

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de guía gráfica impresa para dar a conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, acerca del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia. Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) Guatemala, Guatemala 2023.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala, C. A.

ELABORADO POR:

de la Roca Vides, Dámaris Ana Luisa

Carné: 15001409

Para optar al título de

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, marzo 2023

Diseño de guía gráfica impresa para dar a conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, acerca del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia. Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) Guatemala, Guatemala.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la comunicación, Guatemala, C. A.

ELABORADO POR:

de la Roca Vides, Dámaris Ana Luisa

15001409

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción,

AUTORIDADES

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora. General, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector. Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General. Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

M. Sc. Lic. Rualdo Anzueto

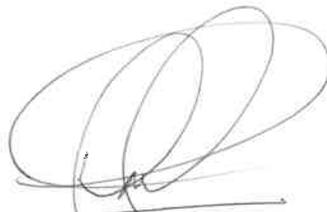
Guatemala 12 de abril de 2021

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado **DISEÑO DE GUÍA GRÁFICA IMPRESA PARA DAR A CONOCER A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE LA REGIÓN DE OCCIDENTE DE GUATEMALA, ACERCA DEL PROCESO DE INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO ADECUADO DE COSECHADORES DE AGUA DE LLUVIA. FEED THE FUTURE GUATEMALA, PROYECTO CADENAS DE VALOR DE CAFÉ (FEDECOCAGUA, R. L.)**. Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Damaris Ana Luisa de la Roca Vides
15001409



Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2021

Señorita:
Dámaris Ana Luisa de la Roca Vides
Presente

Estimada Señorita de la Roca:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE GUÍA GRÁFICA IMPRESA PARA DAR A CONOCER A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE LA REGIÓN DE OCCIDENTE DE GUATEMALA, ACERCA DEL PROCESO DE INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO ADECUADO DE COSECHADORES DE AGUA DE LLUVIA. FEED THE FUTURE GUATEMALA, PROYECTO CADENAS DE VALOR DE CAFÉ (FEDECOCAGUA, R. L.)**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez Aguirre, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de febrero de 2022

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA GRÁFICA IMPRESA PARA DAR A CONOCER A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE LA REGIÓN DE OCCIDENTE DE GUATEMALA, ACERCA DEL PROCESO DE INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO ADECUADO DE COSECHADORES DE AGUA DE LLUVIA. FEED THE FUTURE GUATEMALA, PROYECTO CADENAS DE VALOR DE CAFÉ (FEDECOCAGUA, R. L.)**. Presentado por la estudiante: Dámaris Ana Luisa de la Roca Vides, con número de carné: 15001409, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Licda. Lissette Pérez Aguirre
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 09 de noviembre de 2022

Señorita
Dámaris Ana Luisa de la Roca Vides
Presente

Estimada Señorita de la Roca:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 19 de enero de 2,023

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

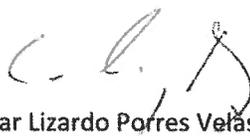
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE GUÍA GRÁFICA IMPRESA PARA DAR A CONOCER A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE LA REGIÓN DE OCCIDENTE DE GUATEMALA, ACERCA DEL PROCESO DE INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO ADECUADO DE COSECHADORES DE AGUA DE LLUVIA. FEED THE FUTURE GUATEMALA, PROYECTO CADENAS DE VALOR DE CAFÉ (FEDECOCAGUA, R. L.),*** de la estudiante Dámaris Ana Luisa de la Roca Vides, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 27 de enero de 2023

Señorita:
Dámaris Ana Luisa de la Roca Vides

Estimada Señorita de la Roca:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE GUÍA GRÁFICA IMPRESA PARA DAR A CONOCER A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE LA REGIÓN DE OCCIDENTE DE GUATEMALA, ACERCA DEL PROCESO DE INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO ADECUADO DE COSECHADORES DE AGUA DE LLUVIA. FEED THE FUTURE GUATEMALA, PROYECTO CADENAS DE VALOR DE CAFÉ (FEDECOCAGUA, R. L.). GUATEMALA, GUATEMALA 2023.** Presentado por la estudiante: Dámaris Ana Luisa de la Roca Vides, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular. me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios, gracias, por las muchas bendiciones que me ha dado, por guiar mis pasos y amonestarme con amor cuando lo he necesitado. Por ser la fuente de sabiduría y perseverancia. A Él sea toda la honra y gloria.

A mi padre, (QDEP) por dejarme de herencia su creatividad, su alegría y un buen ejemplo. A mi madre, por estar a mi lado, ser ejemplo de lucha, valentía, esfuerzo, amor y por apoyarme, a Dios gracias por su vida.

A mis hermanos, por darme el ejemplo de madurez y motivarme a realizar mis sueños. Agradezco a Dios también por enviarme a un gran amigo que fue como familia; me apoyó en todo momento de mi carrera sin condición; eres un ejemplo de persona, te admiro y tendrás siempre un espacio especial en mi corazón.

Agradezco a FEDECOCAGUA, R. L. por haberme apoyado económicamente los primeros años de mi carrera, que Dios multiplique y bendiga a esta institución, y al señor Ulrich Gurtner Kapperler, por ser una persona de alta estima y de admiración.

Sinopsis

A través del acercamiento con la empresa FEDECOCAGUA, R. L. y el proyecto Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, se identificó que no cuenta con una guía gráfica impresa para dar a conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, acerca del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una guía gráfica impresa para dar a conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, acerca del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia.

La investigación se enfoca en utilizar el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero paracuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 25 personas, conformado por el grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo logrado fue la creación y diseño de una guía gráfica para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia, a las y los productores de café del área de occidente a través de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café el cual cumple con los objetivos planteados por el cliente.

Es por ello que se recomendó al cliente la creación de una guía atractiva, atractiva, fácil de entender y acorde al grupo objetivo.

Para efectos legales, únicamente la autora, DÁMARIS ANA LUISA DE LA ROCA VIDES, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice

| | |
|---|----------|
| Capítulo I: Introducción..... | 1 |
| 1.1 Introducción..... | 1 |
| Capítulo II: Problemática..... | 4 |
| 2.1 Contexto..... | 4 |
| 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño..... | 5 |
| 2.3 Justificación..... | 5 |
| 2.3.1 Magnitud..... | 5 |
| 2.3.2 Vulnerabilidad..... | 6 |
| 2.3.3 Trascendencia..... | 6 |
| 2.3.4 Factibilidad..... | 6 |
| Capítulo III- Objetivos del diseño..... | 8 |
| 3.1 Objetivo general..... | 8 |
| 3.2 Objetivos específicos..... | 8 |
| 3.2.1 Recopilar..... | 8 |
| 3.2.2 Investigar..... | 8 |
| 3.2.3 Conceptualizar..... | 8 |
| 3.2.4 Desarrollar..... | 8 |

| | |
|---|----|
| Capítulo IV- Marco de referencia | 9 |
| 4.1 Información general del cliente..... | 9 |
| 4.1.1 Nombre del cliente (empresa)..... | 9 |
| 4.1.2 Dirección. | 9 |
| 4.1.3 Teléfono..... | 9 |
| 4.1.4. Contacto..... | 9 |
| 4.1.5 Antecedentes..... | 9 |
| 4.1.6 Oportunidad identificada..... | 10 |
| 4.1.7 Misión..... | 10 |
| 4.1.8 Visión..... | 10 |
| 4.1.9 Valores..... | 10 |
| 4.1.10 Delimitación Geográfica..... | 10 |
| 4.1.11 Grupo Objetivo..... | 10 |
| 4.1.12 Principal beneficio al grupo objetivo..... | 11 |
| 4.1.13 Competencia..... | 11 |
| 4.1.14 Posicionamiento..... | 11 |
| 4.1.15 Factores de diferenciación..... | 11 |

| | |
|--|-----------|
| 4.1.16. Objetivo de Comunicación..... | 11 |
| 4.1.17. Objetivo de Mercadeo..... | 11 |
| 4.1.18. Mensajes claves a comunicar..... | 11 |
| 4.1.19. Estrategia de comunicación..... | 12 |
| 4.1.20. Reto del diseño y trascendencia..... | 12 |
| 4.1.21. Materiales por realizar..... | 12 |
| 4.1.22. Logotipo FEDECOCAGUA, R. L..... | 12 |
| 4.1.23. Logotipo Feed the Future Guatemala..... | 13 |
| 4.1.24. Organigrama..... | 14 |
| 4.1.25. FODA..... | 15 |
| Capítulo V: Definición del grupo objetivo..... | 16 |
| 5.1 Perfil Geográfico..... | 16 |
| 5.2 Perfil Demográfico..... | 16 |
| 5.3 Perfil Psicográfico..... | 18 |
| 5.4 Perfil Conductual..... | 18 |
| Capítulo VI: Marco Teórico..... | 19 |
| 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio..... | 19 |
| 6.1.1 Cosechador de agua de lluvia..... | 19 |

| | |
|---|----|
| 6.1.2 Federación..... | 20 |
| 6.1.3 Cooperativa..... | 20 |
| 6.1.4 Guía..... | 20 |
| 6.1.5 Área..... | 21 |
| 6.1.6 Guía gráfica..... | 21 |
| 6.1.7 Conocimiento..... | 22 |
| 6.1.8 Café..... | 22 |
| 6.1.9 Productores de café..... | 22 |
| 6.1.10 Pequeños productores de café..... | 22 |
| 6.1.11 Grandes productores de café..... | 23 |
| 6.1.12 Regiones de Guatemala..... | 23 |
| 6.1.13 Región Occidente..... | 23 |
| 6.1.14 Procesos..... | 24 |
| 6.1.15 Instalación..... | 24 |
| 6.1.16 Mantenimiento..... | 24 |
| 6.1.17 Cosechador..... | 24 |
| 6.1.18 Impresión..... | 24 |
| 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño..... | 25 |

| | | |
|-------|--|-----------|
| 6.2.1 | Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación..... | 25 |
| 6.2.2 | Conceptos fundamentales relacionados con el diseño..... | 31 |
| 6.3 | Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias..... | 40 |
| 6.3.1 | Ciencias Auxiliares..... | 40 |
| 6.3.3 | Teorías..... | 45 |
| 6.3.4 | Tendencias..... | 46 |
| 6.3.5 | Tablero de tendencias..... | 48 |
| | Capítulo VII: Proceso de diseño propuesta preliminar..... | 49 |
| 7.1 | Aplicación de la información obtenida en el marco teórico..... | 49 |
| 7.1.1 | Aplicación de la comunicación..... | 49 |
| 7.1.2 | Aplicación del diseño..... | 50 |
| 7.1.3 | Aplicación de las ciencias auxiliares..... | 50 |
| 7.1.4 | Aplicación de las artes..... | 50 |
| 7.1.5 | Aplicación de las teorías..... | 51 |
| 7.1.6 | Aplicación de las tendencias..... | 51 |
| 7.2 | Conceptualización..... | 51 |
| 7.2.1 | Método..... | 51 |
| 7.2.2 | Definición del concepto..... | 54 |

| | |
|---|------------|
| 7.3 Bocetaje..... | 54 |
| 7.3.1 Proceso de bocetaje..... | 54 |
| 7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos..... | 63 |
| 7.4 Propuesta preliminar..... | 72 |
| Capítulo VIII: Validación técnica..... | 79 |
| 8.1 Población y Muestra..... | 79 |
| 8.1.1 Expertos..... | 80 |
| 8.1.2 Cliente..... | 80 |
| 8.1.3 Grupo objetivo..... | 81 |
| 8.2 Método e Instrumento..... | 81 |
| 8.2.1 La encuesta..... | 81 |
| 8.3 Resultados e interpretación..... | 82 |
| 8.4 Cambios en base a los Resultados..... | 88 |
| 8.4.1 Antes y después..... | 88 |
| Capítulo IX: Propuesta gráfica final..... | 95 |
| 9.1 Propuesta gráfica final..... | 95 |
| Capítulo X: Producción, reproducción y distribución..... | 122 |
| 10.1 Plan de costos de elaboración..... | 123 |

| | | |
|------|--|------------|
| 10.2 | Plan de Costos de Producción..... | 123 |
| 10.3 | Plan de Costos de Reproducción..... | 124 |
| 10.4 | Plan de Costos de Distribución..... | 124 |
| 10.5 | Margen de utilidad..... | 124 |
| 10.6 | IVA..... | 125 |
| 10.7 | Cuadro con resumen general de costos..... | 125 |
| | Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones..... | 126 |
| 11.1 | Conclusiones..... | 126 |
| 11.2 | Recomendaciones..... | 127 |
| | Capítulo XII: Conocimientos generales..... | 128 |
| 12.1 | Demostración de conocimientos..... | 128 |
| | Capítulo XIII: Referencias..... | 129 |
| 13.1 | Referencias Libros..... | 129 |
| 13.2 | Referencias de páginas world wide web..... | 120 |
| | Capítulo XIV: Anexos..... | 133 |
| 14.1 | Anexo 1. Definición de tema..... | 133 |
| 14.2 | Anexo 2. Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño..... | 134 |
| 14.3 | Anexo 3. Taller de desarrollo de objetivo..... | 135 |

| | |
|--|-----|
| 14.4 Anexo 4: Brief del cliente..... | 136 |
| 14.5 Anexo 5: Tabla de Niveles Socio Económicos..... | 139 |
| 14.6 Anexo 6: Esquema de marca teórico..... | 140 |
| 14.7 Anexo 7: Boceto..... | 145 |
| 14.8 Anexo 8: Tablero de tendencias..... | 145 |
| 14.9 Anexo 9: Herramienta de validación..... | 146 |
| 14.10 Anexo 10: Respuestas a la validación del proyecto..... | 150 |
| 14.11 Anexo 11: Fotografías de validación..... | 155 |
| 14.11.1 Cliente..... | 155 |
| 14.11.2 Grupo Objetivo..... | 157 |
| 14.11.3 Expertos..... | 160 |
| 14.12 Anexo 12: Cotizaciones..... | 162 |
| 14.12.1 Costos de reproducción..... | 162 |
| 14.12.2 Costo de distribución..... | 165 |

CAPITULO I



Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, implementado y basado en la firma de Convenio Cooperativo No. 72052018CA00001, fue suscrito en noviembre del 2017 entre USAID y FEDECOCAGUA, R. L. Tiene como objetivo ayudar a los asociados y asociadas de cada cooperativa por medio de los ejes estratégicos según Plan Operativo Anual, los cuales son: Eje # 1. Mejora de la competitividad de la cadena de café. Eje # 2. Implementación Estratégica de Agricultura Sensible a la Nutrición. Eje # 3. Ambiente. Derivado del Eje #3. Ambiente. Se ha designado un porcentaje de los fondos federales para la ejecución de proyectos, que tienen como objetivo mejorar la resiliencia a través de tecnologías y prácticas agrícolas amigables con el ambiente, por ello, se realizará el proyecto de “almacenamiento de agua de lluvia a través de la adquisición de cosechadores para las Cooperativas asociadas a FEDECOCAGUA, R. L”.

En base a las metas y los medios de verificación de esta propuesta, se indicará que hay un plan de mantenimiento y una guía impresa, que dará a conocer el proceso de instalación y mantenimiento adecuado del activo.

A partir de ello, se considera que el Proyecto Cadenas de Valor de Café no cuenta con una guía gráfica impresa, que dé a conocer la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia a las y los beneficiados dentro de las edades de 20 a 60 años, que residen en los departamentos de Huehuetenango, San Marcos y Quiché.

En respuesta al problema planteado y con el apoyo de la comunicación y el diseño gráfico, se presentará el siguiente proyecto de tesis titulado: “Diseño de guía gráfica impresa para dar a

Ver Anexo 1: Definición de tema

conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, acerca del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia. Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) Guatemala, Guatemala”.

Su realización comprenderá la investigación preliminar en lo concerniente al diseño de guías gráficas, técnicas, conceptos, tendencias softwares, maquetación y diagramación, para aplicarlos al presente proyecto de graduación.

Las ciencias que respaldarán este proyecto son: Semiología, Sociología, Psicología, Antropología y la incorporación de ciertas teorías y tendencias relacionada con el diseño y la comunicación.

El objetivo general que se planteará es el siguiente: “Diseñar una guía gráfica impresa para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento, de los cosechadores de agua de lluvia.”

El desarrollo de la investigación y resultados se determinará hacia un enfoque de carácter cuantitativo y un enfoque cualitativo para la obtención de un panorama general del proyecto:

El enfoque cuantitativo será utilizado para examinar los resultados que se obtendrán por medio de una encuesta dirigida a expertos, clientes y en el tema de diseño gráfico y dirigido al grupo objetivo, cuya temática será relacionada con las áreas que integran el tema.

El enfoque cualitativo evaluará el nivel de aceptación e importancia que tendrá el diseño de la guía gráfica en el grupo objetivo.

El proyecto demostrará un desarrollo de diversas etapas como: diseño, método creativo y bocetaje, producción, reproducción, dado como resultado una propuesta final del proyecto del diseño de la guía gráfica.

La metodología de la investigación para la validación descrita se enfocará en forma

cuantitativo se aplicará a 5 expertos del diseño gráfico, publicidad y comunicación; 1 persona por parte del cliente del Proyecto Cadenas de Valor de Café, y 19 personas del grupo objetivo, todos ellos comprendidos entre las edades de 20 a 60 años.

El primer hallazgo lo constituirá el 100% de la población encuestada, que considerará que es necesario diseñar una guía gráfica para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia.

Por consiguiente, de conformidad con los resultados positivos que se obtengan en la encuesta, se detallan las conclusiones más importantes: se puede diseñar una guía gráfica impresa para dar a conocer a las y los asociados el proceso de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia.

La investigación sí respalda los procesos, conceptos, términos y tendencias de diseño relacionados al desarrollo de la guía gráfica, a través de fuentes bibliográficas, que avalen científicamente la propuesta del diseño de la guía gráfica, que será distribuida a las y los asociados en los distintos departamentos de San Marcos, Huehuetenango y Quiché.

Recopilar información del Proyecto Cadenas de Valor de Café, y el proceso de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua, que el cliente proporcione, para establecer el contenido de la guía y facilite la comprensión de los beneficiarios.

El proceso de bocetaje cumplió con el objetivo de apoyo en el proceso de conceptualización de la guía gráfica para evaluar de forma previa la diagramación del proyecto, así trasladar el mensaje que se desea brindar a los usuarios.

CAPITULO II



Capítulo II: Problemática

En conjunto con el cliente, se detectó que Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), carece de una guía gráfica impresa para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, por medio de una identidad visual que lo identifique.

Por esta razón se determinó diseñar una guía gráfica impresa que permita dar conocer el proceso de instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia, a los habitantes de la región del altiplano occidental, en los departamentos de: San Marcos, Quiché y Huehuetenango.

Este proyecto de graduación tiene como objetivo dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia, por medio de una guía gráfica impresa, con el fin de facilitar la comprensión del proceso de instalación y mantenimiento adecuado a los pequeños productores de café.

2.1 Contexto

Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), implementado y basado en la firma de Convenio Cooperativo No. 72052018CA00001, suscrito en noviembre del 2017 entre USAID y FEDECOCAGUA, R. L. tiene como objetivo ayudar a los asociados y asociadas de cada cooperativa por medio de los ejes estratégicos que son: Eje # 1. Mejora de la competitividad de la cadena de café. Eje # 2. Implementación Estratégica de Agricultura Sensible a la Nutrición. Eje # 3. Ambiente.

Y enfocado en el eje #3. Ambiente, se les ha brindado un porcentaje de fondos federales, para contribuir en la compra de cosechadores de agua de lluvia. Los productores de café necesitan una guía gráfica impresa que facilite la comprensión de la instalación y el mantenimiento correcto

de los cosechadores de agua de lluvia, que será distribuido en los clústeres de Quiché, Huehuetenango y San Marcos; este debe ser organizado, colorido, de fácil comprensión y útil para el usuario.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

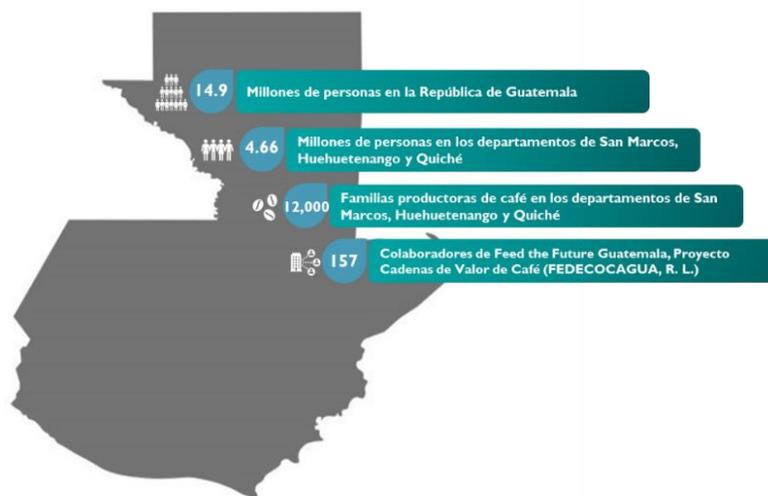
Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), carece de una guía gráfica impresa para dar a conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, acerca del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, justifica la propuesta a partir de cuatro variables, que son: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad (se despejan todas y cada una de las variables).

2.3.1 Magnitud.

Figura 1. Medición del grupo objetivo de este proyecto.



Según datos verificados del Instituto Nacional de Estadística en Guatemala INE, éste establece en el último censo que el país cuenta con 14,901,286 millones de habitantes; con un total de 4,6 millones de habitantes en los departamentos de: San Marcos, Huehuetenango y Quiché, de los cuales Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R.L.) atiende a 12,000 productoras y productores de café, por medio de 157 colaboradores.

2.3.2 Vulnerabilidad. Al no contar con una guía gráfica impresa que facilite la comprensión de la instalación y el mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia el cual será distribuido en los clústeres de San Marcos, Huehuetenango y Quiché, es la causa que los productores no tengan el conocimiento adecuado de instalación y también que no sepan darle mantenimiento correcto al cosechador de lluvia y esto a su vez provoca daños al activo.

2.3.3 Trascendencia. Con el apoyo de la comunicación y el diseño gráfico, se disminuirá el desconocimiento de cómo ejecutar la instalación y el mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, a los productores de café asociados a FEDECOCAGUA, R. L. en los departamentos de San Marcos, Quiché y Huehuetenango. Activo entregado por Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café.

2.3.4 Factibilidad. El proyecto de graduación sí es factible porque Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) cuenta con el recurso humano, organizacional, económico y tecnológico.

2.3.4.1 Recursos Humanos. Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las

funciones que se desempeñan dentro de las instalaciones.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. La Dirección de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), autoriza a los colaboradores para que estén en disposición de brindar toda la información necesaria de la entidad para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), actualmente cuentan con los recursos necesarios por un monto de Q38,426.77, que posibilita la realización de este proyecto; para impresión y distribución de las guías gráficas para facilitar la instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia. La profesional de la Comunicación y Diseño Gráfico, Dámaris Ana Luisa de la Roca Vides, donará el desarrollo del diseño de la guía gráfica para facilitar la instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia, asimismo la USB donde se hará la entrega del proyecto. Este proyecto asciende al monto de Q7,500.00.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para distribuir y trasladar el resultado del proyecto de graduación.

CAPITULO III



Capítulo III- Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar una guía gráfica impresa para dar a conocer a través de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia a los productores de café de la región de occidente de Guatemala.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar. información acerca de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), y el proceso de la instalación y mantenimiento adecuado del cosechador de agua de lluvia, a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief, para establecer el diseño de guía gráfica impresa.

3.2.2 Investigar. conceptos y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de guía gráfica impresa, a través de fuentes bibliográficas, que respalden científicamente la propuesta del diseño de la guía gráfica impresa que facilita la comprensión del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia.

3.2.3 Diagramar. la guía gráfica impresa para facilitar la instalación y el mantenimiento adecuado de los cosechadores de lluvia de agua que el proyecto Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R.L.), que se entregará a los productores de café de la región occidental de Guatemala.

3.2.4 Desarrollar. Procesos a través de la comunicación visual, gráficas, colores y tipografías que expliquen el desarrollo del tema de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia para las y los asociados de FEDECOCAGUA, R.L.

Ver Anexo 3: Taller de desarrollo de objetivos

CAPITULO IV



Capítulo IV- Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1. Nombre del cliente (empresa). Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.).

4.1.2 Dirección. 29 avenida 31-59, zona 5; colonia 20 de Octubre

4.1.3. Teléfono. (502) 2414-5151

4.1.4. Contacto. MSc. Ing. Oscar Hernández Vela Celular: (+502) 3237-6160

4.1.5 Antecedentes. El 16 de noviembre del 2017, USAID otorgó a FEDECOCAGUA, R. L. la implementación de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, según el convenio cooperativo No. 72052018CA00001. Con el enfoque de sostenibilidad en las Cooperativas de la federación en tres regiones del occidente que son: Huehuetenango, Quiché y San Marcos, fortaleciendo los 3 ejes estratégico café, nutrición y ambiente. En base al Plan Operativo Anual, del año fiscal 2021 hay un fondo asignado a subvenciones para el apoyo en la implementación de proyectos a cada cooperativa, dichos proyectos en pro de las cooperativas.

Cada proyecto de subvenciones pasa por un proceso de análisis y evaluación para luego ser autorizado por el Comité Técnico del Proyecto y de USAID, para una buena ejecución, que sea acertada y que cumpla con los objetivos y resultados planteados por Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadena de Valor de Café. Por ello se ha efectuado el Proyecto de adquisición de Cosechadores de Agua de Lluvia, el cual requiere de una guía gráfica impresa para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento

adecuado del activo entregado a los productores de café asociados a FEDECOCAGUA, R. L. en la región del occidente de Guatemala.

4.1.6 Oportunidad identificada. Creación de una guía gráfica impresa que explicará el proceso de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia de forma comprensible y fácil.

4.1.7. Misión. En un mercado globalizado y altamente tecnificado, cerramos la brecha entre los pequeños productores con limitaciones en educación e infraestructura a importadores en los países consumidores de café.

4.1.8. Visión. Es ocupar en el sector cafetalero guatemalteco la posición de exportador líder en la comercialización de café de los pequeños productores que cultivan el aromático en toda la franja cafetalera del país.

4.1.9 Valores. Compromiso con las cooperativas asociadas y sus pequeños y medianos productores de café.

Lealtad en brindar un producto de calidad a sus clientes en el extranjero.

Responsabilidad social empresarial, entendida como un aporte a las familias y comunidades donde residen los pequeños productores socios de las cooperativas integrantes de FEDECOCAGUA, R. L.

4.1.10 Delimitación Geográfica. Occidente de Guatemala, en los departamentos de San Marcos, Huehuetenango y Quiché.

4.1.11. Grupo Objetivo. Productoras y productores de café asociados a FEDECOCAGUA, R. L.

4.1.12. Principal beneficio al grupo objetivo. Conocimiento del proceso adecuado de la instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia.

4.1.13. Competencia. FEDECOCAGUA, R. L. es la única federación de cooperativas exportadora de café de pequeños productores en Guatemala, por ende, su competencia es a nivel internacional, compite con los países como: Honduras, Nicaragua, Costa Rica, México Brasil y Colombia.

4.1.14. Posicionamiento. La estrategia de posicionamiento de FEDECOCAGUA, R. L. es el interés de apoyar a sus asociadas y asociados, a través de la implementación de proyectos que fortalezcan los ingresos económicos, mejoras sanitarias y aumento en la producción del café.

4.1.15. Factores de diferenciación. La diferenciación es la dotación de tecnologías para la mejora de la productividad del café, a la vez capacitación técnica e instrumentos como guías de instalación y mantenimiento de las tecnologías adoptadas.

4.1.16. Objetivo de Comunicación. Dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, que serán entregados a las y los asociados de FEDECOCAGUA, R. L., por medio de una guía gráfica impresa.

4.1.17. Objetivo de Mercadeo. Lograr el reconocimiento de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) del apoyo brindado a las y los asociados, y los fondos dirigidos a la implementación de proyectos.

4.1.18. Mensajes claves a comunicar. El proceso adecuado de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia dotados por Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R.L.)

4.1.19. Estrategia de comunicación. Comunicación visual. Se transmite un mensaje a través de medios visuales como una guía impresa, la cual contiene información desarrollada estratégicamente para que sea un material de apoyo al grupo objetivo.

4.1.20. Reto del diseño y trascendencia. El reto es cumplir con el diseño y objetivo establecido por Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, para ser aprobado por USAID ya que tiene altos estándares de diseño y calidad en todos sus proyectos e insumos visuales.

4.1.21. Materiales por realizar. Guía gráfica impresa.

4.1.22 Logotipo FEDECOCAGUA, R. L.



4.1.22.1 Color.

Azul (R 19, G 40, B 128)

Verde (R 176, G 201, B 12)

Oro (R 227, G 161, B19)

Café (R 112, G 71, B69)

4.1.22.2 Tipografía. El isologo de FEDECOCAGUA, R.L. utiliza la tipografía personal

4.1.22.3 Forma. FEDECOCAGUA, R. L. lo representa un isologo, que contiene el nombre de la federación en dos círculos que encapsulan la silueta del mapa de Guatemala de donde se origina el producto de exportación, dentro del mapa contiene un grano de café que simboliza el producto que exporta la federación al igual que dos pinos de color verde que representan el cooperativismo a nivel internacional.

Ver Anexo 4: Brief

4.1.23. Logotipo Feed the Future Guatemala



COLOR PALETTE:
PRIMARY COLOR



Pantone 7459 C
CMYK 71/26/21/0
RGB 71/153/181
HEX #4799B5

4.1.23.1 Color.

Azul (R 71, G 153, B 181)

4.1.23.2 Tipografía. Feed the Future Guatemala utiliza la tipografía Gill Sans.

4.1.23.3 Forma. Feed the Future Guatemala tiene un imagotipo que contiene el escudo de los Estados Unidos de América en la parte izquierda, en la parte superior derecha el nombre de Feed the Future, y en la parte inferior derecha en letras pequeñas el nombre completo de esta institución.

Ver Anexo 4: Brief

4.1.24 Organigrama.

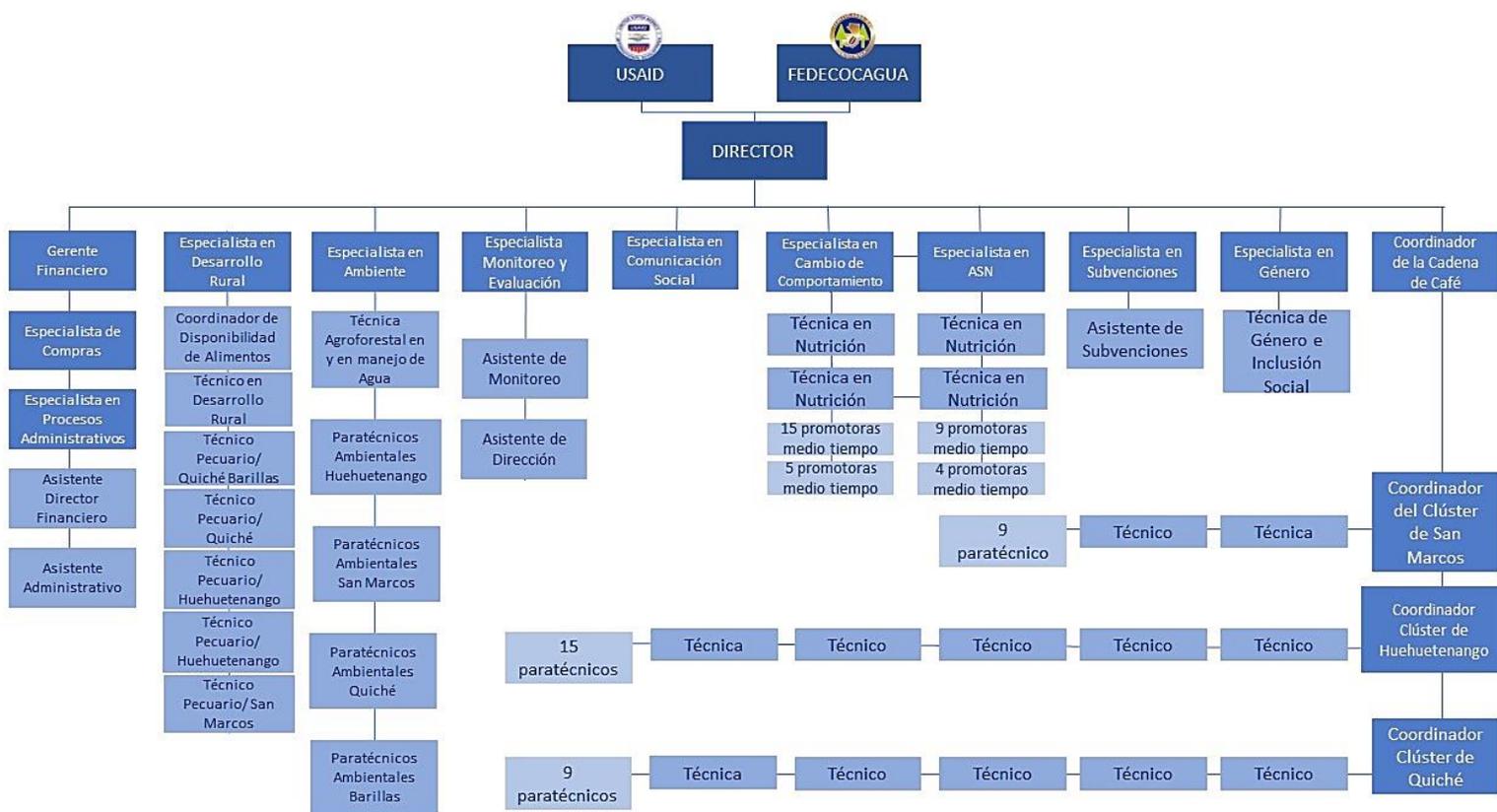


Figura 2. Organigrama proporcionado por Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café.

4.1.25 FODA.



Figura 3. Matriz FODA, elaborada por: Dámaris de la Roca.

CAPITULO V



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo al que va dirigido este proyecto es a hombres y mujeres, entre los 20 a 60 años, nivel de estudios universitario ya sea licenciatura, maestría o doctorado, que tengan experiencia en proyectos financiados por USAID en Guatemala, a través del desarrollo e implementación de tecnologías que ayuden al medio ambiente y al desarrollo económico de la sociedad en las regiones más pobres del país, pertenecientes a un nivel socio económico C1.

5.1 Perfil Geográfico

La Ciudad de Guatemala está integrada por la cabecera departamental que es el Municipio de Guatemala, en la región central con 17 municipios, con una extensión territorial de 220 km², siete aldeas y 20 caseríos. El presente proyecto se va a desarrollar en la Ciudad de Guatemala el Municipio de Guatemala, en la República de Guatemala. Con todos sus componentes geográficos de interés en hombres y mujeres de 20 a 60 años.

5.2 Perfil Demográfico

El grupo objetivo enfocado para este proyecto va dirigido a hombres y mujeres de edades entre 20 a 60 años, de niveles socio económico C1 y C2, de nacionalidad guatemalteca. Lo que indica que el nivel de ingresos es de Q25,600.00 a Q17,500.00, la ocupación de este grupo objetivo son personas con experiencia en ejecución de proyectos financiados por USAID, desarrollan estrategias para la sostenibilidad del medio ambiente y de las personas en los departamentos con más índices de pobreza, administran fondos por medio de planes estratégicos en beneficio de las comunidades.

Las personas que conforman este grupo objetivo son profesionales expertos interesados por ejecutar proyectos implementados por USAID, también están interesados en el desarrollo del país.

- **Nivel socio económico C1**

Ingresos. Q25,000.00

Educación. Superior, Licenciatura.

Desempeño. Ejecutivo medio, comerciante, vendedor.

Vivienda. Casa/ departamento rentado o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garaje para 2 vehículos

Personal de servicio. Por día

Posesiones. Autos compactos de 3-5 años, asegurados por financiera

Bienes de comodidad. 1 teléfono 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/miembro, electrodomésticos básicos.

Diversión. Cine, CC, parques temáticos locales.

- **Nivel socio económico C2**

Ingresos. Q17,500.00

Educación. Superior, Licenciatura.

Desempeño. Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.

Vivienda. Casa/ departamento rentado o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, 1 sala, garaje para 2 vehículos

Personal de servicio. Por día/ eventual

Posesiones. Auto compacto de 4-5 años, sin seguro.

Bienes de comodidad. 1 teléfono fijo, mínimo 1-2 celulares, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos.

Diversión. Cine, CC, parques temáticos locales.

Ver Anexo 5: Tabla de niveles socio económicos

5.3 Perfil psicográfico

Son personas que tienen como objetivo ejecutar proyectos financiados por USAID en Guatemala, para el desarrollo del país, que sean empáticos con los demás y que velen por el medio ambiente. Tienen una personalidad de emprendimiento y desarrollo de soluciones.

5.4 Perfil conductual

Hombres y mujeres que busquen generar soluciones estratégicas en pro del país, estudiados universitarios que sean parte de un proyectos que busque ser sustentable y sostenible para ayudar a las comunidades, personas profesionales que estén en constante actualización tanto en su área profesional como de las noticias nacionales, que implementen estrategias avanzadas para ejecutar de forma adecuada, para llevar a cabo proyectos y financiar de forma ordenada, detallada y puntual, que tengan tecnología para realizar cambios estructurales. Que deseen apoyar a las familias de escasos recursos, que tengan visión y un buen desempeño.

Que disfruten de alcanzar sus metas, lideren sus áreas de trabajo, sean competitivos, amen lo que hacen. Cumplan con su familia, apoyen y sean un ejemplo a sus hijos para ser personas de liderazgo y ser un beneficio a su país.

CAPITULO VI



Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

Para el desarrollo de la guía gráfica impresa para facilitar el proceso de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, es conveniente tener al alcance toda la información teórica conceptual, que se conjuga para dar a conocer esta guía gráfica impresa, que se ejecutará en el municipio de Guatemala, del Departamento de Guatemala en la República de Guatemala.

6.1.1 Cosechador de agua de lluvia. Es la captación de la precipitación pluvial para usarse en la vida diaria, esta práctica ayuda en gran medida a bajar la explotación de los mantos freáticos ya que se dejaría de usar agua que podría ser potable (después de pasar por algún filtro) y en vez de eso utilizar el agua de lluvia en cosas como el baño, regar plantas, entre otras cosas. Las cosechadoras de agua tienen el objetivo de desarrollar sistemas productivos en el Corredor Seco, utilizando el agua almacenada como riego complementario y de uso colectivo, bajo el principio de ambiente y desarrollo. (SEMARNAT, 2008)

6.1.1.1 Cosechador de Agua. Deposito grande, para recoger y conservar el agua, especialmente de lluvia, contenedor de agua que se ha usado por siglos para almacenarla. Surgió en Arabia, estaba construido con ladrillos unidos con argamasa, un tipo de cemento que resulta de la mezcla de cal, arena y agua, las paredes internas están recubiertas también con cal, arena, arcilla roja, óxido de hierro y resina de lentisco, una flor de la región.

En la actualidad han evolucionado y hoy en día son de otro tipo de material de mejor calidad, fabricados con polietileno 100% virgen, es decir que este plástico, no es

reciclado ni ha sido utilizado anteriormente en otros productos, garantizando de esta manera su integridad estructural. Cuenta con una capa negra externa para proteger el agua de su interior contra los rayos uv y una capa blanca interna que es también anti-bacterial, inhibiendo la reproducción de microorganismos que podrían ser dañinos para la salud humana. El tubo de entrada cuenta con un empaque de neopreno que impide que ingresen partículas y otros contaminantes al agua almacenada. (Mengual Muñoz y M.B., 2021)

6.1.2 Federación. La federación, son las acciones de asociarse en grupos o personas con un fin común Pi y Margall (2006) menciona que “La Federación es un sistema por el cual los diversos grupos se asocian a un conjunto de los de su especie para todos los fines que le son comunes” (p. 52).

Las federaciones son cooperativas en segundo grado formadas por dos o más cooperativas de primer grado que se dedican a actividades semejantes. Estas son consideradas asociaciones cooperativas. Deberán de formar centros de servicios, con el objetivo de prestar servicios y aportaciones a sus integrantes. (Castellanos Aquino, 2005)

6.1.3 Cooperativa. Sociedad formada por productores, vendedores o consumidores con el fin de producir, comprar o vender de un modo que resulte más ventajoso para todos. (Microdata, 2021)

6.1.4 Guía. Lista o catálogo en que se relacionan un conjunto ordenado de datos. Tratado donde se ofrecen, de forma ordenada, preceptos, consejos o información práctica y básica sobre ciertas cosas. Es un instrumento para obtener mejores resultados en el aprendizaje. Una guía de estilo no ha de ser un manual de instrucciones que se deba seguir paso por

paso, pero tampoco ha de ser vaga y ambigua. Evitar el recargado, no utilizar una gran cantidad de información en la guía; ya que al final solo confundirá al cliente. (Gil, 2019)

6.1.5 Área. Es una medida de un espacio delimitado por un contorno al que se denomina perímetro, se suele usar en algunos casos indistintamente el término de una superficie o área, pero primero se refiere al espacio, mientras que el segundo, a la medición de este.

El área es un concepto métrico que puede permitir asignar una medida a la extensión de una superficie, expresada en matemáticas como unidades de medida denominadas unidades de superficie. El área es un concepto métrico que requiere la especificación de una medida de longitud. Es una medida de dos dimensiones al cuadrado. (Westreicher, 2020)

6.1.6 Guía gráfica. Sirven para guiar y explicar cómo debe hacerse algo siempre se espera que una guía sea corta, clara, precisa y concisa. Las guías no incluyen toda la información acerca de cómo funciona algo, sino que su objetivo es enseñarnos a hacer que ese algo funcione. Las guías no necesariamente vienen escritas como si fueran libros, sino que pueden ser ajustadas al tipo de consumidor y en algunos casos hasta son incluidas en algún CD, video o nota, las guías suelen ser informales y su contenido es más relativo. (Anónimo, 2015)

Flexibilidad debe ser una orientación para el usuario, sus elementos esenciales que son: 1. Una descripción escrita de la compañía. 2. Una justificación para el trabajo llevado a cabo (tipografía como paleta de colores, etc.) 3. Información sobre logotipos, uso de fuentes, paleta de colores y tono de voz. 4. Guías fotográficas. 5. Información secundaria. El uso de imágenes hace una guía de estilo visual, los enlaces y columnas de texto harán que el usuario se salte parte de la información y es más probable que cometa el error de

omitir este. Sí se acompaña texto con ilustraciones guiarán al usuario correctamente. Toda guía cuenta con un apartado donde se especifique el tono de voz apropiado y cómo se deben comunicar los mensajes al público. (Gil, 2019)

6.1.7 Conocimiento. Es la comprensión de algo, como puede ser los hechos, las habilidades o los objetos. Dar a conocer se refiere a hacer público una cosa. (Oxford Languages, 2021)

6.1.8 Café. Es una infusión caliente que se consume en varios países de occidente. Su nombre deriva de un árbol, cuya planta es el cafeto, el grano es el que se utiliza para la realización de dicha infusión.

La planta del café llega a medir entre 4 y 6 metros de altura, aunque mayormente la cortan para que los granos no se produzcan a tanta altura. Dichos granos se utilizan para la preparación de la infusión al ser tostados y mezclados con agua caliente para la elaboración del café. (Uriarte, 2022)

6.1.9 Productores de café. Los principales países productores de café son: Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, India Honduras y otros. Alrededor de 7.7 millones de toneladas de café oro se produce a nivel mundial por año en una superficie de 10.5 millones de hectáreas en más de 50 países. 85% del café del mundo se produce en Latinoamérica. Arábica constituye ese porcentaje. El resto se distribuye entre 10% en Asia 5% en África. (Faostat, 2013)

6.1.10 Pequeños productores de café. Las tareas de cultivo de este último producto emplean a 125 mil personas, el 97% de ellos pequeños caficultores responsables del 47% de la producción nacional. A estos caficultores se deben sumar el resto de las personas que

de forma directa o indirecta colaboran con las tareas del café en Guatemala, aportando este producto un saldo de 400.000 empleos en el país. (Cuadras, 2018)

6.1.11 Grandes productores de café. El productor más grande de todos es Brasil con 2.2 millones de toneladas cultivadas en un área de 2.3 millones de hectáreas. Le siguen Vietnam, Indonesia y Colombia que cada uno produce entre 0.6 y 1 millón de toneladas en una superficie combinada de 2.6 millones de hectáreas. (Faostat, 2013)

6.1.12 Regiones de Guatemala. La división administrativa de Guatemala está realizada con el fin de promover una organización territorial función de la geografía, clima, costumbres e intereses políticos de cada uno de los 22 departamentos que conforman este país. Las Regiones de Guatemala son 8:

- La Región Metropolitana
- La Región Norte
- La Región Nororiente
- La Región Suroriente
- La Región Central
- La Región Suroccidente
- La Región Noroccidente
- La Región Petén (Simon, J., 2013)

6.1.13 La Región Occidente. El altiplano occidental guatemalteco está ubicado en la parte noroccidental de Guatemala y está conformado por municipios de los departamentos de: Quetzaltenango, Huehuetenango, San Marcos, Quiché y Totonicapán. Dada las características fisiográficas, edáficas y climáticas de la región existe gran diversidad de especies de flora y fauna características del área, varias de éstas presentan niveles de

endemismo. Esta región del país es habitada por más de cinco grupos étnicos, predomina el minifundismo, las principales actividades de las personas son agricultura de subsistencia y hay áreas que están catalogadas en la línea de pobreza y pobreza extrema. (Velásquez 2007)

6.1.14 Procesos. Es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Expone mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema. (Editorial Economía, 2013)

6.1.15 Instalación. Es el acto y la consecuencia de instalar, establecer, situar algo en el sitio debido. El término también puede aludir al conjunto de los elementos instalados y al espacio que dispone de todo lo necesario para el desarrollo de una determinada actividad. (Pérez Porto y Merino, 2018)

6.1.16 Mantenimiento. Es el procedimiento por el cual se trata un bien determinado de manera que el paso del tiempo, el uso o el cambio de circunstancias externas no lo afecten. Hay muchos campos en los que se puede aplicar el termino ya sea para bienes físicos o virtuales. El mantenimiento es especialmente importante en los bienes necesarios para la producción de bienes y servicios. (Repetto Trujillo, s.a.)

6.1.17 Cosechador. Que cosecha. Dicho de una máquina: que sirve para cosechar la mies u otros frutos. (RAE, 2022)

6.1.18 Impresión. Marcar en el papel o en otra materia las letras y otros caracteres gráfico mediante procedimientos adecuados. Estampar un sello u otra cosa en papel, tela o masa medio de la presión. (RAE, 2021)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1 Comunicación. Es la acción de intercambiar información entre un emisor y un receptor, en el cual el primero transmite el mensaje y el segundo lo interpreta y produce una respuesta, de ser necesario. La comunicación tiene el fin de transmitir o recibir información. En lo que se refiere a los seres humanos, esta es una actividad psíquica propia, derivada del pensamiento, el lenguaje y del desenvolvimiento de las capacidades psicosociales de las relaciones. Los pasos básicos de la comunicación son la formación de una intención de comunicar la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal la recepción de la señal de decodificación del mensaje y finalmente la interpretación del mensaje por parte de un receptor. (Yirda, 2011)

Las formas de comunicación más importante son: comunicación verbal; comunicación no verbal; comunicación visual; comunicación persuasiva; comunicación informativa. (Peiró, 2019)

La comunicación es un proceso tiene una serie de elementos que son afines en la comunicación verbal y no verbal, y que son indispensables para que el proceso de comunicar una idea se lleve a cabo. Los elementos de comunicación son:

- Emisor: Es aquel que produce y emite un mensaje. Puede ser una persona o no.
- Receptor: Es aquel que recibe y que decodifica el mensaje, pero que no siempre lo responde.
- Código: Es el sistema de signos, es decir la lengua que se escoge para transmitir el mensaje. Puede ser oral o escrito.

- Canal: Es el medio por el que se transmite el mensaje.
- Mensaje: Es el contenido de aquello que se transmite. Se crea con signos que son compartidos por el emisor y el receptor.
- Situación: Es el contexto en el que tiene lugar el proceso comunicativo. (Giani, 2022)

6.2.1.1.1 Comunicación verbal. Es aquella en la que se utilizan las palabras. El mensaje que se transmite se articula y expresa a través de la comunicación oral, o escrita.

Existen dos tipos de comunicación verbales que son:

- Comunicación oral: Es el intercambio de ideas a través del habla. Para que este proceso ocurra, es necesario que exista un código que sea común para todos los involucrados, que, en este caso, es la lengua o idioma.

Dicho de otra forma, no puede haber comunicación oral sin la existencia una lengua, y esta su vez se materializa a través del habla.

La comunicación oral no solo hace referencia a las palabras y frases que se expresan en el habla, sino también a los sonidos y tono que acompañan la comunicación. De este modo, un grito un suspiro una onomatopeya o un sonido característico son, también formas de comunicación oral.

Comunicación escrita: Es la expresión de ideas a través de un código escrito, bien sean palabras de una misma lengua o cualquier sistema convencional que pueda ser decodificado por los receptores del mensaje. (Peiró, 2020)

6.2.1.1.2 Comunicación no verbal. Se refiere a la acción de comunicar sin hablar y se asocia a la inteligencia emocional. La inteligencia emocional se expresa a través de la

comunicación no verbal y ésta, mediante gestos, proximidad y sonidos sin palabras, logra comunicar asertivamente. Hay varios tipos de comunicación no verbal:

- La comunicación no verbal kinésica: La comunicación kinésica o lenguaje corporal corresponde a los gestos corporales y a las miradas. La palabra kinésico proviene de la raíz griega que significa cinética o movimiento, por lo tanto, abarca todo el movimiento del cuerpo.
- La comunicación no verbal proxémica: se refiere a las distancias a que está una persona con respecto a otra, comunicándose la relación de proximidad entre ellas. La proxémica depende de la cultura y también de cómo la gente usa y responde a los diferentes tipos de relaciones espaciales.
- La comunicación no verbal paralingüística: se compone de signos orales, auditivos, táctiles y visuales. Los elementos paralingüísticos son las expresiones de sonidos sin palabras. (Coelho, 2019)

6.2.1.1.3 Autores de la comunicación. Según E. Pichón Riviere: “La comunicación es la interacción de las personas que entran como sujetos. No solo trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación se necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto”. (Ruiz, 2012)

Fernando González: “La comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterio, emociones.” (Ruiz, 2012)

María del Socorro Fonseca: “Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la

necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes”. (Marketing, 2006, p. 484)

Robbins y Coulter: Comunicación es la transferencia y la comprensión de significados”. (Administración, 2005, p. 256)

6.2.1.1.4 Funciones de la comunicación. La función principal del lenguaje humano es comunicar. La comunicación humana opera de maneras distintas según el tipo de mensaje que se desee transmitir o el tipo de comunicación que busquemos sostener con uno o varios interlocutores.

6.2.1.1.4.1 Función de informar: La transmisión de información de una persona a otra es la función principal de la comunicación. La adaptación y ajuste de las personas a los diferentes entornos sociales a lo largo de la vida, depende totalmente de la información comunicada de las diferentes maneras, tipos y medios, para una eficiente toma de decisiones y solución de problemas se requiere de toda la información disponible. El proceso de dar y recibir información está inmerso, directa o indirectamente, en todas las demás funciones de la comunicación.

6.2.1.1.4.2 Función de expresar: Todo ser humano requiere comunicar emociones, sentimientos, necesidades y opiniones. Está enfocada en transmitir los sentimientos, emociones, estados de ánimo o deseos del interlocutor. Con el aprendizaje de los tipos de lenguaje a lo largo del desarrollo se logra un proceso de comunicación sana y eficiente.

6.2.1.1.4.3 Función persuasiva: Es expresar algo con el objetivo de inducir a otro individuo a actuar de una u otra manera, es el día a día de la interacción humana. La

comunicación persuasiva es el proceso mediante el cual un individuo transmite estímulos para modificar la conducta de otros individuos.

6.2.1.1.4.4 Función instructiva o de comando. Generalmente la emisión viene dada por alguna clase de jerarquía o relación de autoridad como un jefe o líder, profesores, los familiares mayores, expertos en un área determinada, oficiales de policía, jueves, figuras gubernamentales, entre otros. En este sentido se espera que la acción, comportamiento o cambio en las personas sea tal cual como se pide que sea. En algunos casos se sabe que existen consecuencias en algún nivel, si no se consigue la respuesta esperada. La información de este mensaje es de carácter del mensaje son más concretos e imperativos.

6.2.1.1.4.5 Función de regular o controlar: Son más comúnmente utilizadas dentro de un equipo de trabajo, organizaciones y grupos de personas, donde se hace necesario una convivencia e interacción sana entre las personas involucradas para lograr objetivos planteados.

6.2.1.1.4.6 Función de integración o relacionamiento social: El proceso de dar y recibir información en una conversación, donde todos los tipos de comunicación entran en juego, son esenciales para el entendimiento sano, creación de convenciones de trato, respeto y formación de lazos entre individuos.

6.2.1.2 Comunicación visual. Es la comunicación a través de un medio visual para transmitir ideas e información en formas que se pueden percibir con la vista. Se presenta en elementos bidimensionales como: carteles, tipografía, colores, dibujo, diseño gráfico, ilustración diseño industrial, publicidad y algunos otros. La comunicación visual permite dar fuerza un mensaje que queremos transmitir. Un texto acompañado de elementos visuales tendrá mayor poder informativo o persuasivo en la audiencia. La comunicación

visual sirve para reforzar el mensaje que se quiere transmitir llamando la atención de las personas. (Minervi, 2005)

6.2.1.3 Comunicación informativa. Es el tipo de comunicación que está enfocado en informar a una audiencia sobre un tema determinado sin ser persuasivo. Aunque todo discurso puede tener un efecto persuasivo, el objetivo de comunicación informativa es que esta consecuencia sea la menor posible. Las funciones de la comunicación informativa son: son para aumentar los niveles de conocimiento de una marca, empresa o producto, para reportar nuevos sucesos o noticias, para clarificar información de alta complejidad y posibilitar el entendimiento de esta.

- Hay diferentes tipos de comunicación informativa que son:
- Descriptiva: incluye lugares, objetos y animales.
- Explicativa: Tiene el objetivo de mejorar el entendimiento sobre un proceso.
- Eventual: Su finalidad es narrar un suceso.
- Conceptual: Que busca definir categorías. (Anónimo, 2020)

6.2.1.4 Imagen. Recurso de información y comunicación basada en la idea que las imágenes principalmente las digitales se han vuelto esenciales en el proceso de la comunicación y transmisión de información en las sociedades globalizadas. En consecuencia, la imagen origina una cultura visual desarrollada a partir de los signos y lenguajes visuales que transmite. Las imágenes se han situado como elementos relevantes para la transmisión de información y comunicación entre las personas, causando que sea habitual que los procesos de comunicación incluyan a la imagen. (Meza, 2018)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1 Diseño. Es una disciplina que propone soluciones a necesidades concretas de comunicación, lo que supone solventar problemas, expresar ideas y, en definitiva, realizar un gran ejercicio intelectual. En efecto, frente a concepciones reduccionistas que aluden únicamente a su parcela estética, el ejercicio del diseño. El diseño es sinónimo de funcionalidad, como indica la diseñadora, el mensaje dese ser accesible, algo que puede ser comprendido por mucha gente, y no algo impenetrable, dirigido solo a artistas o críticos. (Paredes, 2012).

6.2.2.1.1 Elementos del diseño. El diseño está compuesto por cuatro elementos que determinan la apariencia y el contenido de un diseño. (Cabello, 2020)

6.2.2.1.1.1 Elementos Conceptuales. No existen, si no que parecen estar presentes. Dentro de los elementos conceptuales está: el punto, la línea, el plano y el volumen, estos elementos ayudan a la creación de una imagen o forma. (Cabello, 2020)

6.2.2.1.1.2 Elementos Visuales. Son los elementos que se pueden ver como:

- **Forma:** Es la representación gráfica de un objeto. La forma es cualquier cosa, si se modifica no pasa nada porque aún sigue siendo una forma. Se dice que cuando una forma se descompone en sus partes, pierde su configuración y se percibe como no configurada. Se dice que la forma es un todo, es algo más que la suma de sus partes. Si se alteran los elementos que la conforman, pierde significación.
- **Tamaño:** éste depende de la relación y comparación entre una forma y otra. Así, pueden establecerse formas de mayor tamaño, si se compara con otra de tamaño menor. Se puede hablar de formas grandes y pequeñas cuando se trata de diferenciarlas dentro del contexto de una disposición y forma constitutiva.

- Color: La forma puede percibirse gracias al color, generalmente lo que se ve como forma no puede separarse de lo que se ve como color, pues el color en la forma es sencillamente la reacción de un objeto a los rayos de la luz mediante los cuales lo percibimos. El color, junto con la textura, conforman en aspecto superficial de la forma.
- Textura: Se refiere a la apariencia externa de la forma que podemos percibir a través de la vista y el tacto, según el tratamiento que se le dé a la superficie de la misma. La textura en la forma puede recibir variaciones en cuanto al color; una forma de textura rugosa, si es tratada con el mismo color que otra de textura lisa, sufre alteraciones de su color porque hay más concentración de pigmentos.
- Posición: se relaciona más con el de forma compositiva o composición y tiene que ver con la forma en el espacio. Cuando relacionamos la forma con el ámbito o campos donde se desarrolla la percepción visual podemos determinar su posición. (Cabello, 2020)

6.2.2.1.1.3 Elementos de Relación. Esta clasificación gobierna la ubicación y la interacción de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos como la posición y la dirección; otros pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad.

- Dirección: esta depende de cómo está relacionada con el observador con el marco que la contiene o con otras formas más cercanas.
- Posición: Una forma es vista por su relación respecto al campo o a la estructura de diseño.
- Espacio: Las formas de cualquier tamaño, por pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio puede estar vacío o lleno, liso o ilusorio para sugerir una profundidad.
- Gravedad: La sensación de gravedad no es visual sino psicológica, ya que tenemos tendencia a atribuir pesadez o liviandad, estabilidad o inestabilidad a formas o a grupos de formas. (Cabello, 2020)

6.2.2.1.1.4 *Elementos prácticos*: Aquí se encuentran clasificadas la representación, el significado y la función. Son los elementos que subyacen el contenido y el alcance de un diseño.

- **Función**: Se hace presente cuando un diseño debe servir a un determinado propósito.
- **Significado**: Se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.
- **Representación**: Grafismo para dar la idea de un concepto determinado. (Cabello, 2020)

6.2.2.1.2 *Principales autores del diseño*. Según Timothy Samara (2008) “Organizaciones y empresas de todas clases utilizan el diseño con la intención de comunicar sus mensajes de una forma clara y vinculada a una experiencia emocional. La calidad de esa experiencia depende de la pericia que el diseñador haya mostrado a la hora de transformar el mensaje en un conjunto organizado, fácil de recordar e impactante visualmente. El buen diseño es mucho más que la suma de sus elementos exige comprender los fundamentos de la forma y la composición, los mensajes del color, la relación entre los distintos tipos de signos visuales, el ritmo de la jerarquía informativa y la forma en la que tipografía e imagen trabajan para producir un mensaje unificado y coherente”. (Samara, 2018)

Algunos de los diseñadores destacados en el transcurso de la historia son:

- **Saúl Blas**: Estados Unidos (1920-1996), su obra estará asociada para siempre al cine de Hollywood. Revolucionó el arte de los créditos en las películas. También diseñó carteles de centenares de películas como “El hombre de la pistola de oro”, “La tentación vive arriba”, “Vértigo”, “Anatomía de un asesinato”, “West Side Story”, “Psicosis” o “Spartacus”. Además, fue el responsable del storyboard de la legendaria escena de la ducha de Psicosis, que cambió para siempre la historia del cine. Sus carteles sus créditos utilizan formas geométricas sencillas, evocando

recortes de cartulina. (Aula Creativa, 2021)

- Jacquelin Casey: Estados Unidos (1927-1992), su nombre estará siempre asociado al MIT (Massachusetts Institute of Technology). Sus famosos carteles para el MIT se reconocen por sus tipografías audaces y sus imágenes sorprendentes. A menudo utilizaba juegos de palabras en sus diseños. Su objetivo era siempre atraer la atención del público para que asistiera a los eventos y exposiciones que anunciaban sus carteles. (Aula Creativa, 2021)
- Herbert Matter: Estado Unidos (1927-1984), en un momento en el que la ilustración era técnica más extendida, Matter introdujo la fotografía como elemento esencial en sus carteles. Para ser más exactos fue un maestro del fotomontaje. Sus composiciones suelen mostrar imágenes de diferentes tamaños y escalas creando contrastes llamativos e impactantes. (Aula Creativa, 2021)
- Milton Glaser: Estados Unidos (1929-2020), maestro de maestros. Su obra es mundialmente conocida. Su logotipo para la ciudad de New York que realizó de forma gratuita se ha convertido en un icono cultural. También han pasado a la historia sus diseños editoriales, como sus numerosos trabajos para la revista New York. Diseño carteles memorables, como su famoso cartel de Bob Dylan o el cartel de la última temporada de Mad Men. Su talento como ilustrador es omnipresente en su obra. Líneas simples colores planos y trazos sencillos caracterizan su estilo. (Aula Creativa, 2021)
- David Carson: Estados Unidos (1955), se le conoce como el padre del diseño grunge. Su estilo está lleno de patrones y texturas construidas con tipografías, colores y fotografías, creando collages muy llamativos. Comparte su pasión por

el diseño con su amor por el surf. Su estilo es a veces irreverente y transgresor, incluso a veces ha sido criticado por la ilegibilidad de algunos de sus diseños. También trabajó creando anuncios de TV para marcas como Budweisser, Xerox o Pepsi. (Aula Creativa, 2021)

- Yugo Nakamura, Japón (1970), estudió ingeniería, arquitectura y diseño de paisajes en la Universidad de Tokio. Esa formación técnica marca su trayectoria en el ámbito del diseño gráfico, especializándose pronto en productos multimedia y proyectos web. Es conocido como Yugop y así se llama su sitio web. Es un maestro de la animación web. Su talento ha sido reconocido con numerosos premios internacionales, como los Cannes Cyber Lions, Clio Awards o One Show. (Aula Creativa, 2021)

6.2.2.1.3 Diseño gráfico. El diseño gráfico es una especialidad o profesión, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de comunicación visual con un fin específico como, por ejemplo, la publicidad. Se ocupa de organizar las imágenes y los textos, producidos en general por medios industriales, para comunicar un mensaje específico a un determinado grupo social y con objetivos claros y definidos. Esta profesión se vale de herramientas para su ejecución, siendo el computador el principal instrumento utilizado en la actualidad por esos profesionales (Wong, 1991)

6.2.2.1.4 Línea gráfica. Es la comunicación identidad visual, es el contenido que mostraremos a nuestro público por medio de imágenes. Estilo estructura colores, formas que queramos darle a nuestra marca, además de la publicidad. (Fullpanama Marketing Online, 2017)

6.2.2.1.5 Conceptualizar. Se considera como una representación abstracta y simplificada de lo que cada persona sabe sobre un tema o el mundo en general y que, por alguna razón, desea representar. En realidad, esa representación que se realiza es lo que la persona sabe, y en ella se expresan conceptos desde el punto de vista de las relaciones verbales con otros conceptos. (Concepto definición, 2019)

6.2.2.1.6 Principios básicos del diseño. El diseño se rige por principios que son intemporales y aplicables a todas sus manifestaciones: equilibrio, contraste, escala proporción y estética; sin embargo, el diseñador debe saber que también se puede crear rompiendo las reglas siempre y cuando se mantenga la armonía visual. En cuanto a la estética, se ha vinculado en la enseñanza del diseño con el arte, pero como lo resalta Kant es una cuestión de parámetros culturales subjetivos que crean sentimientos cuando se contempla una manifestación artística; en la enseñanza del diseño es necesario señalar que no existe un patrón definido y que finalmente el objeto está determinado por el gusto del usuario, forma y función (Sánchez Ramos, 2013)

6.2.2.1.7 composición. Arte de agrupar las figuras y combinar los elementos necesarios para conseguir una obra plástica lo más armoniosa y equilibrada posible. (RAE, 2021)

6.2.2.3 Color. Es una experiencia generada por los sentidos debido al fenómeno de la emisión de la luz, reflejada por los objetos al incidir con una determinada intensidad. El color posee cualidades propias que hacen posibles poder diferenciarlos uno del otro dentro del mismo espectro de una misma tonalidad y así, ser capaces de diferenciar distintos tonos. Estas cualidades son tres:

- Tono: El tono es la cualidad que permite diferencia cada color, en otras palabras, es el tinte.

- Brillo: Es la cantidad de luz emitida o reflejada por un objeto, es decir, su claridad u oscuridad.
- Saturación: Es la intensidad o grado de pureza de cada color. Cuando dices que un color es muy vivo significa que está muy saturado. (BenQ, 2021)

6.2.2.3.1 Los colores primarios. son aquellos que no pueden obtenerse de la mezcla de otros colores. El reflejo de la luz sobre los objetos da como resultado los colores primarios. Existen diferentes modelos de color con sus propios colores primarios, pues algunos limitan la cantidad de colores que se puede obtener al mezclarlos. (BenQ, 2021)

Existen otros modelos de color pues algunos limitan la cantidad de colores que se puede obtener al mezclarlos, como lo siguientes:

6.2.2.3.1.1 Modelo RGB. que son los colores rojo, verde y azul.

6.2.2.3.1.2 Modelo CMYK. se define a los colores básicos que se utilizan para la impresión, está compuesto por cuatro colores básicos, cyan, magenta, amarillo y negro y denominado CMYK por sus siglas en inglés, utilizando la letra K como representación del color negro. Al momento de expresar la cantidad de tinta, este se mide en porcentaje de 0% al 100% al colocar exactamente el porcentaje de cada color, se precisado a realizar el color deseado en la impresión. (BenQ, 2021)

6.2.2.4 Imágenes. El estudio de las imágenes se denomina iconografía, debido a que toda imagen está formada por diferentes íconos que al unificar en una imagen otorgan un significado. La imagen es una figura o representación visual de algo o alguien. Es un elemento de percepción o simbolización, que transmite una sensación, sentimiento o actitud sobre lo que se puede percibir. Es la representación figurativa de una persona o

cosa. Estas son captadas a través del sentido de la vista y pueden ser plasmadas en lienzos papel o una fotografía. (significado, s. a.)

6.2.2.5. Vector. Un vector como concepto de diseño gráfico, es el elemento principal de las imágenes vectoriales compuestas por objetos geométricos independientes. Es un ente matemático similar a la recta o un plano. Este vector, se representa por una recta, que está dirigida dentro de un espacio euclidiano tridimensional. Un vector tiene 4 elementos: un punto de aplicación, módulo, dirección y sentido. Los vectores nos van a permitir proyectar magnitudes físicas vectoriales.

En las matemáticas, se puede definir como un vector a los elementos de un espacio vectorial. Este concepto es abstracto y para muchos espacios vectoriales, no se podrá mostrar los vectores mediante un módulo o dirección.

Un gráfico vectorial, en una imagen digital que se forma por distintos objetos geométricos independientes. Cada uno de los elementos, está definido por parámetros matemáticos con la forma, posición, color, tipo, grosor de contorno, algún otro. Los gráficos vectoriales, tienen un formato completamente diferente a gráficos de mapa de bits, que son compuestos de píxeles. (Anónimo, 2022)

6.2.2.6. Bocetaje. Se usa para designar al proyecto, las pruebas o la traza primera que se realiza previamente a la obra definitiva. En un boceto los contornos y los detalles no están definidos, si no insinuados de forma esquemática. Aunque se puede señalar algún matriz diferencial entre boceto y esbozo, no hay en el uso general una estricta diferencia conceptual entre cualquiera de estos términos, ni entre sí ni con otros como croquis y estudio. (Wikipedia, 2019)

6.2.2.7 Diagramación. Distribución u organización de los elementos de un mensaje (texto e imagen) en un espacio bidimensional mediante criterios de jerarquización de la información buscando funcionalidad del mensaje, fácil lectura, bajo una apariencia estética agradable o distribución proporcional de los espacios de un texto. (Paredro, 2014)

6.2.2.8 Maquetación. Es el oficio de diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, escrito, visual y en algunos casos contenido audiovisual en medios impresos y electrónicos, como libros, periódicos y revista. Es la distribución de los elementos en un espacio específico de la página, mientras que el diseño editorial incluye fases más amplias del proceso, desde el proyecto gráfico hasta los procesos de producción llamados preimpresión, prensa, y post- prensa. (Paredro, 2014)

6.2.2.9 Adobe Ilustrador. Es un software de gráficos vectoriales estándar del sector que permite crear de todo, desde gráficos en el sitio web y dispositivos móviles hasta logotipos, iconos, ilustraciones para libros, paquetes de productos y afiches. (Adobe, 2021)

6.2.2.10 Adobe Indesign. Es un software de diseño de páginas para medios escritos y digitales. Se puede crear diseños gráficos con tipografías. Comparte contenidos en PDF. Gestiona producción con facilidad. (Adobe, 2021)

6.2.2.11 Adobe Photoshop. Es un software de edición y composición de fotografías también la pintura digital, animación y diseño gráfico, da vida a las ideas en escritorio y en Ipad. Retoca, reemplaza, remezcla y resalta, las imágenes, retratos, transforma fotografías. (Adobe, 2021)

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias Auxiliares.

6.3.1.1 Semiología. Es la ciencia que estudia los signos del lenguaje, códigos, señales y símbolos de la vida social. Esta definición abarca todos los sistemas de signos como el alfabeto de los sordomudos, las señales de tráfico los códigos, el alfabeto Morse, entre otros. La semiología se puede definir como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos. (Equipo Editorial Etecé, 2020)

6.3.1.2 Semiología de la imagen. La semiótica “estudia la vida de los signos” en la vida social, también hay que definir qué imagen es un conjunto de signos distribuidos en un espacio plano.

Cuando hablamos de semiótica de la imagen nos evocamos al mensaje publicitario de una forma visual, analizar e interpretar todos los elementos y el concepto que se quiere transmitir partiendo de la base en que un anuncio tiene su significado, el mensaje se compone en denotativo que es objetivo y connotativo que va hacia el subconsciente. (Aguirre, 2016)

6.3.1.3 Psicología del Consumidor. Es el estudio del comportamiento y estructuras mentales de los consumidores, a fin de poder conocer sus actitudes, motivaciones, creencias y valores.

La información de estos estos elementos sobre los procesos mentales del consumidor son de mucha utilidad para la toma de decisiones. (Nardi, 2017)

6.3.1.4 Sociología. Es el estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedad. Es una disciplina que se encarga de analizar lo que ocurre o ha ocurrido en una sociedad.

Disciplina significa compromiso, permanencia, profundidad y gusto. La sociología es también una actitud de conciencia crítica frente a la sociedad. (Anthony Giddens, 1998)

Según Weber (1902), la sociología es la ciencia que estudia la acción humana, para su comprensión, desde un enfoque de conocimiento interpretativo para explicar su desarrollo y efectos. La sociología es la ciencia del estudio y del saber social. (Kalberg, 2013)

6.3.1.5 Psicología del color. Es un campo de estudio que está dirigido a analizar cómo se percibe y cómo se comporta el ser humano ante distintos colores, así como las emociones que suscitan en nosotros dichos tonos. Estos pueden tener ciertas variaciones en la interpretación y el significado entre culturas. Esta influye en las emociones y el estado mental, en la arteterapia, el color se asocia a las emociones de la persona y es una manera de influenciar el estado físico y mental del paciente. (Bejarano, 2020)

6.3.1.6 Etnología. Es la ciencia social que estudia sistemática y comparativamente las etnias, y las culturas de los pueblos llamados primitivos, en oposición a la actual y a las sociedades civilizadas occidentales. La etnología es una rama de la antropología que se enfoca especialmente en aquellas sociedades que aparecen como peculiares o diferentes de lo observado o acostumbrado por el individuo. Busca relaciones comparativas y similitudes entre las características de diferentes pueblos, por medio de los siguientes aspectos: religión y expresión simbólica, diversidad cultural, costumbres, idioma, organización familiar, sistemas sociales y políticos, sistemas económicos de las sociedades, entre otros puntos importantes. Esta cumple una serie de pasos para lograr su objetivo.

En primer lugar, analiza y organiza el material recolectado, selecciona el material, y por último presenta el texto, como base teórica, con el objetivo de demostrar las similitudes y diferencias entre las sociedades en estudio. (Significados, 2022)

6.3.1.7 Semiótica. Es la ciencia derivada de la filosofía, que se dedica al estudio de los sistemas de comunicación dentro de las sociedades humanas se la puede definir en general como la ciencia que estudia los signos de la comunicación humana. Sus funciones es la capacidad del cerebro humano de formar signos. En la semiótica el signo se define como la unidad mínima de una oración un elemento cargado de significados. (Equipo editorial Etecé, 2020)

6.3.1.8 Cultura de masas. Se conoce como aquellas manifestaciones culturales que, por sus características o forma de producción, pueden ser asimiladas por una gran cantidad de personas. Este tipo de cultura de este modo se opone a la cultura de élite, y la producción bajo parámetros propios de una industria, con fines de lucro y dirigida a consumidores. (Pérez, Gardey y Merino, 2012)

6.3.1.9 Antropología. Estudia la diversidad de las realizaciones socioculturales del ser humano, incluida la emergencia misma de los humanos en sus entornos ecológicos. La antropología no está limitada en su objeto específico. Toda realidad pertinente para la comprensión de lo humano puede formar parte de su campo de investigación. La antropología basa todo su potencial de producción de conocimiento en la facultad que poseemos los seres humanos para hacer inteligible el comportamiento de los seres humanos. (ASAEE, 2020)

6.3.1.10 Lingüística. Disciplina que se dedica al estudio del lenguaje. Tiene como objetivo el estudio, la descripción y la explicación de la lengua entendida como un sistema

de signos autónomo. Como tal, es una ciencia que bien puede estudiar el lenguaje en un sentido general, enfocado en su naturaleza y en las pautas que lo rigen, o bien de manera particular, orientado al estudio de lenguas específicas. Asimismo, la lingüística aborda aspectos asociados a la evolución de la lengua y su estructura interna, entre otras cosas. (Fabián Coelho, 2011)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Ilustración. Es la acción y efecto de ilustrar, es aclarar un punto o materia con palabras, imágenes o de otro modo, asimismo, es adornar un impreso con láminas o grabados para hacerlo más atractivo a la vista o explicar de mejor manera su contenido. (Significados, 2022)

La ilustración es un dibujo, pintura u obra impresa de arte que explica, aclara, ilumina, visualmente representa, simplemente decora un texto escrito que puede ser de carácter literario o comercial. Existen varios tipos de ilustraciones que pueden ser:

Ilustraciones literales: estas tienden a representar verdades pictóricas. Hay una descripción gráfica de la realidad, e incluso si la imagen representa la ficción narrativa de carácter fantástico o dramática.

Ilustración tradicional: Es el tipo “clásico” de ilustración en el que se dibuja y pinta a mano.

Ilustración digital: la ilustración digital, en cambio, usa las nuevas tecnologías a través de diferentes tipos de software para la producción de imágenes. (Arteneo, 2022)

6.3.2.2 Literatura. La literatura es la manifestación artística basada en el uso de la palabra y del lenguaje tanto escrito como oral. Asimismo, es el nombre de una materia académica y el nombre de la teoría que estudia las obras literarias. La literatura es un tipo de expresión

artística que se vale del uso del lenguaje oral o escrito. En este sentido el autor hace uno estético de la palabra a fin de expresar una idea, sentimiento, experiencia o historia de manera no convencional o tradicional. (Significados, 2019)

6.3.2.3 Tipografías. Es la técnica de escribir, utilizando diferentes diseños de letras y caligrafía, con la finalidad de resaltar lo que se desea comunicar, es útil es el campo de la publicidad o marketing, en donde la parte visual es fundamental al momento de generar una reacción por parte del público. Se define como el arte o la técnica de reproducir la comunicación a través de la palabra impresa, transmitiendo palabras con cierta habilidad, elegancia y eficiencia. Se encarga de todo lo relativo a los símbolos, los números y las letras que se pueden imprimir en soporte físico o digital. (Ecdisis Estudio, 2022)

La tipografía es el estilo o la apariencia del texto. En diseño gráfico, se le da gran importancia a las imágenes y los colores, hay un elemento fundamental, y que a veces pasa desapercibido, como son las clases de letras. El diseño, la apariencia y las dimensiones dependen del estilo. Existen muchos tipos que se indican a continuación: (Rossana, 2021)

6.3.2.3.1 Serif. son adornos ubicados por lo general en los extremos de las líneas de los caracteres tipográficos. (Rossana, 2021)

6.3.2.3.2 Sans. ofrece una tipografía moderna al diseño, no cuenta con adornos en los extremos de las líneas. (Rossana, 2021)

6.3.2.3.3 Script. Simulan la escritura a mano, tipo tipografía vintage, dándole un toque juguetón a los diseños. (Rossana, 2021)

6.3.2.3.4 *Symbols*. contiene caracteres griegos, signos matemáticos y de puntuación además de otras figuras especiales diseñadas en el mismo estilo que la Times New Roman. (Rossana, 2021)

6.3.2.3.5 *Display*. Suelen ser procesos muy artesanales, su principal ventaja es que pueden transmitir muchas sensaciones. (Rossana, 2021)

6.3.2.3.6 *Rounded*. Son fuentes redondeadas e ideales para proyectos relacionados con niños, tipo tipografía abecedario para ser bien entendidas por ellos. (Rossana, 2021)

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del Color. Se conoce como a un conjunto de reglas básicas que rigen la mezcla de colores para conseguir efectos deseados, mediante la combinación de colores o pigmentos. Es un principio de gran importancia en el diseño gráfico, la pintura, la fotografía, la imprenta y la televisión, entre otras áreas visuales.

Uno de los principales insumos de toda teoría del color es el círculo cromático. Se trata de una representación circular de todos los colores del espectro visual, organizados de manera tal que los colores contrarios se enfrenten y los colores complementarios estén próximos el uno al otro. (Equipo editorial Etecé, 2020)

6.3.3.2 Teoría de la composición. Es el proceso creativo del espacio. Los elementos visuales se combinan de diferentes maneras según un orden compositivo que tiene como resultado una determinada significación plástica. Existe una composición normativa basada en la simplicidad y otro tipo de composición donde se producen transgresiones del orden natural de la imagen lo que aporta infinitas soluciones y significaciones plásticas. Esta se define como una distribución o disposición de todos los elementos que incluiremos

en un diseño, lo primero que se debe elegir son todos los elementos que aparecen en él, luego debemos distribuirlos para colocarlos con el espacio disponible. Los elementos pueden ser tanto imágenes, como espacios en blanco. (Llasera, 2020)

6.3.3.3 Teoría de la Gestalt. Esta teoría, también como psicología de la forma, hace su aparición a comienzos del siglo XX y se presenta como una alternativa a la psicología wundtiana a partir de las críticas formuladas, sobre todo en torno a la metodología empleada para su objeto de estudio. (Losada, 1979)

De las presentes consideraciones es que surge el principio básico de la psicología gestáltica: “el todo es más que la suma de las partes”, y que nos permite poder entender el porqué del surgimiento del término alemán Gestalt que significa forma, configuración, modelación, que da más prevalencia a las formas estructurales que a la reducción última de sus elementos al modo de átomos. (Losada, 1979)

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Minimalismo. Es un estilo que proporciona una experiencia visual caracterizada por diseño sencillo, con colores neutros y propuestas sobrias, los elementos que recargan el diseño brillan por su ausencia a en el estilo, lo que contribuye a trasladar el protagonismo a los objetos que aparecen en el elemento. Apuesta por lo esencial, y retira todos los artificios que rodean a lo básico, comunica muchas cosas con poco. (Pérez, 2020)

6.3.4.2 Tipografía bold. La tendencia hacia un diseño más minimalista también le ha dado un buen empujón al renacer de la tipografía como centro de todas las miradas, en negrita grande y dramática para impresionar. La letra domina diseños en logos pósteres, flyers y páginas webs. Hablamos de diseño tipográficos donde la letra tiene todo el protagonismo

y es imposible que pase desapercibida. Así, el resto de la composición permanece clara y simple. (Lidia Ruíz, 2019)

6.3.4.3 Diseños inspirados en la naturaleza. Es una tendencia presente en todas las listas durante la última década pero que cada año crece en adeptos y posee una gran influencia en el diseño de envases, packaging de productos sostenibles. La mayor concienciación social sobre el medio ambiente, ya no solo población, sino de las marcas, unida al anhelo de la naturaleza provocado por las sucesivas cuarentenas ha favorecido aún mayor auge de diseños inspirados en la naturaleza. (Queiruga, 2020)

6.3.4.4 Diseños socialmente responsables. Hemos visto en los últimos años como las marcas empiezan a abandonar los estereotipos establecidos en favor de la autenticidad. Cada vez vemos menos modelos profesionales y más personas de pie e ilustraciones, en campañas publicidad, 2021 será un año en el que la diversidad y singularidad serán celebradas más que nunca aplicadas más allá de la simple inclusividad en busca de un cambio real en la sociedad. (Queiruga, 2020)

6.3.5 Tablero de tendencias



Figura 4. Tablero de tendencias para el desarrollo de la guía gráfica impresa.

CAPITULO VII



Capítulo VII: Proceso de diseño propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Un profesional en diseño gráfico tiene la capacidad de identificar problemas de comunicación visual, asimismo es capaz de resolverlos en base conocimientos teóricos y prácticos que ha adquirido a lo largo de su carrera, en la realización de proyectos estructurados con diversas disciplinas que se complementan y justifican la solución.

El diseño gráfico, al igual que las ciencias y la tecnología, se encuentra en constante evolución y cambios para encontrar y realizar las soluciones ante los problemas de comunicación visual que se encuentran.

El presente proyecto de graduación cuenta con una cantidad de conocimientos que respaldan la investigación, en base a la información recopilada en el marco teórico y el perfil del cliente. Siendo fundamentales para la toma de decisiones en la gestión de cualquier trabajo. Las distintas disciplinas mantienen una relación con el diseño gráfico para brindar una guía gráfica impresa adecuada al grupo objetivo.

7.1.1 Aplicación de la comunicación. Es fundamental la implementación de la comunicación, ya que el diseñador funge como emisor, creando un diseño que transmita un mensaje claro, fácil, directo y adecuado al receptor, en dado caso es al cliente a quien se desea trasladar una idea. Por ello la guía gráfica impresa es el canal perfecto por el cual se desea trasladar el mensaje del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia. La función de la comunicación que se adecúa a este proyecto es la de informar, ya que se busca dar una solución a los usuarios y una eficiente toma de decisiones, también la función instructiva, ya que dirige al usuario por medio del

estudio que previamente realizó el profesional, guiando paso a paso el proceso y de forma asertiva.

7.1.2 Aplicación del diseño. Crear una línea visual que unifique un diseño por medio del uso de colores, tipografías, figuras y texturas, estructurando una composición adecuada, llamativa que logre transmitir el mensaje deseado. Al aplicar el diseño se crea de forma estética y con sentido lo que se quiere trasladar al usuario, y este se sentirá atraído y seguro, de la información que se le está brindando.

7.1.3 Aplicación de las ciencias auxiliares. Al momento de crear y diseñar la guía se requiere un estudio lógico en base a ciencias auxiliares, las cuales nos orientan, lo que es la cultura, la lingüística, la sociología, antropología del usuario. El uso adecuado de estas ciencias nos ayudará a obtener un resultado cien por ciento certero. Las ciencias auxiliares respaldarán la parte científica de este proyecto, la conceptualización de una guía que ponga en práctica las distintas ciencias como: la semiótica la ciencia que estudia los signos de la comunicación humana, la antropología que estudia la diversidad de las realizaciones socioculturales del ser humano, la lingüística que estudia el lenguaje y algunas otras ciencias.

7.1.4 Aplicación de las artes. Éstas han sido fundamentales en el transcurso de la historia, el desarrollo de la ilustración de la tipografía y del bocetaje son fundamentales en este proyecto, se realizará la conceptualización de la guía por medio del proceso creativo para construir una línea gráfica a través de imágenes, tipografías, formas y colores, creando una unidad visual en su composición, no repercutiendo en la identidad visual de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café.

7.1.5 Aplicación de las teorías. Las teorías nos dirigen para el desarrollo adecuado del mensaje que deseamos transmitir en base a los estudios realizados, desde la teoría del color la cual funciona para evocar o crear sensaciones o sentimientos al usuario o la teoría de la Gestalt que se basa en formas estructurales según la psicología o la mente del usuario.

7.1.6 Aplicación de las tendencias. Las tendencias son de gran importancia para realizar un diseño moderno, fresco, adecuado a la época en la que desarrollamos la guía, como bien se investigó hay una gran importancia en la sostenibilidad ambiental, por lo que se implementó en el desarrollo del diseño, también de los diseños socialmente responsables, involucrando la diversidad en favor de la autenticidad.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método.

7.2.1.1 Mapa mental. Esta técnica creativa fue impulsada por el psicólogo británico Tony Buzan en 1974, autor del libro *User Your Head*, donde desarrolla la nemotecnia y el uso de mapas mentales como herramienta de aprendizaje. El mapa mental es un diagrama organizado de ideas y conceptos. Se utiliza para ordenar nuestros pensamientos de manera esquemática. Representan una idea nuclear y su conexión con otros conceptos ligados a ella. Estos conceptos se organizan de forma radial alrededor de la idea principal. Son sintéticos, creativos gráficos y dinámicos.

El principio de los mapas mentales es sintetizar informaciones en unidades mínimas posibles. De esta forma, se puntualizan solo ideas claves asociadas a un tema o concepto general. Son potenciadores de la creatividad y de las habilidades de síntesis. Un mapa mental es un método de análisis que permite organizar con facilidad los pensamientos y utilizar al máximo las capacidades mentales. (Buzan, Tony, 2004). El mapa mental es

indispensable para ordenar las ideas, esta metodología ayuda a organizar nuestros pensamientos, de por sí, nuestra mente funciona como un mapa mental, pero al trazar nuestras ideas e ir las conectando o enlazando con ideas relacionadas a una central, es más fácil para nuestra mente visualizar, las soluciones a dicho pensamiento.

- a. **Definición del problema:** para realizar un mapa mental debemos empezar por definir el problema, el cual ya estaba definido en capítulos anteriores y es: “Diseñar una guía gráfica impresa para dar a conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, acerca del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia. Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) Guatemala, Guatemala”.
- b. **Desglosar conceptos ligados al problema:** En base a la problemática se desglosan posibles soluciones, ideas, gráficas y pensamiento. Ninguna idea es irrelevante, todas son válidas, para poder tomar decisiones y resolver la idea principal. Al evaluar minuciosamente las ideas en un mapa mental podemos tomar en cuenta aspectos que no se habían contemplado.

7.2.1.1.1 Aplicación del método. Se busca conceptualizar el diseño y diagramación de la guía gráfica impresa de la instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia, para dar a conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, con el objetivo de crear una identidad visual, específica para el contenido de la guía, para ello se utilizó la nemotécnica de mapa mental para ver cómo se puede estructurar.

7.2.1.1.1.2 Ejecución del mapa mental

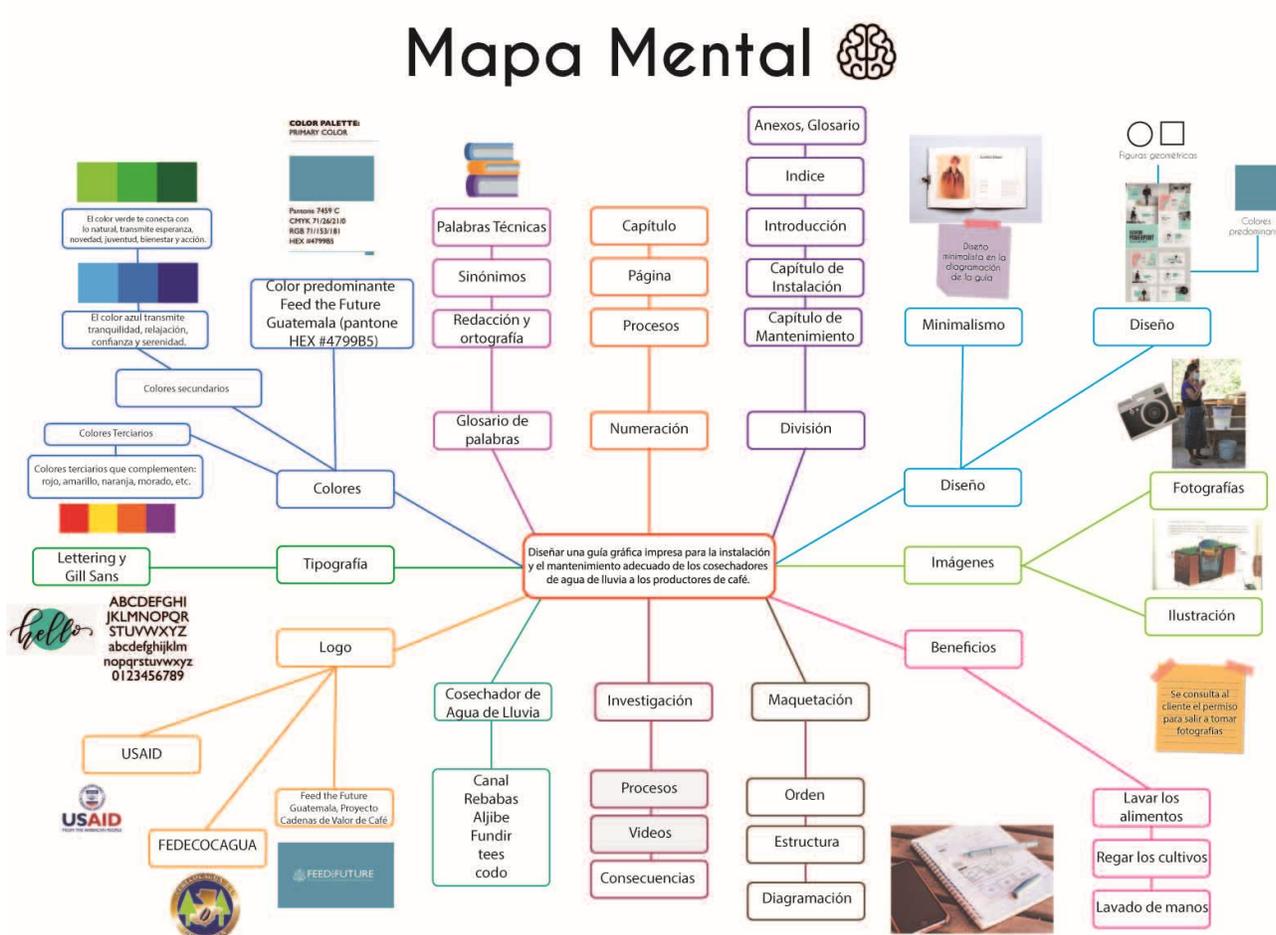


Figura 5. Mapa mental, metodología para ordenar los pensamientos a partir de un tema principal.

7.2.2 Definición del concepto. Luego de haber aplicado la técnica creativa de mapa mental de Tony Buzan. Se filtran las mejores propuestas que se acercan más al concepto y al contenido de la guía, En base a las propuestas o ideas se llegó a la frase conceptual que es: “Procesos vectorizados, bien organizados y llamativos”. En esta frase se basará el diseño y la comunicación solicitada por Feed the Future, Guatemala Proyecto Cadenas de Valor de Café”

La connotación de esta frase conceptual es la función que el diseño quiere provocar en su grupo objetivo. Se debe realizar el diseño de una guía gráfica que sea organizada y de fácil comprensión al grupo objetivo, que detalle los procesos de forma agradable a la vista, llamativa al usuario, mostrando el mantenimiento e instalación de los cosechadores de agua de lluvia paso a paso.

7.3 Bocetaje.

Se plasmaron las primeras ideas en base al concepto desarrollado anteriormente, para el diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, las cuales fueron bocetadas en papel y lápiz, posteriormente se utilizó marcadores de colores y para definir líneas se utilizó rapidógrafo, se presenta imágenes entendibles y maquetadas.

Se realizó cada uno de los bocetos, en base a los objetivos y el concepto establecido para el diseño de la guía gráfica.

7.3.1 Proceso de bocetaje. Se extrajo los elementos visuales que enfocan la unidad visual del documento para realizar una propuesta en base a esto. Los elementos que se bocetaron

y se tomaron con mayor importancia fueron: Portada, índice, capítulo, y desarrollo del primer paso del capítulo.

Portada

Propuesta 1:

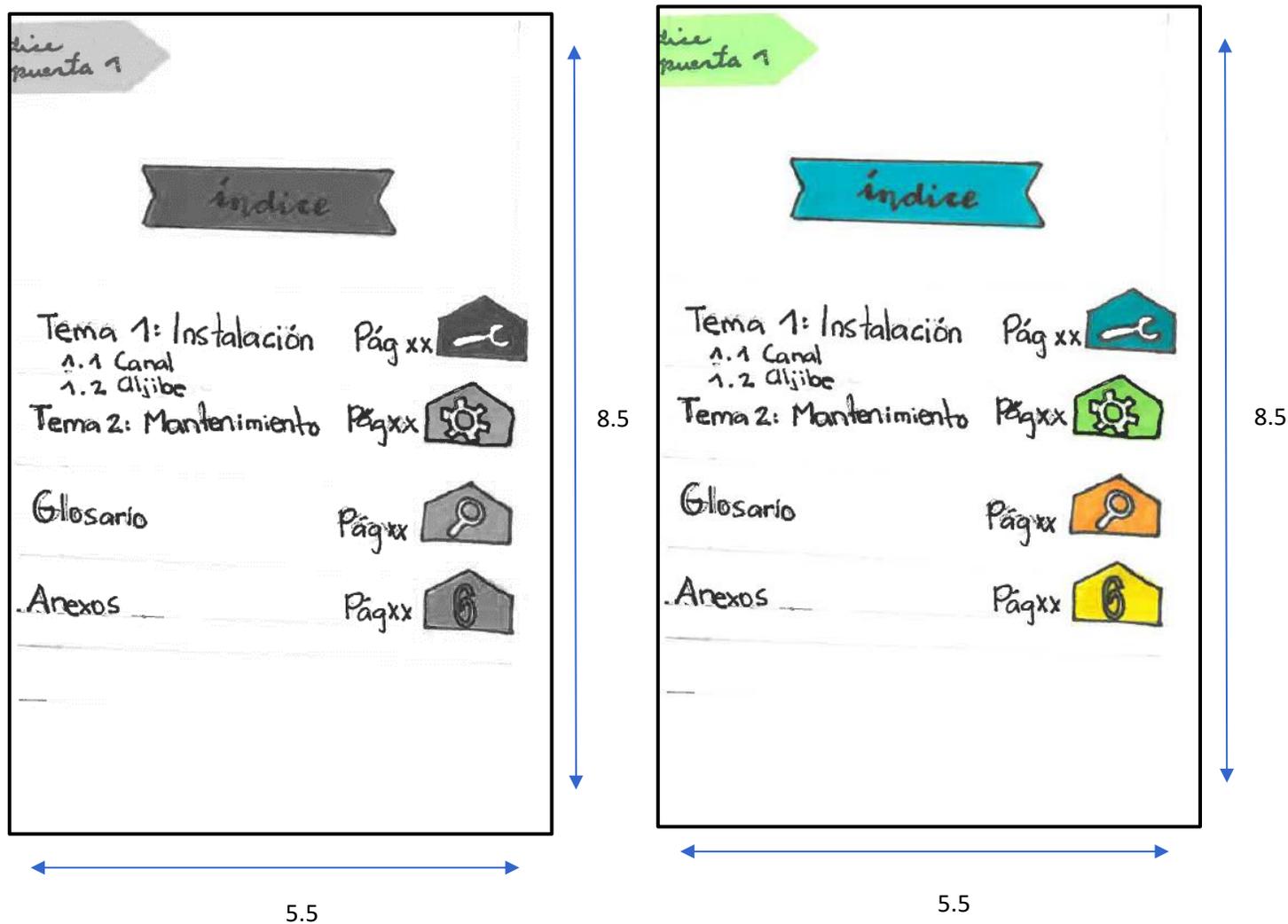


Gráfica 1: Se realizó un boceto de la portada, se tomó como referencia una guía gráfica anteriormente elaborada por Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, se puede visualizar la distribución de los Imagotipos de Feed the Future en la parte superior izquierda y USAID en la parte inferior izquierda, como el isologo de FEDECOCAGUA, R. L. en la parte inferior derecha, respetando los colores establecidos por cada institución, en la imagen de esta

portada es un plano panorámico de una vivienda con un cosechador de agua de lluvia, se detallan los temas que se desarrollaran en la guía.

Índice

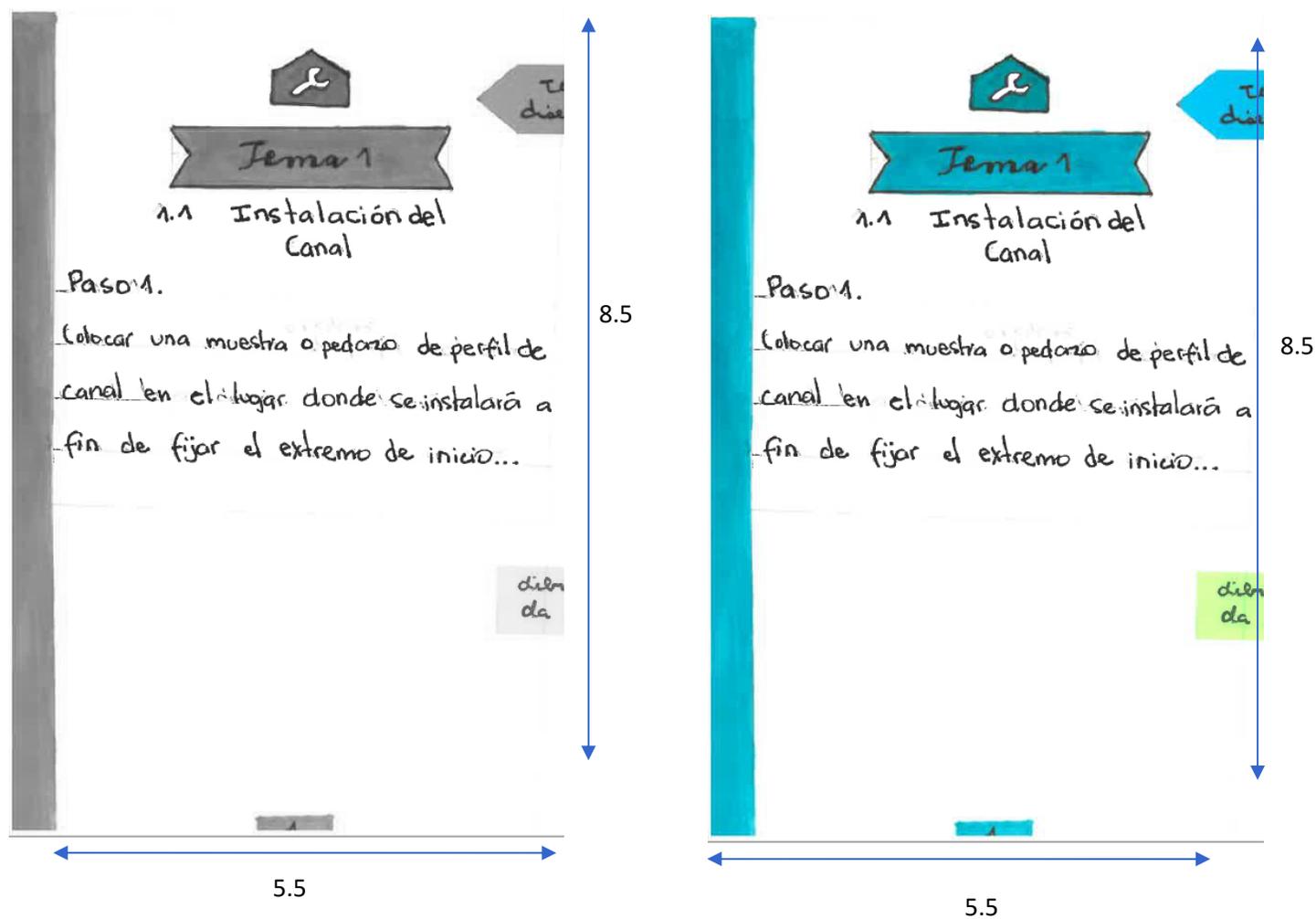
Propuesta 1:



Gráfica 3: Es una característica en los diseños del proyecto el uso un cintillo en cada título, también se dividieron los temas a desarrollar en la guía gráfica impresa. Cada tema tiene un ícono encerrado en una forma tipo vivienda.

División de Tema

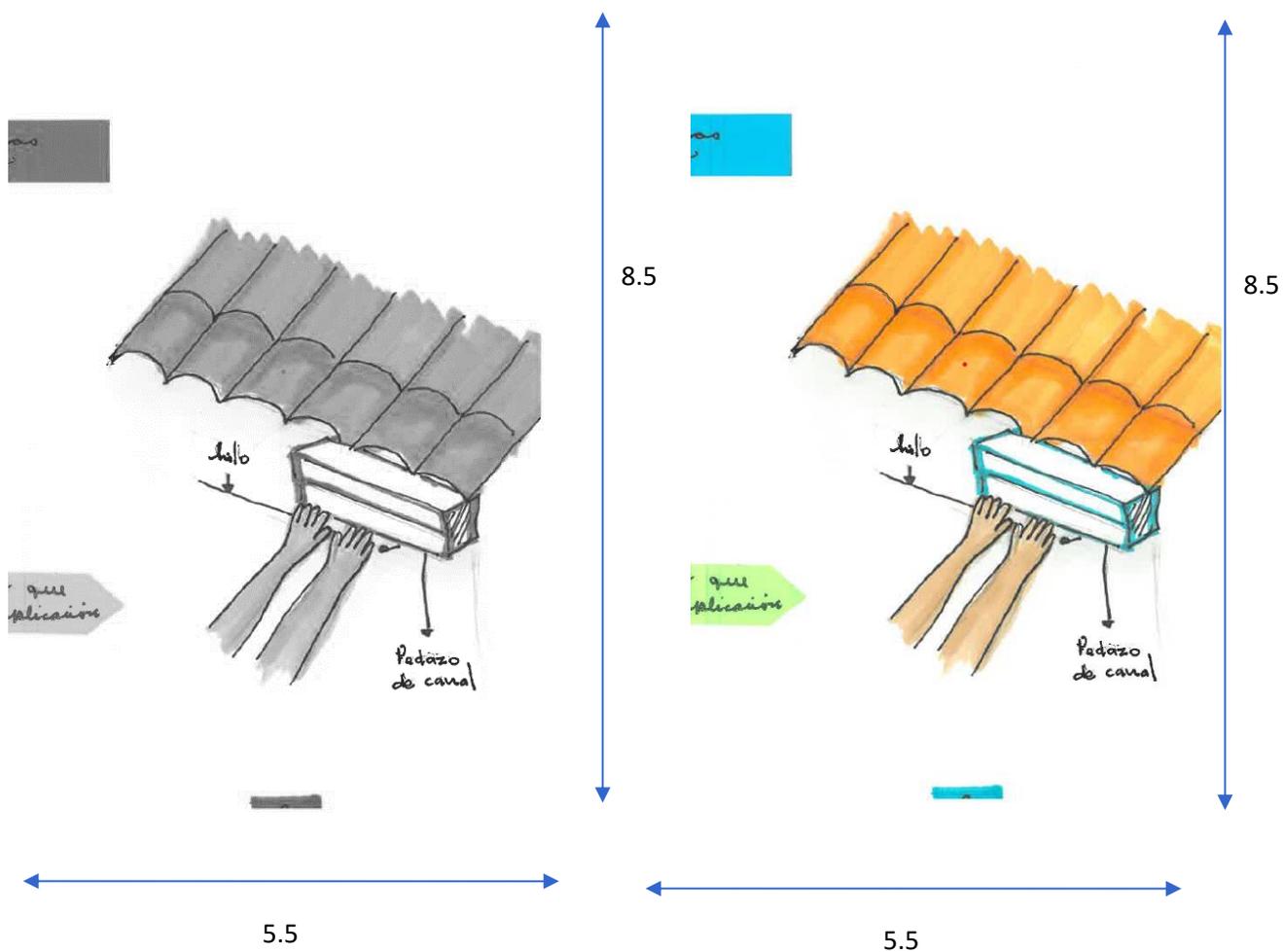
Propuesta 1:



Gráfica 5: En la primera propuesta no hay una carátula para separar los capítulos únicamente empieza el desarrollo del tema.

Desarrollo de temas explicación del proceso de instalación de canal.

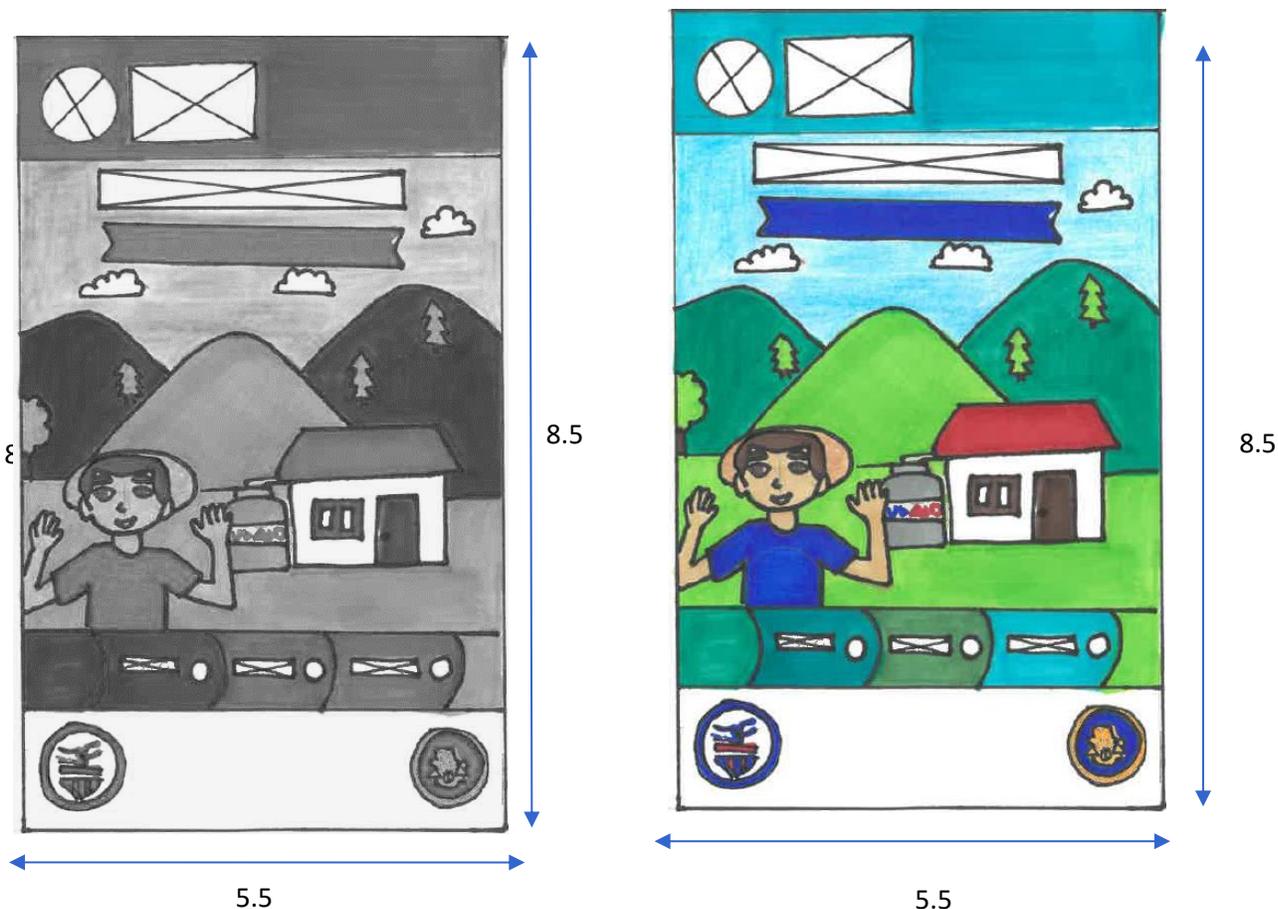
Propuesta 1:



Gráfica 7: Se crea una explicación gráfica con personajes, para que el grupo objetivo tenga una explicación de fácil comprensión ligado a una redacción.

Portada

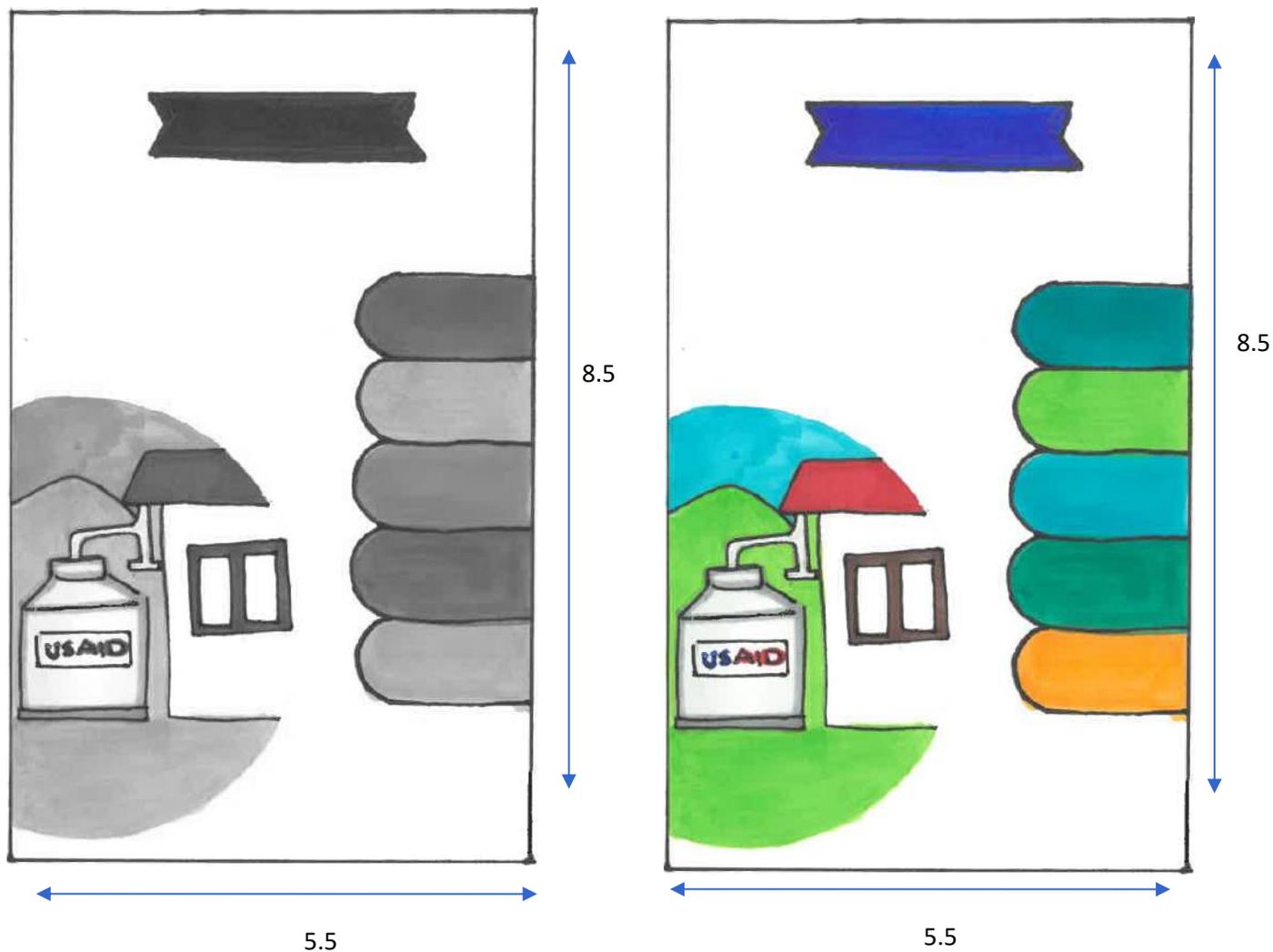
Propuesta 2:



Gráfica 2: Se realizó un boceto de la portada, se tomó como referencia una guía gráfica anteriormente elaborada por Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café. Se puede visualizar la distribución de los Imagotipos de Feed the Future en la parte superior izquierda y USAID en la parte inferior izquierda, como el isologo de FEDECOCAGUA, R. L. En la parte inferior derecha, respetando los colores establecidos por cada institución, en la imagen de esta portada es un plano medio de un personaje que acompañará en el proceso de la instalación y mantenimiento del cosechador de agua de lluvia, se tiene una visualización más amplia de este, se detallan los temas que se desarrollaran en la guía.

Índice

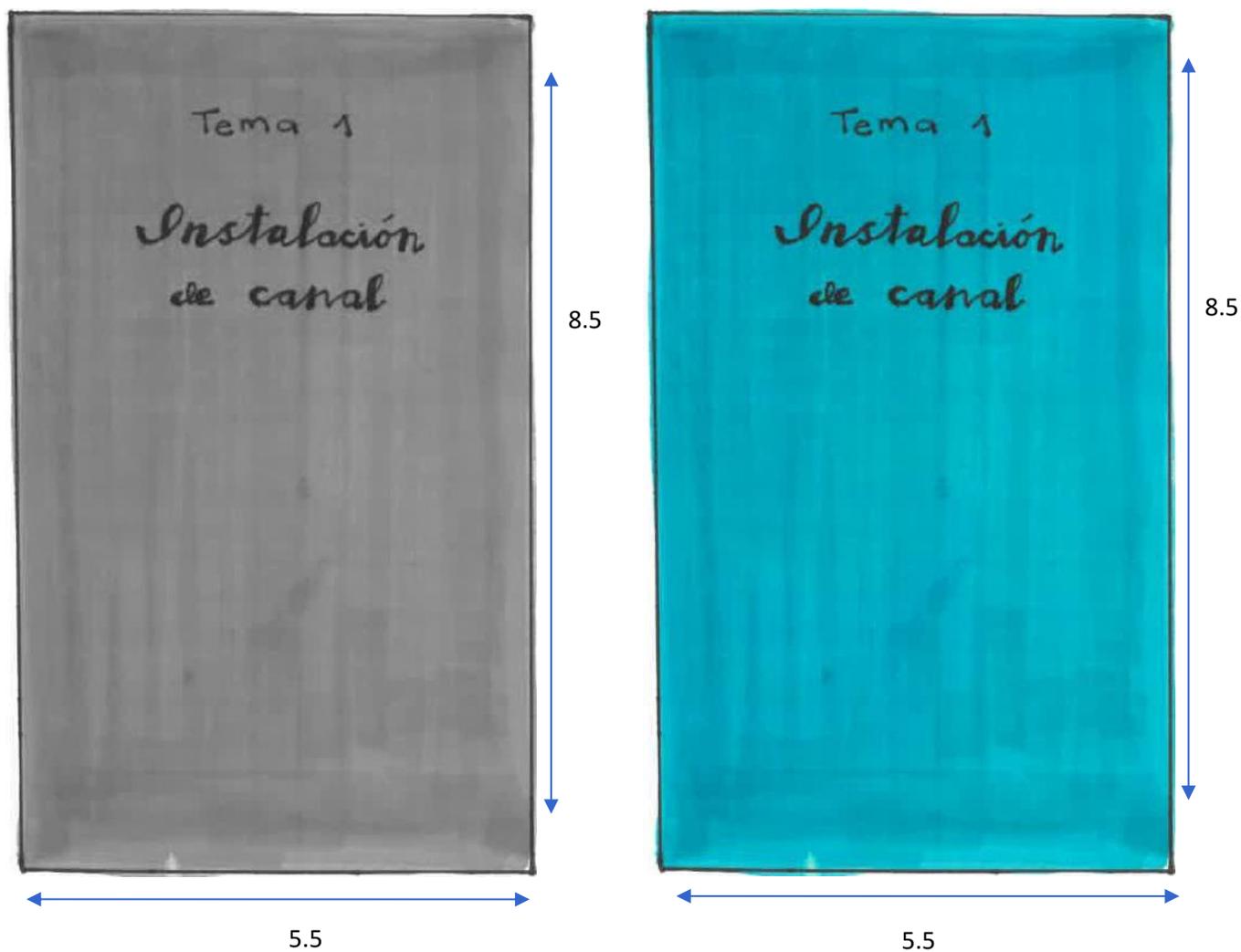
Propuesta 2:



Gráfica4: Es una característica en los diseños del proyecto el uso un cintillo en cada título, también se dividieron los temas a desarrollar en la guía gráfica impresa. Se realizó un acercamiento a un cosechador de lluvia, también se colocó cada tema en una casilla al lado derecho.

División de Tema

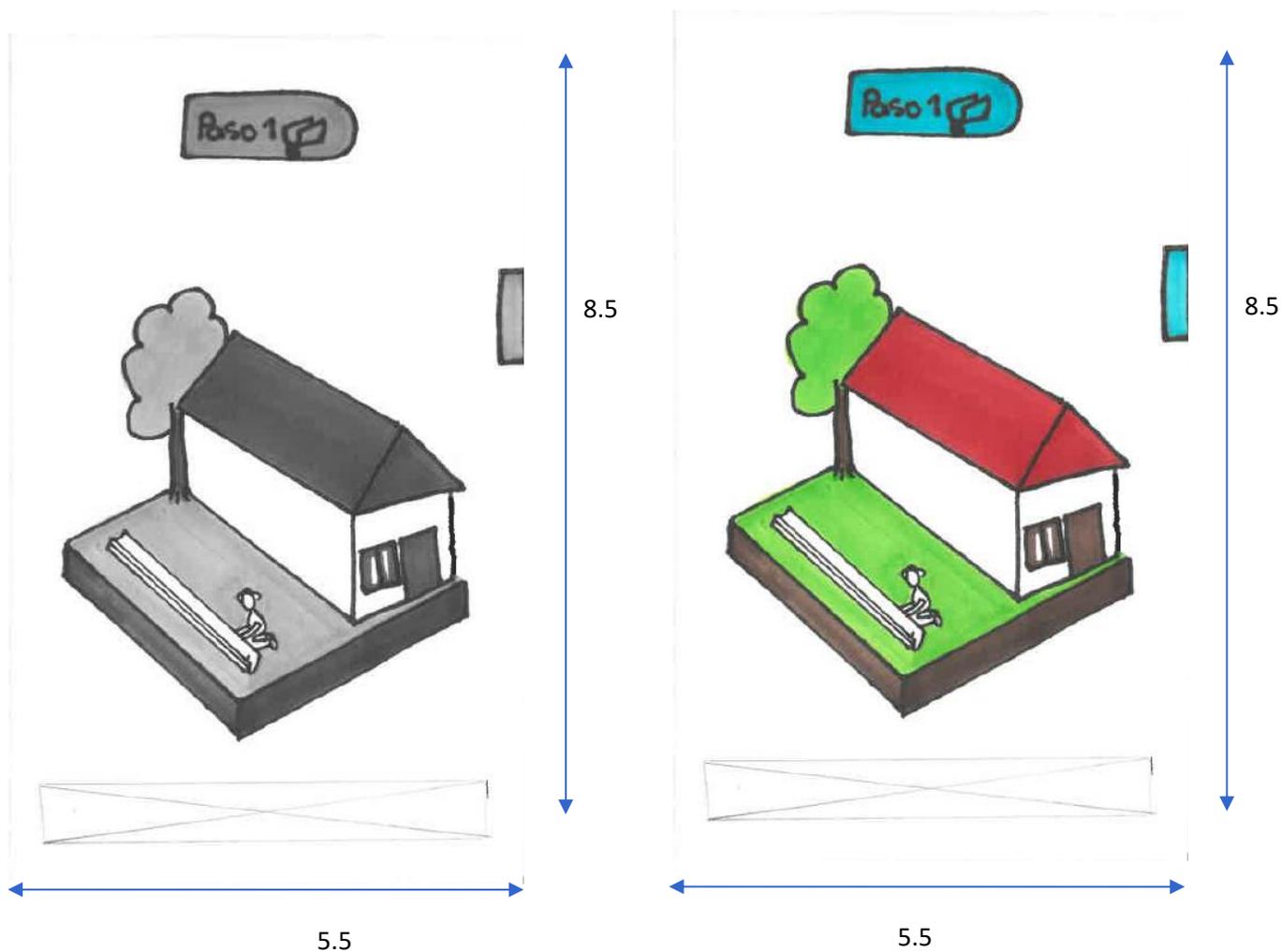
Propuesta 2:



Gráfica 6: En la segunda propuesta si hay una hoja específica para la división de temas o comienzo de capítulo el cual es muy minimalista, solo tiene texto y tipografía tipo lettering, como tendencias que sobresalen.

Desarrollo de temas explicación del proceso de instalación de canal.

Propuesta 2:

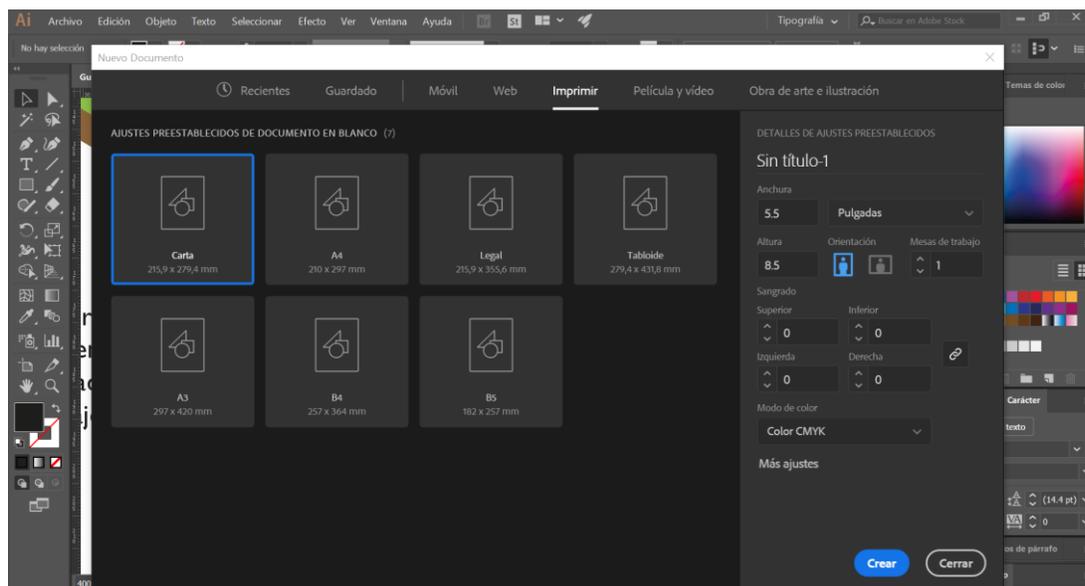


Gráfica 8: Se crea una explicación gráfica con personajes, para que el grupo objetivo tenga una explicación de fácil comprensión ligado a una redacción. A diferencia del anterior este tiene la explicación de los procesos al pie de la imagen, creando un conjunto visual atractivo y con una redacción de fácil comprensión.

7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos. Desarrollo de la digitalización de las propuestas para la creación de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia.

Propuesta 1: Elaboración de la portada.

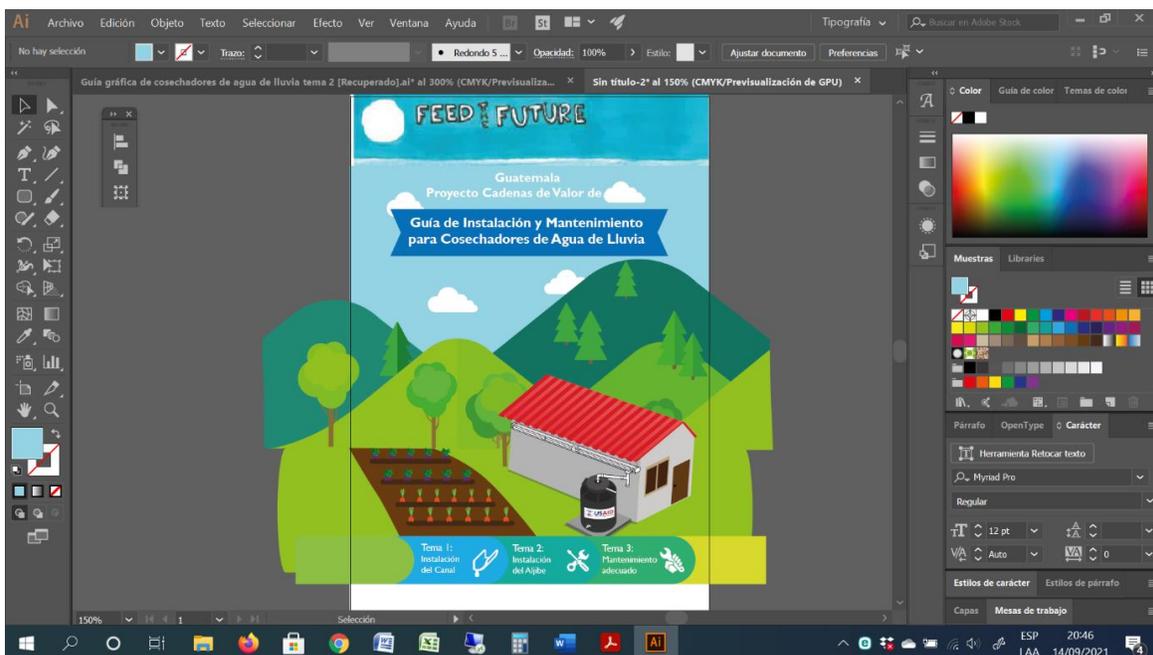
Paso 1: Apertura de Adobe Illustrator para generar los elementos gráficos.



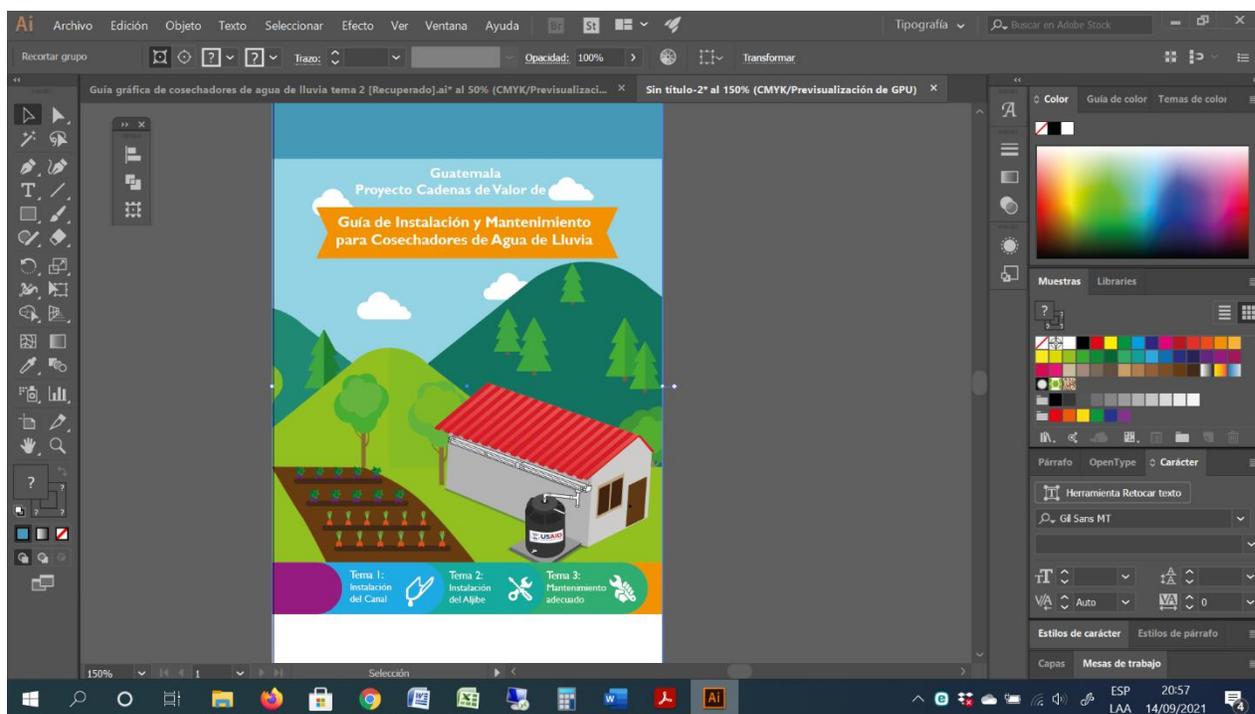
Paso 2: Se colocó el bocetaje en el documento para digitalizar.



Paso 3: Se digitalizó la propuesta en base al bocetaje realizado, se realizaron las pruebas de colores.



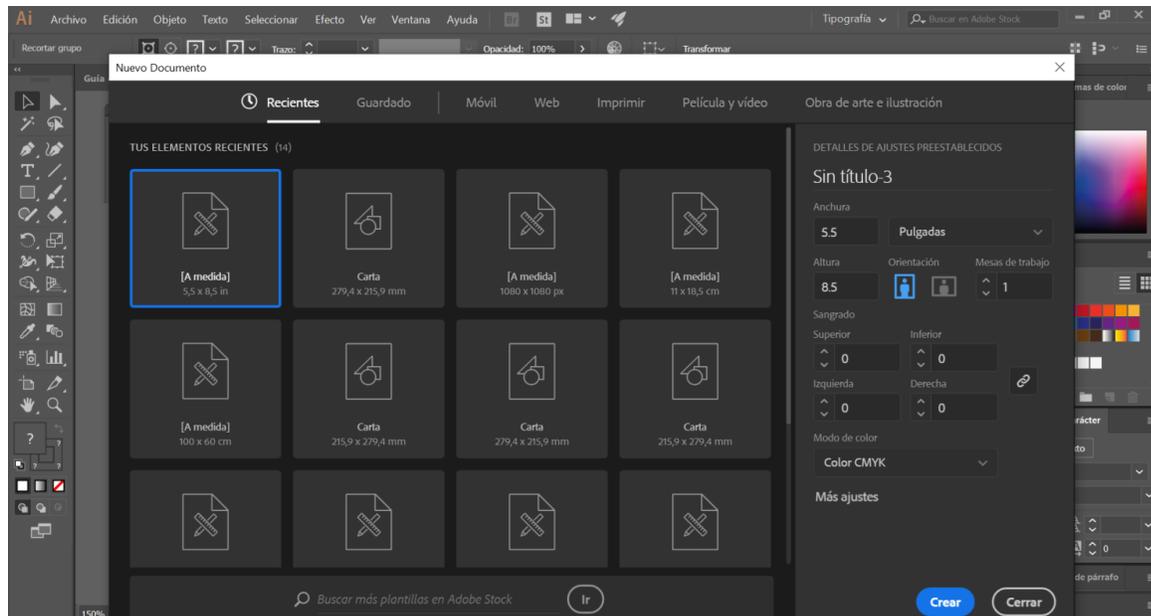
Paso 4: Se digitalizó la propuesta en base al bocetaje realizado, se realizaron las pruebas de colores.



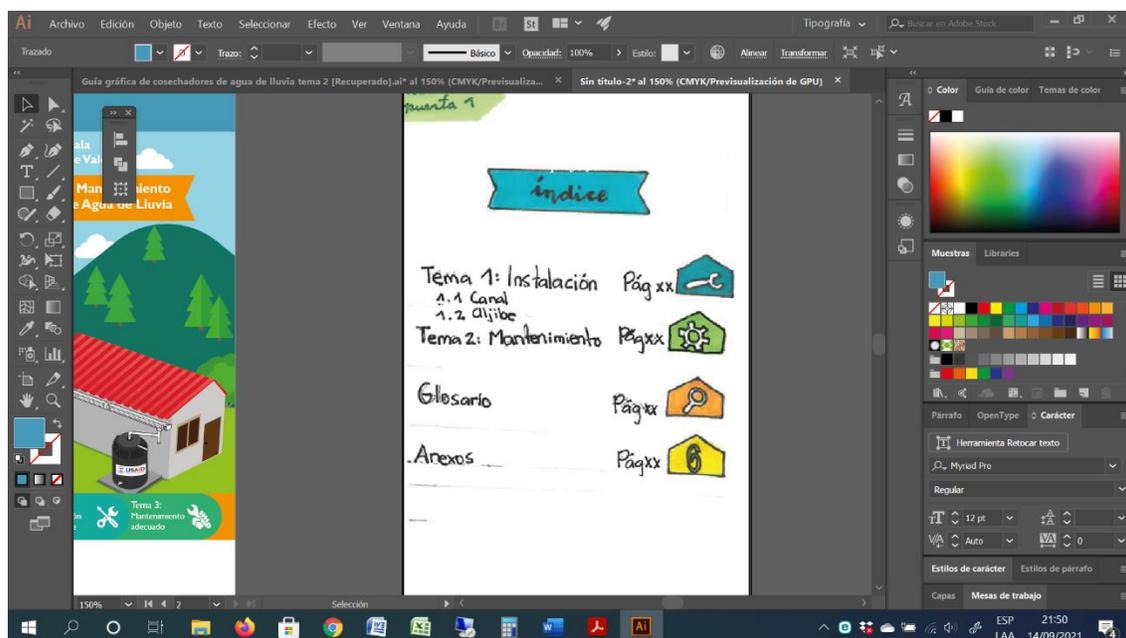
Propuesta 1: Elaboración de índice

Digitalización de propuesta de índice de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia, utilizando el software de Adobe Illustrator CC.

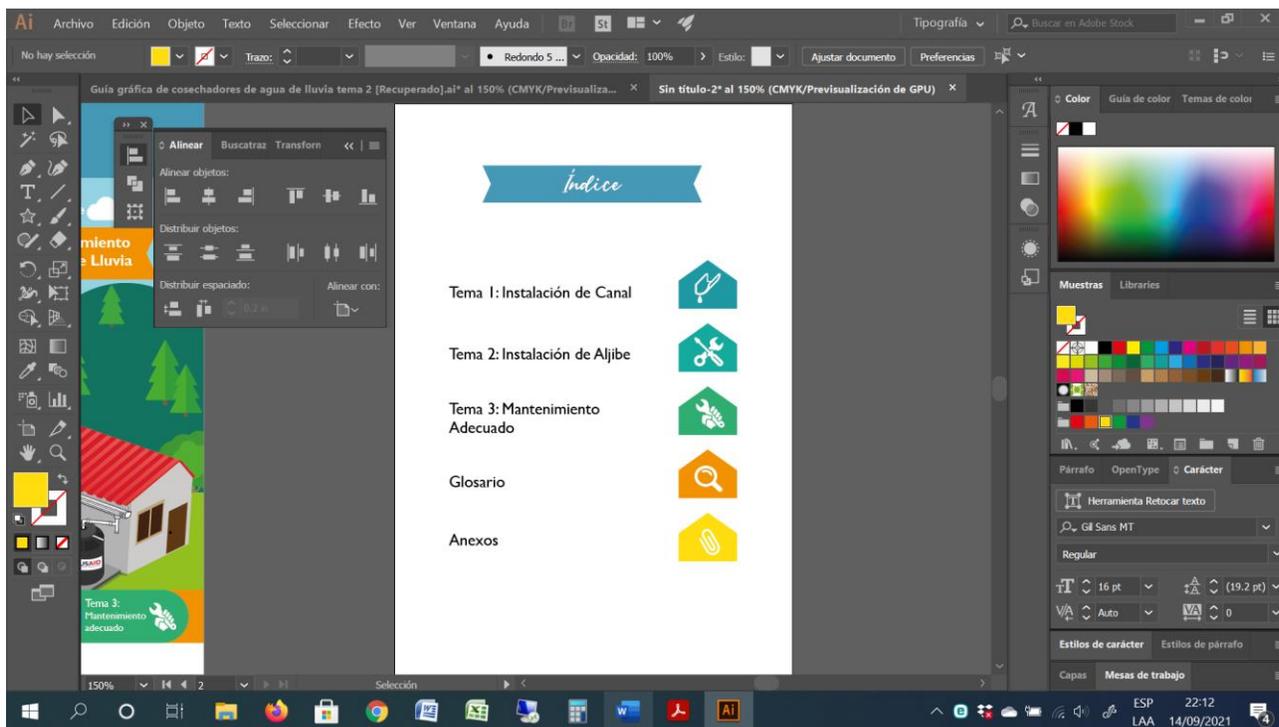
Paso 1: Apertura de Adobe Illustrator para generar los elementos gráficos.



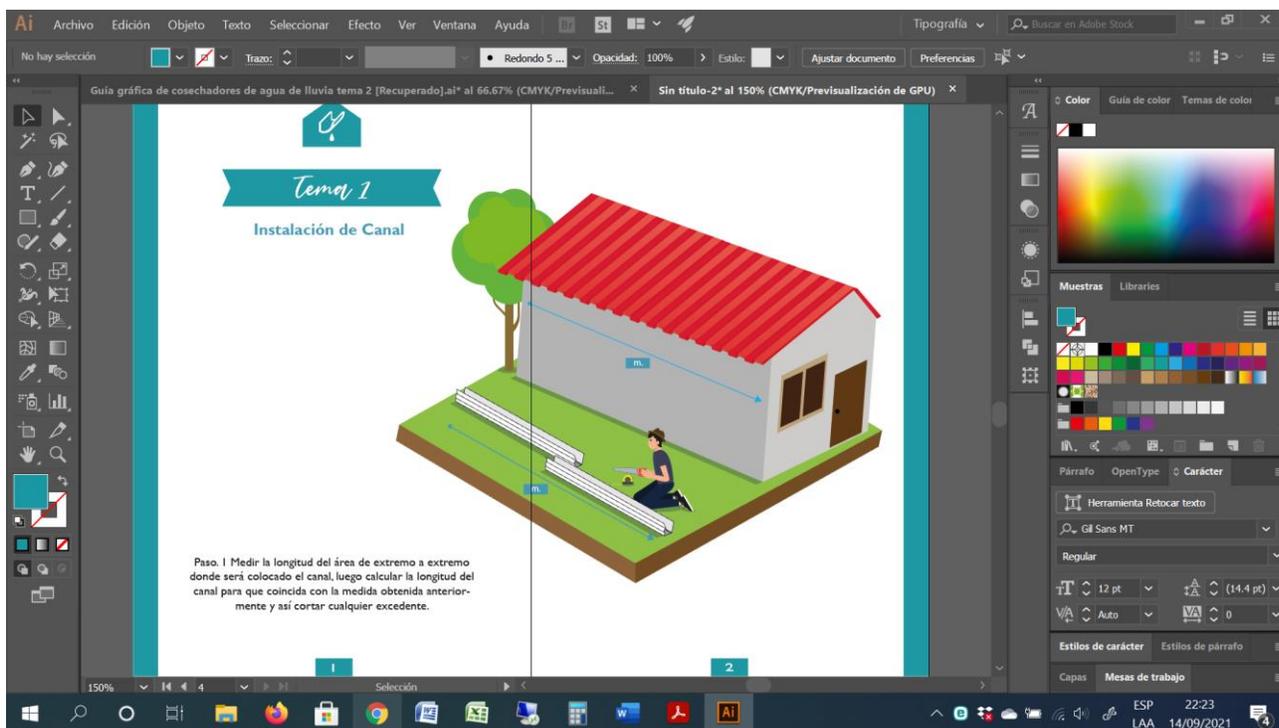
Paso 2: Se colocó el bocetaje en el documento para digitalizar la propuesta.



Paso 3: Digitalización del índice de la guía gráfica.

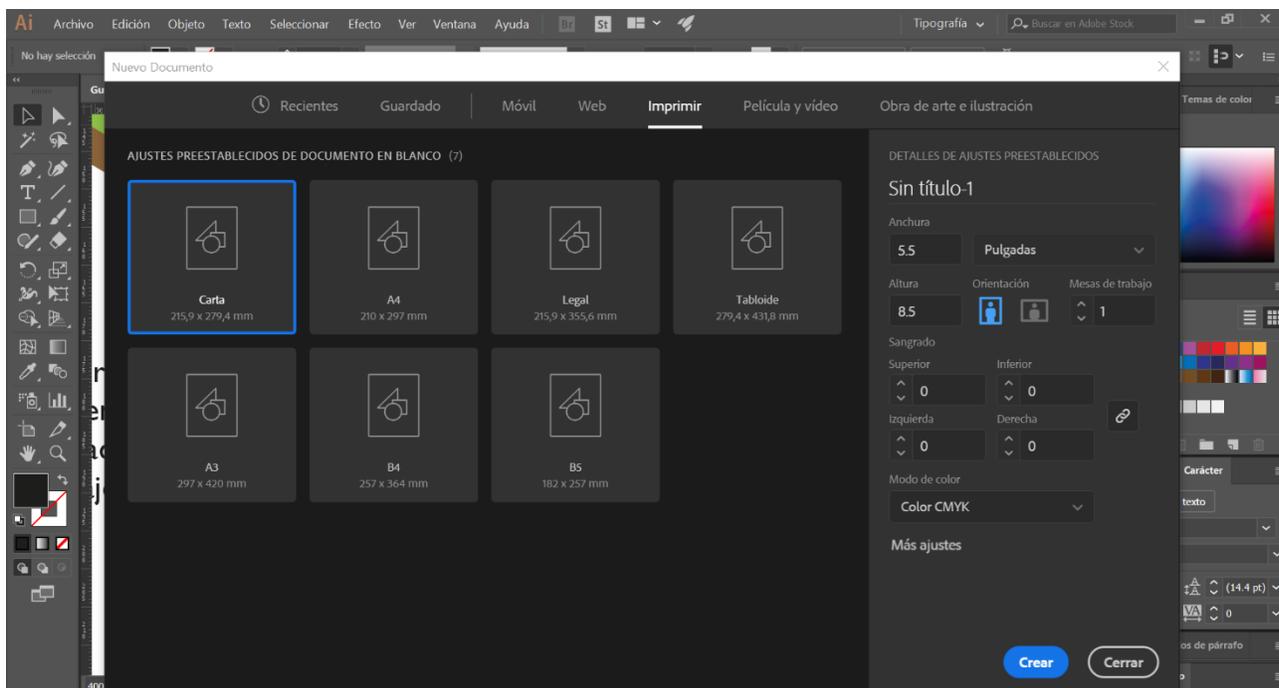


Paso 4: Digitalización de inicio del tema y de desarrollo del tema 1.



Propuesta 2: Portada

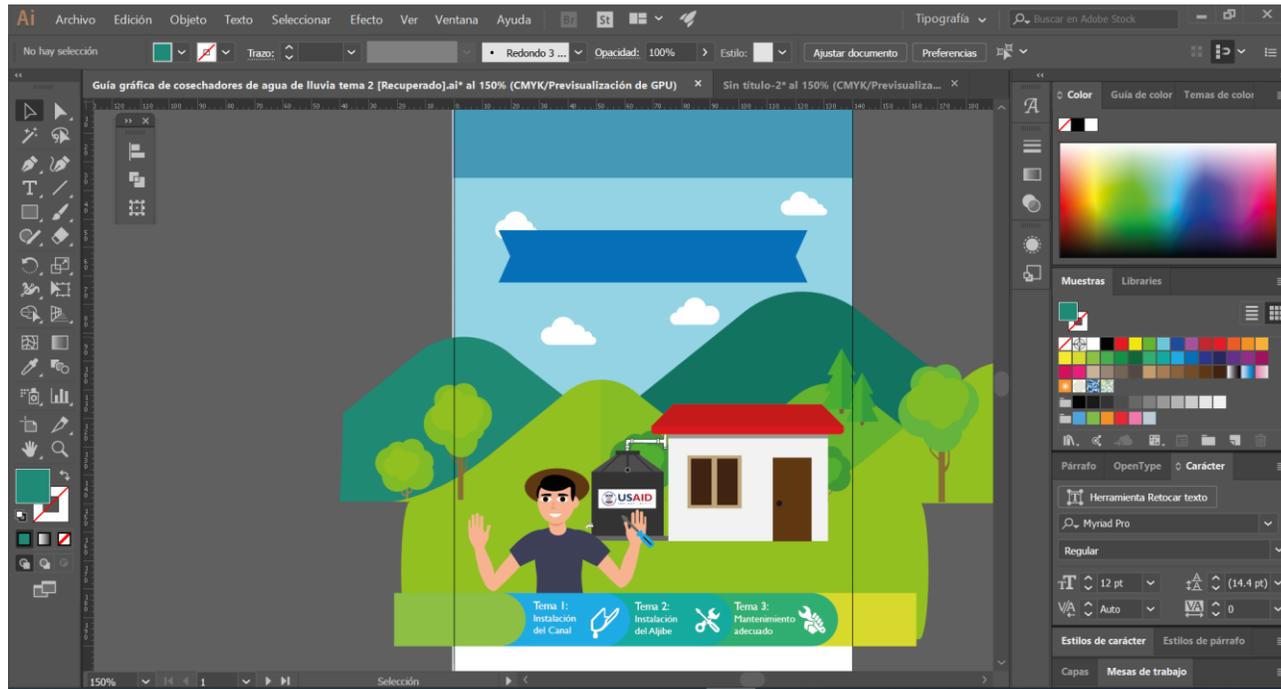
Paso 1: Apertura de Adobe Illustrator para generar los elementos gráficos.



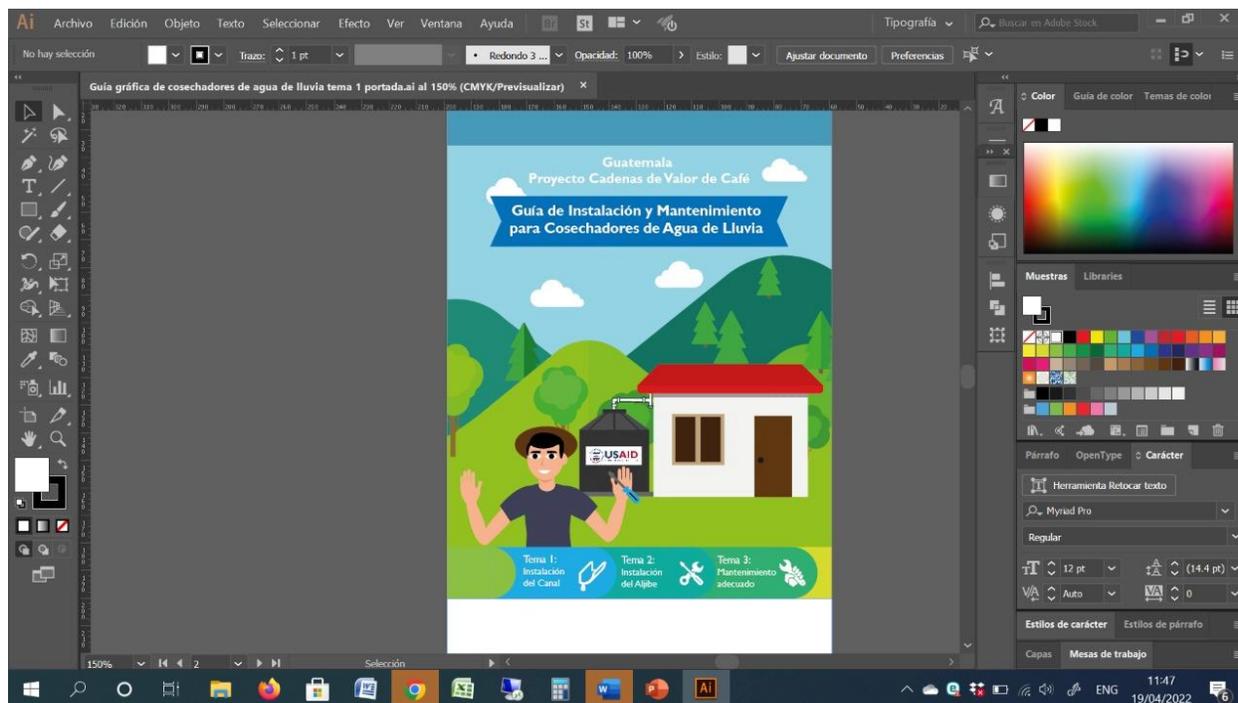
Paso 2: Se digitalizó la propuesta en base al bocetaje realizado.



Paso 3: Se colocó el bocetaje en el documento para digitalizar la propuesta.

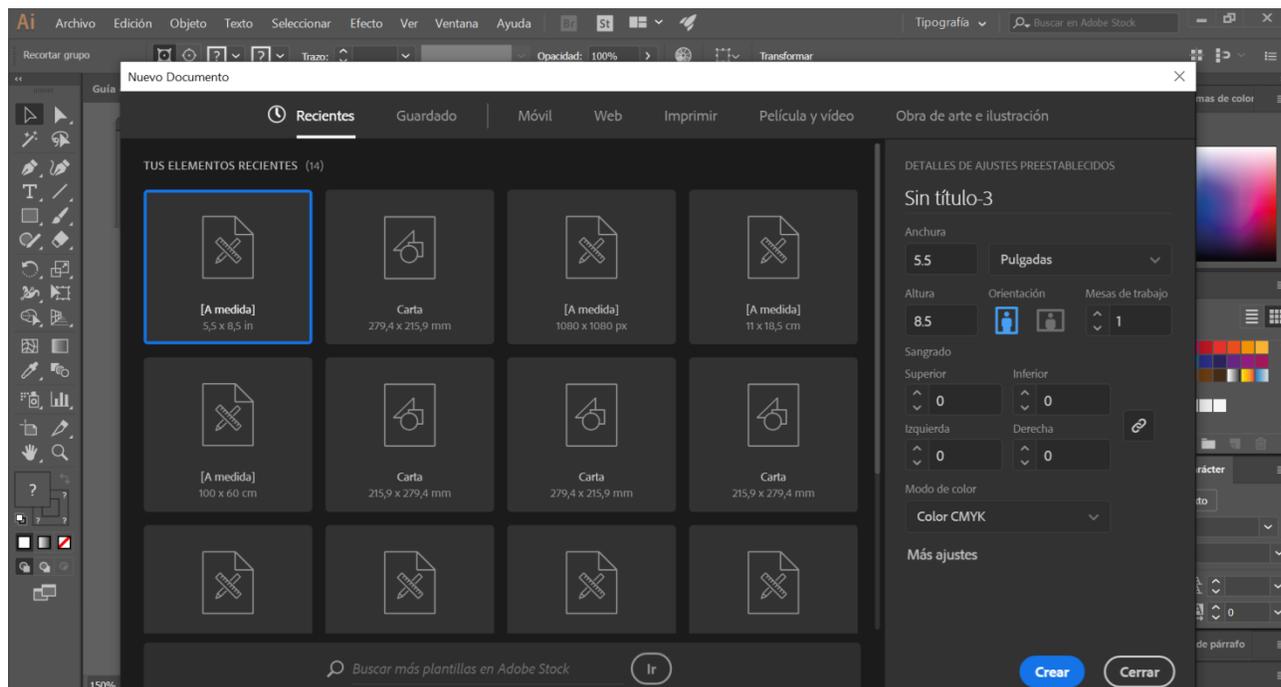


Paso 4: Se digitalizó la propuesta en base al bocetaje realizado.

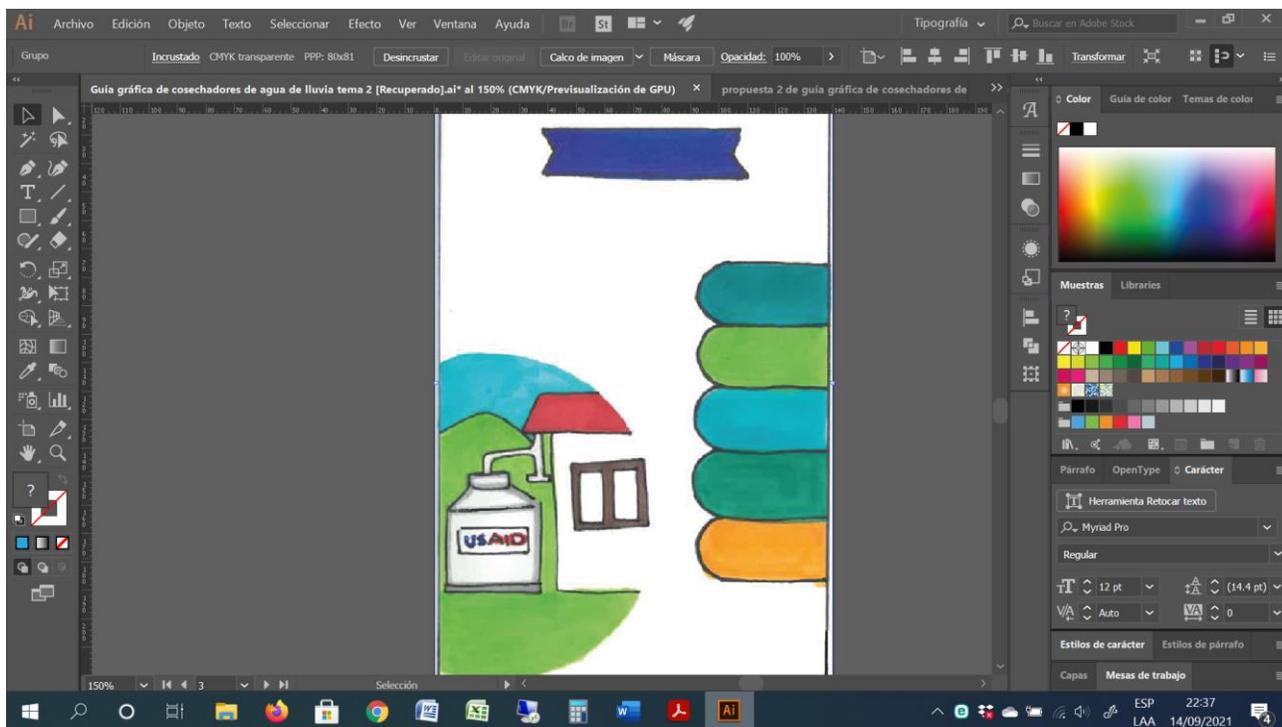


Propuesta 2: Digitalización de índice de la guía gráfica

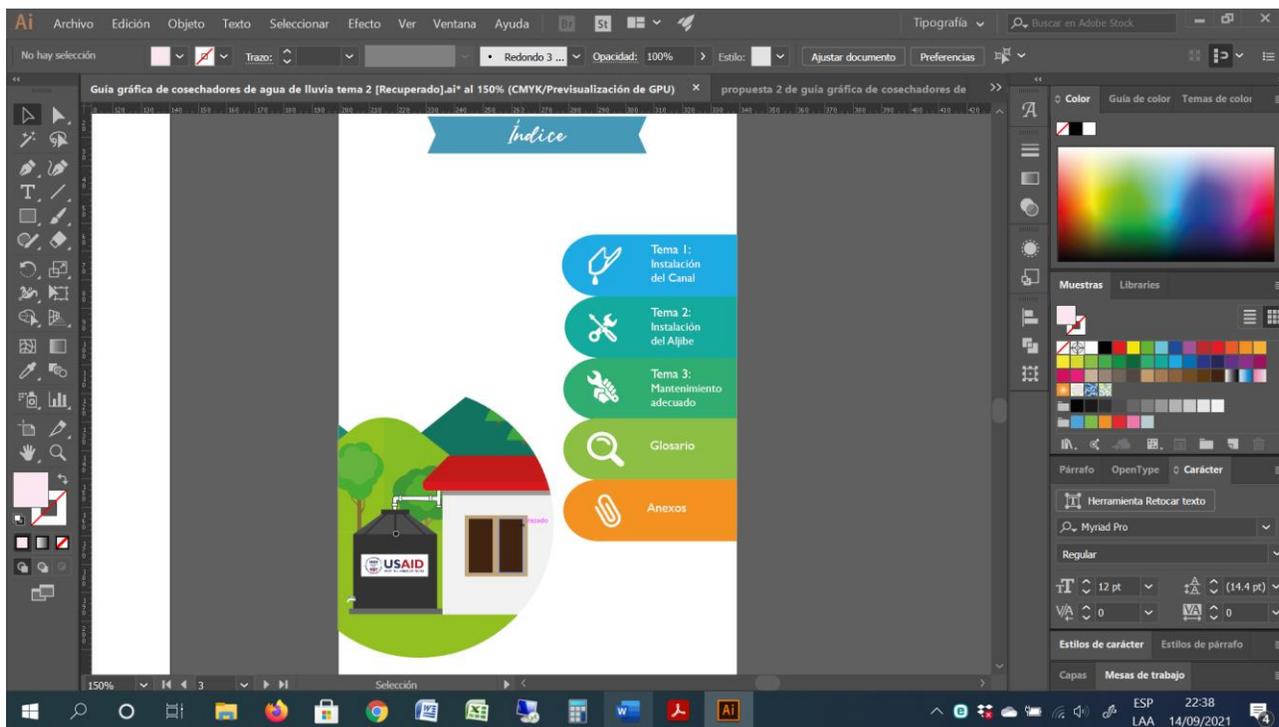
Paso 1: Apertura de Adobe Illustrator para generar los elementos gráficos.



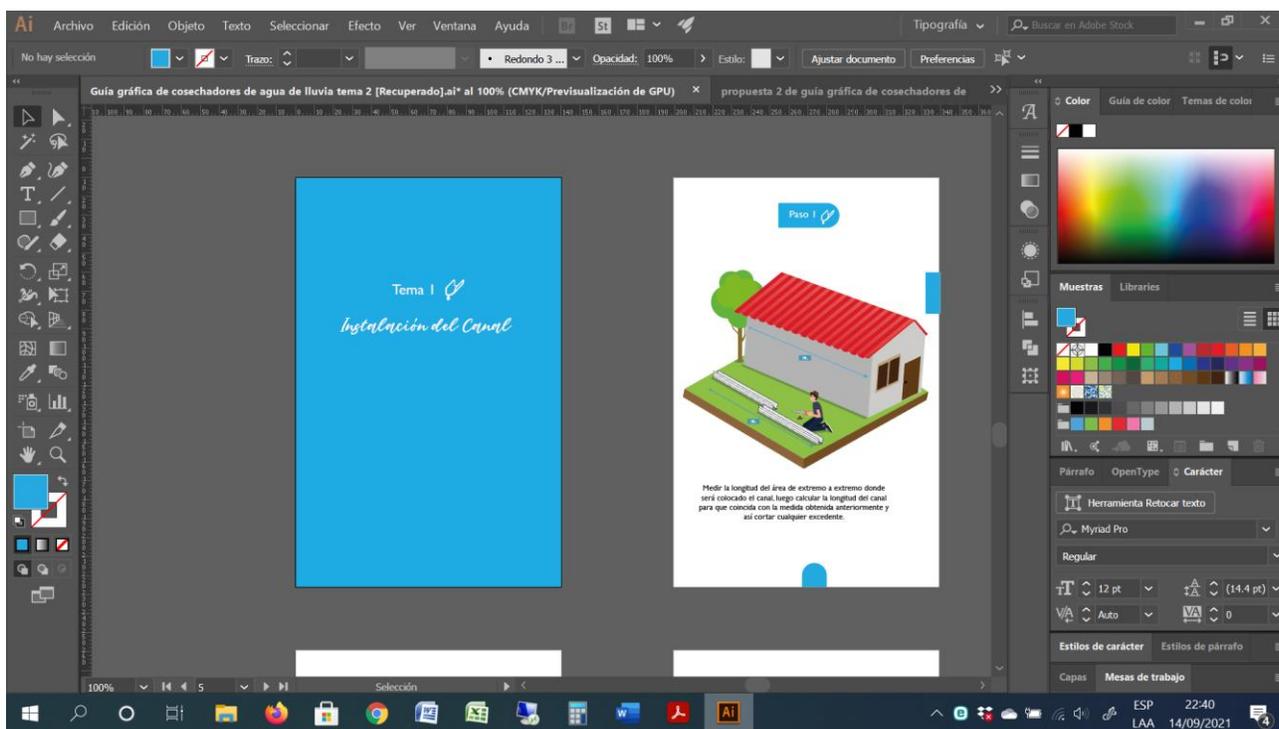
Paso 2: Se colocó el bocetaje en el documento para digitalizar la propuesta.

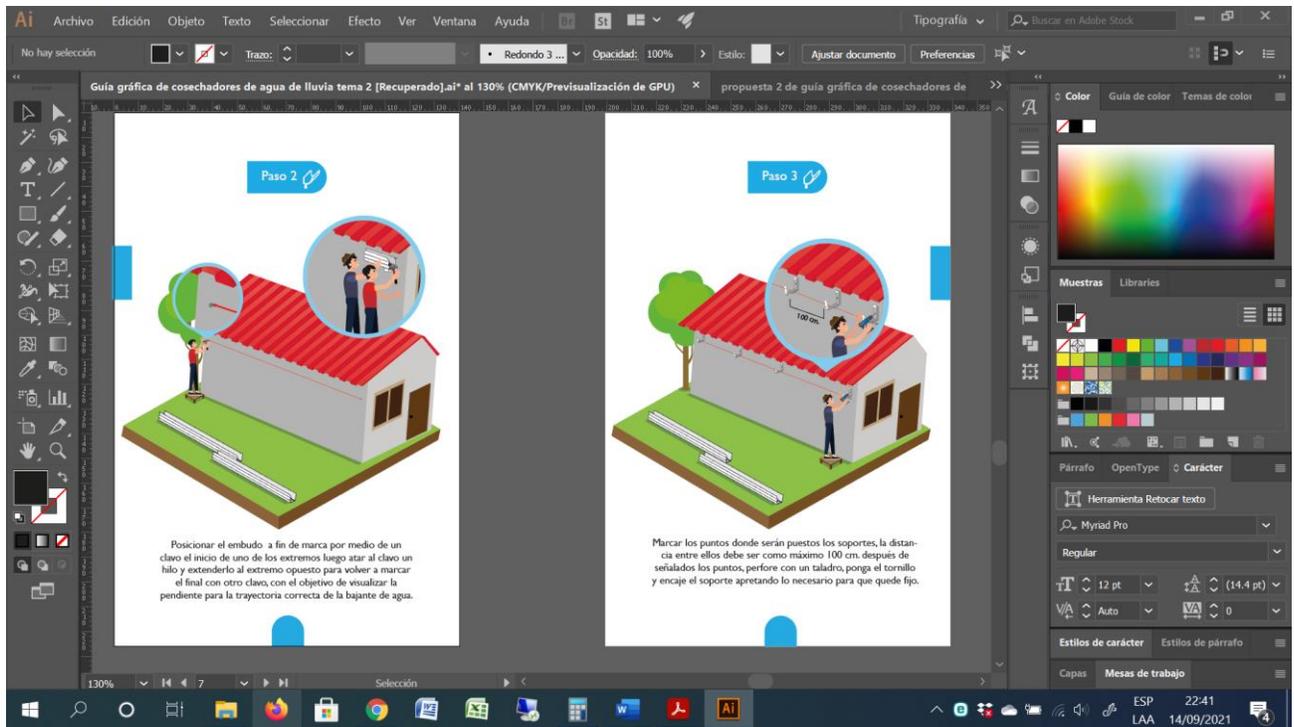


Paso 3: Digitalización del índice de la guía gráfica.



Paso 4: Digitalización de inicio del tema y de desarrollo del tema 1.





La propuesta 2 de la guía gráfica para la instalación y el mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia fue la seleccionada por el cliente por su diagramación y composición que más fue de su agrado. Será esta propuesta la utilizada para el desarrollo del diseño de la guía gráfica. (Las propuestas fueron seleccionadas o validadas únicamente por el cliente: (Oscar Hernández Vela)

7.3.2.1 Tipografía. La tipografía para los títulos es Gill Sans y para otros textos es Goldena, se hizo uso del primer estilo debido a que Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café tiene establecido el uso de esta tipografía en su material de diseño, la segunda tipografía utilizada refleja dinamismo y legibilidad para llamar la atención del grupo objetivo, también se toma de referencia anteriores proyectos de diseño ejecutados por el proyecto.

7.3.2.2 Diseño. El diseño de la guía gráfica para la instalación y el mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia tiene una mezcla de diseño entre minimalismo y flat design, simplificando los elementos y conceptualiza las ideas, para dar un respiro a la vista.

7.3.2.3 Colores. Los pantones utilizados bajo la tendencia de colores brillantes es implementada en CMYK, ya que esta será reproducida e impresa, para su distribución.

El tono de Feed the Future es esencial en el documento es un Pantone 7459 C institucionalmente ya establecido, los demás colores son una gama de azul y verde en la línea gráfica.

7.4 Propuesta preliminar

A continuación, se presenta la propuesta preliminar basándose en la forma de diagramación, composición de los elementos, colores utilizados, espacios, implementación de la tipografía en títulos y cuerpos de texto. Se tomó en cuenta la opinión del cliente en la propuesta que seleccionó haciéndole partícipe en los aspectos que más habían sido de su agrado y los elementos que debían tener cierto grado de modificación. Tamaño del documento media carta.

Portada: Contiene los logos institucionales; el título de lo que se va a tratar, juntamente con la imagen de un cosechador y u personaje que enseñará a instalar el cosechador de agua.



8.5"

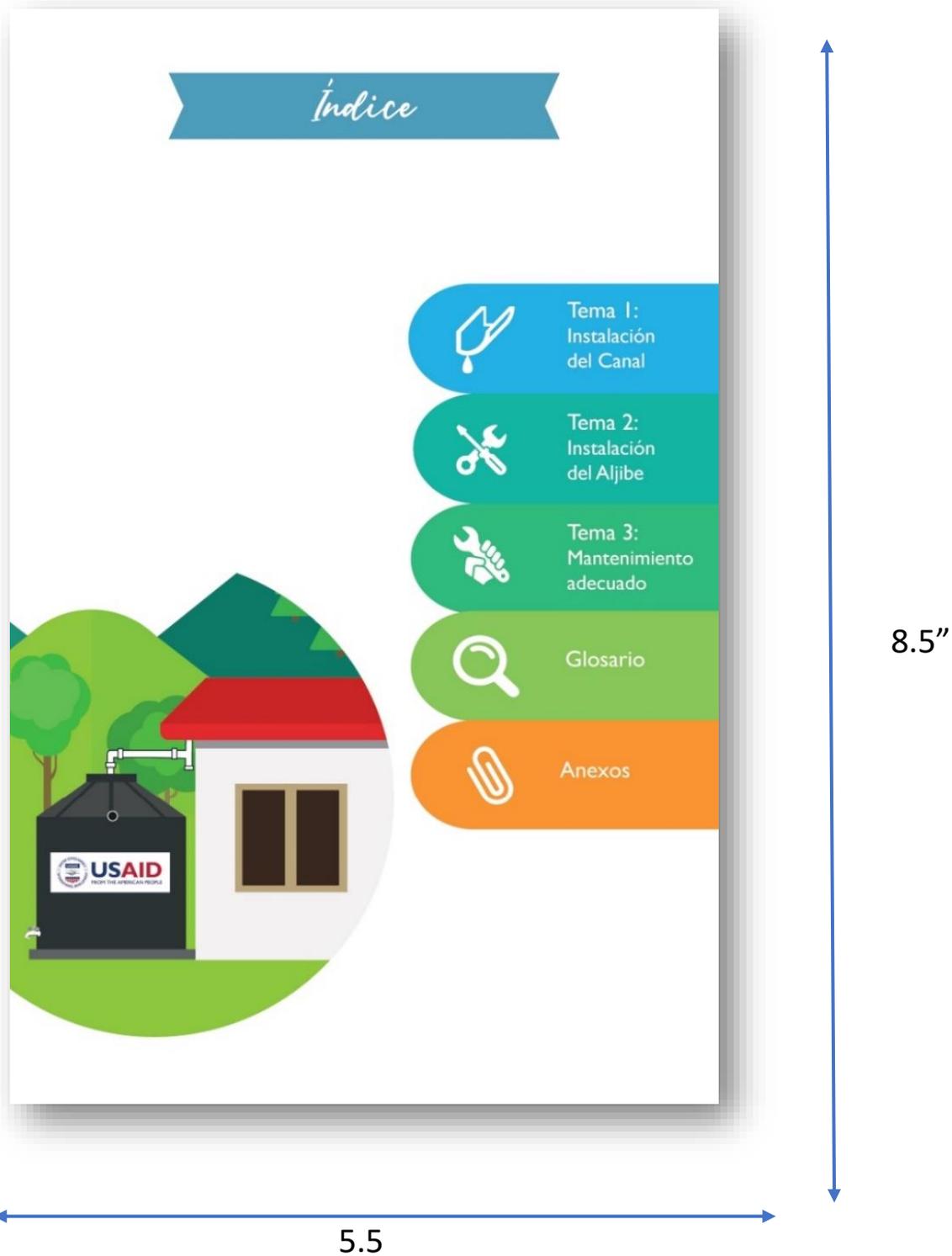


5.5

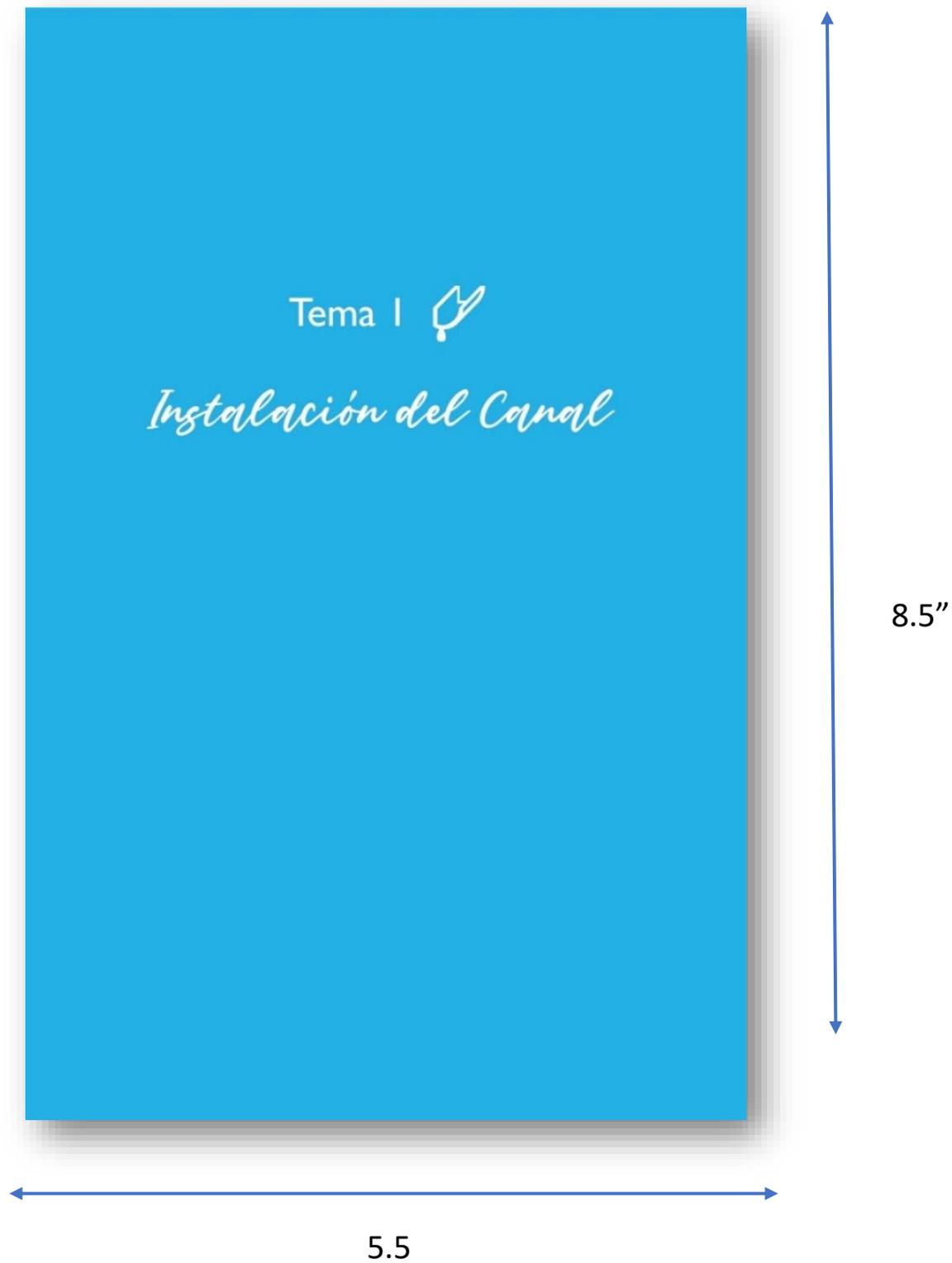
Descripción: En esta área se desarrollará la sinopsis de la guía y su enfoque, por lo que se coloca el título de lo que se tratará la guía y una imagen de un cosechador ya instalado.



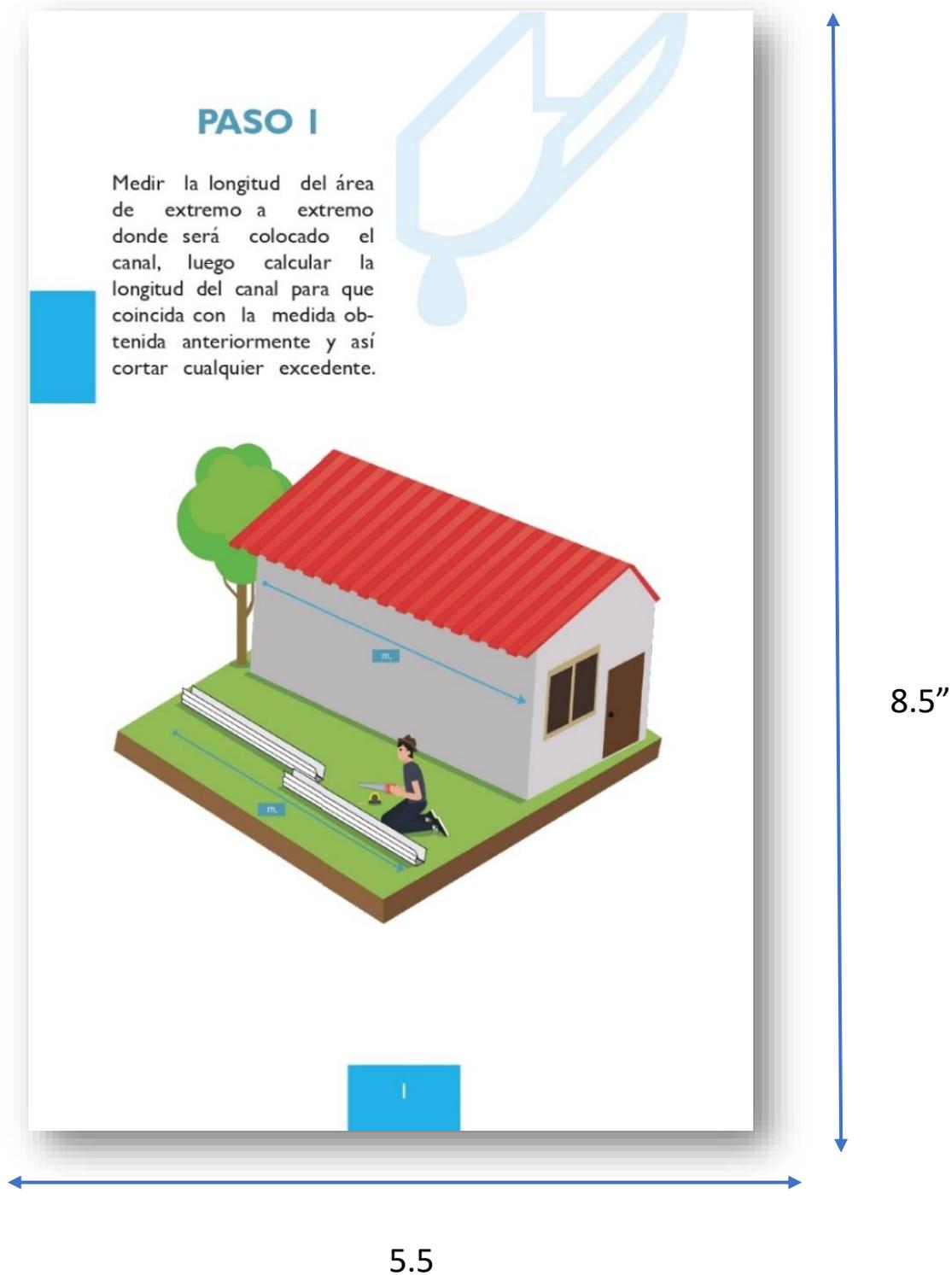
índice: Se coloca en un cintillo el título y se detallan los temas a tratar y un icono y color por cada uno.



Inicio de tema: Se coloca uno por tema para separar y que haya un orden, identificándose por color e icono.



Desarrollo de paso 1: Este detalla el tema 1 y se explica por medio de una imagen que vaya en contexto con el texto. Tiene título y número de página. Distinguiendo el tema por medio del ícono y color.



Desarrollo de paso 1: Este detalla el tema 1 y se explica por medio de una imagen que vaya en contexto con el texto. Tiene título y número de página. Distinguiendo el tema por medio del ícono y color.



CAPITULO VIII



Capítulo VIII: Validación técnica

En base a la propuesta dos seleccionada por el cliente, se elaborará la validación técnica, cuyos resultados se obtendrán a través del apoyo de una encuesta, instrumento que enmarca resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos según los criterios y percepción de la población seleccionada.

La encuesta es un instrumento de respuestas múltiples que se aplicará a un representante del cliente, a dieciséis personas del grupo objetivo que se concentran en mujeres y hombres entre 20 a 60 años, que pertenezcan a Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, y a cinco expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1. Población y muestreo

Una vez concluida la pre-validación y la propuesta preliminar del diseño de la guía, se procedió a realizar la validación técnica para dictaminar el porcentaje de aceptación del proyecto ejecutado. Se llevó a cabo un instrumento de medición cuantitativo y cualitativo, desglosado en tres áreas de la comunicación y el diseño, conformado por:

- 1. Parte objetiva:** Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos de la guía impresa, con preguntas cerradas como: no o sí
- 2. Parte semiológica:** Evalúa cada uno de los elementos empleados en el diseño, con tres variables: mucho, poco o nada.
- 3. Parte Operativa:** Se evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta. Se considera una escala de Likert para denominar respuestas promedio, con las siguientes variables: Muy adecuada, medianamente adecuada o poco adecuada.

Los términos anteriormente mencionados son dirigidos a corroborar los resultados obtenidos en base a los objetivos que han sido planteados del presente proyecto. Constatar los elementos que conforman la guía gráfica impresa para la instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia.

Para la validación técnica se realizó una recolección de conocimientos, criterio y preferencia de tres grupos de personas siendo estas:

8.1.1 Expertos. El aporte de los cinco expertos en la rama de comunicación y diseño gráfico fue de vital importancia, por los años de experiencia que cada uno ha obtenido su opinión se enfoca desde la perspectiva profesional, en base a los elementos semiológicos que constituyen la guía.

Las recomendaciones y comentarios se enfocan en buscar un resultado efectivo para conceptualizar la guía gráfica. La muestra de expertos estuvo conformada por cinco personas en distintos campos del diseño gráfico y se detallan a continuación:

1. Rolando Barahona- Diseñador gráfico con Maestría en Dirección y Producción de elearning.
2. Wendy Franco- Diseñadora Gráfica con Maestría en Consultoría de Imagen Pública y Planificación Estratégica de Medios de Comunicación
3. Moisés López Lazo- Diseñador Gráfico
4. Diego Taylor- Diseñador Gráfico
5. Carlos Jiménez- Diseñador Gráfico

8.1.2 Cliente. La validación por parte del cliente fue realizada por el licenciado Henry León, Especialista de Comunicación en Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, La opinión del cliente es de gran contribución, ya que conoce las necesidades que desea

resolver a través del diseño de la guía gráfica impresa para la instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia.

8.1.3 Grupo Objetivo. La validación con el grupo objetivo se realizó en los departamentos de San Marcos, Quiché y Huehuetenango, a mujeres y hombres de 20 a 60 años, técnicos y técnicas de cooperativas. Esta muestra equivale a dieciséis personas, colaboradores de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café.

8.2 Método e Instrumento

Para la obtención de los objetivos que se desean, fue necesario concretar una metodología a implementar para validar el presente proyecto, eligiendo una herramienta de investigación que otorgue reunir la información relacionada con la efectividad de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, para que puedan realizar de una forma correcta los pasos de instalación y mantenimiento, a las mujeres y hombres de 20 a 60 años, de los departamentos de Huehuetenango, Quiché y San Marcos, y así estimar el alcance y efectividad de los objetivos planteados para el desarrollo de este proyecto.

8.2.1 La Encuesta. La encuesta está compuesta por 10 preguntas, distribuidas en tres secciones fundamentales para mejorar los resultados: parte objetiva, semiología y operativa. La parte objetiva es la que determina y evalúa los objetivos planteados para el diseño de la guía gráfica, dentro de ellos los objetivos generales como los específicos y los objetivos de comunicación y diseño.

La parte semiológica es la que conforma el conjunto de elementos visuales, informativos, el entendimiento de la guía gráfica impresa y la idea conceptual, conformado por figuras, colores y maquetación.

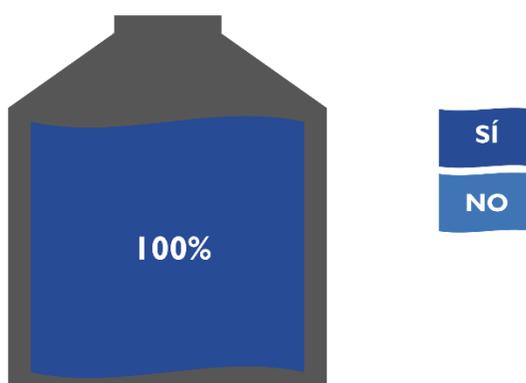
La parte operativa busca determinar que el diseño de la guía gráfica sea funcional, efectiva y agradable para el grupo objetivo a quien va dirigido.

8.3 Resultados e interpretación de resultados.

Como producto de la interpretación de los resultados se obtuvieron en base al instrumento de investigación utilizado. A continuación, se presenta por medio de gráficas conclusiones acompañado de la interpretación de cada gráfica previo a hacer mención de la solución en nivel funcional, tecnológico y expresivo.

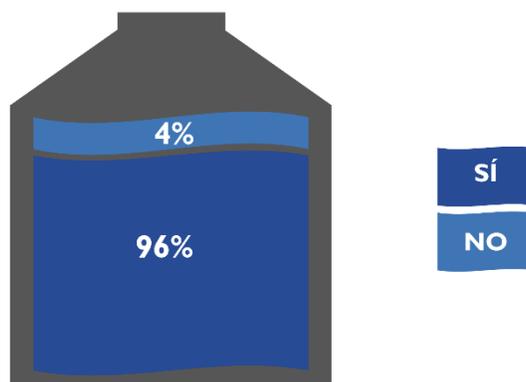
Parte Objetiva:

1. **¿Cree necesario diseñar una guía gráfica digital para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia?**



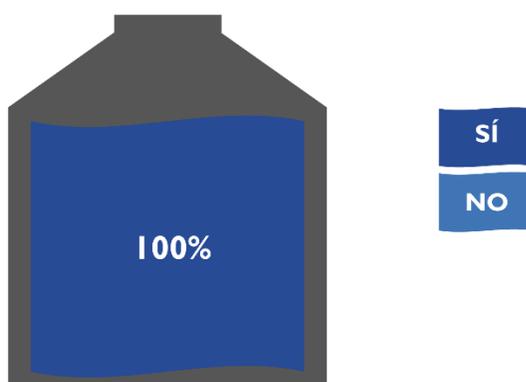
El 100% de la población cree que sí es necesario diseñar una guía gráfica para dar a conocer la instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia a las y los beneficiados con este proyecto.

2. **¿Considera útil investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de guías, que respalden científicamente la propuesta del diseño de la guía gráfica que detalle el proceso de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia?**



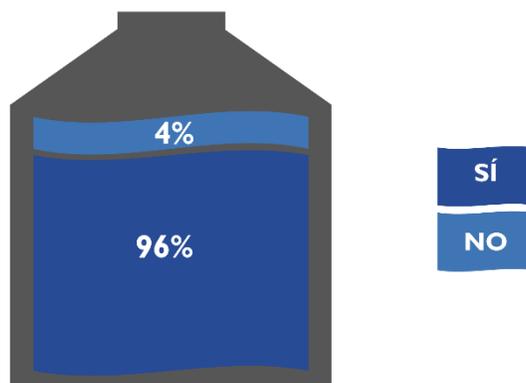
El 96% de la población considera que es útil investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de guías gráficas, que respalden científicamente la propuesta de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia. Mientras que el 4% considera que no.

3. **¿Considera necesario recopilar información acerca de cosechadores de agua de lluvia y el proceso de instalación y mantenimiento para establecer el contenido de la guía gráfica y facilite la comprensión del usuario?**



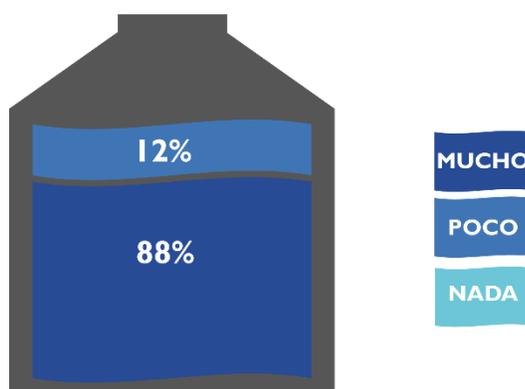
El 100% de la población encuestada considera necesario recopilar información acerca de la cosechadores de agua de lluvia y el proceso de instalación y mantenimiento, para establecer el contenido de la guía gráfica y facilite la comprensión del usuario.

4. **¿Considera importante diagramar los procesos de instalación y mantenimiento del cosechador de agua de lluvia, para facilitar la experiencia del usuario en la guía?**



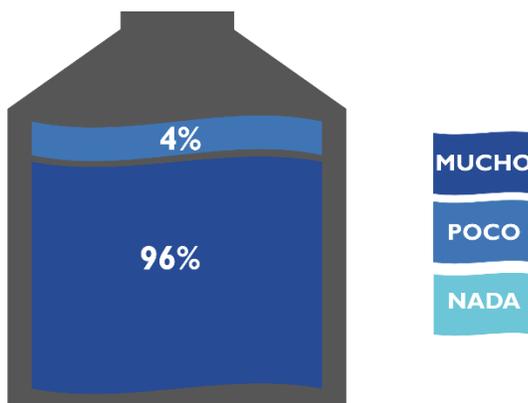
El 96% de la población encuestada considera importante la diagramación de los procesos de instalación y mantenimiento del cosechador de agua de lluvia, para que facilite la experiencia del usuario de la guía gráfica. Mientras el 4% considera que no es importante.

5. **¿Considera el diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado, visualmente atractivo?**



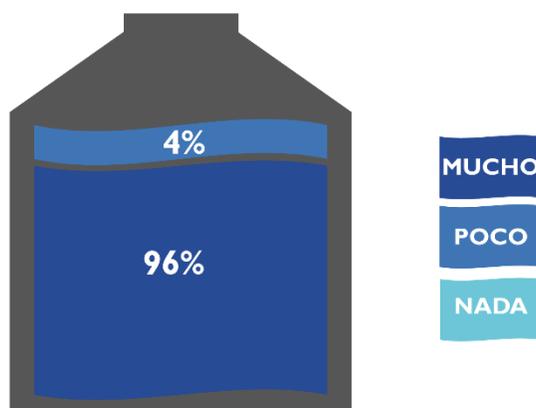
El 88% de la población considera que el diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia es adecuado y visualmente atractivo. Mientras el 12% considera que es poco adecuado y visualmente atractivo.

6. **¿Considera que la diagramación del diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia es ordenada y tiene equilibrio visual entre los elementos gráficos?**



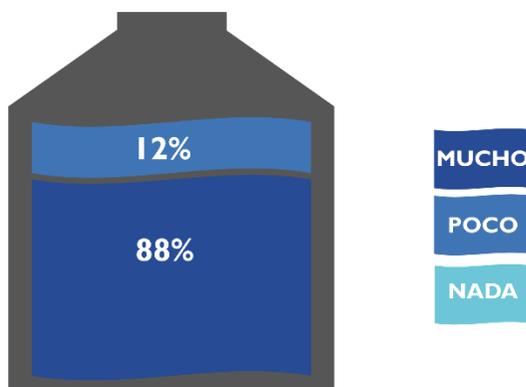
El 96% de la población considera que la diagramación del diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia es ordenada y tiene equilibrio visual entre los elementos gráficos. Mientras el 4% considera que es poco ordenado y equilibrio visual.

7. **¿Considera que los colores utilizados en la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia son agradables a la vista?**



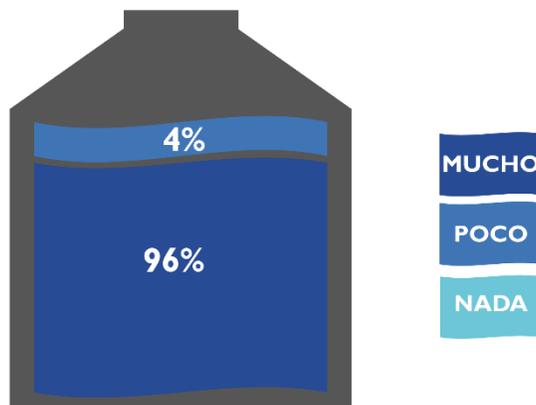
El 96% de la población considera que los colores utilizados en la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia son agradables a la vista. Mientras que el 4% considera que los colores utilizados son poco adecuados.

8. **¿Considera que, al leer el contenido de la guía gráfica, la letra es legible?**



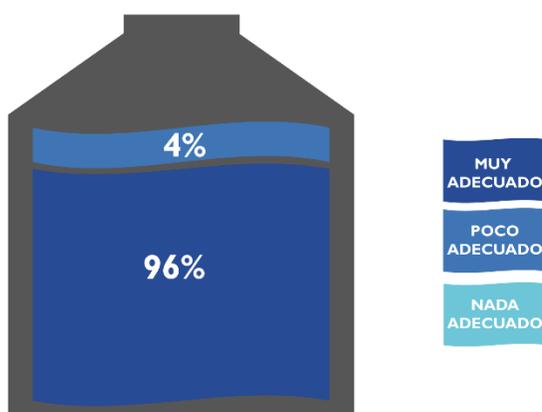
El 88% de la población considera que al leer el contenido de la guía gráfica la letra es legible. Mientras que el 12% considera que la letra es poco legible.

9. ¿Considera que el diseño de la guía gráfica presenta los procesos necesarios para la comprensión de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia?



El 96% de la población considera que el diseño de la guía gráfica presenta los procesos necesarios para la comprensión de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia. Mientras el 4% considera que los procesos para la comprensión de la instalación son pocos.

10. ¿Considera que el contenido presentado en la guía gráfica es adecuado?



El 96% de la población considera que el contenido presentado en la guía gráfica es adecuado. Mientras el 4% considera que es poco adecuado el contenido.

8.4 Cambios en base a los resultados

Según el proceso de validación por medio del cliente, grupo objetivo y grupo de expertos dan como resultado las siguientes observaciones:

El cliente dio a conocer su opinión respecto a las secciones presentadas en el diseño de la guía gráfica. Luego de realizar las anotaciones sobre las secciones, formas utilizadas y colores, aprobó el proyecto.

El grupo objetivo fue muy claro al mencionar lo que le parecía adecuado y lo que no le parecía adecuado en cuanto al diseño de la guía gráfica, realizando los respectivos comentarios sobre colores, textos, formas y espacios que se visualizan en la guía.

El grupo de expertos realizó anotaciones en cuanto a diseño, diagramación, colores, textos y formas que se presenta en la guía gráfica. La opinión de los expertos fue de gran importancia para mejorar la presentación de la guía gráfica al grupo objetivo, obteniendo claridad en el objetivo de la guía.

8.4.1 Antes y después.

Se realizaron los siguientes cambios:

Portada

1. Se cambió el color del texto “Guatemala Proyecto Cadenas de Valor de Café” de blanco colocando azul, para una mejor visualización.
2. Se agregó la botella plástica al chorro del cosechador de agua de lluvia, ya que se menciona en el contenido.
3. Se cambió la camisa del personaje para que su aspecto sea más rural.
4. Se eliminó el desarmador, ya que no se menciona en el contenido de la guía.
5. Se cambió el logo de USAID de inglés a español.

6. Se agregó la palabra tinaco entre paréntesis, al referirse a aljibe.

Antes:



Después:



Introducción

1. Se cambió los espacios en el texto para evitar la separación de las palabras.
2. Se cambió el logo de USAID de inglés a español.
3. Se agregó el chorro y la botella plástica al cosechador de agua de lluvia, ya que se menciona en el contenido.

Antes:

Guía de Instalación y Mantenimiento para Cosechadores de Agua de Lluvia

La siguiente guía gráfica está dirigida a las y los asociados de la Federación de Cooperativas Agrícolas de Productores de Café de Guatemala FEDECOCAGUA, R. L. como parte de las acciones de Feed the Future Guatemala Proyecto Cadenas de Valor de Café, teniendo como fin orientar la instalación y mantenimiento adecuado del cosechador de agua de lluvia.

El proyecto tiene como objetivo mejorar la resiliencia a través de prácticas agrícolas amigables con el ambiente y sensibles a la nutrición. El cual contribuye al indicador EG.3.2-24 Número de personas en el sistema de agricultura que han aplicado prácticas o tecnologías de manejo mejoradas con asistencia del USG.

Los cosechadores de agua de lluvia sirven para la captación de la precipitación pluvial, como una tecnología implementada en los hogares, con el fin de reducir la escases de agua en periodos de canícula, provocada por los efectos del cambio climático y calentamiento global, que afectan las parcelas de los productores, así mismo el abastecimiento de agua en los hogares y como consecuencia problemas de salud al no lavarse las manos.



Después:

Guía de Instalación y Mantenimiento para Cosechadores de Agua de Lluvia

La siguiente guía gráfica está dirigida a las y los asociados de la Federación de Cooperativas Agrícolas de Productores de Café de Guatemala FEDECOCAGUA, R. L. como parte de las acciones de Feed the Future Guatemala Proyecto Cadenas de Valor de Café, teniendo como fin orientar la instalación y mantenimiento adecuado del cosechador de agua de lluvia. 1

El proyecto tiene como objetivo mejorar la resiliencia a través de prácticas agrícolas amigables con el ambiente y sensibles a la nutrición. El cual contribuye al indicador EG.3.2-24 Número de personas en el sistema de agricultura que han aplicado prácticas o tecnologías de manejo mejoradas con asistencia del USG.

Los cosechadores de agua de lluvia sirven para la captación de la precipitación pluvial, como una tecnología implementada en los hogares, con el fin de reducir la escases de agua en periodos de canícula, provocada por los efectos del cambio climático y calentamiento global, que afectan las parcelas de los productores, así mismo el abastecimiento de agua en los hogares y como consecuencia problemas de salud al no lavarse las manos.



Índice

1. Se cambio la tipografía del título “Índice” de Segoe Script a Gill Sans.
2. Se cambió la posición de las formas que engloban los temas.
3. Se agrego número de página.
4. Se cambio la posición de la imagen, se le coloco la botella al chorro y el logo de USAID en español.

Antes:



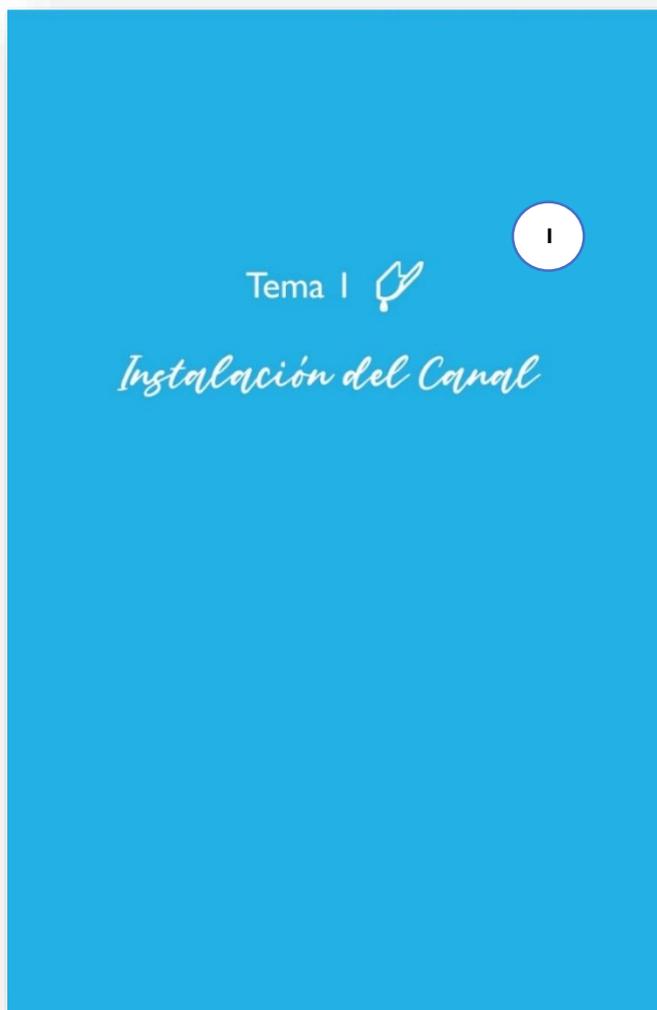
Después:



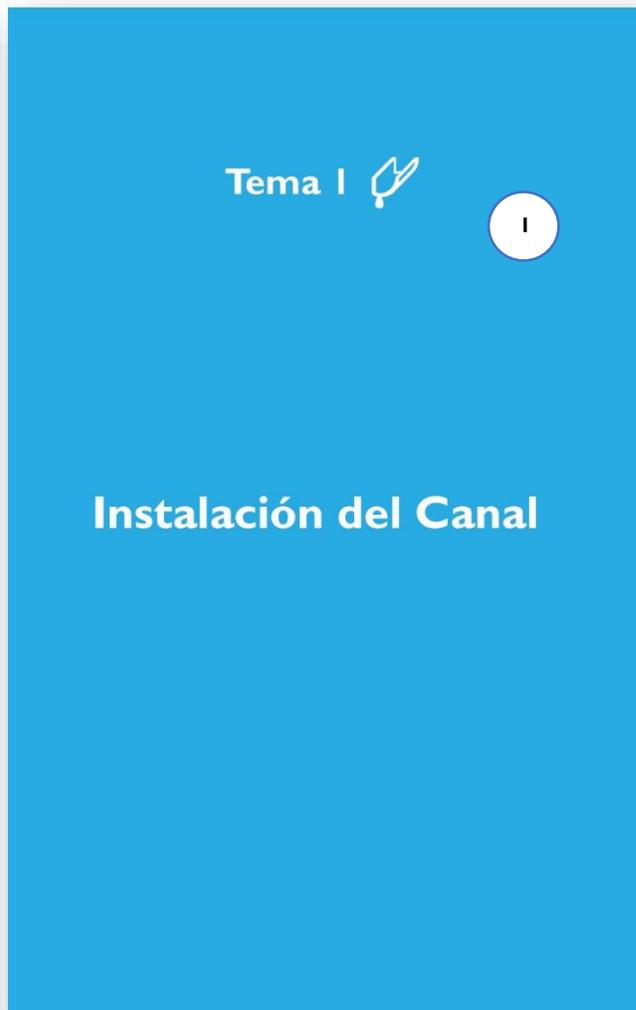
Inicio de capítulo

1. Se cambio la posición del texto y la tipografía.

Antes:



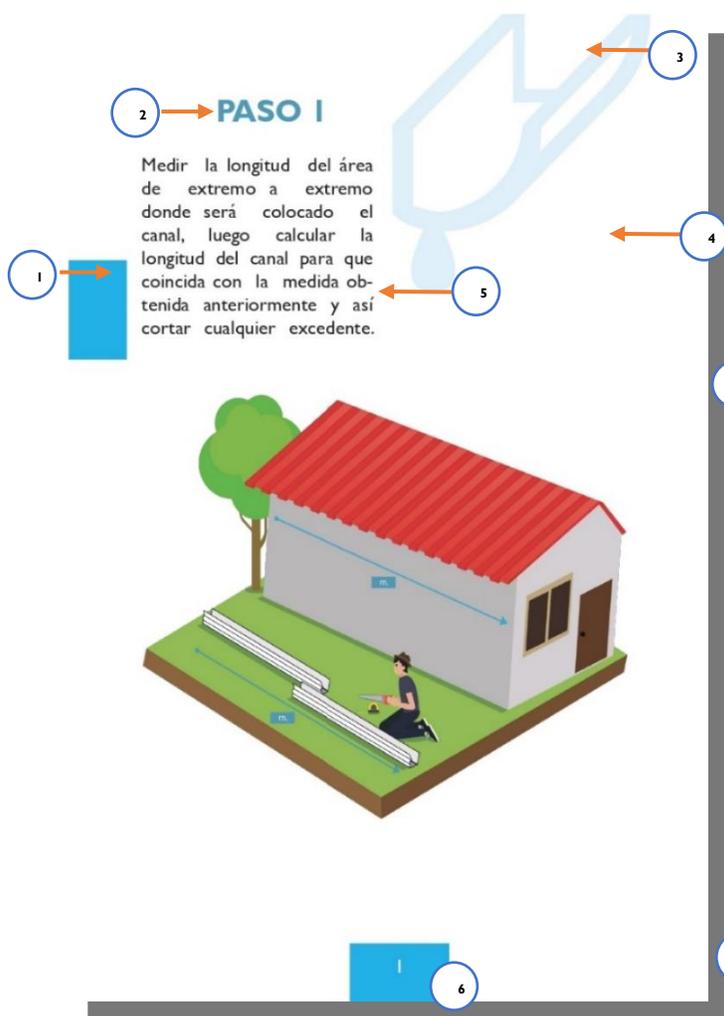
Después:



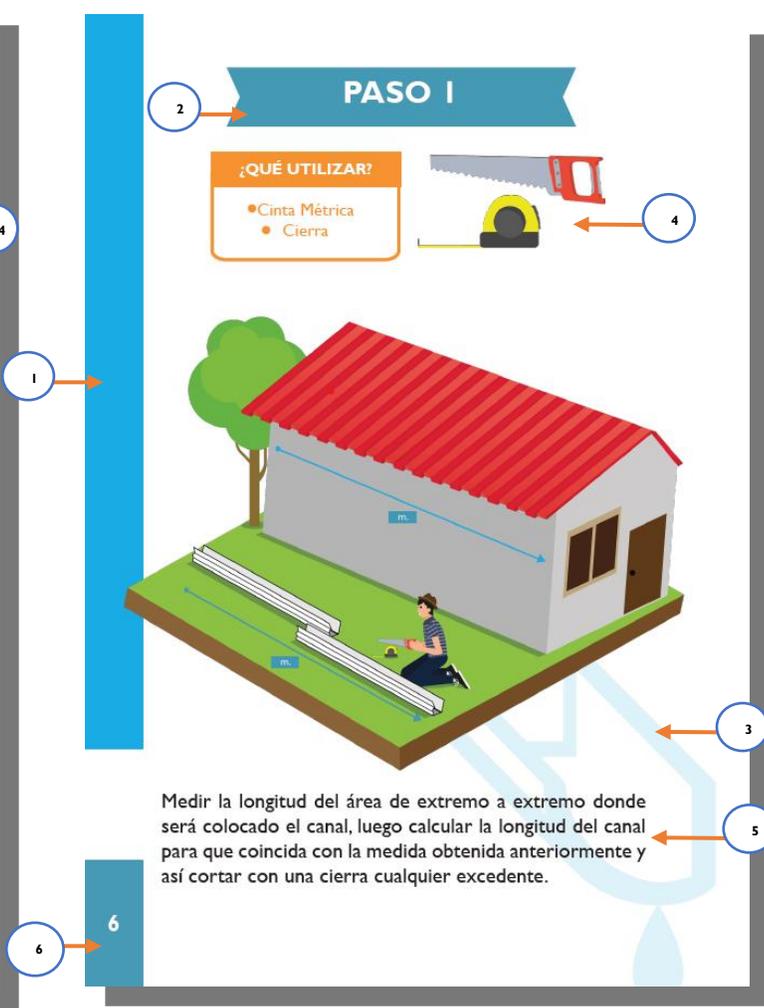
Desarrollo del Capítulo

1. Se cambió el diseño de la pestaña de cada una de las hojas.
2. Se cambió el diseño de cada título.
3. Se cambió la marca de agua para la parte inferior derecha.
4. Se agregó sección de herramientas a utilizar
5. Se cambió el espacio de distribución del texto, también se quitó la justificación y se redujeron los guiones que dividían en sílabas las palabras.
6. Se cambió la posición del número de cada hoja.

Antes:



Después:



8.4.1 Antes y después.

8.4.1 Justificación por los cambios realizados

- **Cambios sugeridos por parte de expertos y cliente**

Los cambios que se realizaron en la guía gráfica impresa fueron en base a los resultados obtenidos en la validación técnica, los cuales fueron solicitados tanto por el cliente como los expertos. Aspectos de mayor importancia fueron el cambio de vestimenta del personaje ya que se debe de identificar con el usuario final que pertenece al área rural, los elementos fueron organizados de forma más inteligente, para la practicidad del usuario. La línea gráfica tiene mayor armonía por medio de los colores tipografía y elementos gráficos. La tipografía cursiva se cambio a sugerencia de los expertos, debido a la dificultad de lectura que pueda ocasionar, por lo que se traslado a la tipografía institucional sugerida por Feed the Future que es Gill Sans. Se cambio el logo debido a que se había colocado la versión en inglés y la que se solicita es en español.

- **Cambios sugeridos por parte del grupo objetivo**

No hubo observaciones de parte del grupo objetivo.

Ver Anexo 10: Respuesta de la Validación del Proyecto

Ver Anexo 11: Fotografías de Validación.

CAPITULO IX



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

9.1 Descripción de la propuesta gráfica final.

En base a la solicitud del cliente, se elaboró el diseño de una guía gráfica, para fundamentar el proyecto de graduación que se titula:

“Diseño de guía gráfica impresa para dar a conocer a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala, acerca del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia. Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) Guatemala, Guatemala.

La propuesta final es un documento PDF conformado por 26 piezas, el contenido se divide en tres capítulos que son: Tema 1: Instalación del canal, Tema 2: Instalación del Aljibe y Tema 3: Mantenimiento adecuado del cosechador de agua de lluvia.

En este capítulo se muestra la propuesta gráfica final, ya que se realizaron todos los cambios que los expertos y cliente indicaron. Se cambió la tipografía, ilustraciones, elementos gráficos, diagramación que cumplieran con una guía gráfica comprensible. La guía gráfica se imprimirá y el tamaño del documento será de 5.5 cm de ancho y 8.5 de alto, modo CMYK.

Portada: Tipografía Gill Sans MT, respetando colores institucionales, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.



Portada Interior: Tipografía Gill Sans MT, respetando colores institucionales, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

Guía de Instalación y Mantenimiento para Cosechadores de Agua de Lluvia



Página de Derecho: Tipografía Gill Sans MT. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

La elaboración de este material ha sido posible gracias al generoso apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América, a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo internacional (USAID) bajo el Convenio Cooperativo 72052018CA00001. Las opiniones expresadas en esta publicación son responsabilidad de FEDECOCAGUA, R. L. y no necesariamente refleja la opinión de USAID o del Gobierno de los Estados Unidos de América.

Introducción: Tipografía Gill Sans MT, respetando colores institucionales, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

Guía de Instalación y Mantenimiento para Cosechadores de Agua de Lluvia

La siguiente guía gráfica está dirigida a las y los asociados de la Federación de Cooperativas Agrícolas de Productores de Café de Guatemala FEDECOCAGUA, R. L. como parte de las acciones de Feed the Future Guatemala Proyecto Cadenas de Valor de Café, teniendo como fin orientar la instalación y mantenimiento adecuado del cosechador de agua de lluvia.

El proyecto tiene como objetivo mejorar la resiliencia a través de prácticas agrícolas amigables con el ambiente y sensibles a la nutrición. El cual contribuye al indicador EG.3.2-24 Número de personas en el sistema de agricultura que han aplicado prácticas o tecnologías de manejo mejoradas con asistencia del USG.

Los cosechadores de agua de lluvia sirven para la captación de la precipitación pluvial, como una tecnología implementada en los hogares, con el fin de reducir la escases de agua en períodos de canícula, provocada por los efectos del cambio climático y calentamiento global, que afectan las parcelas de los productores, así mismo el abastecimiento de agua en los hogares y como consecuencia problemas de salud al no lavarse las manos.



Índice: Tipografía Gill Sans MT, respetando colores institucionales, tema se identifica por color. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

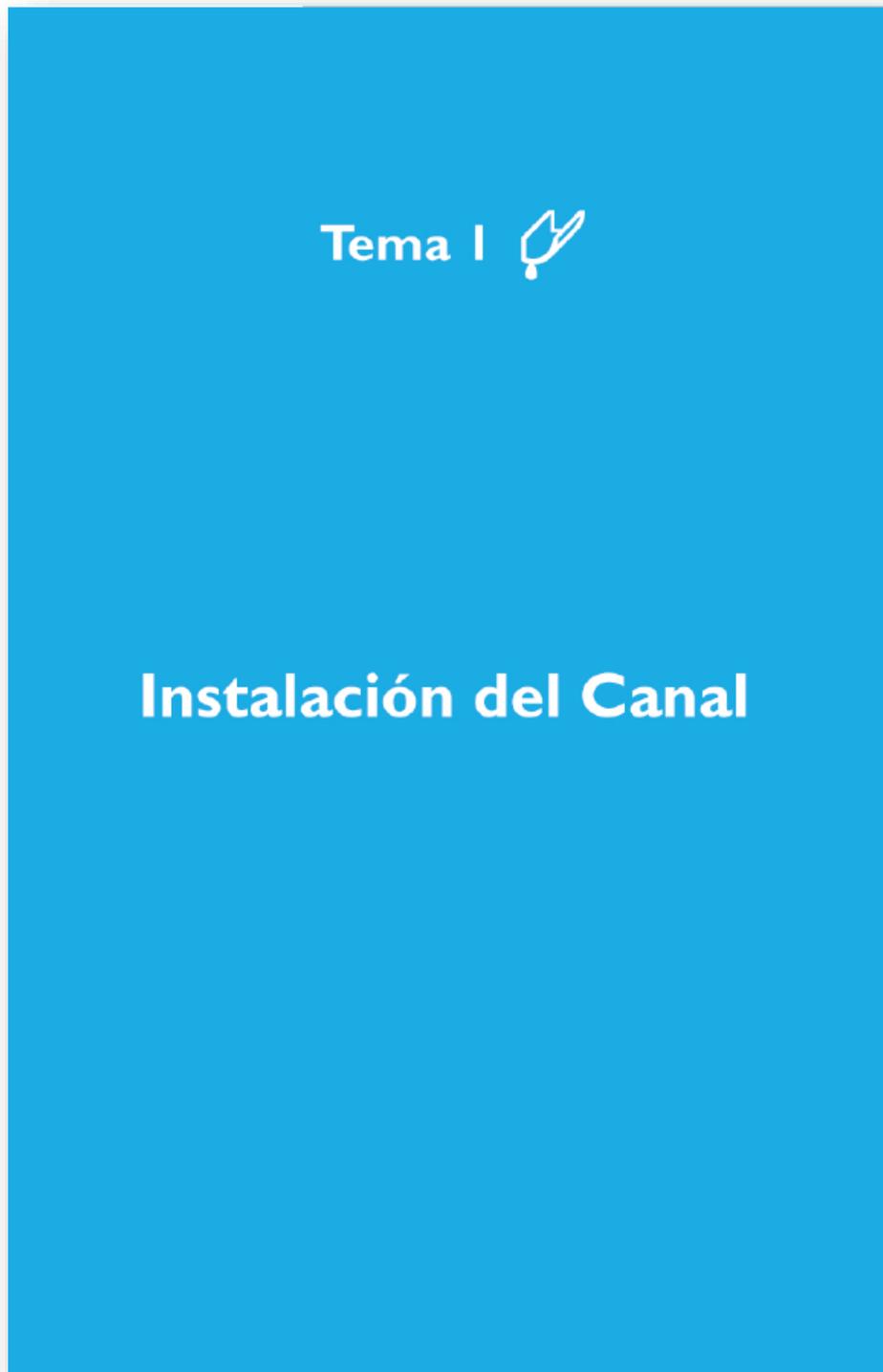


Índice

| | |
|---|--|
|  | Tema 1: Instalación del Canal.....Pág. 5 |
|  | Tema 2: Instalación del Aljibe.....Pág. 11 |
|  | Tema 3: Mantenimiento adecuado del aljibe.....Pág. 15 |
|  | Glosario.....Pág. 21 |
|  | Anexos.....Pág. 23 |



Inicio de Capítulo, Tema 1: Tipografía Gill Sans MT, color de tema celeste e ícono del tema. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.



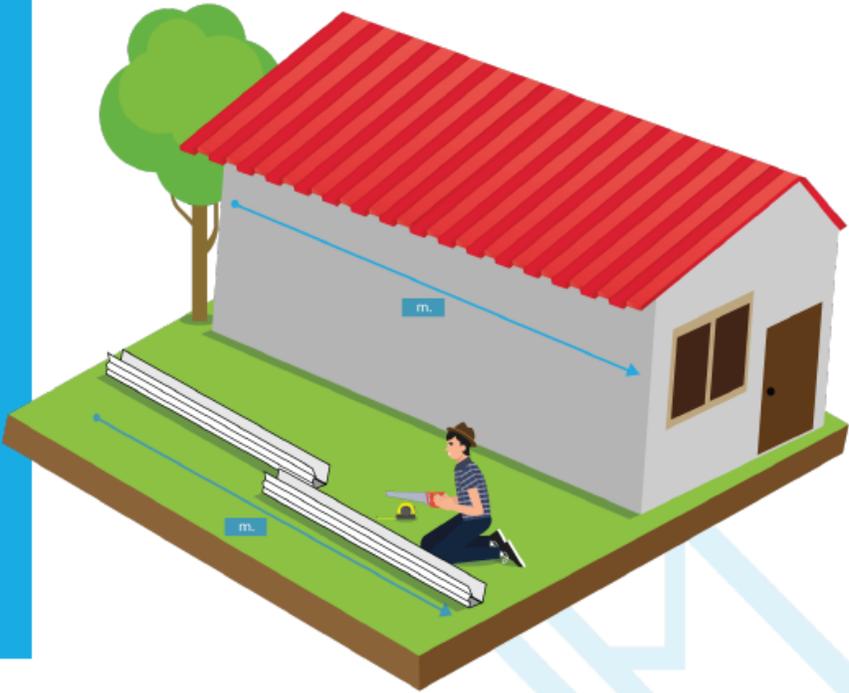
Tema 1, Paso 1: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO I

¿QUÉ UTILIZAR?

- Cinta Métrica
- Cierra





Medir la longitud del área de extremo a extremo donde será colocado el canal, luego calcular la longitud del canal para que coincida con la medida obtenida anteriormente y así cortar con una cierra cualquier excedente.

6

Tema 1, Paso 2: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO 2

¿QUÉ UTILIZAR?

- Clavos
- Martillo
- Hilo

Posicionar el embudo, a fin de marcar por medio de un clavo el inicio de uno de los extremos, luego atar al clavo un hilo y extenderlo al extremo opuesto para volver a marcar el final con otro clavo, con el objetivo de visualizar la pendiente para la trayectoria correcta de la bajante de agua.

7

Tema 1, Paso 3: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO 3

¿QUÉ UTILIZAR?

- Taladro
- Cinta Métrica
- Tornillos

Marcar con lápiz los puntos donde serán puestos los soportes, la distancia entre ellos debe ser como máximo de un metro (100 cm.), después de señalar los puntos, perfora con un taladro, ponga el tornillo y encaje el soporte apretando lo necesario para que quede fijo.

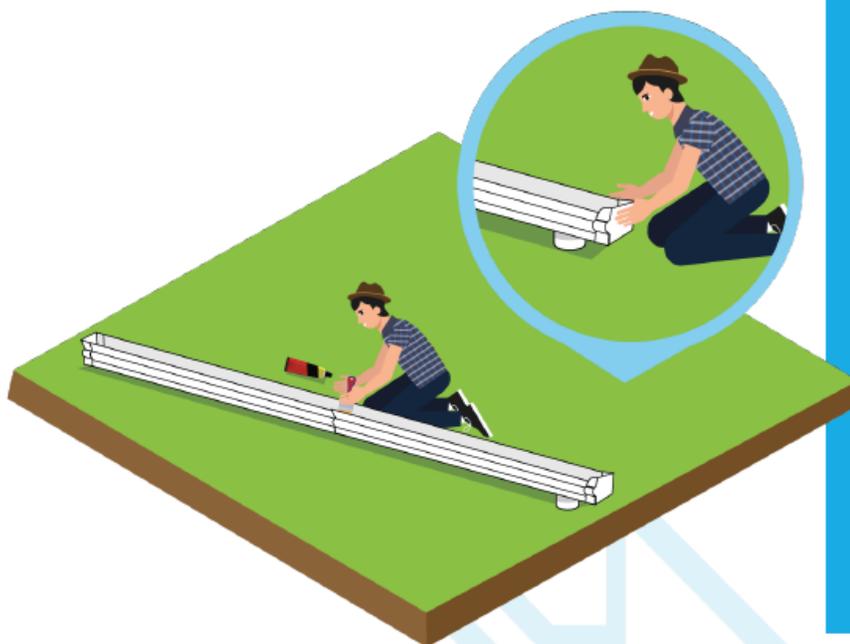
8

Tema 1, Paso 4: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO 4

¿QUÉ UTILIZAR?

- Pegamento especial
- Brocha pequeña



Aplicar pegamento en cada extremo por medio de una brocha pequeña, mantener inmobilizado de 15 a 20 segundos antes de manipular la instalación. Colocar las tapaderas de ambos extremos.

DATO IMPORTANTE

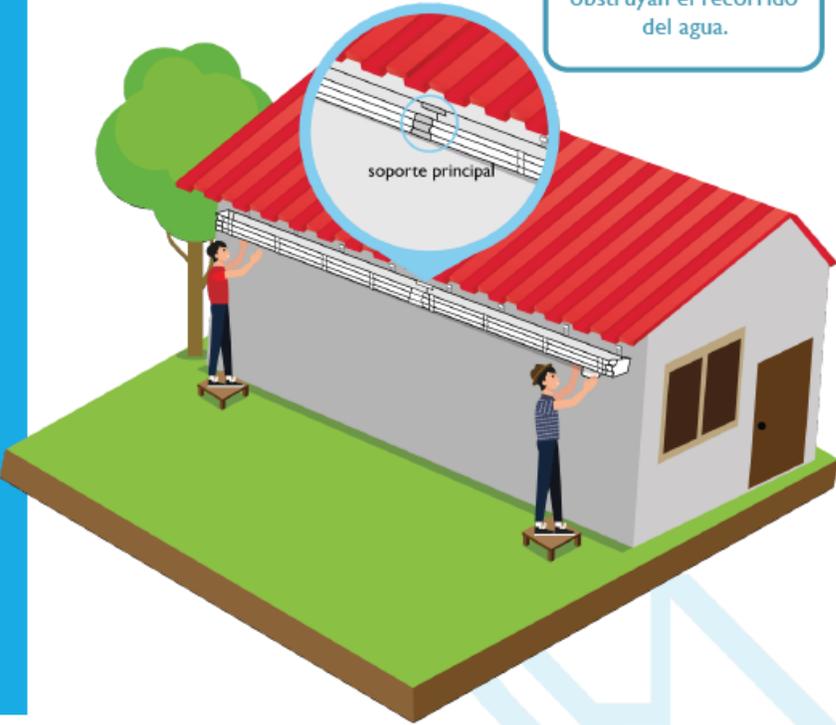
Para un correcto pegado debe: eliminar las rebabas del corte con lija y limpiar la superficie con un paño limpio.

Tema 1, Paso 5: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO 5

DATO IMPORTANTE

Limpiar la canal antes de la época de lluvia, para evitar residuos que obstruyan el recorrido del agua.



soporte principal

El primer y segundo tramo del canal se desliza dentro de los soportes, colocando el extremo liso pegado hacia la pared, continúe hasta ensamblar por completo el canal.

10

Inicio de Capítulo, Tema 2: Tipografía Gill Sans MT, color de tema menta e ícono del tema. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

Tema 2 

Instalación del Aljibe

Tema 2, Paso 1: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO I



0.40 a 0.50 m. altura

1.80 m. ancho

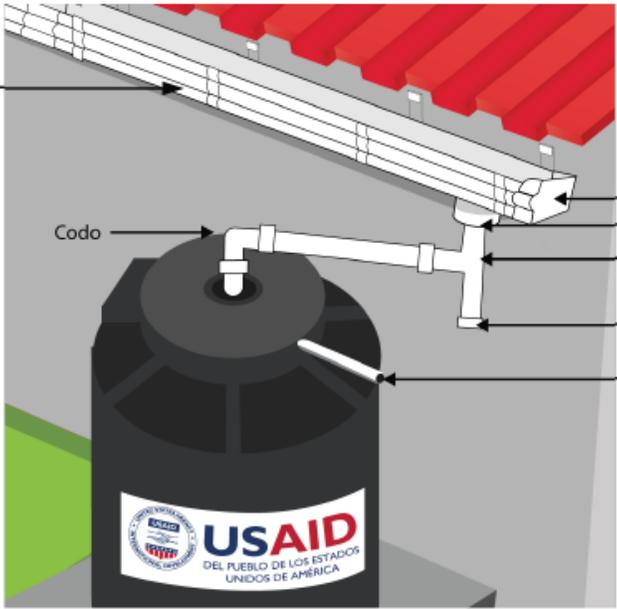
1.80 m. largo

Luego de colocar el aljibe, instalar los tubos de llenado, para esto hacer llegar la boca de la bajada de 3 pulgadas hasta la entrada al aljibe teniendo cuidado que queden los accesorios con una pendiente mínima después del tapón de registro.

12

Tema 2, Paso 2: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO 2



Canal con pendiente adecuada

Codo

Tapadera

Bajada

Tee

Adaptador y tapón

Rebalse

Luego de colocar el aljibe, instalar los tubos de llenado, para esto hacer llegar la boca de la bajada de 3 pulgadas hasta la entrada al aljibe, teniendo cuidado que queden los accesorios con una pendiente mínima después, del tapón de registro.

DATO IMPORTANTE

El canal debe tener una pendiente adecuada.

DATO IMPORTANTE

Quitar el tapón para dejar correr la primera lluvia, así limpiar el canal y evitar basura acumulada en el aljibe

13

Tema 2, Recomendaciones: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos.

Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

RECOMENDACIONES



Las piezas de PVC que sean para enroscar o tengan partes lisas que necesiten mayor refuerzo, se recomienda colocar 10 vueltas de cinta de teflón, para evitar filtración.



En cuanto a los tubos lisos, se recomienda reforzar su unión con pegamento especial para PVC, así evitar filtración. Mantener inmóvil la pieza de 3 a 5 segundos antes de manipular.



Proteger el chorro de PVC con un envase desechable limpio, para evitar la contaminación de bacterias e impurezas.

Inicio de Capítulo, Tema 3: Tipografía Gill Sans MT, Color verde con ícono del tema.

Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.



Tema 3, Paso 1: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO I



Acostar el aljibe, con cuidado de manera que no se lastime y se pueda quitar la tapadera de forma práctica.

Tema 3, Paso 2: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO 2

¿QUÉ UTILIZAR?

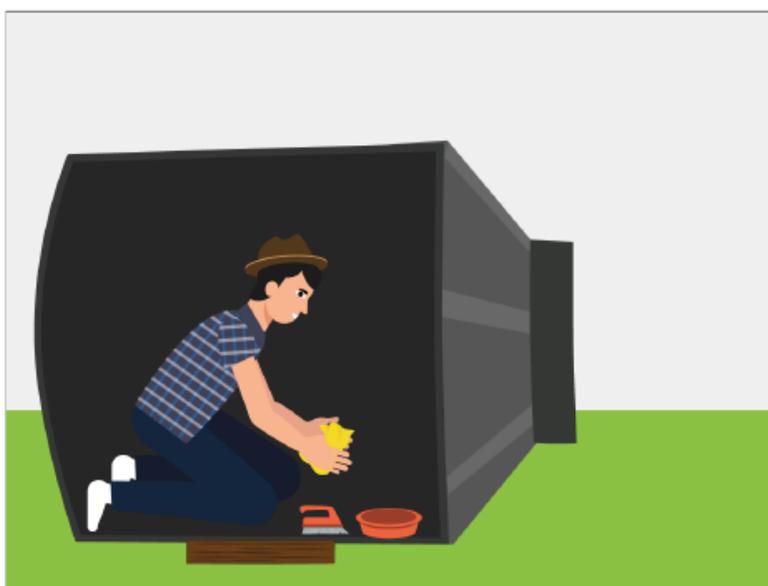
- Paño
- Palangana
- Cubeta
- Cepillo
- Trozos de Madera



Colocar dos trozos de madera firme en cada lado, para que no se mueva el aljibe. Ingrese al aljibe con los materiales de limpieza, cepillo, paño, cubeta y palangana.

Tema 3, Paso 3: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

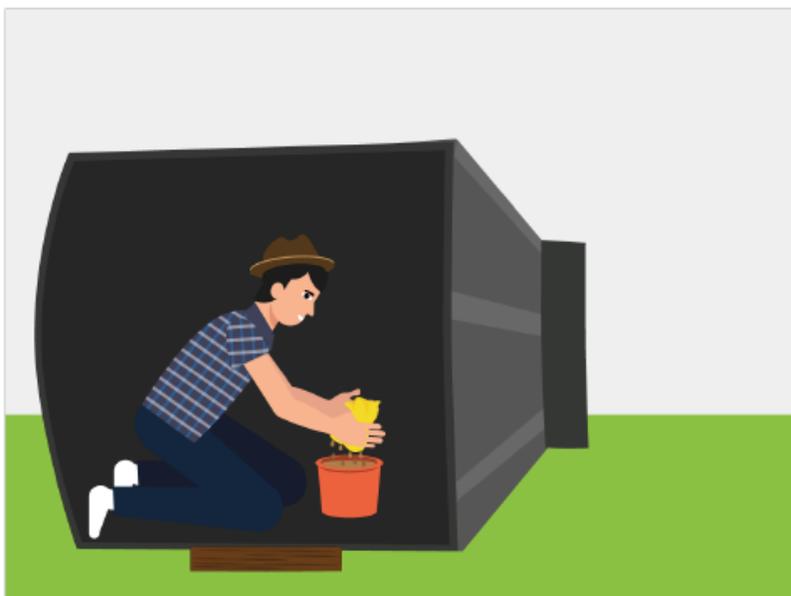
PASO 3



Limpie las paredes del aljibe con el cepillo humedecido, para desprender la suciedad y termine de limpiar los residuos de esta con el paño.

Tema 3, Paso 4: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

PASO 4



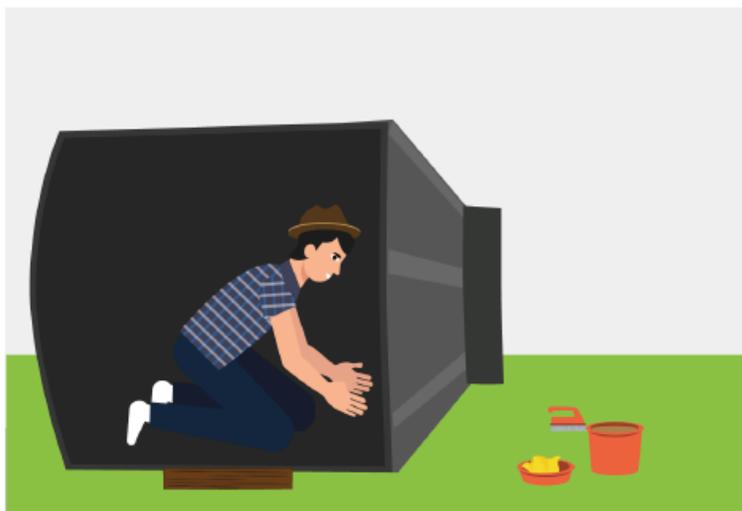
Primero sacar el agua utilizando una palangana y luego absorber con un paño el agua sucia restante que quede en el aljibe. Posteriormente exprimirla en la cubeta o palangana para verter a continuación el contenido fuera del aljibe. Asegúrese que el aljibe quede completamente seco.

Tema 3, Paso 5: Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto. Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos.

PASO 5

DATO IMPORTANTE

No permita que los niños ingresen al aljibe.



Recoger con un trapo el agua sucia que esté dentro de aljibe.

1. Asegúrese de no dejar ningún insumo de limpieza dentro del aljibe.
2. Salir del aljibe con cuidado de no lastimarse.
3. Colocar la tapadera cuando salga la persona.

Inicio de Capítulo, Glosario: Tipografía Gill Sans MT, color verde y con ícono del tema.

Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

Glosario 

Glosario: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

Glosario

- Aljibe** Depósito grande, para recoger y conservar el agua, especialmente de lluvia.
- Canal** Conducto artificial por donde se conduce el agua para distribuirla, para el riego u otros usos.
- Canícula** Es un fenómeno meteorológico que se caracteriza por la reducción o ausencia de precipitaciones durante la época lluviosa.
- Embudo** Es una pieza de PVC, en forma de cono por donde se filtra el agua que viene del canal.
- Longitud** Dimensión de una línea o de un cuerpo considerando su extensión en línea recta.
- Pluvial** De la lluvia o relacionado con ella.
- Rebabas** Porción de materia que sobresale en los bordes o en la superficie de un objeto cualquiera.
- Tee** Pieza de PVC, utilizada para la unión de tubos con el fin de dividir y ajustar el flujo o la dirección de líquidos, tiene forma de "T" y tres bocas.

Inicio de Capítulo, Anexos: Tipografía Gill Sans MT, color naranja y con ícono del tema.

Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto.

A large orange rectangular area with a subtle drop shadow, serving as a background for the 'Anexos' header. The word 'Anexos' is written in white, bold, sans-serif font, followed by a white paperclip icon.

Anexos 

Cubierta posterior: Tipografía Gill Sans MT, paleta de colores llamativos. Medidas 5.5 cm. de ancho y 8.5 cm. de alto. Información institucional.



FEDECOCAGUA, R. L.

📍 29 Avenida 31-59 Zona 5, Colonia 20 de Octubre, Guatemala.

🌐 www.fedecocagua.com.gt 📞 +502 2414-5151

CAPITULO X



Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

La elaboración de proyectos conlleva disponer de cierta cantidad de recursos siendo necesario realizar una inversión a mediano plazo para obtener su elaboración. De ese punto se procede a la solicitud de efectuar un presupuesto que se establece como un conjunto de instrumentos que proporcionan la dirección para su desarrollo y realización.

Para la creación del diseño de la guía gráfica impresa y para que cumpla con la finalidad por la cual fue creada. Es útil contar con recursos económicos, técnicos y tecnológicos. Para respaldar económicamente el proyecto se tomarán en cuenta los siguientes elementos:

Plan de costos de elaboración: Ayuda a definir las bases del proceso de elaboración de las propuestas.

Plan de costos de producción: Contribuye a establecer el costo del diseño final de la guía gráfica impresa.

Plan de costos de reproducción: Contribuye a definir el costo de impresión de la guía a gráfica.

Plan de costos de distribución: Contribuye a definir el costo de envío a los distintos departamentos.

Margen de utilidad: Indica el porcentaje de utilidad en base al subtotal del plan de costos de elaboración, producción y distribución.

IVA: Indica el monto en base al porcentaje del 12% por ciento en base al plan de costos de elaboración, producción y distribución.

Cuadro con resumen general de costos: Detalla el costo total de la gestión del proyecto.

10.1 Plan de costos de elaboración

La labor realizada dentro del plan de costos de elaboración corresponde a la elaboración de las propuestas iniciales presentadas al cliente para definir una línea gráfica. Seguido de ello, la elaboración de la propuesta preliminar.

| COSTOS DE ELABORACIÓN | |
|---|------------------------------|
| Total, de semanas elaboradas | 8 semanas |
| Total, de días laborados | 40 días (5 días a la semana) |
| Total, de horas laboradas | 200 horas (5 horas al día) |
| Total, del costo de producción: 200 horas por Q25.00 la hora | Q 5,000.00 |

10.2 Plan de Costos de Producción

La labor realizada dentro del plan de costos de producción corresponde a la elaboración de la propuesta final.

| COSTOS DE PRODUCCIÓN | |
|---|------------------------------|
| Total, de semanas elaboradas | 4 semanas |
| Total, de días laborados | 20 días (5 días a la semana) |
| Total, de horas laboradas | 100 horas (5 horas al día) |
| Total, del costo de producción: 100 horas por Q25.00 la hora | Q 2,500.00 |

10.3 Plan de Costos de Reproducción

Cotización efectuada con la empresa “Last Minute”. Preimpresión: archivos, tamaño Final: 5.5" ancho x 8.5 alto, impresión: cubierta 4 páginas full color, tiro interior 68 páginas full color tiro y retiro, sustrato: cubierta cartulina texcote de 200 g/m2 C-12, interior papel couché brillante de 115 g/m2 B-80, acabados: cubierta plastificado mate tiro hendido encuadernación: pegado de lomo, empaque: encajado 1 motivo cantidad Precio unitario con total con IVA. 3,000 guías con un costo unitario de Q 12.73 ascendiendo a un total de Q 38,202.52. Se adjunta cotización.

| COSTOS DE REPRODUCCIÓN | | |
|--|---|-----------|
| Impresión de 3,000 guías gráficas a Q12.73 | Q | 38,202.52 |

10.4 Plan de Costos de Distribución

Cotización efectuada con la empresa “Cargo Expreso” envío de la guía gráfica impresa a los departamentos de Huehuetenango, Quiché y San Marcos.

| COSTOS DE DISTRIBUCIÓN | | |
|--|---|--------|
| Envío a Huehuetenango, San Marcos y Quiché | Q | 224.25 |

10.5 Margen de utilidad

El porcentaje de margen de utilidad es del 17.65%

| MARGEN DE UTILIDAD | | |
|----------------------------------|----------|-----------------|
| Subtotal | Q | 45,926.77 |
| Margen de utilidad 17.65% | Q | 8,106.07 |

10.6 IVA

El monto del Impuesto al Valor Agregado se obtiene del 12% del plan de costo de elaboración, producción y distribución.

| IVA | | |
|---|----------|-----------------|
| Subtotal | Q | 54,032.84 |
| Total, de Impuesto al Valor Agregado | Q | 6,483.94 |

10.7 Cuadro con resumen general de costos

A continuación, se detalla el resumen general de costos, que incluye los costos de: elaboración, producción, reproducción, distribución, margen de utilidad e IVA.

| DETALLE | COSTO | |
|--------------------------------|----------|------------------|
| Plan de costos de elaboración | Q | 5,000.00 |
| Plan de costos de producción | Q | 2,500.00 |
| Plan de costos de reproducción | Q | 38,202.52 |
| Plan de costos de distribución | Q | 224.25 |
| Subtotal | Q | 45,926.77 |
| Margen de utilidad 17.65% | Q | 8,106.07 |
| Subtotal | Q | 54,032.84 |
| IVA | Q | 6,483.94 |
| Gran total | Q | 60,516.79 |

CAPITULO XI



Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- En conclusión, se puede afirmar que sí fue posible diseñar una guía gráfica impresa para dar a conocer a través de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), el proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala.
- Se investigó conceptos y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de guías gráficas impresas, mediante la recopilación de información en fuentes bibliográficas, que respalden científicamente la propuesta del diseño.
- Se recopiló información acerca de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, y el objetivo por el cual se deseaba elaborar la guía gráfica impresa, a través de la información que el cliente proporcionó por medio del brief, para establecer el contenido de la guía gráfica impresa.
- Adicionalmente se recopiló información de las empresas distribuidoras de los cosechadores de agua de lluvia, para tener mejor comprensión de la instalación y mantenimiento, paso a paso, el cual ayudó a desarrollar la conceptualización y procesos de diseño del proyecto.
- El proceso de bocetaje cumplió con el objetivo de ser apoyo en el proceso de conceptualización de la guía gráfica, para evaluar de forma previa la diagramación del proyecto, así trasladar el mensaje que se desea brindar a los usuarios.

11.2 Recomendaciones:

- Se sugiere al cliente que la guía gráfica sea impresa en un material resistente al agua para que pueda resistir las condiciones en las que pueda encontrarse.
- Debido a que la guía gráfica es ilustrada, es importante mantener los colores y estilo de ilustración, así como el estilo de diseño para que haya unidad visual y haya coherencia en las piezas que se generen a futuro.
- Es necesario contar con la información de proyectos a futuro para poder realizar diseños coherentes y entender la línea gráfica.
- Se recomienda que en proyectos de subvenciones a futuro, se involucre el proveedor que brindará el activo, para que el pueda dar la información necesaria para el desarrollo de nuevas guías gráficas.

CAPITULO XII



Capítulo XII: Conocimientos generales

12.1 Demostración de conocimientos



CAPITULO XIII



Capítulo XIII: Referencias

Las fuentes que se consultan en el desarrollo, construcción y elaboración de este proyecto son:

13.1 Referencias Libros.

A-C

Asocuch (2017). Guía para la instalación, uso adecuado y mantenimiento de los sistemas de cosecha de agua de lluvia para el consumo y la importancia de su utilización frente al cambio climático. Asocuch.

D-I

De Buen Unna, Jorge (2000). Manual de Diseño Editorial. Santillana.

J-L

J. Piedra Santa Arandi (1995). Expresión Plástica. Piedra Santa.

M-Q

Munari, Bruno (2016). Diseño y comunicación visual. Gustavo Gili.

R

Ricarte, José (1998). Creatividad y Comunicación Persuasiva. Viena.

Rollie, Roberto y Branda, María, (2004). La Enseñanza del Diseño en comunicación Visual Argentina. Voros, S. A.

S

Satué, Enric (2012). El diseño Gráfico desde los orígenes hasta nuestros días. Alianza

Sean, Adams (2018), Color en el Diseño Gráfico. Blume.

13.2 Referencias de páginas worldwide web

A-H

Arte y Diseño (2020). Elementos del Diseño. Recuperado de <https://artdesignina.wordpress.com/elementos-del-diseno/>

Arteneo (2015) Definición de ilustración y tipos de ilustraciones. Recuperado de <https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>

I-K

Ilustraciology (2018). Qué es la ilustración infantil. Definición y características. Recuperado de <https://www.ilustraciology.com/que-es-la-ilustracion-infantil-definicion-y-caracteristicas/>

L

La imprenta (2021) Partes de un libro. Extraído de <https://www.laimprentacg.com/partes-de-un-libro/>

M

Martínez Gestal, Isabel (2019). Identidad Corporativa. ¿Qué es el diseño y gestión de marca? Recuperado de: <https://www.sigaris.es/que-es-el-diseno-y-gestion-de-marca-por-que-es-importante/>

Morales Rodas, Sergio (2020) Municipios con altos índices de desnutrición crónica llevan 16 años de estar priorizados y siguen igual, Prensa Libre. Recuperado de

<https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/municipios-con-altos-indices-de-desnutricion-cronica-llevan-16-anos-de-estar-priorizados-y-siguen-igual/>.

N-O

Nardi, Gustavo. Des(a)nudando el marketing. (2017) Principios de la psicología del consumidor.

Recuperado de <https://desnudandoelmarketing.com/psicologia-del-consumidor/>

P-Q

Peiró, Rosario. Economipedia (2020). Comunicación verbal. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-verbal.html>

R

Raiss, A. Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. (1979). Aservo General.

Recuperado de <https://www.humanas.unal.edu.co/2017/unidades-academicas/departamentos/sociologia-/programas/pregrado/que-es-la-sociologia>

Rossana, Adrián. Concepto Definición. (2021) Definición de Tipografía. Recuperado de

<https://conceptodefinicion.de/tipografia/>

S

Significado (2013). Comunicación Verbal. Recuperado de

<https://www.significados.com/comunicacion-verbal/>

Significados (2013) Significado de imagen. Recuperado de

<https://www.significados.com/imagen/>

T-U

Todo Sobre Comunicación. (2020). La comunicación informativa. Recuperado de <https://todosoobrecomunicacion.com/comunicacion-informativa/>

V

Villafañe, Justo. (2014) sobre Composición Visual. Ilustrando en la escuela de arte. Recuperado de <http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2014/03/sobre-composicion-visual.html>

W-X

Wikipedia (2021) comunicación. Wikipedia. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>

Y-Z

Yirda, Adrián (2021). Definición de Comunicación. Recuperado de <https://conceptodefinicion-.de/comunicacion/>.

CAPITULO XIV



Capítulo XIV: Anexos

14.1 Anexo 1. Definición de tema

Taller No.1: DEFINICIÓN DE TEMA

Apellido: de la Roca Vides Nombre: Dámaris Ana Luisa

No. De Carné: 15001409 Sección: E4 Asesor(a): Lizeth Pérez

| ¿Qué? | ¿A través de qué? | ¿Para qué? | ¿Para quién? |
|---------|--|--|---|
| Diseñar | Guía gráfica impresa a través de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) | Para dar a conocer la instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia | a los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala |

Redacción de tema:

Diseño de la guía gráfica impresa, a través de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R.L.) para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia para los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala.

14.2 Anexo 2. Taller de desarrollo de requerimiento de comunicación y diseño

| ¿Para quién? | Elegir una de las siguientes: | ¿Qué? y ¿A través de qué? | ¿Para qué? |
|---|-------------------------------|---------------------------|---|
| Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, FEDECOCAGUA, R.L. | No se cuenta | | |
| | No existe | | |
| | No se tiene | | |
| | Se carece de | Guía gráfica impresa | Para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia |
| | No hay | | |
| | Hace falta | | |

En Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, FEDECOCAGUA, R.L. carece de una guía gráfica impresa para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia.

14.3 Anexo 3. Taller de desarrollo de objetivo

| Tipo | Objetivo | ¿Qué? | ¿A través de qué? | ¿Para qué? | ¿Para quién? |
|----------------|---|-------------|--|--|--|
| General | Diseñar una guía gráfica impresa para dar a conocer a través de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia a los productores de café de la región de occidente de Guatemala. | Diseñar | Una guía gráfica a través de Feed the Future Guatemala Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R.L.) | Para dar a conocer el mantenimiento e instalación adecuado de los cosechadores de agua de lluvia | A los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala |
| 3.1 Específico | Recopilar, información acerca de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), y el proceso paso a paso de la instalación y mantenimiento adecuado del cosechador de agua de lluvia, a través de la información que el cliente proporcione por medio del brief, para establecer el diseño de guía gráfica impresa. | Recopilar | A través de la información que el cliente proporcione a través del brief | Para establecer el diseño de la guía gráfica impresa. | Para Feed the Future, Proyecto Cadenas de Valor de Café, FEDECOCAGUA, R.L. |
| 3.2 Específico | Investigar, conceptos y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de guía gráfica impresa, a través de fuentes bibliográficas, que respalden científicamente la propuesta del diseño de la guía gráfica impresa que facilita la comprensión del proceso de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, que será distribuido a los productores de café en la región de San Marcos, Quiché y Huehuetenango. | Investigar | A través de conceptos, teorías y tendencias del diseño de guías gráficas impresas | Que respalden científicamente la propuesta del diseño de la guía gráfica impresa | Para Feed the Future, Proyecto Cadenas de Valor de Café, FEDECOCAGUA, R.L. |
| 3.3 Específico | Diagramar, la guía gráfica impresa para facilitar la instalación y el mantenimiento adecuado de los cosechadores de lluvia de agua que el proyecto Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), entregará a los productores de café de la región occidental de Guatemala. | Diagramar | A través de propuestas gráficas, colores, vectores y diagramación | Que se identifiquen con el tema desarrollar | A los pequeños productores de café de la región de occidente de Guatemala |
| 3.4 Específico | Desarrollar. Procesos a través de la comunicación visual, gráficas, colores y tipografías que expliquen el desarrollo del tema de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia para las y los asociados de FEDECOCAGUA, R.L. | Desarrollar | A través de la comunicación visual, gráficas, colores y tipografías | Para que explique el desarrollo del tema de instalación y mantenimiento adecuado | para las y los asociados de FEDECOCAGUA, R.L. |

14.4 Anexo 4. Brief del cliente



Brief

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado y de comunicación que requiere la organización.

Datos del estudiante

| | |
|-----------------------|---|
| Nombre del estudiante | Dámaris de la Roca Vides |
| No de Carné | 15001409 |
| Teléfono | 56991871 |
| E-mail | 15001409@galileo.edu |
| Proyecto | Diseño de guía gráfica impresa para dar a conocer a través de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), el proceso de instalación y mantenimiento adecuado de cosechadores de agua de lluvia a los pequeños productores de café del área de occidente de Guatemala" Guatemala, Guatemala 2022. |

Datos del cliente

| | |
|--------------------|--|
| Empresa | Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.) |
| Nombre del cliente | Oscar Hernández Vela |
| Teléfono | 24145151 |
| E-mail | ohernandez@fedecocagua.com.gt |
| Antecedentes | <p>En noviembre 16 del 2017, USAID otorgó a FEDECOCAGUA, R. L. la implementación del Proyecto Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, según el convenio cooperativo No. 72052018CA00001. Con el enfoque de sostenibilidad en las Cooperativas de la federación, fortaleciendo los 3 ejes estratégico café, nutrición y ambiente.</p> <p>Derivado de lo anterior, este proyecto de graduación se enfoca en el R3. Mejorar la resiliencia a través de prácticas agrícolas amigables con el ambiente y sensibles a la nutrición. El indicador al que contribuye los cosechadores de agua de lluvia es EG.3.2-24 Número de personas en el sistema de agricultura que han aplicado prácticas o tecnologías de gestión mejoradas.</p> <p>La escasez de agua es uno de los principales efectos del cambio climático por las variaciones en los patrones de lluvia. Como una tecnología de adaptación al cambio climático en el cultivo de café y hogares de los socios de las Cooperativas se implementarán Cosechadores de agua de lluvia. La finalidad es que se capte agua durante la época lluviosa y esté disponible durante la época seca. Además, ayuda a reducir el</p> |



| | |
|--------------------------|---|
| | exceso de la demanda de suministro público y favorece la red de drenajes públicos. |
| Oportunidad identificada | A partir de la necesidad causada por el cambio climático, y las variaciones en los patrones de lluvia se ve la oportunidad para la implementación de cosechadores de agua de lluvia y por ello se ha decidido diseñar una guía gráfica impresa para dar a conocer a través de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café (FEDECOCAGUA, R. L.), el proceso de instalación y mantenimiento adecuado para ser distribuido a los pequeños productores de café del área de occidente de Guatemala. |

Datos de la empresa

| | |
|---------------------------------------|--|
| Misión | En un mercado globalizado y altamente tecnificado cerramos la brecha entre los pequeños productores con limitaciones en educación e infraestructura y los importadores en los países consumidores. |
| Visión | Es ocupar en el sector cafetalero guatemalteco la posición de exportador líder en la comercialización de café de los pequeños productores que cultivan aromático en toda la franja cafetalera del país. |
| Delimitación geográfica | Área de Occidente: En los departamentos de San Marcos, Quiché y Huehuetenango. |
| Grupo objetivo | Hombres y mujeres de 20 a 60 años |
| Principal beneficio al Grupo Objetivo | La guía gráfica impresa será un insumo de apoyo al personal técnico en la implementación del proyecto: “Adquisición de Cosechadores de Agua de Lluvia” como una tecnología de adaptación al cambio climático en el cultivo de café y hogares de los socios de las Cooperativas. |
| Competencia | FEDECOCAGUA, R. L. es la única federación de cooperativas exportadora de café de pequeños productores en Guatemala, por ende, su competencia es a nivel internacional, compite con los países como: Honduras, Nicaragua, Costa Rica, México Brasil y Colombia. |
| Posicionamiento | Se logrará posicionar a Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, entre todos los proyectos implementados por USAID con una guía gráfica impresa personalizada para una fácil comprensión de la instalación de cosechadores de agua de lluvia en la región del occidente de Guatemala. |
| Factores de diferenciación | A través de la distribución de la guía gráfica impresa para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, habrá una mejora en la resiliencia a través de prácticas agrícolas amigables con el ambiente y sensibles a la nutrición; |
| Objetivo de mercado | Dar a conocer por medio del diseño de guía gráfica impresa para facilitar la comprensión de la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de |



| | |
|----------------------------|---|
| | lluvia al mismo tiempo crear un insumo personalizado de la empresa. |
| Objetivo de comunicación | Facilitar a los asociados a FEDECOCAGUA, R. L. la comprensión de la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia. |
| Mensaje clave a comunicar | Una guía gráfica impresa práctica, para facilitar la comprensión de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia. |
| Estrategia de comunicación | Estructurar de forma organizada y práctica una guía gráfica impresa, para facilitar la comprensión de los usuarios; para poder instalar y dar mantenimiento a los cosechadores de agua de lluvia. |
| Reto del diseñador | Diseñar una guía gráfica impresa, que facilite la comprensión de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia. |
| Trascendencia | Con el apoyo de la comunicación y el diseño gráfico, se disminuirá el desconocimiento, de cómo ejecutar la instalación y el mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, a los productores de café asociados a FEDECOCAGUA, R. L. en los departamentos de San Marcos, Quiché y Huehuetenango. Activo entregado por Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café. |
| Materiales a realizar | Una guía gráfica impresa. |
| Presupuesto | (Pendiente) |

Datos de la imagen gráfica

| | | |
|------------|--|--|
| Logotipo |  |  |
| Colores | <ul style="list-style-type: none">  R: 19 G: 40 B: 128  R: 176 G: 201 B: 12  R: 227 G: 161 B: 19  R: 112 G: 71 B: 69 | <p>COLOR PALETTE: PRIMARY COLOR</p>  <p>Pantone 7459 C CMYK 71/26/21/0 RGB 71/153/181 HEX #4799B5</p> |
| Tipografía | Bodoni MT Black | Gill Sans MT |
| Forma | Circular | Rectangular |

Fecha: 30 de julio del 2021.

14.5 Anexo 5: Tabla de Niveles Socio Económicos

| Características | NIVEL A | NIVEL B | NIVEL C1 | NIVEL C2 | NIVEL C3 | NIVEL D1 | NIVEL D2 | NIVEL E |
|----------------------|---|---|---|--|--|---|--|---------------------------------|
| Ingresos | + de Q100,000 | Q61,200.00 | Q25,600.00 | Q17,500.00 | Q11,900.00 | Q7,200.00 | Q3,400.00 | - de Q1,000.00 |
| Educación padres | Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado | Supertior, Licenciatura, Maestría, Doctorado | Superior, Licenciatura | Superios, Licenciatura. | Licenciatura | Media completa | Primaria completa | Sin estudios |
| Educación hijos | Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero | Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca | Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal | Hijos menores, escuelas, mayores en U estatal | Hijos en escuela | Hijos en escuela | Sin estudios |
| Desempeño | Propietarios, Director Profesional exitoso | Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes | Ejecutivo medio, comerciante vendedor | Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente | Comerciante, vendedor, dependiente | obrero, dependiente | obrero, dependiente | dependiente o sujeto de caridad |
| Vivienda | Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudio área de servicio separada, garage para 5-6 vehículos | Casa/ departamento de lujo, en propiedad financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio áreas de servicio separada, garage para 2-4 vehículos | casa/departamento rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garage para 2 vehículos | Casa/departamento rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, salas, garage para 2 vehículos | casa/departamento, rentada o financiado 1-2, recámaras, 1-2 baños, sala. | Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala | casa/cuarto rentado, 1.2 recámaras, 1 baños sala comedor | Casa improvisada o sin hogar |
| Otras propiedades | Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua con comodidades | sitios/terrenos condominios cerca de costas | Sitios/terrenos interior por herencia | | | | | |
| Personal de servicio | Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer | 1-2 personas de tiempo completo chofer | Por día | Por día, eventual | Eventual | | | |
| Servicio financiero | 3-4 cuentas Q monetarios y ahorro, plazo fijo TC intl, | 2-3 cuentas Q monetarios y ahorro, plazo fijo, TC intl, | 1-2 cuentas Q monetarios y ahorro, | 1 cta. Q monetarios y ahorro, 1 TC local | 1 cuenta Q ahorro, TC lobal | cta Q ahorro | | |
| Poseiones | Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4*4, van lancha, moto acuatica, moto acuatica, moto, helicoptero avión-avioneta | Autos de 2-3 años asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto | Autos compactos de 3-5 años, asegurados por financiera | Auto compacto de 4-5 años, sin seguro | Auto compacto de 8-10 años, sin seguro | moto por trabajo | | |
| Bienes de comodidad | 3 tel mínimo, celular cada miembro de la familia TV satelital, internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomésticos. Todos los servicios de internet. | 2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet portón eléctrico y todos los electrodomesticos todos los servicios de Internet. | 1 teléfono 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/ miembro electrodomésticos básicos. | 1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio 2 TV, electrodomésticos básicos | 1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor cable, equipo de audio TV, electrodomésticos básicos | 1 cel, cable, radio, TV electrodomésticos básicos | 1 cel, radio TV, estufa | radio, cocina de leña |
| Diversión | Clubes privados vacaciones en el exterior. | Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior | Cine, CC, parques temáticos locales | Cine, CC, parques temáticos locales. | Cine eventual CC, parques, estadio | CC, parques estadio | Parques | |

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2015/Multivex

14.6 Anexo 6: Esquema de marca teórico

Esquema de marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Cosechador de Agua de Lluvia

6.1.1.1 Aljibe.

6.1.2 Federación

6.1.3. Cooperativa

6.1.4. Guía

6.1.5 Área

6.1.6 Guía Gráfica

6.1.7 Conocimiento

6.1.8 Café

6.1.9 Productores de Café

6.1.10 Pequeños productores de café

6.1.11 Grandes productores de café

6.1.12 Regiones de Guatemala

6.1.13 Región de Occidente

6.1.14 Procesos

6.1.15 Instalación

6.1.16 Mantenimiento

6.1.17 Cosechador

6.1.18 Cosechador de Agua

6.1.19 Impresión

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1 Comunicación

6.2.1.1.1 Comunicación verbal

6.2.1.1.2 Comunicación no verbal

6.2.1.1.3 Autores de la comunicación

6.2.1.1.4 Funciones de la comunicación

6.2.1.1.4.1 Función de informar

6.2.1.1.4.2 Función de expresar

6.2.1.1.4.3 Función persuasiva

6.2.1.1.4.4 Función instructiva o de comando

6.2.1.1.4.5 Función de regular o controlar

6.2.1.1.4.6 Función de integración o relacionamiento social

6.2.1.2 Comunicación visual

6.2.1.3 Comunicación informativa

6.2.1.4 Imagen

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño

6.2.2.1.1 Elementos del diseño

6.2.2.1.1.1 Elementos conceptuales

6.2.2.1.1.2 Elementos visuales

6.2.2.1.1.1 Elementos de relación

6.2.2.1.1.1 Elementos prácticos

6.2.2.1.2 Principales autores del diseño

6.2.2.1.3 Diseño gráfico

6.2.2.1.4 Línea gráfica

6.2.2.1.5 Conceptualizar

6.2.2.1.6 Principios básicos del diseño

6.2.2.1.7 composición

6.2.2.2 Tipografías

6.2.2.3 Color

6.2.2.3.1 Los colores primarios

6.2.2.3.1.1 Modelo RGB

6.2.2.3.1.2 Modelo CMYK

6.2.2.4 imágenes

6.2.2.5. Vector

6.2.2.6. Bocetaje.

6.2.2.7 Diagramación

6.2.2.8 Maquetación

6.2.2.9 Adobe Ilustrador

6.2.2.10 Adobe Indesign

6.2.2.11 Adobe Photoshop

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias Auxiliares

6.3.1.1 Semiología

6.3.1.2 Semiología de la imagen

6.3.1.3 *Psicología del Consumidor***6.3.1.4 *Sociología*****6.3.1.5 *Psicología del color*****6.3.1.6 *Etnología*****6.3.1.7 *Semiótica*****6.3.1.8 *Cultura de masas*****6.3.1.9 *Antropología*****6.3.1.10 *Lingüística*****6.3.2 *Artes*****6.3.2.1 *Ilustración*****6.3.2.1.1 *Ilustraciones literales*****6.3.2.1.2 *Ilustraciones tradicionales*****6.3.2.1.3 *Ilustración digital*****6.3.2.2 *Literatura*****6.3.2.3 *Tipografía*****6.3.2.3.1 *Serif*****6.3.2.3.2 *Sans*****6.3.2.3.3 *Script*****6.3.2.3.4 *Symbols*****6.3.2.3.5 *Display*****6.3.2.3.6 *Rounded*****6.3.3 *Teorías*****6.3.3.1 *Teoría del Color***

6.3.3.2 *Teoría de la composición.*

6.3.3.3 *Teoría de la Gestalt.*

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 *Minimalismo.*

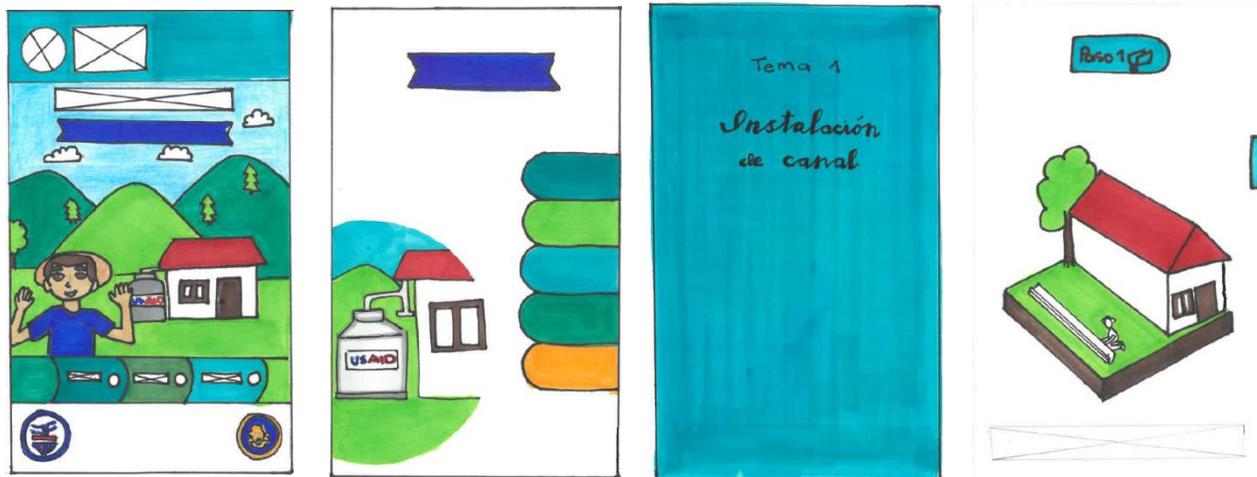
6.3.4.2 *Tipografía bold.*

6.3.4.3 *Diseños inspirados en la naturaleza*

6.3.4.4 *Diseños socialmente responsables*

6.3.5 Tablero de Tendencias

14.7 Anexo 7: Bocetos



14.8 Anexo 8: Tablero de tendencias



14.9 Anexo 9: Herramienta de Validación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Universidad Galileo
Facultad de Comunicación (FACOM)
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de tesis

Edad: _____

Nombre: _____

Género: F M

Profesión: _____

Cliente Experto Grupo Objetivo

Puesto: _____

Años de experiencia: _____

Encuesta de validación de proyecto:

Diseño de sitio web para dar a conocer por medio de la guía gráfica para la instalación y el mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, a la población de los departamentos de Huehuetenango, Quiché y San Marcos.

Antecedentes

El 16 de noviembre del 2017, USAID otorgó a FEDECOCAGUA, R. L. la implementación de Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, según el convenio cooperativo No. 72052018CA00001. Con el enfoque de sostenibilidad en las Cooperativas de la federación, fortaleciendo los 3 ejes estratégico café, nutrición y ambiente, en las áreas de Huehuetenango, Quiché y San Marcos.

Las cooperativas tienen acceso al fondo de subvenciones, para fomentar los Resultados del Proyecto que son: R.1. Generación de ingresos, R.2. disponibilidad de alimentos altamente nutritivos y en base al R.3. Mejorar la resiliencia a través de prácticas agrícolas amigables con el medio ambiente y sensibles a la nutrición, contribuye al indicador EG.3-2-24 Número de personas en el sistema de agricultura que han aplicado prácticas o tecnologías de gestión mejoradas, se desarrolla los Proyecto de Almacenamiento de agua de lluvia a través de Cosechadores, de las distintas cooperativas.

La escasez de agua es uno de los principales efectos del cambio climático por las variaciones en los patrones de lluvia. Como una tecnología de adaptación al cambio climático en el cultivo de café y hogares de los socios de las Cooperativas se ha implementado los cosechadores de agua de lluvia. La finalidad es que se capte agua durante la época lluviosa y esté disponible durante la época seca. Además, ayudan a reducir el exceso de la demanda de suministro público y favorece la red de drenajes.

Feed the Future Guatemala, Proyecto Cadenas de Valor de Café, no cuenta con una guía de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, a los cooperativistas y las cooperativistas, que serán beneficiadas con esta tecnología.

Objetivo de la investigación

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño de la guía gráfica para la instalación adecuada de cosechadores de agua de lluvia, para mujeres y hombres de 20 a 60 años de edad, su legibilidad y el contenido para analizar los resultados obtenidos y que se pueda realizar mejoras necesarias para garantizar un resultado positivo.

Instrucciones:

En base a la información previa, observe el diseño de la guía gráfica para el mantenimiento e instalación adecuado de los cosechadores de agua de lluvia, que se le presenta y según su criterio conteste las siguientes preguntas

de validación, marcando su respuesta con una X.

Parte Objetiva

1. ¿Cree necesario diseñar una guía gráfica digital para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia?

Sí

No

2. ¿Considera útil investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de guías gráficas, que respalden científicamente la propuesta del diseño de la guía gráfica que detalle el proceso de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia?

Sí

No

3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de cosechadores de agua de lluvia y el proceso de instalación y mantenimiento, para establecer el contenido de la guía gráfica y facilite la comprensión del usuario?

Sí

No

4. ¿Considera importante diagramar los procesos de instalación y mantenimiento del cosechador de agua de lluvia, para facilitar la experiencia del usuario en la guía?

Sí

No

Parte Semiológica

5. ¿Considera el diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado, visualmente atractivo?

Mucho

Poco

Nada

6. ¿Considera que la diagramación del diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia es ordenada y tiene equilibrio visual entre los elementos gráficos?

Mucho

Poco

Nada

7. ¿Considera que los colores utilizados en la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia son agradables a la vista?

Mucho

Poco

Nada

Parte Operativa

8. ¿Considera que, al leer el contenido de la guía gráfica, la letra es legible?

Mucho

Poco

Nada

9. ¿Considera que el diseño de la guía gráfica presenta los procesos necesarios para la comprensión de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia?

Mucho

Poco

Nada

10. Considera que el contenido presentado en la guía gráfica es adecuado?

Muy adecuado

Poco adecuado

Nada adecuado

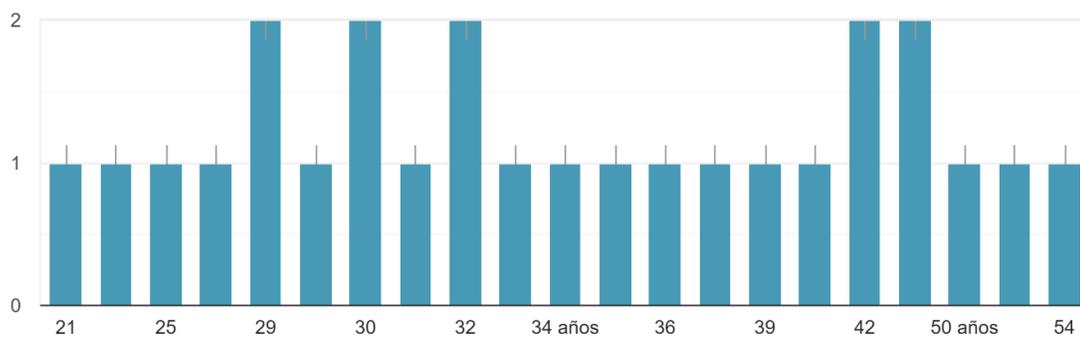
Observaciones

Gracias por su tiempo.

14.10 Anexo 10: Respuestas a la validación del proyecto

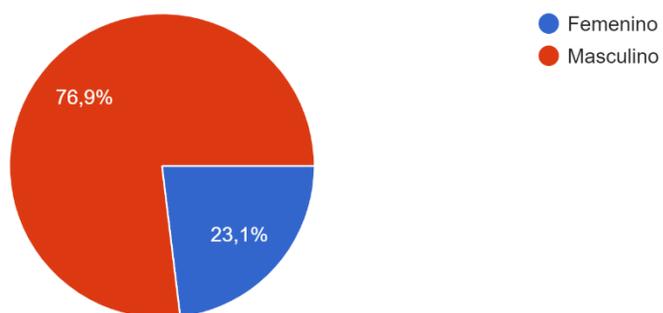
Edad:

26 respuestas



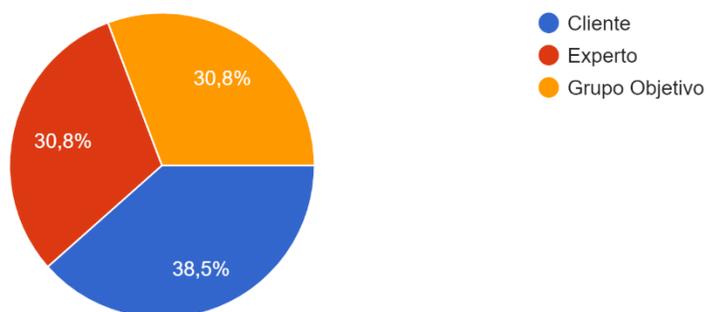
Género

26 respuestas



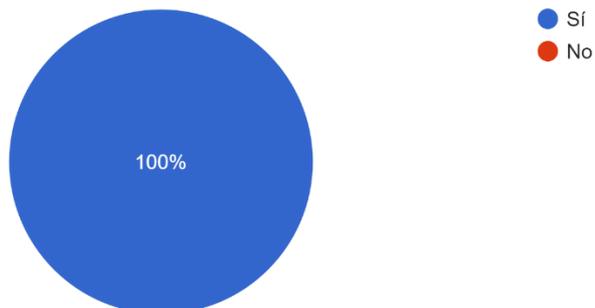
Tipo de publico

26 respuestas



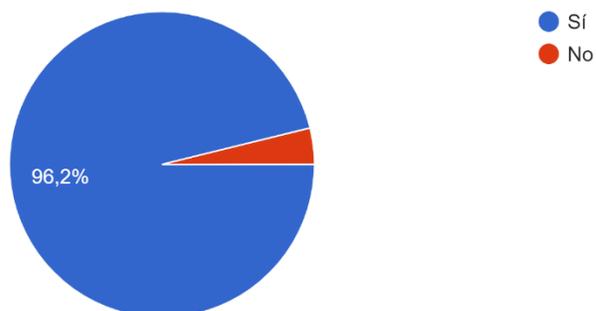
1. ¿Cree necesario diseñar una guía gráfica digital para dar a conocer el proceso de instalación y mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia?

26 respuestas



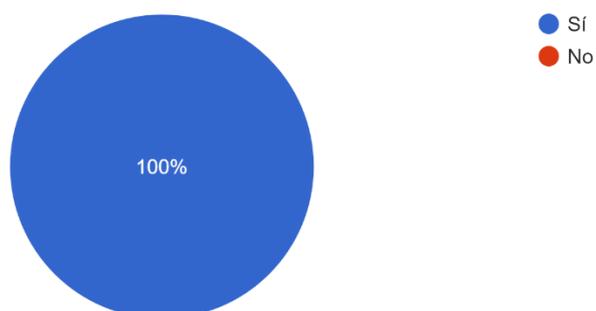
2. ¿Considera útil investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de guías gráficas, que respalden científicamente el mantenimiento de los cosechadores de agua de lluvia?

26 respuestas



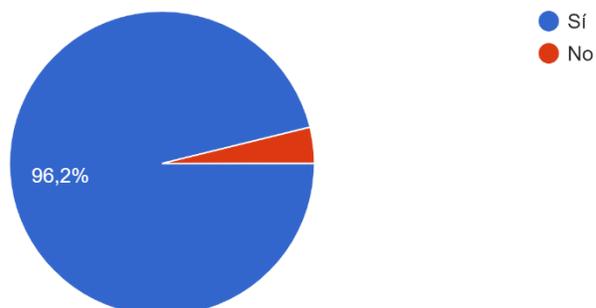
3. ¿Considera necesario recopilar información acerca de cosechadores de agua de lluvia y el proceso de instalación y mantenimiento, para establecer una guía gráfica y facilite la comprensión del usuario?

26 respuestas



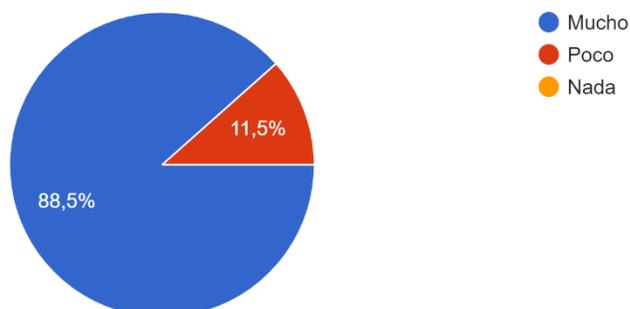
4. ¿Considera importante diagramar los procesos de instalación y mantenimiento del cosechador de agua de lluvia, para facilitar la experiencia del usuario en la guía?

26 respuestas



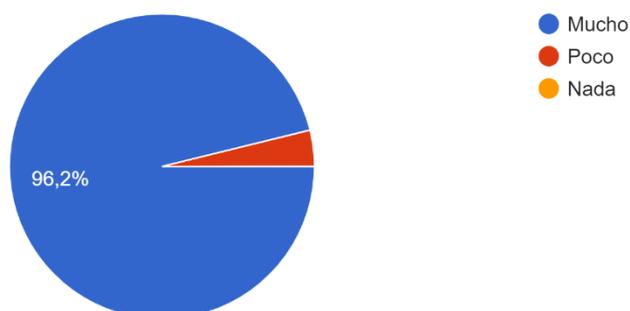
5. ¿Considera el diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado, visualmente atractivo?

26 respuestas



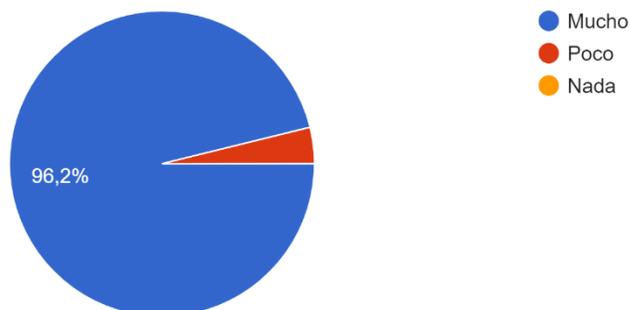
6. ¿Considera que la diagramación del diseño de la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia es ...ne equilibrio visual entre los elementos gráficos?

26 respuestas



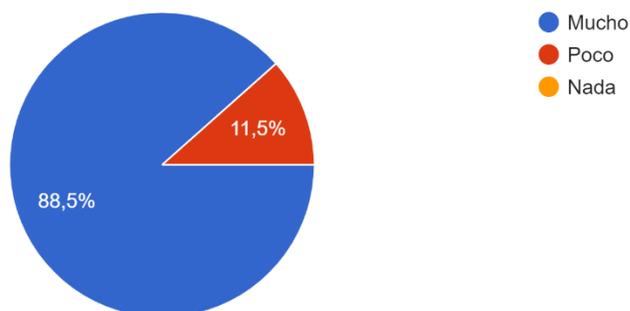
7. ¿Considera que los colores utilizados en la guía gráfica para la instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia son agradables a la vista?

26 respuestas



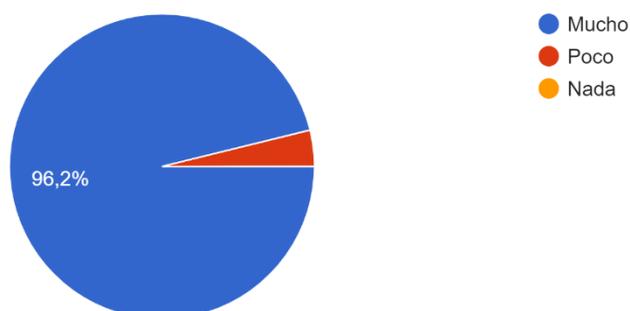
8. ¿Considera que, al leer el contenido de la guía gráfica, la letra es legible?

26 respuestas



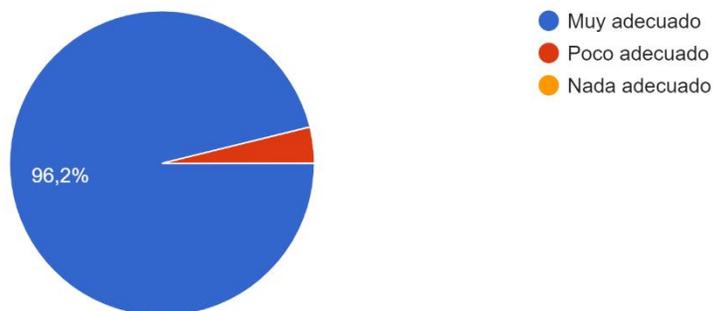
9. ¿Considera que el diseño de la guía gráfica presenta los procesos necesarios para la comprensión de instalación y mantenimiento adecuado de los cosechadores de agua de lluvia?

26 respuestas



10. ¿Considera que el contenido presentado en la guía gráfica es adecuado?

26 respuestas



14.11 Anexo 11: Fotografías de validación

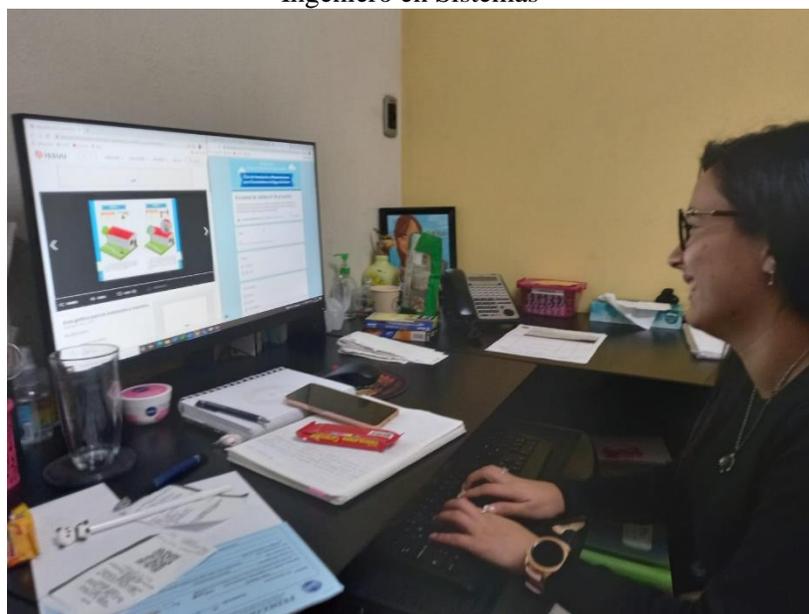
14.11.1 Cliente



Henry León
Diseñador Gráfico
Especialista en Comunicación
Proyecto Cadenas de Valor de Café



Marcos López
Ingeniero en Sistemas



Rebeca Jolón
Asistente de Gerencia General

14.11.2 Grupo Objetivo

Genier Her

una encuesta, para mi proyecto de Tesis, el Ing. Oscar me dio autorización para compartir la guía gráfica para la instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia la cual será impresa en cuanto sea aprobada

3:00 p. m. ✓✓

adjunto enlace con la guía y enlace con encuesta:

3:00 p. m. ✓✓

 Guía gráfica para la instalación y...
Read Guía gráfica para la instalación y mantenimiento de cosechadores de...
issuu.com

https://issuu.com/damarisdelaroca/docs/gu_a_grafica_para_la_instalaci_n_y_mantenimiento_d

3:00 p. m. ✓✓

 Encuesta de validación de proye...
Diseño gráfico para dar a conocer por medio de la guía gráfica para la in...
docs.google.com

<https://forms.gle/74Ly1BJoi7Gaq8ey9>

3:00 p. m. ✓✓

Ya lo hice!!! 3:26 p. m.

Saludos 3:26 p. m.

Mensaje

Osman Guz

aprobada y al mismo tiempo un cuestionario para proceso de mi tesis, agradezco mucho su apoyo

3:15 p. m. ✓✓

adjunto enlace con la guía y enlace con encuesta:

3:15 p. m. ✓✓

 Guía gráfica para la instalación y...
Read Guía gráfica para la instalación y mantenimiento de cosechadores de...
issuu.com

https://issuu.com/damarisdelaroca/docs/gu_a_grafica_para_la_instalaci_n_y_mantenimiento_d

3:15 p. m. ✓✓

 Encuesta de validación de proye...
Diseño gráfico para dar a conocer por medio de la guía gráfica para la in...
docs.google.com

<https://forms.gle/74Ly1BJoi7Gaq8ey9>

3:15 p. m. ✓✓

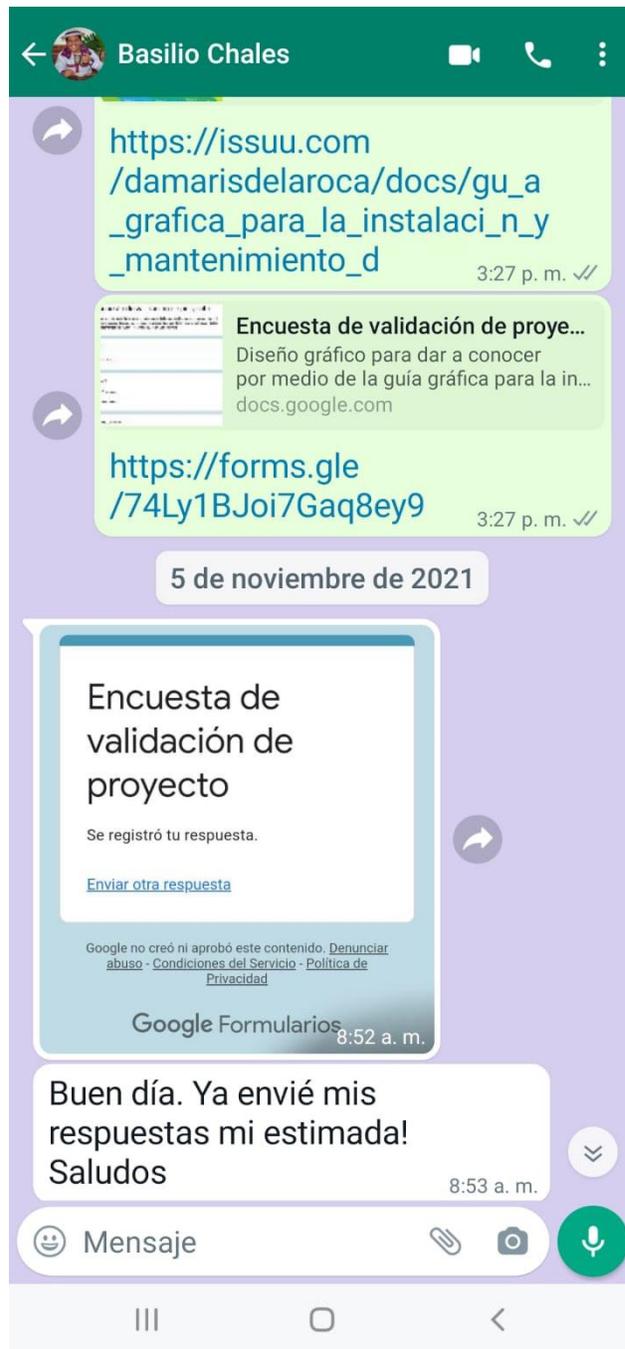
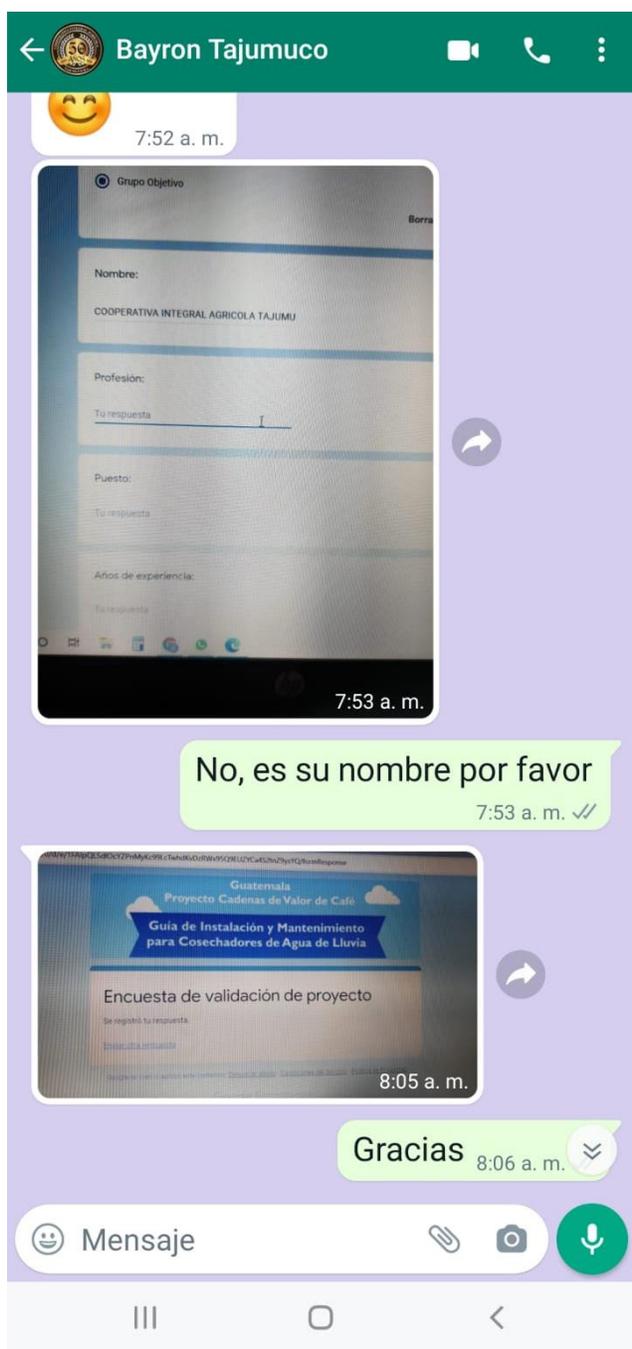
Dámaris buenas tardes 3:16 p. m.

Claro que si 3:16 p. m.

No hay problema 3:17 p. m.

Gracias 3:17 p. m. ✓✓

Mensaje



←  Douglas Recinos

coleccionadores de agua de lluvia la cual será impresa en cuanto sea aprobada y al mismo tiempo un cuestionario para proceso de mi tesis, agradezco mucho su apoyo 3:05 p. m. ✓

adjunto enlace con la guía y enlace con encuesta: 3:06 p. m. ✓

 **Guía gráfica para la instalación y...**
Read Guía gráfica para la instalación y mantenimiento de cosechadores de...
issuu.com

→ https://issuu.com/damarisdelaroca/docs/gu_a_grafica_para_la_instalacion_y_mantenimiento_d 3:06 p. m. ✓

 **Encuesta de validación de proye...**
Diseño gráfico para dar a conocer por medio de la guía gráfica para la in...
docs.google.com

→ <https://forms.gle/74Ly1BJoi7Gaq8ey9> 3:06 p. m. ✓

4 de noviembre de 2021

Ya recibio la encuesta 12:39 p. m.

Si 12:40 p. m. ✓

Mensaje

←  Nelson Coop San Pedro...

Hola Nelson, mire le puedo pedir su colaboración 2:55 p. m. ✓

Hola.. si claro. 2:56 p. m.

viera que tengo que realizar una encuesta, para mi proyecto de Tesis, el Ing. Oscar me dio autorización para compartir la guía gráfica para la instalación y mantenimiento de cosechadores de agua de lluvia la cual será impresa en cuanto sea aprobada 2:56 p. m. ✓

adjunto enlace con la guía y enlace con encuesta: 2:56 p. m. ✓

 **Guía gráfica para la instalación y...**
Read Guía gráfica para la instalación y mantenimiento de cosechadores de...
issuu.com

→ https://issuu.com/damarisdelaroca/docs/gu_a_grafica_para_la_instalacion_y_mantenimiento_d 2:57 p. m. ✓

 **Encuesta de validación de proye...**
Diseño gráfico para dar a conocer por medio de la guía gráfica para la in... 2:57 p. m. ✓

Mensaje

14.11.3 Expertos



Rolando Barahona
Diseñador gráfico con Maestría en Dirección
y Producción de elearning, Catedrático
Universitario



Wendy Franco

para mí ▾

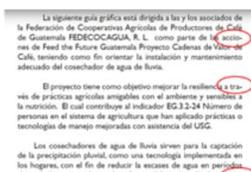
¡Buenas noches!

A continuación mis comentarios:

1. No es muy legible el texto color blanco sobre le fondo celeste, pruebe azul



2. Que todos los párrafos no tengan guiones sino las palabras estén completas, dele espaciado entre las letras (kerning):



Wendy Franco
Diseñadora Gráfica con Maestría
en Consultoría de Imagen Pública y Planificación
Estratégica de Medios de Comunicación

lun, 8 nov 21:54 (hace 7 días)



Diego Taylor
Diseñador Gráfico
Freelance



Carlos Jiménez
Diseñador Gráfico
Catedrático Universitario

14.12 Anexo 12: Cotizaciones

14.12.1 Costo de Reproducción

14.12.1.1 Primera cotización

Re: Cotización



Lastminute Carretera <carr.salvador@lastminute.net.gt>

Lun 15/11/2021 16:47

Para: Damaris de la Roca

buenas tardes señorita Damaris, le mando la cotizacion detallada de lo que necesita de ambas opciones y usted me dice cual de las dos le favorece mas,

saludos cordiales

Opción no: 1 - GUIAS DE BOLSILLO

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente

Tamaño Final: 5.5" ancho x 8.5 alto

Impresión: Cubierta 4 páginas full color Tiro

Interior 68 páginas full color Tiro y retiro

Sustrato: Cubierta Cartulina Texcote de 200 g/m2 C-12

Interior Papel Couché Brillante de 115 g/m2 B-80

Acabados: Cubierta Plastificado Mate Tiro

y Hendido

Encuadernación: Pegado de lomo

Empaque: encajado

1 Motivo

Cantidad Precio unitario con Total con IVA

3,000 Q 12.734176 Q 38,202.528

14.12.1.2 Segunda cotización

Re: Cotización

Opción no: 2 - GUIAS DE BOLSILLO

Preimpresión: archivos suministrados por el cliente

Tamaño Final: 5.5" ancho x 8.5 alto

Impresión: Cubierta 4 páginas full color Tiro

Interior 68 páginas full color Tiro y retiro

Sustrato: Cubierta Cartulina Texcote de 200 g/m2 C-12

Interior Papel Couché Brillante de 115 g/m2 B-80

Acabados: Cubierta Plastificado Mate Tiro

y Hendido

Encuadernación: Compaginado/Engrapado

Empaque: encajado

1 Motivo

Cantidad Precio unitario con Total con IVA

3,000 Q12.006176 Q 36,018.528

14.12.1.4 Cuarta cotización

Corporación Grafser, S.A.
NIT: 8230882-9



Cotización: L - 1585

ventas1@grafserimpresiones.com

COTIZACIÓN

FECHA : 16 de noviembre de 2021
 CLIENTE : Proyecto Cadenas de Valor de Café
 CONTACTO : María Fernanda García
 NIT : 347442-9

Por medio de la presente tenemos el gusto de cotizarle lo siguiente según sus requerimientos:

| Producto | Descripción | Cantidad | Precio U. | Total |
|---|---|----------|--------------|--------------------|
| Guías de bolsillo (Cosechadores de agua) | Portadas: Full color, tiro en Texcote 12, laminadas mate Interior: 24 paginas, full color, tiro y retro, en Couche 80 Encuadernado lomo caballete Medida: 8.5x5.5" cerrado | 3,000 | Q 14.05 | Q 42,150.00 |
| | | | Total | Q 42,150.00 |

OFERTA VÁLIDA 8 DÍAS
 TIEMPO DE ENTREGA: 12 días

NOTAS:

- Precios incluyen IVA
- Cliente debe enviar artes finales en formato PDF / TIFF a 300 dpi, tamaño real / editable convertido en Paths / en CMYK
- No nos hacemos responsables por artes finales

CONDICIONES DE PAGO

Contra entrega

Aprobado cliente: _____

Grafser
 CORPORACIÓN GRAFSEER, S.A.
 19 Avenida 9-01 Zona 11, Carabanchel
 Tel. 2313 0420 | grafserimpresiones.com

Oscar Lopez
 Asesor Comercial

19 Avenida 9-01 Zona 11
 Tel: 2313-0420 Cel: 4118-3801

14.12.2 Costo de Distribución

14.12.2.1 Costo de Distribución a Quiché



[INICIO](#)
[SERVICIOS](#)
[SOMOS](#)
[COTIZADOR](#)
[AGENCIAS](#)
[CONTACTO](#)
[PORTAL](#)

Origen:

Guatemala

Guatemala

Destino:

Quiché

Nebaj

Qué envías

PAQUETES

1

9

Dónde pagas

Origen

Destino (+ Q3.00)

Para determinar una tarifa se deben evaluar el peso real y el peso volumétrico, cobrando siempre el mayor. El peso real es el que marca la báscula y el peso volumétrico es el que resulta de multiplicar entre sí todas las medidas de la pieza (ancho, alto y largo; todo en cm.) y dividirlo entre 2272. Peso volumétrico = (ancho X alto X largo) / 2272.

COTIZAR

Estimado (incluye impuestos)

Q 69.75

REALIZA TU ENVÍO

14.12.2.2 Costo de Distribución a Huehuetenango



[INICIO](#)
[SERVICIOS](#)
[SOMOS](#)
[COTIZADOR](#)
[AGENCIAS](#)
[CONTACTO](#)
[PORTAL](#)

Origen:

Guatemala

Guatemala

Destino:

Huehuetenango

La Democracia

Qué envías

PAQUETES

1

9

Dónde pagas

Origen

Destino (+ Q3.00)

Para determinar una tarifa se deben evaluar el peso real y el peso volumétrico, cobrando siempre el mayor. El peso real es el que marca la báscula y el peso volumétrico es el que resulta de multiplicar entre sí todas las medidas de la pieza (ancho, alto y largo; todo en cm.) y dividirlo entre 2272. Peso volumétrico = (ancho X alto X largo) / 2272.

COTIZAR

Estimado (incluye impuestos)

Q 77.25

REALIZA TU ENVÍO

14.12.2.3 Costo de Distribución a San Marcos



INICIO

SERVICIOS

SOMOS

COTIZADOR

AGENCIAS

CONTACTO

PORTAL

Origen:

Guatemala

Guatemala

Destino:

San Marcos

San Rafael Pie de la Cuesta

Qué envías

PAQUETES

1

9

Dónde pagas

- Origen
 Destino (+ Q3.00)

Para determinar una tarifa se deben evaluar el peso real y el peso volumétrico, cobrando siempre el mayor. El peso real es el que marca la báscula y el peso volumétrico es el que resulta de multiplicar entre sí todas las medidas de la pieza (ancho, alto y largo; todo en cm.) y dividirlo entre 2272. $\text{Peso volumétrico} = (\text{ancho} \times \text{alto} \times \text{largo}) / 2272$.

COTIZAR

Estimado (incluye impuestos)
 Q 77.25

REALIZA TU ENVÍO