

*Campaña de Promoción de la  
Imagen de la  
Fundación para el  
Ecodesarrollo  
y la Conservación  
Fundaecco-  
utilizando los medios  
electrónicos.*



*"Campaña de promoción de la imagen de la Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación Fundaeco, utilizando los medios electrónicos."*

PROYECTO EDITORIAL Y DIRECCIÓN  
D.G. Karen M. Bethancourt López

REDACCIÓN Y COORDINACIÓN TÉCNICA  
D.G. Karen M. Bethancourt López

REVISIÓN Y CORRECCIÓN  
Lic. Herberth Vinicio Coronado Martínez  
col.2799

ASESOR PROYECTO DE GRADUACIÓN  
Lic. Víctor M. Pacheco Palma  
col. 13

COLABORACIÓN  
Lic. Guillermo García Letona  
Lic. Erlin Ayala Ramos  
Dr. Sergio M. Bethancourt Rodríguez  
Fernando Torres  
Saida de la Roca  
Fundaeco

ILUSTRACIÓN  
D.G. Karen M. Bethancourt López

DISEÑO DE PORTADA  
D.G. Karen M. Bethancourt López

---

ÚNICA EDICIÓN, NOVIEMBRE 2007  
TIRAJE DE 20 EJEMPLARES  
BURÓ DIGITAL  
07 AVE 14-44 ZONA 09, ED. LA GALERÍA  
01 NIVEL, OFICINA 17, GUATEMALA, C.A.



Karen Bethancourt, nacida en Quetzaltenango, Guatemala en 1981 es conocida por su carácter tranquilo pero impetuoso y una capacidad creativa admirable, refleja en sus diseños limpieza y elegancia, así como frescura y juventud. Su tendencia marcada por el minimalismo y los estilos retors, hacen que cada uno de sus diseños encierre una mística fácil de relacionar y de identificar. -FT2007



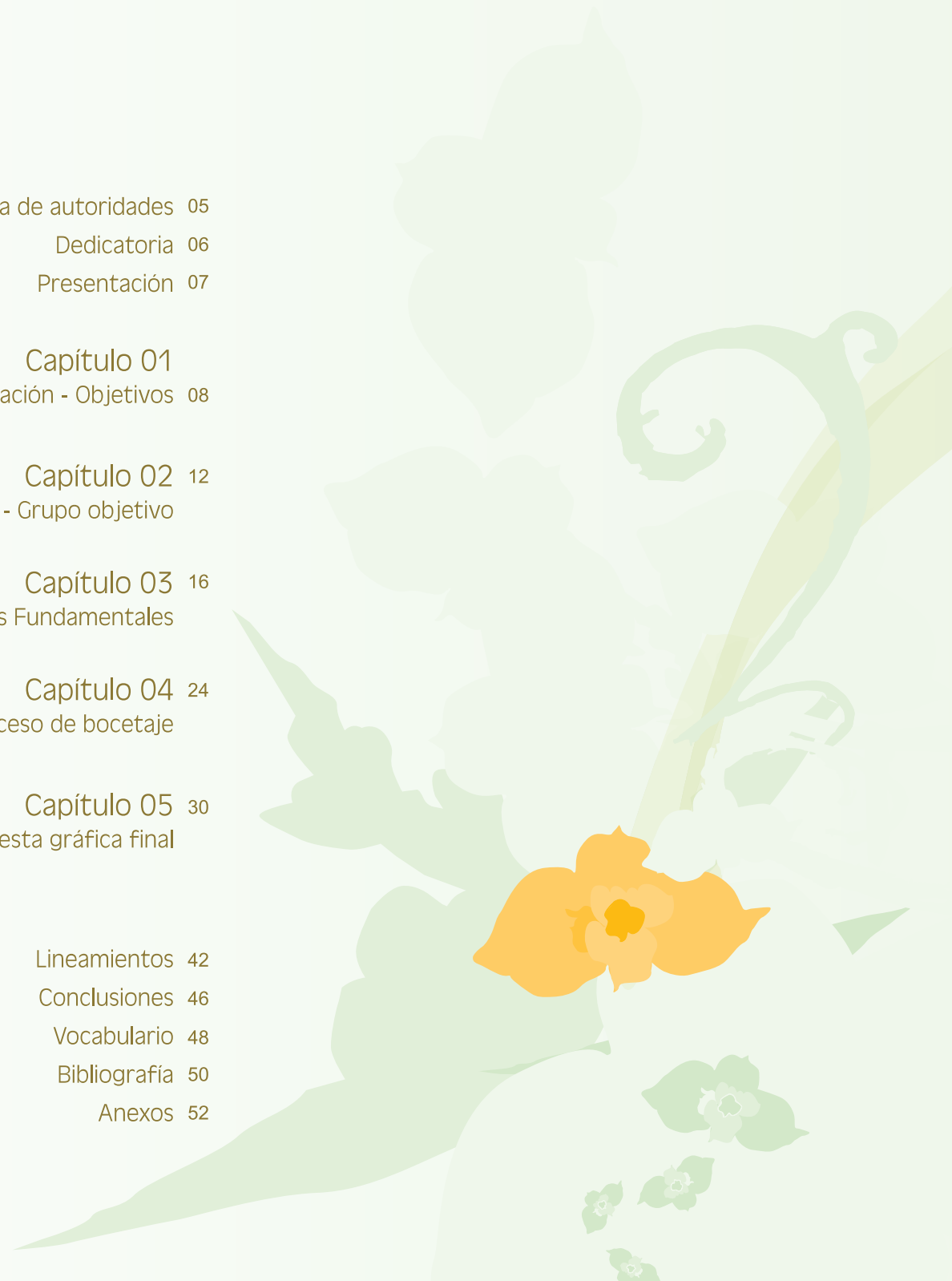


*Campaña de Promoción de la  
Imagen de la  
Fundación para el  
Ecodesarrollo  
y la Conservación  
-Fundaecco-  
utilizando los medios  
electrónicos.*



# [Índice]

Nómina de autoridades	05
Dedicatoria	06
Presentación	07
<b>Capítulo 01</b>	
Antecedentes - Problema - Justificación - Objetivos	08
<b>Capítulo 02</b>	12
Perfil del Cliente - Grupo objetivo	
<b>Capítulo 03</b>	16
Conceptos Fundamentales	
<b>Capítulo 04</b>	24
Concepto de Diseño - Proceso de bocetaje	
<b>Capítulo 05</b>	30
Comprobación de eficacia - Propuesta gráfica final	
Lineamientos	42
Conclusiones	46
Vocabulario	48
Bibliografía	50
Anexos	52



# [Nómina de Autoridades]

## **Nómina de Autoridades**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Decano de la Facultad de Arquitectura

Arq. Jorge Arturo González Peñate  
Vocal 1

Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez  
Vocal 2

Arq. Carlos Enrique Martini Herrera  
Vocal 3

Br. Javier Alberto Girón Díaz  
Vocal 4

Br. Omar Alexander Serrano de la Vega  
Vocal 5

Arq. Alejandro Muñoz Calderón  
Secretario

## **Terna Sinodal**

Lic. Víctor Manuel Pacheco Palma  
Asesor metodológico

Lic. Guillermo Adolfo García Letona  
Asesor especialista

Lic. Erlin Renaldo Ayala Ramos  
Tercer asesor

## [Dedicatoria]

*A* sergio y almita mis papás; ferozito, saida, mani, silvita, siggrid, luli, giss, chiqui, lys y luis, hermanas, compañeros y amigos, quienes con su valiosa ayuda y constante apoyo colaboraron conmigo, para permitirme alcanzar esta meta, que no es más, que el inicio de un nuevo camino.

A mis catedráticos y asesores que con su dedicación y entrega a la docencia me permiten hoy dar este primer paso en el inicio de mi carrera. A todos los que estuvieron a mi lado, alentándome para hacer que mi esfuerzo valiera la pena, muchas gracias.



## [Presentación]

A través de este informe se presenta el proceso completo de desarrollo de una campaña de promoción de imagen para una organización no gubernamental, dedicada a la conservación del medio ambiente y nuestro entorno ecológico.

La necesidad actual de contar con una buena imagen es imperante, sobre todo si ésta es promovida a través de Internet. Esto nos obliga a generar un medio de promoción que permita ser actualizado constantemente, para generar un alto nivel de exposición del trabajo realizado por parte de la organización, diseñando así un concepto que refleje la misión y visión de esta ONG procurando también que esté en armonía con la imagen actual.

En este caso, se debió cubrir las necesidades actuales de comunicación de la ONG. Las cuales deben proyectar un sentido de participación, inclusión y el de motivar a las personas a formar parte activa de las soluciones propuestas por la Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación -FUNDAECO-

Se decidió desarrollar un portal, debido a que generar campañas divulgadoras o promotoras no basta para satisfacer las necesidades de promoción en línea, es por ello, que el proyecto ha evolucionado desde la sencilla generación de una campaña electrónica, hasta generar medios electrónicos propios de la fundación, de igual forma reforzando la presencia en línea, con campañas de promoción y divulgación electrónicas, orientadas a promover a la fundación.

Al final del proceso de desarrollo de la imagen se diseñó un portal Web completo, a través del cual las personas interesadas podrán conocer, la Misión, los logros alcanzados durante los 16 años de trabajo, sus objetivos y las soluciones planteadas y ejecutadas por medio de acciones concretas, que plantea FUNDAECO. Debido al alcance proyectado que tendrá este nuevo portal, se planificó un lanzamiento del mismo para dar a conocer la imagen electrónica a su mercado meta. Si desea conocer a FUNDAECO, visite:

[www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)

# Capítulo 01

Antecedentes - Problema - Justificación - Objetivos

# [Antecedentes] & [Problema]

## Antecedentes

FUNDAECO, Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación, es una organización no gubernamental ONG guatemalteca. Su función principal es la conservación del medio ambiente, así como brindar soluciones concretas a la problemática ambiental, en el territorio guatemalteco. Realiza actividades dirigidas a diferentes grupos específicos agenciándose de fondos a través de donaciones y programas especiales. Los que se utilizan para la compra de tierra, gastos administrativos de las reservas y gastos puramente a favor de la fundación, ayudando de esta forma a la protección de los remanentes boscosos de las áreas de la ciudad capital. Además creando parques ecológicos como los de San Gil y Sarstún en Izabal, que permiten establecer Reservas Naturales y ecológicas que traerán consigo la afluencia de ecoturistas.

Las expectativas del cliente son altas, porque busca presentar soluciones reales a la problemática del medio ambiente, procurando generar conciencia en su grupo objetivo y así obtener donaciones y conseguir alianzas estratégicas.

FUNDAECO, no maneja una estrategia de comunicación actual que le ayude a promover las soluciones ambientales que presenta. Ha trabajado con exhibiciones itinerantes, folletos, cuñas radiales, videos, atención a escolares en las diferentes áreas protegidas, dando a conocer cada proyecto utilizando éstas como estrategias paralelas, enfocadas únicamente a cada proyecto.

## Problema

El problema actual que enfrenta FUNDAECO está conformado de dos puntos críticos, cada uno de ellos de significativa importancia.

1. Cuentan con un departamento de Comunicación que en la actualidad no ha manejado estratégicamente la marca.
2. No existe una estrategia de promoción o información de la imagen, solamente un logotipo y material que han desarrollado a través de los años para diferentes campañas, pero nada en concreto con relación a una "imagen estratégica" que permita proyectar a la organización con sus objetivos y trabajos realizados durante ya 15 años, dentro y fuera de Guatemala.

Para solventar estos puntos críticos se propone desarrollar la imagen basados en la elaboración de una campaña de promoción y comunicación de la imagen digital de FUNDAECO, así como convertir el portal en un producto que genere réditos a la fundación. A la vez de promover tanto con los clientes internos y los externos un sentido de pertenencia y que se identifiquen con el fin de la fundación. Sugiriendo así el siguiente proyecto: CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DE LA FUNDACIÓN PARA EL ECODesarrollo Y LA CONSERVACIÓN -FUNDAECO- UTILIZANDO LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS, proyecto realizado en la ciudad de Guatemala de julio noviembre del 2006.

# [Justificación]

## Magnitud

El alto crecimiento en la penetración de Internet en la población guatemalteca que de acuerdo a estadísticas presentadas por la SIT (Superintendencia de Telecomunicaciones) se estima en un nivel de penetración aproximada del 8%. Siendo este porcentaje el que cuenta con mayor poder adquisitivo, lo que repercute directamente en su interés por el ambiente.

Actualmente en Guatemala, existen portales de Internet que promueven el uso de este servicio, esto nos permite alcanzar aproximadamente a un 10% de la población adicional a los que cuentan con acceso a Internet en su casa, que son las personas que cuentan con correo electrónico. Se procurará alcanzar con la campaña a un 20% de la población total que cuenta con acceso de Internet o cuenta de correo electrónico.

El beneficio se podrá observar en la capacidad de reacción que tenga la fundación al ser apoyada por esta cantidad de personas que podrán participar, promover e incluso hacer aportes financieros o con tiempo de trabajo para conseguir la solución del mismo. En respuesta a estas obras que se realicen en las áreas guatemaltecas cubiertas por FUNDAECO como lo son Izabal, Los Cuchumatanes, la Costa Sur y El Cinturón Ecológico de Guatemala en la ciudad capital, podrán beneficiarse más de 1600 especies animales que son albergados en nuestros bosques y más de 90 especies migratorias; principalmente todas aquellas comunidades que son directamente afectados y por ende la población en general ya que hablamos del medio ambiente.

## Trascendencia

El alcance del mismo, facilitará a FUNDAECO, su función de hacer conciencia de los problemas ambientales que atravesamos actualmente en Guatemala: la pérdida de grandes áreas de bosques tropicales, ríos y cataratas en la ciudad capital e Izabal, además de aportar un apoyo a la constitución y consolidación de más de cincuenta COCODES (Asociaciones Comunitarias, Asociaciones de pescadores), así como apoyo a procesos participativos de manejo de recursos naturales.

## Vulnerabilidad

Se colaborará al generar una herramienta que permita darle alcance y generar conciencia ambientalista a alrededor de 404, 000 personas, así como facilitar la promoción, divulgación y colaboración de diversas personas sean jurídicas o individuales en las solución de los problemas ambientales que aquejan nuestra ciudad y diversos departamentos en los que FUNDAECO ejecuta proyectos.

## Factibilidad

Para la realización del proyecto la capacidad de ejecución es real al 100%, a pesar de contar con un presupuesto moderado, se cuenta con el apoyo total de la fundación, y con un presupuesto destinado para ello.





# [Objetivos de Investigación]

## General

Dar a conocer FUNDAECO como una institución ambientalista por medio de una campaña electrónica que apoye sus actividades en pro de un mejor futuro para nosotros y las siguientes generaciones.

## Específicos

1. Que el grupo objetivo identifique y promueva a través de la publicidad no pagada la proyección social de FUNDAECO.
2. Crear una estrategia de comunicación para dar a conocer de forma efectiva y eficaz a la organización.



# Capítulo 02

Perfil del cliente - Grupo objetivo

# [Perfil del Cliente]<sup>1</sup>

*F*undación para el Ecodesarrollo y la Conservación FUNDAECO.  
7 calle A 20-53 zona 11 Colonia Mirador  
teléfonos 2369 0298/31  
fundaeco@itelgua.com  
www.fundaeco.org.gt

Fundaeco es una ONG sin fines lucrativos dedicada a la conservación y protección de la naturaleza.  
Su director General es el Licenciado Marco Vinicio Cerezo Blandón  
Su director Administrativo es el Licenciado Luis Morales  
Su director Técnico es el Ing. Agrónomo Byron Villeda  
Su organización esta constituida por una Junta Directiva, un Director General, Un Director Administrativo, un Director Técnico. Existen Coordinadores de los diferentes capítulos: Metropolitano, Costas, San Gil, Fronteras, Morales, Cuchumatanes, Costa Sur.

## Presentación

Durante sus primeros quince años de labores, FUNDAECO pasó de ser un grupo de cuatro voluntarios soñadores a constituirse en una de las más importantes fundaciones ecologistas de Guatemala. Un intenso ritmo de trabajo, una fuerte mística conservacionista y una perseverancia que ha resistido a las más duras pruebas han fundamentado los logros alcanzados.

## Valores Impulsores de FUNDAECO

RESPECTO Y REVERENCIA A TODAS LAS FORMAS DE VIDA  
SOLIDARIDAD INTERGENERACIONAL  
RESPONSABILIDAD HUMANA ANTE LA CREACIÓN  
UNICIDAD E INTERDEPENDENCIA DE LA COMUNIDAD BIÓTICA  
PREEMINENCIA DEL BIEN COMÚN  
EQUIDAD Y LUCHA CONTRA LA POBREZA  
PLURICULTURALIDAD

## Misión Institucional

“Por el Agua, Por los Bosques, Por la Vida,  
Por Nuestros Hijos e Hijas,  
buscamos conservar la naturaleza,  
recuperar el ambiente,  
valorizar, empoderar y apoyar a los pueblos  
y culturas tradicionales que viven en armonía con su entorno,  
Y promover formas de vida dignas, sostenibles y equitativas  
para las presentes y futuras generaciones de guatemaltecos”.

## 16 años de lucha por la conservación de la naturaleza en Guatemala

FUNDAECO es una organización privada, apolítica y no lucrativa dedicada a la conservación de la naturaleza y al desarrollo comunitario sostenible. Fue creada en 1990, y tiene una trayectoria institucional de más de 16 años de trabajo ecologista en Guatemala y Centroamérica.

FUNDAECO está legalmente inscrita ante el Registro Civil, la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), el Ministerio de Trabajo y la Contraloría General de Cuentas.

FUNDAECO está registrada ante el Consejo Nacional de Áreas Protegidas –CONAP- como entidad co-administradora asociada al Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas; ante el Fondo Nacional para la Tierra –FONTIERRA-, el Fondo Nacional para la Agricultura –FONAGRO-, el Instituto Nacional de Bosques –INAB-, el Instituto Guatemalteco de Turismo y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología –CONCYT-.

FUNDAECO es Miembro de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) desde 1993, y es Miembro Fundador de la Asociación Nacional de Organizaciones Ambientalistas (ASOREMA) y de la Alianza Trinacional para la Conservación del Golfo de Honduras (TRIGOH).

1. Tomado de Documento Perfil Institucional Fundaeco 2006

"Nuestra organización nace para enfrentar la acelerada destrucción y pérdida de los recursos naturales de Guatemala, la cual está lanzando al país en un verdadero círculo vicioso de empobrecimiento y destrucción ambiental."

**Un enfoque geográfico centrado en regiones de alta diversidad biológica severamente amenazadas por la deforestación,** FUNDAECO trabaja en cuatro Regiones prioritarias de Enfoque Institucional:

- El Corredor Biológico del Caribe de Guatemala (Departamento de Izabal),
- El Cinturón Ecológico Metropolitano (Departamento de Guatemala),
- La Sierra de los Cuchumatanes (Departamento de Huehuetenango); y El Corredor Biológico de la Costa Sur –COBIOSUR- con un enfoque de apoyo al Parque Nacional Sipacate-Naranjo (Departamento de Escuintla).

En cada una FUNDAECO promueve el diseño, establecimiento y manejo de ÁREAS PROTEGIDAS, concebidas como instrumentos de ordenamiento y manejo territorial para la conservación de la naturaleza y el desarrollo sustentable. Con el propósito de construir Procesos Sostenibles de Ordenamiento Territorial que maximicen simultáneamente los objetivos de Conservación de la Naturaleza, Bienestar y Empoderamiento Comunitario y Generación de ingresos económicos alternativos.

**Un enfoque integral y sistémico del trabajo en Áreas Protegidas. Desarrollamos acciones en cuatro Ejes Estratégicos de Trabajo:**

- Conservación de Tierras y Protección de la Biodiversidad
- Empoderamiento y participación social, Desarrollo Comunitario Sostenible y Legalización de tierras comunales
- Fortalecimiento de la Gestión Ambiental Municipal; y
- Desarrollo productivo y microempresarial sostenible y compatible con la conservación de la biodiversidad.

**Una estructura descentralizada, basada e líderes ambientalistas locales,** FUNDAECO realiza su labor a través de "Capítulos Locales", cada uno de ellos enfocado en el establecimiento y manejo de las áreas protegidas específicas de su localidad. Estas oficinas son administrativamente autónomas, y están dotadas del personal y equipo de campo necesarios para cumplir con su labor.

La metodología principal de FUNDAECO es el diseño de áreas protegidas, concebidas como instrumentos de ordenamiento territorial para la protección de la biodiversidad y la producción sostenible de bienes y servicios ambientales. Promoviendo así alternativas económicas sostenibles acordes a la zonificación de manejo:

- El Ecoturismo de bajo impacto en las Zonas núcleo;
- El Manejo forestal y extracción sostenible de recursos no maderables en las zonas de uso múltiple;
- La Agroforestería y la Reforestación en las zonas de amortiguamiento.

**"De Frontera a Frontera": El Corredor Biológico del Caribe de Guatemala,** el trabajo de FUNDAECO se ha concentrado en la Región Caribe de Guatemala, entre las fronteras de Belice y Honduras, en donde hemos luchado por conservar los últimos bosques tropicales que quedan en la región.

**El sueño de una ciudad ecológica:** El Cinturón Ecológico Metropolitano, en 1995, FUNDAECO estableció conjuntamente con la Confederación Deportiva (CDAG) el primer Parque Ecológico Metropolitano en un Barranco de la Ciudad Capital: El Parque Cayalá.

Sobre la base de esta experiencia, FUNDAECO formuló un Diseño eco-regional para el establecimiento de un Cinturón Ecológico Metropolitano (CEM) para proteger más de 5,000 hectáreas de bosques que se encuentran ubicadas en terrenos no aptos para la urbanización.

Estos bosques proveen a la ciudad de invaluables servicios ambientales: Recarga hídrica, regulación del microclima urbano, purificación del aire, protección contra desastres naturales, áreas verdes recreativas, refugios de la aún sorprendente biodiversidad metropolitana, y paisajes generadores de plusvalía urbana.

Son el corazón del Cinturón Ecológico Metropolitano (CEM), el cual definimos como: un "Sistema de áreas naturales bajo diversos esquemas de protección y manejo, que en su conjunto garantizarán una producción sostenible de servicios ambientales, incrementarán la calidad de vida de sus habitantes locales y se constituirán en la característica central de la identidad y la fisonomía urbana de nuestra ciudad".



# [Grupo Objetivo]

## Primario

Personas de ambos sexos, colaboradores internos de Fundaeco, ambientalistas, que persiguen la misma visión y misión de la organización.

**Geográficos:** ubicados en las diferentes sedes, ciudad de Guatemala, zona 15 y zona 7. Izabal, Puerto Barrios y Livingston.

**Demográficos:** comprendidos entre 20 y 60 años, sin importar su estado civil. Escolaridad variada, con educación media. Nivel socioeconómico Medio.

**Psicográficas:** personas con alto sentido ambientalista, con actitud positiva para emprender actividades externas, que trabajan y actúan en pro de la comunidad guatemalteca (empezando en algunos sectores del país) y que tienen la entrega y el compromiso de proteger y estudiar la diversidad de nuestro medio ambiente.

## Secundario

Inversionistas, diferentes organizaciones internacionales y nacionales que apoyan a la fundación con donaciones o que han sido o serán parte de las diferentes actividades que realiza Fundaeco en Guatemala.

**Geográficos:** mujeres y hombres empresarios de diferentes nacionalidades.

**Demográficos:** personas intelectuales, con alto nivel académico y estudios universitarios. Nivel socio económico Medio-Alto C+ hasta el A.

**Psicográficas:** profesionales y ambientalistas que se dedican a trabajar a nivel mundial los problemas de contaminación y del medio ambiente.

## Terciario

Personas con acceso a Internet.

**Geográficas:** hombres y mujeres de diferentes nacionalidades

**Demográficas:** personas de 18 a 30 años, con intereses ecológicos y estudios desde nivel medio en adelante. Nivel socioeconómico C aspiracional B, A, estudiantes, empleados o empleadores.

**Psicográficas:** personas cibernautas, con intereses generales y conocimientos o preocupación por el medio ambiente.





# Capítulo 03

Conceptos fundamentales y de diseño

# [Conceptos Básicos]

## **Biosfera**

La Biosfera es la parte de la Tierra donde se desarrolla la vida, incluyendo el aire, la tierra y los océanos. Es una creación colectiva de una variedad de organismos y especies que interactuando entre sí, forman la diversidad de los ecosistemas. | <http://es.wikipedia.org>

## **Biodiversidad**

Abarca todo lo relativo a la diversidad de la vida, tanto en las formas de vida (diversidad sistemática) como en la diversidad y complejidad interna de los ecosistemas (diversidad ecológica). La diversidad de versiones de los genes y de su distribución, es la Biodiversidad Genética. La pluralidad de los sistemas genéticos o genomas que distinguen a las especies es la Diversidad Específica. La diversidad de las comunidades biológicas cuya suma integrada constituye la Biosfera es Biodiversidad Ecosistémica y La diversidad interna de los ecosistemas, es la diversidad ecológica. | <http://es.wikipedia.org>

## **Medio ambiente**

Conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos. Abarca las relaciones entre el espacio y los seres vivos, así como algo intangible como la cultura. Los constituyentes del medio ambiente son la Atmósfera, que protege la Tierra y permite la vida y modifica las diferencias térmicas. El agua, que en un 97% se refiere a océanos, 2% es hielo y el 1% restante es agua dulce concentrada en ríos y aguas subterráneas. El suelo, es el delgado manto que sustenta la vida terrestre, las plantas y la vida animal. | Encarta 2004, Microsoft Corporation.

## **Ecosistema**

Sistema dinámico relativamente autónomo, formado por una comunidad natural y su ambiente físico. Tomando en cuenta las complejas interacciones entre los organismos (plantas, animales, bacterias, algas, protozoos y hongos, entre otros) que forman la comunidad y los flujos de energía y materiales que la atraviesan. | Encarta 2004, Microsoft Corporation.

## **Ecología**

Del griego oikos, es el estudio de la economía de la naturaleza; estudio de la relación entre los organismos y su medio ambiente físico (luz y el calor

o radiación solar, la humedad, el viento, el oxígeno, el dióxido de carbono y los nutrientes del suelo, el agua y la atmósfera) y el medio ambiente biológico (organismos vivos, plantas y animales). Para estudiar las relaciones entre organismos, la ecología recurre a ciencias tan dispares como el comportamiento animal, la taxonomía, la fisiología y las matemáticas.

| Allaby, Michael. Diccionario del medio ambiente. Ediciones Pirámide. Madrid 1984, 420 p.

## **Recurso natural**

Se denominan recursos naturales aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza; y que son valiosos para las sociedades humanas por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ecológicos indispensables para la continuidad de la vida en el planeta).

| Allaby, Michael. Diccionario del medio ambiente. Ediciones Pirámide. Madrid 1984, 420 p.

## **Límites energéticos**

Recursos no renovables, son generalmente depósitos limitados o con ciclos de regeneración muy por debajo de los ritmos de extracción o explotación (minería, hidrocarburos, etc.). Recursos renovables, hacen referencia a recursos bióticos (bosques, pesquerías, etc.) o no limitados (luz solar, mareas, vientos, etc.) resultantes de los flujos y ciclos de la naturaleza, que los proporciona con una tasa temporal determinada.

| Tola, José. Atlas de ecología. Editorial Programa Educativo Visual. Santafé de Bogotá. 1994. 95 p. | <http://es.wikipedia.org>

## **Recurso hídrico**

Constituye uno de los recursos naturales renovables más importante para la vida. El agua dulce figura en el primer plano de los recursos naturales susceptibles de faltar a la humanidad en un futuro próximo. La contaminación accidental, o por negligencia, de las capas freáticas más profundas compromete el porvenir de nuestras reservas hídricas e impedirá su utilización cuando se ponga de manifiesto su necesidad.

| <http://www.jmarcano.com> | <http://es.wikipedia.org>

## **Los recursos alimenticios**

De todos los graves problemas del entorno que caracterizan los tiempos presentes, el de las disponibilidades alimentarias es de entidad suficiente para inquietar a los ecólogos menos pesimistas. Actualmente, todas las tierras fértiles han sido roturadas desde hace tiempo. Para complicar el asunto, la superficie total de las tierras disponibles para el cultivo disminuye en valor absoluto a consecuencia del crecimiento demográfico.

| <http://www.jmarcano.com>



### Especies endémicas

Se dice que una especie es endémica de una zona determinada si su área de distribución está enteramente confinada a esa zona. Las especies endémicas de un lugar determinado no se encuentran en ningún otro. Los endemismos pueden también definirse en términos de límites nacionales. Esto tiene una importancia enorme para la conservación de la diversidad biológica, porque, casi sin excepción, las acciones de conservación y gestión ambiental se aplican y mantienen a escala de política nacional.

[Allaby, Michael. Diccionario del medio ambiente. Ediciones Pirámide. Madrid 1984, 420 p.

### Desequilibrios

El impacto del hombre sobre el medio ambiente crece cada vez más, alterando los sistemas ecológicos, poniendo en peligro la supervivencia de plantas, animales y al hombre mismo. Para evitar esto, se debe poner especial cuidado en realizar un aprovechamiento sostenible o racional del recurso, evitando su agotamiento y procurando conservar el MEDIO AMBIENTE Y EL EQUILIBRIO DE LA NATURALEZA, pues de ella dependen nuestra propia supervivencia y la existencia misma de la vida sobre nuestro planeta.

[Encarta 2004, Microsoft Corporation.

### Lluvia ácida

Los bosques, lagos, estanques y otros ecosistemas terrestres y acuáticos del mundo sufren graves daños ocasionados por la lluvia ácida. Ésta se origina por la combinación, con la humedad atmosférica, de los óxidos de azufre y nítrico que se emiten a la atmósfera, originando ácidos sulfúrico y nítrico. La lluvia ácida, además de quemar las hojas de las plantas, también acidifica el agua de los lagos dejando sin vida muchos de estos ecosistemas acuáticos.

[Oxford Scientific Films/Steffen Hauser

### Extinción de especies

Generalmente, una especie en peligro es un organismo en peligro de desaparecer de la faz de la Tierra si no mejora su situación. Cuando no se ha observado en ambientes naturales a miembros de una especie durante más de cincuenta (50) años, se dice que esa especie está extinta. Aquellas especies que pudieran estar dentro de poco tiempo en peligro se denominan especies amenazadas. Las especies raras son aquellas con pequeñas poblaciones que pudieran también estar en peligro. Las causas principales son destrucción de los hábitats, explotación comercial, daños causados por plantas y animales no nativos introducidos en un área, y contaminación ambiental.

En muchos países se han dictado leyes y reglamentos para proteger a las especies en peligro de extinción y los hábitats de los cuales ellas dependen.

En dichas disposiciones legales se establecen las categorías de peligro; en la mayoría de los casos, se reconocen por lo menos dos categorías: riesgo inmediato y amenazada.

[<http://www.jmarcano.com/biodiverso>

### Comunidad

Seres vivos presentes en un ecosistema. Ferdinand Tönnies quien construyó el tipo ideal de comunidad, hizo referencia a la 'voluntad orgánica' constituida de tres formas: por placer, por hábito y por la memoria. En estas tres formas se apoya la división clásica de las comunidades: comunidades de sangre (la más natural y primitiva, de origen biológico, como la tribu, la familia o el clan), comunidades de lugar (cuyo origen es la vecindad, como las aldeas y asentamientos rurales) y comunidades de espíritu (su origen es la amistad, la tradición y la cohesión de espíritu o ideología).

[Encarta 2004, Microsoft Corporation.

### Diversidad

La comunidad tiene ciertos atributos, entre ellos la dominancia y la diversidad de especies. La dominancia se produce cuando una o varias especies controlan las condiciones ambientales que influyen en las especies asociadas. En un bosque, por ejemplo, pueden ser dominantes una o más especies de árboles, como el roble o el abeto; en una comunidad marina los organismos dominantes suelen ser animales, como los mejillones o las ostras.

La dominancia puede influir en la diversidad de especies de una comunidad porque la diversidad no se refiere solamente al número de especies que la componen, sino también a la proporción que cada una de ellas representa.

[Tola, José. Atlas de ecología. Editorial Programa Educativo Visual. Santafé de Bogotá. 1994. 95 p.

### Conservación

La problemática de la conservación del medio ambiente es que implica el conocimiento de los factores que intervienen en cada caso concreto para poder prever los daños medioambientales. Existe una reciente disciplina científica que es la "Biología de la Conservación", ésta surge como respuesta a la crisis actual de biodiversidad. Sus objetivos son la identificación de los procesos que amenazan la conservación de especies y ecosistemas, así como la provisión de un marco conceptual en el cual estudiarlos. Para ello integra los principios de distintos campos del conocimiento científico aplicables a la conservación biológica a escala planetaria, tales como la ecología, la genética, la biología evolutiva, la teledetección, etcétera.

[Encarta 2004, Microsoft Corporation |<http://es.wikipedia.org>



### Uso sostenible

Se entiende por uso, a cualquier actividad humana que suponga la ingerencia en el ecosistema para beneficiar a una población.

Estas actividades van desde aquellas que afectan directamente a los organismos, ecosistemas o recursos renovables o no, como (pesca, agricultura y minería) a las que no producen ningún efecto. El uso sostenible es aplicable a los recursos renovables: significa su utilización a un ritmo que no supere su capacidad de renovación.

Sunkel, Osvaldo. Estilos de desarrollo y medio ambiente en la América Latina. 2 v. Editorial Fondo de Cultura Económica. México, DF 1981. | <http://es.wikipedia.org>

### Educación ambiental

En palabras de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), proceso que consiste en reconocer valores y aclarar conceptos con objeto de fomentar las aptitudes y actitudes necesarias para comprender las interrelaciones entre el hombre, su cultura y su medio físico. El objetivo de la educación ambiental es la adquisición de valores y comportamientos necesarios para afrontar los problemas ambientales actuales, acercándose a la idea de un desarrollo sostenible que garantice las necesidades de las generaciones actuales y futuras.

Sunkel, Osvaldo. Estilos de desarrollo y medio ambiente en la América Latina. 2 v. Editorial Fondo de Cultura Económica. México, DF 1981. | Encarta 2004, Microsoft Corporation.

### Reserva natural

Es un espacio natural protegido por su biota o características geológicas cuyo entorno se considera protegido y es conservado para su estudio e investigación. La gran mayoría se trata de zonas húmedas, (lagunas, marismas, cañones, etc.) donde existen colonias de aves residentes o estacionales. Se destinan a la conservación de los recursos naturales existentes en la misma, ya sea protegiendo estos recursos naturales de manera absoluta o utilizándolos de una manera sostenible.

Víctor, Peter A. Economía de la polución. Editorial Vicens-Vives. Barcelona, 1974. 96 p. | <http://es.wikipedia.org>

### Regulaciones y controles ambientales

Marco Constitucional: El Estado, las municipalidades y los habitantes del territorio nacional están obligados a propiciar el desarrollo social, económico tecnológico, que prevenga la contaminación del ambiente y mantenga el Equilibrio ecológico. Se dictarán las normas necesarias para garantizar que la utilización y el aprovechamiento de la fauna, flora y agua, se realicen

racionalmente, evitando su depredación.

Marco Regulatorio: se decretó la Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente y es aplicada por la Comisión Nacional del Medio Ambiente (CONAMA) y existen normas para la descarga y emisión de contaminantes del suelo, subsuelo y aguas nacionales. <http://www.proexport.com.co>

### ONG Organización no gubernamental

Es una entidad de carácter privado, con fines y objetivos definidos por sus integrantes, creada independientemente de los gobiernos locales, regionales, nacionales e internacionales. Jurídicamente adopta diferentes estatus: asociación, fundación, corporación y cooperativa, entre otras formas. El financiamiento de actividades, generalmente, proviene de diversas fuentes: personas particulares, Estados, organismos internacionales, empresas, otras ONG. <http://es.wikipedia.org>


### Áreas protegidas mundiales

Un área protegida es una superficie de tierra y/o mar especialmente consagrada a la protección y el mantenimiento de la diversidad biológica, así como de recursos naturales y los recursos culturales asociados, y manejada a través de medios jurídicos u otros medios eficaces.

Congreso Mundial de Parques Nacionales y Áreas Protegidas en 1992 en Caracas, Venezuela por la UICN

### Objetivos de las Áreas Protegidas

1. Mantener áreas con ecosistemas representativos que aseguren la continuidad evolutiva y procesos ecológicos, incluyendo migración y flujos genéticos.
2. Conservar la diversidad ecológica, para asegurar el rol de la diversidad natural en la regulación del ambiente.
3. Mantener el material genético de las comunidades naturales y evitar la pérdida de especies de plantas y animales.
4. Proveer alternativas de educación e investigación (formal e informal) y monitoreo del ambiente.
5. Mantener y manejar cuencas hidrográficas para asegurar una adecuada calidad y disponibilidad de agua fresca.
6. Conservar los suelos para controlar-evitar la erosión y sedimentación.
7. Mantener y manejar los recursos de vida silvestre por su importante rol en la regulación ambiental.
8. Proveer oportunidades de recreación y turismo.
9. Manejar y mejorar los recursos forestales por su rol en la regulación y para la producción sustentable de madera.
10. Proteger y valorar la herencia cultural, histórica y arqueológica de los pueblos.

- 
11. Proteger y manejar recursos paisajísticos que aseguren la calidad ambiental alrededor de pueblos, ciudades, carreteras, ríos y áreas aledañas de recreación y turismo.
  12. Conservar áreas para garantizar opciones de uso en el futuro.
  13. Orientar y organizar las actividades de conservación que respalden el desarrollo integrado de las áreas rurales. <http://www.usfq.edu.ec>

#### **Objetivos de manejos de las áreas protegidas**

- a) Investigación científica.
- b) Protección de zonas silvestres.
- c) Preservación de especies y diversidad genética.
- d) Mantenimiento de servicios ambientales.
- e) Protección de características naturales y culturales específicas.
- f) Turismo y recreación.
- g) Educación.
- h) Utilización sostenible de recursos derivados de ecosistemas naturales.
- i) Mantenimiento de atributos culturales y tradicionales. <http://www.usfq.edu.ec>

#### **Estaciones biológicas**

Infraestructura o facilidad construida dentro de una reserva natural o área protegida, con la finalidad de albergar a investigadores biológicos y/o turistas. | Fundaeco

#### **Reservas comunitarias**

Son reservas declaradas, cuya administración y/o manejo es responsabilidad de la comunidad, por medio de consejos integrados por líderes comunitarios y de otras organizaciones gubernamentales o de ONG. | Fundaeco

#### **Reservas naturales privadas, objetivos**

Actuar como corredores biológicos, interconectando otras áreas silvestres públicas y/o privadas.  
Proteger muestras representativas de ecosistemas y/o especies de flora y fauna, los cuales aún no están protegidos en otras áreas públicas o privadas.  
Aplicar modelos prácticos de uso sustentable.  
Proteger las cabeceras de cuencas hidrográficas y/o lugares que contengan una geomorfología, historia, y hechos culturales muy particulares. <http://www.usfq.edu.ec>

#### **Reserva natural estricta**

Área terrestre y/o marina que posee algún ecosistema, rasgo geológico o fisiológico y/o especies destacadas o representativas, destinada principalmente a actividades de investigación y/o monitoreo ambiental. | (UICN, 1994) <http://www.usfq.edu.ec>

#### **Área natural silvestre**

Superficie de tierra y/o mar no modificada, que conserva su carácter e influencia natural, no está habitada de forma permanente o significativa, y se protege y maneja para preservar su condición natural. | (UICN, 1994) <http://www.usfq.edu.ec>

#### **Parque nacional**

Área terrestre y/o marina natural designada para proteger la integridad ecológica de uno o más ecosistemas para las generaciones actuales y futuras, excluir los tipos de explotación u ocupación que sean hostiles al propósito con el cual fue asignada el área y proporcionar un marco para actividades espirituales, científicas, educativas, recreativas y turísticas, actividades que deben ser compatibles desde el punto de vista ecológico y cultural. | (UICN, 1994) <http://www.usfq.edu.ec>

#### **Área de manejo de hábitat/especie**

Área terrestre y/o marina sujeta a intervención activa con fines de manejo, para garantizar el mantenimiento de los hábitats y/o satisfacer las necesidades de determinadas especies. | (UICN, 1994) <http://www.usfq.edu.ec>

#### **Paisaje terrestre y marino protegido**

Superficie de tierra, con costas y mares en que las interacciones del ser humano y el medio han producido una zona de carácter definido con importantes valores estéticos, ecológicos y/o culturales que a menudo alberga una rica diversidad biológica. Salvaguardar la integridad de esta interacción tradicional es esencial para la protección, el mantenimiento y al evolución del área. | (UICN, 1994) <http://www.usfq.edu.ec>

#### **Área protegida con recursos manejados**

Área que contiene sistemas naturales no modificados, que es objeto de actividades de manejo para garantizar la protección y el mantenimiento de la diversidad biológica a largo plazo, y proporcionar al mismo tiempo un flujo sostenible de productos naturales y servicios para satisfacer las necesidades de la comunidad. | (UICN, 1994) <http://www.usfq.edu.ec>



### **Reserva de la biósfera**

Área protegida que incluye una zona núcleo dedicado a la conservación, una zona de amortiguamiento adecuada para la investigación, recreación y turismo, y una zona de transición que comprende agricultura, asentamientos y otros usos de los recursos naturales por parte de los seres humanos.

[Borrini-Feyerabend, 1997] <http://www.usfq.edu.ec>

### **Desarrollo rural**

Es la contribución al bienestar económico a largo plazo de las comunidades que viven dentro y alrededor del área.

[UICN, 1996] <http://www.usfq.edu.ec>

### **Especies de importancia económica**

Consiste en la protección de hábitats de importancia crítica para especies comercialmente valiosas.

[UICN, 1996] <http://www.usfq.edu.ec>

### **Turismo de naturaleza**

Consiste en el valor actual o potencial de un área para el desarrollo de turismo de naturaleza.

[UICN, 1996] <http://www.usfq.edu.ec>

## [Conceptos de Diseño]

### **Diseño**

El proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco racional económico y cultural determinado; y que mediante la metodología tiende a la optimización de soluciones de acuerdo con la disponibilidad de recursos, lo que nos conduce a la modificación de la realidad en función del hombre.

Tórtola, Julio. Métodos del diseño para Diseñadores Gráficos. 2da edición. Editorial BJ impresos. Guatemala, 2000. 95 páginas.

### **Diseño Gráfico**

Es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por los medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. Comprendiendo principalmente tipografía (comunicación lingüística) e ilustración o fotografía (comunicación icónica). Es un vehículo fundamental de la comunicación, a cerca de la identidad, las ideas, los productos y el medio ambiente.

Tórtola, Julio. Métodos del diseño para Diseñadores Gráficos. 2da edición. Editorial BJ impresos. Guatemala, 2000. 95 páginas.

### **.Tendencias**

Serie de grupos de un cierto estilo, estilísticos, que el diseño en si va adoptando. Se encuentran en continua evolución y marcan el estilo de los diseños y futuras creaciones.

El minimalismo: menos es más. Una tendencia surgida en Estados Unidos, en la década de los cincuenta. El minimalismo es la sencillez en su máximo esplendor.

[www.artesvisuales.com](http://www.artesvisuales.com)

### **Composición**

Adecuar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual, que previamente habremos seleccionado, combinándolos de tal forma que todos ellos sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores del mensaje.

[Lázaro Carreter, F. Diccionario de términos filológicos. Madrid: Gredos, 1968, p. 49-50]

### **Signo**

Es un objeto y acción que representa y sustituye a otro objeto, fenómeno o señal. Del uso del signo surge la semiótica, (del griego "semion"), como doctrina que estudia las reglas que gobiernan la producción, transmisión e interpretación de estos símbolos.

[Lázaro Carreter, F. Diccionario de términos filológicos. Madrid: Gredos, 1968, p. 49-50]

### **Elementos básicos**

El punto, es la unidad mínima de comunicación visual, el elemento gráfico fundamental y por tanto el más importante y puede intensificar su valor por medio del color, el tamaño y la posición en el plano. La línea, sirve para conectar dos puntos en el espacio. Podemos definirla como la unión o aproximación de varios puntos. Casi siempre genera dinamismo.

[www.artesvisuales.com](http://www.artesvisuales.com). Boletín gratuito sobre Diseño, Multimedia e Internet. Centro de Formación Apple Macromedia ATP. ©1999-2003 D.R. IAV

### **Espacio y forma**

Es la distancia o el área entre o alrededor de las cosas. La forma de los objetos y cosas, comunican ideas por ellos mismos, llaman la atención del receptor dependiendo de la forma elegida. Es un elemento esencial para un buen diseño. La forma ayuda a sostener interés del lector. Se utilizan para organizar y para separar. Podemos utilizar la forma para conducir el ojo del lector con el diseño.

[www.artesvisuales.com](http://www.artesvisuales.com). Boletín gratuito sobre Diseño, Multimedia e Internet. Centro de Formación Apple Macromedia ATP. ©1999-2003 D.R. IAV



## Color

Es un hecho de la visión que resulta de las diferencias de percepciones del ojo a distintas longitudes de onda que componen lo que se denomina el "espectro" de luz blanca reflejada en una hoja de papel.

Clasificación de "Grafismo Funcional"

- Los policromos: colores diversos que encuentran su unidad en la común saturación de los colores.
- Los camafeos: matizaciones alrededor de una coloración principal.

El cálido (tonos que giran alrededor del rojo y del naranja), el frío (tonos alrededor del azul cian y del verde).

- Los agrisados: colores variados muy cercanos al blanco (tonos pastel) o al negro (tonos oscuros) o al gris (tonos quebrados).
- Los neutros: blanco y negro o que pueden comprender grises escalonados.

(Abraham Moles/ Luc Janiszewski)

## Tipografía

Estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras, así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que la fuente es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo o estilo. Estos caracteres incluyen letras en caja baja y alta, numerales, versalitas, fracciones, ligaduras (dos o más caracteres unidos entre sí formando una sola unidad), puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios.

| www.artesvisuales.com. Boletín gratuito sobre Diseño, Multimedia e Internet. Centro de Formación Apple Macromedia ATP. ©1999-2003 D.R. IAV

## Composición

Adecuar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual, que previamente habremos seleccionado, combinándolos de tal forma que todos ellos sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores del mensaje. Al diseño podemos aplicarle dos definiciones de composición artística:

1. La disposición de elementos diversos para expresar decorativamente una sensación.
2. Una disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso y una colocación perfecta.

| Lázaro Carreter, F. Diccionario de términos filológicos. Madrid: Gredos, 1968, p. 49-50

## Diseño Publicitario: tendencias

Son las preferencias sobre los gustos, compartidos por diferentes grupos de personas, las cuales, coinciden al representar un diseño marcado por un

estilo, que influye sobre el resto. En cada proceso, el diseñador deberá emplear distintos diseños del resto y dependiendo del elemento que se va a diseñar.

Las modas, otro de los elementos, por el cual se encuentra marcado el diseño, pero en gran medida las marcan los grandes diseñadores. | www.artesvisuales.com. Boletín gratuito sobre Diseño, Multimedia e Internet.

Centro de Formación Apple Macromedia ATP. ©1999-2003 D.R. IAV

## Fotografía

La imagen se ha convertido en el referente universal a partir del cual construimos el mundo en imágenes.

Es parte del lenguaje usado en la publicidad, y aunque pareciera que ésta es una reproducción fiel de lo real, no lo es de toda verdad, ya que se puede apreciar que además de ser bidimensional, otra de sus características es que se selecciona un tema y un encuadre asociados a una posición económica, o una manera de ver el mundo formada en el contexto socioeconómico o condicionado por una empresa o institución, etc.

| Rafael Gómez Alonso: Retórica fotográfica. Ingeniería y provocación/ C/- Nº 5 REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS ISSN: 1697 - 8293 Salud, 15 5ª dcha 28013 - Madrid CIF: G - 84075977 www.icono14.net/revista

## Retórica de la imagen

Dentro de la fotografía existe una abolición de los estímulos sensoriales como el sonido, tacto, temperatura, olor y gusto; por lo que la manera de expresar lo que queremos se limita únicamente a lo visual, dando a conocer así una verosimilitud de algo porque la verdad depende del conocimiento del contexto. Por ello, la significación de una fotografía no depende tan solo de una imagen sino del contexto en que aparece. Por ejemplo la foto de una mujer desnuda adquiere diversos significados si se publica en un libro de historia del arte, en una revista científica o en una de pornografía. Además este significado cambia si la foto es vista por un hombre o una mujer, un adolescente o un anciano, por alguien de la ciudad o un campesino, etc. La retórica ha aportado tradicionalmente a la publicidad un método de creación, porque como bien decía Jacques Durand (1972, 110), "La retórica es el repertorio de las diferentes maneras con las que se puede ser original".

| Rafael Gómez Alonso: Retórica fotográfica. Ingeniería y provocación/ C/- Nº 5 REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS ISSN: 1697 - 8293 Salud, 15 5ª dcha 28013 - Madrid CIF: G - 84075977 www.icono14.net/revista

## Estrategia

Una estrategia es un plan de acción que se lleva a cabo para lograr un determinado fin a largo plazo.





Proviene del griego ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ Stratos = Ejército y Agein = conductor, guía. "Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada".  
|H. Koontz. Estrategia, planificación y control (1991). | <http://es.wikipedia.org>

### **Comunicación**

Es un fenómeno inherente a la relación grupal de los seres vivos por medio del cual éstos obtienen información acerca de su entorno. Es un acto propio de la actividad psíquica del ser humano, derivado del lenguaje y del pensamiento, así como del desarrollo y manejo de las capacidades psicosociales de relación con el otro; que permite al individuo conocer más de sí mismo, de los demás y del medio exterior mediante el intercambio de mensajes principalmente lingüísticos que le permiten influir y ser influidos por las personas que lo rodean.

| <http://es.wikipedia.org>

### **Campaña publicitaria**

Conjunto de estrategias encaminadas a la comercialización de un producto o servicio, difundidas básicamente a través de los medios de comunicación. Publicidad Motivacional: apela a los sentimientos y emociones del público. El 80% de la publicidad en general es de este tipo. Lo que logra que una persona adquiera un producto es más la motivación que la razón. La mejor manera de lograr una buena imagen es llegando al sentimiento del público.

|Material de Cátedra de la Universidad Argentina John F. Kennedy, Región de Murcia Digital Copyright 2004

### **Medio de comunicación**

Es un centro emisor a través del cual se transmiten señales mediante un código. Es posible hacer una gran clasificación de los medios de comunicación: prensa escrita, radio, televisión e Internet, etc.

| <http://es.wikipedia.org>

### **Internet**

Internet es una red mundial de computadoras interconectadas con un conjunto de protocolos, el más destacado, el TCP/IP. Algunos de los servicios disponibles en Internet aparte de la Web son el acceso remoto a otras máquinas (Telnet), transferencia de archivos (FTP), correo electrónico (SMTP), boletines electrónicos (news o grupos de noticias), conversaciones en línea (IRC y chats), mensajería instantánea, transmisión de archivos (P2P, P2M), etc.

| <http://es.wikipedia.org>

### **Sitio Web (Website)**

Es un conjunto de páginas Web, típicamente comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet. Todos los sitios Web públicamente accesibles constituyen una gigantesca "World Wide Web" de información.

| <http://es.wikipedia.org>

### **Página Web**

Es un documento en la WWW (World Wide Web), normalmente en formato HTML. Una página Web típicamente, incluye texto, imágenes y enlaces hacia otros documentos de la red, pudiendo además contener animaciones, sonidos, programas en Java, y cualquier otro tipo de documento, por medio de plugins y otras tecnologías.

| <http://es.wikipedia.org>

### **Portal**

Es una Plataforma que integra múltiples aplicaciones (sin importar su arquitectura o plataforma) en un solo Frontend dentro de un Browser, el cual se puede acceder desde cualquier sitio, en cualquier momento y con cualquier dispositivo de forma sencilla y segura. Se basa generalmente en datos o aplicaciones agrupados en Silos de Información o Islas de Servicios Aplicativos.

| <http://es.wikipedia.org>

### **Formatos publicitarios en medios electrónicos**

#### **Pop-up Windows**

Ventanas que se activan automáticamente al descargarse un banner o al hacer clic sobre él. Es un formato apropiado para campañas de corta duración.

|Terranetworks/Preguntas y respuestas sobre la publicidad en Terra.2005

#### **Boletín electrónico**

Son imágenes JPG o GIF cortadas en partes para carga rápida, no deben exceder los 100Kb de peso y no deben exceder los 600px de ancho. La forma de enviar boletines profesionales es por medio de HTML con código para envíos y links.

|Fiomega networks

### **Formatos publicitarios en medios impresos**

#### **Banners**

Según el Diseñador Luis Arroyo, es un elemento estándar de publicidad impreso regularmente en vinil, que puede ocupar diferentes medidas, colocados en una base para su exhibición. Regularmente se realizan en forma vertical.

|Fiomega networks

#### **Unifoliar**

Material impreso de soporte que contiene más información y una mejor presentación impresa de ambos lados que un volante. A diferencia de éste último, el unifoliar es realizado y se entrega directamente al grupo objetivo, como material de apoyo y de referencia.

|Fiomega networks



# Capítulo 04

Concepto de diseño- Proceso de bocetaje

[Concepto  
Creativo]



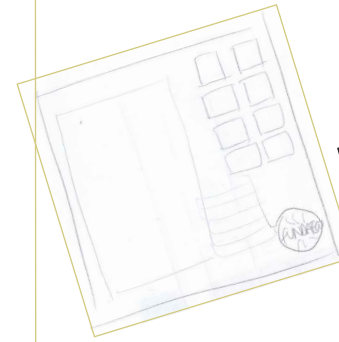
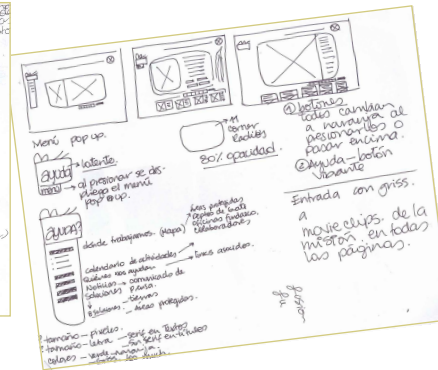
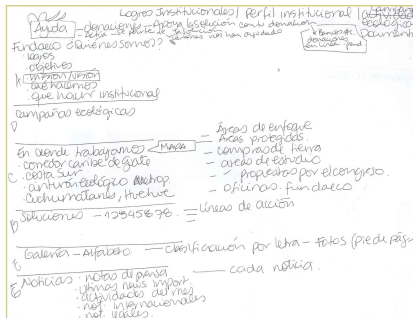
[por *La Vida...*]

Una frase muy poderosa que abarca todo aquello en nosotros mismos y lo que se mueve a nuestro alrededor. En un país en el que había más área verde que de concreto, un país donde se respiraba aire 100% puro; con el tiempo la escasez de agua, el concreto, el aire contaminado se han apoderado de Guatemala. Nosotros hemos sido los causantes de este gran deterioro ambiental; por eso un grupo de guatemaltecos han apostado por rescatarlos, han hecho una apuesta por el medio ambiente, una apuesta por Guatemala, una apuesta por la vida.

La Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación FUNDAECO, aglutina dentro de su estructura a un grupo de guatemaltecos que están concientes de la imperante necesidad de hacer tomar acción, solucionando algunos problemas ambientales que garanticen la vida de ésta y futuras generaciones.



# [Proceso de Bocetaje]



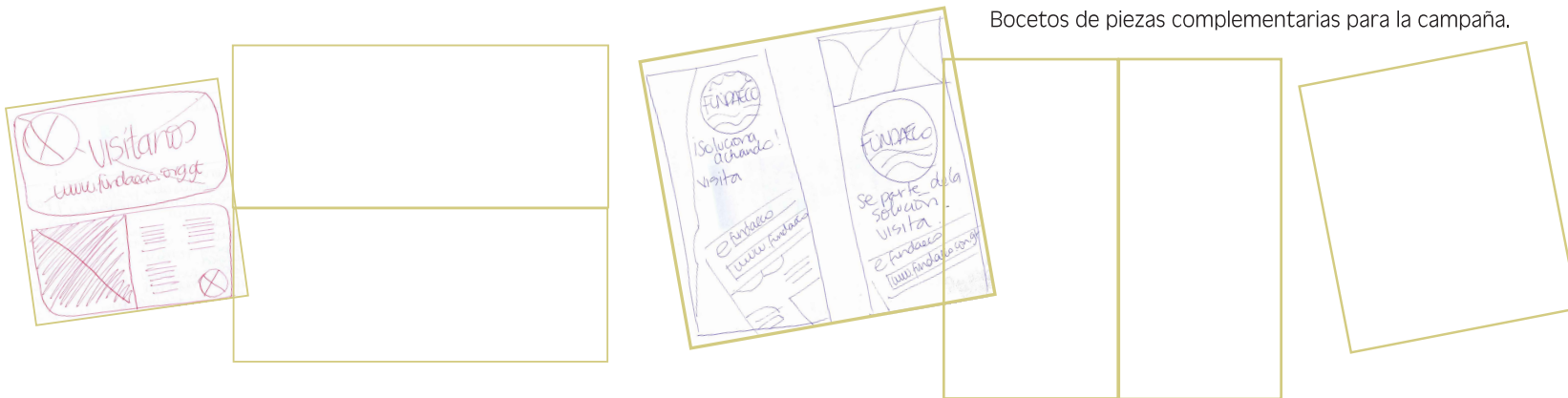
Bocetaje del esquema de la dinámica del sitio Web

El diseño se enmarca en la simplicidad, utilizando como referencia los colores en la naturaleza, todo lo que compone nuestro entorno, y que es parte también de la imagen de Fundaeco. El verde, para simbolizar las plantas, el azul para simbolizar el agua y el naranja que simboliza la vida, el sol, un color llamativo y muy vibrante que nos da la sensación de movimiento y que llama la atención, es utilizado en las páginas donde se requiere más impacto. Las formas utilizadas son a base de rectángulos, mismas que le dan simplicidad y solidez. La tipografía para los títulos y links es palo seco (Antigoni), y para los textos (Garamond) para mejorar la lectura. El texto que lleva la misión de Fundaeco (en el intro) se trabajó en Amazona BT para generar un estilo romántico y elegante. Las fotografías utilizadas son parte de la base de datos que tiene la organización y que transportan al espectador a los sitios de referencia.

La imagen diseñada se aplicó al sitio Web así como al material de apoyo para su lanzamiento: banners y unifolios.



Bocetos de piezas complementarias para la campaña.



El estilo de figuras planas y abstractas, juega con las imágenes que se proyectan en cada una de sus páginas, ya que la estrategia se basa en una foto poderosa y un buen pie de página que atrape al visitante y lo lleve por todo el recorrido del sitio. La dinámica del sitio Web para Fundaeco se basa en la retroalimentación de los links con los que se quiere presentar a Fundaeco al mundo, una organización que está solucionando problemas ambientales por medio de diferentes acciones concretas.

La diagramación en las piezas de apoyo es consecuente con la del sitio Web, donde se ha utilizado la simplicidad. Los banners informativos son parte de las piezas dentro de esta campaña, que acompañarán el lanzamiento del sitio Web de Fundaeco. La información contenida en ellos es un mensaje hacia el usuario. El unifoliar fue realizado para informar lo que puede encontrarse en el sitio Web y así asegurar la participación del grupo objetivo, pieza donde se integran los elementos ya conocidos.



1er. presentación al cliente

Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Galería

## ¿Cómo puedo Ayudar?

Idioma

Soluciones

Áreas naturales protegidas y parques ecológicos

Comunidades empujadas y cercadas

Presidencia en Gestión y Plan  
Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales  
Ministerio de Energía y Minas  
Defensa Ambiental y Municipalidad del Agua  
Productores ecológicos y empresas de agro  
Asociación de Feriados y establecimientos de recreación Financiera

Áreas naturales protegidas

1 2 3 4 5 6 7 8

5

Por el Agua, por la Vida, por los Bosques, por el Aire, por nuestros hijos e hijas...

2da. presentación al cliente /aprobación

Idioma Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Áreas de Trabajo | Donantes & Colaboradores | Galería

## SOLUCIÓN UNO

Ofrece tus tierras... Actúa Se parte de la solución Se un voluntario... Escribe Da tu opinión... Apoya la solución con tu donación.

Como Ayudar

Menú de navegación

Áreas Naturales Protegidas y Parques Ecológicos Metropolitanos

1 2 3 4 5 6 7 8

En sus quince años de labores, FUNDAECO ha establecido y protegido más de once áreas protegidas y parques ecológicos metropolitanos, los cuales prongen en su conjunto más de 200,000 hectáreas de ecosistemas naturales. Pero aún hay mucho por hacer...

mas informacion +

¿Cómo Ayudar?

Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Galería

## ¿Cómo puedo Ayudar?

Idioma

### Logros Institucionales

Por el Agua, por la Vida, por los Bosques, por el Aire, por nuestros hijos e hijas... por la solución

Durante sus primeros quince años de labores, FUNDAECO pasó de ser un grupo de cuatro voluntarios, entusiastas a constituirse en una de las más importantes Fundaciones ecológicas de Guatemala. Un intenso ritmo de trabajo, una fuerte mística conservacionista y una perseverancia que ha resistido a las más duras pruebas han fundamentado los logros alcanzados. Si bien una lista exhaustiva de logros, productos y actividades institucionales sería imposible de enumerar, debemos destacar nuestra labor durante la próxima década en la experiencia y los resultados concretos más importantes alcanzados por nuestra organización en el pasado, los cuales se presentan a continuación:

Resultados concretos de Desarrollo Institucional 1990-2005

- Operativamente: 128 Caballerías de bosques adquiridas para fines de conservación en Cerro San Gil a través de compra directa al dueño, inscripción de servidumbre ecológica de utilidad pública en las fincas adquiridas y establecimiento de Reservas Naturales bajo administración institucional.
- Operativamente: 400 Caballerías de Bosques designadas como Zonas Níctas por Leyes de Declaratoria presentadas al Congreso por FUNDAECO y CONAP en Cerro San Gil y Rio Sarzin.
- Operativamente: 300 Caballerías de bosques designadas como Zonas de Uso Múltiple por Leyes de Declaratoria presentadas al Congreso por FUNDAECO y CONAP en Cerro San Gil y Rio Sarzin.

mas informacion

1 2 3 4 5 6 7 8 Soluciones

Idioma Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Áreas de Trabajo | Donantes & Colaboradores | Galería

## Visión

“Por el Agua, Por los Bosques, Por la Vida, Por Nuestros Hijos e Hijas, Buscamos Conservar la Naturaleza, Recuperar el Ambiente, Valorizar, Empoderar y Apoyar a los pueblos y culturas tradicionales que viven en armonía con su entorno, y promover Formas de Vida Dignas, Sostenibles y Equitativas para las Presentes y Futuras Generaciones de Guatemaltecos.”

mas informacion +

¿Quiénes somos?

Introducción  
Objetivos de la Institución  
Perfil Institucional  
Logros Institucionales  
Colaboradores

¿Dónde trabajamos?

Comedor Caribe de Guatemala  
Cerro San Gil  
Cinturón Ecológico Metropolitanos  
Culturales, Huasteco y Maya

Campañas Ecológicas

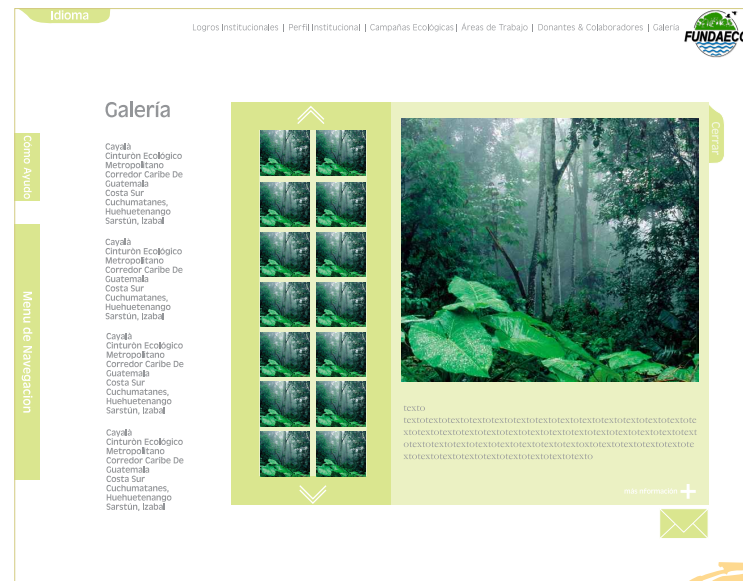
¿Quiénes nos ayudan?

Calendario de actividades  
Galería  
Reservas  
Contactanos

Soluciones

Menú de navegación

Visión Misión Objetivos de la Institución Perfil Institucional Logros Institucionales Equipo de Trabajo



Portada aprobada del Sitio Web



Evolución de los bocetos del sitio Web. En las imágenes se muestra 3 de 80 páginas internas. Ejemplificando así la dinámica del menú principal y la distribución de links. Para ver el sitio y las demás páginas visita [www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)

Los cambios realizados señalan más solidez y formalidad en las páginas.

# Capítulo 05

Comprobación de eficacia - Propuesta gráfica final

# [Comprobación de Eficacia]

## Perfil del informante

Para comprobar y medir la aceptación de la imagen digital creada para Fundaeco, se realizó un estudio de campo en base al método deductivo. Esto facilitará el análisis estadístico para dicho proyecto, utilizando como herramienta la encuesta, dirigida a una muestra de individuos en representación del universo total. Procedimiento realizado a profesionales de Fundaeco (grupo objetivo) y profesionales en diseño gráfico para evaluar y validar el proyecto realizado, así también a un público en general que no esté ligado a ninguno de los anteriores, para obtener una respuesta más específica.

El grupo objetivo está conformado por el equipo de trabajo de Fundaeco y sus colaboradores. La segunda encuesta va dirigida a la muestra de la población en general, población que definirá la aceptación del sitio. Únicamente se tomará la muestra dentro de Guatemala en los perímetros de la ciudad. (ver anexo 1)

**A. Encuesta de crítica:** conocer la opinión de profesionales a través de la imagen que se va a presentar en Internet con respecto a una fundación ambientalista.

### Grupo 1: profesionales ambientalistas

**Idioma:** español | **Edad:** 20-60 años | Ambos sexos

**Residencia:** ciudad metropolitana y perímetros

**Nivel socioeconómico:** medio

**Perfil psicográfico:** personas ambientalistas, actividades externas, expediciones ecoturísticas, aventura y contacto con la naturaleza. Actividades culturales.

### Grupo 2: diseñadores gráficos, asesoría profesional

**Idioma:** español | **Edad:** 25-35 años | Ambos sexos

**Residencia:** ciudad metropolitana y perímetros

**Nivel socioeconómico:** medio

**Perfil psicográfico:** personas que gustan del arte, diseño, tecnología, actividades culturales, innovación y creación de conceptos.

**B. Encuesta de captación de respuesta:** para medir el nivel de aceptación que tendrá la imagen en el mercado objetivo en la media señalada.

### Grupo 3: público general

**Idioma:** español | **Edad:** 20 años en adelante | Ambos sexos

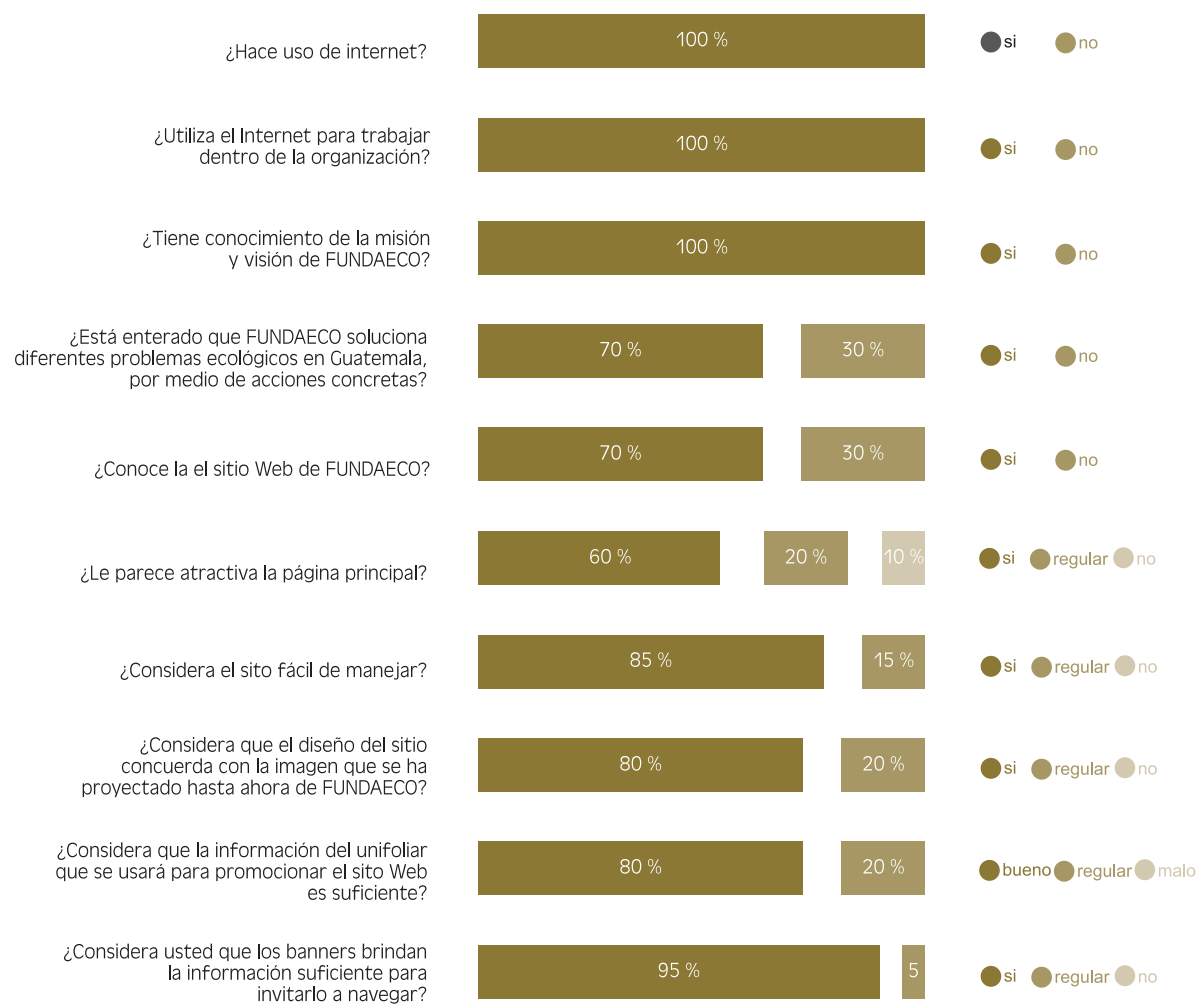
**Residencia:** ciudad de Guatemala, zonas 7, 12, 10, 14, 15 y sectores residenciales de Villanueva.

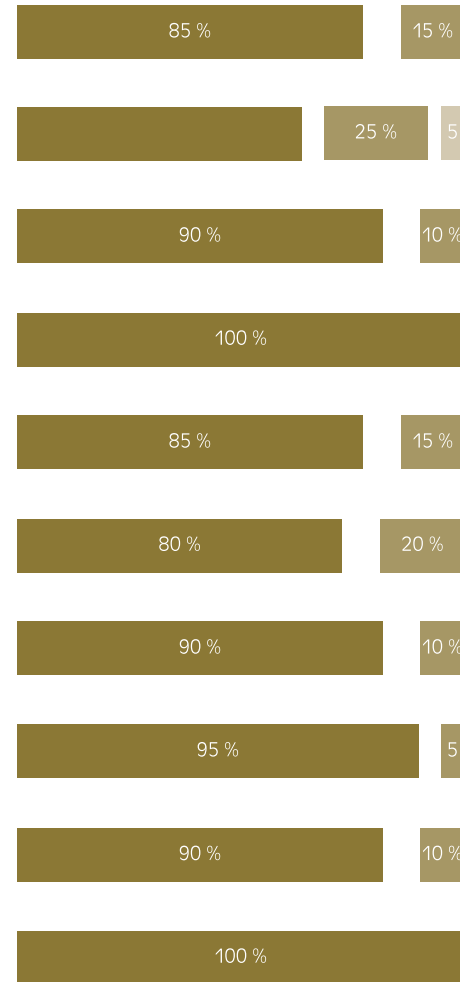
**Nivel socioeconómico:** C aspiracional, y nivel B. Perfil psicográfico: personas cibernautas, con intereses generales y conocimientos o preocupación por el medio ambiente.



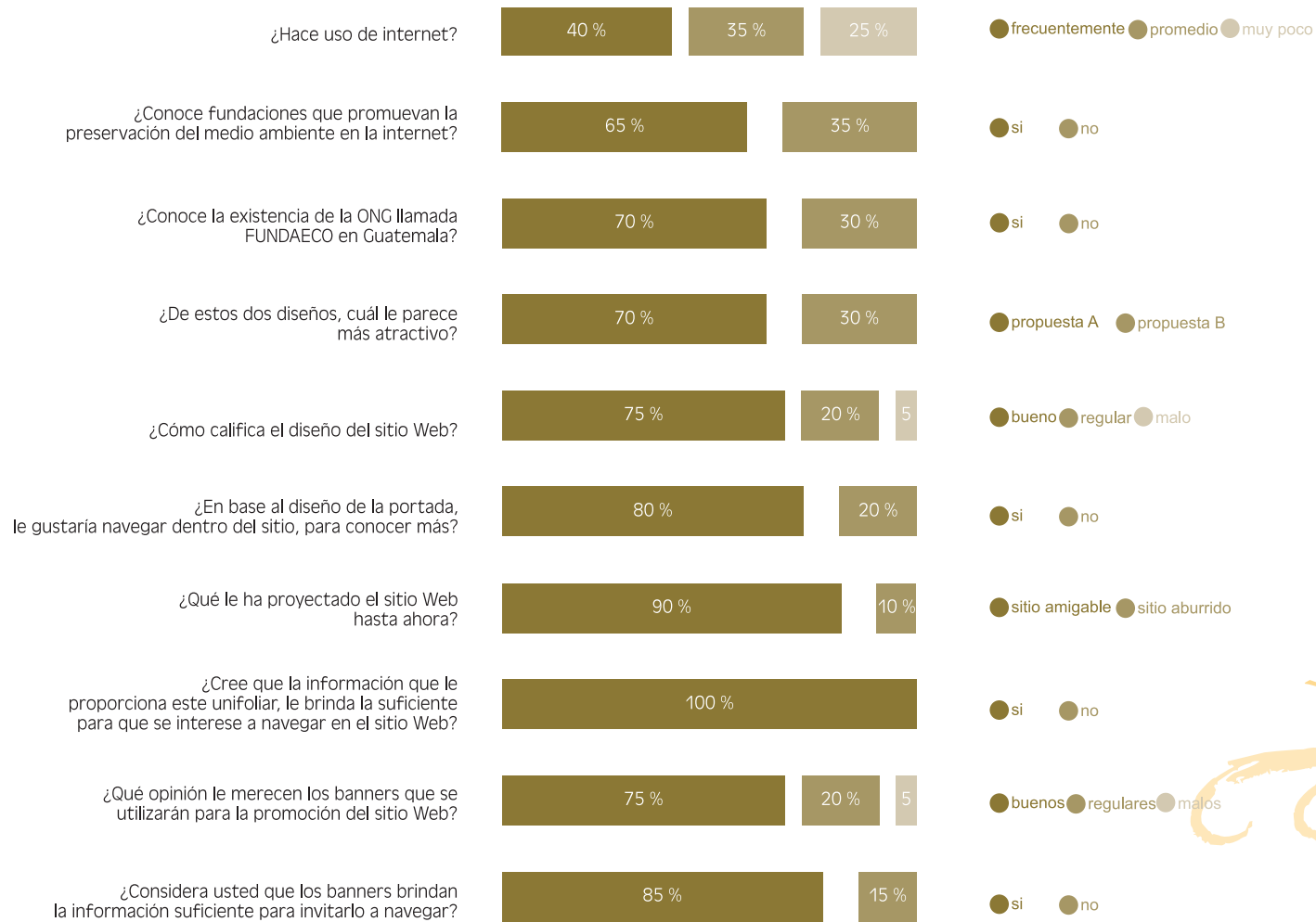


# [Profesionales Ambientalistas]





# [Público en General]





## [Resultados]

El sondeo nos ha permitido apreciar lo siguiente:

**Uso del Internet:** el 100% de los entrevistados hace uso del Internet en casa u oficina, el mercado potencial y objetivo, conoce el medio y está familiarizado con el punto de exposición a través del cual se expondrá nuestro producto. Portal Web.

**Conocimiento del medio:** de los colaboradores de FUNDAECO, el 100% reconoce a la Internet como un medio de exposición de marca. Del público en general el 65% reconoce a la Internet como un medio de promoción de organizaciones ambientalistas y de este grupo también un 30% reconoce a la Fundación FUNDAECO, como una ONG guatemalteca.

**Aceptación de diseño:** de las dos propuestas hechas al público en general el 70% se inclina por la opción A, el cual es el diseño que se implementará; con respecto a este diseño el 85% de los diseñadores consultados lo califica como bueno (siendo la mejor evaluación posible) y el 15% restante lo cataloga de regular. El 79% de los colaboradores de FUNDAECO, confirma que el diseño del portal va de acuerdo a la visión hasta ahora proyectada por la fundación, así como con la imagen institucional.

Interés que despierta el diseño, por conocer más: con la opción A, definida como la que mayor interés despierta, así como ser la que mayor aceptación recibe, el 80% del público en general está interesado en base a la portada por navegar y conocer más el portal de la fundación. El 70% de los diseñadores considera buena la navegación por el sitio y el 86% de los colaboradores consideran el sitio fácil de navegar. De igual forma el 90% del público general considera el sitio amigable (término acuñado a sitios que son de fácil navegación, o que ayudan a conocer la información básica).

**Piezas de soporte:** en promedio las piezas han recibido un 90% de aprobación en las tres muestras, catalogándolas como buenas, el 9% restante las ha calificado de regulares y menos del 1% manifestó desacuerdo en las formas de fondo de los banners (las que fueron corregidas). De igual forma más del 95% de las tres muestras indican que la información provista en las piezas, es suficiente para invitar a conocer, navegar y disfrutar del portal. El 90% de los diseñadores entrevistados, informó que lo indicado en las piezas de soporte, brinda más que suficiente información, para despertar interés en navegar y conocer el portal.

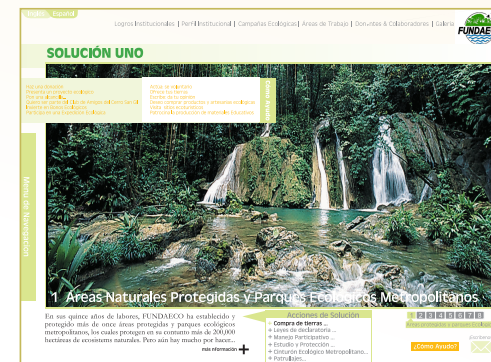
# [Propuesta Gráfica Final]

De forma básica se puede establecer que la campaña a ejecutar es: Informativa, ya que dará a conocer los avances de la fundación a los usuarios; persuasiva, porque orientará a los usuarios, de acuerdo a su interés y características; recordatoria, porque brindará un constante recordatorio a los usuarios de la fundación de los objetivos, avances y alcances de la misma; de refuerzo, ya que permitirá incidir directamente en la toma de decisión del usuario de las "Acciones de Solución", servicios y programas de la Fundación.

La fundamentación y conceptualización evolucionaron en conjunto y permitieron desde un inicio fijar las bases, sobre las cuales se desarrolló la imagen de FUNDAECO utilizando los medios digitales; tanto el concepto como el fundamento, giran en torno a la concientización, la promoción de la conservación y el involucrarse y formar parte de la solución, lo que a su vez nos permitirá dejar de ser parte del problema. De esta forma se fundamenta el proyecto sobre generar conciencia e invitar a formar parte de las soluciones.

La imagen deberá permitir ser tanto de uso interno (para actualizaciones de información, promociones internas (FUNDACION), controles, etc.) así como para el público en general que a través de la Internet conozca a la Fundación y sus soluciones a la problemática del medio

PÁGINAS DEL SITIO WEB  
HTML / FLASH





ambiente; resaltando los valores racionales y emocionales de ella, todos los medios reforzarán los beneficios y logros fundamentales de la misma y van en sintonía con la unidad del diseño central (sitio Web). El mensaje a transmitir es claro, sencillo y está expuesto con respecto a cuáles son los beneficios que trae consigo la Fundación, así como las razones que lo justifican y su evidencia.

El concepto desarrollado, ya plasmado en piezas gráficas deberá de evocar vida y por ende ecología ya que forma parte de la visión de Fundaeco. Trabajados sobre diseños de colores que representan la naturaleza, el agua y la vida. El diseño gráfico del portal se conceptualizó bajo un esquema minimalista y amigable el cual permite a través de instrucciones gráficas sencillas poder navegar a través de todo el sitio; a su vez permite acceder de forma fácil a los diferentes archivos informativos que brinda la fundación. El sitio, deberá dar a conocer los problemas ambientales sobre los que atravesamos, pero de igual forma, proponer soluciones y dejar al navegante poder pasar y formar parte de las mismas, es por ello que se desarrollaron tres bocetos diferentes, para poder levantar sondeos y conocer las opiniones de los mercados que se abarcarán; de igual forma se presentaron las propuestas gráficas a las partes involucradas.

PÁGINAS DEL SITIO WEB  
HTML / FLASH



# [Páginas Internas Sitio Web FUNDAECO]



## PÁGINAS DEL SITIO WEB HTML / FLASH

Inicio | Español | Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Áreas de Trabajo | Donantes & Colaboradores | Galería

### Colaboradores

Nuestros socios y donantes históricos

Los esfuerzos de conservación y desarrollo sostenibles de FUNDAECO han sido posibles gracias a colaboradores de socios, colaboradores y donantes.

- + Rainforest Alliance
- + Comité Holandés de Miembros de UICN (INGENIC)
- + Catbirds (Baird Services (CSB))
- + CAPE
- + IROCADES
- + INCAE-EP-HOHN
- + Servicio de Pesca y Vida Acuática de los Estados Unidos (USFWS)
- + Instituto Nacional de Bosques (INAB)
- + Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)
- + Ministerio de Agricultura (MAGA)
- + MAGA - FONACAO
- + MASA - CIM
- + Fondo Nacional para la Conservación (FONCON)
- + Fondo Nacional para la Ciencia y la Tecnología (FONDECYT)
- + Landis SVT
- + Banco de Desarrollo Rural - SANRURAL
- + Turismo Actual S.A.

*Gracias por toda su confianza y su generoso apoyo*

Inicio | Español | Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Áreas de Trabajo | Donantes & Colaboradores | Galería

### ¿Dónde Trabajamos?

Comodoro Carlos de Guatemala | Costa Sur | Ciudad Ecológica Metropolitana | Quetzaltenango | Huehuetenango | Mapa

Explorador a escala de la zona de trabajo

- Áreas de Trabajo
- Áreas Protegidas
- Compras de Tierra
- Áreas de Estudio
- Áreas propuestas por el congreso
- Oficinas de Fundaeco

Inicio | Español | Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Áreas de Trabajo | Donantes & Colaboradores | Galería

### Noticias

Últimas noticias - 18/11/2017

TÍTULO NOTICIA

TÍTULO NOTICIA

Inicio | Español | Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Áreas de Trabajo | Donantes & Colaboradores | Galería

### ¿Quiénes somos?

#### Misión

"Por el Agua, Por los Bosques, Por la Vida, Por Nuestros Hijos e Hijas, Buscamos Conservar, la Mantener, Recuperar, Rehabilitar, Valorar, Promover y Rescatar los pueblos y culturas milenarios que viven en armonía con su entorno y promover Formas de Vida, Agua, Sostenible y Equitativa para las Presentes y Futuras Generaciones de Guatemala."

Perfil Institucional | Reseña Histórica | Filosofía y Valores | Logros Institucionales | Resultados Financieros | Equipo de Trabajo

Inicio | Español | Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Áreas de Trabajo | Donantes & Colaboradores | Galería

### ¿Quiénes somos?

Dr. Mario W. Cordero Blandón  
Lic. Gabriel Vela  
Dra. María de la Roca  
Lic. Karen Aguilar  
Dr. Mario W. Cordero Blandón  
Lic. Gabriel Vela  
Dra. María de la Roca  
Lic. Karen Aguilar

Mario Wladimir Cerezo Blandón  
Director General

foto

- + FUNDAECO Central
- + FUNDAECO San Gil
- + FUNDAECO Morales
- + FUNDAECO Santa Cruz
- + FUNDAECO Rio Sarstun
- + FUNDAECO Goasán
- + FUNDAECO Metropolitana
- + FUNDAECO Huehuetenango

Perfil Institucional | Reseña Histórica | Filosofía y Valores | Logros Institucionales | Resultados Financieros | Equipo de Trabajo

Inicio | Español | Logros Institucionales | Perfil Institucional | Campañas Ecológicas | Áreas de Trabajo | Donantes & Colaboradores | Galería

### Cómo ayudo...

Se parte de la solución

- + Haz una donación
- + Ve a los ecoturísticos
- + Pon una alcancilla
- + Únete al Club de Amigos del Cerro San Gil
- + Participa en una Expedición Ecológica...
- + Invierte en Bonos Ecológicos
- + Actúa: inscribete como voluntario
- + Dirige tus tierras
- + Escribe de tu comon
- + Compra productos y artesanías ecológicas certificados
- + Patrociná la producción de materiales educativos
- + Si eres docente, solicita un proyecto

Perfil Institucional | Reseña Histórica | Filosofía y Valores | Logros Institucionales | Resultados Financieros | Equipo de Trabajo



¡Conoce cómo **FUNDAECO** soluciona actuando!

Dentro encontrarás... información sobre nuestros proyectos, las **soluciones** que presentamos y la forma en la que puedes contactarnos para **participar con nosotros** actuando en pro de la conservación del medio ambiente.

**Visítanos** y participa en la construcción de un mundo mejor en [www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)

BOLETIN INFORMATIVO  
550px \* 650 px  
Formato digital sin exceder 100kb  
JPG / GIF cortada, envío profesional por medio HTML  
con código para envíos y links  
Macromedia Freehand Mx

INTRO PÁGINA  
400px \* 300px / 12fs  
Swish Max







**¡Actúa!,  
sé parte de  
la Solución...**

...participa con  
nosotros en la  
conservación del  
medio ambiente.

Visita

[www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)

¡Conoce cómo  
FUNDAECO soluciona  
actuando!

Dentro encontrarás...  
información sobre  
nuestros proyectos,  
las soluciones que  
presentamos y la forma  
en la que puedes  
contactarnos para  
**participar con nosotros**  
actuando en pro de la  
conservación del Medio  
Ambiente.

[www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)  
FUNDACIÓN PARA EL ECODesarrollo  
Y LA CONSERVACIÓN

ONG sin fines lucrativos dedicada a la Conservación y protección de la naturaleza.



Vive la aventura con  
nuestras expediciones,  
entérate en nuestro  
calendario virtual.

Conoce las diferentes  
formas en que puedes  
unirte a nuestros  
esfuerzos por el Medio  
Ambiente, o disfruta de  
una galería con  
imágenes  
extraordinarias que  
muestran nuestra  
naturaleza viva!

Visítanos y participa  
en la construcción de un  
mundo mejor en  
[www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)



[www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)  
FUNDACIÓN PARA EL ECODesarrollo  
Y LA CONSERVACIÓN

ONG sin fines lucrativos dedicada a la Conservación y protección de la naturaleza.

BANNERS  
2m \* 1m  
Impresión Vinil / full color  
Macromedia Freehand Mx





FUNDAECO

FUNDACIÓN PARA EL  
ECODESARROLLO Y LA  
CONSERVACIÓN

Visita  
[www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)

**¡Soluciona Actuando!**  
Conoce las acciones de Solución...

16 años promoviendo la Conservación del medio ambiente...

y de nuestra ecología, a través de proyectos y soluciones que le han permitido ofrecer y promover formas de vida dignas, sostenibles y equitativas para las presentes y futuras generaciones de guatemaltecos.

Creemos en el papel fundamental de las cosmovisiones, conocimientos y formas de vida de los pueblos indígenas de Guatemala y el Mundo en la construcción de una sociedad sustentable en la conservación de la naturaleza.

Visítanos y participa con nosotros en la construcción de un Mundo Mejor en [www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)

+ Conoce acerca de las soluciones que plantea FUNDAECO y qué acciones está tomando...

+ Disfruta de una galería con imágenes extraordinarias que muestran nuestra naturaleza viva!

+ Conoce las diferentes formas en que puedes unirte a nuestros esfuerzos por el medio ambiente.

+ Si te gusta la aventura, vivela, entérate de nuestras próximas expediciones en nuestro calendario virtual.

visítanos  
[www.fundaeco.org.gt](http://www.fundaeco.org.gt)

UNIFOLIAR  
8,35" \* 3,5"  
Impresión tiro/retiro full color  
Macromedia Freehand Mx

# Lineamientos



# [Cronograma de Medios]

Para optimizar este dinamismo se preparó una capacitación para el personal que estará a cargo de la actualización del sitio Web. De esta forma estarán renovándose constantemente las diferentes páginas del sitio, nombradas a continuación: Cómo Ayudo, Quiénes Somos, Nuestras Soluciones, Áreas de trabajo, Donantes y Colaboradores, Noticias, Calendario de Actividades, Galería, agregando o cambiando links, textos, gráficos, fotografías menores a los 2 mega píxeles y demás tanto en contenido como imágenes, bajo un estándar preestablecido, para cuidar la unidad en el diseño. Esto se llevará a cabo utilizando el programa FIDECK versión 2.0

El servidor Web de publicación del Portal debe cumplir con las siguientes especificaciones:

- Soporte para MySQL 4.0.18 y PHP 4.3.8 y mínimo de 300MB disponibles;
- Módulo Administrador CMS (Content Management Solution) para modificar páginas internas y sistemas del Sitio;
- Sistema para Noticias y Galería de Fotos;
- Sistema de Calendario Online;
- Diseño Mapa Interactivo de Regiones en FLASH;
- Sistema de documentos, Cd's y Powerpoint's Online;
- 75 páginas Internas programadas para actualización de contenido;
- Formulario Online de captura de datos para donaciones;
- Sistema de Chat y foros interno

## 2. [Boletines Informativos]

Como apoyo al lanzamiento de la campaña, se diseñó una propuesta en Español e Inglés, para llegar a nuestro mercado meta. Estos correos directos, serán enviados a la base de datos de la fundación, para notificar sobre la existencia del sitio y promover a Fundaeco,

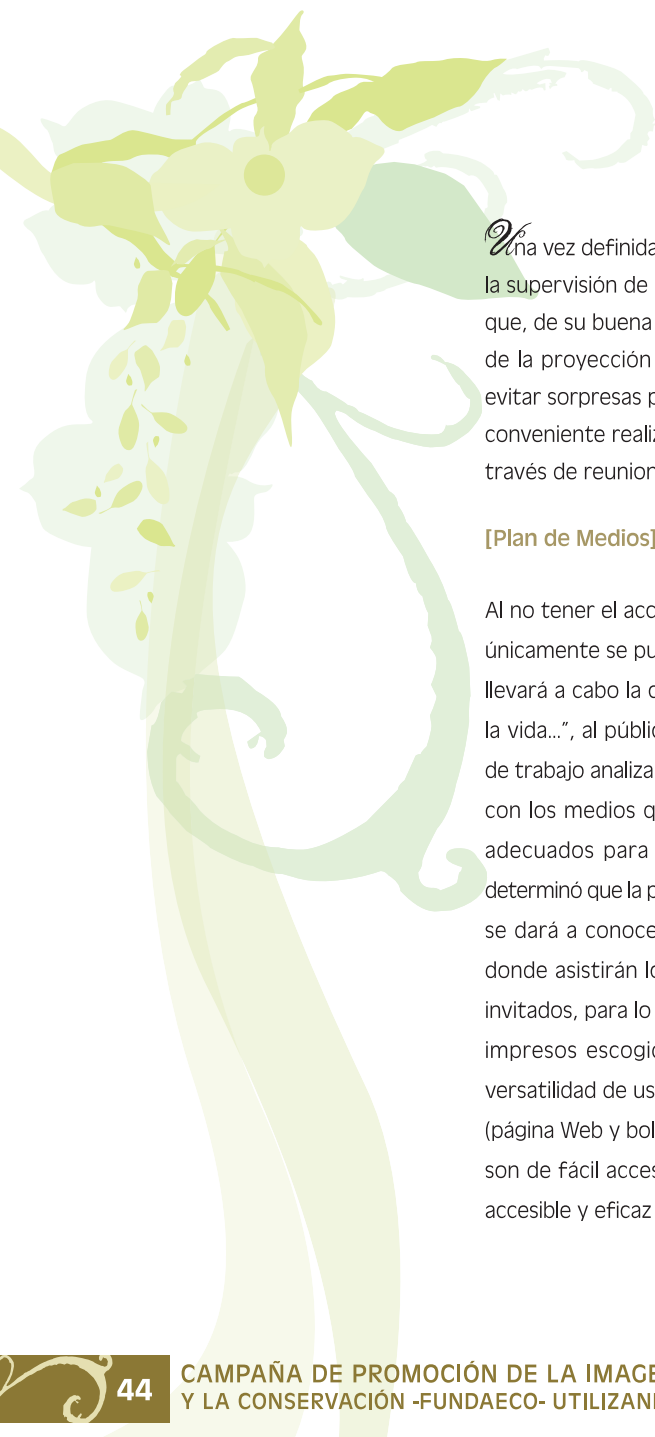
su nueva imagen, su filosofía y las Soluciones que plantea. Sin embargo éste boletín informativo o correo directo tiene un periodo de vida corto, por la razón para la cual fue diseñado, por lo que después de su implementación, deberá ser renovado en adelante para notificar, promover, divulgar e invitar a las actividades planificadas por la fundación. Desarrollando así nuevos diseños que reflejen el mismo concepto y que impacten y promuevan el sitio Web.

## 3. [Banners]

Parte fundamental de apoyo visual a la campaña. Material que será montado por la fundación en los soportes correspondientes, del tamaño de los mismos, aparatos con los que ya cuenta Fundaeco. Se colocará el primero a la entrada del salón del evento, y el segundo a la par del podium. Debido a los colores empleados se obtendrá un alto impacto y además su diseño permitirá que pueda ser utilizado conjuntamente con material ya existente. De esta manera los banners podrán ser usados en las siguientes actividades planificadas por Fundaeco, para continuar con la promoción de la imagen digital de la fundación por un periodo recomendado de uso de 75 días, ya que la imagen no puede sufrir un desgaste de más tiempo.

## 4. [Unifoliales]

Material impreso en tiro y retiro en papel couché, que será distribuido el día del lanzamiento a cada visitante. Éste diseño podrá ser utilizado también como material POP en las 8 oficinas de la fundación hasta que se agoten las existencias.



Una vez definida la imagen a desarrollar y promover, es importante la supervisión de la implementación de las piezas por desarrollar, ya que, de su buena realización va a depender en gran medida el éxito de la proyección de la imagen de FUNDAECO. No obstante, para evitar sorpresas posteriores, y alcanzar los objetivos planteados, es conveniente realizar un breve estudio de mercado de la campaña a través de reuniones de grupo (Focus Groups).

#### [Plan de Medios]

Al no tener el acceso directo al presupuesto total para la campaña, únicamente se puede recomendar ciertos medios por los cuales se llevará a cabo la campaña generada bajo el concepto creativo "Por la vida...", al público objetivo. A partir de esto, se elaboró un plan de trabajo analizando a la audiencia (mercado) y su comportamiento con los medios que están a su alcance. Definiéndose así los más adecuados para la transmisión del mensaje de la campaña, se determinó que la propuesta de diseño de la Imagen Digital de Fundaeco se dará a conocer por medio de un Lanzamiento del Sitio Web, a donde asistirán los miembros de la fundación, asociados y demás invitados, para lo cual se dará apoyo visual con los medios alternos impresos escogidos (banners y unifolios) por su bajo coste y versatilidad de uso; así como también se utilizarán medios digitales (página Web y boletín informativo-correo directo) herramientas que son de fácil acceso al usuario, siendo ésta la forma más rentable, accesible y eficaz para obtener el éxito esperado con esta campaña.

#### [Adecuación del diseño a los medios]

Es obvio que comunicar un mensaje es diferente según el medio que utilizemos. Por tanto, el esquema que presenta Fundaeco por medio de sus llamadas "Soluciones" y "Acciones de solución", serán representadas uniformemente en cuanto al mensaje e imagen, pero con diseños frescos y dinámicos, acoplándose a sus diferentes formatos impresos o digitales. Con esto obtendremos al máximo las ventajas de cada uno de ellos, lo que se traducirá en un beneficio para la campaña.

Para sacar ventaja de todos los recursos que brinda el Internet, Fundaeco deberá buscar posicionarse haciendo nexos con otros sitios, aprovechando los canjes, las donaciones de campañas electrónicas, los links (nombramiento en otras páginas Web), los sistemas de búsqueda, las suscripciones al boletín electrónico, y adquirir diferentes plataformas que ayuden a complementar una comunicación retroactiva entre el usuario y Fundaeco.

#### 1. [Sitio Web]

La propuesta diseñada y desarrollada para la imagen digital de Fundaeco en la Web, presenta una solución altamente visual, interactiva, funcional y navegable, desarrollada bajo la tecnología PHP y HTML; es un sitio de tipo informativo y dinámico, altamente administrable, característica que le da un valor agregado al mismo, el diseño editable y administrable que se desarrolló para Fundaeco, le permitirá mantenerse actualizado y modernizado, sin incurrir en inversiones altas, al menos por un período máximo de tres años, por tratarse de una institución no lucrativa.

# [Presupuesto de proyecto]

Rubro	USD \$	Q
<b>CONCEPTUALIZACIÓN DE PROYECTO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructuración y diagramación del sitio</li> <li>• Generación de concepto del diseño Web e imagen</li> <li>• Planificación, supervisión y dirección del desarrollo del proyecto</li> <li>• Verificación de avances de programación del sitio</li> <li>• Corrección de anomalías en el funcionamiento, ortografía, diseño, color, distribución del sitio</li> <li>• Montaje del sitio Web</li> <li>• Lanzamiento del sitio Web</li> </ul>	\$1 500.00	Q11 475.00
<b>WEBSITE FUNDAECO</b> (FUENTE: FIOMEGA NETWORKS): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo: Informativo dinámico</li> <li>• Personalización de Look&amp;Feel (Colores e imagen de la empresa)</li> <li>• Diseño Web (personalizado)</li> <li>• Inserción de Imágenes, textos y logos.</li> <li>• 3 idiomas (textos proporcionados por el cliente), Inglés, español y Quec ´chi.</li> <li>• Módulo Administrador CMS (content management solution) para modificar páginas internas y sistemas del Sitio.</li> <li>• Sistema de noticias</li> <li>• Galería de Fotos</li> <li>• Sistema de Calendario Online</li> <li>• Diseño Mapa Interactivo de Regiones en FLASH</li> <li>• Documentos, Cds y Powerpoints Online</li> <li>• 75 páginas Internas programadas para actualización de contenido.</li> <li>• Formulario Online de captura de datos para donaciones</li> <li>• Sistema de Chat y foros interno</li> <li>• 2 Websites adicionales según características descritas en documentos adjuntos.</li> </ul>	\$3 200.00	Q24 480.00
Reproducción de 4,000 unifoliales, Full color, con impresión Tiro y retiro, papel couché de 80 gms. 8.5" * 3.5"	\$ 1133.33	Q10 200.00
Impresión de 2 Banners Verticales (vallas) 2mt * 1mt, full color	\$ 98.00	Q749.70
Evento de lanzamiento de portal	\$730.00	Q5 584.50
Campañas electrónicas a través de publicidad on line, mensajes electrónicos dirigidos a bases de datos	\$350.00	Q2 677.50
Campañas de seguimiento y posicionamiento a través de internet	\$00.00	Q00.00
Promoción electrónica a través de "canje por promoción"	\$550.00	Q4 207.50
Medios impresos de promoción de seguimiento	\$750.00	Q5 737.50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8 311.33</b>	<b>Q63 581.44</b>


TASA DE CAMBIO Q 7.65 X USD \$ 1.00

**CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DE LA FUNDACIÓN PARA EL ECODESARROLLO Y LA CONSERVACIÓN -FUNDAECO- UTILIZANDO MEDIOS ELECTRÓNICOS/ 2007**

The background features a light green color palette with stylized, semi-transparent green leaves and vines. A prominent orange flower with a yellow center is positioned in the upper right quadrant, with several smaller white flowers scattered nearby. The word "Conclusiones" is written in a dark brown, elegant cursive font across the middle of the page.

# Conclusiones





*F*undaeco, ha logrado definir una imagen de marca, así como planificado una estrategia de comunicación, tomando como punto de partida el lanzamiento del sitio Web, el cual además servirá como un medio de exposición de los logros alcanzados por la Fundación. Es importante hacer notar que todos los esfuerzos de comunicación, van orientados a generar presencia de marca y posicionamiento.

La imagen desarrollada para el sitio Web, que cuenta con la aprobación de FUNDAECO, facilitará la orientación de futuras campañas de comunicación y será el estándar o la base para el desarrollo de todo el material, visual o audiovisual que se desarrolle, ya que en ella se plasma la visión de la fundación.

Se ha podido dar a conocer a FUNDAECO, a través de un portal en Internet, proyectándose a nivel local, dando a conocer sus acciones de Solución y visión de ella. Se observa que tomando la presencia electrónica (on line), como base, se han de desarrollar campañas paralelas, que aseguren el posicionamiento de la fundación como una ONG reconocida como ambientalista y generadora de soluciones, de igual forma, que faciliten la promoción de los logros obtenidos, así como de los avances. El punto de partida del desarrollo de la imagen institucional, será la imagen digital o electrónica desarrollada en la Internet. Sobre el objetivo específico que se leía "Que el grupo objetivo identifique y promueva a través de la publicidad no pagada la proyección social de FUNDAECO." Se puede concluir que, se

dieron las herramientas para poder promover de forma eficaz, dentro de los mercados naturales de Fundaeco, por medio de las opciones de canjes para realizar mailing o presencia de links en diversas páginas, con la facilidad de navegación y entroncar los contenidos de interés y los múltiples atributos con que cuenta el sitioWeb. Será de fácil promoción y recomendación, no sólo por el grupo objetivo primario, sino también por los otros grupos identificados. Ya que la imagen es agradable, amigable y fácil de recordar.

Para promover a la Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación -FUNDAECO- se ha homogenizado su imagen a través de un sitio Web (ver anexo 2), accesible para todos los usuarios de internet, y dinámica para su actualización constante de sus páginas internas como las áreas para informar de las actividades que se realizan y los logros alcanzados. El proceso de desarrollo se culminó, con la publicación del mismo el día 11 de abril de 2007, la que fue oficializada a través de una ceremonia de lanzamiento de imagen.

#### **[Coordinación de campaña] -Recomendación**

Hacer un seguimiento puntual de los tiempos y trabajos le evitará a la Fundación tener sorpresas desagradables en cuanto a plazos estipulados de realización y aparición. Por tanto, es responsabilidad de la Fundación, velar por el cumplimiento de promoción de la imagen, iniciando desde su lanzamiento, hasta la implementación de campañas de respaldo. La dirección de comunicación deberá velar por el éxito de la promoción de la imagen.



# Vocabulario

**Front-end y back-end** se refieren al principio y final de un proceso. La conexión del front-end y el back-end es un tipo de interfaz. El front-end es el responsable de recolectar los datos de entrada del usuario, que pueden ser de muchas y variadas formas y procesarlas de una manera conforme a la especificación que el back-end pueda usar.

**GIF** (Graphics Interchange Format) es un formato gráfico utilizado ampliamente en la World Wide Web, tanto para imágenes como para animaciones. Un formato sin pérdida de calidad, siempre que partamos de imágenes de 256 colores o menos.

**Hiperenlace** (o simplemente enlace), también llamado vínculo, hipervínculo o liga, es una referencia en un documento de hipertexto a otro documento o recurso.

**HTML**, acrónimo inglés de HyperText Markup Language (lenguaje de marcas hipertextuales), es un lenguaje de marcación diseñado para estructurar textos y presentarlos en forma de hipertexto, que es el formato estándar de las páginas Web.

**Interfaz** es la parte de un programa informático que permite a éste comunicarse con el usuario o con otras aplicaciones, permitiendo el flujo de información

**Java** es un lenguaje o programación orientado a objetos, desarrollado por James Goslin y Microsystems en los 90.

**JavaScript** es un lenguaje interpretado, orientado a las páginas web basado en el paradigma prototipo, con una sintaxis semejante a la del lenguaje Java.

**JPEG** (Joint Photographic Experts Group) es un algoritmo diseñado para comprimir imágenes con 24 bits de profundidad o en escala de grises. JPEG es también el formato de fichero que utiliza este algoritmo para comprimir imágenes fijas.

**Middleware** es un software de conectividad que permite ofrecer un conjunto de servicios que hacen posible el funcionamiento de

aplicaciones distribuidas sobre plataformas heterogéneas.

**Navegador Web**, hojeador o browser es una aplicación de software que permite al usuario recuperar y visualizar documentos de hipertexto, comúnmente descritos en HTML, desde servidores Web de todo el mundo, a través de Internet.

**Plataforma** se refiere al o a sistemas complejos que a su vez sirven para crear programas o aplicaciones, como las páginas Web.

**Píxel** (del inglés picture element, o sea, "elemento de la imagen") es la menor unidad en la que se descompone una imagen digital, ya sea una fotografía, un fotograma de video o un gráfico.

**Plugin** es un programa de ordenador que interactúa con otro programa para aportarle una función o utilidad específica. Los plugins típicos tienen la función de reproducir determinados formatos de gráficos, reproducir datos multimedia, codificar/decodificar email's, filtrar imágenes de programas gráficos...

**PNG** (Portable Network Graphics) es un formato básico basado en un algoritmo de compresión sin pérdida para bitmaps no sujetos a patentes. Permite almacenar imágenes con una mayor profundidad de color.

**Rédito**, m. Renta, utilidad o beneficio renovable que rinde un capital.

**Servicio Web** (en inglés Web service) es una colección de protocolos y estándares que sirven para intercambiar datos entre aplicaciones. Distintas aplicaciones de software desarrolladas en lenguajes de programación diferente y ejecutadas sobre cualquier plataforma pueden utilizar los servicios Web para intercambiar datos en redes de ordenadores como Internet. La interoperabilidad se consigue mediante la adopción de estándares abiertos.

**URL** significa Uniform Resource Locator, es decir, localizador uniforme de recurso. Es una secuencia de caracteres, de acuerdo a un formato estándar, que se usa para nombrar recursos, como documentos e imágenes en Internet, por su localización.



# Bibliografía

## BIBLIOGRAFÍA

- Allaby, Michael.  
Diccionario del medio ambiente.  
Ediciones Pirámide. Madrid 1984, 420 p.
- Centro de Formación Apple Macromedia ATP  
Boletín gratuito sobre Diseño, Multimedia e Internet  
©1999-2003 D.R. IAV
- FUNDAECO  
Manual Instructivo Administración Fundaeco  
PDF, Guatemala 2006, 22 p.
- H. Koontz  
Estrategia, planificación y control  
(1991).
- Lázaro Carreter  
F.: Diccionario de términos filológicos.  
Madrid: Gredos, 1968, p. 49-50
- Región de Murcia Digital  
Material de Cátedra de la Universidad Argentina John F.  
Kennedy.  
Copyright 2004
- Rafael Gómez Alonso  
Retórica fotográfica. Ingenio y provocación/ C/- Nº 5  
REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS ISSN:  
1697 – 8293 Salud,  
15 5ª dcha 28013 – Madrid CIF: G - 84075977
- Sunkel, Osvaldo  
Estilos de desarrollo y medio ambiente en la América Latina,  
2 v, EDITORIAL Fondo de Cultura Económica, México, DF 1981
- Terranetworks  
Preguntas y respuestas sobre la publicidad en Terra  
2005
- Tola, José  
Atlas de ecología.  
Editorial Programa Educativo Visual.  
Santafé de Bogotá. 1994. 95 p.
- Tórtola, Julio  
Métodos del diseño para Diseñadores Gráficos.  
2da edición, Guatemala, Editorial BJ impresos, 2000. 95 páginas.
- Venezuela por la UICN  
(Unión Nacional para la Conservación de la Naturaleza)  
Congreso Mundial de Parques Nacionales y Áreas Protegidas  
en 1992, Caracas
- Víctor, Peter A  
Economía de la polución, EDITORIAL Vicens-Vives,  
Barcelona, 1974, 96 p.

## REFERENCIAS

- Abraham Moles/ Luc Janiszewski  
Borrini-Feyerabend, 1997  
Encarta 2004, Microsoft Corporation.  
Fiomega networks  
Oxford Scientific Films/Steffen Hauser

## PÁGINAS WEB

- <http://es.wikipedia.org>  
[www.artesvisuales.com](http://www.artesvisuales.com)  
[www.icono14.net/revista](http://www.icono14.net/revista)  
[www.jmarcano.com](http://www.jmarcano.com)  
[www.usfq.edu.ec](http://www.usfq.edu.ec)

*Amor*

The image features a light green background with various floral and leaf motifs. In the upper right, there are several small white flowers with green leaves. Below them are two larger orange flowers with yellow centers. A large, faint green leaf is visible in the upper left. The word "Amor" is written in a dark brown, elegant cursive font in the center-left. The overall aesthetic is soft and romantic.



# [Anexo 01]

## [Encuestas]



### [Profesionales Ambientalistas]

### [Diseñadores Gráficos]

### [Público en General]

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

Campaña de Promoción de la imagen de la Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación FUNDAECO.

Seleccione la respuesta que considere más cercana a su opinión.



Edad  Sexo  M  F

- ¿Utiliza el internet para trabajar dentro de la organización?  
Si | no
- ¿Tiene conocimiento de la misión y visión de Fundaeco?  
Si | no
- ¿Esta enterado que Fundaeco soluciona por medio de acciones concretas, diferentes problemas ecológicos en Guatemala?  
Si | no
- ¿Conoce la página Web de Fundaeco?  
Si | no
- ¿Le parece atractiva la página principal?  
Si | no
- ¿Considera el sitio fácil de navegar?  
Si | regular | no
- ¿Considera que el diseño de la página concuerda con la imagen que se ha proyectado hasta ahora de FUNDAECO?  
Si | regular | no
- ¿Considera que la información del unfoliar que se usará para promocionar la página es suficiente?  
Si | regular | no
- ¿Cómo califica los banners que se usarán para la promoción del sitio web de Fundaeco?  
buenas | regular | malas
- ¿Considera que son suficientes los datos que lee en los banners para que la gente sepa que se va a lanzar un sitio web para Fundaeco?  
si | regular | no

Gracias por su colaboración

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

Campaña de Promoción de la imagen de la Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación FUNDAECO.

Seleccione la respuesta que considere más cercana a su opinión.



Edad  Sexo  M  F

- ¿Cómo califica el diseño de imagen electrónica presentado en este desarrollo Web?  
bueno | regular | malo
- ¿Cómo considera la navegación de dicho sitio?  
bueno | regular | malo
- ¿Considera que la cromatología, tipografía, distribución y las imágenes presentadas son las adecuadas?  
si | regular | no
- ¿Cuáles de las piezas cree que es la que mejor ayudará a la publicidad del sitio?  
trifoliar | vallas | boletín electrónico | todas
- ¿Cómo califica el diseño del unfoliar?  
bueno | regular | malo
- ¿Cree que la información del unfoliar brinda la suficiente información a cerca de la pagina web?  
si | regular | no
- ¿Cómo califica el diseño de los banners utilizados para la promoción del sitio web?  
bueno | regular | malo
- ¿Considera suficiente la información utilizada en los banners?  
si | regular | no
- ¿Cómo califica el diseño del boletín informativo?  
bueno | regular | malo
- ¿Cómo califica la información que se incluye en el boletín que se enviará vía correo electrónico?  
bueno | regular | malo

Gracias por su colaboración

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico

Campaña de Promoción de la imagen de la Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación FUNDAECO.

Seleccione la respuesta que considere más cercana a su opinión.

Edad  Sexo  M  F

- ¿Hace usted uso de la Internet?  
Frecuentemente | promedio | muy poco
- ¿Conoce fundaciones que promuevan la preservación del medio ambiente en Internet?  
Si | no
- ¿Conoce la existencia de la ONG, llamada FUNDAECO en Guatemala?  
Si | no
- De estos diseños, ¿cuál le parece más atractivo?  
Propuesta A | Propuesta B
- ¿Cómo califica el diseño de la página web?  
bueno | regular | malo
- En base al diseño de la portada, ¿le gustaría navegar dentro de la página, para conocer más?  
si | no
- ¿Qué le ha proyectado la página Web, hasta ahora?  
Un sitio amigable | un sitio aburrido
- ¿Cree que la información que le presenta este unfoliar, le brinda la suficiente para que se interese en navegar en el sitio?  
Si | no
- ¿Qué opinión le merecen los banners que se utilizarán para la promoción del sitio Web?  
Buenas | Regulares | Malas
- ¿Considera usted que los banners brindan la información suficiente para invitarlo a navegar?  
Si | no

Gracias por su colaboración

# [Anexo 02]



SITIO WEB

Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación FUNDAECO

**www.fundaeco.org.gt**

En línea desde el 11 de Abril de 2007

*"Campana de promoción de la imagen de la Fundación para el Ecodesarrollo y la Conservación Fundaeco, utilizando los medios electrónicos."*

[Imprimase]

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis en Multimedia  
Guatemala, octubre de 2007



arquitectura



*Campaña de Promoción de la  
Imagen de la  
Fundación para el  
Ecodesarrollo  
y la Conservación  
Fundaecco  
utilizando los medios  
electrónicos.*

UNIVERSIDAD DE  
SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
LIC. EN DISEÑO GRÁFICO

KAREN MARILÚ  
BETHANCOURT LÓPEZ  
CARNÉ 200015323  
PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO  
CON ESPECIALIZACIÓN EN  
MULTIMEDIA  
Guatemala 2007



arquitectura

