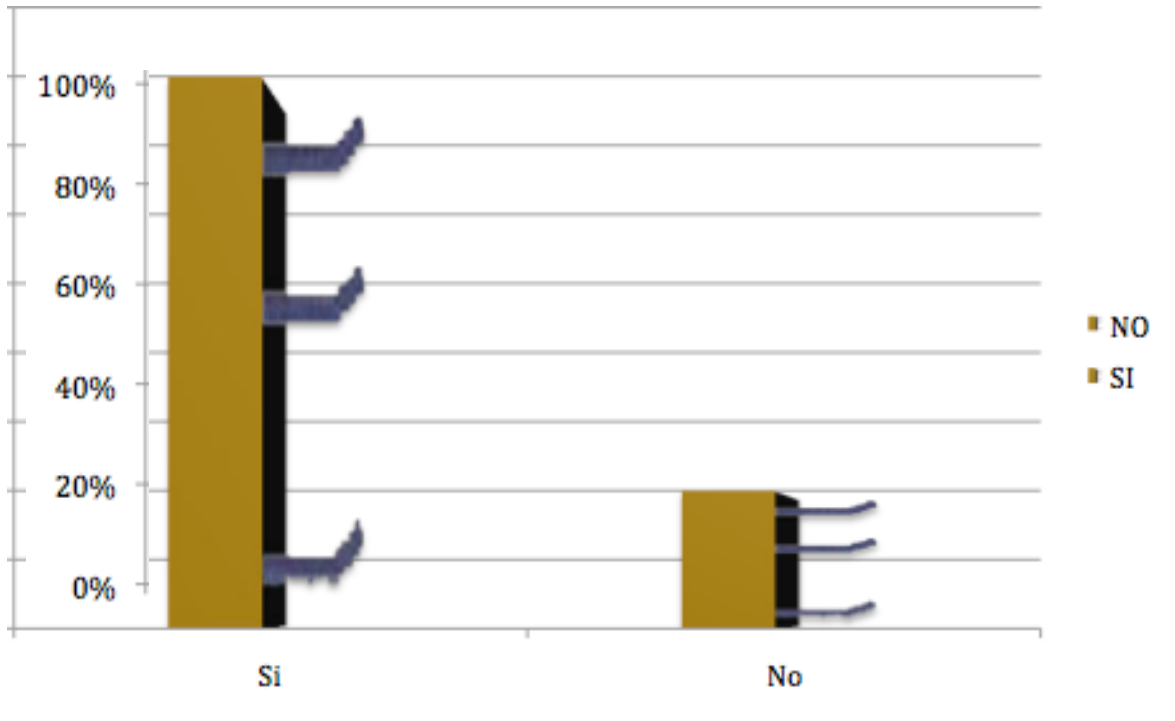
2. ¿ Considera necesario investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos para utilizarlos como referencias en el desarrollo de este proyecto?



**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que es necesario investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos para utilizar eso como referencia en el desarrollo del proyecto. Con base a estos resultados consideramos que sí cumple el primer objetivo específico.

3. ¿ Considera importante diagramar el contenido del catálogo impreso y digital, mediante los criterios de jerarquización para que los clientes reales y potenciales observen orden en el mensaje?

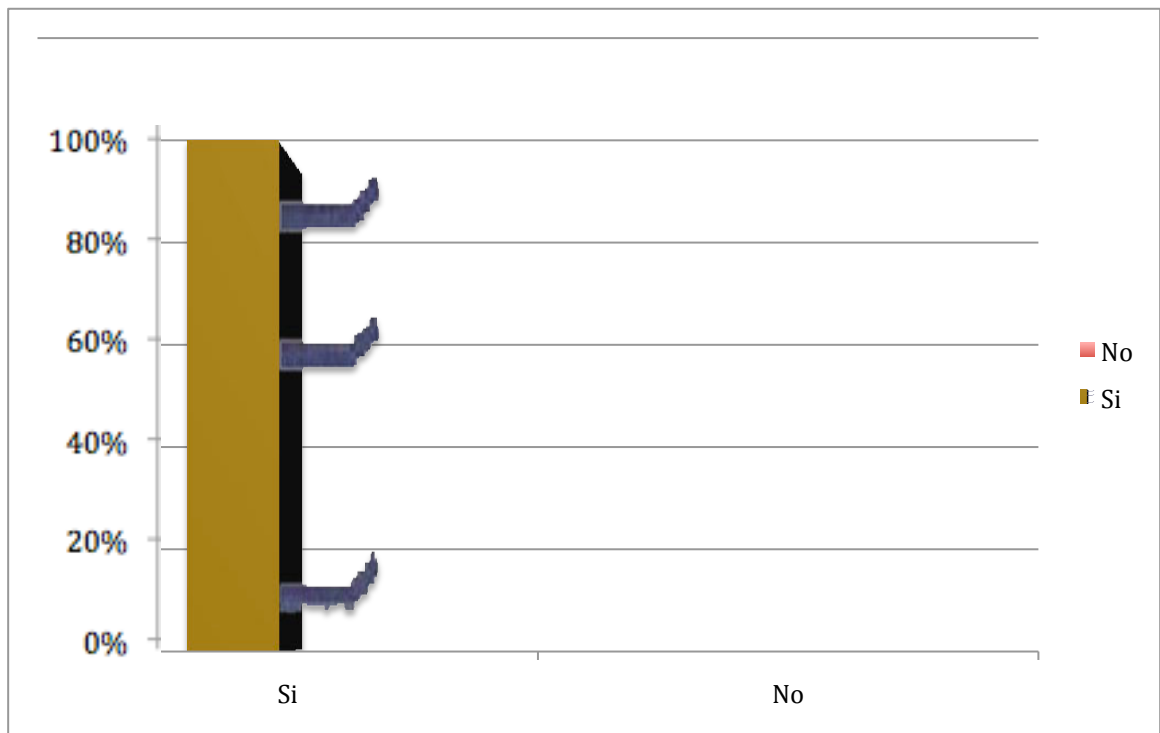


**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que es importante diagramar el contenido del catálogo impreso y digital mediante los criterios de jerarquización para los clientes reales y potenciales observen con orden el mensaje. Con base a estos resultados consideramos que el segundo objetivo específico se cumple.



4. ¿ Considera importante fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que se aprecien visualmente los exhibidores?

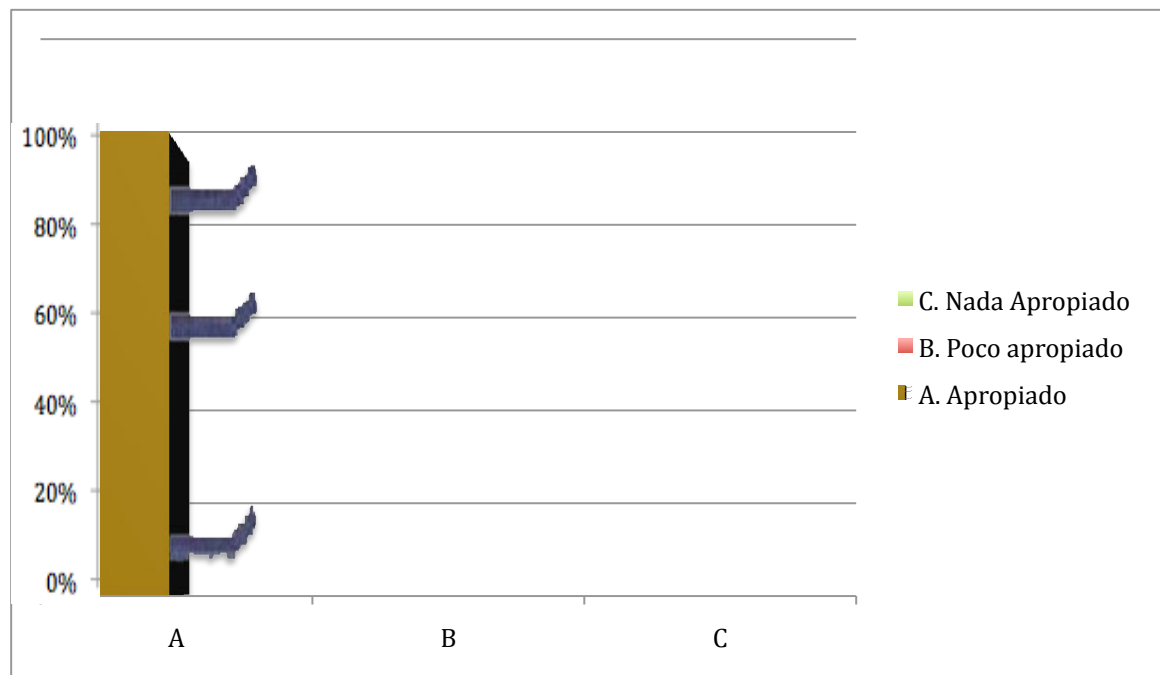


**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que es importante fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que se aprecien visualmente los exhibidores fabricados por la empresa Exhibisa. Con estos resultados consideramos que el tercer objetivo específico se cumple.

- Parte Semiológica

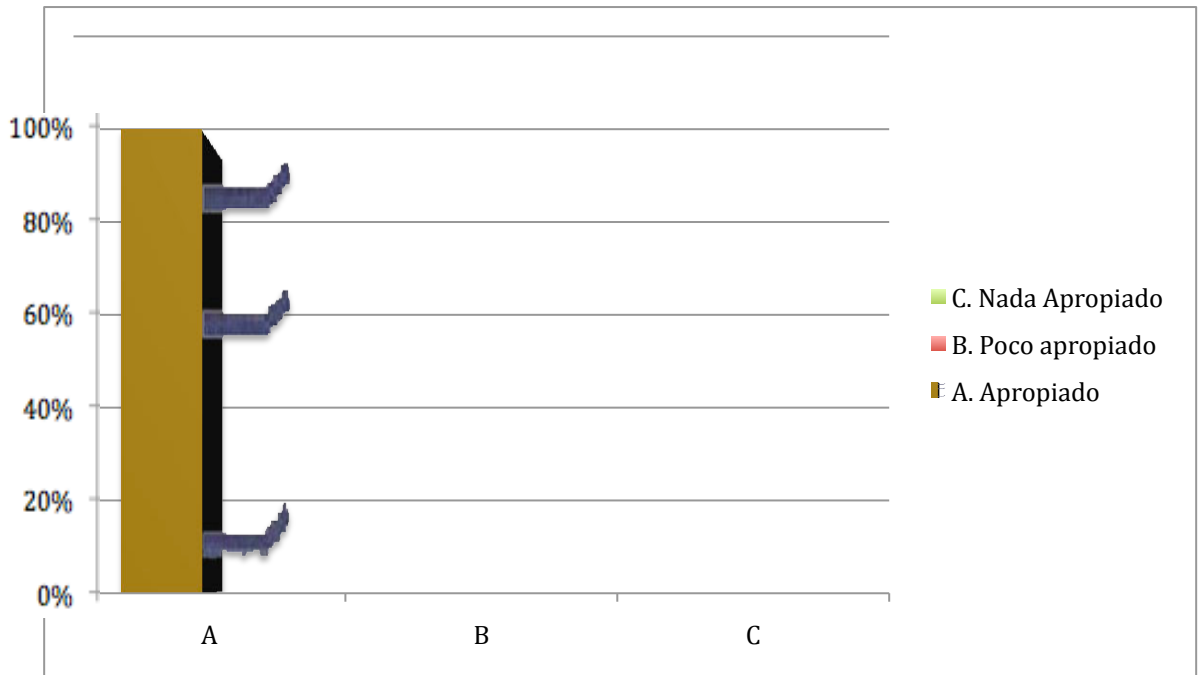
5. ¿Cree usted que es importante el color en un catálogo?



**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que el color utilizado en el catálogo para la empresa Exhibisa con apropiados. Con estos resultados consideramos que los colores que se utilizaron son los adecuados.

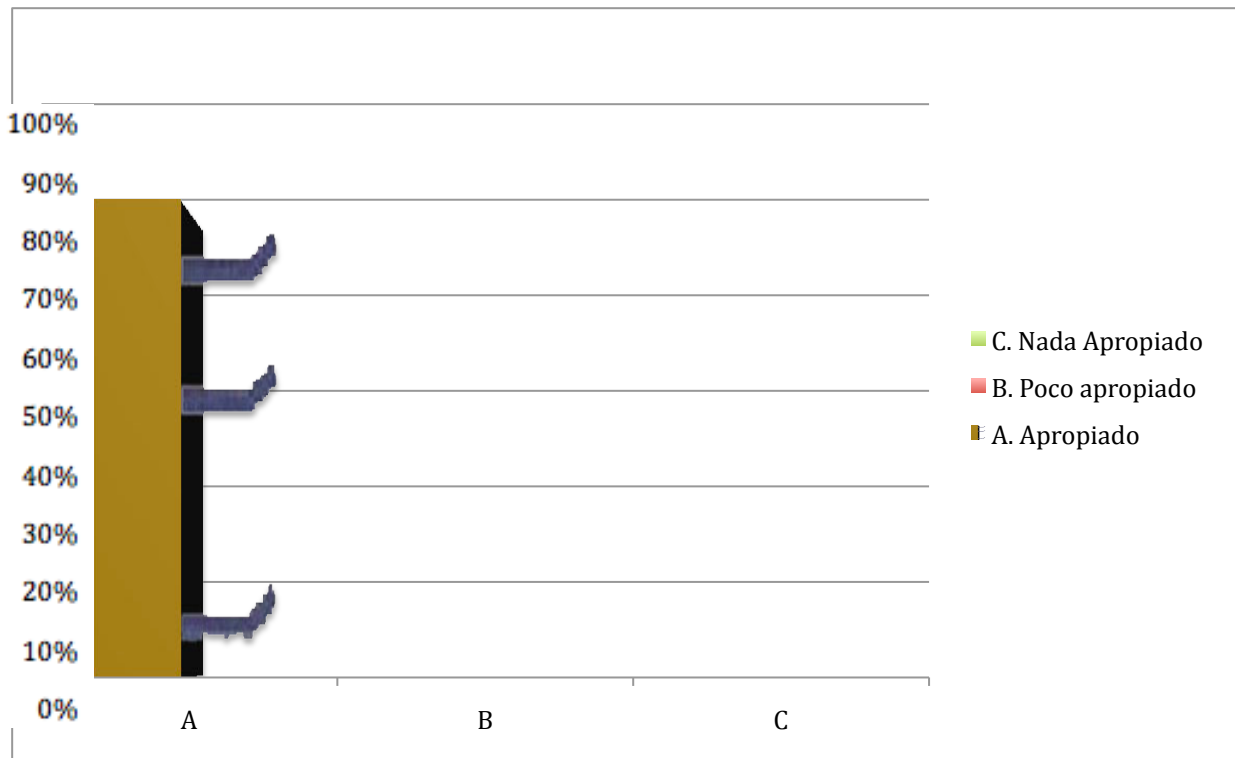
6. ¿Considera que la tipografía en el catálogo de producto es legible?



**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que la tipografía usada en el catálogo es apropiada. Con base a estos resultados consideramos que la tipografía es legible y es la adecuada para el catálogo.

7. ¿Cree que el catálogo de productos tenga que estar bien diagramado?

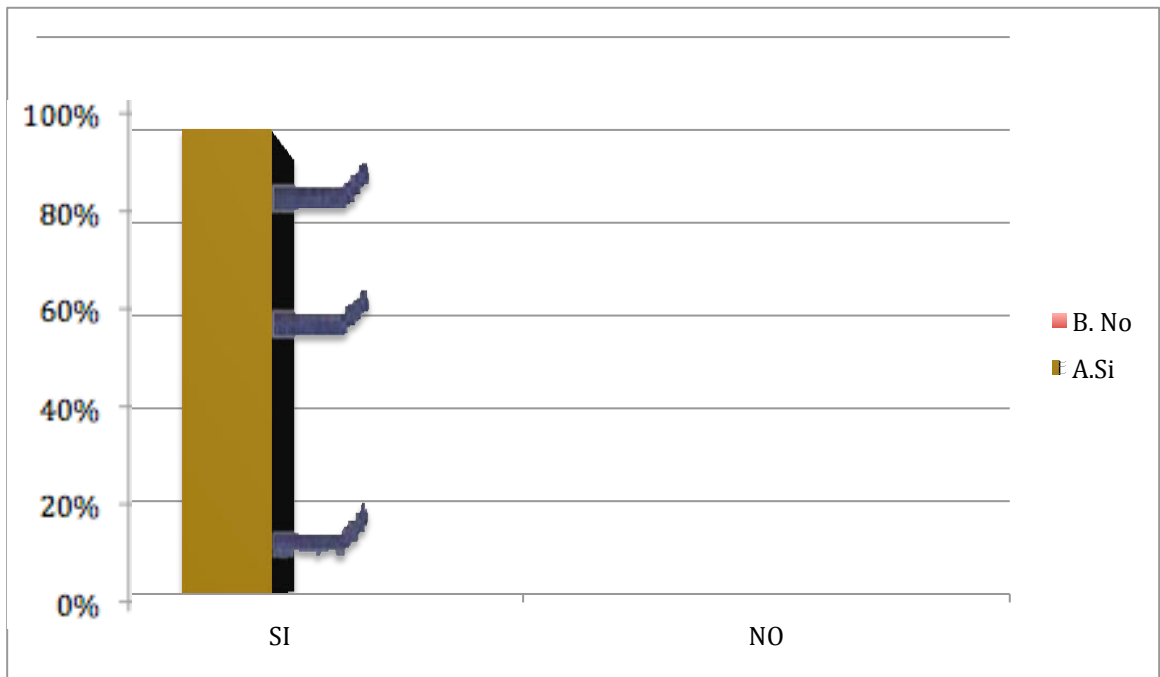


**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados cree que la diagramación del catálogo es apropiado. Con estos resultados consideramos que la diagramación de este catálogo es la indicada.

- Parte Operativa

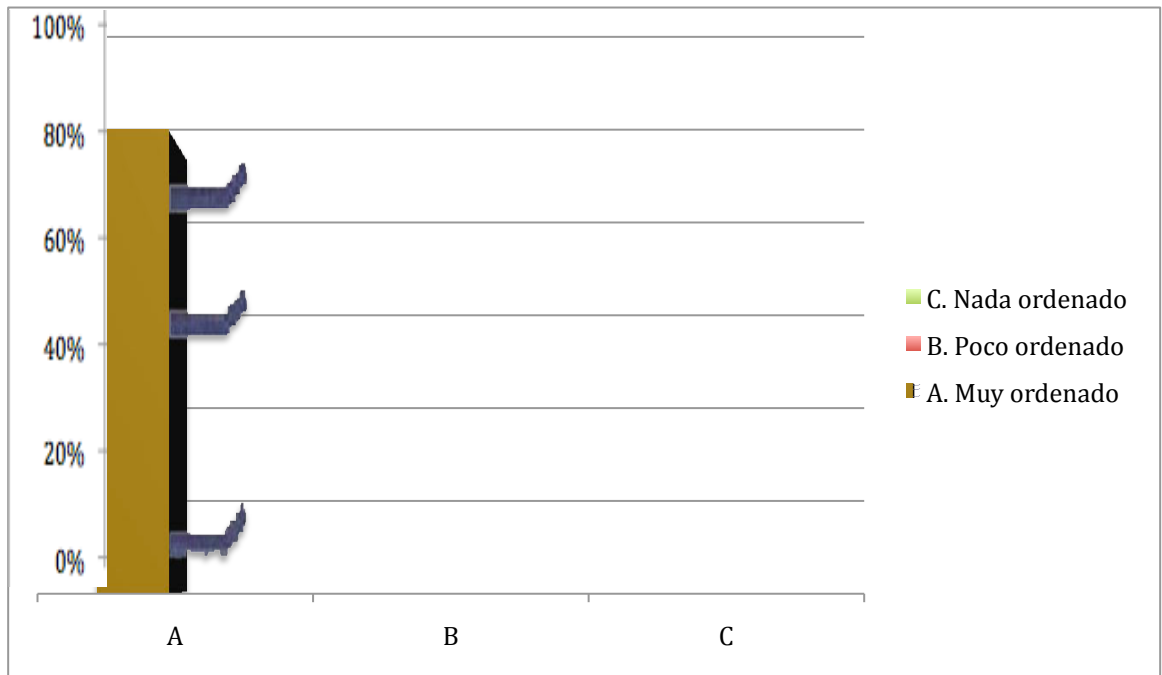
8. ¿ Cree que el catálogo para una empresa es importante para dar a conocer mejor sus productos?



**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que el catálogo para la empresa Exhibisa ayudará a dar a conocer de mejor manera sus productos. Con estos resultados constatamos que es importante tener un catálogo en las empresas, para dar a conocer los productos.

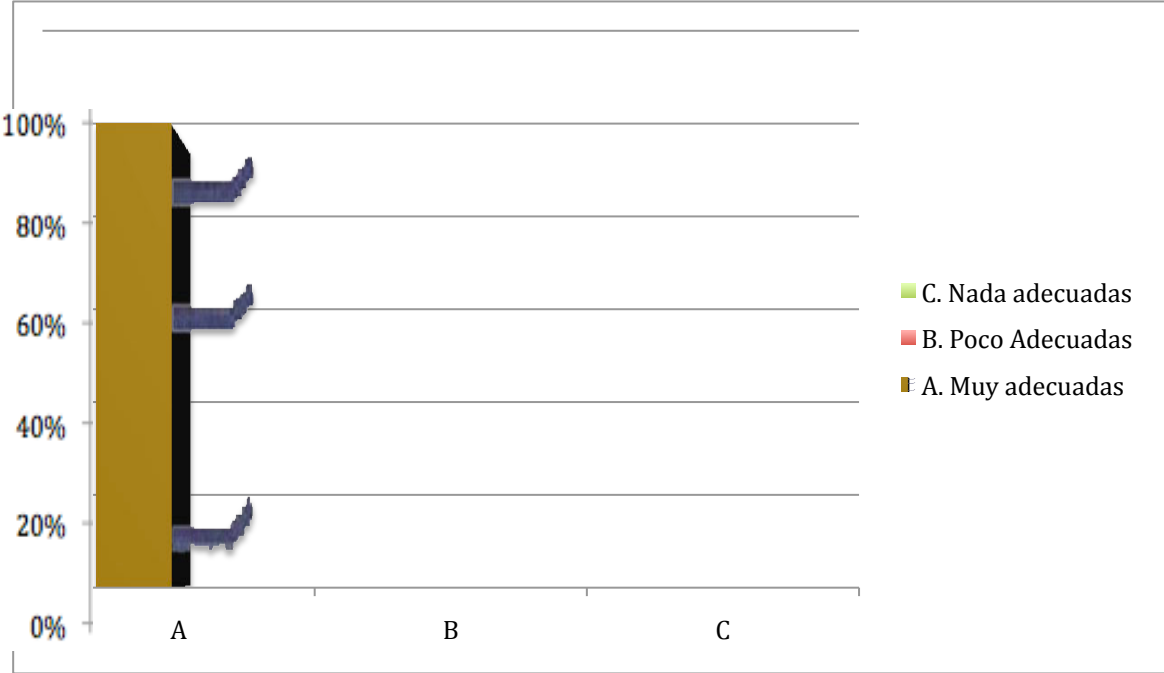
**9. Considera que el contenido del catálogo de producto es:**



**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que el contenido del catálogo está muy ordenado. Con estos resultados constatamos que el catálogo tiene orden en la diagramación.

**10. Considera que las ilustraciones del catálogo de productos son:**



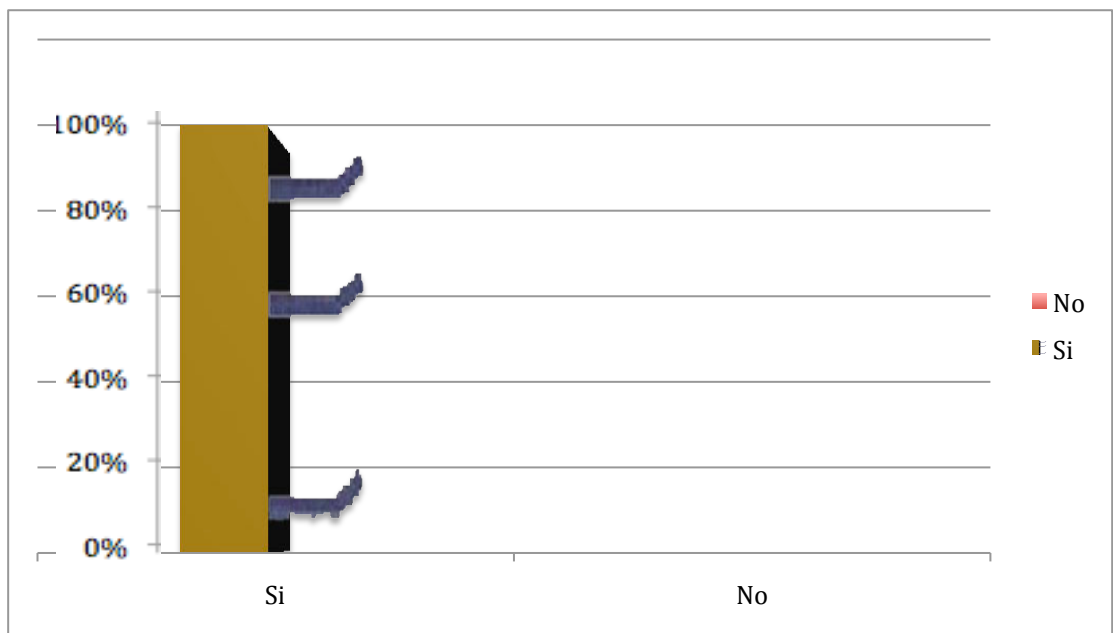
**Interpretación:**

El 100% de los clientes encuestados considera que las ilustraciones del catálogo son muy adecuadas. Es así que constatamos que las imágenes muestran el producto de mejor manera en el catálogo.

## *Validación grupo objetivo*

### - Parte Objetiva

1. **¿ Considera importante el diseño de un catálogo impreso y digital para promover la venta de exhibidores de la empresa Exhibisa para darlos a conocer con los clientes potenciales?**

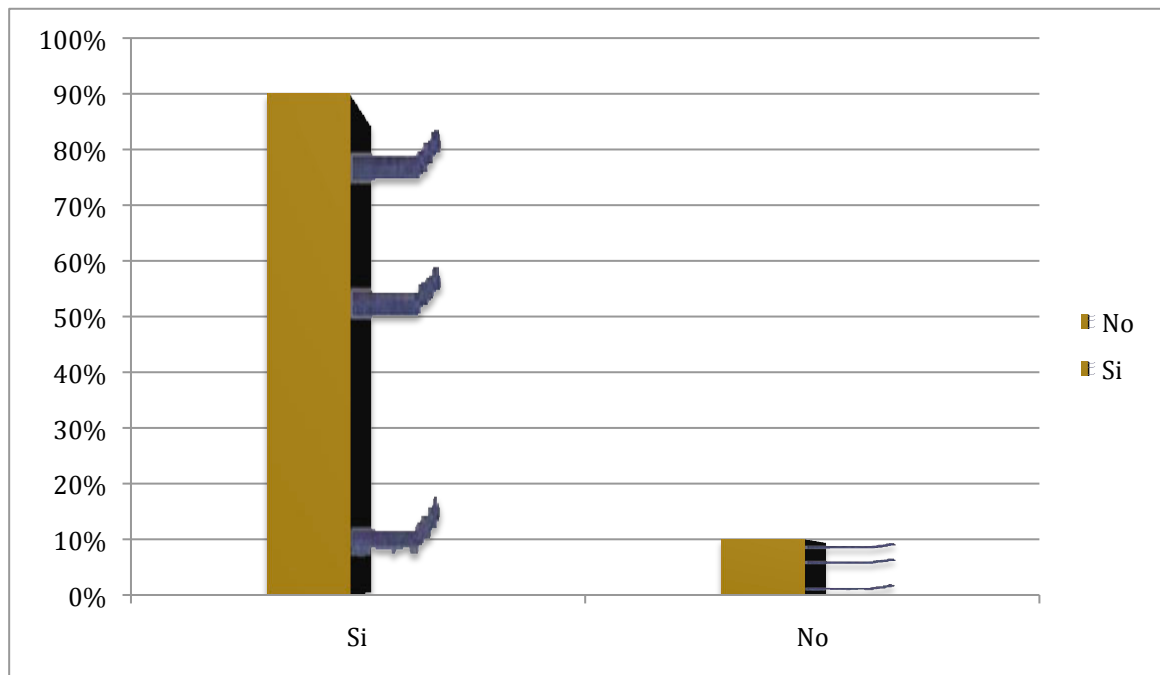


### **Interpretación:**

El 100% del grupo objetivo encuestado considera que es importante el diseño de un catálogo impreso y digital para promover la venta de los exhibidores de la empresa Exhibisa. Con base a estos resultados consideramos que el objetivo general del proyecto se cumple.



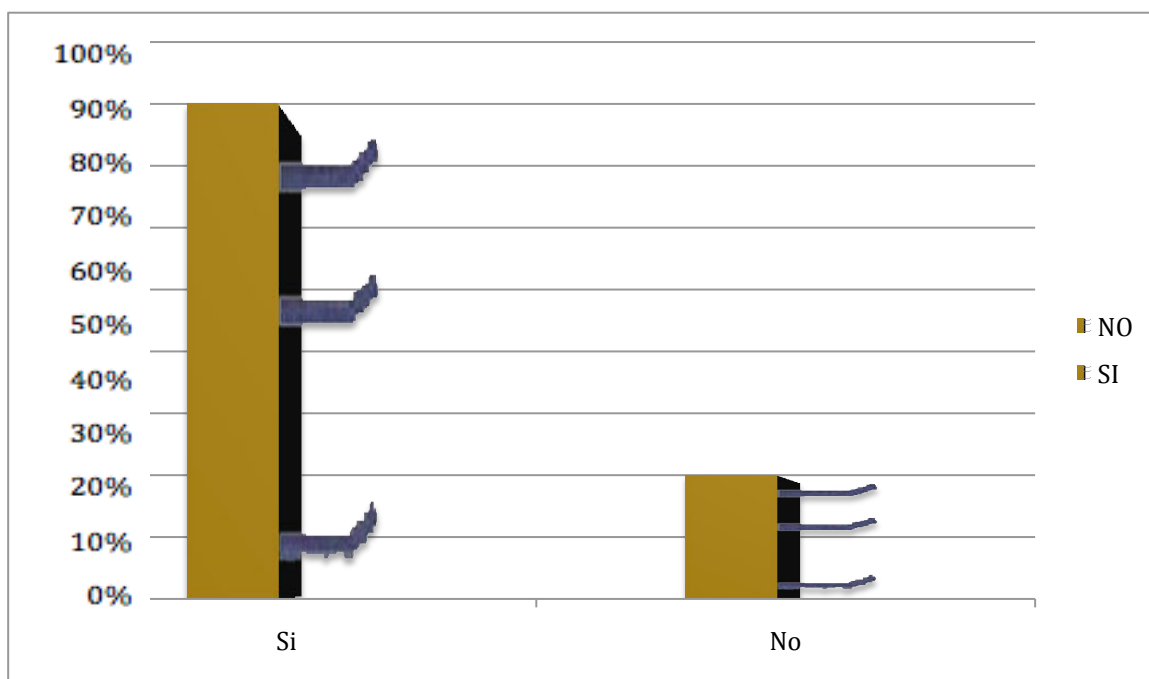
**2. ¿ Considera necesario investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos para utilizarlos como referencias en el desarrollo de este proyecto?**



**Interpretación:**

El 90% del grupo objetivo encuestado considera que es necesario investigar sobre la elaboración y producción de catálogos para utilizarlos como referencia en el proyecto, mientras el otro 10% cree que no es necesario. Con base a estos resultados consideramos que el primer objetivo específico se cumple.

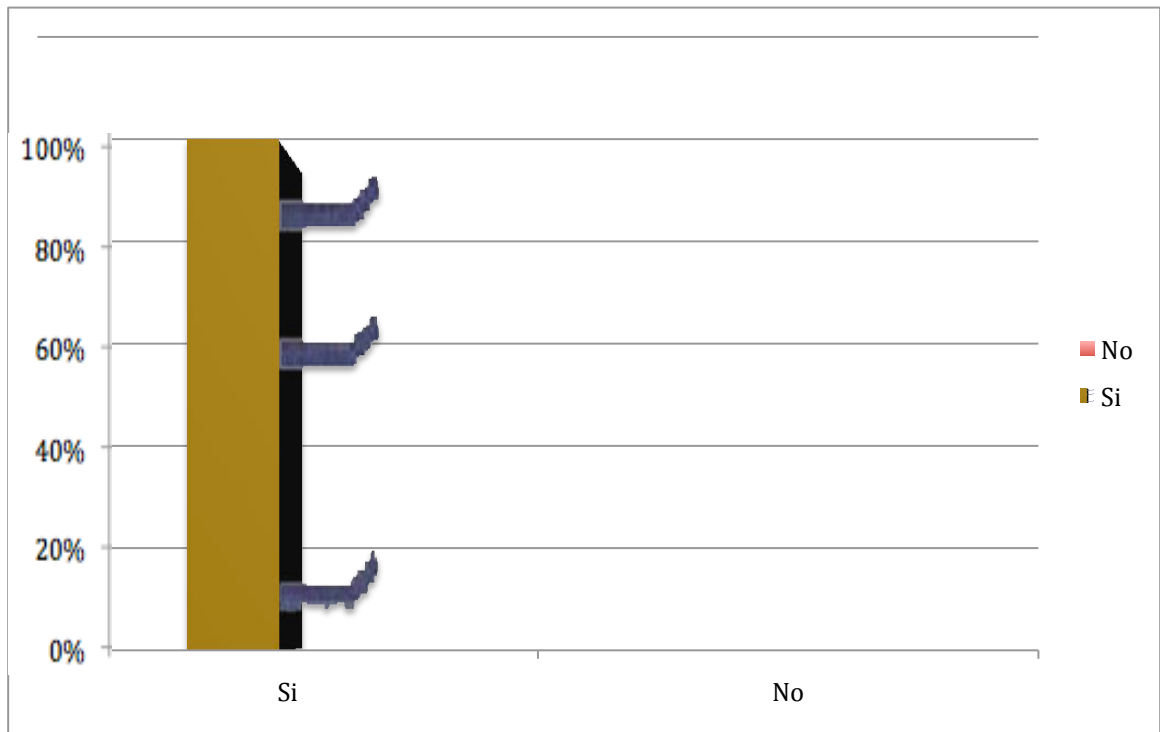
3. ¿ Considera importante diagramar el contenido del catálogo impreso y digital, mediante los criterios de jerarquización para que los clientes reales y potenciales observen orden en el mensaje?



**Interpretación:**

El 80% del grupo objetivo encuestado considera importante diagramar el contenido del catálogo impreso y digital mediante los criterios de jerarquización para que los clientes observen el mensaje en una forma ordenada, el 20% cree que no es importante diagramar el contenido para que se entienda el mensaje. Con base a estos resultados consideramos que el segundo objetivo específico sí se cumple.

4. ¿ Considera importante fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que se aprecien visualmente los exhibidores?

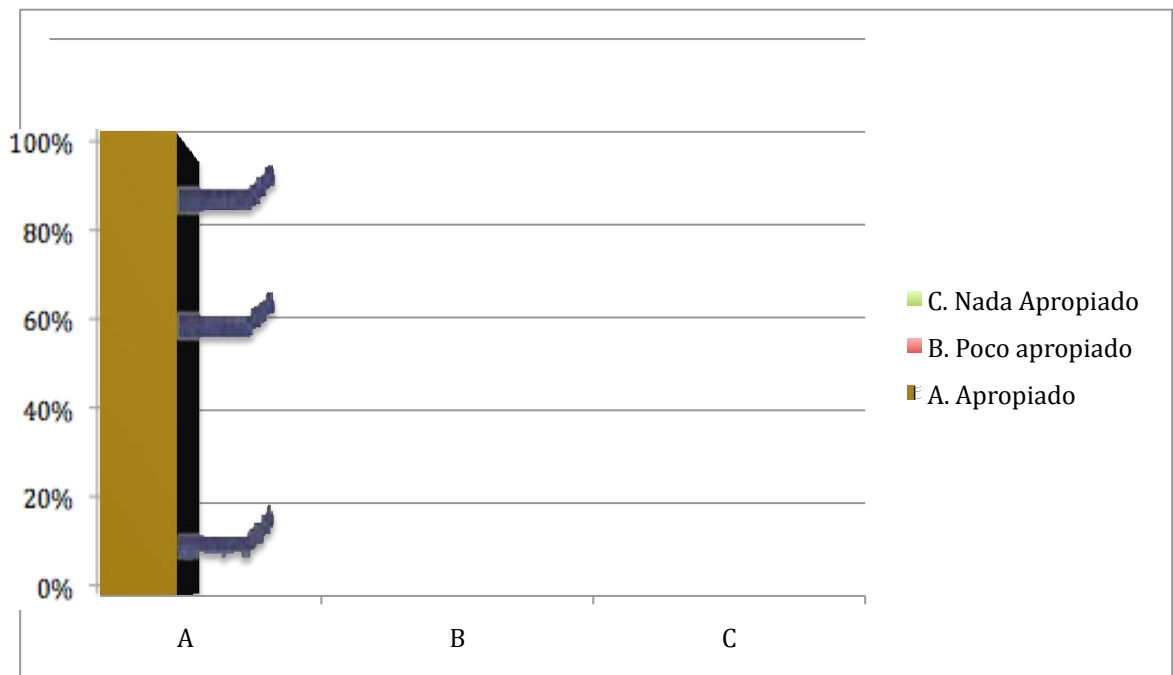


**Interpretación:**

El 100% del grupo objetivo encuestado considera importante fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que los exhibidores se aprecien. Con base a estos resultados consideramos que el tercer objetivo específico se cumple.

- Parte Semiológica

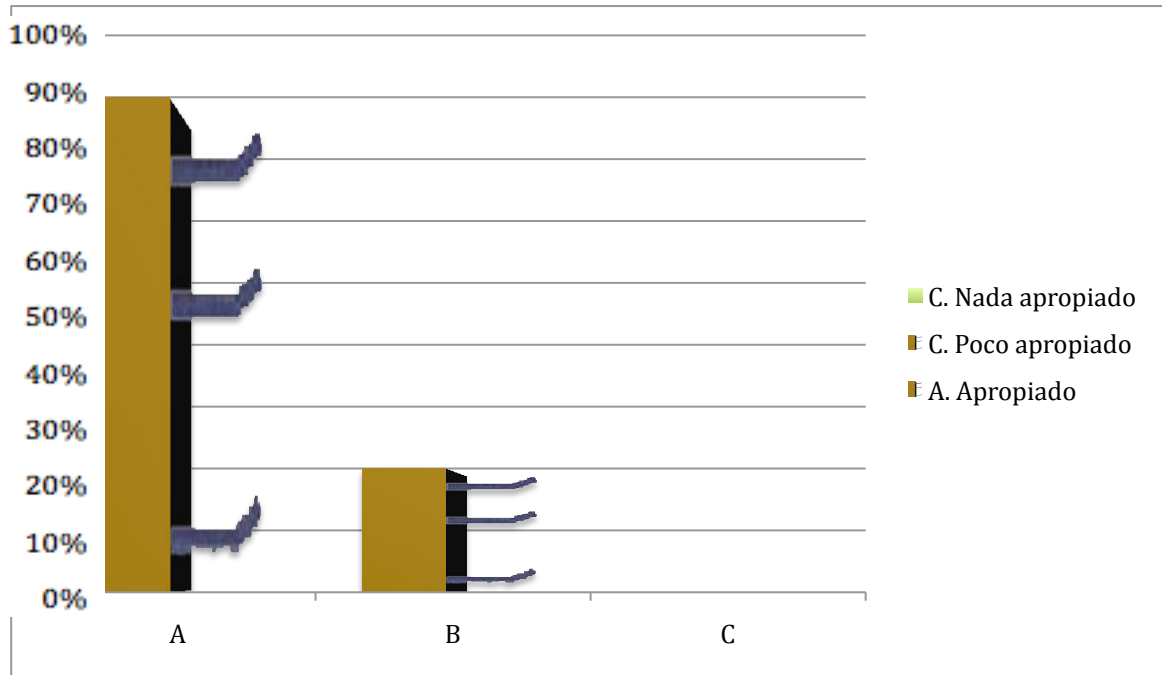
5. ¿Cree usted que es importante el color en un catálogo?



**Interpretación:**

El 100% del grupo objetivo encuestado considera que el color utilizado en el catálogo de productos Exhibisa es apropiado. Con base a estos resultados consideramos que el color del catálogo llama la atención al grupo objetivo.

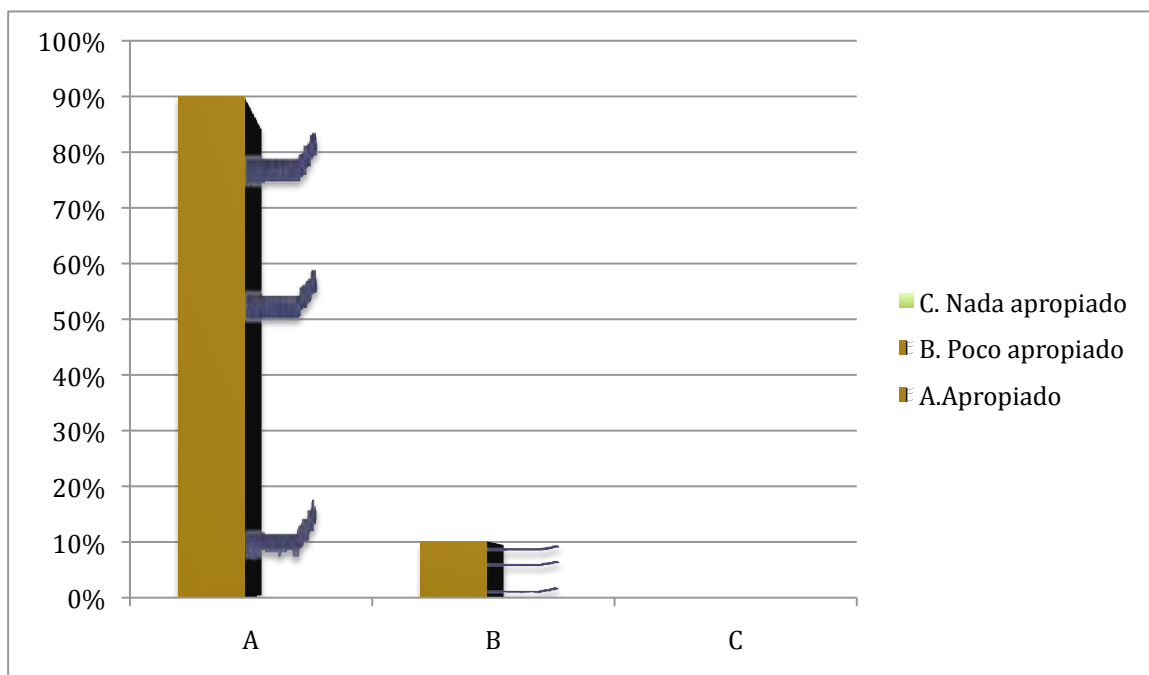
6. ¿Considera que la tipografía en el catálogo de producto es legible?



**Interpretación:**

El 80% del grupo objetivo considera que la tipografía utilizada en el catálogo es la apropiada, mientras el 20% considera que no es la adecuada. Con base a estos resultados constatamos que la tipografía es la indicada para el catálogo.

## 7. ¿Cree que el catálogo de productos tenga que estar bien diagramado?

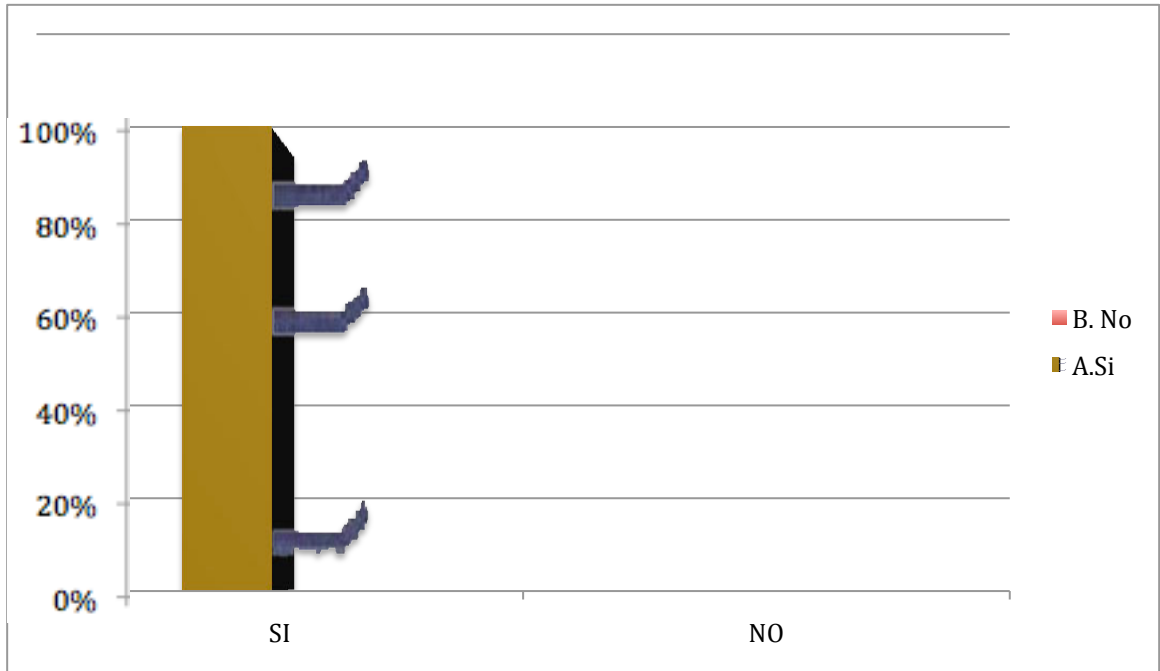


### Interpretación:

El 90% del grupo objetivo encuestado considera que el catálogo tiene orden apropiado para exhibir los productos que vende la empresa, mientras el 10% considera que el orden es poco apropiado. Con base en estos resultados consideramos que la diagramación del catálogo es la adecuada.

- Parte Operativa

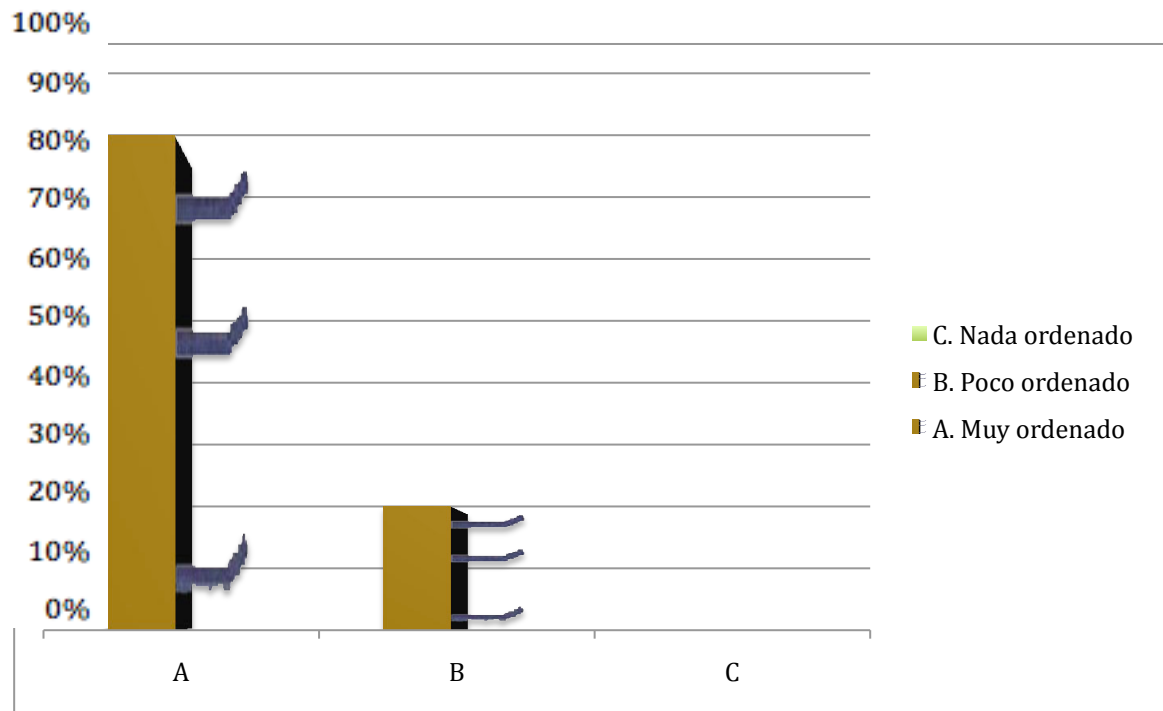
8. ¿ Cree que el catálogo para una empresa es importante para dar a conocer mejor sus productos?



**Interpretación:**

El 100% del grupo objetivo encuestado cree que el catálogo de productos para una empresa es importante, ya que da a conocer sus productos. Con base a estos resultados constatamos que es necesario un catálogo de productos para que los clientes reales y potenciales conozcan nuestra variedad de exhibidores.

9. Considera que el contenido del catálogo de producto es:

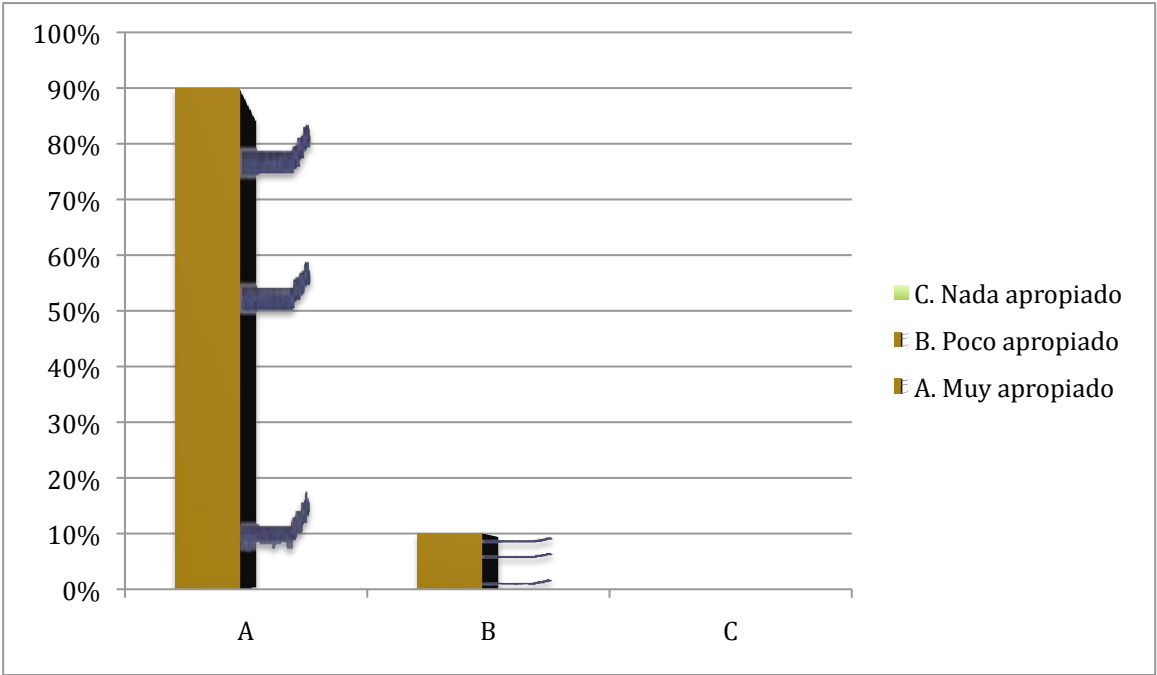


**Interpretación:**

El 80% del grupo objetivo encuestado considera que el contenido del catálogo es muy ordenado, mientras el 20% considera que es poco ordenado. Con base a estos resultados constatamos que el contenido del catálogo tiene un orden adecuado.



**10. Considera que las ilustraciones del catálogo de productos son:**



**Interpretación:**

El 90% del grupo objetivo encuestado considera que las ilustraciones utilizadas son muy apropiadas para el catálogo, mientras el 10% considera que son poco apropiadas. Con base a estos resultados consideramos que las imágenes utilizadas con las adecuadas.

#### **8.4 Cambios en base a los resultados**

Con base a los resultados de las encuestas realizadas y las observaciones tanto como de expertos, clientes y grupo objetivo, se identificó la necesidad de realizar algunos cambios de la propuesta gráfica.

Los cambios realizados son:

1. Los cambios son generales, el grupo objetivo específico que se eliminará en color de fondo gris y se reemplazó por un fondo blanco.
2. Se eliminó la tipografía “Noteworthy”, se reemplazó por una tipografía mas seria, como la “Candara”.
3. Se eliminaron títulos de páginas de cada exhibidor por códigos de exhibidores, al igual que en el índice.

**Portada:**

Antes

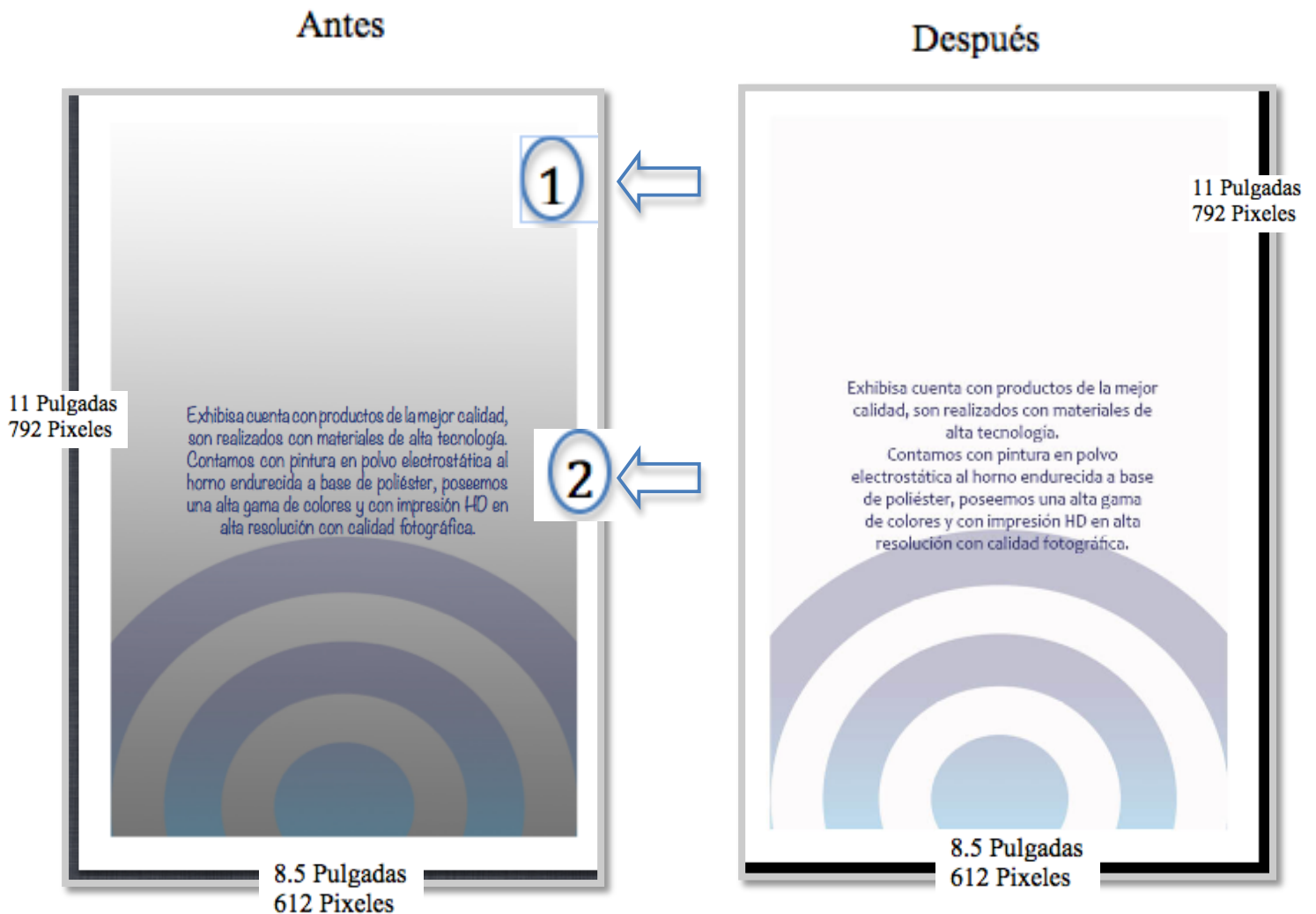
Después



**Interpretación:**

1. En la portada se eliminó el fondo en degradé gris y se le colocó fondo de color blanco.

## Atrás de la portada:



### **Interpretación:**

1. Atrás de la portada se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.

## Índice:

Antes

11 Pulgadas  
792 Pixeles

ÍNDICE	
Misión, visión y valores.....	pg 4
Exhibidor empaque económico y frutv fresco.....	pg 5
Muppie Cofino Stahl y mesa degustadora.....	pg 6
Exhibidores Colgate y L'oreal.....	pg 7
Exhibidores Valvoline y Mobil.....	pg 8
Exhibidores MonteCarlo y Gallo Light.....	pg 9
Exhibidores Marinela y Herdez.....	pg 10
Exhibidores Bimbo y Favors.....	pg 11
Exhibidor Multimareas y Stand para ferias.....	pg 12
Exhibidores 3M y Bosny.....	pg 13
Exhibidores del Monte, Duracell y Maxpower.....	pg 14
Escritorios.....	pg 15
Exhibidores 3M.....	pg 16
Exhibidores para librerías.....	pg 17

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

1  
2  
3

Después

11 Pulgadas  
792 Pixeles

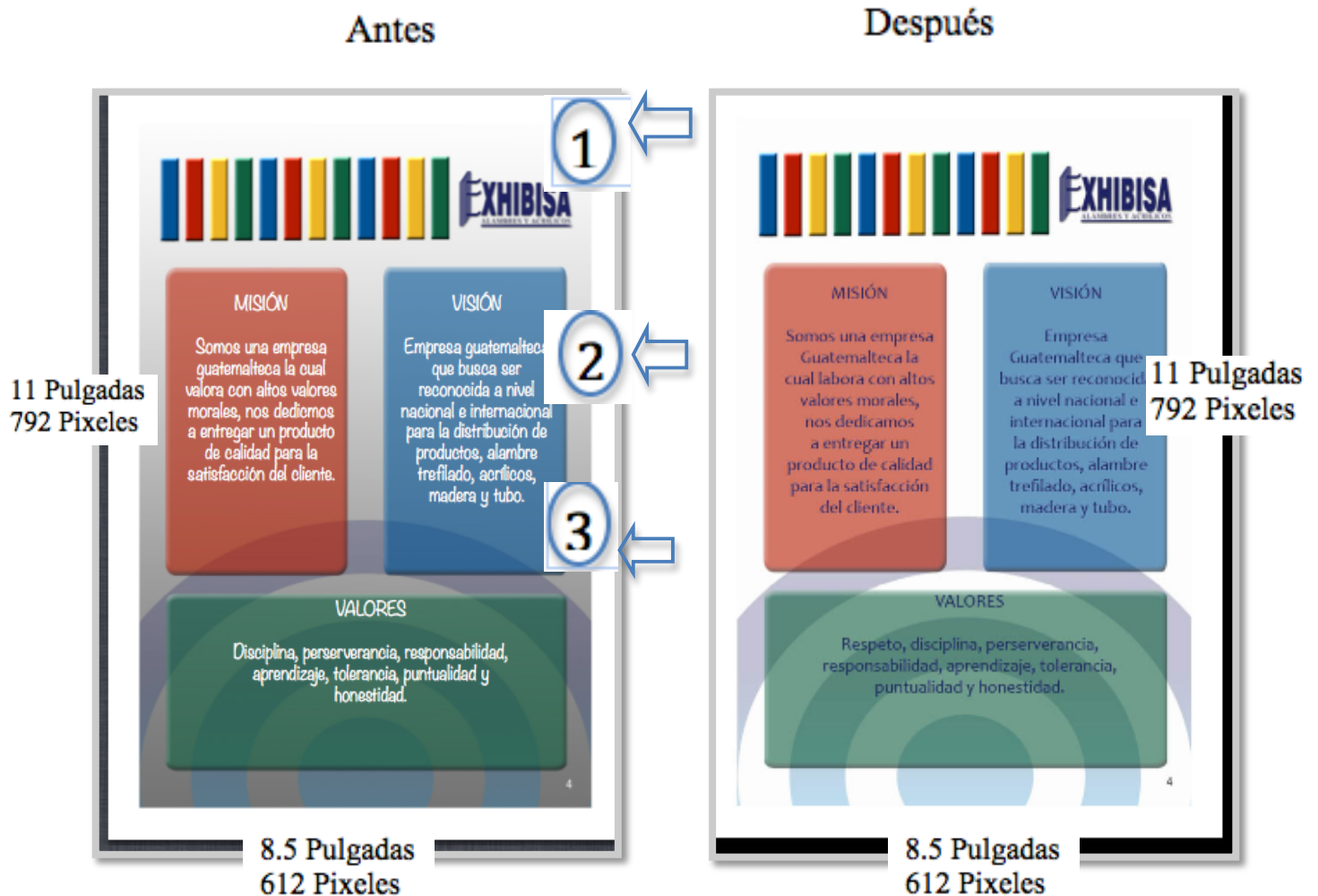
ÍNDICE	
Misión, visión y valores.....	pg 4
Exh 1 y Exh 2.....	pg 5
Mp 1 y Md 1.....	pg 6
Exh 3 y Exh 4.....	pg 7
Exh 5 y Exh 6.....	pg 8
Exh 7 y Exh 8.....	pg 9
Exh 9 y Exh 10.....	pg 10
Exh 11 y Exh 12.....	pg 11
Exh 13 y Snd 1.....	pg 12
Exh 14 y Exh 15.....	pg 13
Exh 16, Exh 17 y Exh 18.....	pg 14
Escritorios.....	pg 15
Exh 19 y Exh 20.....	pg 16
Exh 21 y Exh 22.....	pg 17

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

## Interpretación:

1. En el índice se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se realizó cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se reemplazaron los nombres de los exhibidores por códigos para ser identificados de mejor forma.

## Misión, Visión y valores:



### **Interpretación:**

1. En misión, visión y valores se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 5:**

**Antes**

**Después**

11 Pulgadas  
792 Pixeles

**EMPAQUE ECONÓMICO**  
AXIOLIN Sándwich Fabuloso AXIOLIN

**EXHIBIDOR EMPAQUE ECONÓMICO**  
Exhibidor tipo marco para colocarse en pared, fabricado en alambre trefilado de 6 mm.

**EXHIBIDOR FRUTY FRESCO**  
Exhibidor para pared tipo ganchera con 3 ganchos para colocación de productos.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

11 Pulgadas  
792 Pixeles

**EMPAQUE ECONÓMICO**  
AXIOLIN Sándwich Fabuloso AXIOLIN

**EXH 1**  
Exhibidor tipo marco para colocarse en pared, fabricado en alambre trefilado de 6 mm.

**EXH 2**  
Exhibidor para pared tipo ganchera con 3 ganchos para colocación de productos.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

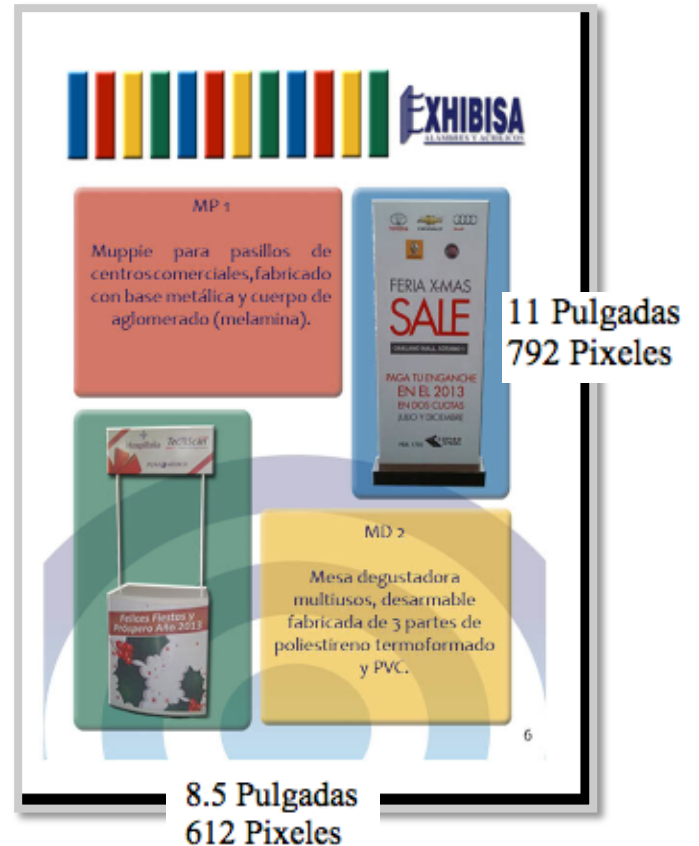
**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 6:**

**Antes**

**Después**



**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degradado gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.



## Página 7:

Antes

Después

11 Pulgadas  
792 Pixeles



8.5 Pulgadas  
612 Pixeles



11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

### Interpretación:

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 8:**

Antes

Después

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXHIBIDOR VALVOLINE  
Fabricado con tubo redondo de 7/8 pulgadas y entrepaños headers en lamina, con rodos en la parte inferior trasera.

EXHIBIDOR MOBIL  
Fabricado en tubo cuadrado de 3/4, forrado en lamina y entrepaños de varilla en alambre trefilado de 1/4.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

8

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXH 5  
Fabricado con tubo redondo de 7/8 pulgadas y entrepaños headers en lamina, con rodos en la parte inferior trasera.

EXH 6  
Fabricado en tubo cuadrado de 3/4, forrado en lamina y entrepaños de varilla en alambre trefilado de 1/4.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

8

**Interpretación:**

11. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
12. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
13. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 9:**

**Antes**

**Después**

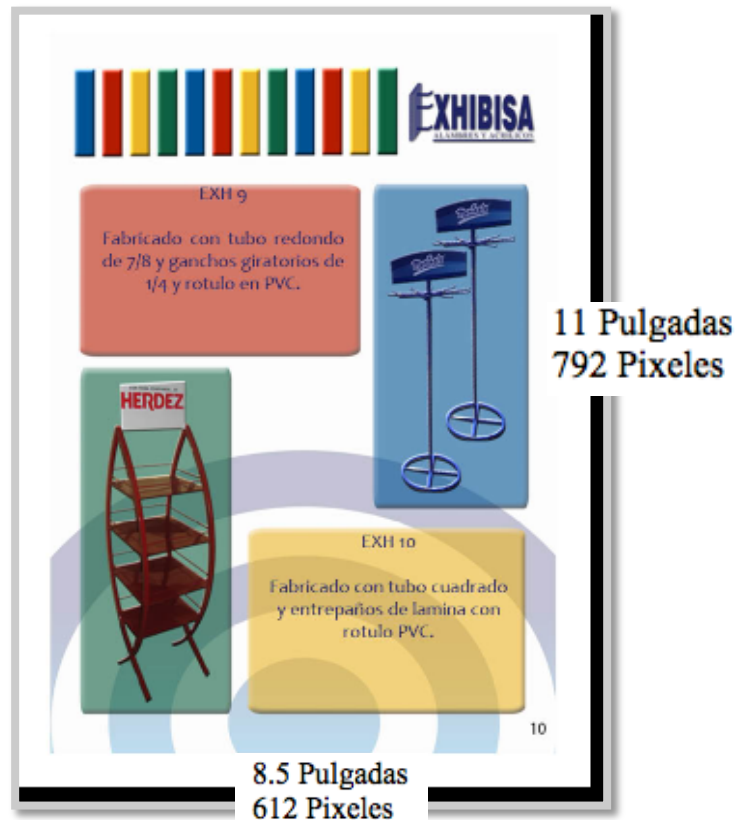


**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degradado gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

Antes

Después



**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 11:**

**Antes**

**Después**

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXHIBISA  
ALAMBRES Y PRODUCTOS

**EXHIBIDOR BIMBO  
(CHICLERO)**  
Fabricado en tubo de 3/4,  
entrepaños de alambre  
trefilado con carrileras de lamina, 4 rodos  
y laterales de PVC.

**EXHIBIDOR FAVORA  
(PRODUCTOS FAVORA)**  
Fabricado en MDF y respaldo  
en slatwall y rotulo PVC.

11

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXHIBISA  
ALAMBRES Y PRODUCTOS

**EXH 11**  
Fabricado en tubo de 3/4,  
entrepaños de alambre  
trefilado con carrileras de lamina, 4 rodos y laterales de  
PVC.

**EXH 12**  
Fabricado en MDF y  
respaldo en slatwall y  
rotulo PVC.

11

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 12:**

**Antes**

**Después**

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXHIBISA  
ALUMBRADO Y DECORACIÓN

**EXHIBIDOR MULTIMARCAS (PARA TIENDAS DE BARRIO)**  
Fabricado en tubo de 3/4, perilla de alambre treflado calibre 9 y 12 con corcheras en lamina desarmable.

**STAND PARA FERIAS DESARMABLE**  
Fabricado en tubo redondo de 7/8, respaldo de cartón piedra perforado y un mostrador de vidrio y aluminio con rotulos PVC.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

12

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXHIBISA  
ALUMBRADO Y DECORACIÓN

**EXH 13**  
Fabricado en tubo de 3/4, perilla de alambre treflado calibre 9 y 12 con corcheras en lamina desarmable.

**SND 1**  
Fabricado en tubo redondo de 7/8, respaldo de cartón piedra perforado y un mostrador de vidrio y aluminio con rotulos PVC.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

12

**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se realizó el cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 13:**

**Antes**

**Después**

11 Pulgadas  
792 Píxeles

EXHIBIDOR 3M  
Fabricado con tubo cuadrado de 3/4 entrepisos con alambre trellado, carrileras de lamina y ganchos en alambre trellado calibre 9.

EXHIBIDOR BOSNY  
(PINTURA EN AEROSOL)  
Fabricado en alambre trellado calibre 9 y 12.

EXH 15  
Fabricado en alambre trellado calibre 9 y 12.

8.5 Pulgadas  
612 Píxeles

11 Pulgadas  
792 Píxeles

EXH 14  
Fabricado con tubo cuadrado de 3/4 entrepisos con alambre trellado, carrileras de lamina y ganchos en alambre trellado calibre 9.

EXH 15  
Fabricado en alambre trellado calibre 9 y 12.

EXH 15  
Fabricado en alambre trellado calibre 9 y 12.

8.5 Pulgadas  
612 Píxeles

**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degradado gris y se le colocó el blanco.
2. Se realizó cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 14:**

**Antes**

**Después**

11 Pulgadas  
792 Pixeles

**EXHIBISIA**  
EXHIBITORES Y ROTULOS

**EXHIBIDOR DEL MONTE  
(PARA MOSTRADOR)**

Fabricado en tubo de 1/2 pulgada  
entrepaños de alambre trefilado  
con carrilera, rotulo en lamina y  
laterales en PVC.

**EXHIBIDOR  
DURACELL Y  
MAXPOWER**

Fabricado con tubo  
trefilado y rotulos de  
lamina calibre 9.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

14

11 Pulgadas  
792 Pixeles

**EXHIBISIA**  
EXHIBITORES Y ROTULOS

**EXH 16**

Fabricado en tubo de 1/2  
pulgada entrepaños de  
alambre trefilado con carrilera,  
rotulo en lamina y laterales en  
PVC.

**EXH 17  
EXH 18**

Fabricado con tubo  
trefilado y rotulos  
de lamina calibre 9.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

14

**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se realizó cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.



**Página 15:**

**Antes**

**Después**

11 Pulgadas  
792 Pixeles

ESCRITORIO

Escritorio fabricado en tubo cuadrado de 2x2 pulgadas y top de MDF. Metal color gris y madera color negro.

ESCRITORIO

Fabricado con top MDF en tubo cuadrado de 2x2 pulgadas.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

11 Pulgadas  
792 Pixeles

ESCRITORIO 1

Escritorio fabricado en tubo cuadrado de 2x2 pulgadas y top de MDF. Metal color gris y madera color negro.

ESCRITORIO 2

Fabricado con top MDF en tubo cuadrado de 2x2 pulgadas.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se realizó cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 16:**

**Antes**

**Después**

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXHIBIDOR 3M  
Exhibidor para alfombras

EXHIBIDOR 3M  
Exhibidor de PVC forrado en vinil con impresión de alta resolución con ganchos de perfoxel para la colocación de productos 3M.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

16

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXHIBIDOR 3M  
Exhibidor para alfombras

EXH 20  
Exhibidor de PVC torrado en vinil con impresión de alta resolución con ganchos de perfoxel para la colocación de productos 3M.

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

16

**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se hizo cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 17:**

**Antes**

**Después**

11 Pulgadas  
792 Pixeles



11 Pulgadas  
792 Pixeles

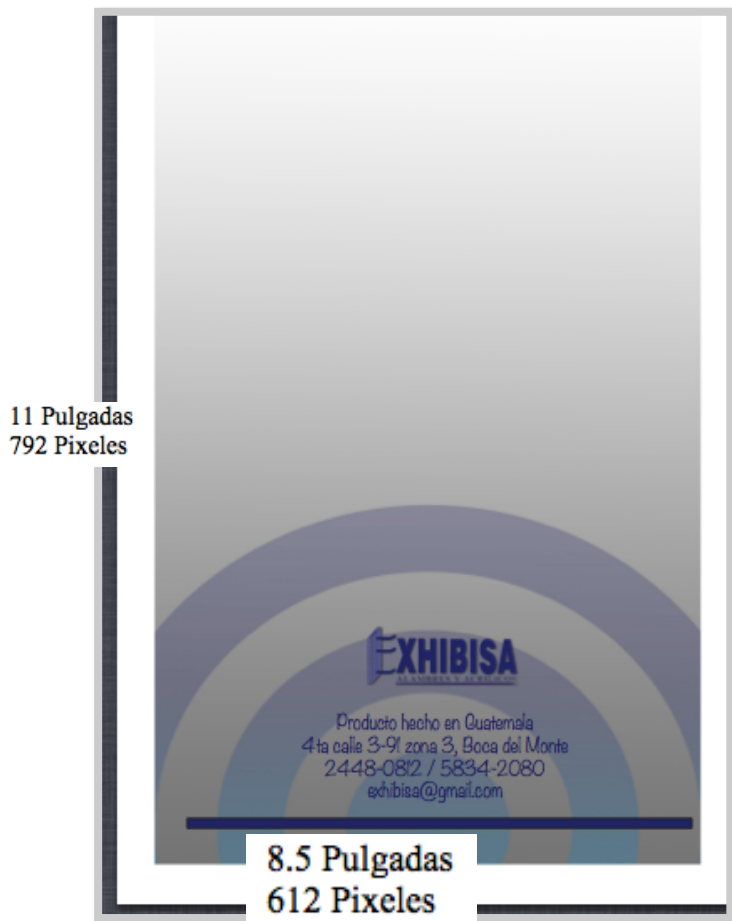


**Interpretación:**

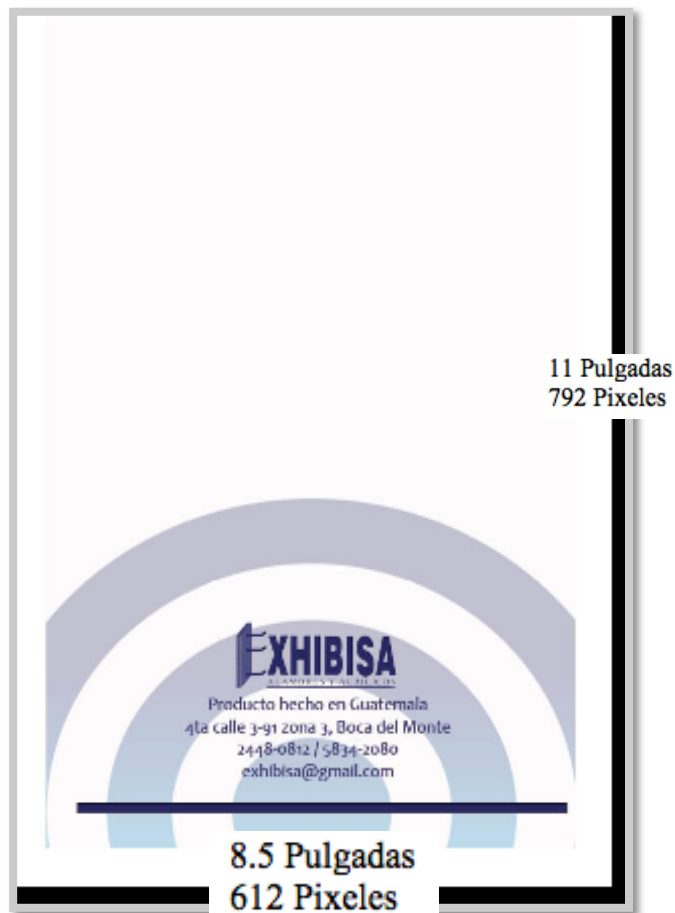
1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degradé gris y se le colocó el blanco.
2. Se realizó cambio la tipografía Noteworthy por Candara ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

**Página 18:**

**Antes**



**Después**



**Interpretación:**

1. En esta página del catálogo se eliminó el fondo en degrade gris y se le colocó el blanco.
2. Se realizó cambio la tipografía Noteworthy por Candara, ya que es más formal para el catálogo de productos.
3. Se cambió el color de la tipografía y los errores ortográficos.

# CAPÍTULO IX

## Propuesta gráfica final

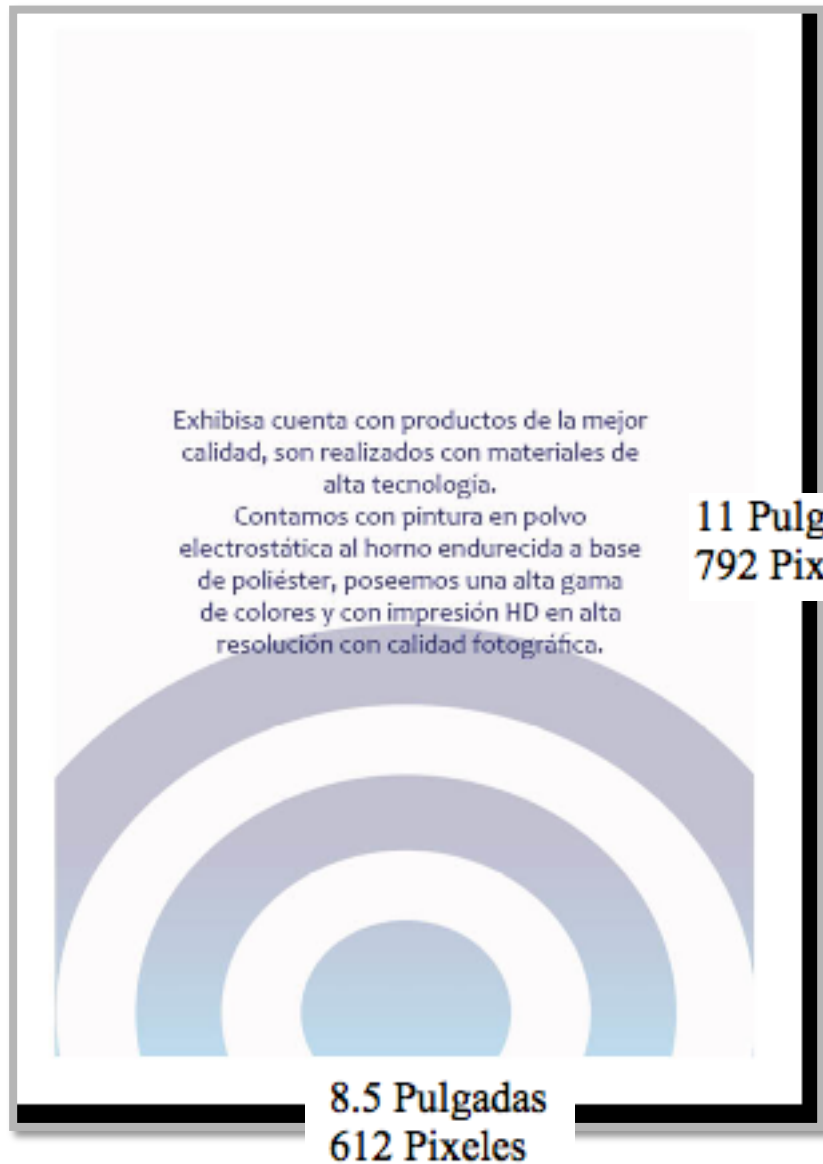
Portada:




11 Pulgadas  
792 Píxeles

8.5 Pulgadas  
612 Píxeles

Atrás de Portada:



Índice:



EXHIBISA  
EXHIBICIONES Y MUSEOS S.A.

ÍNDICE

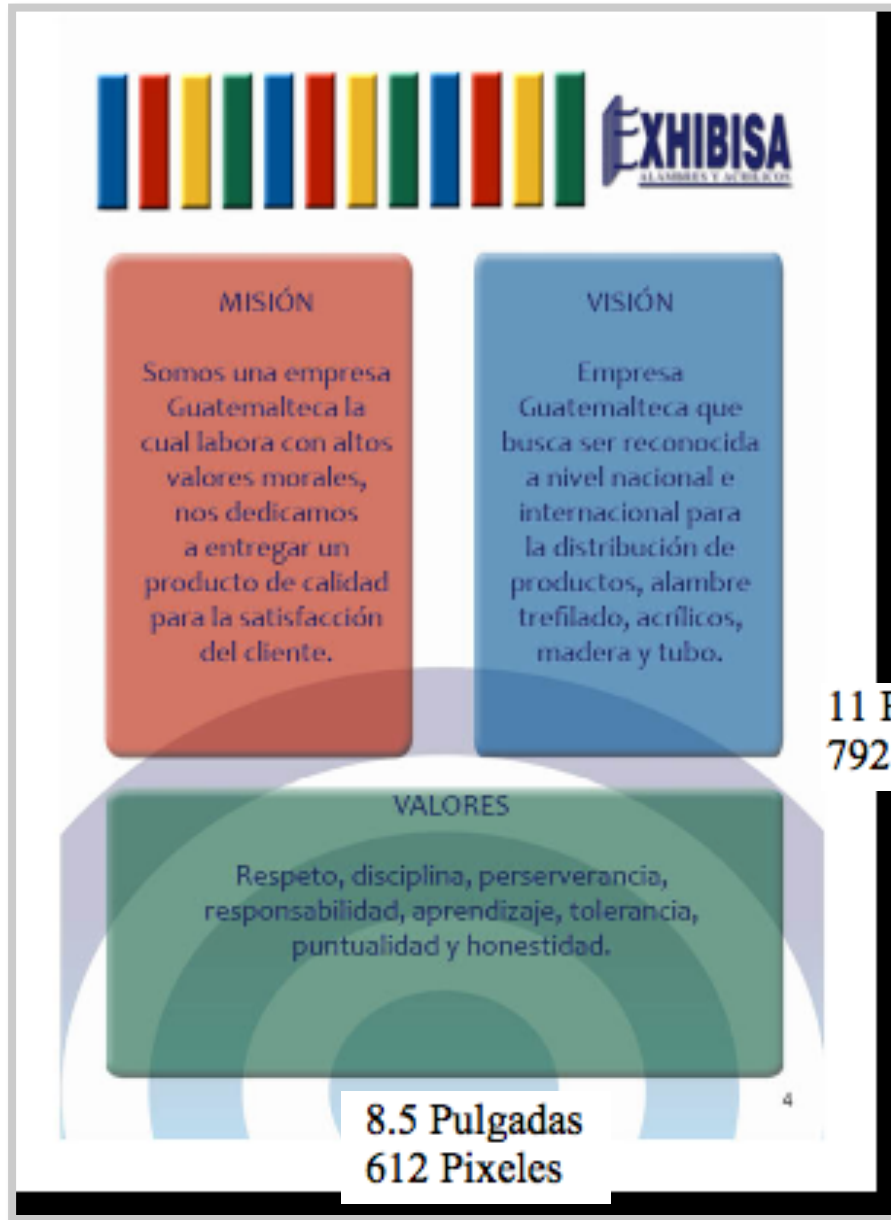
Misión, visión y valores.....	pg 4
Exh 1 y Exh 2.....	pg 5
Mp 1 y Md 1.....	pg 6
Exh 3 y Exh 4.....	pg 7
Exh 5 y Exh 6.....	pg 8
Exh 7 y Exh 8.....	pg 9
Exh 9 y Exh 10.....	pg 10
Exh 11 y Exh 12.....	pg 11
Exh 13 y Snd 1.....	pg 12
Exh 14 y Exh 15.....	pg 13
Exh 16, Exh 17 y Exh 18.....	pg 14
Escritorios.....	pg 15
Exh 19 y Exh 20.....	pg 16
Exh 21 y Exh 22.....	pg 17

3

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

11 Pulgadas  
792 Pixeles

Misión, visión y valores:







**EXHIBISA**  
ALAMBRES Y ACEROS

**EXH 1**  
Exhibidor tipo marco para colocarse en pared, fabricado en alambre trefilado de 6 mm.

**EXH 2**  
Exhibidor para pared tipo ganchera con 3 ganchos para colocación de productos.

5

**11 Pulgadas  
792 Pixeles**

**8.5 Pulgadas  
612 Pixeles**

**EXHIBISA**  
EXHIBICIONES Y BOLETINES

**MP 1**  
Muppie para pasillos de centros comerciales, fabricado con base metálica y cuerpo de aglomerado (melamina).

**MD 2**  
Mesa degustadora multiusos, desarmable fabricada de 3 partes de poliestireno termoformado y PVC.

11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

6



**EXHIBISA**  
ALAMBRES Y BOLSILLOS



**EXH 3**  
Exhibidor colgate para pasillo  
fabricado con tubo cuadrado de  
1 pulgada y entrepaños  
desmontables fabricados con  
alambre trefilado, lamina y  
laterales headers, cintillos y  
sócalos troquelados en PVC.

**11 Pulgadas  
792 Pixeles**



**EXH 4**  
Fabricado en tubo redondo  
de 1 pulgada entrepaños  
de lamina con laterales y  
headers en PVC.

**8.5 Pulgadas  
612 Pixeles**

7



**EXH 5**

Fabricado con tubo redondo de 7/8 pulgadas y entrepaños headers en lamina, con rodos en la parte inferior trasera.



**11 Pulgadas  
792 Pixeles**



**EXH 6**

Fabricado en tubo cuadrado de 3/4, forrado en lamina y entrepaños de varilla en alambre trefilado de 1/4.

8

**8.5 Pulgadas  
612 Pixeles**



**EXH 7**

Fabricado en tubo cuadrado de 1 pulgada y entrepaños con alambre trefilado, lamina, laterales headers, cintillos y sócalos en PVC.



**EXH 8**

Fabricado en tubo cuadrado de 3/4 con parrillas cuadradas y laterales, headers, cintillo y sócalos en PVC.



11 Pulgadas  
792 Pixeles

9

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

**EXHIBISA**  
ALAMBRES Y ACERILLOS

**EXH 9**  
Fabricado con tubo redondo de 7/8 y ganchos giratorios de 1/4 y rotulo en PVC.

**EXH 10**  
Fabricado con tubo cuadrado y entrepaños de lamina con rotulo PVC.

**11 Pulgadas**  
**792 Pixeles**

**8.5 Pulgadas**  
**612 Pixeles**

10



EXHIBISA  
ARMARIOS Y ALMACENES



EXH 11

Fabricado en tubo de 3/4,  
entrepaños de alambre  
trellado con carrileras de  
lamina, 4 rodos y laterales de  
PVC.

11 Pulgadas  
792 Pixeles



EXH 12

Fabricado en MDF y  
respaldo en slatwall y  
rotulo PVC.

11

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles



**EXHIBISA**  
EXHIBITORES Y MUEBLES

**EXH 13**

Fabricado en tubo de 3/4, patilla de alambre trellado calibre 9 y 12 con carreleras en lamina desarmable.



**11 Pulgadas**  
**792 Pixeles**

**SND 1**

Fabricado en tubo redondo de 7/8, respaldo de cartón piedra perforado y un mostrador de vidrio y aluminio con rotulos PVC.



12

**8.5 Pulgadas**  
**612 Pixeles**





**EXHIBISA**  
ALAMBRES Y SERVICIOS



**EXH 14**  
Fabricado con tubo cuadrado de 3/4" entrepaños con alambre trefilado, carrileras de lamina y ganchos en alambre trefilado calibre 9.

**11 Pulgadas  
792 Pixeles**



**EXH 15**  
Fabricado en alambre trefilado calibre 9 y 12.

**8.5 Pulgadas  
612 Pixeles**

13



**EXHIBISA**  
ALAMBRES Y PUBLICIDAD

**EXH 16**

Fabricado en tubo de 1/2 pulgada entrepaños de alambre trefilado con carrilera, rotulo en lamina y laterales en PVC.



**11 Pulgadas  
792 Pixeles**



**EXH 17  
EXH 18**

Fabricado con tubo trefilado y rotulos de lamina calibre 9

14

**8.5 Pulgadas  
612 Pixeles**



**EXHIBISA**  
ALUMBRADO Y AUDIOVISUAL



**ESCRITORIO 1**

Escritorio fabricado en tubo cuadrado de 2x2 pulgadas y top de MDF. Metal color gris y madera color negro.

**11 Pulgadas**  
**792 Pixeles**



**ESCRITORIO 2**

Fabricado con top MDF en tubo cuadrado de 2x2 pulgadas.

**8.5 Pulgadas**  
**612 Pixeles**

15



EXH 19  
Exhibidor para  
alfombras

11 Pulgadas  
792 Pixeles

EXH 20  
Exhibidor de PVC torrado en  
vinil con Impresión de alta  
resolución con ganchos de  
perforación para la colocación  
de productos 3M.



16

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles



EXH 21

Exhibidor para rollos adhesivos para forrar cuadernos.

11 Pulgadas  
792 Pixeles



EXH 22

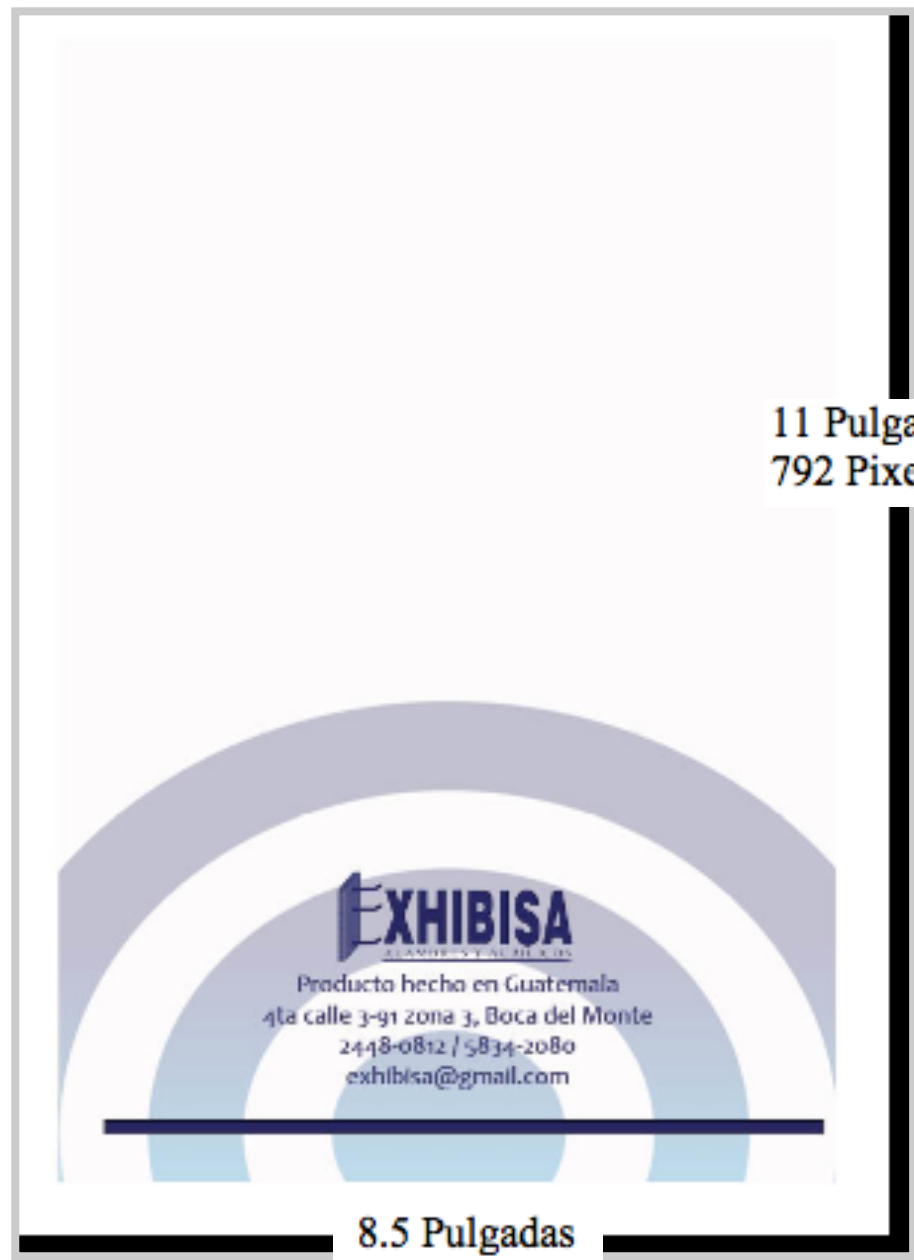
Exhibidor para hojas de cartulinas.



17

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

Página 18:



11 Pulgadas  
792 Pixeles

8.5 Pulgadas  
612 Pixeles

# CAPÍTULO X

## Producción, reproducción y distribución

Para lograr que el proyecto de catálogo de productos impreso y digital cumpla su función, es necesario implementar y dar a conocer al grupo objetivo al que va dirigido.

### 10.1 Plan de costos de elaboración

El proyecto consiste en elaborar un catálogo impreso y digital para la empresa de exhibidores Exhibisa, para estimar el tiempo de elaboración del catálogo de productos fue necesario contemplar algunos puntos:

- Recopilación de información teórica para la elaboración del catálogo. Tiempo empleado: 3 semanas
- Proceso de diseño y propuesta preliminar en el que se realizaron los bocetos. Tiempo Empleado: 4 semanas
- Total de semanas trabajadas: 7 semanas
- Total días trabajados 35 días
- Horas trabajadas por día: 5 horas
- Total de horas trabajadas en las 7 semanas: 175 horas
- Valor de hora Q. 25.00
- $175 \times 25 = 4,375.00$
- El total de la elaboración del catálogo de productos para la empresa Exhibisa asciende a: **Q. 4,375.00**

## 10.2 Plan de costos de producción

Digitalización de los bocetos y presentación del catálogo de productos finalizado en este proceso. Esta etapa consistió en la validación de la propuesta:

- Tiempo empleado: 4 semanas
- Total de días trabajados: 20
- Horas de trabajo: 100 horas ( 5 horas diarias)
- Valor de hora Q. 25.00
- $100 \times 25 = 2,500.00$
- El costo total de producción del catálogo de productos para la empresa Exhibisa asciende a: **Q. 2,500.00**

## 10.3 Plan de costos de reproducción

El proyecto es material digital e impreso, en digital no habría costos.

Se imprimirán 10 catálogos tamaño doble carta de 9 hojas, full color, en papel couché doblado y grapado, y tendrá un costo de **Q. 1,170.00**.



#### 10.4 Plan de costos de distribución

No habrá gastos de distribución, ya que el catálogo de productos se encontrará en oficinas centrales.

#### 10.5 Cuadro con resumen general de costos

Plan de costos de elaboración	Q. 4375.00
Plan de costos de producción	Q. 2,500.00
Plan de costos de reproducción	Q. 1,170.00
Total	<b>Q. 8,045.00</b>

# CAPÍTULO XI

## Conclusiones y recomendaciones

### 11.1 Conclusiones

- Se logró diseñar un catálogo impreso y digital para dar a conocer los exhibidores de diferentes materiales a clientes reales y potenciales.
- Se logró recopilar información acerca de la empresa Exhibisa y los materiales e investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos, para utilizarlos como referencia en el desarrollo del proyecto.
- Se diagramó el contenido del catálogo impreso y digital mediante los criterios de la jerarquización, para que los clientes reales y potenciales observaran orden en el mensaje.
- Se fotografiaron los exhibidores y se integraron en el catálogo para que se aprecien visualmente.

## 11.2 Recomendaciones

- Se recomendó promover el catálogo para que los empresarios visualicen los diferentes estilos de exhibidores.
- Distribuir el catálogo de productos a todos los clientes de la empresa y al público en general, para dar a conocer los productos que la empresa fabrica.
- Enviar por correo electrónico el catálogo de productos digital a todos los clientes de la empresa periódicamente.
- Investigar constantemente acerca de las nuevas tendencias de publicidad, ya que el mundo de la comunicación está en constante cambio.
- Utilizar el catálogo de productos para concretar futuras ventas con los clientes potenciales.

## CAPÍTULO XII

### Conocimiento general

Los conocimientos adquiridos en los cuatro años de la Licenciatura de Comunicación y Diseño Gráfico es demostrar cómo se relacionan cada uno de los cursos del pensum con el desarrollo del proyecto de graduación.

#### 1er Ciclo (primer año)

##### ➤ Comunicación I

En este curso se conoció el proceso de interacción social humana entre interlocutores que transmiten mensajes por medio de un canal. Se implemento en este proyecto para poder hablar con el cliente, expertos y con el grupo objetivo.

##### ➤ Matemática Básica

En este curso nos enseñaron sobre ecuaciones y lograr establecer una lógica de pensamiento matemático para poder efectuar planes de costos y presupuestos para utilizarlos en nuestra carrera, la matemática básica fue utilizada en este proyecto para poder realizar el plan de costos en el capítulo X.

➤ Fundamentos para el diseño

Este curso nos ayudo a aplicar los conocimientos y habilidades en la realización de cada diseño de este proyecto, cuenta con un proceso de creación visual con un propósito, los antecedentes del diseño y comunicación visual ayudan para desarrollar el proceso de diseño sobre el carácter practico, teórico y conceptual para comunicarlo.

➤ Historia del arte y Diseño

En este curso aprendimos del arte antiguo, esto nos ayudo a decidir que tendencia íbamos a utilizar en el proyecto final de graduación.

➤ Software I

En este curso nos enseñaron como utilizar photoshop, las cosas básicas que podíamos hacer, esto se implemento en este proyecto ya que para diseñar tenemos que utilizar photoshop.

➤ Visualización Gráfica I

En este curso se baso en el conocimiento y concepto de los que es perspectiva y como implantarla en figuras básicas de tal manera para irlas uniendo, esta clase nos ayudo a la realización de bocetos de propuesta de diseño.

## 2do Ciclo

### ➤ Lógica

Fue un curso muy interesante ya que fue en base a practicas de ejercicios mentales, razonamiento lógico para incrementar los niveles de abstracción, simbolización y generalización del conocimiento.

### ➤ Historia del Diseño Gráfico

Consiste en concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales.

### ➤ Comunicación II

Trato de los géneros periodísticos que son una forma literaria que se emplea para contar situaciones de actualidad a través de un medio, poseen noticias, artículos, fotografías y otras que son herramientas de información.

### ➤ Diseño visual y composición

En el diseño visual lo primero que debe elegir son todos los elementos que aparecerán en el, luego se distribuyen para colocarlos con el espacio disponible.

➤ Software II

Software nos brinda un conocimiento de herramientas avanzadas del programa Ilustrador, uso de filtros, efectos, capas y para implementar bien los colores.

➤ Visualización gráfica II

Fueron cuatro cátedras, se basó en la práctica de trazos elementales que son el principio de una expresión gráfica para comunicar ideas a través de técnicas a base de bocetaje. El dibujo a mano alzada que fortalece la habilidad en la mano.

3er Ciclo

➤ Estadística Descriptiva

Se interpretaron gráficas, tablas en todos los aspectos que la vida representa, a realizar problemas con razonamiento a sacar cantidades mediante gráficas y tablas.

➤ Historia de Guatemala

La historia de Guatemala fue muy interesante ya que con este curso aprendimos más del país en donde vivimos, fue utilizado en este proyecto para realizar la magnitud.

➤ Diseño Publicitario

El diseño publicitario nos sirvió para poder realizar este proyecto ya que las mayorías de tesis le hacen publicidad a las empresas en donde están trabajando y en todos lados siempre se encuentra una publicidad.

➤ Comunicación III

En este curso aprendimos sobre la comunicación persuasiva y como aplicarla a materiales empresariales y publicitarios, nos ayudo a persuadir al grupo objetivo.

➤ Software III

Este curso nos otorgó el conocimiento de PhotoShop para utilizar muy bien las herramientas con el uso de capas, cortar, dar sombras entre otras.

#### 4to Ciclo

➤ Psicología del consumidor

La comunicación en la psicología ayuda a comprender nuestro entorno, además de saber los estados de ánimos de nosotros y posteriormente de los que se encuentran a nuestro alrededor.



➤ Diseño Editorial

Este curso nos ayudo a diagramar y distribuir imágenes, ilustraciones y textos sobre un espacio, se implemento en el proyecto para bocetar las propuestas y para que fuese de manera ordenada.

5to Ciclo (Segundo año)

➤ Fotografía Básica

Este curso aprendimos a como utilizar una cámara profesional y los ángulos en los cuales realizar una fotografía preciosa, en este proyecto de graduación fue utilizado para fotografias los productos que fabrica Exhibisa.

➤ Psicología de la comunicación

La comunicación esta basada en la interacción humana en la que se intercambian mensajes, formas o presentaciones para hacer entender una realidad.

6to ciclo

➤ Planeación estratégica Aplicada

En este curso aprendimos que es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos u objetivos.

➤ Fotografía Digital

Consiste en la obtención de imágenes mediante una cámara.

➤ Semiología del Discurso

Nos dio un conocimiento sobre como manifestar ideas a través de los signos para transmitir un mensaje por medio de palabras coherentes y lógicas.

➤ Diseño Interactivo

Nos enseñó las nuevas tendencias en el diseño, se trabajaron propuestas publicitarias, creativas y modernas.

7to Ciclo

➤ Lenguaje y Gramática

Nos enseñaron a no tener faltas ortográficas, y esto nos ayuda en este proyecto para entregar una tesis sin errores ortográficos.

➤ Semiología de la imagen

Interpreta los signos y los símbolos a través de la imagen para implementarlos en el diseño y transmitir de la mejor manera el mensaje.

➤ Fundamentos de Reingeniería

Este curso no enseñó que hay que realizar un rediseño radical y la concepción fundamental de los procesos, esto nos ayuda a la hora de realizar los cambios del proyecto de graduación.

## 8vo Ciclo

### ➤ Creatividad I

Conocimientos sobre procesos y técnicas para facilitar las ideas y pensamientos creativos, esto se aplico a la hora del tema para el proyecto de graduación.

### ➤ Administración de la calidad total

Se aplicaron herramientas para lograr el reto de la calidad internacional de un producto o servicio, se utilizo en el proyecto para resaltar las propuestas.

### ➤ Interpretación de Textos

Conocimiento sobre como estructurar un mensaje de manera clara y ordenada para que el lector pueda interpretarlo de manera corta.

## 9no ciclo (Tercer año)

### ➤ Creatividad II

Técnicas para facilitar el proceso de crear nuevas ideas.

### ➤ Comunicación Corporativa

Dio el conocimiento de cómo funciona la identidad y la imagen corporativa.

➤ Análisis Final

Aporta conocimientos básicos sobre la psicología y el control personal , con el fin de preparar al estudiante para analizar y estar consiente de sus actos.

➤ Diseño Grafico I

Este curso nos dio el conocimiento de cómo comunicarse por medio visual, para transmitir un mensaje deseado al observador. También abarco el área de cómo se realiza un catálogo

➤ Administración para el diseño

Se demostró recopilar la información y elaboración del proyecto.

10mo ciclo

➤ Creatividad III

Se puso en practica los conocimientos de técnicas para facilitar el proceso de crear nuevas ideas, trabajando logotipos y campañas.

➤ Diseño Grafico II

Se comunica por medio visual para transmitir un mensaje deseado al observador.

➤ Comercio internacional

Tramites legales y requisitos del país para poder realizar importaciones o exportaciones de bienes.

➤ Gestión del diseño

Fue un conocimiento para la creación de marcas con cualidades que satisfacen a los consumidores y como crear una imagen estratégica.

➤ Comunicación intercultural

Es la importancia de la comunicación dentro de la sociedad.

➤ Sociología

La sociología ayudo a comprender el comportamiento de individuos en el momento de encontrarse en grupos social, como la cultura ha ido evolucionando y cada grupo tiene características singulares.

11er ciclo

➤ Fundamentos de Derecho

Como se rigen las leyes del país con el fin de evitar de que se haga algo ilegal por no tener conocimiento de las leyes.

➤ Globalización

Nos dio el conocimiento mundial, en el proyecto para crear un material para la distribución al grupo objetivo.

➤ Comunicación y Poder

Este curso nos ayudo a como aplicar el liderazgo, la opinión publica, la comunicación persuasiva y las relaciones publicas para lograr obtener poder sobre una idea y poder alcanzar los objetivos.

➤ Manejo de campañas publicitarias

Este curso proporciono una visión general sobre el manejo de campañas publicitarias de una manera estratégica.

➤ Creatividad IV

Se utilizó para poner en practicas las herramientas anteriormente aprendidas para estimular la creatividad y plasmar ideas por medio de imágenes y textos.

12do ciclo

➤ Diseño Gráfico IV

Se pusieron en practica para los fundamentos del diseño grafico, anteriormente vistos para aplicarlo a la comunicación multimedia.

➤ Técnicas de investigación

Otorgó conocimiento de los métodos de investigación que existen sobre el método científico de cómo evaluarlo cualitativa y cuantitativamente y como validarlo.

Esto se utilizó para investigaciones científicas de forma cuantitativa y cualitativa para obtener datos para la realización de tesis.

➤ Comunicación Social

Se conocieron factores sociales que influyen para transmitir un mensaje a un grupo de personas específicas de manera correcta.

➤ Deontología

Se conoció sobre las normas de la deontológica en la comunicación de gran importancia como la ética y la moral en todos los profesionales.

➤ Taller I

Se practican los géneros periodísticos.

13er ciclo ( cuarto año)

➤ Análisis de Contenido

Se realizó la capacidad para realizar análisis de textos a profundidad y para poder comprender lo que el autor está tratando de transmitir.

➤ Proyectos I

Expresamos nuestras ideas y pensamientos por medio del boceto.

➤ Practica Supervisada I

Asesora a una empresa para la elaboración del proyecto practica supervisada realizada en la empresa Exhibisa.

14to ciclo

➤ Investigación de Mercados

Es un curso que permite al estudiante conocer un proceso sistemático y objetivo para el desarrollo y suministró de información para el proceso de toma de decisiones.

➤ Proyectos II

Conocimiento básico sobre el programa Adobe After Effects, la cual sirve para realizar diseños animados.

➤ Practica Supervisada II

Se diseño para guiar al proyecto de graduación, para lograr definir el tema sobre el que vamos a trabajar.



## 15to ciclo

### ➤ Mercadeo

Herramientas básicas para un buen mercadeo, esto nos ayudo en este proyecto para identificar nuestro grupo objetivo

### ➤ Tesis I

Nos ayuda con el proyecto de graduación, se aplicaron todos los conocimientos adquiridos en los 4 años, nos ayuda a redactar el marco teórico.

## 16to ciclo

### ➤ Mercadeo Total

Se conforma por todos lo consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto.

### ➤ Mercadeo en el punto de venta

Este curso es donde el estudiante contribuye a una interpretación mercadológica para el manejo de los productos en el puto de venta.

### ➤ Tesis II

Este curso es el último trimestre en donde se entrega el proyecto de graduación completo.

# CAPÍTULO XIII

## Referencias

### 13.1 Referencia de documentos físicos

- Bello, E. O. (s.f.). Comunicación Social.
- C., R. A. (2000). Marketing Enfoque América Latina. México: McGraw Hill.
- Eduardo López, C. P. (s.f.). Logos, Identidad, Brand.
- Franz, B. (1944). La psicología como ciencia. Paris: Montaigne.
- Gertsman, M. y. (s.f.). El empaque visionario.
- Guzmán, I. P. (n.d.). Sociología Segunda Edición. Guatemala: McGraw Hill.
- Lobach, B. (s.f.). Diseño Industrial.
- Manari, B. (1976). Diseño y Comunicación visual. Gustavo Gili.
- Manuel Vélez, A. G. (s.f.). El diseño grafico.
- Muñoz, R. (s.f.). Comunicación y Marketing. Madrid: UDIMA.
- Muñoz, D. R. (n.d.). Manual de estadísticas.
- Netdisseny. (s.f.). Diseño. Castellón, España: Clapissa. Pasquali, A. (1963). Comunicación y cultura de masa. Paul, C. (s.f.). Semiótica para principiantes.
- Pérez, D. S. (1981). Introducción a la Economía. Guatemala. Rice, P. (1997). Desarrollo Humano. Prentice Hall.
- Uteha. (1980). Historia del arte . México: Unión tipográfica.

### 13.2 Referencias de documentos electrónicos

- abc, d. (n.d.). definición de sociología. From definición ABC: [www.definicionabc.com](http://www.definicionabc.com), consultado el 15 de agosto 2013.
- Arte digital. (n.d.). From Arte Lista: [www.artelista.com](http://www.artelista.com) Consultado el 15 de agosto 2013
- Arte Final . (s.f.). Obtenido de Glosario Gráfico: [www.glosariografico.com/artefinal](http://www.glosariografico.com/artefinal) consultado el 24 de agosto 2013
- Berrio, A. G. (s.f.). Retórica como ciencia. Obtenido de Rua: [www.rua.ua.es](http://www.rua.ua.es) Consultado el 15 de junio 2013
- Concepto de Historia. (s.f.). Obtenido de Hispanidad: [www.hispanidad.info](http://www.hispanidad.info) consultado el 15 de agosto 2013
- Consultas psicológicas . (n.d.). From Psicólogos en línea: [psicologosenlinea.net](http://psicologosenlinea.net) consultado el 27 de agosto 2013
- Coseriu, E. (s.f.). Introducción a la Lingüística. Obtenido de Textos en línea: [www.textosenlinea.com.ar](http://www.textosenlinea.com.ar)
- Costa, J. (s.f.). Imagen Corporativa. Consultado el 21 de agosto 2013
- cDemografía. (s.f.). Obtenido de dxsp: [dxsp.sergas.es](http://dxsp.sergas.es)
- Diseño. (s.f.). Obtenido de Definición: [definicion.de](http://definicion.de)
- Doctissimo. (n.d.). From nutrición Doctissimo: [nutricion.doctissimo.es](http://nutricion.doctissimo.es) consultado el 2 agosto 2013
- Introducción a la Gestión del color. (s.f.). Obtenido de Lacie: [www.lacie.com](http://www.lacie.com) consultado el 12 de septiembre 2013

- Jara, P. p. (2009). Área de lenguaje y comunicación. Obtenido de la verdadera magnitud: [laverdaderamagnitud.files.wordpress.com](http://laverdaderamagnitud.files.wordpress.com) consultado el 12 de septiembre 2013
- Muñoz, R. (2004 й ил 28-septiembre). Artes Culinarias. Retrieved 2013 й ил 8-junio from Artes Culinarias: [www.artesculinarias.org](http://www.artesculinarias.org) consultado el 8 de junio 2013
- Rojas, Á. S. (s.f.). Permisos. Obtenido de Catarina: [catarina.udlap.mx](http://catarina.udlap.mx)
- Saloma, M. (s.f.). Técnicas del bocetaje. Obtenido de astraph: [www.astraph.com](http://www.astraph.com)
- Toro, A. D. (n.d.). Requisitos. From [infor.uva.es](http://infor.uva.es): [www.infor.uva.es](http://www.infor.uva.es) consultado el 8 de junio 2013

# CAPÍTULO XIV

## Anexos

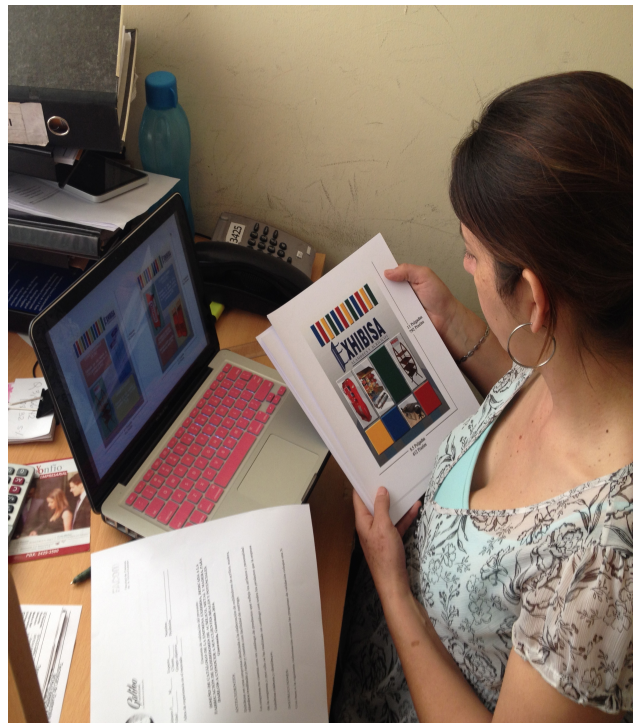
Personas Encuestadas.

- Clientes

Ing. Eduardo Schwartz



Licda en admin. Yolanda de Schwartz



- Expertos:

Nancy Juárez  
Diseñadora Gráfica



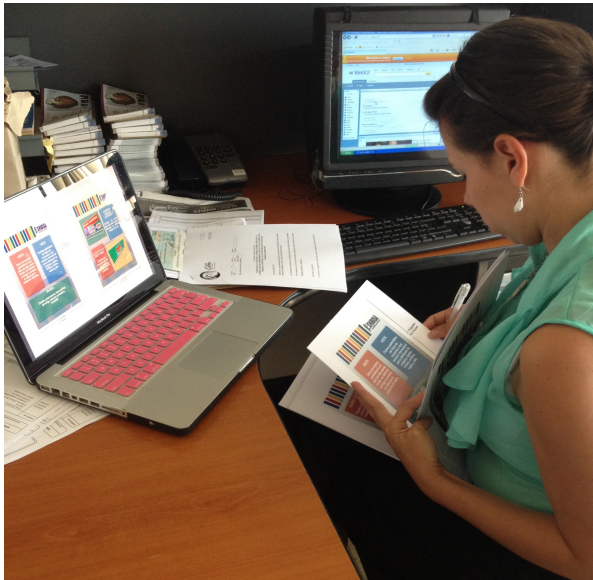
Sergio Valenzuela  
Artista



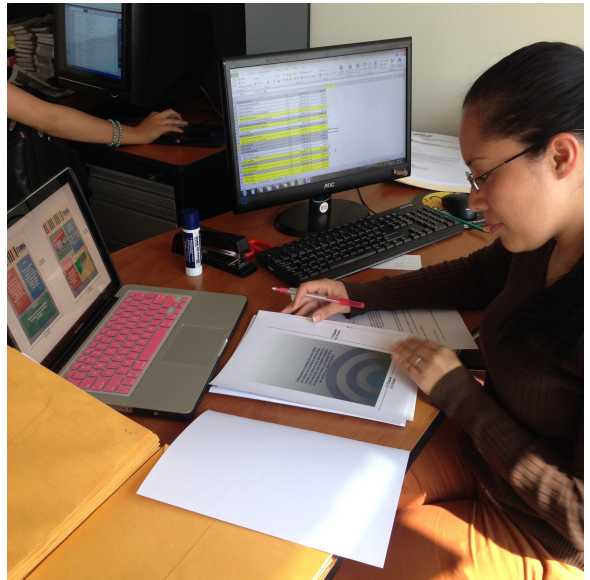
Marlon Borrayo  
Publicista



- Grupo Objetivo
  - Kevin Escobar = Analista
  - Marta Ruiz = Compras
  - Juan Carlos Álvarez = Comerciante
  - Gloria García = Secretaria bilingüe
  - Isabel Ramírez = Asesora de Ventas
  - Eddy Aguilar = Bachillerato en ciencias y letras
  - Jossi Molina = Comerciante
  - Marvin Ortiz = Perito Contador
  - Eduardo Meyen = Gerente de Ventas
  - Karina Solórzano = Licda. en Admin.
  - Paola de Estrada = Secretaria
  - Yendi López = Coordinadora Visita medica
  - Andrea Torres = Visita Medica
  - Carlos Leiva Tobar = Administrador de empresas/mercadeo
  - Diego Padilla Luna = Diseño Gráfico
  - Gerardo Miralles = Ingeniero Industrial
  - Juan Argueta = Vendedor
  - Matías Mendoza = Capacitador
  - José Carlos Silva = Lic. Ciencias de la comunicación
  - Cesar Caté = Administrador
  - Guillermo del Valle = TradeMarketing operativo
  - Alex Mérida = Administrador
  - Rudy A. Mendoza = Bachillerato en CCLL
  - Byron Alay = Administrador
  - Alejandra Menéndez = Compras Nacionales



Andrea Torres = Visita Medica



Yendi López = Coordinadora Visita medica

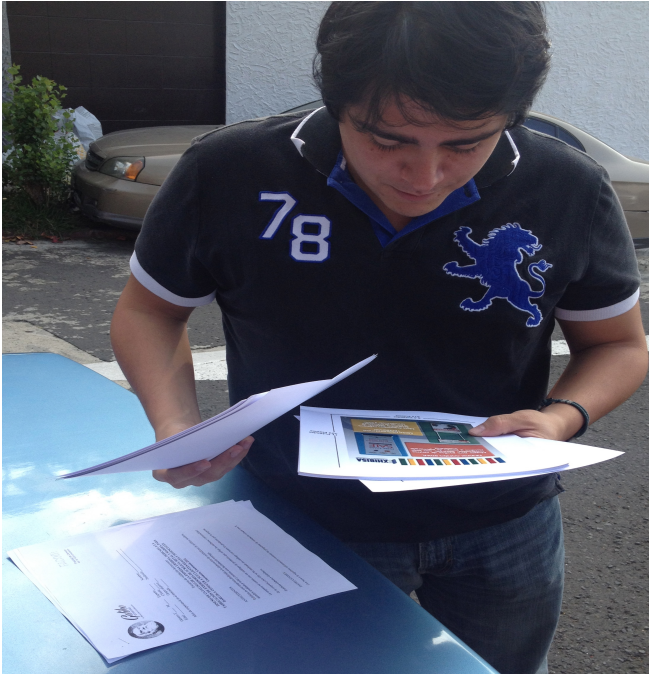


Paola de Estrada = Secretaria



Karina Solórzano = Licda. en Admin.





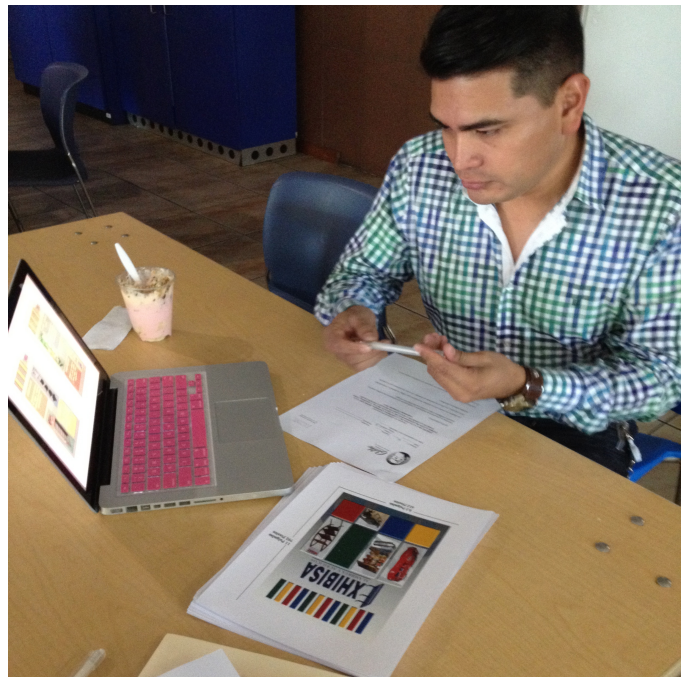
Diego Padilla Luna = Diseño Gráfico



Gerardo Miralles = Ingeniero Industrial



Marvin Ortiz = Perito Contador



Matías Mendoza = Capacitador



Guillermo del Valle = TradeMarketing



José Carlos Silva = Lic. Ciencias de la comunicación



Eddy Aguilar = Bachillerato



Byron Alay = Administrador en ciencias y letras



Rudy A. Mendoza = Bachillerato en CCLL



Eduardo Meyen = Gerente de Ventas



Cesar Caté = Administrador



Juan Argueta = Vendedor



Jossi Molina = Comerciante



Isabel Ramírez = Asesora de Ventas



Juan Carlos Álvarez = Comerciante



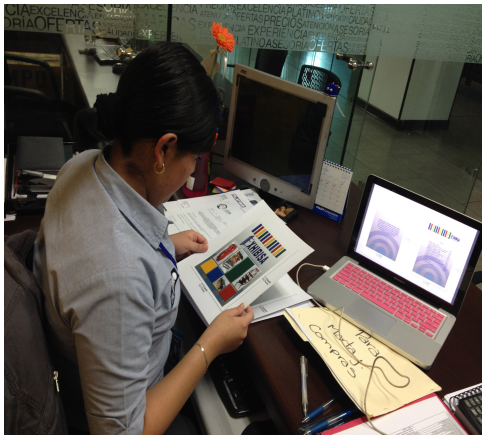
Gloria García = Secretaria bilingüe



Alex Mérida = Administrador



Kevin Escobar = Analista



Alejandra Menéndez = Compras Nacionales



Marta Ruiz = Compras

Carlos Leiva Tobar =  
Administrador de empresas/mercadeo



Cotización # 1  
(Lito Express)



Guatemala 13 de Marzo del 2014

Señorita:  
Keith Schwartz  
Presente

Es un gusto para nosotros saludarle y desearle éxitos en sus actividades cotidianas,  
Tenemos el agrado de presentarle la siguiente cotización; como a continuación se detalla:

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
10	Catalogos tamaño doble carta de 9 hojas full color en papel couche doblado y engrapado		Q1,170.00

**OBSERVACIONES IMPORTANTES:**

Forma de Pago: 50% De Anticipo, 50% Contra Entrega.

Tiempo de entrega: 6 días después de aprobado el diseño

- El cliente acepta una variación de un 5% en cantidades y colores a imprimir.
- Todos nuestros precios ya incluyen IVA.
- Todo trabajo autorizado por el cliente no tiene cambios ni devolución.
- Para todo trabajo se requiere la firma de autorizado por el cliente.

**NOTA:** Cotización Valida por los siguientes 05 días,

\_\_\_\_\_  
Persona que Autoriza

\_\_\_\_\_  
Firma de Autorizado

Cotización # 2  
(Platino)



CENTRO DE COPIADO

6 Avenida 7-45 zona 9

PBX: (502) 2410-9696

Fax: (502) 2334-3013

Email: [centrodecopiado@platino.com.gt](mailto:centrodecopiado@platino.com.gt)

COTIZACIÓN: 15/03/2014

Nombre: Sala Detalle  
Dirección: 6 avenida 7-45 zona 9  
Vendedor: ARACELY YOC

Nombre C/F  
Nit: C/F  
Teléfono: 24109695  
Correo: [centrodecopiado@platino.com.gt](mailto:centrodecopiado@platino.com.gt)

SKU	Cantidad	Descripción	Precio Unidad	Precio Total
51976	180	IMPRESIÓN CARTA COUCHE A COLOR	Q5.95	Q1,071.00
TOTAL				<hr/> Q1,071.00

Total en Letras: MIL CIENTO SETENTA Y UNO

ARACELY YOC  
Asesor Centro de Copiado  
ESPERAMOS QUE VUELVA!!!

**PRECIO VALIDO POR 72 HORAS**

DESPACHO A DOMICILIO DE Q. 100.00 EN ADELANTE EN EL PERIMETRO DE LA CIUDAD

[CENTRODECOPIADO@PLATINO.COM.GT](mailto:CENTRODECOPIADO@PLATINO.COM.GT)

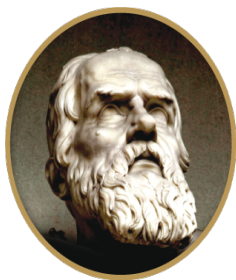
Cotización # 3

(Last Minute)



Cantidad	Descripcion	unidad	Total
10	Catalogos impresos en papel couche, full color con finalizado tamaño Carta.	Q 150.00	Q 1,500.00
		Total	Q 1,500.00





Género F \_\_\_\_ M \_\_\_\_ Experto \_\_\_\_ Nombre: \_\_\_\_\_  
Edad \_\_\_\_ Cliente \_\_\_\_ Profesión \_\_\_\_\_  
Grupo objetivo \_\_\_\_  
Años de experiencia en el mercado \_\_\_\_\_

Encuesta de validación del proyecto  
**DISEÑO DE CATÁLOGO DE LA EMPRESA EXHIBISA, DEDICADA A LA  
FABRICACIÓN DE EXHIBIDORES DE ACRÍLICO, METAL Y MADERA, PARA  
DARLOS A CONOCER A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES.  
Guatemala, Guatemala 2014.**

ANTECEDENTES

Exhibisa es una empresa dedicada a la elaboración de exhibidores de acrílico, madera, alambre trefilado y tubo y cuenta con facilidad de entrega.

La empresa no cuenta con un catálogo de productos que refleje los atributos y personalidad de la empresa y por ello se ha realizado un catálogo con todos los productos que la empresa Exhibisa elabora y distribuye.

INSTRUCCIONES:

Con base a la siguiente información conteste las preguntas de validación coloque una X.

Parte objetiva:

1. ¿Considera importante el diseñar un catálogo impreso y digital para empresa Exhibisa, dedicada a la fabricación de exhibidores de acrílico, metal y madera para darlos a conocer a sus clientes reales y potenciales?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

2. ¿Considera necesario investigar acerca de la elaboración y producción de catálogos para utilizarlos como referencias en el desarrollo de este proyecto?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

3. ¿Considera importante diagramar el contenido del catálogo impreso y digital, mediante criterios de jerarquización para que los clientes reales y potenciales observen orden en e mensaje?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

4. ¿Considera importante fotografiar los productos e integrarlos al catálogo para que se aprecien visualmente los exhibidores?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

## PARTE SEMIOLÓGICA

5. ¿Cree usted que es importante el color en un catálogo?

Apropiado \_\_\_\_\_

Poco apropiado \_\_\_\_\_

Nada apropiado \_\_\_\_\_

6. ¿Considera que la tipografía en el catálogo de producto es legible?

Apropiado \_\_\_\_\_

Poco apropiado \_\_\_\_\_

Nada apropiado \_\_\_\_\_

7. ¿Cree que un catálogo de productos tenga que estar bien diagramado?

Apropiado \_\_\_\_\_

Poco apropiado \_\_\_\_\_

Nada apropiado \_\_\_\_\_

PARTE OPERATIVA

8. ¿Cree que el catálogo para una empresa es importante para dar a conocer mejor sus productos?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Que le falta \_\_\_\_\_

9. ¿Considera que el contenido del catálogo de productos es:

Muy ordenado \_\_\_\_\_

Poco ordenado \_\_\_\_\_

Nada ordenado \_\_\_\_\_

10. ¿Considera que las ilustraciones del catálogo de productos son:

Muy adecuadas \_\_\_\_\_

Poco adecuadas \_\_\_\_\_

Nada adecuadas \_\_\_\_\_

Observaciones.

---

---

---

Muchas gracias por su tiempo.

### Tabulación

<b>Pregunta 1</b>		Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

<b>Pregunta 2</b>		Porcentaje
Si	29	90%
No	1	10%
Total	30	100%

<b>Pregunta 3</b>		Porcentaje
Si	28	80%
No	2	20%
Total	30	100%

<b>Pregunta 4</b>		Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

<b>Pregunta 5</b>		Porcentaje
Adecuada	29	90%
Poco adecuada	1	10%
Nada adecuada	0	0%
Total	30	100%

<b>Pregunta 6</b>		Porcentaje
Adecuada	9	10%
Poco adecuada	21	90%
Nada adecuada	0	0%
Total	30	100%

<b>Pregunta 7</b>		Porcentaje
Adecuada	29	10%
Poco adecuada	1	90%
Nada adecuada	0	0%
Total	30	100%

<b>Pregunta 8</b>		Porcentaje
Si	30	100%
No	0	0%
Total	30	100%

<b>Pregunta 9</b>		Porcentaje
Muy ordenada	24	90%
Poco ordenada	6	10%
Nada ordenada	0	0%
Total	30	100%

<b>Pregunta 10</b>		Porcentaje
Muy ordenada	26	90%
Poco ordenada	4	10%
Nada ordenada	0	0%
Total	30	100%