



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico



DESARROLLO DE SITIO WEB PARA LA CONCIENTIZACIÓN DEL TRATAMIENTO DEL SUELO Y PRODUCCIÓN DE SEMILLAS, EN LA COMUNIDAD DE RABINAL, BAJA VERAPAZ

PRESENTADO POR
ANGEL EDUARDO GARCÍA ARCHILA
200719087

PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO
EN LA ESPECIALIDAD INFORMÁTICO VISUAL
ÉNFASIS MULTIMEDIA



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Facultad de
Arquitectura

(“DESARROLLO DE SITIO WEB PARA LA CONCIENTIZACIÓN DEL TRATAMIENTO DEL SUELO Y PRODUCCIÓN DE SEMILLAS, EN LA COMUNIDAD DE RABINAL, BAJA VERAPAZ”)

PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA POR
Angel Eduardo García Archila

Al conferirse el título de
*(LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO EN LA ESPECIALIDAD
INFORMÁTICO VISUAL ÉNFASIS MULTIMEDIA)*

“El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del proyecto de graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”

Octubre, 2014

■ Desarrollo de sitio web para la Asociación Qachuu Aloom.

■ “Desarrollo de sitio web para la concientización del tratamiento del suelo y producción de semillas, en la comunidad de Rabinal, Baja Verapaz”



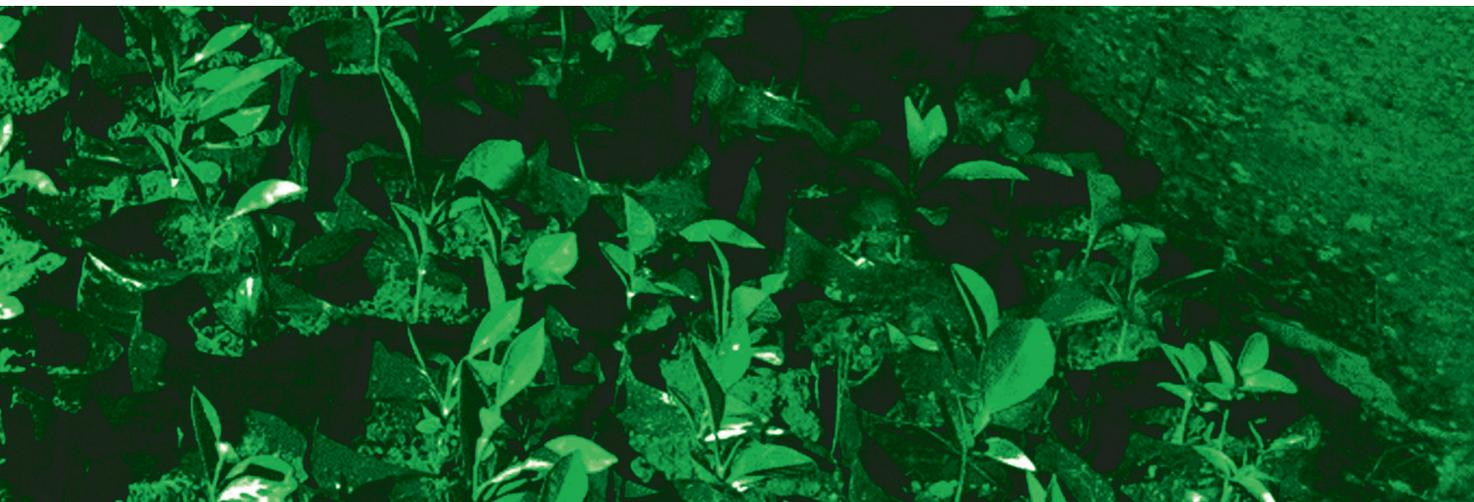
Nómina de Autoridades

Junta Directiva

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo - Decano
Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea - Vocal I
Arq. Edgar Armando López Pazos - Vocal II
Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras - Vocal III
Tec. D.G. Wilian Josué Pérez Sazo - Vocal IV
Br. Carlos Alfredo Guzmán Lechuga - Vocal V
Arq. Alejandro Muñoz Calderón - Secretario

Tribunal Examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo - Decano
Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada - Asesor Metodológico
Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte - Asesor Gráfico
Ing. Agr. Edson Tomás Xiloj Cuin - Tercer Asesor
Arq. Alejandro Muñoz Calderón - Secretario



Dedicatoria

A Dios, por todas las bendiciones, por estar conmigo en cada momento y darme las fuerzas para seguir adelante y llegar hasta el final.

A mis padres, por todos sus esfuerzos por sacarme adelante, por luchar para darme todo lo que tengo y hacerme ser lo que soy, por apoyarme y comprenderme, por ser mi principal orgullo y mi razón para seguir, por todo lo que me dieron y me dan cada día.

A mi familia, por motivarme de alguna u otra manera a no decaer, por el apoyo incondicional y por estar siempre presente.

A mis amigos, por acompañarme a lo largo de los años. A los que se unieron en el camino y los que se quedaron atrás, pero siguen en la lucha.

A todas las personas que de una u otra manera contribuyeron en el logro de este objetivo trasado.

Índice

- Presentación..... I
- Introducción..... II
- Objetivos..... III

I capítulo

	<i>pág.</i>
1 Planteamiento del Problema de investigación/comunicación.....	11
1.2 Justificación del problema de investigación/comunicación.....	13
1.2.1 Magnitud.....	13
1.2.2 Trascendencia.....	14
1.2.3 Vulnerabilidad.....	15
1.2.4 Factibilidad.....	16
1.3 Perfil de la institución.....	17
1.4 Perfil del Grupo Objetivo.....	21

II capítulo

	<i>pág.</i>
2 Marco Teórico y Conceptual.....	23

III capítulo

	<i>pág.</i>
3 Propuesta y producción gráfica.....	31
3.1 Grupo Objetivo (Target).....	32
3.2 Identificación del Insight.....	34
3.2.1 Insight y concepto creativo.....	35
3.3 Primera etapa de bocetaje.....	36

pág.

3.3.1	Mapa de interacción.....	37
3.3.2	Opciones de Layout.....	38
3.4	Segunda etapa de bocetaje.....	40
3.5	Primer nivel de visualización.....	41
3.6	Segundo nivel de visualización.....	41
3.7	Tercera etapa de bocetaje.....	42
3.8	Tercer nivel de visualización.....	42

IV capítulo

pág.

4	Comprobación de eficacia.....	43
4.1	Proceso.....	43
4.2	Logros obtenidos.....	44
4.3	Propuesta gráfica final.....	46
4.4	Fundamentación Técnica.....	46
4.4.1	Color.....	46
4.4.2	Tipografía.....	47
4.4.3	Iconografía.....	48
4.4.4	Retícula.....	49
4.4.5	Otros aspectos técnicos.....	50
4.4.6	Secciones del sitio web.....	52
4.4.7	Presentación web y móvil.....	54
4.4.8	Criterio final.....	56

pág.

•	Conclusiones.....	57
•	Lecciones aprendidas.....	58
•	Recomendaciones.....	59
•	Lineamientos para puesta en práctica.....	60
•	Presupuesto.....	64
•	Referencias.....	65
•	Glosario.....	69
•	Anexos.....	73

Presentación

En el siguiente informe, encontrará los avances y la culminación del Proyecto de Graduación, el mismo que consta de la creación de un portal web destinado a concientizar a los lectores sobre el deterioro de los suelos y su conservación, así como el mejoramiento de semillas criollas y nativas, en el municipio de Rabinal, en el departamento de Baja Verapaz.

El motivo por el cuál fue realizado este proyecto, es debido a la problemática que presenta la organización Qachuu Aloom, que tiene a su cargo diferentes proyectos y programas en pro del mejoramiento de los suelos y semillas, además de tener la voluntad de querer ayudar a los pobladores de dicha localidad.

Sin embargo, los fondos para mantener los proyectos no son lo suficientes y esto provoca que la problemática se agrave, que la comunidad local pierda las oportunidades de desarrollo y que los suelos se degraden, así como la calidad de los productos cosechados.

A lo largo del tiempo estipulado para la realización de este proyecto, se recolectaron diversas

opiniones a través de asesorías con profesionales, un proceso de validación por medio de un Focus Group (Grupo Focal), también con profesionales de varias materias, quienes expresaron que un sitio web es una herramienta muy importante en la actualidad.

Además, que le da un estándar más alto de calidad a la organización, la tarjeta de presentación ante el mundo y el principal imán de patrocinios y colaboradores para los programas que la organización tenga planeado realizar.

Es así como la creación de un portal web puede ser de gran ayuda para la organización, en su misión de buscar apoyo y para continuar adelante con sus actividades en la región.

Introducción

Qachuu Aloom es una organización sin fines de lucro, trabaja desde hace más de 10 años en doce aldeas del municipio de Rabinal, departamento de Baja Verapaz y ofrece formación a sus miembros, en la conservación del suelo, la conservación de semillas, cuidado de animales, medicinas tradicionales, la construcción natural, micro préstamos y la organización comunitaria.

La organización está dirigida por y para las familias indígenas Mayas Achí de Rabinal. Su misión a lo largo de todos estos años ha sido fortalecer económica y culturalmente a las comunidades rurales Mayas, a través de programas agrícolas sostenibles y los proyectos educativos. De esta forma, se esfuerza por alcanzar resultados principales de las más de 300 personas con las que trabaja.

La mejora de la nutrición a través de un aprendizaje práctico y vivencial, las mujeres y sus hijos aprender a crear y mantener huertas y pollos de granja con técnicas tradicionales e innovadoras.

Las verduras, la carne y los huevos aseguran una dieta más variada y nutritiva en los pobladores de estas aldeas.

Por medio del EPS, Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se detecta una necesidad en una organización no gubernamental (ONG) y se aporta una o varias soluciones a la misma, por medio de piezas gráficas de comunicación.

El EPS es una forma de retribución social de parte de la Universidad hacia las necesidades de la sociedad.

El diseño gráfico puede llegar a ser una de las profesiones que menos se detiene a pensar el impacto que podría o no ocasionar en el sector social, claro está que a quien van dirigidos los mensajes es hacia una parte de la sociedad, pero no se piensa más a fondo en el impacto que éste ocasiona en las mismas y pocas veces se obtiene la retroalimentación necesaria para poder corregir posteriormente las falencias que podrían ser detectadas.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar de una estrategia de comunicación, que integre medios virtuales, para sensibilizar a los sectores político y social, acerca del tratamiento del suelo y producción de semillas en la comunidad de Rabinal, Baja Verapaz.

Objetivos Específicos

Optimizar un canal de comunicación electrónica, con el fin de involucrar a más sectores en la protección y recuperación de áreas agrícolas y también en el mejoramiento de semillas.

Hacer un uso correcto de las redes sociales adecuadas, como un canal más directo y transmitir el mensaje para abarcar mayor cantidad de participantes y voluntarios al proyecto, destinado a un grupo objetivo más específico (jóvenes).

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del problema de investigación/comunicación

Las causas de la degradación de suelos, tienen su origen en factores socioeconómicos, en la sobre explotación de la capacidad de uso de las tierras y en prácticas de manejo de suelo y agua inadecuadas.

El Gobierno, alcaldías y organizaciones nacionales, tienen la responsabilidad urgente de crear una mayor conciencia en la población acerca del deterioro de los recursos de tierras y de su efecto negativo sobre la producción agrícola y la economía del país.

La información disponible de investigación sobre los tipos, causas, grado y severidad de la degradación de tierras es todavía insuficiente en la mayoría de los países de América Latina. Esta falta de información dificulta enormemente la identificación y la puesta en práctica de estrategias efectivas de conservación y rehabilitación de tierras.

Para superar los problemas mencionados, se deben considerar solucio-

nes que impliquen una acción inmediata y también, métodos de prevención para impedir mayor deterioro futuro. Parte del deterioro causado lo puede solucionar la naturaleza misma con sus ciclos naturales.

Por ello la acción del ser humano debiera contribuir a crear las condiciones necesarias para que la naturaleza emprenda su obra de restauración. Sin embargo, recuperar el suelo una vez que éste ha sido destruido es un proceso lento si se lo deja sólo a su ritmo natural y muy costoso si se trata de acelerarlo. Por lo tanto, lo más razonable es evitar que se destruya el suelo. La compactación del suelo se produce por el paso de personas, animales y vehículos en forma repetida por el

CAPÍTULO I

mismo lugar. Esto provoca la desaparición de los espacios existentes entre las partículas del suelo, lo cual disminuye la cantidad de oxígeno presente y por ello, la microflora y microfauna.

La degradación de los suelos es como una crisis silenciosa que está avanzando tan rápidamente en América Latina que pocos países tienen la esperanza de alcanzar una agricultura sostenible en un futuro próximo. Es un problema que, a pesar de estar amenazando la subsistencia de millones de personas en la región, tiende a ser ignorado por los gobiernos y la población en general.

La urbanización es el avance y crecimiento de las ciudades y la edificación de nuevas poblaciones, las que generalmente se ubican sobre suelo fértil. De esta forma se pierde el mejor suelo agrícola, se impide la recarga de los depósitos de agua subterránea y se destruye mucha microflora y microfauna que vive en el suelo.

Una gran parte de los suelos con alto potencial agrícola de muchos países se encuentran dentro de límites urbanos y el rápido crecimiento de las urbes amenaza las tierras.

1.2. Justificación del problema de investigación / comunicación

1.2.1. Magnitud

Lo anterior expuesto significa que, al menos dos, generaciones se han visto afectadas por el poco interés que le han dado las autoridades regionales y locales, al problema del descuido en la protección y cuidado de las áreas agrícolas. Adicional al mal estado de las tierras, la mala calidad de las semillas, reduce cuantitativamente la cosecha de las frutas o verduras que se siembre sobre esas tierras, lo que agudiza la situación.

En el caso de las regiones del norte del país, aquellas cuencas con una sensibilidad hidrológica superior al 10% concentran el 70% de la población en situación de pobreza del país y el 89% de sus áreas boscosas y montañosas. Las cuencas con una sensibilidad de al menos el 25% cubren sólo un sexto del país pero contienen a la tercera parte de su población pobre y

el 42% de sus bosques de montaña.

Suele hacerse referencia al hecho de que la población rural del país se concentra en áreas de ladera. Pero, no existe información cuantitativa y sistemática sobre este aspecto, pues los Censos Agropecuarios realizados en el país, no suelen considerar la pendiente del terreno como variable de estudio y los estudios de pobreza, aunque consideran un enfoque de sistemas de sustento, no suelen incluir aspectos relacionados con la calidad de la tierra.

La degradación y la pobreza se acentúan a medida que las condiciones climáticas se asemejan más a las del trópico semiárido, de modo que en las laderas de las áreas más secas, más del 50% de los niños presenta síntomas de desnutrición.

*La **problemática** afecta a más de 200 personas residentes en varias aldeas del municipio de Rabinal, departamento de Baja Verapaz, que están integradas a los proyectos de la organización, que por más de 10 años han salido adelante y cubierto sus principales necesidades básicas.*

CAPÍTULO I

1.2.2. Trascendencia

A finales de los años 70's y principios de los 80's del siglo pasado, se fomentaba la producción de leña para el consumo familiar. Dichos proyectos fueron poco exitosos y el énfasis se trasladó entonces a la producción de especies arbóreas multipropósito, las cuáles proporcionaban a las familias alimentos, ingresos, pasto para ganado, abono orgánico, leña y madera.

Los impactos que la deforestación y la degradación de los suelos causan, pueden dividirse en tres categorías, ambientales, productivos y socioeconómicos.

Aunque las interrelaciones son complejas, puede considerarse de manera general que los impactos socioeconómicos son consecuencia de los productivos y estos a su vez de los ambientales. Es necesario también clasificar los diferentes ámbitos en los cuales tienen lugar

las consecuencias de la degradación de los suelos:

A nivel global: particularmente su contribución al cambio climático (bien por el aumento de la emisión de gases de efecto invernadero o por la reducción en la capacidad de los ecosistemas como sumideros de carbono), daños a la biodiversidad (de manera directa en las áreas degradadas, e indirectamente como consecuencia del avance de la frontera agrícola) y daños en aguas internacionales (como la sedimentación y alteración del ciclo hidrológico).

A nivel nacional (podría añadirse también a nivel regional o de cuenca hidrográfica), la que en la literatura anglosajona se define como degradación off-site: por ejemplo, daños de infraestructuras por sedimentación o inundación, el empeoramiento de la calidad del

agua y cambios en los caudales y el régimen temporal de los cursos de agua.

Por último, **a nivel local o de finca** (degradación on-site), en los suelos directamente afectados, causa pérdidas importantes de productividad. Los impactos que se dan a un nivel diferente del local (los impactos globales y nacionales) son los que normalmente se denominan externalidades. En cuanto a la disponibilidad de nutrientes en el suelo, existe diversa evidencia. El balance de los nutrientes para suelos con cobertura y sin ella estima igualmente el balance de nutrientes para sólo los principales, con resultados algo diferentes a los anteriores pero siempre favorables al manejo agroforestal respecto al sistema tradicional.

1.2.3. Vulnerabilidad

La sostenibilidad financiera es fuente de inquietud, ya que normalmente los recursos financieros que pueden obtenerse de los usuarios de los servicios ambientales son normalmente inferiores a las inversiones necesarias para realizar los cambios en los usos del suelo e introducir tecnologías de manejo sostenible de los suelos y agua.

Es habitual recurrir entonces a fondos adicionales, procedentes o también pueden de agencias internacionales de cooperación, lo que provoca un riesgo de dependencia económica, o bien a

fondos nacionales como los gubernamentales o los procedentes de las otras partes interesadas como podrían ser distritos de riego o empresas de generación hidroeléctrica.

Un buen uso de los materiales de diseño, generaría una exitosa ventana al mundo de los inversionistas, mientras que un mal uso del mismo podría generar rechazo de parte del público y un revés a los objetivos trazados por la organización.

CAPÍTULO I

1.2.4. Factibilidad

Con base en las diversas concepciones, el proyecto se desarrolla a través de las siguientes etapas: El diagnóstico de las necesidades, el cual puede basarse en una investigación de campo o documental; planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta; las actividades y recursos necesarios para su ejecución.

Además, en caso que el proyecto refiera la evaluación de propuestas, es necesario incorporar la descripción de los procesos, los resultados, las conclusiones y recomendaciones.

A pesar que la planificación e investigación coincida en muchos aspectos relacionados con las etapas que integran el proyecto, existen alternativas en esta materia. En consecuencia, se analizarán las etapas que se manejen, a fin de evitar confusiones. Al iniciar el diseño del proyecto, se

plantean muchas interrogantes, cuyas respuestas indicarán las operaciones a realizar, las cuales se relacionan con la organización y estructura del mismo.

Las piezas a realizar, primero es la identidad del proyecto, línea gráfica, naturaleza y contexto social y cultural.

La solución al problema planteado, al mismo tiempo busca la satisfacción de una necesidad que se tiene en la región afectada, la importancia de beneficiar a cientos de personas que sufren esta problemática, aumenta el interés y la relevancia que se espera de parte de todos.

También, se destaca las oportunidades actuales y a futuro que generará el proyecto, por medio de estrategias y tareas como parte de un plan de acción en función de los objetivos propuestos.

Se puede decir que, gracias al apoyo de la organización, dicho proyecto tendrá todos los elementos necesarios para llevarse a cabo. Además, la organización ya cuenta en su poder con un servicio de hosting y un dominio propio, con lo que la puesta en marcha del proyecto es muy factible de realizar.

1.3. Perfil de la Institución

La organización cuenta con un total de cuatro departamentos, los cuales son el departamento de coordinación, cuyos miembros son los encargados de gestionar proyectos e implementarlos. El departamento de administración, el cual incluye personal de contabilidad general, créditos, etc. Además el departamento de agricultura, sus principales funciones son la producción en el campo, además acompañamiento a los socios, entre otras actividades y, finalmente, el departamento de comercialización o mercadeo, su principal función es promocionar los productos de la organización a nivel local y nacional.

inglés) y The Garden's Edge, quienes son sus principales fuentes de financiamiento, a nivel nacional, la institución trabaja con redes de organizaciones, tales como REDSAG, (Red por la Defensa de la Soberanía Alimentaria de Guatemala) y RAIS (Red Alternativa de Intercambio Solidario).

La filosofía de la organización siempre ha sido el respeto hacia la Madre Naturaleza, la voluntad e interés de las personas en participar, su espíritu de solidaridad, la promoción del consumo responsable. Confianza, fomento y respeto en los procesos, la comprensión y tolerancia, así como la confianza, el respeto, la honestidad y transparencia.

Fuentes de financiamiento

www.gardensedge.org/



www.icid.org



La organización cuenta con algunos aliados estratégicos, como La Comisión Internacional de Riegos y Drenajes (The International Commission on Irrigation and Drainage, ICID por sus siglas en

CAPÍTULO I

La organización convoca a reuniones mensuales a sus miembros, en donde se elaboran planes de trabajo y se entregan informes. En su mayoría, los colaboradores de la organización son profesionales egresados de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Algunos son originarios de la región, por lo que conocen a fondo las necesidades de la población a la que benefician con sus proyectos y programas.

Cada trabajador muestra una actitud positiva y siempre dispuestos a aportar lo mejor de sí, en pro de la organización y de las personas que apoya la misma.

Qachuu Aloom trabaja en el municipio de Rabinal, departamento de Baja Verapaz. Rabinal fue fuertemente afectada por el enfrentamiento armado de 36 años, entre el ejército y grupos desafectos al gobierno guatemalteco. Las consecuencias de la guerra fueron graves, en particular para la población indígena.

A finales de 1970 y principios de 1980, una política de represión se llevó a cabo dirigido a diezmar la población maya del país. Comunidades de Rabinal sufrieron numerosas masacres a manos de los militares guatemaltecos.

INFORMACION DE CONTACTO

Dirección	2a. Calle 4-46 Zona 2 Rabinal, Baja Verapaz, Guatemala
Teléfono	(502)7938-8384
Correo	qachuualoom@gmail.com
Sitio web	www.qa.org.gt

Hombres, mujeres, ancianos y niños fueron torturados sistemáticamente, violados y asesinados, y después enterrados en fosas comunes.

La justificación oficial de estos hechos fue que eran combatientes guerrilleros, una noción desconocida para la mayoría de ellos.



Muchos pueblos siguen sufriendo los efectos directos e indirectos de lo que hoy se conoce como “La Violencia”, la ruptura del tejido social, la falta de liderazgo, debido a los asesinatos en masa y la economía gravemente debilitada.

Los niveles extremos de pobreza y falta de acceso a recursos como la tierra, el agua potable, nutrientes, las medicinas, transporte público escuelas y atención médica, añaden un mayor nivel de dificultad de la situación actual que la mayoría de familias de las zonas rurales de Guatemala enfrentan.

Esa situación da origen a la organización Qachuu Aloom, cuya misión es el mantenimiento de la organización a través de la experimentación, multiplicando de técnica ecológica y rescatando las semillas criollas por medio de la participación activa de las mujeres, hombres con voluntad de mejorar las condiciones de la seguridad alimentaria y la economía.

Por otro lado, su visión es ser una organización que respeta la Madre Tierra, promoviendo la agricultura ecológica y semillas criollas, para alimentarnos bien y mejorar la calidad de vida.

Dentro de sus principales objetivos está el mejorar la nutrición a través del aprendizaje desde la experiencia práctica, las mujeres y sus hijos aprenden cómo crear y mantener huertos y gallinas camperas con las técnicas tradicionales e innovadoras.

CAPÍTULO I

Las verduras, carne y huevos garantizan una dieta más variada y nutritiva.

Además, la sostenibilidad nutricional como uno de sus principales objetivos, los miembros también aprenden a producir y guardar semillas de las plantas en sus huertos. A través de su propia producción de semillas están a salvo de la necesidad de comprar semillas híbridas (que no producen semillas) en cada temporada.

La falta de acceso a las semillas es una de las principales razones por lo cual la mayoría de las familias no tienen huertas. A través de capacitaciones, las familias están determinadas a tener las semillas para la siguiente temporada por salvar algunas de las semillas de sus productos.

Además, la producción de pollos garantiza un suministro constante de carne y huevos.

Y por último el aumento de la estabilidad financiera y es que los miembros de la asociación se animan a producir más semillas que las que van a necesitar para su uso personal.

Venden las semillas restantes a la asociación; la venta de estos productos ayuda a las mujeres para cubrir otros costos de mantenimiento de su hogar (por ejemplo: compra de carne, jabón y aceite de cocina para sus hijos).

1.4 Perfil del Grupo Objetivo



Cada familia tiene ingresos entre

Q 3,875

Q 6,200

mensuales



NECESIDADES BÁSICAS

Tienen entre una a dos propiedades.

Seguro médico de gastos mayores.

Poseen al menos un vehículo.

Gasto promedio de alimentos al día:
Q155 - Q195

Compran ropa y calzados cada 3 meses en promedio.



ESTILO DE VIDA

Poseen cable o TV satelital, equipos de sonido, teléfonos fijos y celulares, además de otros gadgets como tablets, ipods y demás, así como acceso a internet. Lo mueve la búsqueda de una buena situación económica y se identifican con la religiosidad, su visión de la familia, su tradición y sus ganas de ascender.

Van al cine regularmente y asisten a conciertos, museos, seminarios, restaurantes y bares recurrentemente.



NIVEL ACADÉMICO

Graduados, maestros o doctores, ingenieros y licenciados con estudios de posgrado que se mantienen en cursos de actualización.

Lectura aproximada en un año de hasta 6 libros, revistas de negocios, moda, deportes, entre otros.

CAPÍTULO I

Redes sociales que frecuentan



Principales canales de TV



Equipos deportivos



Navegadores web



Sistemas operativos



Windows

Periódicos que leen



Marcas preferidas



Deportes más practicados



CAPÍTULO II

2. Marco Teórico y Conceptual



Creación de un catálogo de productos digital para Qachuu Aloom, por Angel García, 2013.

El diseño multimedia, es apenas una rama más que se desprende del diseño gráfico. En la actualidad, trabajan de la mano ya que el diseño gráfico es la gran base del diseño multimedia, a esto, se le suma la importancia del mensaje a transmitir y este a su vez, no debería estar limitado a la simple transmisión de una información de una canal hacia el otro. Pero, tampoco es libre la opción de trasladar un mensaje, existen sus limitaciones y este es el principal reto que afrontan los diseñadores y desarrolladores multimedia.

Actualmente, el diseño multimedia va desde una presentación institucional, hasta aplicaciones para dispositivos móviles, sitios web, animaciones 2D y 3D, entre otros. Partiendo del concepto que “Multimedia” quiere de-

cir que trabajan en conjunto, diferentes medios, como imágenes, audios, cuerpos de texto y otros elementos que transmiten cierta información, esta es la definición que aporta la Real Academia de la Lengua Española. El término “Multimedia” aporta en nuestros tiempos un modelo de comunicación más actualizado, contemporáneo y accesible para diversos sectores. (Bouzá, 1997, p. 30 y 31)

Sin embargo, hay factores que permiten creer que el diseño multimedia se está convirtiendo en el modelo de comunicación actual, más utilizado, por su fácil traslado, relativamente bajos costos y porque el mundo está cambiando y las tecnologías han evolucionado de tal forma, que los medios impresos están quedando obsole-

CAPÍTULO II

tos, no en el olvido, pero dejan de ser funcionales ante la presencia de medios electrónicos, anuncios animados en lugar del tradicional afiche pegado en la pared.

Hoy en día, los empresarios se han dado cuenta que sus potenciales clientes se sienten más atraídos por la publicidad multimedia, existe más interacción con los usuarios y es que, en la actualidad las agencias de publicidad y los profesionales de mercadeo saben que “el consumidor es quien diseña en la actualidad los productos”. (Kotler, 2005, p. 85).

La Creación de una Marca Atractiva, siempre cuando los diseñadores crean nuevas piezas, se preguntan si lo que a ellos les gusta (por el simple hecho de ser los creadores) también le gustará a los demás. (Klein, 1999, p. 88)

La pregunta envuelve tanto, que se siguen probando opciones que a su



entender, es la mejor opción, sin embargo en el momento de exponer las piezas, los clientes le hacen modificaciones que no están contempladas antes de iniciar a bocetar.

El error más grande de los diseñadores, es diseñar en base a sus propios gustos, no se piensa que la pieza no debería agradaarle al diseñador, debe de cumplir con el objetivo de comunicar un mensaje, con la buena utilización de imágenes y la mejor redacción del texto que deben estar incluidos.

Por tal motivo, es que po-

cas veces, la “propuesta final” no siempre será la final, siempre los diseños están hechos por diseñadores que no conocen el tema del cual están tratando, solo hacen “que se vea bonito”. Por otro lado, cuando el diseño está bien fundamentado, se ha seguido la línea del Brief proporcionado por el cliente, se ha realizado una buena investigación alrededor del tema a tratar, finalmente el diseño ha sido aprobado y sale a la luz pública, la interrogante siempre estará presente: “¿Le gusta a la gente?”. (Kotler, 2005, p. 99 y 100)



*Fotografía tomada de:
- <http://www.golpevisual.com/blog/la-creacion-de-una-marca.html> - Por Gastón Acevedo, 2012.*

Los diseñadores siempre tratan de estar a la moda, en lo último de las tendencias de diseño y actualizados en cuanto a software por computadora se refiere y eso los lleva a querer estar en lo más alto en cuanto a sus creaciones, esto no es un mal o una enfermedad, pero si un asunto que a los diseñadores les preocupa bastante, ya

que muchas situaciones alrededor de un diseño están pendientes del éxito o fracaso del mismo. Y por esto mismo, siempre que se crea algo tan importante como una marca, salen preguntas que deben tener respuestas importantes y bien fundamentadas, porque todo lo que se elige para una nueva marca, es tan importante como saber elegir el nombre correcto para una mascota, o aún más importante... Un hijo. (Klein, 1999, p.89)

La creatividad y la tecnología se integran y su trascendencia. No siempre la creatividad y la tecnología estuvieron juntas, en la actualidad, muchos piensan que una hace a la otra y viceversa.

Hace muchos años, cuando la tecnología era tan limitada a unos pocos, los creativos con los pocos recursos que tenían a la mano, generaban todo el proceso hasta el producto visual.

Hoy en día, la tecnolo-

gía ha sido moldeada por personas creativas, todo lo que hoy vemos a nuestro alrededor, en algún momento en la vida no existió, pero si existió alguien que pudo visualizarlo y pudo llevarlo de su mente a la realidad. (Barroeta, 2004, p.13)

Como dijera Ortega y Gasset (1996): "la misión del arte es inventar lo que no existe". Este dicho, es aplicable para todos aquellas personas que se consideren creativos, no solo se trata de innovar todo lo existente, se trata de crear lo inexistente, antes se creaban productos o servicios para satisfacer las necesidades de los clientes, en la actualidad, se crean nuevas necesidades para los clientes. (Kotler, 2005, p. 17 y 18)

No hace muchos años atrás, las personas no dependían de una computadora para trabajar en sus oficinas, los jóvenes no necesitaban de teléfonos para comunicarse con sus amigos y muchos

CAPÍTULO II

ejemplos que se pueden plantear. Al pasar los años, son los creativos quienes han ampliado las necesidades de los consumidores, con eso, han cumplido su misión de crear lo que no existe y lo ya existente, es de creativos innovarlos y mantenerlos en el mercado.

La tecnología es tomada como un apoyo por los creativos, cuando debería ser lo contrario, hacer uso de su creatividad para mejorar las tecno-

logías ya existentes. (Barroeta, 2004, p. 14)

La mayoría de creativos exitosos, también son muy buenos investigadores, son capaces de visualizar a futuro y con ello, anticiparse a los éxitos o fracasos a los que podrían llegar.

El diseño gráfico multimedia, ¿Cómo se entrelaza? Actualmente las personas están invadidas por la gran cantidad de publicidad a su alrededor

y es que todo lo que se puede observar al girar la cabeza, es diseño. Pero el diseño también ha evolucionado junto con las ideas que nacen y son expuestas por los mejores creativos, hoy en día, todo es negocio y si algo no es rentable, se hace a un lado para dar paso a nuevas tendencias.

El diseño multimedia, está posicionándose como el mejor modelo de comunicaciones en nuestros tiempos, posee muchos recursos que facilitan la transmisión de mensajes en pocos segundos de un lugar a otro. Las empresas que no han recurrido al diseño multimedia, están quedándose atrás frente a la competencia. (Pascual, 2007, p. 38)



Pantallas touch para eventos, ferias y publicidad. Tomada de: <http://pichincha.evisos.ec/fotos-del-anuncio/pantallas-touch-para-eventos-ferias-y-publicidad-adverttech-id-101828> Noviembre de 2013.

El diseño multimedia conlleva hacer diseño gráfico, pero animado. De esa forma, el diseño deja de ser tan ambiguo y común, para ser más dinámico e interactivo con el grupo objetivo al que va dirigido, como se mencionaba anteriormente, los creativos inventan necesidades para los clientes y el diseño multimedia es una herramienta que están utilizando para llevar a cabo su cometido. El diseño gráfico por sí solo, vende. Pero si este diseño fuera animado, interactuara con el grupo objetivo y fuera más dinámico, vendería mucho más, esto es lo que quieren y buscan los empresarios, vender.

El diseño multimedia está tan posicionado en la sociedad, que ha traspasado la barrera que lo limitaba a ser solamente diseño casi comunicacional,

Fotografía tomada de - <http://somosucab.tumblr.com/> - Por Luis Romero, 2011.

actualmente vemos esta rama del diseño en el cine, en la televisión y principalmente en la internet, es decir que, es la técnica que en nuestros tiempos se ha mantenido y sigue evolucionando más que otras, de las más utilizadas por los empresarios (Pascual, 2007, p. 39)

El diseño gráfico y su incidencia en la sociedad.

Los diseñadores de hoy en día, son orientados a que su trabajo se trata

principalmente de dos disciplinas, la comunicación y publicidad. El diseño gráfico debería ser el arte de persuadir al grupo objetivo desde otros puntos de vista, integrar más conceptos mercadológicos y algo que no se piensa mucho, pero tiene gran incidencia y es la sociedad. Puede ser el diseño gráfico, una de las profesiones que menos se detiene a pensar el impacto que podría o no ocasionar en el sector social, claro está que



CAPÍTULO II

a quien van dirigidos los mensajes es a una parte de la sociedad, pero no se piensa más a fondo en el impacto que éste ocasiona en las mismas y pocas veces también, se obtiene la retroalimentación necesaria para poder corregir posteriormente las falencias que podrían ser detectadas. (Frascara, 2004, p. 19)

Los diseñadores que trabajan bajo una gran presión de trabajo, en algún momento, consciente o inconscientemente, se vuelven cómplices de las futuras consecuencias negativas que podrían producirse debido a sus creaciones. Si por un momento, se reuniera a un grupo de diseñadores gráficos y se les preguntara sobre si tienen conocimiento real de la información que trasladan todos los días en sus publicaciones, muchos de ellos quizá no tendría noción real de lo que está diseñando. (Frascara, 2004, p. 22 y 23)

Tampoco son los culpa-

bles totales si una publicación no rindiera los frutos esperados por los empresarios de parte de la sociedad a la que se quiere llegar.

Pocas veces es tomado en cuenta la opinión del diseñador, a éste solo se le mira como el que hace todo el trabajo por aquellos que no saben utilizar un software de diseño, con la preparación adecuada y los suficientes insumos que les podrían proveer los clientes, el diseño gráfico tendría mayor impacto en la sociedad, pero de manera favorable y no siempre los diseños en las vallas publicitarias o en los muppis son dignos de admirar por su contenido social, son observados por lo que vendan y no por lo que aporten culturalmente. (Taylor, 2004, p. 26)

Fotografía tomada de - <http://www.taringa.net/posts/noticias/14860231/Mala-cosecha-de-soja-trigo-y-maiz.html> - Por Jorge A. Rodríguez, 2012.

Protección y conservación de los suelos. La contaminación ambiental a través de los años, ha llegado a tales extremos que ni la superficie que pisamos se ha salvado. El hombre, en su afán de apoderarse de más tierras y utilizarlas a su sabor y antojo, no se ha dado cuenta que lo que hace es destruir su entorno. Europa ha sido la más golpeada por la misma ambición del hombre de querer tener todo, actualmente en este continente, es casi nula la cosecha de algunas frutas o verduras que por su es-



cases, tienen que llegar del otro lado del planeta, a precios considerablemente bajos, esto porque la materia prima y la mano de obra la pone el continente rico en tierras y los recursos económicos quienes no las tienen. (Vernooy, 2003, p. 51)

Sin embargo, aunque obtengan lo que no pueden producir ellos mismos, casi nadie se detiene a observar que las tierras fértiles, con el paso del tiempo se están deteriorando, que cada día más el agua escasea y que la contaminación

ambiental también ha ayudado a empeorar la situación del suelo. Lo peor del caso, es que algunos intentan detener la problemática y no se dan cuenta que lo que realmente están haciendo es aumentar la situación.

Los químicos con los que intentan recuperar los suelos no son los adecuados, por lo mismo su valor es bajo y con esto engañan a quienes realmente tienen la intención de recuperar lo poco que tienen para seguir manteniendo a sus fami-

lias y su trabajo. (Soria, 2002, p. 11)

La contaminación ambiental no es algo nuevo, viene de varias generaciones atrás, sin embargo poco o nada se ha hecho para revertir la situación, son muy pocos los programas que existen en el mundo para recuperar las tierras fértiles, los pocos que trabajan en el tema no cuentan con los recursos necesarios para llevar a cabo proyectos de recuperación o protección de los pocos espacios que quedan en la actualidad para continuar con la producción de alimentos naturales, es poco el interés existente. (Vernooy, 2003, p. 62)

Mejoramiento de semillas en la región. La recolección de semillas en los vertederos y sembradíos de esta región, se hace de manera incorrecta, los trabajadores no están capacitados para seleccionar y transportarlas a los bancos de semillas, que los mismos, muchas veces tampoco cuentan



CAPÍTULO II

con las condiciones de clima adecuadas para su almacenaje. Algunas personas no cuentan con la información necesaria para aumentar la cantidad de semillas de alta calidad que se necesitan para futuras siembras, haciendo que esto produzca un descontrol en las futuras cosechas.

Por otro lado, si existen asociaciones que se encargan de proteger y mejorar la calidad de las semillas que recolectan, cuentan con espacios seguros, con las condiciones pertinentes y con el personal capacitado para el mantenimiento de las mismas. Parece cosa fácil, pero la acti-

vidad de selección de semillas es algo que no pueden hacer muchas personas, se debe tener el conocimiento suficiente para saber qué semillas son muy producibles y cuáles simplemente son semillas para la basura. (Jara, 2003, p. 28)

En Guatemala, existen algunos bancos de semillas que cumplen con el objetivo de conservar las semillas en lugares adecuados, llenan los estándares de calidad y no existen muchas quejas, sin embargo, no lo pueden hacer todo.

Las semillas que guardan son prácticamente un tesoro que no le proveen

a cualquier comprador. Pero la falta de insumos (económicos) ha hecho que las semillas conservadas, con el tiempo se vayan deteriorando, que algunas que son llevadas al campo no produzcan los esperados. (Jara, 2003, p. 51)

Las asociaciones que se encargan de la protección y distribución de semillas de "alta calidad" carecen de algún plan o proyecto que les ayude a mejorar las semillas recolectadas y siempre serán de la misma calidad y por lo mismo, los productos también serán iguales, si se quieren productos de alta calidad, las semillas es el primer paso a mejorar y proteger. (Jara, 2003, p.53)



Banco de semillas. Fotografía proporcionada por Edson Xiloj, Asociación Qachuu Aloom, 2013.

CAPÍTULO III

3. Propuesta y producción gráfica

El capítulo describe y detalla las herramientas (Metodología) utilizadas para la recolección de datos y toda la información que sirve para la creación del insight, así como el concepto creativo que es la base de todo el proyecto.

En este caso, se utilizaron los métodos de POEMS que expone el entorno del cliente; y SPICE que nos muestra un punto de vista más personal e interno del mismo.

Para la identificación del Insight, se ha utilizado el método de las 6W, que nos muestra las ventajas o beneficios del proyecto, los puntos a favor y posibles soluciones a futuros contratiempos. Toda

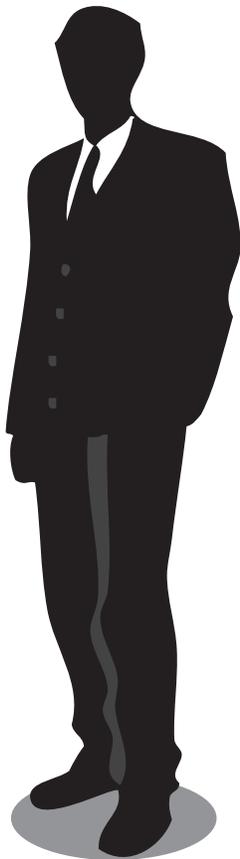
la información obtenida, fue mediante reuniones de trabajo con el cliente.

Dichas reuniones fueron en promedio una vez por semana, en algún centro comercial de la ciudad capital y casi siempre en la zona de restaurantes, con horarios entre las 12 del medio día y las 17 horas, en días hábiles.

Mención especial para el cliente, Ingeniero Agrónomo Edson Xiloj, coordinador de proyectos de la Asociación Qachuu Aloom, quien en todo momento se mostró accesible y respondió a todas las preguntas que se le hacían durante las reuniones y quien facilitó la información solicitada.

CAPÍTULO III

3.1. Grupo Objetivo (Target)



Social. Necesita del apoyo de sus familiares, amigos y socios en los retos en los que esté participando, son seguros de sí mismos y pocas veces demuestran inseguridad.

Physical. Muchas veces se sienten cómodos en espacios cerrados, pero principalmente le gusta estar en espacios abiertos, se preocupa por su apariencia física y le brinda atención.

Identity. Es una persona que piensa como ayudar a los demás, tiene una mentalidad de líder, muy fiel a sus valores y lucha por lograr sus objetivos profesionales.

Communication. Siempre está enterada del acontecer nacional, siempre al pendiente de sus negocios y el entorno de la misma, además es aficionado a algunos equipos deportivos.

Emotional. Emocionalmente necesita el cariño y comprensión de su familia y amigos, la aceptación de parte de sus compañeros de trabajo y evita las discusiones, es positivo.

S

P

I

C

E

P **Personas.** ¿Quiénes estarán en contacto? Profesionales como abogados, ingenieros, médicos, agrónomos y personas relacionadas al servicio social y empresarial.

O **Objetos.** Escritorios, mesas de reuniones, comedores privados, ascensores, espejos, lugares con buena ventilación, campos abiertos o calles con mucho tráfico.

E **Ambientes.** Oficinas privadas, baños de regular tamaño, techos altos, centros comerciales, gradas eléctricas, ruido provocado por otros, clima agradable o soleado.

M **Mensajes.** Se informa a través de periódicos digitales e impresos, revistas de modas, deportes o finanzas, publicidad estática en la vía pública, telenoticieros principalmente por las mañanas, mensajes de texto por celular.

S **Servicios.** Ofrecen servicios de bienes raíces, asesoramiento jurídico, servicios médicos profesionales, pero principalmente servicio social, se hacen presentes en seminarios y conferencias dentro y fuera del país.



CAPÍTULO III

3.2. Identificación del Insight

W_{hat}

Falta de recursos económicos para continuar con los programas y proyectos que tiene la organización, no existe un medio visual para atraer inversión del extranjero.

W_{here}

Portal web, banners y publicidad en redes sociales, reuniones con potenciales clientes nacionales y extranjeros, volantes, afiches y mantas, etiquetas en los productos.

W_{hen}

Cronograma, reuniones semanales con el coordinador general de la organización, presencia en las principales redes sociales y actividades locales.

W_{hy}

Se cuenta con servicio de hosting propio, además que se cuenta con una sociedad con una imprenta local para bajos costos y pocos recursos para publicidad masiva.

W_{ith who}

Organización "The Garden Edge" que apoya programas de conservación ambiental, además de La Comisión Internacional de Riegos y Drenajes (ICID por sus siglas en inglés)

W_{to whom}

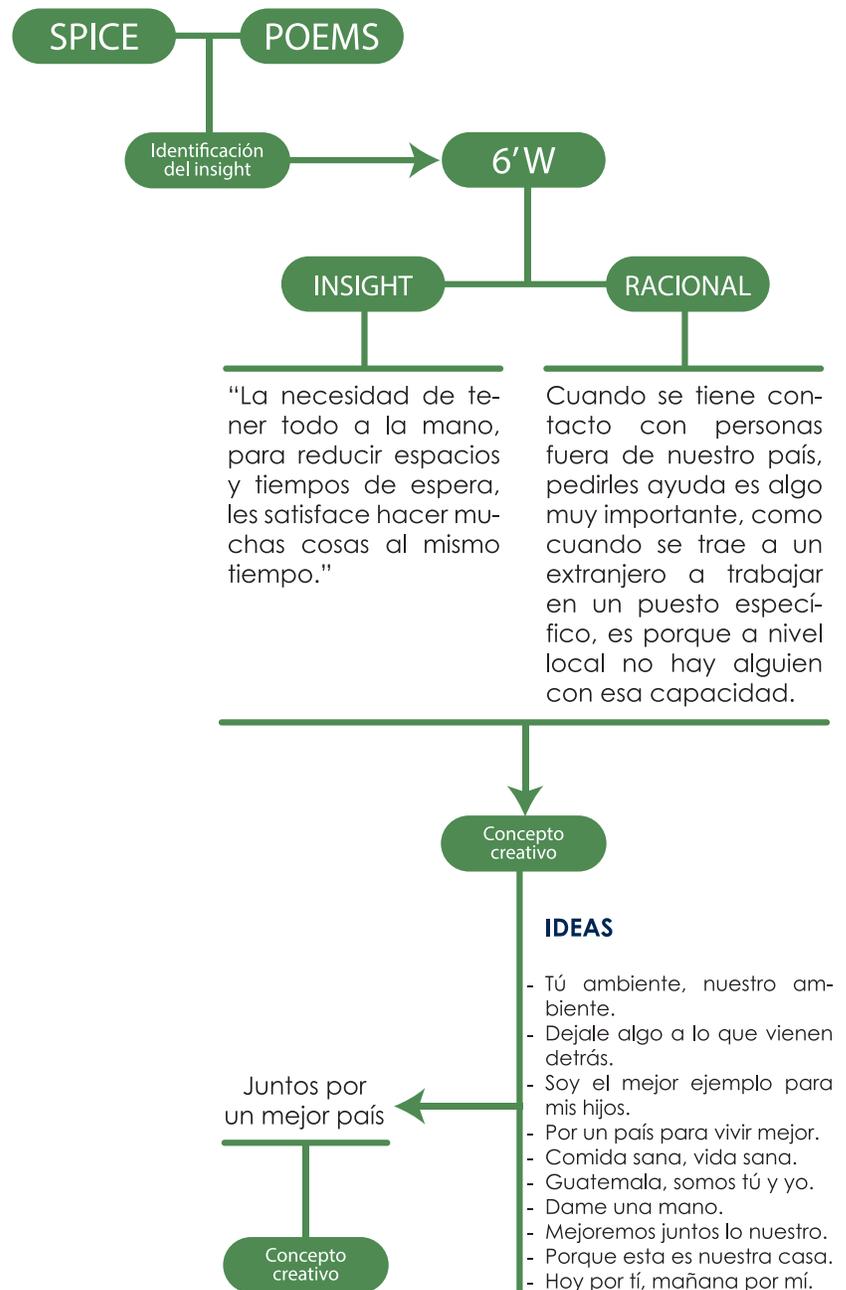
Profesionales como abogados, ingenieros, médicos, agrónomos y personas relacionadas al servicio social, empresarios de clase media alta en el extranjero.

3.2.1. Identificación de Insight y concepto creativo

El concepto creativo final es producto de la identificación del insight y el racional, los cuales a su vez para ser determinados, se realizó el ejercicio de las 6'W y éste es producto de los métodos de SPICE y POEMS, como se describe en el siguiente diagrama.

La selección del concepto creativo final, tiene como base la unidad que el cliente quiere con los usuarios. Se les invita a integrarse a los proyectos, aprovechando la capacidad del grupo objetivo de querer y poder ser activo en diferentes proyectos.

Así también, buscando el crecimiento de nuestro país, a través de los conocimientos que aporten personas locales como extranjeras.



CAPÍTULO III

3.3 Primera etapa de bocetaje

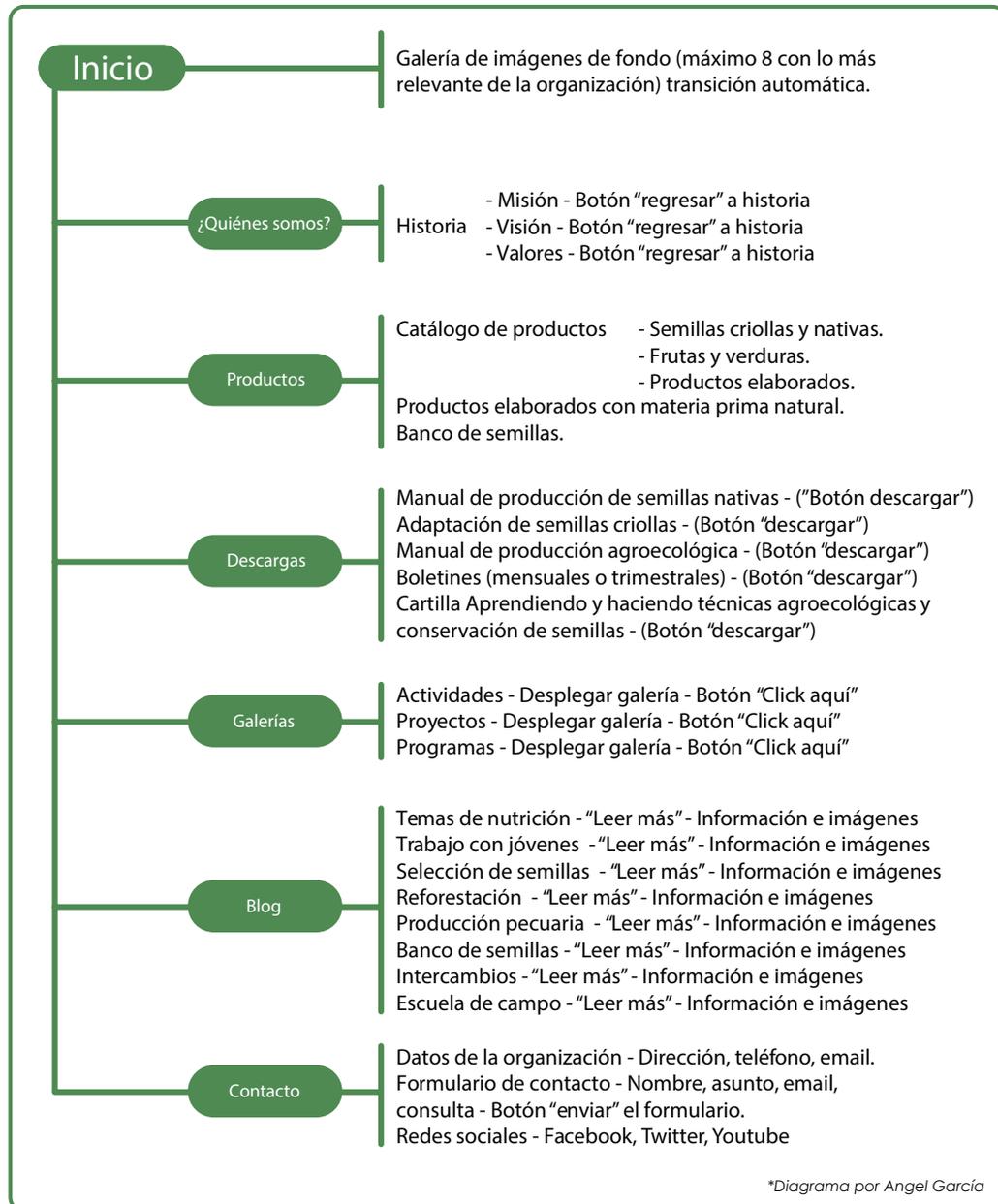
A continuación se describe el método utilizado para iniciar con la etapa de bocetaje.

Iniciando con la creación de un mapa de interactividad (siguiente página) el cuál es un diagrama que detalla el contenido del sitio web de acuerdo a un orden, que puede ser por importancia, por orden cronológico en que la información fue actualizada, por orden alfabético o el orden que el creador considere sea el más útil para los usuarios que visiten el sitio.

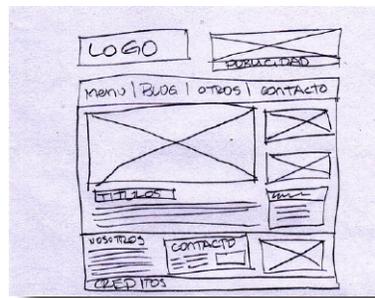
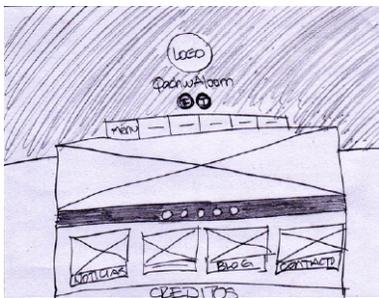
Posteriormente se procedió a la primera fase de bocetaje y es aquí donde se traslada a la parte

gráfica toda la información que se agrupó en el mapa de interacción. Cabe decir que, para la creación del mapa de interacción (también llamado "Mapa del sitio") se contó con el consentimiento del cliente, quien luego de un par de reuniones, solicitó secciones que no estuvieron contempladas en un inicio, como incrustar un catálogo de productos (Proyecto tipo B del Ejercicio Profesional Supervisado) así como una galería de imágenes y videos, importantes secciones para comunicar a los usuarios la esencia de la organización, sus logros y cómo ellos logran salir adelante.

3.3.1 Mapa de interactividad



CAPÍTULO III



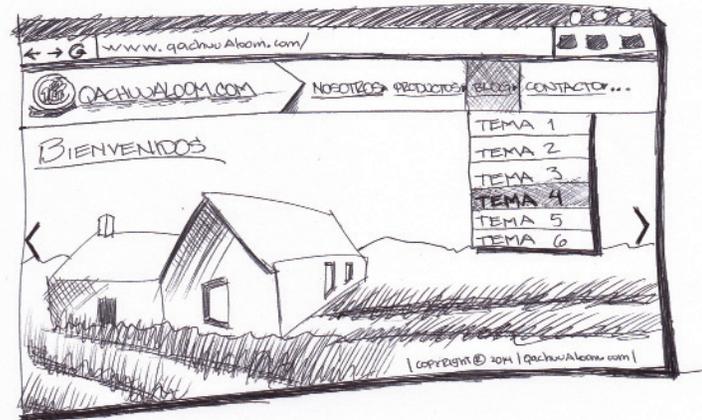
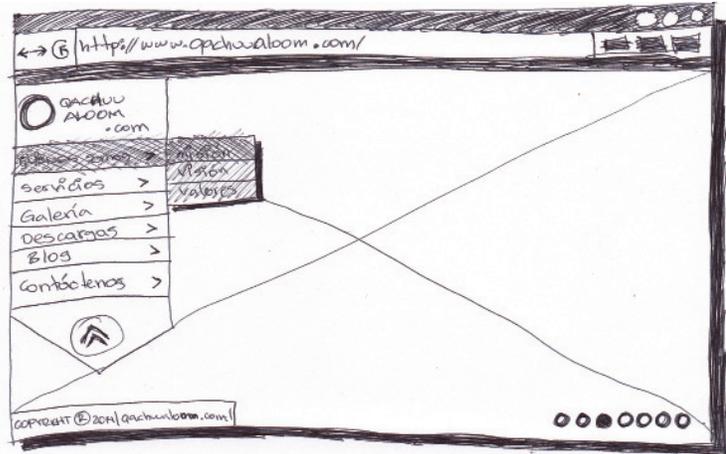
3.3.2 Opciones de layout

La primera etapa de bocetaje comprende las primeras muestras de diagramación para utilizar en el proyecto del sitio web.



Estas imágenes muestran los diseños de layout que fueron descartados, ya que estos no podrían adaptarse a la diferente información que contiene el sitio, además se busca un concepto diferente y no utilizar diseños monótonos y muy recurrentes en el diseño web.

Las imágenes a continuación, muestran las 2 opciones finales con las que se da paso al bocetaje por secciones, estas dos opciones son muy diferentes a las anteriores, dan espacio a cambiar el color de fondo por imágenes y este recurso será utilizado para resaltar el concepto creativo.



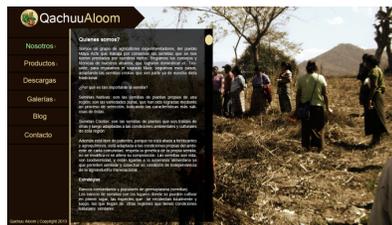
CAPÍTULO III

3.4 Segunda etapa de bocetaje

Opción 1

Opción 2

En esta segunda etapa del bocetaje, ya se aplican opciones de tipografías, gama de colores, iconografía y retícula, así como la redacción de la información que se utilizará en el sitio web. Prácticamente se realizaron dos (2) versiones del sitio web, a falta de la programación de los enlaces hacia las diferentes secciones. Basándose en el mapa de interacción, se trabajaron seis secciones importantes, las cuales en un futuro podrían ampliarse o reducirse, ésto a criterio del cliente.



3.5 Primer nivel de visualización (Autoevaluación)

En esta etapa, la sugerencia de la asesora metodológica Licda. Lourdes Pérez fue una actividad grupal en el salón de clases.

Todos los alumnos que realizaron proyectos en común (páginas web, videos, multimedia, etc.) se

juntaron y entre todos poder observar y evaluar el trabajo de los demás compañeros. Para la evaluación, se realizó una matriz, creada por los estudiantes y durante el horario de clase, se hizo una pequeña reunión, sin embargo el tiempo no fue suficiente y cada alumno

se llevó una copia de la matriz de evaluación y la adaptó como mejor consideró a sus necesidades. (Ver anexo 1)

3.6 Segundo nivel de visualización

En esta segunda etapa, se presentaron los avances del proyecto a un profesional de la materia, en este caso, el profesional consultado fue Áxel Barrios, Licenciado en Diseño Gráfico, con especialización en el área multimedia, quien se ha desempeña en el ambiente del diseño web por más de 5 años, en diferentes proyectos, además de ser catedrático en la Escuela de Diseño gráfico, de la Universidad de San Carlos de Guate-

mala. El Licenciado aportó sus conocimientos y evaluó las dos opciones que le fueron expuestas, inclinándose por la segunda opción. Esta es la que anteriormente había sido la elegida durante la autoevaluación previa.

Otros aportes del licenciado fue mejorar los colores y estilos del sitio web, así como apoyar con la tecnología necesaria para mantener el proyecto en línea, mientras éste sea aprobado. También, se le

solicitó que evaluara las propuestas con la misma matriz utilizada durante la autoevaluación.



Fotografía por Angel García.

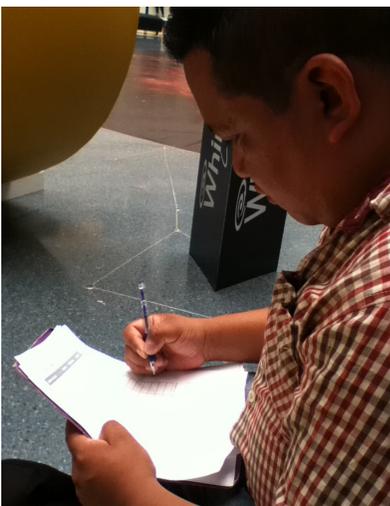
CAPÍTULO III

3.7 Tercera etapa de bocetaje



En esta etapa, se aplicaron las sugerencias aportadas por compañeros de clase, asesores metodológico y gráfico y también del cuarto consultor, el cambio en los colores por algo más llamativo y claro, la tipografía fue confirmada y el retoque digital de las fotografías fue mejorado. También se hicieron algunos ajustes en los bloques de texto, así como en los estilos.

3.8 Tercer nivel de visualización



Fotografía por Angel García.

La propuesta elegida, fue presentada al cliente, quien además de expresar sus opiniones respecto al diseño y funcionalidad del sitio web, también evaluó el mismo, dando una respuesta satisfactoria y confirmando su apoyo al proyecto.

CAPÍTULO IV

4. Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final

4.1. Proceso

1. Se inició con la realización de las preguntas estímulo a realizar durante la sesión, preguntas basadas en los objetivos del proyecto. También se realizó una tabla de observación. (Ver anexo 2)
2. Se realizó la gestión de un lugar adaptado con una computadora, un proyector y asientos para los asistentes. Además de planificar un refrigerio para entregar como agradecimiento a los asistentes.
3. Una vez estaban todos los participantes presentes en el lugar adecuado para el focus group, se procedió a pasar una lista de asistentes (Ver anexo 3) mientras se realiza una breve introducción del proyecto.
4. Se presenta el proyecto a los asistentes (sitio web) explicando claramente los elementos que visualizan y una breve justificación de cada uno.
5. Una persona auxiliar, en la tabla de observaciones inicia a tomar nota de los gestos verbales y no verbales que puedan presentarse por parte de los asistentes. (Ver anexo 4)
6. Cuando terminó la presentación del proyecto, se procedió a realizar las preguntas estímulo, se tomaron los principales palabras y descripciones concisas de manera breve, así como anotar algunos gestos que se puedan presentar en ese momento, (Ver anexo 5 y 6) y siempre recibiendo sus comentarios.
7. Finalmente, se les agradeció a los asistentes por su presencia y por su tiempo y se les invitó a tomar el refrigerio que se preparó para la ocasión.



CAPÍTULO IV

4.2. Logros Obtenidos

Reacciones del G.O.

Los asistentes mostraron gran interés por el catálogo de productos de la organización, así como en las galerías fotográficas. Por algunos momentos platicaban entre sí cuando se proyectaba la sección de historia de la organización y señalan que sería un buen aporte resaltar los logros que pueda tener la organización.

1. Los asistentes calificaron como atractivo y vistoso el diseño del sitio web. Consideran que el mensaje que se comunica es resaltar a la organización y a la comunidad.
2. Los asistentes manifestaron después de ver el sitio web, que se interesaron mucho por obtener más información de sus proyectos, por tal motivo si estarían dispuestos a ponerse en contacto con la organización, es decir se cumple con el objetivo de concientizar al grupo objetivo y que éste quiera involucrarse de alguna manera con la organización.
3. Surgieron algunas dudas respecto al nombre de la organización, sugiriendo que debería colocarse el significado de la misma, ya que es un aspecto muy importante, además tanto el diseño, como la navegabilidad del sitio, fue bien aceptado por los asistentes.
4. Algunas observaciones muy técnicas fueron el tamaño de la letra y la sección de las redes sociales ocupan un espacio muy grande, debería ser menor.
5. Entre los asistentes se encontraba un ingeniero agrónomo y señaló que el nivel de interés hacia la organización podría resultar ser selectiva, ya que él por su profesión si se interesó mucho por los proyectos de la organización, pero personas con otras profesiones podrían no tener la misma reacción. Otros asistentes ven muy favorable que el sitio sea autoadministrable y señalaron la importancia de un manual técnico para el usuario.



Fotografías: Suseth Morales
y Ángel Roldán.

Participantes

Saul Guerra - Ing. Agrónomo
 Liza Ixcot Y. - Biólogo
 Julio Villatoro - Ing. Sistemas
 Andrea Rodas - Ing. Química
 Julio Estrada - Administrador web
 Sandra Herrera Ruiz - Antropóloga
 Sonia García - Inga. Industrial
 Julio Rufino Salazar - Ing. Agrónomo
 Roberto Barrios - Economista
 Liuba Cabrera - Inga. Alimentos
 Jorge Tello - Ing. Sistemas

CAPÍTULO IV

4.3. Propuesta gráfica final

4.4. Fundamentación Técnica

4.4.1. Color

Los colores utilizados en el proyecto, han sido tomados del logotipo de la organización. En un inicio, el diseño tenía tintes más oscuros y grises, pero finalmente, se cambió a un verde que está presente en el logotipo. El color que se utiliza principalmente en el menú, es un color blanco amarillento, éste también ha sido tomado del fondo que tiene el logotipo. Otros colores que fueron tomados de logo, son el que aparece cuando es precionado un link, este se transforma en el mismo

color naranja pálido que está en la calabaza del logo. Además, para los textos principales, se utiliza blanco, ya que éste es el más contrastante con el verde de los bloques de los textos.

Los tonos en verde, van relacionados a los colores que prevalecen y que se observan en los campos de cultivo, es el color que más se repite en la propuesta, además de transmitir limpieza; al verde suele relacionarse con la naturaleza, además de la conciencia

ambiental relacionada al reciclaje y al buscar el mejoramiento de nuestro planeta.

Los tonos cálidos, se encuentran presentes con el naranja que va relacionada con el hambre, la fortuna, la abundancia y también denota naturalidad cuando contrasta con colores fríos.

El color crema hace las funciones del color neutral, siempre es importante un color que contraste con un color fuerte y con un color claro.



Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 1234567890

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gautami Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 1234567890

Gautami Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

4.4.2. Tipografía

Tipografía de uso digital

La tipografía de uso digital será empleada en toda plataforma electrónica que utilice la marca como por ejemplo: presentaciones Power Point, pie de firma y otros elementos digitales que requieran de una correcta lectura en pantalla. No deben añadirse tipografías display que no correspondan a las indicadas en el manual ni tipografías cuya función sea decorativa.

Tipografía Corporativa

Se ha seleccionado la fuente Gautami por sus óptimas características, como legibilidad y limpieza.

Se utilizará en todas las aplicaciones gráficas de la organización, tales como: papelería, anuncios de prensa, revistas, formas impresas de comunicación, etc.

CAPÍTULO IV

4.4.3. Iconografía

El sitio no contiene gran cantidad de símbolos o íconos, los que se utilizan son principalmente iconos de las principales redes sociales en la cual la organización tiene presencia y para ello se han adecuado a la paleta de color que se utiliza en todo el sitio en positivo, es decir el fondo de color claro y el logo (facebook y twitter) en color oscuro. La forma del ícono es cir-

cular, misma forma que tiene el logotipo de la organización. También se utiliza el símbolo de una luna, la cuál aparece en el fondo del logotipo original de la organización.

Las fotografías utilizadas como fondo del sitio (full-screen) fueron proporcionadas por el cliente. Algunas sufrieron retoques fotográficos para dar una apariencia de vida en las

personas y lugares que están en las mismas. Algunas fotografías, como las que aparecen en las galerías fotográficas, no tienen ningún retoque digital, ya que éstas no son parte de la estructura del sitio, podría ser removidas o agregarse nuevas, por lo que éstas se presentan tal cuál han sido producidas.

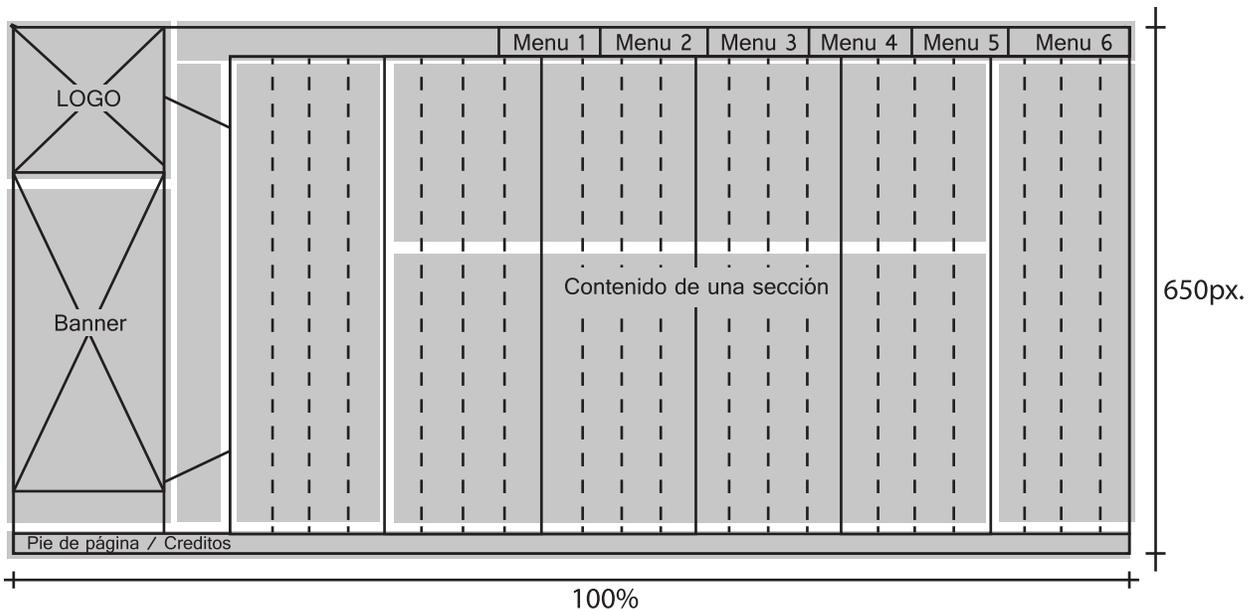


4.4.4. Retícula

Se ha utilizado una retícula jerárquica, esta unifica los diferentes elementos dispares y crea una superestructura que se opone a los elementos orgánicos situados en el formato sencillo, además

hace nuevas disposiciones visuales ya que éstos se muestran en grupo. Este modelo de retícula beneficia en el sentido de claridad, eficacia, economía y continuidad. Aporta un orden sistema-

tizado, distinguiendo los diversos tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido.



CAPÍTULO IV

4.4.5. Otros aspectos técnicos

Tecnología utilizada

WordPress lo hace todo mucho más sencillo. Es casi como utilizar Microsoft Word. El Content Management System (CMS) o manejo de contenido es 5 veces más sencillo que cualquier otro gestor de contenido, llegando incluso a poder afirmar que cualquier persona, sin ninguna noción de informática ni programación web, podrá usar WordPress de manera sencilla.

Los sitios creados con WordPress son accesibles, construídas con simples y atractivas tecnologías, las web creadas con WordPress son súper accesibles, es decir, que gracias a que se crean principalmente utilizando los códigos HTML, PHP y CSS, la página web podrá ser vista desde iPhones, BlackBerrys, Android, iPads, etc.



The image shows a screenshot of the WordPress login interface. At the top left is the WordPress logo, a circular emblem with a stylized 'W'. To its right, the word 'WORDPRESS' is written in a blue, serif font. Below the logo and text is a white rectangular box containing the login form. Inside this box, there are two input fields: the first is labeled 'Username' and the second is labeled 'Password'. Below the password field is a checkbox labeled 'Remember Me'. To the right of the checkbox is a blue button with the text 'Log In' in white. Below the login box, there is a blue link that says 'Lost your password?' and another blue link that says '← Back to Qachuu Aloom'.



No se necesitan muchos conocimientos técnicos para su instalación, su actualización es sencilla, el panel de administración es muy amigable, cuenta con miles de desarrolladores de forma altruista mejorando el producto día a día, así como una multitud de plugin o extensiones que permiten instalar aplicaciones o realizar mejoras.

The screenshot displays the WordPress administration dashboard. On the left is a sidebar menu with categories like Pages, Comments, Appearance, Menus, Plugins, Users, Tools, and Settings. The 'Appearance' section is active, and the 'Menus' sub-section is selected. The main content area shows the 'Menu Structure' editor for a menu named 'Secciones'. It lists several menu items, including 'Nosotros', 'Historia', and a series of 'Año' items from 2002 to 2007, along with 'Misión, Visión y Valores' and '¿Quiénes somos?'. Each item has a 'Page' or 'sub item' label and a dropdown arrow. A 'Save Menu' button is visible at the top right of the editor.

CAPÍTULO IV

4.4.6 Secciones finales del sitio web

Home



Nosotros



Productos



Catálogo





Descargas



Galería



Blog

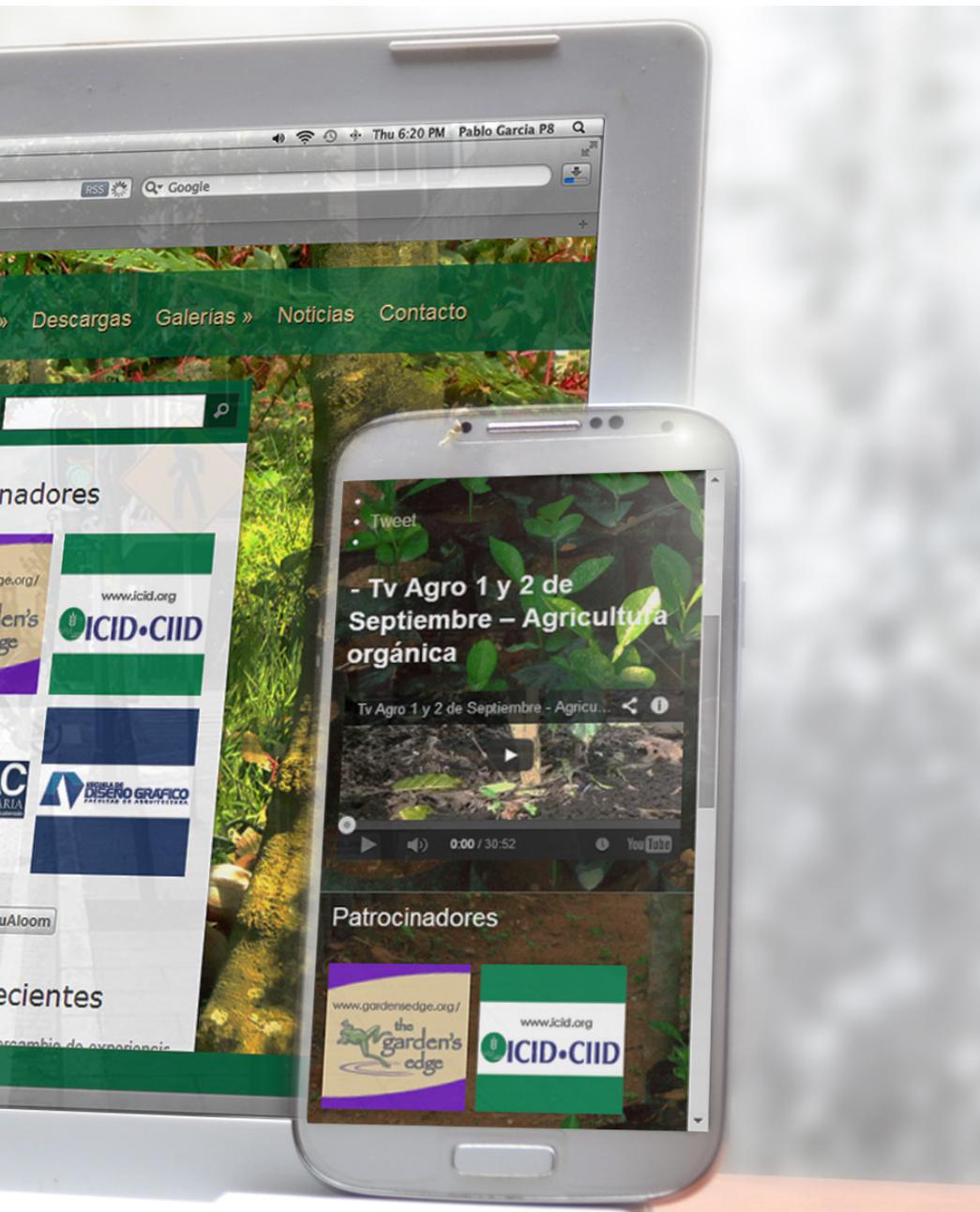


Contacto

CAPÍTULO IV

4.4.7 Presentación web y móvil (Diseño responsive)





El sitio web es un diseño responsive, esto quiere decir que sin importar las dimensiones de la pantalla, el sitio se despliega y se ajusta perfectamente a la misma. Esto es, que el sitio web creado, puede visualizarse en cualquier computadora de cualquier tamaño (desktops y lap-tops) así como celulares, tablets y otros gadgets.

Además, tener un diseño responsive ayuda al posicionamiento en buscadores. Según Sara Quezada, del *sitio maestros del web*: "tener una versión móvil de tu web es bueno, tener una responsive es aún mejor, sobre todo porque cuantos más dispositivos alcanzas a cubrir, más tráfico generará tu web. Buscadores como Google ya están priorizando en el ranking a las websites móviles en búsquedas móviles"

Fotografía por Angel García.

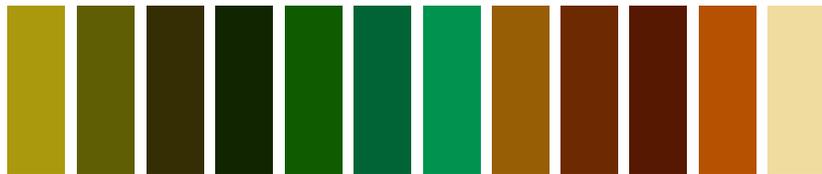
CAPÍTULO IV

4.4.8 Criterio final

Resumiendo, el sitio web utiliza los colores principales del logotipo de la organización y dominando los tonos en color verde, así como los derivados de la tonalidad original. Los textos tienen la tonalidad más clara del logotipo y también son utilizados en blanco, existiendo un alto contraste y su fácil lectura, las imágenes utilizadas son originales de la organización.



En la siguiente imagen se muestran la paleta de colores que predominan en la sección de "Nosotros"



Por último, cabe mencionar que el diseño pasó por diferentes revisiones, pero principalmente, el cliente calificó como buena la opción de utilizar el verde de la organización. Además, el verde (Emerald 17-5641) es el color para el año 2013 indicado por PANTONE, compañía líder mundial en colores. Verde, sinónimo de bienestar, vida sana, salud, progreso, evolución y felicidad.

Conclusiones

Con toda la información recolectada en el proceso de realización del proyecto, comentarios, sugerencias, cambios obligados, entre otros, luego de pasar por varios procesos de validaciones, asesorías, consultas y retroalimentación solicitada a todas las personas que son descritas en las páginas anteriores, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. La estrategia de comunicación, desarrollada con el soporte de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, hacia la organización, ha logrado sensibilizar a gran parte del grupo objetivo y esto quedó

demostrado en el grupo focal que se realizó en días anteriores con profesionales, donde los asistentes mostraron gran interés en los proyectos que promueven el tratamiento de los suelos y la producción de semillas en la localidad de Rabinal, en Baja Verapaz.

2. Se ha logrado que personas de diversos sectores se interesen por apoyar los programas que tiene a su cargo la institución, como biólogos e ingenieros con especialidad en alimentos y agronomía.

3. El optimizar el uso de las redes sociales adecuadas, como un canal de comunicación más

directa, fue bajando de interés a medida que el proyecto fue tomando más protagonismo, es decir, el uso de las redes sociales servirá para conectarse con el sitio web y no el sitio web para conectar con los perfiles de la organización, posicionados en internet.

4. La construcción del sitio web, según comentarios de los presentes en el grupo focal, facilita la información necesaria para promover tanto a la institución, como sus proyectos y programas que tienen a su cargo, esto expone a la organización local e internacionalmente, atrayendo más inversión o participantes.

Lecciones aprendidas

Se tenía poca experiencia o conocimiento sobre la temática del proyecto, se desconocía casi por completo el tema sobre la conservación de los suelos, sin embargo existía cierto conocimiento previo sobre el mejoramiento de las semillas.

Con el transcurrir del tiempo se adquirió material didáctico que ayudó a reforzar los conocimientos sobre la temática, el tener mayor información cambió un poco el punto de vista con el que se estaba trabajando el proyecto. Investigar por cuenta propia mejora el rendimiento del estudiante y tiene más fundamentos para sus propuestas.

Se aconseja que antes de iniciar un proyecto se tenga el mayor conoci-

miento posible de la temática con la que se quiere trabajar, para evitar contratiempos y agilizar los tiempos.

El diseño gráfico es la actividad también que engloba creatividad innata con conocimientos adquiridos, es comunicar, transmitir información, así como graficar mensajes. Pero el diseño gráfico, no siempre tiene que ser estático, puede ser animado y éste se llama multimedia.

El estudiante de diseño gráfico tiene la obligación de no estancarse únicamente en lo estático, debe investigar y practicar más en otras ramas de la profesión que ha elegido.

Recomendaciones

Se recomienda a la organización los siguientes puntos:

Actualizar periódicamente el sitio web, para estar al día con las actividades que se realicen y que estas puedan ser expuestas al grupo objetivo, con esto se logrará que el público se de por enterado del acontecer dentro, como fuera de la región.

Hacer uso constante de los perfiles en redes sociales específicas, una parte del grupo objetivo utiliza mucho estos medios y es un canal más directo de interacción con ellos.

Revisar el **manual de usuario** cuando se considere oportuno realizar cualquier tipo de actualización, modificación, edición o eliminación en la información del sitio web. (Ver Anexo 7)

Y por último, distribuir el material proporcionado para posicionarse dentro del grupo objetivo, hacer presencia en eventos donde se hagan presentes los potenciales patrocinadores.

Lineamientos para la puesta en práctica

Raúl Zambrano (2013) menciona que “Facebook y Twitter han tenido un impacto social importante que ha revolucionado el intercambio de la información alrededor del mundo (...) generándose una red social de

agrupaciones y comunidades internacionales virtuales de creciente evolución”.

La estrategia de comunicación, prevé la creación y optimización del sitio web como inicio para la promoción de la organización, por medio de la producción y realización de contenidos gráficos (Temas, discusiones, avisos, anuncios, imágenes, fotografías, etc.) también un plan de activación y participación en las redes sociales seleccionadas para el efecto. (Facebook y Twitter)

lidad social y sobre todo de compromiso con sus participantes. Principalmente, fortalecer en el sector de la promoción, difusión y propagación de los valores, proyectos y los avances de la organización a nivel regional.

Compartir toda información importante, como experiencias, historia breve, promover debates locales o regionales, temas relacionados a las actividades de la organización utilizando como base, la participación en publicaciones y otros encuentros sociales.



Promocionando los productos y servicios de la organización, como también los eventos próximos de participación, seminarios, capacitaciones y charlas, entre otros, posicionándose dentro del grupo objetivo.

Transmitir una imagen amigable, de responsabi-

Incrementar la cantidad de participantes y de seguidores activos, elevar el intercambio de información relevante por medio de más publicaciones y mensajes transmitidos. Despertar el interés en el grupo objetivo, difundiendo mayormente, temas de responsabilidad y compromiso social.

“Las redes sociales no fueron creadas para vender” Óscar Del Santo (2011) El uso de las redes sociales para esta estrategia, se basa principalmente, en generar expectación e informar respecto a los temas de interés hacia el grupo objetivo. En el análisis del perfil del grupo objetivo (páginas 21 y 22) se detectó a Facebook y Twitter como dos de las redes sociales más utilizadas y frecuentadas, por lo tanto, no es necesario crear perfiles o páginas por todas las redes sociales existentes.

Al tener perfiles en muchas redes sociales, se corre el riesgo de descontinuar la publicación de contenidos, perjudicando la imagen de la organización y disminuyendo (o hasta cortando) relaciones comerciales y personales.

Activación de los perfiles en redes sociales:

1. Crear y personalizar perfiles en las redes sociales seleccionadas. (Logotipo, imágenes, fotografías, colores y más)
2. Publicaciones. Una vez se tienen personalizados los perfiles y son fáciles de ubicar y reconocer, iniciar con publicaciones con los perfiles antes descritos, no decaer si al inicio no se tiene respuesta, si no se consiguen seguidores o fans, lo importante es que, si ya se inició la publicación de información, no detenerse, poner una meta de “X”

cantidad de publicaciones diarias.

3. Como información adicional, cabe destacar que: en las publicaciones, se aconseja SIEMPRE colocar un texto titular no mayor a 15 palabras ni menor a 5 palabras.

Graficar las publicaciones con fotografías o imágenes relacionadas al tema en cuestión.

Colocar el link que redireccionará a los usuarios hacia el destino donde se encuentra más información, en este caso hacia el sitio web de la organización.

Crear un HashTag o etiquetas por medio del símbolo # para identificar temas en específico o clasificar la información que se transmite. (Ej. #QachuuAloomNutricion, #CursosQachuuAloom, #YoEstoyConQachuuAloom, entre muchos más)

El sitio web ya cuenta con las herramientas necesarias para compartir la información publicada en la misma, por diversas redes sociales, por lo cual, lo convierte en un canal de comunicación bi-direccional, por consiguiente se crean contenidos de mucho interés que atraiga al grupo objetivo y obtener buenos resultados.

A continuación, se muestran el ciclo de la estrategia de comunicación, como determinada publicación en los perfiles sociales puede trasladar al usuario hacia el sitio web y como estando presente en el sitio web, puede distribuir la información útil que encontró hacia su red de seguidores y con esto, aumentar la cantidad de usuarios activos en las publicaciones de la organización.



Qachuu Aloom @QachuuAloom · 12 min
#EncuentroAgroecologica "Socialización de experiencias de Qachuu Aloom" pic.twitter.com/FFVU0V26U | Ver más en qa.org.gt/blog...



RETWEETEO 11 FAVORITOS 18

1:04 · 26 de jan. de 2014 · Detalles

Responder a @QachuuAloom

Qachuu Aloom "Madre Tierra" · 19 min ·

#QachuuAloominforma
¿interesado en los productos de la Asociación Qachuu Aloom?
Para quienes estén interesados en los productos de la Asociación Qachuu Aloom los pueden encontrar en la siguiente dirección:
- Rabinal: Tienda "La Semilla", 2da. calle 2-56, zona 2.
#Telefonos 7938-8384 #Correo semillasqa@yahoo.com

Más información en <http://qa.org.gt/productos/productos-naturales/>



Me gusta · Comentar · Compartir 3347 53 266




Aquí se muestran unos claros ejemplos de una buena y una mala publicación en las redes sociales.

Qachuu Aloom @QachuuAloom

Socialización de experiencias de Qachuu Aloom a cerca del rescate y conservacion de semillas criollas y nativas en el Encuentro Agroecologica.

Responder · Eliminar · Favorito · Más

22:27 - 13 de jun. de 2014

Responder a @QachuuAloom

Qachuu Aloom "Madre Tierra" · 24 min · Ciudad de Guatemala ·

Para quienes estén interesados en los productos de la Asociación Qachuu Aloom pedir más información por inbox. 😊

Me gusta · Comentar

Escribe un comentario...




Presupuesto del proyecto

A continuación se desglosan los siguientes costos.

■ Servicio de Hosting (Plan Básico) por 1 año, incluye	
- 1 Alojamiento de dominio	
- 50 cuentas de correo	
- Transferencia ilimitada de datos	
- Almacenamiento de datos de 150Gb	Q 1,899.00
■ Compra de dominio para el sitio web (qa.org.gt) por 2 años.	Q 250.00
■ Diseño de sitio web, (Autoadministrable) incluye	
- Retoque digital de fotografías (10 máx.)	
- Redacción de información	
- Creación de perfiles en redes sociales (2 máx.)	
- Edición de imágenes a utilizar en perfiles de redes sociales (3 máx. por perfil)	
- Diseño de iconografía	
- Programación del sitio web en WordPress	Q 8,799.00
■ Manual del usuario	
- Diseño y diagramación	
- Impresión	Q 91.00
■ Programación de sitio web, incluye	
- Lenguajes CSS, HTML, PHP, JavaScript.	Q 4,230.00
■ Gastos adicionales	
- Protección de privacidad del dominio	Q 120.00
- Protección del sitio web anti-spam y malware	Q 150.00
- BackUp diario del sitio web en la nube	Q 150.00
- SEO, visibilidad en los motores de búsqueda	Q 150.00
- Impuesto al valor agregado	Q 2,160.00

TOTAL Q17,999.00

*El costo total del proyecto, es un aporte de la Escuela de Diseño Gráfico a través del **Ejercicio Profesional Supervisado**.

**Presupuesto basado en casos reales de empresas o personas especializados en diseño web, a quienes se les solicitó información de costos, con las especificaciones puntuales de este proyecto. (Ver anexos 8, 9 y 10)

Bibliografía

- Banco Mundial (2007) World development report 2008: Agriculture for development (versión electrónica) Washington. Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de <http://go.worldbank.org/6K09CXGFK0>
- Barroeta, P. (2004) Publicidad Inteligente. [Versión electrónica] Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de <http://www.freelibros.com/disenio-grafico/Publicidad-Inteligente-1-edicion.html>
- Bouzá, G. (1997) El guión multimedia [Versión electrónica] Recuperado 18 de octubre de 2013 de <http://books.google.com.gt/books?id=7clkY1ZbgWIC&pg=PA25&dq=dise%C3%B1o+multimedia&hl=es&sa=X&ei=XdALUpDqDYWM2gXL8oCABQ&ved=0CFYQ6AEwCQ#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20multimedia&f=false>
- Calder, I. (2000) Land use impact on water resources. Ponencia presentada en el Taller Electrónico Land-water linkages in rural watersheds, Roma. Recuperado con fecha 18 de octubre de 2013 de http://www.cluwr.ncl.ac.uk/related_documents/camp/calder.pdf
- Carrazón, J. (2008) Manejo sostenible de tierras y mejoras en la producción de maíz y frijol en las poblaciones vulnerables de los Programas PESA de Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador. Recuperado con fecha 10 de septiembre de 2013 de <http://www.pesacentroamerica.org/biblioteca/saf.pdf>

- Escalante, M. (2012) Rabinal Baja Verapaz, Guatemala C.A. Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de http://www.pbase.com/m_escalante_herrera/rabinal

- Fa, O. (2002) El estado mundial de la agricultura y la alimentación 2002, Roma. Recuperado con fecha 5 de septiembre de 2013 de <http://www.fao.org/docrep/004/y6000s/y6000s00.html>

- Fernández, L. (2005) El sistema agroforestal Quesungual: Una opción para el manejo de suelos en zonas secas de ladera. Guatemala. Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de <http://www.pesacentroamerica.org/biblioteca/doc-hon-feb/Quesungual.pdf>

- Frers, C. (2012) Los problemas de degradar el suelo, La Erosión, Contaminación, Desertificación, Pérdida de fertilidad por monocultivo y salinización, Urbanización y Compactación. Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de <http://www.ecojoven.com/cinco/07/suelo.html>

- Jara, L. (2003) Recolección y manejo de semillas forestales antes del procesamiento [Programa de investigaciones, proyecto de semillas forestales - PROSEFOR] Recuperado 18 de octubre de 2013 de <http://books.google.com.gt/books?id=cpYOAQAIAAJ&printsec=frontcover&dq=semillas&hl=es&sa=X&ei=ju8LUrvqHqqF2AWGrIHICA&ved=0CD0Q6AEwAw#v=onepage&q=semillas&f=false>

- Klein, N. (1999) No Logo, El poder de las marcas [Versión electrónica] Recuperado con fecha 10 de septiembre de 2013 de <http://books.google.com.gt/books?id=WUFEAi8op0C&printsec=frontcover&dq=no+logo&hl=es&sa=X&ei=u0gpUv3dLZHS9QsgwIDwBg&ved=0CDEQ6AEwAA#v=onepage&q=no%20logo&f=false>

- Kotler, P. (1ra. edición). (2005). Las preguntas más frecuentes sobre el marketing. Bogotá (Colombia): Editorial Buena Semilla.

- Pascual, J. (2007) Grafismo multimedia [Versión electrónica] Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de <http://books.google.com.gt/books?id=hGTy0RXRuGsC&printsec=frontcover&dq=dise%C3%B1o+multimedia&hl=es&sa=X&ei=XdALUpDqDYWM2gXL8oCABQ&ved=0CDEQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false>

- Soria, R. (2002) Protección del suelo y el desarrollo sostenible [Seminario Europeo sobre Protección del suelo y desarrollo sostenible] Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de <http://books.google.com.gt/books?id=ACfeIJyxn0UC&printsec=frontcover&dq=protecci%C3%B3n+de+los+suelos&hl=es&sa=X&ei=SYLUr7PKurQ2QWoy4EQ&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=protecci%C3%B3n%20de%20los%20suelos&f=false>

- Taylor y Frascara (2004) Diseño gráfico para la gente [Comunicación de masa y un cambio social]
Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de <http://books.google.com.gt/books?id=hGTy0R XRuGsC&printsec=frontcover&dq=dise%C3%B1o+multimedia&hl=es&sa=X&ei=XdALUpDqDYWM2gXL8oCABQ&ved=0CDEQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false>

- Vernooy. R. (2003) Recolección y manejo de semillas forestales antes del procesamiento [Programa de investigaciones, proyecto de semillas forestales - PROSEFOR]
Recuperado con fecha 6 de noviembre de 2013 de http://books.google.com.gt/books?id=JnBWUh78DxEC&printsec=frontcover&dq=Mejoramiento+de+semillas&hl=es&sa=X&ei=Qe0LUo_8NoSG2gWU2ICoAg&ved=0CDgQ6AEwAw#v=onepage&q=Mejoramiento%20de%20semillas&f=false

Glosario

Amaranto. El Amaranto es una planta de cultivo anual que puede alcanzar de 0.5 a 3 metros de altura; posee hojas anchas y abundantes de color brillante, espigas y flores púrpuras, naranjas, rojas y doradas. Esta es una planta dicotiledónea. Las ramas de forma cilíndrica, pueden empezar tan abajo como la base de la planta dependiendo de la variedad de ésta.

Base de datos. Es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso. En este sentido; una biblioteca puede considerarse una base de datos compuesta en su mayoría por documentos y textos impresos en papel indexados para su consulta. También son ampliamente usadas como entornos científicos con el objeto de almacenar la información.

Content Management System (CMS). Se traduce directamente al español como Sistema Gestor de Contenidos. Como su propio nombre indica, es un sistema que nos permite gestionar contenidos. En líneas generales, un CMS permitiría administrar contenidos en un medio digital y para el caso particular que nos ocupa, un CMS permitiría gestionar los contenidos de una web.

CSS. Las hojas de estilo en cascada o (Cascading Style Sheets, o sus siglas CSS) hacen referencia a un lenguaje de hojas de estilos usado para describir la presentación semántica (el aspecto y formato) de un documento escrito en lenguaje de marcas. Su aplicación más común es dar estilo a páginas webs escritas en lenguaje HTML y XHTML, pero también puede ser aplicado a cualquier tipo de documentos XML.

Degradación. Es la suma de procesos que deterioran el medio ambiente. Muchas de las cosas que hacemos provocan la degradación ambiental: la quema de combustibles fósiles, el arrojo de residuos en fuentes potables de agua, o aire, la pesca, caza o tala indiscriminada, etc. El problema de la degradación ambiental, es que al destruir la belleza de la naturaleza y los recursos que ésta nos proporciona.

Dominio. Un dominio es una red de identificación que se asocia a un grupo de dispositivos conectados a una red de Internet. El propósito de los dominios es traducir las direcciones IP de cada nodo activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar. Esta abstracción hace posible que cualquier servicio (de red) pueda moverse de un lugar geográfico a otro en la red Internet.

Focus Group. Es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por los investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema.

Genocidio. Es un delito internacional que comprende cualquiera de los actos perpetrados con la intención de destruir, total o parcialmente, a un grupo nacional, étnico, racial o religioso como tal; estos actos comprenden la matanza y lesión grave a la integridad física o mental de los miembros del grupo, sometimiento intencional del grupo a condiciones de existencia que hayan de acarrear su destrucción física, total o parcial.

Híbrido. Es el organismo vivo animal o vegetal procedente del cruce de dos organismos de razas, especies o subespecies distintas, o de alguna o más cualidades diferentes. Muchos de los híbridos generados entre especies diferentes nacen estériles. Genéticamente los híbridos son organismos heterocigotos por poseer genes para rasgos distintos.

Hosting. Es el servicio que provee el espacio en Internet para los sitios web. Éstos servicios funcionan ofreciendote computadoras de grandes prestaciones (servidores web), utilizando conexiones de alta velocidad además de muchas otras prestaciones. Cuando alguien escribe tu dirección web (como por ejemplo www.midominio.com), ellos se conectarán al servidor web donde esté alojado tu página y descargarán los archivos de tu sitio.

Iconografía. Es la descripción del tema o asunto representado en las imágenes artísticas, así como de su simbología y los atributos que identifican a los personajes representados. El término está construido por las raíces griegas (eikón, imagen) y también (grapheîn, escribir). Aunque el DRAE recoge la existencia de la palabra latina iconographia proveniente de la griega *εικονογραφία*, los mismos no podían tener el sentido con el que se usa.

Insight. Son los aspectos ocultos de la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores que generan oportunidades de nuevos productos, estrategias y comunicación accionable para las empresas (una revelación o talves descubrimiento). Los insights surgen luego de una indagación a profundidad de los aspectos ocultos, o inconfesables del consumidor.

Interactividad. Sistemas que se emplean en la actualidad donde mediante diversos elementos, se permite la buena interacción del usuario con los contenidos de manera diferente, haciendo referencia a la evolución que los sistemas multimedia han sufrido con el paso de los años.

Joomla. Es un Sistema de gestión de contenidos (en inglés Content Management System, o CMS). Permite crear y modificar contenido de un sitio web de manera sencilla a través de un Panel de Administración. Es un software de código abierto, desarrollado en PHP. Este es un administrador de contenidos que puede utilizarse en una PC local, en una Intranet o a través de Internet y requiere para su funcionamiento una base de datos creada con un gestor MySQL, así como de un servidor HTTP Apache.

Layout. Es el esquema de distribución de los elementos dentro un diseño. Es habitual que un diseñador que se dedica a la creación de páginas web desarrolle un layout y se lo presente a su cliente para que éste lo apruebe y decida sobre la distribución de los contenidos. una especie de plantilla que presenta tablas. La idea es que, a partir del layout, la página web comience a desarrollarse con sus contenidos específicos.

Microflora. Tienen la tarea más importante en la construcción del suelo, por medio de la desintegración de rocas, en la construcción de suelos fértiles. Tiene una estrecha relación con el desarrollo de la producción agrícola y en el centenario de años de su existencia, ayuda a resolver muchos problemas, con la conservación e incremento de la fertilidad de los suelos.

Microfauna. Se compone de varios insectos. De toda ella, al menos se conocen unos 40 pequeños organismos, ácaros e insectos de distintos tipos que también conviven en la colmena con las abejas. Así llegamos a interesarnos en las relaciones entre las diferentes formas de vida, en particular de la microfauna.

Multimedia. Consiste en el uso de diversos tipos de medios para transmitir, administrar o presentar información. Estos medios pueden ser texto, gráficas, audio y video, animaciones, entre otros. Cuando se usa el término en el ámbito de la computación, nos referimos al uso de software y hardware para almacenar y presentar los contenidos, generalmente usando la combinación de texto, fotografías e ilustraciones, videos y audio, los cuales pueden ser en versiones 2D como en 3D.

Racional. Es una hipótesis, un supuesto, una conjetura, una suposición, sí, porque querer adivinar los procesos mentales de cualquier persona es un atrevimiento que ni los lingüistas cometen con la certidumbre del publicista. Todo lo racional es frío, calculador y cae en los terrenos de la lógica, que es mecánica o una especie de álgebra o gramática. Es palabra, argumento y propuesta.

Sedimentación. Es el proceso por el cual el sedimento en movimiento se deposita. Un tipo común ocurre cuando el material sólido, transportado por una fuerte corriente de agua, se deposita en el fondo de cualquier río, embalse, o dispositivo construido especialmente para tal fin. Todas las corrientes de agua, caracterizadas por su caudal, tirante de agua, velocidad y forma de la sección tiene una capacidad de transportar material sólido en suspensión y otras moléculas en disolución.

Servidor. Un servidor web o es un programa informático que procesa una aplicación del lado del servidor, realizando conexiones bidireccionales o unidireccionales y síncronas o asíncronas con el cliente y generando o cediendo una respuesta en cualquier lenguaje o aplicación del lado del cliente. El código recibido por el cliente suele ser compilado y ejecutado por un navegador web. Para la transmisión de todos estos datos suele utilizarse algún protocolo.

Zona Rural. Una comunidad es rural cuando por su oferta de recursos naturales, sus habitantes logran desarrollar un sentido de pertenencia al territorio tal que se disponen a construir sociedad en base a esos recursos. Es equivalente a los usos habituales de los términos “campo” y “agro”. No debe confundirse lo agrario con lo agrícola, pues mientras lo primero incluye la totalidad de lo rural, lo segundo se limita a la agricultura.

Zona Urbana. La definición de espacio urbano (o, también, medio urbano, área urbana, centro urbano o núcleo urbano) resulta tan difícil como la de espacio rural (o la del espacio periurbano, que comprende el espacio entre los dos últimos), sobre todo tras los últimos modelos de crecimiento urbano. Rasgos característicos del espacio urbano son su mayor población, su alta densidad de población, su extensión y su mayor dotación de todo tipo de infraestructuras; pero sobre todo la particularidad de las funciones urbanas, especialmente las económicas, concentrándose la actividad y el empleo en los sectores secundario y terciario, siendo insignificante el primario.

ANEXOS

Opción 2 - Menú lateral (común)

CRITERIOS A EVALUAR	BUENO	REGULAR	MALO
Pertinencia			
Legibilidad			
Composición			
Estilización			
Uso del color			
Tipografía			
Identidad Visual			
Manejo de imágenes			
Iconografía			
Claridad del mensaje			
Funcionalidad			
Interactividad			
Uso de herramientas multimedia			

*N/A (No aplica)

OBSERVACIONES

REVISADO POR

FECHA

- 1- Guía de evaluación del bocetaje.





Proyecto de Graduación - Noviembre, 2013

Propuesta, sitio web para la organización Qachuu Aloom, de Rabinal, Baja Verapaz.
 Objetivo de la propuesta, desarrollar una estrategia de comunicación que integre medios virtuales para sensibilizar a los sectores político y social, acerca del tratamiento del suelo y producción de semillas en la comunidad de Rabinal, Baja Verapaz.

	Pregunta	Respuesta	Gestos
Atracción (impacto)	¿Recuerda otras páginas que se parezcan a la bropuesta presentada?		
Aceptación	¿Por cuál razón, usted realizaría alguna corrección al diseño del sitio?		
Involucramiento y persuasión	¿Qué sección del sitio web recuerda más? (Ej: galerías, productos, etc.)		
Atracción (impacto)	¿Por cuál motivo involucraría a otros proyectos de la organización?		
Comprensión	¿Qué mensaje considera que se quiere transmitir?		
Atracción (impacto)	¿Qué le llamó más la atención del sitio web?		

2- Guía utilizada durante el focus group, para tomar nota de los comentarios de los asistentes.

USAC
TRICENTENARIA

Focus Group
Listado de participantes

No.	Nombre	Firma
1.	Saul Guerra	
2.	Liza Ixcot Y	
3.	Silko Ullatons	
4.	ANITA RIVERA	
5.	Julio Esteban	
6.	Sandra G. Herrera Ruiz	
7.	Sonia García Pérez	
8.	Juanquino Salazar	
9.	Roberto Herrera	
10.	Luzba Cabrera	
11.	Jorge Tello	
12.		
13.		
14.		
15.		
16.		
17.		
18.		
19.		

- 3- Listado de las personas que se hicieron presentes al focus group.

ARQUITECTURA
Diseño Gráfico

USAC
TRICENTENARIA
Universidad del San Carlos de Guatemala

Recopilación de datos

Tiempo	Qué hay en pantalla	Gestos no verbales	Verbales
	Interfase de inicio, la bienvenida al usuario.		
	Interfase de la sección de nosotros (historia, misión, visión, valores, ¿quiénes somos?)		
	Interfase de la sección de productos (catálogo de productos, banco de semillas)		
	Interfase de la sección de descargas.		

4- Guía utilizada para recopilación de datos importantes en el focus group.

USAC
TRICENTENARIA
Universidad del Estado del Ecuador

RQUITECTURA
Diseño Gráfico

Recopilación de datos

Tempo	Qué hay en pantalla	Gestos no verbales	Verbales
	Interfase de la sección de noticias (blog)	1 persona acaricia la cabeza 1 persona torcendose los dientes	Serios
	Interfase de la sección de contacto (Datos de la organización, formulario de contacto)	Formulario 1 persona cruza los brazos	
	Fin	- Persona ubanda la mano para presionar. - Persona se vasa la cara Felicita por la suia basica y pacifica	pregunta- como Roguoso al albur - pregunta como mantener la pagina

mapa este bien
 por que se encuentra la vision y mision
 pregunta por el texto esta con mayusculas y minusculas
 ampliar tamaño de letra
 fotografía
 quitar las
 contrasto a los objetivos

5- Tabla de observación, respuestas surgidas en el focus group.



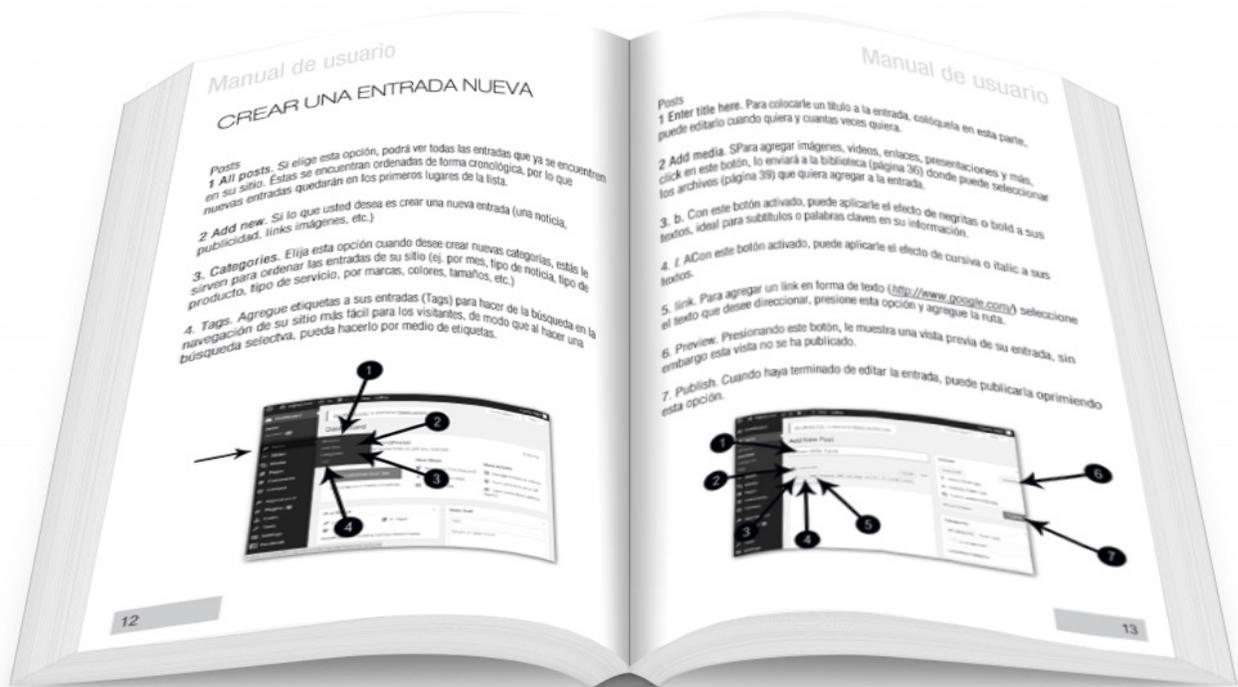


Proyecto de Graduación - Noviembre, 2013
 Propuesta, sitio web para la organización Qachuu Aloom, de Rabinal, Baja Verapaz.
 Objetivo de la propuesta, desarrollar una estrategia de comunicación que integre medios virtuales para sensibilizar a los sectores político y social, acerca del tratamiento del suelo y producción de semillas en la comunidad de Rabinal, Baja Verapaz.

	Pregunta	Respuesta	Gestos
Comprensión	¿Qué piensa acerca del sitio web?	<ul style="list-style-type: none"> - atractivo - vistoso - da contexto 	Acienta rubor?
	¿Qué mensaje considera que se quiere transmitir?	<ul style="list-style-type: none"> - no tiene una imagen específica. - resaltar en el dialecto 	
Atracción (Impacto)	¿Qué le llamó más la atención del sitio web?	<ul style="list-style-type: none"> - Muy bien ilustrada - le gusta el catálogo de Flip Page. - sugerencia de no lo entiendo al inicio - le gusta la parte de redes sociales 	

- No tiene el impacto que se quiere alcanzar por no tener algún mensaje para empresarios (fotos buenas)

6-
Tabla de observación, respuestas surgidas en el focus group.



7-

Vista del manual de usuario, para el correcto funcionamiento del sitio web.

Luis Barrera {  }

3127-7392 / 4229-5847
autonomodeguate@gmail.com

Angel García

Gusto de saludarle, a continuación le describo a detalle lo que incluiría el servicio de diseño de pagina web autoadministrable con imagenes FullScreen.

Le pongo a su disposición 2 tipos de CMS recomendandole de mi parte que es un CMS mucho más seguro y le da más libertad en cuanto a la administración. Drupal ya

Wordpress es un buen CMS pero daría problemas a la hora de administrar las imagenes en FullScreen ya que se tendrían que estar actualizando por medio del FTP.

Sitio Web

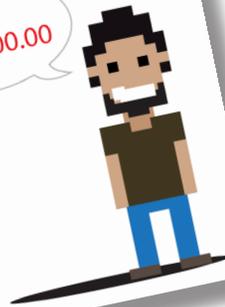
Incluye

- Diseño del Sitio - UI UX
- Retoque de Imágenes
- Maquetación HTML5 y CSS3
- Desarrollo del CMS (WordPress o Drupal)
- 6 Páginas Internas
- 1 Formulario de Contacto
- Sección de Blog
- Optimización SEO para motores de búsqueda
- Optimización de Carga WPO (Web Performance Optimization)
- Responsive Design (adaptable a dispositivos móviles)
- Sorte para navegadores Actualizados (no IE7)
- Manual de uso del CMS
- BackUp del Sitio y Base de Datos
- 1 Hora de soporte Online al mes por 3 meses

- * Para conversión se maneja cambio del día en Banco Industrial
- * Forma de Pago 50% Anticipo, 50% Contra Entrega (Cheque)
- * No incluye hosting ni dominio
- * Tiempo de entrega 3 Semanas (Teniendo todo el contenido a incluir disponible)

Si desea conocer mi trabajo la invito a visitar mi portafolio en este enlace [behance.net/autonomodeguate](https://www.behance.net/autonomodeguate)

Costo
US\$ 1,900.00



8- Presupuesto solicitado a Luis Barrera. (autónomo de guate)

Tel.: +502 22.42.66.12
Movil: +502 58.81.57.11
E-mail: arte@maximusc7.com
Website: www.maximusc7.com



www.maximusc7.com
 EL PODER DE CREAR

Cotización
Nº.00321
 Fecha: 11.04.2014

A:
Angel García

Según su requerimiento se extiende la siguiente cotización:

Cantidad	Descripción	En Quetzales
1	Diseño y Maquetación HTML 5 + CSS 3 (100% a medida) Especificaciones: • Diseño de sitio web de 6 secciones. • Programación HTML5+CSS3 de 6 secciones. • Javascript y/o JQuery • Favicon • Formulario de contacto. • Fondo de fotografías a full screen. • Sitio web adaptable a tablets y teléfonos inteligentes.	
1	Sitio web con CMS / Sistema de Gestión de Contenidos PROPIO adaptable a necesidades Especificaciones: • Instalación, configuración de sistema para gestión de contenidos • Implementación del diseño creado a los módulos y funciones del sistema.	
	Extras adicionales y gratuitos. Especificaciones: • Integración a google analytics. • Integración google maps. • Integración Botón like facebook. • SEO básico, para posicionamiento en google.	
Subtotal		17,700
IVA (0%)		0
TOTAL		17,700

Notas importantes: Erwin Córdón / Web Master and Graphic Designer
 >> LA PRESENTE COTIZACIÓN TIENE VIGENCIA DE 30 DIAS

Aprobación _____
Fecha: / /
Firma. _____

9- Presupuesto solicitado a la empresa Maximusc7.



GRUPO BEGIN

Guatemala 12/04/2014

Angel García:

Cotización para diseño y desarrollo del sitio web www.clutches.com.gt**PLAN DISEÑO DE SITIO WEB.**

Sitio web/Responsive Design (adaptable a cualquier dispositivo)
 Página principal (Home)
 Formulario de contacto
 Páginas interiores
 Galería de imágenes
 No hay límites de fotografías
 Suite de Administración Web en línea, que le incluye:
 -Módulo de Estadísticas del sitio
 -Módulo de Administración Web (páginas y contenidos)
 -Módulo Usuarios Administradores
 -Módulo de Administración de Menús
 -Módulo de Administración de Imágenes y Archivos

Q.18,000.00

Q.18,000.00

Plan diseño de sitio web
 Capacitación para administrar la página
 Total web

Formas de pago
 *Pago contado
 **2 pagos

Q.18,000.00
 Q.9,000.00

* Puede realizar el pago total una vez sea aprobado el diseño del sitio web.
 ** Primer pago en aprobación del diseño y segundo pago al finalizar el sitio web.

Condiciones de Servicio

1. Presupuesto valido por 15 días a partir de la fecha de entrega.
2. Se requiere del 50% de valor al aprobar diseño de pagina web y 50% al entregarlo.
3. El incumplimiento del cliente al pago estipulado, dará derecho, sin ninguna responsabilidad, sin previo aviso a suspender la entrega.
4. Una ronda de cambios en diseño después de presentar propuesta, todos los cambios fuera de estos tienen costo adicional.

El tiempo de entrega para este material es de 15 días hábiles

Alejandro Villegas Pensamiento
 Director General
a.villegas@grupo-begin.com
 Móvil: +502 4065-1974

ACEPTACIÓN
 DEL CLIENTE

FIRMA _____

FECHA _____

10-

Presupuesto solicitado a Alejandro Villegas Pensamiento. (Grupo-Begin)



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Arquitecto
Carlos Valladares Cerezo
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el Proyecto de Graduación, previo a optar al Grado de Licenciado en Diseño Gráfico, Especialidad Informático Visual, Énfasis Multimedia; del estudiante **ÁNGEL EDUARDO GARCÍA ARCHILA**, carné **200719087**, titulado **“DESARROLLO DE SITIO WEB PARA LA CONCIENTIZACIÓN DEL TRATAMIENTO DEL SUELO Y PRODUCCIÓN DE SEMILLAS, EN LA COMUNIDAD DE RABINAL, BAJA VERAPAZ”**.

Dicho trabajo ha sido corregido en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los nueve días de septiembre de dos mil catorce.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

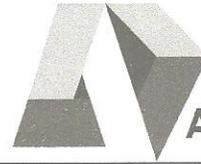
Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL. No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES


Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular No. de Personal 16861
Colegiado Activo 4,509



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Facultad de
Arquitectura

“Desarrollo de sitio web para la concientización del tratamiento del suelo y producción de semillas, en la comunidad de Rabinal, Baja Verapaz”

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several sharp, angular strokes.

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

A handwritten signature in black ink, featuring a large, flowing initial 'L' and 'E'.

Licda. Lourdes Eugenia Pérez Estrada
ASESOR

A handwritten signature in black ink, with a prominent initial 'A' and 'G'.

Angel Eduardo García Archila
SUSTENTANTE



En este informe, encontrará los avances y la culminación del Proyecto de Graduación, el mismo que consta de la creación de un portal web destinado a concientizar a los lectores sobre el deterioro de los suelos y su conservación, así como el mejoramiento de semillas criollas y nativas, en el municipio de Rabinal, en el departamento de Baja Verapaz.

El diseño gráfico puede llegar a ser una de las profesiones que menos se detiene a pensar el impacto que podría o no ocasionar en el sector social, claro está que a quien van dirigidos los mensajes es hacia una parte de la sociedad, pero no se piensa más a fondo en el impacto que éste ocasiona en las mismas y pocas veces se obtiene la retroalimentación necesaria para poder corregir posteriormente las falencias que podrían ser detectadas.