Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750 - www.unipamplona.edu.co

# UNIVERSIDAD DE PAMPLONA NORTE DE SANTANDER
# FACULTADES DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA

## Diseño Industrial

**Optimización Visual: Mejorando la experiencia de exhibición en los productos ISCOL Publicidad**

**ELABORADO POR:**

**SARA ELIZABETH RODRÍGUEZ VILLAMIZAR**

**CÓD: 1. 993. 104 180**

**DIRIGIDO POR:**

**D.I. EDUARDO BLANCO**

**PAMPLONA 2024**

## Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a todas aquellas personas que han sido parte fundamental en mi formación académica y profesional durante el desarrollo de mis prácticas. A mis tutores y mentor, cuya orientación y apoyo han sido invaluable en mi aprendizaje y crecimiento profesional. A mis compañeros de trabajo, colaboración y camaradería en el día a día. A mi madre, mis amigos y mi pareja por su constante apoyo cuando más me sentía indefensa y dudosa de mí misma. A todos ellos, mi más sincero agradecimiento por ser parte de este importante capítulo en mi vida y lo que sigue más adelante.

## Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer al señor Ismael Contreras y a su esposa Ludy, mis jefes inmediatos en la empresa, por su orientación, paciencia y conocimientos compartidos durante el periodo de prácticas. Sus consejos y sugerencias fueron fundamentales para mi aprendizaje y crecimiento profesional.

También deseo agradecer al equipo de ISCOL publicidad, por brindarme la oportunidad de formar parte de su equipo y por su colaboración y apoyo durante el proceso de formación empresarial, quienes compartieron conmigo su experiencia y conocimientos, creando un ambiente de trabajo colaborativo.

A mi familia, amigos y pareja, les agradezco su constante animo durante esta etapa de crecimiento. Su aliento fue fundamental para superar los desafíos y alcanzar mis objetivos.

Por último, quiero expresar mi gratitud al docente Eduardo Blanco, mi asesor académico, por su orientación y seguimiento durante el proceso de elaboración de este trabajo y ser un inspirador guía de formación profesional.

## Resumen

En el contexto empresarial actual, la gestión eficiente y la mejora continua son cruciales para garantizar la competitividad y la sostenibilidad. Esta investigación, se centró en examinar la forma en que ISCOL publicidad puede mejorar su experiencia de exhibición de productos y servicios mediante la optimización visual a la par de realizar actividades laborales que favorezcan a la empresa y enriquecer mi experiencia como estudiante de diseño industrial en el campo empresarial.

A través de un enfoque mixto que combina elementos cuantitativos y cualitativos, se investigaron desafíos que actualmente la empresa enfrenta como la gestión ineficiente de la exhibición de productos y la dificultad para satisfacer las necesidades de los clientes.

Se consideró que la implementación de una herramienta visual será una solución efectiva para abordar este desafío específico. Esta propuesta, reduce las aglomeraciones en el punto de venta y mejora la atención al cliente. Además, proporciona a los clientes claridad sobre sus pedidos y agiliza el proceso de toma de decisiones de compra.

La implementación de dicha herramienta, no solo mejora los procesos internos de ISCOL, sino que también puede generar conciencia dentro de la empresa sobre la importancia de iniciativas de este tipo. Se destacó la necesidad de identificar referencias específicas para determinar precios de mano de obra y acabados de manera precisa, lo que contribuyó a una mayor transparencia y eficiencia en la gestión de precios y costos.

Estos avances están proyectados para ser implementados a lo largo del año 2024, consolidando así un impacto positivo y sostenibles en la eficiencia operativa y la experiencia

del cliente en ISCOL publicidad. Se espera que estas mejoras contribuyan a fortalecer la posición competitiva de la empresa en el mercado y a mantener la satisfacción de los clientes a largo plazo.

## Abstract

In the current business context, efficient and management and continuous improvement are crucial to ensuring competitiveness and sustainability. This research focused on examining how ISCOL publicidad can enhance its products and serviced display experience through visual optimization while carrying out work activities that Benefit the company and enrich y development as a student of industrial desing in the business field.

Through a mixed a pproach combining quantitative elements, challenges currently faced by the company, such as inefficient producto display management and difiiculty in meeting custumer needs.

It was identified that the implementation od a visual tool emerged as an effective solution to address this specific challenge. This approach would reduce congestion at the point of sale and improve customer service. Addiotionally, it would provide costumers with clarity on their orders and streamline the purchasing decisión-making process.

The integration of this tool would not only improve ISCOL's internal processes but also raise awareness within the company about the importance of such initiatives of this type. The need to identify specific references to accurately determine labor and fishinng prices was

highlighted, which contributed to greater transparency and efficiency in Price and cost management.

These advances are projected to be implemented throughout 2024 year. Thus consolidating a positive and sustainable impacto n operational efficiency and costumer experience at ISCOL. These aimprovements are expected to contribute to strengthening the company's competitive position in the market and maintain long-term customer satisfaction.

**Palabras clave**

Innovación visual, eficiencia en ventas, gestión, competitividad empresarial. (visual innovation, sales efficiency, management, business competitiveness).

# TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN ..... 2

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA ..... 3

JUSTIFICACIÓN ..... 4

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ..... 6

OBJETIVOS ..... 7

*Objetivo general.* ..... *7*

*Objetivos específicos.* ..... *7*

Lugar de ejecución ..... 8

*Contextualización empresa ISCOL publicidad* ..... *8*

*Historia* ..... *9*

*Localización* ..... *9*

*Perfil de usuario ISCOL* ..... *11*

*Exhibición y presentación de productos* ..... *12*

*Funciones del espacio* ..... *13*

*Elementos usados dentro de instalaciones de la empresa ISCOL* ..... *15*

CATALOGO UTILIZADO ACTUALMENTE EN ISCOL ..... 17

*Conocimiento del proceso de trabajo* ..... *18*

MARCO CONCEPTUAL ..... 24

*Exhibición* ..... *24*

*Gestión de inventario* ..... *24*

*Experiencia de usuario* ..... *24*

*Presentación* ..... *25*

*Marketing* ..... *25*

*Publicidad* ..... *25*

*Artes gráficas* ..... *26*

*Gestión* ..... *26*

*Acrílico* ..... *26*

*MDF* ..... *27*

MI PRÁCTICA ..... 28
*Información general de mi práctica* ..... *28*
*Mis funciones dentro de la empresa* ..... *28*
*Lista de actividades realizadas para el proyecto de investigación dentro de la practica* ..... *28*

DESARROLLO DE MI PRÁCTICA ..... 30
*Bienvenida y orientación* ..... *30*
*Actividades iniciales* ..... *31*
*Relación de objetivos específicos con las actividades laborales realizadas* ..... *33*

Investigación detallada del problema ..... 34
*Recopilación de datos sobre los desafíos en la empresa* ..... *34*
*Desorganización en la exhibición* ..... *35*
*Funcionalidad inadecuada de los espacios* ..... *35*
*Apropiación del espacio por los trabajadores* ..... *35*
*Falta de control de pedidos e inventario* ..... *35*

Enfoque del proyecto ..... 36
*Análisis de información recolectada* ..... *37*
*Concepción inicial y actividades continuas en lo laboral* ..... *39*
*Importancia del Diseño Industrial en ISCOL Publicidad* ..... *42*

Inicio de la conceptualización de propuesta ..... 48
*Desarrollo de conceptos y prototipos iniciales* ..... *49*
*Preparación de presentaciones visuales detalladas* ..... *52*

Diseño final ..... 53
*Documentación detallada de la metodología y conclusiones* ..... *57*
*Comprobaciones* ..... *62*

Conclusiones ..... 63

Bibliografía ..... 65

# TABLA DE FIGURAS

*Figura 1 Logo empresa* ..... 8

*Figura 2 Dirección Iscol Publicidad* ..... **¡Error! Marcador no definido.**

*Figura 3 Fotos ejemplos productos más vendidos en ISCOL* ..... 19

*Figura 4 Potafolio adhesivo* ..... 12

*Figura 5 Vitrina modelos* *Figura 6 Retablos decorativos* ..... 13

*Figura 7 Plano general e imagenes de las instalaciones en ISCOL* ..... 13

*Figura 8 Foto de la empresa por fuera* ..... 10

*Figura 9 Fotos y descripcion de elementos usados para exposición de productos* ..... 15

*Figura 10 Fotos y descripcion de elementos usados para exposición de productos (2)* ..... 16

*Figura 11 Diversos diseños de presentación para sus productos.* ..... 17

*Figura 12 Áreas clave de mejora* ..... 34

*Figura 13 Foto de hoja impresa de precios hecha por el jefe de ISCOL* ..... 39

*Figura 14 Catalgo digital en diversos dispositivos* ..... 41

*Figura 15 Compilación de resultados de encuesta* ..... 47

*Figura 16 Lluvia de ideas* ..... 48

*Figura 17 MoodBoard de referentes visuales* ..... 49

*Figura 18 Elaboración de prototipos iniciales basados en los conceptos seleccionados.* ..... 49

*Figura 19 Prototipos iniciales V2* ..... 50

*Figura 20 Prototipos V3* ..... 51

*Figura 21 Ajustes y mejoras* ..... 51

*Figura 22 Desarrollo visual de la propuesta final* ..... 53

*Figura 23 Tabla Excel precios* ..... 54

*Figura 24 PDF tablas categorización productos* ..... 54

*Figura 25 Protipos páginas productos en Corel con sus respectivos precios.* ..... 55

*Figura 26 Mockup 1.* ..... 56

*Figura 27Mockup 2* ..... 56

*Figura 28 Carpetas archivos catálogo.* ..... 61

*Figura 29 Qr personalizado y página de revista catálogo.* ..... 61

*Figura 30 Fotos comprobaciones uso del catálogo 1.* ..... 62

*Figura 31 Fotos comprobaciones uso del catálogo 2.* ..... 62

## Tabla de tablas

*Tabla 1 Categorización de productos y servicios producidos por Iscol Publicidad*……..*20*

*Tabla 2Horario de trabajo de mi práctica en la empresa*……..*30*

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750 - www.unipamplona.edu.co

# INTRODUCCIÓN

En la gestión empresarial de las organizaciones modernas, es fundamental realizar un análisis constante de sus factores internos y externos. Esto ayuda a identificar oportunidades de mejora para lograr mayores niveles de productividad, competitividad y sostenibilidad en los mercados en los que operan.

La sociedad del conocimiento, impulsada por avances tecnológicos en la información y las comunidades ha causado cambios significativos en el ámbito del comercio y la publicidad adaptándose a las condiciones y demandas del mercado local y regional. Esto facilita atraer nuevos clientes al permitirles explorar y detallar nuevos diseños relacionados con las artes gráficas.

En el diseño metodológico del estudio, se utilizará un enfoque mixto que combina elementos cuantitativos y cualitativos. Los instrumentos que se aplicarán en la investigación planteada serán: entrevistas a diseñadores de productos publicitarios y encuestas a clientes como parte esencial del desarrollo del tema y la investigación.

En cuanto a los antecedentes del proyecto, se realizará un análisis exhaustivo de aportes de autores, investigadores, empresarios de publicidad y diseñadores.

Por su parte, el desarrollo de las artes gráficas aplicado al marketing y publicidad se basa en conceptos básicos de diseño editorial estilo gráfico, presentación y tipografía. Se presta atención a detalles minuciosos con el objetivo de atraer a clientes exigentes y motivarlos a adquirir un producto.

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de su larga trayectoria, ISCOL se enfrenta a varios desafíos, entre ellos, la gestión, dificultad para organizar y mostrar sus productos de manera efectiva. También lidia con problemas de visibilidad en línea y demoras en los pedidos debido al tiempo empleado en buscar los Prototipos de piezas dentro de sus instalaciones, así como en verificar detalles como lo son: materiales y colores.

Si bien ISCOL maneja todos los procesos de fabricación internamente desde la planificación hasta la producción, la venta se destaca como uno de los procesos más importantes. La mayoría de los clientes provienen de recomendaciones de clientes satisfechos, lo que resalta la importancia de brindar la debida atención personalizada para asesorar los pedidos.

No obstante, a pesar de tener una base sólida de clientes leales, algunos desafíos persisten. Los ejemplos de productos no están accesibles para los clientes, debido a que se guardan en áreas de difícil acceso para los empleados. Esto lleva a situaciones en las que los clientes potenciales, incapaces de ver los modelos deseados, experimentan frustración debido a los largos tiempos de espera.

## JUSTIFICACIÓN

La exhibición efectiva de productos es crucial para cualquier marca que busque reconocimiento y el estímulo de ventas. Para ISCOL, esta necesidad es aún más apremiante debido a varios desafíos específicos que enfrenta la empresa. Aunque ISCOL maneja todos los procesos de fabricación internamente desde la planificación hasta la producción, tiene dificultades para organizar y mostrar sus productos de forma rápida y eficiente. Por lo tanto, este proyecto es relevante para la empresa porque:

ISCOL, al competir en un mercado saturado, necesita destacarse visualmente para captar la atención de los consumidores. Una exhibición de productos innovadora y atractiva puede diferenciar a ISCOL de sus competidores.

Los consumidores actuales valoran cada vez más la estética y la experiencia visual. Un enfoque renovado en la presentación de productos alineará a ISCOL con estas tendencias, aumentando así su atractivo para el público objetivo.

Una presentación coherente y visualmente atractiva refuerza la identidad de marca de ISCOL, consolidando su presencia en la mente de los consumidores y fomentando la lealtad a la marca.

Estudios de mercado indican que una buena presentación de productos puede incrementar significativamente las ventas. Al adoptar esta estrategia, ISCOL puede ver un aumento tangible en sus ingresos.

Una exhibición de productos bien diseñada comunica el valor y los beneficios de los productos de ISCOL de manera más efectiva, lo que puede traducirse en una mayor tasa de conversión de ventas.

Según afirma Vásquez C. A. (2013), algunos analistas señalan que ‘’el diseño gráfico y el diseño de imagen involucran un proceso de comunicación visual que consiste en la transmisión de ideas, conceptos, emociones e información’’ (pág. 2). En el contexto de la innovación en el diseño visual para estimular mejores ventas, la cita resalta la importancia de la comunicación visual para transmitir información de manera efectiva, además, la exhibición de productos y un diseño efectivo puede comunicar la identidad de marca, destacar las características clave de los productos y generar una conexión emocional con los clientes.

Implementar soluciones desde el **diseño industrial** es el camino para ISCOL porque permitirá crear un sistema de exhibición eficiente y atractivo que podría resolver el problema actual así mismo también se adapta a las tendencias modernas de exhibición de productos.

# FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo mejorar la experiencia de exhibición de los productos y servicios ofrecidos por ISCOL publicidad?

# OBJETIVOS

## Objetivo general.

Mejorar la calidad y efectividad de la exhibición de los productos de ISCOL publicidad para aumentar la satisfacción del cliente aumentando procesos internos.

## Objetivos específicos.

- Garantizar que todos los productos sean accesibles para los clientes eliminando cualquier barrera física o visual que dificulte su apreciación.
- Asegurar que los productos estén organizados de manera lógica y ordenada, facilitando a los clientes encontrar y apreciar los productos de su interés.
- Utilizar herramientas tecnológicas para crear exhibiciones interactivas que mejoren la experiencia del cliente y faciliten la comprensión de los productos.

## Lugar de ejecución

### Contextualización empresa ISCOL publicidad

ISCOL Publicidad, es una empresa dedicada a la publicidad y las artes gráficas. Se destaca por su combinación única de experiencia artística y tecnológica. Ofrece una amplia gama de servicios que van desde la decoración vehicular, hasta impresiones de pancartas publicitarias a gran escala.

**Figura 1.**
*Logo empresa*




*Fuente: Facebook Iscol Publicidad / Pamplona (Carpeta complementaria, Anexos)*

Con tres décadas en el mercado, **ISCOL publicidad** se ha posicionado como pionero en este arte, brindando a sus clientes soluciones exclusivas y de calidad que se adaptan a las demandas cambiantes del sector. Su enfoque innovador y compromiso con la excelencia, la convierten en una opción destacada en el dinámico mercado publicitario.

**Historia**

La empresa ISCOL Publicidad, con sede en la ciudad de Pamplona, Norte de Santander, tiene sus raíces en la vocación y el compromiso del fundador, el señor **Ismael Contreras.** Inicialmente llamado '**ISMAEL**", este emprendimiento comenzó desde casa, donde el señor Ismael como pedagogo creaba material educativo. Su interés por el arte creció tras investigar el estampado durante 3 años. Es así como el proyecto despegó con la producción de dichos productos.

Al principio, 'ISMAEL' se centraba en hacer plantillas y decoración vehicular. La demanda aumentó, y con el tiempo, se incorporaron tecnologías digitales, marcando un cambio significativo en el negocio. Ismael Contreras, su propietario, estudió administración de sistemas, lo que permitió la transición en la elaboración digital de productos. Hoy, ISCOL Publicidad, con 30 años en el mercado es reconocido por combinar la pasión artística con la innovación tecnológica para ofrecer servicios exclusivos y de calidad.

**Localización**

Departamento: Norte de Santander

Ciudad: Pamplona

ISCOL Publicidad se encuentra en una zona comercial y estudiantil, en la Calle 3 #5-74 Barrio Centro

**Figura 2**
*Dirección Iscol Publicidad*




*Fuente: Google maps ago.2023 (Carpeta complementaria, Anexos, Captura google maps ubicación)*

**Zona comercial**

**Figura 3**
*Foto fachada exterior de la empresa*



*Fuente: Google maps, Ago 2023. ISCOL Pamplona Codigo postal: 513166 (Carpeta complementaria, Anexos, Captura google maps zona comercial iscol)*

Continuando con la descripción, ISCOL funciona en una residencia urbana antigua que se encuentra en una zona comercial poco concurrida. En la calle donde está ubicada la empresa hay dos cafeterías (Electiva café y café origen) que solo son frecuentadas por los estudiantes universitarios ya que más arriba, está una de las sedes (Virgen del Rosario) de la Universidad de Pamplona.

**Perfil de usuario ISCOL**

Población Nortesantandereana específicamente población de Pamplona y sus alrededores.

**Sector de la educación**

- Docentes de escuelas y universidades; para sus eventos y actos de los alumnos.
- Estudiantes de las diferentes facultades, principalmente arquitectura y diseño industrial, comunicación, salud ocupacional que requieren de afiches, poster, murales, tarjetas sirviendo de apoyo en los trabajos propuestos en clase por sus profesores que necesitan de esa tecnología.

**Sector del transporte**

Rotulados de vehículos de servicio público, transportadoras de turismo.

La información anteriormente mencionada fue proporcionada por el personal de la empresa logrando definir aspectos relevantes del publico especifico, la cual permitió delimitar el rango de edad de las personas entre los 18 a 56 años; hombres y mujeres con un nivel de educación formal, quienes desempeñan actividades educativas y profesionales en otras áreas.

Teniendo en cuenta que ISCOL siendo una empresa de artes gráficas y publicidad, se hace un enfoque en como manejan su gestión de sus productos de forma interna desde la producción y externamente en cuanto a la presentación a los clientes.

**Exhibición y presentación de productos**

**Figura 4.**
*Portafolio adhesivo*




*Fuente: Material fotográfico tomado por autor del trabajo en las instalaciones de la empresa (Carpeta complementaria, material fotográfico, catalogo Iscol oficina2)*

Mural ubicado en la parte posterior de la recepción donde se toman los pedidos, siendo el único elemento visual digital como único referente a los diversos productos que

manejan en la empresa, mostrando 34 ejemplares, cuando en total se fabrican entre 90 y 150 productos.

**Figura 5** *Vitrina modelos* **Figura 6** *Retablos decorativos*






*Fuente: Material fotográfico tomado por autor del trabajo en las instalaciones de la empresa. (Carpeta complementaria, material fotográfico, elementos usados en iscol 12,cuadros exhibición oficina )*

En la entrada principal del local de la empresa colgados en la pared, hay modelos variables en su medida para retablos y diseños de placas y carteles en diferentes materiales, esta zona es usada para el servicio de marcación vehicular; más delante de esto al final del pasillo hay una vitrina de exposición (modelos en acrílico y madera) de 1,70 x 28.

**Funciones del espacio**

El área del espacio de este terreno de 200 m²

Diferentes áreas de ISCOL

**Figura 7**
*Plano general e imágenes de las instalaciones en ISCOL*




*Fuente: Elaboración propia y material fotográfico tomado por autor del trabajo en las instalaciones de la empresa. (Carpeta complementaria, anexos, plano áreas)*

**Elementos usados dentro de instalaciones de la empresa ISCOL**

**COMO SE EXPONEN ACTUALMENTE LOS PRODUCTOS DE ISCOL**

**Figura 8**

*Fotos y descripción de elementos usados para exposición de productos*



*Fuente: material fotográfico tomado por autor del trabajo en las instalaciones de la empresa. (Carpeta complementaria, anexos, descripcion elementos (1))*

**Figura 9**

*Fotos y descripción de elementos usados para exposición de productos (2)*



*Fuente: material fotográfico tomado por autor del trabajo en las instalaciones de la empresa(Carpeta complementaria, anexos, descripcion elementos (2))*

## CATALOGO UTILIZADO ACTUALMENTE EN ISCOL

**Figura 10**
*Diversos diseños de exhibición para sus productos.*









*Fuente: Imágenes hechas por los dueños de Iscol en el programa de CorelDraw. (Carpeta complementaria, iscol portafolio, costos diplomas, costos pendones, portafolio iscol)*

## Conocimiento del proceso de trabajo

4 personas que recepcionan el pedido -→ los mismos 4 lo programan → pasa a produccion donde se dan los termitados → se busca la entrega con el cliente

*Ilustración 1Proceso de trabajo ISCOL*

## Tiempos de producción

Cuando hay temporadas, se analiza que se puede ofrecer o vender al público y si es posible dar cumplimiento del producto.

Al aceptar trabajos continuamente se acumulan en la lista de tareas. Esto hace que el producto se puede retrasar 2 a 3 días. Así también, hay que tener en cuenta que la maquinaria esté funcionando eficientemente y mantener en bodega suficiente materia prima, que no sea posible conseguir en pamplona.

**Gestión de producción**

- Se indaga que tipo de trabajo necesita
- Se analiza de cómo se va a ejecutar y cuánto tiempo pueden tardar (datos, se indaga con el cliente medidas, si es cierto trabajo de decoración especial)
- Si son trabajos inmediatos, los clientes llevan sus archivos para impresión, se lleva a la maquina y se entrega.
- Si son trabajos programados (de una semana, 15 días, 2 o 3 días) dependiendo la cantidad y el tipo de trabajo.

**Productos más vendidos**

- Impresión digital: Gigantografía.
- Corte laser para premiaciones y señalización.
- Rotulación vehicular.
- Impresión de planos y carteles.

**Figura 11**
*Fotos ejemplos productos más vendidos en ISCOL*




*Fuente: Google imágenes. (Carpeta complementaria, anexos, ejemplo productos)*

**Productos comercializados**

*Tabla 1*

*Categorización de productos y servicios producidos por Iscol Publicidad*

| Publicidad exterior | |
|---|---|
| Vayas y avisos | Vallas publicitarias |

| | |
|---|---|
| Pasacalles y pancartas<br>Pendones y tropezones<br>Marcación vehicular<br>Locales y vitrinas | Avisos publicitarios para diversos propósitos<br>Pasacalles para eventos y promociones<br>Pancartas para anuncios y decoración<br>Pendones para eventos y publicidad<br>Tropezones para señalización<br>Diseño y marcaje de vehículos publicitarios y particulares<br>Decoración de locales comerciales<br>Diseño de vitrinas para promociones |
| Diseño gráfico e impresión | |
| Corte Laser<br>Corte de materiales como acrílico, MDF y papeles.<br>Buzones MDF<br>Detalles personalizados<br>Agendas personalizadas<br>Creación de sellos personalizados<br>Nomenclaturas y placas<br>Mosaicos | Diseño y fabricación de buzones en MDF<br>Creación de objetos personalizados<br>Diseño y fabricación de agendas a medida<br>Impresión de tarjetas<br>Diseño y fabricación de llaveros<br>Creación de sellos personalizados<br>Diseño de nomenclaturas y placas identificativas |

| | |
|---|---|
| | Creación de mosaicos decorativos |
| Reconocimientos y premiación | |
| Medallas<br>Grabado laser<br>Reconocimientos y heraldos | Diseño y fabricación de medallas de diferentes tamaños<br>Grabado detallado con tecnología laser<br>Diseño y fabricación de reconocimientos<br>Creación de heraldos escolares |
| Diseño gráfico e impresión variada | |
| Impresión de planos<br>Carteleras, afiches y diplomas<br>Scanner gran formato y copias<br>Manillas de seguridad y códigos QR<br>Impresión a medida<br>Microperforados y fotos murales<br>Retablos y cartas menú<br>Etiquetas adhesivas | Impresión de planos arquitectónicos<br>Diseño y fabricación de carteleras<br>Creación de afiches publicitarios y eventos<br>Elaboración de diplomas personalizados<br>Uso de escáner de grande y pequeño formato<br>Realización de copias |

| | |
|---|---|
| | Diseño y produccion de manillas de seguridad<br>Códigos QR personalizados<br>Servicio de impresión según medidas y cantidad<br>Impresión de fotos y diseño para murales<br>Elaboración de retablos decorativos<br>Diseño y elaboración de cartas de menú<br>Diseño y produccion de etiquetas autoadhesivas. |
| Impresión textil y Merchandising | |
| Transfer y vinilo textil<br>Screen (Plastinol-Poly-PVC)<br>Botones | Sublimación de diseños en diferentes productos<br>Uso de vinilo textil para estampados<br>Impresión mediante serigrafia con diferentes materiales<br>Diseño y fabricación de botones personalizados. |

# MARCO CONCEPTUAL

## Exhibición

En el año 2005 la publicación “La Práctica e Investigación Publicitaria”4 Presentó el estudio: “El efecto emocional de las vitrinas en el comportamiento de compra”, cuyo resultado plantea que por medio del desarrollo de los elementos visuales y tangibles específicos y enfocados hacia un target definido, los almacenes de venta al detal pueden ejercer una influencia positiva en el comportamiento de compra de sus consumidores.

## Gestión de inventario

Los autores Sánchez y Ramírez (2018) expresan que, dentro de una empresa la administración de su inventario es una actividad indispensable, de su manejo apropiado estarán sujetos los resultados que se obtengan con las actividades posteriores a realizar.

De acuerdo a Álvarez y Toledo (2018) la gestión de inventarios es un desafío cada vez más complicado donde se abarca actividades fundamentales como gestionar recursos, capacidades, reducir gastos y cumplir de manera eficiente las necesidades variadas de los clientes.

## Experiencia de usuario

La experiencia del usuario engloba todas aquellas interacciones del usuario con una marca. Por supuesto, a raíz de la transformación digital, esta experiencia se orienta

principalmente a páginas web, aplicaciones móviles, herramientas y otros recursos similares (Andrés Corrales, 2020).

**Presentación**

La presentación de un producto es la acción que ejecuta una empresa o marca para introducir un producto en el mercado. Esta considera las necesidades de la audiencia a la que se pretende dirigir dicho producto. Su objetivo es retener la atención de los consumidores, para que estos adquieran el producto.

La presentación de productos debe ser convincente y exhibir un argumento lo suficientemente fuerte para atraer la atención del público objetivo. Por lo tanto, es importante que las empresas o marcas tengan claros los detalles de su producto y del perfil al que desean cautivar.

**Marketing**

En concepto de Elena Lucio Mera, mercadeo o marketing se considera “como una filosofía de empresa y un conjunto de técnicas y actividades dirigidas a satisfacer la necesidad del consumidor: Mejor que la competencia. A través de la gestión integrada y coordinada de todos los elementos de la empresa de forma organizada y planificada. Obteniendo un beneficio (Lucio Mera, 2018, p 1).

**Publicidad**

Según la American Marketing Asociation, La publicidad consiste en ‘’la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los

medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas''.

**Artes gráficas**

las artes gráficas como la creación de elementos visuales. Es decir, tratan de elaborar varios tipos de elementos visuales hechos a partir de varias técnicas relacionadas con la imprenta. La metodología se basa en crear un diseño, utilizando un medio y se transfiere a un soporte.

**Gestión**

Según Frederick W. Taylor (1994), considerado padre de la administración, y con base en sus principios de la organización científica del trabajo desarrollados en 1911, "la gestión es el arte de saber lo que se quiere hacer y a continuación, hacerlo de la mejor manera y por el camino más eficiente".

**Acrílico**

El acrílico, que también lo llaman Plexiglas, Lucite, Acrylite y Perspex, por los nombres de diferentes marcas, es conocido en todo el mundo de los plásticos por su brillo deslumbrante y su notable resistencia al rayado y al impacto. Este plástico excepcional viene en una variedad de modelos diseñados para satisfacer las diferentes necesidades específicas del mercado.

**MDF**

La madera MDF es un tipo de madera que se utiliza para completar varios tipos de acabados o de trabajos. Es un material al que se recurre frecuentemente por lo fácil que es trabajar con él. Permite cortar de manera sencilla sin encontrarnos con astillas cuando lo manipulamos. Además, el hecho de que no hace falta utilizar tornillos o clavos hace que sea posible fijar con silicona o algún otro material el tablero DM.

Las siglas MDF, se corresponden con las palabras en inglés Medium Density Fibreboard, es decir, los tableros MDF son tableros de fibras de densidad media. Esto significa, que este tipo de tableros de madera, han sido fabricados mediante la compresión de fibras de madera, mezcladas con resinas que aportan mayor resistencia al resultado final del tablero.

# MI PRÁCTICA

## Información general de mi práctica

La práctica se realizó en un periodo de 4 meses, tiempo en el cual se produjo un acercamiento al ambiente laboral. El aporte significativo en el desarrollo de la práctica fue la elaboración de productos mediante contacto directo con los clientes utilizando recursos de fábrica, computador y maquinas. Adicionalmente se recolectó información importante sobre la producción y gestión de dichos artículos como insumo para el proyecto de investigación.

## Mis funciones dentro de la empresa

- Diseño e impresión de pendones
- Diseño y corte laser en materiales de mdf y acrílico
- Diseño de mosaicos institucionales
- Diseño e impresión de etiquetas
- Diseño, impresión y corte de adhesivos decorativos (tarjetas, material complementario de estudio)
- Diseño de agendas escolares

## Lista de actividades realizadas para el proyecto de investigación dentro de la practica

- Recolección de material fotográfico (maquinas, productos, espacio de trabajo)
- Apuntes de información relevante (gestión, produccion, interacción de usuarios y personal de la empresa)
- Entrevista al personal empleado y personal superior.

Cronograma de actividades

**Ilustración 2**

*Cronograma prácticas*

| PROYECTO PRACTICA | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Empresa ISCOL Publicidad | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fase | No. | ACTIVIDAD | Cronograma | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | Mes 1 | | | | Mes 2 | | | | Mes 3 | | | | Mes 4 | | |
| | | | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 |
| Integración y familiarización | 1. Bienvenida y orientación | Introducción a la empresa y presentación del equipo | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Tour por las instalaciones y explicación de las políticas internas | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 2.Actividades iniciales | Primeras actividades laborales | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 3.Conocimiento del proceso de trabajo | Observación de las operaciones diarias | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 4.Establecimiento de metas personales y actividades continuas | Definición de objetivos personales para la pasantía. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recolección de información y conceptualización | 5.Investigación detallada del problema | Recopilación de datos sobre los desafíos en la empresa | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Identificación de patrones y áreas clave de mejora | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 6.Análisis de información recolectada | Entrevistas adicionales con personal de la empresa | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Toma de material fotográfico | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7.Concepción inicial y actividades continuas en lo laboral | Sesiones creativas para generar ideas de solución | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Inicio de la conceptualización de propuestas | | | | | | | | | | | | | | | |
| Detallado de propuestas | 8.Desarrollo de conceptos y prototipos iniciales | Elaboración de prototipos iniciales basados en los conceptos seleccionados | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Ajustes y mejoras | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Preparación de presentaciones visuales detalladas | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desarrollo de la propuesta de diseño | 9.Diseño final | Desarrollo visual de la propuesta final | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 10.Documentación completa del proyecto | Documentación detallada de la metodología, diseño final y resultados. | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 11.Presentación final | Presentación del proyecto ante la dirección de la empresa | | | | | | | | | | | | | | | |

*Fuente: Elaboración propia. (Carpeta complementaria, anexos, cronograma)*

## DESARROLLO DE MI PRÁCTICA

**Bienvenida y orientación**

1. Introducción a la empresa y presentación del equipo
2. Tour por las instalaciones y explicación de las políticas internas

Consiguiente a estos dos puntos se estipuló el periodo de tiempo y los horarios en los que se realizarían las actividades laborales. Tomado en cuenta que estaba cursando una materia, una vez discutido con la empresa la asistencia los días martes y jueves no había asistencia completa.

**Tabla 2**

*Horario de trabajo personal de la práctica en la empresa*

| Día | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Espacio lugar | Instrumentos a utilizar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Hora | 8:30 - 12:00 am | 8:30 - 12:00 am | 8:30 - 12:00 am | 8:30 - 12:00 am | 8:30 - 12:00 am | Espacio de trabajo: Escritorio al fondo detrás de la máquina de corte laser, de ploter y corte. | Computadora Mac y Portatil personal<br><br>Programa: Corel 7 |
| | 2:30 – 7:00 pm | | 2:30 – 7:00 pm | | 2:30 – 7:00 pm | | |

*Fuente: Elaboración propia*

**Actividades iniciales**

Primeras actividades laborales

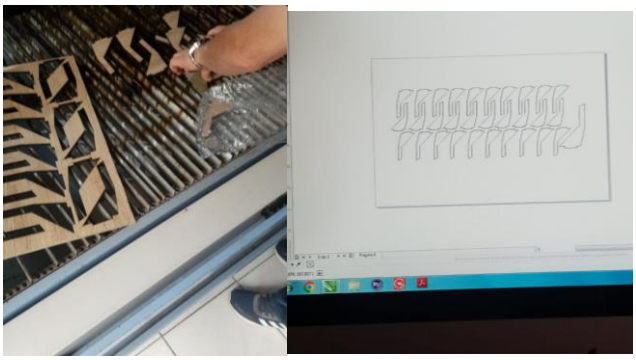
En la primera semana de trabajo como primer acercamiento a las maquinas que se manejan en la empresa, se diseñaron 7 pancartas en total y otras carteleras decorativas para un evento del Colegio Técnico la Presentación, que celebrara sus 135 años. Luego se imprimieron a mediana escala (50 x 70cm) en el plóter de mayor alcance en tamaño para lonas grandes.







Para otro pedido en la segunda semana, se realizaron diseños de soportes para reconocimientos y cortarlos en la maquina laser en material de MDF para familiarizarme con su funcionamiento y requerimientos.



Entre la última semana de octubre y la primera de noviembre se elaboraron diseños de mosaicos escolares para El colegio ‘’SEMINARIO MENOR’’ y ‘’LA NORMAL SUPERIOR’’ de los grados quinto y octavo grado.







*Para más información sobre los productos que realice en Iscol los encuentran en el documento ‘’trabajo de grado actividades’’ donde se describe a detalle mis productos diseñados en la empresa.*

**Relación de objetivos específicos con las actividades laborales realizadas**

Objetivo 1. Garantizar que todos los productos sean accesibles para los clientes eliminando cualquier barrera física o visual que dificulte su apreciación

**Diseño e impresión de carteles:** Durante la práctica, al diseñar e imprimir carteles, observé el flujo de trabajo en la empresa y cómo se gestionaba la llegada del producto al cliente. Esto me permitió identificar barreras físicas y visuales que dificultaban la apreciación de los productos y desarrollar soluciones para eliminarlas.

Objetivo 2. Asegurar que los productos estén organizados de manera lógica y ordenada, facilitando a los clientes encontrar y apreciar los productos de su interés.

**Observación del proceso de búsqueda de modelos:** Durante el desarrollo del catálogo digital, observé cómo el desorden, la carga de trabajo y el poco tiempo disponible afectaban la eficiencia en la búsqueda de modelos y la realización rápida de pedidos. Esta observación fue crucial para identificar áreas de mejora en la organización y presentación de los productos.

Objetivo 3. Utilizar herramientas tecnológicas para crear exhibiciones interactivas que mejoren la experiencia del cliente y faciliten la comprensión de los productos.

**Familiarización con programas específicos:** Me familiaricé con el programa específico que maneja la empresa, el cual es compatible con su maquinaria. Esta

familiarización fue esencial para desarrollar el catálogo digital interactivo, mejorando así la experiencia del cliente y facilitando la comprensión de los productos.

## Investigación detallada del problema

### Recopilación de datos sobre los desafíos en la empresa

**Figura 12**
*Áreas clave de mejora*




*Fuente: Elaboración propia. (Carpeta complementaria, anexos, mejoras gráfico))*

En ISCOL, los espacios destinados a la exhibición de los modelos de los productos tuenen dos funciones principales: almacenar y decorar. La información recolectada revela múltiples factores problema asociados con la exhibición de los productos:

**Desorganización en la exhibición**

Los productos de la misma categoría están ubicados en diferentes zonas, lo que dificulta su visualización completa. Esto afecta a compradores y vendedores, quienes no pueden ver todos los productos disponibles en una sola área.

**Funcionalidad inadecuada de los espacios**

Los espacios de exhibición, en lugar de cumplir su función principal de mostrar los productos de manera efectiva, se utiliza como almacenamiento improvisado. Esto lleva a una funcionalidad inadecuada, ya que los trabajadores adaptan el espacio a sus necesidades de almacenar materiales o modelos en lugar de optimizarlo para exhibir.

**Apropiación del espacio por los trabajadores**

Los trabajadores tienden a apropiarse del espacio para su uso personal, almacenando objetos de manera que consideran conveniente. Esto resulta en una falta de una estandarización y un desorden adicional en la exhibición de los productos.

**Falta de control de pedidos e inventario**

La ausencia de un control de perdidos y un inventario adecuado contribuye a la desorganización general. Sin un sistema claro de seguimiento, se dificulta el manejo efectivo de los modelos de productos y su disponibilidad para los clientes.

**Problema principal**

El problema central que se abordó en ISCOL es la **desorganización** y la **falta de tiempo**, que se manifiesta en varios aspectos.

***Tabla 3***

*Problemas centrales*

| | | |
|---|---|---|
| Desorden en la exhibición | Falta de espacio | Exhibición deficiente |
| La desorganización provoca que los productos no sean accesibles afectando la eficiencia en el proceso de venta. | La organización deficiente limita el espacio disponible para un flujo de trabajo efectivo. | La falta de organización lleva a una mala exhibición de los productos, con modelos faltantes y espacio insuficiente. |

## Enfoque del proyecto

Implementar sistemas de control, al introducir un sistema de control de pedidos e inventario que permita una gestión eficiente de los modelos de productos, potenciando la visibilidad y acceso.

Establecer procedimientos estandarizados, desarrollar y aplicar procedimientos estandarizados para el uso de una exhibición adecuada asegurando un flujo de trabajo efectivo.

Al abordar la desorganización como el problema central, el proyecto busca mejorar significativamente la exhibición de los productos, optimizar la gestión dentro de la empresa y aumentar la satisfacción del cliente.

**Análisis de información recolectada**

1. **Entrevistas adicionales con personal de la empresa**

Jefe de ISCOL, Don Ismael Contreras

A partir de esta entrevista, Don Ismael mencionó que anteriormente había intentado solucionar el problema de gestión sobre sus precios diseñando un catálogo y mejorar la interacción en la empresa para disminuir la aglomeración de clientes para poder proporcionar una mejor atención

Adicionalmente agregó que la mayoría de personas que entran a realizar pedidos, requieren de modelos físicos para tener en claro que van a comisionar, muchas de estas veces el mismo tiene que ir dentro de las instalaciones apresurado a buscar un ejemplo del producto en específico, resultando esto un proceso tedioso tanto para el como para sus empleados teniendo un flujo de trabajo acelerado.

Este trabajo lo estaba realizando durante pandemia (Pandemia de COVID-19; 25 de noviembre de 2019), pero no logró culminarlo ya que cuenta con poco espacio libre y considera que es un proceso largo al tener gran variedad en productos y servicios que se producen en la empresa.

*Fuente: Audios en la carpeta complementaria, Anexos''Entrevista audios''.*

**2. Toma de material fotográfico**

Toma fotográfica donde describo de manera puntual el proceso de produccion y elementos gráficos que tome como referencia para dar alternativas de solución a mi problema.

Imágenes proporcionadas por el señor Ismael luego de la entrevista del proceso que tenía, únicamente cuenta con una hoja impresa con unos cuantos productos de los cuales la mayoría están tachados por el cambio constante COMO SE REFERENCIA EN LA FIGURA 13 de precios; un poco más avanzado el proyecto, digitalmente cuenta con algunos archivos de Corel incompletos con imágenes antiguas, portafolio en texto.

**Figura 13**

*Foto de hoja impresa de precios hecha por el jefe de ISCOL*



*Fuente: Fotos tomadas dentro de las instalaciones de la empresa, hoja proporcionada por el señor Ismael Contreras. (Carpeta complementaria, anexos, lista precios))*

## Concepción inicial y actividades continuas en lo laboral

Sesiones creativas para generar ideas de solución

## Objetos y elementos

Algunas industrias en la actualidad han desarrollado herramientas de uso digital, para dar a conocer al público sus productos y servicios, e incluso han logrado promover la comercialización de los mismos usando estos recursos.

Los catálogos digitales que comúnmente usan las empresas para informar acerca de sus servicios, tienen una estructura de composición básica generalmente son revistas

digitalizadas, que no contienen animaciones complejas, por ende, el producto no tiene ningún atributo o valor agregado.

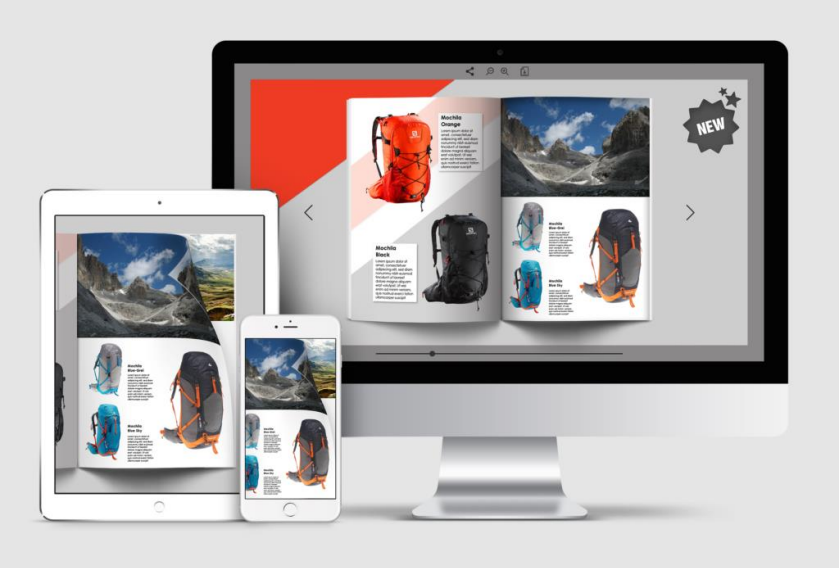
Entre las experiencias colombianas más conocidas, está la del Grupo Éxito (Grupo Éxito, 2019), cuyos catálogos digitales, además de aplicarse para todas las líneas de sus productos, incluyendo sus líneas de calzado femenino, buscan facilitar las ventas y la atención de pedidos a domicilio.

**Función física y simbólica**

Realizar un catálogo digital el cual sería material publicitario impreso o virtual, en formato de revista o libro, dedicado a la promoción de productos disponibles para la comercialización por una determinada empresa (Ucha, F. 2009). Cabe anotar que el proceso de compras por medio de catálogos de este grupo empresarial, no solo incluye las líneas de productos, sino que también sectoriza las preferencias de sus clientes, compradores nuevos y habituales para cada uno de sus empresas filiales.

**Figura 14**

*Catálogo digital en diversos dispositivos*




*Fuente: Propiedad de imagen del blog ''Catálogos para empresas''. (Carpeta complementaria, anexos, ventajas catalogo empresas )*

El producto es versátil al brindar un acceso sencillo a la información. Destaca los modelos principales fabricados por la empresa, detallando los variados combos disponibles junto con sus correspondientes precios. Además, presenta de manera visual la amplia gama de productos, abarcando categorías que incluyen artículos para colegios, artículos deportivos y opciones para publicidad y souvenirs.

La digitalización de imágenes y gestión de precios permitirá una visualización más efectiva de los modelos. Estas fotos al ser integradas en el catálogo digitalizados serán enviadas a clientes interesados y también se compartirá con clientes potenciales facilitando así la presentación y promoción de los productos.

De igual forma, se presente imprimir el catálogo a modo que quede disponible en las manos del personal cuando se requiera físicamente en la toma de pedidos.

**Importancia del Diseño Industrial en ISCOL Publicidad**

El diseño industrial es fundamental para abordar y resolver los problemas de gestión y exhibición de productos en ISCOL Publicidad. Desde la perspectiva del diseño industrial, se puede aportar innovación significativa en términos de eficiencia operativa y estética visual. Este campo se centra en mejorar tanto la funcionalidad como la exhibición de los productos, lo cual es crucial para una empresa que depende de una exhibición atractiva y organizada de su oferta.

El diseño industrial aborda de manera integral varios aspectos problemáticos identificados en ISCOL, tales como la desorganización, la falta de modelos para exhibir y el espacio limitado de exhibición. A través de un enfoque sistemático y creativo, se pueden desarrollar soluciones que optimicen el uso del espacio disponible y mejoren la exhibición visual, haciendo que los productos sean más atractivos y accesibles para los clientes.

Debido a las limitaciones de espacio en la empresa, se decidió que la solución más adecuada al problema era desarrollar un catálogo digital en lugar de otras soluciones físicas. Este catálogo no solo organiza y exhibe los productos de manera efectiva, sino que también facilita la gestión interna de la empresa, mejorando la eficiencia y reduciendo el tiempo dedicado a la organización y exhibición de productos.

La pertinencia del diseño industrial en ISCOL es clara: a través de soluciones innovadoras y bien diseñadas, se puede mejorar significativamente la operatividad y la imagen de la empresa, contribuyendo al logro de sus objetivos comerciales y mejorando la satisfacción del cliente.

1. **Encuesta a usuarios**

Para continuar profundizando en la comprensión del comportamiento de los posibles usuarios del proyecto, se ha elaborado una encuesta. El objetivo principal de esta encuesta es explorar la conexión entre los usuarios y los catálogos. A continuación, se presenta el modelo y los resultados obtenidos de dichos cuestionarios.

**Modelo de encuesta**

Definir situaciones en las que se utiliza el catálogo.

- ¿Cuándo revisa un catálogo digital?

Recomendación de amigos

Publicidad en el correo electrónico

Publicidad en diferentes medios

Búsqueda directa en sitios web de empresas

Enlaces en redes sociales

- ¿Cuál es el dispositivo tecnológico que más utiliza para este tipo de aplicaciones?

PC/Notebook

Tablet

Por medio del celular

- ¿Para qué utiliza estos catálogos?

Ver y comparar precios

Revisar tendencias en moda, tecnología y especialidades de comida

Buscar ideas de compras o regalos

- ¿Con respecto a los catálogos digitales, con cuál de estas afirmaciones te identificas?

Son más cómodos que los de papel

Son útiles porque si me gusta algo puedo comprar de inmediato en internet

Es difícil encontrarlos

Prefiero los impresos

A veces los reviso para ver la oferta del momento

Definir relación en cuanto a los productos y competencia

- ¿Usa frecuentemente servicios de artes gráficas y diseño publicitario? (Posters, cuadros, impresiones, invitaciones, etc...)

Sí

No

De vez en cuando

- ¿Con qué motivo adquiere estos productos?

Para eventos

Como regalos

Para material de apoyo en el estudio

Necesidad profesional

- De las siguientes empresas, ¿Cuáles ha visto recientemente un catálogo digital o necesitado de sus servicios?

Arquidiseños

Logoideas

DLC Agencia de Arquitectura y Publicidad

WebValkiria

RCW ENGINEERS

PAAVALI Diseño y Personalización de Agendas, Biblias y más

Evaluar la percepción de usuarios del catálogo de iscol, en cuanto a su funcionamiento, estética y experiencia de uso.

- ¿Conoce usted la empresa ISCOL Publicidad?

Sí

No

- ¿Ha observado información sobre ISCOL publicidad en algún medio publicitario?

Sí

No

- Con respecto al catálogo de ISCOL (cartel de productos en la pared), por favor evalúe cada ítem:

Eficaz

Optimo visualmente

Información relevante

Diseño atractivo

Establecer una aproximación o guía para el desarrollo del catálogo final.

- ¿Cree usted que un catálogo con información detallada y visualización adecuada de ISCOL Publicidad ayudaría una mejor adquisición de sus productos?

Sí

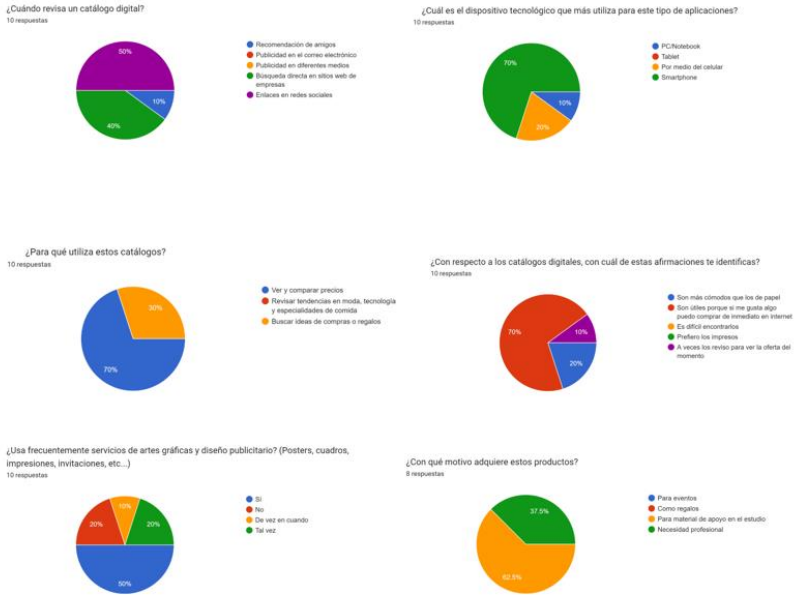
No

Muestra total: 10 encuestas respondidas

Características de muestra: Profesores de colegios, estudiantes de distintas carreras, personas naturales con acceso a internet con experiencia en revisar catálogos digitales.

**Figura 15**

*Compilación de resultados de encuesta*




*Fuente: Formulario de Google forms realizado por autor: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSemEMvB762WWBZu0Es7v4LwjaYATAsqOtFosKQ06lZUfqpTVQ/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSemEMvB762WWBZu0Es7v4LwjaYATAsqOtFosKQ06lZUfqpTVQ/viewform) (Carpeta complementaria, anexos, resultados encuesta ''experiencia de compra'' )*

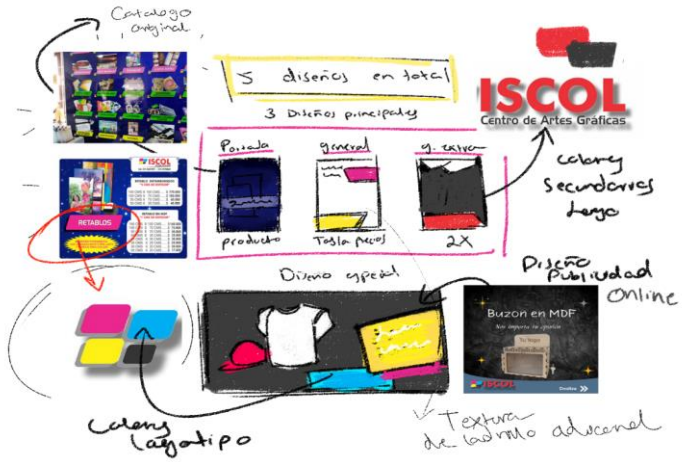
Para los usuarios entrevistados, los ítems de mayor importancia en cuanto a la evaluación de la experiencia en catálogos, se refieren a la variedad de información, el diseño atractivo, la actualización constante de contenidos y las funciones para navegar (en ese orden correlativo), lo que nos indica que debemos cuidar sin dudas todos los aspectos del catálogo y que gran parte de la experiencia que entrega un catálogo está dada por los productos mismos y el nivel de sintonía que tiene con el mercado en general.

## Inicio de la conceptualización de propuesta

Para el desarrollo de la imagen de la propuesta, se tuvieron en cuentan factores visuales relacionadas a la estética que la empresa maneja digitalmente.

- Fondos azules oscuros con destellos y carteles de información con diversos colores o blancos.
- Fondos gris y opaco con destellos.
- Logo con los colores CMYK Cyan,Magenta, Yellow y Key (Cian, Magenta, Amarillo y Negro) los colores pigmento utilizados en material impreso, específicamente sobre papel.
- Colores rojo y gris del nombre del logo.
- Puntillismo utilizado en historietas de comics

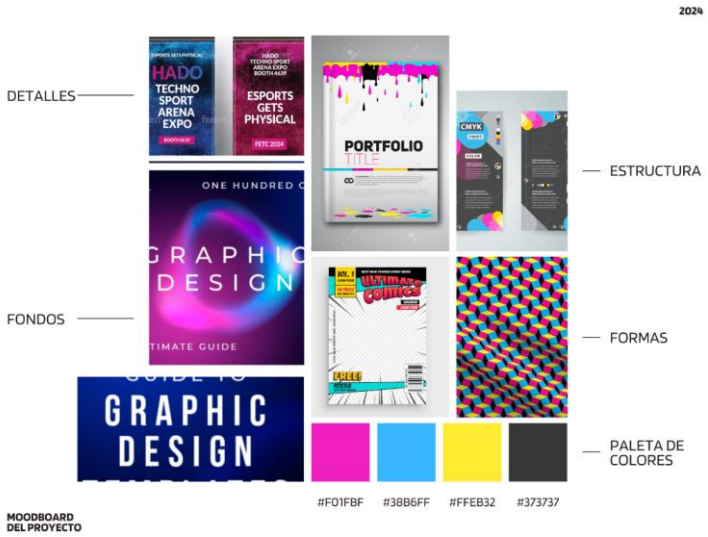
**Figura 16**
*Lluvia de ideas*



*Fuente: Elaboración propia en programa de ilustración ''Paint Tool Sai'' (Carpeta complementaria, proceso creativo, ideas iniciales)*

## Desarrollo de conceptos y prototipos iniciales

**Figura 17**
*MoodBoard de referentes visuales*




*Fuente: Elaboración propia en Programa de Corel Draw. (Carpeta complementaria, proceso creativo, MoodBoard)*

**Figura 18**
*Elaboración de prototipos iniciales basados en los conceptos seleccionados.*



*Fuente: Elaboración propia en programa de ilustración ''Paint Tool Sai'' (Carpeta complementaria, proceso creativo, boceto inicial 1)*

Con los primeros diseños se pretende mantener la esencia original que tienen en el mural de exposición de fondo galáctico y colores vibrantes, a pesar de que fue marcado como atractivo visualmente, no hacia resaltar adecuadamente los productos.

**Figura 19**
*Prototipos iniciales V2*




Por otra parte, para los siguientes prototipos se utilizaron los colores del logo y el estilo comic para lograr un diseño más llamativo.

*Fuente: Elaboración propia en programa de ilustración ''Paint Tool Sai'' (Carpeta complementaria, proceso creativo, boceto inicial 2)*

**Figura 20**

*Prototipos V3*




Estos modelos se pretenden usar como páginas para la muestra de productos y sus respectivos precios

**Figura 21**
*Ajustes y mejoras*




*Fuente: Elaboración propia en programa de ilustración ''Paint Tool Sai'' (Carpeta complementaria, proceso creativo, boceto final 1 y 2)*

**Preparación de presentaciones visuales detalladas**

**Tipografía.** Es importante el uso tipográfico estético para una correcta lectura y visualización de los contenidos por tales motivos utilizamos dos tipos de estilos tipográficos que tienen cierta similitud además de ser las fuentes principales usadas en ISCOL para medios publicitarios, a continuación, se muestra la fuente y la arquitectura que posee.

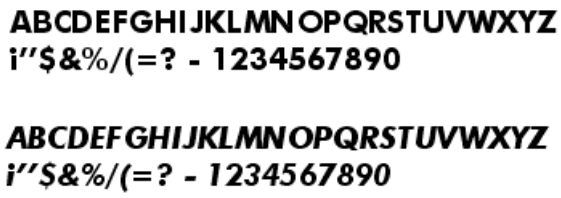
Títulos

Fuente: HandelGothicEF



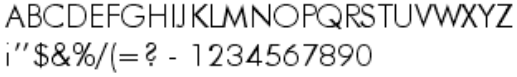

Subtítulos

Fuente: Futura Md BT




Letra general

Fuente: Futura Bk BT



## Diseño final

Utilizando Corel como programa de diseño, luego de una re organización de categorías de los productos, se realizaron las **portadas** en base al boceto planteado.

**Figura 22**
*Desarrollo visual de la propuesta final*






*Fuente: Elaboración propia en programa de diseño ''Corel Draw'' (Carpeta complementaria, catálogo, catálogo portadas)*

Teniendo una estética definida, para realizar el diseño de las páginas de cada producto en principio se elaboró una tabla de la lista proporcionada anteriormente (Figura 12).

Figura 23 Tabla Excel precios

| Portafolio ISCOL | | Portafolio ISCOL |
|---|---|---|
| Productos | Especificaciones/clasificación | Precio |
| Señal PVC 17x25 | calibre 50 | 5.000 |
| Señal PVC 17x25 | calibre 30 | 5.500 |
| Plano | pliego | 5.000 |
| Plano | Medio pliego | 3.000 |
| Plano | Cuarto | 2.000 |
| Plano | 150 x 72 | 8.000 |
| Opalina | Pliego | 15.000 |
| Opalina | Pliego Tubos y tapones | 20.000 |
| Opalina | Medio pliego | 8.000 |
| Opalina | Medio pliego Tubos y tapones | 12.000 |
| Opalina | cuarto de pliego | 4.000 |
| Laser | Extra 31* 45 opalina | 4.000 |
| Laser | Octavo opalina 25x35 cm | 3.000 |
| Laser | Tabloide opalina 27,94 x 43,18 cm | 4.000 |
| Laser | A3 opalina 29,7 x 42 cm | 4.000 |
| Laser | Carta opalina | 1.500 |
| Laser | Oficio opalina | 2.000 |
| Laser | Diploma octavo 25 x 35 | 5.000 |
| Laser | Diploma carta | 2.500 |
| Laser | Diploma oficio | 3.000 |
| Bond | 100 x 100 | 20.000 |
| Bond | 150 x 100 | 30.000 |
| Bond | 100 x 120 | 24.000 |
| Bond | Pliego | 12.000 |
| Bond | Medio pliego | 7.000 |
| Bond | cuarto de pliego | 2.500 |
| Bond | Pliego adhesivo | 20.000 |
| Hoja normal | Carta | 200 |
| Hoja normal | Oficio | 250 |

| Portafolio ISCOL | | Portafolio ISCOL |
|---|---|---|
| Productos | Especificaciones/clasificación | Precio |
| Boletas | 100 | 5.000 |
| Boletas | 500 | 60.000 |
| Boletas | 1000 | 150.000 |
| Volantes | Media carta inkjet mil 1 cara | 110.000 |
| Volantes | Media carta impronta mil 1 cara | 130.000 |
| Volantes | Media carta laser 1 cara unidad | 150 |
| Volantes | Media carta inkjet mil 2 cara | 180.000 |
| Volantes | Media carta impronta mil 2 cara | 280.000 |
| Volantes | Media carta laser 2 cara unidad | 1.200 |
| Tarjeta | T. de presentación UV | 120.000 |
| Tarjeta | T. de presentación Normal | 75.000 |
| Lona | M2 | 30.000 |
| Vinilo | M2 | 30.000 |
| Vinilo Laminado | M2 | 50.000 |
| Esmerilado | | 40.000 |
| Microperforado | | 40.000 |
| Pendón | 200 x 100 | 70.000 |
| Pendón | 1,50 x 100 | 50.000 |
| Pendón | 1,10 x 90 | 35.000 |
| Pendón | 0,70 x 50 | 17.000 |
| Pancarta | 2 m x 1m | 65.000 |
| Pancarta | 3m x 1m | 35.000 |
| Pancalle | 5 m x 60 cm | 100.000 |
| Pancalle | 5 m x 75 cm | 120.000 |
| Araña | 2 x 1 sola | 150.000 |
| Araña | 2 x 1 con pendón | 220.000 |
| Licencia | Construcción amarilla 50 x 80 | 12.000 |
| Licencia | Construccion blanca 1,40 x 80 | 45.000 |

| Portafolio ISCOL | | Portafolio ISCOL |
|---|---|---|
| Productos | Especificaciones/clsaificación | Precio |
| Lapicero | Normal | 2.000 |
| Lapicero | Marcado | 2.500 |
| Llavero MDF | Sin resina | 2.000 |
| Llavero MDF | Con resina | 3.000 |
| Botón | 3,5 | 2.000 |
| Botón | 5,5 mas de 30 | 1.500 |
| Botón | Destapador | 1.500 |
| Mug | 1-10 unidades mismo diseño | 15.000 |
| Mug | Por mayor mismo diseño | 12.000 |
| Mug | Cada uno personalizado | 15.000 |
| Termo | 1-10 unidades | 20.000 |
| Termo | Por mayor | 20.000 |
| Medalla | Acrilico 6,2 sencilla | 2.700 |
| Medalla | Acrilico 6,2 sencilla con aplique | 3.500 |
| Reloj | 20 cm | 25.000 |
| Agendas MDF | 1 diseño personalizado | 25.000 |
| Agendas MDF | Motivo para todas | 20.000 |
| Agendas impresas | Unidad | 25.000 |
| Agendas impresas | x mayor | 18.000 |
| Planos | pliego | 8.000 |
| Planos | Medio pliego | 6.000 |
| Tropezones | 80 x 40 | 60.000 |
| Tropezones | 100 x 60 | 130.000 |
| Tropezones | 100 x 60 solo estructura | 75.000 |
| Placas | Normales | 50.000 |
| Placas | Impresas | 60.000 |
| Placas | Alto relieve | 90.000 |
| Heraldo | 45 x 45 | 17.000 |
| Heraldo | 35 x 35 | 15.000 |

| Portafolio ISCOL | | Portafolio ISCOL |
|---|---|---|
| Productos | Especificaciones/clsaificación | Precio |
| Polarizado | Vidrio futural | 5.000 |
| Polarizado | Panoramico | 40.000 |
| Polarizado | Trapero | 25.000 |
| Polarizado | Todo | 100.000 |
| Polarizado | Ceramico original | 350.000 |
| Polarizado | Ceramico imitación | 250.000 |
| Retablo entamborado 5cm | 150 x 100 cm | 170.000 |
| Retablo entamborado 5cm | 100 x 70 xm | 100.000 |
| Retablo entamborado 5cm | 50 x 70 | 60.000 |
| Retablo entamborado 5cm | 50 x 35 | 40.000 |
| Retablo MDF 1cm | 150 x 100 cm | 140.000 |
| Retablo MDF 1cm | 100 x 70 xm | 75.000 |
| Retablo MDF 1cm | 50 x 70 | 50.000 |
| Retablo MDF 1cm | 50 x 35 | 35.000 |
| Retablo MDF 1cm | 40 x 30 | 30.000 |
| Retablo MDF 1cm | 35 x 25 | 25.000 |
| Retablo MDF 1cm | 30 x 20 | 20.000 |
| Retablo MDF 1cm | 20 x 20 | 17.000 |

*Fuente: Elaboración propia Excel de precios en la carpeta complementaria: ''Precios productos'' (Carpeta complementaria, anexos, precios)*

Para estas páginas también se hizo una re categorización de los productos para una mejor gestión dentro del catálogo.

Figura 24 PDF tablas categorización productos

| Avisos publicitarios | | |
|---|---|---|
| Tropezones | | |
| Qr personalizado | | |
| Aviso publicitario colgante | | |
| Vallas | | |
| Pancartas | | |
| Señalización | | |
| Luminosos<br>Planos<br>3D | | |

*Fuente: Lista completa en el PDF ''Lista precios ISCOL 2'' en la carpeta complementaria.*

Primer acercamiento ajuste de página de precios para retablos que se había diseñado en la empresa para tomar como base general para los demás artículos.

Figura 25 Prototipos páginas productos en Corel con sus respectivos precios.




*Fuente: Elaboración propia en programa de diseño ''Corel Draw'' (Carpeta complementaria, proceso creativo, primeras pruebas)*

Figura 26 Mockup 1.




Figura 27Mockup 2



*Fuente: Elaboración propia en programa de diseño ''Photoshop'' Mock ups de la página ''Smartmockups'' (Carpeta complementaria, anexos, mock up 1 y 2)*

.

## Documentación detallada de la metodología y conclusiones

### Metodología de la investigación

Proceso de Diseño y Metodología Implementada

El proceso de diseño desarrollado para abordar los problemas en ISCOL siguió una metodología propia, estructurada en varias etapas clave. Esta metodología se adapta a las necesidades específicas de la empresa y asegura un enfoque integral y efectivo. Las etapas del proceso son las siguientes:

Investigación de Campo:

- Observaciones Directas: Realización de visitas a la empresa para observar de primera mano la gestión y exhibición de productos.
- Entrevistas con el Personal: Recolección de información mediante entrevistas con empleados clave para entender sus desafíos y necesidades específicas.

Análisis y Definición del Problema:

- Análisis de Datos Recopilados: Evaluación de la información obtenida durante la investigación de campo para identificar patrones y áreas problemáticas.

- Definición del Problema: Clarificación de los problemas específicos que el diseño industrial debía abordar, basados en el análisis realizado.

Generación de Ideas y Conceptos:

- Lluvia de Ideas: Sesiones de brainstorming para generar múltiples ideas y enfoques posibles.
- Desarrollo de Conceptos Iniciales: Creación de conceptos preliminares basados en las ideas más prometedoras surgidas durante las sesiones de brainstorming.

Desarrollo de Prototipos:

- Creación de Prototipos Iniciales: Desarrollo de prototipos de baja fidelidad para explorar las diferentes ideas y conceptos de diseño.
- Pruebas y Refinamiento: Evaluación y refinamiento de los prototipos a través de iteraciones basadas en el feedback recibido.

Diseño Detallado:

- Diseño Final del Catálogo Digital: Desarrollo del catálogo digital con detalles específicos para su implementación, considerando tanto la estética como la funcionalidad.

- Desarrollo de Interfaces de Usuario: Creación de interfaces de usuario intuitivas para facilitar la navegación y uso del catálogo digital.

Validación y Verificación:

- Pruebas de Usuario: Realización de pruebas con usuarios potenciales para validar la efectividad y usabilidad del catálogo digital.
- Ajustes Finales: Realización de ajustes necesarios basados en los resultados de las pruebas de usuario para asegurar la calidad del producto final.

Documentación y Presentación

- Documentación del Proceso: Registro detallado de todo el proceso de diseño y desarrollo para referencia futura.
- Presentación a la Empresa: Presentación del producto final y sus beneficios potenciales a los directivos de ISCOL para su consideración e implementación futura.

**Tipo de investigación**

Cualitativa: una característica de este método es la estrategia para tratar de conocer los hechos o procesos en su totalidad y no a través de la medición de algunos de sus elementos, en este caso conocer los procesos y actividades de los empleados en ISCOL

analizando posibles factores a mejorar dentro de la empresa a la vez que se realizan labores diarias.

Cuantitativa: asigna valores numéricos a las declaraciones, observaciones y/o al método cualitativo, siendo un método fundamental en la investigación, ya que se debe tener datos estadísticos de la cantidad de productos que se venden.

Instrumentos de recolección de datos

- Observación no participante.
- Fotos
- Encuesta
- Entrevistas

Dentro de las actividades realizadas se encontraron algunos retrasos en cuestión de tiempo, ya que, por motivos personales, la gerente de la empresa aplazó y detuvo el proceso de la pasantía, la cual fue retomada rápidamente, al sobrepasar el inconveniente.

Otra de las limitaciones fue la actualización de precios debido a que la lista realizada por el señor Ismael no estaba completa y faltaban muchos productos.

Debido a esto únicamente se hizo el diseño base para cada producto y servicios, con sus respectivas paginas promocionales, sin información de sus precios; aun así, se le proporcionará los archivos editables en a la empresa, en caso de cambios. Adicionalmente se regeneró un código Qr de la previsualización del catálogo para un primer acercamiento de interacción de vendedor-usuario.

**Figura 28**
*Carpetas archivos catálogo.*




*Fuente: Elaboración propia ''Carpeta Catalogo'' con todos los archivos editables de las páginas en ''Carpeta complementaria''.*

**Figura 29**
*Qr personalizado y página de revista catálogo.*




*Fuente: Revista y código elaborado mediante la página ''heyzine''. (Carpeta complementaria, carpeta catálogo)*

**Comprobaciones**

**Figura 30**
*Fotos comprobaciones uso del catálogo 1.*

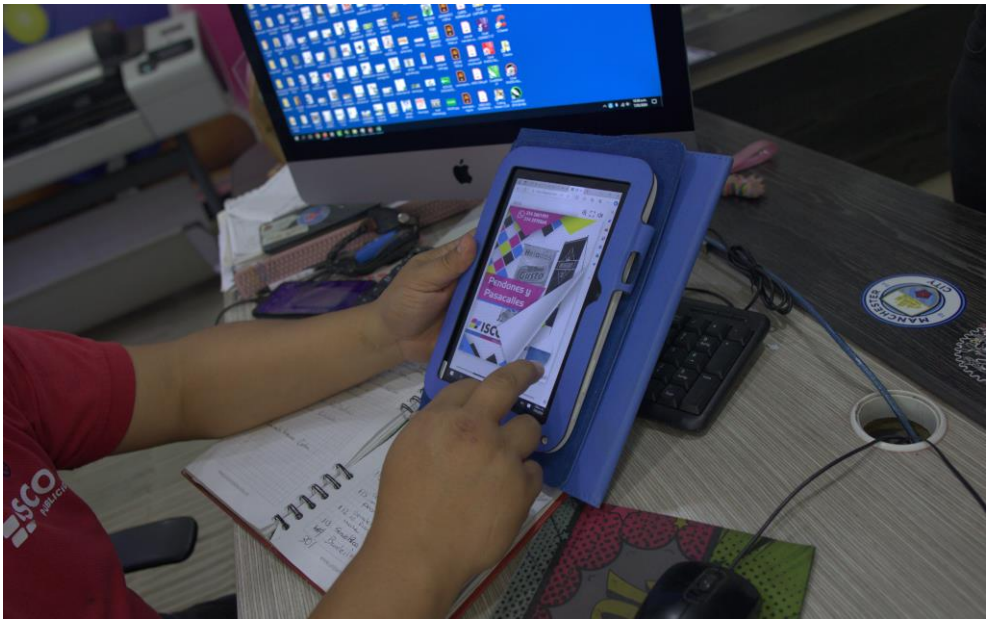
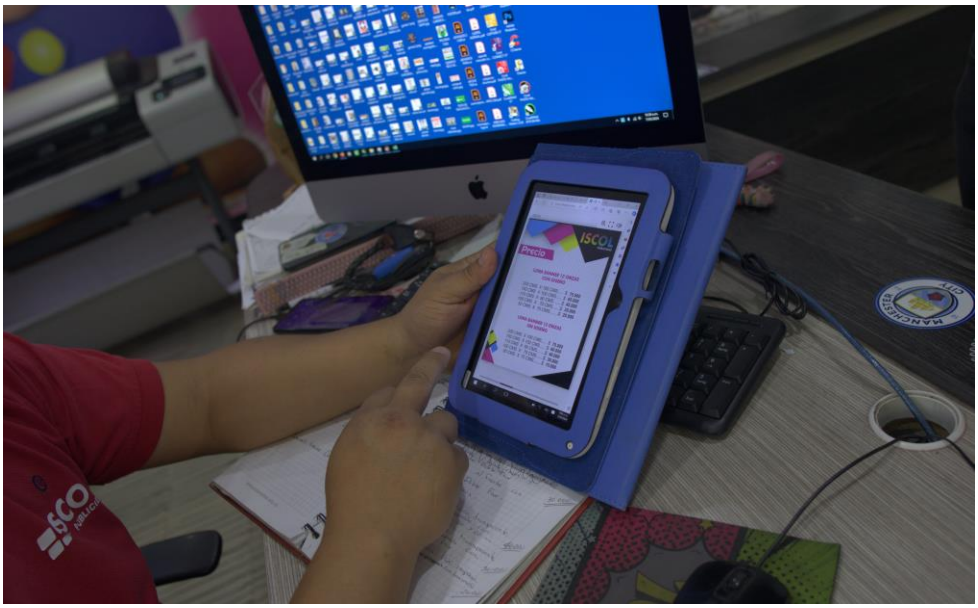


**Figura 31**
*Fotos comprobaciones uso del catálogo 2.*



*Fuente: Fotos tomadas por el estudiante Alexis Castillo.*

## Conclusiones

La propuesta de implementar un catálogo digital en ISCOL se presenta como una solución viable y eficaz para mejorar la atención al cliente y optimizar los procesos internos. Este enfoque permite a los potenciales clientes analizar los productos ofrecidos con anticipación, brindándoles claridad sobre modelos y precios, y reduciendo así las aglomeraciones en el punto de venta.

A lo largo del desarrollo de este proyecto se buscó generar una mayor conciencia dentro de la empresa sobre la importancia de integrar esta herramienta y la identificación precisa de precios de mano de obra y acabados. Anqué el catálogo se llevó a cabo, no se pudo implementar en ISCOL debido a falta de tiempo provocada por la carga de trabajo actual en la empresa.

Impacto esperado

La implementación del catálogo digital en ISCOL se espera que tenga un impacto significativo en la atención al cliente, permitiendo un mejor acceso a los productos en cualquier lugar y cualquier momento.

Además, la digitalización del catálogo le proporcionara a la empresa mantener una mejor organización y control sobre los productos y sus detalles, facilitando la gestión del inventario y planificación de producción.

Con los clientes teniendo acceso anticipado a la información del catálogo, se espera una disminución en las aglomeraciones en el punto de venta, potenciando la eficiencia del servicio y también permitirá una atención más personalizada y rápida.

Recomendaciones

Se recomienda implementar el catálogo digital en ISCOL por las siguientes razones:

- Facilitación del proceso de venta: Un catálogo digital bien organizado facilitará el proceso de venta tanto para cliente como empleados, al proporcionar información detallada y accesible sobre los productos.
- Aumento de la eficiencia operativa: La digitalización permitirá una gestión más apta del inventario y pedidos, reduciendo el tiempo dedicado a la búsqueda y a la verificación de detalles como materiales y colores.
- Adaptación a las tendencias del mercado: La implementación de soluciones digitales es una tendencia creciente en el mercado que puede ayudar a ISCOL a mantenerse competitiva ya tractiva para los clientes modernos.

Aunque el producto del catálogo digital fue desarrollado, su implementación en ISCOL no se llevó a cabo debido a la carga de trabajo y falta de tiempo en la empresa. Sin embargo, la propuesta sigue siendo viable y necesaria para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Se recomienda priorizar la implementación del catálogo para el próximo año y consolidar estos beneficios asegurando un impacto positivo y sostenible en la empresa.

## Bibliografía

Gómez, M. B. (2021, 7 mayo). El diseño comercial como herramienta de venta. https://es.linkedin.com/pulse/el-dise%C3%B1o-comercial-como-herramienta-de-venta-melissa-bent-g%C3%B3mez-

Diseño de afiches publicitarios | Anzuelo - estudio publicitario. (s. f.). https://www.anzueloestudio.pe/diseno-afiches-publicitarios.php

Admin. (2022, 14 marzo). ¿Qué es el diseño comercial y como puede ayudarte a vender más? JN Retail. https://jnretail.com/que-es-diseno/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20comercial%20se%20entiende,una%20idea%20de%20la%20empresa.

Qué tipo de exhibición de productos elegir para tu negocio. (2022, mayo 5). Valepass.com. https://www.valepass.com/blog/tipo-exhibicion-de-productos/

Gómez, M. B. (2021, mayo 7). El diseño comercial como herramienta de venta. Linkedin.com. https://es.linkedin.com/pulse/el-dise%C3%B1o-comercial-como-herramienta-de-venta-melissa-bent-g%C3%B3mez-

(S/f). Urbe.edu. Recuperado de http://virtual.urbe.edu/tesispub/0101439/cap02.pdf