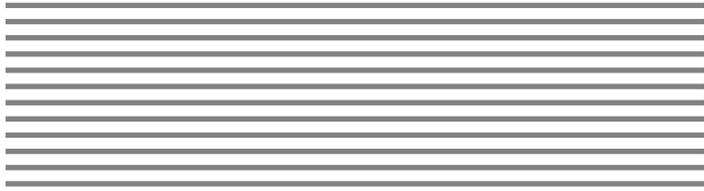


**GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE
CATÁLOGOS COMERCIALES EN EL SECTOR HÁBITAT**
Master universitario en Ingeniería del Diseño

Autora: Luisa Hernández Plata
Tutor: Manuel Ramón Lecuona López
Directora del Master: Begoña Jordá Albiñana
MID- Master en Ingeniería del diseño
ETSID - Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño
Universidad Politécnica de Valencia
Julio de 2015, Valencia



2. Fundamentos teóricos

Corporativos
Comunicativos
Gráficos

1. Planteamiento

Motivación
Estudios previos
Objetivos
Alcance
Justificación
Estructura

3. Metodología

Desarrollo
Herramientas

5. Conclusiones y Líneas de Investigación

4. Análisis

Matrices
Pestel
Resultados

1. Planteamiento

Motivación

Incidencia de la Identidad Corporativa y la Dirección de Arte en la comunicaciones internas y externas.

Explorar la estructura y función de los catálogos comerciales y publicitarios

Alcance

Proponer una guía metodológica para elaborar este tipo de soportes.

Servir a la **comunicación de empresas** del sector hábitat en la configuración de su material publicitario

Estudios Previos

No existe una categorización ni definición de las características intrínsecas al soporte denominado como "catálogo comercial".

Objetivos

Proponer una lista de parámetros que sirva de análisis, valoración y estructuración de los catálogos comerciales

Estructurar una metodología de análisis

Análisis de muestras

Justificación

Ser una guía para diseñadores profesionales para lograr una comunicación efectiva y persuasiva.

Estructura

1
Análisis
bibliométrico/
bibliográfico -
Marco contextual

2
Identificación
parámetros clave
presentes en
catálogos
comerciales

3
Observación y
organización de la
información
Mapas conceptuales

4
Verificación de los
parámetros -
Elaboración de las
matrices comparativas
cualitativas

5
Análisis de los casos
mediante las
matrices
comparativas
cualitativas

6
Inventario de
resultados -
conclusiones y líneas
futuras de
investigación

2. Fundamentos teóricos

Fundamentos
Corporativos

Fundamentos
Comunicativos

Fundamentos
Gráficos

Catálogo
Comercial

Hipótesis

Establecimiento
de parámetros

Estado del arte
sin alcance

Detección de variables
genéricas en el diseño
editorial y gráfico

Pautas y variables que
distinguen el diseño
editorial de los demás
géneros.

No existen pautas ni
metodología para el
análisis del catálogo

1

Análisis
bibliométrico/
bibliográfico -
Marco contextual

2

Identificación
parámetros clave
presentes en
catálogos
comerciales

3

Observación y
organización de la
información
Mapas conceptuales

4

Verificación de los
parámetros -
Elaboración de las
matrices comparativas
cualitativas

5

Análisis de los casos
mediante las
matrices
comparativas
cualitativas

6

Inventario de
resultados -
conclusiones y
líneas futuras de
investigación

3. Metodología

Análisis Bibliométrico

Fichas conceptuales

Mapas conceptuales

Fuentes

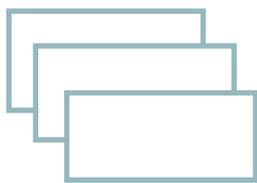
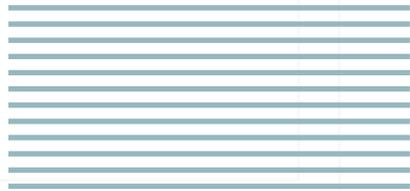
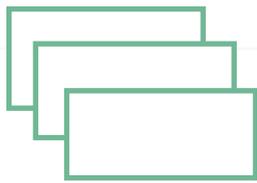
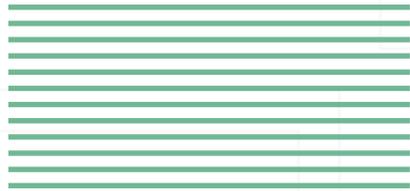
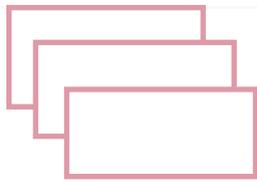
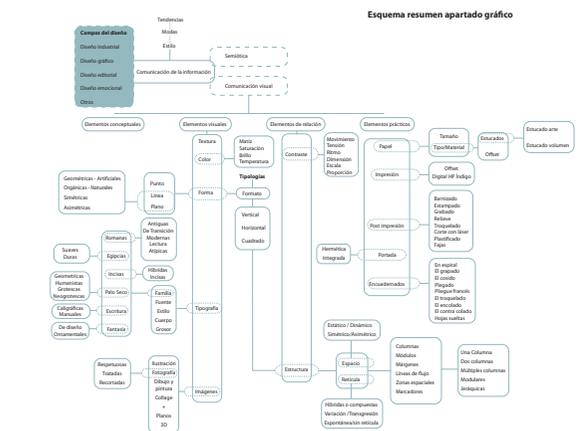
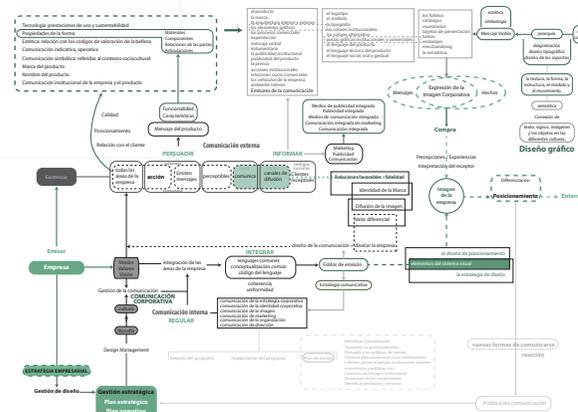
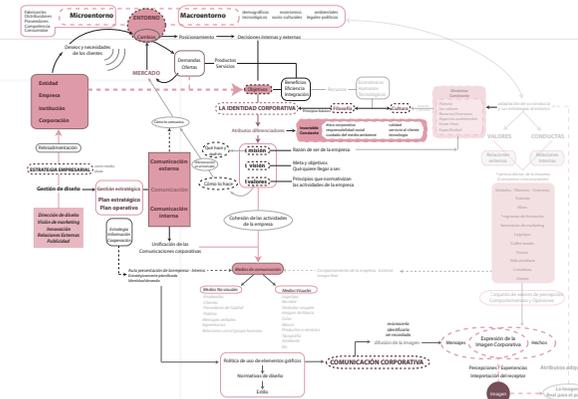
Bibliografía/áreas: diseño, identidad corporativa, gestión estratégica, marketing y publicidad.

Fundamentos Corporativos

Fundamentos Comunicativos

Fundamentos Gráficos

Libros, Artículos
Revistas científicas y académicas
Webs de instituciones y sus bases de datos



1 Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual

2 Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales

3 Observación y organización de la información Mapas conceptuales

4 Verificación de los parámetros - Elaboración de las matrices comparativas cualitativas

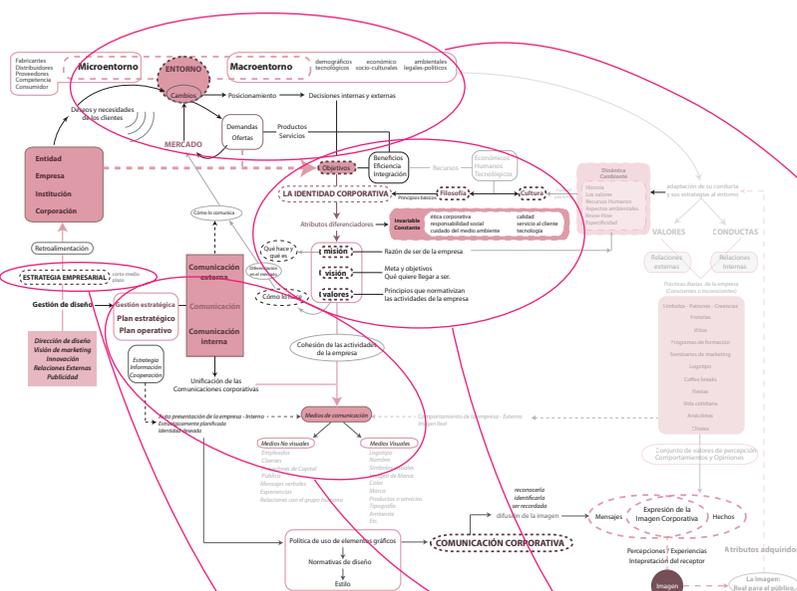
5 Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas

6 Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

3. Metodología



Matriz corporativa

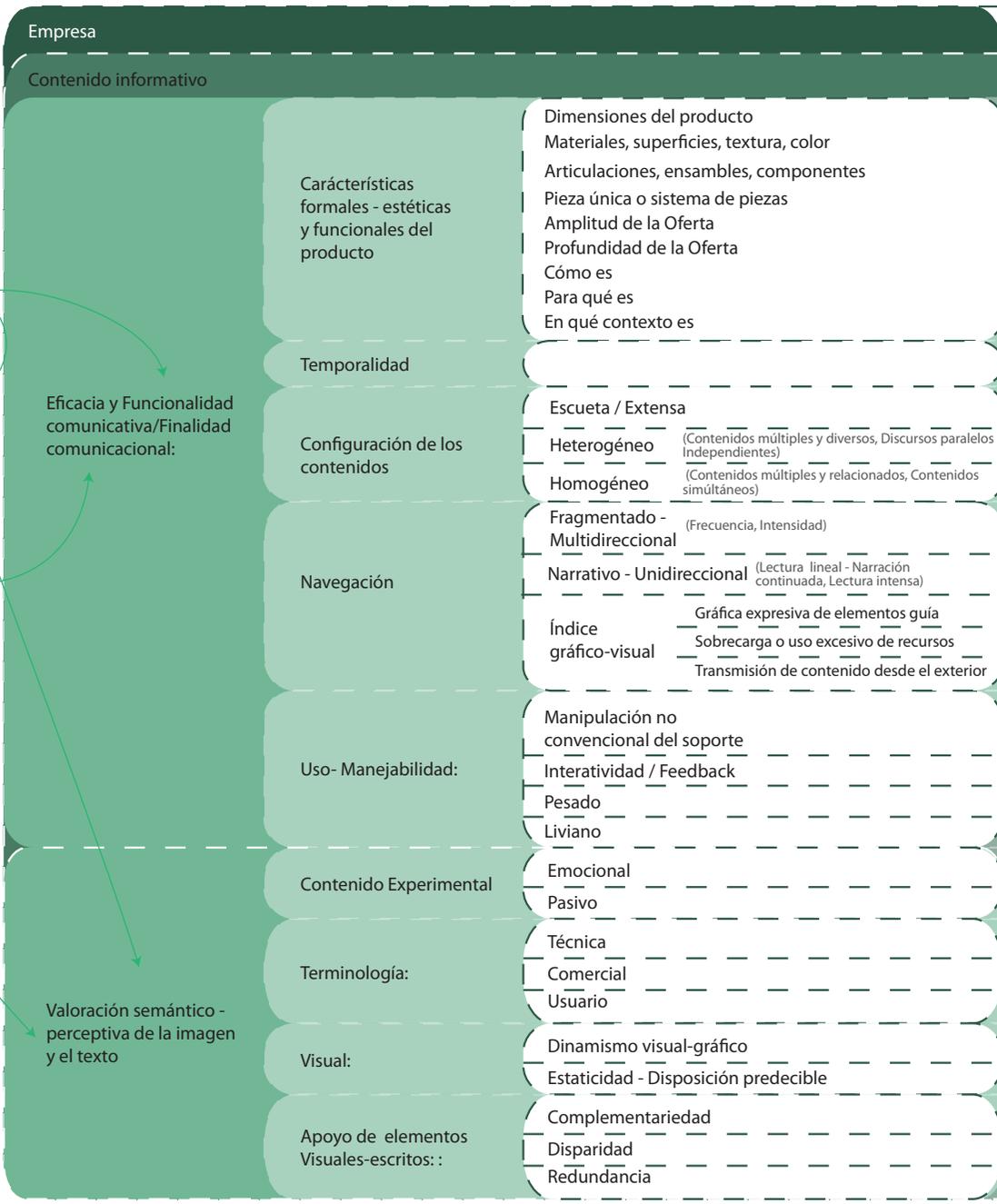
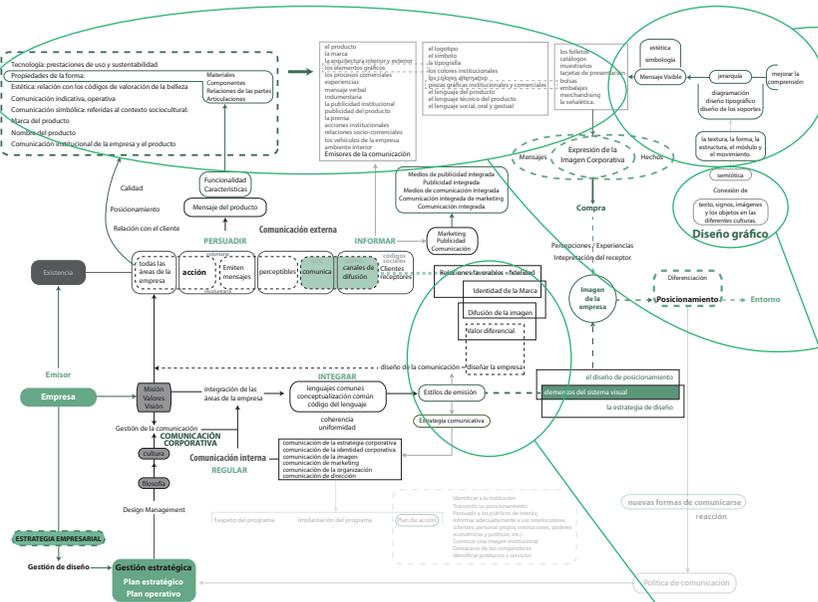


Empresa		
Información corporativa		
Contexto Socio-cultural	País Alcance geográfico del mercado Público objetivo segmentación	En europa Internacional Local Intermediario - Prescriptor Cliente Usuario
Estrategia comunicacional	Identificación de los productos y servicios	Marca de empresa Nombre del producto Misión, Visión y Valores Diseñador Año Precio
Difusión del mensaje	Factor experimental	Exposición de productos - Publicitario Información del producto para su venta Recordatorio Formación para el vendedor asistencia al cliente
Estrategia Empresarial	Nivel de integración de diseño	Estrategia Reactiva Estrategia Preactiva Estrategia Proactiva

- 1 Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual
- 2 Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales
- 3 Observación y organización de la información Mapas conceptuales
- 4 Verificación de los parámetros - Elaboración de las matrices comparativas cualitativas
- 5 Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas
- 6 Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

3. Metodología

Matriz comunicativa



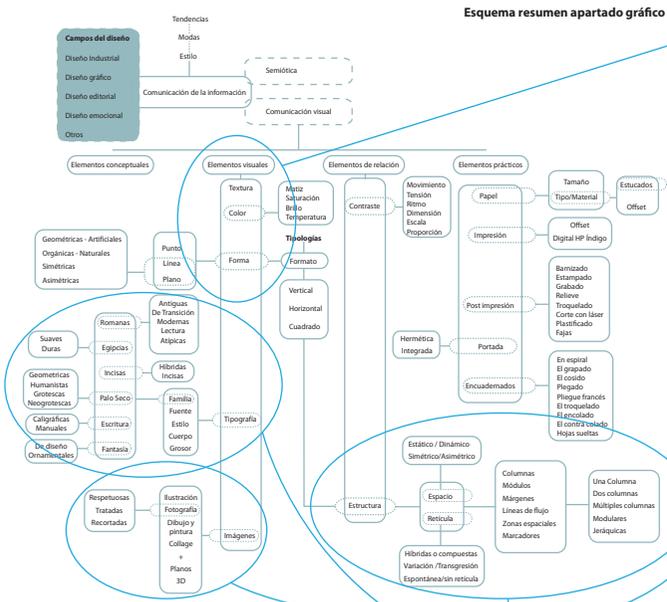
Eficacia y Funcionalidad comunicativa/Finalidad comunicacional:

Valoración semántico - perceptiva de la imagen y el texto

- 1 Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual
- 2 Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales
- 3 Observación y organización de la información Mapas conceptuales
- 4 Verificación de los parámetros - Elaboración de las matrices comparativas cualitativas
- 5 Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas
- 6 Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

3. Metodología

Matriz gráfica



Empresa

Elementos gráficos - Estilo de comunicación gráfica

Elementos visuales

Color

Luminosidad
Armonía de color
Matiz

Forma

Simétrica
Asimétrica
Geométrica
Orgánica

Textura

Profundidad
Planitud

Fotografía

A sangre
Enmarcada
Con bordes
Collage

Recursos y apoyos gráficos

Ilustraciones
Dibujos
Complementos abstractos

Planos

3D - Renderizados

Humanistas
Geométricas
Grotescas
Neogrotescas

Forma

Palo Seco

Romanas
Incisas
Egipcias
Escritura
Fantasía

Tipografías a mano

Cantidad de familias
tipográficas

Tipografía

Elementos compositivos de relación

Maquetación y estructura
compositiva

Reticula única - reiterativa

Fragmentada, rígida, jerarquizada

Más de una reticula

Dinámica, Escalas, Repeticiones, contrastes

Sin reticula

Ajustes ópticos, sin referencias, desjerarquización

Transgresiones al orden

Órdenes inesperados

1

Análisis
bibliométrico/
bibliográfico -
Marco contextual

2

Identificación
parámetros clave
presentes en
catálogos
comerciales

3

Observación y
organización de la
información
Mapas conceptuales

4

Verificación de los
parámetros -
Elaboración de las
matrices comparativas
cualitativas

5

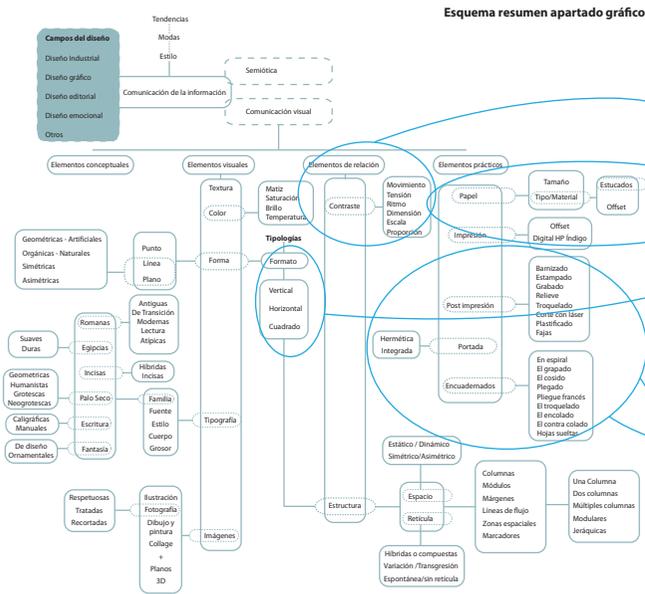
Análisis de los casos
mediante las
matrices
comparativas
cualitativas

6

Inventario de
resultados -
conclusiones y
líneas futuras de
investigación

3. Metodología

Matriz gráfica



Empresa	
Elementos prácticos - Especificaciones de fabricación	
Tipología editorial	Catálogo general Mix de contenidos (catálogo- revista- lifestyle) Libro objeto Lifestyle Photobook Preview Reminder
Dimensiones	Nº de páginas Dimensiones ISO/DIN Medida (mm) Horizontal Vertical Cuadrado Espacios vacíos
Formato	Materialmente sin cubierta (pero el contenido de portada) Camuflaje (contenido de la primera pág pasa a la portada) Transición (Secuencia de información hacia el interior) Suplantación: (con contenido del interior en la portada)
Integrada	
Hermética	
Cualidades técnicas: táctil y visual	Brillo - Semibrillo - Mate Textura (liso - Rugoso)
Materiales y gramaje (gramos)	Estucado Offset
Acabados de postimpresión	Barnizado Estampación (plástico o metal) Relieve Termorelieve Troquelado Corte con laser Plastificado
Fraccionado en librillos	Anillado Cosido Encolado Grapado Plegado Troquelado Hoja sueltas
Encuadernados	

Rasgos físicos

Portada

Características del papel

Manipulados físicos

- 1 Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual
- 2 Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales
- 3 Observación y organización de la información
Mapas conceptuales
- 4 Verificación de los parámetros - Elaboración de las matrices comparativas cualitativas
- 5 Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas
- 6 Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

4. Análisis

Matriz corporativa

Año		2014	2014	2014	2013/2014	2014	2014	2014	2014	2014
Empresa		Muuto	Vincent Sheppard	Bosc	Ferm	Pertegui	BlackCork	Royal Bohemia	&Tradition	&Tradition
Información corporativa										
Contexto socio - cultural										
País		Dinamarca	Bélgica	Francia	Dinamarca	Francia	Portugal	Bélgica	Dinamarca	Dinamarca
Alcance geográfico del mercado	Internacional	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Local									
Público objetivo - segmentación:	Intermediario - Prescriptor (Distribuidores, Profesionales, Promotores, Instaladores, Editoras)	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Cliente (Vendedor)	x	x		x	x				x
	Usuario (Consumidor final)	x	x			x				x
Estrategia comunicacional										
Identificación de los productos y servicios:	Marca de empresa			x		x			x	x
	Nombre del producto	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Misión, Visión y Valores	x	x	x	x	x	x		x	x
	Diseñador								x	x
	Año									x
	Precio	x								
Difusión del mensaje										
Factor experimental	Exposición de productos - Publicitario	x	x				x	x	x	x
	Información del producto para su venta	x	x	x	x	x		x		x
	Recordatorio			x			x		x	
	Formación para el vendedor - Asistencia del cliente	x	x		x	x		x		x
Estrategia empresarial (Escaleras de M. Godet)										
Estrategia Reactiva	diseño como resultado (formal)									
Estrategia Preactiva	diseño implementado (Formal y funcional)	x				x		x	x	x
Estrategia Proactiva	diseño a todos los niveles (Formal, funcional y procesos)		x	x	x		x			

1
Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual

2
Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales

3
Observación y organización de la información
Mapas conceptuales

4
Verificación de los parámetros -
Elaboración de las matrices comparativas cualitativas

5
Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas

6
Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

4. Análisis

Matriz comunicativa

Empresa		Miuuto	Vincent-Sheppard	Bosc	Ferm	Pereguil	Black Cork	Royal Botania	&Tradition	&Tradition
Contenido informativo										
Eficacia y Funcionalidad comunicativa/Finalidad comunicacional:										
Características formales - estéticas y funcionales del producto	Dimensiones del producto	x	x	x	x	x		x		x
	Materiales, superficies, textura, color	x	x	x	x	x	x	x		x
	Articulaciones, ensambles, componentes		x					x		
	Pieza única o sistema de piezas	x	x					x		
	Amplitud de la Oferta	x	x	x	x		x	x	x	x
	Profundidad de la Oferta	x	x	x		x		x		x
	Cómo es	x	x	x		x	x	x	x	x
	Para qué es	x	x					x		x
En qué contexto es	x	x		x				x	x	x
Temporalidad		Trimestral	Anual	Anual	Anual	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Anual
Configuración de los contenidos	Escueta / Extensa	Escueta	Extensa	Extensa	Escueta	Escueta	Escueta	Escueta	Escueta	Extensa
	Heterogéneo (Contenidos múltiples y diversos, Discursos paralelos Independientes)		x	x	x					x
	Homogéneo (Contenidos múltiples y relacionados, Contenidos simultáneos)	x				x	x	x	x	
Navegación	Fragmentado - Multidireccional (Frecuencia, Intensidad)	x			x		x	x	x	
	Narrativo - Unidireccional (Lectura lineal - Narración continuada, Lectura intensa)		x	x		x				x
	Índice gráfico-visual				x		x	x		
	Gráfica expresiva de elementos guía				x		x	x		
	Sobrecarga o uso excesivo de recursos									
Transmisión de contenido desde el exterior										
Uso- Manejabilidad:	Manipulación no convencional del soporte								x	
	Interactividad / Feedback	x					x			
	Pesado		x		x					x
	Liviano	x		x		x	x	x	x	
Valoración semántico - perceptiva de la imagen y el texto										
Contenido Experimental	Emocional	x	x					x	x	x
	Pasivo			x	x	x		x		
Terminología:	Técnica		x		x			x	x	x
	Comercial	x	x	x		x	x		x	x
	Usuario		x							x
Visual:	Dinamismo visual-gráfico	x	x			x		x	x	x
	Estaticidad - Disposición predecible			x	x		x			
Apoyo de elementos Visuales-escritos:	Complementariedad	x	x	x	x	x	x		x	x
	Disparidad									
	Redundancia	x	x					x		

1
Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual

2
Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales

3
Observación y organización de la información Mapas conceptuales

4
Verificación de los parámetros - Elaboración de las matrices comparativas cualitativas

5
Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas

6
Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

4. Análisis

Matriz gráfica

Empresa		Muuto	Vincent Sheppard	Bosc	Ferm	Pertegui	BlackCork	Royal Botania	&Tradition
Factores gráficos									
Elementos gráficos - Estilo de Comunicación gráfica									
Elementos visuales									
Color:	Luminosidad	x	x		x		x	x	x
	Armonía de color	x		x	x	x	x	x	x
	Matiz (Carta de colores)	x	x		x	x		x	x
Forma:	Simétrica	x			x		x		
	Asimétrica		x	x		x		x	x
	Estructura Geométrica	x		x	x	x		x	x
	Estructura Orgánica		x				x		
Textura:	Profundidad (distintos planos)	x	x		x	x			x
	Planitud (un sólo plano)			x			x	x	
Imaginería:									
Fotografía	A sangre	x	x	x	x	x	x	x	x
	Enmarcada (centrada o a los bordes)	x	x	x	x	x			x
	Con bordes								
	Collage - Con o sin muestras físicas			x					
Recursos y apoyos gráficos	Ilustraciones	x	x	x					
	Dibujos	x							x
	Complementos gráficos abstractos				x				
Planos arquitectónicos									
								x	
Miniatura producto 3D - Renderizados									
								x	
Tipografías									
Forma	Palo Seco	Humanistas					x		
		Geométricas							
		Grotescas				x			x
		Neogrotescas	x	x	x			x	x
	Romanas		x	x	x	x			
	Incisas								
	Egipcias								
	Escritura				x				
Fantasia			x						
Tipografías a mano									
		x							
Cantidad de familias tipográficas									
		1	2	3	2	2	1	1	1
Elementos compositivos de relación									
Maquetación y estructura compositiva									
Retícula única - Reiterativo									
					x				x
	Fragmentada				x				x
	Rígida								x
	Jerarquizado								x
Más de una retícula diferente (segmentación)									
	Dinámica (Cambios de ritmo)	x	x	x		x		x	
	Escalas, repetición/variación, contrastes	x	x	x		x		x	
Sin retícula									
					x		x		
	Ajustes ópticos de los elementos				x	x	x		
	No establecimiento de referencias fijas						x		
	Desjerarquización						x		
Transgresiones al orden									
	Órdenes inesperados					x	x		

1
Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual

2
Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales

3
Observación y organización de la información
Mapas conceptuales

4
Verificación de los parámetros - Elaboración de las matrices comparativas cualitativas

5
Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas

6
Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

4. Análisis

Matriz gráfica

Empres-		Muto	Vincent Sheppard	Bosc	Ferm	Pertegul	BlackCork	Royal Botania	&Tradition	&Tradition
Elementos prácticos - Especificaciones de fabricación										
Rasgos físicos										
Tipología editorial	Catálogo general		x							
	Mix de contenidos: catálogo - Revista - lifestyle									
	Libro Objeto									
	Life Style	x	x		x				x	x
	Photobook				x					
	Preview (Novedades)	x		x		x	x	x	x	x
	Reminder (folleto recordatorio)									
Dimensiones	Nº de páginas	56	144	40	32	42	28	24	18	198
	Dimensiones ISO / DIN	A4	A4	A5	A4	A4	A5	A5	A5	A5
	Medida (mm)	200x269	215x279	200x265	246x320	210x274	147x207	147x209	156x218	160x240
Formato	Estructura Horizontal									
	Estructura Vertical	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Estructura Cuadrada									
	Espacios vacíos	x	x	x		x	x	x	x	
Portada										
Integrada	Materialmente sin cubierta (pero el contenido actua como tal)	x								
	Camuflaje(El contenido de la primera página pasa a la cubierta)									
	Transición (Secuencia de información hacia el interior)									
	Suplantación: (con contenido del interior en la portada)	x	x					x		
Hermética										
Características del papel										
Cualidades técnicas táctil y visual:	Brillo - Semibrillo - Mate	Mate	Semibrillo	Semibrillo	Semibrillo	Semibrillo	Brillo	Brillo	Semibrillo	Mate y Semibrillo
	Textura (Liso - Rugoso)	Rugoso	Liso	Liso	Liso	Liso	Liso	Liso	Liso	Rugoso/Liso
Materiales y Gramaje (gramos):	Estucado / g.		150	170	100	150	150	135	135	170
	Offset / g.	100/150								70 / 120
Manipulados físicos										
Acabados Postimpresión en portada	Barnizado			x						
	Estampación (plástico, metal)						x	x		
	Plastificado		x							
	Relieve				x				x	
	Termorelieve (Relieve de la tinta)									
	Corte con laser							x		
	Troquelado bajo/alto relieve									
Fraccionado (Varios librillos)										
Encuadernados	Anillado									
	Cosido			x						
	Encolado		x	x	x	x				x
	Grapado	x						x	x	x
	Plegado									
	Troquelado									
	Hojas sueltas (Otro tipo de unión creativa)									

1
Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual

2
Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales

3
Observación y organización de la información Mapas conceptuales

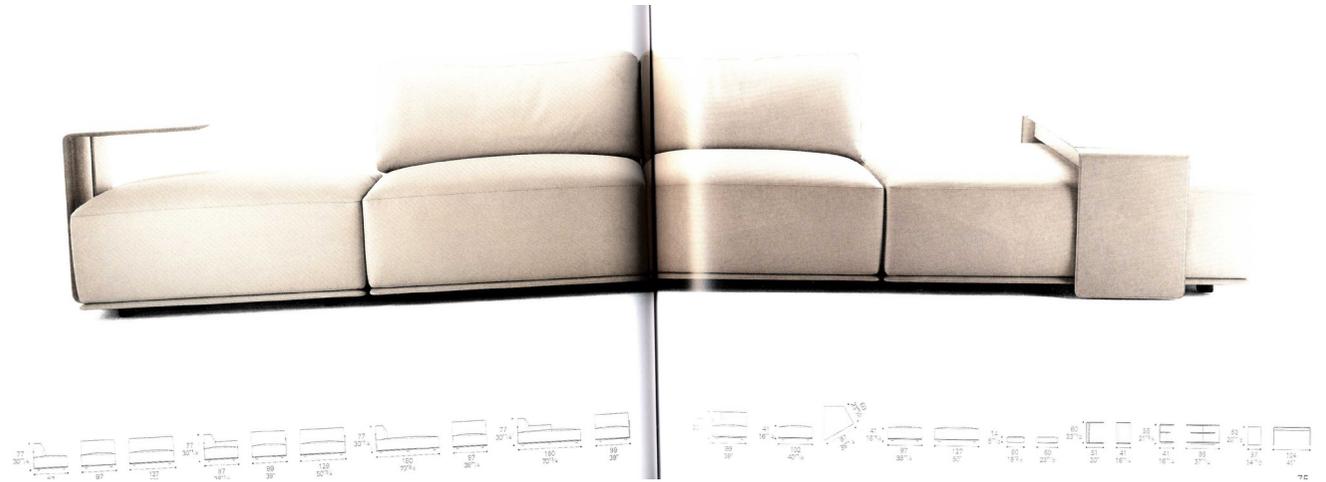
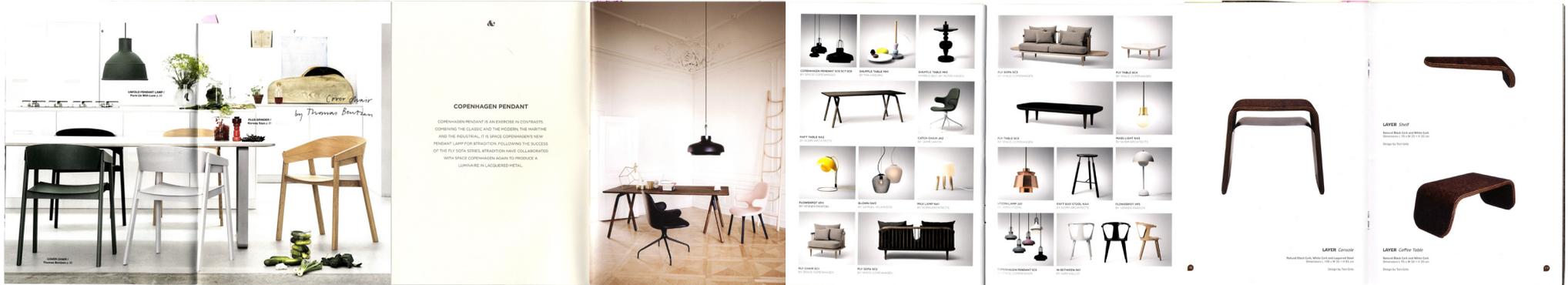
4
Verificación de los parámetros - Elaboración de las matrices comparativas cualitativas

5
Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas

6
Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

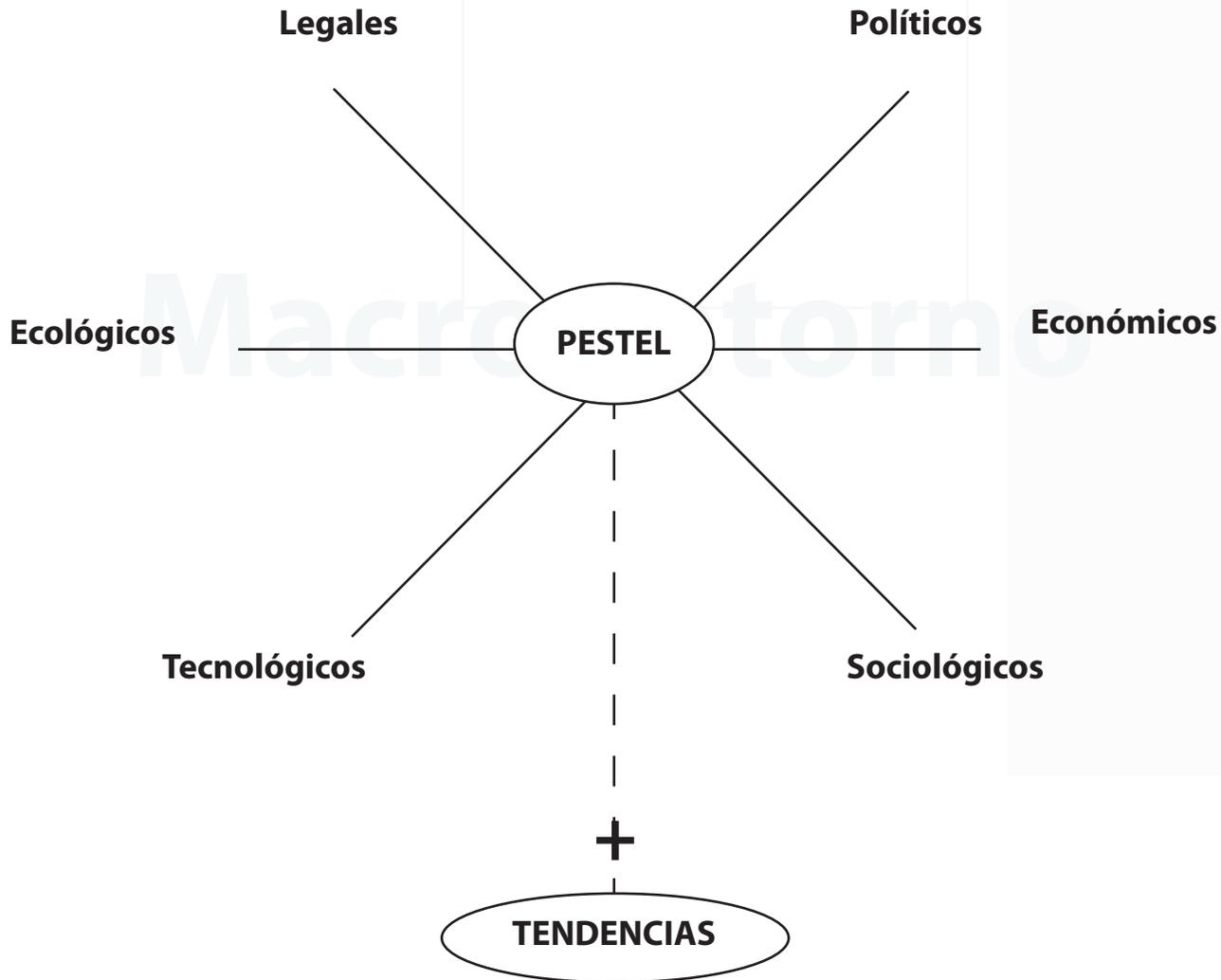
4. Análisis

Algunas muestras



Análisis del macroentorno PESTEL - Tendencias

4. Análisis



1
Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual

2
Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales

3
Observación y organización de la información
Mapas conceptuales

4
Verificación de los parámetros -
Elaboración de las matrices comparativas cualitativas

5
Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas

6
Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

5. Resultados

1. El catálogo comercial está dirigido en la mayoría de los casos a prescriptores y/o a clientes.

2. La información contenida es técnica

3. Las estrategias proactivas o reactivas = Empresas líderes del sector posicionadas en el segmento Premium.

4. Fragmentación de los contenidos, (navegación multidireccional, la frecuencia y la intensidad)

5. Pocas evidencias de navegación narrativa

6. Mayor cantidad de contenidos homogéneos frente a heterogéneos

7. Terminología más técnica que comercial

8. Las tipologías son Preview, Reminder y el Lifestyle

9. Una lectura fragmentada (frecuente e intensa) contenidos homogéneos (mucho contenido relacionado entre sí al tiempo que simultáneo); dinamismo acusado por la asimetría y la disposición cambiante de los elementos gráficos.

10. Retículas de múltiples columnas, pero rígida y reiterativa. Transgresiones al orden.

11. Recurso fotográfico

12. Estructuras geométricas y, formatos horizontales,

13. Tipografías de palo seco

1
Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual

2
Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales

3
Observación y organización de la información
Mapas conceptuales

4
Verificación de los parámetros -
Elaboración de las matrices comparativas cualitativas

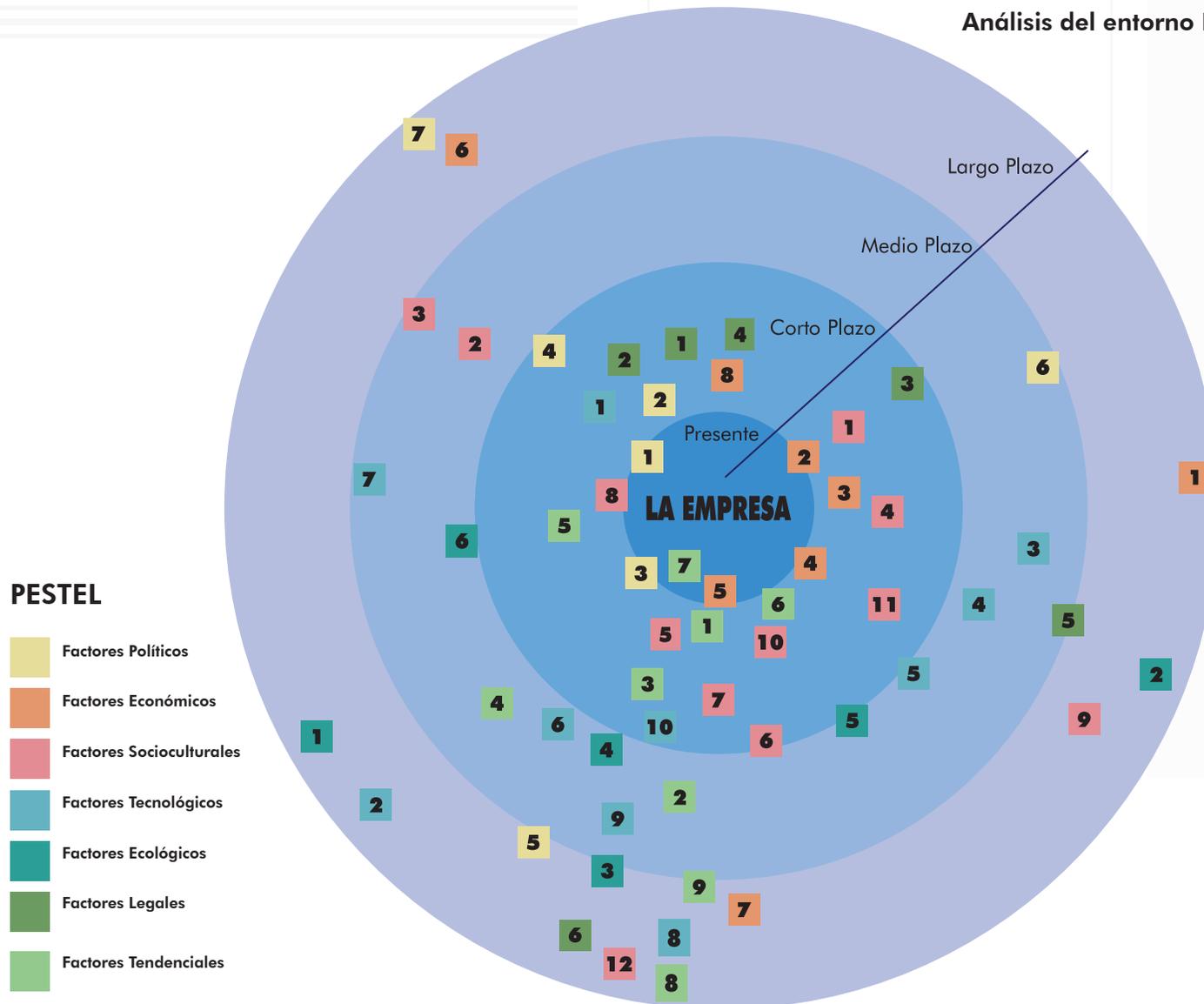
5
Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas

6
Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

Macroentorno

5. Resultados

Análisis del entorno Europeo del diseño



1
Análisis
bibliométrico/
bibliográfico -
Marco contextual

2
Identificación
parámetros clave
presentes en
catálogos
comerciales

3
Observación y
organización de la
información
Mapas conceptuales

4
Verificación de los
parámetros -
Elaboración de las
matrices comparativas
cualitativas

5
Análisis de los casos
mediante las
matrices
comparativas
cualitativas

6
Inventario de
resultados -
conclusiones y
líneas futuras de
investigación

Líneas de interacción con el macroentorno

Macroentorno

5. Resultados

Línea temporal 1: Ecological innovation and design

Análisis del entorno Europeo del diseño

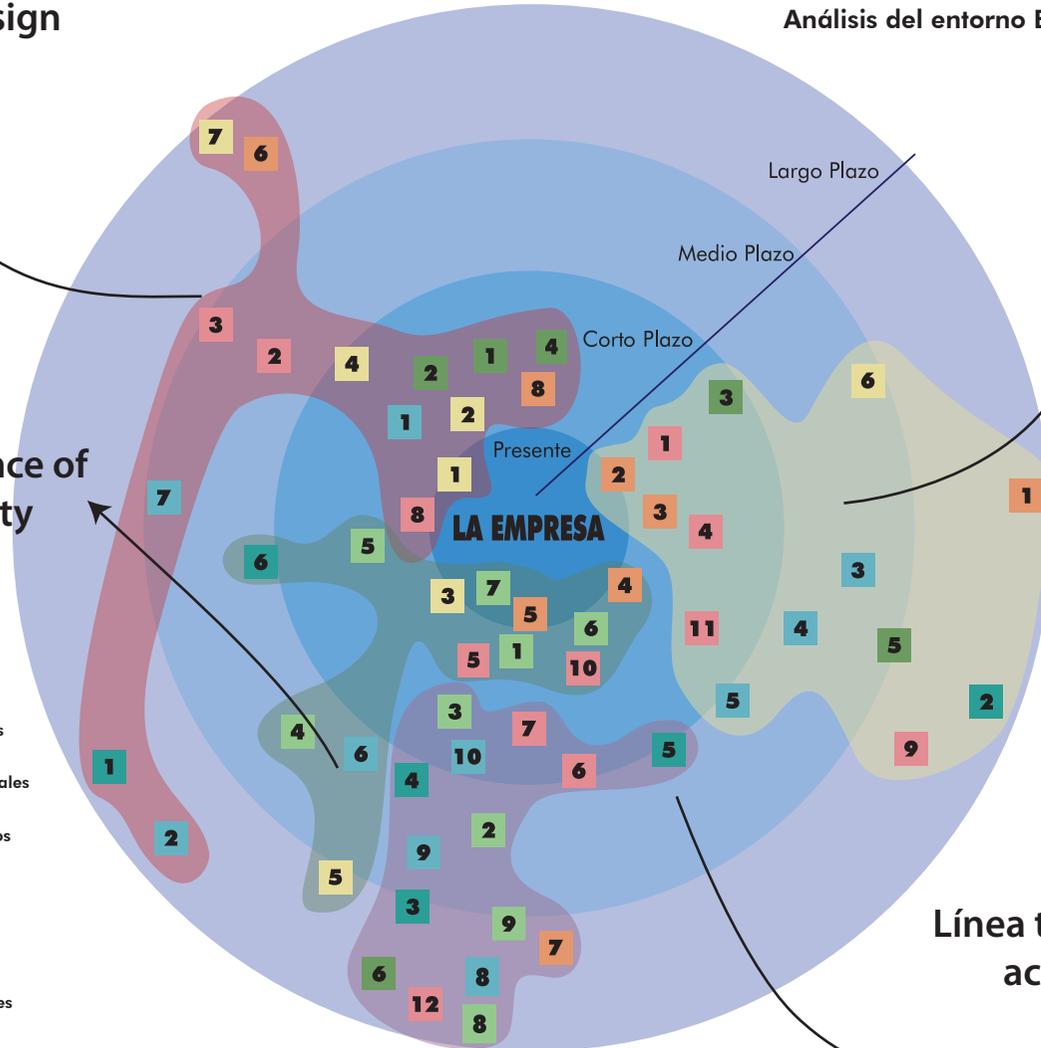
Línea de tiempo 4: Integrating design management

Línea temporal 2: Influence of visual culture in society

Línea temporal 3: Visually accessible design

PESTEL

- Factores Políticos
- Factores Económicos
- Factores Socioculturales
- Factores Tecnológicos
- Factores Ecológicos
- Factores Legales
- Factores Tendenciales



1
Análisis bibliométrico/ bibliográfico - Marco contextual

2
Identificación parámetros clave presentes en catálogos comerciales

3
Observación y organización de la información Mapas conceptuales

4
Verificación de los parámetros - Elaboración de las matrices comparativas cualitativas

5
Análisis de los casos mediante las matrices comparativas cualitativas

6
Inventario de resultados - conclusiones y líneas futuras de investigación

6. Conclusiones y Líneas de Investigación

CORPORATIVO

CONCLUSIONES

El apartado corporativo contiene la información objetiva base del proyecto editorial del catálogo comercial, al recoger las pautas y claves para abordar la función de diseño y su integración.

La promoción de las normativas / legislaciones en materia de innovación y ecología, fomentan la aplicación de nuevos materiales y procesos.

Los catálogos estudiados de las empresas líderes del sector responden a estrategias proactivas y reactivas de las orientaciones estratégicas que integran al diseño como valor añadido.

Las empresas líderes actúan en consonancia con los objetivos planteados por organismos e instituciones en materia de diseño.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Desarrollar metodologías para analizar la entidad a niveles corporativos y estratégicos, con incidencia en el desarrollo del catálogo comercial, contrastadas por estudios ya citados durante la presente investigación.

Estudio de los niveles de integración y grado de influencia de las nuevas políticas medioambientales en procesos y servicios a nivel de gestión de diseño en la empresa europea, para evaluar la repercusión en la innovación y diseño de nuevos productos.

6. Conclusiones y Líneas de Investigación

Comunicación

CONCLUSIONES

Se verifican las constantes de análisis genérico en los catálogos: corporación, comunicación y gráfico-visual.

Se evidencian variables analíticas necesarias para la transmisión de la información: Estrategia comunicacional; la Eficacia y finalidad comunicativa del catálogo (ambas condicionadas por los objetivos fijados por la estrategia de la empresa.

Se confirma que el catálogo comercial se dirige a prescriptores y técnicos y clientes, con contenidos sobre: características del producto, aspectos técnicos y visualmente persuasivos.

Se obtienen cuatro aspectos tendenciales en el marco europeo sobre diseño gráfico a corto-medio plazo en temas sociales, económicos, culturales, políticos, ecológicos, legales y tecnológicos.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Identificación de otras variables del área comunicativa a partir de otras herramientas de análisis.

Análisis bibliométrico específico a temas relacionados con el entorno de la comunicación a través de los soportes impresos.

Explicar la influencia de las tendencias del diseño gráfico en el estilo de los catálogos comerciales.

6. Conclusiones y Líneas de Investigación

Comunicación

CONCLUSIONES

Los formatos establecidos para los catálogos comerciales son el Preview, el Reminder y el Lifestyle. .

Carencias en la adaptación del contenido al público consumidor, que accede fácilmente a la información por el desarrollo de nuevas tecnologías y software y una mayor cultura visual.

El aspecto más importante de persuasión del catálogo comercial son las características de composición y estructura.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Definición de los estilos lifestyle, reminder o preview.

Definir el catálogo comercial como género editorial comunicativo determinando los parámetros que se consideran intrínsecos al mismo.

Creación de un subgénero y estilo dirigido a los tres públicos objetivos, cuyas características sean accesibles para todos los públicos.

Valoración del catálogo digital para el público objetivo usuario final/consumidor.

6. Conclusiones y Líneas de Investigación

CONCLUSIONES

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Los parámetros de diseño gráfico son más objetivos que los parámetros corporativos y comunicativos. .

Se corrobora la presencia de los elementos visuales dados por la literatura al respecto.

Evidencias de recursos de diseño gráfico utilizados en el catálogo comercial:

Comprobación de la evolución, variabilidad y permanencia de los parámetros evidenciados a corto- medio plazo.

Viabilidad del desarrollo de un observatorio de tendencias de diseño gráfico y editorial que responda a la cultura visual emergente

Gráfico

1. Lectura fragmentada y multidireccional (frecuente e intensa),

2. Contenidos homogéneos y múltiples (relacionados y simultáneos)

3. Dinamismo generado por la asimetría y los elementos gráficos, generalmente geométricos.

4. Retículas de múltiples columnas y módulos: reiterativas y rígidas, aunque se experimentan transgresiones al orden de la misma para causar sorpresa.

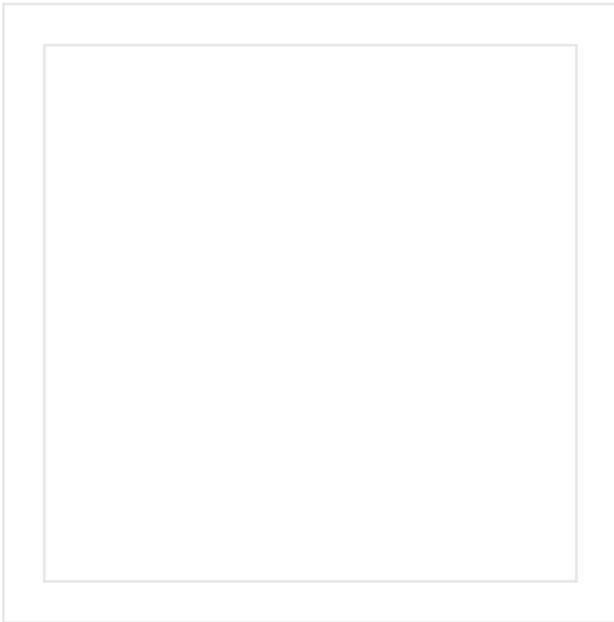
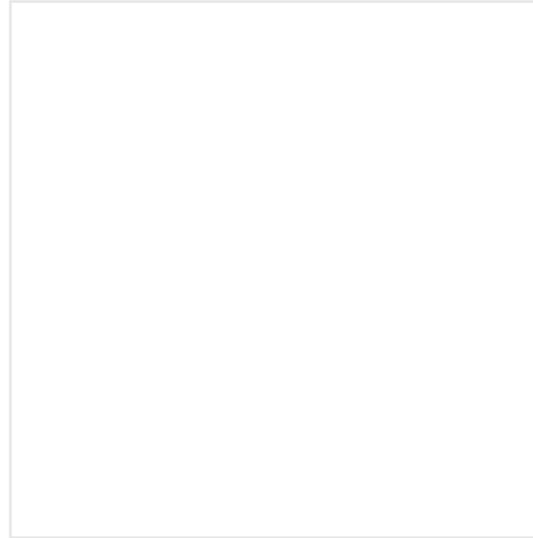
6. Formato más recurrido el horizontal nunca mayor que un DIN A4

5. Uso intensivo de la fotografía (transmisión de la realidad) y profundidad visual.

7. Generalidad por el uso de tipografías de palo seco.

8. Abandono de los acabados de post impresión.

9. Uso de portadas integradas con el soporte.



GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE CATÁLOGOS COMERCIALES EN EL SECTOR HÁBITAT

Master universitario en Ingeniería del Diseño

Autora: Luisa Hernández Plata
Tutor: Manuel Ramón Lecuona López
Directora del Master: Begoña Jordá Albiñana
MID- Master en Ingeniería del diseño
ETSID - Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño
Universidad Politécnica de Valencia
Julio de 2015, Valencia