



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.

Guatemala, Guatemala 2024.

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**Diseño de un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.**

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A

#### **ELABORADO POR:**

Catherine Mishell Rivas Castellanos

Carné: 10002947

Para optar al título de:

### **LICENCIATURA DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, 2024

# PROYECTO DE GRADUACIÓN

Diseño de un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.

Guatemala, Guatemala, 2024.

Catherine Mishell Rivas Castellanos

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Mayo 2024

## **Autoridades**

### **Rector**

Dr. Suger Cofiño

### **Vicerrectora General**

Dra. Mayra de Ramirez

### **Vicerector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

### **Secretario General**

Lic. Jorge Retolaza

### **Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer Kachler

### **Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo Anzuetto M. Sc.

Guatemala 12 de abril de 2017

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 UN MODELO DE REVISTA DIGITAL PARA PRESENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS INMOBILIARIOS DE LA EMPRESA TRANSAC S.A.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Catherine Mishell Gil Castellanos  
10002947



Ms.C. Rualdo Anzueto  
Asesor



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 12 de mayo de 2017

Señorita:  
Catherine Mishell Gil Castellanos  
Presente

Estimada Señorita Gil:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN MODELO DE REVISTA DIGITAL PARA PRESENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS INMOBILIARIOS DE LA EMPRESA TRANSAC S.A.** Así mismo, se aprueba a Ms. C. Rualdo Anzueto como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 06 de junio de 2023

**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 UN MODELO DE REVISTA DIGITAL PARA PRESENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS INMOBILIARIOS DE LA EMPRESA TRANSAC S.A.** Presentado por la estudiante: Catherine Mishell Rivas Castellanos, con número de carné: 10002947, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Ms.C. Rualdo Anzueto**  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 25 de agosto de 2023

Señorita  
Catherine Mishell Gil Castellanos  
Presente

Estimada Señorita Gil:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

---

Ciudad de Guatemala, 23 de febrero de 2024.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

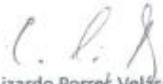
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE UN MODELO DE REVISTA DIGITAL PARA PRESENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS INMOBILIARIOS DE LA EMPRESA TRANSAC S.A.**, de la estudiante Catherine Mishell Rivas 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, 3 de mayo de 2024

**Señorita:**  
**Catherine Mishell Gil Castellanos**  
**Presente**

Estimada Señorita Gil:

De acuerdo al dictamen rendido por la tema examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MODELO DE REVISTA DIGITAL PARA PRESENTAR A LOS CLIENTES REALES Y POTENCIALES LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS INMOBILIARIOS DE LA EMPRESA TRANSAC S.A. GUATEMALA, GUATEMALA 2024**. Presentado por la estudiante: Catherine Mishell Gil 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**

## **Dedicatoria**

Primero que nada, a Dios, por darme la vida, una familia y amigos que no me han dejado conformarme con lo que tengo.

A mi familia, que siempre me apoyó en todo momento a pesar de las adversidades.

A mis amigos, en especial a los que me ayudaron al final de este camino para poder culminar esta etapa.

A mis catedráticos, que con dedicación y esfuerzo me dieron las herramientas necesarias para poder desempeñar mi carrera.

Por último, quiero dedicarle a mi madre que me estuvo insistiendo que terminara el último paso para poder graduarme, a mi padre que me ayudo en los últimos retoques de la tesis y a mi hermano por ayudarme en las tomas del video.

## **Resumen**

Se creó un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.

Se investigo acerca de las últimas tendencias de revistas digitales relacionadas con la venta, compra y alquiler de bienes inmuebles, para desarrollar el diseño de la revista.

Se recopiló información acerca de los productos y servicios que promueve la empresa, para determinar el contenido de la revista informativa digital.

Se fotografió los diferentes productos inmobiliarios para ilustrar el contenido digital de la empresa y por último diagramar las imágenes, espacios e información necesarios para optimizar contenido, color, tipografía e imágenes de la revista informativa digital de la empresa TRANSAC S.A.

Para efectos legales únicamente la autora, CATHERINE MISHHELL RIVAS CASTELLANOS, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

# Índice

## **CAPITULO I:**

|     |                   |   |
|-----|-------------------|---|
| 1.1 | Introducción..... | 8 |
|-----|-------------------|---|

## **CAPITULO II: Problemática**

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 2.1     | Contexto.....                               | 10 |
| 2.2     | Requerimiento de comunicación y diseño..... | 11 |
| 2.3     | Justificación.....                          | 11 |
| 2.3.1   | Magnitud.....                               | 11 |
| 2.3.1.1 | Gráfica de Magnitud.....                    | 12 |
| 2.3.2   | Vulnerabilidad.....                         | 13 |
| 2.3.3   | Trascendencia.....                          | 13 |
| 2.3.4   | Factibilidad.....                           | 13 |
| 2.3.4.1 | Recursos Humanos.....                       | 13 |
| 2.3.4.2 | Recursos Organizacionales.....              | 14 |
| 2.3.4.3 | Recursos Económicos.....                    | 14 |
| 2.3.4.4 | Recursos Tecnológicos.....                  | 14 |

## **CAPITULO III: Objetivos del Problema**

|     |                            |    |
|-----|----------------------------|----|
| 3.1 | Objetivo General.....      | 16 |
| 3.2 | Objetivos Específicos..... | 16 |
| 3.3 | Objetivos Específicos..... | 16 |

## **CAPITULO IV: Marco Teórico**

|     |                       |    |
|-----|-----------------------|----|
| 4.1 | Objetivo General..... | 18 |
|-----|-----------------------|----|

## **CAPITULO V: Definición del grupo objetivo**

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 5.1 Perfil geográfico.....   | 24 |
| 5.2 Perfil demográfico.....  | 24 |
| 5.3 Perfil Psicográfico..... | 24 |
| 5.4 Perfil conductual.....   | 25 |

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

|   |    |
|---|----|
| 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....      | 27 |
| 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño..... | 32 |
| 6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....                     | 43 |

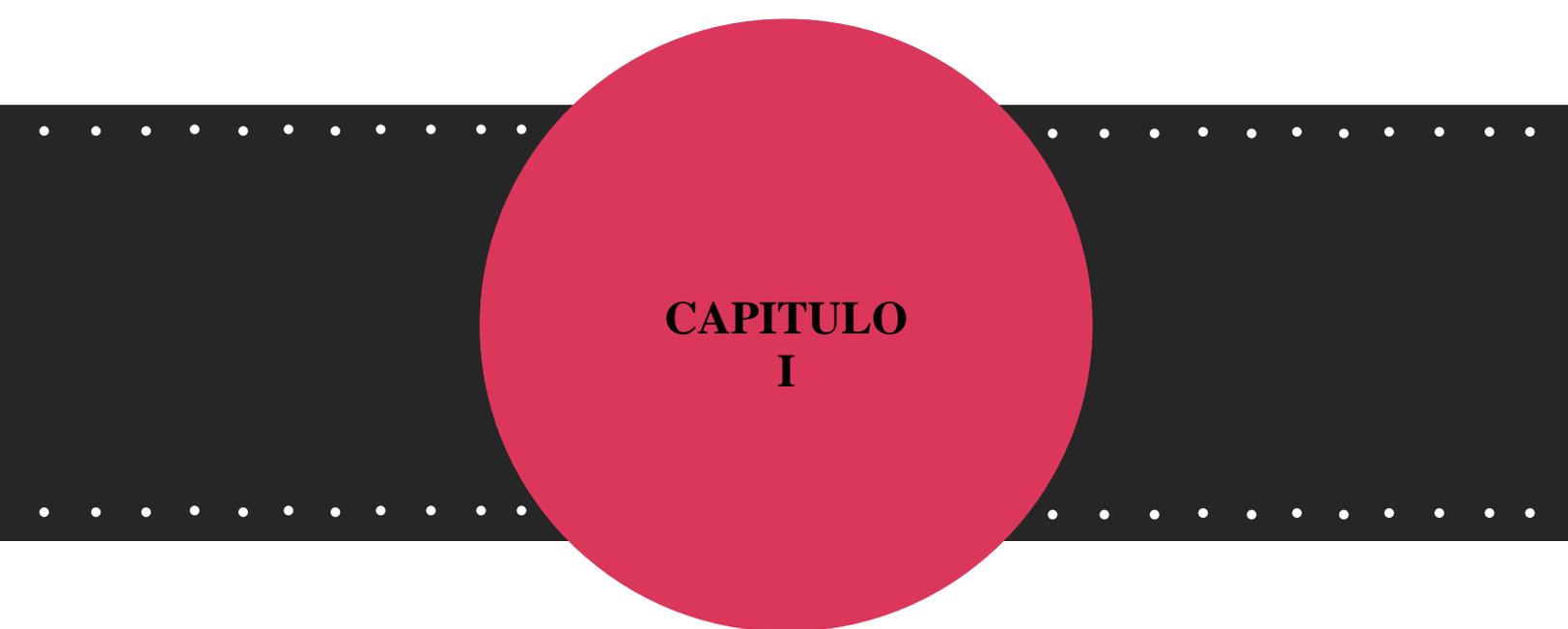
## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

|  |    |
|--|----|
| 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico..... | 51 |
| 7.2 Conceptualización.....   | 54 |
| 7.3 Bocataje.....  | 59 |
| 7.4 Propuesta Preliminar.....                                      | 64 |

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

|  |    |
|--|----|
| 8.1 Población y muestreo.....                      | 68 |
| 8.2. Método e Instrumentos.....                    | 69 |
| 8.3 Resultados e Interpretación de Resultados..... | 73 |

|  |     |
|--|-----|
| 8.4 Cambios en base a resultados.....                      | 79  |
| <b>Capítulo IX</b>   |     |
| 9. Propuesta grafica final.....                            | 99  |
| <b>Capítulo X: Producción, reproducción y distribución</b> |     |
| 10.1 Plan de costos de elaboración.....                    | 135 |
| 10.2 Plan de costos de producción.....                     | 135 |
| 10.3 Plan de costos de distribución.....                   | 136 |
| 10.4 Cuadro resumen.....                                   | 136 |
| <b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones</b>         |     |
| 11.1 Conclusiones.....                                     | 138 |
| 11.2 Recomendaciones.....                                  | 138 |
| <b>Capítulo XIII</b>                                       |     |
| Términos de diseño.....                                    | 140 |
| <b>Capítulo XIII</b>                                       |     |
| Referencias.....   | 143 |
| <b>Capítulo XIV</b>  |     |
| Anexos.....  | 145 |



**CAPITULO  
I**

# Capítulo I

## 1.1 Introducción

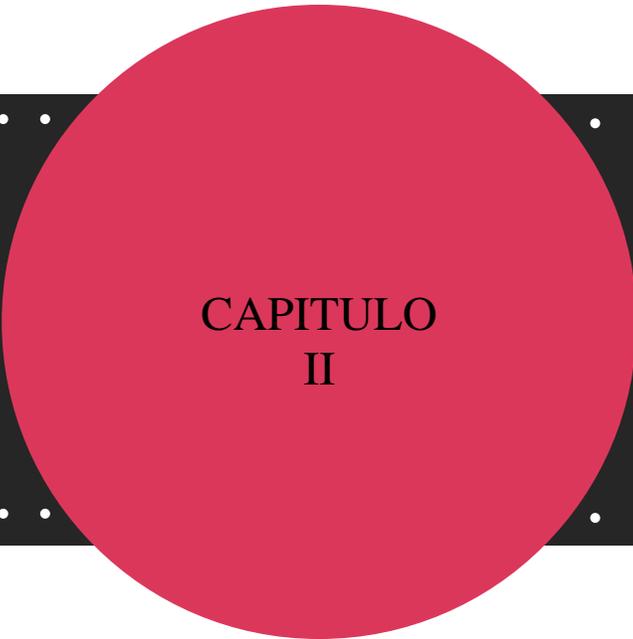
A la Empresa TRANSAC S.A. se le realizará una revista digital de todos los proyectos que llevan realizados hasta ahora, que informe a todos sus clientes reales y potenciales sobre ellos, generando así más interés de parte de los clientes hacia todos los productos de calidad, excelencia y exclusividad que presenta la empresa.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo:

Diseño de un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.

Diseñar un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.

- Se realizó una herramienta de validación para conocer la opinión del grupo objetivo, conformado por dos personas de la junta directiva, la gerente de ventas y el asistente de ventas del cliente y tres expertos en las áreas de comunicación, diseño gráfico, diseño editorial y diseño web, con años de experiencia en el área que respaldan su trabajo. El resultado obtenido fue el diseño de un modelo de revista digital en el que informará a los clientes reales y potenciales sobre los proyectos que han realizado en la empresa TRANSAC S.A. Se recomendó que al incorporar nuevos proyectos siempre se adjunten al link de la revista para que siempre se vaya actualizando la Revista y en caso de agregar un nuevo contenido al modelo de revista digital, respetar la diagramación de la información e imágenes mediante la aplicación adecuada de tipografía, color y composición.

A large, solid red circle is centered on the page, overlapping a horizontal black band. The black band contains two parallel rows of small white dots, one above and one below the circle.

CAPITULO  
II

## Capítulo II

### 2. Problemática

TRANSAC S.A es una empresa inmobiliaria que se dedica al alquiler de apartamentos, casas y venta de proyectos. Se detectó que la empresa no cuenta con un modelo de revista informática digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios con los que cuenta, por lo que se llegó a la conclusión que es de suma importancia realizar este modelo de revista informativa digital.

#### 2.1 Contexto

TRANSAC S.A es una empresa dedicada al alquiler de apartamentos, casas y venta de proyectos, en toda Guatemala. Con más de cuarenta años de trayectoria en el mercado. Su enfoque general es que sus clientes conserven la buena imagen que siempre han proyectado.

La empresa se encarga de todas las ventas y alquileres de Inversiones Inmobiliarias (INSA). El objetivo de la empresa es ofrecer servicios inmobiliarios, alquiler y venta de casas como de apartamentos para personas de un nivel socioeconómico A y B. Su misión es darle el mejor servicio posible, desde comodidad, instalaciones en buen estado y un ambiente agradable.

TRANSAC S.A se encuentra ubicada en la avenida reforma 15-54 zona 9 primer nivel edificio Reforma Obelisco. Luego de tener la primera reunión con el Licenciado Alex Toreyo se identificó que no se cuenta con un modelo de revista digital que informe a los clientes reales y potenciales de los servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A que tienen disponibles.

## **2.2 Requerimiento de comunicación y diseño**

La empresa TRANSAC S.A no cuenta con un modelo de revista informática digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa.

## **2.3 Justificación**

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador-comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: magnitud; trascendencia; vulnerabilidad y factibilidad.

### **2.3.1 Magnitud**

Según los datos proporcionados por TRANSAC S.A de su última investigación de mercados, el proyecto se llevará a cabo en la República de Guatemala, en la que habitan aproximadamente 16 millones de guatemaltecos. En la ciudad Capital de Guatemala se encuentran 4.5 millones de personas, donde la Empresa TRANSAC S.A alquila 4 diferentes edificios de los cuales se encuentra: El Avenida, Reforma Obelisco, Lomas de San Isidro, que son los más grandes, tienen 1 proyecto en venta por los que sus clientes potenciales podrán ir aumentando mes con mes.

2.3.1.1 Gráfica de Magnitud



### ***2.3.2 Vulnerabilidad***

Al no poseer una revista informativa digital de todos los proyectos que han realizado a lo largo de su trayectoria, se ve la necesidad de crear una, ya que sus clientes potenciales cada vez son más jóvenes adultos. Al no tener revista informativa digital, Transac genera poco interés en sus clientes por ver las nuevas instalaciones de los proyectos que se están realizando.

Comparativamente no se han dado a conocer en el mercado inmobiliario tal y como lo hace la competencia, a pesar de que son una empresa con una larga trayectoria.

### ***2.3.3 Trascendencia***

Con la intervención del modelo de revista informativa digital, la problemática puede disminuir, ya que se llegará a 3,500 clientes reales y 1,200 clientes potenciales en promedio. La empresa TRANSAC S.A tiene productos inmobiliarios nuevos, y otros que ya posee en su base de datos.

Se les hará ver que mientras más tecnología utilice, la empresa tendrá más clientes potenciales en sus proyectos.

### ***2.3.4 Factibilidad***

Este proyecto sí es factible, ya que se cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos para realizar el modelo de revista informativa digital.

#### ***2.3.4.1 Recursos Humanos***

Transac posee desde las áreas administrativas hasta las áreas de publicidad y ventas con los conocimientos, capacidad y habilidades necesarias para el manejo de los recursos.

Esto abre la posibilidad de realizar la revista informativa digital de la empresa TRANSAC S.A.

#### **2.3.4.2 Recursos Organizacionales**

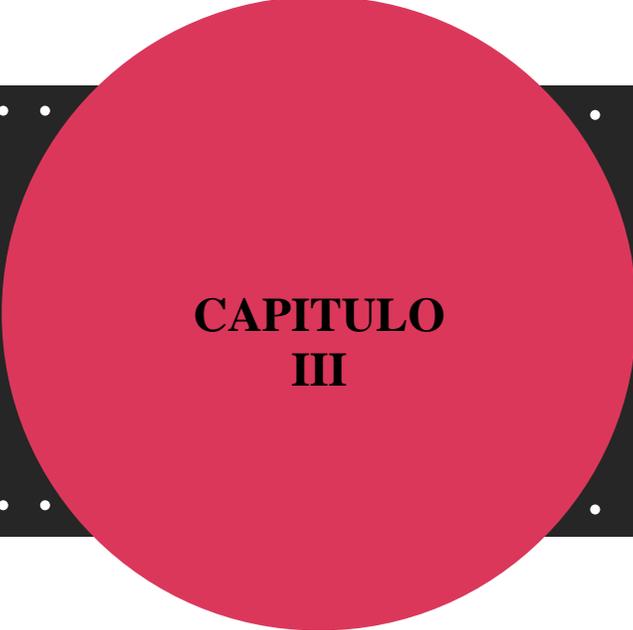
La empresa TRANSAC S.A autoriza a su personal que brinde toda la información que se solicite para realizar este proyecto de comunicación y diseño gráfico.

#### **2.3.4.3 Recursos Económicos**

La empresa cuenta con los recursos necesarios para la realización del proyecto.

#### **2.3.4.4 Recursos Tecnológicos**

Se cuenta con una computadora con los programas necesarios para elaborar y producir el proyecto de graduación ya que cuenta con la licencia de Adobe para el uso de los programas necesarios de diseño, así como el acceso ilimitado a internet para la búsqueda de nuevos proyectos de la empresa para realización del módulo de revista informativa.

A large, solid red circle is centered on the page, overlapping a black horizontal band. The text 'CAPITULO III' is centered within this circle.

**CAPITULO  
III**

## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo general:**

Diseñar un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.

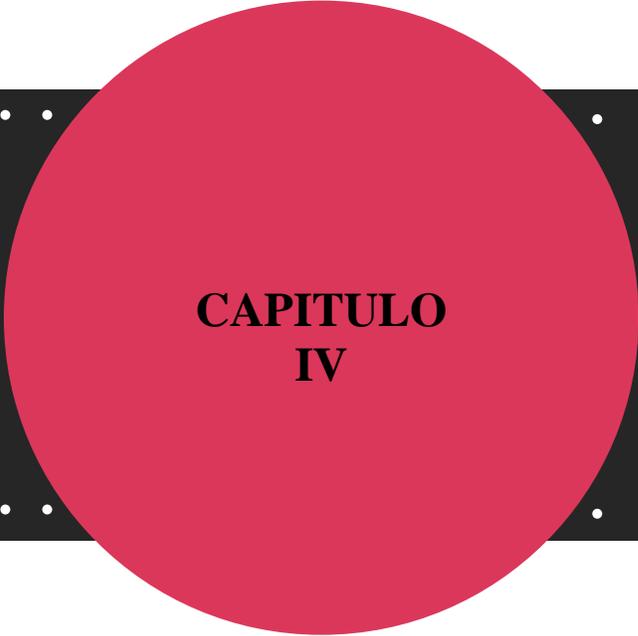
### **3.2 Objetivos específicos:**

**3.2.1** Investigar acerca de las últimas tendencias de revistas digitales relacionadas con la venta, compra y alquiler de bienes inmuebles, para desarrollar el diseño de la revista TRANSAC S.A.

**3.2.2** Recopilar información acerca de los productos y servicios que promueve la empresa TRANSAC S.A para determinar el contenido de la revista informativa digital.

**3.2.3** Fotografiar los diferentes productos inmobiliarios para ilustrar el contenido digital de la empresa TRANSAC S.A que se incluirán en la revista informativa digital.

**3.2.4** Diagramar las imágenes, espacios e información necesarios para optimizar contenido, color, tipografía e imágenes de la revista informativa digital de la empresa TRANSAC S.A

A large, solid red circle is centered on the page, overlapping a horizontal black band. The black band contains a series of small white dots, resembling a film strip or perforated edge.

**CAPITULO  
IV**

## Capítulo IV: Marco Teórico

### 4.1. Información general del cliente:

#### 4.1.1 Brief

**4.1.1.2 Nombre del Cliente:** TRANSAC S.A

**4.1.1.3 Dirección:** Av 15-54 zona 9 Edificio Reforma Obelisco primer nivel

**4.1.1.4 Web:** www.transac.com

**4.1.1.5 Contacto:** 2223-1000

**4.1.1.6 Antecedentes:** Tiene 33 años de experiencia y más de 17 proyectos exitosamente terminados y puntualmente entregados, con la características prometidas.

Dichos proyectos son testimonios fehacientes de la responsabilidad de Transac y la confiabilidad que sus proyectos merecen. “Viavistana”, “Verdever”, “Casa Rialto”, “Casa Alta”, Villa Mayor”, “botánica” , Quinta bella Sur, Quinta Vella norte, Residenza, Avenida 3, Posadas Mirador, estas son las más recientes muestras que evidencian la funcionalidad, belleza y magníficos acabados, que por su experiencia Transac ha logrado imprimirle a sus proyectos.

Sin embargo queremos destacar a usted que nuestros compradores son todos personas honorables que adquieren su apartamento en un altísimo porcentaje para vivir en el, lo que garantiza una futura comunidad, de un grupo homogéneo de personas afines y de similares costumbres.

En ese orden no acostumbrados el canje de apartamentos por servicios y productos de nuestros proveedores, pues podríamos perder la adecuada selección de nuestros compradores y futuros ocupantes de los edificios que promovemos.

Nos esmeramos en dar una atención especializada a los compradores de los apartamentos y flexibilidad de diseño de los mismos.

Como un servicio complementario, Transac constituyo la entidad “Administradora de condominios S.A”-ADCONSA- para dar el servicio de administración y mantenimiento, aunque únicamente a los edificios que hemos promovido, ofreciéndoles de las ventajas de nuestro amplio conocimiento de sus instalaciones, equipos y demás componentes. Esta empresa que actualmente administra 13 de nuestros proyectos, consigue las mejores condiciones generales en la obtención de seguros para los edificios y para los servicios de mantenimiento de equipos, básicamente por la contratación tipo “paquete” de los varios edificios bajo nuestra administración.

Por las razones anteriores los proyectos de Transac se cimientan en realidades y no en expectativas, lo que garantiza de sus compradores “Una inversión confiable”.

**4.1.1.7 Oportunidad Identificada:** Elaboración de un modelo de revisa informativa digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios con los que cuenta.

**4.1.1.8 Misión:** Cumplir siempre con las expectativas de los clientes en base a solidez, desarrollo, seguridad y privacidad y soluciones inmobiliarias trascendentales.

**4.1.1.9 Visión:** Ser la mejor opción inmobiliaria, creando y superando las expectativas de los clientes de Guatemala.

**4.1.1.10 Delimitación Geográfica:** Capital de Guatemala

**4.1.1.11 Grupo objetivo:** 28 a 60 años

**4.1.1.12 Factores Demográficos:**

**4.1.1.13 Nivel Socioeconómico:** Media alta y Alta

**4.1.1.14 Hábitos:** Consumo y compra

**4.1.115 Género:** hombres y mujeres

**4.1.1.16 Grupos de ingreso:** guatemaltecos, empresarios.

#### **4.1.1.17 Edad:** 30-60 Años

**Ocupación de cabeza de familia:** Generalmente son padres de familia, con empresas propias o ya sea con ayuda del banco se hipoteca el apartamento.

**Tamaño de familia:** De 4 a 5 miembros: padre, madre y 2 o 3 hijos.

**Comprador principal:** Guatemaltecos

**Características psicográficas:** El consumidor de Transac se adapta al tipo de personas empresarias que siempre están en busca de inversiones o ya sea de hacerse de más propiedades para un futuro, ya sea para dejarles herencia a sus hijos, nietos, etc.

**4.1.1.18 Principal beneficio al grupo objetivo:** Es un producto lujoso y en excelentes ubicaciones.

#### **4.1.1.19 Competencia:**

##### **a) Siena**

Es una comunidad inspirada en los valores familiares de unidad y trascendencia. Es el espacio ideal para hacer realidad el sueño de ver crecer a nuestra familia. La arquitectura de Siena es obra de la renombrada firma guatemalteca Seis Arquitectos. Las Villas diseñadas como agradables edificios de tan solo cuatro niveles, satisfacen el gusto por la naturaleza y la exclusividad de quienes buscan la comodidad de un apartamento.

Conservación: Hemos conservado más de tres manzanas de bosque, incluyendo dos centenarios amates, y diversas especies nativas de flora y fauna, además de un bosque de pino maduro. Así mismo, los jardines se han desarrollado en sintonía con el ecosistema local.

Hemos aplicado normas de sustentabilidad y tecnología que provocan menor impacto en el medio ambiente.

- iluminación LED en calles y jardines

- planta de tratamiento de agua
- reutilización de agua residual
- sistema propio para recolección de basura

**4.1.1.20 Objetivo de mercadeo:** Identificar el sector que nos interesa.

**4.1.1.21 Objetivo de comunicación:** Designar al cliente que nos interesa

**4.1.1.22 Mensajes claros a comunicar:** Empresa Solida, desarrollo de lujo, seguro y privado.

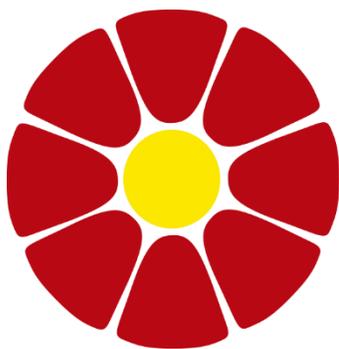
**4.1.1.23 Estrategia de comunicación:** Transac se esmera en dar una atención especializada a los compradores de sus apartamentos y ofrecen flexibilidad en los diseños de los mismos.

**4.1.1.24 Reto del diseño y trascendencia:** Persuadir al cliente por medio de publicaciones digitales ver los productos ya realizados y los nuevos que vienen.

**4.1.1.25 Forma de logotipo:** figuras geométricas circulo, triangulo y semicírculo.

**4.1.1.26 Tipografía:** Agency FB

**4.1.1.27 Logotipo:**

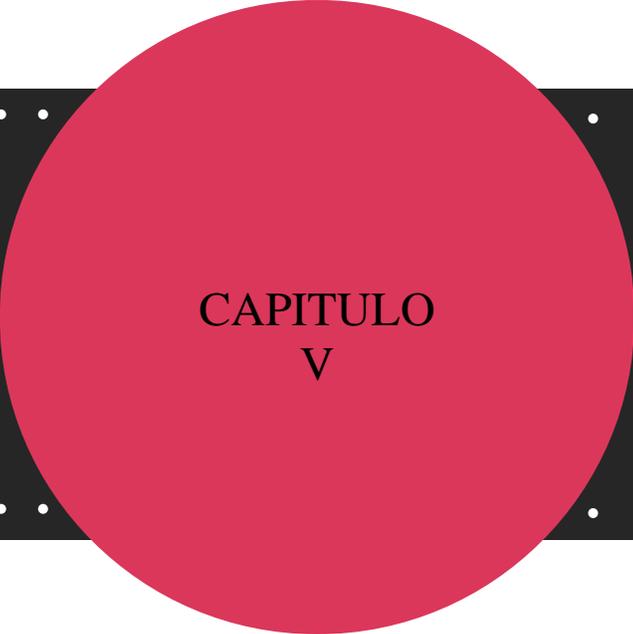


**transac**

#### 4.1.1.28 Foda

| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b>  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Trayectoria elevada</li><li>• Credibilidad</li><li>• Variedad de edificios</li><li>• 2 competencias directas</li><li>• Personal con experiencia</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Crecimiento en el área capital</li><li>• Creación de nuevas competencias adentro de su empresa</li><li>• Terrenos disponibles para sus proyectos a su alcance.</li><li>• Creación de misión</li><li>• Creación de visión.</li></ul> |

| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Bajos salarios</li><li>• Poca capacitación</li><li>• No tener misión</li><li>• No tener visión</li><li>• No hay revistas con sus productos</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Poca publicidad</li><li>• Nuevas empresas</li><li>• Ellos casi no manejan las redes</li><li>• No han hecho remodelación de instalaciones</li><li>• No son bilingües</li></ul> |

A large, solid red circle is centered on the page, overlapping a black horizontal band. The band has two rows of white dots, one above and one below the circle.

CAPITULO  
V

## Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo abarca hombres y mujeres de 25 a 35 años de edad, ubicados en el área de la ciudad Guatemala. El modelo de revista informativa digital va dirigido a los clientes de Transac que alquilan o compran su primer apartamento para poder empezar una familia con un ambiente seguro y privado.

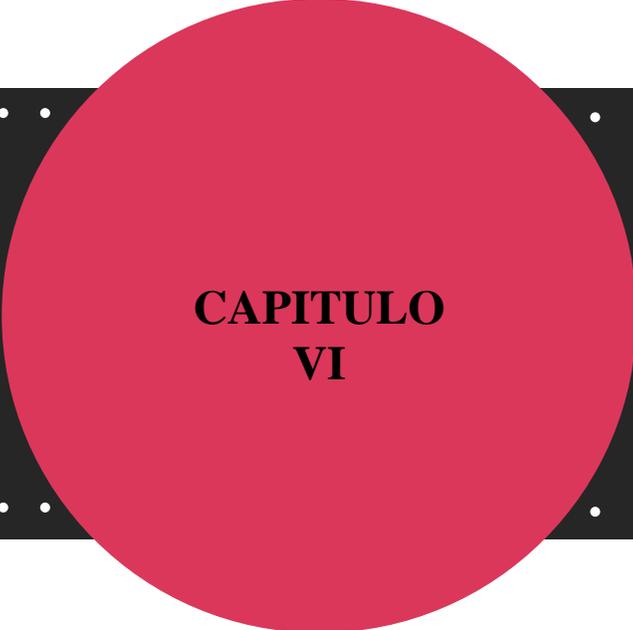
**5.1 Perfil geográfico:** El proyecto se realizará en el departamento de Guatemala, Ciudad capital de Guatemala, esta cuenta con 16,000 millones de habitantes de los cuales se beneficiaran a 10,000 mil personas con el modelo de revista de la Empresa TRANSAC S.A. La ciudad se encuentra localizada en el área capital del país, en donde habita el 21% de la población, aproximadamente 4.5 millones personas. Se encuentra a una altitud de 1,530 metros sobre el nivel del mar y su latitud es: 14° 37' 15" N y la longitud 90° 31' 36" 0, su extensión territorial es de 2,126 km<sup>2</sup>. El clima en el departamento es templado.

**5.2 Perfil demográfico:** Dentro del grupo objetivo se encuentran hombres y mujeres de 25 a 35 años de edad, de un nivel socioeconómico media alta y alta, con un nivel de educación a nivel posgrado y maestría, que se dedican a sus empresas o ser los gerentes generales de empresas de muy alto impacto como la cervecería entre otros.

**5.3 Perfil Psicográfico:** Es importante decir que las personas de Transac les gusta el lujo, la privacidad, poder estar en un ambiente agradable, que el ambiente se convierta en una comunidad más bien en una familia, les gusta ir de camping y que al llegar a casa puedan tener esa paz de la que están escapando de sus ajetreadas vidas. Dentro de sus similitudes destaca en la mayoría le gusta realizar deportes, leer y mantenerse al corriente de los nuevos proyectos de Transac y condominios que tengan relación a este.

**5.4 Perfil conductual:** El amor y afinidad de los clientes hacia la marca es muy fuerte, ellos siempre están al pendiente de si hay o habrán más proyectos en camino ya que

han quedado muy satisfechos con los productos y servicios recibidos. Al ser recibidos con la más grande cordialidad, amabilidad y respeto que reciben de parte de la empresa ellos se comportan de la misma forma al entrar en contacto con cualquier colaborador de la empresa.

A large, solid red circle is centered on the page, overlapping a horizontal black band. The text 'CAPITULO VI' is centered within the circle.

**CAPITULO  
VI**

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

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

#### **6.1.1 Empresa**

Es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los solicitantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones. (<https://excelparatodos.com/que-es-una-empresa/>)

#### **6.1.2 Bienes raíces**

El adjetivo de bienes raíces se refiere a lo que pertenece o está relacionado con bienes inmuebles. Una propiedad, a su vez, es un bien que se une a un suelo de manera inseparable, tanto física como legalmente. Edificios y terrenos son bienes raíces. (<https://blog.cliengo.com/que-es-bienes-raices/>)

#### **6.1.3 Muebles**

Término que hace alusión a cada objeto o elemento con un fin en específico que puede ser desplazado o trasladado de un lugar a otro, o sea un cuerpo movable. Este enunciado viene del latín “mobilis” que significa “que se puede transportar” compuesto por el verbo “movere” que significa mover, y el sufijo “bilis” que significa posibilidad. También se entiende por mueble todo tipo de enseres o bienes hechos o diseñados con un material resistente que se utilizan para decorar casas, apartamentos, oficinas etc. y la característica que comparten dichos bienes es precisamente su categoría o condición de objeto que puede ser movido, porque es importante acotar que otros objetos como las puertas, ventanas, pisos, techos entre otros, no poseen esta particularidad. (<https://diccionarioactual.com/mueble/>)

#### **6.1.4 Bienes Inmuebles**

El término inmueble proviene de un vocablo latino que sirve para referirse a algo que está unido al terreno de modo inseparable, tanto física como jurídicamente. Es decir, una estructura que no puede moverse sin causarle daños. Los edificios, las casas y las parcelas o terrenos inmuebles. Este tipo de bienes forman parte de lo que se conoce como bienes raíces ya que están íntimamente vinculados al suelo. Es habitual que los bienes inmuebles formen parte de un registro que le brinda mayor protección al propietario. (<https://palabrasdelaley.com/bien-inmueble/>)

#### **6.1.5 Bienes muebles**

Son aquellos que pueden trasladarse de un lugar a otro conservando su integridad. Los automóviles, las motocicletas, las embarcaciones y los aviones son ejemplos de bienes muebles. (<https://enciclopediaeconomica.com/bienes-muebles/>)

#### **6.1.6 Vivienda**

La vivienda es el lugar cerrado y cubierto que se construye para que sea habitado por personas. Este tipo de edificación ofrece refugio a los seres humanos y les protege de las condiciones climáticas adversas, además de proporcionarles intimidad y espacio para guardar a sus pertenencias y desarrollar sus actividades cotidianas. (<https://definicion.de/vivienda/>)

#### **6.1.7 Edificio**

Del latín aedificiūm, un edificio es una construcción fija que se utiliza como vivienda humana o que permite la realización de distintas actividades. El origen etimológico del término está relacionado con “hacer fuego”, ya que las primeras construcciones humanas tenían como objetivo la protección del fuego (para evitar que éste sea apagado por el viento o la lluvia). (<https://definicion.de/?s=edificio>)

### **6.1.8 Corporación Apartamento**

También llamado departamento,<sup>1</sup> o piso es una unidad de vivienda que comprende una o más habitaciones diseñadas para proporcionar instalaciones completas para un individuo o una pequeña familia. La principal diferencia existente entre este tipo de viviendas y otras, como casas, cortijos, etc., son la superficie que ocupa, normalmente menor que las anteriores, y su posible uso, muchas veces vacacional o temporal.  
(<https://definicion.de/?s=corporaci%C3%B3n+apartamento+>)

### **6.1.9 Edificio de Apartamentos**

Es una solución económica, que se realiza mediante el aprovechamiento en común de zonas de circulación, tanto vertical como horizontal. También se verifica esta economía en las instalaciones complementarias de agua, drenaje y luz eléctrica. La estructura, con elementos comunes, supone otra economía. Puede también obtenerse mejor servicio y economía, mediante calderas, incinerador, etc. La solución colectiva de un edificio de apartamentos permite tener otros elementos comunes, como cocheras, cuartos de servicio, lavaderos, tendederos, espacios para juegos de niños, etc.  
(<https://conceptualista.com/apartamento/>)

### **6.1.10 Un LED (Lighting Emitting Diode)**

Es un diodo semiconductor capaz de emitir luz. Desde hace muchos años se ha venido usando en diversos dispositivos, sobre todo en botones para indicar estados como por ejemplo en los botones de grabación de un DVD o para según el color indicar si el aparato está encendido (verde) o apagado (rojo).

El primer LED se desarrolló en 1927 por Oleg Vladimírovich Lósev pero no fue hasta los sesenta cuando comenzó a usarse en la industria. Desde entonces los avances se han sucedido y desde los primeros LEDs que sólo se podían construir en color rojo, verde o amarillo y con una intensidad de luz baja hemos pasado a nuevos que pueden ofrecer una luz blanca y suficiente para iluminar una habitación. (<https://definicion.de/led/>)

### **6.1.11 Planta de tratamiento**

En Ingeniería sanitaria, Ingeniería química e Ingeniería ambiental el término tratamiento de aguas es el conjunto de operaciones unitarias de tipo físico, químico, físico-químico o biológico cuya finalidad es la eliminación o reducción de la contaminación o las características no deseables de las aguas, bien sean naturales, de abastecimiento, de proceso o residuales —llamadas, en el caso de las urbanas, aguas negras—. La finalidad de estas operaciones es obtener unas aguas con las características adecuadas al uso que se les vaya a dar, por lo que la combinación y naturaleza exacta de los procesos varía en función tanto de las propiedades de las aguas de partida como de su destino final.

Debido a que las mayores exigencias en lo referente a la calidad del agua se centran en su aplicación para el consumo humano y animal estos se organizan con frecuencia en tratamientos de potabilización y tratamientos de depuración de aguas residuales, aunque ambos comparten muchas operaciones. (<https://ecoduo.org/que-es-una-planta-de-tratamiento-y-cual-es-su-objetivo/>)

### **6.1.12 Tratamiento de aguas residuales**

Las aguas residuales son cualquier tipo de agua cuya calidad se vio afectada negativamente por influencia antropogénica. Las aguas residuales incluyen las aguas usadas domésticas y urbanas, y los residuos líquidos industriales o mineros eliminados, o las aguas que se mezclaron con las anteriores (aguas pluviales o naturales). Su importancia es tal que requiere sistemas de canalización, tratamiento y desalojo. Su tratamiento nulo o indebido genera graves problemas de contaminación.

Las llamadas aguas negras son las aguas residuales que están contaminadas con heces u orina. La FAO define aguas residuales como:

Aguas residuales en una estación depuradora de aguas residuales.

Agua que no tiene valor inmediato para el fin para el que se utilizó ni para el propósito para el que se produjo debido a su calidad, cantidad o al momento en que se dispone de ella. No obstante, las aguas residuales de un usuario pueden servir de suministro para otro usuario en otro lugar. Las aguas de refrigeración no se consideran aguas residuales.

Las aguas residuales urbanas son generalmente conducidas por sistemas de alcantarillado y tratadas en una planta de tratamiento de aguas para su depuración antes de su vertido, aunque no siempre es así en todos los países. Las aguas residuales generadas en áreas o viviendas sin acceso a un sistema de alcantarillado centralizado se tratan en el mismo lugar, generalmente en fosas sépticas, y más raramente en campos de drenaje séptico, y a veces con biofiltros. (<https://definicion.de/tratamiento-de-aguas-residuales/>)

### **6.1.13 Corporación**

Denominada Sociedad Corporativa, es una persona jurídica, constituida por personas para cumplir metas y objetivos determinados como una sola entidad. Posee derechos y obligaciones recogidas en la ley, parecidas a una persona natural. (Wikipedia, la enciclopedia libre). (<https://es.wikipedia.org/wiki/Corporaci%C3%B3n>)

## **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 Corporativa**

Las comunicaciones corporativas son clave en la estrategia competitiva. El modelo de organización vertical que entiende las comunicaciones corporativas como la compra de espacios publicitarios en medios de comunicación está llegando a su fin.

El nuevo modelo que cobra fuerza es el que privilegia la comunicación. Los empleados quieren saber que pasa y poder dialogar con la Alta Dirección cuando lo crean necesario. Necesitan información que les sirva para su desempeño, información sobre actividades de la empresa en el exterior y nuevos lanzamientos.

El responsable de relaciones institucionales es el nexo entre el gobierno, las cámaras empresarias y la empresa. (<https://www.bizneo.com/blog/comunicacion-corporativa/>)

#### **6.2.1.2 Comunicación Externa**

Son las comunicaciones que la empresa genera con actores externos a ella. Son las relaciones que mantiene con los medios de comunicación, el gobierno, gobiernos provinciales, la comunidad y sus clientes. En la mayoría de las grandes Compañías hay un Director de Comunicaciones Corporativas o Relaciones Externas o Relaciones

Institucionales. A su vez tiene a su cargo varias Gerencias que gestionan la publicidad, patrocinios, responsabilidad social empresarial, marketing y relaciones con los medios. (<https://definicion.de/comunicacion-externa/>)

### **6.2.1.3 Comunicación Interna**

Son las comunicaciones donde interactúan los empleados y la organización. Tiene que ver con generar canales de comunicación con el público interno a fin de generar una relación más fluida que permita el mejor desarrollo organizacional. Sólo en grandes empresas europeas y estadounidenses hay Directores de Comunicación Interna. Pero en el resto de los países o empresas medianas tienen Responsables de Comunicaciones Internas que son los que diseñan acciones de comunicación e intercambio de información entre la empresa y sus empleados. (<https://concepto.de/comunicacion-interna/>)

### **6.2.1.4 Comunicación**

El término comunicación procede del latín *communicare* que significa “hacer a otro partícipe de lo que uno tiene”. La comunicación es la acción de comunicar o comunicarse, se entiende como el proceso por el que se trasmite y recibe una información. Todo ser humano y animal tiene la capacidad de comunicarse con los demás.

Para que un proceso de comunicación se lleve a cabo, es indispensable la presencia de seis elementos: que exista un emisor; es decir, alguien que transmita la información; un receptor, alguien a quien vaya dirigida la información y que la reciba; un contacto por medio de un canal de comunicación, que puede ser muy variado: el aire por el que circulan las ondas sonoras, el papel que sirve de soporte a la comunicación escrita, la voz, etc.

Asimismo, que exista una información o mensaje a transmitir; un código o sistema de signos común al receptor y al emisor, donde el mensaje va cifrado, los signos pueden ser no lingüísticos (símbolos, señales e iconos) y lingüísticos (escrituras, sonidos, concepto asociado, sentido, etc.); y por último, que el mensaje tenga un referente o realidad, al cual alude mediante el código. (<http://conceptodefinicion.de/>)

#### **6.2.1.5 Diagramador**

Realizar el montaje de publicaciones aplicando técnicas de diagramación, preparando, organizando y revisando el material requerido para las diferentes publicaciones, a fin de producir diplomas, certificados, trípticos, carátulas y demás material para las diferentes publicaciones de la institución.

### **FUNCIONES, ACTIVIDADES Y /O TAREAS**

- Diseña carátulas, logotipos para las ediciones.
- Dibuja ilustraciones a tinta, óleo y otras técnicas plásticas para la diagramación.
- Realiza el montaje de diplomas, certificados y demás documentos.
- Realiza la diagramación de trípticos, dípticos, certificados y demás publicaciones.
- Realiza el montaje de todo tipo de publicaciones, requerido por las diferentes facultades.
- Prepara y organiza el material de impresión.
- Supervisa la impresión de los trabajos diagramados, cuidando la calidad de los mismos.
- Elabora las maquetas a colores o en blanco y negro, de pinturas, dibujos y grabados para carátulas de libros, revistas y otras publicaciones.

- Opera un microcomputador como medio de apoyo para realizar las diagramaciones.
- Imprime las maquetas diagramadas.
- Mantiene relaciones con el consejo de redacción de las publicaciones, para captar los detalles para la realización de los trabajos.
- Busca información para la realización de las publicaciones.
- Revisa y corrige el material de artes finales.
- Lleva un registro del material producido.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

([https://zonagreen.com.mx/que-es-un-](https://zonagreen.com.mx/que-es-un-diagramador/#:~:text=Un%20diagramador%20es%20un%20profesional%20del%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico,y%20comunicar%20de%20manera%20efectiva%20la%20informaci%C3%B3n%20compleja.)

[diagramador/#:~:text=Un%20diagramador%20es%20un%20profesional%20del%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico,y%20comunicar%20de%20manera%20efectiva%20la%20informaci%C3%B3n%20compleja.](https://zonagreen.com.mx/que-es-un-diagramador/#:~:text=Un%20diagramador%20es%20un%20profesional%20del%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico,y%20comunicar%20de%20manera%20efectiva%20la%20informaci%C3%B3n%20compleja.))

#### **6.2.1.6 Comunicador**

Un comunicador es una persona que tiene como profesión el hacer eficiente la transmisión de un mensaje a un público objetivo a través de un medio de comunicación; también es quien realiza un trabajo social para informar, expresar y convencer, que puede ser en la radio, o en un canal de televisión, o en otro medio masivo de comunicación. Se le considera estratega, gestor, y mediador de procesos comunicativos. Es el encargado de visualizar procesos, dinámicas y fenómenos de todo orden, empleando las imágenes, los

sonidos y el discurso, a efectos de alcanzar objetivos prefijados. Es el encargado de vincular mundos; es decir, es el que busca estrategias y tácticas para que unos y otros sujetos se entiendan entre sí, lleguen a acuerdos, pongan en común ideas, y puedan negociar. Más allá de la definición políticamente correcta, un comunicador suele ser un difusor de "opinión pública", y alguien que ayuda a establecer la agenda. En un mundo donde las comunicaciones evolucionan constantemente y las personas conviven de acuerdo a su estilo de vida y cambian sin darse cuenta, en ese sentido se necesitan más "entendedores" que "comunicadores" (<https://historiadelaempresa.com/comunicadores>)

#### **6.2.1.7 Medio de Comunicación**

Su medio para comunicar es a través de publicidad de boca en boca y actualmente redes sociales y su página web, según su tipo de ideología pueden especializarse en: informar, transmitir, formar opinión, entre otros. <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

#### **6.2.1.8 Emisor**

Emisor ( del latín emisor) es un término que puede hacer referencia a diferentes tipos de palabras. Como adjetivo y sustantivo (de acuerdo a cómo se utilice el término), sirve para acompañar a aquel o aquellas entidades que se encargan de conectarse con otro punto para emitir una señal. (perez porto, 2009)

#### **6.2.1.9 Receptor**

Es aquel o aquellos que reciben algo. El verbo recibir, por su parte, hace referencia a obtener, tomar, asumir o asimilar alguna cosa. (def)

#### **6.2.1.10 Mensaje**

Dentro de una comunicación efectiva existen varios elementos, uno de ellos es el Mensaje, que es básicamente el contenido, fin u objeto de dicha comunicación. En otras palabras, el mensaje es la información que el emisor desea transmitir al receptor, siendo el emisor la persona encargada de enviar o dirigir el mensaje y el receptor la persona que lo recibe (Pérez, 2021)

#### **6.2.1.11 Código**

En teoría de la comunicación, el código es el lenguaje con que se comunica el emisor y el receptor.<sup>1</sup> El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código para que la comunicación sea posible. Aunque todos los otros elementos del circuito comunicativo funcionen adecuadamente, la comunicación no tendrá éxito si el emisor y el receptor no comparten el mismo código. (<https://diccionarioactual.com/codigo/>)

#### **6.2.1.12 Signos**

Es una entidades semióticas (es la disciplina que aborda la interpretación y producción del sentido con base en la comunicación) con propiedades diferenciadas. Un signo se da por la relación semiótica de lo designado, el designante y la representación; mientras que un símbolo es una representación gráfica que puede ser parte del signo.

Ambos transmiten ideas en las culturas pre alfabetizadas o prácticamente analfabetas. Pero su utilidad no es menor entre las verbalmente alfabetizadas: al contrario, es mayor. En la sociedad tecnológicamente desarrollada, con su exigencia de comprensión inmediata, los signos y símbolos son muy eficaces para producir una respuesta rápida. Su estricta atención a los elementos visuales principales y su simplicidad estructural, proporcionan facilidad de percepción y memoria. (<https://concepto.de/signo/>)

### **6.2.1.13 Canal**

Medio por el cual se transmite la señal con la información de intercambio entre el emisor y el receptor. Existen diversos tipos de canales de comunicación que son útiles para determinados tipos de señales.

(ALEGSA - Santa Fe, Argentina, 1998-2023)

### **6.2.1.14 Información**

Está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un recurso que otorga significado o sentido a la realidad. (<https://www.significados.com/informacion/>)

### **6.2.1.15 Comunicación Visual**

Es comunicación a través de un medio visual y se describe como la transmisión de ideas e información en formas que se pueden percibir total o parcialmente con la vista. La comunicación visual se suele presentar o expresar en imágenes bidimensionales, e incluye: carteles, tipografía, dibujo, diseño gráfico, ilustración, diseño industrial, publicidad, animación, color y recursos electrónicos. Contempla también la idea de que un texto cuando va acompañado de un mensaje visual tiene un mayor poder para informar o persuadir a una persona o audiencia. (<https://concepto.de/comunicacion-visual/>)

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

### **6.2.2.1 Diseño**

El diseño es constituido por trazos o una delineación con el fin de proyectar un objeto u obra. También, es la disciplina que se encarga de la creación de obras u cosas como edificios, figuras, entre otros.

La palabra diseño está tomada del italiano, pero en castellano existe la palabra "designio", cuyo origen proviene del latín designare, compuesta por de y signare que significa "dar nombre o signo a algo", de igual forma, proviene la palabra diseñador.

En el momento de diseñar, el individuo toma en cuenta los aspectos estéticos y los asuntos funcionales, para ello debe de tener en cuenta las siguientes etapas:

- observar y analizar el medio en el cual se desenvuelve el ser humano,
- evaluar las necesidades del individuo,
- planear y proyectar con el fin de solucionar la necesidad del sujeto a través de maquetas, planos, entre otros y, por último
- ejecutar la idea plasmada en la fase anterior.

Asimismo, diseño es la disposición de los colores o dibujos que ofrecen las características de un animal.

El diseñador, es la persona o individuo que se dedica profesionalmente al diseño con el compromiso de desarrollar una cosa, producto o idea. (<https://definicion.de/disenio/>)

### **6.2.2.2 Diseño Grafico**

El diseño gráfico también conocido como diseño en comunicación visual es una disciplina y profesión que tiene como fin realizar, proyectar, idear mensajes con objetivos claros y determinados a través de la imagen.

El diseño gráfico se observa en diversas áreas como: el diseño publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño multimedia y web, diseño tipográfico, la cartelera y señalética, entre otros. Uno de los programas más usados para la edición y tratamiento de las imágenes es el Photoshop. (significados, n.d.)

### **6.2.2.3 Diseñador**

Un diseñador es un profesional que ejerce la profesión del diseño. Un profesional de este tipo puede dedicarse o especializarse en una gran variedad de objetos o áreas del diseño. Los diseñadores son responsables del desarrollo, en cuanto al proyecto, de un objeto, producto, o concepto.

Los diseñadores trabajan según un proceso de diseño que comienza con la interpretación o detección de un problema o necesidad y culminan con la producción o construcción de la solución a este problema. En este proceso intervienen, entre muchas otras, habilidades que se relacionan con el manejo y conocimiento de las ciencia, auxiliares del diseño la tecnología, la psicología, la forma, la ergonomía, el lenguaje, la comunicación visual, la cultura general y una gran capacidad creativa. (<https://www.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/que-es-disenador>)

#### **6.2.2.4 Diseño Editorial**

Es una rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de piezas literarias como libros, revistas, diarios, publicaciones varias, manuales, fanzines, etc. Es decir piezas compuestas de muchas páginas o pliegos, y con criterios tipográficos de composición que se realzan más que en otras piezas. Como la elección de las familias tipográficas grilladas, el gris parejo de las cajas de texto, el interlineado, los tabulados, los destacados, los foliados, etc. Es fundamental también para la correcta edición y legibilidad de estos recursos de la comunicación gráfica escrita. (<https://ebac.mx/blog/disenio-editorial>)

#### **6.2.2.5 Revista Digital**

Es la versión virtual de una revista originalmente editada en papel, aunque existen revistas electrónicas que no tienen una edición impresa en origen. Cualquier manual, libro, revista o material gráfico que pueda encontrarse en internet y pueda transportarse por medio de USB o CD-ROM es considerado y reconocido como formato digital.

(<https://electronica-basica.com/revista-digital/>)

#### **6.2.2.6 Diagramación**

La diagramación, también llamada 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.

Estrictamente, el acto de diagramar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página, mientras que el Diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico, hasta los procesos de producción denominados pre-prensa (preparación para impresión), prensa (impresión) y post-prensa (acabados). Sin embargo, usualmente todo el aspecto gráfico de la actividad editorial y

periodística se conoce por el término diagramación. (<https://agenciachan.com/la-diagramacion-importancia-dentro-del-diseno-editorial/>)

#### **6.2.2.7 Ilustración**

Se denomina ilustración al dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro. Ilustración (v.Latin, lat. *illustrarē*), (de ilustrar) sust. Estampa, grabado o dibujo que adorna ó documenta un libro. Componente gráfico que complementa o realza un texto. Las ilustraciones son imágenes asociadas con palabras. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje, como las pinturas rupestres, y los mosaicos religiosos. Un buen punto de partida son los manuscritos medievales. Un aspecto importante de la ilustración es el uso de diseños bidimensionales, a diferencia de las imágenes pintorescas y espaciales que tratan de captar la tercera dimensión. (<https://www.lifeder.com/caracteristicas-ilustracion/>)

#### **6.2.2.8 Tipografía**

Es la forma gráfica de expresar el lenguaje. Es también la técnica del manejo y la selección de tipos, para darle atractivo visual a los textos e invitar a leerlos. La tipografía es el arte de disponer correctamente el material de imprimir, de acuerdo con un propósito específico: el de colocar letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas a prestar al lector la máxima ayuda para la comprensión del texto escrito verbalmente. (Morrison Stanley, 1929)

#### **6.2.2.9 Bocetaje**

El boceto es un dibujo rápido y esquemático de las características principales de un dibujo, una ilustración o un diseño. Generalmente se usan papel y lápiz o tinta para su elaboración, aunque también es posible que desde un comienzo sea un archivo electrónico con la ayuda de tabla digitalizadora y lápiz óptico.

El boceto no presta especial atención a los detalles y se centra en definir las líneas generales y la composición de una pieza gráfica. (<https://definicion.de/boceto/>)

#### **6.2.2.10 Icono**

Es una imagen, cuadro o representación. Es un signo que sustituye a los objetos mediante su significación, representación o por una analogía. El icono es un signo que tiene la capacidad de representar algo mediante alguna semejanza en cualquiera de los aspectos, de ese algo. (Neuronilla, s.f.)

#### **6.2.2.11 Imagen**

Una imagen es la representación visual de un objeto, una persona, un animal o cualquier otra cosa plausible de ser captada por el ojo humano a través de diferentes técnicas como ser la pintura, el diseño, la fotografía y el video, entre otras.

(Florencia Ucha. Trabajo publicado en: Mar., 2009).

([www.definicionabc.com/comunicacion/imagenes.php](http://www.definicionabc.com/comunicacion/imagenes.php))

#### **6.2.2.12 Estética**

Estética es la disciplina que investiga las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza. Es la manera particular de entender el arte o la belleza. La palabra estética proviene del griego *aisthetikós* que significa susceptible de ser percibida por los sentidos.

Así mismo, la palabra estética se puede usar para referirse a las diferentes acciones con el fin de lograr la belleza corporal, en este grupo está incluido tratamientos quirúrgicos, medicina estética, cirugía estética, así como la cirugía dental que es un conjunto de tratamientos para solucionar problemas relacionados con la salud bucal y mejorar la sonrisa.

(<https://www.significados.com/estetica/>)

### **6.2.2.12 Arte Final**

Es el material digital completamente realizado, se encuentra preparado y está totalmente listo para su impresión y reproducción, sin que haga falta ningún retoque o intervención más. El arte final es la culminación a una o varias piezas gráficas al momento de su producción en una imprenta y entrega al cliente. (Tojin, 7 de octubre de 2021 a las 03:17))

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

### **6.3.1 Ciencias auxiliares:**

#### ***6.3.1.2 Sociología***

La Sociología es la ciencia social por excelencia que se ocupa del estudio de las relaciones entre los individuos y las leyes que las regulan en el marco de las sociedades humanas.

El objeto de estudio de la misma son básicamente los grupos sociales, entendidos estos como el conjunto de individuos que conviven agrupados en diferentes tipos de asociaciones humanas en el marco de una comunidad. Entonces, la Sociología se ocupará de analizar las diversas formas internas de organización que pueden presentar los mismos, las relaciones que entre sí mantienen sus componentes y con el sistema dentro del cual se encuentran insertos y finalmente el grado de cohesión que existe en la estructura social de la cual forman parte. (<https://www.definicionabc.com/ciencia/sociologia.php>)

#### ***6.3.1.3 Semiología***

Es la ciencia que trata de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas, estudiando las propiedades generales de los sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana. Aquí, se entiende por signo un objeto o evento

presente que está en lugar de otro objeto o evento ausente, en virtud de un cierto código.

(<https://concepto.de/semiologia/>)

#### ***6.3.1.4 Arquitectura***

El diseño arquitectónico es la disciplina que tiene por objeto crear propuestas e ideas para la elaboración de espacios físicos encuadrados dentro de la arquitectura. Actualmente, el diseño arquitectónico debe satisfacer las necesidades de espacios habitables para el ser humano, tanto en lo estético como en lo tecnológico.

El diseño arquitectónico establece ciertas etapas: en primer lugar, identificar los componentes del sistema y sus requerimientos particulares; en segundo lugar, convertir a formas útiles todo lo establecido en el programa de diseño arquitectónico; en tercer lugar, diseñar una aproximación del objeto tomando en cuenta: los criterios estructurales, el presupuesto, la función, la forma y en algunos casos la tendencia actual; por último, ordenar los elementos del diseño que fueron establecidos anticipadamente en el programa de diseño.

(<https://www.significados.com/disenio/>).

#### ***6.3.1.5 Psicología***

La psicología es la ciencia que se ocupa tanto teórica, como prácticamente, al estudio de los aspectos biológicos, sociales y culturales del comportamiento humano, tanto a nivel social como individual, así como también del funcionamiento y desarrollo de la mente humana. ([www.definicionabc.com/social/psicologia.php](http://www.definicionabc.com/social/psicologia.php))

#### ***6.3.1.6 Psicología de la comunicación***

El enfoque psicológico de la comunicación se refiere a la percepción, aprendizaje, memoria, persuasión e influencia. Cuando una persona lee el periódico, escucha a un

vocero o participa en un evento de comunicación interna, diversos procesos psicológicos se disparan. El mismo mensaje transmitido en contextos distintos puede tener interpretaciones opuestas, y generar reacciones totalmente diferentes en distintos públicos.

(<https://definicion.xyz/psicologia-de-la-comunicacion/>)

#### ***6.3.1.7 Psicología del color***

Se encarga de estudiar el comportamiento y la percepción humana ante el efecto del color habitualmente, esta se aplica en varias ramas como en el diseño, la publicidad, señalética, moda, entre otros. La psicología del color establece que el color en realidad depende de la percepción de quien lo observe, en la que se ve involucrado el cerebro y los mecanismos del sentido de la vista.(Definición ABC)

#### ***6.3.1.8 Psicología de la imagen***

Estudia la percepción que tienen las personas hacia los colores, posiciones, formas, entre otros, que contienen las imágenes visualmente, debe comprenderse como un fenómeno neuropsicológico que contiene en si los enlaces psíquicos que conectan a las personas cercanas de referencia con la imagen. (Definición ABC)

#### ***6.3.1.9 Tecnología***

Es el conjunto de conocimientos con las que el hombre desarrolla un mejor entorno, más saludable, agradable y sobre todo cómodo para la optimización de la vida. La tecnología combina la técnica de mejoramiento de un espacio con las distintas revoluciones que se han suscitado en los últimos siglos, específicamente hablando de la revolución industrial, en ella, se marcó un antes y un después en la tecnología, el trabajo a mano paso a ser un trabajo en serie producido por una máquina a base de vapor con la que se movía algún tipo de herramienta y correa de transporte en él, desarrollando así una materia prima en mayor

cantidad, mejor presupuesto y de excelente calidad.  
(<https://www.significados.com/tecnologia/>)

### **6.3.2 Artes:**

#### **6.3.2.2 Fotografías**

Es una técnica de captura de imágenes por la acción química de la luz, en la cual se transmiten sentimientos, emociones, pensamientos, historias, arte, entre otros. Es también el arte y la técnica de obtener imágenes fijas y duraderas debido a la acción de la luz. (Neu)

#### **6.3.2.3 Literatura**

Es una manifestación artística basada en el uso del lenguaje. También es el nombre una materia y el nombre de la teoría que estudia las obras literarias. Con este término también se conoce al conjunto de las producciones literarias, por ejemplo, de un país, una lengua o una época. Por extensión, se utiliza también para referirse al conjunto de obras que tratan sobre un tema determinado. ( <https://definicion.de/literatura/>)

### **6.3.3 Teorías:**

#### **6.3.3.1 Teoría del Diseño**

##### **Bases y Fundamentos**

Los elementos básicos del diseño y la importancia que estos tienen en el ámbito psicológico de las personas con el fin de lograr el propósito que se busca, el cual es persuadir e informar. Se debe tener en cuenta lo que significa cada color, una forma, un tamaño, una imagen y la disposición determinada de los elementos en los que se va a incluir al diseño, ya que esto establece una buena comunicación, logrando con ello la atracción, motivación e

interés de las personas a las cuales nos dirigimos. Es deber de un diseñador gráfico saber utilizar esos elementos, y tener conocimiento de los mismos. Para lograr el objetivo de un diseño, se deben tomar en cuenta los siguientes.

Requisitos:

- A) Tener acceso pleno a la información para lograr comunicar lo que se quiere.
- B) Elegir los elementos que sean adecuados.
- C) Realizar una composición adecuada y atractiva de dichos elementos. (Neuronilla s.f.)

### ***6.3.3.2 Teoría del Color***

Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto y las tonalidades deseadas en base a la combinación. El color es una sensación y un atributo producido por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. La luz es constituida por ondas electromagnéticas que se propagan a unos 300,000 kilómetros por segundo. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas. Los objetos devuelven la luz que no absorben hacia su entorno.

Nuestro campo visual no interpreta estas radiaciones electromagnéticas que el entorno emite o refleja, como la palabra “color”. El color es una sensación, ya que en realidad no tiene existencia, es únicamente una percepción interpretada por nuestro cerebro al momento en que captamos el reflejo de la luz en un objeto. La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cyan, magenta y amarillo se produce el color neutro. Los colores pueden clasificarse en primarios, secundarios y terciarios. Los colores primarios son aquellos establecidos científicamente como los originales de las combinaciones cromáticas más extensas y satisfactorias, estos son: Rojo, Azul y Amarillo. Los colores secundarios se obtienen mezclando los primarios entre si en la

misma proporción y son: el naranja, el verde y el violeta. Finalmente los colores terciarios son el rojo violáceo o violeta, rojo anaranjado, amarillo anaranjado, amarillo verdoso, azul verdoso y azul violáceo o violeta. Las cualidades del color son: Tono, el cual es el nombre específico del mismo; Valor, es el grado de la luminosidad del color; Saturación, que es el grado de pureza de color. Los colores despiertan respuestas emocionales específicas en las personas.

La gama cromática fría a la que pertenece el color azul y sus derivados son relajantes, tranquilizantes, expresan soledad y lejanía, es por eso que se recomienda para uso de entidades organizacionales. Al contrario del azul, la gama cálida a la que pertenece el amarillo, el rojo y sus derivados son colores que expresan dinamismo, fuerza, alegría y evocan al fuego y al sol, por lo que se recomienda su uso para actividades físicas o para entidades gastronómicas. (Fotonostra, s.f.)

#### ***6.3.4 Tendencias:***

##### ***6.3.4.1 Minimalista***

“Menos es más”. Esta frase del arquitecto alemán Mies Van Der Rohe se ha convertido en la máxima definición del minimalismo. El diseño minimalista es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados para la vista. Su propósito es hacer que sobresalga el contenido. Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza. Por lo tanto, los diseños minimalistas ofrecen contenidos visuales concretos abordados de la simplicidad -no simpleza- de los recursos gráficos que se deben emplear para lograr desarrollos consecuentes, sin distracciones. Diseño Minimalista es mostrar sólo lo importante o lo realmente funcional.

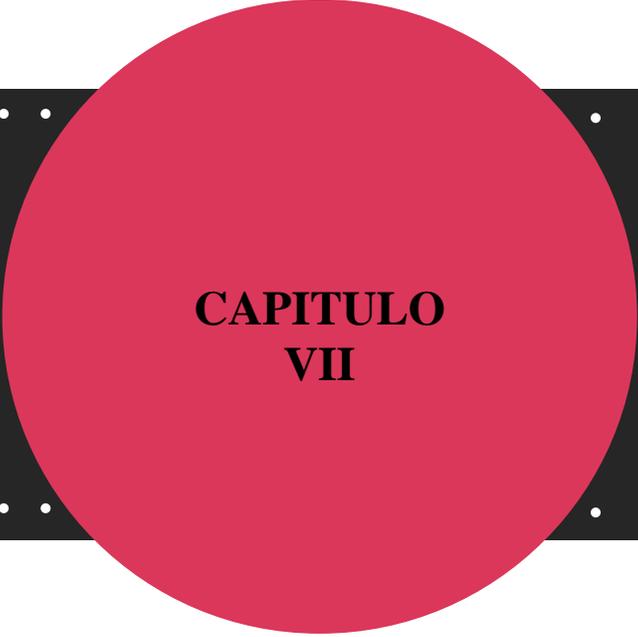
Las obras del Minimalismo buscan la sencillez y la reducción para eliminar toda alusión simbólica y centrar la mirada en cuestiones puramente formales: el color, la escala, el volumen o el espacio circundante.

El diseño gráfico minimalista sigue las características propias del estilo: la abstracción, la economía de lenguaje, purismo estructural y funcional, orden, reducción, síntesis, sencillez y concentración. La reducción de las formas a lo elemental, así como la predilección por emocionar a través de la mínima expresión es una de las bases de los diseñadores de este movimiento. (<https://www.significados.com/minimalista/>)

#### ***6.3.4.2 Diseño tipográfico***

##### Handwritten Fonts

Es una tendencia que surge en la necesidad de personalizar, darle un toque especial y para diferenciar unos diseños de otros. Este énfasis de la tipografía hecha a mano nace también de la era actual del social media, donde existe una manera más rápida y frecuente de comunicación y existe la necesidad de hacer sentir a los usuarios que el contenido viene directamente de una persona y no de una máquina. (<https://www.ahdis.com/blog/disenotipografico-que-es-ejemplos/>)

A large, solid red circle is centered on the page. It overlaps a horizontal black band that spans the width of the page. The black band has two rows of small white dots, one above and one below the circle.

**CAPITULO  
VII**

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:**

#### **7.1.1 Comunicación Visual**

La comunicación visual se base en la representación gráfica de algún contenido o información que queramos transmitir a un cliente o un público en general. Este se representa con gráficos o ya sea 3D. Es de suma importancia para poder realizar el modelo de revista ya que casi todo en la revista será visual con muy poca información.

#### **7.1.2 Diseño tipográfico:**

Los diseños de las tipografías que tenemos hoy en día son infinitos, lo único que debemos hacer es encontrar la adecuada al diseño y a lo que queremos dar a entender en la revista por lo que se investigó que tipografía es la adecuada para la misma.

#### **7.1.3 Sociología**

La Sociología es importante para la realización de este proyecto ya que es la ciencia que estudia a los diferentes grupos sociales, quiere decir que la sociología se ocupará de analizar las formas internas de organización que pueden presentar los mismos, las relaciones que entre sí mantienen sus componentes y con el sistema dentro del cual se encuentran.

#### **7.1.4 Arquitectura**

Es la creación de propuestas e ideas para la elaboración de espacios físicos de las construcciones de diversos lugares. Es la elaboración de planos, ideas innovadoras de edificios, apartamentos, casas. Por lo que es importante en el proyecto saber las nuevas tendencias que tiene la arquitectura.

### **7.1.5 Psicología**

Es el estudio de los aspectos biológicos, sociales y culturales del comportamiento humano, tanto a nivel social como individual, así como también del funcionamiento y desarrollo de la mente humana. La psicología es necesaria ya que al evaluar al grupo objetivo podremos captar su atención con la revista.

### **7.1.6 Psicología del color**

Este estudio del comportamiento y la percepción humana ante el efecto del color, se encarga de poder ver que efecto tienen los colores de la revista hacia las personas, que les provoca más ansias o simplemente interés al verla. Hay varias ramas como en el diseño, la publicidad, señalética, moda, entre otros que puede utilizar para poder llegar al cliente. La psicología del color establece que el color en realidad es más llamativo a la percepción de quien observe la revista.

### **7.1.7 Psicología de la imagen**

Esta estudia la percepción que tienen las personas hacia los colores, posiciones, formas, que contienen las imágenes visualmente, de la revista. Debe comprenderse como un fenómeno neuropsicológico que contiene en si los enlaces psíquicos que conectan a las personas cercanas de referencia con la imagen de la revista.

### **7.1.8 Tecnología**

Esta nos ayuda a realizar tareas ya que hoy en día tenemos más acceso a diferentes fuentes que nos pueden llegar a ser útiles mientras más avances hay las revistas digitales son aún más comunes de lo que pensamos hace 100 años.

### **7.1.9 Fotografías**

Es uno de los artes más bellos que existen, ya que podemos captar esos momentos que no pasan a menudo, pero gracias a esta técnica de captura de imágenes por la acción química de la luz, podemos capturar los sentimientos, emociones, pensamientos, historias, arte, edificios apartamentos, solo con una imagen y expresar en la revista no solo un edificio aburrido si no expresar una historia.

### **7.1.10 Literatura**

Es una manifestación artística basada en el uso del lenguaje. También es el nombre de una materia y el nombre de la teoría que estudia las obras literarias. Con este término también se conoce al conjunto de las producciones literarias. Al saber que representa la literatura en nuestra revista es necesario saber que palabras, textos, en si todo el contexto de palabras para que se entienda.

### **7.1.11 Teoría del Diseño**

Esta teoría es la que abarca todo, el color el sentimiento la persuasión en si es todo como lo ve la persona como lo siente como elegir esos elementos adecuados para poder ser exclusivos para Transac.

### **7.1.12 Teoría del Color**

Es la mezcla de colores para conseguir el efecto y las tonalidades deseadas en la revista. El color es una sensación y un atributo producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro.

### **7.1.13 Minimalista**

“Menos es más”. Lo minimalista es algo básico algo simple que llama la atención sin tener que ser tan ostentoso pero que a su vez es limpio pero llamativo, limpio pero original. Lo minimalista es lo más simple que puedes hacer pero fino y con estilo a la vez.. En nuestra

revista esto es lo que prevalece menos es más ya que nuestros clientes son muy conservadores y a la vez les gusta lo innovador que mejor que este arte para transmitirlo.

## **7. 2 Conceptualización:**

### **7. 2. 1 Método:**

Se utilizara la técnica creativa SCAMPER para desarrollar la propuesta gráfica del modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios.

¿Qué es?

En realidad es una mezcla de varias técnicas. Es una lista de preguntas que estimulan la generación de ideas. Alex Osborn, el creador del Brainstorming, estableció las primeras. Más tarde fueron dispuestas por Bob Eberle en este mnemotécnico:

- S: ¿Sustituir?
- C: ¿Combinar?
- A: ¿Adaptar?
- M: ¿Modificar?
- P: ¿Utilizarlo para otros usos?
- E: ¿Eliminar o reducir al mínimo?
- R: ¿Reordenar? = ¿Invertir?

Puede ser utilizada junto a otras técnicas en el proceso divergente de la generación de ideas.

Este método hace que nosotros planteemos el problema, podamos adaptarlo modificarlos y al final veamos las mejores soluciones para este. Así llegaremos a la culminación de lo que queremos realizar.

## 7. 2. 2 Aplicación de la técnica SCAMPER:

### Problemática

1º Establecimiento del problema.

Modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.

2º Planteamiento de las preguntas Scamper.

**Sustituir.** (Sustituir cosas, lugares, procedimientos, gente, ideas...)

- ¿Qué pasaría si es impresa y digital?
- ¿Y si las revistas fueran digitales ya no impresas?
- ¿Qué podemos cambiar de la las revistas digitales?
- ¿Y si cambiamos el lo impreso por 3d?
- ¿Y si cambiamos la revista por revistas?

**Combinar.** (Combinar temas, conceptos, ideas, emociones...)

- ¿Y si las revistas son muy monótonas?
- ¿La arquitectura con los apartamentos va de la mano?
- ¿Cómo combinar Revistas con tendencias?
- ¿Cómo Hacer divertidos los textos sin que sean muy cuadrados?

**Adaptar.** (Adaptar ideas de otros contextos, tiempos, escuelas, personas...)

- ¿Qué se ha hecho en otros sitios?
- ¿Cómo realizan las revistas en otros países?
- ¿Y en Europa?
- ¿Cómo realizaban los Arquitectos y diseñadores las tipografías hace 50 años en España?
- ¿Cómo nos gustaría que fueran las revistas digitales en el futuro: dentro de 100 años?

**Modificar** (Añadir algo a una idea o un producto, transformarlo)

- ¿Cómo transformar las revistas?
- ¿Cómo hacer una revista nueva pero innovadora?
- ¿Cómo hacer divertida la revista?
- ¿Cómo adaptarla y hacerla interesante?

**Utilizarlo para otros usos** (extraer las posibilidades ocultas de las cosas)

- ¿Qué hay de nuevo, novedoso en las revistas de esta época?
- ¿Quién está haciendo cosas diferentes con las revistas?
- ¿Qué hay de nuevo en las revistas?
- ¿Y en libros?
- ¿Y en los blogs, revistas en línea...?

**Eliminar** (Sustraer conceptos, partes, elementos del problema)

- ¿Y si las revistas no existieran?
- ¿Si todo fuera hace 100 años|?
- ¿Si nos hubiéramos quedado con la forma de hacer revistas de hace años?
- ¿Qué pasaría si no existieran los programas de diseño?
- ¿Qué pasaría si las revistas jamás se hubieran transformado?

**Reordenar** (o invertir elementos, cambiarlos de lugar, roles...)

- ¿Qué pasaría si las revistas digitales hubieran tomado posicionamiento?
- ¿Qué pasaría si no tuviéramos las redes y el internet para poder publicar digitalmente?
- ¿Qué pasaría si las revistas no fueran la mejor opción?

3º Evaluación de las ideas.

Después de ver todas las ideas, soluciones, problemas y opciones se llegó a la conclusión de realizar una revista digital más visual que informativa en base al desarrollo del método de SCAMPER ya que es lo que el cliente solicita y necesita.

#### ***7.2.2.1 Definición del Concepto***

“Transforma, innova, adáptate a lo nuevo”

“Transforme, innove, prepárese para lo nuevo”

“Transforme, innove y prepárese a lo nuevo”

“Transforme, innove, sitúese a lo nuevo”

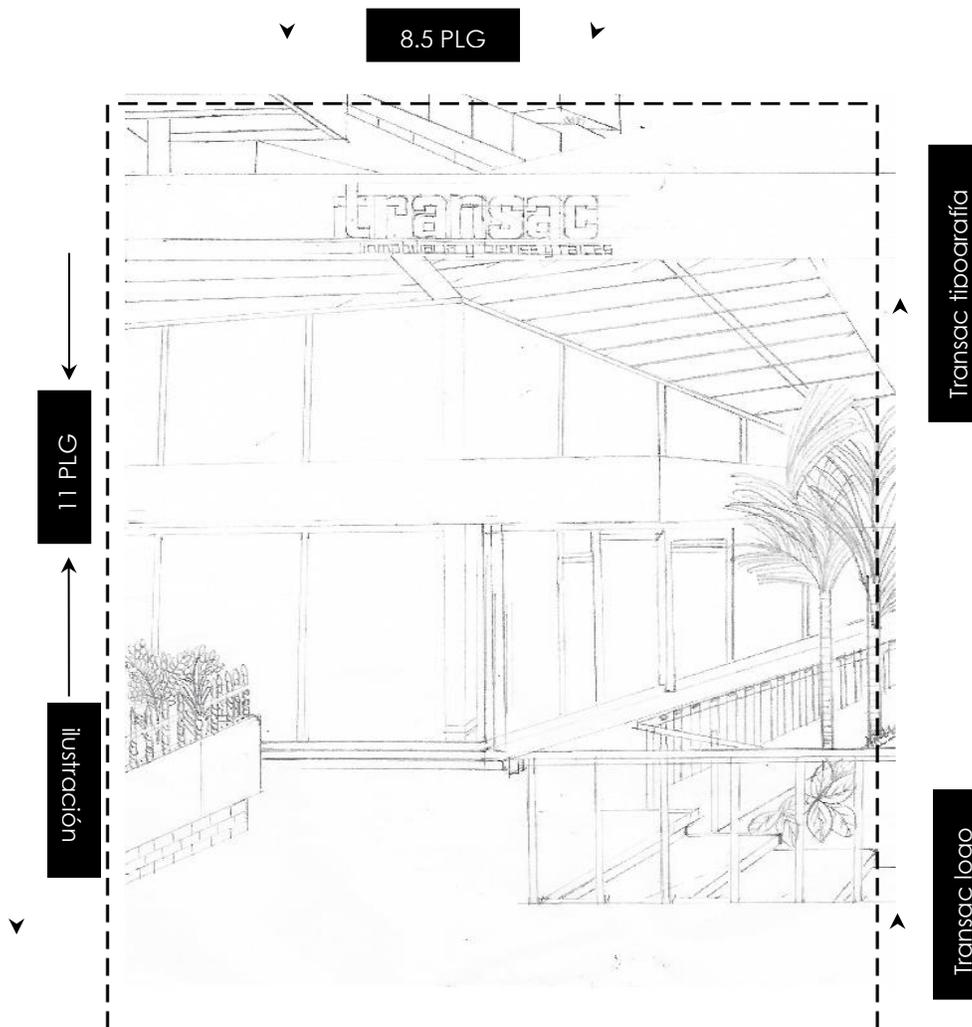
El concepto en el que se basará la propuesta gráfica del modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A. es:

**“Transforme, innove y disponga de lo nuevo”**

Este concepto hace referencia a que la elaboración y realización de la revista para la empresa será de gran apoyo para los clientes ya que podrán ver todos los proyectos que ellos tiene en vigencia, este tema será nuevo para la empresa ya que hasta ahora están introduciendo todo lo digital. Esto generará buena imagen ya que se están actualizando y cada día están más a la moda.

## 7.3 Bocataje

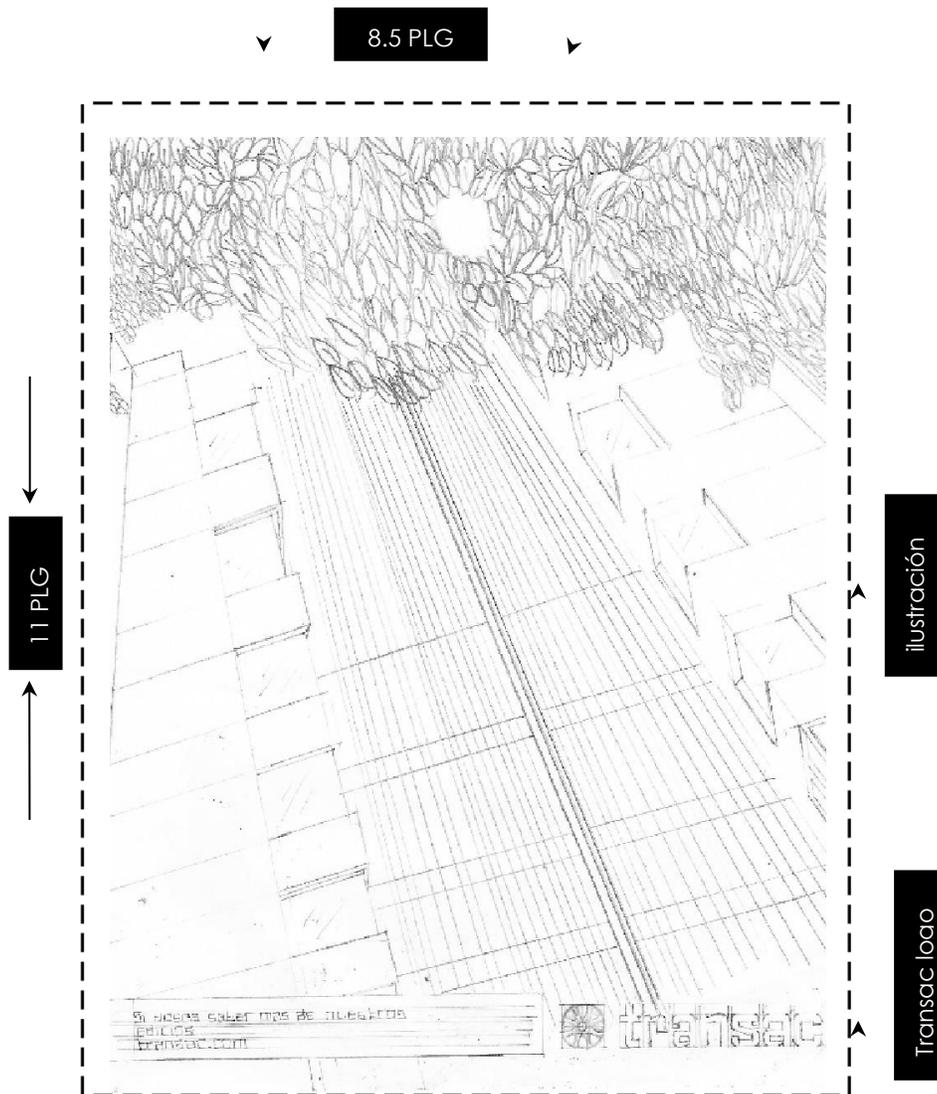
### 7.3.1. Proceso de bocetaje formal de portada en base a la diagramación de dibujo técnico



## Portada

Descripción: Se colocó el logotipo de la empresa en el área inferior izquierda debido a que se busca identificar plenamente qué es un producto externo de la Organización al centro de la portada, una ilustración elaborada en base a lo que se quiere representar que son los edificios. En medio se colocó un listón café en donde va el nombre de la empresa.

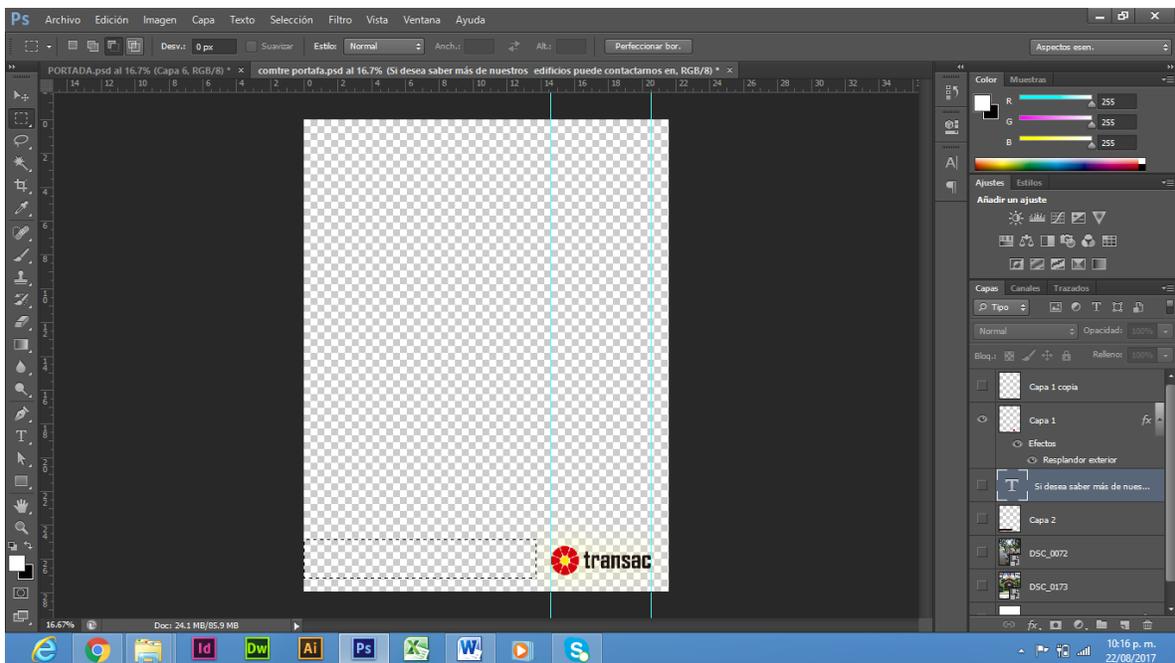
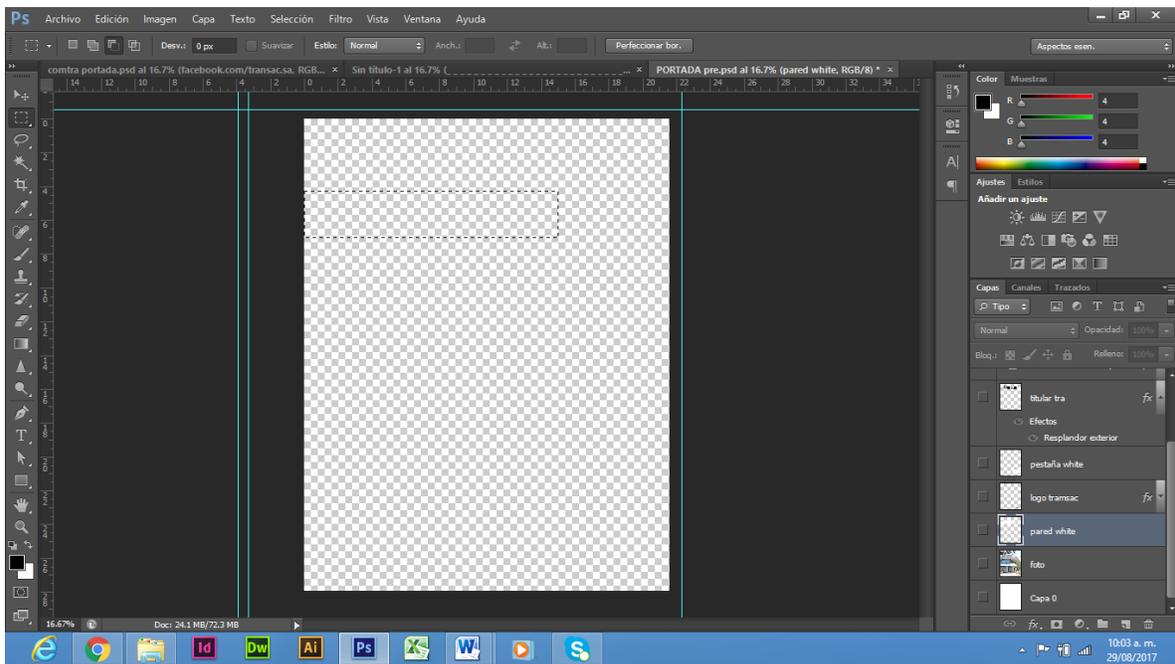
## Contra portada

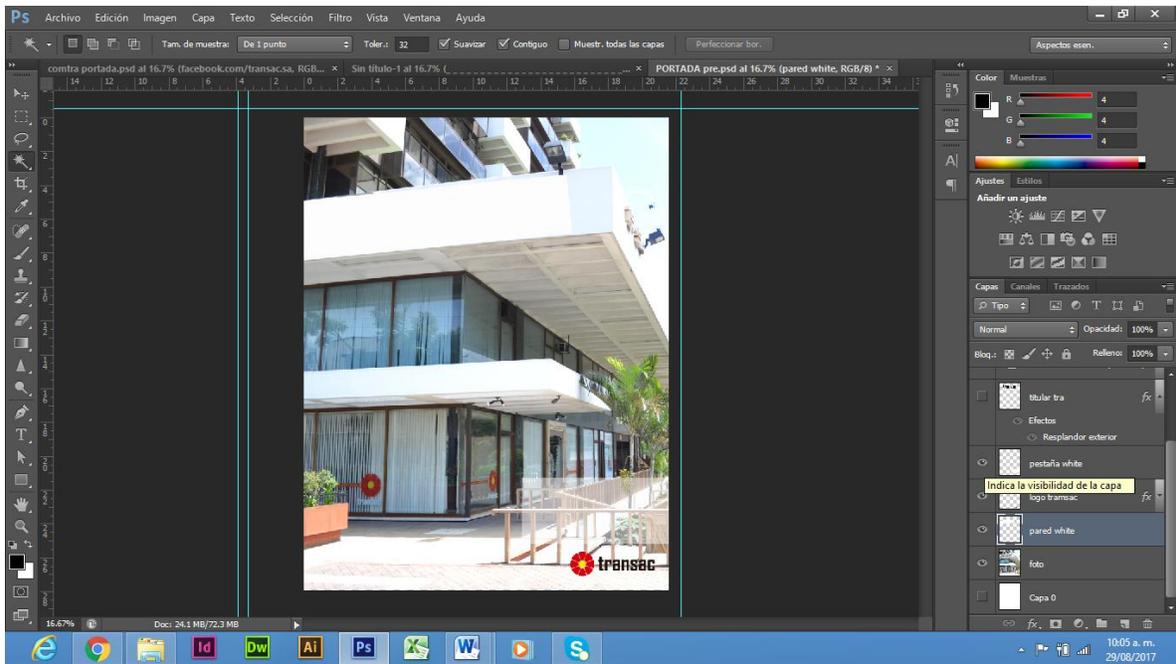
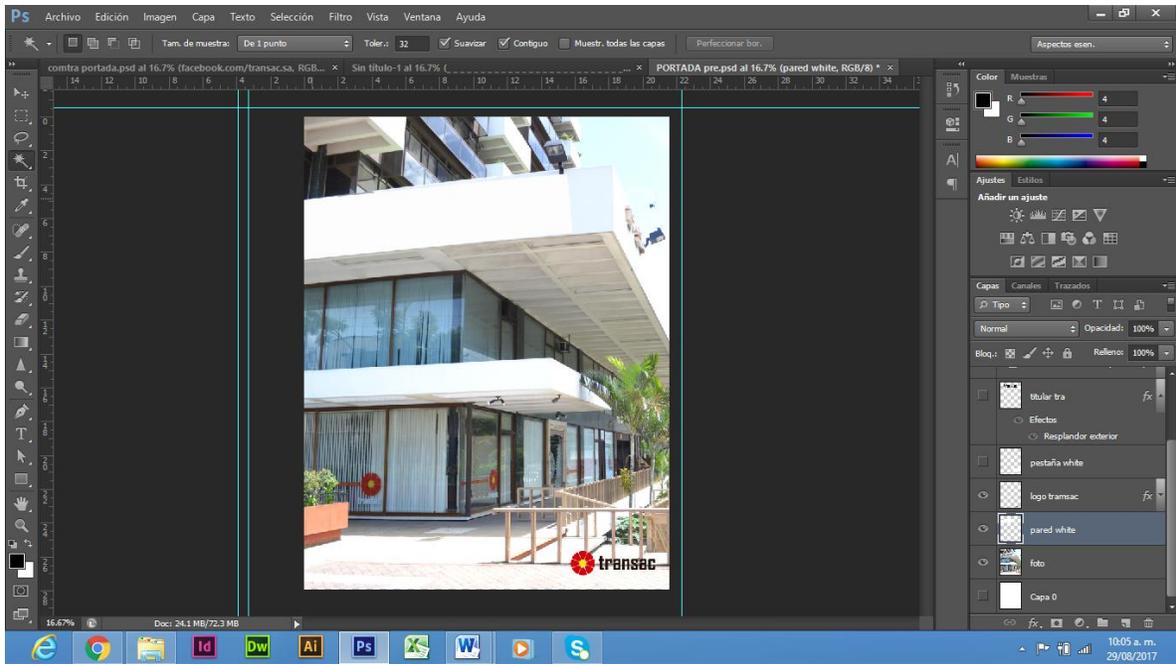


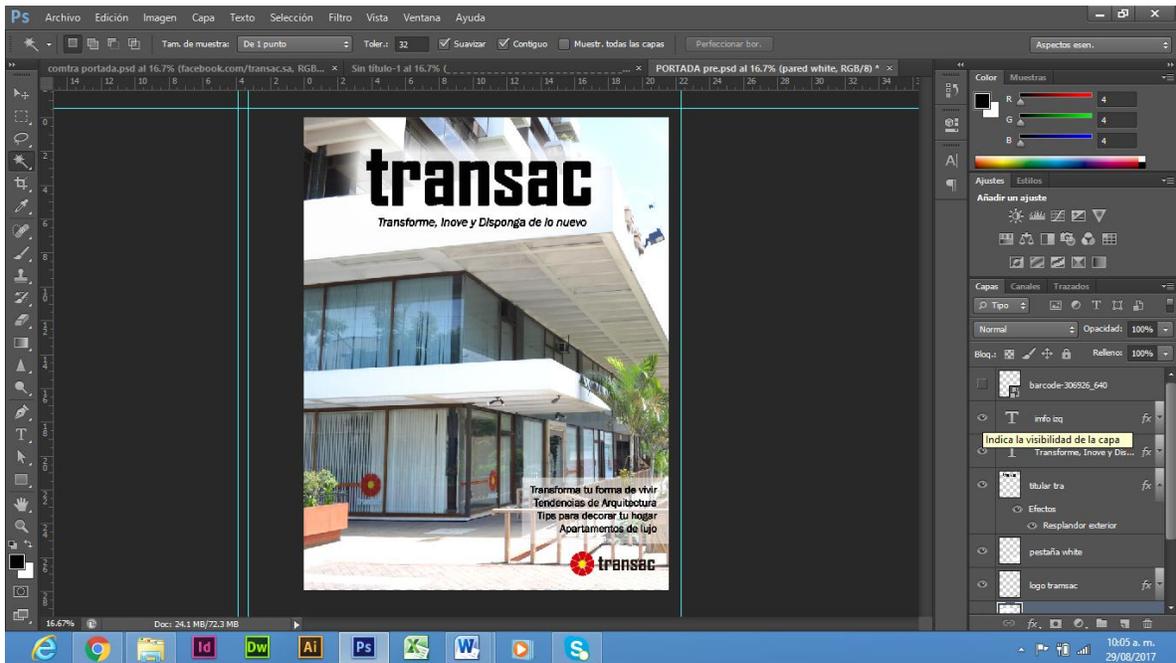
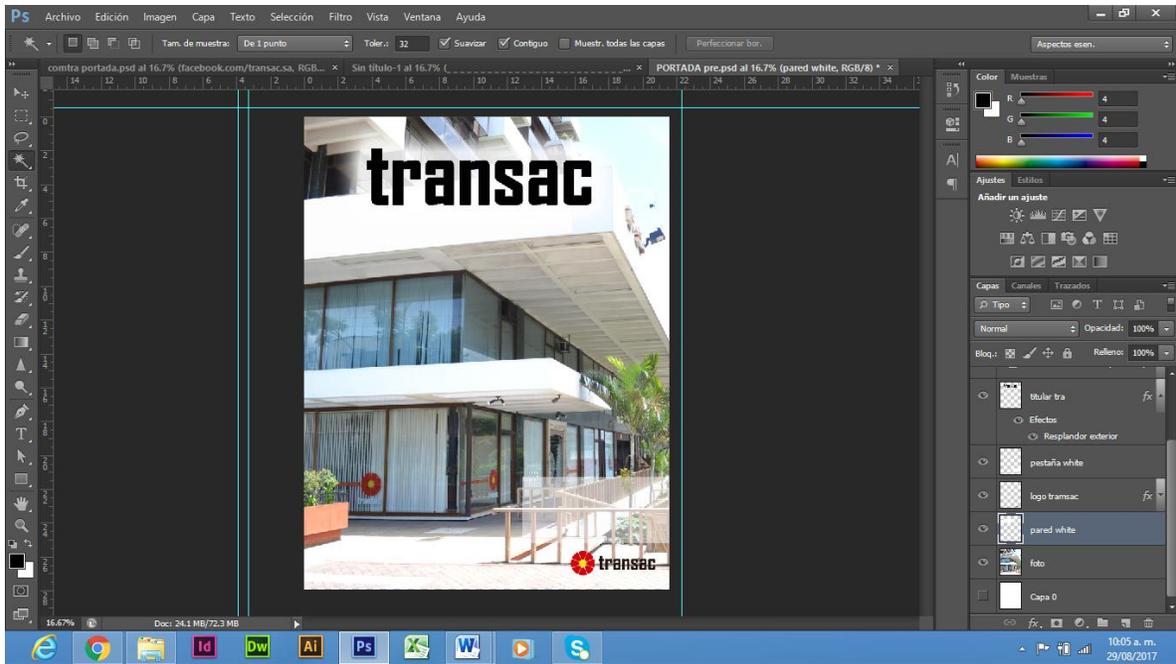
Descripción: Se colocó el logotipo de la empresa en el área inferior izquierda debido a que se busca identificar plenamente qué es un producto externo de la Organización al centro de la contra portada, una ilustración elaborada en base a lo que se quiere representar que son los edificios. En el área de en medio se colocó información de la empresa.

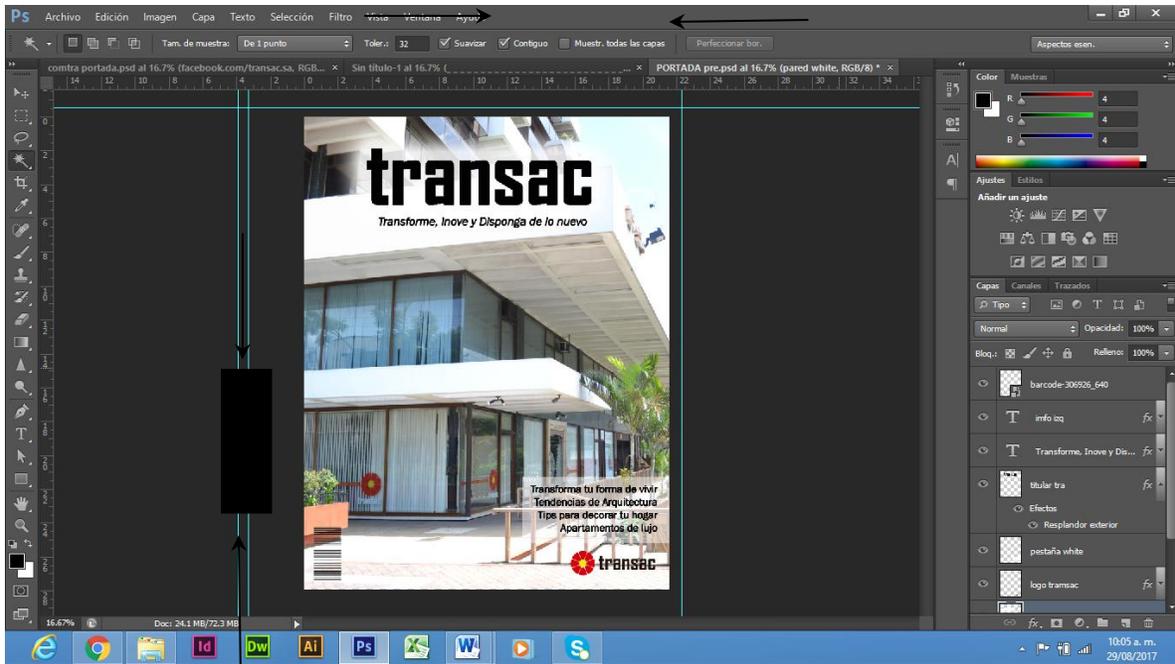
### 7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos

En esta área se presenta el proceso de digitalización de la portada del modelo de revista.









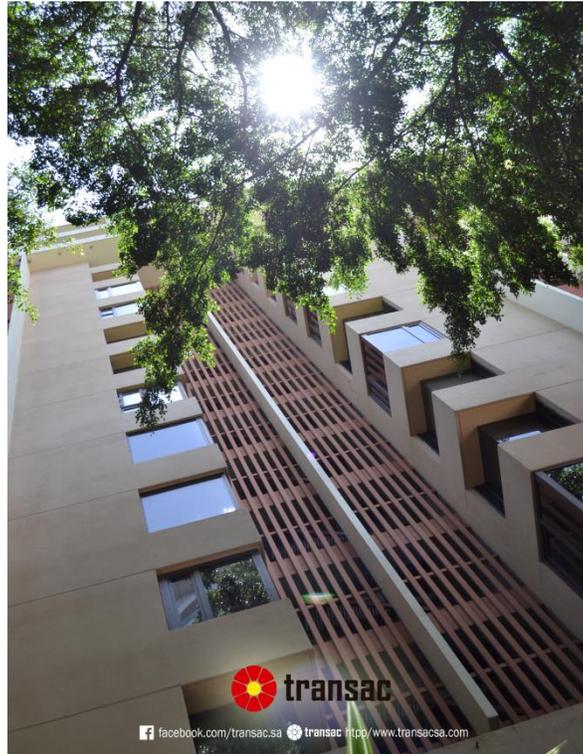
## 7.4 Propuesta preliminar:

Portada



Contra Portada





Índice

|        |   |   |
|--------|---|---|
|        | 8.5 PLG   |   |
|        | <b>CONTENIDO</b>  |   |
|        | <p><b>CORTUO</b><br/>Avenida Reforma<br/>2-18.zona 9</p> <p><b>ARQUITECTURA</b><br/>las nuevas tendencias<br/>que hay</p> <p><b>TORRE II<br/>DE SANTA CLARA</b><br/>1 Avenida 12-77<br/>zona 10</p> <p><b>VERDEVER</b><br/>9 calle 0-64<br/>zona 14</p> <p><b>CASA ALTA</b><br/>3 Avenida 17-05<br/>zona 14</p> <p><b>QUINTABELLA SUR</b><br/>5 Avenida 12-75<br/>zona 14</p> <p><b>RESIDENZA</b><br/>4 Avenida 14-65<br/>zona 14</p> <p><b>PALETA DE COLOR</b><br/>colores que están<br/>a la moda</p> | <p><b>REFORMA OBELISCO</b><br/>Avenida Reforma<br/>15-54.zona 9</p> <p><b>LA GALERIA</b><br/>7 Avenida 14-44<br/>zona 9</p> <p><b>AVENIDA</b><br/>Avenida Reforma<br/>8-95.zona 10</p> <p><b>TIPS</b><br/>decoración para<br/>su hogar</p> <p><b>VILLA MAYOR</b><br/>2 calle 8-45<br/>zona 14</p> <p><b>QUINTABELLA NORTE</b><br/>5 Avenida 12-45<br/>zona 14</p> <p><b>CASA RIALTO</b><br/>4 Avenida 17-82<br/>zona 14</p> <p><b>CASA ALTA</b><br/>3 Avenida 17-05<br/>zona 14</p> |
| 11 PLG |   |   |

## Páginas Interiores

Las páginas interiores son dos por apartamento



A large, solid red circle is centered on the page. It overlaps a horizontal black band that spans the width of the page. The black band has two rows of small white dots, one above and one below the circle.

**CAPITULO  
VIII**

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

El trabajo de modelo de revista digital 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 evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se aplicará al cliente, al grupo objetivo, 3 expertos en el área de diseño y comunicación y por último con el cliente del proyecto

### **8.1 Población y muestreo**

Para realizar la validación técnica del modelo de revista digital se acudió a recolectar información de tres grupos, diseñadores expertos en la rama, expertos en elaboración de revistas, expertos en comunicación y diseño, y cliente.

#### **8.1.2 Muestreo**

##### 8.1.2.1 Expertos

1. Licenciado Ange Ricart – Comunicador y Diseño Gráfico
2. Licenciada Jessica Perez – Diseñadora gráfica e ilustradora
3. Licenciado Juan Francisco Tejada – Diseño Gráfico

##### 8.1.2.2 Cliente

1. Alex Puac- Gerente de ventas
2. Ana Cruz-Asistente de Ventas

##### **8.1.2.3 Grupo Objetivo**

Se entrevistaron a 2 personas de ambos géneros, quienes tienen entre 30 a 60 años de edad, el nivel socio económico del grupo objetivo al que va dirigido el modelo de revista digital es de, B, A (Medio Alto, Alto). El grupo objetivo son personas empresarias que

siempre están en busca de inversiones o ya sea de hacerse de más propiedades para un futuro, ya sea para dejarles herencia a sus hijos, nietos, etc.

## **8.2. Método e Instrumentos**

Para realizar la validación del proyecto es necesario tomar en cuenta la opinión y el criterio, tanto del grupo objetivo como la de los expertos y el cliente, por lo que se realizó la técnica de la encuesta para verificar el funcionamiento y si el modelo de revista digital cumple con los objetivos. La encuesta se realizó electrónicamente, esta consiste en actuar sobre el objeto de estudio para modificarlo y realizar preguntas cerradas.

### **8.2.1. Investigación**

Consiste en indagar la mayor cantidad de información de una forma ordenada con el fin de llegar a adquirir el conocimiento exacto para toma de decisiones.

#### **8.2.1.1. Enfoque cualitativo:**

La simplicidad a la hora de expresar un concepto es el más alto grado de complejidad de toda teoría. Por esto y sin menoscabo de lo que venga más adelante, podemos definir la investigación cualitativa como el estudio de la gente a partir de lo que dicen y hacen las personas en el escenario social y cultural. El objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven (Taylor y Bogdan, 1984). Las características básicas de los estudios cualitativos se pueden resumir en que son investigaciones centradas en los sujetos, que adoptan la perspectiva emic o del interior del fenómeno a estudiar de manera integral o completa.

### ***8.2.1.2. Enfoque cuantitativo:***

Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

La función de los datos cuantitativos es usar un enfoque exacto para recoger y analizar los datos que han sido medidos. En general, es preciso y basado en los números. Uno de los propósitos de la investigación cuantitativa es ser deductiva, en lugar de inductiva.

## **8.2.2. Tipos de Investigación**

### ***8.2.2.1. Estudio exploratorio:***

Reúne información posible acerca del problema para formular hipótesis. Su principal objetivo es obtener un conocimiento amplio sobre el tema que se estudia.

### ***8.2.2.2. Investigación descriptiva:***

También conocida como la investigación estadística, describe los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. Por ejemplo, la búsqueda de la enfermedad más frecuente que afecta a los niños de una ciudad. El lector de la investigación sabrá qué hacer para prevenir esta enfermedad, por lo tanto, más personas vivirán una vida sana.

El objetivo de la investigación descriptiva, tiene como propósito principal describir las características de objetos, personas, grupos, organizaciones o entornos, es decir tratar de “pintar un cuadro” de una situación.

### ***8.2.2.3. Investigación explicativa:***

En el ámbito de la Investigación, se conoce con el nombre de Investigación Explicativa al proceso orientado, no sólo a describir o hacer un mero acercamiento en torno

a un fenómeno o hecho específico, sino que busca establecer las causas que se encuentran detrás de éste.

En otras palabras, la Investigación Explicativa se basa principalmente en establecer el por qué y el para qué de un fenómeno, a fin de ampliar el ¿Qué? de la Investigación Descriptiva y el ¿Cómo? De la Investigación Explorativa. De esta forma, lejos de definir o solamente describir, la Investigación Explicativa explica el porqué de un fenómeno o hecho determinado.

### **8.2.3. La encuesta, el cuestionario**

#### ***8.2.3.1. La Encuesta.***

Es una técnica de recopilación de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos en la cual se pueden conocer opiniones, actitudes y tipos de comportamientos. Es un método de investigación importante, ya que es un procedimiento que permite explorar y obtener información de número considerable de personas.

#### ***8.2.3.2. El Cuestionario.***

Es un conjunto de preguntas que se confeccionan para obtener información con algún objetivo en concreto, es un sistema de preguntas racionales, ordenadas y expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, en donde no es necesaria la intervención del encuestador ya que, por lo general, es respondido por el encuestado de forma escrita

#### **8.2.4. Aspectos a evaluar**

La encuesta se divide en tres partes: objetiva, semiológica y operativa. Las cuales evalúan distintas cualidades para llegar a tener resultados que ayuden a la validación del proyecto.

##### ***8.2.4.1 Parte Objetiva:***

Se validan los objetivos específicos del proyecto y se comprueba si son acertados.

##### ***8.2.4.2 Parte Semiológica:***

Se validan los aspectos relacionados con valores, emociones y sentimientos que transmiten los elementos, con el fin de analizar si se utilizaron de manera correcta los elementos dentro del proyecto.

##### ***8.2.4.3 Parte Operativa:***

Si es legible, tamaño adecuado y si realmente cumple con los objetivos por los que fue creado el proyecto.

Experto: Se llevó a cabo la encuesta con los expertos con la aplicación de encuestas de Google, enviándoles el link de la revista, al igual que el link de la encuesta, en donde dejaron sus comentarios y mejoras para el proyecto. Se tomaron el tiempo para contestar y anotar cualquier aporte o crítica hacia el mismo.

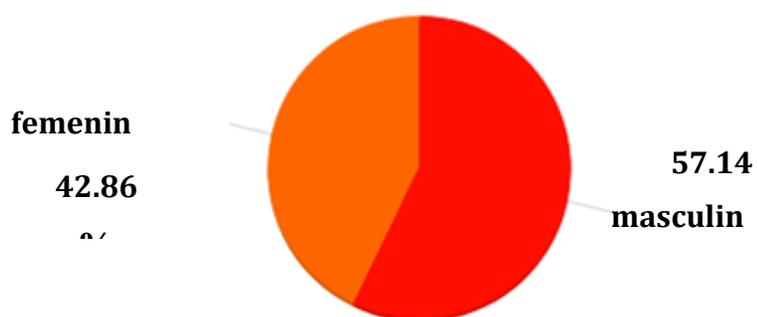
Cliente: Se presentó el proyecto con el cliente mediante la aplicación de encuestas de Google, enviándoles el link de la revista, al igual que el link de la encuesta, con el fin de obtener comentarios y críticas para la mejorar del contenido y poder anotar cualquier crítica constructiva que beneficie el proyecto.

Grupo Objetivo: Se presentó el proyecto al grupo objetivo mediante la aplicación de encuestas de Google, enviándoles el link de la revista, al igual que el link de la encuesta, con el fin de obtener aportes y críticas del contenido.

### 8.3 Resultados e Interpretación de Resultados

Para la validación del presente proyecto se envió una encuesta en la que se valora: edad, género, área objetiva, área semiológica, área operativa, para así tener una apreciación cuanti y cualitativa de dicho modelo. Dicha encuesta la contestaron 3 expertos concedores del área de Diseño Gráfico, Comunicación, Revistas, el grupo objetivo y el Cliente. Se les presenta el modelo digital en el que se muestra el trabajo realizado.

## GENERO

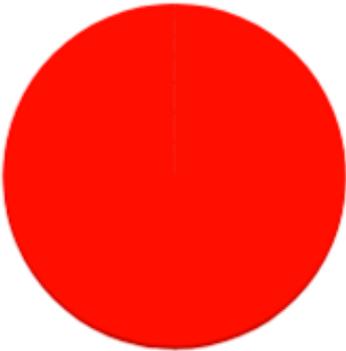


**Interpretación:** El 57.14% de los encuestados es de género masculino y el 42.86%, de género femenino.

**Parte Objetiva:**

1. ¿Considera usted necesario la realización del modelo de revista para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios inmobiliarios de la empresa Transac.S.A ?

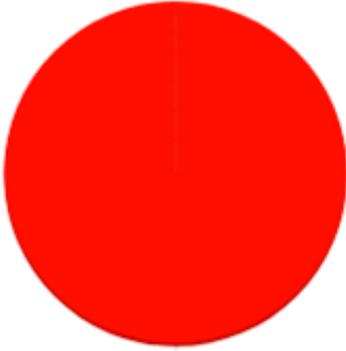
100



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que es necesario la realización del modelo de revista para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios inmobiliarios de la empresa Transac.S.A.

2. ¿Considera que se deben de realizar investigaciones de las nuevas tendencias en las revistas digitales?

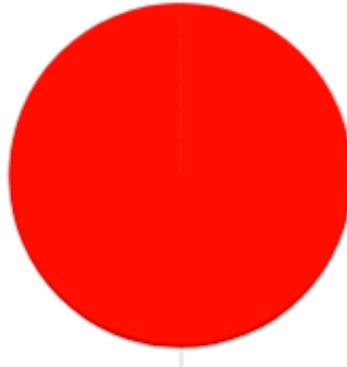
100



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que es necesario realizar investigaciones de las nuevas tendencias en las revistas digitales

3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de los productos y servicios que promueve la empresa TRANSAC S.A?

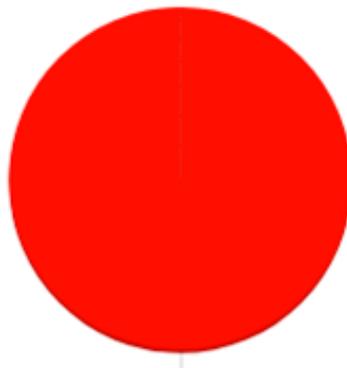
100



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que es necesario recopilar información acerca de los productos y servicios que promueve la empresa TRANSAC S.A.

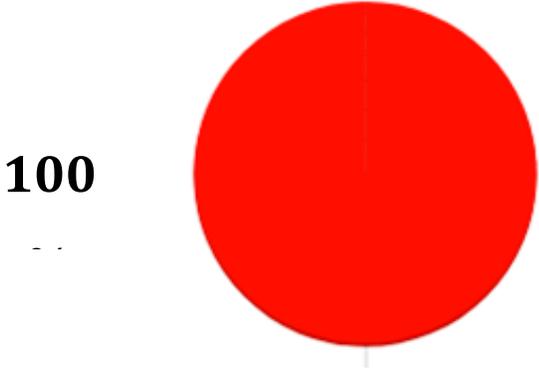
4. ¿Considera usted que tomar Fotografías de los diferentes productos inmobiliarios de la empresa, para ilustrar el contenido de la revista digital sea necesario?

100



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que es necesario tomar Fotografías de los diferentes productos inmobiliarios de la empresa, para ilustrar el contenido de la revista digital sea necesario.

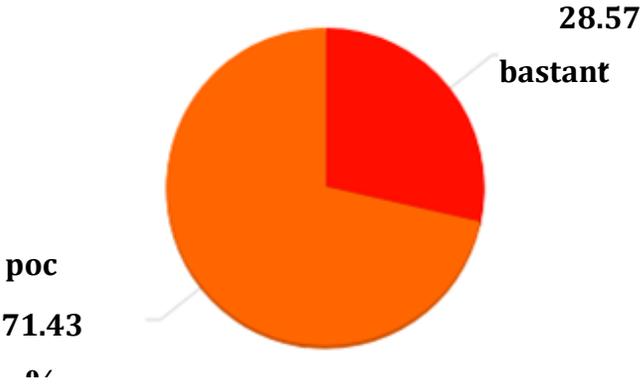
5. ¿Considera que se deben de realizar investigaciones de las nuevas tendencias en las revistas digitales?



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que es necesario realizar investigaciones de las nuevas tendencias en las revistas digitales

**Parte Semiológica**

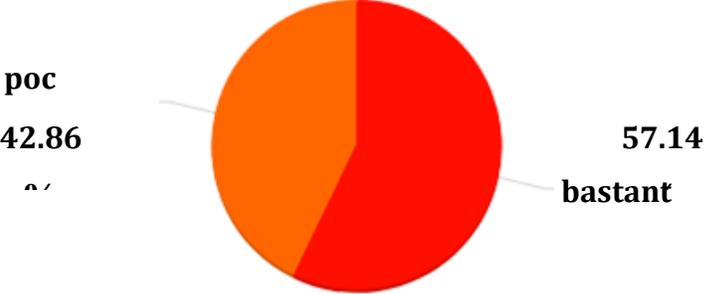
6. ¿El contenido dentro del modelo de revista digital es suficiente para que los clientes reales y potenciales puedan saber sobre los apartamentos?



**Interpretación:** El 71.43% de los encuestados considera que el contenido dentro del modelo de revista digital no es suficiente para que los clientes reales y potenciales puedan saber sobre

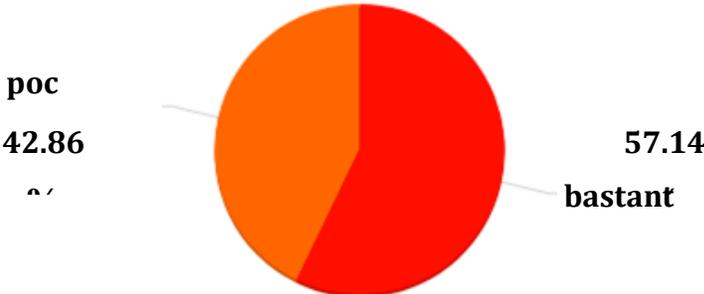
los apartamentos y el 28.57% considera que el contenido dentro del modelo de revista digital es suficiente para que los clientes reales y potenciales puedan saber sobre los apartamentos.

7. ¿Considera que la información colocada en el modelo de revista es ordenado y legible?



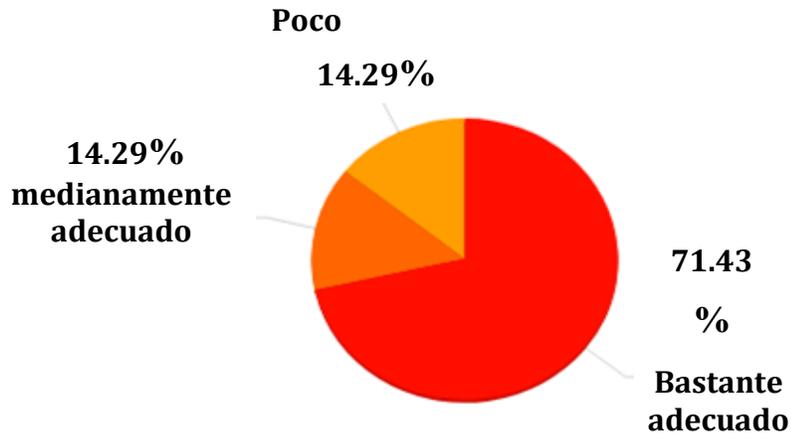
**Interpretación:** El 57.14% de los encuestados considera que la información colocada en el modelo de revista es ordenado y legible y el 42.86% considera que la información colocada en el modelo de revista es poco ordenado y legible.

8. ¿Considera que las fotografías dan a entender con exactitud el producto que se ofrece?



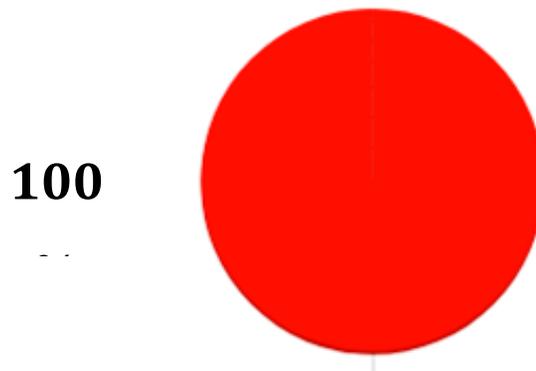
**Interpretación:** El 57.14% de los encuestados considera las fotografías dan a entender con exactitud el producto que se ofrece y el 42.86% las fotografías dan poco a entender con exactitud el producto que se ofrece.

9. ¿Considera que el tamaño del modelo de revista es?



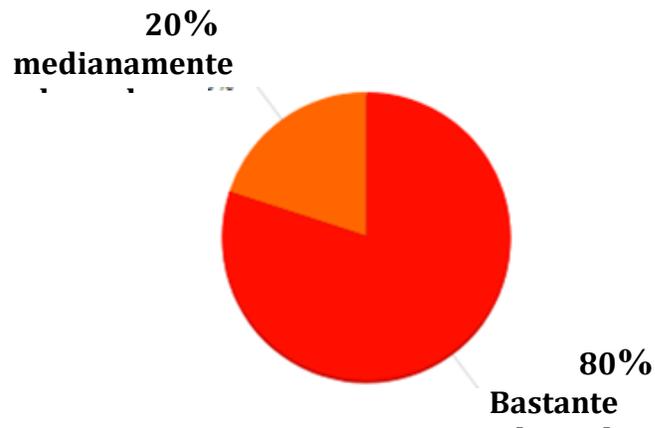
**Interpretación:** El 71.43% de los encuestados considera que el tamaño del modelo de revista es bastante adecuado, el 14.29% considera que el tamaño del modelo de revista es medianamente adecuado y 14.29% considera que el tamaño del modelo de revista es poco adecuado.

10. ¿Considera que la tipografía utilizada en la revista es la adecuada?



**Interpretación:** El 100% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en la revista es la adecuada.

11. ¿Considera que los colores que se utilizaron están bien escogidos?



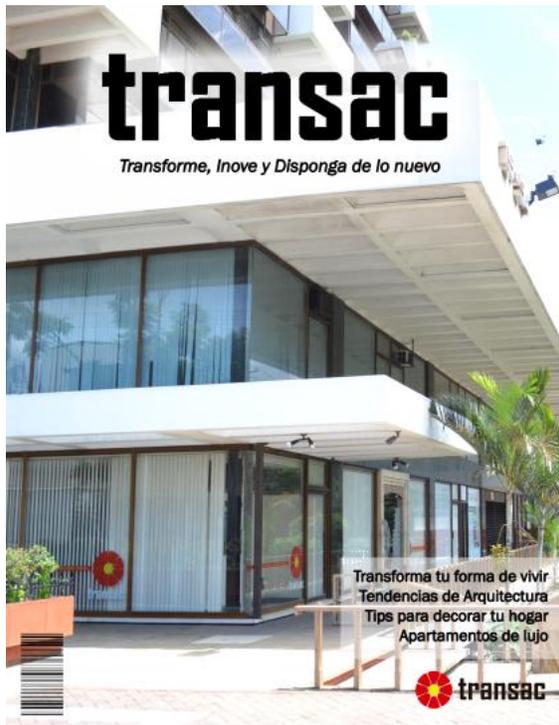
**Interpretación:** El 80% de los encuestados considera que los colores que se utilizaron están bien escogidos y 20% considera que el tamaño del modelo de revista es medianamente adecuado.

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

En base a los resultados de las encuestas y las observaciones de expertos, cliente y grupo objetivo, se identificó la necesidad de realizar algunos cambios en la propuesta gráfica

## Página Portada

Antes



Después



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos se decide quitar el código de barras ya que no se cuenta con la autorización para que sea válido el código de barras y colocar la n que hacía falta a la palabra innove.

# 14 Tendencias Arquitectónicas que definirán la próxima Década

"Cada gran arquitecto es -necesariamente- un gran poeta. Debe ser un gran intérprete original de su tiempo, de su época, de su edad".

Esa frase pertenece a un innegable gran arquitecto, Frank Lloyd Wright, cuya visión del diseño e innovadora planificación urbana le permitió dejar su propia marca en la arquitectura. Creemos que Wright no fue sólo un intérprete de su tiempo, si no que además fue capaz de prever las necesidades y deseos de las generaciones siguientes. El arquitecto es necesariamente un visionario capaz de mirar hacia el futuro.

En el espíritu de estas supuestas habilidades de adivinación de algunos arquitectos, hemos preparado una lista de 14 diseños contemporáneos que nos dan una cierta luz sobre el futuro de nuestro entorno urbano. ¿Es esta la arquitectura del mañana?



**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

## Antes



VERDEVER  
Apartamento ubicado en la  
9 calle 0-64, zona 14



## Después



VERDEVER  
Apartamento ubicado en la  
9 calle 0-64, zona 14



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos se coloca el margen a la misma distancia en todas las páginas en el lado superior, inferior, derecho e izquierdo.

## Antes



**EL CORTIJO**

Apartamento ubicado en la Avenida Reforma 2-18, zona 9



**Después**



**EL CORTIJO**

Apartamento ubicado en la Avenida Reforma 2-18, zona 9



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos se coloca el margen a la misma distancia en todas las páginas en el lado superior, inferior, derecho e izquierdo.

## Antes



### QUINTABELLA NORTE

Apartamento ubicado en la  
5 Avenida 12-45 zona 14



## Después



### QUINTABELLA NORTE

Apartamento ubicado en la  
5 Avenida 12-45 zona 14



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos se coloca el margen a la misma distancia en todas las páginas en el lado superior, inferior, derecho e izquierdo.

## Antes



### LA GALERIA

Apartamento ubicado en la 7 Avenida 14-44, zona 9



### Después



### LA GALERIA

Apartamento ubicado en la 7 Avenida 14-44, zona 9



**Razonamiento:** En base a comentarios de expertos se coloca el margen a la misma distancia en todas las páginas en el lado superior, inferior, derecho e izquierdo.

# TIPS



-  #5E5144
-  #E6DF67
-  #3A131E
-  #8F877A
-  #5B2437
-  #5D443F

Si hay una habitación en tu casa que debe reflejar realmente tu gusto, estilo personal y que te brinde el mayor confort, ese es el dormitorio. Este es un santuario que permite descansar y tener un momento de tranquilidad y con frecuencia es la habitación en la que muchos de nosotros pasamos la mayoría de nuestro tiempo.

Al darle un vistazo a las principales tendencias que darán tema en este año 2018 a los dormitorios en los próximos meses, debemos hablar del retro, también tomar en cuenta el regreso del terciopelo como un textil para lograr elegancia y suavidad a los sofás, camas o sillas.

Los colores que se usan son cálidos y brillantes.

-  #8B745B
-  #CDB06F
-  #AF646B
-  #C3C6C9
-  #616568
-  #453323



**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

# TIPS



- #973A3C
- #9D9599
- #52545C
- #DEDEE3
- #232328

Los colores que elegimos para la cocina son mucho más importantes de lo que todos creemos. Ya que los colores de nuestra cocina hablan de nuestra historia, de las personas que habitan esta casa.

Hay que tomar en cuenta que las tendencias que se le está dando a las cocinas este 2018 es: La pared o los muebles llaman la atención (en base al color).

- #CDCBC2
- #E9E236
- #44464C
- #5E6262
- #252523



**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

# ■ CORTIJO REFORMA ■



- habitación principal con su baño propio
- 3 habitaciones
- sala y comedor
- 2 baños ■ cocina



**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

## Antes



### REFORMA OBELISCO

Apartamento ubicado en la  
Avenida Reforma 15-54, zona 9

## Después



### REFORMA OBELISCO

Apartamento ubicado en la  
Avenida Reforma 15-54, zona 9

**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

## Antes



## TORRE II DE SANTA CLARA

Apartamento ubicado en la 1 Avenida 12-77, zona 10

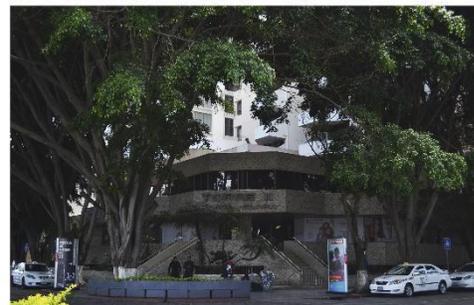


## Después



## TORRE II DE SANTA CLARA

Apartamento ubicado en la 1 Avenida 12-77, zona 10



**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

## Antes



AVENIDA  
Apartamento ubicado en la  
Avenida Reforma 8-95 zona 10



## Después



AVENIDA  
Apartamento ubicado en la  
Avenida Reforma 8-95 zona 10



**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

## Antes



### CASA ALTA

Apartamento ubicado en la  
4 avenida 17-45, zona 14



## Después



**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

## Antes



### VILLA MAYOR

Apartamento ubicado en la  
2 calle 8-45, zona 14



## Después



### VILLA MAYOR

Apartamento ubicado en la  
2 calle 8-45, zona 14



**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.

## Antes



### CASA RIALTO

Apartamento ubicado en la 4 avenida 17-82, zona 14

### Después



### CASA RIALTO

Apartamento ubicado en la 4 avenida 17-82, zona 14

**Razonamiento:** Esta página anteriormente no se encontraba en la revista. En base a comentarios de expertos se decide colocarla para tener más contenido atractivo en ella.



## RESIDENZA

Apartamento ubicado en la  
4 avenida 14.-65, zona 14



**Razonamiento:** Se agregaron las páginas faltantes de los edificios para poder completar al 100% la revista.



## AVENIDA TRES

Apartamento ubicado en la  
3 Avenida zona 14



**Razonamiento:** Se agregaron las páginas faltantes de los edificios para poder completar al 100% la revista.

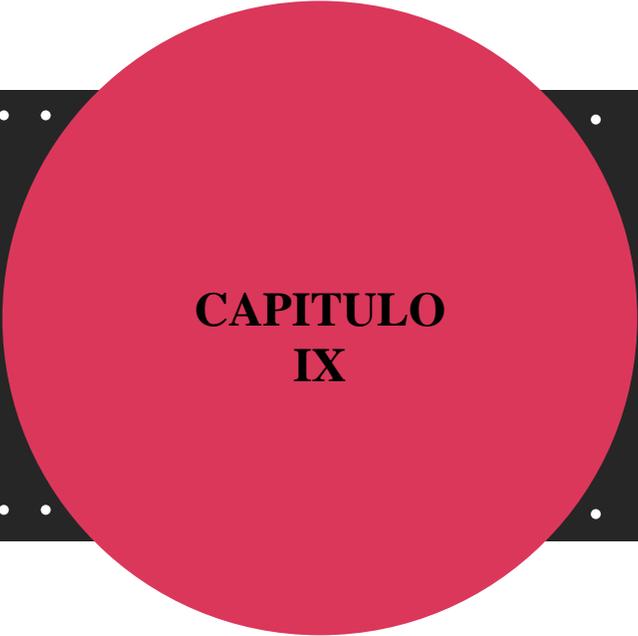


## QUINTA BELLA SUR

Apartamento ubicado en la  
5 Avenida 12-75 zona 14



**Razonamiento:** Se agregaron las páginas faltantes de los edificios para poder completar al 100% la revista.

A large, solid red circle is centered on the page. It overlaps a horizontal black band that spans the width of the page. The black band has a white dotted pattern along its top and bottom edges.

**CAPITULO  
IX**

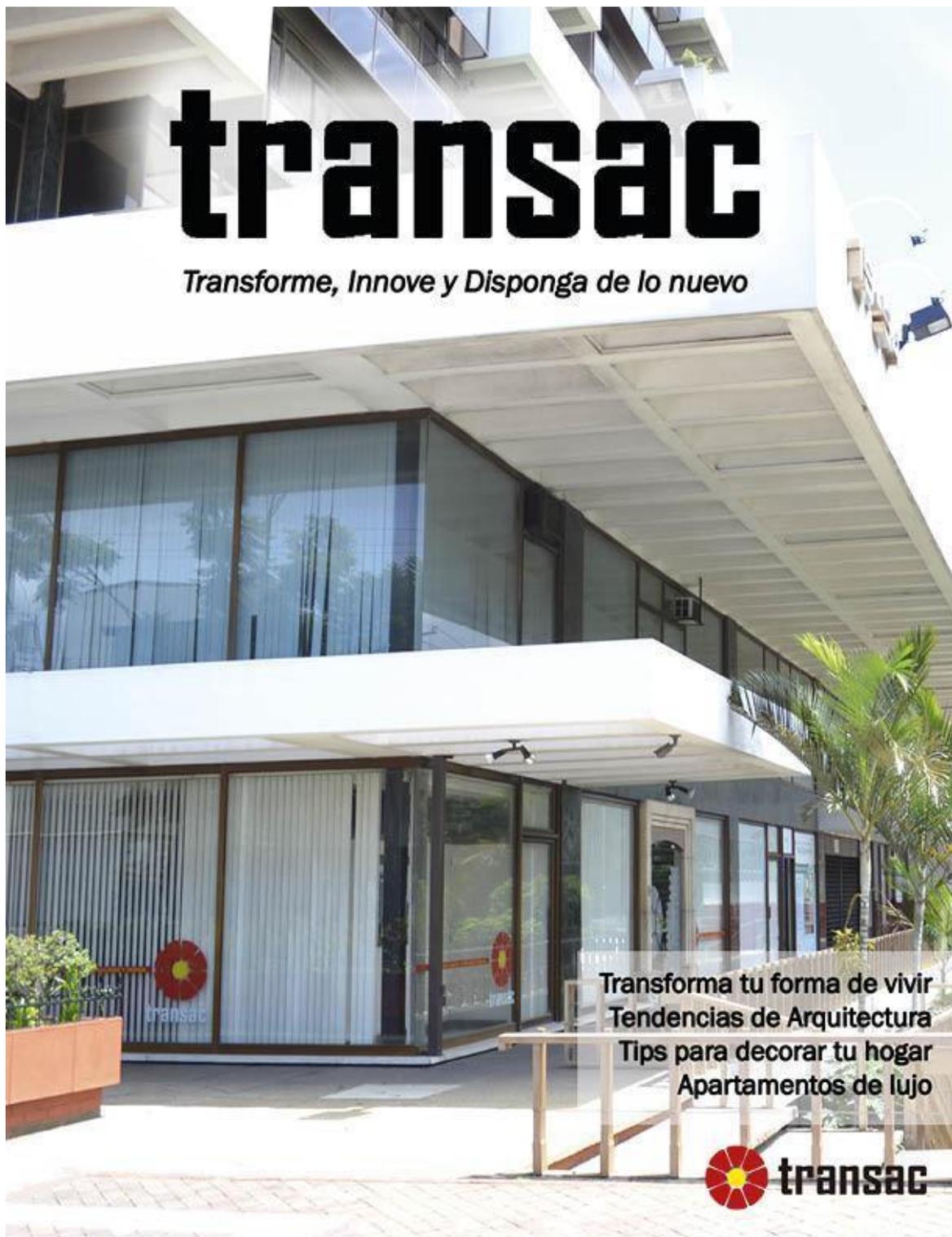
## **Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final**

Se presenta el modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa, su objetivo es generar contenido sobre los edificios que posee la empresa y que sus clientes tengan más información de los maravillosos proyectos que realizan y han realizado tras estos años que llevan en el mercado.

Luego de haber realizado los cambios con base en los resultados de la validación, se presenta una nueva propuesta del proyecto que hace referencia en mejoras a favor de su presentación, contenido y visualización. Como resultado de los cambios propuestos en los incisos anteriores, el nuevo modelo de revista digital es más agradable a la vista y su contenido es más conciso, esto nos lleva a que se debió añadir páginas para que el documento sea de mayor calidad.

El documento es de 8.5” de alto por 11” de ancho, y cuenta con xx páginas.

**Portada**



**Índice**

# Transac Tra Transac



|  |                                     |                                   |                                    |
|--|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| <b>1</b><br>ARQUITECTURA<br>las nuevas<br>tendencias que hay | <b>2-5</b><br>EL CORTIJO            | <b>6-7</b><br>REFORMA<br>OBELISCO | <b>8-9</b><br>LA GALERIA           |
| <b>10-11</b><br>TORRE DOS DE<br>SANTA CLARA                  | <b>12-13</b><br>RESIDENZA           | <b>14-15</b><br>AVENIDA TRES      | <b>16-17</b><br>TENDENCIAS<br>2018 |
| <b>18-19</b><br>AVENIDA                                      | <b>20-21</b><br>VERDEVER            | <b>22-23</b><br>VILLA MAYOR       | <b>24-25</b><br>CASA ALTA          |
| <b>26-27</b><br>QUINTA BELLA<br>NORTE                        | <b>28-29</b><br>QUINTA BELLA<br>SUR | <b>30-31</b><br>CASA RIALTO       |                                    |

# 14 Tendencias Arquitectónicas que definirán la próxima Década

"Cada gran arquitecto es -necesariamente- un gran poeta. Debe ser un gran intérprete original de su tiempo, de su época, de su edad".

Esa frase pertenece a un innegable gran arquitecto, Frank Lloyd Wright, cuya visión del diseño e innovadora planificación urbana le permitió dejar su propia marca en la arquitectura. Creemos que Wright no fue sólo un intérprete de su tiempo, si no que además fue capaz de prever las necesidades y deseos de las generaciones siguientes. El arquitecto es necesariamente- un visionario capaz de mirar hacia el futuro.

En el espíritu de estas supuestas habilidades de adivinación de algunos arquitectos, hemos preparado una lista de 14 diseños contemporáneos que nos dan una cierta luz sobre el futuro de nuestro entorno urbano. ¿Es esta la arquitectura del mañana?





## EL CORTIJO

Apartamento ubicado en la  
Avenida Reforma 2-18, zona 9





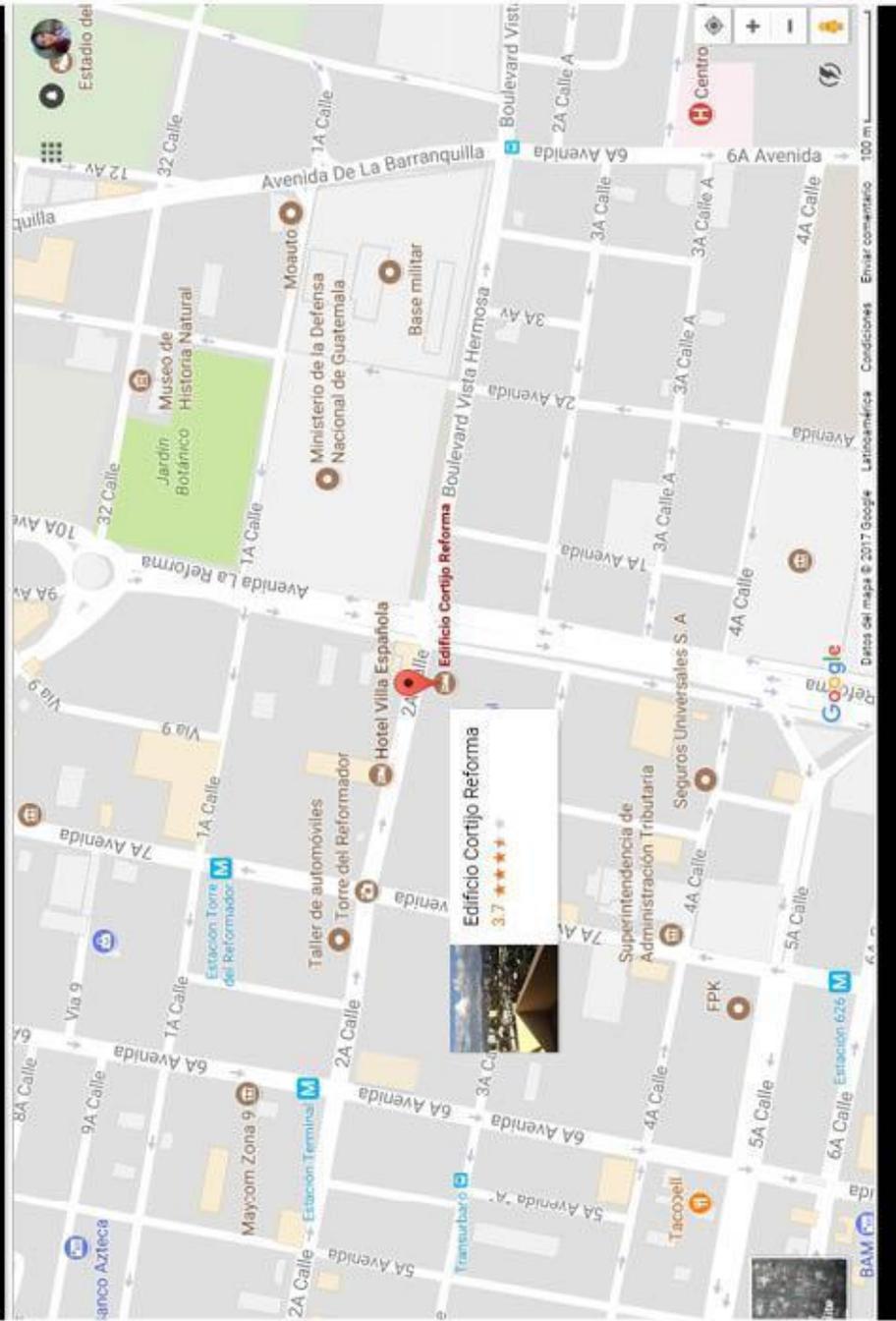
# ■ CORTIJO REFORMA ■



- habitación principal con su baño propio
- 3 habitaciones
- sala y comedor
- 2 baños ■ cocina



# Edificio Reforma Cortijo





## REFORMA OBELISCO

Apartamento ubicado en la  
Avenida Reforma 15-54, zona 9







## LA GALERIA

Apartamento ubicado en la  
7 Avenida 14-44, zona 9







## TORRE II DE SANTA CLARA

Apartamento ubicado en la  
1 Avenida 12-77, zona 10







## RESIDENZA

Apartamento ubicado en la  
4 avenida 14.-65, zona 14







## AVENIDA TRES

Apartamento ubicado en la  
3 Avenida zona 14





# TIPS



-  #973A3C
-  #9D9599
-  #52545C
-  #DEDEE3
-  #232328

Los colores que elegimos para la cocina son mucho más importantes de lo que todos creemos. Ya que los colores de nuestra cocina hablan de nuestra historia, de las personas que habitan esta casa.

Hay que tomar en cuenta que las tendencias que se le está dando a las cocinas este 2018 es: La pared o los muebles llaman la atención (en base al color).

-  #CDCBC2
-  #E9E236
-  #44464C
-  #5E6262
-  #252523



# TIPS



- #5E5144
- #E6DF67
- #3A131E
- #8F877A
- #5B2437
- #5D443F

Si hay una habitación en tu casa que debe reflejar realmente tu gusto, estilo personal y que te brinde el mayor confort, ese es el dormitorio. Este es un santuario que permite descansar y tener un momento de tranquilidad y con frecuencia es la habitación en la que muchos de nosotros pasamos la mayoría de nuestro tiempo.

Al darle un vistazo a las principales tendencias que darán tema en este año 2018 a los dormitorios en los próximos meses, debemos hablar del retro, también tomar en cuenta el regreso del terciopelo como un textil para lograr elegancia y suavidad a los sofás, camas o sillas.

Los colores que se usan son cálidos y brillantes.

- #8B745B
- #CDB06F
- #AF646B
- #C3C6C9
- #616568
- #453323





## AVENIDA

Apartamento ubicado en la  
Avenida Reforma 8-95 zona 10







## VERDEVER

Apartamento ubicado en la  
9 calle 0-64, zona 14







## VILLA MAYOR

Apartamento ubicado en la  
2 calle 8-45, zona 14







## CASA ALTA

Apartamento ubicado en la  
3 avenida 17-05, zona 14







## QUINTABELLA NORTE

Apartamento ubicado en la  
5 Avenida 12-45 zona 14







## QUINTA BELLA SUR

Apartamento ubicado en la  
5 Avenida 12-75 zona 14







## CASA RIALTO

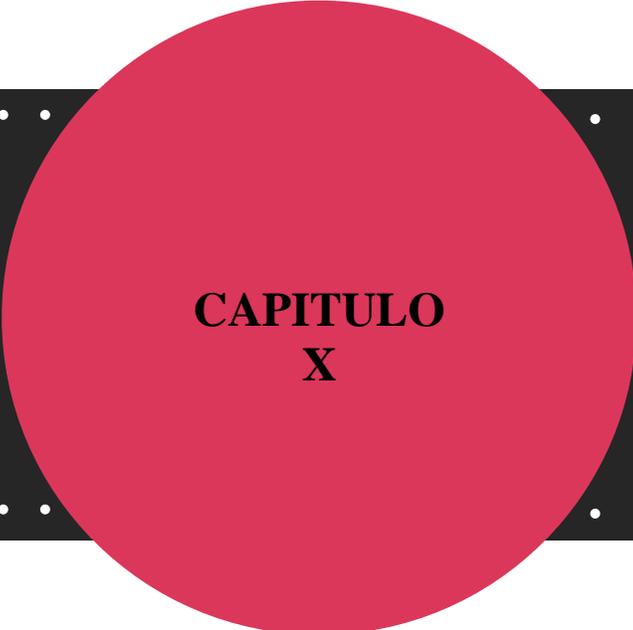
Apartamento ubicado en la  
4 avenida 17-82, zona 14





**Contra Portada**



A large, solid red circle is centered on the page, overlapping a horizontal black band. The black band contains two rows of small white dots, one above and one below the circle.

**CAPITULO  
X**

## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Se detallan los costos de producción para la elaboración del material interactivo impreso, cotizaciones por imprentas y el total de gastos que implica la distribución del material.

### 10.1 Plan de costos de elaboración:

La pieza elaborada es un modelo de revista digital que será de apoyo para que los clientes de la empresa puedan ver todos los edificios que tienen a su alcance. Para la creación se llevó un proceso que permitió la realización del material, de tal manera el tiempo empleado de los días trabajados, los costos por hora se presentan en la siguiente tabla:

|   |                       |
|---|-----------------------|
| Tiempo empleado   | 6 meses               |
| Diagramación del material digital y toma de fotografías (293) |                       |
| Semanas de trabajo  | 25 semanas            |
| Días trabajados   | 125/5 días por semana |
| Horas trabajadas  | 500 / 4 horas diarias |

El costo total por horas es: Q.12,000. La hora tiene un valor de Q.24 de tal manera que  $500 \times 24 = Q.12,000.00$

### 10.2 Plan de costos de producción:

Los recursos utilizados (programas) en la realización del proyecto conllevaron a una serie de pasos para la producción del material digital. Producto final digitalizado esta etapa

consistió en crear la línea gráfica que se utilizaría para todas las páginas de la revista, tomar fotos de cada edificio, investigación de tendencias para colocar en páginas, diagramación de la revista y posteriormente la validación técnica. Se considera que para la producción final de la revista se lleve a cabo en la aplicación de issuu ya que es la mejor vía para realización de la revista y fue en la aplicación que se le mostro al cliente. El material por ser digital no tendrá ningún costo en impresión. Tomando en cuenta esto el costo en impresión es igual a Q.0.00

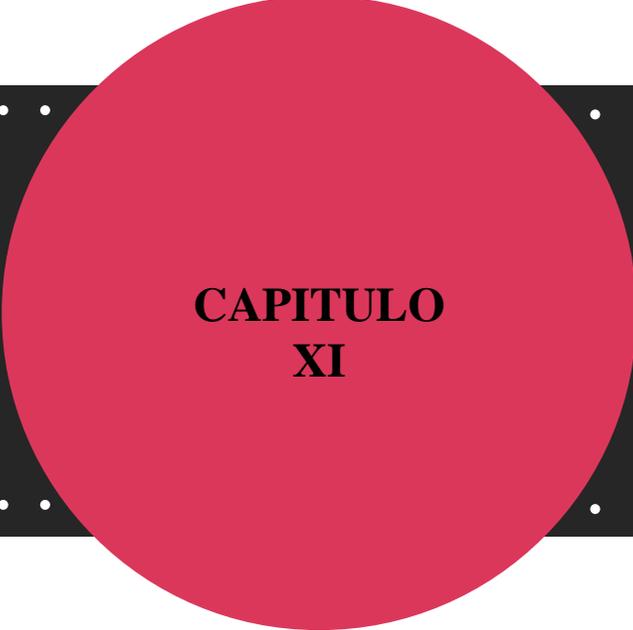
### **10.3 Plan de costos de distribución:**

Para la distribución del material digital, no hay un costo para ello, ya que se hace en la aplicación antes mencionada.

### **10.4 Cuadro con resumen general de costos:**

El único costo es el de la elaboración de la revista digital ya que en producción, reproducción y distribución del material no se considera la elaboración ya que es digital.

| Actividad                      | Costo        |
|--------------------------------|--------------|
| Plan de costos de elaboración  | Q. 6,000.00  |
| Plan de costos de producción   | Q. 6.000.00  |
| Plan de costos de reproducción | Q. 0.00      |
| Plan de costos de distribución | Q. 0.00      |
| Total                          | Q. 12,000.00 |
| Total más iva                  | Q. 13,440.00 |

A large, solid red circle is centered on the page. It overlaps a horizontal black band that spans the width of the page. The black band has two rows of small white dots, one above and one below the circle.

**CAPITULO  
XI**

## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

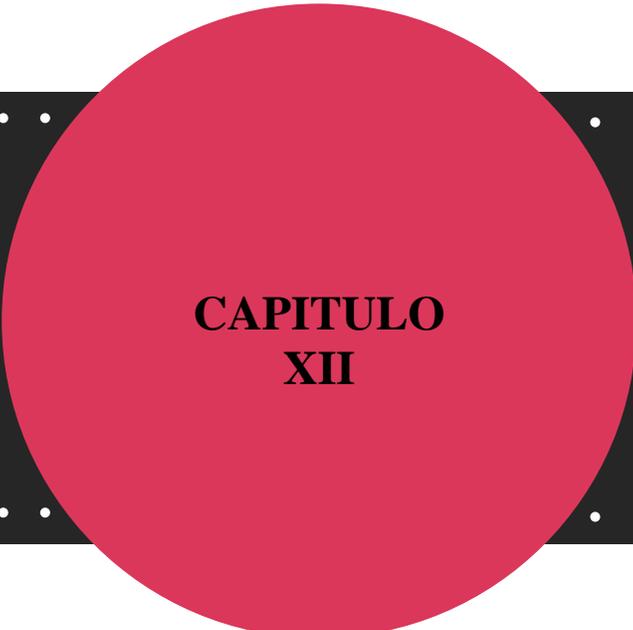
- Se diseñó un modelo de revista digital de información de los edificios que permite que el grupo objetivo conozca y pueda ver los proyectos que ya han realizado
- Se vio con la necesidad de investigar todo sobre revistas digitales, contenido visual, textos y reglas a utilizar en revistas digitales, lo cual sustenta la realización de este proyecto.
- Se recopiló toda la información acerca de las revistas digitales y sus tendencias hoy en día, lo cual permitió determinar el contenido adecuado para la revista digital
- Se logró elaborar el modelo de revista digital gracias a la investigación de la misma y sus tendencias hoy en día.
- Se creó la revista para que los clientes reales y potenciales tengan acceso a ver todos los proyectos de Transac.

### **11.2 Recomendaciones**

Luego de realizar este proyecto se recomienda lo siguiente:

Se sugiere que en su página tengan el link de la revista y que lo tengan a la mano todo el personal, para poderlo enseñar a todos sus clientes sin ninguna dificultad

- Se propone que, al incorporar nuevos proyectos siempre se adjunten al link de la revista para que siempre se vaya actualizando la Revista.
- En caso de agregar un nuevo contenido al modelo de revista digital, respetar la diagramación de la información e imágenes mediante la aplicación adecuada de tipografía, color y composición

A large, solid red circle is centered on the page, overlapping a black horizontal band. The band contains two rows of white dots, one above and one below the circle.

**CAPITULO  
XII**

# DISEÑO GRÁFICO

Fundamental para poder transmitir a el grupo objetivo la información de manera ordenada, creativa, innovadora y llamativa al ojo.

# COMUNICACIÓN

Se usa la comunicación para poder transmitir adecuadamente el mensaje, a través de un canal virtual, donde el receptor es el grupo objetivo, este nos ayuda ya que nos retroalimenta con sus comentarios.

# DISEÑO EDITORIAL

Escencial para dar orden y simetría a la diagramación de páginas producidas de cualquier material editorial tales como: revistas, libros, periódicos, manuales, guías, afiches, trifoliales, entre otros.

# BOCETAJE

Es clave realizar bocetaje, ya que con estas plasmamos las ideas sobre papel y las llevamos a la realización. Es decir para cualquier ilustración, diagramación, fotografías, entre otras, se debe de realizar el bocetaje. Este es la base para poder llegar a realizar un arte final en formato digital

# REVISTA

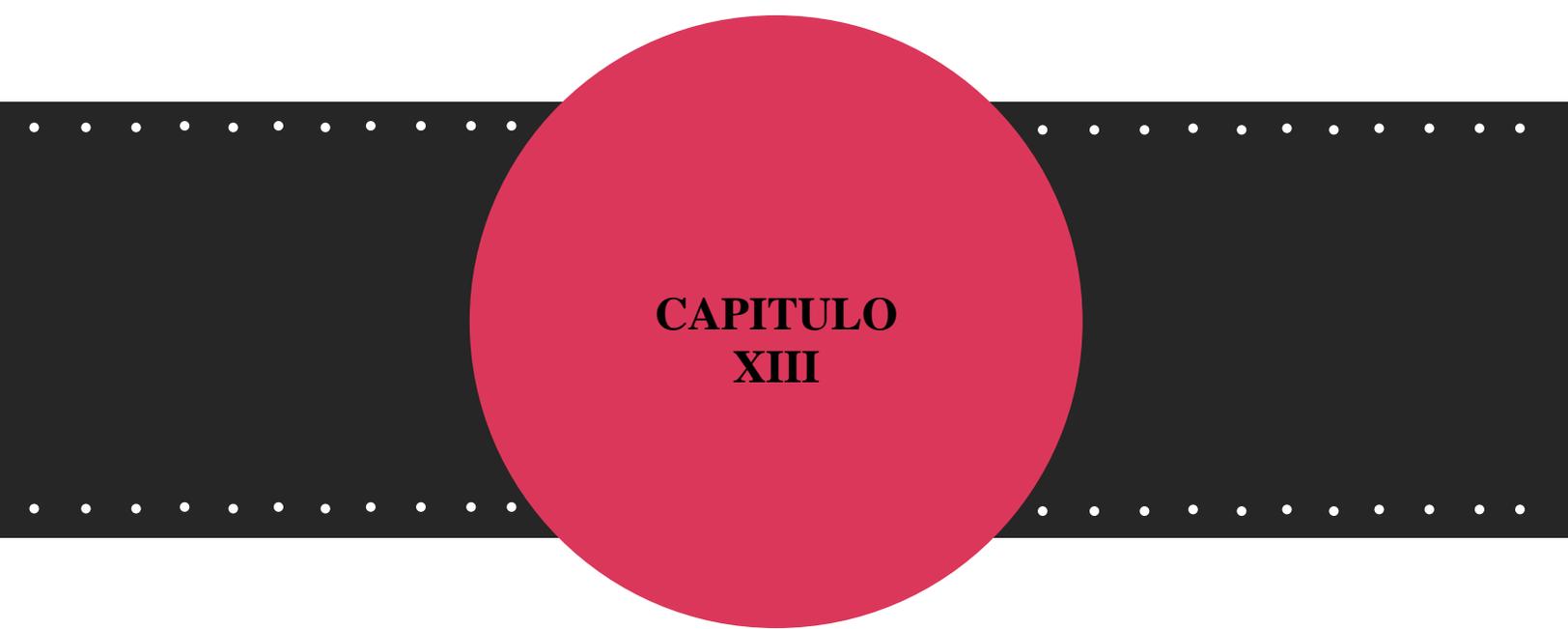
Indispensable para transmitir la información gráficamente de la empresa de forma ordenada, gráfica, creativa, innovadora y llamativa para que los clientes se interesen en los proyectos que hay para cada empresa.

# FOTOGRAFÍA

Se busca transmitir sentimientos, emociones, acciones y momentos inolvidables a través de imágenes para las personas que las observen.

# CREATIVIDAD

Una de las más importantes para realizar proyectos de diseño ya que sin ella no se podría realizar piezas graficas innovadoras y que le den un valor agregado al diseño.



**CAPITULO  
XIII**

## CAPITULO XIII Referencias

### CONCEPTODEFINICON

(<http://conceptodefinicion.de/>)

### LEXICON

(<http://lexicoon.org/es/comunicador>)

### DEFINICION

(<http://definicion.de/emisor/>)

### CONCEOTIDEFICION

(<http://conceptodefinicion.de/>)

### ALEGSA

([http://www.alegsa.com.ar/Dic/canal\\_de\\_comunicaci%C3%B3n.php](http://www.alegsa.com.ar/Dic/canal_de_comunicaci%C3%B3n.php))

### SIGNIFICADOS

(<https://www.significados.com/disen%C3%B3/>)

### NEURONILLA

(Neuronilla, s.f.)

### DEFINICIOABC

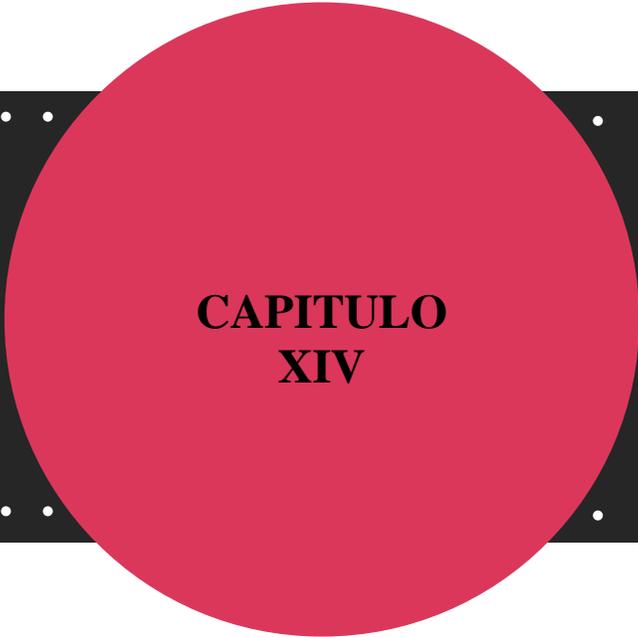
([www.dwfinicionabc.com/comunicacion/imagenes.php](http://www.dwfinicionabc.com/comunicacion/imagenes.php))

(<https://www.definicionabc.com/ciencia/sociologia.php>)

(Definición ABC)

### FOTONOSTRA

(Fotonostra, s.f.)

A large, solid red circle is centered on the page, overlapping a horizontal black band. The black band contains a series of small white dots, resembling a film strip or a decorative border.

**CAPITULO  
XIV**

## CAPITULO XIV Anexos

### 14.1 Modelo de Instrumento

#### ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

##### Página 1



UNIVERSIDAD GALILEO  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

Diseño de un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A.

##### Antecedentes

Tiene 33 años de experiencia y más de 17 proyectos exitosamente terminados y puntualmente entregados, con las características prometidas.

Dichos proyectos son testimonios fehacientes de la responsabilidad de Transac y la confiabilidad que sus proyectos merecen. Como podemos ver la empresa lleva muchos años de trayectoria, pero lastimosamente no posee ningún material digital de los apartamentos que ellos poseen. Por lo que se vio la oportunidad de poder realizar el modelo de revista digital para la empresa. Mediante la realización del material digital se pretende ayudar a la empresa, de tal forma que los clientes actuales y potenciales de Transac puedan conocer la variedad de apartamentos que ellos tienen.

##### Instrucciones

En base a la información anterior, observe la propuesta del modelo de revista digital y según a su criterio profesional conteste las siguientes preguntas, seleccionando el espacio designado.

Link: [https://issuu.com/kthy/docs/revista\\_transac\\_f](https://issuu.com/kthy/docs/revista_transac_f)

##### Página 2

Nombre: \*

**Género: \***

masculino

femenino

**Profesión: \***

**Puesto: \***

**Años de experiencia en el mercado: \***

**Perfil: \***

Experto

Cliente

Grupo Objetivo

### **Página 3**

Parte Objetiva

**Considera usted necesario la realización del modelo de revista para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios inmobiliarios de la empresa Transac.S.A ? \***

sí

no

**Considera que se deben de realizar investigaciones de las nuevas tendencias en las revistas digitales? \***

sí

no

Considera necesario recopilar información acerca de los productos y servicios que promueve la empresa Transac S.A? \*

- sí
- no

Considera usted que tomar Fotografías de los diferentes productos inmobiliarios de la empresa, para ilustrar el contenido de la revista digital sea necesario? \*

- sí
- no

Considera que se deben de realizar investigaciones de las nuevas tendencias en las revistas digitales? \*

- sí
- no

#### **Página 4**

Parte Semiológica

Según su criterio ¿El contenido dentro del modelo de revista digital es suficiente para que los clientes reales y potenciales puedan saber sobre los apartamentos? \*

- bastante
- poco
- nada

Considera que la información colocada en el modelo de revista es ordenado y legible? \*

- bastante
- poco
- nada

**Considera que las fotografías dan a entender con exactitud el producto que se ofrece? \***

- bastante
- poco
- nada

**Considera que el tamaño del modelo de revista es? \***

- bastante adecuado
- medianamente adecuada
- poco adecuada

**Considera que la tipografía utilizada en la revista es la adecuada? \***

- bastante adecuado
- medianamente adecuada
- poco adecuada

**Considera que los colores que se utilizaron están bien escogidos? \***

- bastante adecuado
- medianamente adecuada
- poco adecuada

## **Página 5**

**De antemano se agradece el tiempo y colaboración y la atención brindada para contestar esta encuesta. Si tiene algún consejo, comentario o sugerencia personal puede hacerlo en el siguiente paso:**

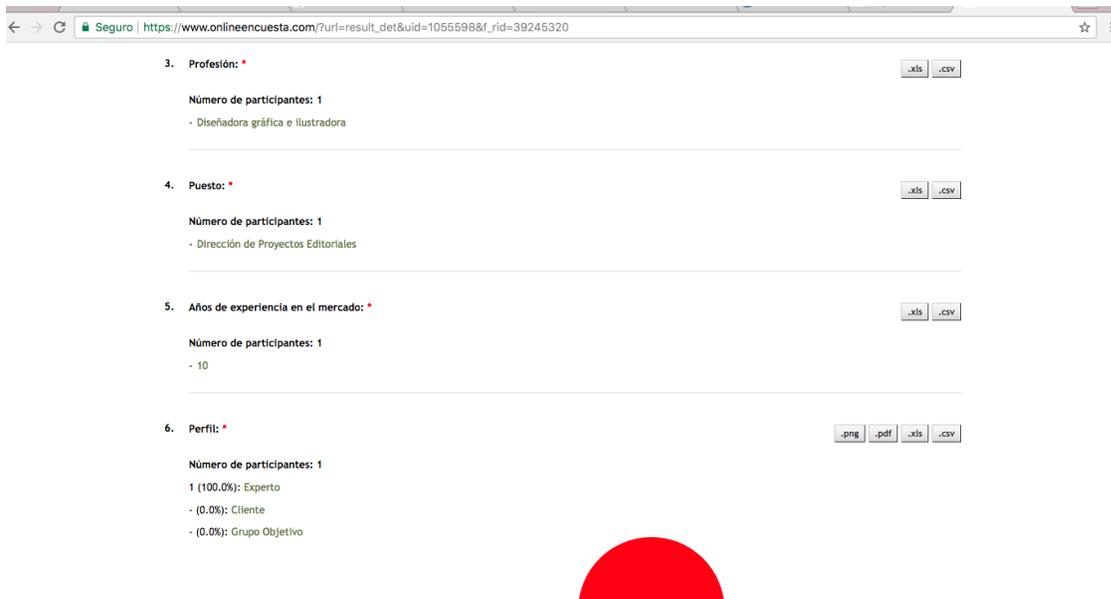
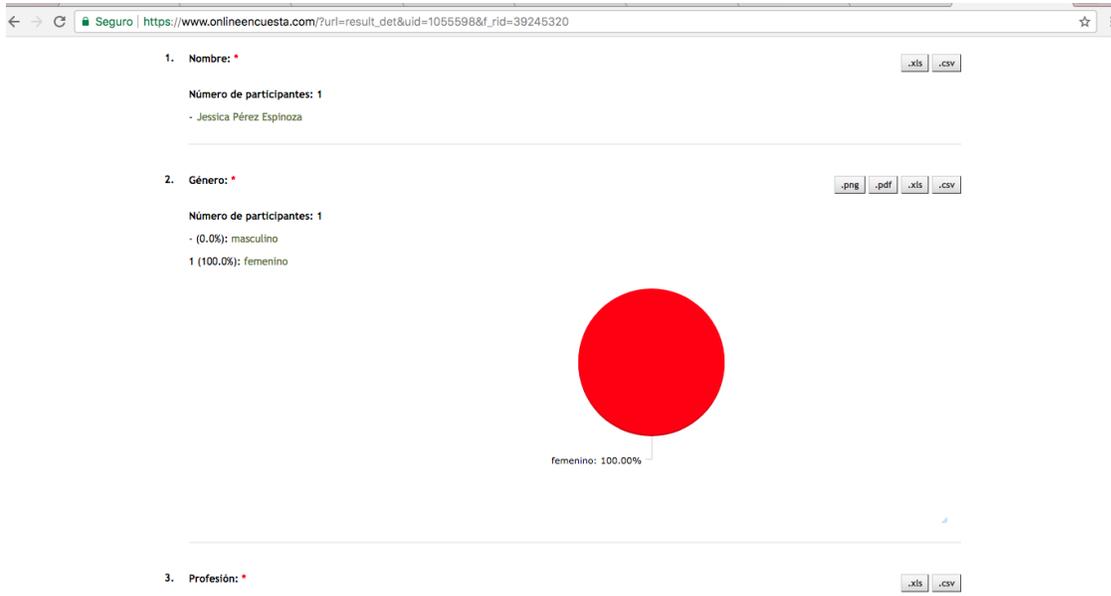
**Observaciones:**

Gracias por contribuir al proyecto de tesis "Diseño de un modelo de revista digital para presentar a los clientes reales y potenciales los productos y servicios inmobiliarios de la empresa TRANSAC S.A" Guatemala, 2018. Su opinión será tomada en cuenta.

» [Redirection to final page of Online Encuesta](#) (cambiar)

## 14.2 Screen shots de respuestas de encuesta de Expertos

Licenciada Jessica Perez



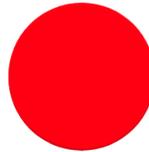
7. Considera usted necesario la realización del modelo de revista para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios inmobiliarios de la empresa Transac.S.A? \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

1 (100.0%): sí

- (0.0%): no



sí: 100.00%

8. Considera que se deben de realizar investigaciones de las nuevas tendencias en las revistas digitales? \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

1 (100.0%): sí

- (0.0%): no



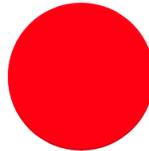
9. Considera necesario recopilar información acerca de los productos y servicios que promueve la empresa Transac S.A? \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

1 (100.0%): sí

- (0.0%): no



sí: 100.00%

10. Considera usted que tomar Fotografías de los diferentes productos inmobiliarios de la empresa, para ilustrar el contenido de la revista digital sea necesario? \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

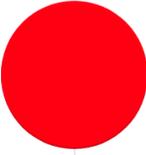
1 (100.0%): sí

- (0.0%): no



← → Seguro | [https://www.onlineencuesta.com?url=result\\_det&uid=1055598&f\\_rid=39245320](https://www.onlineencuesta.com?url=result_det&uid=1055598&f_rid=39245320) ☆ ⋮

- (0.0%): poco adecuada



bastante adecuada: 100.00%

---

18. De antemano se agradece el tiempo y colaboración y la atención brindada para contestar esta encuesta. Si tiene algún consejo, comentario o sugerencia personal puede hacerlo en el siguiente paso: .xls .csv

Observaciones:

Número de participantes: 1

- Debe ser reducido el brillo que se colocó debajo del logo en la portada al igual que en contraportada ya que hace que se pierda el detalle de la foto y que se empaste la imagen. También las fotos se deberían alinear todas a una misma altura y dejar la misma cantidad de espacio en medio de las columnas con fotos, así se verá más ordenado.

---

Online Encuesta    Útil    ¡Manténgase al pendiente!    Idioma    © 2007 - 2017 enuvo GmbH  
Condiciones Generales    ¿Cómo funciona Online Encuesta?    Contacto    Dansk

## Lidenciado Ange Ricart

← → Seguro | [https://www.onlineencuesta.com?url=result\\_det&uid=1055598&f\\_rid=39220944](https://www.onlineencuesta.com?url=result_det&uid=1055598&f_rid=39220944) ☆ ⋮

1. Nombre: \* .xls .csv

Número de participantes: 1

- Lic. Ange Ricart

---

2. Género: \* .png .pdf .xls .csv

Número de participantes: 1

1 (100.0%): masculino

- (0.0%): femenino



masculino: 100.00%

---

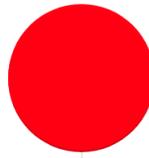
3. Profesión: \* .xls .csv

7. Considera usted necesario la realización del modelo de revista para dar a conocer a los clientes reales y potenciales, los productos y servicios inmobiliarios de la empresa Transac.S.A ? \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

1 (100.0%): sí  
- (0.0%): no



sí: 100.00%

8. Considera que se deben de realizar investigaciones de las nuevas tendencias en las revistas digitales? \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

1 (100.0%): sí  
- (0.0%): no

3. Profesión: \*

[.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

- Comunicador y diseñador gráfico

4. Puesto: \*

[.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

- Directo Creativo, Docente Universitario

5. Años de experiencia en el mercado: \*

[.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

- 5 años

6. Perfil: \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

1 (100.0%): Experto  
- (0.0%): Cliente  
- (0.0%): Grupo Objetivo



18. De antemano se agradece el tiempo y colaboración y la atención brindada para contestar esta encuesta. Si tiene algún consejo, comentario o sugerencia personal puede hacerlo en el siguiente paso: [.xls](#) [.csv](#)

Observaciones:

Número de participantes: 1

- El título le hace falta una N a innovación. 2. Las fotos tienen demasiado blanco lo cual hace que se pierdan con el fondo. 3. es una única diagramación para la colocación de todo el contenido pero el interlineado tiene diferentes separación. 4 La plica roja de los textos es muy grande al igual que la tipografía. El tamaño de la portada y contra portada es hoja carta, pero al momento de entrar a las hojas internas da la sensación que ya no es la misma medida, en reproducción impresa eso no sería viable en ningún sentido. Los contenidos tienen una alineación central lo cual no se ve bien en el área de tips hay que justificar a la izquierda. el texto en la portada no es legible se pierde con el fondo.

|                       |                                 |                           |            |                          |
|-----------------------|---------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------|
| Online Encuesta       | Útil                            | ¡Manténgase al pendiente! | Idioma     | © 2007 - 2017 enuvo GmbH |
| Condiciones Generales | ¿Cómo funciona Online Encuesta? | Contacto                  | Dansk      |                          |
| Protección de datos   | Estudiantes                     | Síganos en Facebook       | Deutsch    |                          |
| Créditos              |                                 | Síganos en Twitter        | English    |                          |
| Blog                  |                                 |                           | Español    |                          |
|                       |                                 |                           | Français   |                          |
|                       |                                 |                           | Italiano   |                          |
|                       |                                 |                           | Nederlands |                          |
|                       |                                 |                           | Norsk      |                          |
|                       |                                 |                           | Português  |                          |
|                       |                                 |                           | Suomi      |                          |
|                       |                                 |                           | Svenska    |                          |
|                       |                                 |                           | Türkçe     |                          |

## Licenciado Francisco Tejada

1. Nombre: \*

[.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

- Juan Francisco Tejada

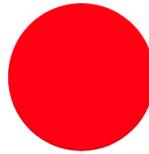
2. Género: \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1

1 (100.0%): masculino

- (0.0%): femenino



masculino: 100.00%

3. Profesión: \*

[.xls](#) [.csv](#)

3. Profesión: \* .xls .csv

Número de participantes: 1

- Diseñador Gráfico

4. Puesto: \* .xls .csv

Número de participantes: 1

- Director de proyectos

5. Años de experiencia en el mercado: \* .xls .csv

Número de participantes: 1

- 17

6. Perfil: \* .png .pdf .xls .csv

Número de participantes: 1

1 (100.0%): Experto

- (0.0%): Cliente

- (0.0%): Grupo Objetivo



1. Nombre: \* .xls .csv

Número de participantes: 1

- Lic. Ange Ricart

2. Género: \* .png .pdf .xls .csv

Número de participantes: 1

1 (100.0%): masculino

- (0.0%): femenino



masculino: 100.00%

3. Profesión: \* .xls .csv

17. Considera que los colores que se utilizaron están bien escogidos? \*

[.png](#) [.pdf](#) [.xls](#) [.csv](#)

Número de participantes: 1  
- (0.0%): bastante adecuado  
1 (100.0%): medianamente adecuada  
- (0.0%): poco adecuada



18. De antemano se agradece el tiempo y colaboración y la atención brindada para contestar esta encuesta. Si tiene algún consejo, comentario o sugerencia personal puede hacerlo en el siguiente paso:

[.xls](#) [.csv](#)

Observaciones:

Número de participantes: 1  
- Para mejorar la funcionalidad del material informativo, cada apartamento debe estar acompañado de una descripción más detallada (nivel de ubicación, habitaciones, parqueos, etc.)