

Galileo
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Diseño de un folleto ilustrado impreso que dé a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala”
Guatemala, Guatemala 2014

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentando a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala S.A

ELABORADO POR:
Carolina Gramajo Cifuentes
09001272

Para optar por el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2014

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Diseño de un folleto ilustrado impreso que dé a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala”
Guatemala, Guatemala 2014

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentando a la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Guatemala S.A

ELABORADO POR:
Carolina Gramajo Cifuentes
09001272

Para optar por el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2014

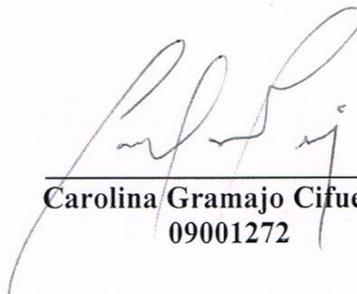
Guatemala 05 de junio de 2013

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

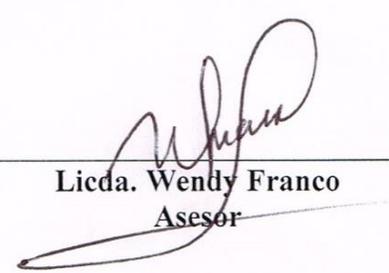
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE UN FOLLETO ILUSTRADO IMPRESO QUE DÉ A CONOCER LA IMPORTANCIA DE LA CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS PARA LAS PERSONAS QUE ASISTEN A LAS PRESENTACIONES DE LA EMPRESA WATERWAYS GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014. Así mismo solicito que la Licda. Wendy Franco, sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

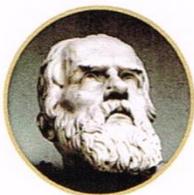
Atentamente,



Carolina Gramajo Cifuentes
09001272



Licda. Wendy Franco
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señorita
Carolina Gramajo Cifuentes
Presente**

Estimada Señorita Gramajo:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN FOLLETO ILUSTRADO IMPRESO QUE DÉ A CONOCER LA IMPORTANCIA DE LA CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS PARA LAS PERSONAS QUE ASISTEN A LAS PRESENTACIONES DE LA EMPRESA WATERWAYS GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba a la Lic. Wendy Franco, como asesor 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, 11 de enero de 2014

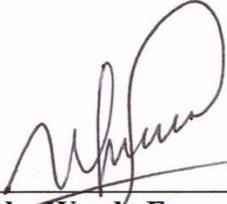
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN FOLLETO ILUSTRADO IMPRESO QUE DÉ A CONOCER LA IMPORTANCIA DE LA CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS PARA LAS PERSONAS QUE ASISTEN A LAS PRESENTACIONES DE LA EMPRESA WATERWAYS GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Carolina Gramajo Cifuentes, con número de carné: 09001272, 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. Wendy Franco
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 15 de mayo de 2014

**Señorita
Carolina Gramajo Cifuentes
Presente**

Estimada Señorita Gramajo:

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, 10 de septiembre de 2014.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

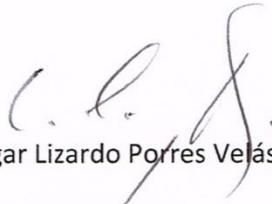
Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN FOLLETO ILUSTRADO IMPRESO QUE DÉ A CONOCER LA IMPORTANCIA DE LA CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS PARA LAS PERSONAS QUE ASISTEN A LAS PRESENTACIONES DE LA EMPRESA WATERWAYS GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2014***, de la estudiante Carolina Gramajo Cifuentes, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

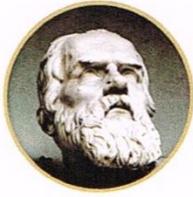
Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 25 de septiembre de 2014

**Señorita
Carolina Gramajo Cifuentes
Presente**

Estimada Señorita Gramajo:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN FOLLETO ILUSTRADO IMPRESO QUE DÉ A CONOCER LA IMPORTANCIA DE LA CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS PARA LAS PERSONAS QUE ASISTEN A LAS PRESENTACIONES DE LA EMPRESA WATERWAYS GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Carolina Gramajo Cifuentes, 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**

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

Rector

Dra. Mayra de Ramírez.

Vicerrectora

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza.

Secretario General

Lic. Leizer Kachler.

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto.

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Resumen

La empresa Waterways Guatemala no cuenta con un folleto impreso que dé a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar un folleto ilustrado impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos de la empresa Waterways Guatemala. Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por hombres y mujeres entre 25 y 35 años de edad, y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñó un folleto ilustrado impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala. Se recomendó diseñar un folleto ilustrado impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para la empresa Waterways Guatemala

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

Índice

CAPÍTULO I.....	1
Introducción.....	1
CAPÍTULO II PROBLEMÁTICA	2
2.1 Contexto.....	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y diseño	4
2.3 Justificación	4
2.3.1 Magnitud	4
2.3.2 Vulnerabilidad	5
2.3.3 Trascendencia.....	5
2.3.4 Factibilidad.....	6
CAPÍTULO III: OBJETIVOS DE DISEÑO	8
3.1 Objetivo General	8
3.2 Objetivos Específicos	8
CAPÍTULO IV: MARCO DE REFERENCIA.....	10
4.1 Información General del Cliente:	10
CAPÍTULO V: DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO	15
5.1 Perfil Geográfico:.....	15
5.2 Perfil Demográfico:	16
5.3 Perfil Psicográfico:.....	17
5.4 Perfil Conductual:	17
CAPÍTULO VI: MARCO TEÓRICO.....	19
6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	19
6.1.1 Empresa	19
6.1.2 Reciclaje.....	19
6.1.3 Asesoría	20
6.1.4 Investigación	22
6.1.5 Medio Ambiente.....	23
6.1.6 Cuerpos de agua	24
6.1.7 Recursos hídricos.....	26
6.1.8 Contaminación del Agua.....	28

6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño.....	29
6.2.1	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....	29
6.2.2	Conceptos fundamentales relacionados con el diseño	36
6.3	Ciencias auxiliares, artes y tendencias	45
6.3.1	Ciencias Auxiliares	45
6.3.2	Artes.....	54
6.3.3	Teorías	55
6.3.4	Tendencias	58
CAPÍTULO VII: PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR		60
7.1	Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:	60
7.1.1	Conceptos relacionados con el producto o servicio.....	60
7.1.2	Conceptos de Comunicación.....	60
7.1.3	Conceptos de Diseño	61
7.2	Conceptualización	64
7.2.1	Método.....	64
7.2.2	Definición de Concepto	68
7.3	Bocetaje	69
7.4	Propuesta Preliminar	77
CAPÍTULO VIII: VALIDACIÓN TÉCNICA.....		92
8.1	Población y Muestreo:.....	92
8.2	Método e instrumentos:	92
8.3	Resultados e interpretación de resultados:.....	96
8.4	Cambios en base a los resultados:.....	107
CAPITULO IX: PROPUESTA GRÁFICA FINAL		112
9.1	Fundamentación:.....	112
9.2	Características del folleto:	112
CAPÍTULO X: PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.		141
10.1	Plan de costos de elaboración.	141
10.2	Plan de costos de producción.	142
10.3	Plan de costos de reproducción.	142
10.4	Plan de costos de distribución.	143
10.5	Cuadro Resumen	143

CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	144
11.1 Conclusiones:.....	144
11.2 Recomendaciones:.....	145
CAPÍTULO XII: CONOCIMIENTO GENERAL.....	147
CAPÍTULO XIII: REFERENCIAS	149
CAPÍTULO XIV: ANEXOS	154
Anexo A: Definición de Tema.....	154
Anexo B: Desarrollo de Requerimiento	154
Anexo C: Tabla de Desarrollo de Objetivos.....	155
Anexo D: Brief de Diseño	157
Anexo E: Tabla de niveles socio económicos 2009/ Multivex	163
Anexo F: Encuesta	165
Anexo G: Organigrama de conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio (6.1)	167
Anexo H: Organigrama de conceptos fundamentales relacionados con la comunicación (6.2.1)	168
Anexo I: Organigrama de conceptos fundamentales relacionados con el diseño (6.2.2)	169
Anexo J: Organigrama de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias (6.3)	170
Anexo K: Fotos de Validación Técnica con Expertos, Cliente y Grupo objetivo.....	171
Anexo L: Cotizaciones	173

Capítulo I

Introducción

Con origen en el Programa de Maestría de Manejo Sostenible de Agua 2010-2011 de la Universidad Kristiansand, Suecia. Waterways Guatemala, es el vínculo a una red de profesionales locales e internacionales de diferentes disciplinas con un mismo enfoque: Aportar conocimientos, experiencias, y capacidades para la restauración, protección y conservación de los recursos hídricos. Para lograr su objetivo, Waterways Guatemala, trabaja por medio de presentaciones de PowerPoint en las capacitaciones que ellos ofrecen a empresas, municipalidades, colegios, etc. Por lo que han solicitado la elaboración de un material gráfico que permita informar a la gente la importancia del cuidado de las fuentes de agua. Se ha realizado este proyecto titulado: **“Diseño de un folleto ilustrado impreso que dé a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos”**.

Para ello se investigaron conceptos relacionados a los recursos hídricos, de comunicación y diseño, apoyado en ciencias afines con el propósito general de: Diseñar un folleto ilustrado impreso que dé a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para la empresa Waterways Guatemala.

Capítulo II Problemática

Waterways Guatemala es una empresa que se dedica a la investigación de métodos amigables al ambiente para la restauración, conservación y protección de fuentes de agua. Durante la realización de Práctica Supervisada en esta empresa, se observó que no cuentan con ningún tipo de material impreso que dé a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

2.1 Contexto

Con origen en el Programa de Maestría de Manejo Sostenible de Agua 2010-2011 de la Universidad Kristiansand, Suecia. Waterways Guatemala es el vínculo a una red de profesionales locales e internacionales de diferentes disciplinas con un mismo enfoque: *“Aportar conocimientos, experiencias, y capacidades para la restauración, protección y conservación de los recursos hídricos”*. Waterways Guatemala es una empresa que se enfoca en:

- Eco tecnologías y bioingeniería en sistemas de recolección, reciclaje y drenaje de aguas pluviales, grises y negras.
- Uso de metodologías con principios ecológicos para la restauración, conservación y protección de ríos, lagos, zonas costeras y otros cuerpos de agua.
- Caracterización, evaluación, y monitoreo de calidad de agua en ecosistemas acuáticos.
- Asesoría para el manejo sostenible de desechos sólidos y líquidos.

- Investigación científica e innovación en la aplicación de métodos ecológicos y biológicos para la restauración, protección, y conservación de los recursos hídricos.
- Capacitación a empresas, municipalidades y colegios en temas relacionados al agua y uso sostenible.

Parte del compromiso de esta empresa es crear conciencia en las personas de la importancia de la protección, conservación y restauración de los recursos hídricos. Actualmente su mayor objetivo es que las personas tengan información de cómo cuidar las fuentes de aguas y entender la importancia de ello. Al analizar este proyecto se encontró que la empresa no cuenta con ningún tipo de herramienta que contenga esta información. Esto tiene como consecuencia que las personas no estén conscientes de la importancia de cuidar los ríos, los lagos, las zonas costeras, y otros cuerpos de agua.

El método de trabajar de los profesionales de Waterways Guatemala, actualmente es de llegar a lugares como: escuelas, oficinas, hogares, etc, para abrir un poco el tema de la problemática del deterioro de los recursos hídricos. Se hace una presentación en PowerPoint para dar dicha información, después de las presentaciones, el público se ve interesado, sin embargo, posterior a las presentaciones, se retiene poca información y queda en el olvido. De esta situación salió la idea de elaborar un folleto impreso con los principales problemas que afectan a los recursos hídricos y cómo el deterioro indirectamente está afectando al ser humano y seguirá afectando con el transcurso del tiempo.

2.2 Requerimiento de Comunicación y diseño

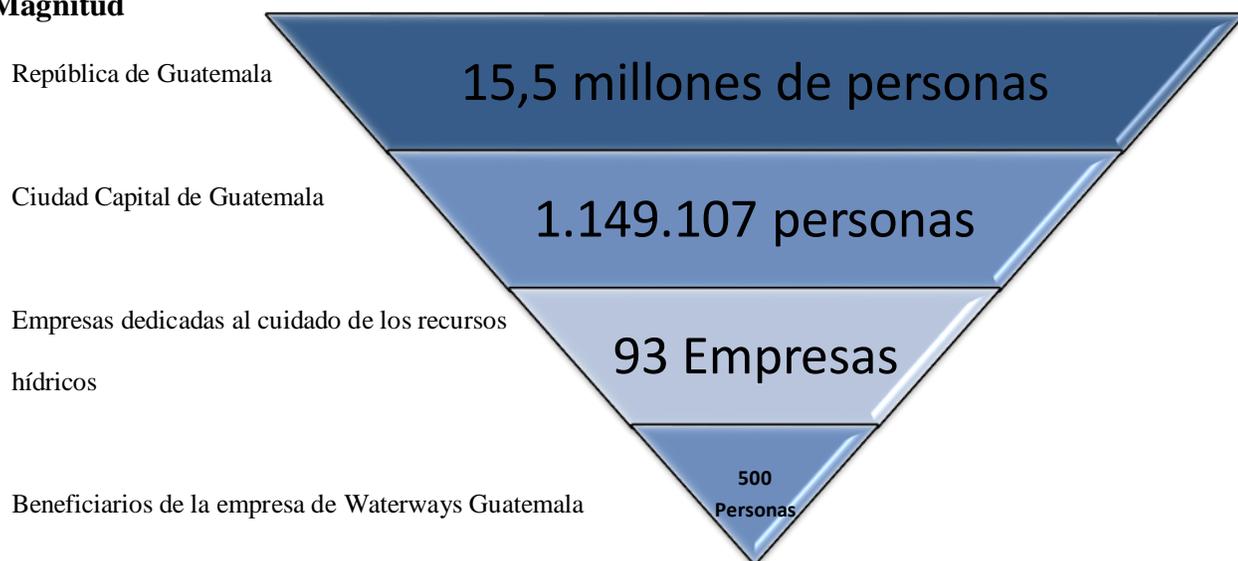
La empresa Waterways Guatemala no cuenta con un folleto impreso que dé a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

Ver Anexo B

2.3 Justificación

Para terminar con el problema de que los beneficiarios no retengan la información dada en las presentaciones de Waterways Guatemala, tendrá una solución por medio del diseño gráfico y de la comunicación, estos son elementos esenciales para la creación y producción de un folleto impreso.

2.3.1 Magnitud



Este folleto está proyectado para los clientes actuales y futuros de la empresa Waterways Guatemala, para que se informen de la importancia de la conservación de los recursos

hídricos. La primera edición del folleto será de 500 copias, que serán entregados a los clientes actuales y clientes futuros de la empresa. En esta pirámide inversa se puede ver la cantidad de personas afectadas al no estar conscientes de la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

2.3.2 Vulnerabilidad

Si Waterways Guatemala continúa solo con presentaciones, no lograrán alcanzar sus objetivos, seguirán con gastos de recursos humanos y materiales innecesarios. Como consecuencia, la empresa incurrirá en gastos que serán en vano y que tendrán poco impacto en las personas que asisten a las presentaciones, y no retendrán toda la información necesaria para comenzar a tomar acciones en cuanto al cuidado de los recursos hídricos.

2.3.3 Trascendencia

Al contar con un folleto impreso de cómo cuidar los recursos hídricos, no solo ayudará a la empresa alcanzar sus objetivos, sino también beneficiará a las personas que asisten a las presentaciones de Waterways Guatemala, ya que contarán con una herramienta útil que les servirá para:

- Relacionar la información en la presentación con la información que se encuentra en el folleto impreso.
- En caso de alguna duda les servirá para consultas futuras.
- Cada persona que cuente con este folleto podrá replicarla en sus hogares y trabajos.

2.3.4 Factibilidad

Este proyecto es factible porque la empresa Waterways Guatemala cuenta con la ayuda y apoyo de los siguientes recursos para realizar el proyecto.

2.3.4.1 Recursos Humanos

Para la realización de este proyecto Waterways Guatemala cuenta con el apoyo, capacitación, y conocimiento de un grupo de estudiantes de la Universidad Kristiansand, Suecia, con maestría en Manejo Sostenible de Agua.

• Asesor: Bastian Coigon	• Asesor: Abraham Gossey
• Asesora: Ley Ling Lo	• Asesor: Marco Antonio Aguilar
• Asesor: Hadi Soorosh	• Asesora: Verónica Oliva

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

Los altos mandos de la empresa Waterways Guatemala exigió el apoyo a todo el personal para que el folleto impreso se elabore de la mejor forma posible.

2.3.4.3 Recursos Económicos

Para la realización de este proyecto se requiere un inversión de Q6, 000 por parte de la empresa Waterways Guatemala, para la creación y distribución de 500 folletos a color. En cuanto al diseño y diagramación del folleto, se otorgará como donación del estudiante.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

El folleto propuesto para Waterways Guatemala será realizado por software que permita la realización del mismo. Programas de Adobe CS6 (Photoshop, Indesign, Illustrator) se utilizarán para el diseño, diagramación y elaboración de artes finales para el folleto. Al igual que para retoque de fotografías e imágenes que serán colocadas en dicho folleto. Se cuenta también con una cámara Canon Powershot XS y una computadora, que serán utilizados para la elaboración de este proyecto.

Capítulo III: Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo General

Diseñar un folleto ilustrado impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos de la empresa para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.

3.2 Objetivos Específicos

- Investigar información relacionado a semiología de la imagen y diseño editorial necesaria que permita el desarrollo adecuado del contenido del folleto impreso, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Recopilar procesos y procedimientos de cómo cuidar los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Editar fotografías de estudiantes y personal que trabajan con los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala. Estas fotografías servirán para mostrar cómo personas de diferentes partes del mundo trabajan y luchan para el cuidado, conservación y protección de los recursos hídricos.
- Comunicar el mensaje de la importancia del cuidado de los recursos hídricos para crear conciencia en las personas del deterioro de nuestras fuentes de agua para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.

- Seleccionar los elementos gráficos, colores, tipografía, formas, etc. Que se colocarán en el folleto para mejor interpretación semántica de los mensajes que se van a comunicar para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Diagramar el folleto de manera ordenada que permita informar y crear conciencia sobre los cuidados de los recursos hídricos, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.

Ver Anexo C

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información General del Cliente:

Nombre: Waterways Guatemala

Ubicación: 43 calle “A” 8-88 zona 12

Teléfono:(502) 2485 -23 54 PBX (502) 2585-2354

Correo Electrónico: waterwaysguatemala@gmail.com

Antecedentes de Comunicación y Diseño:

La empresa Waterways Guatemala cuenta con:

- Trifoliales
- Imagen corporativa (Sobre y hoja membretada, Tarjeta de Presentación)
- Volantes
- Separadores
- Empaques de producto
- Gafetes de trabajo

Estos fueron realizados por la estudiante durante el ejercicio de Práctica de estudiante, que se realizó en la empresa.

Quiénes Somos

Con origen en el Programa de Maestría de Manejo Sostenible de Agua 2010-2011 de la Universidad Kristiansand, Suecia. Waterways Guatemala es el vínculo a una red de profesionales locales e internacionales de diferentes disciplinas con un mismo enfoque: *“Aportar conocimientos, experiencias, y capacidades para la restauración, protección y conservación de los recursos hídricos”*.

Misión

Promover el uso de elementos ecológicos y biológicos como la mejor alternativa para solucionar los problemas que deterioran las fuentes de agua.

Visión

Influir en la toma de decisiones, a nivel individual o colectivo, privado o institucional, para promover cambios que contribuyan a revertir el impacto negativo de actividades humanas en las fuentes de agua.

Principios

- Imitación de procesos de la sabia naturaleza para mitigar los efectos del manejo humano de los recursos hídricos.

- Tratamiento de la contaminación en la fuente como medida más eficiente, fácil, económica para proteger las fuentes de agua.
- Aprovechamiento económico y ambiental de los recursos naturales que normalmente se pierden en rellenos sanitarios, cuerpos de agua o en la naturaleza.

Metodología

Permanente investigación de métodos amigables al ambiente para la restauración, conservación y protección de fuentes de agua. Evaluación de metodologías utilizadas localmente alrededor del mundo, cuyo éxito ha sido comprobado en términos de eficiencia, economía, aceptación y viabilidad para el manejo sostenible de los recursos hídricos para su promoción e implementación a nivel local.

Objetivo General de Waterways Guatemala:

Posicionarse como una de las empresas líderes en la ejecución de proyectos de eco ingeniería, para restaurar, conservar y proteger los recursos hídricos.

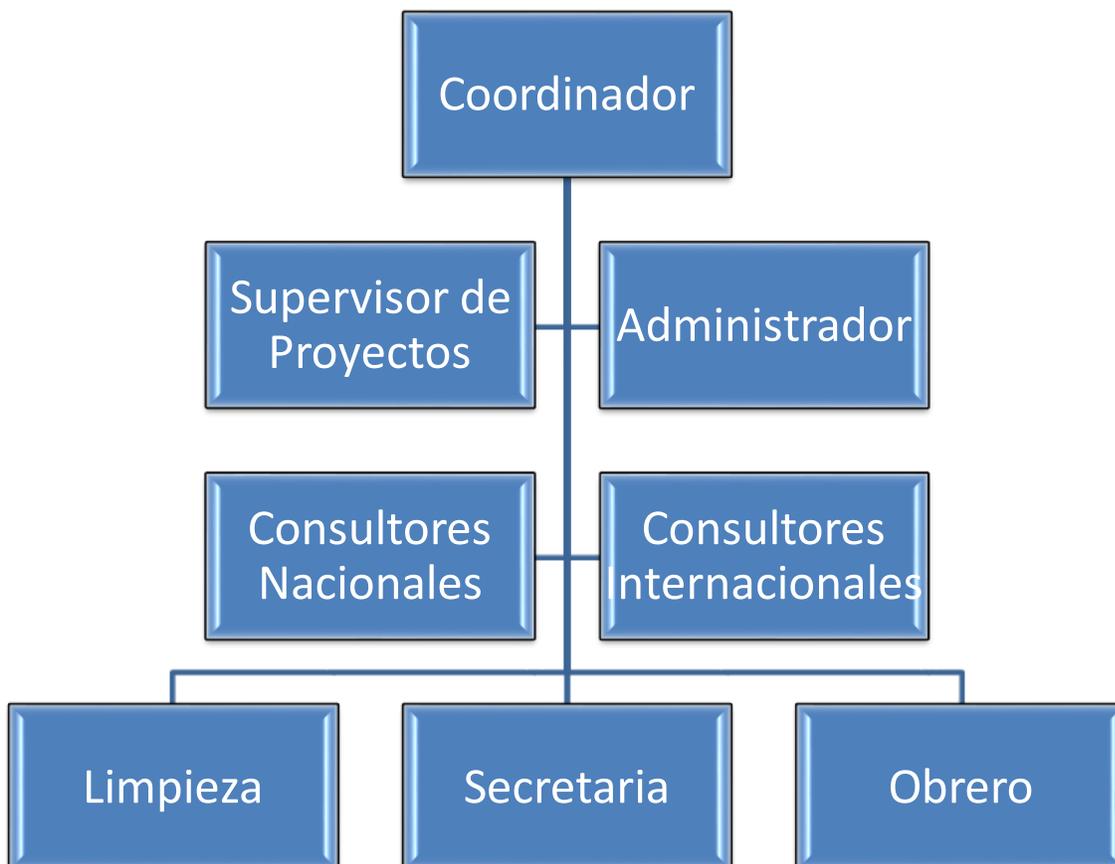
Objetivos Específico de Waterways Guatemala:

Promover acciones innovadoras económicas aceptables accesibles investigación continua y presentación de resultados.

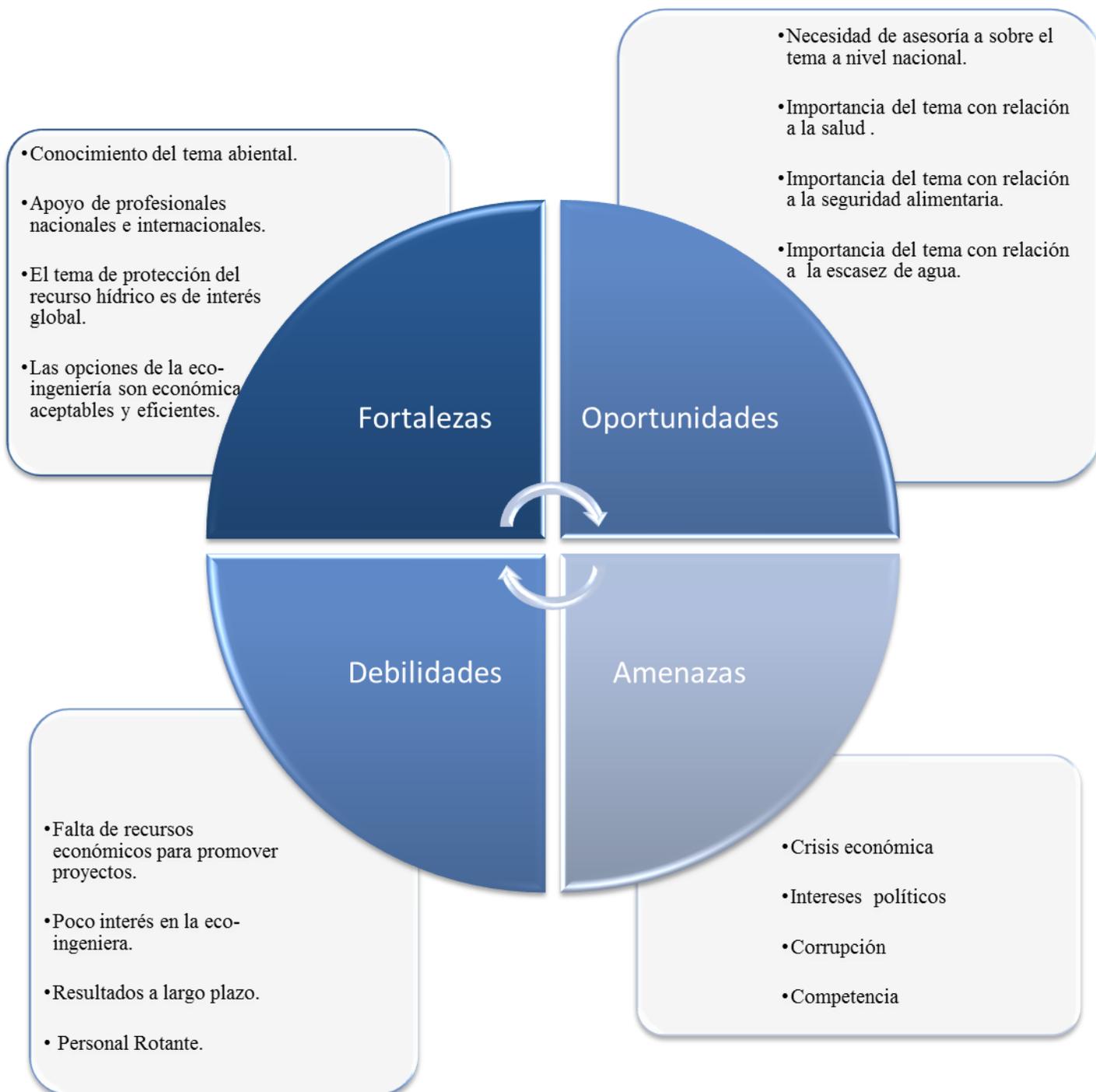
Resumen del Brief

Al realizar el brief se determinó que la empresa deseaba la implementación de un folleto impreso ilustrado de cómo cuidar y conservar los recursos hídricos, que aumentaría el conocimiento en las personas que asisten a las presentaciones de Waterways Guatemala. Lo anterior tendrá un efecto positivo para el medio ambiente al contar con más personas con el interés y el impulso de cuidar los recursos hídricos. El alcance de este proyecto tiene como fin beneficiar no solo a la empresa Waterways Guatemala, sino también a los clientes o posibles clientes que asisten a sus presentaciones. Al contar con un folleto ilustrado impreso, tendrán una herramienta útil que podrán consultar, cuando deseen.

Esquema Organizacional:



FODA:



Ver Anexo D

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

El folleto impreso ilustrado está enfocado a las personas que asisten a las presentaciones de Waterways Guatemala. Personas con el interés de tomar acción en cuidar, restaurar y conservar los recursos hídricos.

5.1 Perfil Geográfico:

Según la página www.neumoguate.com la Ciudad de Guatemala, cuyo nombre oficial es Nueva Guatemala de la Asunción, es la capital de la República de Guatemala. La ciudad se encuentra localizada en el área sur-centro del país y cuenta con gran cantidad de áreas verdes. De acuerdo con el último censo realizado en la ciudad, habitan 1.149.107 personas, pero considerando su área metropolitana de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística, alcanza un estimado de 4.103.865 habitantes, que la convierte en la aglomeración urbana más poblada y extensa de América Central.

La Ciudad de Guatemala está ubicada en el valle de la Ermita, con alturas que varían entre los 1500-1600 (msnm); posee temperaturas muy suaves entre los 12 y 28 °C.

- Altitud: 1.500 metros.
- Latitud: 14° 37' 15" N.
- Longitud: 90° 31' 36" O.
- Extensión: 996km.

En cuanto al clima, a pesar de su ubicación en los trópicos, debido a su gran elevación sobre el nivel del mar, la Ciudad de Guatemala goza de un clima subtropical de tierras altas. El clima en Ciudad de Guatemala es generalmente muy suave, casi primaveral, a lo largo del año. La temporada de lluvias se extiende de mayo a noviembre, mientras que la estación seca abarca el resto del año. En Ciudad de Guatemala también tiende a soplar mucho el viento, lo que puede reducir la temperatura aún más evidente.

La ciudad de Guatemala es la capital más fría y más alta de toda Centroamérica. Su temperatura media anual es de 21 °C. En el invierno, de diciembre a abril, tienen temperaturas que oscilan entre 27 y 12 °C. Los veranos van de junio a septiembre, con temperaturas que oscilan entre 28 y 16 °C. La humedad relativa se mantiene en niveles muy elevados e insalubres. El promedio del punto de rocío es de 16 °C.

5.2 Perfil Demográfico:

Según la tabla socio económico 2009 /, Multivex se encuentran en el nivel C.

- **Edad:** 25-35 años.
- **Género:** Femenino y Masculino.
- **Ciclo de Vida:** Adultos casados o solteros.
- **Ocupación:** Profesionales.
- **Nacionalidad:** Guatemaltecos y no guatemaltecos.

Ver Anexo E

5.3 Perfil Psicográfico:

Se realizó una encuesta con la que se pudo concluir que están interesados en la conservación, protección y restauración de los recursos hídricos. Sienten mucho interés por aprender más del tema y aprender más de cómo se puede comenzar a tomar acciones para cuidar los recursos hídricos.

Entre sus pasatiempos están:

- Leer.
- Ir al cine y a centros comerciales.
- Salir con amigos, y compañeros de trabajo.
- Ver televisión.
- Hacer deporte.
- Pasar tiempo con la familia.
- Ir al teatro.

5.4 Perfil Conductual:

La actitud que presenta el grupo objetivo es la siguiente:

- Buscan conocimiento sobre el cuidado, conservación y protección de los recursos hídricos.
- Interés en tener un folleto impreso a la mano, contiendo información valiosa de cómo cuidar los recursos hídricos.

Beneficio buscado:

El proyecto busca incrementar los niveles de conocimiento acerca de la conservación, protección y restauración de los recursos hídricos.

Estatus del usuario:

Las personas tienen facilidad para obtener el folleto y asistir a la presentación de Waterways Guatemala, ya que son gratis.

Actitud hacia el producto:

Les interesa mucho, opinan que un folleto impreso que contiene información sobre la conservación protección y restauración de los recursos hídricos, será una herramienta útil, no solo para ellos, sino también para otras personas que no están conscientes de deterioro de los recursos hídricos.

Personalidad:

Tienen personalidad activa, amigable, social. Le gusta mucho estar en compañía de otras personas, raramente se mantienen solos. Se preocupan mucho por el cuidado del medio ambiente y les interesa aportar ayuda, conocimiento para el cuidado de los ríos, lagos, zonas costeras y otros cuerpos de agua.

Ver Anexo F

Capítulo VI: Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Empresa

Según mencionan en la página de <http://www.aulafacil.com> empresa es una entidad económica de carácter pública o privada, que está integrada por recursos humanos, financieros, materiales y técnico-administrativos, se dedica a la producción de bienes y/o servicios para satisfacción de necesidades humanas, y puede buscar o no lucro. “Una empresa es un organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela.”

6.1.2 Reciclaje

En la página <http://www.chispita.cl> define que el reciclaje es el proceso que somete a una materia o un producto ya utilizado a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima o un nuevo producto, introduciéndolos de nuevo en el ciclo de vida. “El reciclaje es el proceso mediante el cual un material puede ser reconvertido en una materia prima o reutilizado, renovando así su ciclo de vida.”

Las tres R del reciclado

- **Reducir:** Acciones para disminuir la producción de objetos que puedan convertirse en residuos.

- **Reutilizar:** Acciones que permiten volver a usar un producto para darle una segunda utilidad, con el mismo uso u otro diferente.
- **Reciclar:** Operaciones de recogida y tratamiento de residuos para obtener un nuevo producto.

6.1.3 Asesoría

Según <http://www.gestionyadministracion.com> muestra que la asesoría es una actividad por la cual se le brinda el apoyo requerido a las personas para que desarrollen diferentes actividades de consulta y poder lograr la comprensión de las diferentes situaciones en las que se encuentra, ya sean estas judiciales, financieras, contables, inmobiliarias etc. La ventaja principal con la que cuenta la asesoría, sin importar de que tipo sea la misma es que por un lado, ayudan mucho a resolver dudas específicas en el área a tratar; también resulta como un buen apoyo de parte del asesor hacia el consultante y podemos decir que la asesoría es una actividad que fue creada con el principal propósito de ayudar a diferentes personas que hayan tenido problemas en algún aspecto determinado. Es importante tener en cuenta que una asesoría puede ir dictada desde un nivel académico hasta uno profesional y el asesor siempre debe ser profesional en el área que necesitemos tratar. “La asesoría ayuda a las personas en aquello en lo que presentan dificultades o en aquello que siempre ha constituido para ellos un problema.”

Asesoría Ambiental

Es la especialidad de consultoría que se dedica a ofrecer asesoría, capacitación y trámites relacionados con todos los asuntos en materia ambiental de una empresa u organización. Un consultor ambiental trabaja con el cliente en áreas como la contaminación de agua, el aire y el suelo, la evaluación de impacto ambiental, auditoría ambiental, la gestión de residuos, política ambiental, gestión ecológico-territorial, el ruido y la medida de las vibraciones y la gestión ambiental.

Los objetivos que persigue la asesoría ambiental, están basados en la reforma de los avances específicos como también los generales en cuanto al programa de educación ambiental que se le dicta a todas las empresas industriales, ya que evidentemente no son lo suficientemente claros y rígidos como para hacer entrar en conciencia a los empresarios industriales, acerca del daño que sus industrias le están causando al medioambiente.

La asesoría ambiental también se dedica a presentar los resultados preliminares, sin la necesidad de recurrir a un profundo análisis sobre la evolución de la educación ambiental que han adquirido las industrias; además, establece los pasos que deben seguirse para lograr el desarrollo de las actividades de una empresa, mediante la presentación de trabajos especiales de investigación con respecto a este tema. Básicamente y en menos palabras, lo que busca la asesoría ambiental es concienciar a todos aquellos industriales, acerca del daño que causa la explotación de los recursos naturales.

La mayoría de la información que suele manejar la asesoría ambiental suele otorgarse en diferentes talleres o clases en donde se les proporciona a aquellos interesados abundante material para que puedan entender un poco más acerca de la influencia de las industrias sobre el medio ambiente.

6.1.4 Investigación

En la página web <http://www.eumed.net/informa> que una investigación es un proceso sistemático, organizado y objetivo, cuyo propósito es responder a una pregunta o hipótesis y así aumentar el conocimiento y la información sobre algo desconocido. Asimismo, la investigación es una actividad sistemática dirigida a obtener, mediante observación, la experimentación, nuevas informaciones y conocimientos que necesitan para ampliar los diversos campos de la ciencia y la tecnología.

La investigación se puede definir también como la acción y el efecto de realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia y teniendo como fin ampliar el conocimiento científico, sin perseguir, en principio, ninguna aplicación práctica. “La investigación es un proceso que, mediante la aplicación de métodos científicos, procura obtener información relevante y fidedigna, para extender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.”

Tipos de investigación

En la página web <http://tiposdeinvestigacion.com/> comparte que los tipos de investigación son los siguientes:

- **Investigación Aplicada:** Es utilizar los conocimientos obtenidos en las investigaciones en la práctica, y con ello traer beneficios a la sociedad.
- **Investigación Analítica:** Es un método más complicado que la investigación descriptiva, y su principal objetivo es contrastar, entre grupos de estudio y de control, las distintas

variables. Además es la constante proposición de teorías que los investigadores intentar desarrollar o probar.

- **Investigación de Campo:** Es la investigación aplicada para interpretar y solucionar alguna situación, problema o necesidad en un momento determinado. Las investigaciones son trabajadas en un ambiente natural en el que están presentes las personas, grupos y organizaciones científicas, que cumplen el papel de ser la fuente de datos para ser analizados.

6.1.5 Medio Ambiente

La página web <http://www.ecologiahoy.com> expresa que el medio ambiente es todo lo que rodea a un ser vivo y condiciona su forma de vivir, pero también podemos decir que se trata de un sistema, que está formado por elementos de origen natural y artificial, que además están relacionados y pueden ser modificados por el hombre. Todo lo que nos rodea compone el medio ambiente y es muy importante cuidarlo para que las futuras generaciones tengan un lugar en que vivir, aunque parece que eso no le importa mucho a algunas personas.

En el medio ambiente hay varios tipos de factores, incluyendo físicos como el clima, biológicos que son representados por cualquier forma de vida, ya sea animal o vegetal, y finalmente factores económicos y sociales, entre los que se encuentran el trabajo y la urbanización. “El medio ambiente es el conjunto de elementos abióticos y bióticos que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos.”

6.1.6 Cuerpos de agua

Según <http://www.atl.org.mx> sugiere que un cuerpo de agua es una masa o extensión de agua, tal como un lago, mar u océano que cubre parte de la tierra. Algunos cuerpos de agua son artificiales, como los estanques, aunque la mayoría son naturales. Pueden contener agua salada o dulce. “Un cuerpo de agua es una masa o extensión de agua, tal como un lago, mar u océano que cubre parte de la Tierra.”

La página web <http://www.kalipedia.com> menciona que los diferentes cuerpos de agua que existen son:

- **Océanos**

Los océanos son grandes extensiones de agua que rodean y separan los continentes. Cuando su tamaño es menor y su profundidad inferior a 200 m, hablamos de mares. Existen cinco océanos, de mayor a menor extensión: Pacífico, Atlántico, Índico, Glacial Antártico y Glacial Ártico.

- ✓ **El océano Pacífico** es el más extenso y profundo. Se extiende por ambos hemisferios, entre América al este, Asia y Australia al oeste, y la Antártida al sur. Abarca más de un tercio de la superficie terrestre.
- ✓ **El océano Atlántico** se prolonga también por ambos hemisferios. Se sitúa entre la costa oriental de América y la occidental de Europa y África.
- ✓ **El océano Índico** se localiza en su mayor parte en el hemisferio sur. Está limitado al oeste por África, al norte por Asia y al este por Australia.
- ✓ **El océano Glacial Antártico** se sitúa cerca del polo Sur, en torno a la Antártida.
- ✓ **El océano Glacial Ártico** se extiende por el polo Norte.

- **Agua subterránea**

Las aguas subterráneas son las que discurren y están embolsadas bajo la superficie terrestre. Suponen casi el 25 % del agua continental. Pueden formar auténticos ríos y lagos bajo tierra. Proceden sobre todo de las precipitaciones. Cuando llueve, una parte del agua penetra en la tierra. Las aguas se infiltran hacia el interior mientras encuentran rocas permeables. Pero cuando llegan a una capa formada por rocas impermeables, que no dejan pasar el agua, se embolsan y forman acuíferos.

- **Ríos**

Un río es una corriente continua de agua. Los ríos se forman por la acumulación del agua de lluvia y del deshielo de las montañas o por la emergencia de aguas subterráneas a la superficie terrestre. Los ríos principales desembocan en un lago o en el mar; en cambio, los afluentes son ríos que desembocan en otro río.

- **Lagos**

Es una masa permanente de agua que se halla depositada en las depresiones de un terreno. La formación de un lago se produce a partir de fallas geológicas que generan la depresión del terreno, de la acumulación de morrenas glaciares o de la obstrucción de un valle a causa de avalanchas producidas en sus laderas.

6.1.7 Recursos hídricos

Según la página <http://www.greenfacts.org> explica que el agua se encuentra en la naturaleza en diversas formas, pero no todas son utilizables por el ser humano. El recurso hídrico consumible es el agua continental dulce, tanto superficial de ríos y lagos como subterránea. “Los recursos hídricos son cuerpos de agua que tienen una connotación económica: son útiles para el ser humano en la medida de su explotación.”

Importancia de recursos hídricos

El agua es un bien ambiental imprescindible para el desarrollo de la vida y es el principal regulador de los ecosistemas naturales. Aunque no lo percibimos en nuestra vida cotidiana, el agua es uno de los elementos centrales para la realización de la mayoría de los aspectos que tienen que ver con nuestra vida como personas, como sociedades y como especie. Está presente en todos los procesos productivos y es un factor de desarrollo en términos económicos, biológicos, físico-químicos, ambientales, sociales, culturales y políticos. Y por sobre todo, es un recurso natural en peligro porque el consumo total de agua dulce en el planeta se duplica cada 20 años.

El agua es un recurso frágil porque su uso inadecuado compromete su disponibilidad; es escaso porque solo el 1% del total del agua del planeta está disponible para uso humano; y es agotable porque su degradación puede ser irreversible. Todas estas razones deberían ser más que suficientes para no tomar "a la ligera" el problema del agua. Hay que asumir el compromiso, de una vez por todas, de la protección y correcta administración de tan preciado recurso natural.

Presión sobre los recursos hídricos

En todo el mundo, la actividad humana y los factores naturales están agotando los recursos hídricos disponibles. Aunque en la última década la sociedad se ha ido concienciando de la necesidad de mejorar la gestión y la protección del agua, los criterios económicos y los factores políticos todavía tienden a dirigir todos los ámbitos de la política del agua.

La ciencia y las mejores prácticas a menudo no reciben la atención adecuada. La presión sobre los recursos hídricos está aumentando, principalmente como resultado de actividades humanas tales como la urbanización, el crecimiento demográfico, la elevación del nivel de vida, la creciente competencia por el agua y la contaminación, cuyas consecuencias se ven agravadas por el cambio climático y las variaciones en las condiciones naturales. No obstante, se han realizado ciertos progresos. Cada vez más, las autoridades evalúan al mismo tiempo la cantidad y la calidad del agua, y coordinan esfuerzos de gestión a escala internacional.

Que afecta los recursos hídricos

Los recursos hídricos se enfrentan a una multitud de amenazas graves, todas ellas originadas principalmente por las actividades humanas, como la contaminación, el cambio climático, el crecimiento urbano y cambios en el paisaje como la deforestación. Cada una de ellas tiene un impacto específico, por lo general directamente sobre los ecosistemas, y a su vez, sobre los recursos hídricos.

Con una gestión inadecuada, actividades como la agricultura, el desmonte, la construcción de carreteras o la minería pueden provocar una acumulación excesiva de tierra

y partículas en suspensión en los ríos (sedimentación), lo que causa daños en los ecosistemas acuáticos, deteriora la calidad del agua y dificulta la navegación interior.

6.1.8 Contaminación del Agua

Según Bernal (2009) La contaminación puede dañar los recursos hídricos y los ecosistemas acuáticos. Los principales contaminantes son, por ejemplo, la materia orgánica y los organismos patógenos contenidos en las aguas residuales, los fertilizantes y pesticidas procedentes de las tierras agrícolas, la lluvia ácida provocada por la contaminación del aire, y los metales pesados liberados por las actividades mineras e industriales. “El agua es un recurso renovable, sin embargo puede llegar a estar tan contaminada por las actividades humanas que no se puede utilizar sino que es nociva para la salud del ser humano y otras especies.”

Extracción excesiva de agua

La extracción excesiva de agua, tanto superficial como subterránea, ha tenido efectos catastróficos. Se está haciendo muy poco para atajar las causas del problema, como no corregir la gestión inadecuada del agua y la deforestación. En las últimas décadas se ha extraído mucha más agua de fuentes subterráneas que en el pasado. Los beneficios de la extracción de aguas subterráneas suelen ser efímeros, mientras que las consecuencias negativas, como la reducción de los niveles de agua y el agotamiento de los recursos, pueden durar mucho tiempo.

Cambio climático

El cambio climático parece aumentar las presiones existentes, por ejemplo en las zonas que ya sufren escasez de agua. En los últimos años, los glaciares terrestres y de montaña están retrocediendo más rápidamente. Los fenómenos meteorológicos extremos derivados del calentamiento global, como las tormentas y las inundaciones, se volverán probablemente más frecuentes y graves. Sin embargo, basándose en los conocimientos actuales, los científicos sólo pueden hacer predicciones generales sobre el impacto del cambio climático sobre los recursos hídricos.

Ver Anexo G

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1 Comunicación

En el sitio web <http://www.profesorenlinea.cl> sugiere que el acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información. La comunicación constituye una característica y una necesidad de las personas y de las sociedades con el objetivo de poder intercambiarse informaciones y relacionarse entre sí. “Por medio de la comunicación se da a conocer a otras

personas nuestros conocimientos o pensamientos. Y para que exista comunicación debe existir un emisor, un receptor, un mensaje y un canal a través del cual se enviará el mensaje.”

Proceso de la Comunicación

El proceso de comunicación supone la intervención activa y dinámica de varios elementos al crear una secuencia organizada en la que todos intervienen en mayor o menor grado, en uno o varios momentos de esa secuencia. Este proceso se desarrolla en un contexto concreto y con un código específico, utilizando al menos un canal determinado, con la intervención de emisor y receptor, de forma que el primero transmite un mensaje al segundo.

Errores de la Comunicación

Al margen de otros problemas que se puedan producir durante el proceso de comunicación, se pueden cometer dos tipos de errores: el error de conocimiento y el de transmisión. El primero se refiere a los déficits o faltas en la formación del emisor, por una preparación inadecuada o incompleta o simplemente, por no estar al tanto de los acontecimientos cotidianos. No es un error muy grave, pues no se achaca al emisor un ánimo engañoso hacia el receptor.

Cuando se comete el error o sesgo de transmisión, el receptor atribuye al emisor un ánimo engañoso. Este error se considera más grave que el anterior, pues su presencia contribuye a una catalogación negativa del emisor, con la que el comunicador pierde su credibilidad. Si en el primer caso el error hacía referencia a “lo que se dice”, es decir, al contenido de la información, en este segundo el error se centra en el “cómo se dice”, es decir, la forma en que se presenta la información.

El error de trasmisión se relaciona con la “intención” de la que hablábamos previamente, es decir, con la imagen que estamos transmitiendo a nuestros interlocutores, y a su vez, ésta lo hace con las conductas del emisor, conductas que se concretan en tres tipos: verbales, no verbales y para verbales. Estos tres tipos constituyen los componentes conductuales de la comunicación y sus diferentes combinaciones generan las impresiones que causamos en los demás.

6.2.1.2 Elementos de la comunicación

Según la Universidad Nacional de Colombia www.virtual.unal.edu.com, los elementos de la comunicación son los siguientes:

- **Fuente:** Es el origen de la información, puede comunicarse consigo misma. Es importante anotar que en la comunicación oral la fuente y el emisor son el mismo elemento.
- **Emisor:** Es quien empieza la comunicación, debe tener ideas, información y un propósito para comunicar.
- **Receptor:** Persona que recibe la información que le ha sido enviada por el emisor. Ambos deben ser hábiles para hablar, para leer, para escribir o escuchar y para razonar, el nivel de conocimiento influye en su capacidad para recibir y transmitir mensajes.
- **Ruido:** Son todas las alteraciones de origen físico que se producen durante la trasmisión del mensaje.

- **Filtro:** Son las barreras mentales, que surgen de los valores, experiencias, conocimientos, expectativas, prejuicios, etc. de emisor y receptor.
- **Retroalimentación:** Es la información que devuelve el receptor al emisor sobre su propia comunicación, tanto en lo que se refiere a su contenido como a la interpretación del mismo o sus consecuencias en el comportamiento de los interlocutores.
- **Codificador:** Toma las ideas y las dispone en un código, en la comunicación persona esta función la cumple la capacidad motora de la fuente, los mecanismos vocales, los sistemas musculares de la mano y de las demás partes del cuerpo.
- **Código:** Es un sistema común organizado de signos o símbolos, regidos por reglas en la emisión y recepción de mensajes y constituyen verdaderos sistemas de comunicación, puede ser simple cuando maneja un solo tipo de signos y, complejo cuando emplea signos tomados en préstamo de otros códigos. El código es un sistema de señales conocido de antemano por el emisor, enviar el mensaje.

6.2.1.3 Tipos de Comunicación

La página <http://www.koiwerrhh.com.ar> indica que los tipos pueden ser:

Comunicación directa

Es aquella comunicación que se produce entre el emisor y el receptor o los receptores sin ayuda de herramientas. Es también denominada comunicación cara a cara.

Comunicación indirecta

Este tipo de comunicación se da también, como en el caso anterior, entre el emisor y el receptor pero con la diferencia que la comunicación se transmite a través de una herramienta o instrumento, ya que ambos están a distancia. A su vez, este tipo de comunicación puede ser personal o colectiva. Es personal cuando se da entre un solo emisor y un solo receptor.

Comunicación corporativa

Es una herramienta estratégica necesaria para lograr un valor añadido que diferencie a la empresa dentro del entorno competitivo. También es el conjunto de mensajes que una institución proyecta a un público determinado a fin de dar a conocer su misión y visión, y lograr establecer una empatía entre ambos. “Es la comunicación de una organización, la cual debe plantearse de manera estratégica.”

La comunicación perspectiva tiene dos perspectivas:

- **La interna:** Que trabaja en la concepción y desarrollo de la cultura corporativa de la empresa.
- **La externa:** Se encarga de gestionar la imagen que una empresa quiere ofrecer al mercado o a la sociedad.

Comunicación Social

Estudia e investiga cuestiones como la comunicación, la información, la expresión, el rol de los medios de comunicación masiva y las industrias culturales, es una herramienta fundamental y esencial a la hora de construir la opinión pública. “La comunicación social es un campo de estudio que explora principalmente las áreas de la información que puede ser percibida, transmitida y entendida, así como el impacto que puede tener en la sociedad.”

Comunicación descendente

Es la comunicación que se genera y fluye desde los niveles superiores hacia los inferiores dentro de lo que es la estructura de la organización mediante canales formales. A este tipo de comunicación también se la denomina “comunicación unidireccional”, ya que la información fluye solamente en una dirección, del personal de mayor al de menor jerarquía sin obtener una retroalimentación. Este tipo de comunicación se podía encontrar en empresas de años atrás, donde la jefatura era de un estilo más autoritario, donde se consideraba que así la comunicación fluía de una forma más rápida y fácil, pero no se tomaba en cuenta las consecuencias que tenía como la desmotivación que provocaba sobre los empleados, la falta de integración entre jefes y empleados, etc.

Comunicación ascendente

La comunicación fluye de los niveles inferiores a los superiores dentro de la organización. Este tipo de comunicación se da en contextos más actuales, ya que para que la comunicación se genere de arriba hacia abajo y la información que se transmita sea útil los jefes deben fomentar este tipo de comunicación, dándole participación a sus empleados, demostrándole interés por estar conectados con ellos y utilizando ésta como una fuente de

motivación, construyendo relaciones de confianza, lealtad y credibilidad. De lo contrario, la información suministrada puede sólo contener información favorable para el emisor omitiendo las malas noticias, para evitar que el jefe desconfíe de él, para demostrar que son competentes, etc.

6.2.1.4 Formas de Comunicación

Comunicación visual

Consiste en la comunicación que el receptor percibe por la vista. Esta percepción es lo primero que todos nosotros comunicamos de nosotros mismos ante alguien, como somos físicamente, que posición física tenemos, como vestimos, como es nuestro aspecto, cual es nuestra actitud. A través de esta forma de comunicación se pueden observar los movimientos, las expresiones de la cara, la apariencia general, construyendo de esta forma una imagen de la persona, aun así sin tener en cuenta el discurso que esté brindando.

Comunicación escrita

Consiste en la comunicación que el emisor produce a través de la escritura, comprende: memos, cartas, informes, correos electrónicos y otros documentos escritos. Las ventajas que tienen este tipo de comunicación es que, pasado el tiempo, recurrir a archivos o cualquier otra forma de comunicación escrita nos ayuda de recordar información que hemos dado anteriormente. También la podemos utilizar como un arma frente a la desconfianza que alguien nos inspira. La desventaja es que no todos dentro de una organización tienen acceso a este tipo de comunicación.

Ver Anexo H

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño

La página <http://www.fotonostra.com> recalca el diseño como un proceso o labor destinado a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. “Proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación para uso humano.”

Diseño Gráfico

Es una disciplina o profesión cuya finalidad es satisfacer necesidades de comunicación visual. El diseño gráfico tiene el fin de idear y proyectar mensajes a través de la imagen. “El diseño gráfico es una disciplina que permite proyectar un mensaje o idea mediante la combinación de colores, imágenes, tipografía, etc. Para emitir un mensaje claro y directo.”

Ramas del Diseño Grafico

- Diseño gráfico publicitario.
- Diseño editorial.
- Diseño de identidad corporativo.
- Diseño web.
- Diseño de envases.
- Diseño tipográfico.
- Diseño multimedia.

6.2.2.2 Diseño editorial

La página <http://www.foroalfa.org> expresa que el diseño editorial es la rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como folletos, libros, revistas o periódicos. Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción.

Los profesionales dedicados al diseño editorial buscan por sobre todas las cosas lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación, que permita expresar el mensaje del contenido, que tenga valor estético y que impulse comercialmente a la publicación. “El diseño editorial es una rama del diseño gráfico que se dedica a la diagramación y producción de piezas literarias.”

Reglas para el diseño editorial

Leer lo que se diseña: En publicaciones cortas como folletos y leer los textos, permite saber dónde cortar columnas, hacer tablas, entender el lugar donde deben ser colocadas para dar dinamismo y orden de lectura.

Además, leer el texto permite entender el tema de lo que se diseña y se podrá tomar decisiones creativas que incluso puedan llegar a ajustar los textos en pro de una comunicación más efectiva.

Usar el tamaño de letra adecuado: Una letra demasiado grande no solo ocupa mucho espacio sino que reduce el ancho de las columnas provocando que surjan balazos en la

mancha tipográfica, muy difíciles de maniobrar, además de minimizar la libertad de aplicación de otros elementos en la misma página. Para folletería se utilizan tamaños pequeños, a veces desde los 7 hasta los 10 puntos, siendo 9 el más común. El tamaño de la tipografía varía según qué fuente se utilice.

Mantener un solo estilo: Para mantener un estilo único es necesario realizar un planteamiento claro del diseño antes de ejecutarlo. Seleccionar la tipografía cuidadosamente y el formato de los textos: tamaño, interlínea, alineación, etc. También es importante cuidar el ancho de las columnas. Aunque las cajas de textos sean móviles, el ancho de una columna ayudará a dar uniformidad al diseño.

Cuidar la ortografía: Un diseñador no puede darse el lujo de tener mala ortografía, de no conocer las reglas más elementales del español, así como los estilos de redacción. Para mejorar la ortografía se recomienda mucho la lectura, además es importante un diccionario a la mano o bien, un acceso directo a algún diccionario en línea, como el de la Real Academia Española.

Utilizar el programa adecuado: Utilizar el programa correcto es importante para trabajar más rápido, con mayor facilidad y reducir errores y complicaciones de producción. En diseño editorial se encuentran las siguientes opciones: InDesign o QuarkXPress para publicaciones que impliquen manejo de texto y muchas imágenes, Illustrator o CorelDraw.

Para productos editoriales pequeños como folletos en formato tríptico, por ejemplo, carteles o papelería, además de desarrollo de ilustraciones a base de vectores y Photoshop para

imágenes con base en píxeles, como carteles, folletos de una sola cara y que no impliquen demasiadas cajas de texto.

Aplicar correctamente la tipografía: Un buen diseñador debe saber usar la tipografía. A casi todos los diseñadores les gusta pero realmente no todos tienen esa sensibilidad para seleccionar y aplicar la fuente correcta. Habrá que imprimirla, de ver cómo funciona con el sustrato final, probar con interlíneas y con los diferentes pesos y estilos que ofrece.

Jerarquiza: El diseño editorial se puede llevar a dos niveles distintos: el primero es para llamar la atención del lector e interesarlo en el tema, y el segundo para dar confort y dinamismo a la lectura. Si la imagen y el título son atractivos automáticamente el lector pasará leer el contenido. Hasta este punto el diseño editorial se comporta como publicidad, en el sentido que se puede jugar con los textos, colores, alineaciones, imágenes y más. Finalmente, si al lector le sigue interesando el tema, pasará al último paso, que es permitir que la lectura del contenido se pueda desarrollar con comodidad. Aquí el diseño editorial se torna más formal en todas sus reglas y normas, ya que no es necesario seguir llamando la atención del lector.

6.2.2.3 Folleto

La página <http://www.definicionabc.com> menciona que el término folleto es aquel que se utiliza para hacer referencia a los objetos impresos que tienen por objetivo dar a conocer información de diferente tipo a diversos tipos de público. Un folleto puede variar en su diagramación, en su diseño, en la cantidad de información con la que cuentan,

etc. Normalmente, un folleto no es utilizado para divulgar información demasiado abundante ni de un nivel muy académico si no que tienen por objetivo principal el captar la atención de las personas y difundir algunos conceptos elementales de los temas específicos que tratan.

Por lo general, los folletos deben contar con elementos como imágenes, colores vivos, títulos y palabras grandes y atractivos, diagramas fáciles de entender, etc. Al mismo tiempo, no pueden ser ni muy grandes ni muy pequeños ya que de ese modo la persona pierde interés fácilmente en ellos. Muchos poseen dobleces que se pueden desplegar y así encontrar mayor información.

Un folleto es un trabajo gráfico diferente a un libro, revista, catálogo o boletín de empresa en cuanto a formato y también en cuanto al tipo de información que suele dar y al objetivo de comunicación que persigue. Los folletos son más reducidos que un libro, catálogo o cartel y tampoco cuentan con la periodicidad propia de una revista o boletín corporativo. Estas características propias y específicas de los folletos, a medio camino entre el cartel y el catálogo permiten un diseño gráfico distinto al de otros trabajos gráficos. Los folletos, además, están menos limitados que los libros, revistas o carteles en lo que a normas preestablecidas de diseño y formatos se refieren. “Un folleto es un texto impreso reducido de hojas, que sirve como instrumento divulgativo o publicitario.”

6.2.2.4 Infografía

La página web <http://es.scribd.com> señala la infografía como: Un diseño gráfico en el que se combinan textos y elementos visuales con el fin de comunicar información precisa sobre variadas temáticas (científicas, deportivas, culturales, literarias, etc.). Este recurso aproxima al lector a los elementos, ideas o acontecimientos más importantes de un

determinado tema, como: dónde ocurrió, cómo se llevó a cabo, cuáles son sus características, en qué consiste el proceso, cuáles son las cifras, etc. La infografía es pertinente para aclarar textos de temática complicada, cronología de acontecimientos, línea biográfica, casos policiales, hechos históricos, descubrimientos, accidentes, etc. Sin embargo, se puede aplicar a cualquier tipo de texto siempre que el propósito sea hacer más sencilla la información. “Una infografía tiene como objetivo informar de diferente manera, por medio de dibujos, gráficos, esquemas, estadísticas y representaciones.”

Como realizar una infografía

Para empezar a realizar una infografía primero se debe leer o investigar todo lo relacionado al tema seleccionado. Luego se debe sistematizar la información en aspectos claramente definidos. Y por último identificar el tipo de gráfico o imagen más adecuada para cada tipo de información.

Se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- **La proporción:**

Debe apreciarse un equilibrio entre las imágenes y el texto. No se debe agrandar un elemento tanto a lo largo como a lo ancho.

- **La perspectiva:**

Otorga atractivo a la infografía, pero deben respetarse las medidas de las imágenes.

- **Las texturas:**

Conviene utilizarlas, especialmente en los gráficos, pero de forma adecuada porque pueden causar confusiones, inclusive ilusiones ópticas.

- **Las formas:**

Se utilizan las convencionales; es decir, cada figura geométrica debe apreciarse como es y de ninguna manera con algún retoque que sólo le otorgue atractivo; ya que lo único que ocasiona es confusión.

6.2.2.5 CMYK

En la página web <http://www.imprensaonline.net> comparte que CMYK es el acrónimo de los colores básicos (cian, magenta, amarillo y negro) que se utilizan en las impresiones a cuatro colores. Algunas veces, las imágenes digitales, incluidas las que intenta cargar para sus anuncios gráficos, están compuestas por una mezcla de CMYK. Sin embargo, los dispositivos de visualización suelen utilizar el formato RGB (rojo, verde y azul). El proceso mediante el cual CMYK se convierte para que las imágenes se muestren naturales en un dispositivo RGB se denomina igualación del color. “CMYK es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores.”

6.2.2.5 Tipografía

De la Universidad de Londres menciona que la tipografía como disciplina del diseño gráfico estudia los distintos modos de optimizar la emisión gráfica de mensajes verbales. El diseñador gráfico en su tarea cotidiana debe conocer las familias tipográficas para poder expresar correctamente la idea que requiere conceptualizar. Tipografía es la forma de gráfica de

expresar el lenguaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas. “La tipografía es la forma gráfica de expresar el lenguaje.”

Familias tipográficas

Es un grupo de tipografías unidas por características similares. Los miembros de una familia se parecen entre sí, pero también tienen rasgos propios. Las tipografías de cada familia tienen distintos grosores y anchos. Algunas familias las forman muchos miembros, otras sólo de unos pocos. En resumen una familia tipográfica se define como un conjunto de letras de cualquier tamaño y estilo que tienen el mismo diseño común. Una fuente tipográfica o también llamado font es un alfabeto completo dibujado en un solo tamaño y un solo estilo.

Fuentes tipográficas

La palabra fuente se utiliza actualmente para describir todos los elementos anteriores más las cursivas, finas y negras de la misma familia de tipos. Una tipografía está compuesta por los conjuntos de caracteres representados por todos los tamaños y grosores de una determinada clase de letra. La tipografía es el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que la fuente es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo y estilo. Estos caracteres incluyen letras en caja alta y baja, numerales, versalitas, fracciones, puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios y grafismos entre otros.

6.2.2.6 Diagramación

En la página <http://es.scribd.com> informa que la diagramación también llamada maquetación en un oficio del diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales en medio impresos y

electrónicos como libros, diarios, folletos y revistas. “La diagramación es el proceso de reunir, de una manera orgánica y armónica, los textos e imágenes que pretenden ser entregados al lector.”

6.2.2.7 Retícula

Según <http://es.scribd.com> comunica una retícula como un conjunto de relaciones basadas en la alineación, actúan como guías en la distribución en los elementos de todo formato (principio organizador). Una retícula impone orden, uniformidad y coherencia. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico. “La retícula es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido.”

6.2.2.8 Layout

En la página <http://definicionabc.com> comparte que la noción de layout suele utilizarse para nombrar al esquema de distribución de los elementos dentro un diseño. Es habitual que un diseñador que se dedica a la creación de páginas web desarrolle un layout y se lo presente a su cliente para que éste lo apruebe y decida sobre la distribución de los contenidos. “Cuadrícula que divide espacios para facilitar la distribución de elementos como textos o gráficos en la misma.”

6.2.2.9 Boceto

En el sitio web <http://www.fotonostra.com> define un boceto como un dibujo hecho de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar una idea, un lugar, una persona, un aparato o cualquier cosa en general. También suele ser un apunte rápido de un dibujo, idea o esquema que se desarrollará en el futuro de forma más compleja y se usa para apoyar una explicación rápida de un concepto o situación.

Bocetar tiene la ventaja de la ocasión, plasmar una idea en una libreta o bien, experimentar rápidamente ideas o conceptos, además de que ayuda a diseñar sin la predisposición de una herramienta concebida en cualquier programa. “Un boceto es un dibujo rápido y esquemático de las características principales de un dibujo, una ilustración o un diseño.”

Ver Anexo I

6.3 Ciencias auxiliares, artes y tendencias

6.3.1 Ciencias Auxiliares

6.3.1.1 Semiología

Según Toner (1982) La semiología es la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. Así definió Ferdinand de Saussure a la semiología, la misma que aún no existía en su época. Él la vislumbraba como la ciencia que iba a estudiar en qué consistían los signos y cuáles eran las leyes que los gobernaban. Con esta definición abarca todos los sistemas de signos: el alfabeto de los sordomudos, las señales de tráfico, los códigos, el alfabeto Morse, etc. El lenguaje se exceptúa de esta definición, debido a su

carácter especial, y por ello, la semiología se puede definir como el estudio de los sistemas de signos no lingüísticos.

No se debe confundir los conceptos de semiótica y semiología con el de la semántica. Mientras que los primeros se refieren al estudio de los sistemas de signos no lingüísticos, el segundo se concentra en el estudio del significado de los signos lingüísticos. Se puede decir que la semiología, en su forma más pura, estudia los sistemas de signos no lingüísticos. Esta definición se puede ampliar al estudio de las formas de comunicación social tales como los ritos, las ceremonias, las fórmulas de cortesía, etc. “Semiología estudia en general los sistemas de signos, la forma como se establecen, y la manera cómo funcionan.”

6.3.1.2 Psicología

Según Feldman (2002) la psicología es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales. Trata de describir y explicar todos los aspectos del pensamiento, de los sentimientos, de las percepciones y de las acciones humanas. La psicología puede dividirse en psicología básica con la función de generar nuevos conocimientos respecto a los fenómenos psicológicos y psicología aplicada que tiene como objetivo la solución de problemas prácticos a través de la aplicación de los conocimientos producidos por la psicología básica. “Estudio de los aspectos biológicos, sociales y culturales del comportamiento humano.”

La psicología es una ciencia en constante desarrollo y dados los condicionantes sociales y morales, va transformándose en base a la madurez de las sociedades a lo largo del tiempo. En la actualidad, la psicología se divide en varias ramas, las cuales se encuentran conectadas en tanto y en cuanto intentan dar respuesta a lo mismo, el porqué de las acciones

y los efectos que las experiencias puedan tener en un ser vivo o grupo para condicionar su existencia.

Psicología del color

Morris (2005) menciona que la psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. El estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, moda, y arte publicitario. “ La psicología del color es el estudio que se centra en las reacciones del ser humano frente al estímulo visual de un color.”

Colores y su significado

Rojo

Es el color del fuego y de la sangre, produce calor. Es el más caliente de los colores cálidos, se relaciona con la pasión, los impulsos y el peligro. El rojo aumenta la tensión muscular, el deseo y la excitación. Activa la circulación y por ende acelera las palpitations, eleva la presión arterial y acelera la respiración. También actúa mejorando las funciones hepáticas.

Es el color de la vitalidad y la acción, ejerce una influencia poderosa sobre el humor de los seres humanos. Si ocupa grandes espacios en una habitación puede resultar agobiante, en cambio si se utiliza en pequeños detalles brinda calidez. Es una buena contraposición a los colores neutros ya que el rojo les da vida. Su aspecto negativo es que puede generar actitudes agresivas, incluso despertar la cólera. Vigoroso, impulsivo, activo, simpático.

Azul

Es el color que con su efecto tónico, eleva la presión de la sangre por contracción de las arterias. Actúa como antiséptico, antifebril y astringente. También demuestra su eficacia en los estados reumáticos. Para un individuo emotivo el azul es más calmante que el verde. Abre la mente, brindando paz y tranquilidad. El azul es el más sobrio de los colores fríos, transmite seriedad, confianza y tranquilidad. Se le atribuye el poder para desintegrar las energías negativas. Favorece la paciencia amabilidad y serenidad, aunque la sobre exposición al mismo produce fatiga o depresión. Es uno de los colores preferidos, pero resulta difícil de utilizar en la decoración de los ambientes. También se aconseja para balancear el uso de los colores cálidos.

Blanco

Su significado es asociado a la paz, pureza, fe. Alegría y pulcritud. Es la fusión de todos los colores y la absoluta presencia de la luz. Para los orientales es el color que simboliza el más allá o el cambio de una vida a la otra. Es un color purificador, brinda sensación de limpieza y claridad. Ayuda a alejarse de lo sombrío y triste. Representa el amor divino, estimula la humildad y la imaginación creativa. Se puede utilizar en la decoración de un ambiente en grandes cantidades sin sobrecargar el ambiente.

Psicología Ambiental

Aragones (2010) define la psicología ambiental como aquella disciplina que estudia las relaciones recíprocas entre la conducta y el ambiente socio físico, ya sea éste natural o creado por el ser humano. El análisis y explicación de las conductas relacionadas con el

medio ambiente, constituye uno de los objetivos prioritarios de la psicología ambiental. Este objetivo es compartido por las diferentes disciplinas englobadas en la psicología como ciencia que aborda el estudio del comportamiento humano. De ahí, que se considere que la psicología ambiental se trata de un área de estudio interdisciplinar.

Se han realizado grandes esfuerzos en medir y explicar aquellas variables que influyen en la conciencia ambiental de forma general, diferenciando dos niveles de análisis o tipos de orientaciones en la investigación psicosocial realizada. De un lado, aquellos estudios que se centran en descubrir los factores sociodemográficos asociados a la conciencia ambiental y, de otro lado, los que partiendo del estudio de los valores, las creencias y otros constructos psicosociales, tratan de explicar las variaciones en la conciencia ambiental. En esta segunda línea, si bien algunos de los estudios realizados sobre actitudes ambientales indican la existencia de un elevado nivel de preocupación ambiental entre la población general, otros han encontrado bajas correlaciones entre estas actitudes y la realización de comportamientos pro ambientales. Estos hallazgos, han llevado a plantear que una alta concienciación respecto al medio ambiente, por sí sola, no asegura la puesta en marcha de comportamientos ecológicos responsables. “Estudia la conciencia ambiental del ser humano, los procesos psicológicos que intervienen en la relación entre el ambiente físico y la conducta.”

6.3.1.3 Antropología

Ciencia que se encarga de estudiar la realidad del ser humano a través de un enfoque holístico. Esta ciencia analiza al hombre en el contexto cultural y social del que forma parte.

Así analiza el origen del ser humano, su desarrollo como especie social y los cambios en sus conductas según pasa el tiempo. “Ciencia que trata los aspectos biológicos y sociales del hombre”.

6.3.1.4 Etnología

Ciencia social que estudia y compara los diferentes pueblos y culturas del mundo antiguo y actual. Algunos autores la consideran una disciplina y método de investigación de la antropología. “Ciencia que estudia las causas y razones de las costumbres y tradiciones de los pueblos”.

6.3.1.5 Filosofía

Es la ciencia que se ocupa de responder los grandes interrogantes que desvelan al hombre como ser el origen del universo o del hombre, el sentido de la vida, entre otros, con el fin de alcanzar la sabiduría. “Contemplación reflexiva del universo, sabiduría, y el conocimiento de la verdad, la ciencia absoluta adquirida por la reflexión”.

6.3.1.6 Lingüística

Es la ciencia que estudia el lenguaje, como forma de comunicación humana en cuanto a sus códigos y sistema de símbolos, el uso de las distintas lenguas, sus puntos en común, y su evolución. “Ciencia que estudia todos los aspectos de las lenguas, su origen, evolución, características, utilización, y relación”.

6.3.1.7 Ecología

Livia (2001) menciona que la ecología se define como la ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con su ambiente. La ecología tuvo sus raíces en la biología y ha surgido de ella como una disciplina nueva, que de manera integral, relaciona los procesos físicos con los biológicos y constituye un puente entre las ciencias naturales y las sociales.

Para estudiar y explicar cómo funciona el ambiente, la ecología utiliza el concepto de sistemas. Concibe al ambiente como un sistema compuesto por componentes físicos, químicos y sociales que interactúan entre sí en una compleja trama de relaciones.

Los sistemas son conjuntos o combinaciones de elementos relacionados entre sí que tienen una actividad en común y forman un todo complejo que funciona como una unidad con propiedades nuevas, propiedades que no poseen sus elementos en forma aislada. “La ecología es el estudio de la relación entre las plantas y los animales con su ambiente físico y biológico.”

6.3.1.8 Biología

Ville (2003) Es la ciencia de la vida, que trata del estudio de los seres vivos. En sentido etimológico, biología significa estudio de la vida. Esta ciencia estudia los seres vivos: su clasificación, organización, constitución química, funcionamiento, capacidad reproductiva y su interacción con el medio ambiente. El objetivo de la biología es, entonces, el estudio de la vida de los seres vivos o los fenómenos relacionados a ellos, procurando, a través de variados métodos, comprender las causas del comportamiento de los seres vivos,

estableciendo las leyes que controlan tales mecanismos. “Biología es la ciencia que estudia a los seres vivo, ya sean estos animales, plantas o seres humanos.”

Biodiversidad

Se refiere a la variedad de organismos vivos en el planeta; esto incluye, entre otras cosas, los ecosistemas terrestres y acuáticos, así como las diferentes especies microscópicas y macroscópicas y los genes que habitan en ellos. Es decir, todas las formas en que la vida se manifiesta en nuestro planeta.

El uso de la biodiversidad por el ser humano no implica necesariamente la destrucción de ecosistemas, ni el riesgo de extinción de las especies. Por el contrario, de realizarse adecuadamente, el uso puede ser motivo de mayor protección y por tanto, conservación de la biodiversidad, de apoyo a la continuidad de patrones y procesos naturales en los ecosistemas, de fomento de las poblaciones de las diferentes especies y de una mayor certidumbre en la supervivencia de éstas a largo plazo. Esto es lo que llamamos uso sustentable.

6.3.1.9 Sociología

Cuvillier (1970) menciona que la sociología es una ciencia que se dedica al estudio de los grupos sociales (conjunto de individuos que conviven agrupados en diversos tipos de asociaciones). Esta ciencia analiza las formas internas de organización, las relaciones que los sujetos mantienen entre sí y con el sistema, y el grado de cohesión existente en la estructura social. La sociología surgió poco después de la Revolución Francesa, como una ciencia de la sociedad positiva. Su génesis se debe a varios movimientos en la filosofía de la ciencia y la

epistemología. La investigación social surgió de la Sociología, pero desde entonces se ha adquirido un grado de autonomía dado que profesionales de otras disciplinas comparten su propósito. En la antigüedad el razonamiento sociológico puede remontarse al menos hasta los antiguos griegos.

Se encuentran observaciones proto-sociológicas en los textos fundadores de la filosofía occidental (Herodoto, Platón, Polibio etc.), también en el pensamiento no europeo como Confucio, existen evidencias sociológicas musulmanas desde el siglo XIV. En la actualidad la sociología estudia al hombre en su medio social, es decir en el seno de una sociedad, cultura, país, ciudad, clase social, etc. La sociología no estudia la sociedad como suma de individuos sino que estudia las múltiples interacciones de esos individuos que son los que confieren vida y existencia a la sociedad en todas sus manifestaciones. “Sociología es aquella ciencia que se ocupa del estudio de la sociedad.”

6.3.1.10 Andragogía

Knowles (2001) afirma que la andragogía ofrece los principios fundamentales que permiten el diseño y conducción de procesos docentes más eficaces, en el sentido que remite a las características de la situación de aprendizaje, y por tanto, es aplicable a diversos contextos de enseñanza de adultos. Proporciona la oportunidad para que el adulto que decide aprender participe activamente en su propio aprendizaje e intervenga en la planificación, programación, realización, y evaluación de las actividades educativas en condiciones de igualdad con sus compañeros participantes y con el facilitador. “Andragogía es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto.”

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Fotografía

La página <http://conceptodefinicion.de> propone que la palabra fotografía se deriva de los vocablos de origen griego: phos (luz) y grafis (escritura), lo cual significa escribir o dibujar con luz. La fotografía es una técnica de captar imágenes permanentes con una cámara por medio de la acción fotoquímica de la luz o de otras formas de energía radiante, para luego reproducirlas en papel especial. “La fotografía es la ciencia y el arte de obtener imágenes duraderas por la acción de la luz.”

6.3.2.2 Dibujo

Es una forma de expresión gráfica, plasma imágenes sobre un espacio plano. Es considerado parte de la bella arte conocida como pintura. Es una de las modalidades de las artes visuales. Se considera al dibujo como el lenguaje gráfico universal, ha sido utilizado por la humanidad para transmitir ideas, proyectos y, en un sentido más amplio, su cultura. “Arte que enseña a dibujar”.

6.3.2.3 Ilustración

Es la acción y efecto de ilustrar (dibujar, adornar). El término permite nombrar al dibujo, estampa o grabado que adorna, documenta o decora un libro, revista, folleto, etc.

6.3.2.4 Digitalización

Proceso de convertir una imagen en papel a una imagen que puede ser reconocida en su totalidad por un computador. Técnica que permite la reproducción de información que se encuentra de manera analógica en otra, que solo puede ser leída o interpretada por un computador. Conversión de documentos a formato digital mediante un procedimiento de captura, tratamiento o almacenamiento, con la finalidad de preservar, conservar y difundir información. “Proceso de convertir texto, formas, dibujos, etc. a forma digital”.

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del Color

Es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos. El color es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas. “Esta teoría se trata sobre la estandarización de las diferentes técnicas de mezcla de color dentro de los dominios de la estética visual y la armonía, las frecuencias de colores, las identidades y la constitución del color”.

6.3.3.2 Teoría de Comunicación

Teoría que explica cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo estos intercambios afectan a sociedad y comunicación. Investiga el conjunto de principios, conceptos y regularidades que sirven de base al estudio de la comunicación como proceso

social. “La teoría de la comunicación estudia la capacidad que tienen algunos seres vivos de relacionarse con otros intercambiando información”.

6.3.3.3 Teoría de la Información

Teoría que se ocupa de la medición de la información y de la representación de la misma y de la capacidad de los sistemas de comunicación para transmitir y procesar información. “La teoría de la información analiza cual es la cantidad de señales que pueden transportarse por un determinado canal”.

6.3.3.4 Publicidad

Destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación (televisión, cine, radio, revistas, Internet) con el objetivo de motivar al público hacia una determinada acción de consumo. “La publicidad informará al consumidor potencial de un bien o servicio acerca de los beneficios que presenta este y resaltará las diferencias que lo distinguen de otras marcas”.

6.3.3.5 Semiótica

Se conoce como semiótica la teoría que tiene como objeto de interés a los signos. Esta ciencia se encarga de analizar la presencia de éstos en la sociedad, al igual que la semiología.

La semiótica incluye varias ciencias, que se dedican al estudio de los signos en determinados campos del conocimiento. Es decir que la semiótica es vista como una ciencia orientada a estudiar cómo funciona el pensamiento para explicar las maneras de interpretación del entorno y de creación y difusión de conocimiento que tienen las personas. “Semiótica se encarga de estudiar todos aquellos signos que estén fuera del ámbito de la lengua”

6.3.3.5 Semántica

Es la ciencia de la significación y de los procedimientos de análisis que permiten describir ciertos sistemas de significación. La semiótica se basa en dos puntos teóricos fundamentales: el primero es el que puede definirse como principio de inmanencia. Todo texto constituye una totalidad completa, de forma que su análisis no tiene que recurrir a informaciones externas al.

El análisis semiótico propone ciertos procedimientos rigurosos para comprender el texto en su auto proposición y en la articulación interna de su contenido. El segundo principio es el del sentido estructurado: el contenido de un texto se articula sobre la base de relaciones de diferencia. Captar el sentido de un texto es ante todo percibir esas relaciones de diferencia o la red de relaciones intertextuales. El juego de las diferencias constituye la estructura de un texto; por eso, el análisis semiótico se llama también análisis estructural. Las relaciones de diferencia constituyen lo que se ha dado en llamar la forma del contenido, que comprende estructuras narrativas, discursivas y lógico-semánticas, distinta de la forma de la expresión constituida por las estructuras lingüísticas y estilísticas. “La semántica es el estudio de los signos lingüísticos.”

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Minimalismo

La página <http://definicionabc.com> explica que el minimalismo es una corriente artística que sólo utiliza elementos mínimos y básicos. Por extensión, en el lenguaje cotidiano, se asocia el minimalismo a todo aquello que ha sido reducido a lo esencial y que no presenta ningún elemento sobrante o accesorio. La intención del minimalismo es generar sentido a partir de lo mínimo. Esto requiere simplificar los elementos utilizados, apelando a un lenguaje sencillo, colores puros y líneas simples. “Minimalismo es el arte que trata de la sencillez, de la estética y la belleza en lo simple. Es un estilo que se basa en la idea de menos es más. La menor cantidad de elementos o estímulos posibles para crear algo.”

6.3.4.2 Técnico

Este tipo de tendencia se abrió camino gracias al diseño e introducción de la infografía, ya que el diseño técnico, se caracteriza por ser claro, limpio, sencillo y preciso. Las líneas limpias y el uso reflexivo del color, son algunos de los puntos finos de la ilustración técnica. En el folleto ilustrado impreso que se realizó para este proyecto se pueden encontrar varias infografías explicando los temas sobre los recursos hídricos y están hechas de una forma clara, limpia, y sencilla para una fácil comprensión.

6.3.4.3 Utilización de Infografías

Es la mejor manera de representar los datos. Cada vez hay más personas que no les gusta leer textos que no contengan imágenes. Por ello, las infografías que se utilizan en el folleto son una manera muy eficaz de aportar gran cantidad de información en espacios pequeños. Además, es un modo infalible de captar la atención y conducir al usuario final al contenido.

Ver Anexo J

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

En este proyecto se ha considerado tener conocimiento respecto a diversas áreas que permitan realizar un diseño, que comunique la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

7.1.1 Conceptos relacionados con el producto o servicio

Finalidad de la empresa

Al conocer la finalidad de la empresa se logra conocer los objetivos que tienen y los resultados que quieren obtener por medio del folleto. Conociendo esto se sabe cuál es la información indicada que debe ponerse en el folleto, para cumplir los objetivos y tener los resultados que la empresa busca por medio de este folleto.

Recursos Hídricos

Antes de comenzar con el proyecto, era significativo aprender sobre los recursos hídricos y que los afectaba. Al saber más sobre este tema, permite poner la información necesaria en el folleto para crear conciencia en el lector.

7.1.2 Conceptos de Comunicación

Es importante conocer los componentes de la comunicación, los diferentes tipos que existen, las formas en la que se pueden aplicar, etc. Ya que saber esto permite que el folleto

pueda comunicar de manera clara e eficiente la importancia de la conservación de los recursos hídricos causando impacto en los lectores en querer aprender más sobre el tema.

Durante la comunicación se puede cometer ciertos errores, uno de ellos es el error de conocimiento, al conocer este error permite informar mejor sobre el tema del que se va tratar en el folleto, en este caso lo recursos hídricos lo cual facilito comunicar la información de mejor manera.

7.1.3 Conceptos de Diseño

Diseño

El diseño permitirá proyectar, coordinar y organizar todo los elementos que se colocaran en el folleto, para crear objetos visuales que comuniquen el mensaje de la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

Diseño Gráfico

El diseño gráfico es fundamental, ya que la estética, funcionalidad y creatividad son esenciales para cumplir con el propósito del folleto. Las técnicas del diseño se utilizarán con el fin de crear una propuesta que integre da la mejor manera la información, fotografías, imágenes, e infografías que se colocarán en el folleto para que logre comunicar la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

Diseño Editorial

Será elemental en la realización del folleto, ya que es un elemento vital en el diseño. De él depende la adecuada diagramación e integración de textos, imágenes y creatividad a la hora de diseñar y diagramar el folleto.

Folleto

Fue importante investigar lo que era un folleto, ya que este es muy diferente a una revista, catalogo, boletín, etc. Con la información recopilada se determinó que un folleto no es para divulgar información demasiado abundante y deben contar con variedad de elementos gráficos. Por lo que en el folleto se trabajará con poca información y más imágenes fotografías e infografías.

Infografía

Permitirá facilitar la comprensión de la información al lector por medio de gráficos. Esto ayudará al grupo objetivo entender de mejor manera la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

Tipografía

Es necesario hacer buen manejo de tipografías, que sean agradables a la vista y entendibles, para que el material final del folleto se lea correctamente y cuente con adecuada lectura.

Fotografía

La fotografía plasma la realidad y retiene el tiempo en un papel, la fotografías que se tomaron para colocar en el folleto es del personal de Waterways Guatemala al trabajar con

recursos hídricos y demostrar la importancia del trabajo en equipo, y la dedicación al cuidado de las fuentes de agua.

Minimalismo

Se caracteriza por la extrema simplicidad de sus formas, líneas puras, espacios despejados, equilibrio y armonía. Es importante que en el folleto todos los elementos combinen y formen unidad, priorizando el todo sobre las partes. Esto permitirá al lector analizar la información, infografías y fotografías y que, además, disfrute de las pausas, del vacío, del espacio entre columnas y que sienta un goce al aprender sobre la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

Psicología del color

El color causa efecto en la percepción y la conducta humana, por lo que es muy importante determinar qué colores se utilizarán en el folleto. Transmitirán calma, paz, tranquilidad, seriedad, confianza, serenidad, claridad, y humildad. Esto influirá al lector a iniciar y a concluir la lectura, logrando que tome acción.

Semiología

En este caso, la semiología permitirá aplicar un significado, inspirador e estimulante por medio de fotografías, imágenes e infografías que motive al lector a seguir aprendiendo y tomar acciones.

Sociología

Es importante, ya que hay una sociedad que quiere conservar, cuidar y proteger los recursos hídricos para tener mejores condiciones de vida en todo aspecto, salud, cultura, economía etc. Por eso es que el folleto debe transmitir ese sentir del beneficio y la importancia de cuidar los recursos hídricos. Además, atraer no solo a un grupo determinado sino al país entero.

Andragogía

Se utiliza la forma más comprensible de ejemplificación de los conceptos y explicación teórica del contenido del folleto, para eficiente aprendizaje de personas adultas.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

La técnica utilizada se llama Provocación, que se describe en la página web www.neuronilla.com.

¿Qué es?

La provocación es una técnica que requiere el pensamiento lateral, implica eliminar del pensamiento los patrones establecidos que se utilizan para solucionar problemas normalmente. Edward de Bono popularizó la provocación usando la palabra 'Po', la 'Po' la 'operación provocativa'.

¿Cómo?

Pensamos generalmente reconociendo patrones y reaccionando a ellos, tales reacciones vienen de nuestras experiencias previas y las extensiones lógicas a esas experiencias, y no nos aventuramos demasiado a menudo fuera de estos patrones. Mientras que podemos saber la respuesta como parte de un determinado tipo de problema, la estructura de nuestros cerebros hace difícil que liguemos esto.

La técnica requiere construir pensamientos deliberadamente estúpidos (provocations), en los que algo que tomamos como concedido sobre la situación, no es

verdad. Los pensamientos necesitan ser estúpidos para dar una sacudida eléctrica a nuestras mentes fuera de las maneras de pensamiento preestablecidas. Una vez que hayamos hecho una declaración provocativa, nuestro juicio entonces se suspende y la declaración se utiliza para generar ideas. Los provocations nos dan los puntos de partida originales para el pensamiento creativo. Por ejemplo, imagínese el pensamiento "las casas no deben tener tejado". ¡Esto no sería normalmente una buena idea! Sin embargo esto conduce a pensar en casas con las azoteas abiertas en determinadas épocas, o casas con las azoteas de cristal.

Una vez que usted haya hecho la declaración provocativa, puede utilizar esta lista de comprobación para examinar todos sus aspectos:

- Las consecuencias del pensamiento.
- Las ventajas del pensamiento.
- Los principios necesitaron apoyarla y hacerle el trabajo.
- Cómo trabajaría de momento-a-momento.
- Qué sucedería si una secuencia fuera cambiada.

Esta técnica sirve para generar nuevos conceptos, por mucho que al principio puedan parecer estúpidos.

¿Para qué?

Esta técnica se puede utilizar de forma individual o como complemento de otras técnicas, siempre que sintamos que estamos bloqueados o que no podemos salir del pensamiento lógico.

Ya definida la técnica que se va utilizar, se inicia con los pensamientos ilógicos:

- La conservación de los recursos hídricos no es importante.
- Los recursos hídricos nunca se van a agotar.
- El agua no influye en el desarrollo de la vida.
- El agua no es un elemento central para la realización de la mayoría de los aspectos que tienen que ver con la vida.
- El agua no es un recurso natural en peligro.
- El agua no es agotable.
- La contaminación no afecta a los recursos hídricos.
- Los recursos hídricos no se ven afectados por las actividades humanas.

Pensamientos lógicos:

- La conservación de los recursos hídricos es importante.
- Los recursos hídricos se agotarán si no se comienzan a cuidar.
- El agua es indispensable para el desarrollo de la vida.
- El agua es un recurso natural que está en peligro.
- El agua se puede agotar.
- La contaminación afecta los recursos hídricos.
- Los recursos hídricos son afectados día a día por las actividades humanas.
- El agua es agotable, su degradación puede ser irreversible.
- Nuestras acciones tienen gran impacto sobre los recursos hídricos.
- No se puede vivir sin agua.
- Hay personas que reconocen la importancia de cuidar los recursos hídricos.

Después de este ejercicio se puede concluir que:

- Hay que crear conciencia en las personas de que el agua se puede agotar.
- La conservación de los recursos hídricos no es algo que se debe tomar a la ligera.
- Hay personas interesadas en la conservación de los recursos hídricos.
- Hay personas dispuestas a cambiar sus acciones para ayudar a la conservación de los recursos hídricos.
- Sin agua no hay vida.

Los conceptos que se surgieron después de aplicar la técnica de provocación fueron los siguientes:

- Cuidemos el agua.
- El agua es vital.
- Juntos podemos cuidar el agua.
- Cuidando el agua.
- El agua nos necesita.
- No se puede vivir sin agua.
- Salvemos el agua, luego te salvará a ti.
- **Conserva el agua, conserva tu vida.**
- Salva el agua, asegura el futuro.
- La vida depende del agua.

7.2.2 Definición de Concepto

Con el método explicado anteriormente, el concepto que se eligió fue: **“Conserva el agua, conserva tu vida”**. Este concepto expresa exactamente lo que se quiere transmitir en el folleto, la importancia de la conservación de los recursos hídricos. El agua es necesaria para la vida del hombre, los animales y las plantas. Es parte importante de la riqueza de un país; por eso se debe aprender a conservarla.

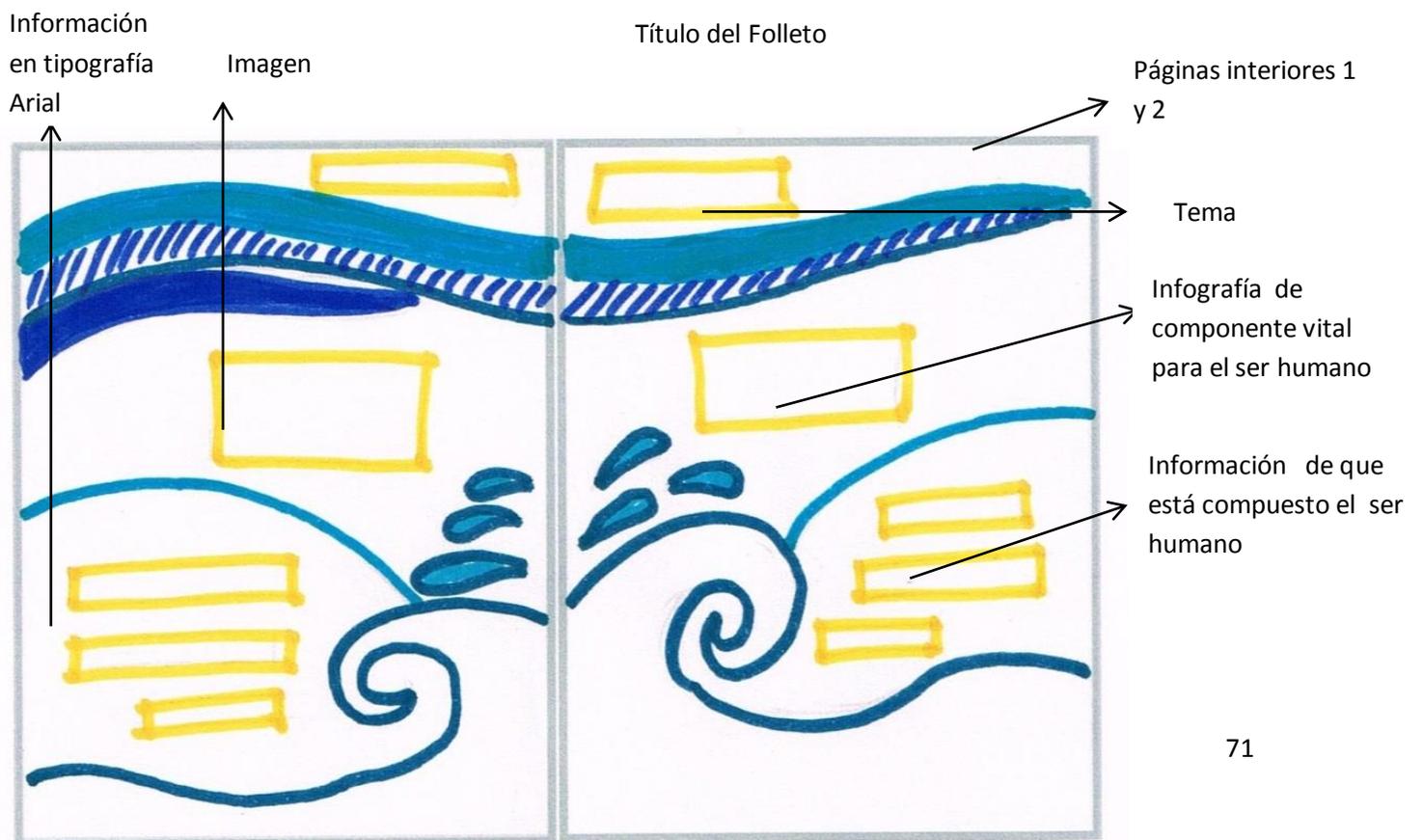
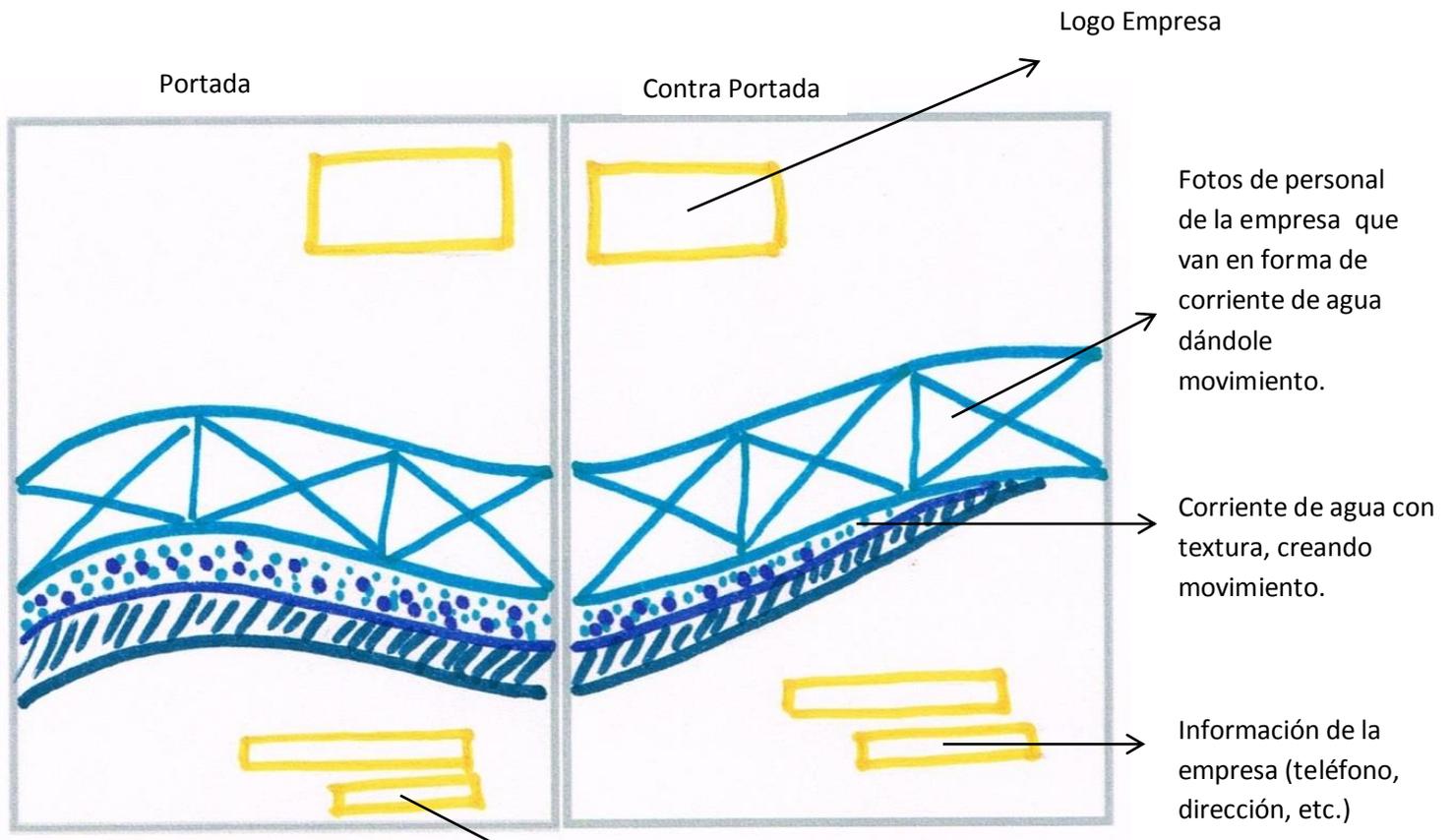
7.3 Bocetaje

Tabla de Requisitos

Elemento Gráfico	Propósito	Técnica	Emoción
Tipografía	Se usará tipografía que exprese una imagen suave, sencilla, minimalista y legible.	La fuente que se utilizará para los títulos y temas en el folleto será American Captain.	Unidad Claridad Tranquilidad
Color	Expresar tranquilidad y frescura con colores agradables a la vista.	Los colores predominantes del folleto ilustrado serán los siguientes: Azul Blanco	Azul: abre la mente, brinda paz y tranquilidad. Blanco: es asociado con la paz y la pureza, es un color que brinda sensación de limpieza y claridad.

Fotografía	Mostrar cómo personal de Waterways Guatemala trabaja duro por la conservación de los recursos hídricos.	Las fotografías se retocarán en el programa de photoshop.	Placer Alegría Entusiasmo Deseo Motivación
Diagramación	Diagramar de manera sencilla y práctica toda la información. Organizar el espacio para mostrar sencillez y armonía.	La diagramación se realizará en el programa Indesign	Unidad Armonía

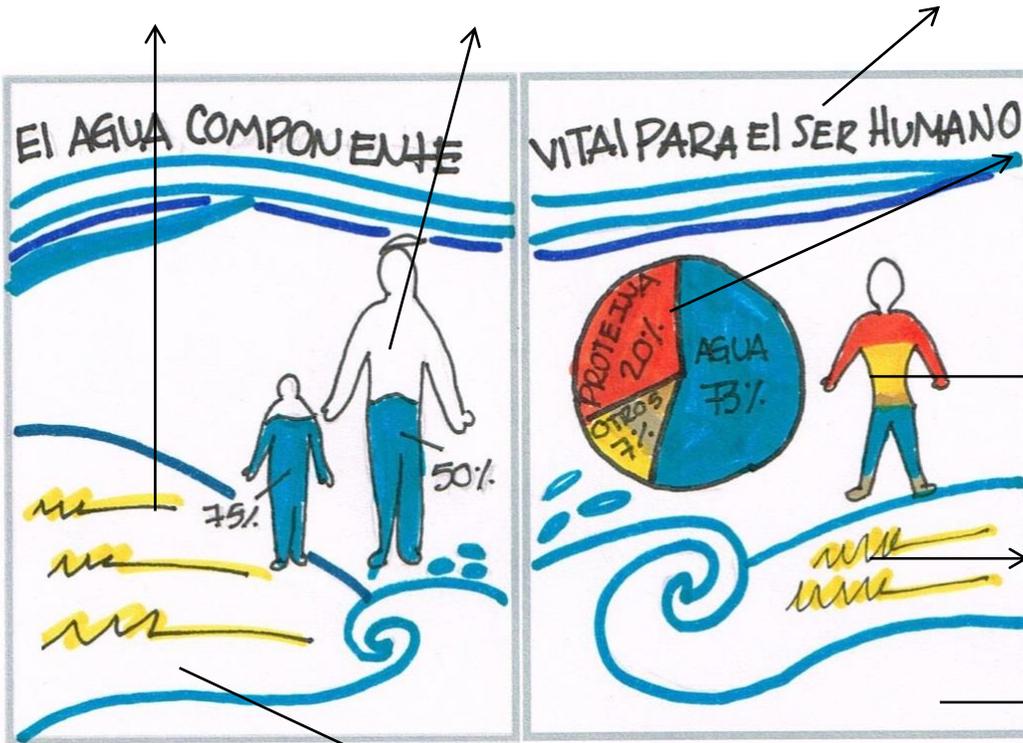
Propuesta # 1



Porcentaje de
cuánta agua está
compuesto el ser
humano

Imagen de cuánta
agua hay en el ser
humano

Tipografía American Captain



Gráfica explicando
cómo está
compuesto el ser
humano

Persona colorida
para comparar
con la gráfica

Información de cuánta agua,
proteína y minerales se
encuentra en el ser humano.

Páginas 3 y 4

Imagen de personas con
ideas de cómo ayudar a
cuidar el agua

Información de
cómo se
distribuye el agua
en el ser humano

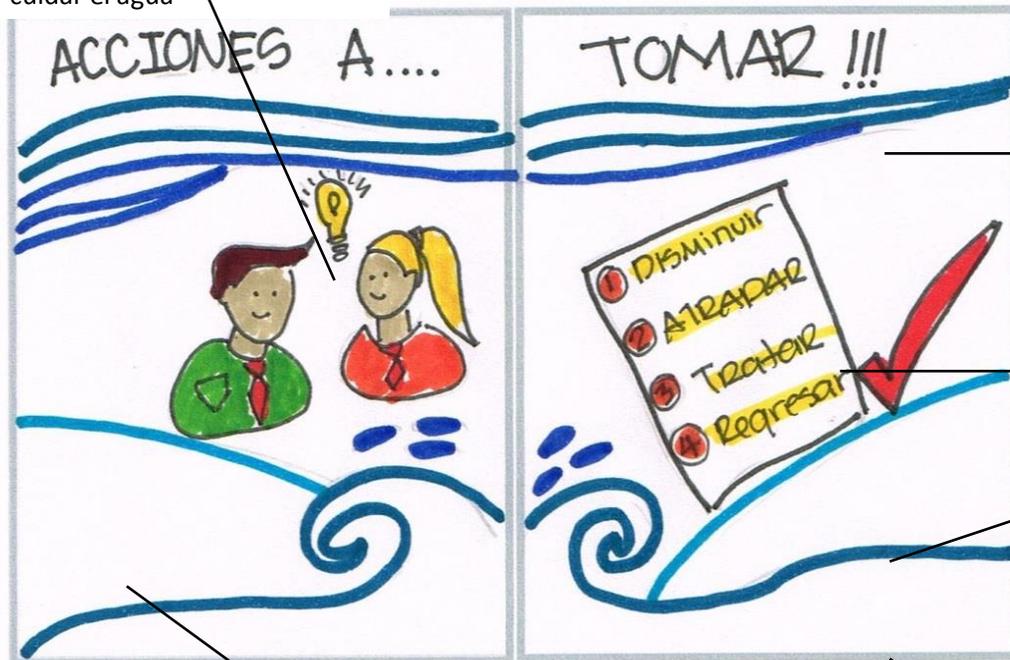


Imagen de explicación
de que acciones hay
que tomar para revertir
el impacto negativo al
agua

Imagen de cheque
representando que es
lo que está bien hacer
para ayudar

Información de cómo
restaurar el agua

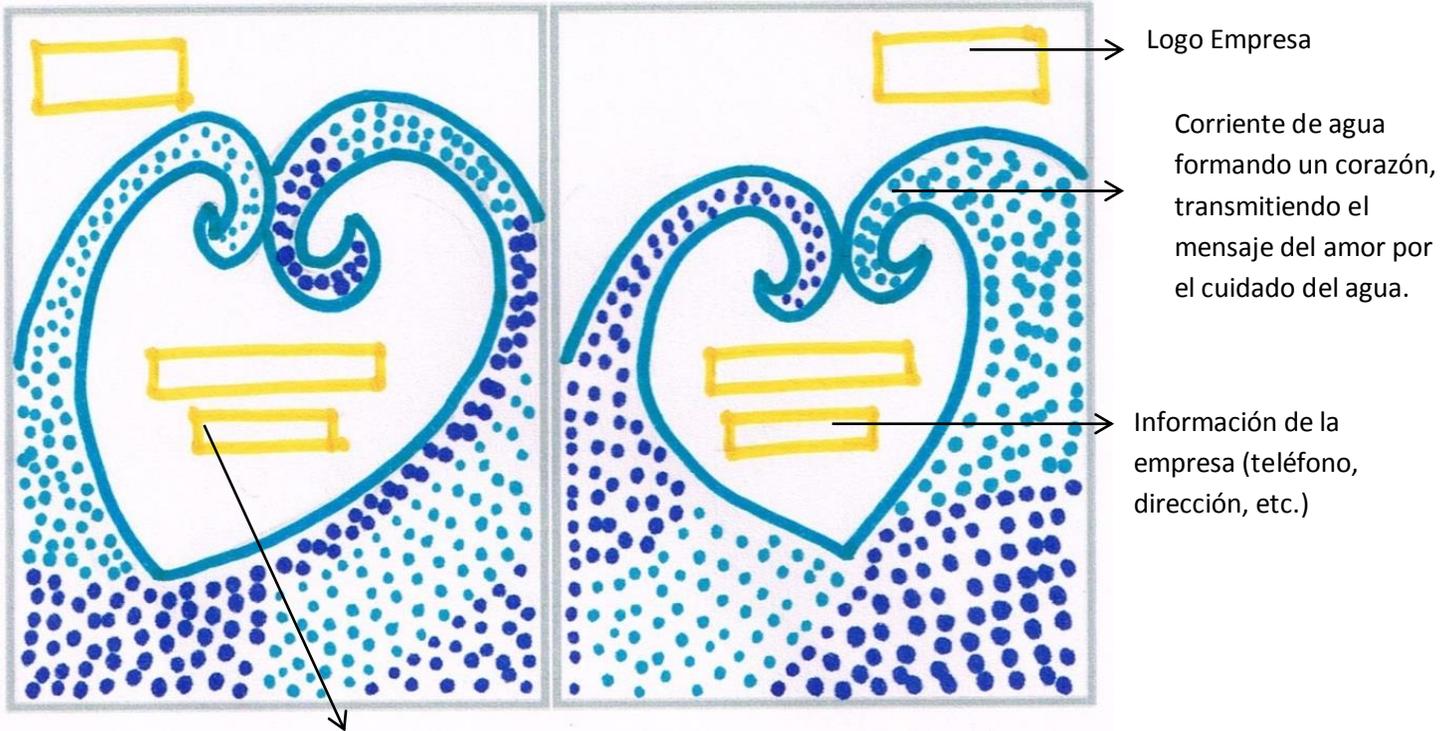
Información de cómo disminuir el
deterioro a las fuentes de agua

Páginas 5 y 6

Propuesta # 2

Portada

Contra Portada



Logo Empresa

Corriente de agua formando un corazón, transmitiendo el mensaje del amor por el cuidado del agua.

Información de la empresa (teléfono, dirección, etc.)

Título del Folleto



Tema

Corriente de agua subrayando el tema

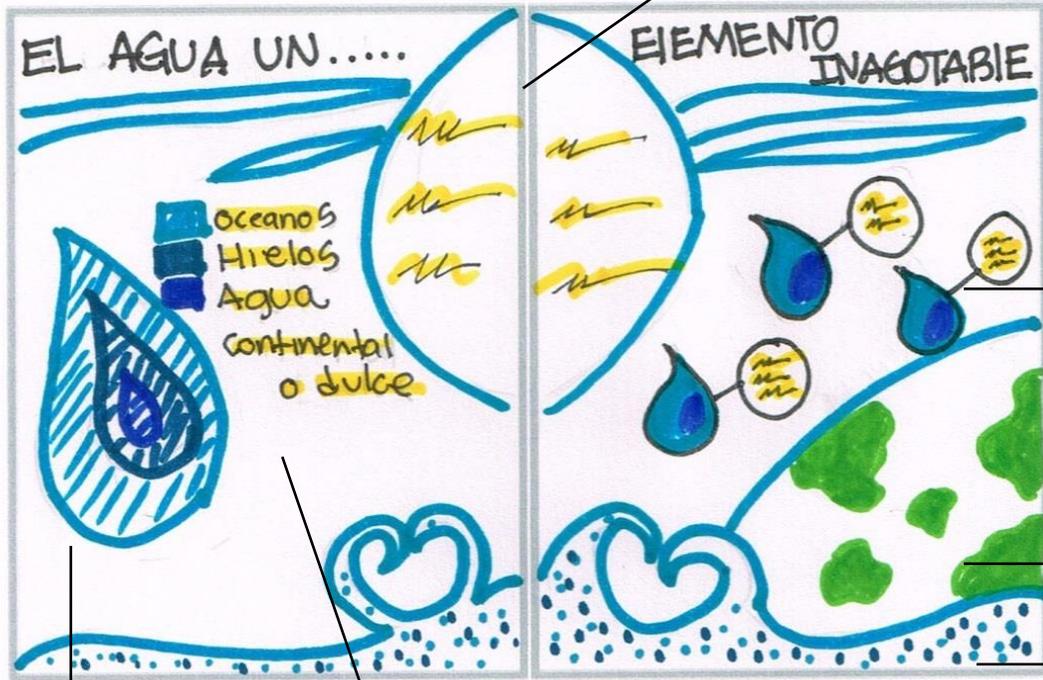
Información

Infografía de desechos cayendo sobre agua

Imagen de señal de tóxico

Páginas 1 y 2

Más información sobre el tema



Explicación de cuánta agua hay disponible en la tierra

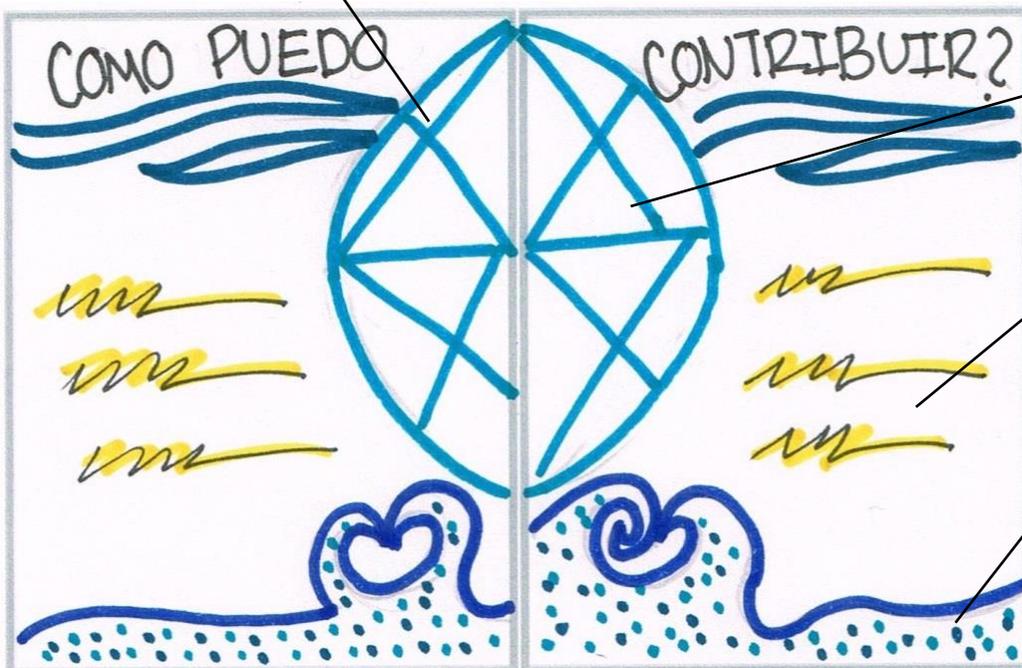
Imagen de planeta tierra

Páginas 3 y 4

Infografía de gota de agua

Explicación de cuánta agua dulce se encuentra disponible

Fotos de personal trabajando con el agua



Fotos de la empresa formando un círculo

Información de cómo se puede ayudar a iniciar acciones sostenibles en el hogar y trabajo

Páginas 5 y 6

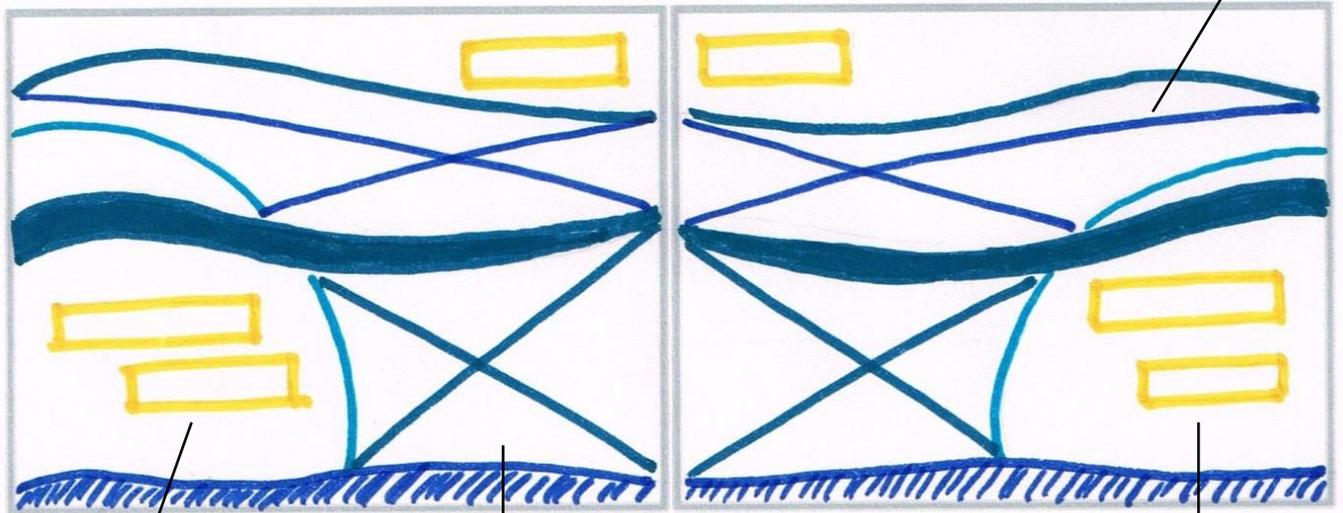
Propuesta # 3

Portada

Logo Empresa

Foto del personal de la empresa

Contra Portada



Título del Folleto

Foto del personal de la empresa

Corriente de agua con textura, creando movimiento.

Información de la empresa

Corriente de agua subrayando el tema

Página 1 y 2

Tema

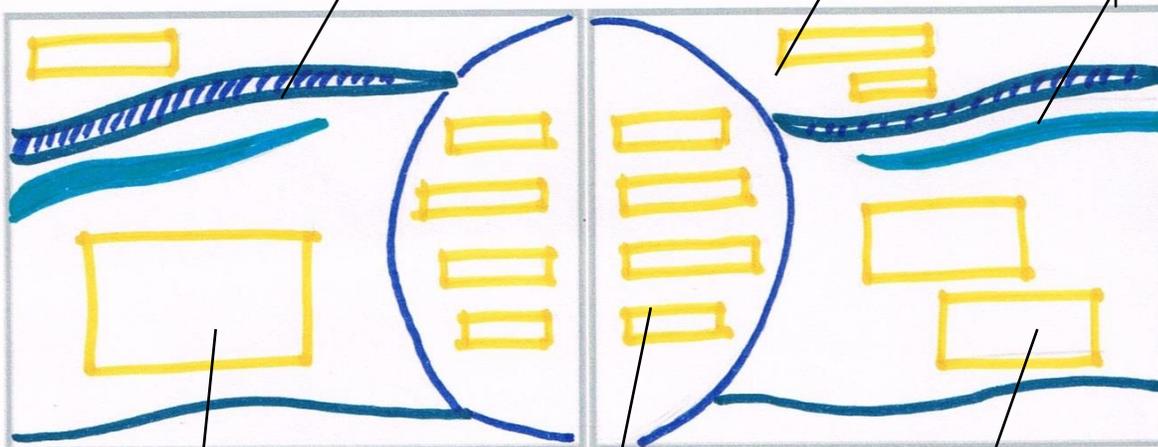


Imagen de persona con ideas

Información de eco ingeniería

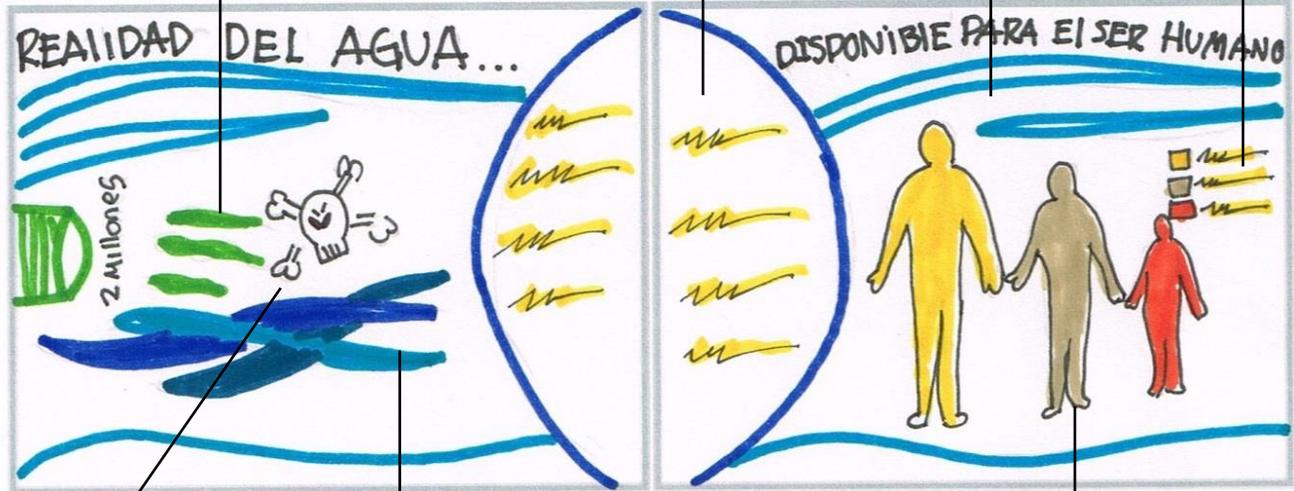
Infografía de procesos para ayudar las fuentes de agua

Infografía explicando contaminación del agua

Información de cuantos desechos son tirados al agua anualmente

Página 3 y 4

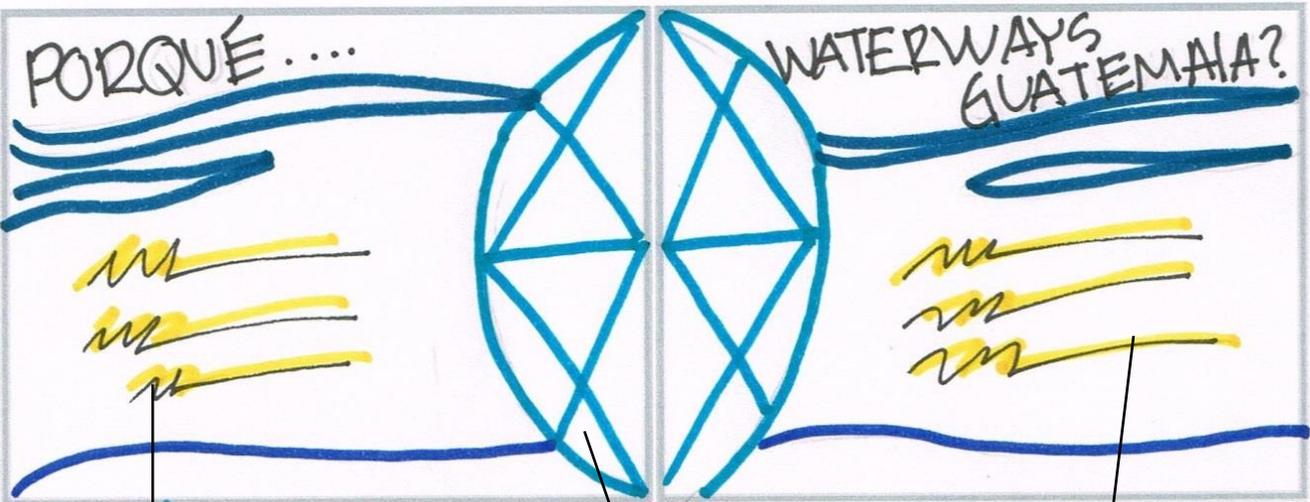
Estadísticas de cuánta agua hay disponible



Calavera representando toxico

Agua contaminada

Infografía de cómo el agua contaminada afecta al ser humano



Información de cómo la empresa ayuda por medio de capacitaciones

Página 5 y 6

Fotos del personal de la empresa formando un círculo

Cómo puede ayudar la empresa

7.4 Propuesta Preliminar

Portada: La propuesta de la portada se trabajó con una fotografía representativa del equipo de Waterways Guatemala, como parte principal del folleto, en donde sobresale una burbuja de texto con el lema de la empresa. También se colocó el logotipo de la empresa en la parte superior derecha y, por último, se tituló según contenido que este tendría, que es “Cuidado de los Recursos Hídricos”. El color predominante es el color azul, toma de referencia del logotipo de la empresa, y en cuanto a los elementos gráficos se hizo salpicaduras de agua y una ola azul en la parte de abajo representando las fuentes de agua.



Contraportada: Igual a la portada, con la única diferencia de que la fotografía es de dos asesores internacionales de Waterways Guatemala y en la burbuja de texto se encuentra la dirección completa de la empresa, para localizarlos y contactarlos.



Página 1: El tema es “Componente Vital para el Ser Humano” aquí detalla de cómo el agua es el componente principal del ser humano. Para explicar de mejor manera este tema, se realizó una infografía explicando de cómo al nacer, uno constituye de 75% de agua, utilizando la imagen de un niño relleno de agua con una flecha indicando el porcentaje de agua que contiene dentro de él. Al envejecer, esa proporción decrece hasta al 50%. Entonces se utilizó la imagen de un hombre adulto relleno de agua con una flecha que indica el porcentaje de agua que contiene dentro de él.



4pulg

5pulg

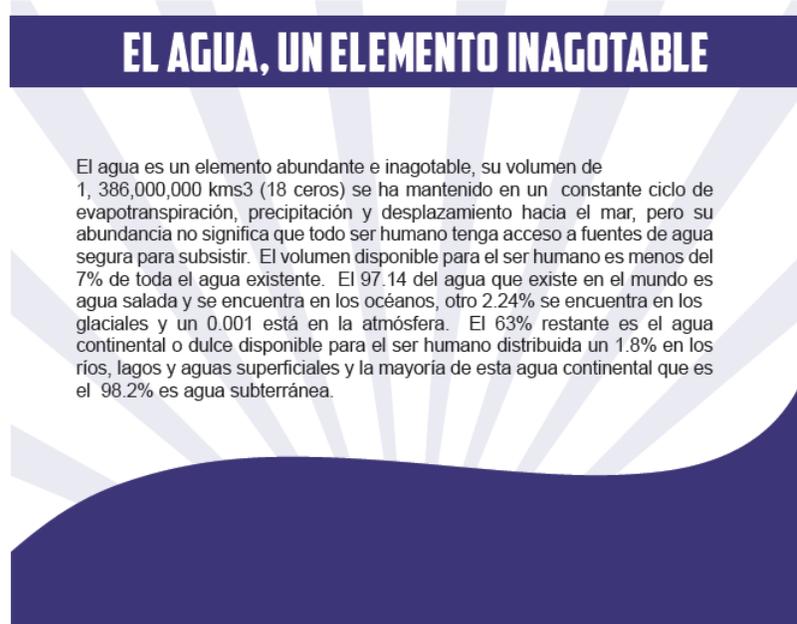
Página 2: Es la continuación del tema en donde mencionan de lo que está hecho el ser humano, además de agua. Para esto también se realizó una infografía en donde se colocó la imagen de un hombre compuesto de tres colores: anaranjado, rojo y azul. El color naranja representa el color de los minerales, vitaminas, etc. El color rojo representa la proteína y el color azul, el agua. A la par del hombre, se hizo una gota de agua compuesto de los mismos colores que tiene los porcentajes de los elementos de lo que está compuesto el ser humano.



4pulg

5pulg

Página 3: El tema es “El agua, un elemento inagotable.” En esta página se explica que el agua es un elemento abundante e inagotable, pero eso no significa que todo ser humano tenga acceso a agua segura para subsistir.



4pulg

5pulg

Página 4: Para explicar mejor el tema, se realizó una infografía compuesta de tres gotas en diferentes tamaños y tonos de azul. Dentro de cada gota se encuentra el porcentaje de mares y océanos, hielos y glaciares y, por último, agua continental. Cuanto más alto es el porcentaje de agua, más grande es la gota y entre más pequeño es el porcentaje, más pequeña es la gota.



4pulg

80

5pulg

Página 5: El tema es “Realidad del agua disponible.” Aquí explica de cómo el crecimiento de la población mundial tiene como consecuencia un aumento en producción de bienes. Teniendo como resultado un aumento de desechos líquidos y sólidos que terminan en las fuente de agua.

REALIDAD DEL AGUA DISPONIBLE

Toda actividad humana, ya sea consumo o uso personal, agrícola o industrial genera desechos que contaminan las fuentes de agua. En su paso por su ciclo natural, los procesos de la naturaleza se encargan de restaurar el valioso recurso depurándolo de esos contaminantes. Sin embargo los avances industriales y tecnológicos unidos al acelerado crecimiento de la población mundial han resultado en un aumento desmedido de la producción de bienes y por ende la generación de desechos sólidos y líquidos que terminan en las fuentes de agua.

4pulg

5pulg

Página 6: Siguiendo el tema anterior se realizó una infografía de cómo el exceso de desechos botados en las fuentes de agua, afecta el ser humano. Para esto se utilizó la imagen de tres personas, de cada una sale una burbuja en color rojo para llamar más la atención. Dentro de cada burbuja se encuentra texto de cuántas personas son afectadas a causa de esto.

REALIDAD DEL AGUA DISPONIBLE

- 900 millones de personas no tienen acceso a agua segura
- 2.2 millones de personas mueren cada año por enfermedades relacionadas a agua contaminada
- Y de esa cantidad 1.8 millones son niños menores de 2 años

4pulg

5pulg

Página 7: El tema es “Según Estadísticas.” Aquí mencionan cuántas toneladas de agua residual, desechos industriales y agrícolas son liberadas en las fuentes de agua anualmente.

SEGÚN ESTADÍSTICAS ...

Según estadísticas del Programa Mundial de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, dos millones de toneladas de aguas residuales y desechos industriales y agrícolas son liberados a las fuentes de agua anualmente, sobrepasando la capacidad de carga de la naturaleza para procesarlos y poniendo en riesgo la vida de los seres humanos. Las estadísticas de la Organización de Naciones Unidas son alarmantes ya que revelan que aproximadamente 900 millones de personas no tienen acceso a agua segura y que 2.2 millones de personas mueren cada año por enfermedades relacionadas a agua contaminada y de esta cantidad 1.8 millones son niños menores de 2 años. Así mismo la emisión de gases por agua contaminada contribuye al calentamiento global y al incremento de zonas anoxias que resultan en la pérdida de biodiversidad y disminución de la resistencia de los ecosistemas acuáticos.

5pulg

4pulg

Página 8: Para explicar el tema anterior, se realizó una infografía que constituye de un chorro de agua que bota sustancias malignas dentro de las fuentes de agua. Se utilizaron diferentes tonos de verde para dar la impresión de suciedad y desechos que caen dentro de agua limpia y de esto sale una flecha apuntando a un círculo rojo, para llamar la atención, con información importante dentro de él. Por último, se colocó del lado derecho una señal con una calavera que representa la palabra tóxico.

2 millones de toneladas de aguas residuales y desechos industriales e agrícolas son liberados a las fuentes de agua anualmente.

SEGÚN ESTADÍSTICAS ...

5pulg

4pulg

Página 9: El tema es “Acciones a tomar” donde explica cómo disminuir el deterioro de las fuentes de agua y revertir el impacto negativo.

ACCIONES A TOMAR

Para poder revertir o disminuir el deterioro de nuestras fuentes de agua y revertir el impacto negativo a la humanidad es necesario un manejo sostenible del recurso a todo nivel que incluya la disminución del agua que se contamina a través de la prevención, capturar el agua una vez haya sido contaminada para un tratamiento con técnicas apropiadas para retomarla con una calidad aceptable a la naturaleza o bien reusarla o reciclarla.

4pulg

5pulg

Página 10: Para explicar mejor el tema anterior, se realizó una infografía de flechas de diferente color formando un círculo. Dentro de cada flecha se encuentra una acción fundamental de cómo se puede ayudar. Dentro del círculo se colocó una imagen de unas manos que atrapan una gota de agua que da a entender que hay que cuidar y proteger el agua.

Disminuir volumen de agua contaminada

Atrapar el agua contaminada

Tratar el agua contaminada

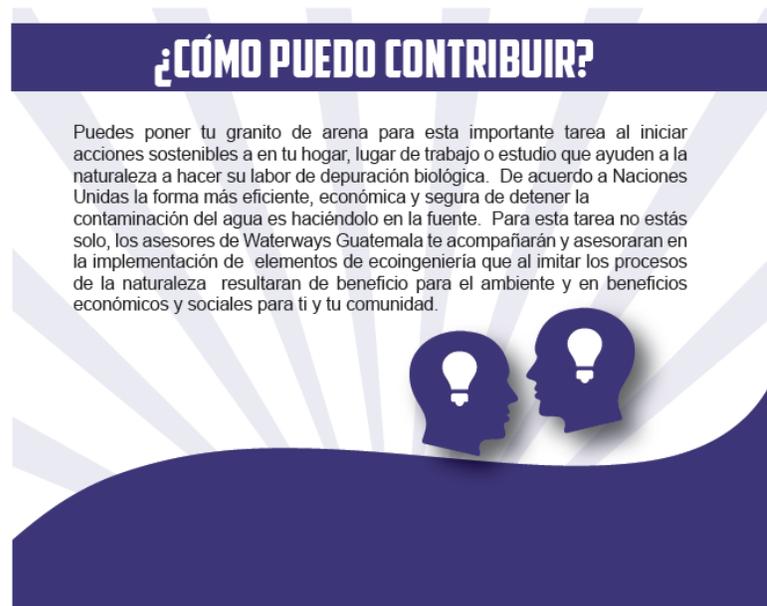
Respetar agua tratada a la naturaleza

ACCIONES A TOMAR

4pulg

5pulg

Página 11: El tema es “¿Cómo puedo contribuir?” Aquí explica de cómo se pueden realizar acciones sostenibles en el hogar, lugar de trabajo o estudio que ayuden a la naturaleza a hacer su labor de depuración biológica.



4pulg

5pulg

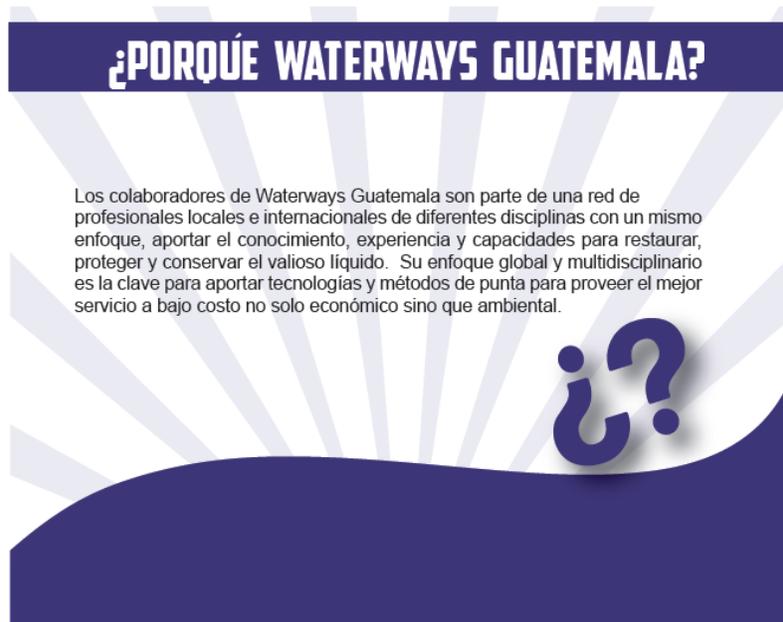
Página 12: Para explicar el tema anterior, se realizó una infografía de un chorro con agua saliendo de él, en donde se van formando tres burbujas con información fundamental, dentro de ellos de cómo se puede contribuir.



4pulg

5pulg

Página 13: El tema es “¿Por qué Waterways Guatemala?”. Se mencionan las disciplinas de los colaboradores de la empresa. Se colocó signos de interrogación en la parte inferior derecha.



4pulg

5pulg

Página 14: Se colocaron fotografías de colaboradores de la empresa trabajando con el agua, haciendo experimentos y pruebas para restaurar el valioso líquido. Se colocaron dentro de círculos, al crear la ilusión de que están dentro de burbujas de agua.



4pulg

5pulg

Página 15: Aquí se colocó la misión y visión de la empresa Waterways Guatemala. Se resaltó el color de los títulos en azul, para que se diferenciara la misión de la visión.

MISIÓN Y VISIÓN

Misión
Promover el uso de elementos ecológicos y biológicos como la mejor alternativa para solucionar los problemas que deterioran las fuentes de agua.

Visión
Influir en la toma de decisiones, a nivel individual o colectivo, privado o institucional, para promover cambios que contribuyan a revertir el impacto negativo de actividades humanas en las fuentes de agua.

5pulg

4pulg

The infographic features a dark blue header with the title 'MISIÓN Y VISIÓN' in white. Below the header, the 'Misión' and 'Visión' sections are presented in a light blue font. The background consists of a white sunburst pattern over a dark blue wavy base. A vertical line on the right side is marked with '4pulg' and a horizontal line at the bottom is marked with '5pulg'.

Página 16: Se colocaron fotografías de colaboradores haciendo pruebas y análisis para solucionar los problemas que deterioran las fuentes de agua.

MISIÓN Y VISIÓN

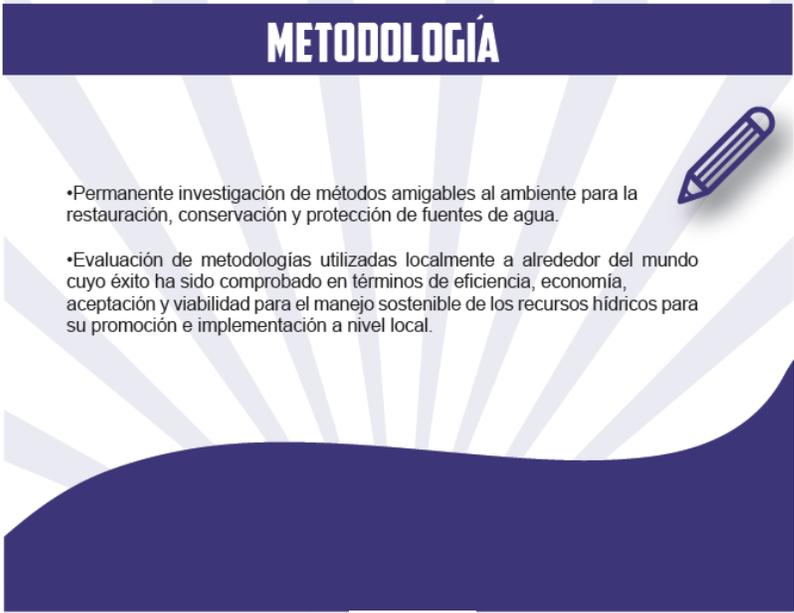
4pulg

5pulg

86

The infographic features two circular photographs. The left photo shows two men in white lab coats working in a laboratory. The right photo shows a man in a brown shirt working with a log in a grassy field, with a white container nearby. The background consists of a white sunburst pattern over a dark blue wavy base. A vertical line on the right side is marked with '4pulg' and a horizontal line at the bottom is marked with '5pulg'. The page number '86' is located at the bottom right.

Página 17: Se menciona la metodología de la empresa, como buscan métodos amigables al ambiente para la restauración, conservación y protección de los recursos hídricos.



METODOLOGÍA

- Permanente investigación de métodos amigables al ambiente para la restauración, conservación y protección de fuentes de agua.
- Evaluación de metodologías utilizadas localmente a alrededor del mundo cuyo éxito ha sido comprobado en términos de eficiencia, economía, aceptación y viabilidad para el manejo sostenible de los recursos hídricos para su promoción e implementación a nivel local.

4pulg

5pulg

Página 18: Se colocaron imágenes de colaboradores internacionales haciendo pruebas con muestras de fuentes de agua afectadas.

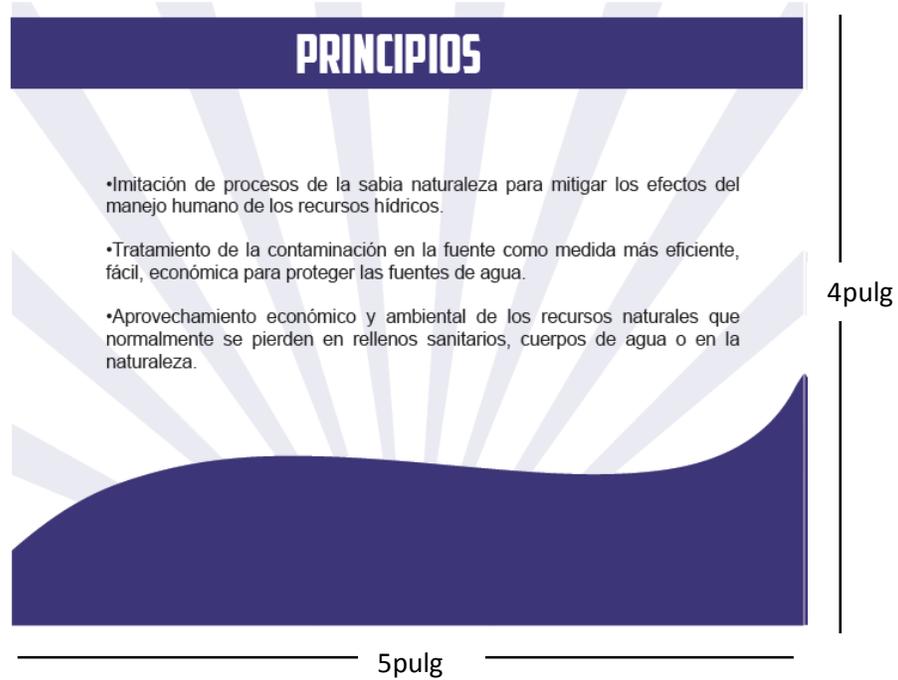


METODOLOGÍA

4pulg

5pulg

Página 19: Se mencionan los principios de la empresa, del aprovechamiento económico y ambiental de los recursos naturales.



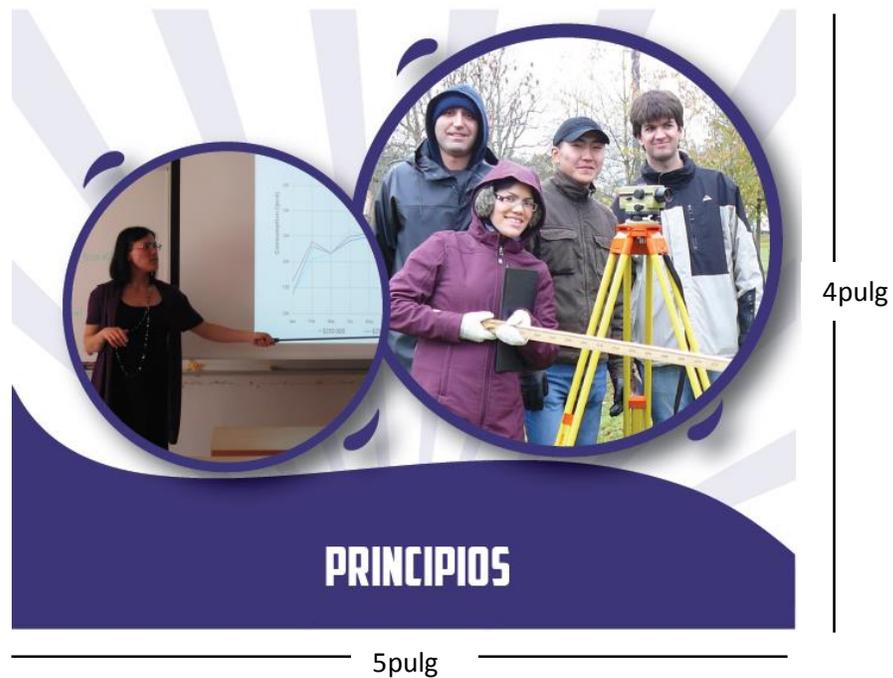
PRINCIPIOS

- Imitación de procesos de la sabia naturaleza para mitigar los efectos del manejo humano de los recursos hídricos.
- Tratamiento de la contaminación en la fuente como medida más eficiente, fácil, económica para proteger las fuentes de agua.
- Aprovechamiento económico y ambiental de los recursos naturales que normalmente se pierden en rellenos sanitarios, cuerpos de agua o en la naturaleza.

4pulg

5pulg

Página 20: Se colocaron fotografías del personal de la empresa dando capacitaciones y utilizando equipo para reforzar el cuidado de los recursos hídricos.



PRINCIPIOS

4pulg

5pulg

Página 21: Se menciona las actividades de la empresa, como capacitaciones, investigación científica, eco tecnologías, etc.

ACTIVIDADES

- Eco tecnologías y bioingeniería en sistemas de recolección, reciclaje, y drenaje de aguas pluviales, grises y negras.
- Uso de metodologías con principios ecológicos para la restauración, conservación y protección de ríos, lagos, zonas costeras, y otros cuerpos de agua.
- Caracterización, evaluación, y monitoreo de calidad de agua en ecosistemas acuáticos. Asesoría para el manejo sostenible de derechos sólidos y líquidos.
- Investigación científica e innovación en la aplicación de métodos ecológicos y biológicos para la restauración, protección y conservación de los recursos hídricos.
- Capacitación en temas relacionados al agua y su uso sostenible (Municipalidades, Empresas, Colegios).

4pulg

5pulg

Página 22: Se colocaron fotografías de personal de la empresa haciendo pruebas en las fuentes de agua.



ACTIVIDADES

4pulg

5pulg

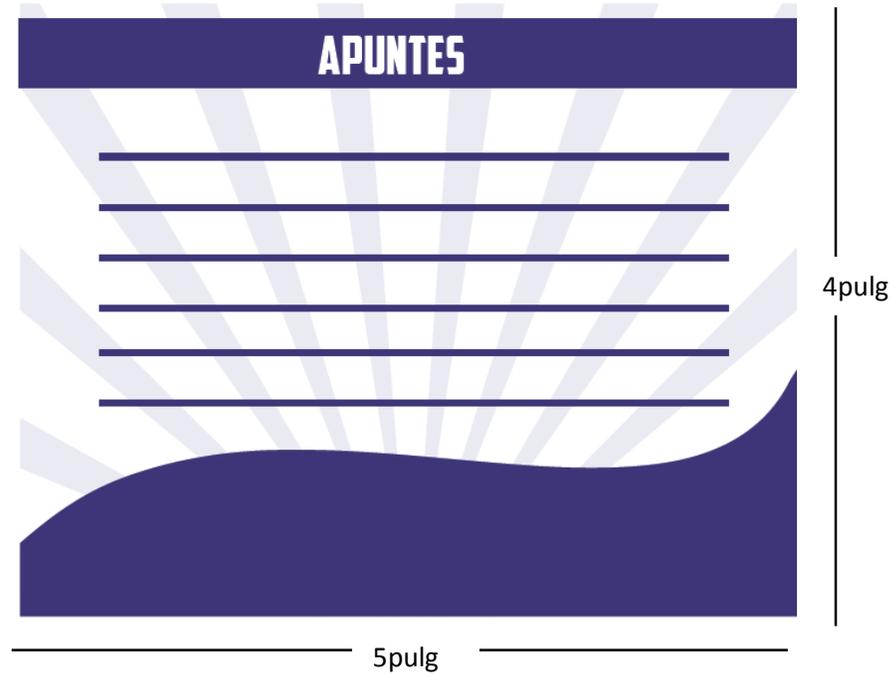
Página 23: El tema es “El equipo”. Se colocó una fotografía de los integrantes de la empresa Waterways Guatemala.



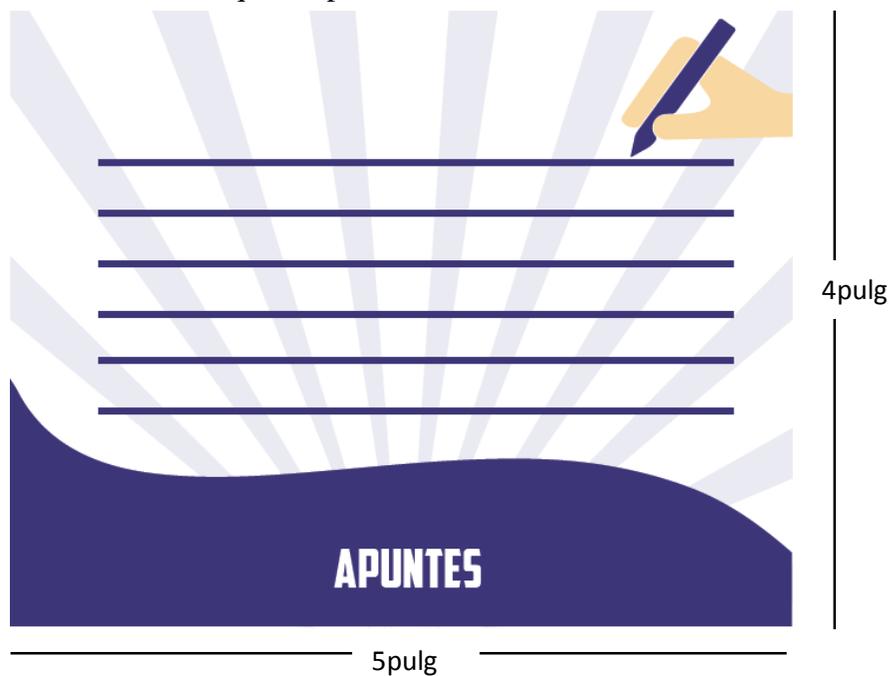
Página 24: Se colocaron otras fotografías de los colaboradores de Waterways Guatemala.



Página 25: Aquí se colocó un espacio para que las personas que asistan a las presentaciones y capacitación, puedan hacer apuntes sobre los temas mencionados.



Página 26: Se colocó una hoja adicional para colocar apuntes, con una imagen de mano con un lápiz de color azul, indicando qué es, para colocar notas.



Capítulo VIII: Validación Técnica

8.1 Población y Muestreo:

Para la validación de este proyecto se tomó como referente 25 personas, hombres y mujeres entre 25 y 35 años de edad, residentes de la ciudad de Guatemala. Cuatro profesionales de diseño y comunicación, autoridades de la empresa Waterways Guatemala (el cliente) y, por último, el grupo objetivo.

Nombre	Título Universitario	Universidad
Marlon Barroyo	Licenciado en Publicidad	Universidad Galileo
Guillermo García	Licenciado en Publicidad	Universidad Galileo
Carlos Franco	Licenciado en Diseño Gráfico	Universidad Galileo
Lourdes Donis	Licenciada en Ciencias de la Comunicación	Universidad Galileo

Ver Anexo: K

8.2 Método e instrumentos:

Para evaluar la propuesta elegida es necesario entender los instrumentos y métodos que existen para cuantificar los resultados a fin de mejorar la propuesta y convertirla en la propuesta final. La herramienta que se seleccionó fue la encuesta, que contaba con área de observaciones y 21 preguntas que se dividieron en tres segmentos fundamentales:

- **Parte Objetiva:** Preguntas relacionadas con el objetivo general y específicos del proyecto.

- **Parte Semiológica:** Preguntas relacionadas con elementos visuales (tipografía, color, forma) que transmiten la idea y el mensaje del concepto gráfico.
- **Parte Operacional:** Preguntas relacionadas con el cumplimiento del folleto y su forma física.

Las encuestas realizadas contienen una serie de preguntas cuyas respuestas tienen los datos a estudiar. Se utilizó el método de investigación cualitativo, que es la alternativa más expedita para interpretar y comprender la realidad social. Con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan sus correspondientes protagonistas. Para la parte objetiva se utilizaron preguntas dicotómicas, que son aquellas en la que la persona entrevistada tiene que contestar a una de dos respuestas (habitualmente sí o no). Para la parte semiológica y operacional se utilizó el método de Likert, que según la página <http://uptparia.edu.ve>, es un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que se dispone en la investigación social para medir actitudes. Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los que se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos. Es un tipo de escala que mide actitudes, es decir, que se emplea para medir el grado en que se da una actitud o disposición de los encuestados sujetos o individuos en los contextos sociales particulares. El objetivo es agrupar numéricamente los datos que se expresen en forma verbal, para luego operar con ellos, como si se tratará de datos cuantitativos para analizarlos correctamente.

Encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación
(FACOM)
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Género: F M
Experto: Cliente:
Edad: Grupo Objetivo:
Nombre:
Profesión:
Puesto:
Años de experiencia en el mercado

Encuesta de Validación del Proyecto

DISEÑO DE UN FOLLETO ILUSTRADO IMPRESO QUE DE A CONOCER LA IMPORTANCIA DE LA CONSERVACION DE LOS RECURSOS HÍDRICOS

Antecedentes

Con origen en el Programa de Maestría de Manejo Sostenible de Agua 2010-2011 de la Universidad Kristiansand, Suecia. Waterways Guatemala es el vínculo a una red de profesionales locales e internacionales de diferentes disciplinas con un mismo enfoque: "Aportar conocimientos, experiencias, y capacidades para la restauración, protección y conservación de los recursos hídricos".

A través de este folleto la empresa Waterways Guatemala pretende dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

Instrucciones: Con base a la información anterior observe el folleto y, según su criterio profesional, conteste las siguientes preguntas de validación.

4. ¿Considera necesario editar las fotografías de estudiantes y personal trabajando con los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso para Waterways Guatemala para mostrar como personas de diferentes partes del mundo trabajan y luchan por el cuidado, conservación y protección de los recursos hídricos?
 - Si
 - No
5. ¿Considera necesario comunicar el mensaje de la importancia del cuidado de los recursos hídricos para crear conciencia en las personas del deterioro de nuestras fuentes de agua para la empresa Waterways Guatemala?
 - Si
 - No
6. ¿Considera necesario seleccionar elementos gráficos, colores, tipografía, formas, etc. para una mejor interpretación semántica de los mensajes que se van a comunicar para la empresa Waterways Guatemala?
 - Si
 - No

Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario ilustrar un folleto impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para la empresa Waterways Guatemala?
 - Si
 - No
2. ¿Considera necesario investigar información relacionada a la semiología de la imagen y diseño editorial para que permita el desarrollo adecuado del contenido del folleto impreso para la empresa Waterways Guatemala?
 - Si
 - No
3. ¿Considera necesario recopilar procesos y procedimientos de cómo cuidar los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso para la empresa Waterways Guatemala?
 - Si
 - No

7. ¿Considera necesario diagramar el folleto de una manera ordenada que permita informar y crear conciencia sobre los cuidados de los recursos hídricos para la empresa Waterways Guatemala?
 - Si
 - No

Parte Semiológica

8. ¿Le connota a usted tranquilidad el color azul?
 - Mucho
 - Poco
 - Nada
9. ¿El color blanco le transmite a usted sensación de limpieza y claridad?
 - Mucho
 - Poco
 - Nada
10. ¿La tipografía de este material le parece legible y hace de su lectura, una lectura fluida?
 - Mucho
 - Poco
 - Nada

11. ¿Las fotografías propuestas en el folleto, crean en su opinión motivación y alegría?

- Mucho
- Poco
- Nada

12. ¿Las infografías presentadas en el folleto le parecen eficiente para entender mejor el tema?

- Mucho
- Poco
- Nada

13. ¿En general le parece agradable la propuesta del folleto?

- Mucho
- Poco
- Nada

Parte Operacional

14. ¿Le parece adecuada la selección del papel couche para este folleto?

- Mucho
- Poco
- Nada

15. ¿Le parece correcta la orientación horizontal del folleto para este tipo de material informativo?

- Mucho
- Poco
- Nada

16. ¿Le parece correcta la cantidad de 28 páginas para distribuir la información que contiene este folleto?

- Mucho
- Poco
- Nada

17. ¿Las infografías utilizadas en el folleto cumplen con el objetivo de dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos?

- Mucho
- Poco
- Nada

18. ¿Considera adecuados los colores que se utilizaron en el folleto?

- Mucho
- Poco
- Nada

19. ¿Considera adecuadas las medidas de 4x5 pulgadas para el folleto?

- Mucho
- Poco
- Nada

20. ¿Le parece adecuado el espacio dejado entre los elementos?

- Mucho
- Poco
- Nada

21. ¿Considera que la diagramación distribuye correctamente los textos, imágenes e infografías?

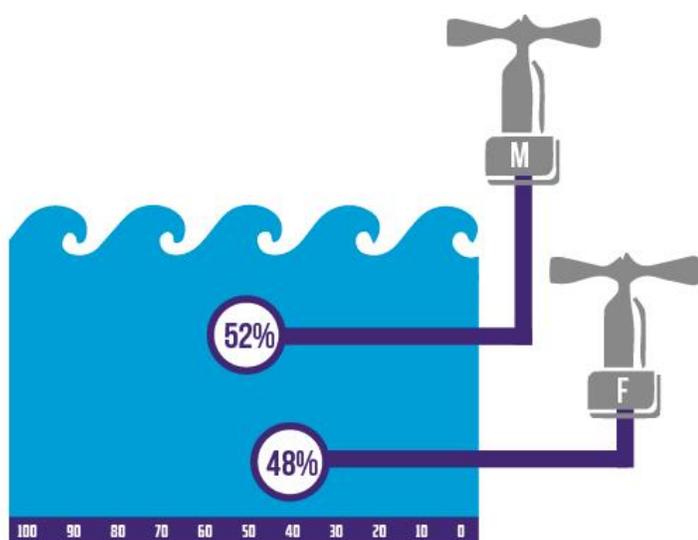
- Mucho
- Poco
- Nada

Observaciones

8.3 Resultados e interpretación de resultados:

Se tomó una muestra de 25 personas, hombres y mujeres entre 25 y 35 años de edad. Entre ellos profesionales en diseño y comunicación de la Universidad Galileo, el cliente la empresa Waterways Guatemala y, por último, el grupo objetivo.

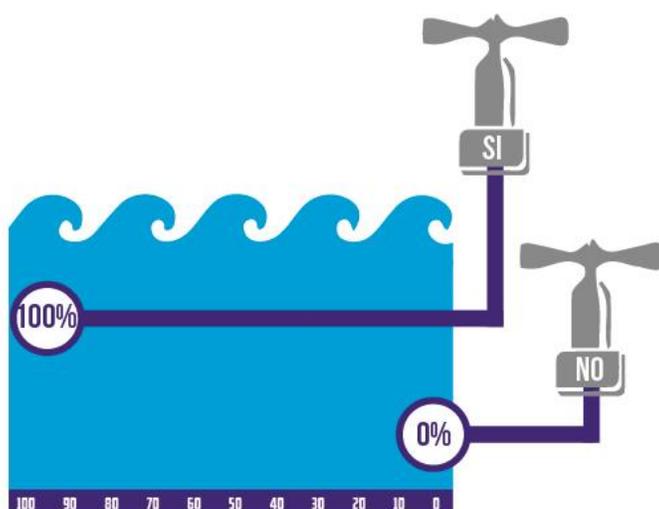
Género:



De los encuestados el 52% fueron hombres y el 48% fueron mujeres.

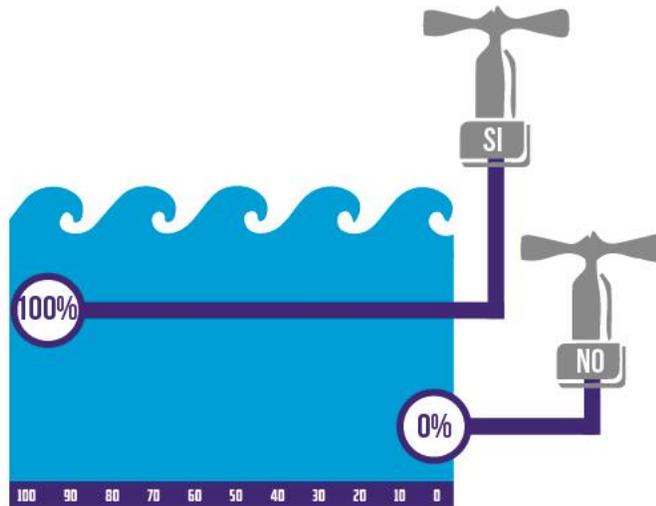
Preguntas de Encuesta Validación del Proyecto (Parte objetiva)

1. ¿Considera necesario ilustrar un folleto impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para la empresa Waterways Guatemala?



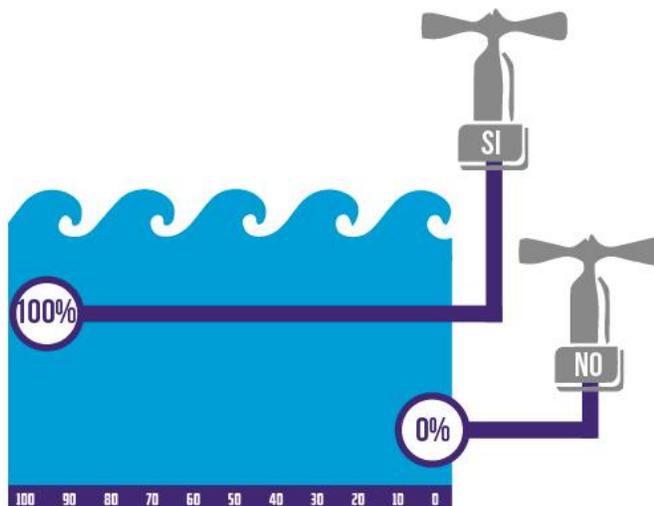
El 100% de los encuestados consideró necesario ilustrar un folleto impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para la empresa Waterways Guatemala. Por lo tanto, cumple con el primer objetivo planteado en la presente investigación.

2. ¿Considera necesario investigar información relacionada a la semiología de la imagen y diseño editorial para que permita el desarrollo adecuado del contenido del folleto impreso para la empresa Waterways Guatemala?



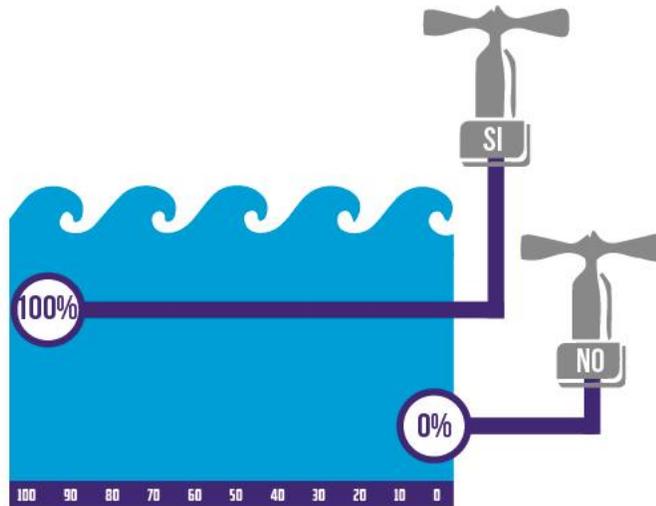
El 100% de los encuestados consideró necesario investigar información relacionada a la semiología de la imagen y diseño editorial para que permita el desarrollo adecuado del contenido del folleto impreso para la empresa Waterways Guatemala. Por lo tanto, cumple con el segundo objetivo planteado en la presente investigación.

3. ¿Considera necesario recopilar procesos y procedimientos de cómo cuidar los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso para la empresa Waterways Guatemala?



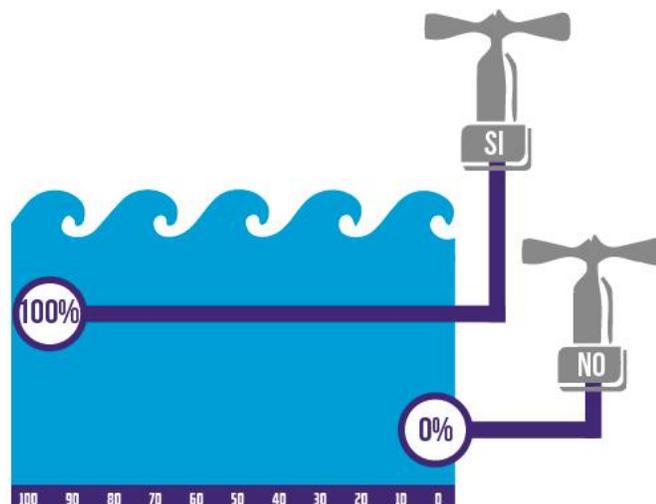
El 100% de los encuestados consideró necesario recopilar procesos y procedimientos de cómo cuidar los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso para la empresa Waterways Guatemala. Por lo tanto, cumple con el tercer objetivo planteado en la presente investigación.

4. ¿Considera necesario editar las fotografías de estudiantes y personal trabajando con los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso para Waterways Guatemala para mostrar como personas de diferentes partes del mundo trabajan y luchan por el cuidado, conservación y protección de los recursos hídricos?



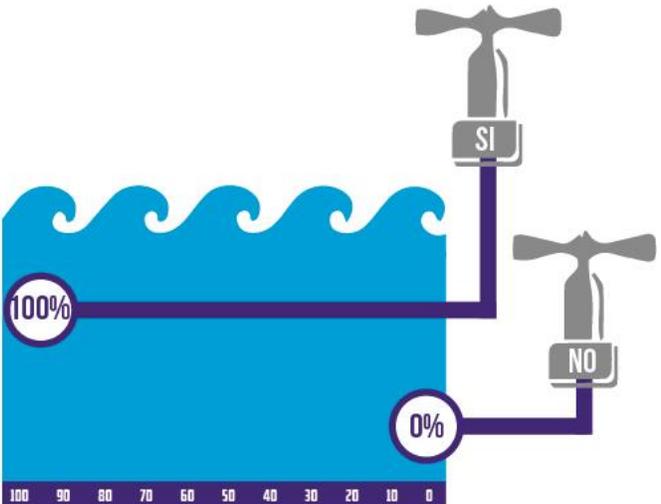
El 100% de los encuestados consideró necesario editar las fotografías de estudiantes y personal trabajando con los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso para Waterways Guatemala para mostrar como personas de diferentes partes del mundo trabajan y luchan por el cuidado, conservación y protección de los recursos hídricos. Por lo tanto, cumple con el cuarto objetivo planteado en la presente investigación.

5. ¿Considera necesario comunicar el mensaje de la importancia del cuidado de los recursos hídricos para crear conciencia en las personas del deterioro de nuestras fuentes de agua para la empresa Waterways Guatemala?



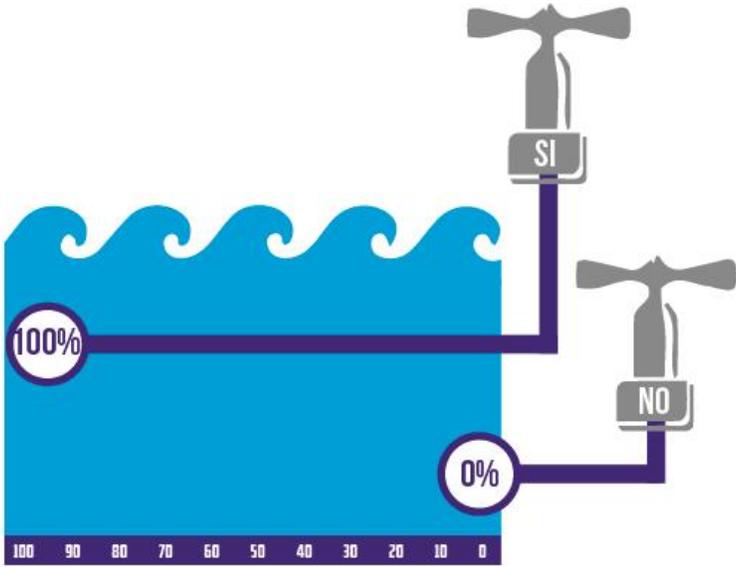
El 100% de los encuestados consideró necesario comunicar el mensaje de la importancia del cuidado de los recursos hídricos para crear conciencia en las personas del deterioro de nuestras fuentes de agua para la empresa Waterways Guatemala. Por lo tanto, cumple con el quinto objetivo planteado en la presente investigación.

6. ¿Considera necesario seleccionar elementos gráficos, colores, tipografía, formas, etc. para una mejor interpretación semántica de los mensajes que se van a comunicar para la empresa Waterways Guatemala?



El 100% de los encuestados consideró necesario seleccionar elementos gráficos, colores, tipografía, formas, etc. para una mejor interpretación semántica de los mensajes que se van a comunicar para la empresa Waterways Guatemala. Por lo tanto, cumple con el sexto objetivo planteado en la presente investigación.

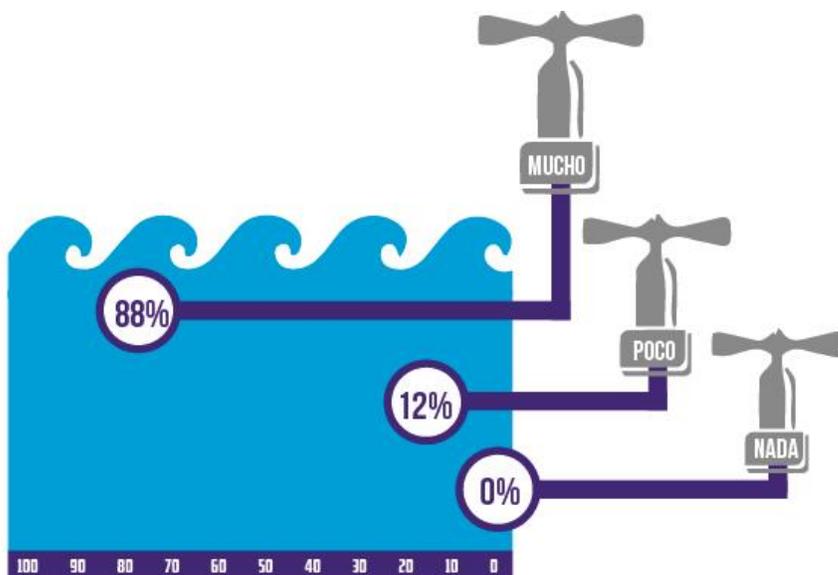
7. ¿Considera necesario diagramar el folleto de una manera ordenada que permita informar y crear conciencia sobre los cuidados de los recursos hídricos para la empresa Waterways Guatemala?



El 100% de los encuestados consideró necesario diagramar el folleto de una manera ordenada que permita informar y crear conciencia sobre los cuidados de los recursos hídricos para la empresa Waterways Guatemala. Por lo tanto, cumple con el séptimo objetivo planteado en la presente investigación.

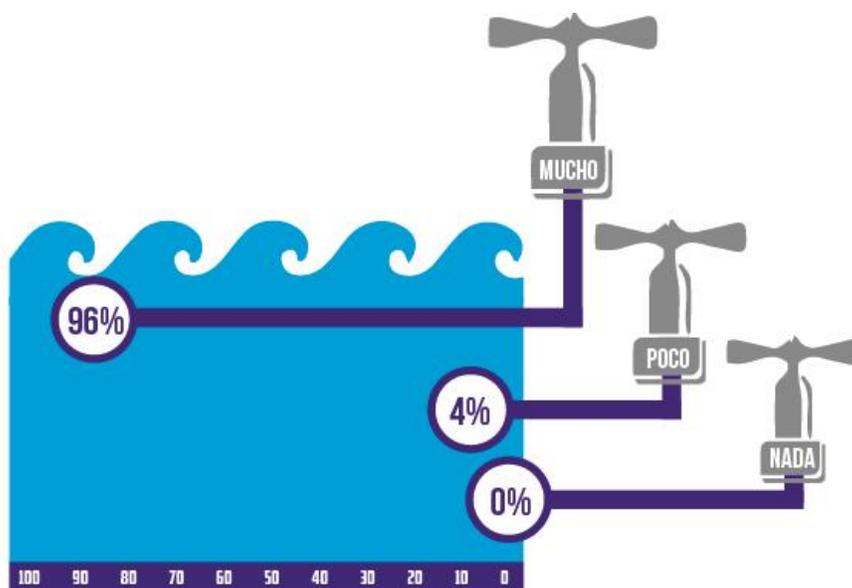
Parte semiológica

8. ¿Le connota a usted tranquilidad el color azul?



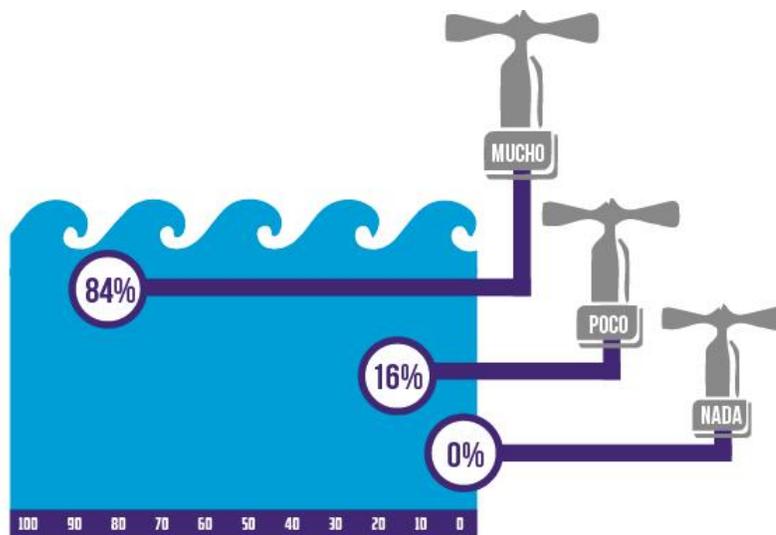
Al 88% de los encuestados le connota tranquilidad el color azul, al 12% no le connota mucha tranquilidad dicho color.

9. ¿El color blanco le transmite a usted sensación de limpieza y claridad?



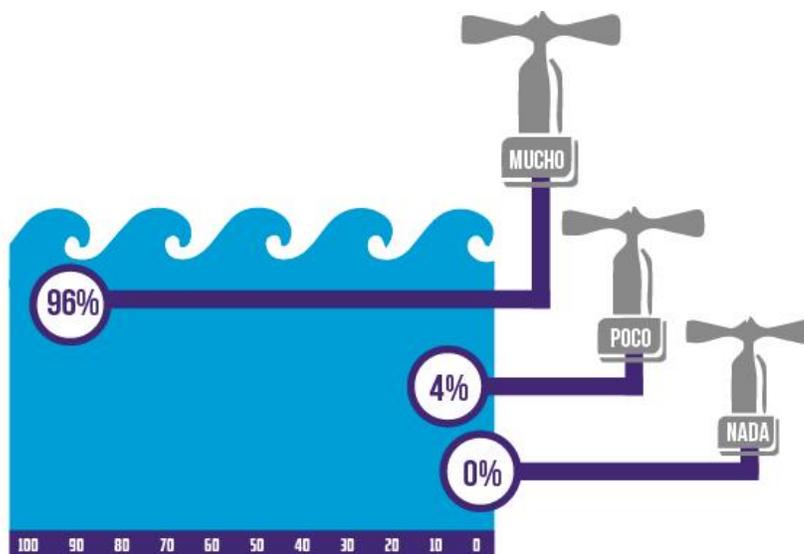
Al 96% de los encuestados le transmite sensación de limpieza y claridad el color blanco. Al 4% le transmite poca sensación dicho color.

10. ¿La tipografía de este material le parece legible y hace de su lectura, una lectura fluida?



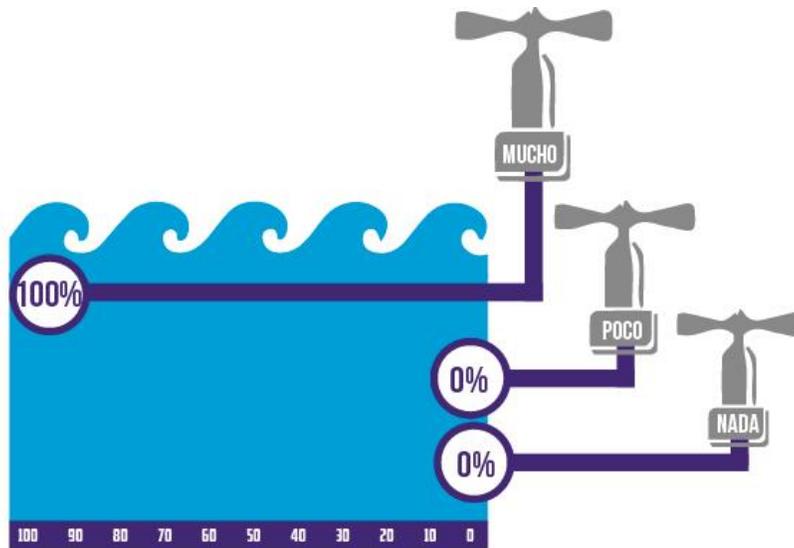
Al 84% de los encuestados encontró la tipografía legible, mientras que el otro 16% lo encontró poco legible.

11. ¿Las fotografías propuestas en el folleto, crean en su opinión motivación y alegría?



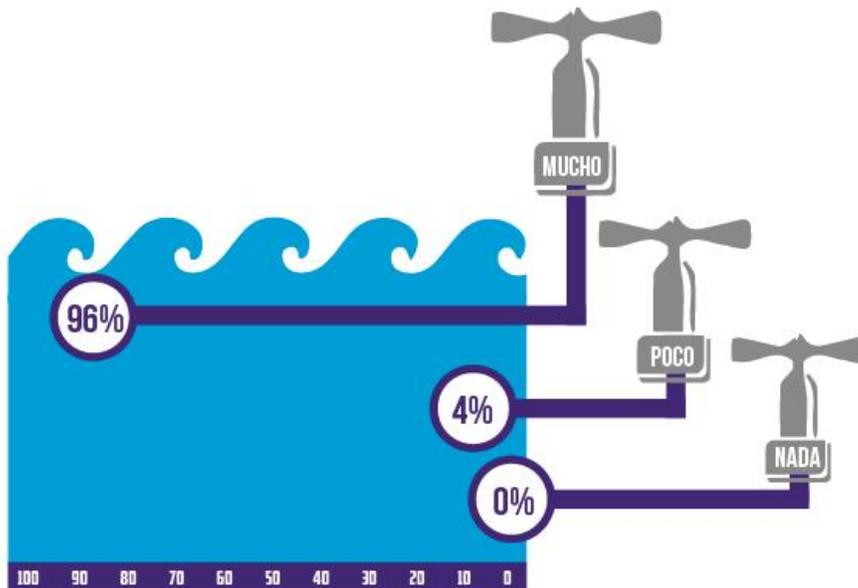
Al 96% de los encuestados al ver las fotografías del folleto les causó motivación y alegría, mientras que el otro 4% respondió poco.

12. ¿Las infografías presentadas en el folleto le parecen eficiente para entender mejor el tema?



El 100% de los encuestados respondió que las infografías propuestas en el folleto sirvieron para entender mejor el tema.

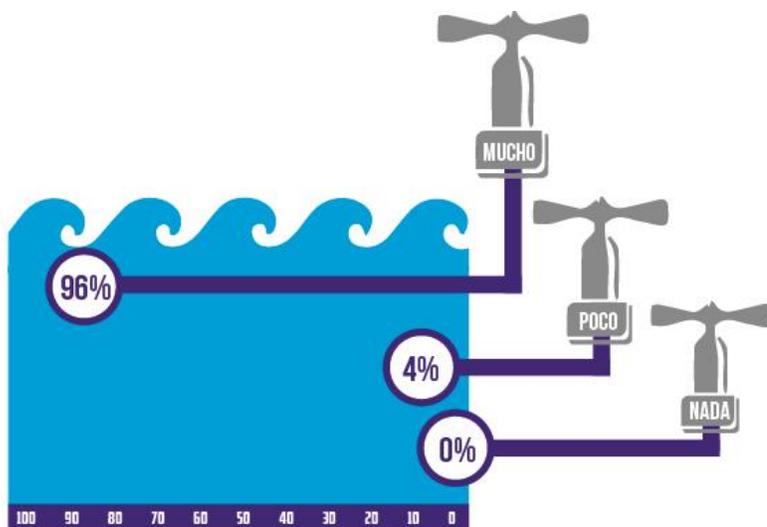
13. ¿En general le parece agradable la propuesta del folleto?



Al 96% de los encuestados le pareció agradable la propuesta del folleto, mientras que al otro 4% respondió, poco.

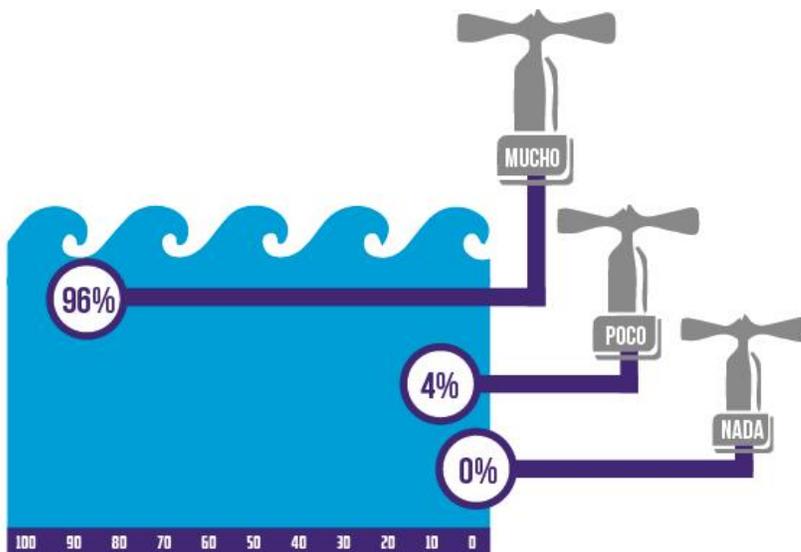
Parte Operacional

14. ¿Le parece adecuada la selección del papel couché para este folleto?



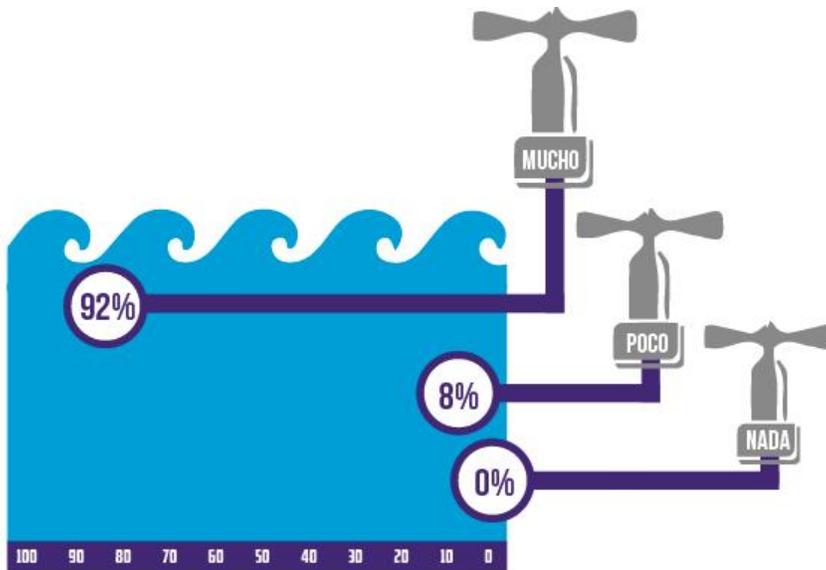
Al 96% de los encuestados les pareció adecuada la selección del papel couché para el folleto, mientras el otro 4% respondió, poco.

15. ¿Le parece correcta la orientación horizontal del folleto para este tipo de material informativo?



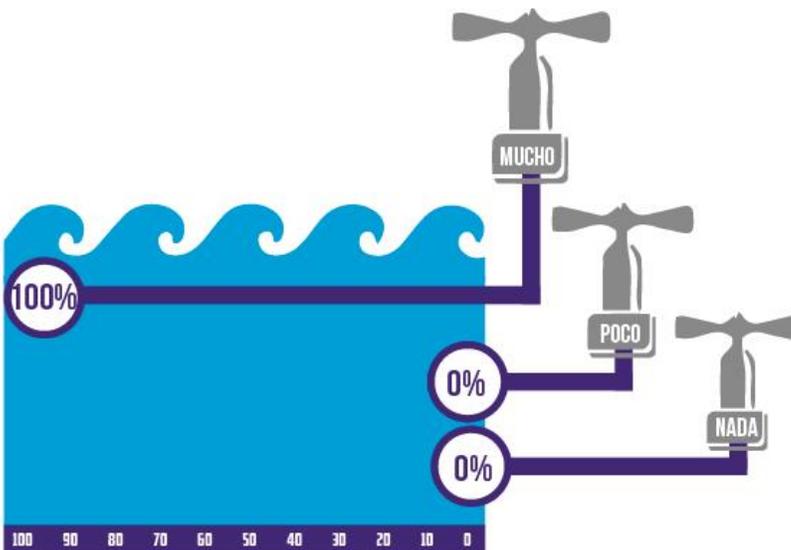
Al 96% de los encuestados le pareció correcta la orientación horizontal del folleto, mientras que el otro 4% respondió, poco.

16. ¿Le parece correcta la cantidad de 28 páginas para distribuir la información que contiene este folleto?



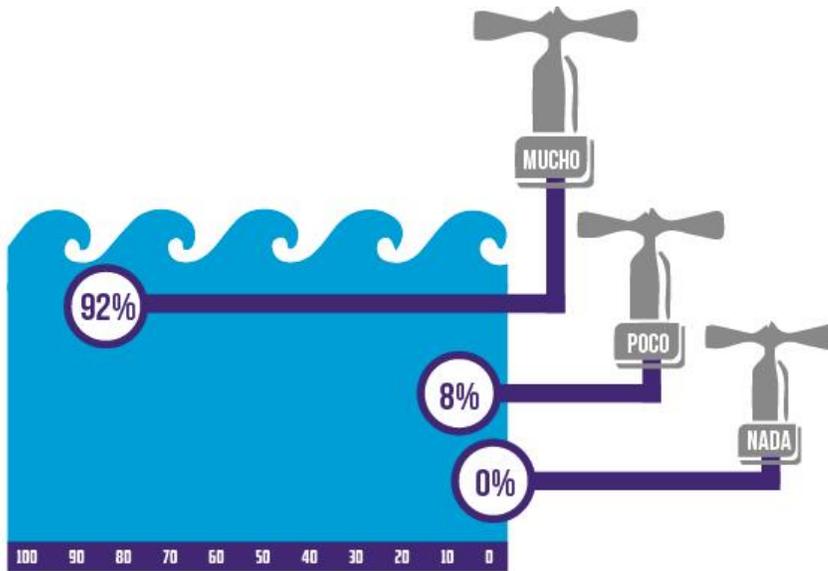
Al 96% de los encuestados le pareció correcta la cantidad de 28 páginas para distribuir la información, mientras que el otro 8% respondió, poco.

17. ¿Las infografías utilizadas en el folleto cumplen con el objetivo de dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos?



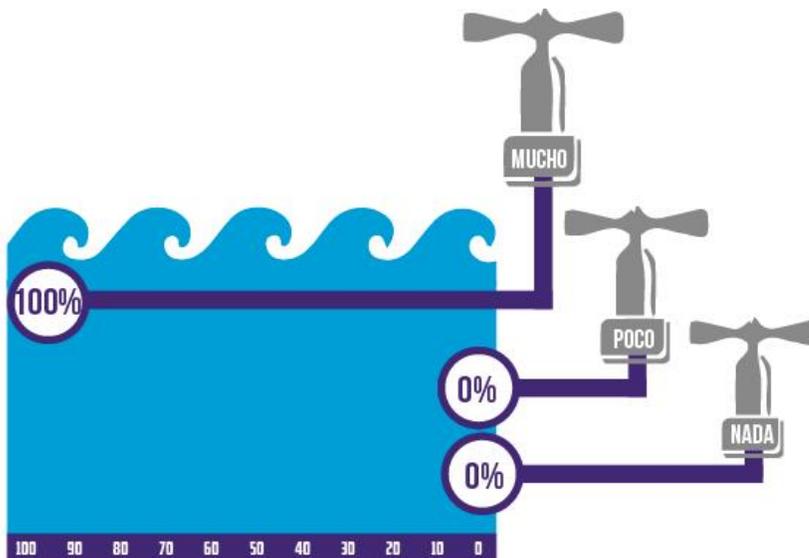
100% de los encuestados consideró que las infografías en el folleto cumplieron con el objetivo de dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos.

18. ¿Considera adecuados los colores que se utilizaron en el folleto?



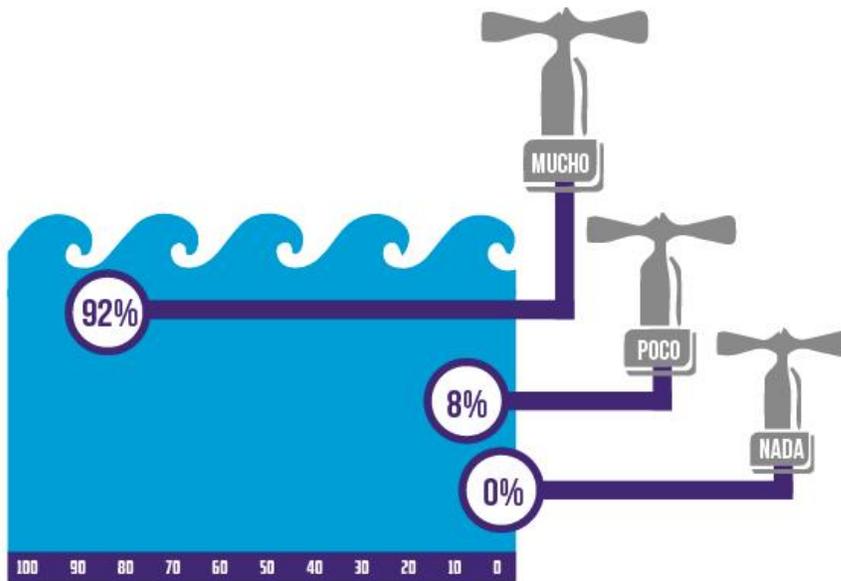
Al 92% de los encuestados le pareció adecuados los colores utilizados en el folleto, mientras que el otro 8% respondió poco.

19. ¿Considera adecuadas las medidas de 4x5 pulgadas para el folleto?



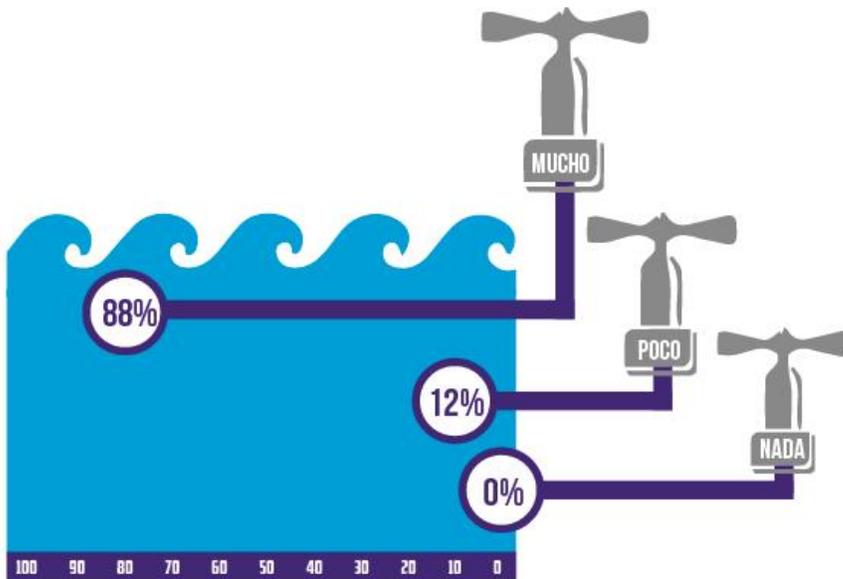
Al 100% de los encuestados les pareció adecuado las medidas de 4x5 pulgadas para el folleto.

20. ¿Le parece adecuado el espacio dejado entre los elementos?



Al 92% de los encuestados les pareció adecuado el espacio dejado entre elementos, mientras que el otro 8% respondió que poco.

21. ¿Considera que la diagramación distribuye correctamente los textos, imágenes e infografías?



Al 88% de los encuestados le pareció que la diagramación distribuye correctamente los textos, imágenes e infografías. Mientras que el otro 12% respondió que poco.

En cuanto a los comentarios, se recibieron los siguientes de los diferentes grupos considerados para esta validación.

- **Profesionales:** Han recomendado revisar justificado y ortografía, bajar el tamaño de la ola en todas las páginas, y quitar grosor de líneas en las últimas dos páginas de apuntes.
- **Empresa Waterways Guatemala (cliente):** Mencionaron que el folleto está bastante completo, están muy satisfechos con el tamaño que se eligió. Y están encantados con las infografías propuestas en el folleto.
- **Grupo Objetivo:** En general, los comentarios fueron positivos, recomendaron cambiar el tamaño en la letra que se encuentra en la flecha morada de la página diez, ya que tuvieron un poco de dificultad al leerlo, todo lo demás les pareció legible.

8.4 Cambios en base a los resultados:

La ola en la parte baja de todas las páginas era muy grande y lo hacía verse muy cargado, entonces se le bajó a todas las páginas 1 centímetro.

ANTES



Portada

DESPÚES



Portada

ANTES



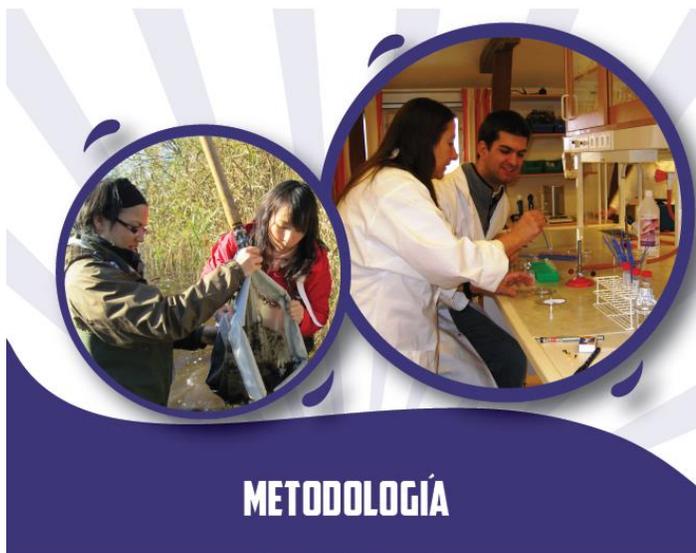
Pag. 8

DESPÚES



Pag. 8

ANTES



Pag. 18

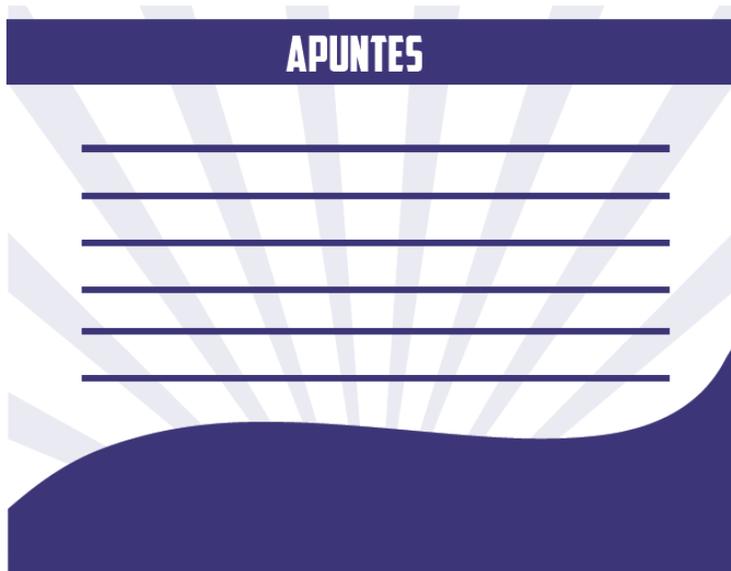
DESPÚES



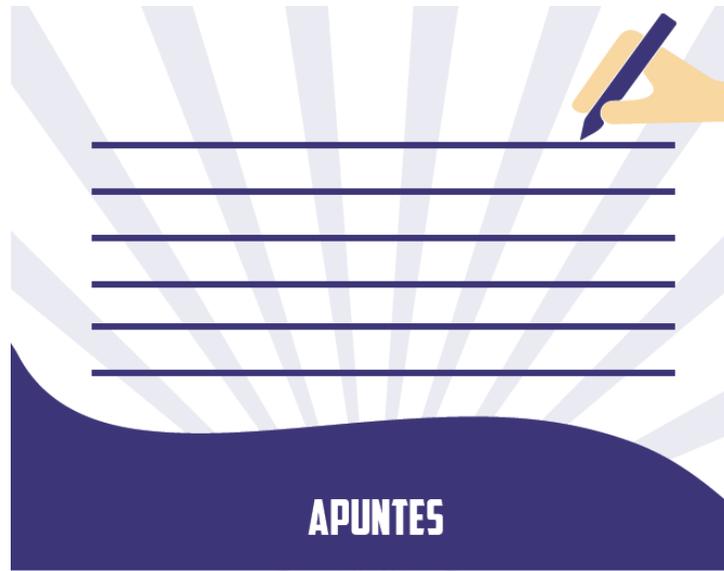
Pag. 18

En las últimas dos páginas del folleto está la sección de apuntes, las líneas que se hicieron inicialmente eran muy gruesas. Se hicieron más delgadas para que hubiera más espacio para escribir.

ANTES

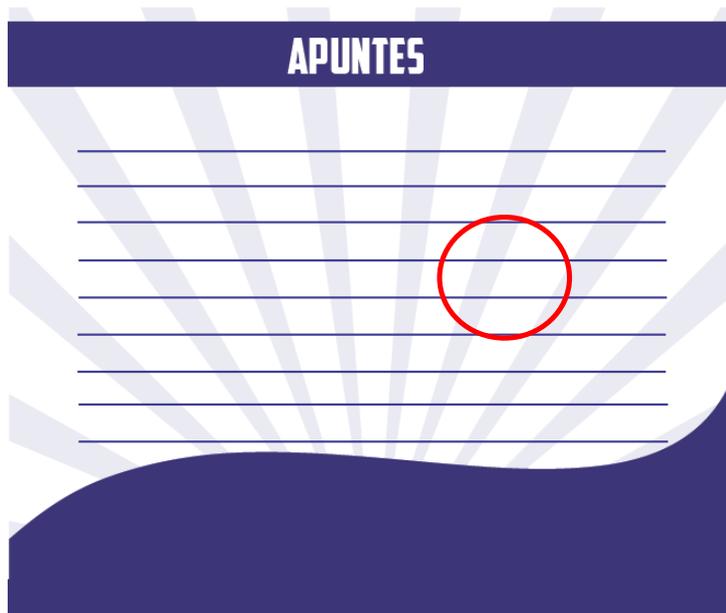


Pag. 25

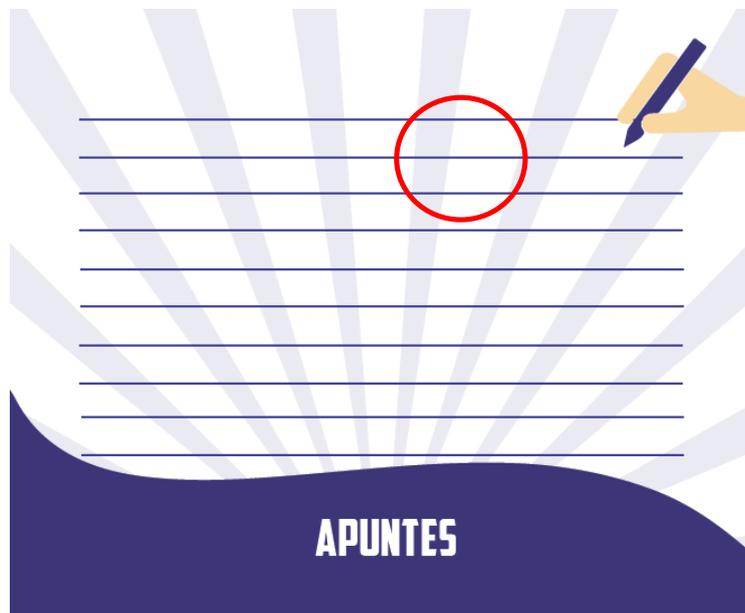


Pag. 26

DESPÚES



Pag. 25



Pag. 26

Los expertos recomendaron justificar todos los textos en las páginas para que fuera más legible y se viera más ordenado. Al igual, separar párrafos que estuvieran muy largos, para no cansar al lector.

ANTES

EL AGUA, UN ELEMENTO INAGOTABLE

El agua es un elemento abundante e inagotable, su volumen de 1, 386,000,000 kms³ (18 ceros) se ha mantenido en un constante ciclo de evapotranspiración, precipitación y desplazamiento hacia el mar, pero su abundancia no significa que todo ser humano tenga acceso a fuentes de agua segura para subsistir. El volumen disponible para el ser humano es menos del 7% de toda el agua existente. El 97.14 del agua que existe en el mundo es agua salada y se encuentra en los océanos, otro 2.24% se encuentra en los glaciales y un 0.001 está en la atmósfera. El 63% restante es el agua continental o dulce disponible para el ser humano distribuida un 1.8% en los ríos, lagos y aguas superficiales y la mayoría de esta agua continental que es el 98.2% es agua subterránea.

Pag. 2

ANTES

DESPÚES

EL AGUA, UN ELEMENTO INAGOTABLE

El agua es un elemento abundante e inagotable, su volumen de 1, 386,000,000 kms³ (18 ceros) se ha mantenido en un constante ciclo de evapotranspiración, precipitación y desplazamiento hacia el mar, pero su abundancia no significa que todo ser humano tenga acceso a fuentes de agua segura para subsistir. El volumen disponible para el ser humano es menos del 7% de toda el agua existente.

El 97.14 del agua que existe en el mundo es agua salada y se encuentra en los océanos, otro 2.24% se encuentra en los glaciales y un 0.001 está en la atmósfera. El 63% restante es el agua continental o dulce disponible para el ser humano distribuida un 1.8% en los ríos, lagos y aguas superficiales y la mayoría de esta agua continental que es el 98.2% es agua subterránea.

Pag. 2

DESPÚES

REALIDAD DEL AGUA DISPONIBLE

Toda actividad humana, ya sea consumo o uso personal, agrícola o industrial genera desechos que contaminan las fuentes de agua. En su paso por su ciclo natural, los procesos de la naturaleza se encargan de restaurar el valioso recurso depurándolo de esos contaminantes. Sin embargo los avances industriales y tecnológicos unidos al acelerado crecimiento de la población mundial han resultado en un aumento desmedido de la producción de bienes y por ende la generación de desechos sólidos y líquidos que terminan en las fuentes de agua.

Pag. 5

REALIDAD DEL AGUA DISPONIBLE

Toda actividad humana, ya sea consumo o uso personal, agrícola o industrial genera desechos que contaminan las fuentes de agua. En su paso por su ciclo natural, los procesos de la naturaleza se encargan de restaurar el valioso recurso depurándolo de esos contaminantes. Sin embargo los avances industriales y tecnológicos unidos al acelerado crecimiento de la población mundial han resultado en un aumento desmedido de la producción de bienes y por ende la generación de desechos sólidos y líquidos que terminan en las fuentes de agua.

Pag. 5

ANTES

SEGÚN ESTADÍSTICAS ...

Según estadísticas del Programa Mundial de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, dos millones de toneladas de aguas residuales y desechos industriales y agrícolas son liberados a las fuentes de agua anualmente, sobrepasando la capacidad de carga de la naturaleza para procesarlos y poniendo en riesgo la vida de los seres humanos. Las estadísticas de la Organización de Naciones Unidas son alarmantes ya que revelan que aproximadamente 900 millones de personas no tienen acceso a agua segura y que 2.2 millones de personas mueren cada año por enfermedades relacionadas a agua contaminada y de esta cantidad 1.8 millones son niños menores de 2 años. Así mismo la emisión de gases por agua contaminada contribuye al calentamiento global y al incremento de zonas anoxias que resultan en la pérdida de biodiversidad y disminución de la resistencia de los ecosistemas acuáticos.

Pag. 7

DESPÚES

SEGÚN ESTADÍSTICAS ...

Según estadísticas del Programa Mundial de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, dos millones de toneladas de aguas residuales y desechos industriales y agrícolas son liberados a las fuentes de agua anualmente, sobrepasando la capacidad de carga de la naturaleza para procesarlos y poniendo en riesgo la vida de los seres humanos.

Las estadísticas de la Organización de Naciones Unidas son alarmantes ya que revelan que aproximadamente 900 millones de personas no tienen acceso a agua segura y que 2.2 millones de personas mueren cada año por enfermedades relacionadas a agua contaminada y de esta cantidad 1.8 millones son niños menores de 2 años. Así mismo la emisión de gases por agua contaminada contribuye al calentamiento global y al incremento de zonas anoxias que resultan en la pérdida de biodiversidad y disminución de la resistencia de los ecosistemas acuáticos.

Pag. 7

Algunas personas tuvieron dificultad al leer un texto que se encontraba en una flecha morada de la página diez. Se agrandó para que fuera más legible.

ANTES



ACCIONES A TOMAR

Pag. 9

DESPÚES



ACCIONES A TOMAR

Pag. 9

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

En base a las sugerencias recopiladas en la validación, se han hecho cambios para mejorar el folleto y cumplir su función informativa.

9.1 Fundamentación:

Para la portada y contraportada se colocaron elementos gráficos de salpicaduras de agua, representando las fuentes de agua. En las páginas interiores y exteriores se colocó una ola de agua en la parte inferior, la misma se modificó haciéndola más pequeña y así se evitó que se viera muy pesado. También se colocaron unos rayos de luz en tono celeste para que no se viera muy vacío el fondo. Para todos los títulos del folleto se seleccionó la tipografía “American Captain” en mayúscula, para captar rápido la atención del lector. Para los títulos se utilizó color blanco, para que resaltara sobre el fondo azul y llamara más la atención. Para todo el contenido del folleto se eligió tipografía “Arial”, para que fuera legible.

Los colores predominantes en este folleto son el color azul y el blanco. Se utilizó el azul no solo por ser el color del logotipo de la empresa si no porque también transmite seriedad, confianza y tranquilidad, que es lo que se busca que el cliente sienta hacia la empresa. El blanco es un color purificador, brinda sensación de limpieza y claridad, por lo cual se eligió para el fondo de todas las páginas. El texto no estaba justificado en el folleto, esto hacía que se viera desordenado, y le causaba dificultad al lector al leer. Así que se justificó el texto en todas las páginas en las que fue necesario hacerlo.

9.2 Características del folleto:

Para la propuesta final se eligió el tamaño de 4x5 pulgadas, tipo de papel couché, una orientación horizontal, y CMYK full color.

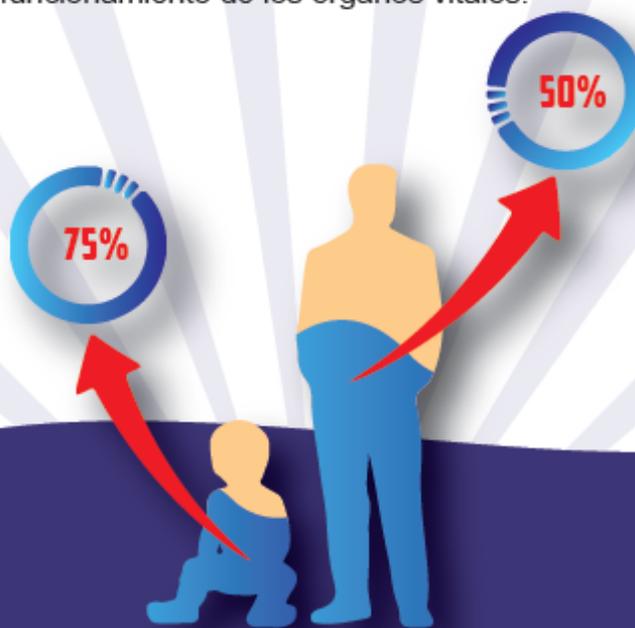


4 pulg.

5 pulg.

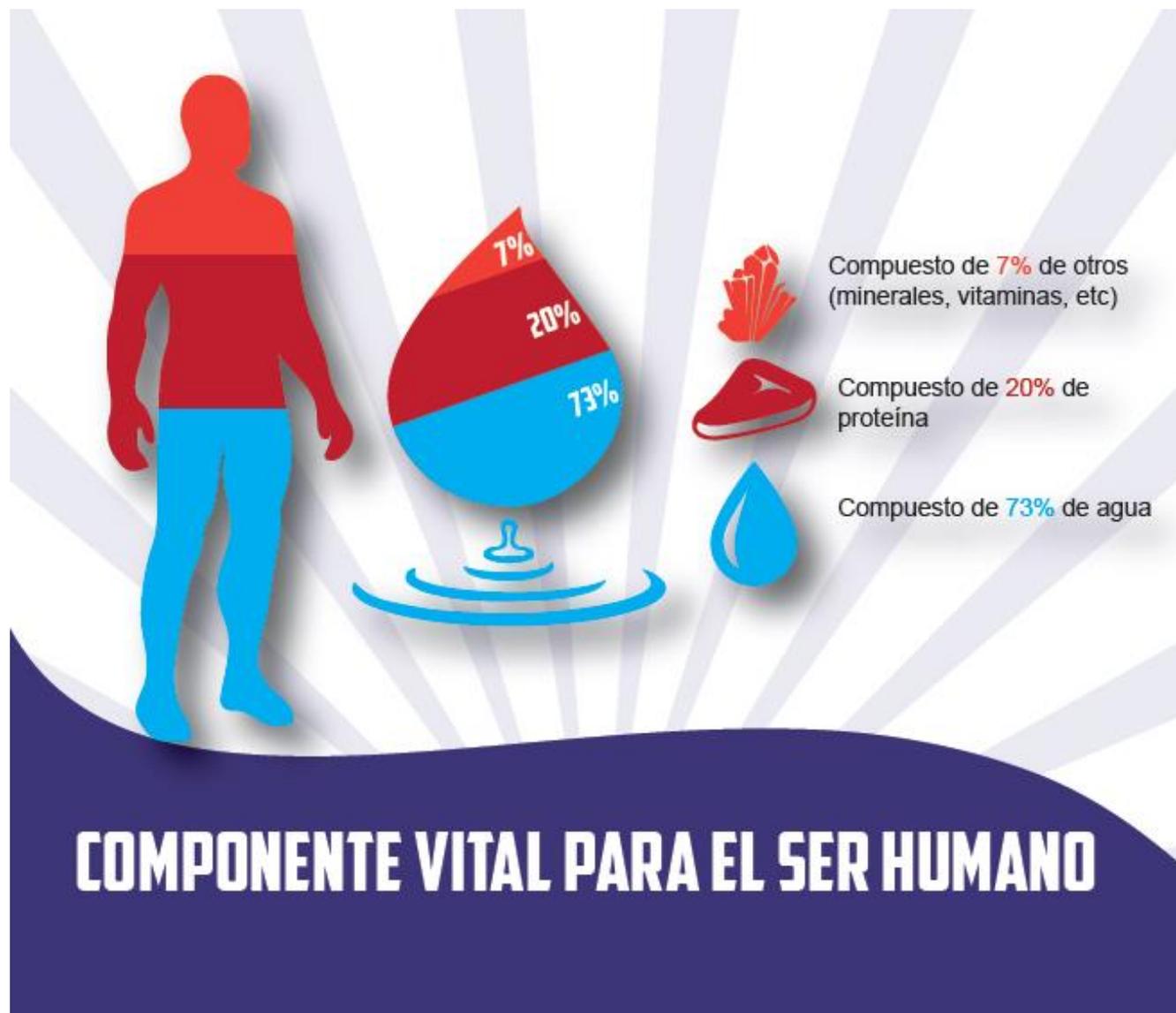
COMPONENTE VITAL PARA EL SER HUMANO

El agua es el componente principal del cuerpo humano, lo constituye en un 75% al nacer y su proporción decrece hasta alcanzar un 50% al envejecer. Ninguna persona podría sobrevivir sin agua por más de 5 o 6 días y su consumo por debajo de los límites permisibles puede causar un deterioro irreversible al funcionamiento de los órganos vitales.



4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

5 pulg.

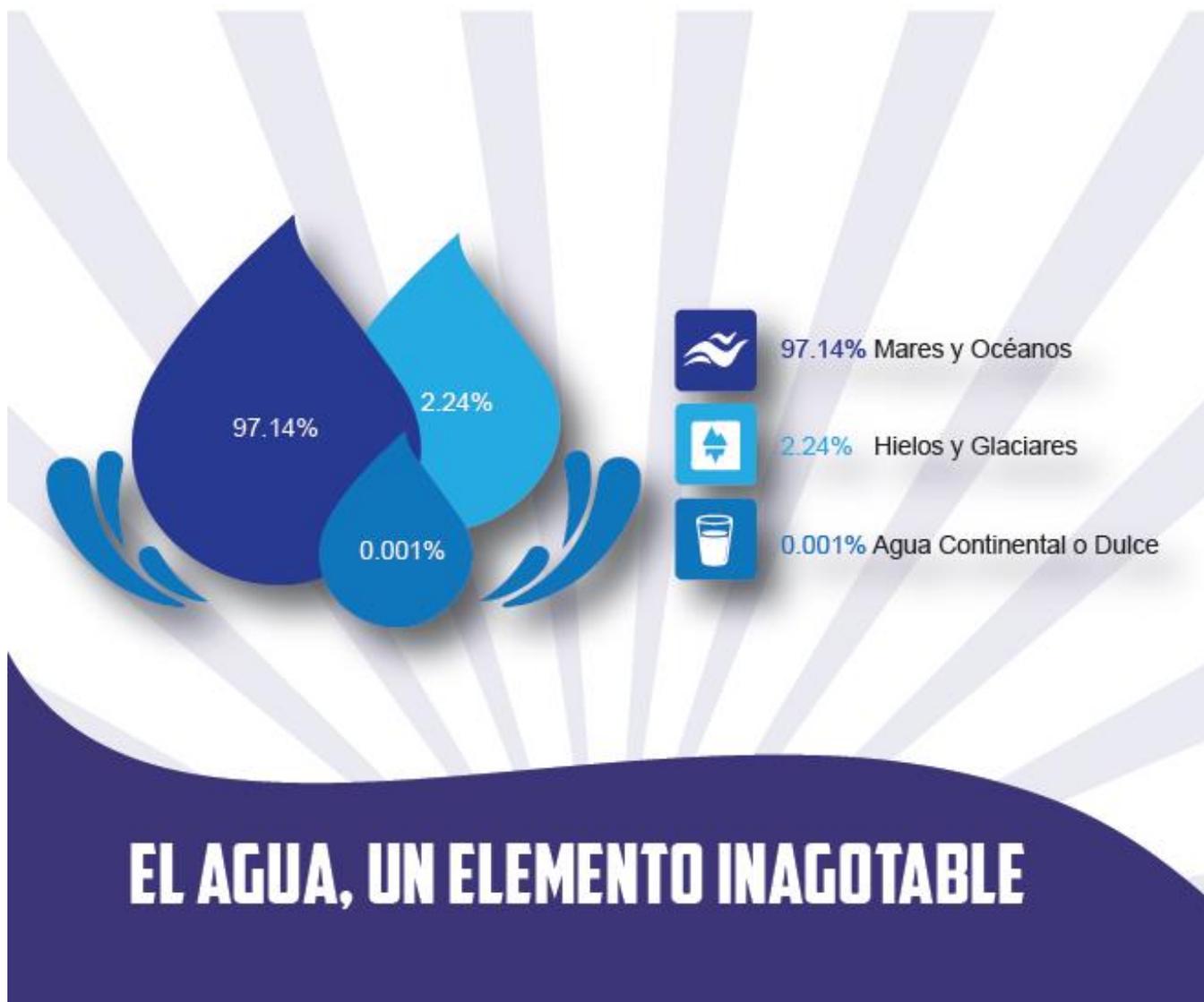
EL AGUA, UN ELEMENTO INAGOTABLE

El agua es un elemento abundante e inagotable, su volumen de 1,386,000,000 kms³ (18 ceros) se ha mantenido en un constante ciclo de evapotranspiración, precipitación y desplazamiento hacia el mar, pero su abundancia no significa que todo ser humano tenga acceso a fuentes de agua segura para subsistir. El volumen disponible para el ser humano es menos del 7% de toda el agua existente.

El 97.14 del agua que existe en el mundo es agua salada y se encuentra en los océanos, otro 2.24% se encuentra en los glaciales y un 0.001 está en la atmósfera. El 63% restante es el agua continental o dulce disponible para el ser humano distribuida un 1.8% en los ríos, lagos y aguas superficiales y la mayoría de esta agua continental que es el 98.2% es agua subterránea.

4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

5 pulg.

REALIDAD DEL AGUA DISPONIBLE

Toda actividad humana, ya sea consumo o uso personal, agrícola o industrial genera desechos que contaminan las fuentes de agua. En su paso por su ciclo natural, los procesos de la naturaleza se encargan de restaurar el valioso recurso depurándolo de esos contaminantes. Sin embargo los avances industriales y tecnológicos unidos al acelerado crecimiento de la población mundial han resultado en un aumento desmedido de la producción de bienes y por ende la generación de desechos sólidos y líquidos que terminan en las fuentes de agua.

4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

5 pulg.

SEGÚN ESTADÍSTICAS

Según estadísticas del Programa Mundial de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, dos millones de toneladas de aguas residuales y desechos industriales y agrícolas son liberados a las fuentes de agua anualmente, sobrepasando la capacidad de carga de la naturaleza para procesarlos y poniendo en riesgo la vida de los seres humanos.

Las estadísticas de la Organización de Naciones Unidas son alarmantes ya que revelan que aproximadamente 900 millones de personas no tienen acceso a agua segura y que 2.2 millones de personas mueren cada año por enfermedades relacionadas a agua contaminada y de esta cantidad 1.8 millones son niños menores de 2 años. Así mismo la emisión de gases por agua contaminada contribuye al calentamiento global y al incremento de zonas anoxias que resultan en la pérdida de biodiversidad y disminución de la resistencia de los ecosistemas acuáticos.

4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

5 pulg.

ACCIONES A TOMAR

Para poder revertir o disminuir el deterioro de nuestras fuentes de agua y revertir el impacto negativo a la humanidad es necesario un manejo sostenible del recurso a todo nivel que incluya la disminución del agua que se contamina a través de la prevención, capturar el agua una vez haya sido contaminada para un tratamiento con técnicas apropiadas para retornarla con una calidad aceptable a la naturaleza o bien reusarla o reciclarla.



4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

5 pulg.

¿CÓMO PUEDO CONTRIBUIR?

Puedes poner tu granito de arena para esta importante tarea al iniciar acciones sostenibles en tu hogar, lugar de trabajo o estudio que ayuden a la naturaleza a hacer su labor de depuración biológica. De acuerdo a Naciones Unidas la forma más eficiente, económica y segura de detener la contaminación del agua es haciéndolo en la fuente. Para esta tarea no estás solo, los asesores de Waterways Guatemala te acompañarán y asesorarán en la implementación de elementos de ecoingeniería que al imitar los procesos de la naturaleza resultaran de beneficio para el ambiente y en beneficios económicos y sociales para ti y tu comunidad.



4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

5 pulg.

¿POR QUÉ WATERWAYS GUATEMALA?

Los colaboradores de Waterways Guatemala son parte de una red de profesionales locales e internacionales de diferentes disciplinas con un mismo enfoque, aportar el conocimiento, experiencia y capacidades para restaurar, proteger y conservar el valioso líquido. Su enfoque global y multidisciplinario es la clave para aportar tecnologías y métodos de punta para proveer el mejor servicio a bajo costo no solo económico sino que ambiental.



4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

¿PORQUÉ WATERWAYS GUATEMALA?

5 pulg.

MISIÓN Y VISIÓN

Misión

Promover el uso de elementos ecológicos y biológicos como la mejor alternativa para solucionar los problemas que deterioran las fuentes de agua.

Visión

Influir en la toma de decisiones, a nivel individual o colectivo, privado o institucional, para promover cambios que contribuyan a revertir el impacto negativo de actividades humanas en las fuentes de agua.

4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

MISIÓN Y VISIÓN

5 pulg.

METODOLOGÍA



- Permanente investigación de métodos amigables al ambiente para la restauración, conservación y protección de fuentes de agua.
- Evaluación de metodologías utilizadas localmente alrededor del mundo cuyo éxito ha sido comprobado en términos de eficiencia, economía, aceptación y viabilidad para el manejo sostenible de los recursos hídricos para su promoción e implementación a nivel local.

4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

METODOLOGÍA

5 pulg.

PRINCIPIOS

- Imitación de procesos de la sabia naturaleza para mitigar los efectos del manejo humano de los recursos hídricos.
- Tratamiento de la contaminación en la fuente como medida más eficiente, fácil, económica para proteger las fuentes de agua.
- Aprovechamiento económico y ambiental de los recursos naturales que normalmente se pierden en rellenos sanitarios, cuerpos de agua o en la naturaleza.

4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

PRINCIPIOS

5 pulg.

ACTIVIDADES

- Eco tecnologías y bioingeniería en sistemas de recolección, reciclaje, y drenaje de aguas pluviales, grises y negras.
- Uso de metodologías con principios ecológicos para la restauración, conservación y protección de ríos, lagos, zonas costeras, y otros cuerpos de agua.
- Caracterización, evaluación, y monitoreo de calidad de agua en ecosistemas acuáticos. Asesoría para el manejo sostenible de derechos sólidos y líquidos.
- Investigación científica e innovación en la aplicación de métodos ecológicos y biológicos para la restauración, protección y conservación de los recursos hídricos.
- Capacitación en temas relacionados al agua y su uso sostenible (Municipalidades, Empresas, Colegios).

4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

ACTIVIDADES

5 pulg.

EL EQUIPO



4 pulg.

5 pulg.



4 pulg.

EL EQUIPO

5 pulg.

APUNTES

A series of ten horizontal blue lines for writing notes, set against a background of light blue diagonal stripes.

4 pulg.

5 pulg.

The form consists of a central writing area with ten horizontal blue lines. To the right of these lines is an illustration of a hand holding a pen, positioned as if writing. The background of the writing area features a pattern of light blue diagonal stripes. At the bottom of the page is a dark blue curved footer containing the word 'APUNTES' in white, bold, uppercase letters.

4 pulg.

5 pulg.



Waterways Guatemala

43 calle "A" 8-88 zona 12
(502) 2485 -23 54 PBX (502) 2585-2354
waterwaysguatemala@gmail.com



CUIDADO DE LOS RECURSOS HÍDRICOS

4 pulg.

5 pulg.

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.

Este proyecto se ha desarrollado en un periodo de nueve meses en esto se ha contemplado tiempo de investigación, diseño y diagramación del folleto e infografías. Concluyendo el mismo en una presentación preliminar de 28 páginas. La empresa Waterways Guatemala ha solicitado que se cuantifique el costo de 500 ejemplares del presente folleto.

10.1 Plan de costos de elaboración.

A continuación se encuentra un cuadro que detalla el tiempo de costos de:

- **Pre-producción:** análisis, planificación del proyecto, investigación y elaboración del marco teórico, planificación y ejecución de método creativo, investigación del cuidado de los recursos hídricos, etc.
- **Bocetaje:** elección de colores, elección de tipografía, bocetos de diferentes propuestas para el folleto (3 propuestas).
- **Diseño del folleto:** diagramación, infografías, y fotografías.

Descripción	Tiempo	Cantidad	Costo Unitario	Costo
Costos pre-producción	12 semanas	200 horas	Q75.00 x hora	Q15,000
Bocetaje	1 semana	20 horas	Q75.00 x hora	Q1500
Costo por diagramación de pagina	1 semana	28 paginas	Q40.00 x pagina	Q1120
Costo por infografía	2 semanas	7 infografías	Q100.00 x infografía	Q700

Costo por edición de fotografía	2 semanas	15 fotografías	Q25.00 x fotografía	Q375
			Total	Q18,695

10.2 Plan de costos de producción.

El material se contempló como arte final desde su diseño y diagramación, por lo que no hay costos adicionales de producción.

10.3 Plan de costos de reproducción.

Para el siguiente plan se tomaron en cuenta cotizaciones de diferentes proveedores.

Proveedor	Costo unitario	Costo por 500 unidades
Litografía Omega	Q12.45	Q6,225.00
Impresiones		
Imprenta NISFESSA	Q13.50	Q6,750.00
La Papelería	Q13.00	Q6,500.00

Ver Anexo: L

10.4 Plan de costos de distribución.

Este proyecto no requiere de costos en distribución, pues el mismo es entregado en las presentaciones que realiza la empresa Waterways Guatemala.

10.5 Cuadro Resumen

A continuación se presenta el resumen de costos de elaboración, producción, reproducción y distribución.

Descripción	Costo
Costos de elaboración	Q18,695.00
Costos de producción	Q0.00
Costos de reproducción	Q6,225.00
Costos de distribución	Q0.00
Total	Q24,920

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones:

Se diseñó un folleto ilustrado impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala

- Se investigó información relacionado a semiología de la imagen y diseño editorial necesaria, que permitió el desarrollo adecuado del contenido del folleto impreso para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Se recopiló procesos y procedimientos de cómo cuidar los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Se editaron las fotografías de estudiantes y personal trabajando con los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala. Estas fotografías sirvieron para mostrar cómo personas de diferentes partes del mundo trabajan y luchan para el cuidado, conservación y protección de los recursos hídricos.
- Se comunicó el mensaje de la importancia del cuidado de los recursos hídricos para crear conciencia en las personas del deterioro de las fuentes de agua para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.

- Se seleccionó los elementos gráficos, colores, tipografía, formas, etc. Que se colocaron en el folleto para mejor interpretación semántica de los mensajes que se comunicaron para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Se diagramó el folleto de una manera ordenada, que permitiera informar y crear conciencia sobre los cuidados de los recursos hídricos, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.

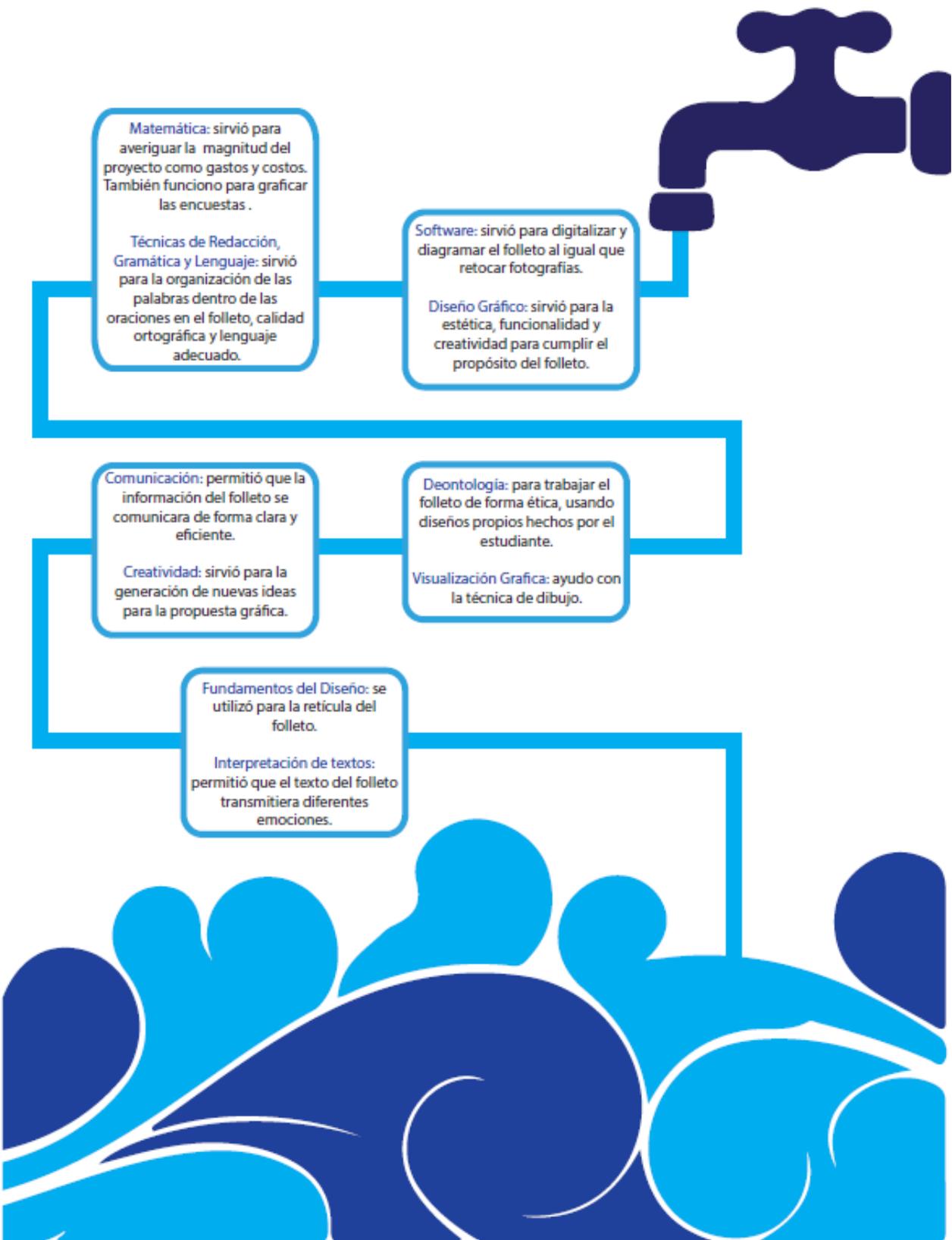
11.2 Recomendaciones:

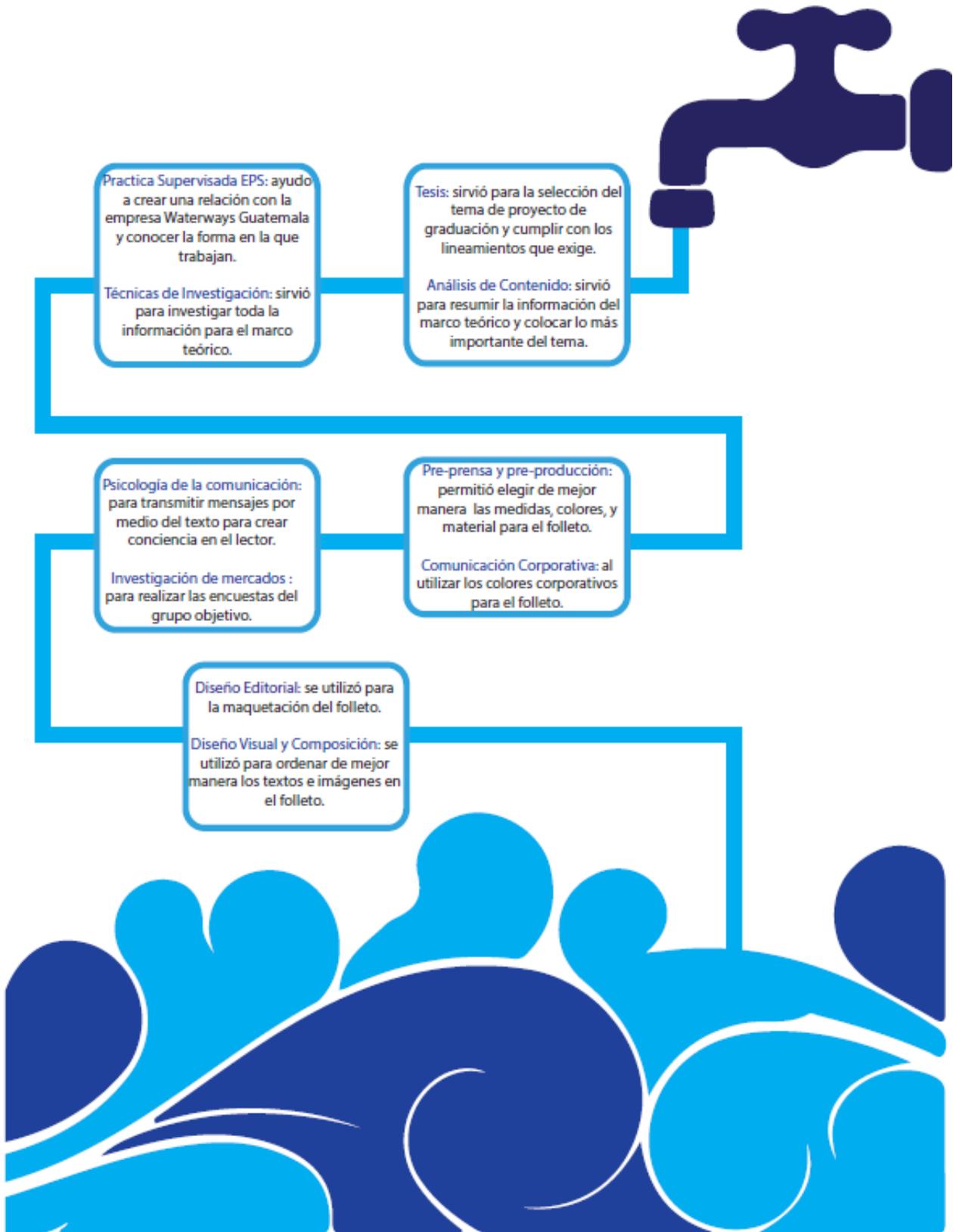
Diseñar un folleto ilustrado impreso que dé a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.

- Investigar información relacionado a semiología de la imagen y diseño editorial necesaria que permita el desarrollo adecuado del contenido del folleto impreso, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Recopilar procesos y procedimientos de cómo cuidar los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.

- Editar fotografías de estudiantes y personal trabajando con los recursos hídricos para incluirlos en el folleto impreso, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala. Estas fotografías servirán para mostrar como personas de diferentes partes del mundo trabajan y luchan para el cuidado, conservación y protección de los recursos hídricos.
- Comunicar el mensaje de la importancia del cuidado de los recursos hídricos para crear conciencia en las personas del deterioro de nuestras fuentes de agua, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Seleccionar los elementos gráficos, colores, tipografía, formas, etc. que se colocarán en el folleto para mejor interpretación semántica de los mensajes que se van a comunicar para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.
- Es importante diagramar el folleto de manera ordenada que permita informar y crear conciencia sobre los cuidados de los recursos hídricos, para las personas que asisten a las presentaciones de la empresa Waterways Guatemala.

Capítulo XII: Conocimiento General





Capítulo XIII: Referencias

A

Administración Empresas. (2009). Obtenido de

<http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-10.htm>

Asesoría Ambiental. (2009). Obtenido de

<http://www.gestionyadministracion.com/asesoria/asesoria-ambiental.html>

Asesoría. (2009). Obtenido de <http://www.gestionyadministracion.com/asesoria/>

Aragones, J. I. (2010). *Psicología Ambiental*. Madrid: Piramide.

B

Balcázar, M. (2012). **Diseño Editorial**. Obtenido de <http://foroalfa.org/articulos/10-reglas-para-hacer-diseno-editorial>

Bernal, L. G. (2009). **Ambientes**. Guatemala: Santillana S.A.

Boceto o Esbozo. (2008). Obtenido de <http://www.fotonostra.com/glosario/boceto.htm>

C

CMYK. (2013). Obtenido de <http://www.imprensaonline.net/CMYK.php>

Comunicación. (2007). Obtenido de

<http://www.profesorenlinea.cl/castellano/Comunicacion.htm>

Cuerpos de Agua. (14 de Mayo de 2008). Obtenido de

http://www.atl.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=310&Itemid=485

Cuerpos de Agua. (2007). Obtenido de [http://www.kalipedia.com/geografia-](http://www.kalipedia.com/geografia-peru/tema/hidrografia-oceanos-mares-rios.html?x=20070417klpgeogra_17.Kes)

[peru/tema/hidrografia-oceanos-mares-rios.html?x=20070417klpgeogra_17.Kes](http://www.kalipedia.com/geografia-peru/tema/hidrografia-oceanos-mares-rios.html?x=20070417klpgeogra_17.Kes)

Cuvillier, A. (1970). **Manual de la Sociología.** Buenos Aires: El Ateneo.

D

Diseño Gráfico. (2010). Obtenido de <http://www.fotonostra.com/grafico/>

E

Elementos de Comunicación . (2003). Obtenido de

http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo3/Pages/3.4/34Elementos_comunicacion.htm

F

Feldman, R. S. (2002). **Psicología.** Mexico D.F.: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

Flores, E. P. (2007). **Investigación Científica.** Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/286/#indice>

Folleto. (2007). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/comunicacion/folleto.php>

Fotografía. (2011). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/fotografia/>

I

Infografía. (2010). Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/41456079/La-Infografia-a>

J

Juárez, L. D. (2011). **Introducción a la Tipografía.** Universidad de Londres, Mexico.

K

Knowles, M. S. (2001). **Andragogía: El Aprendizaje de los Adultos.** Mexico:

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA.

L

Layout. (2009). Obtenido de <http://definicion.de/layout/>

Livia, W. P. (2001). **Ecología y Calidad Ambiental.** Colombia : Ltda.

M

Medio Ambiente. (22 de Enero de 2011). Obtenido de

<http://www.ecologiahoy.com/definicion-de-medio-ambiente>

Minimalismo. (2009). Obtenido de <http://definicion.de/minimalismo/>

Morris, C. G., & Maisto, A. (2005). *Psicología*. Mexico: Pearson Educacion .

R

Reciclado. (1989). Obtenido de <http://www.chispita.cl/misiones-amb-/que-es-el-reciclado.html>

Recursos Hídricos. (2009). Obtenido de <http://www.greenfacts.org/es/recursos-hidricos/recursos-hidricos-foldout.pdf>

T

Tipos de Comunicación. (2007). Obtenido de

http://www.koiwerrhh.com.ar/comunicaciones_tipos.shtml

Tipos de Investigación. (2013). Obtenido de <http://tiposdeinvestigacion.com/>

Tonero, J. P. (1982). *Semiótica de la publicidad*. Barcelona: Miltre.

V

Vico, M. (2009). **Retícula**. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/19790769/Diseno-Editorial-Reticulas>

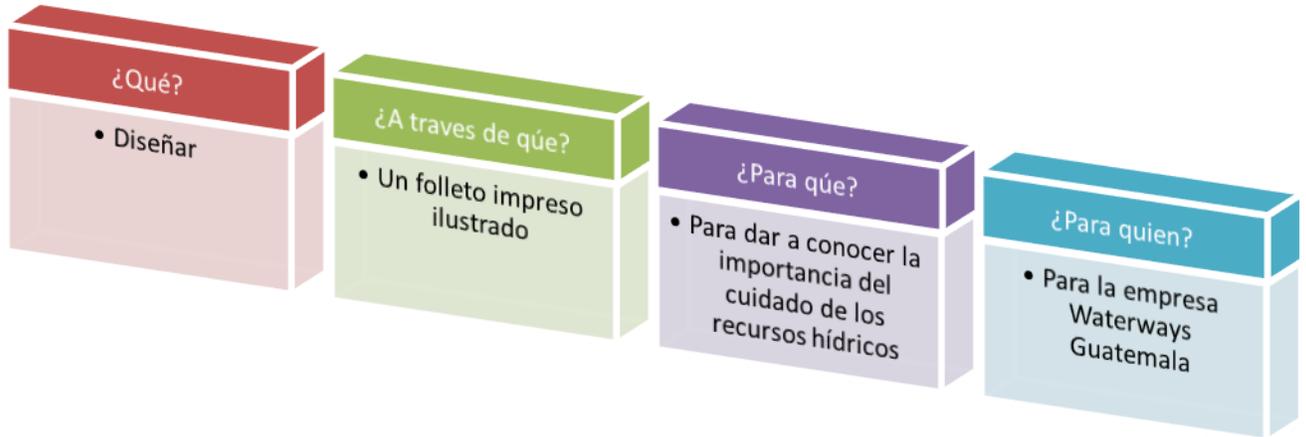
Villee, C. A. (1996). **Biología**. Mexico D.F.: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

Y

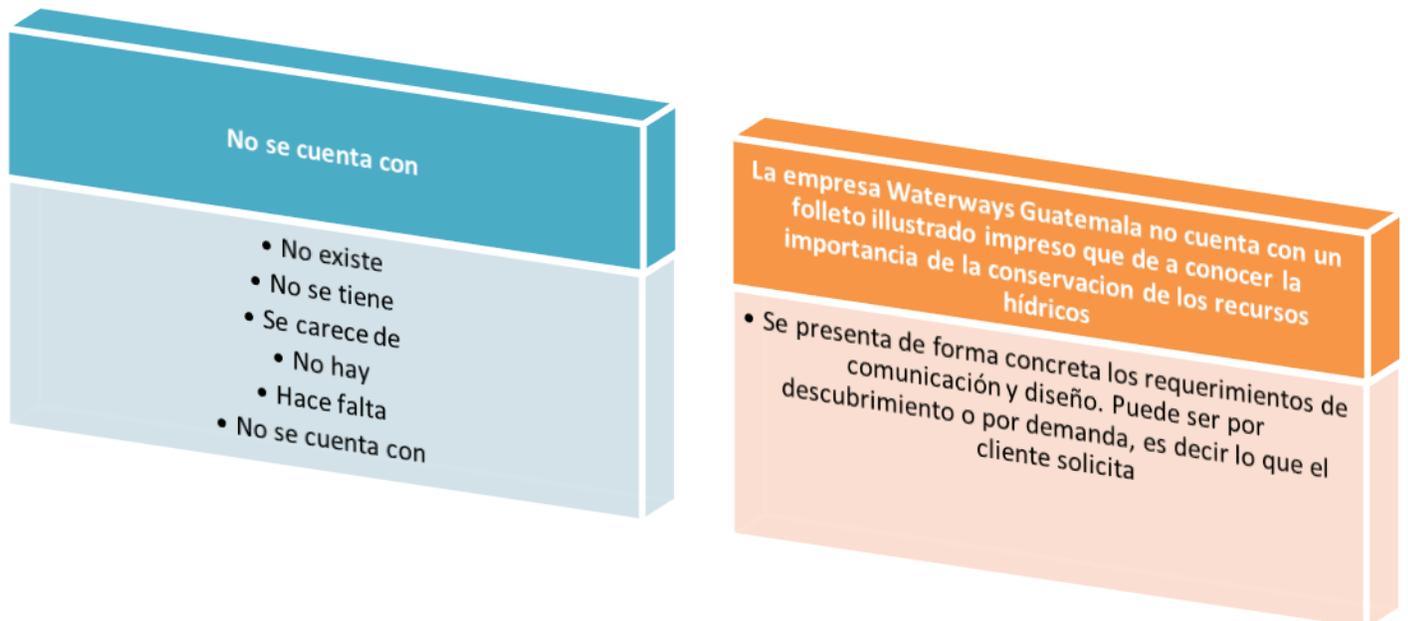
Yepez, M. J. (26 de Julio de 2009). **Diagramación** . Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/17761131/Diagramacion>

Capítulo XIV: Anexos

Anexo A: Definición de Tema



Anexo B: Desarrollo de Requerimiento



Anexo C: Tabla de Desarrollo de Objetivos

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General	Diseñar un folleto ilustrado impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos	Diseñar	Un folleto ilustrado impreso	Dar a conocer la importancia del cuidado de los recursos hídricos	Para la empresa Waterways Guatemala
Específico	Investigar información relacionado a semiología de la imagen y diseño editorial	Investigar	Libros Internet		Para la empresa Waterways Guatemala
Específico	Recopilar procesos y procedimientos de cómo cuidar los recursos hídricos	Recopilar	La empresa Waterways Guatemala	Incluirlo en el folleto	Para la empresa Waterways Guatemala
Específico	Editar fotografías de estudiantes y personal trabajando con los recursos hídricos	Editar	Programas de diseño como Photoshop	Para mostrar como personas de diferentes partes del mundo trabajan y luchan para el cuidado,	Para la empresa Waterways Guatemala

				conservación y protección de los recursos hídricos.	
Específico	Comunicar el mensaje de la importancia del cuidado de los recursos	Comunicar	Valiosa información	Entender mejor la importancia del cuidado de los recursos hídricos	Para la empresa Waterways Guatemala
Específico	Seleccionar los elementos gráficos, colores, tipografía, formas, etc.	Seleccionar	Imágenes Texto	Para mejor interpretación de la información	Para la empresa Waterways Guatemala
Específico	Diagramar el folleto de una manera ordenada	Diagramar	Selección de diagramación	Permita informar y crear conciencia sobre los cuidados de los recursos hídricos	Para la empresa Waterways Guatemala

Anexo D: Brief de Diseño

Ciente	Empresa Waterways Guatemala.
Dirección	43 calle "A" 8-88 zona 12
Email	waterwaysguatemala@gmail.com
Teléfono	(502) 2485 -23 54/PBX (502) 2585-2354
Contacto	Alejandra Figueroa H.
Antecedentes	Con origen en el Programa de Maestría de Manejo Sostenible de Agua 2010-2011 de la Universidad Kristiansand, Suecia. Waterways Guatemala es el vínculo a una red de profesionales locales e internacionales de diferentes disciplinas con un mismo enfoque: "Aportar conocimientos, experiencias, y capacidades para la restauración, protección y conservación de los recursos hídricos".

Oportunidad Identificada	<p>“Diseño de un folleto ilustrado impreso para dar a conocer la importancia de la conservación de los recursos hídricos de la empresa Waterways Guatemala”.</p>
Misión	<p>Promover el uso de elementos ecológicos y biológicos como la mejor alternativa para solucionar los problemas que deterioran las fuentes de agua.</p>
Visión	<p>Influir en la toma de decisiones, a nivel individual o colectivo, privado o institucional, para promover cambios que contribuyan a revertir el impacto negativo de actividades humanas en las fuentes de agua.</p>
Delimitación Geográfica	<p>Departamento de Guatemala.</p>
Grupo Objetivo	<p>Profesionales entre 25-35 años. Personas interesadas en el cuidado de los recursos hídricos que asisten a las presentaciones de Waterways Guatemala.</p>

Principal beneficio del grupo objetivo	Obtienen información necesaria para los cuidados de los recursos hídricos por medio del folleto. También crear conciencia del daño ocasionados a las fuentes de agua días tras día.
Factores de diferenciación	Investigación de métodos amigables al ambiente para la restauración, conservación y protección de fuentes de agua. Metodologías utilizadas localmente a alrededor del mundo cuyo éxito ha sido comprobado en términos de eficiencia, economía, aceptación y viabilidad para el manejo sostenible de los recursos hídricos para su promoción e implementación a nivel local.
Objetivo del Mercado	Crear conciencia en la cultura guatemalteca para la conservación de los recursos hídricos.
Objetivo de Comunicación	El método de trabajar de los profesionales de Waterways Guatemala es por medio de presentaciones donde se explica detalladamente la importancia de cómo cuidar, conservar y restaurar los recursos hídricos. Las personas que asisten a estas presentaciones

	<p>retienen cierta información pero no toda. Es por esta razón que se debe trabajar un folleto ilustrado impreso que ilustre y explique de manera clara los cuidados de los recursos hídricos, los principales problemas que los afectan y como el deterioro indirectamente está afectando al ser humano y seguirá afectando con el transcurso del tiempo.</p> <p>Además de eso el folleto será una herramienta útil por si surge alguna duda se podrá utilizar el folleto para consultas futuras.</p>
<p>Mensaje clave a comunicar</p>	<p>Con la implementación de un folleto impreso ilustrado de cómo cuidar y conservar los recursos hídricos aumentaría el conocimiento en las personas que asisten a las presentaciones de Waterways Guatemala. Esto también tendrá un efecto positivo para el medio ambiente al contar con más personas con el interés y el impulso de cuidar los recursos hídricos.</p>

Estrategia de Comunicación	Realizar un folleto ilustrado impreso que comunique la importancia de los cuidados de los recursos hídricos.
Reto de diseño y trascendencia	El alcance de este proyecto, se pretende beneficiar no solo a la empresa Waterways Guatemala sino también a los clientes o posibles clientes que asisten a sus presentaciones. Al contar con un folleto ilustrado impreso tendrán una herramienta útil que podrán consultar cuando deseen.
Materiales a realizar	La producción de un folleto impreso conteniendo valiosa información del cuidado de los recursos hídricos
Presupuesto	Se calcula una inversión de Q 6,000 para impresión de 500 folletos a color.

Datos del Logotipo de la Empresa Waterways Guatemala

<p>Colores</p>	 <p>C 72.88 M 45.17 Y 1.61 K 0</p> <p>C 98.93 M 86.33 Y 3.32 K 0.16</p> <p>C 14.23 M 9.27 Y 0 K 0</p> <p>C 62.78 M 48 Y 0 K 0</p>
<p>Tipografía</p>	<p>Calibri</p>
<p>Logotipo</p>	
<p>Forma</p>	<p>La gota de agua es bastante redonda con un pequeño pico en la parte de arriba, y los colores que se utilizan en el logo le proporciona bastante profundidad. En cuanto a la forma de la flecha se puede ver que tiene una forma curva de abajo hacia arriba lo que le da mucho movimiento ya que esto representa una corriente de agua</p>

Anexo E: Tabla de niveles socio económicos 2009/ Multivex

Características	Nivel C
Educación	Superior, Licenciatura
Desempeño	Ejecutivo, Comerciante, Vendedor, Dependiente
Ingreso	12 mil
Vivienda	Casa / departamento rentada o financiado. 1-2 recamaras 1-2 baños Sala Garaje para 2 vehículos
Otras Propiedades	
Personal de Servicios	Por día / eventual
Educación Grupo	Hijos menores Colegios Privados Mayores en U estatal
Posesiones	Auto compacto de 4-5 años , sin seguro
Bienes de Comodidad	1 teléfono mínimo 1-2 celulares Cable Radio 2 Televisiones Electrodomésticos Básicos

Diversión	Cine Centros Comerciales Parques temáticos locales
Servicios Bancarios Financieros	1 cuenta monetaria 1 cuenta de ahorro 1 TC local

Anexo F: Encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

FACOM

Nombre: _____ Edad: __ Género: F ____ M ____

Instrucciones: Subraya o responde las preguntas, por favor se lo mas sincero posible.

1. ¿Cuál es su pasatiempo favorito?
2. ¿Pasas más tiempo con tus amigos que con tu familia?
3. ¿Cómo describirías tu personalidad?
4. ¿Te gusta leer?
 - No me gusta leer
 - Me gusta leer de vez en cuando
 - Me gusta mucho leer

5. ¿Cuándo frecuentas un centro comercial es porque?
- Te juntaras con tus amigos
 - Iras a comer algo
 - Iras de compras
 - Iras con tu familia o amigos al cine
6. ¿Te interesa la conservación de los recursos hídricos? (ríos, lagos, zonas costeras y otros cuerpos de agua?)
7. ¿Porque crees que es importante la conservación, restauración y protección de los recursos hídricos?
8. ¿Te interesaría tener un folleto, conteniendo información sobre el cuidado se los recursos hídricos?
- Si
 - No
9. ¿Qué te gustaría que contuviera este folleto además de información de cómo cuidar conservar y proteger los recursos hídricos?
10. ¿Crees que un folleto es útil para una persona interesada en las conservación, protección, y restauración de los recursos hídricos?
- Si
 - No

Anexo G: Organigrama de conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio (6.1)



Anexo H: Organigrama de conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

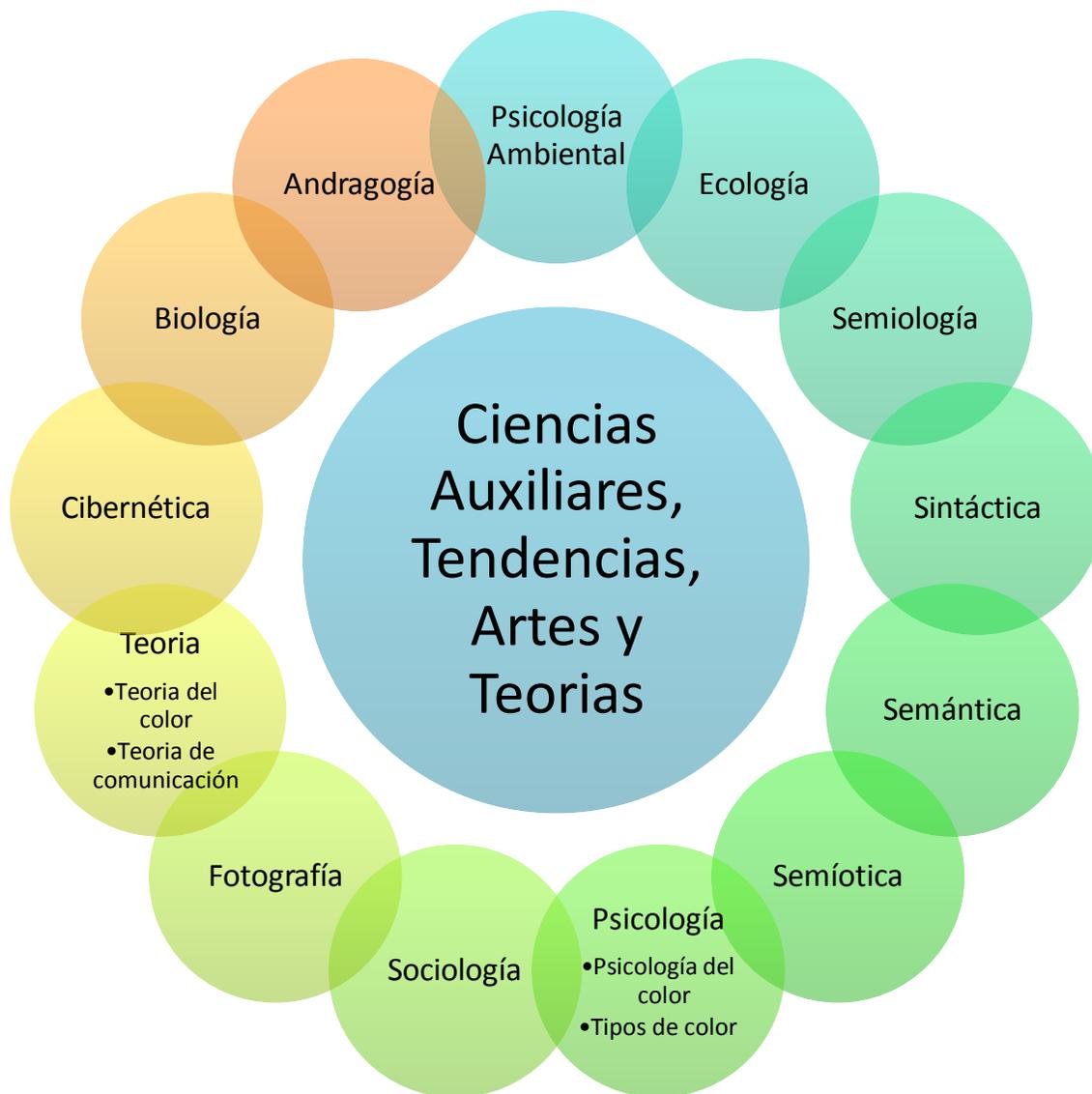
(6.2.1)



Anexo I: Organigrama de conceptos fundamentales relacionados con el diseño (6.2.2)



Anexo J: Organigrama de ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias (6.3)



Anexo K: Fotos de Validación Técnica con Expertos, Cliente y Grupo objetivo.



Licenciado Marlon Barroyo



Licenciado Guillermo García



Licenciado Carlos Franco



Licenciada Lourdes Donis



Grupo Objetivo



Grupo Objetivo



Grupo Objetivo



Grupo Objetivo



Cliente: Alejandra Figueroa

Anexo L: Cotizaciones



Señora Carolina Gramajo

Guatemala, Ciudad

Estimada Señora:

Atentamente remito a usted que nos solicitara, agradeciendo su preferencia por nuestro servicio.

Cantidad	Descripción	Valor
500	Folletos 4x5 pulgadas Full color 28 paginas Duplex Papel couche	Costo unitario: Q13.50 Total: Q6,750.00

Forma de pago 50% de anticipo

50% contra entrega

Tiempo de Entrega: De 4 a 5 días hábiles después de aprobado el arte final.

Atentamente,

Rosario Reyes

Depto. De Ventas

NISFESSA

2251-6480



litografía
OMEGA
 impresiones

Cotización No. 4645

FECHA : Guatemala, 18 de Noviembre de 2013

Ciente : CAROLINA GRAMAJO

Fax :

NIT :

Atención:

Dirección:

solotrabajos18@gmail.com

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	TOTAL
Folletos impresos a full color en papel couché consta de 28 páginas de 4 x 4" / duplex	500		Q6,225.00
<i>Total</i>			
Tiempo de entrega:	Forma de pago: 75% anticipo y 25 % contra entrega favor emitir cheque a nombre de OMEGA IMPRESIONES		
CONDICIONES DE CONTRATO	AUTORIZACION	NUESTROS PRECIOS	
<p>Si una orden fuera suspendida por el cliente se cobrará el Trabajo realizado hasta ese momento.</p> <p>El cliente acepta una variante de +/-, un 10% en las Cantidades entregadas, debiendo pagar proporcionalmente.</p> <p>OMEGA IMPRESIONES, garantiza el servicio y la calidad de su trabajo y las materias primas. No se responsabiliza por defectos o errores que se originen en los artes, negativos, CD's, disquetes, Zip u otros elementos proporcionados por el cliente.</p> <p>Todo arte, negativo, positivo o placa, realizado por OMEGA IMPRESIONES, es propiedad de la empresa.</p>	_____ FIRMA	INCLUYEN IVA.	
	_____ NOMBRE Y CARGO	WILLIAM BENDFELDT	
	_____ SELLO	POR OMEGA IMPRESIONES William Bendfeldt Ventas Movil 4216-0871	

4TA. AVENIDA 8-37 ZONA 1, GUATEMALA
 TELEFAX: 22325645 TEL: 2251-2689

E-MAIL: OMEGAIMPRESIONES@HOTMAIL.COM
 OMEGAIMPRESIONESLITOGRAFIA@GMAIL.COM



La Papelera

IMPRESA Y LITOGRAFÍA

Tel.: 22693061 • 22693062
E-mail: ilapapelera@gmail.com

Señora Carolina Gramajo

Guatemala, Ciudad

Estimada Señora:

De acuerdo a su requerimiento nos es grato presentarle la siguiente cotización.

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
500	Folletos 4x5 pulgadas Full color 28 paginas Duplex Papel couche	Costo unitario: Q13.00	Total: Q6,500.00

Forma de pago 75% de anticipo

25% contra entrega

Tiempo de Entrega: De 3 a 4 días hábiles.

Atentamente,

Ricardo Castañeda

La Papelería

22693061-22693062