



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



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



DISEÑO DE MATERIAL MULTIMEDIA PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS Y BENEFICIOS QUE PRESTA LA COOPERATIVA NUEVO MUNDO R.L. A SUS ASOCIADOS.

San José Pinula, Guatemala.

“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”

Guatemala, febrero de 2015.



Nómina de Autoridades

Junta Directiva

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

Tribuna Examinadora

- ▶ **Decano** Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
- ▶ **Primer Asesor** Lic. Gustavo Jurado.
- ▶ **Segundo Asesor** Lic. Fernando Fuentes.
- ▶ **Tercer Asesor** Ing. Hugo Silvestre.
- ▶ **Secretario** Arq. Alejandro Muñoz Calderón

Contenido

▶ Agradecimientos	1
▶ Dedicatoria	3
▶ Capítulo I	5
1.1 Antecedentes	7
1.2 Definición del problema	8
1.3 Justificación	8
1.3.1 Magnitud	8
1.3.2 Trascendencia.....	9
1.3.3 Vulnerabilidad	9
1.3.4 Factibilidad.....	9
1.3.5 Efectividad	9
1.4 Objetivos	10
1.4.1 Objetivo General	10
1.4.2 Objetivo Específico	10
▶ Capítulo II	11
2.1 Perfil de la Organización.....	13
2.1.1 Datos Generales	13
2.1.2 Propósitos y actividades principales	13
2.1.3 Misión y Visión	13
2.1.3.1 Misión	13
2.1.3.2 Visión.....	13
2.1.4 Símbolos	14
2.1.4.1 Emblema	14
2.1.4.2 Bandera.....	14
2.1.5 Valores	14
2.1.6 Principios	14
2.1.7 FODA.....	15
2.1.7.1 Fortalezas.....	15
2.1.7.2 Oportunidades.....	15
2.1.7.3 Debilidades.....	16
2.1.7.4 Amenazas.....	16
2.2 Perfil del grupo Objetivo.....	17

2.2.1	Perfil demográfico	17
2.2.1.1	Ubicación Geográfica	17
2.2.1.2	Población.....	18
2.2.1.3	Concentraci3n y densidad.....	18
2.2.2	Perfil Socioecon3mico	18
2.2.2.1	Empleo y ocupaci3n	18
2.2.2.2	Producci3n agr3cola y pecuaria	18
2.2.2.3	Matriz de Potencial Productivo.....	20
2.2.2.3	Educaci3n.....	20
2.2.2.4	Nivel Socioecon3mico	20
2.2.3	Psico-gráfico	21
2.2.4	Perfil Conductal.....	21
2.2.5	Cultura Visual.....	21
2.2.5.1	C3digos Lingüísticos	21
2.2.5.2	C3digos Ic3nicos	21
2.2.5.3	C3digos cromáticos.....	21
▶	Capítulo III	23
3.1	Introducci3n	25
3.2	Antecedentes	25
3.3	Conceptos.....	25
3.3.1	Cooperativa.....	25
3.3.2	Informar.....	26
3.3.3	Comunicar.....	26
3.2.4	Diseño Gráfico	26
3.2.5	Medios de Comunicaci3n.....	27
3.2.6	Multimedia.....	27
3.2.7	Internet.....	28
3.2.8	Web.....	28
3.3	Concepto Creativo	29
3.3.1	Definici3n del concepto Creativo	29
3.3.2	T3cnicas para encontrar un Concepto Creativo.....	29
3.3.2.1	Brainstorming	29
3.3.2.2	Mapas Mentales	29
3.3.2.3	Relaciones Forzadas.....	30
3.3.2.4	Arte de Preguntar	30
3.3.2.5	Combinaci3n	30
3.3.3	Búsqueda del el Concepto creativo	31
3.3.3.1	Justificaci3n	31
3.4	Previsualizaci3n	32
▶	Capítulo IV	33

4.1	Página Web	35
4.1.1	Proceso de Bocetaje.....	35
4.1.2	Elementos Utilizados	37
4.1.2.1	Workflow.....	37
4.1.2.2	Maquetación.....	37
4.1.2.3	Fotografías	39
4.1.2.4	Iconografía	39
4.1.2.5	Manual Interactivo	39
4.1.2.6	Video Promocional	39
4.1.3	Código cromático	40
4.1.4	Propuesta Final.....	41
4.4	Primera Validación	42
4.4.1	Matriz de evaluación	42
4.5	Segunda Validación	43
4.6	Validación del grupo objetivo	44
4.7	Correcciones	44
▶	Propuesta Final	49
▶	Presupuesto	51
▶	Primera Cotización	52
▶	Segunda Cotización	54
▶	Lineamientos para la puesta en práctica	55
▶	Conclusión	57
▶	Bibliografía y fuentes consultadas	59
▶	Glosario	61



Agradecimientos

- ▶ A Dios, agradezco infinitamente por permitirme llegar a esta etapa.
- ▶ A mi familia, porque me han apoyado incondicionalmente.
- ▶ A Cooperativa Nuevo Mundo por brindarme la confianza para realizar este proyecto.
- ▶ A la Universidad de San Carlos de Guatemala, y a la Escuela de Diseño Gráfico, por formarme como profesional de calidad al servicio de Guatemala.
- ▶ A mis compañeros de estudio por su cariño y apoyo.



Dedicatoria

- ▶ A Dios, porque Él me ha brindado las fuerzas para seguir.
- ▶ A mi padre Miguel Morataya, a quien debo los resultados de su esfuerzo.
- ▶ A mi madre Isabel Chete, por acompañarme y estar a mi lado en cada momento de mi vida.
- ▶ A mis hermanos, Hector, Gustavo, Marisa, Mavet, Marielos, porque tenemos una meta en comun.
- ▶ A mis compañeros Paola, Ana Isabel, Luisa, Marco, David, por su apoyo y ayuda.



Introducción



1.1

Antecedentes

En el Documento Historia del Cooperativismo, basado directamente en la Cooperativa Nuevo Mundo, R.L. Altán (2000) Expresa como inició la Cooperativa de ahorro y crédito Nuevo Mundo R. L. 1963 Como una organización de ligas campesinas de 4 personas, a través del el señor José Mundo Álvarez, menciona que después del Terremoto del 4 de febrero 1976, los vecinos decidieron que únicamente organizados podrían conseguir ayuda, por lo cual se unieron a la organización más personas hasta llegar a un número de 36, personas que se unieron voluntariamente para formar esta organización. Su fin principal es contribuir al desarrollo socioeconómico de los asociados, convirtiéndose esta en una entidad sin fines de lucro y ayuda a la comunidad en diferentes aspectos.

En el Informe de la resolución VII de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se proclama el año 2012 año Internacional de las Cooperativas, con el fin de promover las cooperativas y fomentar la conciencia sobre su contribución al desarrollo económico y social.

En el informe de la resolución VII de la ONU, (2010) también se especifica que dicha resolución busca alentar a las personas que pertenecen a grupos vulnerables a que puedan participar plenamente y de forma voluntaria en las cooperativas. A su vez insta a los gobiernos y organismos especializados a prestar la debida atención al papel y a la contribución a las cooperativas.

Debido a la oportunidad generada por el año Internacional de las cooperativas, el gerente general de la Organización J. Santizo, (comunicación personal, 07 de agosto, 2012) nos indica que La Cooperativa Nuevo Mundo R. L. planteó un proyecto de reestructuración de operaciones la cual incluye una nueva imagen de la misma, nuevos servicios prestados, y un interés enfocado a la comunidad, sin embargo los recursos recibidos limitan la asignación de presupuesto a el área de material visual para la información de los asociados.

1.2

Definición del Problema

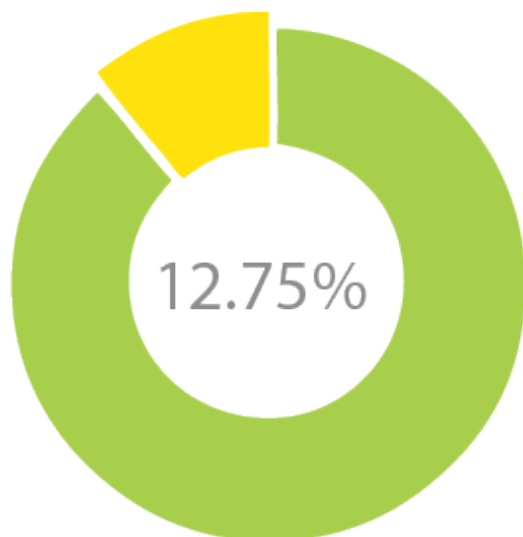
Según la información obtenida de J. Santizo, (comunicación personal, 07 de agosto, 2012) la Cooperativa Nuevo Mundo ha experimentado un descenso en la cantidad de personas que se asocian a la misma, ya que no están enteradas de los servicios y beneficios que presta la misma. De esta manera, la Cooperativa Nuevo Mundo, R.L. no cuenta con presupuesto para la creación de material multimedia informativo del funcionamiento de la misma y beneficios que presta a sus asociados.

1.3

Justificación

1.3.1 Magnitud

En el informe de la resolución VII de la ONU, (2010) proclama el año 2012 como el año Internacional del Cooperativismo, por la ONU, La cooperativa Nuevo Mundo R. L. Según J. Santizo, (comunicación personal, 07 de agosto, 2012) se planteó un proyecto de reestructuración de operaciones, a lo cual se han sumado nuevos servicios que presta la misma. Según datos obtenidos a través de entrevista directa la cooperativa en la cuenta con un total de 7,164 asociados de los cuales únicamente el 12.75% están informados de los servicios de la que ofrece la Cooperativa. Por lo cual estimamos que el problema afecta al rededor de seis mil doscientas cincuenta personas, siendo estas hombres y mujeres, habitantes del municipio de San José Pinula.



De el total de 7,164 asociados únicamente el 12.75% están informados de los servicios de la que ofrece la Cooperativa Nuevo Mundo R.L.

1.3.2 Trascendencia

Con la realización del un proyecto informativo visual se pretende crear un impacto en los asociados, que permita la fidelidad de los mismos y la asociación de nuevas personas a la Cooperativa Nuevo Mundo R. L. Al dar a conocer los nuevos servicios prestados por la organización se espera generar mayores ingresos y por lo tanto, mejores beneficios para la comunidad, de no llevarse a cabo el proyecto informativo, el descenso en la cantidad de asociados por falta de información continuaría, por lo cual disminuiría la cantidad y calidad de proyectos de ayuda a la comunidad por parte de la Cooperativa.

1.3.3 Vulnerabilidad

El problema planteado puede ser resuelto con la intervención del Profesional en Diseño Grafico, ya que este aportará los elementos necesarios gráficos y multimedia para iniciar la campaña informativa con el fin de llegar a los asociados de la cooperativa y hacerles saber los servicios y beneficios con que cuenta la Cooperativa Nuevo Mundo, R. L.

1.3.4 Factibilidad

La Cooperativa Nuevo Mundo tiene interés en informar a los asociados de los servicios y beneficios con que cuenta, y cuenta con los recursos técnicos necesarios para la realización del presente proyecto. Su implementación cuenta con el apoyo de medios de comunicación y difusión televisivos, host para página web y perfiles en redes sociales.

1.3.5 Efectividad

Utilizando los recursos disponibles, se puede crear una campaña informativa visual que permita lograr el objetivo de informar a los asociados de los servicios y beneficios que ofrece la Cooperativa Nuevo Mundo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar y elaborar los elementos gráficos para dar a conocer los nuevos servicios y beneficios con que cuenta la Cooperativa Nuevo Mundo.

1.4.2 Objetivo Específico

Diseñar material audiovisual para facilitar la Información de los servicios a los asociados de la Cooperativa Nuevo Mundo.

Lograr incrementar el número de asociados, a través de la utilización de material audiovisual para informar.



Perfil de la organización que
demanda el servicio y público
destinatario



2.1

Perfil de la organización

2.1.1 Datos Generales

Dirección: 2 av. 2-50 Zona 4 San José Pinula, 10-52
San José Pinula, Guatemala.
Teléfono: 6645 4545
Tipo de Institución: Cooperativa

J. Santizo, (comunicación personal, 07 de agosto, 2012)

2.1.2 Propósitos y actividades principales

Según J. Santizo, (comunicación personal, 07 de agosto, 2012) La Cooperativa Nuevo Mundo, R.L. es una institución sin fines de lucro, una organización cuya finalidad es contribuir al desarrollo socioeconómico de los asociados, y generar beneficios para la comunidad.

2.1.3 Misión y Visión

2.1.3.1 Misión

“Proporcionar un servicio eficaz y eficiente a nuestros Asociados en la gestión de oportunidades de ahorro, crédito y servicios integrales, de acuerdo con sus necesidades, fundamentados en la capacidad, responsabilidad y valores morales de nuestro equipo de trabajo”. J. Santizo, (comunicación personal, 07 de agosto, 2012)

2.1.3.2 Visión

“Posicionarnos como la mejor opción en desarrollo socioeconómico para San José Pinula, Fraijanes y el departamento de Guatemala, brindando servicios de calidad que se adapten a las necesidades de nuestros Asociados, generando un ambiente de confianza y cooperación que nos permita consolidar obras con proyección al desarrollo sostenible, mejorando la calidad de vida de nuestros Asociados y por ende de la sociedad en general”. J. Santizo, (comunicación personal, 07 de agosto, 2012)

2.1.4 Símbolos

2.1.4.1 Emblema

Según el informe de Altán (2000) el emblema cooperativo universal desde 1922. Son los dos pinos por que el árbol del pino era un símbolo antiguo de vida, y el hecho de que sean dos pinos representaba la necesidad de que las personas se unan para resolver mas rápido y eficientemente sus problemas, y a su vez nos explica que el círculo que le rodea es símbolo del mundo, al igual sus colores como el verde es el principio de la vida en la naturaleza, y el amarillo representa el sol que es luz y calor de vida.

2.1.4.2 Bandera

Altán (2000) explica como la bandera del cooperativismo contiene los colores del arcoíris, significando que se opone a cualquier discriminación.

2.1.5 Valores

Los valores de la organización se desglosan de la declaración aprobada en el XXXI Congreso de la Alianza Cooperativa Internacional, Identidad Cooperativa. (ID, 1995) la cual presenta los Valores y principios cooperativos, lista los valores cooperativos como ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad, y solidaridad, y expresa que siguiendo la tradición de sus fundadores sus miembro creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás.

2.1.6 Principios

La declaración aprobada en el XXXI Congreso de la ACI, (ID, 1995) Expresa a su vez los principios de las cooperativas, los cuales se listan a continuación con una breve explicación de cada uno.

- ▶ **Asociación voluntaria y abierta:** Las cooperativas son organizaciones voluntarias sin discriminaciones.
- ▶ **Control democrático de los asociados:** Las cooperativas son organizaciones administradas por sus asociados.
- ▶ **Participación Económica de los asociados:** Los Asociados contribuyen equitativamente y controlan el capital de la cooperativa.
- ▶ **Autonomía e independencia:** Asociaciones autónomas de ayuda mutua.
- ▶ **Educación, capacitación e información:** Las Cooperativas brindan educación y capacitación a sus asociados.
- ▶ **Cooperación entre cooperativas:** Las Cooperativas sirven más eficientemente a sus asociados trabajando en manera conjunta.
- ▶ **Compromiso con la comunidad:** Las Cooperativas trabajan para el desarrollo sostenible de su comunidad.

2.1.7 FODA

En el análisis realizado a la organización, se obtuvieron las fortalezas de la misma, las posibles oportunidades, las debilidades, y amenazas a continuación descritas.

2.1.7.1 Fortalezas

- ▶ Experiencia de treinta y ocho años en el mercado.
- ▶ La comunidad identifica la asociación con facilidad.
- ▶ Cuenta con instalaciones propias y salon de usos múltiples.
- ▶ Las personas del consejo son reconocidas en el área.
- ▶ Participación y actividades constantes.

2.1.7.2 Oportunidades

- ▶ Las entidades municipales tienen dentro de sus proyectos brindar alianza a cooperativas.
- ▶ Tasa de interés en préstamos menor que en el mercado, y mayor tasa de interés en cuentas a plazo fijo.
- ▶ Reciente publicidad realizada por la ONU con el año internacional del cooperativismo.
- ▶ Asociados que cuentan con empresas locales, las cuales pueden publicitar la misma.
- ▶ Incremento de la industria cafetalera, como nuevo mercado proveniente de municipios aledaños.

2.1.7.3 Debilidades

- ▶ Cobertura únicamente en el área.
- ▶ Falta de más sucursales para mayor alcance.
- ▶ Falta de renovación constante de instalaciones.
- ▶ Falta de difusión de la importancia del cooperativismo.
- ▶ Falta de información de las actividades que se realizan.

2.1.7.4 Amenazas

- ▶ Incremento de personas habitantes del área que laboran en la capital, que trazladan sus cuentas a bancos capitalinos.
- ▶ Disminucion de la cantidad de pequeños empresarios agricultores dentro del area.
- ▶ Aparición de nuevos Bancos y Cooperativas en el área.
- ▶ Falta de apoyo gubernamental para la realizacion de programas que promuevan en cooperativismo.
- ▶ Traslado del Mercado Municipal a nuevas instalaciones mas retiradas, lo cual reduce el numero de personas que visitan la misma.

2.2

Perfil del Grupo Objetivo

2.2.1 Perfil demográfico

Edad:	Adultos de 30 a 40 años
Sexo:	Masculino y femenino
Estado Civil:	Casado y Soltero
Religión:	Sin discriminación.
Grupo étnico:	Todos
Nacionalidad:	Guatemalteca
Región:	Municipio de San José Pinula, Departamento de Guatemala.

2.2.1.1 Ubicación Geográfica.

La región en que se encuentra ubicado el grupo objetivo es el municipio de San José Pinula de acuerdo con Segeplan en el Plan de Desarrollo Municipal (PDM, 2010) dice:

Se encuentra situado en la parte este del departamento de Guatemala en la Región I o Región Metropolitana. Cuenta con una altura de 1,752 metros sobre el nivel del mar, por lo que generalmente su clima es frío. Se encuentra a una distancia de 21 kilómetros de la cabecera departamental de Guatemala.

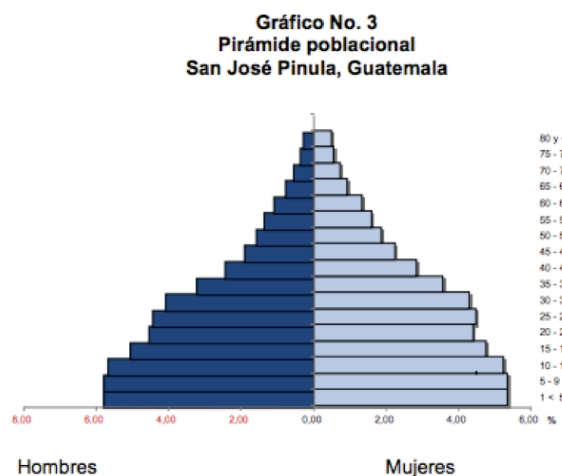


2.2.1.2 Población

Según XI Censo Nacional de Población y VI de habitación, del Instituto Nacional de Estadística (2002) La población del municipio área en que se ubica el grupo objetivo es de 51,023 habitantes para el 2002, con porcentajes similares entre hombres y mujeres, con una densidad poblacional de 139 habitantes por kilómetro cuadrado. En el mismo censo se detectó un 33.5% de personas que habitan en la zona rural y un 66.5% en el área urbana, de esta población un 3.8% es indígena.

Población por Grupos de Edad

En el siguiente gráfico elaborado por Segeplan (PDM, 2010) podemos observar la población en base a edades y sexo.



2.2.1.3 Concentración y densidad poblacional

Según el estudio realizado por Segeplan (PDM, 2010) la densidad poblacional corresponde a 139 habitantes por kilómetro cuadrado, todo el municipio es poblado, pero la mayor concentración se encuentra en la cabecera municipal.

2.2.2 Perfil Socioeconómico

2.2.2.1 Empleo y ocupación

De acuerdo con datos del censo realizado por el INE (2002) en el municipio de San José Pinula lugar donde se encuentra situado el grupo objetivo el 38.00% de la población es económicamente activa, del anterior total 68.69% son hombres y 31.31% mujeres. El empleo en este municipio se basa en la agricultura debido a su clima húmedo – frío, ya que gracias a esto sus suelos son asidero de desarrollo agropecuario, sobresaliendo el maíz, hortalizas, flores y arboles forestales. Otra fuente de empleo es el comercio y actividades inmobiliarias debido a que el municipio esta creciendo en el plano urbano. El principal mercado de trabajo lo constituye la ciudad capital, a donde viajan muchos pobladores para prestar sus servicios laborales, debido a ala proximidad del municipio a la capital y mayores oportunidades de empleo.

2.2.2.2 Producción agrícola y pecuaria

Según el estudio realizado por Segeplan (PDM, 2010) actualmente en el municipio de San José Pinula la capacidad productiva se basa en actividades agrícolas, comerciales e industriales. El ganado vacuno es una de sus mayores riquezas, sobresaliendo también dentro de la producción agropecuaria en los alrededores granjas avícolas, cultivándose en amplias extensiones de estas fértiles tierras el maíz, frijol, papa verduras variadas (brócoli, bruzela, coliflor, zanahoria, güisquil, perulero, etc.) frutas variadas en las aldeas de la parte alta. Algunos viveros producen flores y plantas de exportación, así como exportan semillas clasificadas de los mismos a nivel mundial (Agroferns, Mayacrops, Las Vertientes, etc.).

Los quesos, crema y mantequilla que se producen son de excelente calidad lo que los hace solicitados en los principales mercados y supermercados de la ciudad capital. Dentro de la producción artesanal podemos mencionar la fabricación de muebles de madera con el especial tallado que los caracteriza, así como la elaboración de muebles y enseres de bambú que son fabricados por artesanos calificados. El ganado representa un gran potencial debido a que el municipio se conoce como la cuna del ganado Jersey, ya que se tiene exclusividad de esta raza que es una de las mejores productoras de leche a nivel mundial.

A continuación se presenta un mapa con actividades ganaderas y agrícolas dentro del municipio con su localización.



Fuente: Elaboración Propia basado en Mapeo Participativo Actividad Productiva, realizado por Segeplan (PDM, 2010)

2.2.2.3 Matriz de Potencial Productivo.

Perfil socioeconómico

Descripción	Unidad
Extensión	201.63 Kilómetros Cuadrados extensión Territorial
	93.96% de montaña, 6.04% de valle.
Población	67,730 habitantes proyección para el 2010.
	18.5% crecimiento de la población (del 2002 al 2009)
	66.5% urbano 33.5% rural.
	Indígena 3.8% y No Indígena 96.2%
	Densidad poblacional 139 hab. X km
	PEA 33.52% de la Población total 68.69% hombres y 31.31% mujeres.
	Pobreza 23.96% y Pobreza extrema 2.33%
Producción	31.49% agrícola (maíz, frijol)
	32.09% bosque 8.24% centros poblados,
	31.38% arbustos y matorrales.

Fuente: Datos de Fichas USAID, Morfología depto. de Guatemala, Información ODM, IDH Guatemala, realizado por Segeplan (PDM, 2010)

2.2.2.4 Educación:

Año	Tasa neta de cobertura		
	Pre-primaria	Primaria	Básicos
2002	37%	99%	50%
2006	43%	106%	46%

Fuente: INE, 2002, Mineduc, 2008 Segeplan (PDM, 2010)

Con la información del cuadro anterior se deduce que la tasa de cobertura mayor es para el nivel primario en el transcurso de los años se ha mantenido, ya que se refleja en la tasa de terminación, en cambio el nivel básico es deficiente.

2.2.2.5 Nivel Socioeconómico:

Para la caracterización del nivel socioeconómico del municipio, se utilizaron los siguientes valores de los cuales el grupo objetivo pertenece Nivel Socioeconómico D+, C, C+

“Nivel A/B (población con el más alto nivel de vida e ingresos del país);
 Nivel C+ (población con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio);
 Nivel C (población con ingresos o nivel de vida media);
 Nivel D+ (población con ingresos o nivel de vida ligeramente por debajo del nivel medio);
 Nivel D (población con nivel de vida austero y bajos ingresos);
 Nivel E (población con menores ingresos y nivel de vida de las zonas urbanas de todo el país). (20:31);

2.2.3 Psico-gráfico

Clase social:	Media baja, media, media alta.
Estilo de Vida:	Hogareños, esforzados, trabajadores, luchadores.
Personalidad:	Amigables, solidarios, actitud cooperativista y de ayuda a la comunidad.
Intereses:	La economía.
Estilo de Vida:	Personas trabajadoras y entusiastas.

2.2.4 Perfil Conductal

Beneficios Buscados:	Aumento de ingresos y reducción de gastos.
Estatus del usuario:	Asociados y no asociados.
Disposición:	Conocen la cooperativa como una entidad, mas no como una asociación.
Actitud:	Positiva

2.3.5 Cultura Visual

2.2.5.1 Códigos Lingüísticos

La comunicación es en su mayoría es en castellano, ya que la población es ladina, según Segeplan (PDM, 2010) en el área no existe diversidad de etnias, por lo cual no cuenta con un idioma indígena predominante, debido a que es mayoritariamente urbano, solo existe 3.8 % de la población indígena, la mayor parte cakchiquel.

A su vez también expresa que la tasa de analfabetismo en la región es de 8.9% por lo cual la comunicación lingüística escrita es factible para comunicarse dentro del grupo objetivo.

2.2.5.2 Códigos icónicos

Siguiendo a Charles S. Pierce (1974), un icono es un signo definido por su relación de semejanza con la realidad del mundo exterior.

Algunos elementos iconos de identidad de las personas que componen el grupo objetivo por región, El Santo Patrono – San José, y la feria titular que se celebra el 19 de marzo de cada año.

Otro elemento icónico son su bandera y su escudo, que según Lutín calderón, J M, Información monográfica de San José Pinula , Municipalidad de San José Pinula. (1996) fue resultado de un concurso popular y este contiene elementos representativos de la región.



Lutín Calderon (1996) también menciona otro elemento icónico de identidad son los monumentos históricos con los cuales, entre estos la Iglesia Antigua, la cual según acuerdo ministerial 4102003 (2003) es declarada patrimonio cultural de la nación por su valor histórico, artístico y arquitectónico, a su vez La Torre Municipal, los acueductos de Finca Cienaguilla, y los molinos de trigo de finca las Nubes.

2.2.5.3 Códigos cromáticos

Los colores con que se identifica el grupo objetivo como indica Lutín Calderón (1996) son los colores blanco, amarillo y verde los cuales provienen de la religión católica predominando el amarillo y el blanco y la decisión de unirlos con el verde representativo del color de las montañas del municipio, estos son los colores de la bandera del municipio.



Fuente: Lutín calderón, J M, Información monográfica de San José Pinula , Municipalidad de San José Pinula. (1996)



Concepto de Diseño y Bocetos



3.1

Introducción

El concepto creativo que se trabaja está basado en algunos elementos fundamentales, que es necesario describir para entender con mayor facilidad.

3.2

Antecedentes

“El ejercicio del diseño participa de un sistema que concibe e interpela al individuo sólo en cuanto consumidor” (Álvarez, 2006 P. 1), basado en la afirmación anterior, el diseño gráfico no tiene sentido sin el cliente, por lo cual es importante destacar que para comunicar debemos primero tomar en cuenta medios de diferentes índoles, así, para comunicar un mensaje o información, se busca mayor comprensión por parte del grupo objetivo, por lo cual se han utilizado aspectos visuales, audibles, e interactivos, con mayor frecuencia para poder envolver a el receptor en el tema que deseamos comunicar.

3.3

Conceptos

3.3.1 Cooperativa

“Cooperativa: Que coopera o puede cooperar a algo” Real Academia española (RAE, 2001) Diccionario de la lengua española (22. A Ed.).

“Cooperación es el conjunto de esfuerzos, voluntades, así como el trabajo solidario y mancomunado, de un grupo de personas, comunidad, sector social, etc. con el propósito de resolver problemas y satisfacer necesidades de cualquier tipo”. (IGESP, 1994. P. 4)

“Las cooperativas no están planeadas preferentemente con el propósito de obtener beneficios para sus miembros patrones, como sucede con otro tipo de negocios cuyo principal propósito es obtener beneficios para los propietarios y/o los accionistas” (Knobel, Fred H, 1,969 P 6).

Basado en las afirmaciones anteriores podemos decir que la cooperativa es una sociedad sin fines de lucro, de ayuda mutua entre los asociados, estas permiten a las comunidades y grupos humanos participar para lograr el bien común, buscan el desarrollo del individuo con el valor de la cooperación de igualdad y de justicia.

Entre las bases del cooperativismo es el trabajar unidos para lograr un objetivo común, es importante destacar que en la ayuda mutua hay mas fuerza, el mayor nivel de cooperación se alcanza cuando las personas trabajan en conjunto.

3.3.2 Informar

“Informar: Enterar, dar noticia de algo.” Real Academia española (RAE, 2001) Diccionario de la lengua española (22. A Ed.)

Basados en esta información podemos decir que Informar es hacer del conocimiento de una persona o grupo específico, algún dato que desconoce hasta el momento.

3.3.3 Comunicar

“Comunicación: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor” .Real Academia española (RAE, 2001) Diccionario de la lengua española (22. A Ed.)

Basado en la información anterior comunicación es el intercambio de información, comunicar es transmitir un mensaje en un código de interacción entendible por el receptor.

3.3.4 Diseño Gráfico

“Diseño: Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie”. Real Academia española (RAE, 2001) Diccionario de la lengua española (22. A Ed.)

Diseñar es coordinar una larga lista de factores humanos y técnicos, trasladar lo invisible en visible, y comunicar. Diseñar implica evaluar, implementar conocimientos, generar nuevos conocimientos y usar la experiencia para guiar la toma de decisiones. (...). Diseñar implica planificar para obtener un propósito específico perseguido. (Frascara, 2006: 23)

De acuerdo con la información obtenida de Frascara, el Diseño Gráfico es la capacidad de comunicar a través de elementos visuales, el Diseño Gráfico busca lograr un propósito específico, en su mayoría comercial, pero en algunas ocasiones se utiliza para beneficio social, es necesario evaluar la situación y lo que deseamos lograr, indagar en el tema para desarrollar una estrategia que nos permita lograr el objetivo de la mejor manera.

El diseño gráfico se ha centrado siempre en el Mercado y consumo por lo cual se ha denominado el hecho de su existencia a la remuneración monetaria, y se ha dejado de lado el enfoque que permite centrar el diseño en el análisis y solución de problemas y no como con métodos y procesos técnicos de los productos gráficos, el diseñador cuenta con la habilidad solucionar problemas de comunicación a través del uso de elementos visuales.

3.2.5 Medios de comunicación

De acuerdo con el artículo de Iván Thompson (“Tipos de Medios de Comunicación” 2012) los tipos de Medios de Comunicación son tres:

Medios Masivos que son aquellos que afectan un mayor número de personas en un momento dado, entre los cuales están la Televisión el Radio, Periódicos, Revistas, Internet, Cine.

Los Medios Auxiliares o Complementarios, que son los que afectan en menor número de personas en un momento dado también se conocen como medios no medidos, entre estos podemos encontrar Medios en Exteriores o Publicidad exterior, publicidad interior, publicidad Directa o Correo Directo.

Los medios Alternativos son aquellos medios que no se encuentran en los anteriores por ser muy innovadores, como anuncios interactivos en kioscos, protectores de pantalla.

3.2.6 Multimedia

Según (Suárez Alonzo, 2011 P. 3-4) tenemos diferentes definiciones de Multimedia algunas de estas:

- Combinación de texto, imagen, sonido e imagen en movimiento .
- Integración en un mismo soporte digital de diferentes “medios” o tipos de información: texto, imágenes, vídeo, sonido.
- Sistema que utiliza más de un medio de comunicación al mismo tiempo en la presentación de la información, como el texto, la imagen, la animación, el vídeo y el sonido.
- Término empleado para describir diversos tipos de medios (media) que se utilizan para transportar información (texto, audio, gráficos, animación, vídeo, e interactividad)

De acuerdo con esta información podemos decir que multimedia es un término que se refiere a objetos que utilizan múltiples medios de expresión, como texto para comunicar un mensaje, imagen para respaldar el mensaje, sonido, video y movimiento; esta puede utilizarse en varios campos como la educación, el arte, entretenimiento, facilita la captación del mensaje ya que mantiene la atención del individuo, también es funcional ya que algunas personas tienen mayor facilidad de captar un mensaje visualmente, otros leyendo y esto facilita extender el grupo al cual llegará el mensaje.

En la actualidad los elementos multimedia se utilizan mucho, ya que estos permiten que los usuarios sean partícipes de la información interactiva.

3.2.7 Internet

“Internet: Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”. Real Academia española (RAE, 2001) Diccionario de la lengua española (22. A Ed.)

Arenas et al (2008) “Internet hace referencia a la red física que conecta diferentes computadores y lugares. Sus preocupaciones son protocolos de transmisión de datos (TCP IP), manejo de nombres de dominio etc.”. (p. 10)

3.2.8 Web

“Web: Red Informática” Real Academia española (RAE, 2001) Diccionario de la lengua española (22. A Ed.)

Arenas et al (2008) “La Web hace referencia a la arquitectura lógica de la información que ha sido posible contruir sobre esa red física.” (p. 10)
Interactivo

“Interactivo: Dicho de un programa: Que permite una interaccion a modo de dialogo entre el ordenador y el usuario” Real Academia española (RAE, 2001) Diccionario de la lengua española (22. A Ed.).

3.3

Concepto Creativo

3.3.1 Definición del concepto Creativo

Según nos dice Fabián Maison en su artículo El Concepto “El concepto hace al contenido, la idea a la forma. El concepto es el qué la idea es el cómo. El concepto es la síntesis de la estrategia, la idea es la base de la resolución creativa. Sin tener claro el concepto no se puede avanzar sobre la idea. Sin idea el mensaje pierde impacto y, por lo tanto, es menos eficiente”.

En este artículo Maison define el concepto creativo como una frase o consigna que figura en una o más piezas de comunicación sin la cual la idea no llega a entenderse, esta le da sentido a la pieza en términos creativos y actúa como complemento no como repetición.

3.3.1 Técnicas para encontrar un Concepto Creativo

3.3.1.1 Brainstorming

Según Demory (1997) Esta técnica fue diseñada por Alex Osborn y consiste en buscar soluciones en dos tiempos separados.

1. Búsqueda de Ideas.
2. Crítica y evaluación de ideas.

Búsqueda de Ideas: En esta sección se busca reunir a un grupo de personas, plantear un problema, anotar en hojas de papel para tablero todas las ideas producidas, fijar a medida que se producen las hojas de ideas a fin de que los participantes puedan verlas, alentar a los participantes a jugar con las ideas y combinarlas.

Crítica y evaluación de ideas: Retomar las ideas que se seleccionó y esforzarse en enriquecerlas y desarrollarlas, conservando al mismo tiempo su originalidad.

De acuerdo con Demory (1997) para el correcto funcionamiento de la técnica debe tenerse en cuenta que la crítica esta prohibida, que la imaginación más loca es bien recibida, que hay que jugar con las ideas, que se busca el máximo de ideas.

3.3.1.2 Mapas Mentales

Según Buzan (1996) el cerebro encuentra más fácil aceptar y recordar estimulación visual de múltiples colores, y múltiples dimensiones que notas lineales monótonas, por lo cual difunde la idea del mapa mental como forma de ayudar al cerebro a generar ideas de esta manera.

Los mapas mentales como lo indica Buzan (1996) utilizan un tipo de pensamiento radial

el cual consiste en partir de una idea central que se coloca al centro de la hoja y de ahí extender ramificaciones todas ellas ilustradas y con distinción de colores.

3.3.1.3 Relaciones forzadas

Según la Guía de Herramientas de la Creatividad, publicada por Future Trends Group (FTG, 2006) El método de Relaciones forzadas fue desarrollado por Charles S. Whitting, y su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido por lo desconocido fuerza una nueva situación.

La metodología consiste en tener un problema, hacer una descomposición de los elementos, tomar un objeto y obtener las características y con ellas se busca la solución del problema y se apuntan todas las ideas.

3.3.1.4 Arte de Preguntar

FTG (2006) “Alex Osborn, experto en creatividad y creador del Brainstorming, afirmaba que “la pregunta es la más creativa de las conductas humanas”. Osborn desarrolló una serie de preguntas para el Brainstorming que puede ser aplicada en la exploración del problema”, (p. 8).

Planteamiento del Problema: exploración se preparan una serie de preguntas a plantear con respecto al tema. Tras el planteamiento de estas preguntas y sus correspondientes respuestas, la visión del problema es más abierta. Tenemos más perspectivas para abordarlo y pasar a la etapa de generación de ideas.

3.3.1.4 Combinación

FTG (2006) “Combinar es relacionar dos o mas elementos con entidad propia para dar lugar a otro con entidad propia,” (p. 9).

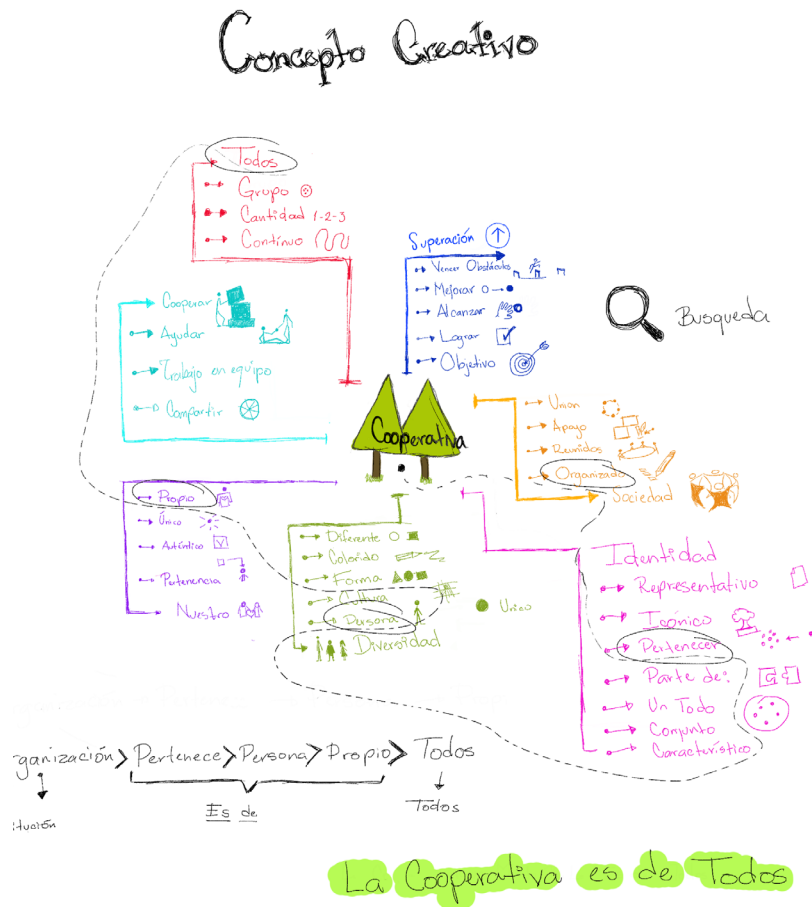
La metodología consiste en analizar por lo menos 10 combinaciones con un listado de conceptos y apuntar las ideas resultantes.

3.3.3 Búsqueda del concepto creativo

Para la búsqueda del concepto creativo se utilizó el método de mapas mentales descrito por Tony Buzan.

3.3.3.1 Justificación

Se inició el proceso con una palabra en este caso la palabra Cooperativa la cual se representa por los dos pinos símbolo del Cooperativismo, descrito anteriormente por Altán (2000), Esta se colocó en el centro de la hoja y de esta surgen siete ramas de diferentes colores, (“Superación” de color azul, “Sociedad de color naranja, “Identidad” de color Fucsia, “Diversidad de color verde, “Nuestro” de color Violeta, “Cooperar” de color Turquesa, “Todos” de color rojo) de cada una de las cuales se desprenden diferentes palabras, al final se traza una línea punteada a través de las palabras claves para encontrar el concepto, que se resalta al final.



3.4

Previsualización

Página Web para la Cooperativa Nuevo Mundo, esta pagina web contendrá los elementos para todos los grupos objetivos, que serán un escenario general, un escenario para niños.

El sitio deberá contar con cuatro escenarios:

Pagina web para la Cooperativa Nuevo Mundo, esta página web contendrá los elementos para todos los grupos objetivos que serán un escenario general un escenario para niños uno para jóvenes asociados.

La página contendrá el logo de la Cooperativa en la parte superior izquierda, el cual será un acceso directo, se busca colocar un menú principal en la misma, el cual será un menú de navegación colocado en la parte superior, con las paginas importantes. En la página principal de la pagina, se colocara un slider que contenga fotografías de la cooperativa y actividades de la misma, de una forma llamativa, en la parte inferior de la página principal se colocara la información de mayor relevancia.

Se realizará un manual interactivo, que presente los servicios de la cooperativa, este desplegara información de los servicios al momento de seleccionar el tipo de servicio. También un video que muestre información acerca de la cooperativa, como presentación de la institución, para finalizar con una invitación a todos los grupos objetivos, a visitar la nueva página de la Cooperativa Nuevo Mundo.

Piezas a Realizar

- ▶ Página Web Cooperativa Nuevo Mundo

Elementos Gráficos

- ▶ Diagramación horizontal para la pagina web.
- ▶ Utilización de fotografías y colores RGB.
- ▶ Utilización de los colores representativos de la Institución.



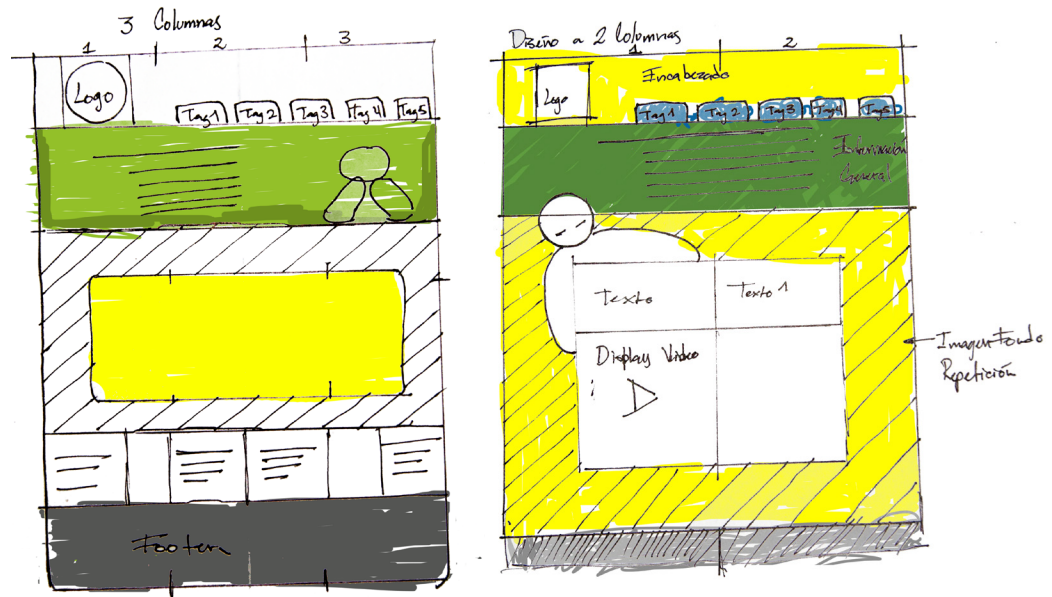
Comprobación de eficacia y propuesta final



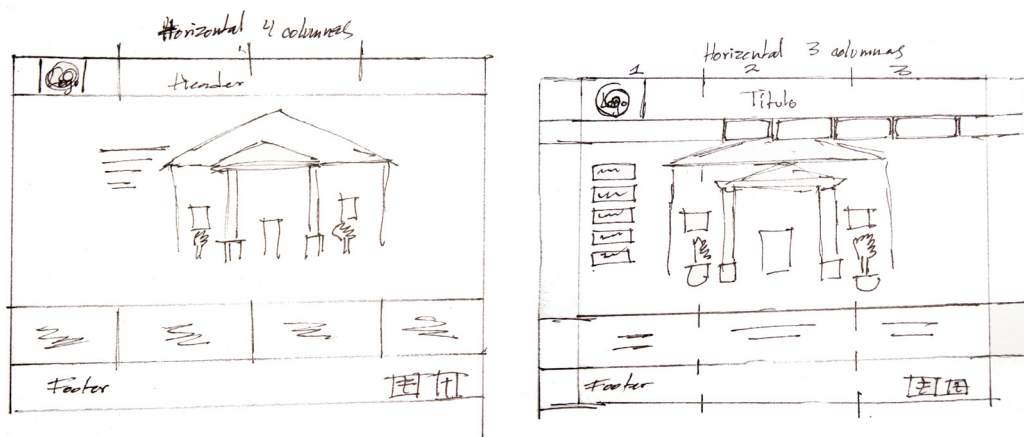
4.1 Página web

4.1.1 Proceso de Bocetaje

Para la página web se realizaron varios bocetos, iniciando el proceso por la búsqueda de una diagramación apropiada para la página web, para iniciar las áreas básicas de la página web que debíamos incluir son, las de encabezado contenido, pie de página. El área de contenido debe tener algo llamativo en la página principal esto para llamar la atención del grupo objetivo, para iniciar se intentó buscar un personaje que invitara a la participación del grupo objetivo, se busca que no sea un personaje con personalidad fuerte para procurar que no distraiga la atención del grupo objetivo a la asociación, a continuación el primer nivel de bocetaje de la página web.



Se continuaron haciendo bocetos horizontales para la página, variando la cantidad de columnas, se pensó en utilizar la imagen de la cooperativa en la parte principal de la página, pero esta idea fue desechada luego, de estudiar el concepto creativo, y adaptarlo a la página se buscó una forma de incluir a las personas como parte de la institución.



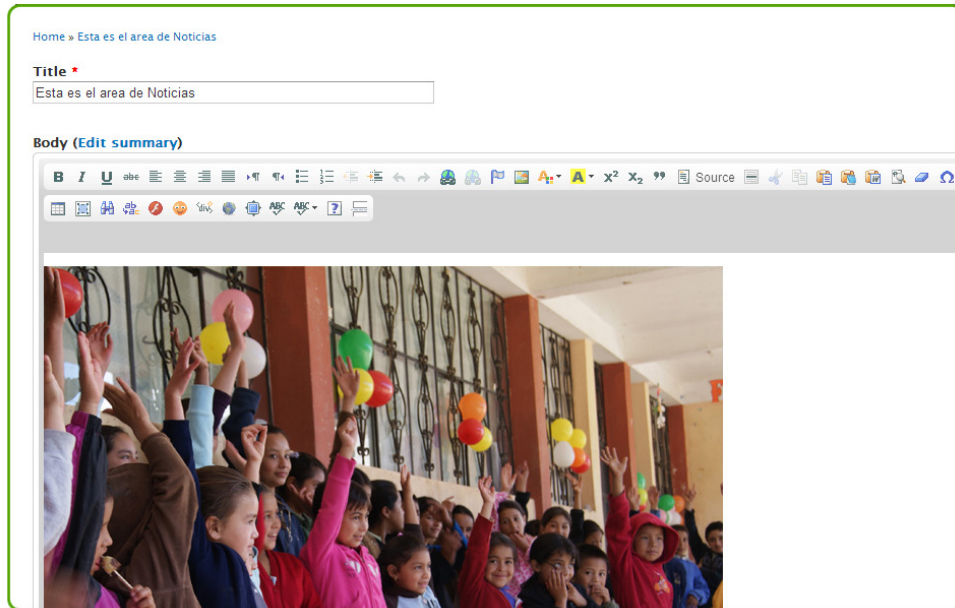
Se hizo la propuesta de realizar un slider que contuviera fotografías de algunos de los asociados de la cooperativa en sus ambientes diferentes, conservando la maquetación horizontal.



4.1.2 Elementos utilizados

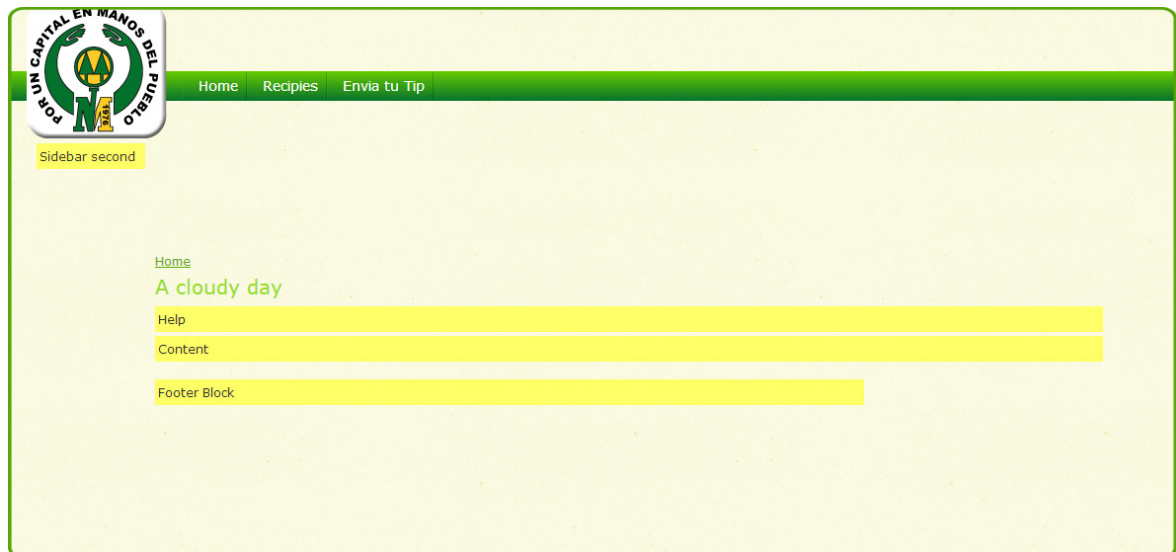
4.1.2.1 Workflow

Para mantener la consistencia del diseño, y el contenido del portal sea personalizado se utilizó un framework, basado en lenguaje php que es un intérprete para generar de forma sencilla páginas HTML, lo que hace un flujo de trabajo accesible para que la persona encargada del contenido de la página pueda editarlos con facilidad.



4.1.2.2 Maquetación

Para la correcta maquetación, se utilizaron estándares web basados en lenguaje CSS, lo que hace que el portal tenga soporte de multiexplorador.



4.1.2.3 Fotografías

Para la realización del slider con las fotografías de los asociados se inició el proceso de búsqueda de asociados de la cooperativa que quisieran participar. Se buscaron ambientes agradables a la vista, y se realizó la edición fotográfica.



4.1.2.4 Iconografía

Se realizó una serie de Iconos para utilizarse en la página, en en Adobe Illustrator Version CS5.5



4.1.2.5 Manual Interactivo

Para la realización del manual se utilizó animación realizada en Adobe Flash Player, CS5.5, el cual facilita la interacción con el público objetivo, se ilustró en el mismo programa para evitar inconsistencias, se utilizaron varios botones, los cuales al presionar despliegan información.



4.1.2.6 Video Promocional

Se realizó una animación motion graphic, se utilizan elementos vectoriales, y fueron animados en Adobe After Effects Version CS5.5



4.1.3 Código Cromático:

La gama de colores utilizados se basa en los colores representativos de la institución.

Amarillo  #FD1D1D - rgb (253, 205, 29)

El amarillo es representativo de la alegría, la felicidad y energía, por lo cual este color es buen representativo para la página, y demuestra un ambiente acogedor para las personas que visiten la pagina.

Verde  #2E6311 - rgb (46,99,17)

El color verde representa la naturaleza, representa armonía, crecimiento, frescura, este color es acorde a la institución siendo que es una cooperativa localizada en un área de agricultura y vegetación.

Blanco  #FFFFFF - rgb (255, 255, 255)

El color blanco se asocia con la luz, la bondad, la inocencia, la pureza y la virginidad.

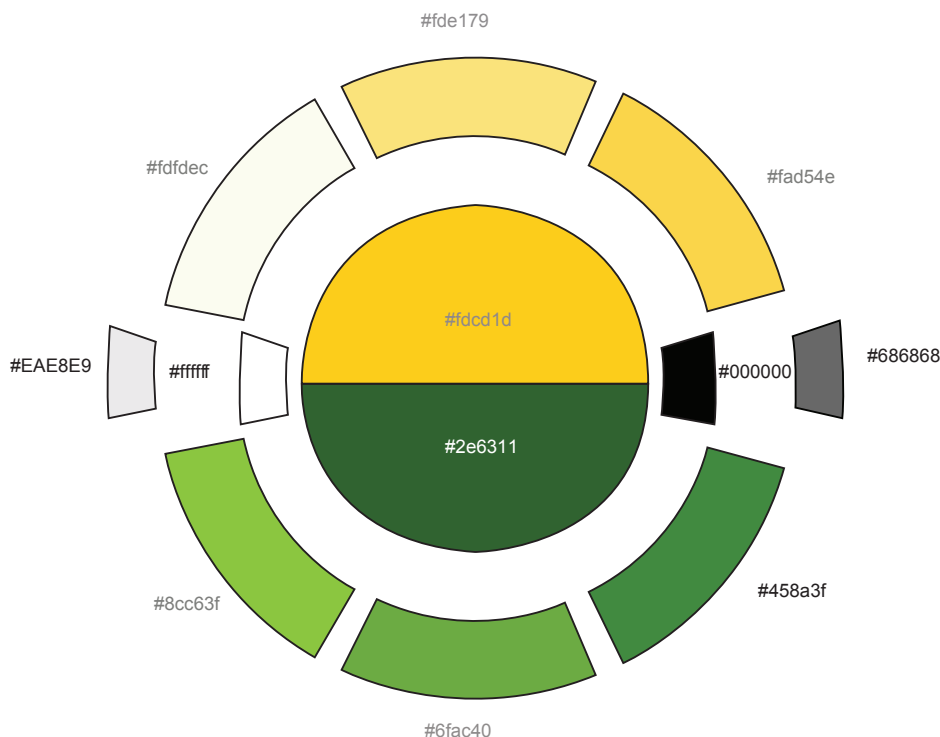
Negro  #000000 - rgb (0, 0, 0,)

El negro representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio.

Estos colores son representativos de la institucion, y fueron obtenidos del logotipo de la institucion.



Para la página web final se utilizan variaciones de los colores, del logotipo, tres variaciones de amarillo, tres variaciones de verde, y variaciones de grises.



4.1.4 Propuesta Final

Cada uno de los elementos fueron agregados en la página, a continuación una vista de la propuesta final de la página web, con los elementos incluidos.



4.4

Primera Validación

Para la primera validación que se realizó un focus group, con las personas especialistas en tema de diseño gráfico, en este grupo se incluyen estudiantes del décimo semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico, se presentaron dos propuestas por pieza gráfica.

4.4.1 Matriz de evaluación

La matriz de evaluación bajo la que se trabaja el focus group consta de los siguientes criterios de evaluación:

Los comentarios recibidos en la primera validación, fueron los siguientes:
Realizar el bocetaje más técnico y con mas detalles en cuanto a escenas, específicas.



**Criterios para la Autoevaluación de las propuestas Gráficas
Proyecto de Graduación Multimedia Sección C**

Criterio de Evaluación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vincula los bocetos con los objetivos planteados.							X			
Vincula los bocetos con las características del público objetivo.								X		
Vincula los bocetos con conceptos de diseño, fundamentales para la estética de un multimedia funcional.									X	
Vincula los bocetos con el concepto creativo.							X			
Vincula los bocetos a la previsualización realizada.						X				
Vincula los bocetos con los niveles de interacción entre el usuario y el producto.							X			
La secuencia de las ideas tiene lógica y puede ayudar a solucionar el problema planteado.								X		
La secuencia de imágenes da una idea clara, sencilla y concreta de lo que se pretende producir.						X				
La propuesta armoniza de manera estética los elementos propios del diseño multimedia (texto, imagen, sonido, animaciones y efectos)								X		
Calidad técnica del bocetaje.			X							

4.5

Segunda Validación

La estrategia utilizada en el segundo nivel de visualización en este caso fue la encuesta, esta consistió en mostrar a través de internet a los profesionales estudiantes del décimo semestre de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos, a lo cual estos respondieron a las preguntas de la encuesta.

4.5.1 Página web

Las preguntas de la encuesta son las siguientes:

1. ¿La propuesta te parece atractiva, la maquetación te parece adecuada?
2. ¿El tipo de letra te parece el adecuado, y legible?
3. ¿Te parece que el concepto creativo se entiende en la pieza?
4. ¿Te parece que es fácil de utilizar?
5. ¿El Formato Propuesto te parece el indicado?

Para las cual recibimos los siguientes comentarios

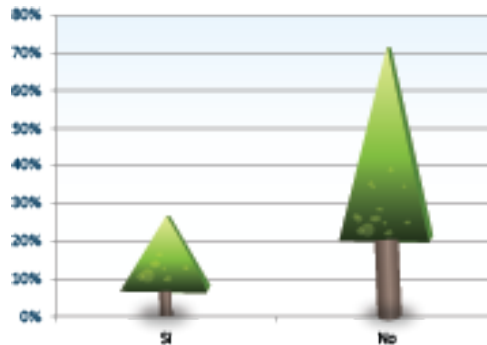
1. ¿La propuesta te parece atractiva, la maquetación te parece adecuada?
La página me parece acorde al tema de la empresa.
La página principal contiene mucha información.
2. ¿El tipo de letra te parece el adecuado, y legible?
El tipo de letra está legible se entiende con claridad.
El color Verde de la tipografía, se podría cambiar por un verde más oscuro, ya que en ocasiones se pierde un poco.
3. ¿Te parece que el concepto creativo se entiende en la pieza?
Me parece que sería bueno incluir, algo en lo que se represente la sociedad unida y no por separado.
4. ¿Te parece que es fácil de utilizar?
Me parece que los menús están localizados correctamente, únicamente que se ve un poco recargado.
5. ¿El Formato Propuesto te parece el indicado?
El formato horizontal para la página es bien venido para el público en general.

4.6

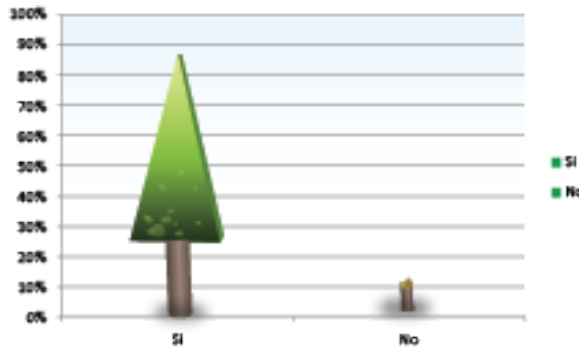
Validación del grupo Objetivo

Para la validación del grupo objetivo utilizamos la entrevista, la muestra en este caso fue de diez personas, con las características del grupo objetivo, estos fueron entrevistados y respondieron el cuestionario.

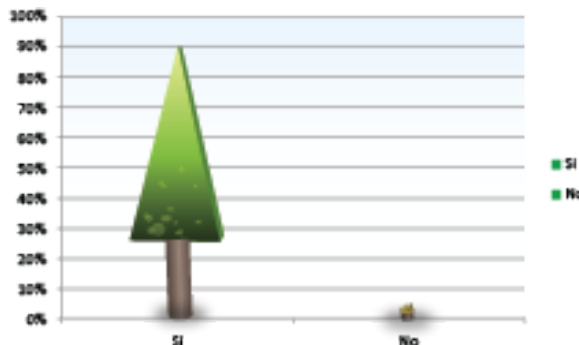
1. ¿Eres asociado de la Cooperativa Nuevo Mundo?



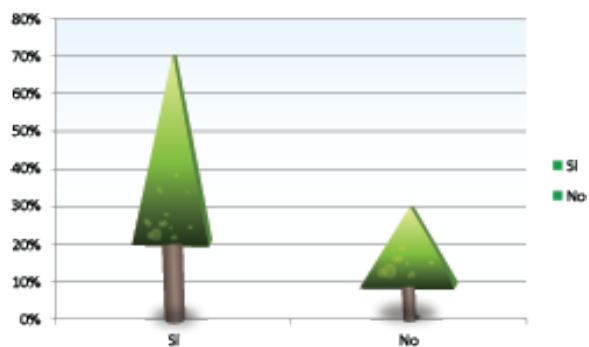
2. ¿Conoces los servicios que presta la Cooperativa Nuevo Mundo?



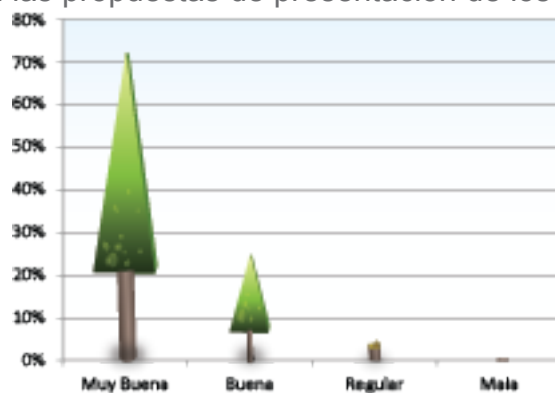
3. ¿Consideras que la presentación gráfica de los servicios le ayuda a conocer de los servicios de una forma más llamativa?



4. ¿Luego de observar la presentación de la página, te sientes más incentivado a formar parte de la Cooperativa Nuevo mundo?



5. ¿Cómo te parecen las propuestas de presentación de los servicios?



4.7 Correcciones

Con base en los resultados de las pruebas se realizaron los siguientes cambios:

1. Se ocultó el menú izquierdo y se colocó la información verticalmente.
2. Se removió el color de fondo del menú se colocó sobre blanco para facilitar la lectura.



The image shows a website header with a navigation menu and a main content area. The navigation menu includes the following items: Identidad, Actualizaciones, Servicios, Contacto, Agencias, and Tu cuenta. The main content area features a large image of children playing on a playground. Overlaid on the image is the text "La Cooperativa es de TODOS". Below the image is a green circular icon with a white handshake symbol. Underneath the icon is the question "¿Quiénes somos?" and a paragraph of text: "Somos una asociación de personas que nos hemos unido voluntariamente para hacer frente a nuestras necesidades."

Logo: NUEVO MUNDO
NUEVO MUNDO

Identidad Actualizaciones Servicios Contacto Agencias Tu cuenta

La
Cooperativa
es de TODOS

¿Quiénes somos?

Somos una asociación de personas que nos hemos unido voluntariamente para hacer frente a nuestras necesidades.



Propuesta Final





Presupuesto

Se realizó una Cotización del trabajo a realizar la cual se presenta a continuación:

Cant.	Descripción	Precio Unit.	Precio Total
1	Configuración de Host para almacenamiento de Web	Q. 1,110.00	Q. 1,110.00
1	Diseño de Pagina Web.	Q. 2,000.00	Q. 2,000.00
6	Páginas Interiores	Q.200.00	Q1,200.00
6	Fotografías	Q.150.00	Q.900.00
		TOTAL	Q. 8,320.00



Primera Cotización

COTIZACIÓN W22

FECHA 16 de septiembre de 2014



Cliente

Nombre: Edel Morataya

Dirección: Ciudad Guatemala

E-mail: edelmoraya@gmail.com

Teléfono:

Diseño Gráfico

Diseño Web

Publicidad

Fotografía

Cotización Pagina Web

Cotización de configuración de hosting , programación y publicación de sitio web

Cant.	Descripción	precio unit.	precio Total
1	Configuración de Host para almacenamiento de web.	Q1100.00	Q1100.00
1	- Diseño de Sitio web.	Q2100.00	Q2100.00
13	- Paginas interiores	Q200.00	Q2600.00
20	- Fotografías con edición básica.	Q150.00	Q3000.00
TOTAL			Q8150.00

Se entregara:

CD con la pagina programada.

Material publicado en internet ya funcionando.

Observaciones: - Esta cotización tiene vigencia de 30 Días
 - Se requiere el 50% de anticipo.
 - Material se entregó 10 días hábiles



Segunda Cotización Pág. 1/2

Asunto: Cooperativa Nuevo Mundo (Sitio Web) -- Cotización

Autor: Carlos León

Destinatarios: Edelmira Morataya

Fecha: 08-09-14



</Estructura & Componentes>

Estructura

La página estará constituida de una plantilla cuyo diseño una vez aprobado por el cliente se aplicara a 5 páginas que constituyen el sitio de la empresa. El contenido de cada una de estas páginas se presenta en la sección siguiente.

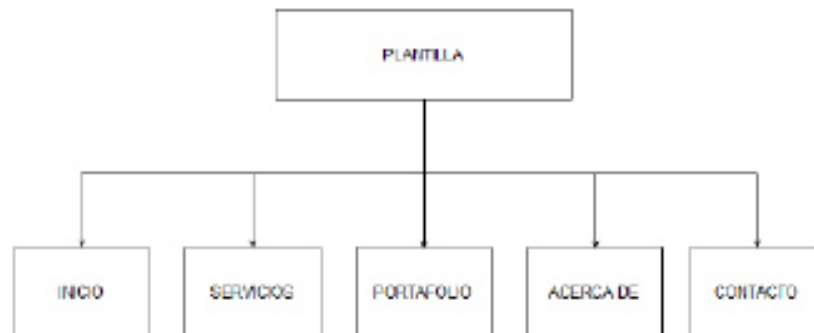


Ilustración 1: Mapa del Sitio



Segunda Cotización Pág. 2/2

</Cotización & Términos de Desarrollo>

Cotización

Servicio	Descripción	Precio
Desarrollo de Sitio Web: Corporativo Simple	Sitio Web con efectos de interactividad básicos con Javascript.	Q.2,500.00
Hospedaje de Sitio Web	Hospedaje en nuestros servidores	\$6.00 mensual o \$72 anual

Términos de Desarrollo

Alt-C se responsabiliza por la elaboración de la plantilla y diseño de cada página del sitio. La plantilla será implementada en todas las páginas autorizadas por el cliente en su sitio oficial.

El cliente es responsable por la designación de un líder de proyecto, quien deberá de coordinar en conjunto con el líder establecido por Alt-C el desarrollo del proyecto. Este deberá de proporcionar al equipo de desarrollo con todo contenido requerido para el lanzamiento del sitio.

Posterior a la aprobación de la cotización se procederá con la elaboración de la plantilla. Una vez esta sea aprobada se requerirá del 60% del costo de desarrollo y 3 semanas una vez recibido el logotipo de la empresa para la elaboración del sitio. 3 días hábiles son necesarios para la actualización de todo contenido proporcionado por el cliente. Este contenido debe ser entregado a Alt-C preferiblemente a más tardar el mismo día que el sitio se haya concluido. El sitio se entregara y se subirá una vez se haya recibido el último pago de desarrollo y hospedaje.

</¿Qué Procede>

- Aprobar la cotización para la elaboración de la plantilla base del sitio.
- Proporcionar a Alt-C del logotipo de la empresa para la elaboración de la plantilla.
- Aprobar el mapa del sitio (estructura).
- Aprobar el diseño de todas las páginas.
- Proporcionar anticipo correspondiente al 60% del costo de desarrollo web (Q.1,500.00)
- Proporcionar a Alt-C de al menos 2 o 3 nombres de dominio que deseen cotizar.



Lineamientos para la puesta en práctica

Tipografía

Titulos: Helvetica Nue 16px.

Texto: Arial 12px.

Color

Amarillo #FDCD1D - rgb (253, 205, 29)

Verde #2E6311 - rgb (46,99,17)

Blanco #FFFFFF - rgb (255, 255, 255)

Negro #000000 - rgb (0, 0, 0,)

Ancho:

100% -Computador

1200px-Tablet

790px- Celular



Conclusión

La implementación de elementos visuales es más fácil de procesar, y esto facilita que la información sea aceptada por las personas, hacia las cuales se quiere hacer llegar el mensaje.

Para algunas personas la cooperativa es muy importante para su desarrollo económico, se han visto beneficiadas por la misma y varias personas se sienten apoyadas, además tienen un concepto muy bueno de la asociación, sin embargo es únicamente un pequeño porcentaje del grupo objetivo. Para la realización de este proyecto, ha sido necesario entender a algunas de estas personas, escuchar el por qué es importante la asociación y qué beneficios han obtenido, lograr identificarse con estos sentimientos, para después transmitirlos a través de un elemento visual; con estos elementos se busca que las personas se sientan parte de este grupo de personas unidas con un mismo fin, que es la superación.



Bibliografía y fuentes consultadas

- ▶ AZNAR, G. (1974) “La creatividad en la empresa”, Editorial Oikos-Tau. Barcelona.
- ▶ BUZAN, T. (1996) “El libro de los Mapas Mentales”, Ediciones Urano. Barcelona.
- ▶ Demory, B (1997). “Tecnicas de Creatividad” Ediciones Granica S.A
- ▶ Foro Aledesigns “Tecnicas de Desarrollo de la Creatividad”
Extraído 07 de Septiembre 2012 10:00 am
[<http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/tecnicas-desarrollo-de-la-creatividad.html>]
- ▶ Frascara, J. (2006). “El diseño de comunicación”. Buenos Aires: Infinito
- ▶ Instituto Guatemalteco de Estudios Sociales y Políticos. (1994). IGESP. “Historia del Cooperativismo”, Guatemala.
- ▶ Ivan Thompson “Tipos de Medios de Comunicación” extraído 31 de agosto 2012. <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>
- ▶ Knobel, Fred H. (1,969). Manual Educativo sobre Cooperativas. 1a. Edición en español, México/Buenos Aires, Argentina.
- ▶ MAJARO, S. “Creatividad y marketing”, Edic. Díez de Santos. Madrid.
- ▶ MARÍN, R. Y DE LA TORRE, S. (1991). “Manual de la Creatividad”, Editorial Vicens Vives. Barcelona.
- ▶ MIHALKO, MICHAEL. (1999). “Thinkertoys. Cómo desarrollar la creatividad en la empresa.” Editorial Gestión 2000. Barcelona.
- ▶ Organización de las Naciones Unidas, (2010) “Resolución aprobada por la Asamblea General del 18 de diciembre de 2009- A/RES/64/136”

- ▶ OSBORN, A. (1993). "Imaginación Aplicada", Creative Education Foundation Press. Buffalo.
- ▶ Rafael Rafols, Antoni Colomer, Diseño Audiovisual, 2010 , Editorial Gustavo Gili
- ▶ Real Academia Española, Vigésimo Segunda edición 2001, consultado 31 de agosto 2012.
- ▶ SIKORA, J.1979. "Manual de métodos creativos". Editorial Kapelusz. Buenos Aires.



Glosario

- ▶ **Analogía:** Es una comparación o relación entre varias, a través de la razón, señalando características generales y particulares, generando razonamientos basados en la existencia de semejanzas entre estos, aplicando a uno de ellos una relación o una propiedad que está claramente establecida en el otro.
- ▶ **Bocetaje:** Proviene de la palabra boceto, Un boceto, también llamado esbozo o borrador, es un dibujo realizado de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar ideas, lugares, personas u objetos.
- ▶ **Brainstorming:** (Lluvia de Ideas) Es una técnica para pensamiento creativo, que consiste en escribir ideas de diferentes angulos y personas.
- ▶ **Focus Group:** Un 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 en particular.
- ▶ **Framework (Marco de Trabajo):** Es una estructura conceptual y tecnológica de soporte definido, normalmente con artefactos o módulos de software concretos.
- ▶ **Gama de color:** Gammas de colores en el plano de la gráfica matiz-saturación-luminosidad.
- ▶ **Explorador Web:** Un Explorador Web o Navegador es un programa que permite visualizar páginas web en la red además de acceder a otros recursos, documentos almacenados y guardar información.
- ▶ **HTML (HyperText Markup Language)** hace referencia al lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web que se utiliza para describir y traducir la estructura y la información en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes.
- ▶ **Maquetación:** Maquetar un diseño consiste en dar un formato a los documentos, a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos.
- ▶ **Motiongraphic:** El término Motion Graphics hace referencia a la animación gráfica digital multimedia .Digital porque se realiza con un software (After Effects en este caso) y de forma no lineal. Multimedia porque reúne en una misma producción, elementos de distinta naturaleza.

- ▶ PHP: Es un lenguaje de programación de uso general de código del lado del servidor originalmente diseñado para el desarrollo web de contenido dinámico. Fue uno de los primeros lenguajes de programación del lado del servidor que se podían incorporar directamente en el documento.
- ▶ Workflow (Flujo de Trabajo): La automatización de los procesos de trabajo y el trabajo en equipo para la correcta consecución de tareas

Guatemala, enero 13 de 2015.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Arq. Carlos Valladares Cerezo
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **EDELMIRA DEL ROSARIO MORATAYA CHETE**, Carné universitario **2008 21637**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DEL MATERIAL MULTIMEDIA PARA DAR A CONOCER LOS SERVICIOS Y BENEFICIOS QUE PRESTA LA COOPERATIVA NUEVO MUNDO. R. L. A SUS ASOCIADOS**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en **DISEÑO GRÁFICO, CON ÉNFASIS EN MULTIMEDIA**.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida, por lo que recomiendo darle continuidad a los procesos correspondientes, antes de que se realice la impresión de dicho documento de investigación.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Lic. Maricella Saravia
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

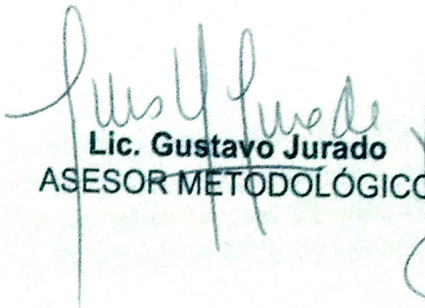


"Diseño de Material Multimedia para dar a conocer los servicios y beneficios que presta la Cooperativa Nuevo Mundo R. L. a sus asociados".


Proyecto de Graduación desarrollado por:


Edelmira del Rosario Morataya Chete

Asesorado por:

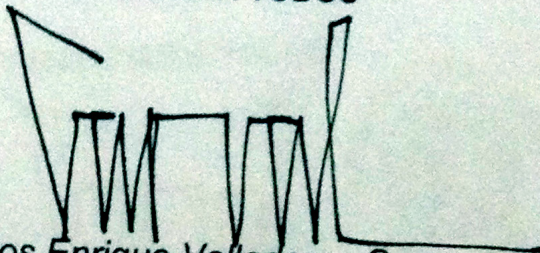

Lic. Gustavo Jurado
ASESOR METODOLÓGICO


Lic. Fernando Fuentes
ASESOR GRÁFICO


Ing. Hugo Eduardo Silvestre Rustrián
TERCER ASESOR
Colegiado No. 9236

Imprimase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO